

محاضرة هيكلية الأسواق وتحليل الأسعار

أولاً- وظائف الأسواق :

- للأسواق عدد من الوظائف والتي من أهمها :
- 1- تحديد قيم السلع والخدمات ، إذ إن في الأسواق تعد الأسعار هي مقياس للقيمة .
 - 2- تخصيص الموارد بشكل أمثل (تنظيم الإنتاج) ، إذ إن المنتج يسعى لإنتاج كمية معينة من السلع والخدمات بأقل التكاليف .
 - 3- التقنين ، أي تقييد الاستهلاك الجاري طبقاً للإنتاج الموجود .
 - 4- توزيع الناتج ، إذ إن كل فرد من الناحية النظرية يستلم دخلاً طبقاً لمقدار مشاركته أو مقدار مساهمته في الإنتاج .

ثانياً- أنواع الأسواق : Types of Markets

تختلف الأسواق عن بعضها البعض تبعاً لاختلاف كل أو بعض العناصر المكونة له وهي (البائعون - المشترون - السلعة محل التعامل) ، إذ إنه على ضوء العناصر الثلاثة المكونة للأسواق فإنه تقسم الأسواق إلى الأنواع الأربعة التالية :

- 1- سوق المنافسة التامة (الكاملة) .
 - 2- سوق الاحتكار التام .
 - 3- سوق المنافسة الاحتكارية .
 - 4- سوق احتكار القلة .
- وعادة فإن لكل سوق من تلك الأسواق خصائصه ، لذا يتطلب من الإدارة أو من متخذي قرار التسعير أن يتسموا بالكفاءة والمعرفة والحكمة لمعرفة خصائص تلك الأسواق وسلوك منحنيات التكاليف المتوسطة والحدية سواء في الأجل القصير أو الأجل الطويل وذلك من أجل المعرفة في كيفية التعامل مع أي سوق من تلك الأسواق وبهذه المعرفة تستطيع المنظمة أن تحدد حجم إنتاجها الأمثل وفي أي مدى.

المبحث الأول/ الأسعار في سوق المنافسة التامة Prices Under Perfect Competition

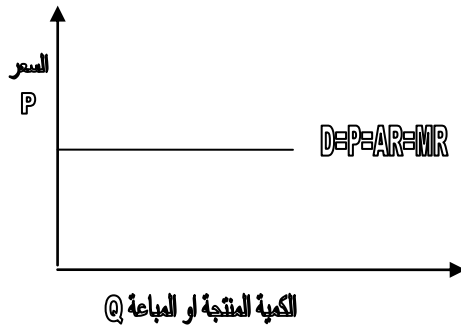
سوق المنافسة التامة وهي حالة السوق التي تتميز بوجود عدد كبير من البائعين يعرضون سلعا متجانسة (متماثلة تماما) حيث لا يمكن التمييز بين إنتاج منتج عن آخر .
وهناك عدة شروط أساسية لابد توافرها بين المنتجين لتحقيق المنافسة الكاملة وهي :

- a- وجود عدد كبير من البائعين والمشتريين للسلعة ، إذ يتمتع كل منهم بنصيب صغير في السوق بحيث لا يستطيع التأثير على السعر ولا على الطلب أو الإنتاج المعروض في السوق .
- b- تجانس المنتجات بحيث يعرض كل منتج أو منظمة نفس الإنتاج لسلعة معينة بالنسبة للمنتجين الآخرين في الصناعة.
- c- حرية الدخول والخروج من وإلى السوق ، أي لا توجد أي قيود على دخول المشروعات أو خروجها من الصناعة .
- d- المعرفة التامة بأحوال السوق ، أي إن كل بائع أو مشتري تتوفر لديه المعلومات عن التكاليف ، الأسعار ونوعية السلعة المنتجة .

منحنى طلب في سوق المنافسة التامة:

وان منحنى طلب الصناعة الكلي يعكس مجموع الكميات للمؤسسات الفردية التي تشتري عند كل سعر، وفي سوق المنافسة التامة تكون قدرة المنشأة الفردية ضعيفة في تحديد الأسعار أو التأثير عليها بالزيادة أو النقصان أي إن السعر من المعطيات الأساسية لها ولذلك يتخذ منحنى الطلب شكلاً أفقياً موازياً للمحور الأفقي ، ونظراً لأن المنتج يستطيع إن يبيع أي مقدار من السلعة بالسعر السائد في السوق، فأن هذا يعني إن أية وحدة مباعه سوف تضيف إلى الإيراد الكلي لهذا المنتج المقدار نفسه الذي تضيفه وحدة سابقة لأنه لن تكون هناك ضرورة إلى تخفيض السعر من أجل زيادة المبيعات، حيث يكون معدل الإيراد (السعر) متساوياً مع الإيراد الحدي وكما في الشكل (4-1) .

شكل (4-1) يوضح منحنى الطلب في سوق المنافسة التامة



في حين منحنى عرض الصناعة يوضح كل الكميات التي ستعرضها المؤسسات الفردية عند مختلف الأسعار .

أولاً- توازن المنشأة في الأجل القصير :

أن التوازن في السوق المنافسة الكاملة سواء في المدى القصير أو مدى الطويل يعني تحديد الكمية من الإنتاج التي تحدد أقصى ربح ممكن أو أقل خسارة ممكنة ، ولتحديد توازن المنتج في المدى القصير هناك طريقتان هما:

1 - طريقة الإجماليات لتعظيم الربح باستخدام الإيراد الكلي والتكاليف الكلية .

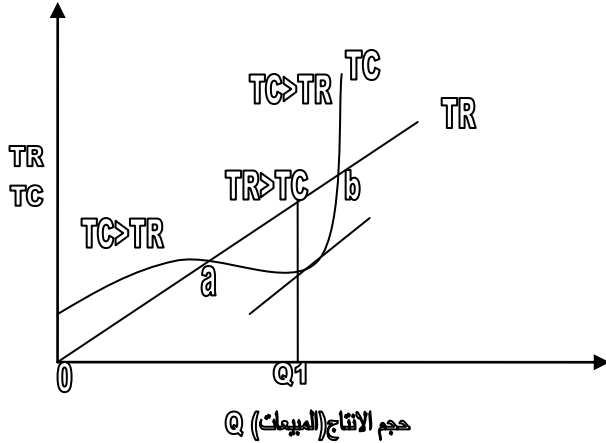
2 - طريقة الحدييات ، باستخدام الإيراد الحدي والتكاليف الحدية، وكما يلي :

1 - طريقة الإجماليات Aggregates Method :

إن المنشأة تتمكن من زيادة أو تخفيض معدل الناتج في المدى القصير بواسطة زيادة أو تخفيض المعدل الذي تستخدم فيه المدخلات المتغيرة . وحيث إن هدف المنشأة في ظل ظروف المنافسة الكاملة هو تحقيق أقصى ربح ممكن ، وبما إن الربح هو عبارة عن الفرق بين الإيرادات الكلية (التي هي حاصل ضرب الكمية المباعة في سعر الوحدة ، أي $TR = P.Q$) وبين التكاليف الكلية التي هي عبارة عن تكاليف الثابتة مضافا لها التكاليف المتغيرة أي $TC = Fc + Vc$

فانه من المعلوم بأن كمية التوازن هي الكمية التي تكون فيها الإيرادات الكلية تزيد عن التكاليف الكلية بأكبر قدر ممكن حيث إن منحنى الإيراد الكلي يكون خطا مستقيما من الأسفل إلى الأعلى مبتدأ من نقطة الأصل بسبب إن السعر الذي يواجهه المنتج يكون ثابتا وبالتالي فان الإضافة إلى الإيراد الكلي نتيجة لزيادة المبيعات في وحدة واحدة يكون مقدار ثابت مساويا للسعر كما في الشكل رقم (3-4).

الشكل رقم (3-4) يوضح توازن المنشأة بطريقة الإيراد الكلي والتكاليف الكلية



والشكل البياني أعلاه يدل على إن مستوى الناتج الذي يعظم الربح عند مستوى الإنتاج (Q1) ، حيث يكون ميل منحنى الإيراد الكلي والتكاليف الكلية متساويان ، لذلك فان خسائر الأمد القصير تصل أقصاها عن هذه الكمية من الإنتاج ويلاحظ أيضا من الشكل أعلاه بأن إرباح المنشأة تصل أقصاها من حيث التباعد بين TR , Tc .

والجدول التالي يوضح قيم الإيراد الكلي والتكاليف الكلية والإرباح لمنشأة معينة ولمدى معين من الوحدات المنتجة والمباعة من السلعة .

جدول (4-2) يوضح قيم الإيراد الكلي والتكاليف الكلية والإرباح لمنشأة معينة

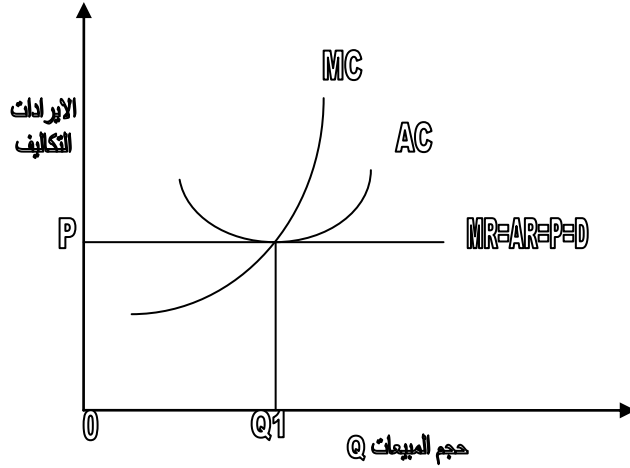
الإنتاج Q	السعر P	الإيراد الكلي TR	التكاليف الكلية TC	الربح π	منطقة الأرباح والخسائر
0	10	0	10	10-	منطقة خسائر
1	10	10	28	18-	
2	10	20	38	18-	
3	10	30	46	16-	
4	10	40	51	11-	
5	10	50	55	5-	
6	10	60	60	0	نقطة تعادل
7	10	70	66	4	منطقة إرباح
8	10	80	74	6	
9	10	90	86	4	
10	10	100	100	0	نقطة تعادل
11	10	110	120	10-	منطقة خسائر

ويلاحظ من الجدول رقم (4-2) بأن دالة الإيراد الكلي هي دالة خطية يمكن تمثيلها بخط مستقيم ، فزيادة أو تخفيض الإنتاج بوحدة واحدة تزيد أو تخفض الإيراد الكلي بمقدار ثابت يساوي السعر السائد في السوق . وكذلك فان دالة الإيراد الكلي تمر بنقطة الأصل لان إنتاجا قدره صفر يقابله إيراد يساوي صفر .

2 - طريقة الحدييات Marginals Method :

تتم هذه الطريقة باستخدام منحنيات الإيراد الحدي MR والتكاليف الحدية MC بدلا من الإيراد الكلي والتكاليف الكلية ، ولا يختلف التحليل في جوهره عن التحليل السابق ، إلا في الحالتين التاليتين ، حيث إن الإيراد الحدي للمنتج في سوق المنافسة التامة يتساوى مع سعر السلعة ، وكما إن المنتج في هذا السوق سوف يحقق أقصى ربح في الأجل القصير عندما ينتج الكمية التي يتساوى عندها الإيراد الحدي مع الكلفة الحدية وبشرط إن يكون منحنى الكلفة الحدية متزايدا . ومن الممكن إن تحقق المنشأة أرباحا اعتيادية (حالة التعادل أو المساواة بين MR مع MC) ويمكن توضيح ذلك في الشكل البياني التالي :

شكل رقم (4-4) يوضح توازن المنشأة (تحقيق الأرباح الاعتيادية) في الأجل القصير



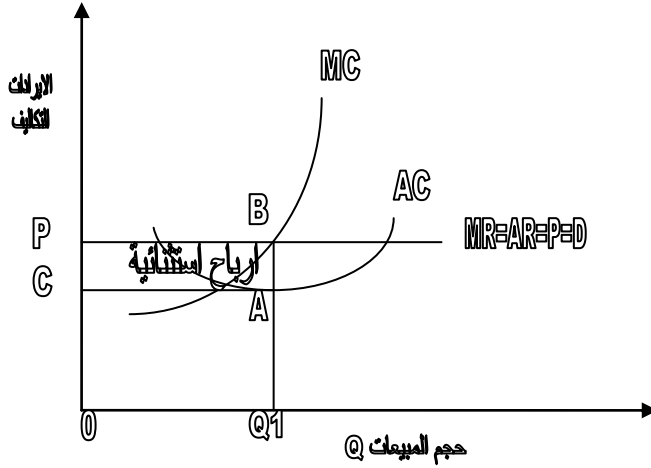
ويلاحظ من الشكل أعلاه بأن المنتج يصل إلى أقصى ربح عند إنتاجه الكمية Q^* حيث يكون عندها $MR=MC$ ، وعندما تنتج المنشأة أقل من $Q1$ يكون $MR>MC$ وعليه فإن أي زيادة في الناتج يؤدي إلى زيادة الإيرادات حتى يصل إلى الكمية $Q1$ وذلك لأن إضافة وحدة إلى الناتج والمبيعات يؤدي إلى زيادة الإيرادات الكلية وتكون أكبر من الإضافة إلى التكاليف الكلية حتى يصل $Q1$ وبذلك يزداد الربح .

كما إن أي ناتج أكبر من $Q1$ يؤدي إلى إن يكون $MR<MC$ وذلك لأن الإضافة إلى التكاليف الكلية تكون بمقدار أكبر من الزيادة في الإيرادات الكلية الأمر الذي يترتب عليه انخفاض العائد وبذلك يجب تخفيض الكمية المنتجة إلى $Q1$ حيث يصل العائد عندها إلى أقصى قيمة له .
ويلاحظ أن الربح يزداد عندما يكون الإيراد الحدي أكبر من الكلفة الحدية وينخفض الربح عندما يكون الإيراد الحدي أقل من الكلفة الحدية وبهذا تحقق المنشأة أعظم ربح عندما يتساوى MR مع MC .

تحديد ربح أو خسارة المنتج (المنشأة) في الأجل القصير :

من خلال منحنيات متوسط الكلفة والكلفة الحدية وكذلك منحني الطلب الذي يواجهه المنشأة ، فإنه يمكن توضيح حالة تحقيق أرباح استثنائية للمنشأة ، وبما إن الإيراد الحدي يتساوى مع السعر أي $MR=P$: فإن منحني الإيراد الحدي ينطبق تماما على منحني الطلب .

شكل رقم (4-5) يوضح حالة تحقيق أرباح استثنائية لمنشأة معينة في سوق المنافسة التامة

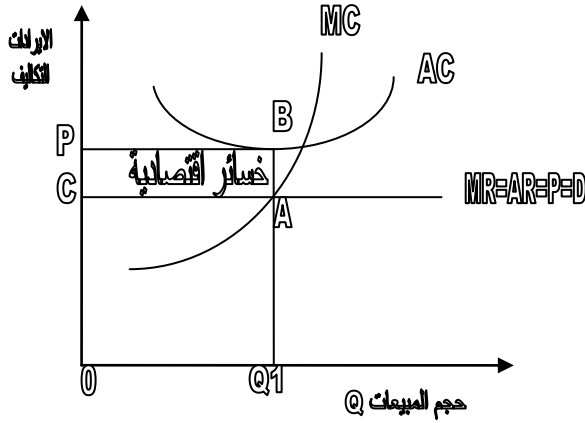


وتصل أرباح المنشأة أقصاها عند مستوى الناتج Q_1 حيث يتساوى $MR=MC$ (الشرط الأول لتعظيم الأرباح) وكذلك فإن منحنى الكلفة الحدية يقطع منحنى الإيراد الحدي من الأسفل (الشرط الثاني لتعظيم الأرباح) ، وعند أي مستوى إنتاج اقل من Q_1 فإن MR يزيد على MC وعليه تزداد الأرباح بزيادة الناتج حتى تصل إلى الكمية Q_1 .

وعند أي ناتج اكبر من Q_1 نجد إن MC تزيد على MR ، وعليه فإن أي زيادة في الناتج تؤدي إلى زيادة التكاليف الكلية بمقدار اكبر من الزيادة في الإيرادات الكلية وبالتالي انخفاض الأرباح الكلية التي تحققها المنشأة في هذه الحالة بمساحة المستطيل (CPBA) وكما يقدر متوسط الأرباح بالفرق بين P و AC .

أما إذا حدث وانخفض السعر السائد في السوق إلى مستوى اقل من AC عند مختلف مستويات الناتج سوف تتحمل المنشأة بعض الخسائر بدلا من تحقيق الأرباح. والمنشأة في هذه الظروف لا تستطيع تصفية أعمالها والخروج من الصناعة نتيجة لتحملها هذه الخسائر ، وتحت هذه الظروف تحاول المنشأة النظر في موقفها أما الاستمرار في الإنتاج وتحمل بعض الخسائر أو التوقف عن الإنتاج وفي هذه الحالة سوف تتحمل المنشأة جميع التكاليف الكلية الثابتة . والواقع إن قرار المنشأة وتحديد موقفها من هذين الاختيارين يتوقف على مستوى السعر السائد في السوق بالنسبة لمتوسط التكاليف المتغيرة كما في الشكل (4-6) .

شكل رقم (4-6) يوضح حالة الخسائر الاقتصادية لمنشأة في سوق المنافسة التامة



فإذا افترضنا إن السعر السائد في السوق هو (P) كما في الشكل البياني (4-6) ، وأنتجت المنشأة الكمية Q1 حيث تتساوى عندها الكلفة الحدية مع الإيراد الحدي ويكون متوسط التكاليف AC أعلى من السعر السائد في السوق وعليه تتحمل المنشأة خسائر تتمثل بمساحة المستطيل (CPBA) وعند تغطية التكاليف الثابتة ستكون المنشأة على حد سواء بين الاختيار في الاستمرار أو التوقف عن الإنتاج عند مستوى الإنتاج Q1 ، وإذا ما تحدد السعر في السوق عند مستوى اقل من (P) عند مختلف مستويات الإنتاج ، فإن المنشأة تفضل التوقف عن الإنتاج لتخفيض خسائرها لأقل حد ممكن . وعندما تتوقف المنشأة عن الإنتاج سوف تتحمل خسارة مساوية للتكاليف الثابتة مضافا لها ذلك الجزء من التكاليف المتغيرة زائدا على الإيراد الكلي . أما عندما يكون السعر في مستوى أعلى من مستوى السعر (P) سوف تقوم المنشأة بإنتاج كمية أكبر من Q1 وفي هذه الحالة تكون الخسائر اقل من التكاليف الكلية الثابتة حيث تزيد الإيرادات الكلية .

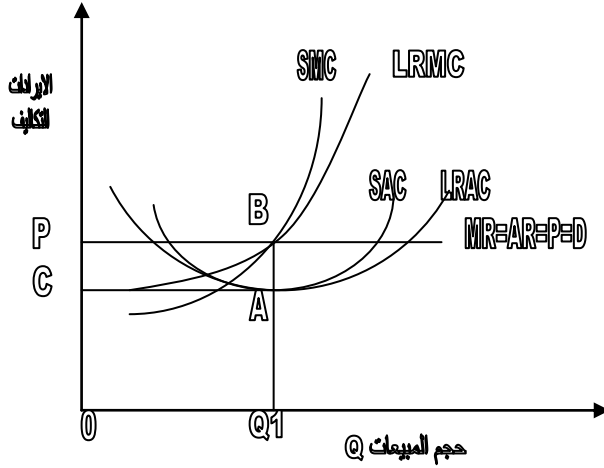
ثانيا- توازن المنشأة في الأجل الطويل Long-Run Equilibrium of the Firm :

تعتبر جميع عناصر الإنتاج في الأجل الطويل متغيرة ، وتستطيع المنشأة التوسع في حجم المشروع أو إضافة مكائن وخطوط إنتاجية جديدة للحصول على أفضل مستوى للإنتاج أو أكثر ربحية ، وتستطيع المنشأة في الأجل الطويل تحقيق أفضل مستوى إنتاج (تعظيم الربح) عندما يتساوى السعر (P) أو الإيراد الحدي (MR) مع الكلفة الحدية في الأجل الطويل (LRMC) أي إن :

$$P = MR = LRMC$$

والمنشأة الأكثر كفاءة اقتصادية هي التي تحقق أفضل مستوى إنتاج عند أدنى كلفة ممكنة كما في الشكل (4-7).

شكل رقم (4-7) توازن المنشأة في الأجل الطويل في سوق المنافسة التامة



وتمثل هذه المنشأة منحنى متوسط التكاليف الكلية في الأجل القصير SRAC والذي يكون مماساً لمنحنى متوسط التكاليف في الأجل الطويل LRAC عند أفضل مستوى إنتاج والذي يمكن للمنشأة تحقيقه عند الكمية Q_1 والذي يتساوى عندها السعر P والتكلفة الحدية في الأجل الطويل $LMC = P$ كما في الشكل (4-7) بحيث يكون السعر أكبر من أو يساوي متوسط التكاليف المتغيرة ($P \geq AVC$). ولكي تصل المنشأة إلى الحجم الأمثل للإنتاج الذي يتحقق عنده أقصى ربح ممكن إذا كان :

السعر أكبر من أو يساوي متوسط التكاليف في الأجل الطويل أي $P \geq AVC$ فيجب إن يكون $LRMC = LRAC$ ، والتكاليف الحدية في الأجل الطويل $LRMC$ متزايدة .

أما إذا كان السعر أقل من متوسط التكاليف في الأجل الطويل ، فإن الحجم الأمثل للإنتاج يكون صفر ، وبذلك تتوقف المنشأة عن الإنتاج في الأجل الطويل . وأما المنشأة في الأجل القصير فأنها ممكن إن تستمر في الإنتاج وتحقق خسارة ، أي بمعنى تخسر التكاليف الثابتة .

ويوضح الشكل أعلاه إن المنشأة تحقق أرباحاً يمثل بالمستطيل (CPBA) ، ونظراً لحرية الدخول والخروج من الصناعة التي يتميز بها سوق المنافسة الكاملة ، فإن وجود الربح للمنشأة سوف يترتب عليه دخول منشآت جديدة إلى الصناعة ونتيجة لذلك سوف يزداد الإنتاج ويزداد المعروض من السلعة ثم تقل الأرباح أو ربما تختفي وبالتالي يتوقف دخول منشآت جديدة إلى الصناعة .

المبحث الثاني/ الأسعار في سوق الاحتكار التام **Prices Under Pure Monopoly**

إن حالة الاحتكار هي حالة معاكسة للمنافسة التامة أو الكاملة ، حيث يعتبر هذا السوق نموذجاً يتميز به عن الأسواق بوجود منتج واحد يحتكر تماماً إنتاج سلعة معينة ليس لها بديل قريب وبالتالي تكون له القدرة على التأثير في سعرها عن طريق تغيير مقدار ما ينتجه منها .

إن عدم وجود بدائل قريبة من منتج المحتكر يعني بان مرونة الطلب التقاطعية بين منتج المحتكر والمنتجات الأخرى تكون منخفضة جدا ، ويؤدي الاحتكار التام إلى انعدام الفرق بين المنتج الفرد والصناعة ككل ، حيث إن المنتج المحتكر يمثل الصناعة .
والاحتكار هو وجود منتج أو منشأة واحدة تقوم بإنتاج سلع لا مثيل لها في السوق ، أي ليس لها بديل قريب .

أولاً- مصادر الاحتكار :

توجد عدة مصادر ينشأ من خلالها الاحتكار ومن أهمها :

1 - السيطرة على المواد الأولية في بعض الصناعات ، إذ نجد إن المحتكر الذي يملك المواد الأولية اللازمة لصناعة معينة تمكنه من تكوين احتكار لتلك الصناعة أو السلعة التي ينتجها من خلال عدم بيع هذه المواد الأولية إلى أي من المنافسين الآخرين .

2 - التكاليف العالية والمتطلبات الكبيرة للإنتاج ، إذ إن بعض الصناعات يتطلب الإنتاج فيها رأس مال كبير مثل صناعة السيارات والطائرات لذلك فإن دخول المنتجين لمثل هذه الصناعات يكون صعب وبذلك يتمتع المحتكر بقوة عالية لامتلاكه رأس المال .

3 - القوة الاقتصادية ، بعض المنتجين قد يكون لديهم القوة الاقتصادية الكبيرة لمنع دخول منتجين جدد إلى الصناعة من خلال خفض أسعار السلع المباعة أو غيرها من أساليب التنافس والذي تمنح المحتكر قوة اقتصادية.

4 - الامتياز الذي يتمتع به المنتج فيسوق معينة أو غالبا ما يكون هذا الامتياز مصحوبا باحتكارات طبيعية ومنافع عامة كما في شركات استخراج النفط الذي يمنح من قبل الدولة لشركة الدولة ، أو يكون الاحتكار من خلال براءة الاختراع لمنتج معين .

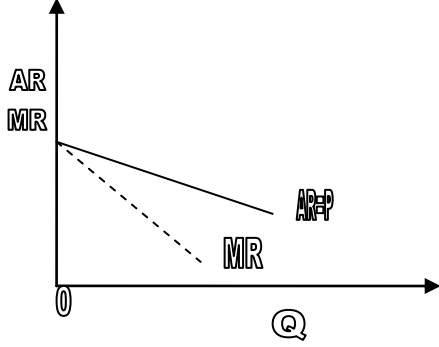
5 - محدودية السوق ، بما إن المحتكر هو المنتج الوحيد في السوق فإنه يقوم بإنتاج كميات من السلعة تغطي حاجة السوق ، ولذلك ليس بالإمكان تسويق كميات أخرى من السلعة من قبل أي منتج آخر .

إن مثل هذه الخصائص أو الحواجز تمنع دخول منتجين آخرين للصناعة مما يترتب عليه وجود منتج واحد هو محتكر للسلعة .

ثانيا- منحى طلب المحتكر :

لان الاحتكار سوقا ذات منتج واحد يتحكم في سعر السلعة وكميتها ، لذلك فإن منحى طلب السوق هو منحى طلب المحتكر وعادة ما يكون سالب الانحدار لوجود علاقة عكسية بين السعر والكمية المباعة . وعندما يكون الطلب منحدرًا سلبيا يصبح متوسط الإيراد مختلفا عن الإيراد الحدي ، لذلك يقع الإيراد الحدي إلى الأسفل من الإيراد المتوسط (السعر) ، وبالتالي فإن منحى

طلب المحتكر هو نفسه منحنى متوسط الإيراد لأن السعر عند كل مستوى من الإنتاج على منحنى الطلب هو عبارة عن متوسط الإيراد كما في الشكل (4-11) :
شكل رقم (4-11) يوضح منحنى طلب المحتكر



ويمكن التعبير عن الإيراد الحدي بأنه التغير في الإيراد الكلي الناتج عن التغير في المبيعات بوحدة إضافية واحدة أي :

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

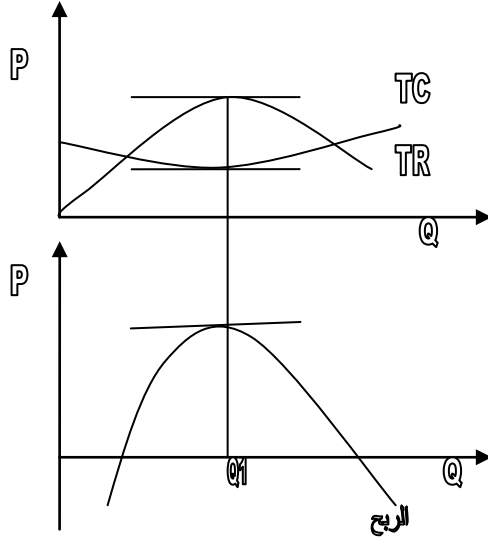
ثالثاً- توازن المحتكر في الأجل القصير :

يمكن الوصول إلى وضع التوازن في سوق الاحتكار بطريقتين هما : طريقة الإجماليات وطريقة الحدييات .

1- طريقة الإجماليات Aggregate Method :

يحصل توازن المحتكر بهذه الطريقة باستخدام منحنيات الإيراد الكلي والتكاليف الكلية ، حيث يحصل المحتكر على أقصى ربح ممكن عند مستوى الإنتاج الذي يكون عنده ميل منحنى التكاليف الكلية يساوي ميل منحنى الإيراد الكلي أي إن الكلفة الحدية تساوي الإيراد الحدي وتكون التكلفة الحدية متزايدة عند هذا المستوى من الإنتاج . ويمكن توضيح منحنى الإيراد الكلي والتكاليف الكلية للمحتكر بالشكل البياني التالي :

شكل رقم (4-12) يوضح توازن المحتكر بطريقة الإجماليات في الأجل القصير



ويلاحظ من الشكل (4-12) ، إن منحنى الإيراد الكلي للمحتكر يختلف بعض الشيء عنه في حالة المنشأة التنافسية الكاملة . والسبب في هذا الاختلاف يرجع إلى ضرورة خفض السعر من جانب المحتكر عندما يرغب في زيادة مبيعاته ، ويترتب على ذلك إن منحنى الإيراد الكلي يصل إلى أعلى حد له ثم يأخذ بعد ذلك في الهبوط .

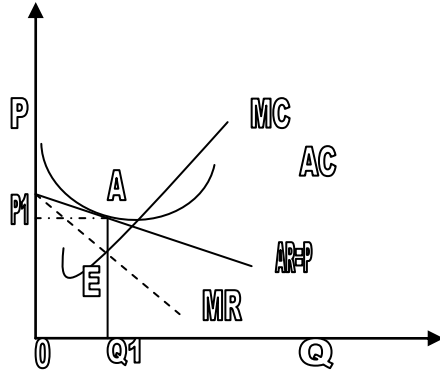
ويحقق المحتكر أقصى ربح ممكن عند مستوى الناتج Q_1 حيث يكون الفرق بين الإيراد الكلي والتكاليف الكلية أكبر ما يمكن وعند هذا الناتج يتساوى ميل منحنى الإيراد الكلي (الإيراد الحدي) مع ميل منحنى التكاليف الكلية (الكلفة الحدية) حيث يكون المماس لمنحنى الإيراد الكلي موازياً لمماس منحنى التكاليف الكلية عند مستوى الناتج Q_1 .

2 - طريقة الحدييات Marginals Method :

في النظرية الاقتصادية يحصل التوازن بهذه الطريقة عادة عندما يتساوى الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية . ولتحديد أوضاع التوازن للمحتكر مع تحقيق أرباح أو خسائر يتم من خلال الحالات التي تعرضها الأشكال البيانية التالية:

يحصل التوازن للمحتكر بالحصول على الربح الاعتيادي ويكون وضع التوازن كما في الشكل (4-13).

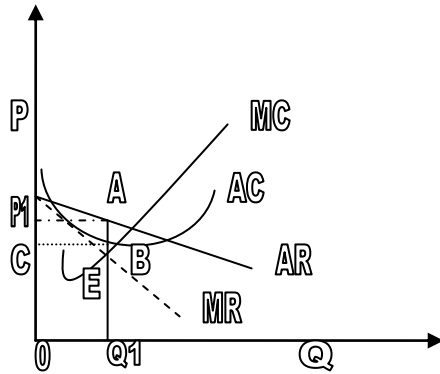
شكل رقم (4-13) يوضح تحقيق أرباح اعتيادية للمحتكر



من الشكل أعلاه يلاحظ إن خط الإيراد المتوسط AR يمس منحنى التكاليف المتوسطة AC عند حجم الإنتاج الذي يحقق أقصى ربح ممكن ، ونتيجة لذلك فإن $AC = AR$ حيث إن المحتكر لا يحقق سوى الربح الاعتيادي ، حيث إن سعر الناتج $Q1$ الذي يعظم الربح يساوي متوسط الكلفة أي إن $(AC=P)$ ، وان الكلفة الحدية تساوي الإيراد الحدي .

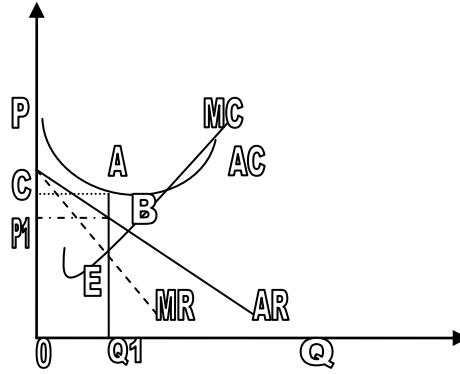
وبما إن المحتكر هو المنتج الوحيد للسلعة فإن شرط التوازن يتحقق عند تعظيم الربح ، أي حصوله على أقصى إيراد ممكن من جهة ، وتحمله اقل تكاليف ممكنة في العملية الإنتاجية من جهة أخرى . وذلك عندما تتساوى التكلفة الحدية مع الإيراد الحدي ، فعند هذا المستوى يحصل المحتكر على ربحا لكل وحدة إضافية منتجة اكبر من الربح الاعتيادي ويطلق عليه الربح الاحتكاري ويساوي الفرق بين معدل التكاليف والسعر . ويمكن توضيح ذلك بالشكل البياني (4-14) الآتي :

شكل رقم (4-14) يوضح حالة تحقيق أرباح استثنائية للمحتكر



يمثل الربح الشكل أعلاه تقاطع منحنى الإيراد الحدي (MR) مع التكلفة الحدية (Mc) في النقطة E ، وبتحديد حجم الإنتاج $Q1$ الذي يتحقق عنده أقصى ربح ، وذلك عند سعر بيع الوحدة ($Q1A$) مساويا السعر $P1$ ، وان المحتكر سوف يحقق إيرادا كليا مقداره مساحة المستطيل ($OP1AQ1$) وربحا صافيا مقداره المستطيل ($P1CBA$) وبهذا يحقق المحتكر أرباحا استثنائية .

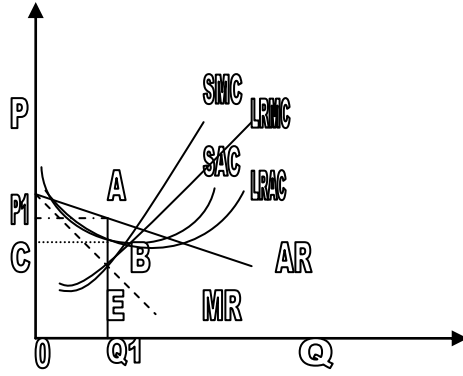
أما إذا كانت تكاليف الإنتاج مرتفعة ومنحنى AC أعلى من AR ، فإن المحتكر يحقق خسارة ويكون وضع التوازن للمحتكر كما في الشكل (4-15).
شكل رقم (4-15) يوضح الحالة التي تحقق خسائر اقتصادية للمحتكر



ويلاحظ من الشكل أعلاه إن متوسط التكاليف مرتفعة عن متوسط الإيراد وبذلك تصبح التكاليف الكلية متمثلة بالمساحة $(0CAQ1)$ والإيراد الكلي مقدرا بالمساحة $(OP1BQ1)$ ، وهذا يعني خسارة متحققة قدرها المساحة $(CP1BA)$ ، فان كان من الممكن تغطية التكاليف المتغيرة خلال المدة القصيرة فان المنتج المحتكر يستمر في الإنتاج لعله يخفض من تكاليفه خلال الأجل الطويل.

رابعاً- توازن المحتكر في الأجل الطويل Long-Run Equilibrium of The Monopolist :

يستطيع المحتكر في الأجل الطويل إن يغير طاقته الإنتاجية (حجم المشروع) وذلك استجابة للتغيرات التي قد تحدث في الطلب أو في تكاليف الإنتاج ، وبهذا فان المحتكر سوف يختار ذلك الحجم من الإنتاج الذي يحقق له أقصى ربح ممكن كما في الشكل البياني رقم (4-16) التالي:
شكل رقم (4-16) يوضح توازن المحتكر في الأجل الطويل :



ومن الشكل البياني أعلاه نلاحظ بأن إذا أراد المحتكر إن يحقق توازنه، فلا بد إن ينتج المقدار (0Q1) وبكلفة متوسطة مقدارها (0C)، وعند هذا المستوى من الإنتاج يكون منحنى الكلفة المتوسطة في الأجل الطويل LRAC مماساً لمنحنى الكلفة المتوسطة في الأجل القصير SAC في النقطة B. وكما يكون عند هذا المستوى من الإنتاج $SMC = LRMC$ وذلك في النقطة E. وعادة فإن الكلفة الحدية في الأجل القصير والطويل هي نفسها وتساوي (Q1E)، لذا فإنه وبذلك الحجم من الإنتاج (0Q1) تكون الأرباح الكلية قد وصلت إلى أقصاها ممثلة بمساحة المستطيل (PICBA).

المبحث الثالث/ الأسعار في سوق المنافسة الاحتكارية **Prices Under Monopolistic Competition**

يمثل سوق المنافسة الاحتكارية النموذج الأكثر شيوعاً ومواجهة في الحياة العملية من النماذج السابقة، حيث يمثل هذا السوق حالة وسط بين السوقين السابقين، فهو يجمع بعض الخصائص من سوق المنافسة التامة وخصائص من سوق الاحتكار التام ويكون عادة أقرب إلى السوق الأول.

أولاً- خصائص سوق المنافسة الاحتكارية :

يتميز هذا السوق ببعض الخصائص منها ما يلي :

1- وجود عدد كبير من البائعين والمشتريين، مما يعني إن كل بائع أو منتج لا يمثل إلا حصة صغيرة من السوق ويكون عدد المنشآت التي تنتج السلعة أقل عدد مما هو عليه في سوق المنافسة التامة.

2 - السلعة متماثلة وغير متجانسة، وبالتالي فهي تمثل بدائل قريبة لبعضها، حيث يحاول كل منتج إن يجعل هناك اختلاف بين سلعته وسلعة الآخرين.

3 - إن منحنى الطلب في هذا السوق يكون لا نهائي المرونة، نتيجة لعدم تجانس السلع التي ينتجها المنافسون، أي أنه يكون بشكل خط مستقيم ينحدر من الأعلى إلى الأسفل كما هو في الاحتكار التام ولكنه أكثر انبساطاً منه.

4 - يتميز هذا السوق بالمنافسة غير السعرية ، فإذا كان سوق المنافسة التامة يتميز بالمنافسة السعرية حيث إن المنتج في صناعة معينة إذا حاول زيادة مبيعاته ، فما عليه إلا إن يخفض سعره عن سعر الآخرين .

أما في المنافسة الاحتكارية ، فقد يلجأ المنتج إلى أتباع أسلوب آخر لزيادة عدد المشترين لسلعته غير أسلوب تخفيض الأسعار كأن يحاول أغراء الزبائن لشراء سلعته دون سلعة الآخرين .

ثانيا- تحليل التوازن في سوق المنافسة الاحتكارية :

إن توازن المنتج في هذا السوق لا يختلف كلياً عن الحالات السابقة ، فالمنتج يختار تعظيم مستوى الإنتاج لتحقيق أقصى ربح ممكن أو تخفيض الخسارة ، وإن هذا يحصل عندما يتساوى الإيراد الحدي مع الكلفة الحدية ، ولتحقيق هذا الهدف فعلى المنتج إن يبيع بالسعر الذي يتلائم وتحقيق الهدف.

المبحث الرابع/ الأسعار في سوق احتكار القلة **Prices Under Oligopoly** :

يعتبر سوق احتكار القلة واحد من الأسواق السائدة في العالم سواء في مجال صناعة السيارات أو الكهربائيات وغيرها ، ويعرف احتكار القلة **Oligopoly** على انه وجود عدد قليل من المنتجين (البائعين للسلعة) ، فإذا كانت السلعة متماثلة مثل صناعة السيارات والطائرات يسمى احتكار القلة البحت ، أما إذا كان هناك اختلاف بين السلع من حيث الدعاية والإعلام فأنها تعبر عن احتكار قلة مميزة.

ويتميز سوق احتكار القلة عن الأسواق الأخرى بأن عددا قليلا من المنشآت فيها يستحوذ على نسبة كبيرة من أجمالي المبيعات مثل شركة فورد وجنرال موتورز للسيارات المباعه في السوق الأمريكية . وإن ما يميز هذا السوق هي مشكلة عدم التأكد بالنسبة للطلب وذلك لان الطلب يتوقف على ردود فعل المنتجين الآخرين في سوق احتكار القلة ، أي إن المنتج عندما يتصرف في هذه السوق فأنه يبني توقعاته على ردود الفعل المعاكسة للمنتجين الآخرين .

أما إذا كان له معرفة بردود الفعل فإن المنتج يحدد منحى الطلب بشي من الثقة وبالتالي يستطيع معرفة حصته في السوق ، أما إذا كان العكس فهذا يؤدي إلى زيادة درجة عدم التأكد . ولكي تتغلب أسواق احتكار القلة على هذه المشكلة فهي تلجأ إلى التواطؤ الذي يعني الاتفاق الصريح على تحديد السعر والنتاج والمبيعات والأرباح . كذلك وجود معوقات أمام المنتجين الجدد الراغبين بدخول هذه السوق منها الافتقار إلى تكنولوجيا معينة تحقق وفورات الحجم أو سيطرة المشاريع القائمة على مصادر المواد الأولية التي تحدد الدخول إلى هذه السوق .