

Είσοδος & πρόσβαση επιχειρήσεων

# Οικονομικό Σύστημα - Οικονομικά και Δίκαιο της Ρυθμιστικής Πολιτικής του Κράτους



Πολέμης Μιχαήλ  
Επίκουρος Καθηγητής  
Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης

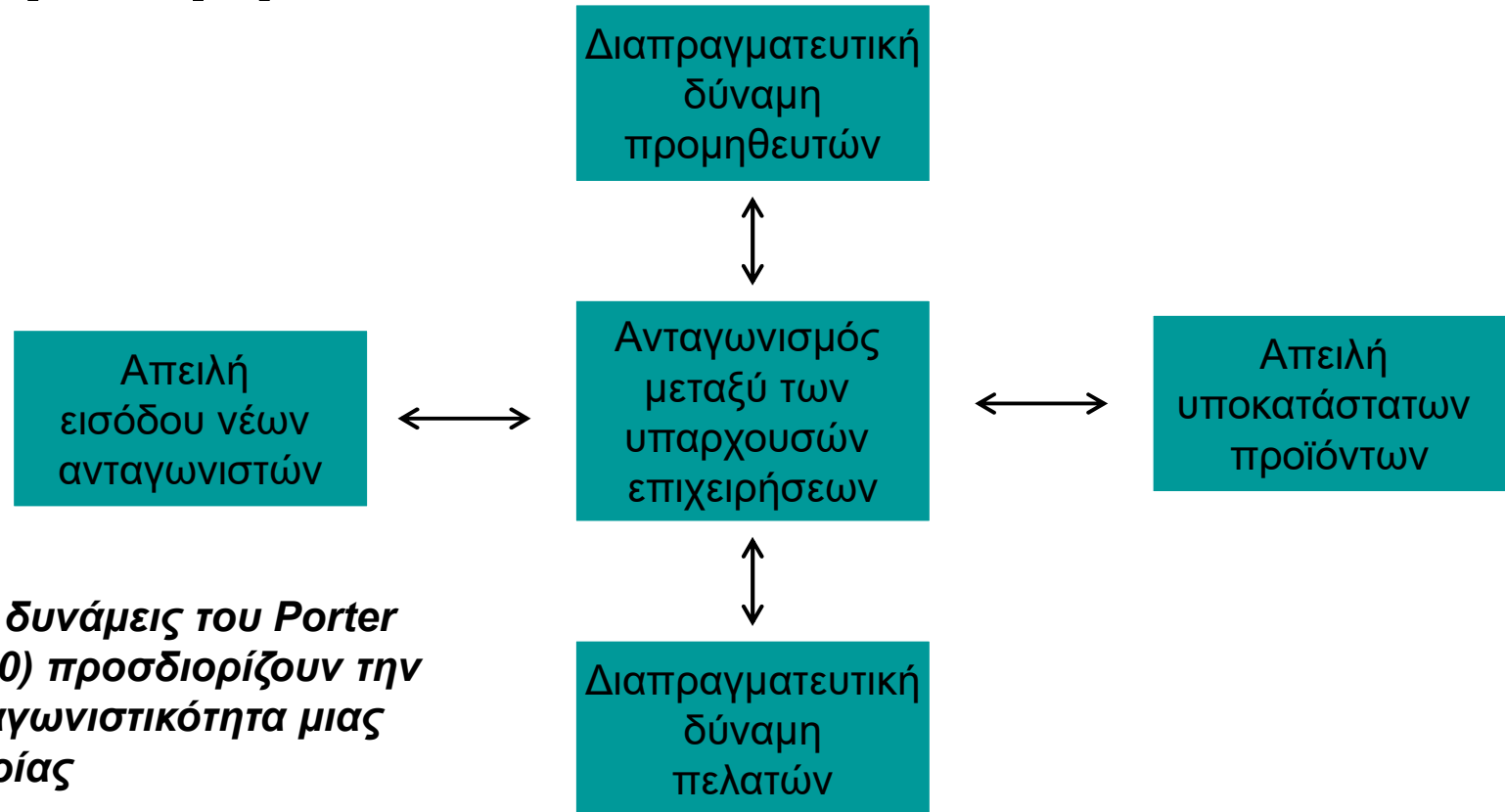
# Είσοδος

## Είσοδος επιχείρησης

- *Η είσοδος σε έναν κλάδο μπορεί να διευκολύνει την προσαρμογή στις αλλαγές της ζήτησης και τις τιμές των πρώτων υλών, την αύξηση του ανταγωνισμού και την πίεση για αποτελεσματική λειτουργία.*
- *Με την είσοδο μιας επιχείρησης σε έναν κλάδο μπορεί να εμφανισθούν νέα προϊόντα ή νέα τεχνολογία.*
- *Σημαντική σημασία για την επιβίωση μιας επιχείρησης σε έναν κλάδο έχει η εξέταση των φραγμών εισόδου και εξόδου.*

# Οι «δυνάμεις» της αγοράς

## Οι κινητήριες δυνάμεις του ανταγωνισμού μέσα σε μια αγορά



*Οι 5 δυνάμεις του Porter (1980) προσδιορίζουν την ανταγωνιστικότητα μιας εταιρίας*

# Ανάλυση του περιβάλλοντος



Είναι αναπόσπαστο μέρος της διαδικασίας διαμόρφωσης της επιχειρησιακής στρατηγικής.

Μας βοηθά να καταλάβουμε και προσμείνουμε ευκαιρίες

Μας δίνει την δυνατότητα να αντιμετωπίσουμε κινδύνους. Δεν πρέπει όμως να υποκαταστήσει την ανάλυση της αγοράς ή την ανάλυση του ανταγωνισμού.

# Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων

Ουσιαστικά αναλύεται το πόσο εύκολο είναι να μπουν νέοι παίκτες στην αγορά. Οι παράγοντες που προσδιορίζουν την απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο είναι:

- **Οικονομίες κλίμακας:** η αποτελεσματικότητα εξαρτάται από τον όγκο της παραγωγής
- **Απαιτήσεις σε κεφάλαια**
- **Κοστολογικά πλεονεκτήματα:** know-how της παραγωγής, πρόσβαση σε πρώτες ύλες, εμπειρία, γνώση του κλάδου
- **Διαφοροποίηση προϊόντος:** όσο περισσότερα μοναδικά είναι τα προϊόντα των επιχειρήσεων ενός κλάδου, τόσο δυσκολότερο είναι για τους νεοεισελθόντες ανταγωνιστές να προσελκύσουν πελάτες
- **Πρόσβαση στα κανάλια διανομής,** τα οποία είναι διστακτικά απέναντι στα νέα προϊόντα
- **Νομικοί περιορισμοί:** σε ορισμένους κλάδους η είσοδος νέων επιχειρήσεων ορίζεται από εθνικούς και διεθνείς κανονισμούς και νόμους
- **Φόβος της αντίδρασης** από τις υπάρχουσες επιχειρήσεις

# Δυνητικός ανταγωνισμός (I)

- ◆ Η σοβαρότητα του κινδύνου εξαρτάται από:

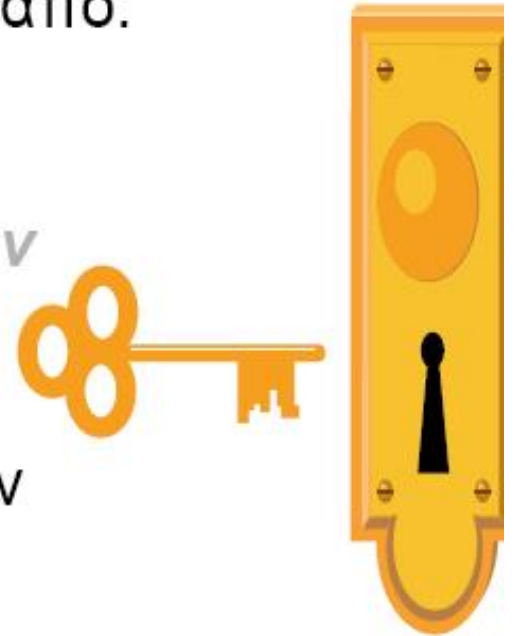
- ➔ *Εμπόδια εισόδου*

- ➔ *Αντίδραση υπαρχόντων εταιριών*

- ◆ Εμπόδια εισόδου υπάρχουν όταν

- ➔ Οι νεοεισερχόμενοι αντιμετωπίζουν εμπόδια

- ➔ Οι οικονομικοί παράμετροι φέρνουν τους νεοεισερχόμενους σε συγκριτικό μειονέκτημα

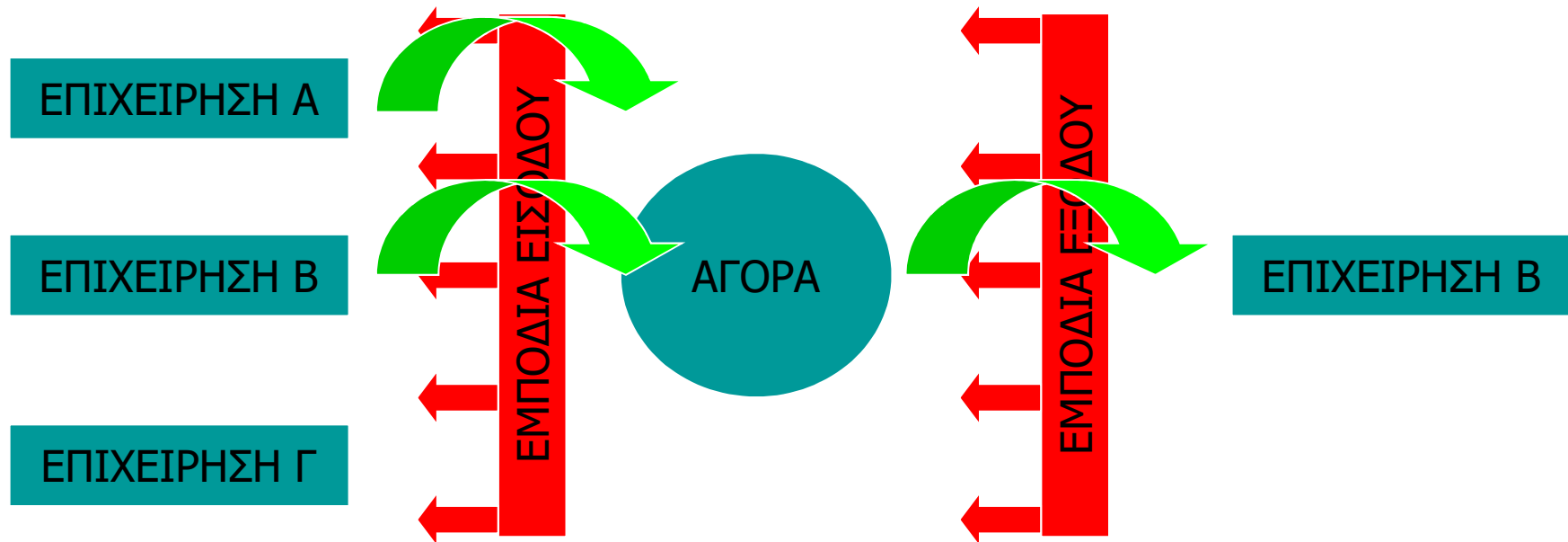


# Δυνητικός ανταγωνισμός (II)

*Ο κίνδυνος εισόδου είναι υψηλότερος όταν:*

- Τα εμπόδια εισόδου είναι χαμηλά
- Υπάρχουν πολλοί ενδιαφερόμενοι για είσοδο
- Οι υπάρχουσες εταιρίες δεν αντιδρούν συντονισμένα στο φαινόμενο εισόδου
- Η προοπτική υψηλής κερδοφορίας για τους νεοεισερχόμενους είναι υψηλή

# Εμπόδια εισόδου - εξόδου.





# Εμπόδια εισόδου (I)

- Οποιοσδήποτε παράγοντας που εμποδίζει την άμεση είσοδο μιας επιχείρησης στην αγορά.
- *“Συνθήκες της αγοράς που επιτρέπουν σε μια κυρίαρχη επιχείρηση να αυξήσει τις τιμές σε επίπεδα υψηλότερα του ανταγωνιστικού χωρίς να προσελκύσει την είσοδο νέων επιχειρήσεων” (Bain).*
- *“Κόστος παραγωγής που πρέπει να υποστούν οι επιχειρήσεις που επιδιώκουν την είσοδο σε μια βιομηχανία και το οποίο δεν αντιμετωπίζουν οι εγκατεστημένες επιχειρήσεις” (Stigler).*

## Διαφορά:

- Ο **Bain** υποστήριξε ότι οι **οικονομίες κλίμακας** μπορούν και ορισμένες φορές λειτουργούν ως σημαντικό εμπόδιο εισόδου σε αντίθεση με τον **Stigler**

# Εμπόδια εισόδου (II)

- *“Ένα εμπόδιο εισόδου υπάρχει όταν μια διαφορά κόστους μεταξύ των εγκατεστημένων και δυνητικών επιχειρήσεων συνεπάγεται μια διαστρέβλωση στον τρόπο χρήσης των οικονομικών πόρων υπό ένα κοινωνικό πρίσμα” (Von Weizsacker).*
- *“Ένα εμπόδιο εισόδου είναι το επιπλέον κέρδος που μπορεί να έχει μια επιχείρηση από το να είναι απλά και μόνο η παλαιότερη στο χώρο” (Gilbert).*
- Ιδιαίτερη έμφαση στα στατικά εμπόδια εισόδου, στα οποία περιλαμβάνονται οι διαρθρωτικές ή τεχνικές συνθήκες που αντιμετωπίζει μια επιχείρηση και τις οποίες δεν μπορεί να ελέγξει.

# Εμπόδια εισόδου (III)

- Τεχνολογικά εμπόδια
- Διαφημιστικά
- Νομικά
- Περιορισμένες πρακτικές
- Περιορισμένη τεχνογνωσία

# Στατικά / διαρθρωτικά εμπόδια

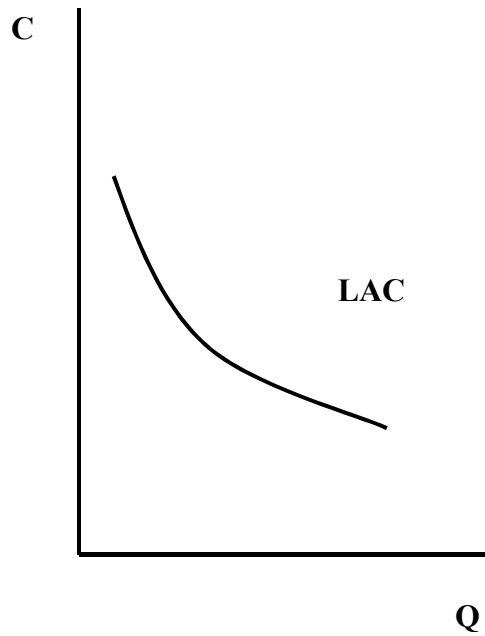
- Οικονομίες κλίμακας & οικονομίες φάσματος
- Απόλυτα πλεονεκτήματα κόστους
- Απαραίτητες δαπάνες κεφαλαίου (starting cost)
- Πλεονεκτήματα διαφοροποίησης προϊόντος

# Οικονομίες κλίμακας (I)

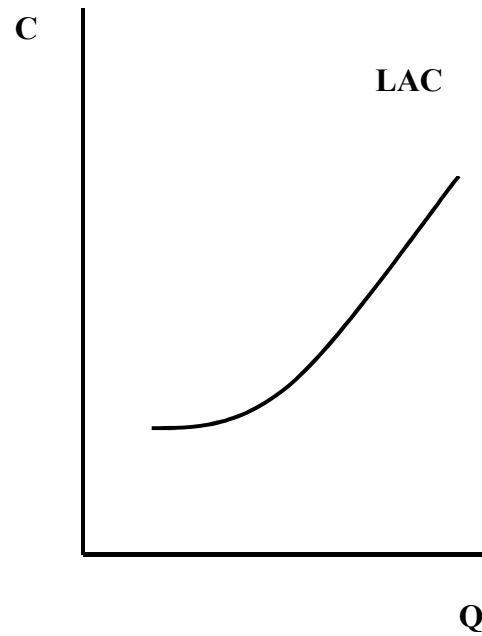
- Αν η παραγωγή της επιχείρησης χαρακτηρίζεται από **οικονομίες κλίμακας** η καμπύλη LAC βαίνει φθίνουσα όταν αυξάνεται η παραγόμενη ποσότητα.
- Ακριβώς αυτός είναι άλλωστε ο ορισμός των οικονομιών κλίμακας: **η μείωση του μέσου κόστους όταν αυξάνεται η κλίμακα παραγωγής.**
- Αν υπερσχύουν οι **αντιοικονομίες κλίμακας** τότε η καμπύλη LAC είναι ανερχόμενη, ενώ
- Αν δεν υπάρχουν ούτε οικονομίες ούτε αντιοικονομίες κλίμακας, τότε η καμπύλη LAC είναι οριζόντια.

# Οικονομίες κλίμακας (II)

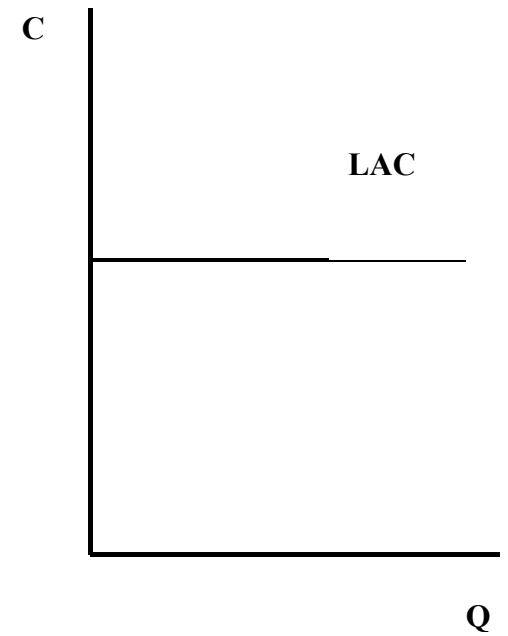
**Οικονομίες κλίμακας**



**Αντοικονομίες κλίμακας**



**Σταθερό μέσο κόστος**



# Οικονομίες κλίμακας (III)

- Μια συχνά χρησιμοποιούμενη υπόθεση είναι ότι όσο επεκτείνεται η επιχείρηση, η παραγωγή χαρακτηρίζεται αρχικά από οικονομίες κλίμακας, με αποτέλεσμα η καμπύλη LAC να είναι φθίνουσα.
- Έπειτα όμως από κάποιο σημείο οι οικονομίες κλίμακας εξαντλούνται και η καμπύλη γίνεται οριζόντια.
- Τέλος η υπερβολική μεγέθυνση θα οδηγήσει σε στάδια παραγωγής όπου επικρατούν αντιστοιχίες κλίμακας.

# Οικονομίες κλίμακας (IV)





# Οικονομίες κλίμακας (V)

Οι κυριότεροι παράγοντες που προκαλούν τις οικονομίες κλίμακας είναι:

- Η δυνατότητα μεγαλύτερης εξειδίκευσης των παραγωγικών συντελεστών
- Καλύτερου καταμερισμού των έργων αλλά και
- Αξιοποίησης του υπάρχοντος κεφαλαιουχικού εξοπλισμού.
- Η δυνατότητα χρησιμοποίησης περισσότερου και τελειότερου κεφαλαιουχικού εξοπλισμού (τεχνολογικός εκσυγχρονισμός)
- Η δυνατότητα αγοράς ορισμένων μέσων παραγωγής με μειωμένο κόστος

Από την άλλη πλευρά οι κυριότεροι παράγοντες που προκαλούν τις αντιοικονομίες κλίμακας είναι τα **διοικητικά** και **γραφειοκρατικά** προβλήματα που υπάρχουν καθώς μεγεθύνεται η επιχείρηση.

# Πραγματικές οικονομίες κλίμακας

Οι εργοστασιακές οικονομίες κλίμακας δεν περιλαμβάνουν οικονομίες που μπορεί να πραγματοποιούνται στη σφαίρα της προώθησης και των πωλήσεων, στη σφαίρα των μεταφορών ή σε άλλες συναφείς δραστηριότητες της επιχείρησης.

- Οικονομίες παραγωγής
- Οικονομίες κεφαλαίου
- Στοχαστικές οικονομίες
- Οικονομίες προώθησης και εμπορίας
- Οικονομίες διοίκησης
- Οικονομίες μεταφορών

# Οικονομίες Φάσματος (I)

- Οι οικονομίες φάσματος (σκοπού ή πεδίου) εμφανίζονται όταν είναι λιγότερο δαπανηρό για την επιχείρηση να παράγει πολλά προϊόντα από ότι να υπάρχει η ίδια παραγωγή σε πολλές επιχειρήσεις που παράγουν ένα μόνο προϊόν  $C(q_1, q_2) < C(q_1, 0) + C(0, q_2)$
- Οι οικονομίες φάσματος αναφέρονται στο συνδυασμό δύο ή περισσότερων παραγωγικών δραστηριοτήτων με σκοπό τη μείωση του κόστους είτε στη μια είτε στις περισσότερες δραστηριότητες.

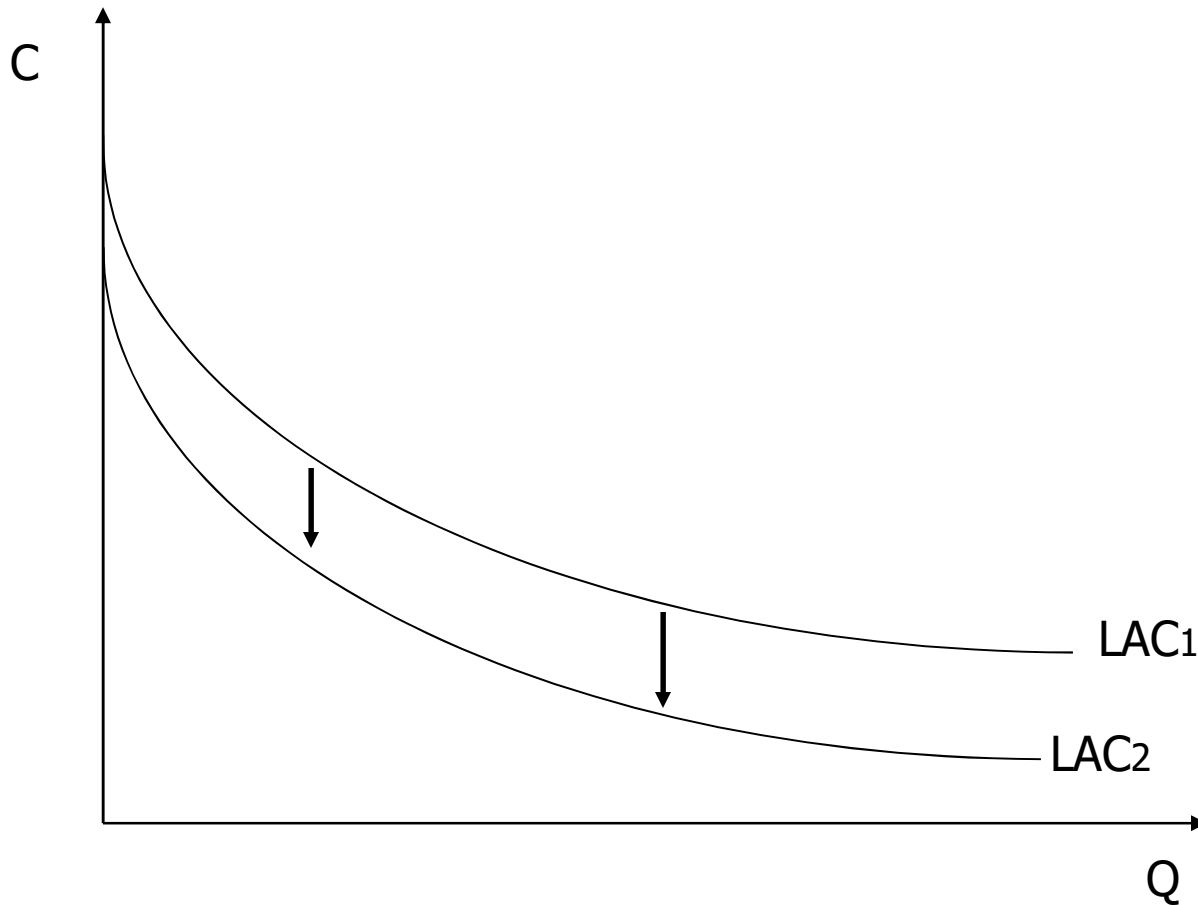
## Παραδείγματα

- Διύλιση πετρελαίου, μεταποιητικές βιομηχανίες, σιδηροδρομικό δίκτυο, αερομεταφορές, αγροτικές δραστηριότητες, κ.λ.π

## Πηγές οικονομιών φάσματος:

- α) Φύση της παραγωγής συγκεκριμένων προϊόντων
- β) Χαρακτήρας του τεχνολογικού εξοπλισμού
- γ) Πλήρη αξιοποίηση της εγκατεστημένης δυναμικότητας για να αντιμετωπιστεί η ζήτηση αιχμής.

# Οικονομίες Φάσματος (II)



- Οικονομίες κλίμακας: **Μετακίνηση** πάνω στην καμπύλη LAC
- Οικονομίες φάσματος: **Μετατόπιση** προς τα κάτω της καμπύλης LAC

# Απόλυτα πλεονεκτήματα κόστους (I)

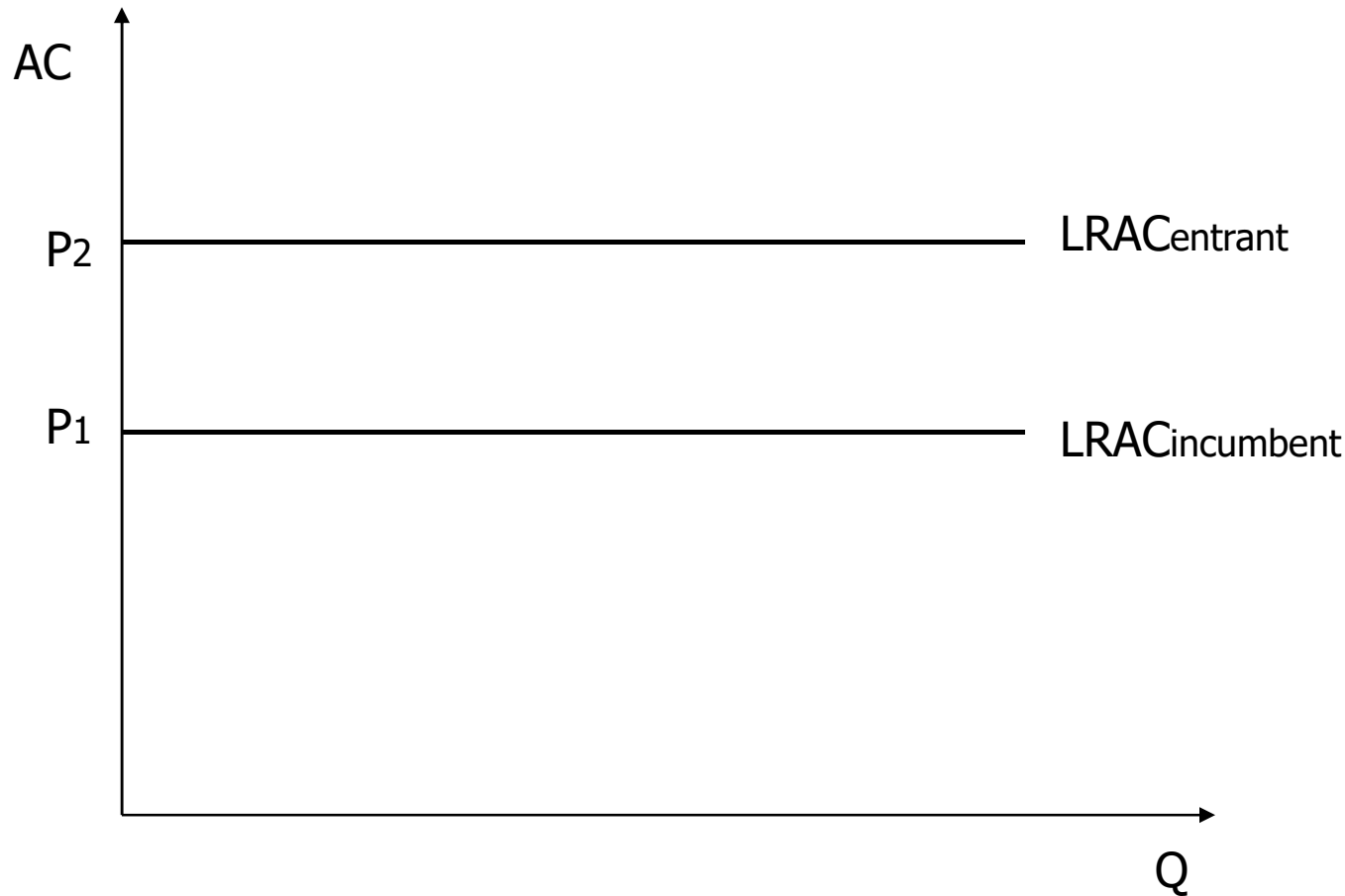
- Μια εγκατεστημένη επιχείρηση διαθέτει ορισμένα πλεονεκτήματα που της εξασφαλίζουν χαμηλότερο κόστος παραγωγής σε σχέση με μια νεοεισερχόμενη.

## Πηγές πλεονεκτημάτων κόστους :

- α) Έλεγχος ενός σημαντικού μέσου παραγωγής
- β) Εξασφάλιση επενδυτικών κεφαλαίων με χαμηλότερα επιτόκια
- γ) Πρόσβαση σε σύγχρονες παραγωγικές τεχνολογίες (πατέντες).
- δ) Δημιουργία εγκαταστάσεων σε ευνοϊκές γεωγραφικές θέσεις
- ε) Οι νέες επιχειρήσεις μπορεί να πληρώνουν περισσότερα για ορισμένες εισροές (πρώτες ύλες, διοικητικές ικανότητες, ερευνητικό προσωπικό).

Οι εγκατεστημένες επιχειρήσεις μπορεί να προσπαθήσουν να εμποδίσουν την **πρόσβαση** των νέων εταιρειών σε πρώτες ύλες, ακόμα και να ενεργοποιήσουν τις λεγόμενες «κοιμώμενες» πατέντες.

# Απόλυτα πλεονεκτήματα κόστους (II)



- Η είσοδος μιας νεοεισερχόμενης έλκεται από την τιμή της εγκατεστημένης ( $P_1$ ) αλλά λόγω του ότι έχει μεγαλύτερο κόστος δεν θα πραγματοποιήσει κέρδη παρά μόνο εάν αυξηθεί η τιμή άνω του  $P_2$ .

# Κεφαλαιουχικές δαπάνες

- Οι υψηλές κεφαλαιουχικές δαπάνες (starting cost) συνδέονται άμεσα με τις οικονομίες κλίμακας και περιλαμβάνουν τα κόστη που αντιμετωπίζει μια νεοεισερχόμενη επιχείρηση (κεφάλαια).
- Όσο υψηλότερες είναι οι κεφαλαιουχικές δαπάνες που συνδέονται με την είσοδο σε ένα βιομηχανικό κλάδο τόσο λιγότερες είναι οι πιθανότητες ο επιχειρηματίας να μπορέσει να χρηματοδοτήσει την είσοδο του στον κλάδο.

## Πηγές υψηλών κεφαλαιουχικών δαπανών:

- α) Επιχειρηματικός κίνδυνος
- β) Κόστος συναλλαγών
- γ) Ατέλειες της αγοράς δανείων

# Διαφοροποίηση προϊόντος (I)

- Οι καταναλωτές αντιμετωπίζουν τα προϊόντα ως ατελή υποκατάστατα για λόγους όπως οι διαφορές στην ποιότητα, στην απόδοση ή τη φήμη.
- Η διαφοροποίηση προϊόντος προσφέρει στην επιχείρηση μια ισχύ στην αγορά αφού κάθε επιχείρηση μπορεί να αυξήσει τις τιμές της χωρίς να χάσει όλους τους πελάτες της.
- Η διαφοροποίηση δεν συμβάλλει απαραίτητα σε θετικά μακροπρόθεσμα οικονομικά κέρδη για τις εγκατεστημένες επιχειρήσεις και πολλές φορές οδηγεί στην αποκόμιση υπερβολικών κερδών.
- Οι δραστηριότητες διαφοροποίησης λαμβάνουν διάφορες μορφές μεταξύ των οποίων η διαφήμιση, οι προσπάθειες του δυναμικού των πωλήσεων, η προσφορά συμβολαίων συντήρησης και εγγυήσεων και η πραγματοποίηση αισθητικών αλλαγών.



# Διαφοροποίηση προϊόντος (II)

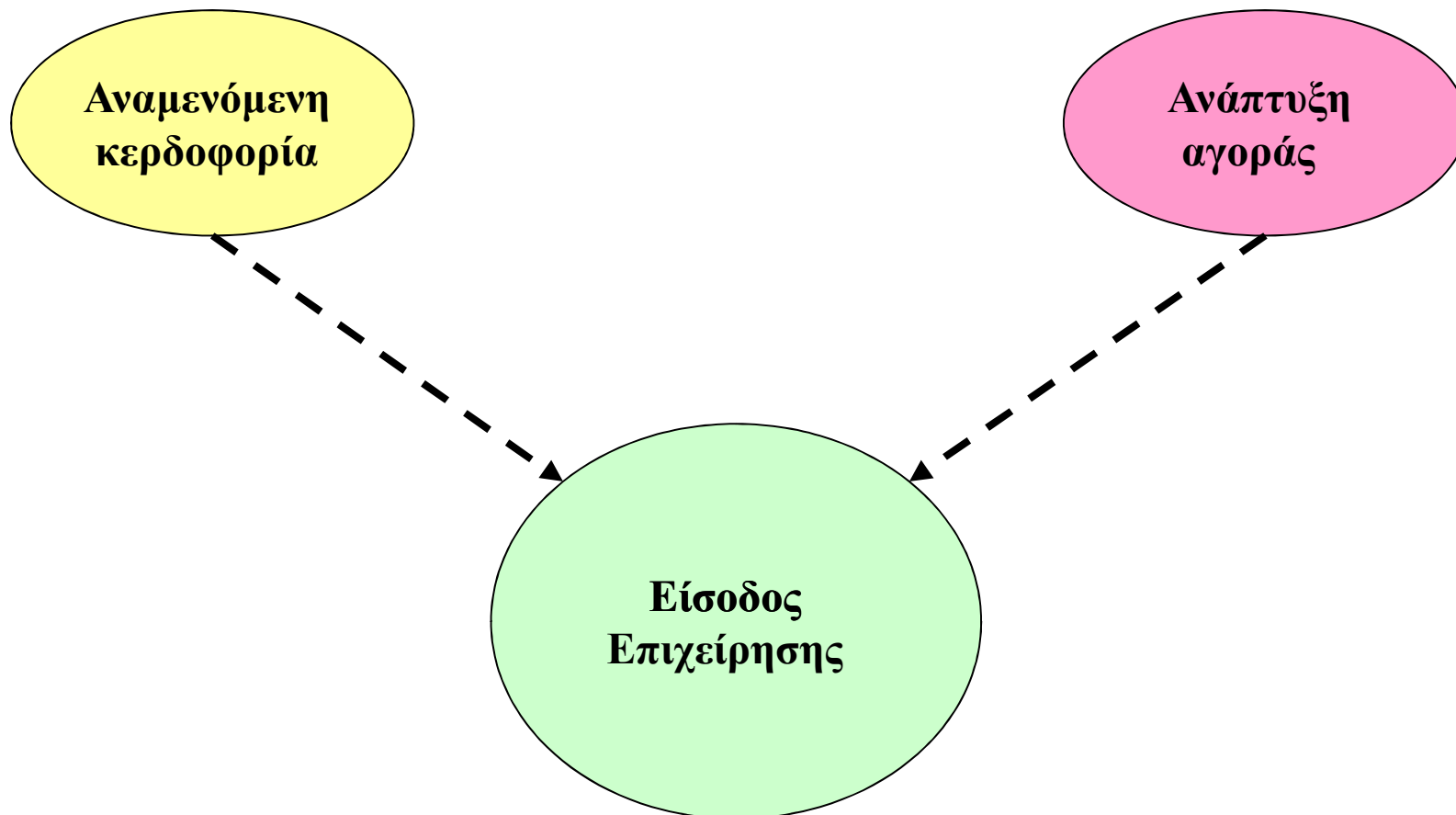
Η διαφήμιση μπορεί να:

α) Συμβάλλει στην επίτευξη ενός απόλυτου πλεονεκτήματος κόστους για τις εγκατεστημένες επιχειρήσεις

β) Επιδείξει οικονομίες κλίμακας

γ) Αυξήσει τις κεφαλαιουχικές δαπάνες που είναι απαραίτητες για την είσοδο σε ένα βιομηχανικό κλάδο.

# Κίνητρα εισόδου (I)



# Κίνητρα εισόδου (II)

- Οι επιχειρήσεις που στοχεύουν στη μεγιστοποίηση του κέρδους θα εισέλθουν σε έναν κλάδο μόνο αν η καθαρή παρούσα αξία (NPV) των αναμενόμενων κερδών είναι θετική.
- Οι αποφάσεις εισόδου αποτελούν συνάρτηση των αναμενόμενων κερδών που συνεπάγεται η είσοδος στον κλάδο και το αναμενόμενο κόστος λειτουργίας μετά την είσοδο.
- Οι νέες επιχειρήσεις εξετάζουν τα τρέχοντα οικονομικά κέρδη των εγκατεστημένων επιχειρήσεων και εφόσον είναι θετικά λαμβάνουν την απόφαση εισόδου.
- Οι νέες επιχειρήσεις εξετάζουν και την πορεία που ακολούθησαν τα τρέχοντα κέρδη κατά τα τελευταία έτη (Highfield and Smiley).
- Μια πτωτική πορεία των κερδών μπορεί να αποθαρρύνει την είσοδο σε ένα βιομηχανικό κλάδο ακόμα και αν τα τρέχοντα κέρδη των εδραιωμένων επιχειρήσεων είναι θετικά.

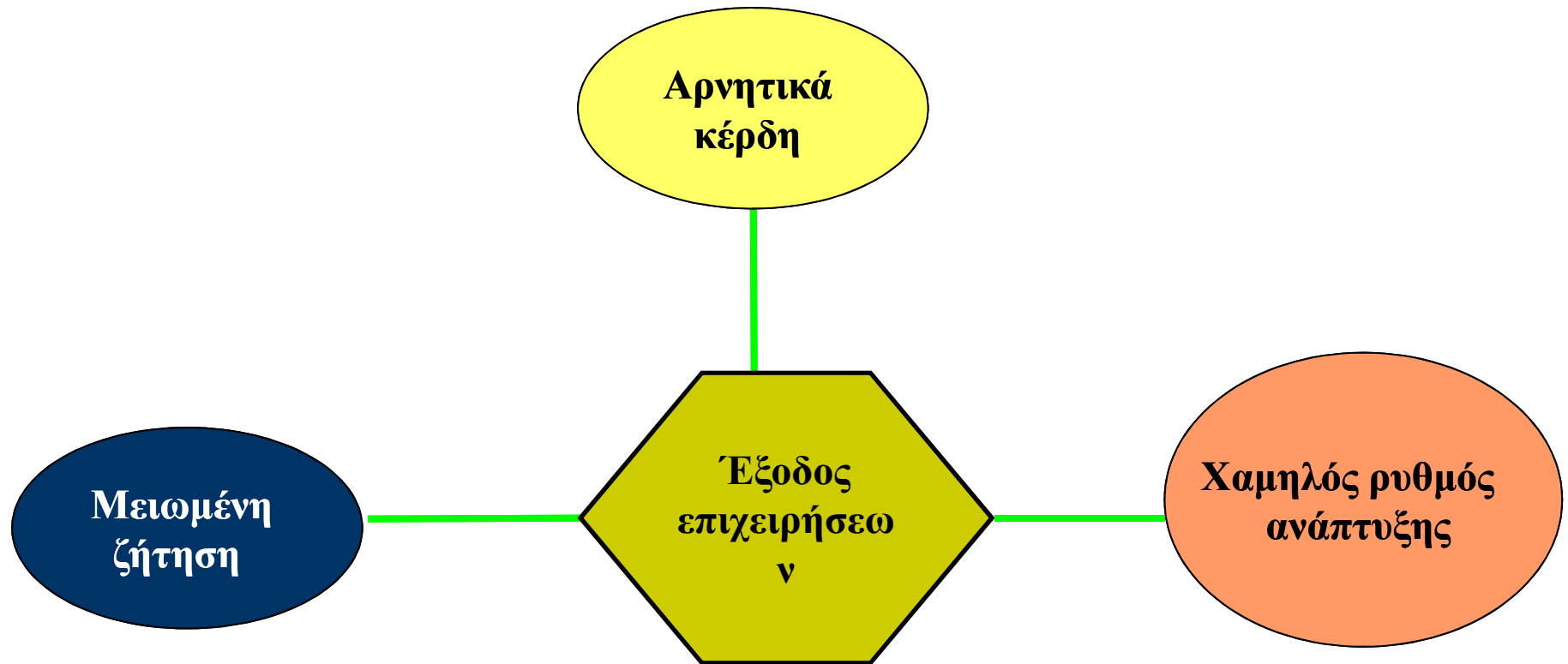
# Κίνητρα εισόδου (III)

- Η ανάπτυξη της αγοράς έχει θετική σχέση με την είσοδο νέων επιχειρήσεων.
- Όσο υψηλότερο είναι το ποσοστό αύξησης της παραγωγής της αγοράς τόσο περισσότερος χώρος υπάρχει σε έναν κλάδο για μια νέα επιχείρηση και τόσο λιγότερη η παραγωγή μιας νέας επιχείρησης θα επηρεάσει αρνητικά την τιμή.
- Οι νέες επιχειρήσεις μπορεί να θεωρήσουν ότι θα είναι ευκολότερο να πουλήσουν το προϊόν τους σε νέους πελάτες από ότι να «κλέψουν» τις πωλήσεις των εδραιωμένων επιχειρήσεων σε μια αγορά στην οποία η ζήτηση είναι σταθερή ή και μειούμενη.
- Οι νέες επιχειρήσεις μπορεί να έχουν μεγαλύτερη ευελιξία και συνεπώς χαμηλότερο κόστος στην προσαρμογή τους στην αυξανόμενη ζήτηση σε σχέση με τις εδραιωμένες επιχειρήσεις.

# Εμπόδια εξόδου.

- Παράγοντες που εμποδίζουν ή αποθαρρύνουν μια επιχείρηση να αποχωρήσει από κάποια αγορά.
- Εύκολη έξοδος πρέπει να σημαίνει «δωρεάν» έξοδος.
- Αν η αποχώρηση δεν είναι ανέξοδη, αποθαρρύνει επιχειρήσεις να εισέλθουν στην αγορά.
- Εξαρτώνται από το πόσο «συγκεκριμένες» είναι οι επενδύσεις που έχουν γίνει.
- Κόστη που δεν μπορούμε να αποφύγουμε
- Μη ανακτήσιμα κόστη (sunk-cost).

# Κίνητρα εξόδου



# Εμπειρικά στοιχεία (I)

- Τρεις τεχνικές για τη μέτρηση των οικονομιών κλίμακας: α) **στατιστική ανάλυση** κόστους, β) **έλεγχος επιβίωσης** και γ) **μηχανικές αναλύσεις κόστους**.
- Στη **στατιστική ανάλυση** κόστους, ο ερευνητής εφαρμόζει μια ανάλυση παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή το κόστος και ανεξάρτητες μεταβλητές τον όγκο παραγωγής, το επίπεδο εκμετάλλευσης της παραγωγικής δυναμικότητας και τις τιμές των εισροών.
- Το πλεονέκτημα μιας τέτοιας μεθόδου είναι η δυνατότητα χρήσης δυναμικών στατιστικών τεχνικών. Το μεγαλύτερο μειονέκτημα είναι ότι οι έρευνες αυτές απαιτούν την ύπαρξη πολυάριθμων στοιχείων που σπανίως είναι διαθέσιμα.
- Εφαρμογή της στατιστικής ανάλυσης σε κρατικά ελεγχόμενες επιχειρήσεις (public utilities).

# Εμπειρικά στοιχεία (II)

- Η ιδέα στην οποία βασίζεται ο **έλεγχος επιβίωσης** είναι ότι με το πέρασμα του χρόνου οι επιχειρήσεις που επιβιώνουν πρέπει να είναι αποτελεσματικές (Stigler).
- Η ελκυστικότητα της μεθόδου αυτής συνίσταται στην απλότητα της και στη διαθεσιμότητα των απαραίτητων στοιχείων.
- Στις μηχανικές αναλύσεις κόστους χρησιμοποιούνται συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια και έρευνες για τη συγκέντρωση πληροφοριών από μηχανικούς που είναι υπεύθυνοι για το σχεδιασμό και των προγραμματισμό των νέων παραγωγικών μονάδων.
- Εξαιτίας του τεράστιου όγκου εργασίας που απαιτείται για τη διεξαγωγή μιας ολοκληρωμένης μηχανικής έρευνας είναι ελάχιστος ο αριθμός αυτού του τύπου ερευνών που έχουν πραγματοποιηθεί.



# Εμπειρικά στοιχεία (III)

- Τα εμπειρικά στοιχεία που υπάρχουν για τη σημασία των οικονομιών φάσματος είναι ελάχιστα.
- Ορισμένοι οικονομολόγοι παρατήρησαν ότι ο υπολογισμός των συναρτήσεων κόστους για πολλαπλά προϊόντα οδηγεί σε σημαντικά προβλήματα δεδομένων.
- Τα αποτελέσματα έδειξαν υψηλή διακύμανση στα μέτρα των οικονομιών κλίμακας και φάσματος σε διαφορετικά επίπεδα παραγωγής.
- Σε γενικές γραμμές παρόλο που οι οικονομίες φάσματος είναι αρκετά σημαντικές για ορισμένους βιομηχανικούς κλάδους είναι δύσκολο να αξιολογηθεί η σημασία τους μέσω της χρήσης εμπειρικών δεδομένων.

# Εμπειρικά στοιχεία (IV)

- Ελάχιστες εμπειρικές έρευνες γύρω από το θέμα της εξόδου.
- Τα στοιχεία δείχνουν ότι οι επιχειρήσεις αποχωρούν σε μεγαλύτερο ποσοστό από κλάδους με χαμηλό ρυθμό ανάπτυξης σε σχέση με τους κλάδους υψηλής ανάπτυξης.
- Τα πάγια περιουσιακά στοιχεία όπως οι επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και εξοπλισμό αποτελούν σημαντικό εμπόδιο εξόδου.
- Άλλα διαρκή στοιχεία όπως αυτά που συνδέονται με την έρευνα και ανάπτυξη και τη διαφήμιση εμποδίζουν την έξοδο.

# Διεκδικούμενες αγορές (I)

- Μια διεκδικούμενη αγορά χαρακτηρίζεται από ελεύθερη είσοδο και έξοδο (Baumol).
  - δεν υπάρχουν δαπάνες που οι επιχειρήσεις δεν μπορούν να ανακτήσουν
  - επιτρέπουν είσοδο του τύπου *κτυπάω και φεύγω (hit & run)*
- Το γεγονός ότι μια αγορά είναι διεκδικούμενη, μπορεί να περιορίσει την εκμετάλλευση της δύναμης που έχουν στην αγορά οι υπάρχουσες επιχειρήσεις.

# Διεκδικούμενες αγορές (II)

- **1η Παραδοχή**: *Ελεύθερη είσοδος*
- **2η Παραδοχή**: *Απόλυτη είσοδος.*
- **3η Παραδοχή**: Η είσοδος δεν συνδέεται με κανένα *εφάπαξ κόστος*.
- Η θεωρία των διεκδικήσιμων αγορών αναφέρει ότι ο δυνητικός ανταγωνισμός μπορεί να είναι σημαντικότερος από τον πραγματικό ανταγωνισμό.
- Μια απόλυτα μονοπωλιακή αγορά μπορεί να αποδώσει όπως ακριβώς θα απέδιδε αν η διάρθρωση της ήταν τέλεια ανταγωνιστική.