

عرض المنشأة في اسواق المنافسة غير الكاملة

مقدمة

الكثير من اسواق السلع والخدمات في اقتصاديات الدول المختلفة تتميز بكونها اسواقا لمنافسة غير كاملة، حيث يعتبر الاحتكار التام والمنافسة التامة طرفي النقيض ولا يتفقان مع الواقع العملي في حياتنا. فمن النادر ان تتوفر سلع متجانسة تماما تباع من عدد كبير من المنشآت (منافسة تامة)، وكذلك الحال من النادر ان يكون هناك سلعة او خدمة ليس لها بدائل وتباع من قبل منشأة واحدة فقط (احتكار تام).

تعتبر المنافسة غير الكاملة مصطلح لجميع اشكال السوق التي تقع بين حالتى المنافسة الكاملة والاحتكار التام وتنقسم الى مجموعتين:

□ **المنافسة الاحتكارية** : عدد كبير من المنشآت يتم التركيز على درجة اختلاف وتميز السلع التي تعرضها .

□ **احتكار القلة** : عدد قليل من المنشآت والتركيز في دراستها على سلوك المنشأة وخصومها من المنشآت الاخرى

سوق المنافسة الاحتكارية Monopolistic Comptition

يتفق هذا السوق مع المنافسة الكاملة في وجود عدد كبير من المنشآت وحرية الدخول والخروج من الصناعة ولكنه يختلف في كون المنتج (سلع او خدمات) غير متجانس اي ان المنتجات مختلفة وكل منشأة منتجا متميز. مثل صناعة الصابون او المعجون او المشروبات الغازية او الاقلام او العطور ...

وكل منشأة في هذه الصناعات تعتبر منتج رئيس لنوعى معين من السلعة (مثلا كوكا كولا، بيبسي، سفن اب) لذا فان لديها قوة احتكارية ناتجة عن قدرتها على التحكم بسلعتها المتميزة وايضا نابعة من نجاحها في جعل سلعتها متميزة عن السلع المماثلة لها في الصناعة (صناعة المشروبات الغازية مثلا)

ملخص : كل منشأة من منشآت المنافسة الاحتكارية تتمتع بقوة احتكارية نتيجة التميز في السلعة التي تبيعها ولكن هذه القوة الاحتكارية محدودة بالمنافسة من المنشآت التي تعرض منتجات مشابهة لها وتعتبر بدائل قريبة لها.

الاختلاف بين المنافسة الاحتكارية والمنافسة التامة

من حيث **تجانس السلعة** نجد ان منتجات المنشآت التي تعمل في المنافسة التامة متجانسة تماما وتعتبر بديلا كاملا او تاما لمنتج المنشأة الاخرى . بينما في منشآت المنافسة الاحتكارية منتجاتها تعتبر تبادلية ولكن ليس بشكل تام او كبير.

من حيث **منحنى الطلب** نجد لمنشأة المنافسة التامة اقصي تام المرونة لان المنشأة متلقية للسعر بينما منشأة المنافسة الاحتكارية سالب الميل كما في حالة الاحتكار بسبب تميز السلع بين المنشآت الاخرى المنافسة (لبن المراعي ، الصافي ، نادك)

المنشأة في المنافسة الاحتكارية تتميز بسلعة او خدمة تختلف بشكل بسيط عن المنتجات الاخرى لنفس الصناعة (الالبان مثلا) وبالتالي من السهل على المستهلك الحصول على بدائل لهذا المنتج وبالتالي **منحنى الطلب سيكون مرتفع المرونة بالنسبة للسعر** . حيث رفع سعر اي منشأة لسلعتها سيجعلها تفقد بعض المستهلكين وليس جميعهم وكذلك الحال لو قامت بتخفيض سعر سلعتها ستجذب بعض المستهلكين وليس جميعهم

توازن المنشأة في المنافسة الاحتكارية

توازن المنشأة في الاجل القصير :

المنشأة لديها قوة احتكارية وتستطيع التحكم بالسعر الى حد ما لذا تواجه منحني طلب سالب الميل أي ينحدر من اعلى الي اسفل تجاه اليمين .ففي حال تخفيضها لسعر سلعتها بحيث تكون اقل من سعر المنشآت المنافسة تستطيع زيادة مبيعاتها والعكس لو رفعت سعرها ستنخفض مبيعاتها. اما فيما يتعلق بالارباح فليس بالضرورة ان تحقق ارباحا طائلة لانها ليست متفردة بسوق السلعة او الخدمة (كما في الاحتكار التام) ، وايضا لوجود حرية الدخول والخروج من الصناعة (كما في المنافسة الكاملة) مما سيجذب عدد من المنشآت للصناعة

توازن المنشأة : آلية الاختيار للكمية والسعر التوازني الذي يحقق اقصى ارباح في سوق المنافسة الاحتكارية هي نفسها للمنشأة في سوق الاحتكار التام .

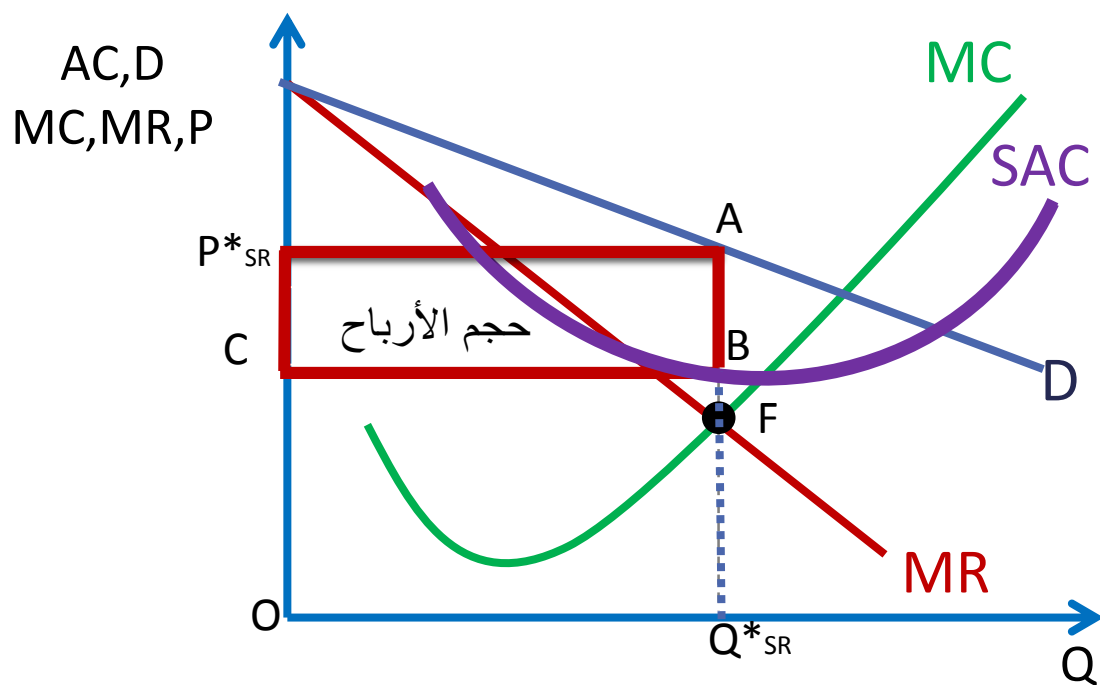
$$MR=MC$$

شرط التوازن

فيتحقق التوازن في الاجل القصير عندما ($MR=MC$) ويتحدد السعر التوازني صعودا لمنحني الطلب .وتحقق المنشأة ارباح اذا كان السعر اكبر من التكاليف المتوسطة الكلية في الاجل القصير ($P>SATC$) او تكون في وضع تعادل اذا كان ($P=SATC$) او تحقق خسائر اذا كان السعر اكبر من التكاليف المتوسطة الكلية في الاجل القصير ($P<SATC$)

توازن منشأة المنافسة الاحتكارية في الاجل القصير

$P > ATC$



شرط التوازن
 $MC=MR$
تحقق عند النقطة (A)
وتحدد السعر التوازني
صعودا لمنحنى الطلب عند
النقطة (A)
ونجد ان $(P > ATC)$ اذن
المنشأة تحقق ارباح

تابع :توازن المنشأة في المنافسة الاحتكارية

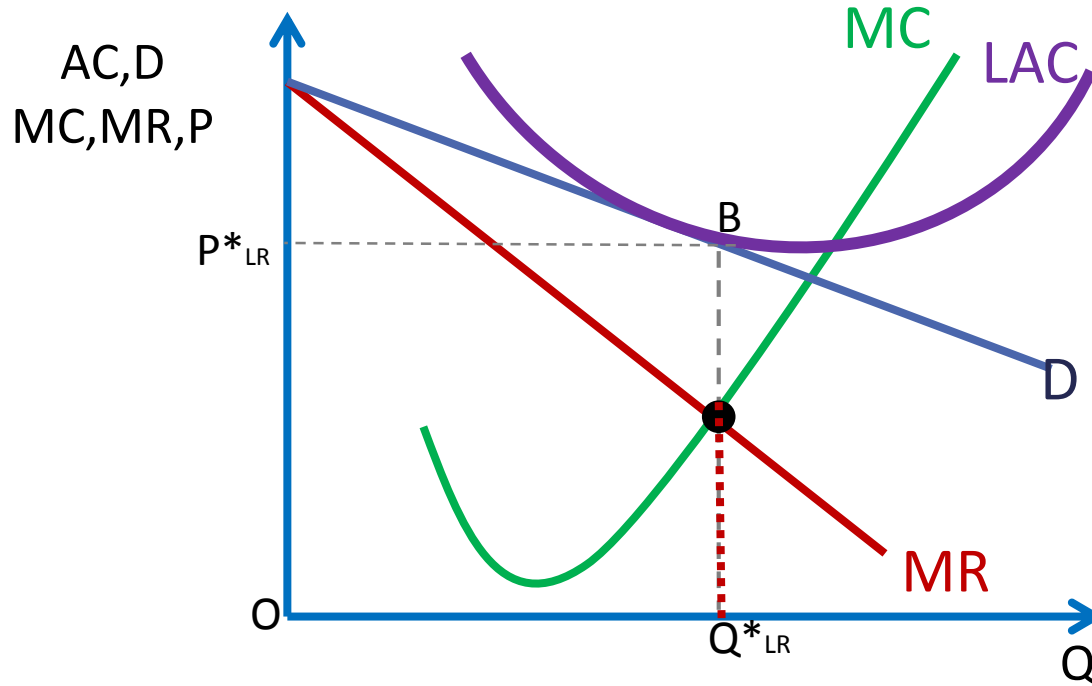
توازن المنشأة في الاجل الطويل :

توازن المنشأة الذي تم في الاجل القصير لا يمكن ان يستمر لان الارباح المتحققة ستجذب منشآت اخرى للدخول في الصناعة مما يقلل من اجمالي مبيعات المنشأة في السوق وبالتالي سينزحف منحنى طلب المنشأة الى اليسار معبراً عن انخفاض الطلب من مبيعاتها والعكس صحيح في حالة خروج منشآت من الصناعة ينزحف لليمين معبراً عن زيادة الطلب على مبيعاتها.

منحنى الطلب يكون مماس لمنحنى التكاليف المتوسطة (AC) عند النقطة (B) وبتقاطع (MC) مع (MR) يتم تحديد الكمية التوازنية في الاجل الطويل (Q_{LR}^*) والسعر التوازني (P_{LR}^*) وتكون ارباح المنشأة تساوي صفر لان السعر يساوي التكاليف المتوسطة وبالتالي اي زيادة او نقص في الانتاج لهذه المنشأة سيترتب عليه خسائر مما يضطرها للحفاظ على حجم الانتاج هذا .

توازن منشأة المنافسة الاحتكارية في الاجل الطويل

$$P > ATC$$



شرط التوازن

$$MC=MR$$

وتحدد السعر التوازني صعودا

لمنحني الطلب عند النقطة

(B) ونجد ان $(P=LAC)$ اذن

الارباح صفرية في الاجل

الطويل. لو زادت او خفضت

انتاجها عن (Q^*_{LR})

ستحقق خسائر.

المنافسة الاحتكارية وتحقيق الكفاءة

بمقارنة سوق المنافسة الاحتكارية بسوق المنافسة الكاملة الذي يعتبر احد اشكال السوق ذات الكفاءة الاقتصادية يلاحظ عدم كفاءة سوق المنافسة الاحتكارية للأسباب التالية:

□ المنشأة في سوق المنافسة الاحتكارية تطلب سعراً أعلى (P_{mc}) وتقدم حجم إنتاج أقل (Q^*_{mc}) من نظيرتها في المنافسة الكاملة والتي تطلب السعر (P_c) وتقدم حجم الإنتاج (Q^*_c).

السعر التوازني في المنافسة الكاملة يساوي التكاليف الحدية ($MC=P^*C$) بينما في المنافسة الاحتكارية السعر يفوق التكاليف الحدية ($MC>P^*$) مما يترتب عليه وجود فاقد او خسارة بمقدار المساحة (ABC) وزيادة المنشأة الإنتاج الى النقطة التي يتساوى عندها السعر مع التكاليف الحدية سيؤدي الى زوال هذا الفاقد الذي نشأ بسبب القوة الاحتكارية لهذه المنشأة .

□ الإنتاج التوازني لمنشأة المنافسة الاحتكارية يكون عند مستوى إنتاج أقل من حجم الإنتاج الأمثل (Q^*) الذي يتحقق عنده أقل تكاليف متوسطة مما يعني ان المنشأة في المنافسة الاحتكارية تتميز بوجود فائض طاقة إنتاج استيعابية (Excess Capacity) .

المنافسة الاحتكارية وتحقيق الكفاءة

الفائض في الطاقة الانتاجية: هو الفرق بين حجم الانتاج عند ادنى مستوى للتكاليف المتوسطة وحجم الانتاج الفعلي في الاجل الطويل .

بمعنى الفرق بين (Q^*) و (Q_{mc}) , وهذا الفائض في حالة المنافسة الاحتكارية لا يحقق الكفاءة في الانتاج لانه كان بالامكان تخفيض التكاليف لو كان عدد المنشآت اكبر وحجمها اكبر وبالتالي اكثر كفاءة

□ منشأة المنافسة الكاملة تواجه منحنى طلب افقي وبالتالي الارباح الصفرية تتحقق عند ادنى نقطة للتكاليف المتوسطة اما في حالة المنافسة الاحتكارية منحنى الطلب ينحدر من اعلى الى اسفل وبالتالي الارباح الصفرية تتحقق على يسار ادنى نقطة للتكاليف المتوسطة .

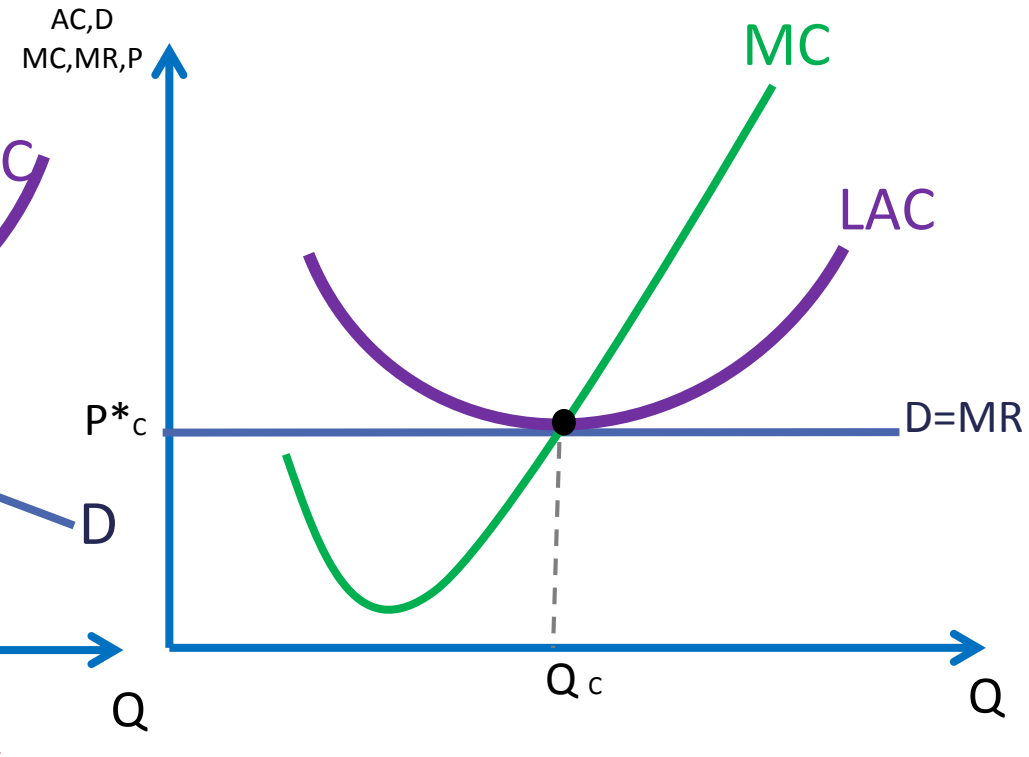
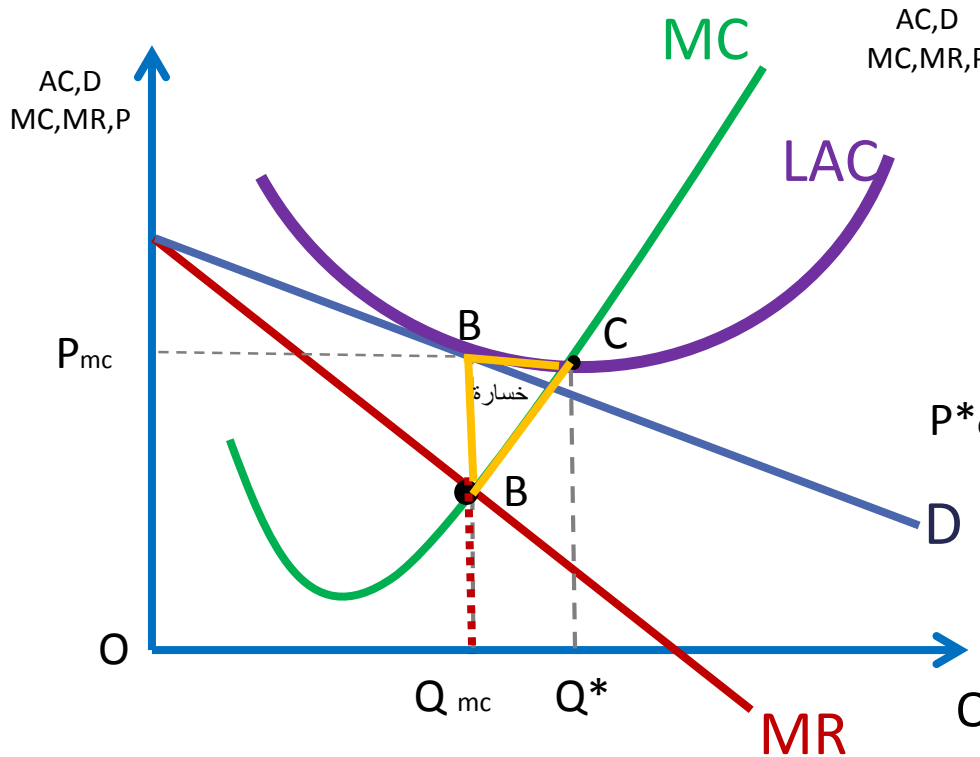
استنادا على ما سبق هل تعتبر المنافسة الاحتكارية وضع غير مقبول ويجب مراقبتها وتنظيمها ؟ لا يرى الاقتصاديين ذلك لعدة اسباب اهمها :

- القوة الاحتكارية للمنشأة في هذا النوع من الاسواق تعتبر منخفضة نتيجة لوجود عدد كبير من المنشآت المتنافسة في بيع سلع تبادلية قابلة للاحلال فيما بينها بشكل كبير
- المنافسة الاحتكارية تخدم المستهلك لانها تقدم له عدد من السلع المتنافسة يختار من بينها ما يناسبه

مقارنة التوازن لمنشأة المنافسة الاحتكارية والمنافسة الكاملة

توازن المنشأة في سوق المنافسة الاحتكارية

توازن المنشأة في سوق المنافسة الكاملة



اهمية المنافسة الاحتكارية كنموذج اقتصادي

يرى ملتون فريدمان ان احد عيوب المنافسة الاحتكارية الرئيسية هو مفهوم ومعنى الصناعة (والتي تعرف انها مجموعة المنشآت التي تنتج سلعا متجانسة وذلك لان كل منشأة تنتج سلعة تتميز بشكل او اخر عما تنتجه المنشأة الاخرى في نفس الصناعة وبالتالي يمكن النظر لكل منشأة في سوق المنافسة الاحتكارية على انها صناعة بذاتها .

ومن الانتقادات الاخرى الموجهة لنموذج المنافسة الاحتكارية هو انه بالرغم من وجود عدد كبير من المنتجات المنتشابهه لسلعة معينة لنفس الصناعة (صابون ، عطور، معاجين ... الخ) الا ان هذه المنتجات تنتج من قبل عدد قليل نسبيا من المنشآت وبالتالي لا يتحقق افتراض المنافسة الاحتكارية المتعلق بوجود عدد كبير من المنتجين في الصناعة مما يوجهنا الى دراسة الشكل الاخر من الاسواق حيث وجود عدد قليل من المنتجين وهو ما يعرف باحتكار القلة .

احتكار القلة Oligopoly

هو الوضع في السوق الذي فيه عدد قليل من الباعين (اكثر من واحد) ينتجون سلعة معينة ويؤثر تصرف كل منهم على سعر السلعة في السوق 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.

سلوك المنشأة في ظل احتكار القلة يختلف عن غيره من اشكال السوق بسبب تركز الانتاج في عدد قليل من المنشآت في الصناعة. ويعتبر التركيز في الانتاج احد المعايير المستخدمة لتحديد شكل السوق

احتكار القلة Oligopoly

تعريف نسبة التركيز: نسبة الانتاج الكلي في صناعة معينة والتي يقوم بانتاجها عدد معين من المنشآت في الصناعة.

دراسة سلوك المنشأة في سوق احتكار القلة اكثر تعقيدا من الاسواق الاخرى لان قرارات الانتاج والاسعار في منشأة احتكار القلة تتضمن اعتبارات استراتيجية هامة بالنسبة لجميع المنشآت المتنافسة في الصناعة فعدد المنشآت في الصناعة قليل وقراراتها فيما يتعلق في الانتاج او الاسعار سيؤثر على المنشآت الاخرى كرد فعل لهذه القرارات.

مثال افترض ان منشأة مثل بيبسي قررت خفض السعر بنسبة 20% بهدف زيادة مبيعاتها من المؤكد ستأخذ بعين الاعتبار رد فعل المنشآت المنافسة لها في صناعة المشروبات الغازية الاخرى. ماذا يمكن ان تكون ردة فعل المنشآت المماثلة:

❖ قد لا ترد على القرار وتبقي اسعارها كما هي او قد تخفض اسعارها ولكن بنسبة قليلة يترتب على ذلك زيادة مبيعات بيبسي بشكل كبير

❖ ان تقوم الشركات الاخرى بتخفيض نفس النسبة 20% مما يزيد مبيعات الشركات الثلاث ولكن تقل الارباح لهم

❖ ان تخفض الشركات الاخرى اسعارها بنسبة اكبر من 20% وهذا سيقول ارباح جميع الشركات المتنافسة وقد يخلق حرب اسعار تؤدي الى انخفاض شديد في ارباحها

ونفس الاحتمالات لو قررت شركة البيبسي زيادة الكمية المنتجة بنسبة معينة بهدف زيادة الايرادات فستأخذ بالاعتبار ردود فعل الشركات المنافسة لها في الصناعة

بالتالي نجد ان منشأة احتكار القلة يجب ان تأخذ في الاعتبار قبل اقدامها على اي قرارات سواء تتعلق بالسعر او الكمية او اي قرارات اخرى مثل دعاية استثمار اعلان.. الخ ردود افعال المنشآت الاخرى المنافسة لها في الصناعة.

نركز على المنافسة في الاسعار والمنافسة في الانتاج

المنافسة في الانتاج

تتضمن نوعين من النماذج الاقتصادية :

النوع الاول : يفترض ان المنشآت المتنافسة تُحدد أنيا مستوى انتاجها اي ان المنشأة تحدد مستوى انتاجها وكذلك المنشآت الاخرى تحدد مستوى انتاجها ومن اهم النماذج الاقتصادية في هذا الجانب هو **نموذج كورنو (Cournot Model)**

النوع الثاني : يفترض ان هناك منشأة تأخذ دور القائد في الانتاج بحيث تحدد انتاجها ويتبعها المنشآت الاخرى المنافسة ومن اهم النماذج الاقتصادية في هذا الجانب نموذج القيادة الكمية او ما يسمى **بنموذج ستاكبرج (The Stackelberg Model)**

المنافسة في الاسعار

تتضمن نوعين من النماذج الاقتصادية :

النوع الاول : يفترض ان المنشآت المتنافسة تحدد انيا مستوى اسعارها اي ان كل منشأة تقرر سعر السلعة المنتجة وكذلك المنشآت الاخرى تحدد سعرها وكل منهم لا يعلم عن سعر الاخر ومن اهم النماذج الاقتصادية في هذا الجانب هو نموذج برتراند.

النوع الثاني : يفترض ان هناك منشأة قائدة او مسيطرة من بين المنشآت المتنافسة تقوم بتحديد السعر وتتبعها المنشآت الاخرى ومن اهم النماذج الاقتصادية في هذا الجانب نموذج سويزي وهو من اكثرها شيوعا ويتضمن ما يعرف بمنحنى الطلب المنكسر وذلك لانه يقدم تفسيراً لخاصية ثبات الاسعار (بمعنى استقراريتها) (Rigidity of Prices) وعدم تغيرها مع الزمن لمقدرتها مقاومة التغيرات في الطلب والتكاليف وتمثل هذه الخاصية الاساس لما يعرف باسم نموذج منحنى الطلب المنكسر

فكرة مبسطة عن نموذج منحنى الطلب المتكسر:

تتوقع المنشأة أن يتبعها المنافسون فقط في حالة خفض أسعارها، وألا يتبعونها في حالة زيادة أسعارها. وقد يقود ذلك إلى حرب الأسعار.

منحنى الطلب المنكسر

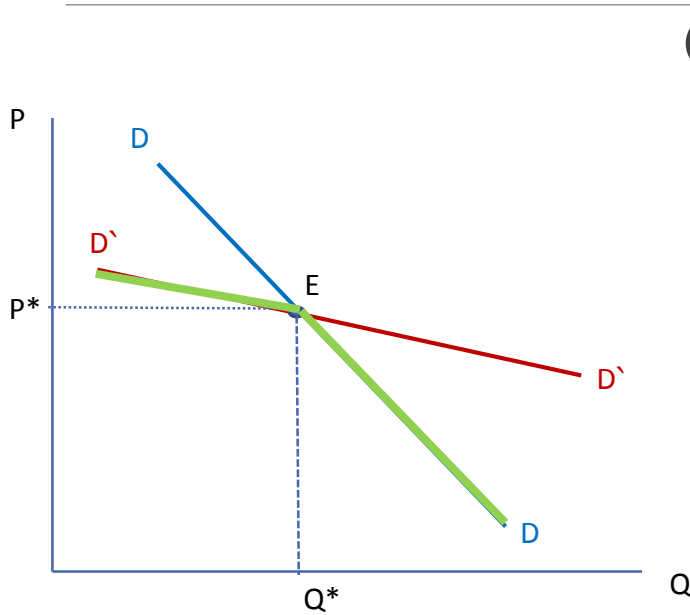
Kinked Demand Curve

خاصية ثبات الاسعار التي تتميز بها منشآت احتكار القلة ترجع الى طبيعة منحنى الطلب الذي يواجه المنشأة في هذا النوع من الاسواق .

في ظل احتكار القلة سوق السلعة يتوزع على عدد قليل من المنشآت ذات الاعتماد المتبادل فيما بينها لذلك فتخفيض اي منها سعر سلعته سيدفع البقية لتخفيض سعرها من اجل الحفاظ على حصتها وعدم فقد عملاءها ويترتب على ذلك زيادة الطلب الكلي في السوق .

منحنى الطلب الذي يواجه المنشأة في هذه الحالة منخفض المرونة منحنى (DD) وفي حالة قيام المنشأة برفع سعرها فلن يتبعها المنشآت الاخرى وستفقد حصتها بالسوق لذا تواجه المنشأة منحنى طلب مرتفع المرونة (D' D'') ولانه ليس للمنشأة في احتكار القلة حافز يؤدي الى رفع السعر او تخفيضة بالتالي هي تسعى لتحقيق الاستقرار في الاسعار . ويعتبر ثبات الاسعار خاصية من الخصائص المميزه لاحتكار القلة.

منحنى الطلب المنكسر



كل منشأة في احتكار القلة تواجه منحنى طلب منكسر عند السعر السائد للسلعة (P^*) فقرار اي منشأة رفع سعرها عن المستوى (P^*) لن يتبعها المنشآت الاخرى ،ولكن قرار التخفيض عن السعر السائد سيجعل المنشآت تتبعها وبالتالي يتكون هذا المنحنى من جزئين احدهما مرتفع المرونة ($D' D'$) والآخر (DD) منخفض المرونة وبافتراض الوضع التوازني للمنشأة في سوق احتكار القلة هو عند النقطة (E) والسعر الذي تطلبه هذه المنشأة مثل غيرها من المنشآت الاخرى المنافسة هو (P^*) والكمية التي تبيعها هذه المنشأة (Q^*) منحنى ($D' D'$) يمثل منحنى الطلب للمنشأة اذا لم تغير المنشآت الاخرى اسعارها وهو مرن ومنحنى (DD) يمثل منحنى طلب المنشأة اذا غيرت المنشآت اسعارها (غير مرن).

المنحنى الفعلي الذي يواجه المنشأة هو توليفة من المنحنيين اذا رفعت سعرها فوق (P^*) ستواجه منحنى الطلب ($D' E$) الذي يقع على يسار نقطة التوازن و عنده تفقد حصتها بالسوق لعدم مجارات المنشآت الاخرى لها .اما اذا خفضت سعرها تواجه منحنى الطلب (ED) الذي يقع يمين نقطة التوازن ويكون منحنى الطلب لها هو المنحنى المنكسر ($D' E D$)

منحنى الطلب المنكسر ومنحنى الإيراد الحدي ومنحنى التكاليف الحدية

تم شرحها في المحاضرة

وتم التعرض للاتحاد بين المنتجين (Cartel) ومثاله اوبك الرجوع للكتاب في هذين
الموضوعين