

القسم الاول - المنافسة المثلى أو الكاملة أو التامة

يمكن للمؤسسة في اطار المقاربة النظرية للأسواق أن تجد نفسها في حالتين "متطرفتين": المنافسة الكاملة والاحتكار. حيث تعتبر هاتين الحالتين كمرجع للحالات الوسيطة بينهما.

في حالة المنافسة الكاملة التي سندرسها في هذا الفصل، لا تشكل مبيعات المؤسسة الفردية سوى جزء صغير جداً من إجمالي العرض في السوق، بحيث يكون السوق ككل هو الذي يفرض سعر بيع المنتج. مما يُطلق على الشركة بعد ذلك اسم "متلقي الأسعار price-taker". كل ما عليها بعد ذلك هو اختيار كمية المنتج التي تريد طرحها في السوق. وسوف تفعل ذلك بناءً على هدف واحد ومتطابق لجميع المؤسسات في السوق: تعظيم أرباحها.

1- تعريف المنافسة المثلى:

تعد المنافسة التامة او الكاملة أحد أسس النظرية الكلاسيكية الجديدة. كشف ليون والراس (مؤسس هذا التيار الاقتصادي) عن مبدأ المنافسة الكاملة في عام 1874 في كتابه عناصر الاقتصاد السياسي الخالص.

المنافسة التامة او الكاملة او المثلى هي مفهوم اقتصادي يصف السوق المثالي الذي يحقق عددًا معينًا من الفرضيات المختلفة التي تتيح فهم كيفية تحديد الأسعار بناءً على سلوك المؤسسات وآليات السوق. ويجب أن يؤخذ في الاعتبار أن هذه النظرية تقوم على هيكل افتراضي يعتمد على التوازن العام للأسواق.

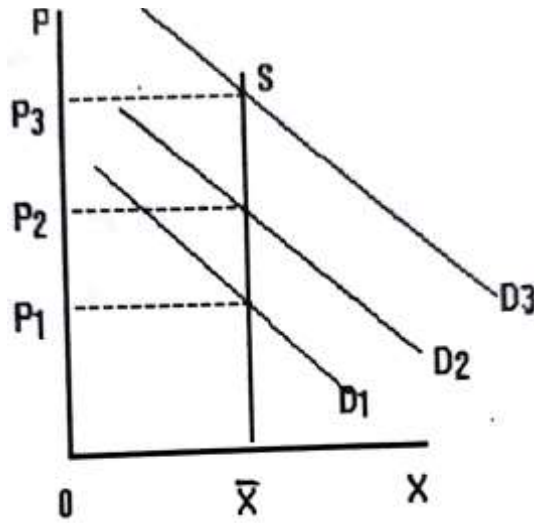
ولكي تكون ال منافسة تامة يجب ان تتوفر على الخصائص التالية:

- الاسعار معطاة للبائعين وللمشترين: يفترض أن في اطار المنافسة المثلى كل عون اقتصادي يمثل جزء صغير جدا في السوق ولا يستطيع أي عون أن يؤثر على سيرورة السوق وخاصة على السعر.
- السلعة متجانسة: يضمن شرط تجانس السلعة ان المشتري لا يفرق بين المؤسسات التي تنتج السلعة المعينة.
- حرية الخروج والدخول: تكون حرية الدخول والخروج متوفرة لكل الموارد وكذلك للبائعين و المشترين ، بعبارة أخرى تعنى هذه الحرية ان المؤسسة (أو العمال) ستطيع أن تدخل وتخرج من فرع معين بسهولة تامة.
- شفافية السوق: تكون كل المعلومات الاقتصادية متوفرة لدى كل اعوان السوق (بائعين ومشترين) خاصة السعر - التكاليف - الاجور الى غير ذلك.

2- التوازن في فترة التسويق (المدى القصير جداً):

في فترة زمنية قصيرة جدا تكون الكمية الموجهة للبيع ثابتة تماما ولهذا تكون دالة العرض للمؤسسة او دالة العرض الكلي للفرع ممثلة في خط عمودي مستقيم كما يظهر في الشكل(01).

الشكل رقم (01): دالة عرض المؤسسة او دالة العرض الكلي في فترة التسويق



تساوي الكمية الموفرة للبيع $O\bar{X}$ ويكون منحنى العرض ممثلة في المنحنى S يحدث التوازن في نقطة التقاطع بين منحنى العرض والطلب. إذا كان الطلب ممثل في المنحنى D_i يكون سعر التوازن ممثل في P_i .

ملاحظات:

- يعرف الفرع كمجموعة من المؤسسات التي تنتج سلعة متجانسة.
- في فترة التسويق يحدد سعر توازن السوق من طرف الطلب فقط، بينما تحدد كمية التوازن من طرف العرض فقط.
- يلعب سعر سلعة معينة عدة ادوار:
 - يمثل اشارة للمنتجين لرفع او لتخفيض مستوى الانتاج.
 - يمثل وسيلة توزيع العرض على المشترين.

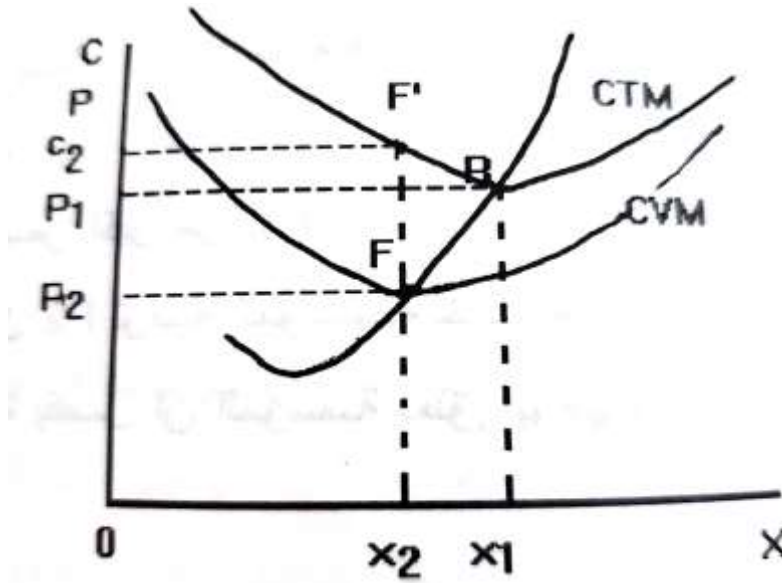
3- دالة العرض في المدى القصير والمدى الطويل:

يقصد بدوال العرض الكمية التي يعرضها المنتجون في السوق من سلعة معينة عند سعر معين وفي فترة زمنية معينة وضمن إطار ظروف محددة. وتتعلق دالة العرض بعدة محددات سعر السلعة نفسها، أسعار السلم الأخرى، أسعار خدمات عوامل الإنتاج، مستوى التقدم التكنولوجي .. الخ) ابرازها سعر السلعة نفسها وهذا يتوقف على فترة الإنتاج.

3-1- دالة العرض في المدى القصير:

تكون الاستراتيجية الاساسية التي تقود المؤسسة في انتاج وعرض منتوجاتها ممثلة في المقارنة بين الدخل الكلي والتكلفة الكلية المتغيرة. كلما كان الدخل الكلي اكبر من التكلفة المتغيرة الكلية تفضل المؤسسة المواصلة في الانتاج أو بعبارة اخرى تواصل المؤسسة في انتاج طالما كان السعر أكبر من التكلفة المتغيرة المتوسطة.

الشكل رقم 2: دالة عرض المؤسسة في المدى القصير



ملاحظات:

- إذا كان سعر السوق يساوي P_1 تنتج المؤسسة المستوى X_1 وتحصل على دخل كلي R_T يساوي المستطيل OP_1RX_1 وتواجه تكلفة كلية C_T تساوي المستطيل OP_1RX_1 . وأخيرا تحصل على ربح يساوي الصفر.

$$\pi = RT - CT = OP_1RX_1 - OP_1RX_1 = 0$$

- إذا لم تنتج تواجه خسارة بمستوى التكلفة الثابتة.

- إذا كان سعر السوق يساوي P_2 تنتج المؤسسة الكمية X_2 و

$$\pi = RT - CT = OP_2FX_2 - OC_2F'X_2 = -P_2C_2F'F = CF$$

- تواجه المؤسسة خسارة تساوي التكلفة الثابتة (CF) وهذا يعني أن المواصلة أو التوقف عن الانتاج يؤديان الى نفس النتيجة. على العموم ينتظر ان المؤسسة قد تفضل الاستمرار في الانتاج لتحافظ على زبائنها.

- إذا كان السعر اكبر من P_1 تواجه المؤسسة ربح بحيث بينما إذا كان السعر اقل من P_2 تواجه المؤسسة خسارة أكبر من التكلفة الثابتة (في الحالة الاخيرة يفضل ان المؤسسة تعلق ابوابها).

ملاحظة: تدعى النقطة R بحد المردودية ، بينما تدعى النقطة F بعد الاغلاق.

- خلاصة 1: إذا كان السعر أكبر من النقطة الدنيا (F) لمنحنى التكلفة المتغيرة المتوسطة تواصل المؤسسة في الانتاج، بينما إذا كان السعر أقل من هذه النقطة تتوقف المؤسسة عن الانتاج.

خلاصة 2: من التحليل السابق يمكن أن نحدد العرض الفردي للمؤسسة في الجزء الصاعد من منحنى التكلفة الحدية الواقع فوق النقطة الدنيا لـ CVM يعني إبتداء من النقطة F لأن عند أي سعر أكبر من P_2 يكون عرض المؤسسة غير معدوم.

إذن يمكن صياغة العرض الفردي للمؤسسة باستعمال العلاقة $P =$ وتعويض X_i بـ S_i أي:

$$S_i = S_i(P) \rightarrow P \geq \text{Min CVM}$$

$$S_i = 0 \rightarrow P < \text{Min CVM}$$

بينما تقدر دالة عرض السوق كجمع دوال العرض الفردية أي:

$$S = \sum_{i=1}^n S_i(P) \rightarrow P \geq \text{Min CVM}$$

$$S = 0 \rightarrow P < \text{Min CVM}$$

2-3- دالة العرض في المدى الطويل:

يبقى الإنتاج الأمثل للمؤسسة في المدى الطويل محدد عندما يتعادل السعر المعطى من الطرف السوق مع التكلفة الحدية و بالتالي يكون منحنى عرض المؤسسة في المدى الطويل في ظل المنافسة التامة يماثل الجزء الصاعد لمنحنى التكلفة الحدية من أعلى الحد الأدنى لمنحنى التكلفة الكلية المتوسطة في المدى الطويل

$$Cm_{Li} = \frac{dCT_{Li}}{dx_i} = C_i(X_i)$$

بوضع $P = Cm_{Li}$ و $X_i = S_i$ يتحدد منحنى عرض المؤسسة في المدى الطويل بـ:

$$S_{iL} = S_i(P) \rightarrow P \geq \text{Min CM}_L$$

$$S_{iL} = 0 \rightarrow P < \text{Min CM}_L$$

بينما تقدر دالة عرض السوق كجمع دوال العرض الفردية أي:

$$S_L = \sum_{i=1}^n S_i(P) \rightarrow P \geq \text{Min CM}_L$$

$$S_L = 0 \rightarrow P < \text{Min CM}_L$$

تتميز هذه الدالة بميل موجب لكن غير ثابت في حالة عدم أخذ بعين الإعتبار إمكانية تغيير في أسعار عوامل الإنتاج ووجود ربح صافي. تغيرات في أسعار عوامل الإنتاج تؤدي إلى إنتقال منحنيات التكاليف بينما وجود ربح صافي يؤدي إلى دخول مؤسسات جديدة إلى الفرع مما يستلزم انتقال منحنى العرض الأول.

4- دالة طلب السوق

إذا افترضنا أن الطلب على السلعة X_j للمستهلك i يرتبط بشكل عام بالسعر P_i للكمية X_j بأسعار السلع الأخرى وبالداخل R_i للمستهلك i ، إذن يمكن صياغة هذه المعطيات في شكل الدالة التالية:

$$D_{ij} = D_{ij}(P_1, P_2, P_3 \dots \dots P_j, P_{j+1} \dots \dots, R_i) \dots \dots (1)$$

حسب العلاقة الأخيرة يتصرف المستهلك وفق لتغيرات الأسعار والدخل، لتغيير تركيباته بحيث يكون المعدل الحدي للإحلال لكل زوج من السلع مساويا إلى نسبة الأسعار ويتحقق قيد الميزانية.

وإذا حدث وأن تغير سعرها فقط مع ثبات العوامل الأخرى [أسعار السلع الأخرى الدخل فيمكن إعادة صياغة العلاقة (1) في صورة مبسطة لتصبح الكمية المطلوبة من سلعة ما دالة في سعرها فقط.

$$D_{ij} = D_{ij}(P_j)$$

وبالتالي يكون الطلب الإجمالي للسوق عبارة عن مجموع الطلبات الفردية الذي يتحدد بالعلاقة التالية:

$$D = \sum_{i=1}^m D_{ij}(P_j) = D(P_j)$$

حيث تشير إلى عدد المستهلكين.

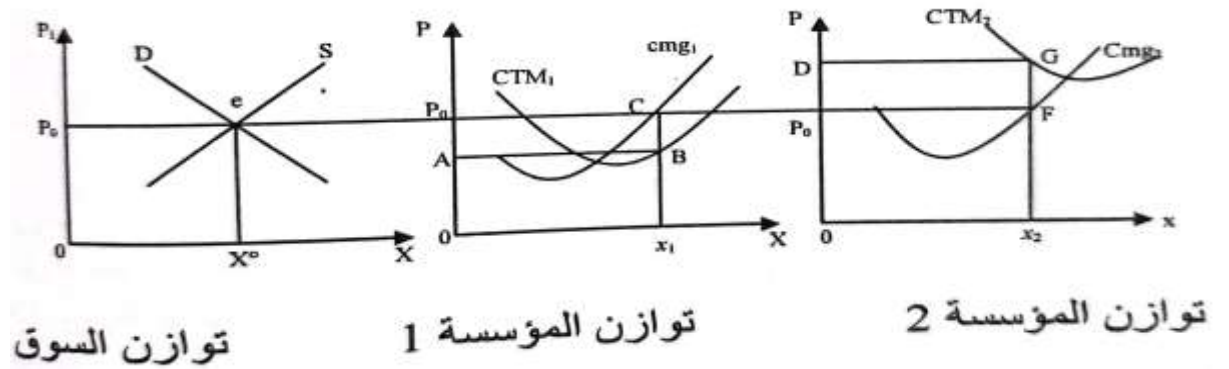
ونظرا إلى أن الطلب الفردي يعتبر دالة متناقصة بالنسبة للسعر فهذه الميزة تنطبق على دالة طلب السوق أيضا وبالتالي يكون منحنى طلب السوق ذو الميل سالب.

5- توازن السوق:

5-1- توازن السوق في المدى القصير

يتحدد توازن السوق في المدى القصير بتقاطع دوال العرض والطلب الكلية، لكن سعر السوق وكمية التوازن لا ترضي جميع المؤسسات.

الشكل رقم 03: توازن السوق والمؤسسة في المدى القصير



يكون السوق في توازن عندما النقطة e وهي نقطة تقاطع منحنى العرض الكلي (السوق) مع منحنى الطلب الكلي (السوق) أي: $D(P) = S(P)$ والسعر المحدد من طرف السوق هو X^0 وكمية التوازن X^0 .

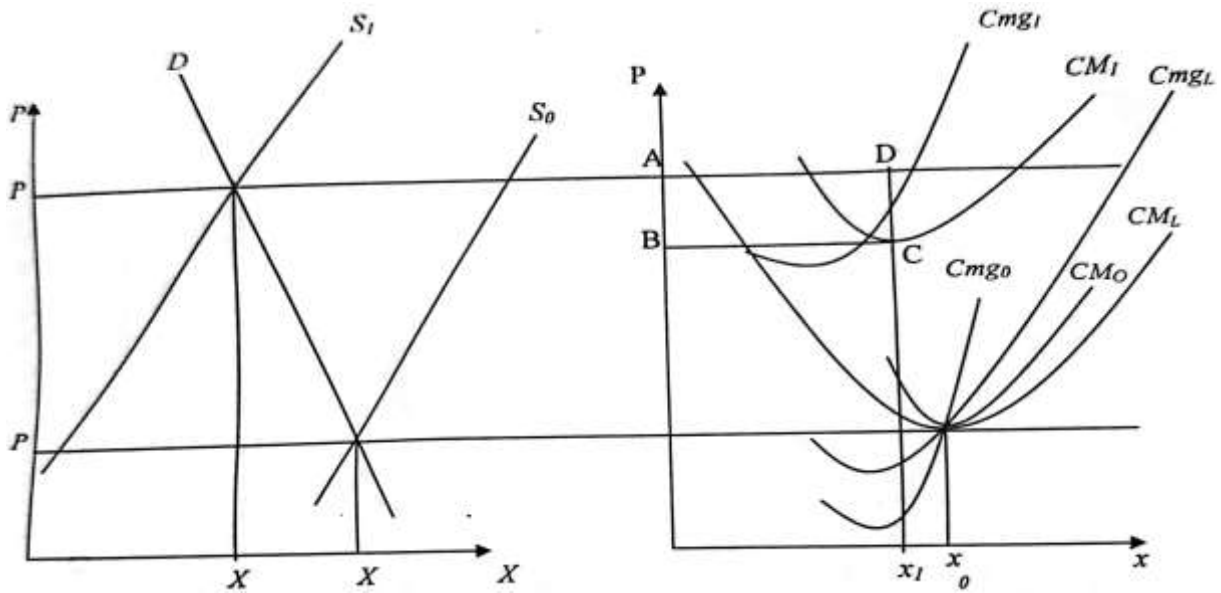
تنتج المؤسسات من نوع (1) الكمية x_1 (عند مستوى $P^0 = Cm_1$) وتحقق ارباح صافية تساوي المساحة OP^0CB بينما تنتج المؤسسات من نوع (2) الكمية x_2 (عند مستوى $P^0 = Cm_2$) وتواجه خسارة تساوي المساحة P^0DGF لذلك تتطور المؤسسات من نوع (1) وتنسحب المؤسسات من النوع (2).

وأخيرا سوف تدخل مؤسسات جديدة بسبب وجود ربح في إنتاج السلعة X في النهاية خروج مؤسسات ودخول مؤسسات اخرى يؤدي الى التوازن في المدى الطويل.

2-5- توازن السوق المدى الطويل:

المدى الطويل تكون المؤسسات في توازن عندما هذه المؤسسات تنتج في النقطة الأدنى من منحنى التكلفة المتوسطة في المدى الطويل (CM_L).

الشكل رقم 04: توازن السوق والمؤسسة في المدى الطويل



إذا كان السعر التوازني للسوق يساوي P_1 تنتج الكمية x_1 (عند مستوى $P_1 = Cm_1$) وتحقق كل واحدة من المؤسسات ربح صافي يساوي المساحة $ABCD$ ويؤدي وجود ربح بحث (صافي) الى تطور المؤسسة كما يؤدي الى دخول مؤسسات جديدة السوق.

يحتوي تطور المؤسسة على انتقالها على المنحنى CM_L حتى النقطة الأدنى من هذا المنحنى .

تطور المؤسسة ودخول مؤسسات جديدة يعني ارتفاع في مستوى العرض ولهذا ينتقل المنحنى S_0 الى S_1 وينخفض سعر السوق من P_1 الى P_2 في المدى الطويل تختار المؤسسة الحجم الذي يمكنها من إنتاج x_0 وهذا المستوى يحقق الشروط التالية:

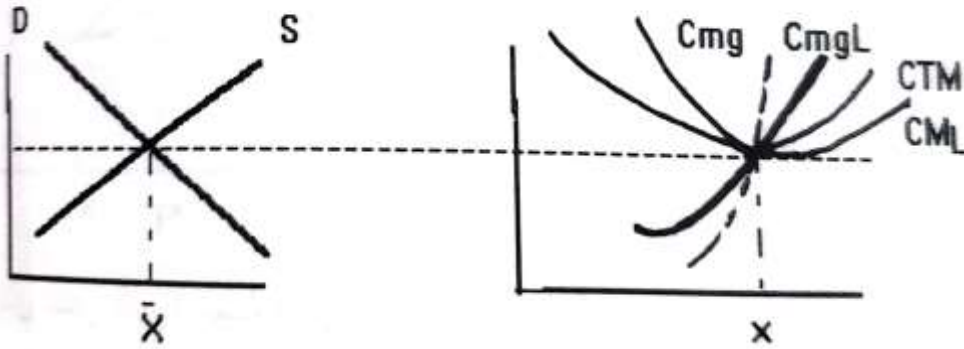
$$Cm = Cm_L = CM_L = CTM = P$$

ملاحظة:

في المدى الطويل يكون السعر متساوي مع النقطة الدنيا للتكلفة المتوسطة وهذا يعني ان الربح البحث يساوي الصفر لكن تضمن التكلفة المتوسطة ما يسمى بربح عادي" (لولا هذا الربح العادي يكون الاستمرار في الانتاج غير منطقياً).

يكون السوق في توازن عندما يصل سعر السوق الى مستوى يحقق توازن كل المؤسسات أي كل المؤسسات تنتج في النقطة الأدنى من منحنياتهم، في هذه الحالة يكون الدعم للخروج او للدخول غير موجود ويكون السوق مستقراً.

اي بيانياً:



6- تدخل الحكومة:

هناك عدة صدمات قد تؤثر على استقرار التوازن يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

6-1- ضريبة وحدوية

تفرض الحكومة الضريبة t على كل وحدة مبيعة، فإذا افترضنا تدفع هذه الضريبة من طرف المؤسسة التي تعكسها على السعر. فهذه الأخيرة تحصل على سعر خارج الضريبة (HT) بينما يدفع المستهلك السعر الذي يحوي على مختلف الضرائب (TTC) أما الحكومة فتحصل على الفرق.

$$C_i = C(x_i) + b \quad \text{إذا كانت دالة تكلفة المؤسسة } i \text{ من الشكل التالي:}$$

$$CT_i = C(x_i) + b + tx_i \quad \text{يمكن كتابة دالة التكلفة بإضافة الضريبة الوحدوية كما يلي:}$$

$$C'(x_i) + t_i = P \quad \text{ينتج عن الشروط الأولى لتعظيم الربح تعادل التكلفة الحدية مع السعر:}$$

$$C'(x_i) = P - t_i \quad \text{أو}$$

$$C'(x_i) = P(1 - t)$$

و يكون عرض المؤسسة الفردية كمايلي:

$$S_i = S_i[P(1 - t)]$$

وتكون دالة عرض السوق:

$$S = \sum_{i=1}^n S_i[P(1 - t)]$$

يتضح من العلاقة الأخيرة أن عرض السوق بعد فرض ضريبة على المبيعات هو عبارة عن دالة للسعر الصافي.

3-6- ضريبة على الأرباح:

إذا كانت المؤسسة i لها دالة تكلفة من الشكل: $C_i = C(x_i) + b$

فرض الحكومة لضريبة t على الربح سيؤدي الى كتابة دالة التكلفة الكلية بالشكل التالي:

$$CT = C(x_i) + b + t[Px_i - C(x_i) - b]$$

وينتج عن الشروط الأولى لتعظيم الربح تساوي التكلفة الحدية مع السعر:

$$C'(x_i) + tP - tC'(x_i) = P$$

$$C'(x_i) = P$$

حيث:

تبين العلاقة الأخيرة أن أثر ضريبة على الربح يعادل أثرها عند رفع التكاليف الثابتة. و لهذا فإن الآثار

الناجمة عن فرض ضريبة على الربح تماثلها في حالة رفع التكاليف الثابتة.

7- إستقرار التوازن

تحدد كمية وسعر التوازن بتساوي العرض والطلب وهذا يعني اتفاق البائعين والمشتريين على هذا السعر وهذه الكمية، لكن وجود نقطة توازن لا يضمن الوصول إليها اذا انطلق المنادي من سعر غير سعر التوازن. إضافة إلى ذلك تغيرات في ميول المستهلكين سوف تغير موقع منحنى الطلب بينما التطور التقني يغير موقع منحنى العرض. في هذا الإطار يدعى توازن ما بتوازن مستقر اذا كان خلل في السوق يؤدي الى الرجوع إلى نقطة التوازن. ويدعى توازن بتوازن غير مستقر اذا حدث العكس.

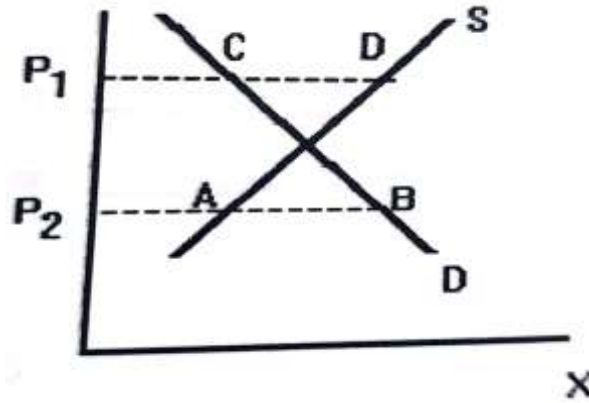
على العموم يؤدي اي خلل في السوق الى سيرورة تسوية . اذا كان السعر الحالي اقل من سعر التوازن من

الممكن أن بعض المشتريين يكونون مستعدين لشراء السلعة بسعر أكبر وهذا يؤدي الى الاتجاه نحو سعر التوازن.

تمثل كل من $D(P)$ و $S(P)$ مستويات الطلب والعرض للسعر P ، ويعرف الطلب الفائض على الشكل:

$$E(P) = D(P) - S(P)$$

الشكل رقم 06 : يوضح الطلب الفائض



$$E(P_0) = AB > 0$$

$$E(P_1) = CD < 0$$

1-7- شروط الاستقرار حسب ولراس: (Walras)

ينطلق شرط الاستقرار حسب ولراس من الفرضية التالية:

- يرفع المشترون السعر المرصود اذا كان الطلب الفائض موجب.
- يخفض البائعون السعر المرصود اذا كان الطلب الفائض سالب.

وهذا يعني أن السوق سيكون مستقرًا إذا كان ارتفاع في السعر يؤدي إلى انخفاض في الطلب الفائض أي:

$$\frac{dE(P)}{dP} = E'(P) = D'(P) - S'(P) < 0$$