

# **ΒΙΩΣΙΜΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**

**Μάθημα 5<sup>ο</sup> -6<sup>ο</sup>**

**Παναγιώτα Σεργάκη  
Επίκουρη Καθηγήτρια ΑΠΘ  
2017-2018**

# Η οικονομική θεωρία του Συνεργατισμού χωρίζεται σε 2 σκέλη που αντανακλούν τους 2 βασικούς τρόπους δράσης των συνεταιρισμών

**Διαπραγματευτική δύναμη:**  
αφορά στη δράση των Σ που  
χαρακτηρίζεται από τις  
συναλλαγές τους με τρίτους  
(προμήθεια γεωργικών  
εφοδίων, πώληση αγροτικών  
προϊόντων κλπ).

**Οικονομίες μεγέθους:**  
αναφέρεται στην πιο  
αποτελεσματική αξιοποίηση  
των συντ/στών παραγωγής  
κατά την εκτέλεση  
διαφόρων δραστηριοτήτων  
(μεταποίηση, εμπορία  
αγροτικών προϊόντων κλπ).

## α) Θεωρία της διαπραγματευτικής ή εξουδετερωτικής δύναμης

**Γιατί είναι σημαντική;** Με τη θεωρία αυτή ο Galbraith εξηγεί την *οικονομική αποτελεσματικότητα των συνεταιρισμών*, όταν έχουν *συναλλαγές με τρίτους*, όπως π.χ. κατά την πώληση αγροτικών προϊόντων ή την αγορά εφοδίων. Η *συνένωση* των παραγωγών βελτιώνει τους όρους συναλλαγής

# I) Η θεωρία της διαπραγματευτικής ή εξουδετερωτικής δύναμης:

Όταν 2 μέρη συναλλάσσονται, τότε αυτός που έχει δομή μονοπωλίου/ μονοψωνίου ή ολιγοπωλίου / ολιγοψωνίου, καθορίζει την τιμή του προϊόντος.

Για να εξασφαλίσει δίκαιη τιμή και το 2ο μέρος πρέπει να εξουδετερώσει τη δύναμη που έχει το 1ο μέρος, αυξάνοντας τη διαπραγματευτική του δύναμη.

**Πώς θα γίνει αυτό;** Δημιουργία ενιαίου φορέα (π.χ Συνεταιρισμού) που θα αναγκάσει τον 1ο φορέα να συμφωνήσει σε πιο δίκαιους όρους. Δηλαδή η νέα συμφωνία θα είναι αποτέλεσμα της **αυξημένης διαπραγματευτικής δύναμης το Συνεταιρισμού.**

## α) Μορφές διαπραγματευτικής δύναμης

- **Συνυπαρξιακή συνεργασία:**  
Συνεργασία  $\Sigma$  με αγοραστή ή προμηθευτή με αμοιβαία οφέλη και για τα 2 συναλλασσόμενα μέρη
  - αγορά μεγάλων  $q$  εφοδίων → χαμηλό κόστος εμπορίας, διασφαλισμένη πώληση,
  - πώληση μεγάλων  $q$  προϊόντων μελών συντελεί στη μείωση δαπανών συγκέντρωσης από αγοραστή & εγγύηση ομαλής τροφοδοσίας αγοραστή
- **Επιθετική συνεργασία:** ο  $\Sigma$  λόγω μεγέθους αναγκάζει τον συμβαλλόμενο να δεχθεί τους όρους του

## **β) Προϋποθέσεις για την αποτελεσματική διαπραγματευτική δύναμη των συνεταιρισμών**

- 1. Μαζική συμμετοχή/ διαχείριση σημαντικών ποσοτήτων  
q προϊόντων**
- 2. Ευπάθεια των προϊόντων**
- 3. Ο χρόνος διαπραγμάτευσης**
- 4. Η ύπαρξη κατάλληλης υποδομής**
- 5. Η δυνατότητα περιορισμού της προσφοράς:**
- 6. Η ύπαρξη εναλλακτικών διεξόδων: η διαπραγματευτική  
δύναμη γίνεται πιο αποτελεσματική.**

## γ) Ενδογενείς συνθήκες άσκησης διαπραγματευτικής δύναμης

- **Ικανή ηγεσία**
- **Μεταβίβαση δικαιωμάτων:** Τα μέλη οφείλουν να μεταβιβάσουν στο νομικό πρόσωπο του Σ το δικαίωμα διαχείρισης των προϊόντων τους για λογαριασμό τους.
- **Συμβιβασμός απόψεων:** Καθορισμός κοινής πορείας από τα μέλη για την κοινή υποστήριξη των συμφερόντων των μελών.
- **Διασφάλιση τήρησης των συμφωνουμένων:** Διασφαλισμένη η συμφωνία των μελών για εφαρμογή σύμβασης που θα υπογράψει η διοίκηση, χωρίς υπαναχωρήσεις.
- **Οικονομική επιφάνεια Σ:** Οι μικροί Σ που δεν έχουν αρκετό κυκλοφοριακό κεφάλαιο για να δίνουν προκαταβολές στα μέλη τους για τα προϊόντα τους ή των οποίων τα μέλη δεν μπορούν να αντέξουν καθυστερημένη εξόφληση της αξίας των προϊόντων τους δεν έχουν διαπραγματευτική δύναμη.

## δ) Δυσκολίες άσκησης διαπραγματευτικής δύναμης

- **Ανάγκη συσπείρωσης μεγάλου αριθμού μελών (και αντίστοιχων ποσοτήτων):** το μεγάλο μέγεθος του  $\Sigma$  (από άποψη διακινούμενων  $q$ ) συμβαδίζει με το μέγεθος της διαπραγματευτικής του δύναμης. **Όσο όμως ο αριθμός των μελών αυξάνει τόσο και οι αποκλίσεις των χαρακτηριστικών των μελών διευρύνονται**
- **Οι διαφορές μεταξύ των παραγωγών:** Διαφορές στο κόστος παραγωγής (διαφορετικές αποδόσεις ή καλλιεργούμενες ποικιλίες ή χρήση παραγωγικών συντελεστών, ή μεταφορικού κόστους). Αποτέλεσμα: προσανατολισμός κάποιων μελών σε εξωσυνεταιριστικές ατομικές διαπραγματεύσεις
- **Αντιδράσεις μελών:** Αν οι  $\Sigma$  είναι επιτυχημένοι υπάρχουν αντιπερισπασμοί-προσφορά ελκυστικών όρων σε μη μέλη ή σε όσους αποχωρούν. Αυτό αποθαρρύνει τα μέλη που έχουν οριακή ωφέλεια και αποχωρούν. Όταν η αποχώρηση είναι μαζική εξαφανίζονται τα οφέλη της άσκησης διαπραγματευτικής δύναμης για όλους.



- **Συνθήκες εφησυχασμού:** όλοι οι Σ εξασθενούν όταν δημιουργούνται συνθήκες εφησυχασμού των μελών των εξαιτίας του προστατευτισμού του Σ προς αυτά. Αποτέλεσμα: στροφή ορισμένων μελών προς ελκυστικότερες μεμονωμένες συμφωνίες για ένα μέρος της παραγωγής τους.
- **Αύξηση της παραγωγής:** η άσκηση διαπραγματευτικής δύναμης και η εξασφάλιση καλύτερων τιμών οδηγεί σε αύξηση της παραγωγής (αντιοικονομίες κλίμακας). Πρέπει να επιτευχθεί ο περιορισμός της παραγωγής. Ποσοστιαία μείωση της παραγωγής θίγει όσους δεν αύξησαν την παραγωγή τους ενώ η περικοπή από τις μεγάλες εκμεταλλεύσεις θίγει αυτούς που είναι ανάγκη να διαθέτουν την παραγωγή τους μέσω των συλλογικών οργάνων του Σ.
- **Προηγούμενοι δεσμοί των μελών με προμηθευτές ή αγοραστές:** Δημιουργία εμπιστοσύνη μεταξύ μελών & Σ για να αντισταθούν σε προκλήσεις απομόνωσης τους και να μην ανταλλάξουν την μακροχρόνια ζημία τους από το πρόσκαιρο όφελος τους.

## ε) Δυσκολίες από τη φύση των προϊόντων

1. Ευπαθή προϊόντα
2. Εποχιακά μη αποθηκεύσιμα
3. Έλλειψη υποδομών (αποθήκευσης και εναλλακτικών λύσεων)
4. Δομή αγοράς (μονοπωλιακή-μονοψωνιακή)

## II) Η Θεωρία των οικονομιών μεγέθους

### 1) Οι έννοιες των οικονομιών μεγέθους και κλίμακας

**Οικονομίες κλίμακας (*economies of scale*):** Η συνένωση πολλών παραγωγών σε ένα  $\Sigma$  επιτυγχάνει μια ευνοϊκότερη σχέση μεταξύ των συντελεστών παραγωγής που χρησιμοποιούνται και του ύψους παραγωγής.

**Οικονομίες μεγέθους (*economies of size*):** είναι η μείωση του ανά μονάδα συνολικού κόστους παραγωγής ενός προϊόντος ή προσφοράς μιας υπηρεσίας, που προκαλείται από την αύξηση της ποσότητας ή του μεγέθους των χρησιμοποιούμενων παραγωγικών συντελεστών ή από την αύξηση της ποσότητας του προϊόντος που παράγεται ή της υπηρεσίας που προσφέρεται. Μπορεί να οφείλεται και στη χρήση τεχνολογίας/νέες μεθόδους που οδηγούν σε μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα

# Οικονομίες κλίμακας

- Οικονομίες κλίμακας προκύπτουν από την αύξηση του ύψους των συντελεστών παραγωγής. Δηλαδή:
- Εάν 3πλασιαστούν οι χρησιμοποιούμενοι συντελεστές παραγωγής τριπλασιάζεται και το προϊόν ή έχουμε μεγαλύτερη ή μικρότερη αύξηση. Γενικά:
- Εάν η σχέση συντελεστή παραγωγής/παραγόμενο προϊόν παίρνει τιμές:
  1. Παραγόμενο προϊόν/ $\Delta$ . συντ. παραγωγής =1 (σταθερές οικονομίες κλίμακας)
  2. Παραγόμενο προϊόν/ $\Delta$ . συντ. παραγωγής >1 (θετικές οικονομίες κλίμακας)
  3. Παραγόμενο προϊόν/ $\Delta$ . συντ. παραγωγής <1 (αρνητικές οικονομίες κλίμακας)

# Οικονομίες κλίμακας

- Σταθερές
- Θετικές
- Αρνητικές

# Οικονομίες μεγέθους

- Οικονομίες μεγέθους: έχουν σχέση:

1. Με το μέγεθος της παραγωγής

2. Με την μεταβολή του κόστους

Οι οικονομίες μεγέθους προκύπτουν από την αύξηση της παραγωγής λόγω χρήσης της νέας τεχνολογίας στην παραγωγή

## 2) Βραχυχρόνιες και μακροχρόνιες οικονομίες μεγέθους

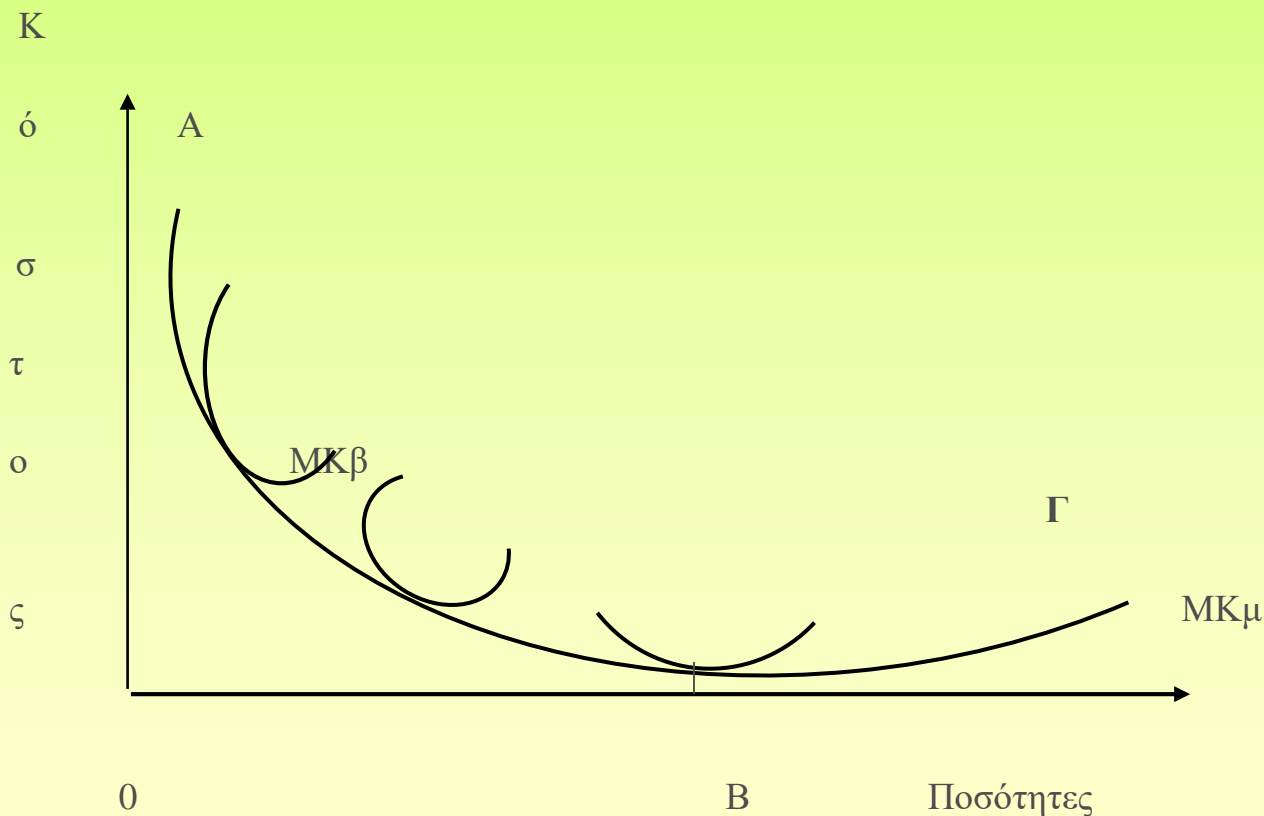
Η ανάλυση των οικονομιών μεγέθους ή κλίμακας γίνεται συνήθως σε σχέση με την βραχυχρόνια ή τη μακροχρόνια περίοδο στην οποία αναφερόμαστε.

**α) Οι βραχυχρόνιες οικονομίες μεγέθους προκύπτουν συνήθως από πληρέστερη αξιοποίηση των εγκαταστάσεων** ορισμένου μεγέθους μιας επιχείρησης, ή ενός μηχανήματος κλπ. οπότε το μέσο κόστος παραγωγής ή εμπορίας ενός προϊόντος μειώνεται, γιατί τα σταθερά έξοδα λειτουργίας της επιχείρησης επιμερίζονται σε μεγαλύτερη ποσότητα προϊόντος.

**β) Οι μακροχρόνιες οικονομίες μεγέθους προκύπτουν συνήθως από την αύξηση της αποδοτικότητας λειτουργίας της επιχείρησης** που πετυχαίνεται κυρίως με την αύξηση του μεγέθους των εγκαταστάσεων

### 3) Γραφική παράσταση των οικονομιών μεγέθους

Οι οικονομίες μεγέθους παριστάνονται γραφικά με την καμπύλη του μέσου κόστους (σχήμα 4), αφού η καμπύλη αυτή δείχνει το συνολικό κόστος που αντιστοιχεί στη μονάδα του παραγόμενου προϊόντος.



Σχήμα 4. Οικονομίες μεγέθους



Στο παραπάνω σχήμα η καμπύλη ΜΚβ παριστάνει μια βραχυχρόνια καμπύλη μέσου κόστους και η καμπύλη ΜΚμ τη μακροχρόνια καμπύλη μέσου κόστους.

Το τμήμα ΑΒ της καμπύλης μακροχρόνιου μέσου κόστους παριστάνει τις **θετικές οικονομίες μεγέθους**, δηλαδή τη *μείωση του ανά μονάδα συνολικού κόστους παραγωγής ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας καθώς αυξάνεται η ποσότητα του προϊόντος που παράγεται ή της υπηρεσίας που προσφέρεται*, ενώ το τμήμα ΒΓ παριστάνει τις **αρνητικές οικονομίες μεγέθους**, δηλαδή *την αύξηση του ανά μονάδα συνολικού κόστους παραγωγής ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας που προκαλείται από την αύξηση του μεγέθους της επιχείρησης*.

#### 4) Παράγοντες που δημιουργούν τις οικονομίες μεγέθους

**1. Τεχνολογικοί παράγοντες** (μηχανολογική, κτιριακοί κλπ.). Οι παράγοντες αυτοί σε συνδυασμό με το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της **αδιαιτερότητάς** τους (*indivisibility*), δεν μπορούν να κατασκευαστούν σε όσα μικρά μεγέθη απαιτούνται, αλλά μόνο σε ορισμένα και συγκεκριμένα μεγέθη.

**2. Ανθρώπινοι παράγοντες**, λόγω εξειδίκευσης & καταμερισμού εργασίας.

**3. Οικονομικοί παράγοντες,** (π.χ επαρκής χρηματοδότηση δραστηριοτήτων ή οι εκπτώσεις τιμών ή πώληση προϊόντων, διαφήμιση).

Προμήθειες εφοδίων ή καταναλωτικών αγαθών σε μεγάλες ποσότητες δημιουργούν οικονομίες μεγέθους στην παραγωγή και εμπορία με θετικές οικονομικές επιπτώσεις.

**4. Εφαρμογή της θεωρίας των οικονομιών μεγέθους στους συνεταιρισμούς**