

## الفصل -16-

# مفاهيم أساسية في نظرية عرض المنشأة

---

# مقدمة

□ تعتبر نظرية المنشأة من اهم المواضيع في النظرية الاقتصادية الجزئية حيث تهتم بمعرفة سلوك وتفسير قرارات المنشأة المختلفة وخاصة ما يتعلق بمستوى الاسعار وحجم الانتاج في كل نوع من انواع السوق. تسمى نظرية المنشأة احيانا نظرية الاسعار .

□ تهدف نظرية المنشأة لتحديد مستوى الاسعار وحجم الانتاج الذي يحقق التوازن للمنشأة في الاسواق المختلفة وحتى يمكن فهم النظرية لابد من امرين :-

1- معرفة المحيط الذي تعمل فيه المنشأة ( نوع السوق، شكل السوق)

2- الهدف الذي تسعى المنشأة لتحقيقه

# اشكال السوق المختلفة

---

عملية تحديد الاسعار للسلعة أو الخدمة تعتمد علي نوع وشكل السوق وعادة ويتم التفرقة بين الاسواق بناء على:

□ عدد البائعين في كل سوق

□ تجانس السلعة

ويقصد بتجانس السلعة تماثلها عند البائعين وفي نظر المشترين

# المنافسة الكاملة

## Perfect Competition

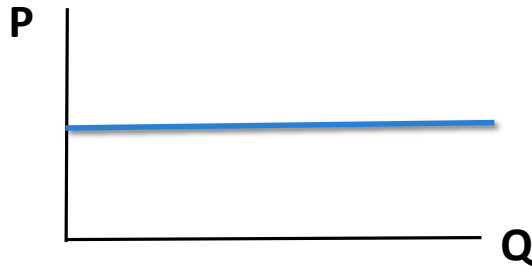
تعرف بأنها الوضع في السوق حيث يوجد عدد كبير من البائعين وعدد كبير من المشترين بحيث لا يستطيع أي منهم التأثير في سعر السلعة أو الخدمة التي تتميز بأنها متجانسة

### خصائص المنافسة الكاملة

- ❖ وجود عدد كبير من البائعين والمشتريين لا يستطيع أي بائع بمفرده التأثير في الأسعار السائدة في السوق وبالتالي المنشأة متلقية للسعر (Price Taker) ولا تستطيع التأثير فيه.
- ❖ توفر المعلومات الكاملة للبائعين والمشتريين بظروف واحوال السوق من حيث الأسعار
- ❖ الحرية التامة في الدخول والخروج من الصنائه وليس قيود او تدخلات
- ❖ تجانس السلعة المباعة أي تماثلها عند جميع البائعين وفي نظر جميع المشترين

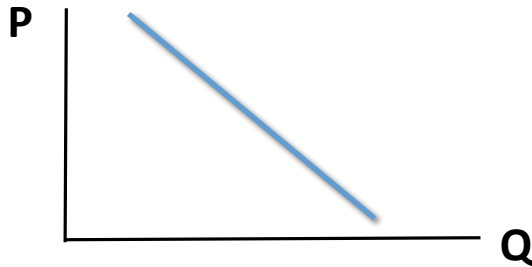
# تابع: المنافسة الكاملة

## ❖ منحنى طلب المنشأة في المنافسة الكاملة



افقي يوازي المحور السيني لان المنشأة متلقية للسعر  
تام المرونة

## منحنى طلب الصناعة في المنافسة الكاملة



منحنى طلب السوق سالب الميل

# الاحتكار التام

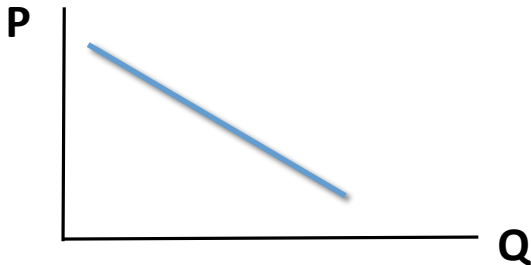
## Pure Monopoly

هو الوضع في السوق الذي يكون فيه منتج واحد فقط للسلعة يسيطر تماما على سعر السلعة او الخدمة وهذه السلعة او الخدمة ليس لها بدائل

مثل خدمات المنافع العامة كالكهرباء والمياه والتليفون والغاز وغيرها

منحنى الطلب الذي يواجهه المحتكر هو منحنى طلب السوق

وهو ينحدر من اعلي الي اسفل وبالتالي فالمنشأة الاحتكارية تخفض سعر السلعة لتزيد الكمية المباعة او تحدد الكميات من السلعة حتي ترفع السعر. لذلك المنشأة في الاحتكار التام تستطيع ان تختار السعر أو الكمية التي ترغبها (Price Maker)



# احتكار القلة

## Oligopoly

هو الوضع في السوق الذي فيه عدد قليل من البائعين ينتجون سلعة معينة قد تكون متجانسة تماما او غير متجانسة

متجانسة تماما مثل كالألمنيوم والزجاج والحديد والاسمنت  
غير متجانسة مثل السيارات والمشروبات الغازية ومعجون الاسنان وغيرها

ولكون عدد المنشآت قليل وكل منهم يستحوذ على جزء كبير من السلعة في السوق لذا سيكون هناك تداخلا او تأثيرا متبادلا بينهم وخاصة فيما يتعلق بقرارات الانتاج والاسعار لذا من الصعب التعرف علي منحنى الطلب الذي تواجهه أي منشأة

# المنافسة الاحتكارية

## Monopolistic Comptition

---

هي الوضع في السوق الذي يكون عدد كبير من المنشآت التي تباع سلعاً غير متجانسة تماماً

مثل الملابس والعطور وادوات التجميل وغيرها أيا كان كل منتج يعرض تقريبا سلعاً مختلفة عن السلع التي يعرضها المنتج الآخر. مما يعطيه البائع قدرة على التحكم في السعر تواجه المنشأة منحنى طلب سالب الميل أي ينحدر من اعلى الى اسفل تجاه اليمين .



# الاشكال المختلفة لاسواق السلع والخدمات

شكل السوق	عدد البائعين	تجانس السلعة	منحنى الطلب
المنافسة الكاملة	كبير	متجانسة	منحنى طلب المنشأة افقي تام المرونة لان المنشأة متلقية للسعر منحنى طلب الصناعة سالب الميل ينحدر من اعلى الى اسفل
الاحتكار التام	واحد فقط	لا يهم	منحنى طلب المنشأة هو منحنى طلب الصناعة لان المنشأة هي الصناعة
احتكار القلة	قليل	متجانس او غير متجانس	لا يمكن معرفته
المنافسة الاحتكارية	كبير	غير متجانسة	

# المحددات الرئيسية للأرباح

تعرف الأرباح ( $\pi$ ): بأنها الفرق بين الإيراد الكلي (TR) والتكاليف الكلية (TC)

$$\pi = TR - TC$$

المفهوم الاقتصادي للأرباح يختلف عن المحاسبي لوجود تكلفة الفرصة البديلة

□ الأرباح المحاسبية = الإيراد الكلي - التكاليف الصريحة

□ الأرباح الاقتصادية = الإيراد الكلي - (التكاليف الصريحة + التكاليف الضمنية)

لتحقق المنشأة الاقتصادية أرباحاً لابد أن يكون:

الإيراد الكلي لها < مجموع التكاليف ( الصريحة والضمنية)

الأرباح العادية هي تكلفة الفرصة لعناصر الإنتاج المملوكة للمنشأة أو صاحب المشروع

□ الأرباح العادية = الربح الاقتصادي - الربح المحاسبي

□ الربح العادي يساوي التكاليف الضمنية لهذا يعتبر نوع آخر من التكاليف الاقتصادية

# دالة الارباح

**الهدف الذي تسعى اليه كل منشأة وفي اي سوق هو الحصول علي اقصى ارباح** وهذا ما يسمى تعظيم الارباح وتختار المنشأة مستوى الانتاج الذي يحقق لها ذلك الهدف سواء في الاجل القصير او الطويل

ان تحديد مستوى الانتاج الذي يحقق للمنشأة اقصى ارباح يتطلب معرفة **المكونات الرئيسية لدالة الارباح ( $\pi$ ) وهما الايراد الكلي (TR) والتكاليف الكلية (TC)** ويعبر عن دالة الارباح ومكوناتها كدوال في الانتاج كالتالي

$$\pi(Q) = TR(Q) - TC(Q)$$

# الايراد الكلي وايراد الوحدة

## الايراد الكلي (TR)

هو اجمالي المبالغ التي تحصل عليها المنشأة عند بيعها للسلعة التي تقوم بانتاجها

الايراد = السعر  $\times$  الكمية المباعة

$$TR = P \cdot Q$$

## الايراد الحدي (MR)

❖ هو التغير في الايراد الكلي نتيجة تغير الانتاج بوحدة واحدة

❖ ميل منحنى الايراد الكلي

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \frac{\Delta(P \cdot Q)}{\Delta Q}$$

$$MR = P$$

وفي المنافسة الكاملة

الايراد المتوسط : ايراد الوحدة الواحدة

$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P \cdot Q}{Q} = P$$

الايراد المتوسط دائما يساوي السعر مهما اختلف شكل السوق

