

المنافسة الاحتكارية:

خواصها:

- وجود عدد كبير من المنتجين، كل واحد ينتج جزءاً من مجموع الإنتاج في السوق.
- السلع المنتجة متشابهة، وهي تمثل بديل غير تام لبعضها البعض.
- كل مؤسسة لها نوع من التحكم في سعر سلعتها، وخطتها غير مرنة لأن
في حالة زيادة السعر تفقد جزء من زبائنها، وفي حالة تخفيض السعر تجلب
بعض من زبائن منافسيها.
- المؤسسات لها تكاليف إنتاج متماثلة في المدخل القصر وبالتالي فهي تتنافس بواسطة
الأسعار والدعاية والإعلان.
- استطالة جمع مخرجات كل المؤسسة للحصول على العرض الكلي للمؤسسة تكون
المنتجات غير متجانسة.
- بما أن هناك حرية الدخول لسوق، فمهما يؤدي إلى انعدام الربح في المدى الطويل.

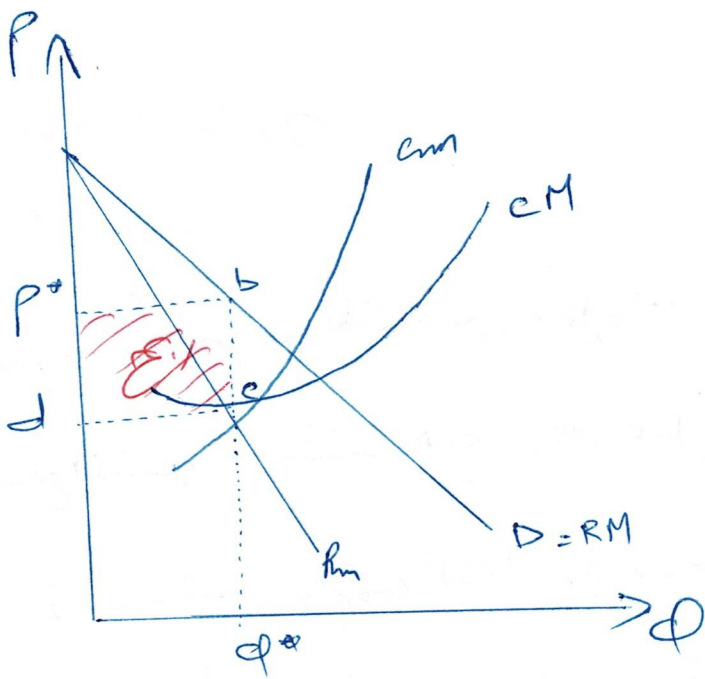
توازن المنتج في الفترة القصيرة:

يكون المنتج في التوازن في حالة تساوي التكاليف الحدية (cm) والبراد الحدي (cm)

$$\pi = RT - CT \Rightarrow \frac{\delta \pi}{\delta \phi} = 0 \Rightarrow \frac{\delta RT}{\delta \phi} - \frac{\delta CT}{\delta \phi} = 0$$

$$\Rightarrow Rm - cm = 0$$

$$\Rightarrow Rm = cm$$

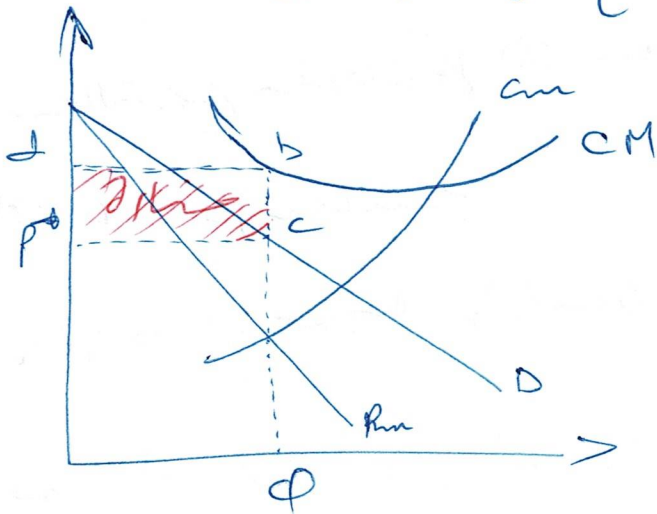


• منحنى الطلب على السلعة D هو في نفس الوقت منحنى الإيراد المتوسط RM

• منحنى Rm يمثل الإيراد الحدي يقع تحت منحنى الطلب مسيلاً إلى أن الإيراد الحدي أقل من السعر عند كل مستوى الإنتاج.

يحدد توازن المنتج عند تقاطع منحنى التكلفة الحدية cm مع منحنى الإيراد الحدي Rm إذ ينتج الكمية Q^* والسعر P^* ، ويعتق ربحاً مقداره مساحة المثلث cdP^*

(R) - إذا كان منحنى CM خوة D فإن المنتج يحقق خسارة، ويكون من مصلحة هذا



المنتج تحقيق التكاليف بين الطرز

توازن المنتج في الفترة الطويلة

دخول أرباح في المدى القصير \Rightarrow دخول منتجين جدد في السوق \Leftarrow زيادة العرض \Leftarrow انخفاض السعر \Leftarrow انخفاض الأرباح \Leftarrow تنعدم.

هنا يصبح منحنى CM مساوياً للطبقة D ويكون عند هذا حجم الإنتاج الذي يحقق أقصى ربح ممكن أي عند تقاطع Rm و cm ، وعند هذا الحجم تنتج الكمية