

goods

firm 對價格(goods and factor) 的控制力 ⇒ 市場→市場界定

firm 進出產業之難易程度

一、市場結構之分類 (or 產業結構)

種類	廠商數目	產品特質	進出障礙 Entry	產品特質 Market power	利潤 Profit	例子 Examples
1.完競	很多∞	同質 homogeneous	自由進出 free entry and exit 完全訊息 perfect information	接受者	$S\pi \geq or < 0$ $L\pi = 0$	農產品、稻 米 漁、肉、股市
2.獨占	一家	產品無替代 性 no substitutive	難以進入	決定者	$S\pi > 0$ $L\pi$	台電、 Microsoft、 大台北瓦 斯、以前中 油、以前中 華電信
3.寡占	少數幾家	同/異	存在進出障礙 barriers to entry	決定者、視對 手而定(策略 性動)strategic interaction	$S\pi > 0$ $L\pi$	汽車、航 空、無線電 視、水泥、 電信
4.壟斷性 (獨占性)競爭	很多	異(大同小異) differentiated product	自由	價格決定者 (部分)	$S\pi \geq or < 0$ $L\pi = 0$	早餐店、自 助餐、多方 理容院、超 商

1→ 完全競爭

2.3.4.→ 不完全競爭

strategic interaction

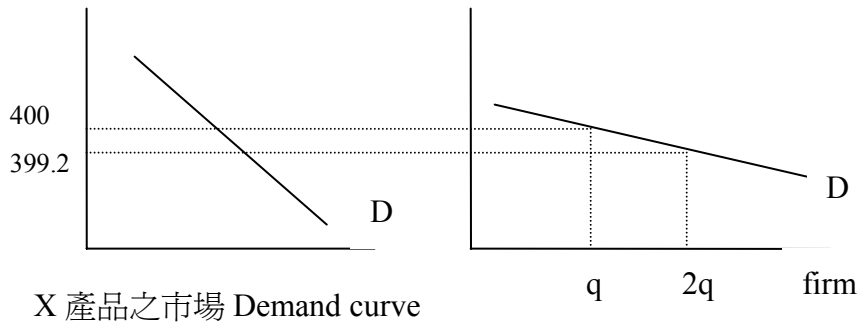
→ oligopoly

二、完全競爭市場

(一) firm 面對之市場需求線為一水平線

完競市場中的任一廠商對價格無任何影響力，說明如下：

1. 設有一千家廠商，生產相同之 X 財貨
2. 設有價格需求彈性為 0.5，即總產出 ↑ 1%，P ↓ 2%
3. 若其中一廠商增加 1% 產出，其他 firm 不變，則總產出 ↑ 1%，P ↓ 2‰ ⇒ 影響市場價格微乎其微



故 firm 面於 X 之需求曲線為一近似水平線故通常假設 firm 亦代表價格線

(二) 短期決策 L, w
 \bar{K}, r

1. $TR = P * Q$

$AR = TR / Q = P * Q / Q = P$

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

$\therefore P = AR = MR$

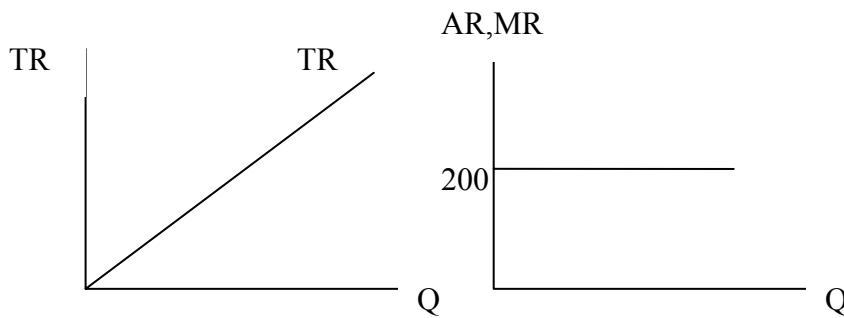


表 6-2

Q	P	TR	AR	MR
0	200	0		
50		10000	200	200
100		20000	200	200
150		30000	200	200
200		40000	200	200

2. 廠商利潤最大產量之決定

$P = MR = MC$ (此時 MC 隨 Q 而 \uparrow)

$\therefore MR > MC \Rightarrow$ 可再多生產

$MR < MC \Rightarrow$ 減少生產

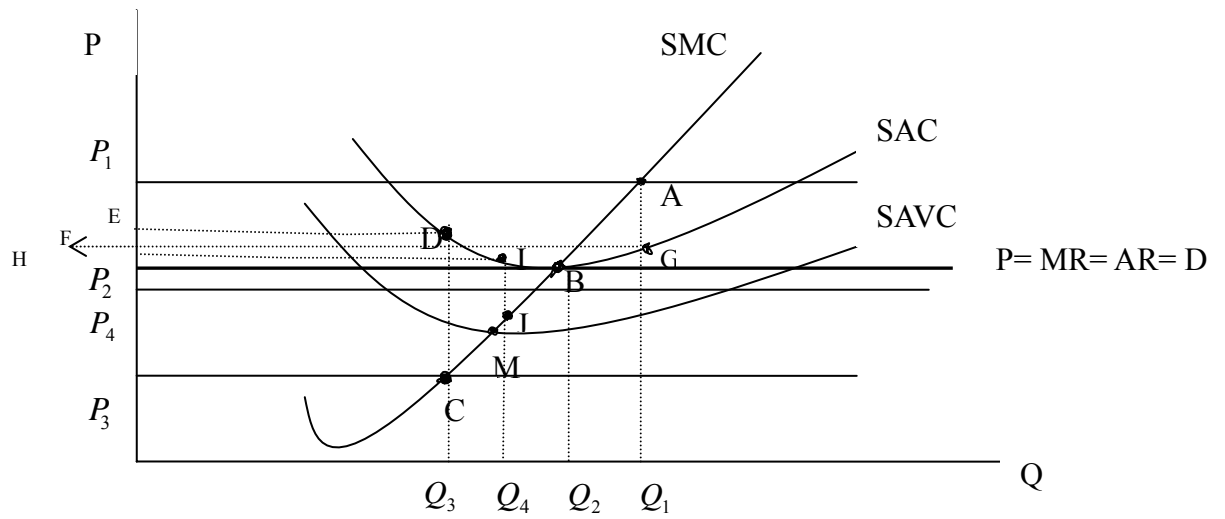
p.151 表 6-3

\Rightarrow 決定 Q

\Rightarrow 決定勞動僱用量

\Rightarrow 決定 $\pi(\max) = TR - TC$

2. 圖形



$P_1 : A : TR = OP_1AQ_1 > TC = OFGQ_1 \Rightarrow gain = \square FP_1AG, \pi > 0$

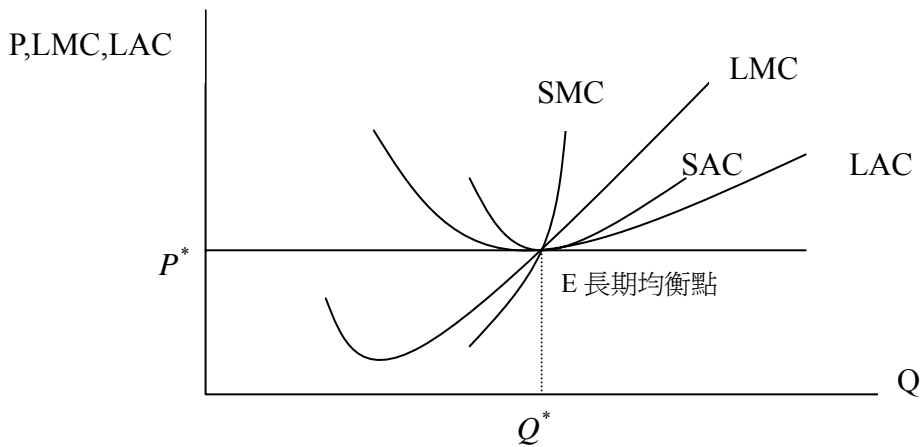
$P_2 : B : TR = TC \Rightarrow \pi = 0$ (profit=0) \Rightarrow 損益平衡點

$P_3 : C : TR = OP_3CQ_3 < TC = OEDQ_3 \Rightarrow Loss = \square P_3EDC, \pi < 0 \therefore S-R$ 存在 $\pi \geq$ or < 0

M : 停業點，關門點(只要 $Loss < SFC, S-R$ 就必須繼續生產)

MJBA 為短期供給線(即 SMC 在 SAVC 最低點以上部分)

(三) 長期決策

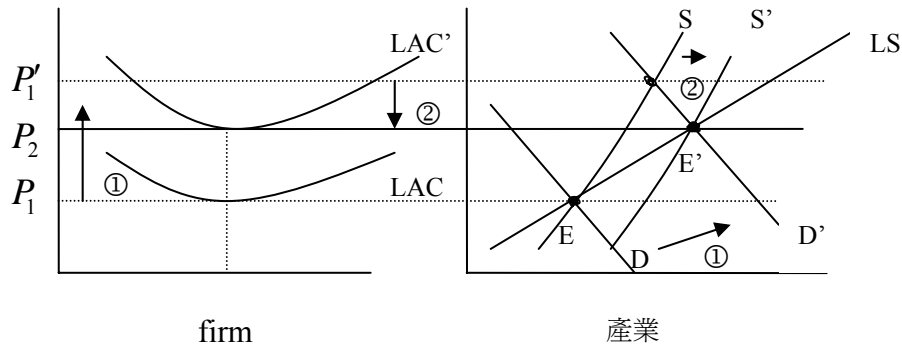


1. 長期均衡 $P = SMC = LMC = SAC = LAC$

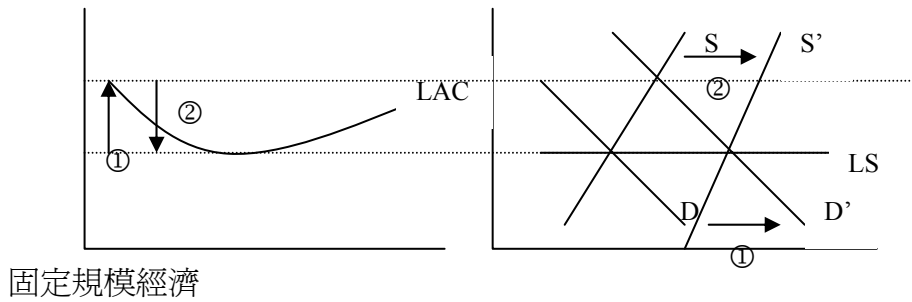
$\Rightarrow L\pi = 0 \Rightarrow$ 經濟利潤為 0，只剩正常利潤

(四) 產業之 L-R supply

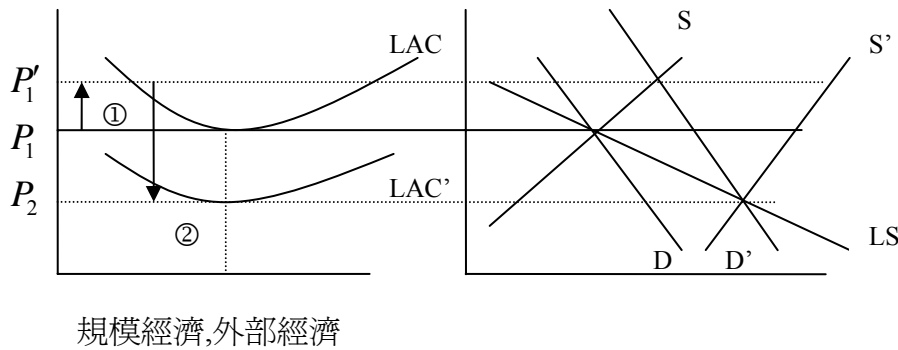
1. 成本遞增(隨產業擴張而 \uparrow) \Rightarrow LS 為正斜率



2. 外部不經濟，規模不經濟
 成本不變 \Rightarrow LS 水平線

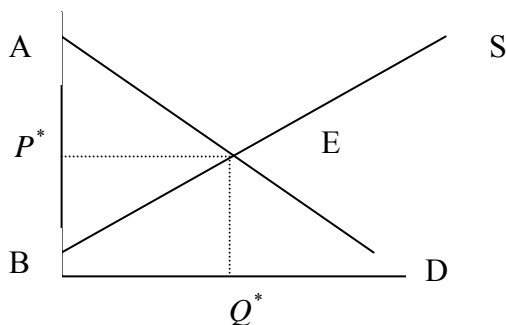


3. 成本遞減 \Rightarrow LS 負斜率



三、生產者剩餘 (*producer's surplus*) and 消費者剩餘 (*Consumer Surplus*) \Rightarrow 用以衡量福利的指標

1. 消費者剩餘 (CS): 消費者對某商品之願付價款與實付價款之差額的總和 $\Rightarrow \Delta AP^*E$
 \Rightarrow 視為一種交易利得



2. 價格的矛盾

價格(price)

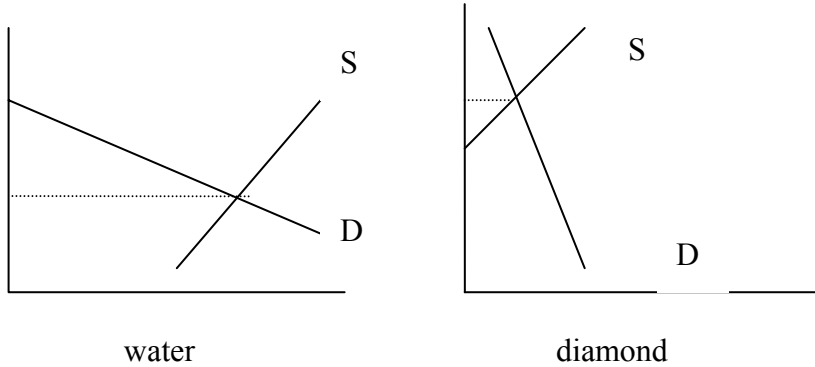
消費者 Choice Optima

價值(value)

$$\frac{P_x}{P_y} = MRS = \frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{MU_x}{MU_y}$$

$$\frac{MU_w}{P_w} = \frac{MU_d}{P_d} \Rightarrow \text{高邊際效用價格} (\because \text{供給有限})$$

低 MU 低價格 (\because 總效用大 \therefore MU 必低 \therefore 邊際效用遞減, 消費量太大了)
 $\Rightarrow \therefore$ 水的 CS > 鑽石的 CS



\Rightarrow price and value 無必然之關係

3. 生產者剩餘(PS): 生產者實際收到價款與生產時要求的最低價款之差的總和

$$\Rightarrow \Delta BP^*E$$

$$\Rightarrow PS = TR - TVC$$

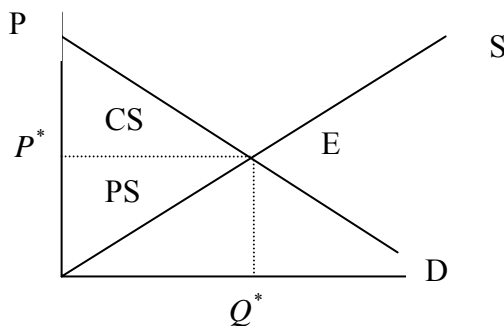
$$= TR - (TC - TFC)$$

$$= TFC + \pi$$

四、競爭效率與福利

1. 效率: P.163 三個意義

- 總剩餘 max
- $P = MC \Rightarrow \pi, U \max$
- L-R 選 AC 最低點生產 \Rightarrow 生產效率 max



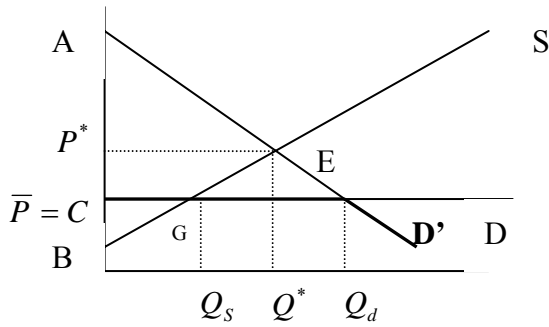
效率指的是:

完全競爭中, CS + PS 為最大, 即社會總剩餘最大

\Rightarrow 經濟效率最大, $\rightarrow \max U \Rightarrow$ 福利最大 \because ① 看不見的手
 $\rightarrow \max \pi$

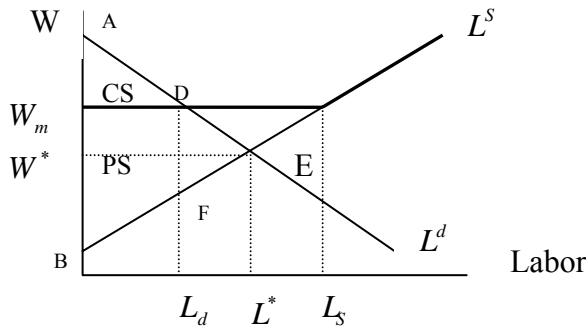
② 訊息充分

2.市場失靈: ex.價格管制(價格上限 price ceiling), 獨占、寡占、不完全競爭
 ⇒效率無法達最大



CS: ACGF
 PS: BCG
 DWL: $\triangle FEG$
 DWL: 衡量停業內效率
 損失的程度、無關乎公平

ex. 最低工資(價格下限 price floor)



CS : $\triangle AW_m D$
 PS : $W_m DFB$
 DWL : $\triangle DEF$

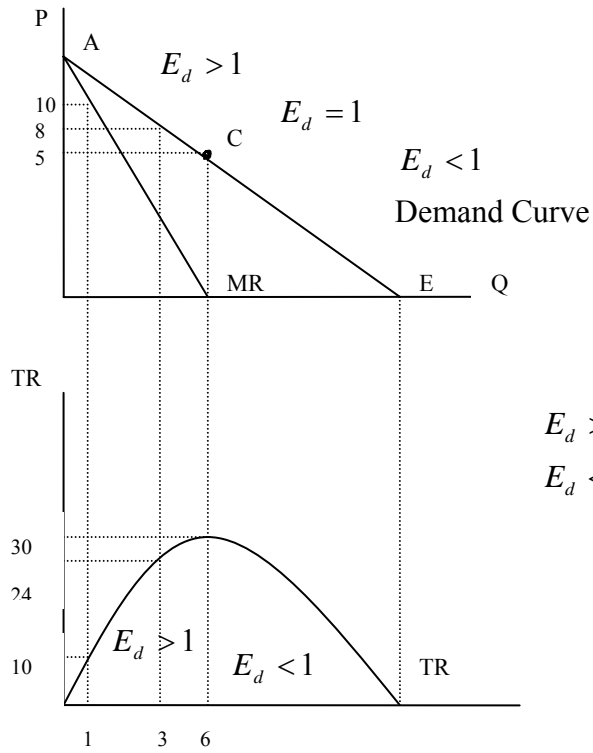
五、獨占市場：

(一) 發生原因(即造成進入障礙之原因)

- P.173 規模經濟—人爲、自然因素—自然獨占
- 專利
- 獨家擁有生產要素—自然
- 特權許可

(二) 廠商最適決策

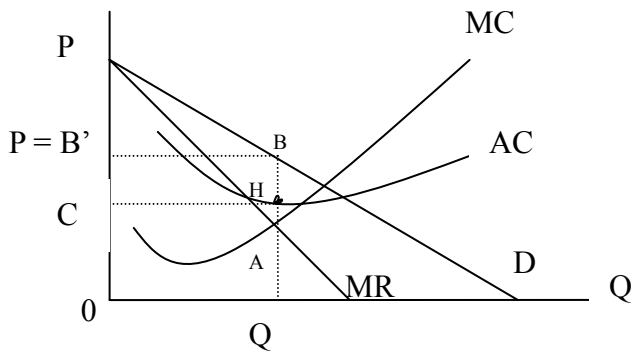
1. firm 面對負斜率之市場需求線(∵只有一家)
- 2.



$E_d > 1: P \downarrow \Rightarrow Q \uparrow \Rightarrow TR \uparrow \Rightarrow MR > 0 \Rightarrow \text{firm 必在此處生產}$
 $E_d < 1: P \downarrow \Rightarrow Q \uparrow \Rightarrow TR \downarrow \Rightarrow MR < 0$

3. P.176 表 7-1

$MR = MC \Rightarrow A \text{ 點} \Rightarrow \text{決定數量} \Rightarrow Q$



P, Q 同時決定

決定價格 $\Rightarrow B$ (or $B' = P$)

總收益 = $OPBQ$

總成本 = $OCHQ$

利潤 = $CPBH > 0$

\therefore 獨占廠商利潤必為正

4. 獨占廠商無供給線

\therefore 可以在 D 上訂出它可接受的價格並願意生產的點

(三) 獨占的缺點:

P.180: 競租: 為維持其高利潤 or 優勢, 防止其他廠商 or 宣傳之行爲

組織鬆散: 無效率

創新誘因 \downarrow

財產分配不均: 未達效率

錯誤印象有 3，見 P.180 上半

獨占的優點: P.182

- ┌ 規模經濟—自然獨占
- ├ 成本 ↓
- └ 創新

(四) 獨占的差別訂價

1. 定義 P.183

2. 差別取價之條件

P.183~184

- ① firm 有決定價格之能力
- ② firm 有區隔市場之能力
- ③ firm 有防止商品轉售之能力

3. 種類 P.184

- (1) 依銷售對象差別訂價
- (2) 依銷售數量—數量折扣法、階段訂價法
- (3) 完全差別取價: P.184 下之定義
CS 全被 firm 拿走

(五) 獨占和完競之比較(P.181 圖)

item	完競	獨占
firm 數	∞ 家	一家
① 需求線	水平線	負斜率
② 廠商決策	$P = MC$	$MR = MC$
③ Q	多(Q_c)	少(Q_m)
④ P	低(P_c)	高(P_m)
⑤ π	$SR \geq or < 0$ $LR = 0$	> 0
⑥ CS	ΔAEP_c	ΔAFP_m
⑦ PS	ΔBEP_c	$BGFP_m$
⑧ DWL	無	有 ΔEFG
⑨ 效率	有	無
⑩ 進入障礙	無	有

六、壟斷性競爭：

1. 定義 P185

2. 造成原因：(1)產品差異

(2)訊息不對稱(firm 訊息較全、consumer 訊息較弱)

3. 訂價決策：MR=MC 見圖 P186

SR $\pi > 0$ 、 $\pi < 0$ 、 $\pi = 0$ ；LR $\pi = 0$

長期的生產點應為 B 點，見 P188 圖→產能過剩效率

七、寡占市場：

1. 特性：P189 (1)firm 數少
(2)決定 P
(3)互相影響
2. 勾結(結合 collusion)→Cartel 見 P189
3. 折拗的需求曲線 見 P190、192 圖 (自己畫圖解釋!)
4. 賽局理論：(1)三要素 rule and players
strategies
payoffs

(2)囚犯兩難 prisoner's dilemma

	B		
A \	招	不招	
招	-8 , -8	0 , -10	
不招	-10 , 0	-1 , -1	

N,E (招 , 招) = (-8 , -8)

Nash Equilibrium: relayed 已選對自己最好的選擇即最適反應