

محتويات المحور

1. تقديم
- 2- خواص المنافسة الاحتكارية
- 3- توازن المنتج في الفترة القصيرة
- 4- توازن المنتج في الفترة الطويلة :

مراجعة عبد

1 تقديم

سنتطرق في هذا المحور الى مختلف اشكال الاسواق فبعد ان تطرقنا في السنة الاولى الى نوعين فقط و هما سوق المنافسة التامة و سوق الاحتكار التام سنتطرق هنا الى انواع اخرى من الاسواق و ندرس كيف يتشكل سعر التوازن و كمية التوازن.

2-تعريف و خواص المنافسة الاحتكارية :

تعريف : إن المنافسة الاحتكارية تعتبر سوقا تتميز بوجود عدد كبير من المنتجين كل واحد ينتج جزءا من مجموع الإنتاج في السوق و السلع المنتجة هي سلع متشابهة و غير متجانسة و هي تمثل بدائل غير تامة لبعضها البعض و بالتالي :

- كل مؤسسة لها نوع من التحكم في سعر سلعتها و ضبطها غير مرن نسبيا لأنها في حالة زيادة السعر تفقد جزء من زبائنها، و في حالة تخفيضه تجلب بعض من زبائن منافسيها؛

- المؤسسات لها تكاليف إنتاج مماثلة في المدى القصير و بالتالي فهي تتنافس بواسطة الأسعار و الدعاية و الإعلان؛

- استحالة جمع مخرجات كل المؤسسات للحصول على العرض الكلي للمؤسسة لكون المنتجات غير متجانسة؛

- بما أن السلع هي عبارة عن بدائل غير تامة فإن مرونة التقاطع السعرية ما بين السلع تكون موجبة و مرتفعة جدا؛

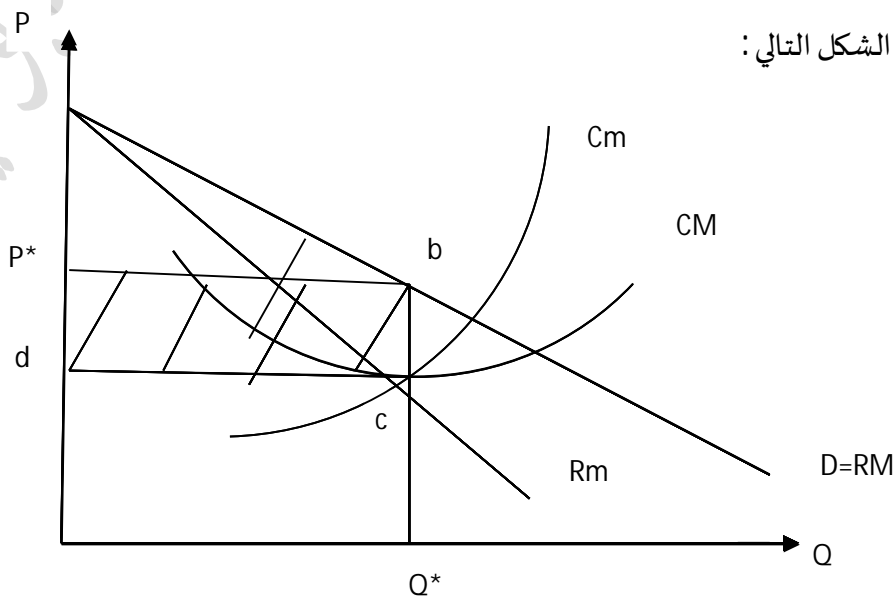
- بما أن هناك حرية الدخول للسوق فهذا يؤدي إلى انعدام الربح في المدى الطويل.

3- توازن المنتج في الفترة القصيرة

يكون المنتج في حالة توازن (تحقيق أقصى ربح ممكن) عندما تتساوى التكلفة الحدية مع الإيراد الجدي اي ان:

$$\pi = RT + CT \rightarrow d\pi = 0 \rightarrow R_m = C_m$$

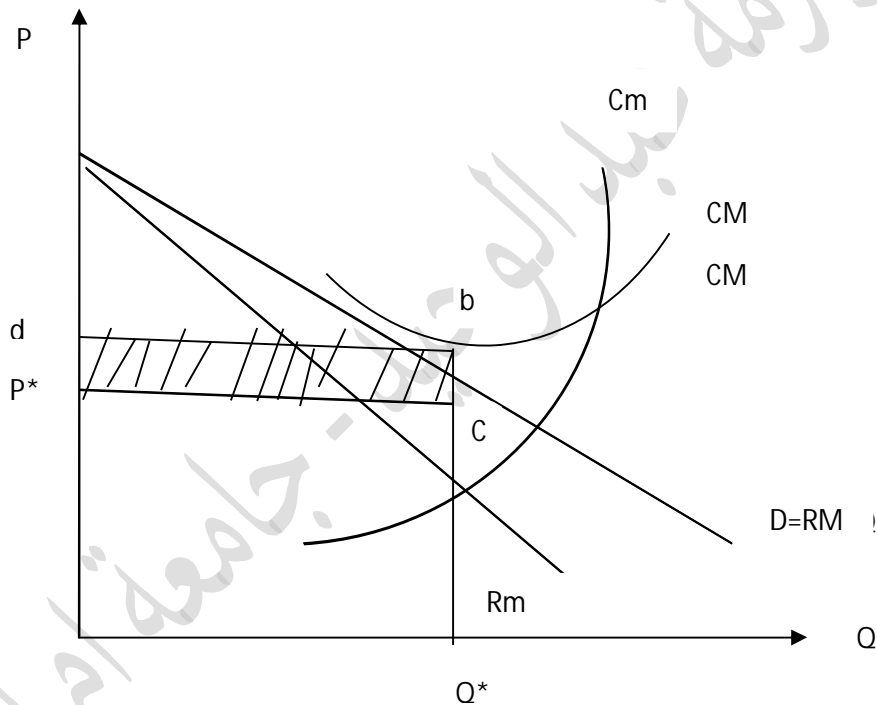
كما هو موضح في الشكل التالي :



منحنى الطلب على السلعة D هو في نفس الوقت منحنى الإيراد المتوسط RM أما المنحنى Rm فهو يمثل الإيراد الحدي يقع تحت منحنى الطلب مشيراً إلى أن الإيراد الحدي أقل من السعر عند كل مستويات الإنتاج .

و يتحدد توازن المنتج بإنتاج الكمية Q^* و فرض السعر P^* حيث يتقاطع منحنى الإيراد الحدي Rm مع منحنى التكلفة الحدية Cm و يحقق المنتج أرباحاً وسطية (إقتصادية) مقدارها المستطيل p^*bcd .

أما إذا كان منحنى التكلفة المتوسطة CM فوق منحنى الطلب (D) فمن مصلحة هذا المنتج تخفيض التكاليف بشتى الطرق و إلا فإنه سوف يخرج من السوق في المدى الطويل، لأنه يتحمل خسارة مقدارها المستطيل $pbcd$ و لأن السعر المفروض أقل من متوسط التكلفة .



- مؤشر ليرنر لقياس مدى قوة الاحتكار للمؤسسة: Indice de Learner
و يحسب كما يلي:

$$L = (P - CTM) / P$$

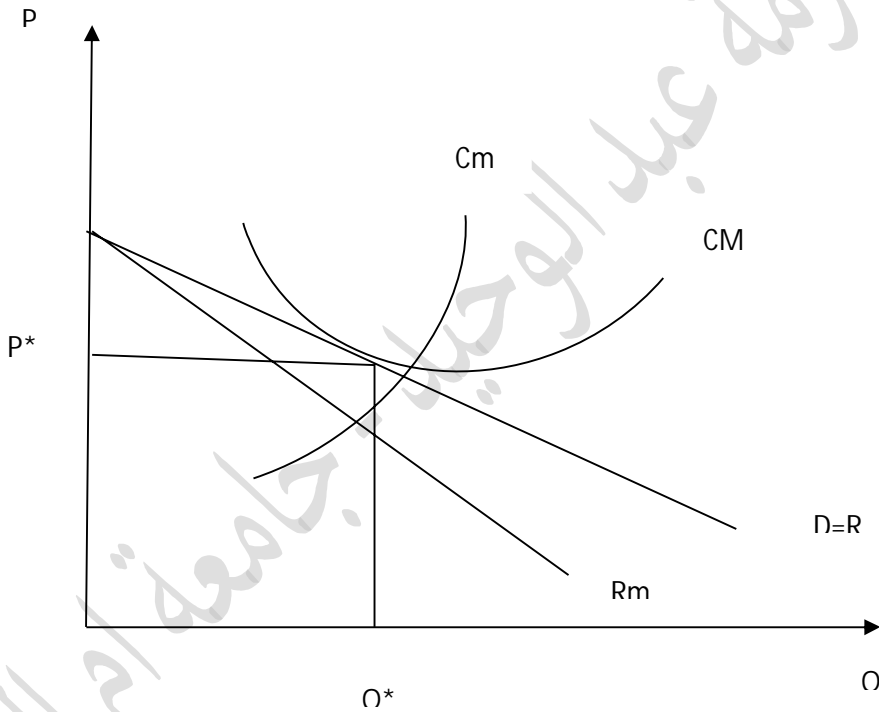
و يقاس المؤشر وفق المعيار التالي:

$$0 < L < 1$$

حيث يمثل 1 الاحتكار التام و 0 المنافسة التامة

4-- توازن المنتج في الفترة الطويلة :

إن وجود أرباح وسطية (غير طبيعية) في المدى القصير يؤدي في المدى الطويل إلى دخول منتجين جدد إلى السوق، وكلما زاد عدد المنتجين كلما زاد العرض و بالتالي انخفض السعر و قل الربح حتى ينعدم، عندها يصبح منحنى الطلب (D) مماسا لمنحنى متوسط التكلفة CM ويكون عندها حجم الإنتاج الذي يحقق أقصى ربح ممكن أي عند تقاطع منحنى التكلفة الحدية Cm مع الإيراد الحدي Rm، وعند هذا الحجم فإن تماس منحنى التكلفة المتوسطة CM مع منحنى الطلب يعني تساوي السعر مع التكلفة المتوسطة CM و بالتالي اختفاء الأرباح الوسطية، أي أن المنتج في حالة المنافسة الاحتكارية في المدى الطويل لا يحقق ربحا و سطيا أو لا خسارة و إنما ربحا طبيعيا فقط.



مثال:

لدينا شركة لانتاج الخردوات و تنشط في سوق منافسة احتكارية و تبيع سلعتها (علبة المسامير) كما يلي:

Cm	CTM	Rm	CT	RT	P	Q
			420		400	1
			700		380	2
			960		360	3
			1240		340	4
			1560		320	5
			1980		300	6

المطلوب :

- اكمل الجدول
- اوجد الكمية المثلى و التي تعظم ربح الشركة
- حدد السعر الذي تفرضه الشركة لتعظيم ربحها
- حدد القوة الاحتكارية للمؤسسة
- حدد سلوك الشركة في المدى الطويل
- اذا تحول السوق الى سوق منافسة تامة حدد سلوك الشركة في المدى القصير و بين اثره على المنتج و المستهلك

مراجعة عبد الوجيد - جامعة أم البواقي