

الفصل السادس عشر

أسواق المنافسة غير الكاملة

أشرنا عند البحث في أشكال السوق أن هذه الأشكال تتراوح بين نهايتين المنافسة الصافية في طرف والاحتكار المطلق في الطرف الآخر ، ولو أن كلا النوعين قد يتعذر وجودهما في الحياة العملية إلا أنه قد توجد بعض صناعات المواد الأولية المعروفة تعمل في ظروف المنافسة الصافية . كما أن المنافع العامة كالمياه والكهرباء والسكك الحديدية تعمل على هيئة احتكارات ضخمة تديرها الدولة أو مؤسسات كبيرة . ولكننا لو نظرنا إلى أغلب الأنشطة الاقتصادية الأخرى نجد أنها تدار بواسطة مؤسسات تعمل في أسواق تقع بين النهايتين تسمى بأسواق المنافسة غير الكاملة .

ومن هنا سنبدأ بتحليل المظاهر العامة لأسواق المنافسة غير الكاملة .

هذه الأسواق يمكن وضعها في مجموعتين رئيسيتين هما سوق المنافسة الاحتكارية وسوق منافسة القلة .

وسنتناول أولاً سوق المنافسة الاحتكارية على أن نرجى بحث سوق منافسة القلة إلى ما بعد دراسة الاحتكار .

المظاهر العامة لأسواق المنافسة غير الكاملة

(١) الفترة الزمنية :

كان التحليل في المنافسة الصافية يحتاج إلى ثلاث فترات ، هي الفترة القصيرة جداً ، والفترة القصيرة والفترة الطويلة ؛ ولكننا في تحليل أسواق المنافسة غير الكاملة تحتاج فقط إلى فترتين إلا في بعض حالات خاصة .

ولا يختلف الأمر بالنسبة لظروف السوق والفترات في هذه الأسواق عن سوق المنافسة الكاملة ، لأن المؤسسات تعمل باستمرار على تعديل منتجاتها طبقاً للمبيعات الجارية والمتوقعة ، كما تؤخذ كذلك عناصر التكلفة في الاعتبار عند تحديد الأثمان . فالمؤسسة لا تنتج كمية من السلع ؛ ثم تقرر بعد ذلك الأثمان التي تباع

بها، إنما يوضع الثمن مقدماً في الاعترار ثم تحاول المؤسسة بعد ذلك تعديل منتجاتها إلى أن تصل إلى الكمية التي يمكن بيعها عند هذا الثمن .

وفي بعض الأحوال ، فقد تكتشف المؤسسة أنها أنتجت أكثر من اللازم ، أو أنها اشترت أكثر من اللازم حينئذ تضطر أن تعرض بعض الوحدات - وخاصة تلك التي تتلف بسرعة - بأثمان لا علاقة لها بالتكاليف . ولكن هذه الحالات ليست لها أهمية كبيرة بحيث تحتاج منا إلى أن نفردها بحثاً خاصاً عن العلاقة بين السوق والفترات القصيرة أثناء التحليل .

ولكن التمييز بين الفترة القصيرة والفترة الطويلة له أهمية كبيرة في التحليل . ففي حالة المنافسة الكاملة قد يختلف الثمن ومستوى الإنتاج اختلافاً كبيراً بعد الوصول إلى توازن جديد في الفترة الطويلة عن ذلك المستوى الذي كان سائداً في الفترة القصيرة .

المبادرة في تحديد الأثمان

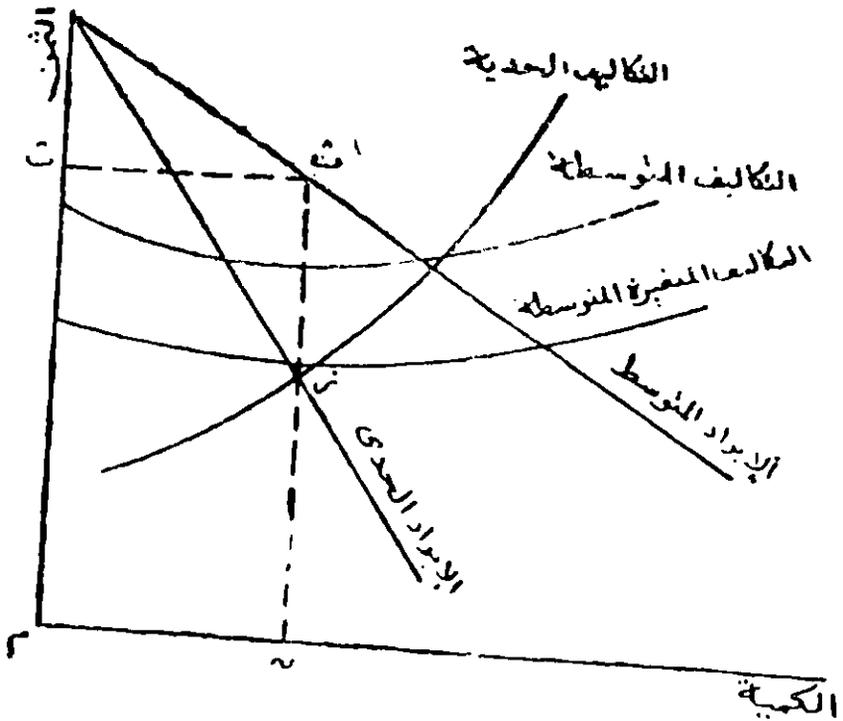
أسواق المنافسة غير الكاملة قد يسيطر عليها البائعون ، أو المشترون ، أو تتميز بالمساومة بين المشتريين ومجموعة البائعين ، ولكن سيطرة البائعين لها أهمية خاصة ، ولذلك سنعطى لها الاهتمام أولاً ، مع الإشارة إلى بعض حالات يسيطر فيها المشترون .

وفي هذه الأسواق يسيطر البائعون على تحديد الأثمان ، وليس من الضروري أن يكون هناك ثمن واحد في كل الأسواق . ويتم تحديد الثمن على أساس ثمن المنافس وعلى أساس الحساب الدقيق للتكاليف ومرونة الطلب . ويعتمد الثمن الأمثل على حجم المبيعات المحتملة عند الأثمان المختلفة بعكس الحال في حالة المنافسة الكاملة ، إذ تستطيع المؤسسة أن تبيع أى كمية عند الثمن السائد في السوق .

العلاقة بين الثمن والتكاليف الحدية

في كل من المنافسة الصافية والمنافسة غير الكاملة ، يجب على المؤسسة أن تعمل إلى أن تصل إلى المستوى الذي يتعادل عنده الإيراد الحدى مع التكاليف الحدية ، إذا أرادت أن تحصل على أقصى ربح ممكن .

وفى ظروف المنافسة الكاملة ، نظراً لأن الطلب على منتجات المؤسسة لا نهائى المرونة ، فإن الإيراد المتوسط يساوى الإيراد الحدى ، وعلى هذا فعندما تريد المؤسسة أن تعدل منتجاتها للحصول على تعادل التكاليف الحدية مع الإيراد الحدى فإن التكلفة الحدية يجب أن تساوى الثمن . ولكن فى أسواق غير المنافسة الكاملة ، فإن منحنى الطلب يكون أقل مرونة وينحدر من أعلى إلى أسفل جهة اليمين . وفى هذه الحالة فإن الإيراد الحدى يكون أقل من الإيراد المتوسط (الثمن) إذ أن كل وحدة إضافية تباع تضيف إلى الإيراد الكلى مقدار أقل من الثمن الذى تحصل عليه ، لأن الثمن الذى تحصل عليه من الوحدات الأخرى يجب أن ينخفض إلى مستوى الثمن الجديد حتى يمكن بيع وحدات إضافية . وعندما تعدل المؤسسة إنتاجها إلى المستوى الذى يتعادل عنده الإيراد الحدى مع التكاليف الحدية ؛ فإن الثمن لابد أن يزيد عن التكاليف الحدية ، ويتضح ذلك من الشكل الآتى :



شكل رقم (٦٩)

• ففي هذا التبرك الحجم الأمثل بين الثمن الأمثل و التكاليف المتغيرة . وهو يريد عن التكاليف
الحدية ز .

العلاقة بين الثمن والتكاليف المتوسطة المتغيرة والتكاليف المتوسطة الكلية

من دراستنا لحالة المنافسة الكاملة وجدنا أن المؤسسة يجب عليها أن تغطي التكاليف المتوسطة الكلية ، وإن كان هناك شيء من التجاوز عن هذه القاعدة في حالة الفترة القصيرة ، ولكن يشترط أن تغطي على الأقل التكاليف المتوسطة المتغيرة ، وذلك إذا كان هناك أمل في تحسن الظروف . في مثل هذه الحالة تستمر المؤسسة في الإنتاج حتى لا تفقد عمالها و منافذ التوزيع و العملاء .

أما في حالة المنافسة غير الكاملة فإن الوضع يختلف عن وضع المنافسة الكاملة نظراً لوجود قيود على دخول المؤسسات في السوق . هذه القيود تحد بطبيعتها من انخفاض الثمن إلى أقل من التكاليف المتوسطة .

ومن ناحية أخرى نجد أن المنتجات متجانسة في حالة المنافسة الكاملة ، لذلك ليس هناك ضرورة لأن تلجأ المؤسسة غل الإعلان أو محفزات البيع إلا إذا كان لمجرد التذكير .

ولكن الأمر يختلف في حالة المنافسة غير الكاملة ؛ إذ تستطيع المؤسسة زيادة أرباحها أو تخصيص خسائرها بتعديل شكل المنتجات و بمحفزات البيع المختلفة . لذلك لا تقتصر مهمة المؤسسة في أسواق المنافسة غير الكاملة على مجرد تحديد الحجم الأمثل و الثمن المناسب فحسب ؛ وإنما أيضاً باختيار الشكل الأمثل و الطرق المثلى لمحفزات البيع .