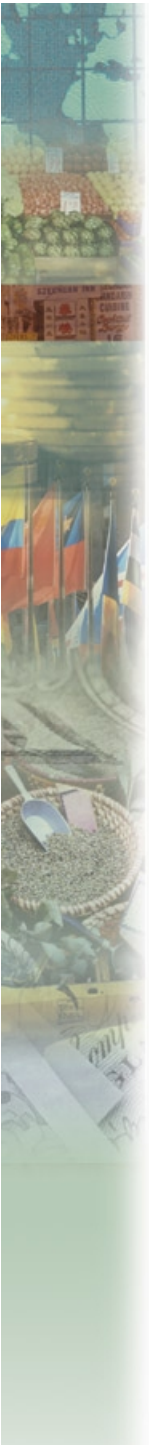
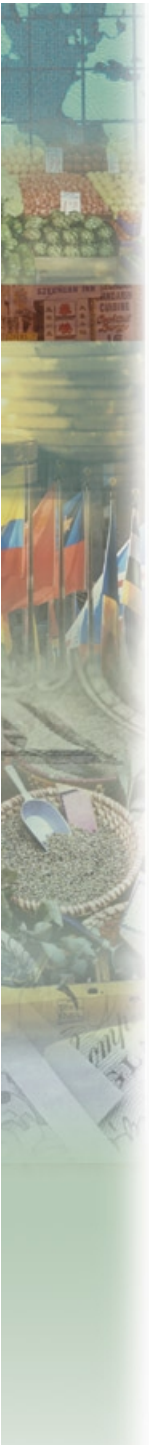


Οικονομίες κλίμακας, ατελής ανταγωνισμός και διεθνές εμπόριο



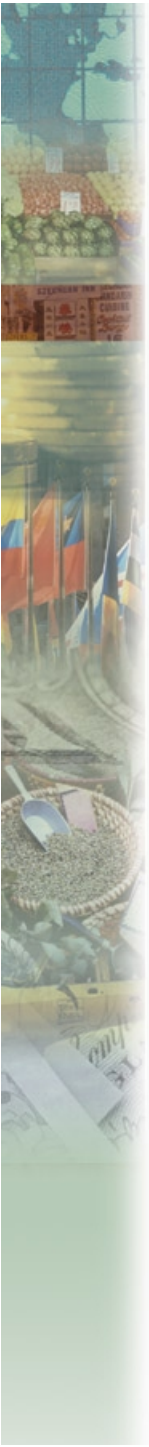
Επισκόπηση

- Τύποι οικονομιών κλίμακας
- Τύποι ατελούς ανταγωνισμού
 - ♦ Ολιγοπώλιο και μονοπώλιο
 - ♦ Μονοπωλιακός ανταγωνισμός
- Μονοπωλιακός ανταγωνισμός και εμπόριο
- Ενδο-κλαδικό και δια-κλαδικό εμπόριο
- Ντάμπιγκ
- Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας και εμπόριο



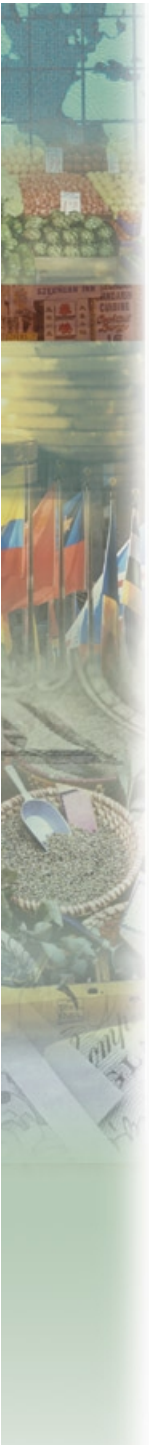
Εισαγωγή

- Ορίζοντας το συγκριτικό πλεονέκτημα τόσο στο Ρικαρδιανό όσο και στο υπόδειγμα Heckscher-Ohlin υποθέσαμε **σταθερές οικονομίες κλίμακας**:
 - ♦ Εάν όλοι οι συντελεστές της παραγωγής διπλασιασθούν το προϊόν θα διπλασιασθεί.
- Αλλά μία επιχείρηση ή ένας κλάδος μπορεί να έχουν **αύξουσες αποδόσεις κλίμακας ή οικονομίες κλίμακας**:
 - ♦ Εάν όλοι οι συντελεστές της παραγωγής διπλασιασθούν, το προϊόν υπερ-διπλασιάζεται.
 - ♦ Το μεγαλύτερο μέγεθος είναι πιο αποτελεσματικό: το κόστος ανά μονάδα προϊόντος μειώνεται καθώς μία επιχείρηση ή κλάδος αυξάνουν το προϊόν τους.



Εισαγωγή (συνέχεια)

- Το Ρικαρδιανό υπόδειγμα όπως και το υπόδειγμα Heckscher-Ohlin επίσης βασίζονται στον ανταγωνισμό για να προβλέψουν ότι όλο το εισόδημα από την παραγωγή αποδίδεται στους ιδιοκτήτες των συντελεστών της παραγωγής: δεν υπάρχει περίσσια κερδών ή μονοπωλιακά κέρδη.
- Αλλά, όταν υπάρχουν οικονομίες κλίμακας, οι μεγάλες επιχειρήσεις μπορεί να είναι πιο αποτελεσματικές από τις μικρές, και ο κλάδος μπορεί να αποτελείται από ένα μονοπώλιο ή μερικές μεγάλες επιχειρήσεις.
 - ♦ Η παραγωγή μπορεί να είναι ατελώς ανταγωνιστική με την έννοια ότι περίσσια ή μονοπωλιακά κέρδη καρπώνονται από τις μεγάλες επιχειρήσεις.



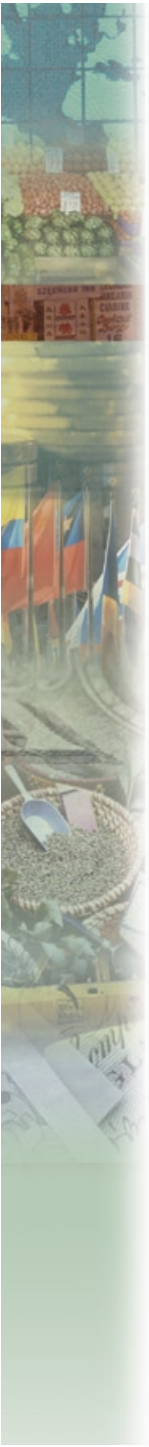
Τύποι οικονομιών κλίμακας

- Οικονομίες κλίμακας σημαίνει ότι είτε οι μεγάλες επιχειρήσεις ή ένας μεγάλος κλάδος είναι πιο αποτελεσματικός.
- **Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας** έχουμε όταν το κόστος ανά μονάδα προϊόντος εξαρτάται από το μέγεθος του κλάδου.
- **Εσωτερικές οικονομίες κλίμακας** έχουμε όταν το κόστος ανά μονάδα προϊόντος εξαρτάται από το μέγεθος της επιχείρησης.



Τύποι οικονομιών κλίμακας (συνέχεια)

- Εξωτερικές οικονομίες μπορεί να προκύπτουν όταν ένας μεγάλος κλάδος κάνει δυνατή την παροχή πιο αποτελεσματικών υπηρεσιών ή μηχανημάτων στις επιχειρήσεις του κλάδου.
 - ♦ Πολλές μικρές επιχειρήσεις που είναι ανταγωνιστικές μπορεί να κάνουν ένα μεγάλο σε μέγεθος κλάδο και να ωφελοούνται από υπηρεσίες ή μηχανήματα που προσφέρονται πιο αποτελεσματικά σε ένα μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων.
- Εσωτερικές οικονομίες κλίμακας μπορεί να προκύψουν όταν μεγάλες επιχειρήσεις έχουν ένα πλεονέκτημα κόστους απέναντι στις μικρές το οποίο πλεονέκτημα τις οδηγεί σε μία ατελώς ανταγωνιστή διάρθρωση της αγοράς.



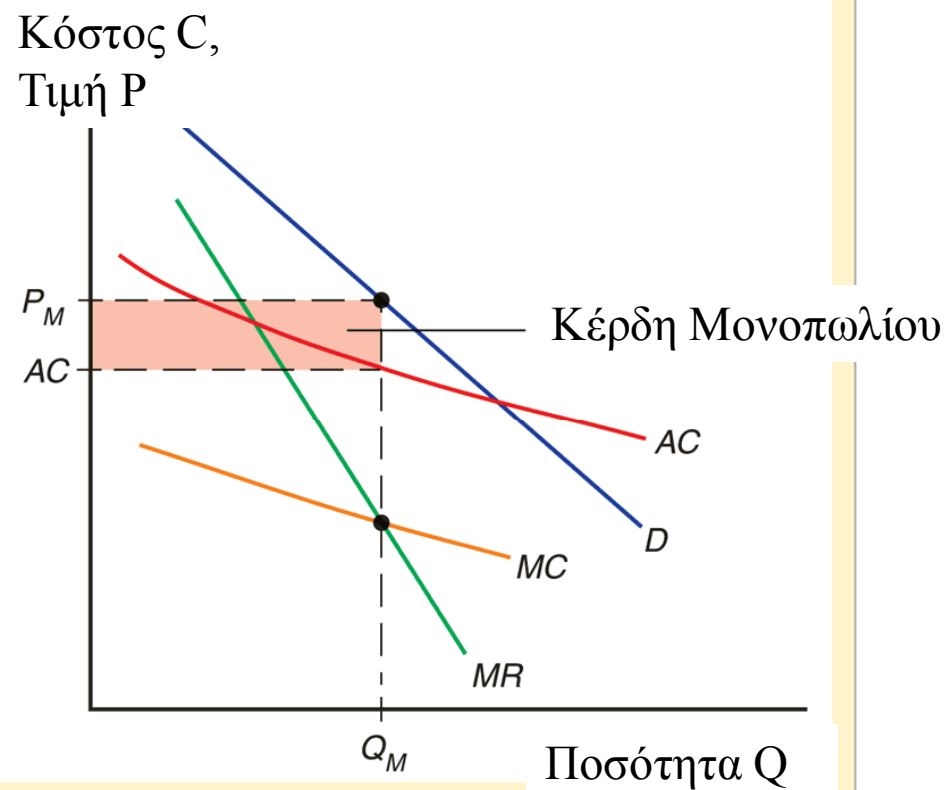
Επισκόπηση του Μονοπωλίου

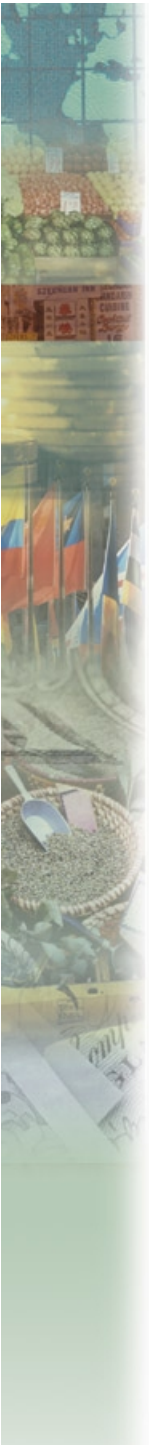
- **Μονοπώλιο** είναι μία οικονομική δραστηριότητα (ένας κλάδος) με μία μόνο επιχείρηση.
- **Ολιγοπώλιο** είναι μία οικονομική δραστηριότητα (ένας κλάδος) με λίγες μόνο επιχειρήσεις.
- Το κύριο χαρακτηριστικό του μονοπωλίου (και σε κάποιο βαθμό του ολιγοπωλίου) είναι ότι το οριακό έσοδο από την πώληση μίας επιπλέον μονάδας προϊόντος είναι χαμηλότερο από την τιμή του προϊόντος.
 - ♦ Χωρίς διάκριση στις τιμές (price discrimination) το μονοπώλιο πρέπει να μειώσει την τιμή της επιπλέον μονάδας που πωλείται, καθώς και τις τιμές των άλλων μονάδων.
 - ♦ Η καμπύλη οριακού εσόδου βρίσκεται κάτω από τη καμπύλη ζήτησης (η οποία προσδιορίζει την τιμή των μονάδων προϊόντος που πωλούνται).

Επισκόπηση του Μονοπωλίου (συνέχεια)

Σχήμα 6-1

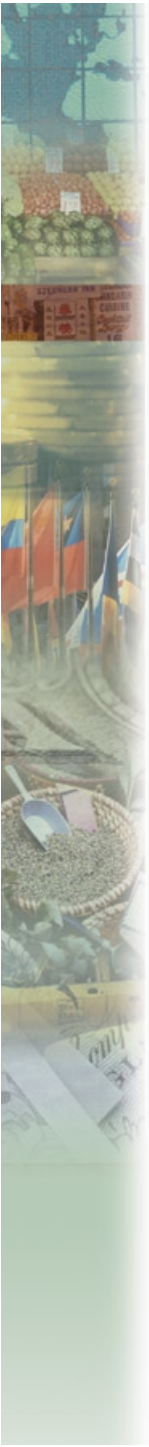
Μονοπωλιακή
συμπεριφορά





Επισκόπηση του Μονοπωλίου (συνέχεια)

- **Μέσο κόστος** είναι το συνολικό κόστος της παραγωγής δια το συνολικό προϊόν που παράγεται σε μία δεδομένη στιγμή
 - ♦ $AC = C/Q$
- **Οριακό κόστος** είναι το κόστος παραγωγής μιας επιπλέον μονάδας προϊόντος



Επισκόπηση του Μονοπωλίου (συνέχεια)

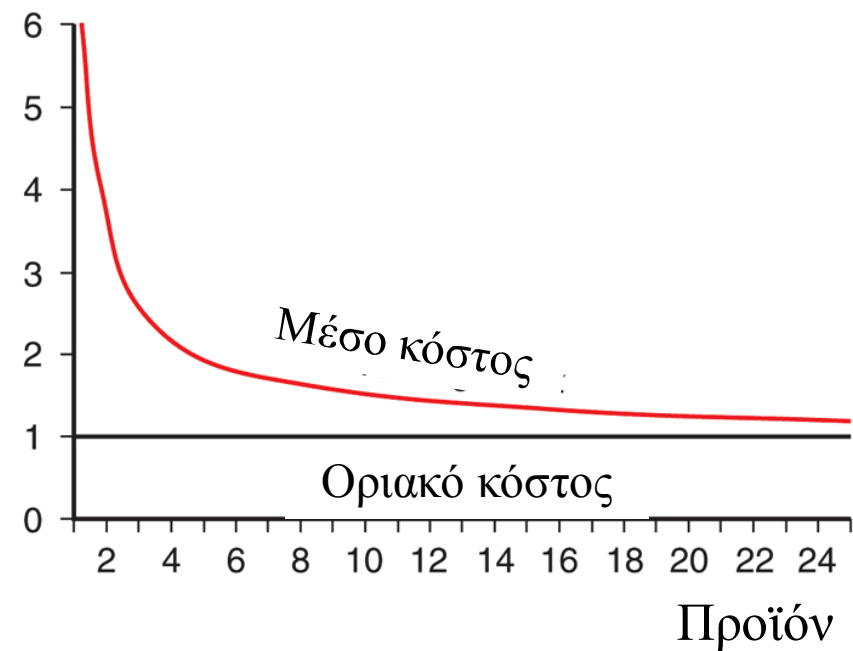
- Το κόστος μετράται σαν $C = F + cQ$,
 - ♦ Όπου F είναι το σταθερό κόστος, ανεξάρτητο από το επίπεδο της παραγωγής.
 - ♦ c είναι ένα σταθερό οριακό κόστος: το σταθερό κόστος παραγωγής μιας επιπλέον μονάδας προϊόντος Q .
- Άρα το μέσο κόστος είναι $AC = F/Q + c$
- Μια μεγαλύτερη επιχείρηση είναι πιο αποτελεσματική επειδή το μέσο κόστος μειώνεται όσο αυξάνει η εκροή Q : εσωτερικές οικονομίες κλίμακας.

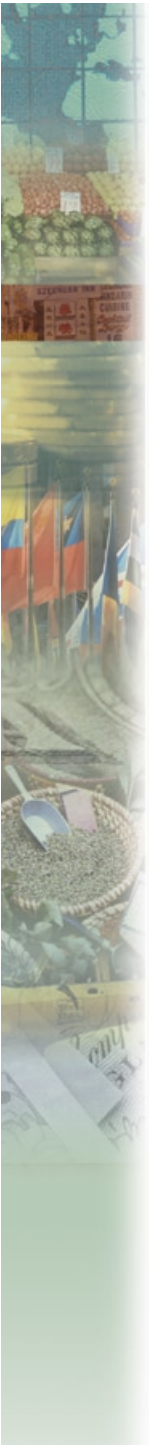
Επισκόπηση του Μονοπωλίου (συνέχεια)

Σχήμα 6-2

Μέσο και οριακό
κόστος

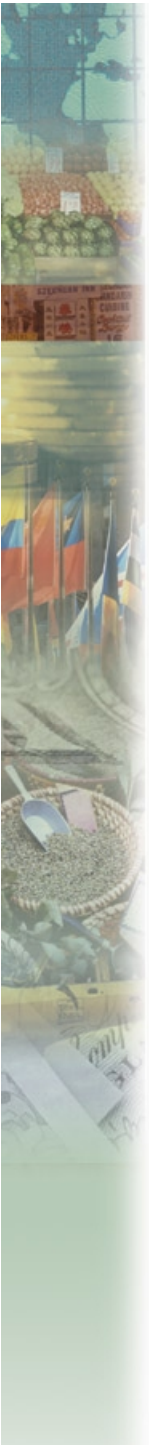
Κόστος ανά μονάδα





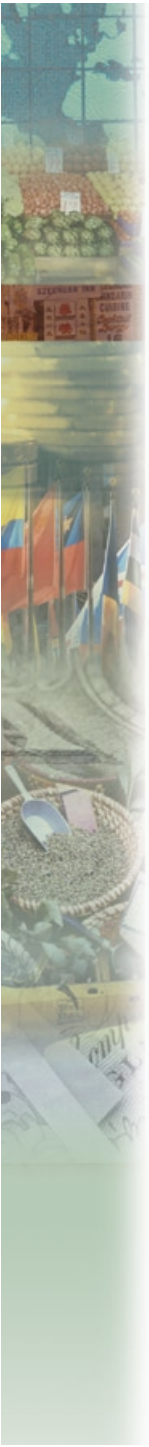
Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός

- **Μονοπωλιακός ανταγωνισμός** είναι το υπόδειγμα για ένα ατελώς ανταγωνιστικό κλάδο που υποθέτει ότι:
 1. Κάθε επιχείρηση μπορεί να διαφοροποιήσει το προϊόν της από τους ανταγωνιστές της
 2. Κάθε επιχείρηση αγνοεί την επίπτωση που θα έχουν στις τιμές των προϊόντων των ανταγωνιστών της οι αλλαγές στις τιμές των δικών της προϊόντων: συνεπώς, αν και κάθε επιχείρηση ουσιαστικά αντιμετωπίζει ανταγωνισμό, συμπεριφέρεται σαν να ήταν μονοπώλιο.



Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός (συνέχεια)

- Μία επιχείρηση σε μία μονοπωλιακή ανταγωνιστική αγορά προβλέπεται ότι:
 - ♦ Θα πουλά περισσότερο όσο αυξάνονται οι πωλήσεις του κλάδου και όσο αυξάνονται οι τιμές που χρεώνουν οι ανταγωνιστές της
 - ♦ Θα πουλά λιγότερο όσο αυξάνεται ο αριθμός των επιχειρήσεων του κλάδου το και όσο αυξάνεται η τιμή των προϊόντων της.
- Αυτά διατυπώνονται από τη μαθηματική σχέση:



Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός (συνέχεια)

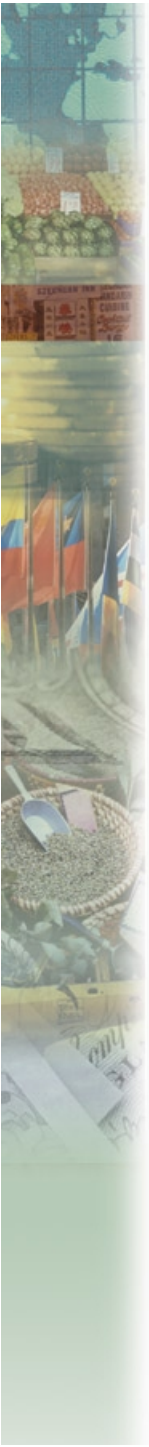
$$Q = S[1/n - b(P - \bar{P})]$$

- ♦ Q οι πωλήσεις της επιχείρησης
- ♦ S οι πωλήσεις του κλάδου
- ♦ n ο αριθμός των επιχειρήσεων στο κλάδο
- ♦ b μία σταθερά που αναπαριστά την απόκριση των πωλήσεων της επιχείρησης στη τιμή των προϊόντων της
- ♦ P η τιμή των προϊόντων της επιχείρησης
- ♦ $\bar{P}$ η μέση τιμή των προϊόντων των ανταγωνιστών της



Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός (συνέχεια)

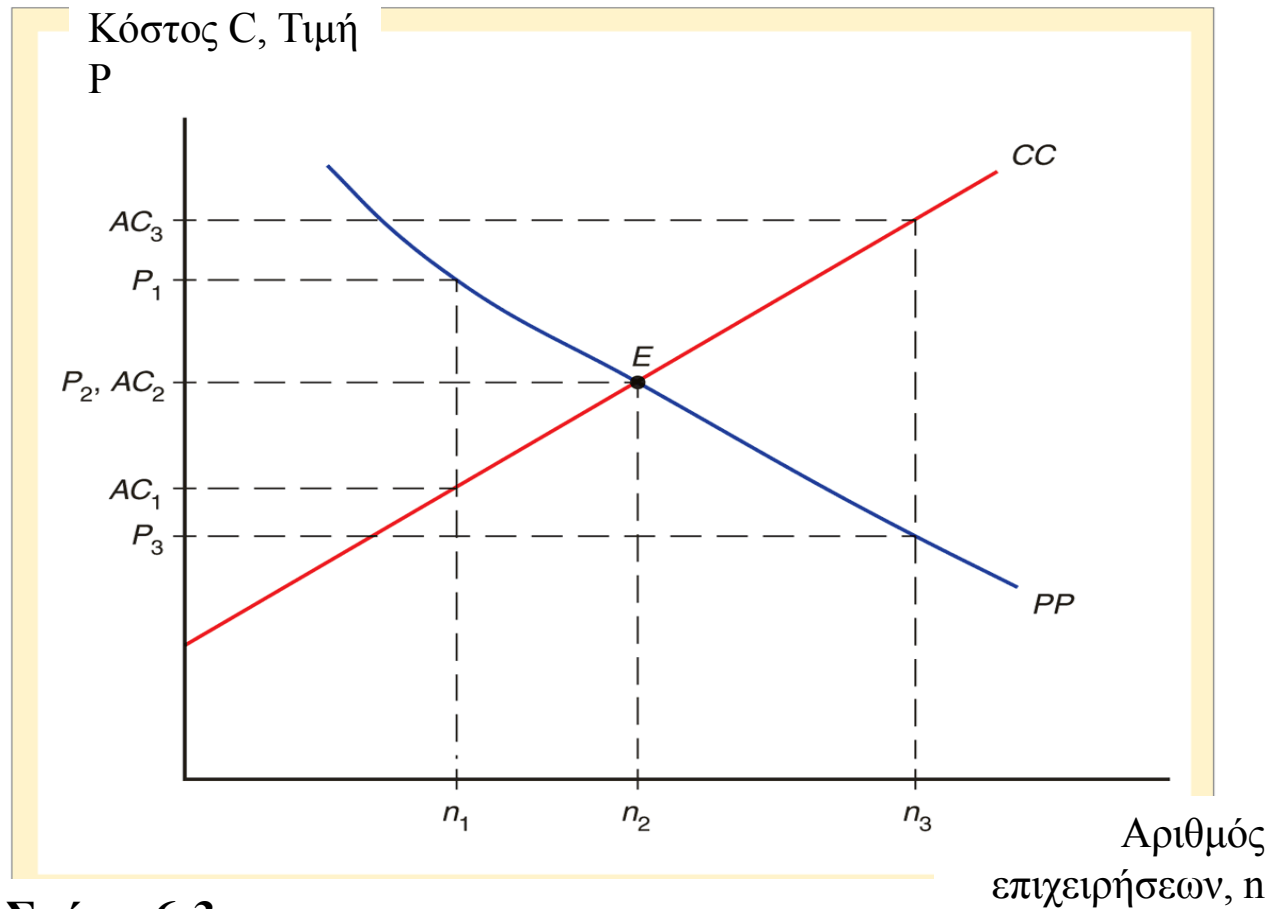
- Για να κάνουμε το υπόδειγμα εύκολα κατανοητό, υποθέτουμε ότι όλες οι επιχειρήσεις έχουν τις ίδιες (ταυτόσημες) συναρτήσεις ζήτησης και κόστους.
 - ♦ Έτσι σε ισορροπία, όλες οι επιχειρήσεις χρεώνουν την ίδια τιμή: $P = \bar{P}$
- Σε ισορροπία,
 - ♦ $Q = S/n + 0$
 - ♦ $AC = C/Q = F/Q + c = F(n/S) + c$



Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός (συνέχεια)

$$AC = F(n/S) + c$$

- Όσο αυξάνεται ο αριθμός των επιχειρήσεων στο κλάδο (n), αυξάνεται το μέσο κόστος για κάθε επιχείρηση διότι κάθε επιχείρηση παράγει λιγότερο.
- Όσο αυξάνονται οι συνολικές πωλήσεις (S) ενός κλάδου, μειώνεται το μέσο κόστος για κάθε επιχείρηση επειδή παράγει περισσότερο.



Σχήμα 6-3

Ισορροπία σε μια μονοπωλιακά ανταγωνιστική αγορά

PP αναπαριστά τη σχέση τιμής και αριθμού επιχειρήσεων

CC αναπαριστά τη σχέση μέσου κόστους παραγωγής και του αριθμού των επιχειρήσεων (πωλήσεις σταθερές)

E το σημείο ισορροπίας (αριστερά = είσοδος επιχειρήσεων, δεξιά = έξοδος επιχειρήσεων)



Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός (συνέχεια)

- Εάν οι επιχειρήσεις στη μονοπωλιακά ανταγωνιστή αγορά αντιμετωπίζουν γραμμικές καμπύλες ζήτησης,
 - ♦ Τότε η σχέση μεταξύ τιμής και ποσότητας μπορεί να γραφούς ως:

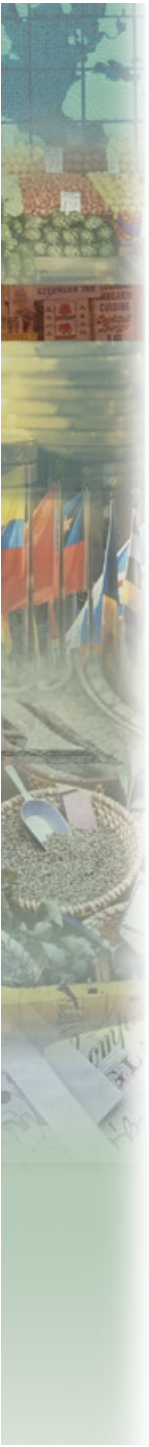
$$Q = A - B \times P$$

- ♦ Όπου A και B είναι σταθερές
- ♦ Το οριακό έσοδο είναι:

$$MR = P - Q/B$$

- Όταν οι επιχειρήσεις μεγιστοποιούν τα έσοδα καθορίζουν οριακό έσοδο ίσο με το οριακό κόστος:

$$MR = P - Q/B = c$$



Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός (συνέχεια)

$$Q = S[1/n - b(P - \bar{P})]$$

$$Q = S/n - Sb(P - \bar{P})$$

$$Q = S/n + Sb\bar{P} - SbP$$

$$Q = A - BxP$$

- $A \equiv S/n + Sb\bar{P}$ και $B \equiv Sb$



Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός (συνέχεια)

$$MR = P - Q/B = c$$

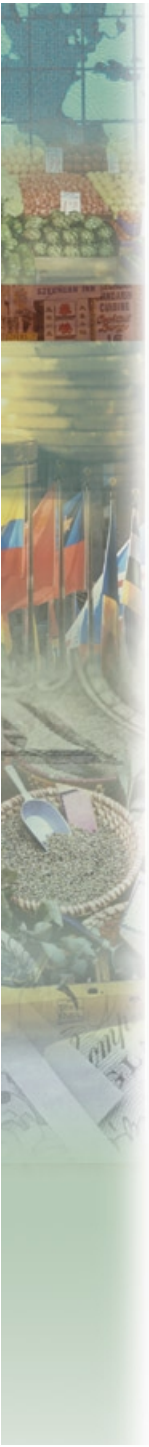
$$MR = P - Q/Sb = c$$

$$P = c + Q/Sb$$

$$P = c + (S/n)/Sb$$

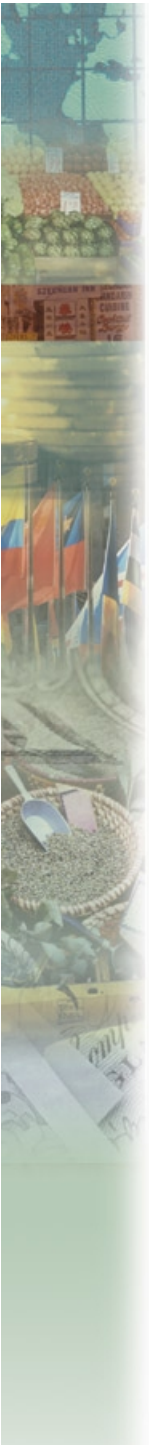
$$P = c + 1/(nxb)$$

- Όσο αυξάνεται ο αριθμός των επιχειρήσεων (n) σε ένα κλάδο, τόσο μειώνεται η τιμή που χρεώνει κάθε επιχείρηση για τα προϊόντα της εξαιτίας του ανταγωνισμού.



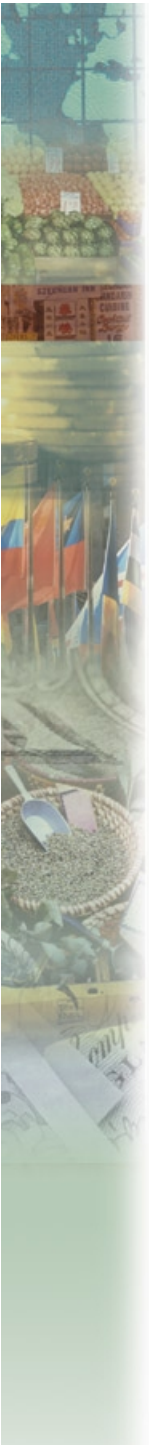
Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός (συνέχεια)

- Για κάποιο αριθμό επιχειρήσεων (n), η τιμή που χρεώνουν οι επιχειρήσεις (που μειώνεται όσο αυξάνεται το n) ισούται με το μέσο κόστος παραγωγής (που αυξάνεται με το n).
- Αυτός ο αριθμός επιχειρήσεων είναι ο αριθμός στον οποίο κάθε επιχείρηση έχει μηδενικά έσοδα: η τιμή ισούται με το μέσο κόστος.
- Αυτός είναι ο αριθμός επιχειρήσεων στην ισορροπία.



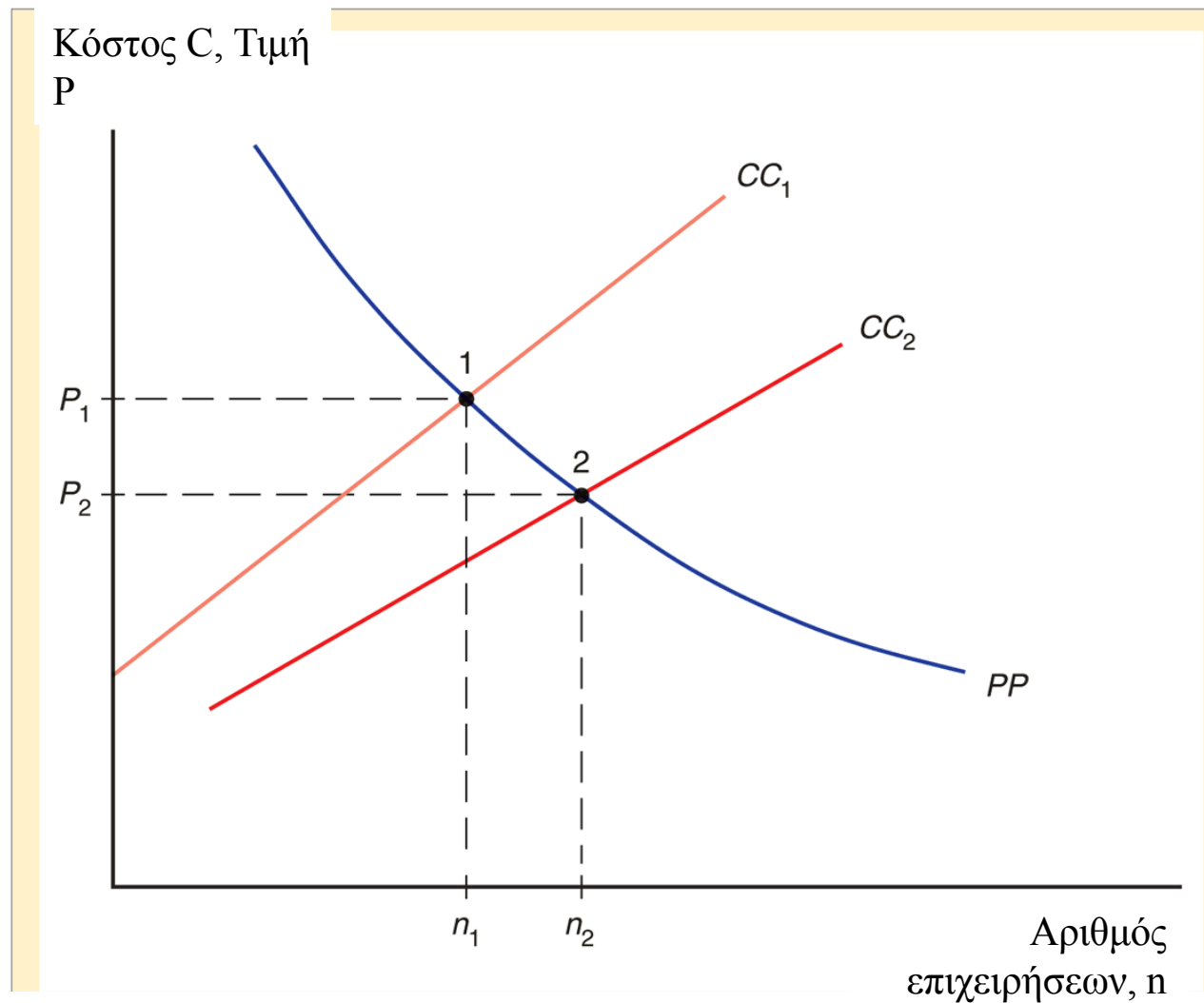
Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός (συνέχεια)

- Εάν ο αριθμός των επιχειρήσεων είναι μεγαλύτερος ή μικρότερος από n_2 (σχήμα 6-3, διαφάνεια 6-17) τότε ο κλάδος δεν είναι σε ισορροπία διότι οι επιχειρήσεις έχουν κίνητρο να εισέλθουν ή να εξέλθουν.
 - ♦ Οι επιχειρήσεις έχουν κίνητρο εισόδου όταν τα κέρδη είναι μεγαλύτερα από μηδέν (τιμή μεγαλύτερη από μέσο κόστος).
 - ♦ Οι επιχειρήσεις έχουν κίνητρο εξόδου όταν τα κέρδη είναι μικρότερα από μηδέν (τιμή μικρότερη από το μέσο κόστος).



Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός και εμπόριο

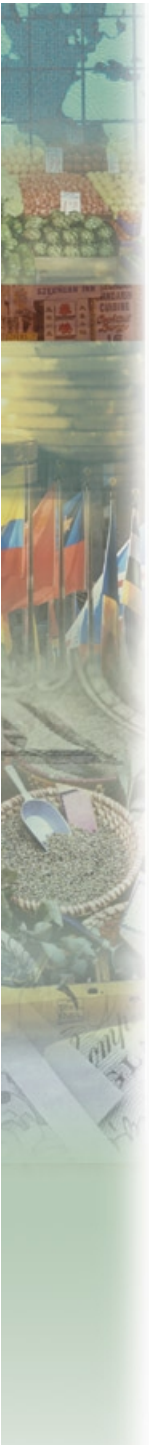
- Επειδή το εμπόριο αυξάνει το μέγεθος της αγοράς, το εμπόριο προβλέπεται να μειώνει το μέσο κόστος σε μία μονοπωλιακά ανταγωνιστική αγορά.
 - ♦ Οι πωλήσεις ενός κλάδου αυξάνουν με το εμπόριο και οδηγούν σε μικρότερο μέσο κόστος: $AC = F(n/S) + c$
- Επειδή το εμπόριο αυξάνει την ποικιλία των αγαθών που μπορούν να αγοράσουν οι καταναλωτές σε μονοπωλιακά ανταγωνιστικές αγορές, αυξάνει την ευημερία των καταναλωτών.
 - ♦ Επειδή το μέσο κόστος μειώνεται, οι καταναλωτές ωφελούνται από μικρότερες τιμές.



Σχήμα 6-4

Αποτελέσματα μιας ευρύτερης αγοράς

Η αύξηση της αγοράς μετατοπίζει τη καμπύλη της σχέσης μέσου κόστους και αριθμού επιχειρήσεων (CC) προς τα κάτω από τη CC_1 στη CC_2 . Αυξάνονται οι επιχειρήσεις (ποικιλία αγαθών) από n_1 σε n_2 και μειώνεται η τιμή από P_1 σε P_2 .

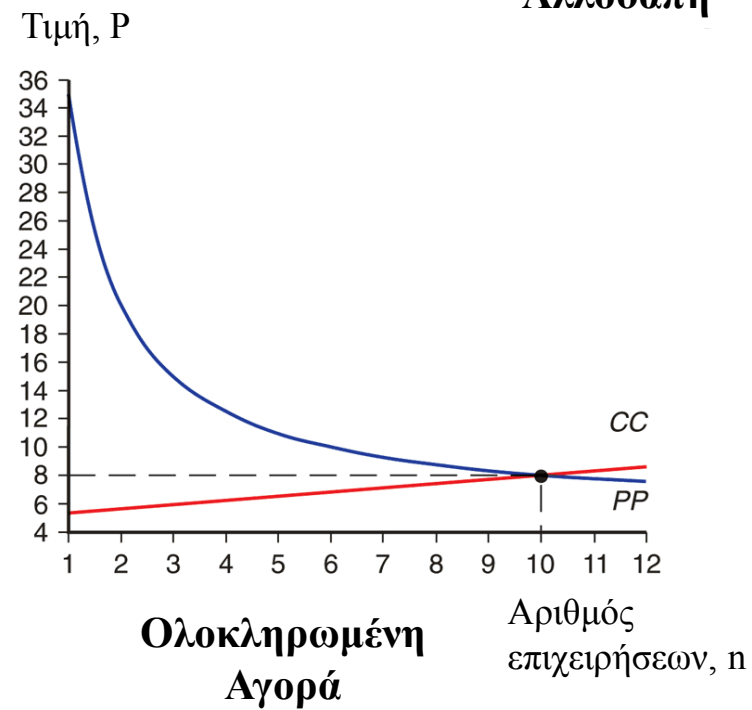
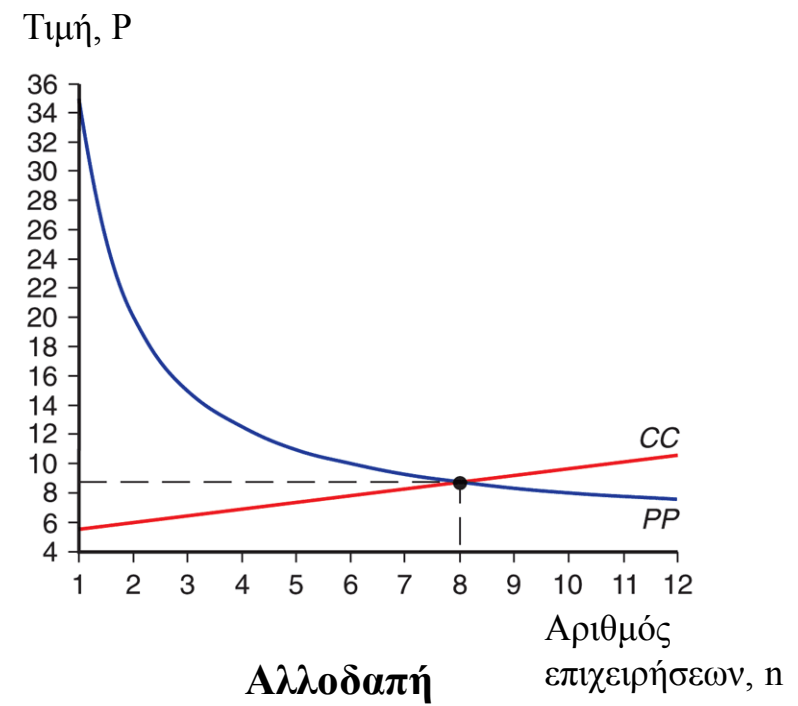
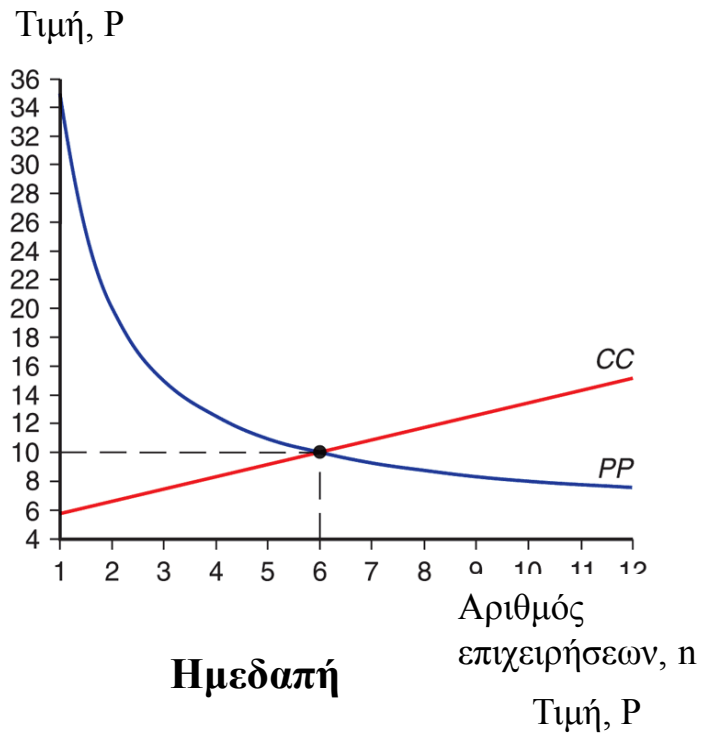


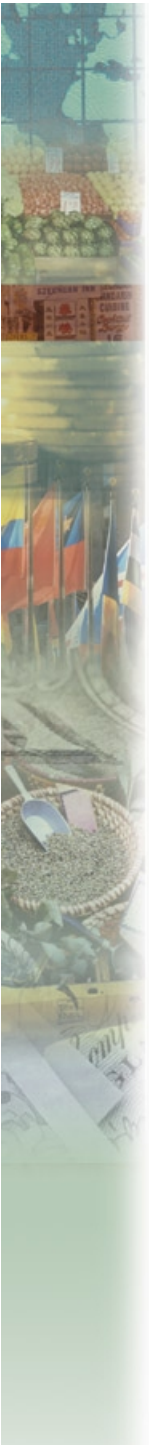
Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός και εμπόριο (συνέχεια)

- Λόγω εμπορίου, ο αριθμός των επιχειρήσεων σε μια νέα διεθνή αγορά του κλάδου προβλέπεται να αυξηθεί σχετικά με κάθε εθνική αγορά.
 - ♦ Είναι όμως ασαφές εάν οι επιχειρήσεις θα εγκατασταθούν στην ημεδαπή ή στις ξένες χώρες.

Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός και εμπόριο (συνέχεια)

Υποθετικό παράδειγμα του οφέλους από το εμπόριο σε ένα κλάδο με μονοπωλιακό ανταγωνισμό			
	Ημεδαπή πριν το εμπόριο	Αλλοδαπή πριν το εμπόριο	Διεθνής αγορά μετά το εμπόριο
Πωλήσεις κλάδου	900.000	1.600.000	2.500.000
Αριθμός επιχειρήσεων	6	8	10
Πωλήσεις ανά επιχείρηση	150.000	200.000	250.000
Μέσο κόστος	10.000	8.750	8.000
Τιμή	10.000	8.750	8.000





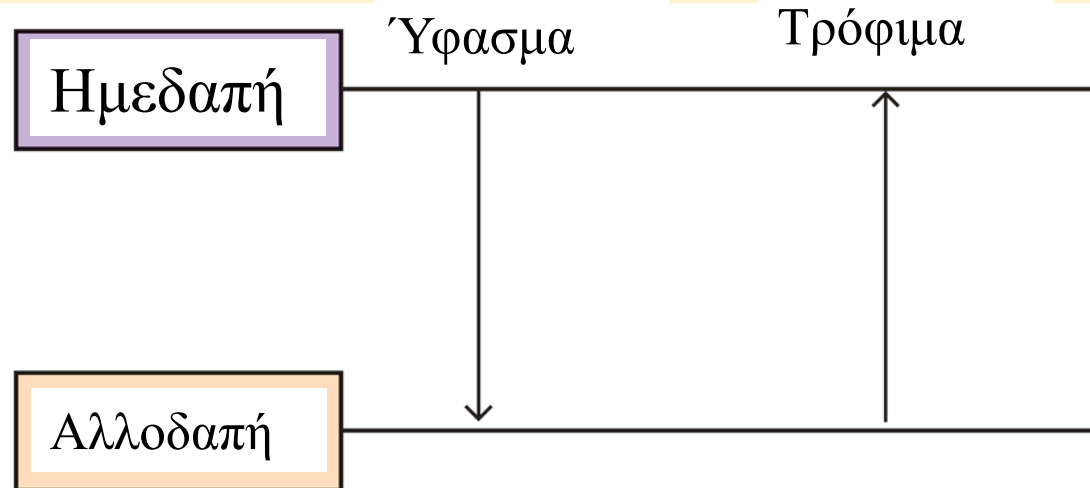
Δια-κλαδικό εμπόριο

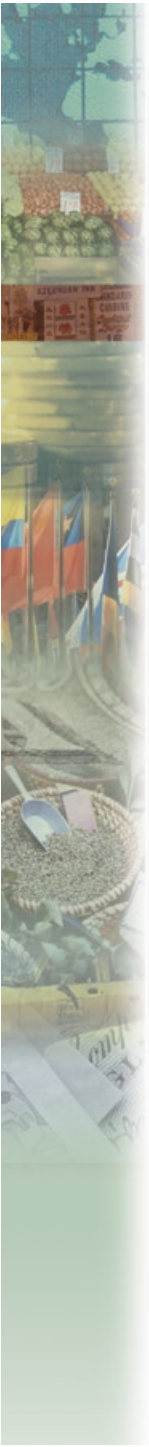
- Με βάση το υπόδειγμα Heckscher-Ohlin ή το Ριακρδιανό υπόδειγμα, οι χώρες εξειδικεύονται στην παραγωγή.
 - ♦ Το εμπόριο συμβαίνει μόνο μεταξύ κλάδων: **δια-κλαδικό εμπόριο**
- Σε ένα υπόδειγμα Heckscher-Ohlin υποθέστε ότι:
 - ♦ Η ημεδαπή οικονομία με αφθονία κεφαλαίου εξειδικεύεται στην παραγωγή ενός υφάσματος εντατικού σε κεφάλαιο, το οποίο εισάγεται από την αλλοδαπή.
 - ♦ Η αλλοδαπή οικονομία με αφθονία εργασίας εξειδικεύεται στην παραγωγή τροφίμων εντατικών σε εργασία τα οποία εισάγονται από την ημεδαπή.

Δια-κλαδικό εμπόριο (συνέχεια)

Σχήμα 6-6

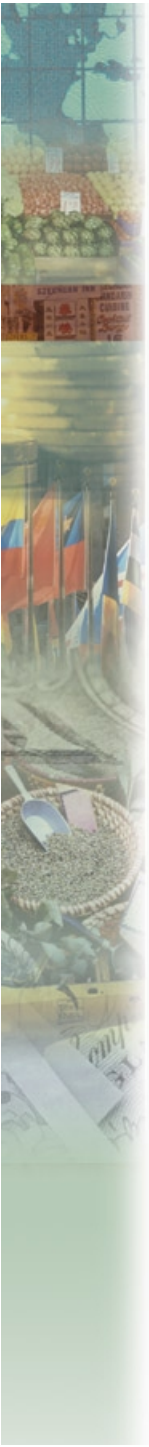
**Διεθνές
εμπόριο
χωρίς
αυξανόμενες
αποδόσεις**





Ενδο-κλαδικό εμπόριο

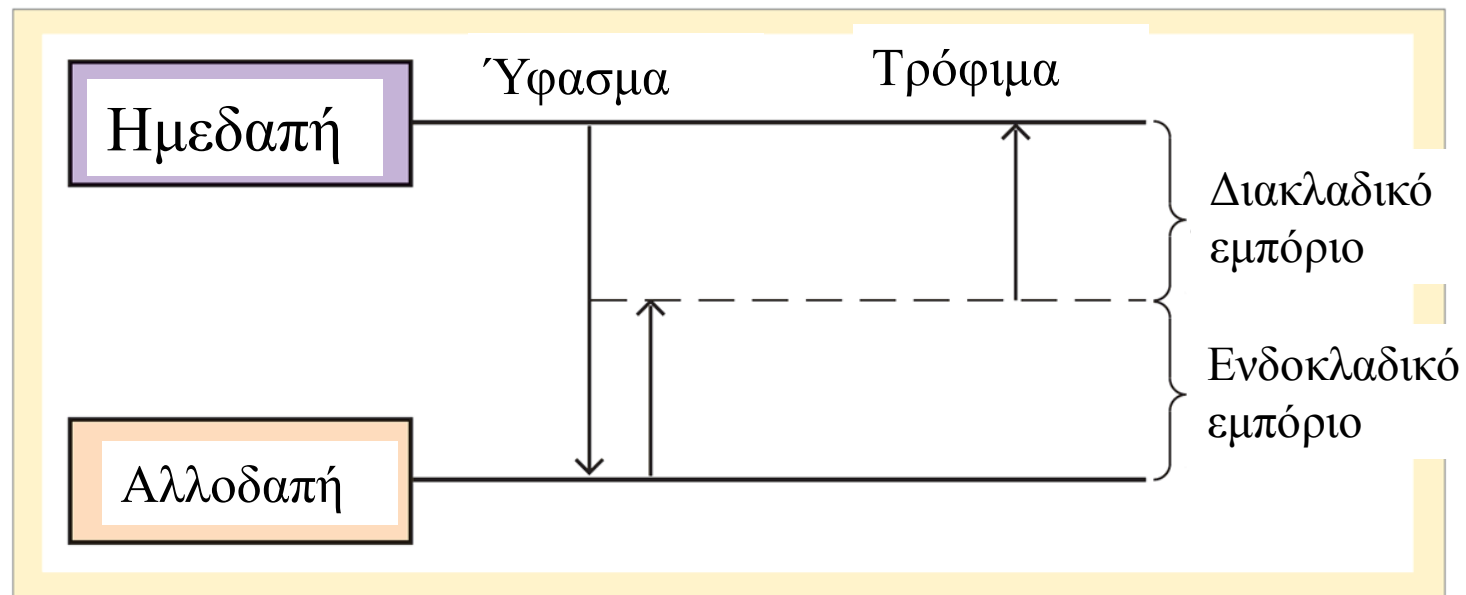
- Υποθέστε ότι ο διεθνής κλάδος υφάσματος περιγράφεται από ένα υπόδειγμα μονοπωλιακού ανταγωνισμού.
- Λόγω της διαφοροποίησης των προϊόντων, υποθέστε ότι κάθε χώρα παράγει διαφορετικό τύπο υφάσματος.
- Λόγω οικονομιών κλίμακας, οι μεγάλοι μεγέθους αγορές είναι επιθυμητές: η αλλοδαπή εξάγει κάποιο ύφασμα αλλά και η ημεδαπή εξάγει ύφασμα.
 - ♦ Το εμπόριο συμβαίνει μέσα στο κλάδο υφάσματος:
ενδο-κλαδικό εμπόριο



Ενδο-κλαδικό εμπόριο (συνέχεια)

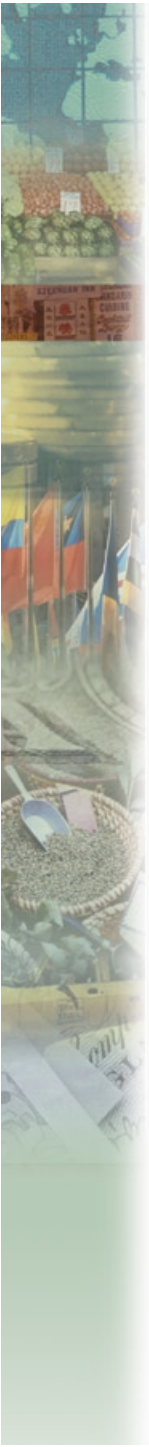
- Εάν η ημεδαπή έχει κεφάλαιο σε αφθονία, έχει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα στην παραγωγή υφάσματος.
 - ♦ Θα πρέπει συνεπώς να εξαγει περισσότερο ύφασμα από όσο εισάγει.
- Υποθέστε ότι το εμπόριο στο κλάδο τροφίμων συνεχίζει να προσδιορίζεται από το συγκριτικό πλεονέκτημα.

Ενδο-κλαδικό εμπόριο (συνέχεια)



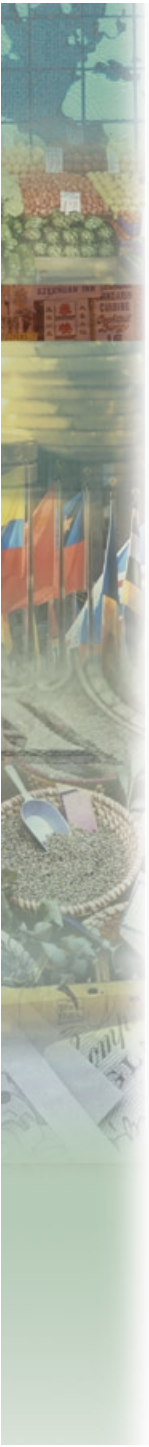
Σχήμα 6-7

Διεθνές εμπόριο με αυξανόμενες αποδόσεις και μονοπωλιακό ανταγωνισμό.



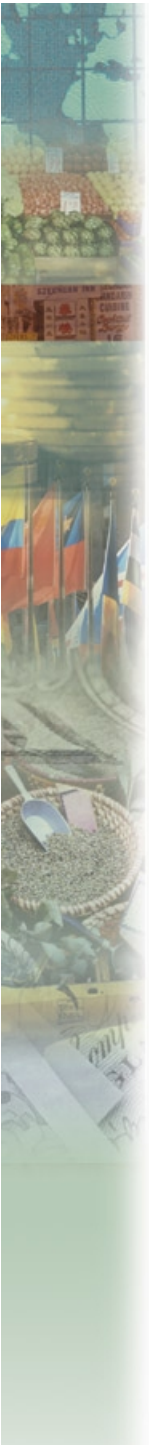
Δια- και Ενδο-κλαδικό εμπόριο

1. Τα οφέλη από το δια-κλαδικό εμπόριο αντανακλούν συγκριτικό πλεονέκτημα.
2. Τα οφέλη από το δια-κλαδικό εμπόριο αντανακλούν οικονομίες κλίμακας (μικρότερο μέσο κόστος) και ευρύτερες καταναλωτικές επιλογές.
3. Το υπόδειγμα του μονοπωλιακού ανταγωνισμού δεν προβλέπει σε ποια χώρα θα εγκατασταθούν οι επιχειρήσεις. Όμως το συγκριτικό πλεονέκτημα στην παραγωγή ενός διαφοροποιημένου προϊόντος πιθανώς να κάνει μία χώρα να εξαγάγει περισσότερο από αυτό το αγαθό από όσο εισάγει.



Δια- και Ενδο-κλαδικό εμπόριο (συνέχεια)

4. Η σχετική σημασία του δια-κλαδικού εμπορίου εξαρτάται από το πόσο όμοιες είναι οι χώρες.
 - ♦ Χώρες με παρόμοιες σχετικές ποσότητες συντελεστών της παραγωγής προβλέπεται να έχουν ενδο-κλαδικό εμπόριο.
 - ♦ Χώρες με διαφορετικές σχετικές ποσότητες συντελεστών της παραγωγής προβλέπεται να έχουν δια-κλαδικό εμπόριο.
5. Σε αντίθεση με το δια-κλαδικό εμπόριο του υποδείγματος Heckscher-Ohlin, σε αυτό το υπόδειγμα δεν προβλέπονται επιπτώσεις διανομής εισοδήματος.



Δια- και Ενδο-κλαδικό εμπόριο (συνέχεια)

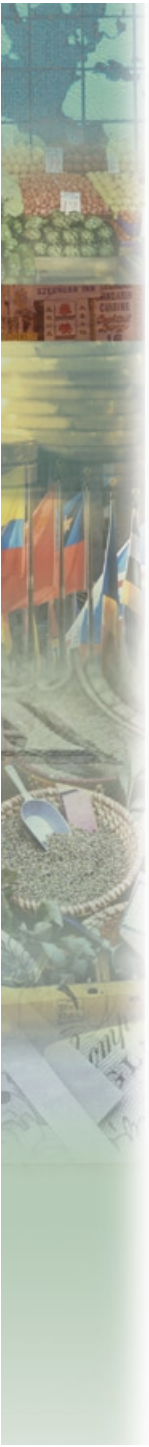
- Περίπου 25% του διεθνούς εμπορίου είναι ενδο-κλαδικό με βάση τη βιομηχανική κατηγοριοποίηση.
 - ♦ Αλλά σε κάποιους κλάδους υπάρχει περισσότερο ενδο-κλαδικό εμπόριο από άλλους: οι κλάδοι που απαιτούν σχετικά μεγάλες ποσότητες ειδικευμένης εργασίας, τεχνολογίας και φυσικού κεφαλαίου επιδεικνύουν περισσότερο ενδο-κλαδικό εμπόριο στις ΗΠΑ.
 - ♦ Χώρες με παρόμοιες σχετικές ποσότητες ειδικευμένης εργασίας, τεχνολογίας και φυσικού κεφαλαίου εμπλέκονται σε μεγάλες ποσότητες ενδο-κλαδικού εμπορίου με τις ΗΠΑ.

Δια- και Ενδο-κλαδικό εμπόριο (συνέχεια)

Πίνακας 6-3. Ενδοκλαδικό εμπόριο στις ΗΠΑ, 1993

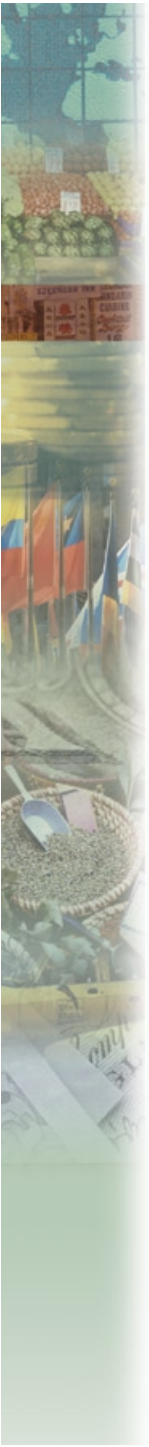
Ανόργανα χημικά	0,99
Μηχανές παραγωγής ενέργειας	0,97
Ηλεκτρικές μηχανές	0,96
Οργανικά χημικά	0,91
Φάρμακα	0,86
Τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός	0,69
Οχήματα	0,65
Ενδύματα-ρουχισμός	0,27
Υποδήματα	0,00

Στο δείκτη, το 1 σημαίνει ότι όλο το εμπόριο είναι ενδο-κλαδικό και το 0 ότι είναι δια-κλαδικό.



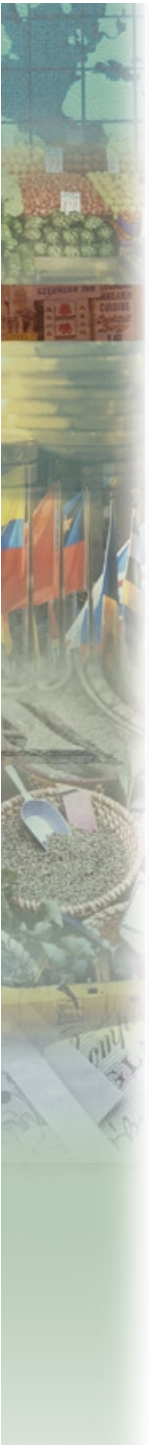
Ντάμπινγκ

- **Το Ντάμπινγκ** είναι η πρακτική με την οποία χρεώνονται χαμηλότερες τιμές στις εξαγωγές από τα αγαθά που πωλούνται στην εσωτερική αγορά.
- Το ντάμπινγκ είναι παράδειγμα διάκρισης τιμών: η πρακτική να χρεώνονται διαφορετικοί πελάτες διαφορετικές τιμές.
- Διάκριση τιμών και ντάμπινγκ μπορεί να εμφανιστούν μόνο εάν:
 - ♦ Υπάρχει ατελής ανταγωνισμός: οι επιχειρήσεις έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν τις αγοραίες τιμές.
 - ♦ Όταν οι αγορές είναι κατακερματισμένες (απομονωμένες) και τα αγαθά δεν μπορούν να αγορασθούν σε μία αγορά και να πωληθούν σε μια άλλη.



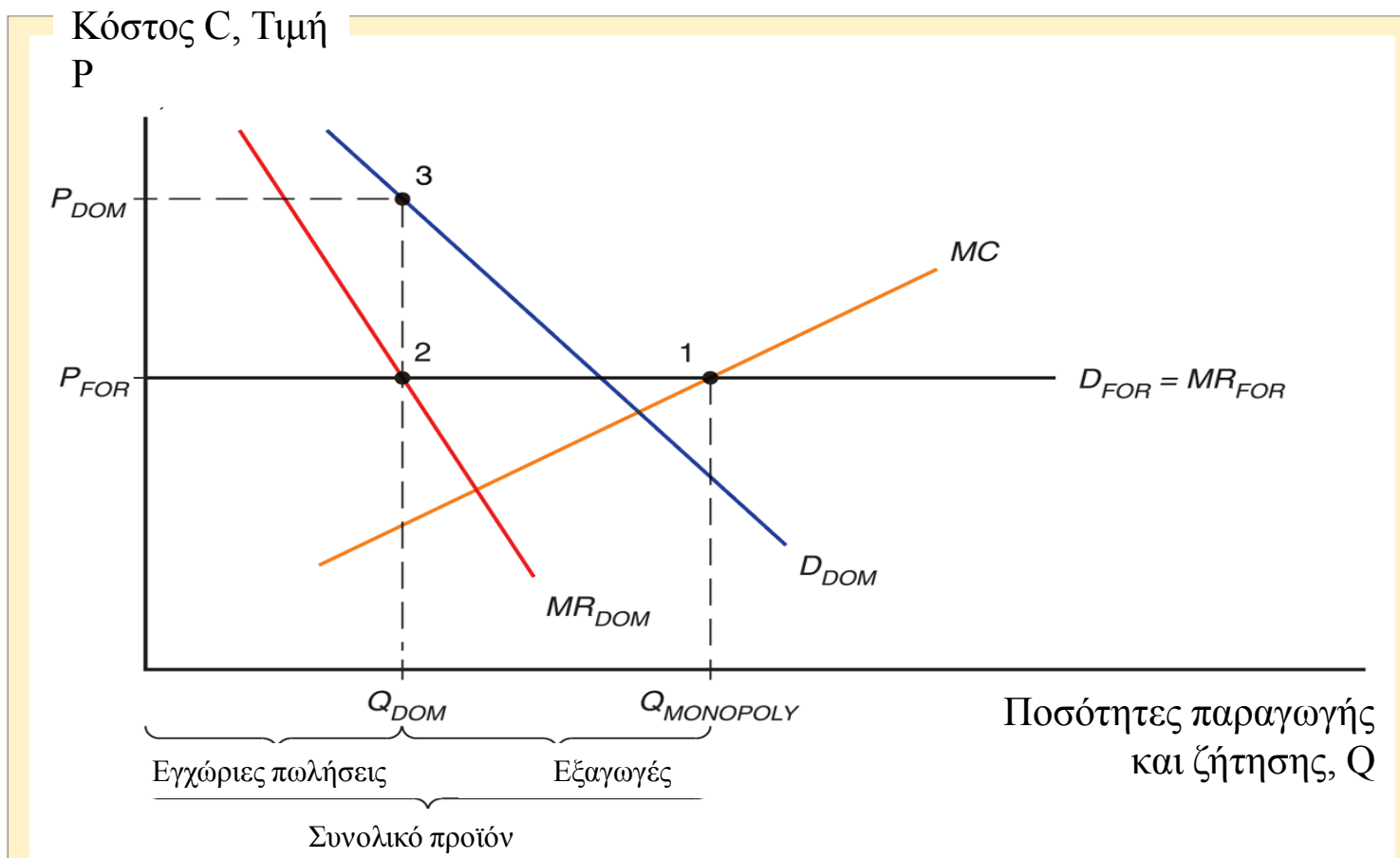
Ντάμπινγκ (συνέχεια)

- Το ντάμπινγκ μπορεί να είναι μία στρατηγική μεγιστοποίησης των κερδών λόγω των διαφορών στις αγορές ημεδαπής και αλλοδαπής.
- Μία διαφορά είναι ότι οι επιχειρήσεις της ημεδαπής συνήθως έχουν μεγαλύτερο μερίδιο της εσωτερικής αγοράς από ότι στις ξένες αγορές.
 - ♦ Λόγω λιγότερης επικράτησης και αυξημένου ανταγωνισμού στις ξένες αγορές, οι πωλήσεις στο εξωτερικό είναι συνήθως πιο ευαίσθητες σε αλλαγές της τιμής από ότι οι πωλήσεις στο εσωτερικό.
 - ♦ Οι επιχειρήσεις της ημεδαπής μπορεί να είναι ικανές να χρεώνουν υψηλές τιμές στην ημεδαπή αγορά αλλά αναγκαστικά χρεώνουν χαμηλότερες τιμές στις εξαγωγές εάν οι καταναλωτές στο εξωτερικό είναι πιο ευαίσθητοι σε μεταβολές της τιμής.



Ντάμπινγκ (συνέχεια)

- Στο διάγραμμα της επόμενης διαφάνειας δείχνουμε με πιο τρόπο λειτουργεί το ντάμπινγκ όταν μία επιχείρηση είναι μονοπώλιο στην ημεδαπή αλλά μια μικρή ανταγωνιστική επιχείρηση στις ξένες αγορές.
 - ♦ Λόγω του ότι η επιχείρηση είναι μονοπώλιο στην ημεδαπή, η καμπύλη αγοραίας ζήτησης στην ημεδαπή έχει κλίση προς τα κάτω και η καμπύλη οριακού εσόδου βρίσκεται κάτω από την καμπύλη ζήτησης.
 - ♦ Λόγω του ότι η επιχείρηση είναι μια μικρή ανταγωνιστική μονάδα στις ξένες αγορές, η καμπύλη ζήτησης είναι οριζόντια, δείχνοντας ότι οι εξαγωγές είναι εξαιρετικά ευαίσθητες σε ακόμα και πολύ μικρές μεταβολές της τιμής.



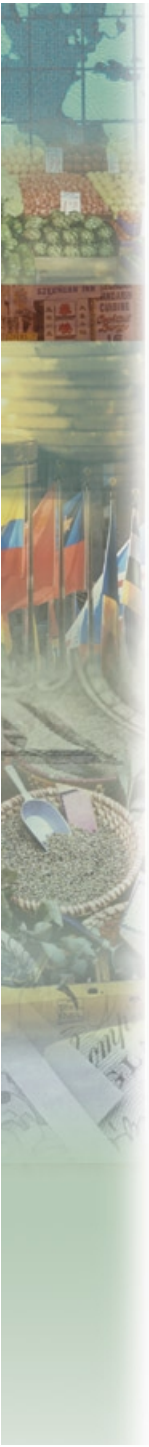
Σχήμα 6-8

Λειτουργία του ντάμπινγκ

D_{DOM} εγχώρια καμπύλη ζήτησης, MR_{DOM} οριακό έσοδο εγχώριας αγοράς

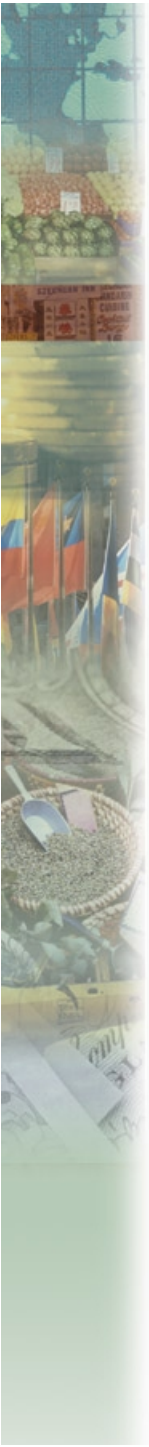
$D_{FOR}=MR_{FOR}$ καμπύλη ζήτησης και οριακό έσοδο ξένων αγορών

1=μεγιστοποίηση κερδών, 2=εγχώριες ποσότητες, 3= τιμή εγχώριας αγοράς



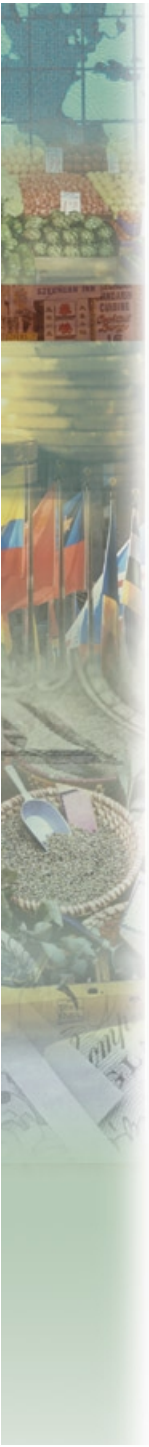
Ντάμπινγκ (συνέχεια)

- Για να μεγιστοποιηθούν τα κέρδη, η επιχείρηση πωλεί ένα μικρό ποσοστό στην εσωτερική αγορά σε υψηλή τιμή P_{DOM} , αλλά πωλεί στις ξένες αγορές σε χαμηλή τιμή P_{FOR} .
 - ♦ Αφού μία επιπλέον μονάδα μπορεί να πωληθεί σε τιμή P_{FOR} , η επιχείρηση θα πωλεί τα προϊόντα της σε υψηλές τιμές στην εγχώρια αγορά μέχρι το οριακό έσοδο να πέσει στο P_{FOR} .
 - ♦ Μετά από αυτό το σημείο θα πωλεί στις ξένες αγορές με τιμή P_{FOR} μέχρι το οριακό κόστος να ξεπεράσει την τιμή αυτή.
- Σε αυτή την περίπτωση, το ντάμπινγκ είναι στρατηγική μεγιστοποίησης του κέρδους.



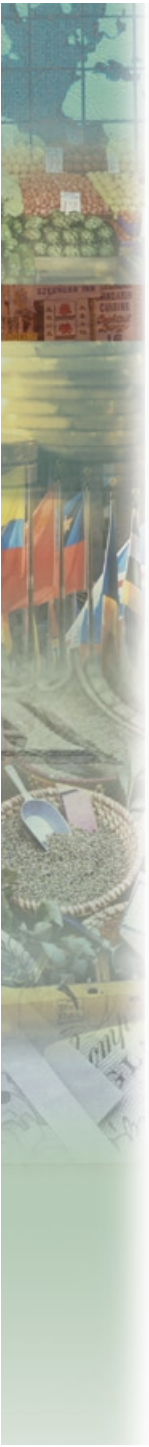
Προστατευτισμός και ντάμπινγκ

- Το ντάμπινγκ όπως και ο διαχωρισμός τιμών σε εσωτερικές αγορές θεωρείται άδικο.
- Συνήθως οι επιχειρήσεις έχουν δικαίωμα να προσφύγουν στις αρμόδιες αρχές και να διερευνήσουν εάν έχουν υποστεί ζημιές από ξένες εταιρείες λόγω ντάμπινγκ.
 - ♦ Οι αρχές μιας χώρας μπορούν να επιβάλλουν δασμούς αντι-ντάμπινγκ ή φόρους για να προλάβουν μια πιθανή ζημιά των εγχώριων παραγωγών από ενέργειες ντάμπινγκ.
 - ♦ Αυτός ο φόρος θα πρέπει να είναι ίσος με τη διαφορά μεταξύ πραγματικής και δίκαιης τιμής εισαγωγής, όπου δίκαιη τιμή σημαίνει η τιμή που το προϊόν συνήθως πωλείται στην εσωτερική αγορά της ξένης επιχείρησης.



Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας

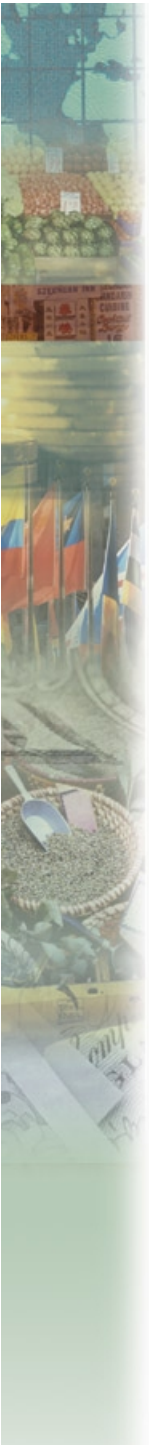
- Εάν υπάρχουν εξωτερικές οικονομίες, μία χώρα που έχει κλάδο μεγάλου μεγέθους θα έχει χαμηλό κόστος παραγωγής του αγαθού του κλάδου.
- Οι εξωτερικές οικονομίες μπορεί να υπάρχουν για διάφορους λόγους:



Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας (συνέχεια)

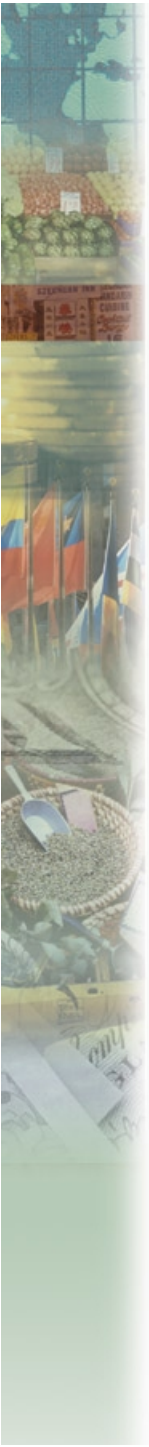
1. Εξειδικευμένα μηχανήματα και υπηρεσίες μπορεί να χρειάζονται από τον κλάδο αλλά προσφέρονται από επιχειρήσεις μόνο εάν ο κλάδος είναι μεγάλος και συγκεντρωμένος.

- ♦ Για παράδειγμα, η Silicon Valley έχει μία μεγάλη συγκέντρωση κατασκευής τσιπ η οποία εξυπηρετείται που κατασκευάζουν ειδικά μηχανήματα για κατασκευαστές τσιπ.
- ♦ Αυτές οι μηχανές είναι φθηνότερες και πιο εύκολα διαθέσιμες για επιχειρήσεις στη Silicon Valley από ότι για επιχειρήσεις αλλού.



Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας (συνέχεια)

2. **Συγκέντρωση εργασίας:** ένας μεγάλος και συγκεντρωμένος κλάδος μπορεί να προσελκύσει εργαζόμενους και να μειώσει το κόστος εύρεσης εργατών για κάθε επιχείρηση.
3. **Διάχυση γνώσης:** εργαζόμενοι από διαφορετικές επιχειρήσεις μπορεί ευκολότερα να μοιράζονται ιδέες που ωφελούν κάθε επιχείρηση όταν υπάρχει ένας μεγάλος και συγκεντρωμένος κλάδος.



Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας και εμπόριο

- Εάν υπάρχουν εξωτερικές οικονομίες κλίμακας, το εμπόριο μπορεί να οφείλεται σε ιστορικούς παράγοντες:
 - ♦ Χώρες που ξεκινούν σαν μεγάλοι παραγωγοί σε συγκεκριμένη δραστηριότητα τείνουν να παραμείνουν μεγάλοι ακόμα και εάν εμφανιστούν άλλες χώρες που μπορεί να παράγουν φθηνότερα.

Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας και εμπόριο (συνέχεια)

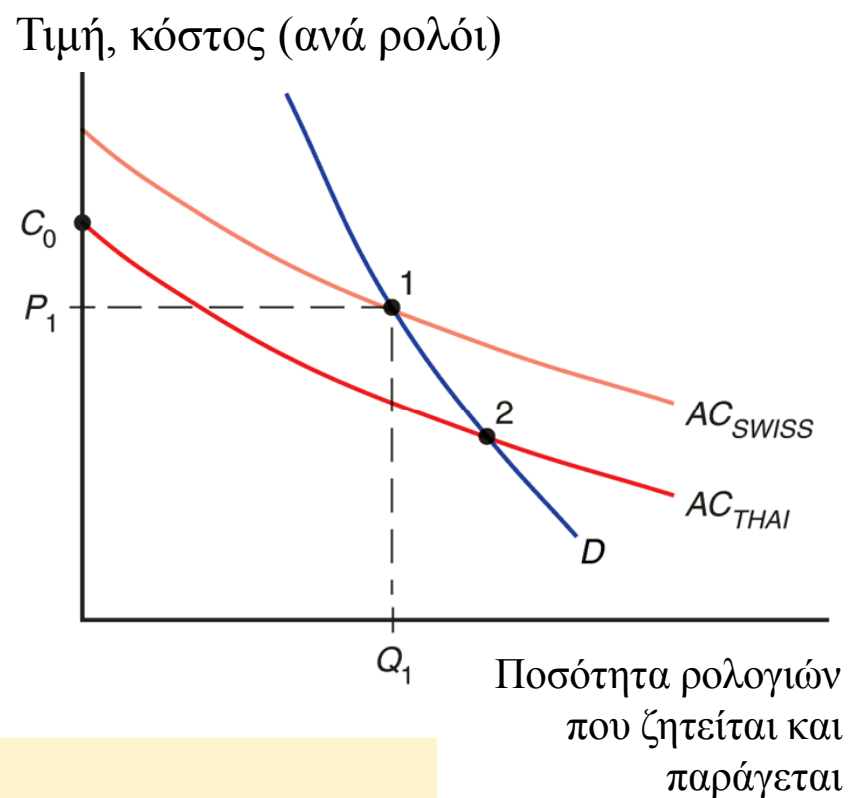
Σχήμα 6-9

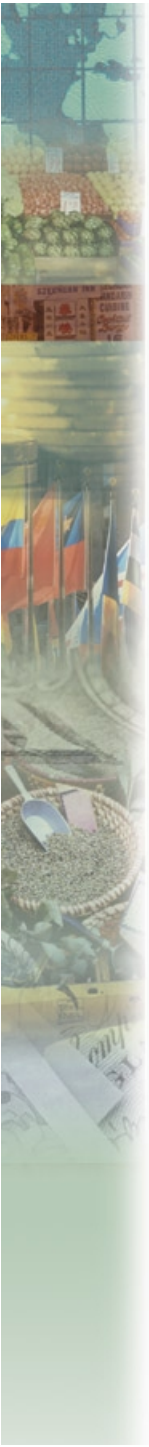
Εξωτερικές οικονομίες και εξειδίκευση

AC_{THAI} Μέσο κόστος Ταϊλάνδης

AC_{SWISS} Μέσο κόστος Ελβετίας

P_1 (τιμή ισορροπίας) μικρότερο του C_0 (τιμή πρωτο-εισαγόμενου προϊόντος Ταϊλάνδης)





Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας και εμπόριο (συνέχεια)

- Το εμπόριο που βασίζεται σε εξωτερικές οικονομίες έχει ασαφείς επιπτώσεις στην εθνική ευημερία.
 - ♦ Μπορεί να υπάρχουν κέρδη για τη διεθνή οικονομία λόγω συγκέντρωσης των κλάδων με τις εξωτερικές οικονομίες.
 - ♦ Αλλά δεν υπάρχει εγγύηση ότι μία χώρα θα παράγει ένα αγαθό λόγω εξωτερικών οικονομιών.
 - ♦ Είναι πιθανό μία χώρα να βρίσκεται σε χειρότερη θέση με εμπόριο από ότι θα ήταν χωρίς εμπόριο: μία χώρα μπορεί να βρίσκεται σε καλύτερη θέση εάν παράγει όλα τα αγαθά για την εσωτερική αγορά από το να πληρώνει για εισαγωγές.

Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας και εμπόριο (συνέχεια)

Σχήμα 6-10

Εξωτερικές οικονομίες και ζημιές από το διεθνές εμπόριο

AC_{THAI} Μέσο κόστος Ταϊλάνδης

AC_{SWISS} Μέσο κόστος Ελβετίας

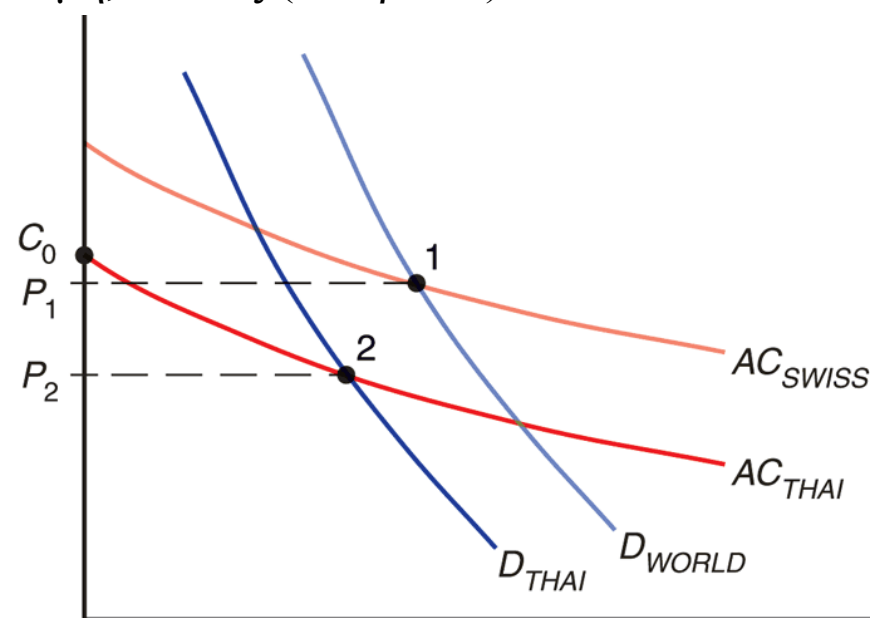
D_{WORLD} Παγκόσμια ζήτηση

P_1 (διεθνής ισορροπία)

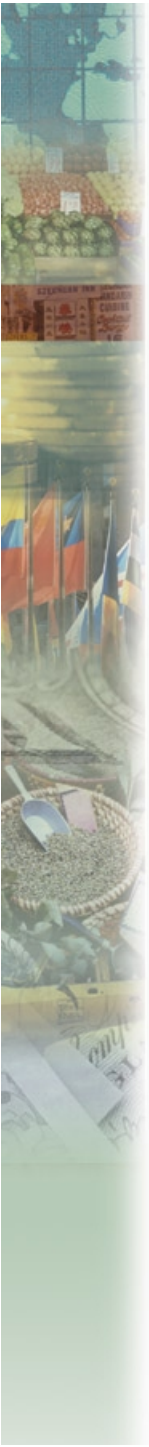
D_{THAI} Ζήτηση Ταϊλάνδης

P_2 (ισορροπία Ταϊλάνδης χωρίς διεθνές εμπόριο)

Τιμή, κόστος (ανά ρολόι)

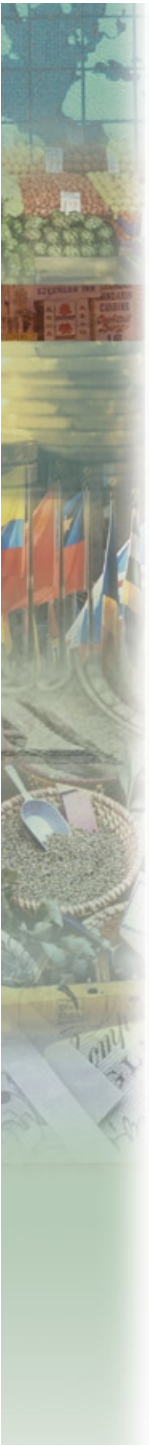


Ποσότητα ρολογιών
που ζητείται και
παράγεται



Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας και εμπόριο (συνέχεια)

- Μέχρι τώρα έχουμε δει περιπτώσεις όπου οι εξωτερικές οικονομίες εξαρτώνται από το ποσό της τρέχουσας παραγωγής σε ένα χρονικό σημείο.
- Αλλά οι εξωτερικές οικονομίες μπορεί να εξαρτώνται στο ποσό της σωρευμένης παραγωγής στο χρόνο.
- **Δυναμικές εξωτερικές οικονομίες κλίμακας** (δυναμικές αύξουσες αποδόσεις κλίμακας) υπάρχουν εάν το μέσο κόστος μειώνεται καθώς αυξάνεται η σωρευμένη παραγωγή με το χρόνο.



Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας και εμπόριο (συνέχεια)

- Δυναμικές αύξουσες αποδόσεις κλίμακας μπορεί να εμφανιστούν όταν το κόστος παραγωγής εξαρτάται από την συσσώρευση γνώσης και εμπειρίας, η οποία με τη σειρά της εξαρτάται από την παραγωγική διαδικασία στο χρόνο.
- Η γραφική παράσταση των δυναμικών αυξουσών αποδόσεων κλίμακας λέγεται **καμπύλη εκμάθησης**.

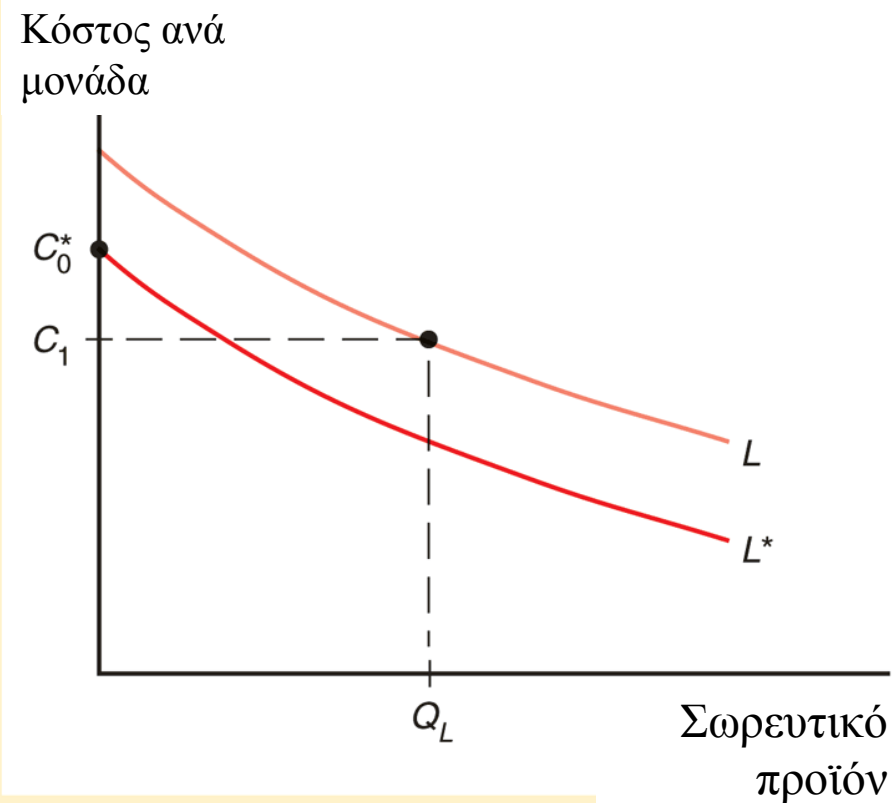
Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας και εμπόριο (συνέχεια)

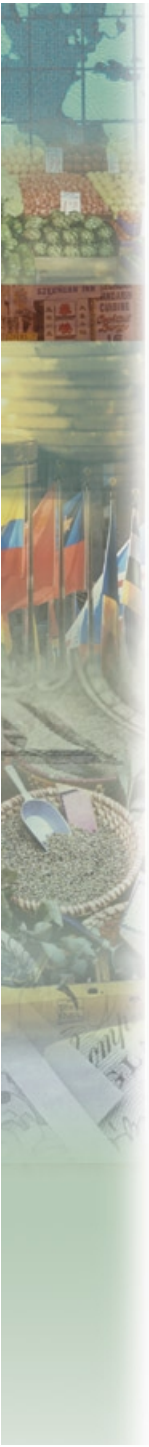
Σχήμα 6-11

Η καμπύλη εκμάθησης

L καμπύλη εκμάθησης της πρωτοπόρας χώρας με σωρευτικό προϊόν Q_L .

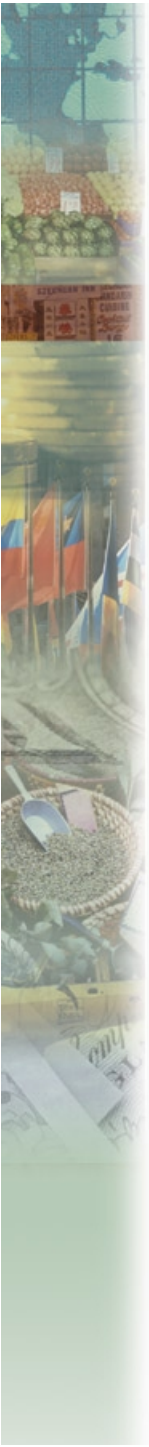
L^* καμπύλη εκμάθησης της νεοεισερχόμενης χώρας με κόστος εκκίνησης C_0^* .





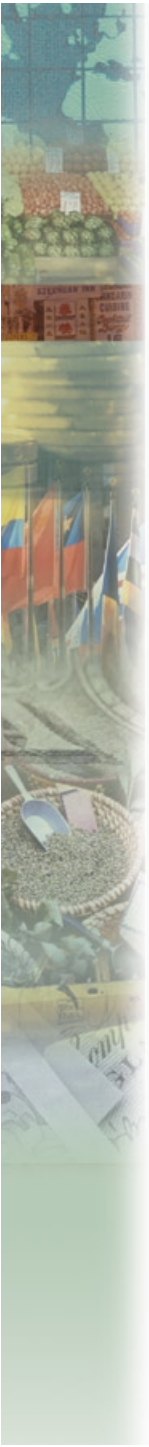
Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας και εμπόριο (συνέχεια)

- Όπως και οι εξωτερικές οικονομίες κλίμακας, οι δυναμικές αυξανόμενες αποδόσεις κλίμακας μπορούν να κλειδώσουν ένα αρχικό πλεονέκτημα ή μια πρωτοπορία σε ένα κλάδο.
- Όπως και οι εξωτερικές οικονομίες κλίμακας σε κάποιο χρονικό σημείο, έτσι και οι δυναμικές αυξανόμενες αποδόσεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να δικαιολογήσουν τον προστατευτισμό.
 - ♦ Προσωρινή προστασία των κλάδων επιτρέπει σε αυτούς να κερδίσουν εμπειρία: το επιχείρημα της νηπιακής βιομηχανίας.
 - ♦ Αλλά, «ουδέν μονιμότερον του προσωρινού» ενώ επίσης είναι δύσκολο να διακρίνει κανείς πότε πραγματικά υπάρχουν εξωτερικές οικονομίες κλίμακας.



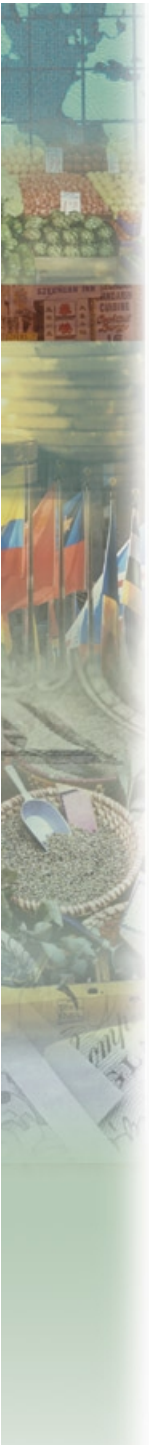
Περίληψη

1. Οι οικονομίες κλίμακας σημαίνει ότι η αύξηση του προϊόντος μιας επιχείρησης ή ενός κλάδου επιφέρει μείωση του μέσου κόστους παραγωγής.
 - ♦ Οι εξωτερικές οικονομίες κλίμακας αναφέρονται στο ποσό προϊόντος (μέγεθος) ενός κλάδου.
 - ♦ Οι εσωτερικές οικονομίες κλίμακας αναφέρονται στο ποσό προϊόντος (μέγεθος) μιας επιχείρησης.
2. Στο μονοπωλιακό ανταγωνισμό κάθε επιχείρηση έχει κάποια μονοπωλιακή δύναμη λόγω της διαφοροποίησης του προϊόντος αλλά πρέπει να ανταγωνίζεται με άλλες επιχειρήσεις των οποίων οι τιμές δεν επηρεάζονται από την δράση της επιχείρησης.



Περίληψη (συνέχεια)

3. Ο μονοπωλιακός ανταγωνισμός επιτρέπει κέρδη εμπορίου μέσω χαμηλότερου κόστους και τιμών, καθώς επίσης και μέσω μεγαλύτερης ποικιλίας προϊόντων.
4. Στο μονοπωλιακό ανταγωνισμό προβλέπεται ενδο-κλαδικό εμπόριο και δεν προβλέπεται μεταβολή στην διανομή εισοδήματος σε μία χώρα.
5. Η εγκατάσταση των επιχειρήσεων στο μονοπωλιακό ανταγωνισμό δεν είναι προβλέψιμη, αλλά χώρες με παρόμοιους συντελεστές θα έχουν ενδο-κλαδικό εμπόριο.



Περίληψη (συνέχεια)

6. Το ντάμπινγκ μπορεί να είναι μια κερδοφόρα στρατηγική όταν η επιχείρηση αντιμετωπίζει μικρό ανταγωνισμό στην εσωτερική αγορά και σημαντικό ανταγωνισμό στην εξωτερική.
7. Το εμπόριο που βασίζεται σε εξωτερικές οικονομίες κλίμακας μπορεί να αυξάνει ή να μειώνει την ευημερία μιας χώρας. Οι χώρες μπορεί να ωφελοούνται από προσωρινό προστατευτισμό εάν οι κλάδοι τους δείχνουν εξωτερικές οικονομίες κλίμακας είτε σε κάποιο σημείο στο χρόνο είτε διαχρονικά.