

# درس اصول علم اقتصاد (۱)

## فصل ششم

### بازار رقابت کامل

# انواع بازار

□ ساختار بازار با توجه به تعداد فروشندگان، نوع و ماهیت کالاهای تولید شده ( همگن و غیر همگن)، نحوه حضور در بازار و درجه شناخت از بازار متفاوت است.

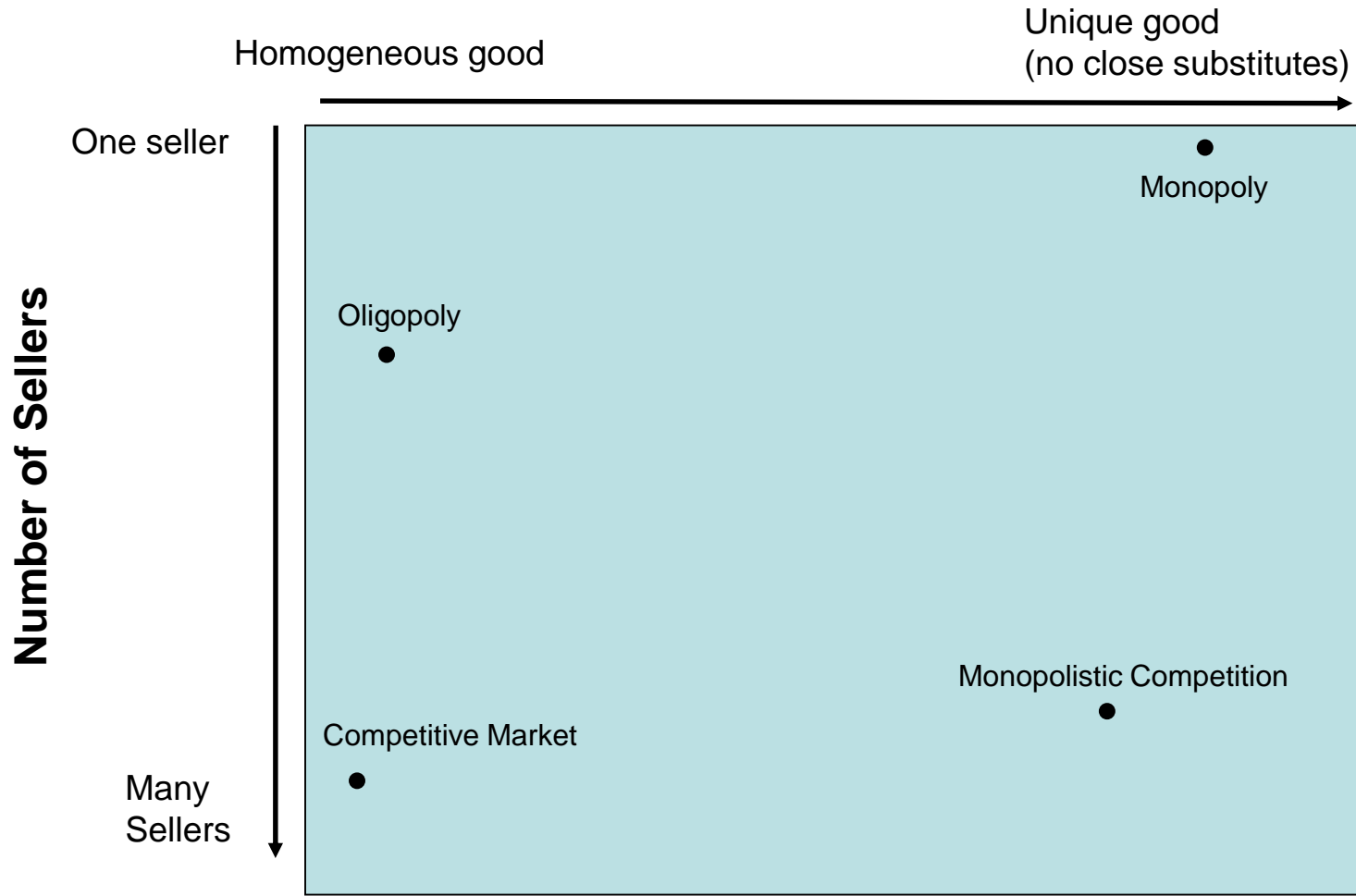
□ انواع بازار:

- بازار رقابت کامل
- بازار انحصار کامل
- بازار رقابت انحصاری
- بازار انحصار چند جانبه فروش

# انواع بازار

مثال	خصوصیات				انواع بازار
	شرایط ورود و خروج	میزان شناخت از شرایط بازار	ماهیت کالاهای تولید شده	تعداد بنگاهها	
سیب زمینی کاران	آسان	کامل	همگن	خیلی زیاد	رقابت کامل
شرکت برق	مشکل	محدود	همگن	یک	انحصار کامل
رستورانها	آسان	محدود	ناهمگن	زیاد	رقابت انحصاری
تولیدکنندگان اتومبیل	مشکل	محدود	همگن یا متفاوت	کم	انحصار چند جانبه فروش

# Product Differentiation



# شرایط بازار رقابت کامل

## *Perfect Competitive Market*

- از تعداد زیادی فروشنده مستقل تشکیل شده باشد و هر یک از آنها بقدری کوچک باشند که نتوانند بر قیمت بازار اثر بگذارند. در نتیجه بنگاه **قیمت پذیر (Price Taker)** باشد.
- تمامی بنگاههای موجود در آن صنعت محصولی **همگن** را بفروشند
- در آن صنعت ورود و خروج بنگاهها به بازار به **آسانی** امکانپذیر باشد
- تولیدکنندگان و مصرف کنندگان **اطلاعات کاملی** از بازار داشته باشند

# Revenue of a Competitive Firm

Total revenue for a firm is the *selling price* times the *quantity sold*.

$$TR = (P \times Q)$$

# Revenue of a Competitive Firm

**Marginal revenue** is the change in total revenue from an additional unit sold.

$$MR = \Delta TR / \Delta Q$$

## Revenue of a Competitive Firm

For competitive firms, **marginal revenue** equals the price of the good.



## Total, Average, and Marginal Revenue for a Competitive Firm

Quantity (Q)	Price (P)	Total Revenue (TR=P×Q)	Average Revenue (AR=TR/Q)	Marginal Revenue (MR=ΔTR / ΔQ)
1	\$6.00	\$6.00	\$6.00	
2	\$6.00	\$12.00	\$6.00	\$6.00
3	\$6.00	\$18.00	\$6.00	\$6.00
4	\$6.00	\$24.00	\$6.00	\$6.00
5	\$6.00	\$30.00	\$6.00	\$6.00
6	\$6.00	\$36.00	\$6.00	\$6.00
7	\$6.00	\$42.00	\$6.00	\$6.00
8	\$6.00	\$48.00	\$6.00	\$6.00

# Profit Maximization for the Competitive Firm

- ◆ The goal of a competitive firm is to **maximize profit**.
- ◆ This means that the firm will want to produce the quantity that maximizes the *difference between total revenue and total cost*.

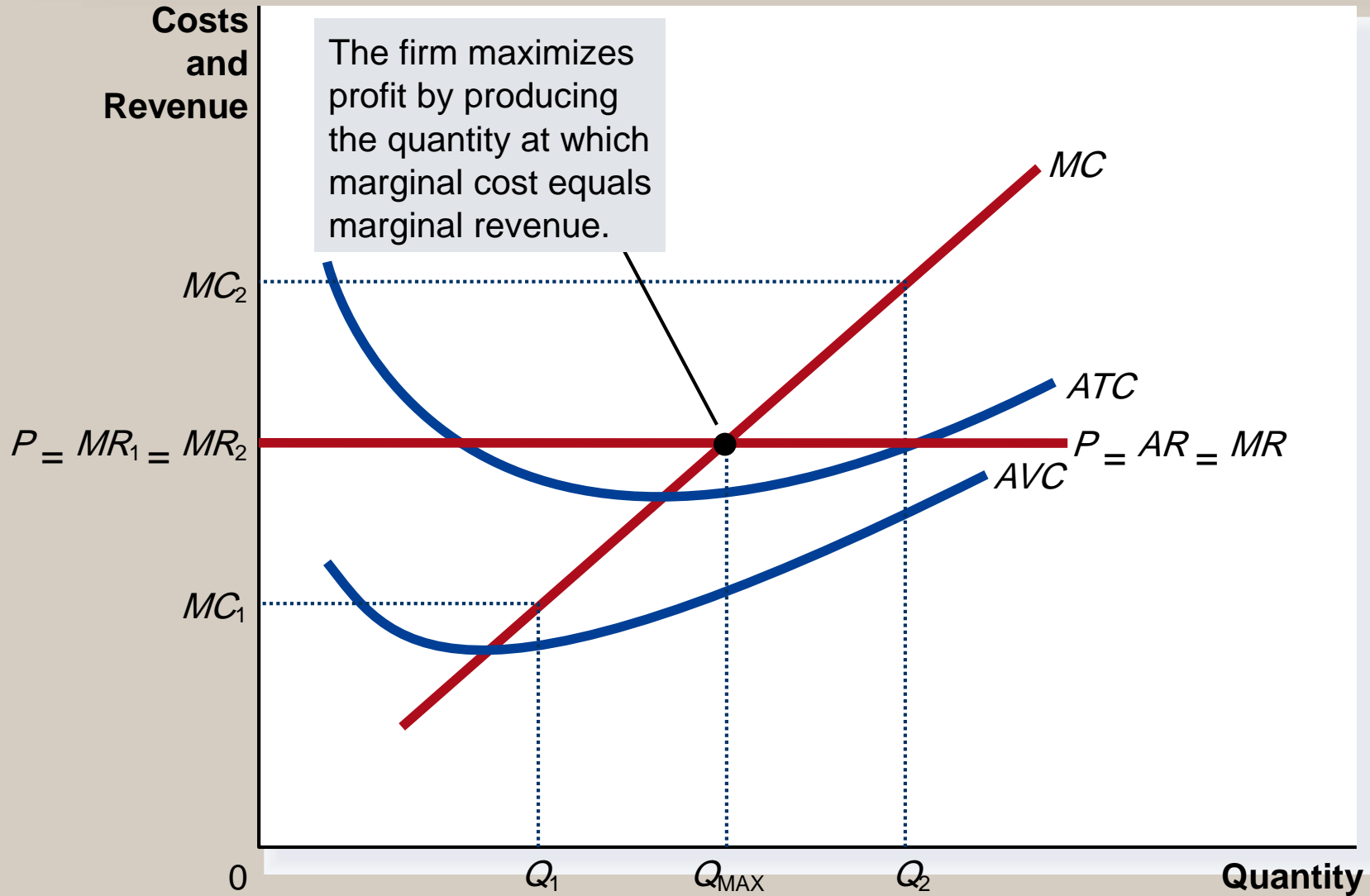
# Profit Maximization: A Numerical Example

Quantity (Q)	Price (P)	Total Revenue (TR=P×Q)	Total Cost (TC)	Profit (TR-TC)	Marginal Revenue (MR= $\frac{\Delta TR}{\Delta Q}$ )	Marginal Cost (MC= $\frac{\Delta TC}{\Delta Q}$ )
0		\$0.00	\$3.00	-\$3.00		
1	\$6.00	\$6.00	\$5.00	\$1.00	\$6.00	\$2.00
2	\$6.00	\$12.00	\$8.00	\$4.00	\$6.00	\$3.00
3	\$6.00	\$18.00	\$12.00	\$6.00	\$6.00	\$4.00
4	\$6.00	\$24.00	\$17.00	\$7.00	\$6.00	\$5.00
5	\$6.00	\$30.00	\$23.00	\$7.00	\$6.00	\$6.00
6	\$6.00	\$36.00	\$30.00	\$6.00	\$6.00	\$7.00
7	\$6.00	\$42.00	\$38.00	\$4.00	\$6.00	\$8.00
8	\$6.00	\$48.00	\$47.00	\$1.00	\$6.00	\$9.00
9	\$6.00	\$54.00	\$57.00	-\$3.00	\$6.00	\$10.00
10	\$6.00	\$60.00	\$68.00	-\$8.00	\$6.00	\$11.00

## شرط حداکثر شدن سود در بازار رقابت کامل

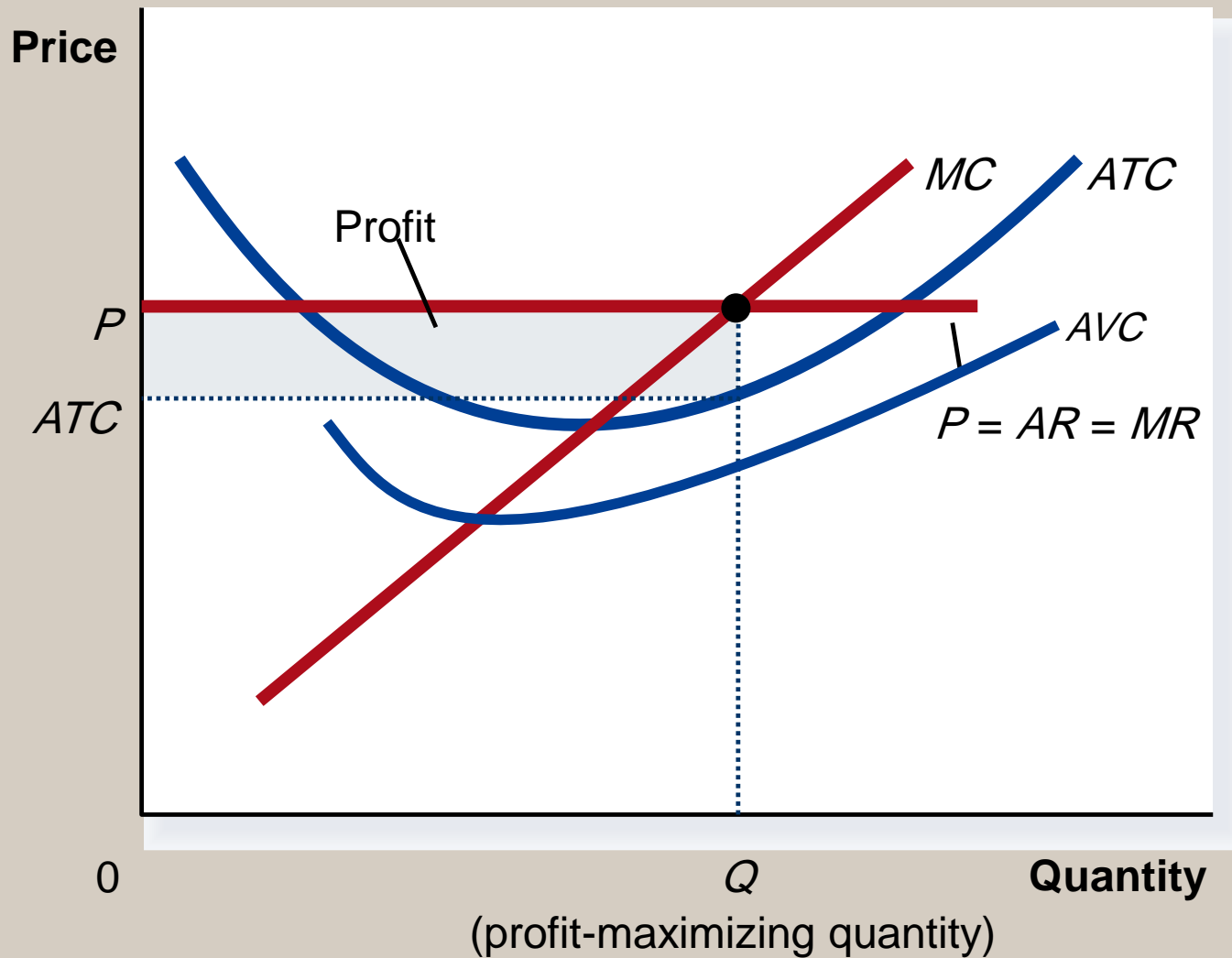
$$P = MC$$

# Profit Maximization for a Competitive Firm



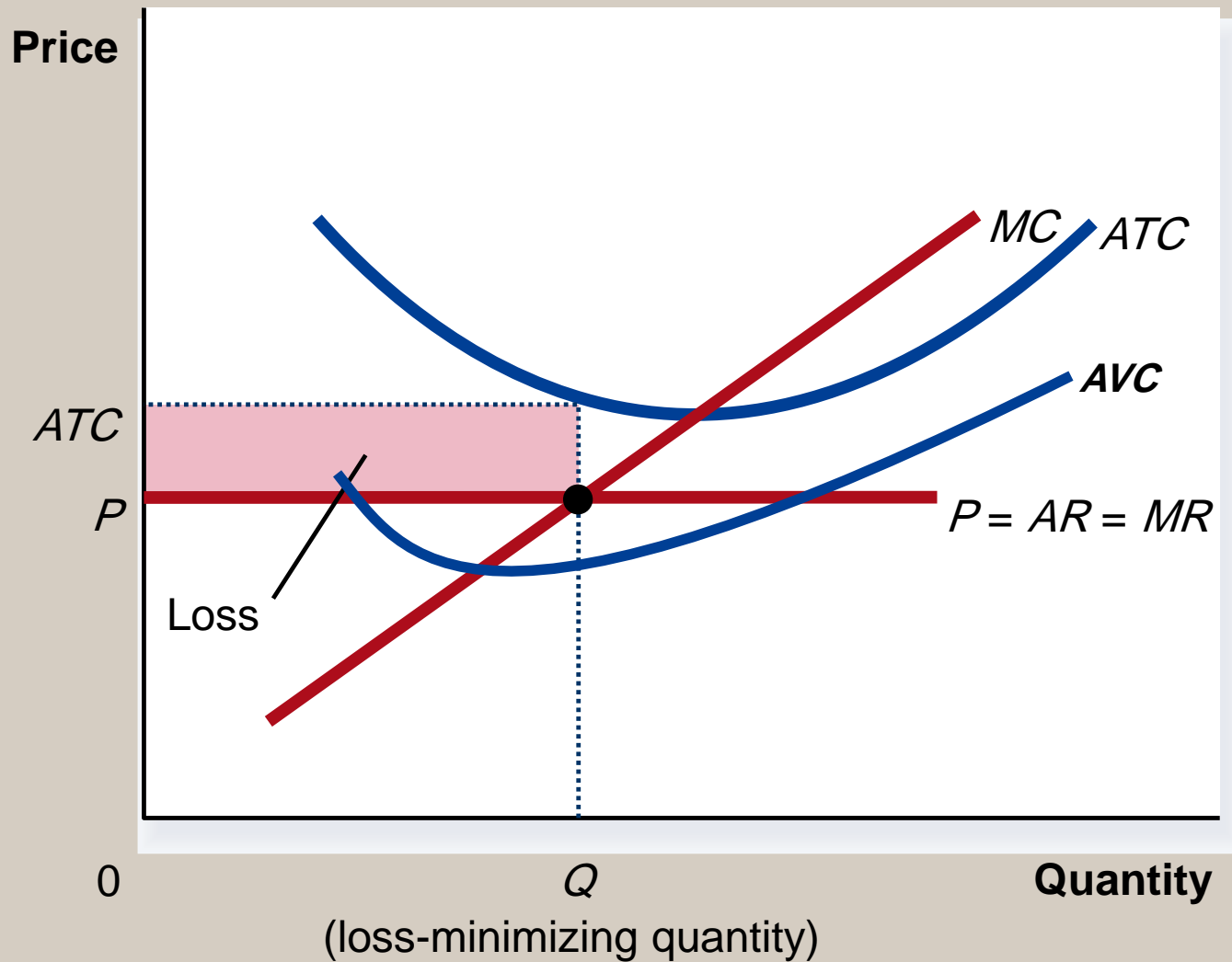
# Figure 5 Profit as the Area between Price and Average Total Cost

(a) A Firm with Profits



# Figure 5 Profit as the Area between Price and Average Total Cost

(b) A Firm with Losses



## سود یا زیان؟

□  $P > ATC$

بنگاه دارای سود است

□  $P = ATC$

نقطه سر به سر بنگاه

□  $P < ATC$

بنگاه زیان می برد

□  $P < AVC$

تعطیلی فعالیت‌های بنگاه

□  $P = AVC$

نقطه تعطیلی بنگاه