



**PRZEDSIĘBIORSTWO NA
RYNKACH KONKURENCYJNYCH**
MAKSYMALIZACJA ZYSKU

Ćwiczenie VI

CO TO JEST RYNEK KONKURENCYJNY?

- **Rynek konkurencyjny** (*competitive market*) stanowi taki rynek, na którym działa wielu nabywców i wielu sprzedawców, handlujących identycznymi produktami, co sprawia, że każdy z nich jest cenobiorcą, a więc ma tylko nie wielki wpływ na cenę rynkową.

MAKSYMALIZACJA ZYSKU

- Każde przedsiębiorstwo działające na rynku konkurencyjnym, próbuje maksymalizować zyski, czyli różnicę utargu całkowitego i kosztu całkowitego.
- Chcąc zrozumieć jak przedsiębiorstwo konkurencyjne to robi, rozważmy najpierw jego utarg.

UTARG PRZEDSIĘBIORSTWA

- **Utarg całkowity** (*total revenue, TR*) – to kwota, którą przedsiębiorstwo uzyskuje ze sprzedaży swoich produktów.

$$TR = Q \times P$$

Każde przedsiębiorstwo produkcyjne interesuje dwa podstawowe pytania dotyczące przychodów:

1. Ile wynosi przychód ze sprzedaży jednostki produkowanego dobra?
 2. Ile wynosi dodatkowy przychód ze sprzedaży każdej dodatkowej wyprodukowanej jednostki dobra?
- **Utarg przeciętny** (*average revenue, AR*) – stanowi utarg całkowity podzielony przez wielkość produkcji.

$$AR = TR/Q$$

- **Utarg krańcowy** (*marginal revenue, MR*) – stanowi zmianę utargu całkowitego spowodowaną sprzedażą każdej dodatkowej jednostki produkcji.

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

CAŁKOWITY, PRZECIĘTNY I KRAŃCOWY UTARG PRZEDSIĘBIORSTWA

KO

Quantity (Q)	Price (P)	Total Revenue ($TR = P \times Q$)	Average Revenue ($AR = TR/Q$)	Marginal Revenue ($MR = \Delta TR/\Delta Q$)
1 gallon	\$6	\$ 6	\$6	
2	6	12	6	\$6
3	6	18	6	6
4	6	24	6	6
5	6	30	6	6
6	6	36	6	6
7	6	42	6	6
8	6	48	6	6

Table 1

Total, Average, and
Marginal Revenue for
a Competitive Firm

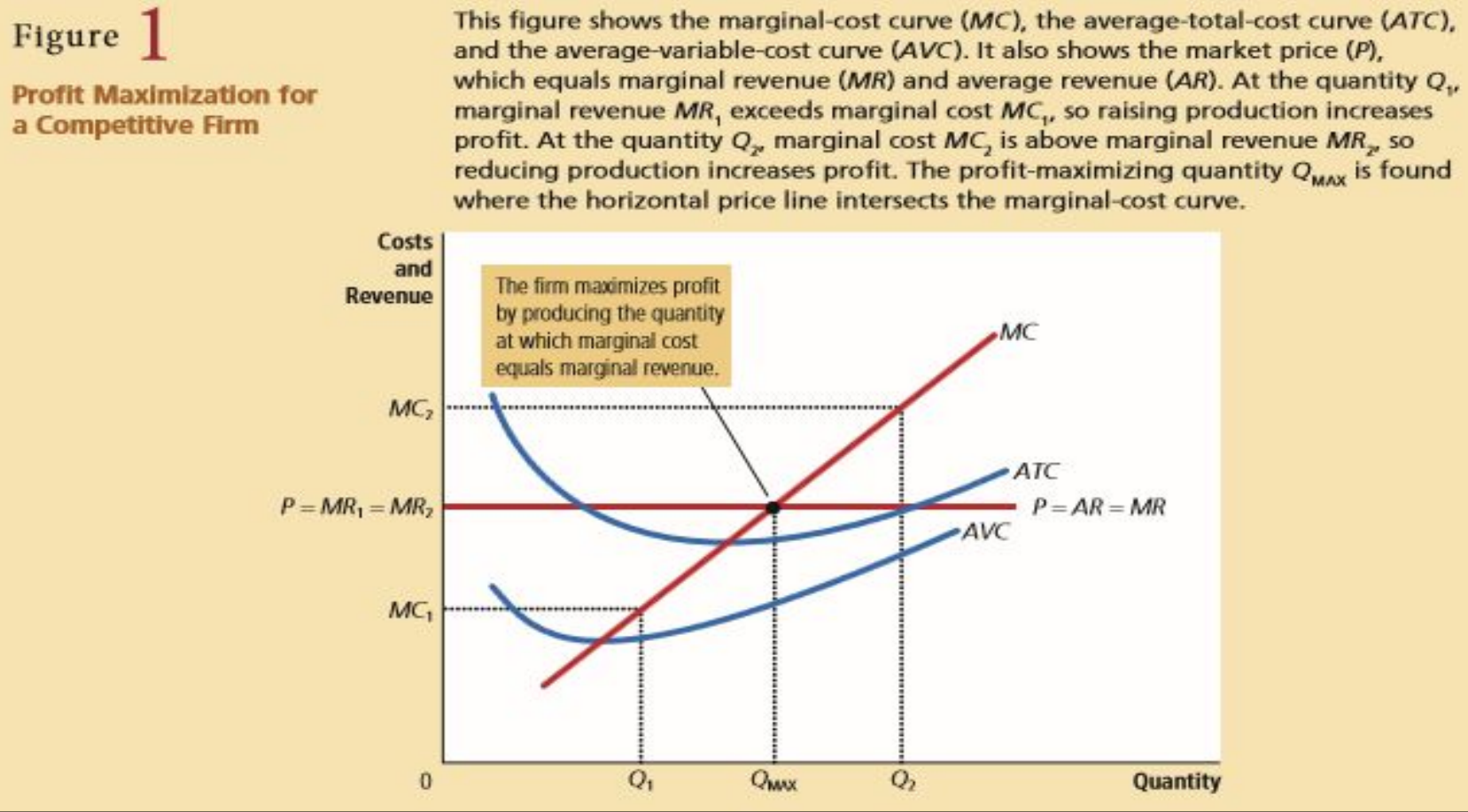
PRZYKŁAD MAKSYMALIZACJI ZYSKU PRZEDSIĘBIORSTWA

Quantity (Q)	Total Revenue (TR)	Total Cost (TC)	Profit ($TR - TC$)	Marginal Revenue ($MR = \Delta TR / \Delta Q$)	Marginal Cost ($MC = \Delta TC / \Delta Q$)	Change in Profit ($MR - MC$)
0 gallons	\$ 0	\$ 3	-\$3			
1	6	5	1	\$6	\$2	\$4
2	12	8	4	6	3	3
3	18	12	6	6	4	2
4	24	17	7	6	5	1
5	30	23	7	6	6	0
6	36	30	6	6	7	-1
7	42	38	4	6	8	-2
8	48	47	1	6	9	-3

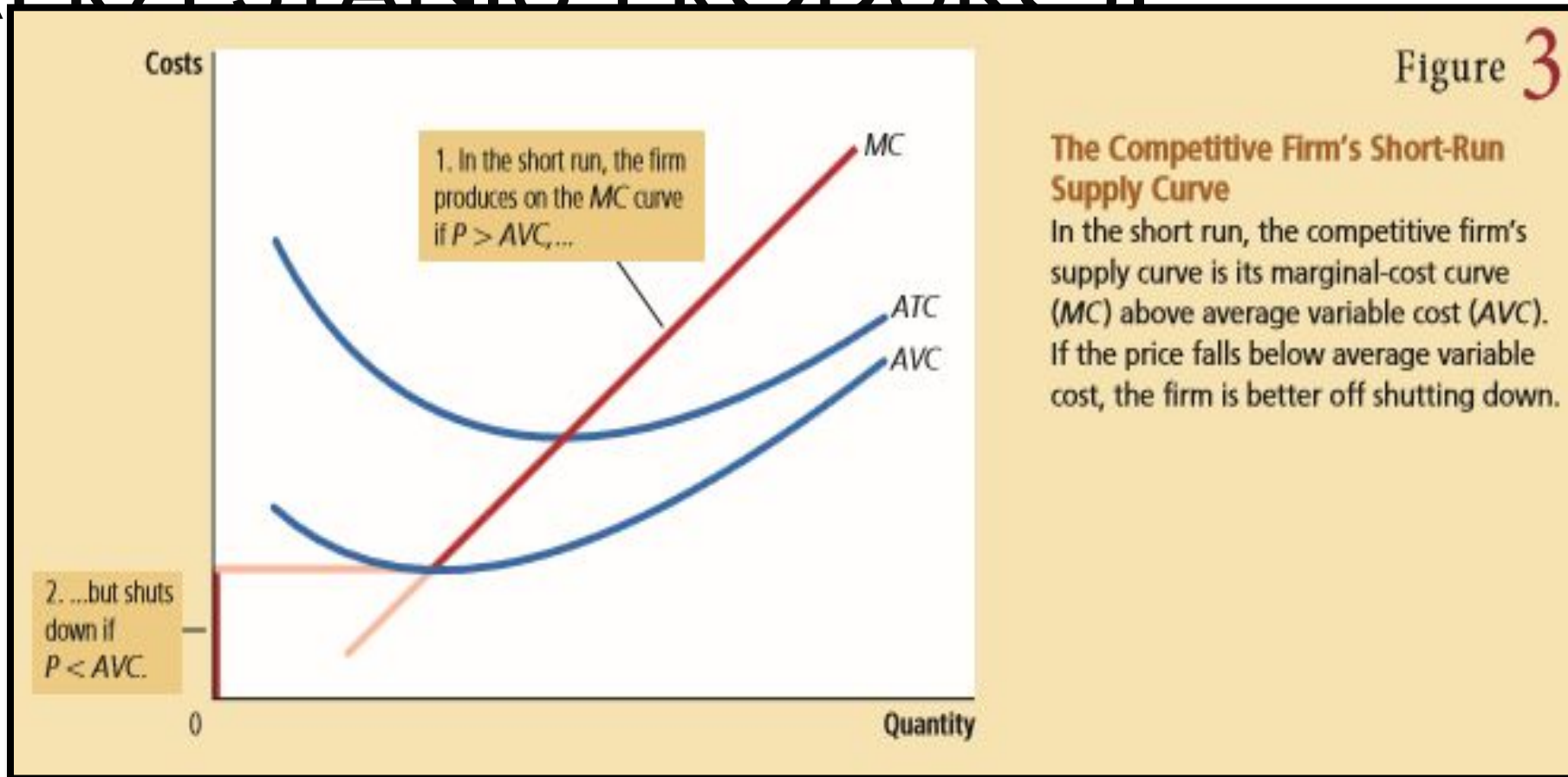
Table 2

Profit Maximization:
A Numerical Example

GRAFICZNA PREZENTACJA MAKSYMALIZACJI ZYSKU PRZEZ PRZEDSIĘBIORSTWO KONKURENCYJNE

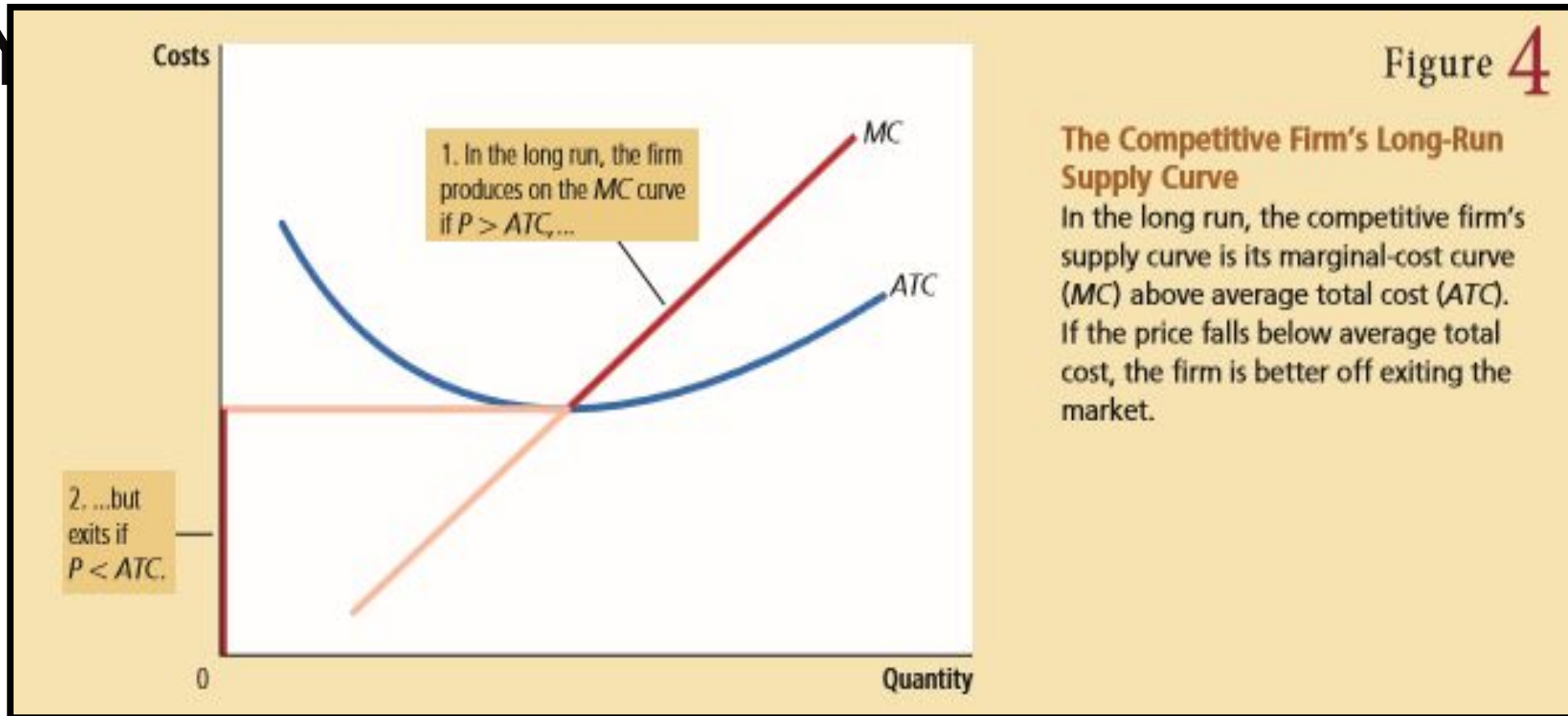


KRÓTKI OKRES I DECYZJE PRZEDSIĘBIORSTWA O CZASOWYM ZAPRZESTANIU PRODUKCJI



DŁUGI OKRES I DECYZJE PRZEDSIĘBIORSTWA O WEJŚCIU NA RYNEK LUB WYJŚCIU Z

RY



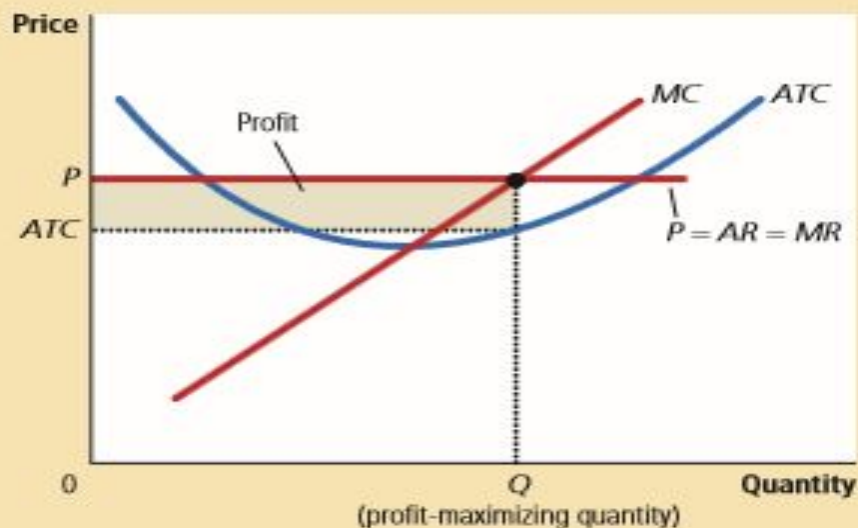
ZYSK JAKO POLE MIĘDZY LINIĄ CENY I LINIĄ PRZECIĘTNEGO KOSZTU CAŁKOWITEGO

Figure 5

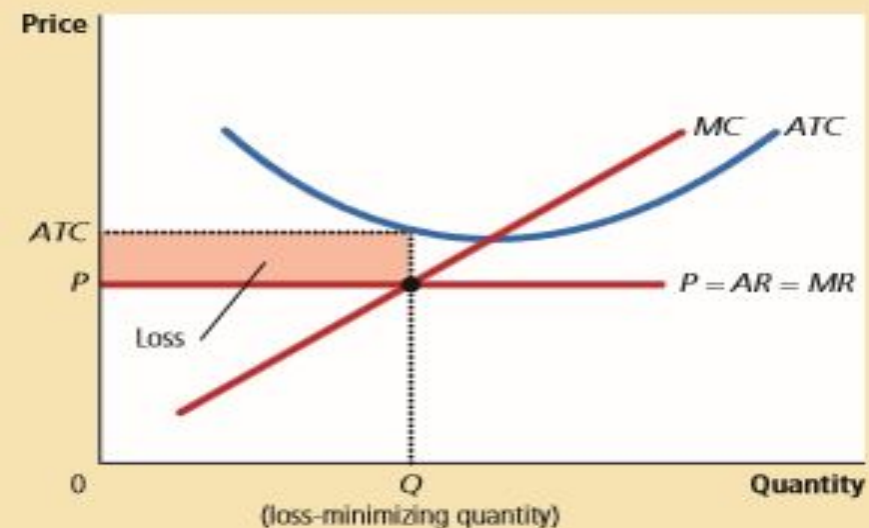
Profit as the Area between
Price and Average Total
Cost

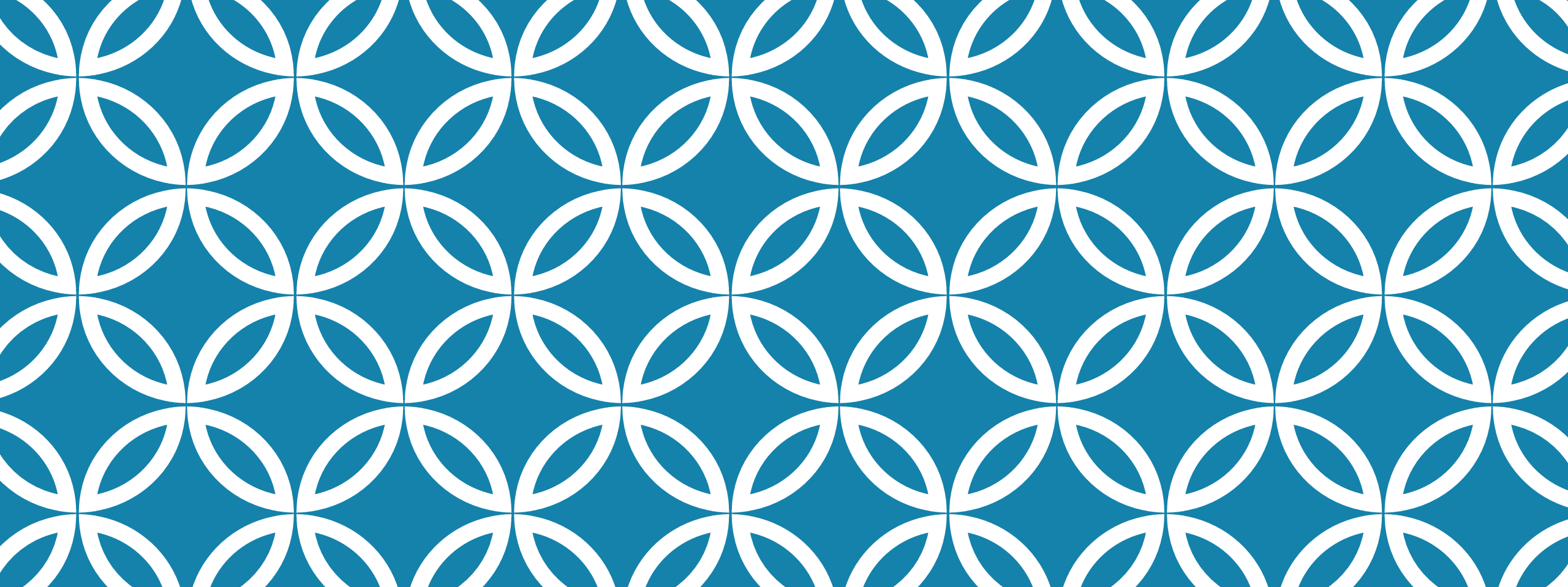
The area of the shaded box between price and average total cost represents the firm's profit. The height of this box is price minus average total cost ($P - ATC$), and the width of the box is the quantity of output (Q). In panel (a), price is above average total cost, so the firm has positive profit. In panel (b), price is less than average total cost, so the firm has losses.

(a) A Firm with Profits



(b) A Firm with Losses





DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ! |