

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със съвършена конкуренция

1. Видове индустрии в зависимост от пазара
 2. Пазар със съвършена конкуренция
 3. Общ, пределен и среден приход на фирма на пазар със съвършена конкуренция
 4. “Зона на печалба” на фирма на пазар със съвършена конкуренция
 5. Загуба и затваряне на фирмата
 6. Равновесна цена и количество в дългосрочен план
 7. Дали селско-стопанското производство е пазар със съвършена конкуренция?
-

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със съвършена конкуренция

- Видове индустрии / в зависимост от пазара

Различаваме 4 вида индустрии:

1. Съвършена (перфектна) конкуренция
2. Монопол
3. Монополистична конкуренция
4. Олигопол



Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

Свършена конкуренция

Индустрия със свършена конкуренция има следните характеристики:

1. Много продавачи и купувачи
2. Ниски “барииери” на входа
3. Продуктите на конкурентите са идентични
4. Купувачите имат “перфектна” информация



Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със съвършена конкуренция

- Максимизиране на печалбата (*Вж. За разликата между икономическа и счетоводна печалба*)

Печалба = Общите приходи (**TR**) – Общите разходи (**ТС**)

Пример 1

Фирма продава 100 продукта за 2.00 лв. всеки. Допускаме, че общите разходи са 160 лв. Каква е печалбата?

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

□ Максимизиране на печалбата

Пример 1 - отговор

$$\text{Печалба} = TR - TC$$

$$TR = P \times Q = 2 \times 100 \text{ лв.} = 200 \text{ лв.}$$

$$\text{Печалба} = 200 \text{ лв. (TR)} - 160 \text{ лв. (TC)} = 40 \text{ лв.}$$

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

□ Пределен и среден приход

При свършена конкуренция фирмата заема малка част от пазара. Това ѝ позволява да променя количеството предлагани продукти без да влияе съществено на количествата и цената на съответния пазар.

Например, ако пазарната цена е 2 лв., тогава такава фирма може да продава 100 продукта за 2 лв. всеки, 110 или 120 продукта отново за същата цена - 2 лв.

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

□ Пределен и среден приход

Пределният приход е допълнителният приход за единица допълнителен продукт. Например, ако $Q = 100$, $TR = 200$ лв., и $Q = 110$, $TR = 220$ лв., тогава $MR = 20$ лв. (220 лв. - 200 лв.) / 10 ($110 - 100$), или 2 лв., в случая.

А средният приход просто е приходът за 1 продукт. Ако $Q = 100$, $TR = 200$ лв., тогава $AR = 200$ лв. / 100 , или 2 лв.

Theme 7– Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

□ Пределен и среден приход

Търсенето и приходите на фирма при свършена конкуренция, която продава своите продукти за 2 лв. е:

Q	Цена	TR	MR	AR
0	2лв.	0	-	-
100	2лв.	200лв.	2лв.	2лв.
110	2лв.	220лв.	2лв.	2лв.
120	2лв.	240лв.	2лв.	2лв.
130	2лв.	260лв.	2лв.	2лв.

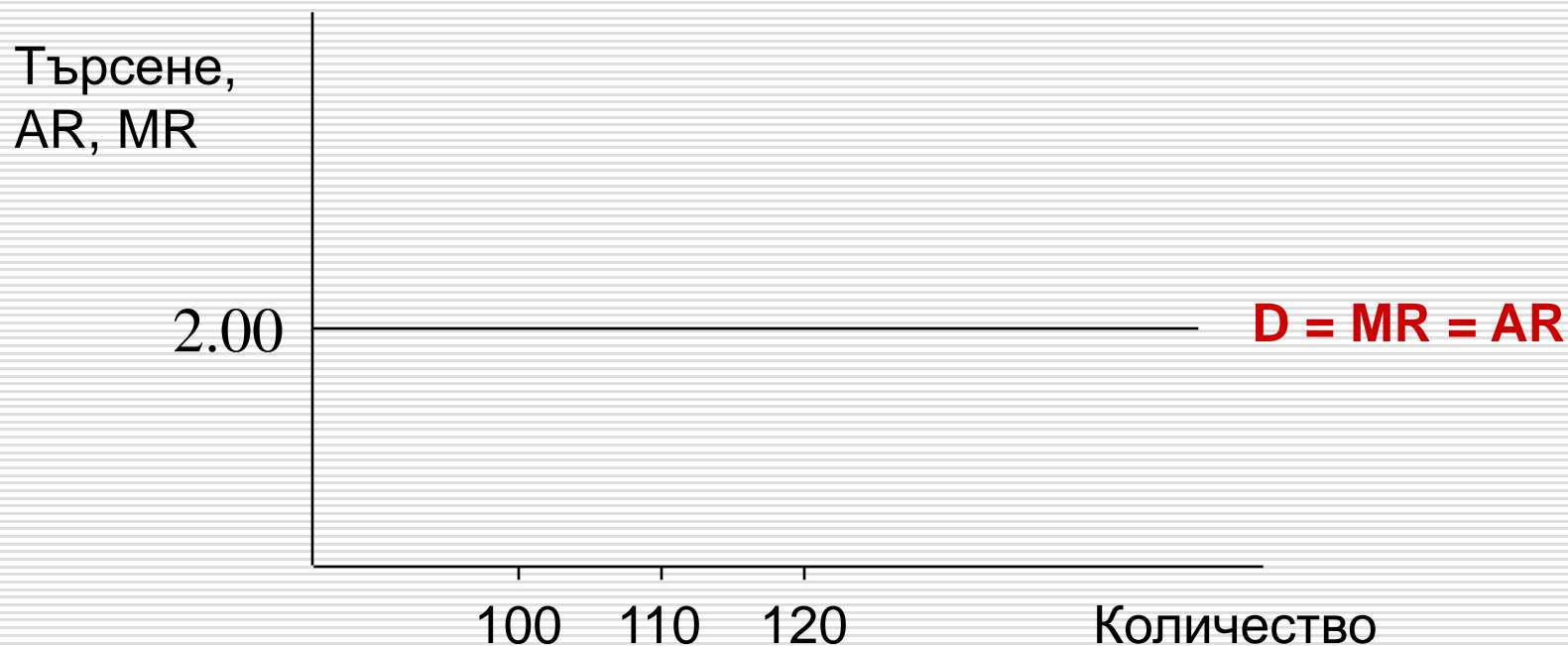
Theme 7– Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

- Крива на общия приход на фирма при свършена конкуренция



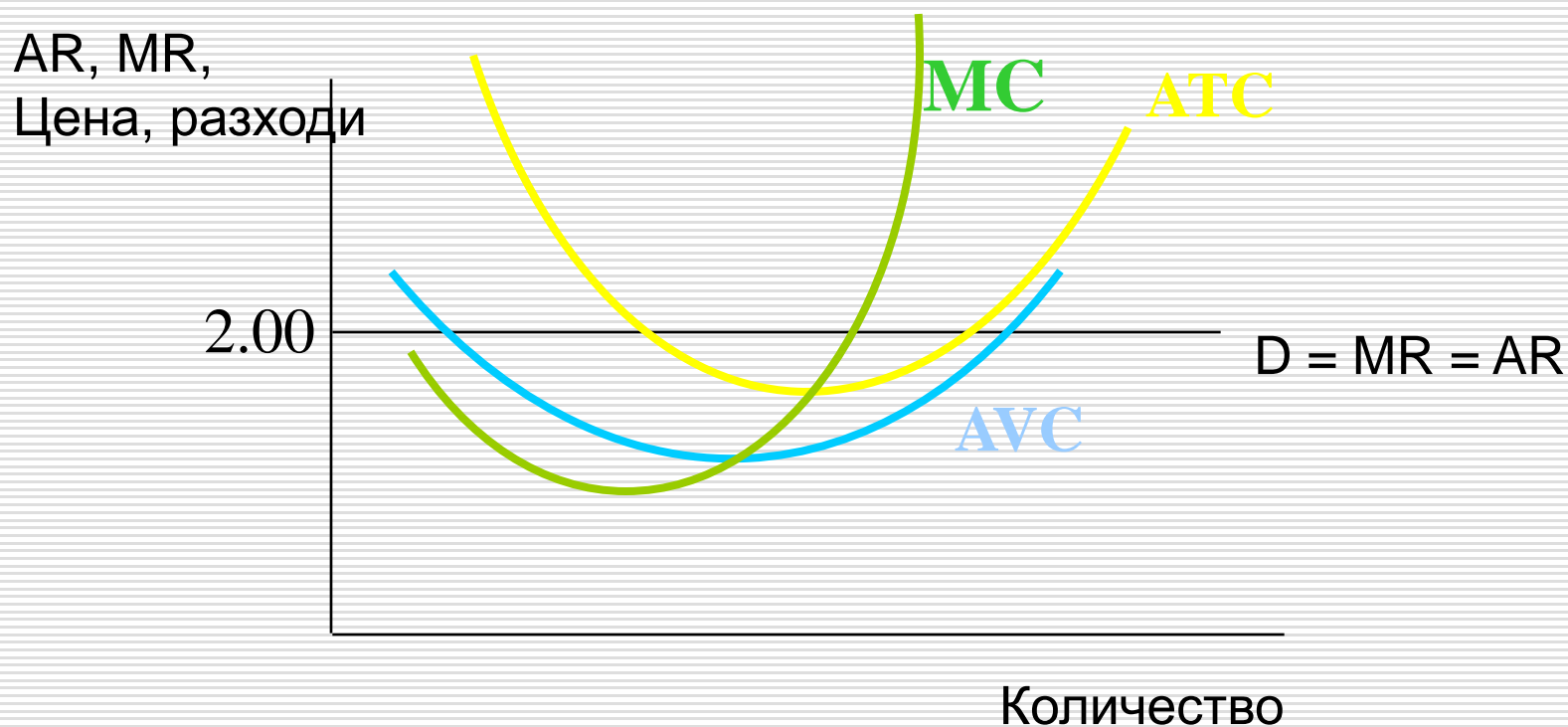
Theme 7– Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

- Търсене на фирма /линия на фирменото търсене/ при свършена конкуренция, Пределен и среден приход



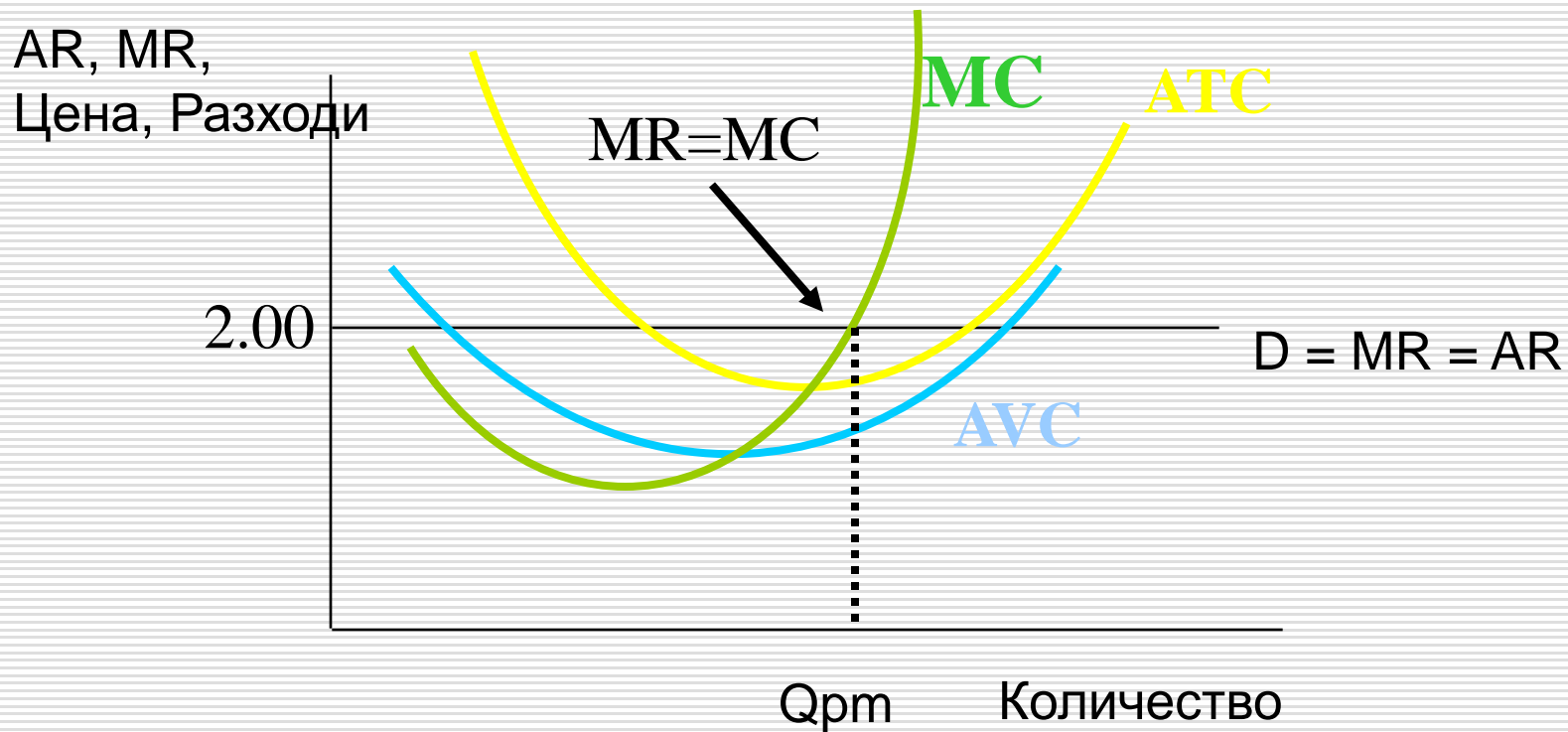
Theme 7– Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

- Криви на разходи и приходи на фирма при свършена конкуренция



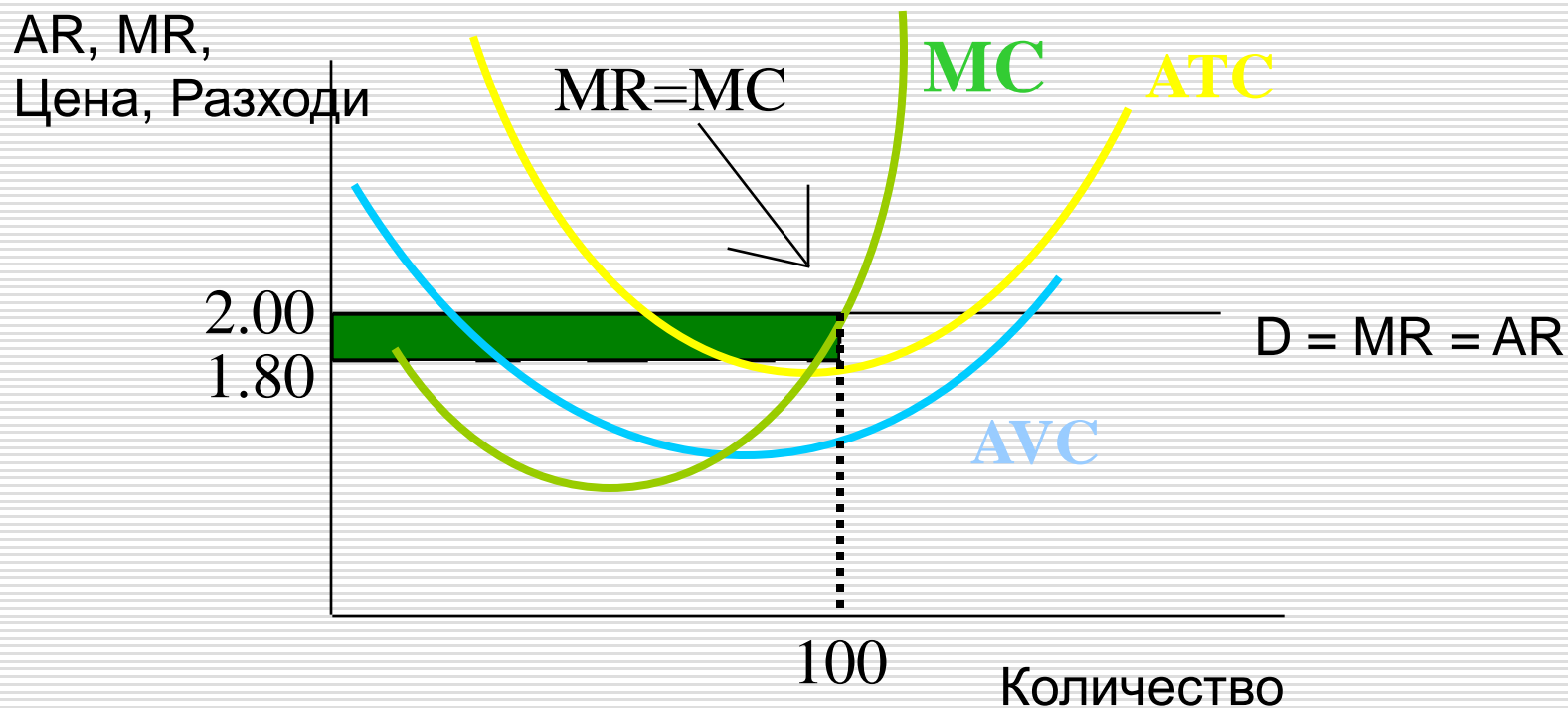
Theme 7– Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

- Количество, при което се максимизира печалбата



Theme 7– Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

□ “Зона” на печалба

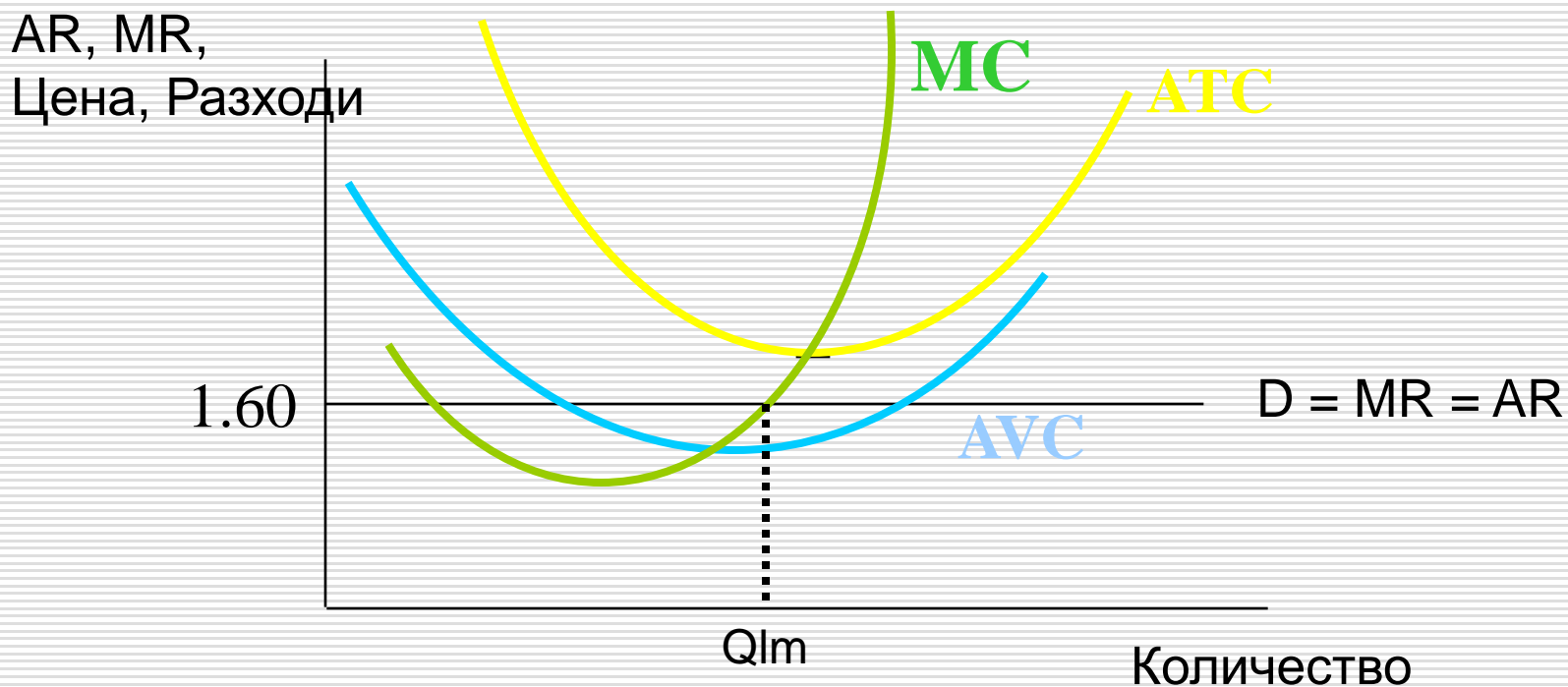


Theme 7– Максимизация на печалбата на фирма на пазар със съвършена конкуренция

- Криви на приходи и разходи
 - Количество при което се максимизира печалбата
 - Зона на печалба
 - $P > ATC$
 - $MR > MC$
 - $MC = MR$
 - Постигането на минимални разходи не означава постигане на максимална печалба
-

Theme 7– Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

□ Загуба

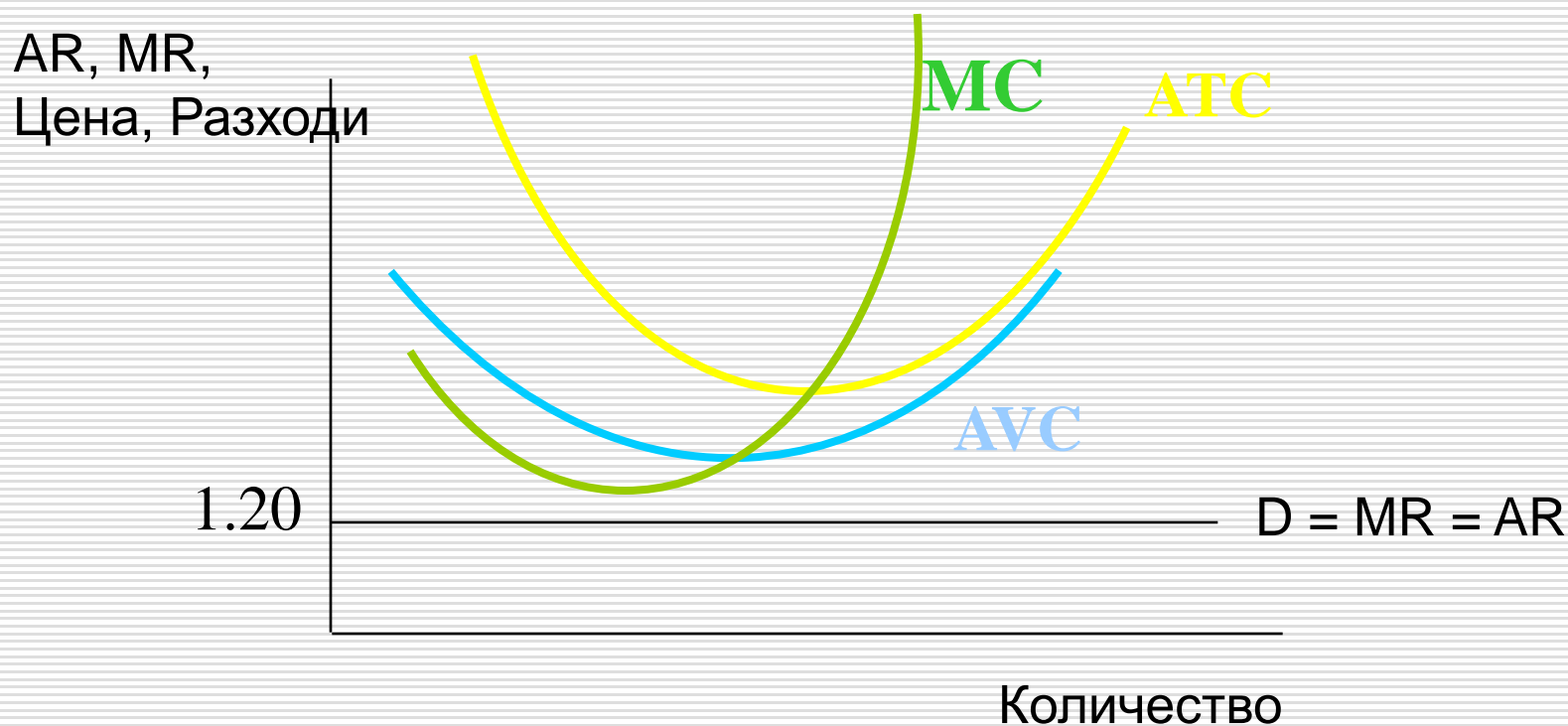


Theme 7– Максимизация на печалбата на фирма на пазар със съвършена конкуренция

- Количество, при което се минимизира загубата
 - $P < ATC$
 - $MC = MR$
 - Постигането на минимални средни разходи не означава минимизиране на загубата
-

Theme 7– Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

- ❑ Загуба и затваряне на фирмата



Theme 7– Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

□ Затваряне на фирмата

□ $P < AVC$

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

Обобщение

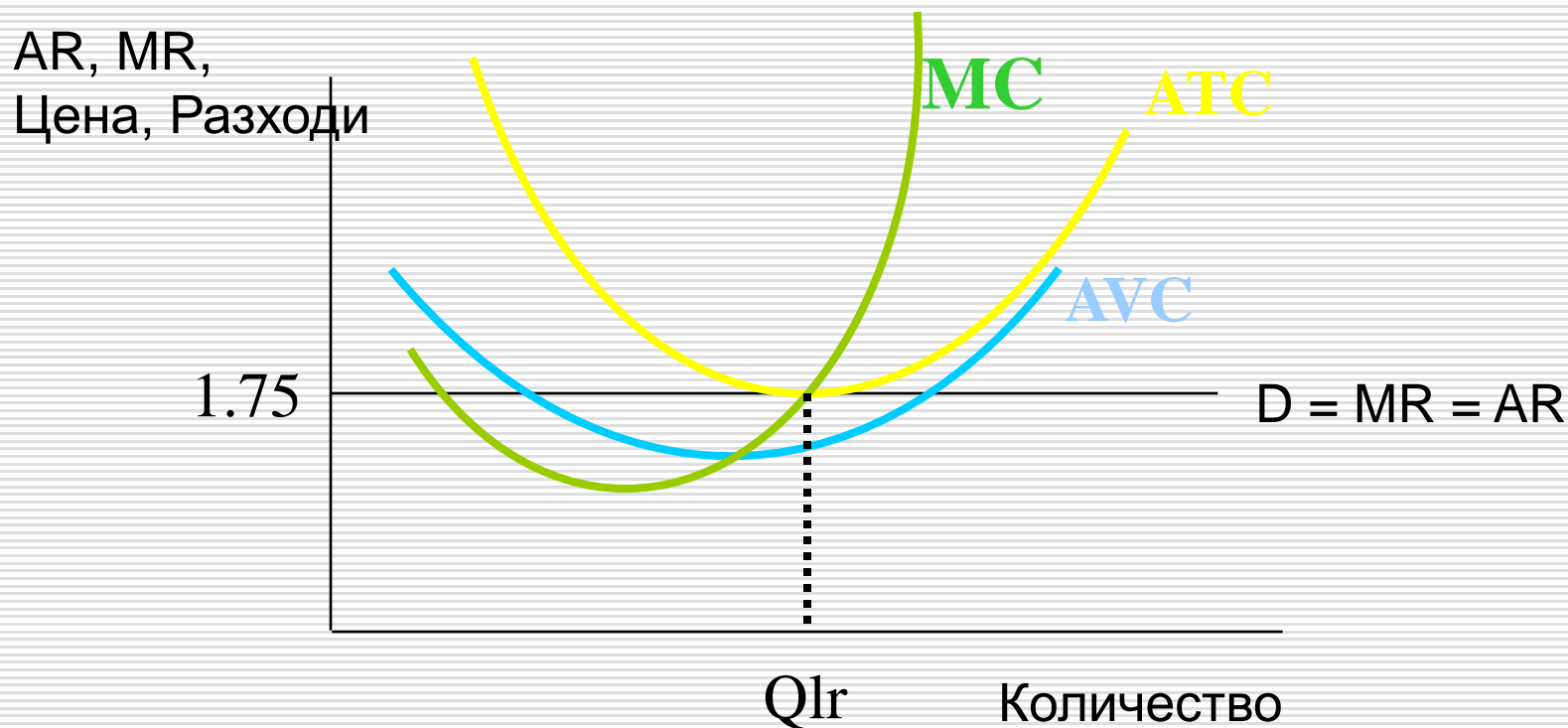
(свършена конкуренция – краткосрочен период)

- При $P > ATC$ фирмата увеличава обема на производството за да максимизира печалбата (до $MC = MR$)
- При $AVC < P < ATC$ фирмата увеличава обема на производство за да минимизира загубата (до $MC = MR$)
- При $P < AVC$ фирмата спира производството
- При $P = \min AVC$ за фирмата е без значение дали ще произвежда или не

/Вж Микроикономика, Отг.ред. Ст. Лисев, Р.Русинова, Горекспрес, 2003, с.210-216/

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

- Равновесна цена и количество в дългосрочен план



Theme 7

Равновесие в дългосрочен
период

$P = \min ATC$

$P = \min SRATC \rightarrow P = \min LRATC$

Линия на отраслово
предлагане в дългосрочен
период

Отрасли с повишаващи се;
постоянни и намаляващи
разходи

Оптимум по В. Парето

/Вж Микроикономика, Отг.ред.
Ст. Лисев, Р.Русинова,
Горекспрес, 2003, с. 218-
223/

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

Дали селско-стопанското производство е пазар със свършена конкуренция?



Характеристики на фермерството в индустриалните държави:

1. Много на брой производители.
2. Сравнително ниски бариери на входа.
3. Производителите, които се конкурират на един и същ пазар предлагат идентични продукти.
4. Купувачите на селско-стопански продукти разполагат с достатъчно информация.

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

□ Селско-стопанско производство и еластичност

Предлагането на земеделски продукти се е увеличило значително през последното столетие.

Търсенето на земеделски продукти също се е увеличило, но в по-малка степен спрямо предлагането, защото е на лице:

- Доходна нееластичност на търсенето на хранителни продукти.
- Ценова нееластичност на търсенето на хранителни продукти.

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

□ Селско-стопанско производство

Приходите (**TR**) на много фермери намаляват, защото **реалните цени (P)** са намалели.

$$TR = P \times Q$$

Цените са намалели значително. **Q** (продаденото количество) се е увеличило, но в по-малка степен.

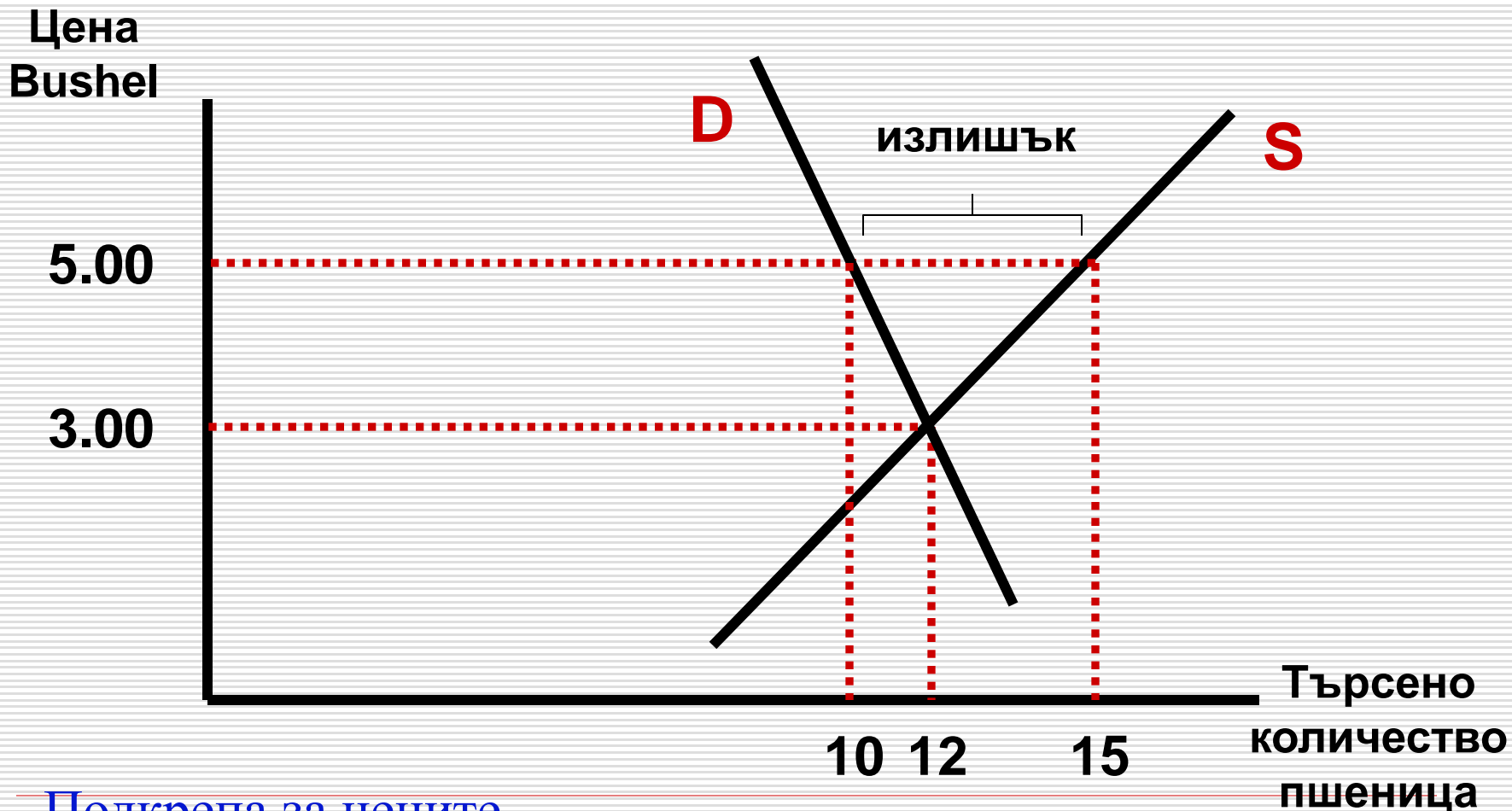
Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция

□ Селско-стопанско производство

В индустриалните страни, се използват следните програми за подкрепа на земеделието:

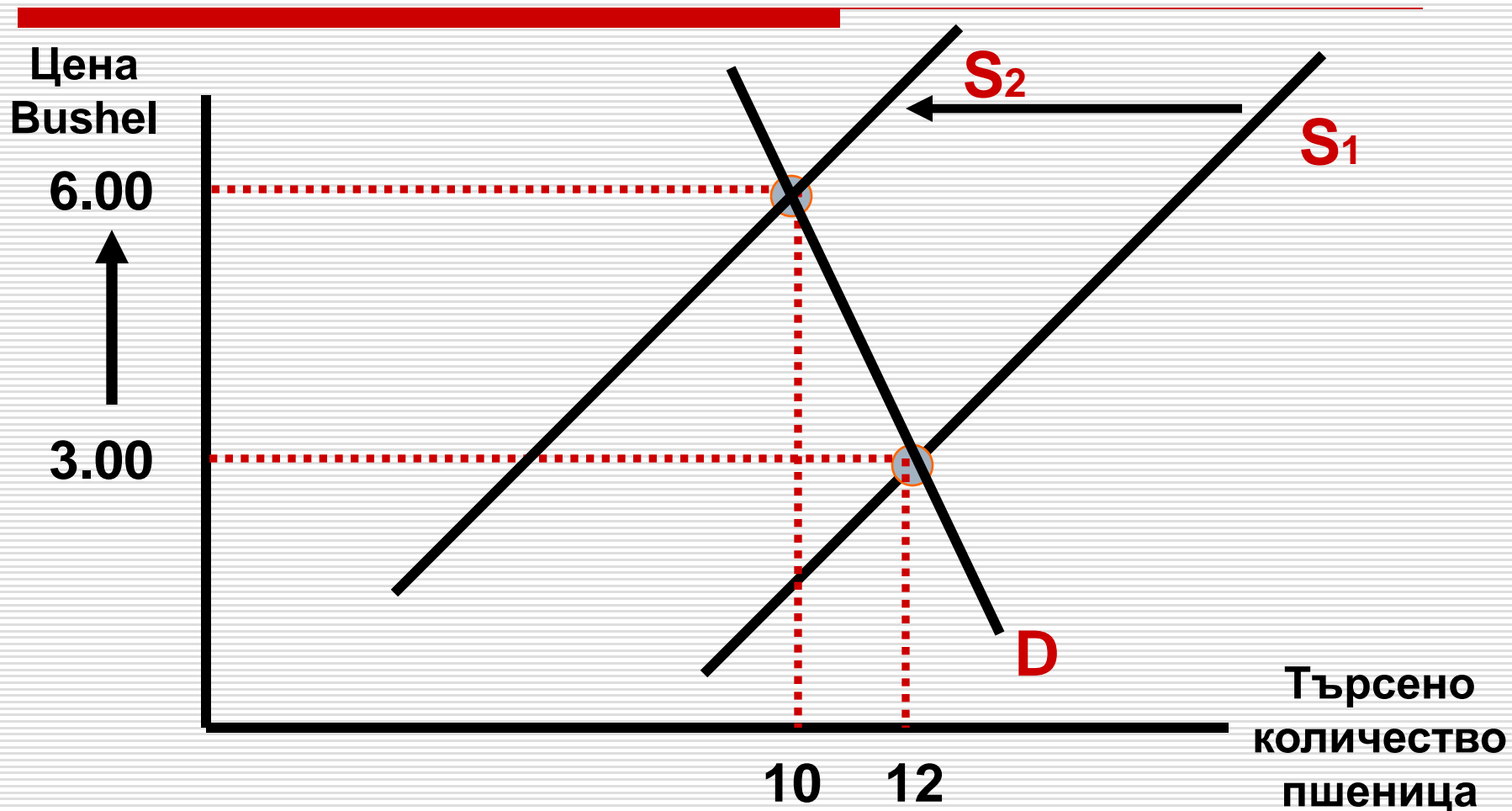
- Подкрепа за цените
- Ограничаване на площите с определени култури
- Целеви цени
- Директни субсидии и кредитни програми
- Ограничаване на вноса на определени продукти

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция



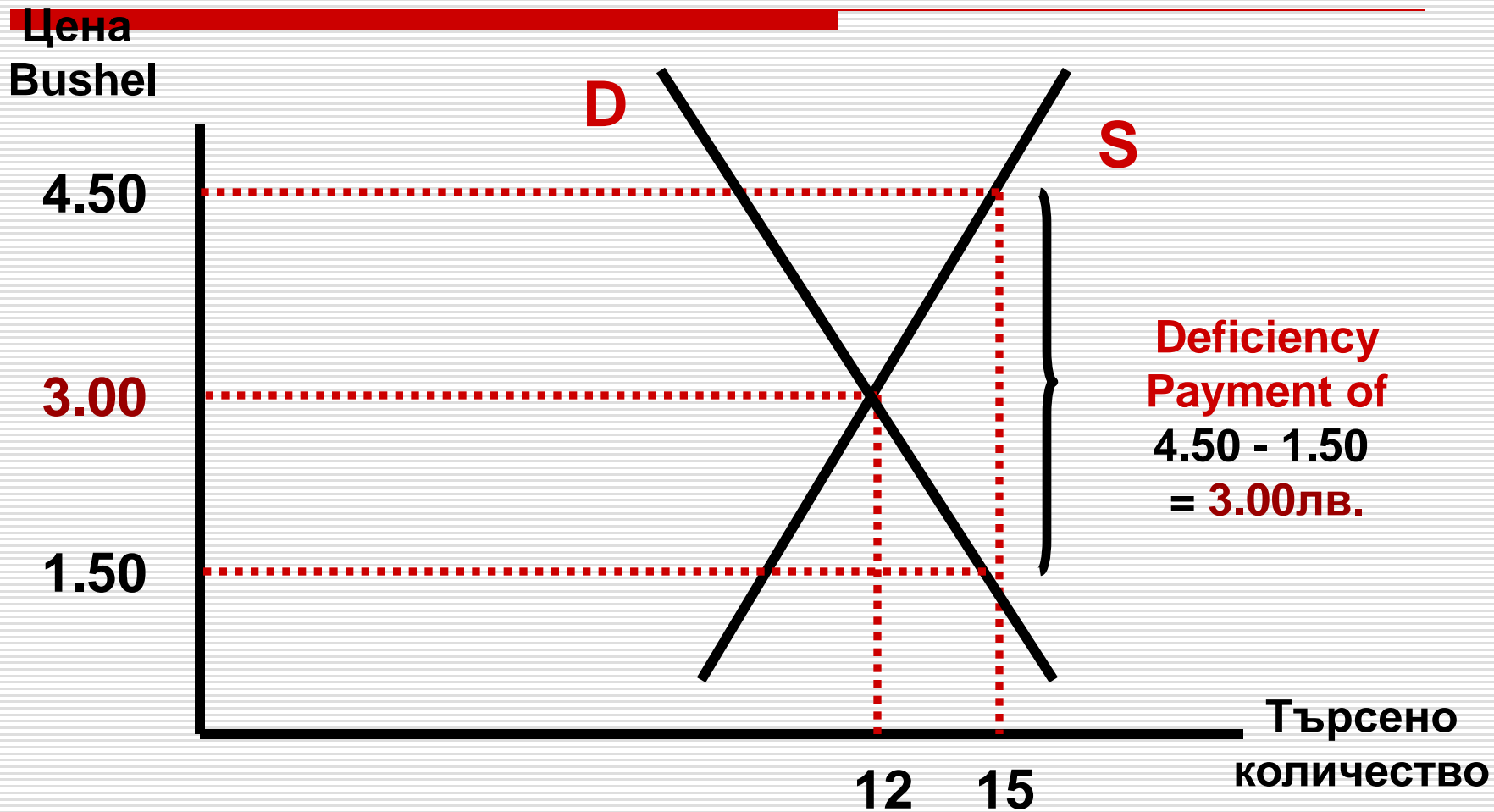
Подкрепа за цените

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция



Ограничаване на площите

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със свършена конкуренция



Целеви цени

Theme 7 – Максимизация на печалбата на фирма на пазар със съвършена конкуренция

□ Програми за субсидиране на земеделието

Европейски съюз и САЩ

В САЩ - Federal Agricultural Improvements and Reform (FAIR) Act от 1996 премахва ограничаването на земеделски площи и програмите за целеви цени; акцентира се на директни субсидии, гарантирани кредити, ограничения за вноса...

Farm Security Act от 2002 замества FAIR Act от 1996. Директните субсидии, заеми и т.н. се увеличават; предлагат се и комбинирани програми за подкрепа на цените и ограничаване на обработваемите площи....Критика – подкрепата често е в полза на големите производители...20 млрд. дол. бюджет за новите програми

За Общата европейска аграрна политика Вж

http://europa.eu/pol/agr/index_en.htm

Theme 7 - Въпроси

1. Видове индустрии в зависимост от пазара
 2. Пазар със съвършена конкуренция
 3. Общ, пределен и среден приход на фирма на пазар със съвършена конкуренция
 4. "Зона на печалба" на фирма на пазар със съвършена конкуренция
 5. Загуба и затваряне на фирмата
 6. Равновесна цена и количество в дългосрочен план
 7. Дали селско-стопанското производство е пазар със съвършена конкуренция?
-

Theme 7 - Въпроси за теми / “открит въпрос”

- Пазар със съвършена конкуренция
 - “Зона на печалба” на фирма на пазар със съвършена конкуренция
-

1. Кое от посоченото не се отнася за пазар със съвършена конкуренция?

А - Купувачите не разполагат с информация за предлаганите продукти;

Б - Конкурентите предлагат идентични продукти;

Г - Няма “бариери” на входа;

Д - Много купувачи и много продавачи;

2. Средната печалба е равна на:

А - Цена минус средни общи разходи;

Б - Средните общи разходи;

В - Цена минус средни променливи разходи;

Г - Пределни приходи минус пределни разходи;

3. В дългосрочен план фирма на пазар със
съвършена конкуренция постига

А - Положителна икономическа печалба

Б - Отрицателна счетоводна печалба

В - “0” икономическа печалба

Г - “0” счетоводна печалба

4. Земеделците в индустриалните държави са
изправени пред....увеличаване на предлагането и
.....нарастване на търсенето

А - Голямо; малко

Б - Голямо;голямо

В - Малко; голямо

Г - Малко;малко

5. Подкрепа за цената е.....нивото на равновесната цена, и това предизвиква....

А - Цена над; дефицит;

Б - Цена под; излишък;

В - Цена над; излишък;

Г - Цена под; дефицит;

Theme 7 - Примерни въпроси за тест - отговори

- 1 - А - Купувачите не разполагат с информация за предлаганите продукти;
- 2 - А - Цена минус средни общи разходи;
- 3 - В - “0” икономическа печалба

- 4 - А - Голямо; малко
 - 5 - В - Цена над; излишък;
-