

# 13 ΑΛΛΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΑΤΕΛΟΥΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

# *1. Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός*



# Χαρακτηριστικά του μονοπωλιακού ανταγωνισμού

- **Μονοπωλιακός ανταγωνισμός** μια αγοραία δομή όπου πολλές επιχειρήσεις πωλούν παρόμοια αλλά όχι πανομοιότυπα προϊόντα
- Χαρακτηριστικά
  - Πολλοί πωλητές
  - Διαφοροποίηση προϊόντων
  - Ελεύθερη είσοδος
- Παραδείγματα αγορών με χαρακτηριστικά μονοπωλιακού ανταγωνισμού
  - Εστιατόρια
  - Ηλεκτρονικά παιχνίδια
  - Ξενοδοχεία
  - Σύμβουλοι ομορφιάς
  - Οπτικοί



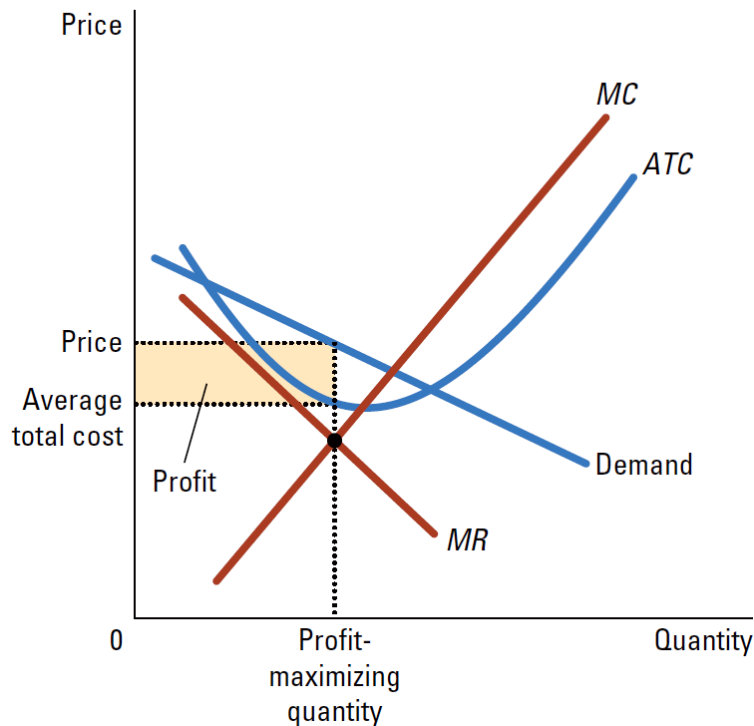
## 2. Ανταγωνισμός με διαφοροποιημένα προϊόντα



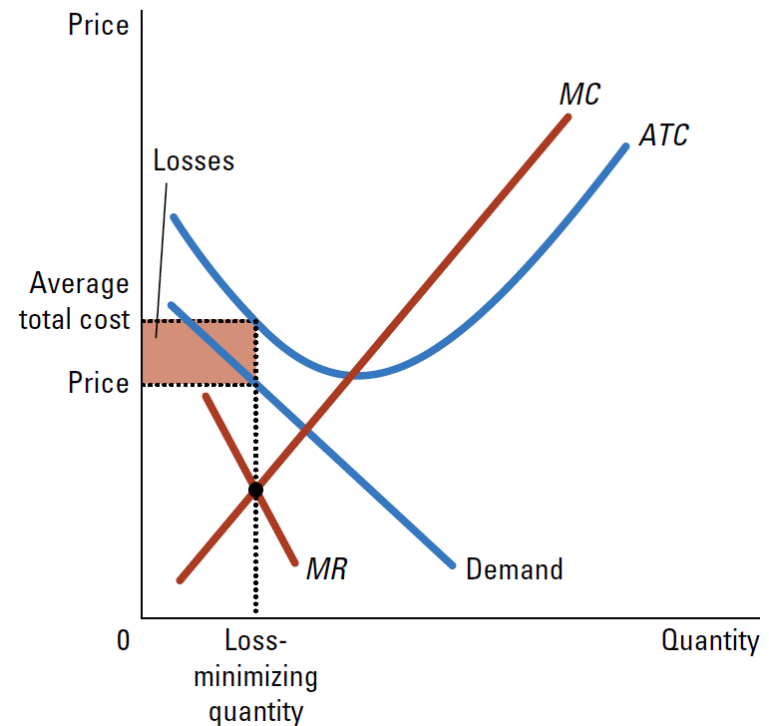
# Η μονοπωλιακά ανταγωνιστική επιχείρηση βραχυπρόθεσμα

- Η επιχείρηση στη γραφική παράσταση (a) έχει κέρδος γιατί σε αυτό το επίπεδο παραγωγής, η τιμή είναι μεγαλύτερη από **ATC**
- Η επιχείρηση στη γραφική παράσταση (b) καταγράφει ζημίες γιατί σε αυτό το επίπεδο παραγωγής, η τιμή είναι μικρότερη από **ATC**

(a) Firm makes profits



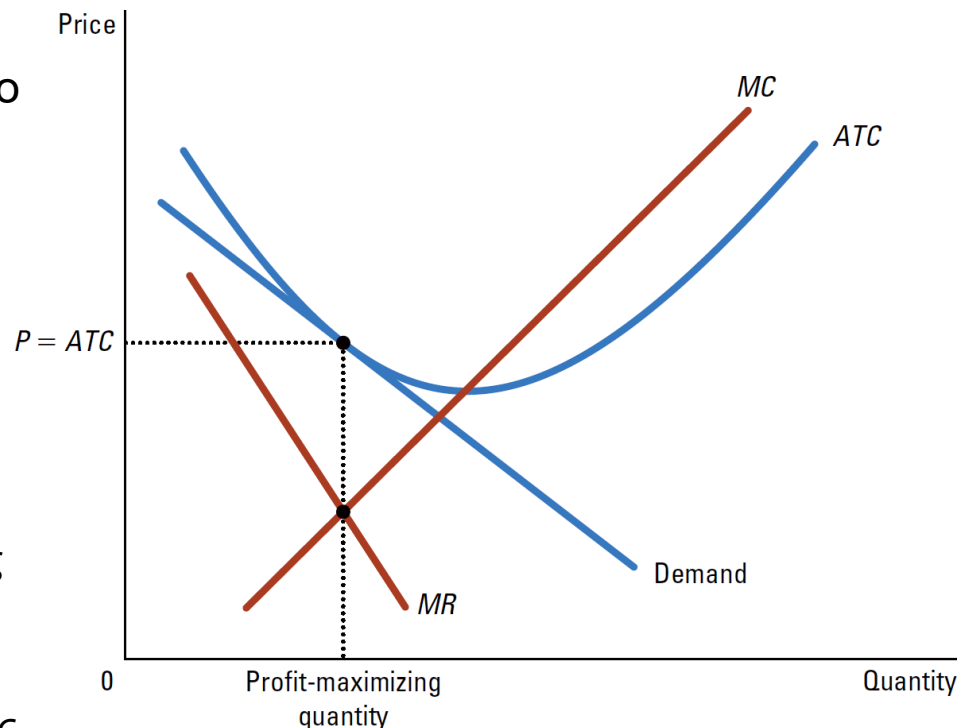
(b) Firm makes losses



# Η μακροπρόθεσμη ισορροπία

- Όταν οι επιχειρήσεις καταγράφουν κέρδη, νέες επιχειρήσεις έχουν κίνητρο εισόδου στην αγορά

- Αυξάνεται η προσφορά
- Μειώνονται οι τιμές
- Οι υπάρχουσες επιχειρήσεις που επιθυμούν να πουλήσουν περισσότερο, πρέπει να μειώσουν τις τιμές τους
- Η ύπαρξη περισσότερων υποκατάστατων μετατοπίζει τις ατομικές καμπύλες ζήτησης των επιχειρήσεων προς τα αριστερά
- Οι επιχειρήσεις που καταγράφουν ζημίες θα εξέλθουν της αγοράς
- Μειώνεται η προσφορά και αυξάνονται οι τιμές
- η διαδικασία συνεχίζεται έως ότου οι επιχειρήσεις καταγράφουν μηδενικό κέρδος



### *3. Μονοπωλιακός vs τέλειος ανταγωνισμός*

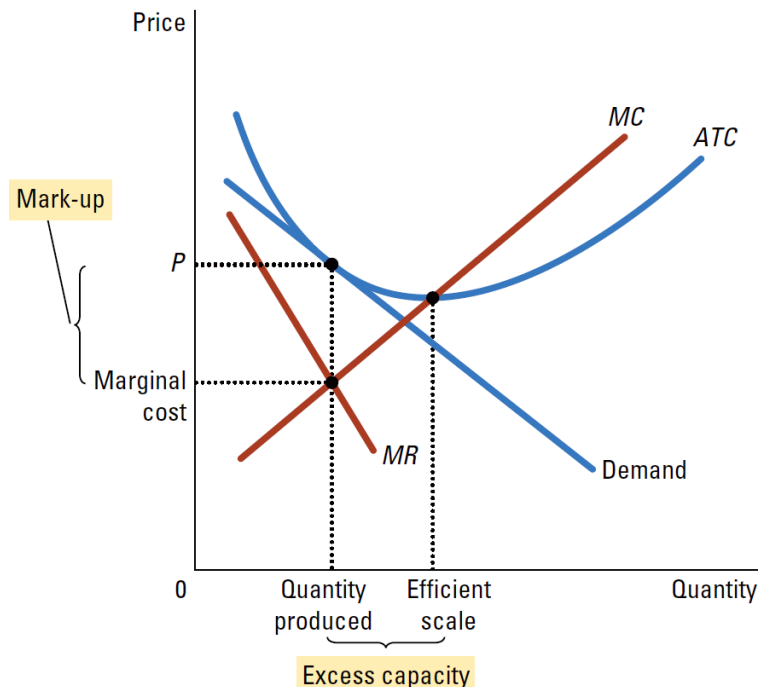




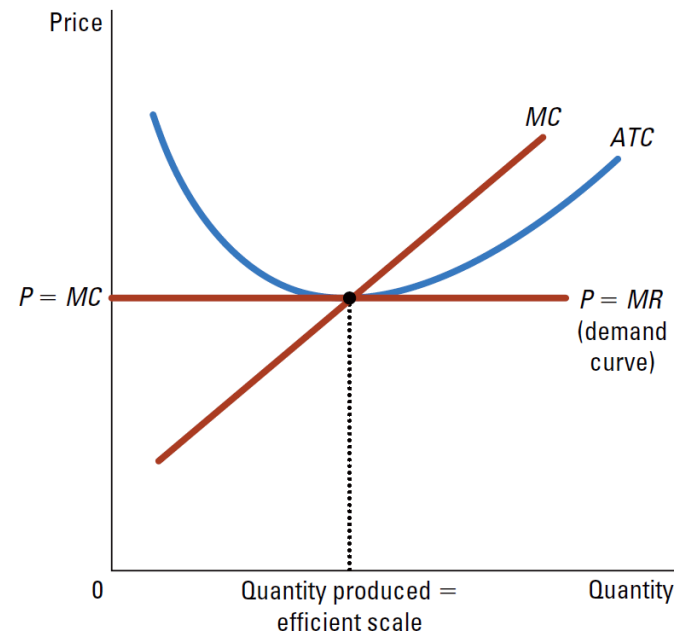
# Μονοπωλιακός vs τέλειος ανταγωνισμός

- Η (a) παρουσιάζει τη μακροπρόθεσμη ισορροπία σε μια μονοπωλιακά ανταγωνιστική αγορά
- Η (b) παρουσιάζει τη μακροπρόθεσμη ισορροπία σε μια τέλεια ανταγωνιστική αγορά
- Μόνο η τέλεια ανταγωνιστική επιχείρηση παράγει στην αποτελεσματική κλίμακα
- Η τιμή ισούται με το οριακό κόστος υπό συνθήκες τέλειου ανταγωνισμού, αλλά η τιμή είναι μεγαλύτερη από το οριακό κόστος υπό συνθήκες μονοπωλιακού ανταγωνισμού
- Στο μονοπωλιακό ανταγωνισμό οι επιχειρήσεις επιδίδονται σε διαφημιστικές στρατηγικές και προσπαθούν να χτίσουν ένα εμπορικό όνομα

(a) Monopolistically competitive firm



(b) Perfectly competitive firm





## 4. Ολιγοπώλιο



# Ολιγοπώλιο

- **Ολιγοπώλιο** όπου ο ανταγωνισμός είναι μεταξύ λίγων
- **Δυοπώλιο** είναι ένα ολιγοπώλιο με μόλις δύο μέλη

## *Ανταγωνισμός, Μονοπώλια και Καρτέλ*

- Ομάδες επιχειρήσεων μπορεί να αποφασίσουν να ενεργούν από κοινού και να συμπεριφέρονται σαν μονοπώλιο συμφωνώντας μεταξύ τους τις τιμές ή τις ποσότητες που θα παράγουν. Κάνουν «**αθέμιτη συμπαιγνία**»
- Η ομάδα των επιχειρήσεων με κοινή δράση λέγεται **καρτέλ**

# Η ισορροπία ενός ολιγοπωλίου

- Η νομοθεσία περί ανταγωνισμού απαγορεύει ρητώς συμφωνίες μεταξύ ολιγοπωλιακών επιχειρήσεων
- Μια **ισορροπία Nash** είναι μια κατάσταση στην οποία τα ολιγοπώλια επιλέγουν την καλύτερη στρατηγική τους με δεδομένο τις στρατηγικές που έχουν επιλέξει οι άλλοι
  - Τα ολιγοπώλια θα ήταν καλύτερα αν συνεργάζονταν
  - Αντίθετα, τα ολιγοπώλια επιλέγουν ιδιοτελώς σε βάρος της μεγιστοποίησης του κοινού κέρδους
  - Η αύξηση του μεριδίου αγοράς είναι σημαντική, αλλά σε τιμή υψηλότερη από το οριακό κόστος
- Η ολιγοπωλιακή τιμή είναι μικρότερη από τη μονοπωλιακή αλλά μεγαλύτερη από την ανταγωνιστική

# Πώς επηρεάζει το μέγεθος ενός ολιγοπωλίου το αγοραίο αποτέλεσμα

- Αν οι ολιγοπωλιακές επιχειρήσεις δε σχηματίσουν καρτέλ – ίσως εξαιτίας της νομοθεσίας περί ανταγωνισμού – πρέπει να αποφασίσει η κάθε μία ατομικά για την παραγόμενη ποσότητα νερού
- Υπάρχουν δύο αποτελέσματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη
  - **Το αποτέλεσμα παραγωγής**  
Επειδή η τιμή είναι μεγαλύτερη από το οριακό κόστος, η πώληση μιας επιπρόσθετης μονάδας προϊόντος στην τρέχουσα τιμή θα αυξήσει το κέρδος
  - **Το αποτέλεσμα τιμής**  
Η αύξηση της παραγωγής θα αυξήσει τη συνολική ποσότητα που πωλείται, γεγονός που θα μειώσει την τιμή και το κέρδος στο σύνολο των πωλήσεων
  - αποτέλεσμα παραγωγής > αποτέλεσμα τιμής = αύξηση της παραγωγής μέχρι να ισορροπήσουν τα οριακά αποτελέσματα
  - αποτέλεσμα τιμής > αποτέλεσμα παραγωγής = όχι μόνο δεν θα αυξήσει την παραγωγή αλλά πιθανότατα να την μειώσει
- Ο αυξημένος ανταγωνισμός με περισσότερους προμηθευτές μειώνει το αποτέλεσμα τιμής κι έτσι παραμένει μόνο το αποτέλεσμα παραγωγής



# *5. Θεωρία παιγνίων και Οικονομικά του ανταγωνισμού*



# Δίλημμα των φυλακισμένων

- **Θεωρία παιγνίων** η μελέτη της συμπεριφοράς των ανθρώπων σε στρατηγικές καταστάσεις
- **Δίλημμα των φυλακισμένων** είναι ένα «παιγνίο» μεταξύ δύο κρατουμένων που καταδεικνύει γιατί είναι δύσκολο να διασφαλιστεί η συνεργασία ακόμα και όταν είναι ωφέλιμη και για τα δύο μέρη
  - Σε αυτό το παιχνίδι μεταξύ δύο εγκληματιών που είναι ύποπτοι ότι διέπραξαν ένα έγκλημα
  - Η ποινή για κάθε φυλακισμένο θα εξαρτηθεί από την απόφαση του να ομολογήσει ή να παραμείνει σιωπηλός σε συνδιασμό με την απόφαση του άλλου..

		Mr Green's decision	
		Confess	Remain silent
Mr Blue's decision	Confess	Mr Green gets 8 years Mr Blue gets 8 years	Mr Green gets 20 years Mr Blue goes free
	Remain silent	Mr Green goes free Mr Blue gets 20 years	Mr Green gets 1 year Mr Blue gets 1 year

**Κυρίαρχη στρατηγική** μια στρατηγική που είναι η καλύτερη για έναν παίκτη ενός παιγνίου, άσχετα με τις στρατηγικές που επέλεξαν οι άλλοι παίκτες

Τόσο ο Mr. Green όσο και ο Mr. Blue ομολογούν και περνούν 8 χρόνια στη φυλακή

Αν είχαν παραμείνει και οι δύο σιωπηλοί, θα βρίσκονταν και οι δύο σε καλύτερη θέση

# Το ολιγοπώλιο ως ένα δίλημμα φυλακισμένων

- Ας σκεφτούμε ένα ολιγοπώλιο με δύο επιχειρήσεις, την BP και την Shell. Και οι δύο επιχειρήσεις διυλίζουν το αργό πετρέλαιο
- Και οι δύο επιχειρήσεις αποφασίζουν να διατηρήσουν χαμηλή την παραγωγή διυλισμένου πετρελαίου για να διατηρηθεί η παγκόσμια τιμή του προϊόντος υψηλά
- Θα πρέπει να αποφασίσουν αν θα την τηρήσουν ή θα την αγνοήσουν
- Το κέρδος κάθε επιχείρησης εξαρτάται τόσο από την δική της απόφαση για τη παραγωγή όσο και από την απόφαση του άλλου ολιγοπωλητή

- Η **κυρίαρχη στρατηγική** και για της δυο είναι να αγνοήσουν την συμφωνία και να καταλήξουν σε υψηλό επίπεδο παραγωγής
- Το αποτέλεσμα είναι κατώτερο από ότι αν τηρούσαν την αρχική συμφωνία

Shell's decision

BP's decision

	High production	Low production
High production	BP gets \$4 billion Shell gets \$4 billion	BP gets \$3 billion Shell gets \$6 billion
Low production	BP gets \$6 billion Shell gets \$3 billion	BP gets \$5 billion Shell gets \$5 billion

*Η ίδια λογική ισχύει επίσης για τη διαφήμιση και τους κοινούς πόρους*

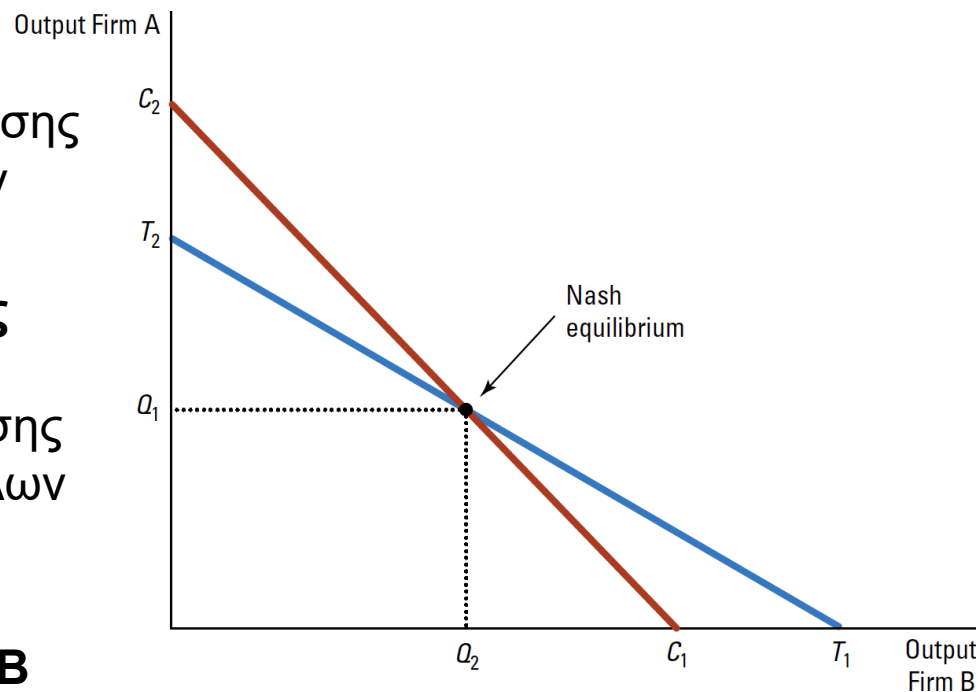
## *6. Μοντέλα Ολιγοπωλίων*





# Περιορισμένοι πόροι

- Η υπολειμματική ζήτηση είναι η διαφορά μεταξύ της καμπύλης ζήτησης της αγοράς και της προσφοράς των άλλων επιχειρήσεων στην αγορά
- Συνάρτηση βέλτιστης απόκρισης η παραγώμενη ποσότητα που μεγιστοποιεί τα κέρδη της επιχείρησης δεδομένης της παραγωγής των άλλων
  - **Κόκκινη γραμμή** = τα επίπεδα παραγωγής της επιχείρησης **A** συναρτήσει της παραγωγής της **B**
  - **Μπλέ γραμμή** = τα επίπεδα παραγωγής της επιχείρησης **A** συναρτήσει της παραγωγής της **B**
  - Αν η επιχείρηση B δεν παράγει τίποτε τότε η επιχείρηση A θα παράγει  $C_2$
  - **Ισορροπία Nash** είναι το σημείο τομής των δύο καμπυλών



## 7. Δημόσια πολιτική προς τα ολιγοπώλια



# Περιορισμός του εμπορίου & νομοθεσία περί ανταγωνισμού

- Σχεδιασμένο για να αποθαρρύνεται η συνεργασία

## Αντιφάσεις στην πολιτική ανταγωνισμού

- Καθορισμός τιμών μεταπώλησης
  - Μια επιχείρηση μπορεί να επιθυμεί να προστατεύσει την εικόνα της όπου μια υψηλή τιμή αποτελεί μέρος της στρατηγικού της μάρκετινγκ
- Αρπακτική τιμολόγηση
  - Ποίο το όριο μεταξύ της αρπακτικής και ανταγωνιστικής τιμολόγησης;
- Αλληλένδετη πώληση προϊόντων
  - Ένας πελάτης υποχρεούται να αγοράσει κάτι που δεν θέλει ως προϋπόθεση για να αγοράσει αυτό που θέλει

# Τέλος 13<sup>ου</sup> κεφαλαίου

