

الفصل الحادي عشر: سوق الاحتكار

مقدمة:

● لو انتفت خواص المنافسة الكاملة واستطاعت المنشأة التأثير على السعر و الكمية المعروضة، فإن السوق في تلك الحالة توصف بأنها سوق احتكار.

● الاحتكار Monopoly :

الوضع في السوق حيث يوجد منتج أو بائع واحد للسلعة (عكس المنافسة).

● الاحتكار المطلق (التام) Pure Monopoly :

الوضع في السوق حيث يوجد منتج أو بائع واحد لسلعة لا يوجد لها بدائل.

منحى الطلب الذى يواجهه المحتكر:

• يحدث الاحتكار المطلق (البحت) (التام) (البسيط) عند توافر شرطين:

1. وجود منتج واحد أو بائع واحد فقط يسيطر على سوق السلعة أو الخدمة.
2. عدم وجود بدائل قريبة لتلك السلعة أو الخدمة.

• فى هذا الفصل سنتعرض لخواص الاحتكار المطلق (الوضع القائم) ومسبباته لغرض مقارنته بالمنافسة الكاملة (الوضع الأمثل).

لماذا الاحتكار؟

• مسببات الاحتكار المطلق:

1. العلامات المميزة أو براءات الاختراع Patents :

إذا أعطيت المنشأة براءة اختراع أي أعطيت الحق المطلق في إنتاج السلعة التي عملت على تطويرها (اختراعها) بشكل أو بآخر، فإن هذه المنشأة صاحبة الاختراع يصبح لها قوة احتكارية في السوق وتتحول لمنشأة محتكرة.

الهدف من براءات الاختراع: تصدر كثير من الحكومات قوانين ولوائح تحمي العلامات الفارقة أو براءات الاختراع وذلك بهدف تشجيع البحث والتطور التقني.

مثال: شركة مايكروسوفت (Microsoft) لها قوة احتكارية في سوق الحاسب الآلي بسبب ملكيتها حقوق اختراع ويندوز (Windows).

لماذا الاحتكار؟

2. الملكية التامة لإحدى المواد الخام:

إذا سيطرت المنشأة (أو عدد من المنشآت) على إجمالي المعروض من إحدى المواد الخام اللازمة لإنتاج سلعة معينة، فإن ذلك يضع قيوداً في مواجهة الشركات الأخرى التي ترغب في الدخول في الصناعة كما يجعل هذه المنشأة (المنشآت) تصبح منشأة محتكرة (منشآت محتكرة).

مثال: لشركة دي بيرز (De Beers) مركز احتكاري في إنتاج الماس لأنها تسيطر على 80% من احتياطي الماس في العالم.

مثال: لمنظمة أوبك (OPEC) مركز احتكاري في سوق البترول العالمي لأن دولها تمتلك ثلثي الاحتياطي العالمي من البترول.

لماذا الاحتكار؟

3. حق الامتياز:

إذا إعطيت إحدى المنشآت امتيازاً من قبل الحكومة لتقديم سلعة أو خدمة، فإن أي منافسة يمكن أن تخضع لها هذه المنشأة لا يُسمح بها مما يجعل هذه المنشأة تصبح منشأة محتكرة وتستمد قوتها الاحتكارية من الحكومة حيث تخضع لرقابة الحكومة بشكل أو بآخر.

مثال: شركات الكهرباء، شركات النقل الجماعي، شركات الطيران.

مثال للقوة الاحتكارية النابعة من الامتياز: ما تمتعت به الشركات النفطية الغربية التي عملت في البلاد العربية إلى أواسط السبعينات الميلادية في ظل عقود امتياز إنتاج النفط الخام من تلك الدول.

لماذا الاحتكار؟

4. اقتصاديات الحجم الكبير Economies of Scale :

إذا وصلت التكاليف المتوسطة (تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة) للمنشأة إلى أدنى قيمة لها عند حجم إنتاج مرتفع يلبي جميع احتياجات السوق، فإن المنشأة تصبح منشأة محتكرة (احتكار طبيعي).

في هذه الحالة يكون لدى المنشأة الحافز لزيادة إنتاجها إلى أن تلبى حاجة السوق لأنه بزيادة الإنتاج فإن تكاليفها المتوسطة تتناقص وأرباحها تزداد وسيطرتها على السوق تزداد أيضاً مما يبعد المنافسين الآخرين ويجعل ذلك المنتج محتكراً لأنه يغطي حاجة السوق بأسعار منخفضة.

لماذا الاحتكار؟

• الاحتكار الطبيعي Natural Monopoly :

الاحتكار العائد لتناقص التكاليف المتوسطة. ويُسمى بالاحتكار الطبيعي لأن الاحتكار يوجد بسبب طبيعة دالة الإنتاج لتلك المنشأة.

مثال: شركات الكهرباء والهواتف التي تتمتع باقتصاديات الحجم الكبير حيث أنه طالما التمديدات والمحطات مقامة فإن زيادة الإنتاج تكلفتها متناقصة.

• يعتمد انخفاض التكاليف المتوسطة في الأجل الطويل على حجم السوق:

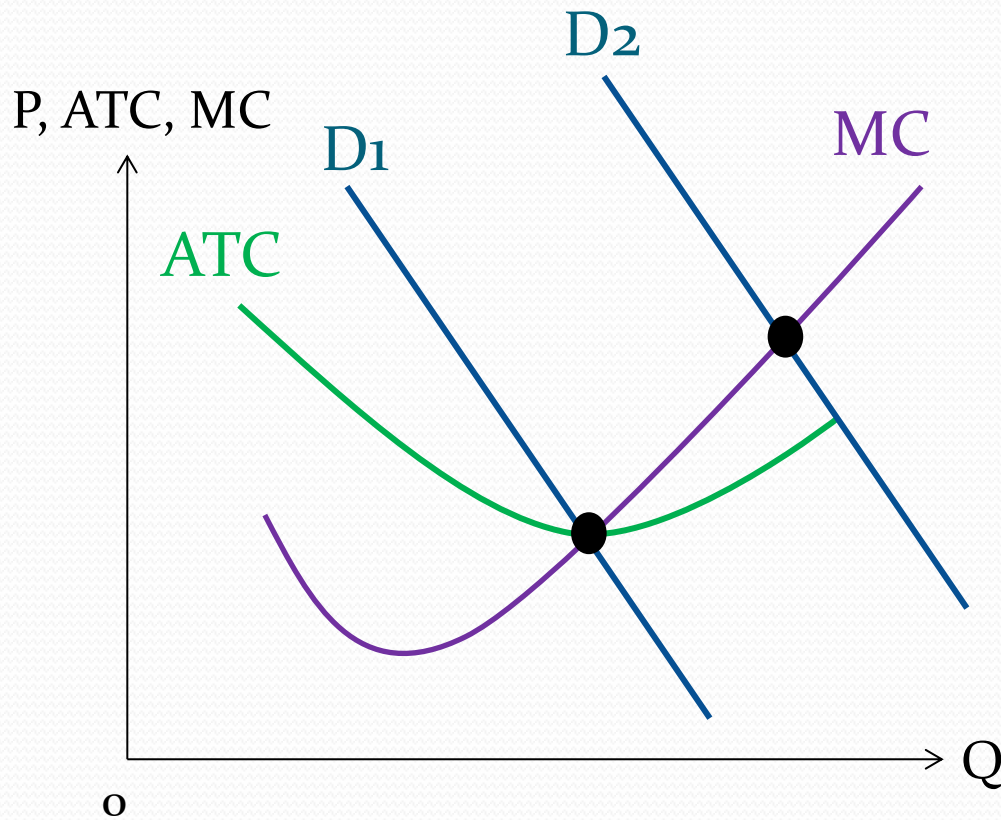
إذا كان حجم السوق صغيراً (D1)

إذا كان حجم السوق كبيراً (D2)

احتمال وجود احتكار طبيعي يكون قوياً

احتمال وجود احتكار طبيعي يكون ضعيفاً

لماذا الاحتكار؟

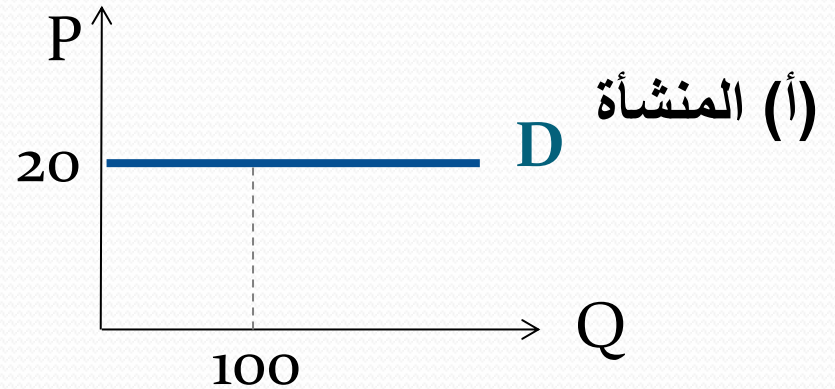
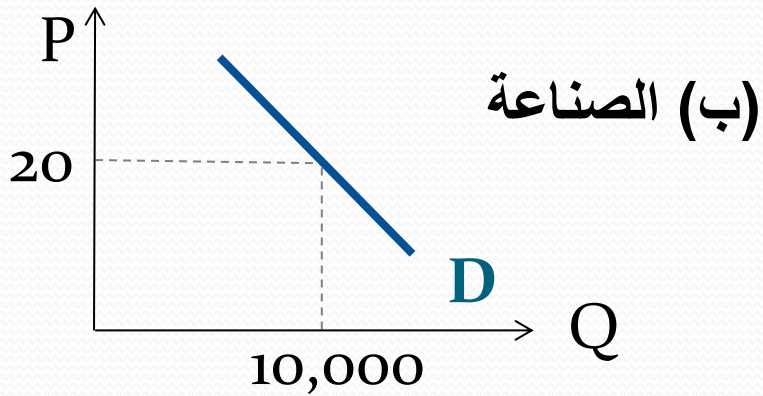


منحنى الطلب الذي يواجهه المحتكر:

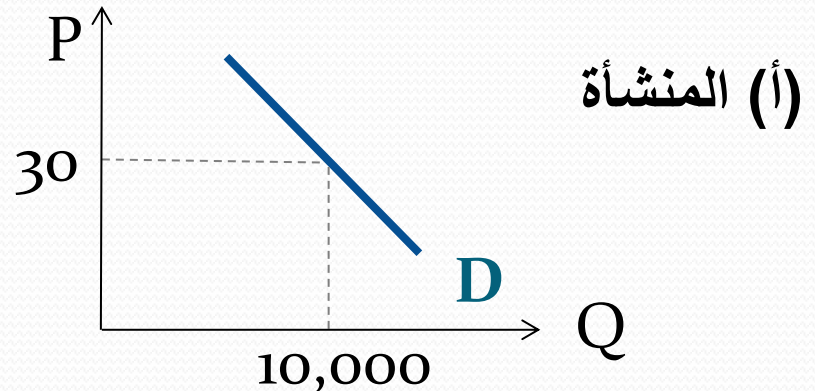
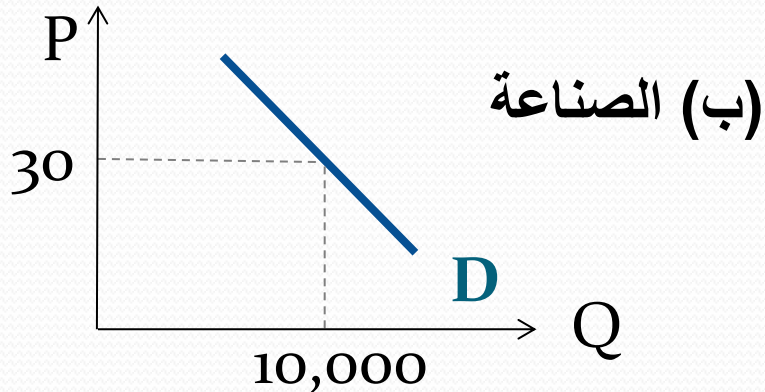
حالة الاحتكار	حالة المنافسة الكاملة
المنشأة هي المنتج أو البائع الوحيد فهي تمثل الصناعة	المنشأة واحدة من آلاف المنشآت في السوق
تواجه المنشأة منحنى طلب الصناعة ذو الميل السالب (مرونة مختلفة من نقطة لأخرى)	تواجه المنشأة منحنى طلب أفقي (تام المرونة)
المنشأة تؤثر على السعر فهي محددة للسعر وتختار نقطة معينة على منحنى الطلب	لا تستطيع المنشأة التأثير على السعر السائد في السوق فهي متلقية للسعر. تعمل المنشأة على اختيار حجم الإنتاج الذي يحقق لها أقصى الأرباح عند السعر السائد

منحنى الطلب الذي يواجهه المحتكر:

• حالة المنافسة الكاملة:



• حالة الاحتكار:



السعر والإيراد المتوسط والإيراد الحدي:

● مثال: جدول الطلب والإيراد للمحتكر.

الإيراد الحدي MR	الإيراد الكلي TR	السعر P	الكمية المطلوبة Q
-	0	40	0
38	38	38	1
34	72	36	2
30	102	34	3
26	128	32	4
22	150	30	5
18	168	28	6
14	182	26	7

السعر والإيراد المتوسط والإيراد الحدي:

• يظهر من الجدول أن:

الإيراد الحدي > السعر دائماً عندما منحني الطلب ينحدر من أعلى إلى أسفل ومن يسار ليمين (أي لزيادة المبيعات لا بد من خفض أسعار جميع الوحدات).

• الإيراد الكلي (TR):

الإيراد الكلي = السعر × الكمية المباعة

$$TR = P \times Q$$

• الإيراد المتوسط (AR):

إيراد الوحدة الواحدة ويساوي السعر.

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

السعر والإيراد المتوسط والإيراد الحدي:

• الإيراد الحدي (MR):

التغير في الإيراد الكلي نتيجة تغير الكمية المباعة بوحدة واحدة.

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

باتباع قاعدة (المتغير الأول × تفاضل الثاني + المتغير الثاني × تفاضل الأول):

$$MR = P \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta Q} + Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q} \longrightarrow MR = P + Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q}$$

حيث: ميل منحنى الطلب $\frac{\Delta P}{\Delta Q}$

السعر والإيراد المتوسط والإيراد الحدي:

في الاحتكار	في المنافسة الكاملة
منحنى الطلب ذو ميل سالب. $\frac{\Delta P}{\Delta Q} < 0$	منحنى الطلب أفقي وميله يساوي صفر. $\frac{\Delta P}{\Delta Q} = 0$
الإيراد الحدي أقل من السعر $MR = P - Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q}$ $MR < P$	الإيراد الحدي يساوي السعر $MR = P + Q \cdot 0$ $MR = P$

السعر والإيراد المتوسط والإيراد الحدي:

- بضرب الجزء الثاني من المعادلة بـ (P) وقسمته على (P):

$$MR = P + P \left(\frac{Q}{P} \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q} \right)$$

$$MR = P + P \left(\frac{1}{E} \right)$$

$$MR = P \left(1 + \frac{1}{E} \right)$$

حيث: (E) مرونة الطلب وقيمتها سالبة طالما ميل منحنى الطلب سالب.

السعر والإيراد المتوسط والإيراد الحدي:

● العلاقة بين الإيراد الحدي والمرونة:

1. إذا كان الطلب مرناً:

$$|E| > 1 \rightarrow TR \uparrow \rightarrow MR > 0$$

2. إذا كان الطلب غير مرناً:

$$|E| < 1 \rightarrow TR \downarrow \rightarrow MR < 0$$

3. إذا كان الطلب ذو وحدة مرونة:

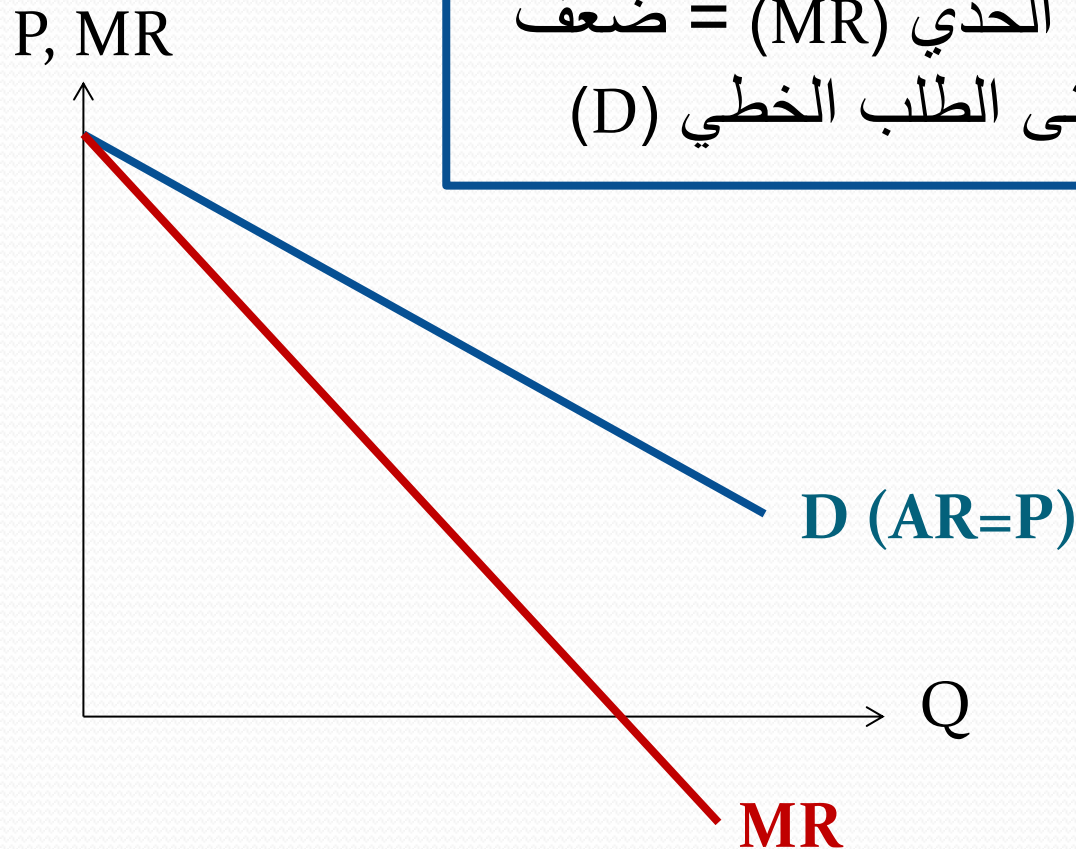
$$|E| = 1 \rightarrow \overline{TR} \rightarrow MR = 0$$

4. إذا كان الطلب تام المرونة (منافسة كاملة):

$$|E| \rightarrow \infty \rightarrow \frac{1}{E} = 0 \rightarrow MR = P$$

السعر والإيراد المتوسط والإيراد الحدي:

ميل الإيراد الحدي (MR) = ضعف
ميل منحنى الطلب الخطي (D)



سعر المحتكر وإنتاجه في الأجل القصير:

- في الاحتكار عندما منحني الطلب ذو ميل سالب فإن المحتكر يختار السعر الذي يبيع عنده ويختار الكمية التي يرغب ويستطيع بيعها في ظل هذا الافتراض.
- المنتج دوماً (سواء في حالة الاحتكار أو المنافسة الكاملة) يسعى لتحقيق أقصى قدر من الأرباح.

● مثال: تكاليف المحتكر وإيراداته وأرباحه.

الإنتاج Q	السعر P	الإيراد الكلي TR	التكاليف الكلية TC	الإيراد الحدي MR	التكاليف الحدية MC	الأرباح الكلية π
0	40	0	50	-	-	-50
1	38	38	56	38	6	-18
2	36	72	66	34	10	6
3	34	102	80	30	14	22
4	32	128	98	26	18	30
5	30	150	120	22	22	30
6	28	168	146	18	26	22
7	26	182	176	14	30	6
8	24	192	210	10	34	-18
9	22	198	248	6	38	-50

سعر المحتكر وإنتاجه في الأجل القصير:

• يبين الجدول السابق أن:

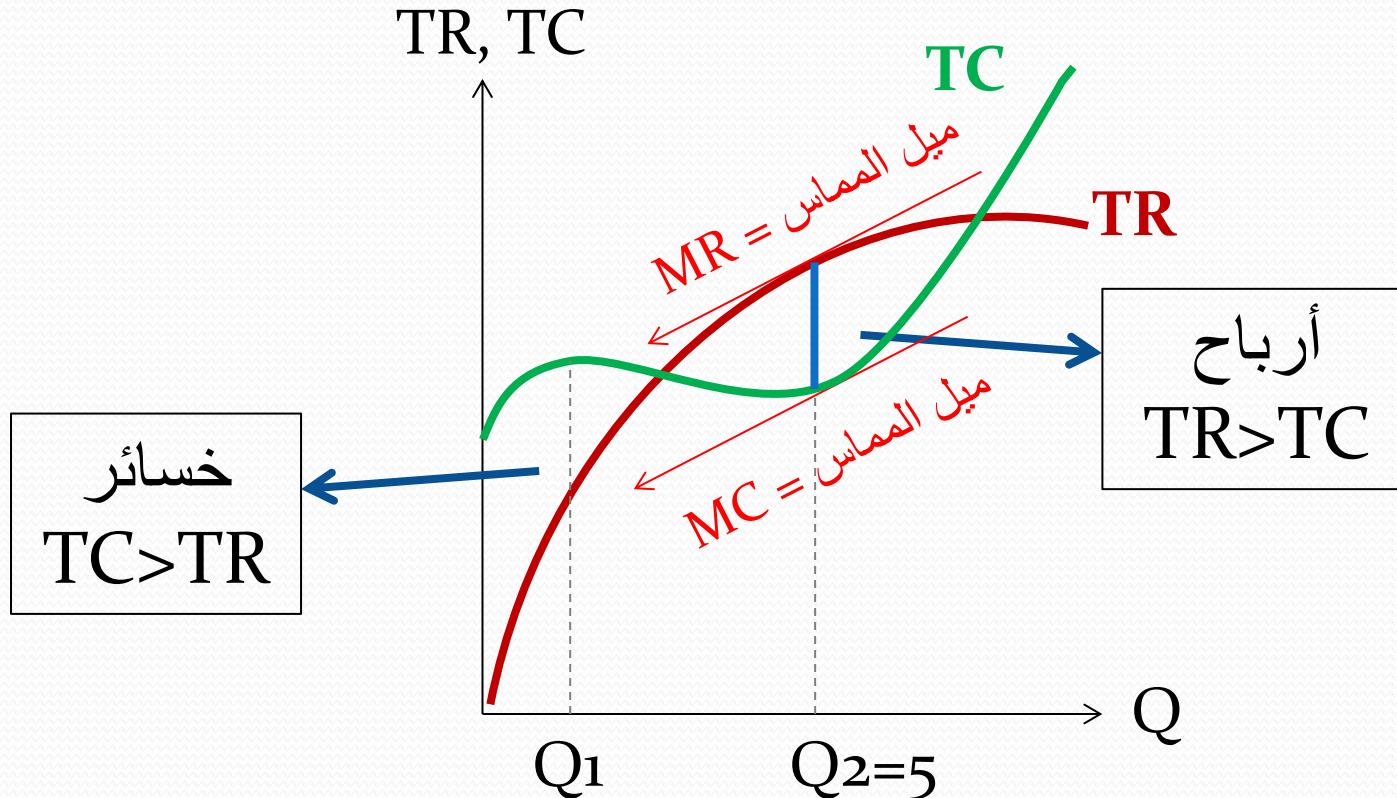
1. الأرباح الكلية تتزايد من الوحدة الأولى إلى الرابعة ثم تبدأ بالتناقص بعد الوحدة الخامسة.

2. أقصى الأرباح (30 ألف ريال) تتحقق عند الوحدة الخامسة والسعر 30 ريال حيث $MC=MR < P$:

$$\pi = TR - TC \longrightarrow \pi = P \times Q - TC$$

$$\pi = 30 \times 5 - 120 \longrightarrow \pi = 30$$

سعر المحتكر وإنتاجه في الأجل القصير:



سعر المحتكر وإنتاجه في الأجل القصير:

الاحتكار	المنافسة الكاملة
المنتج في كل من المنافسة الكاملة والاحتكار يسعى لتحقيق الأرباح عن طريق تغيير حجم الإنتاج طالما أن الأرباح متزايدة.	المنتج في كل من المنافسة الكاملة والاحتكار يسعى لتحقيق الأرباح عن طريق تغيير حجم الإنتاج طالما أن الأرباح متزايدة.
المحتكر في سعيه لتحقيق أقصى الأرباح يصل لحجم إنتاج توازني وسعر توازني.	المنتج في سعيه لتحقيق أقصى الأرباح يصل لحجم إنتاج توازني لكن السعر يكون معطى له.
أقصى الأرباح عندما: $MC=MR < P$	أقصى الأرباح عندما: $MC=MR=P$
المحتكر من الممكن أن يحقق أرباحاً في الأجل القصير والأجل الطويل.	تختفي الأرباح غير العادية في الأجل الطويل نتيجة حرية الدخول والخروج من الصناعة.

● مثال: تكاليف المحتكر وإيراداته وأرباحه.

الإنتاج Q	السعر P	الإيراد الكلي TR	التكاليف الكلية TC	الإيراد الحدي MR	التكاليف الحدية MC	الأرباح الكلية π
0	40	0	50	-	-	-50
1	38	38	56	38	6	-18
2	36	72	66	34	10	6
3	34	102	80	30	14	22
4	32	128	98	26	18	30
5	30	150	120	22	22	30
6	28	168	146	18	26	22
7	26	182	176	14	30	6
8	24	192	210	10	34	-18
9	22	198	248	6	38	-50

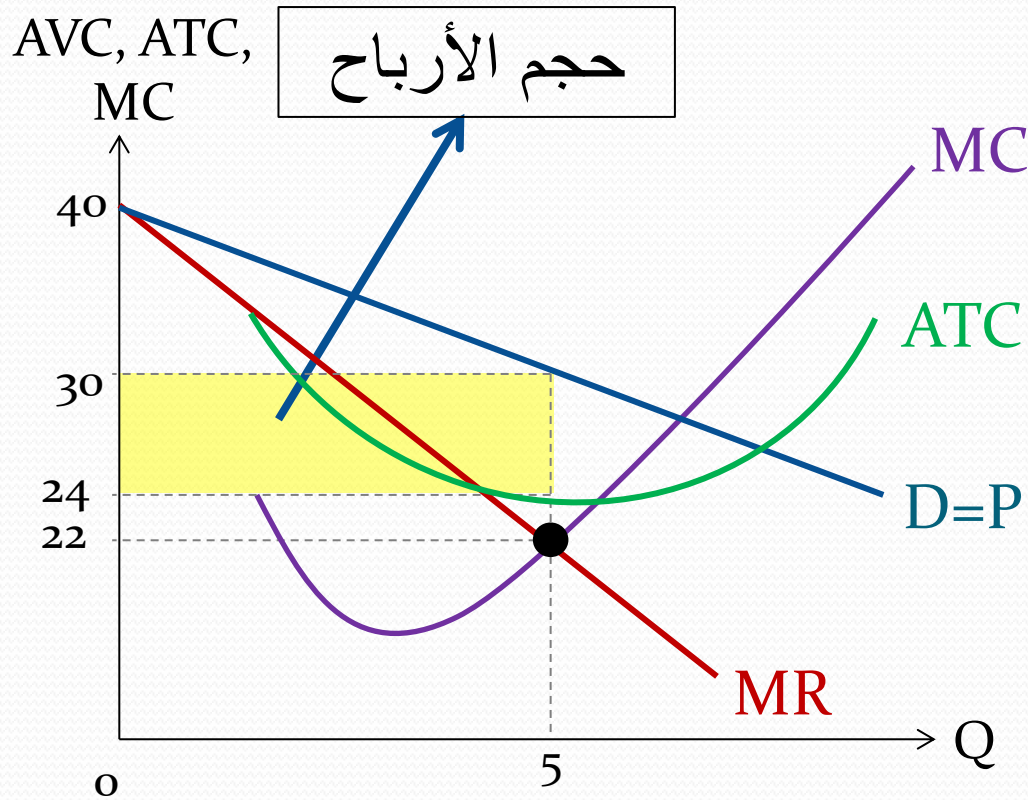
سعر المحتكر وإنتاجه في الأجل القصير:

• يبين الجدول السابق أن:

1. الأرباح الكلية تتزايد من الوحدة الأولى إلى الرابعة (عندما $MR > MC$) ثم تبدأ بالتناقص بعد الوحدة الخامسة (عندما $MR < MC$).
2. أقصى الأرباح (30 ألف ريال) تتحقق عند الوحدة الخامسة والسعر 30 ريال حيث التكاليف الحدية تساوي الإيراد الحدي ولكنهما أقل من السعر $MC=MR < P$.
3. المحتكر في سعيه لتحقيق أقصى الأرباح اختار حجم الإنتاج (5 وحدات) و اختار السعر (30 ريال).

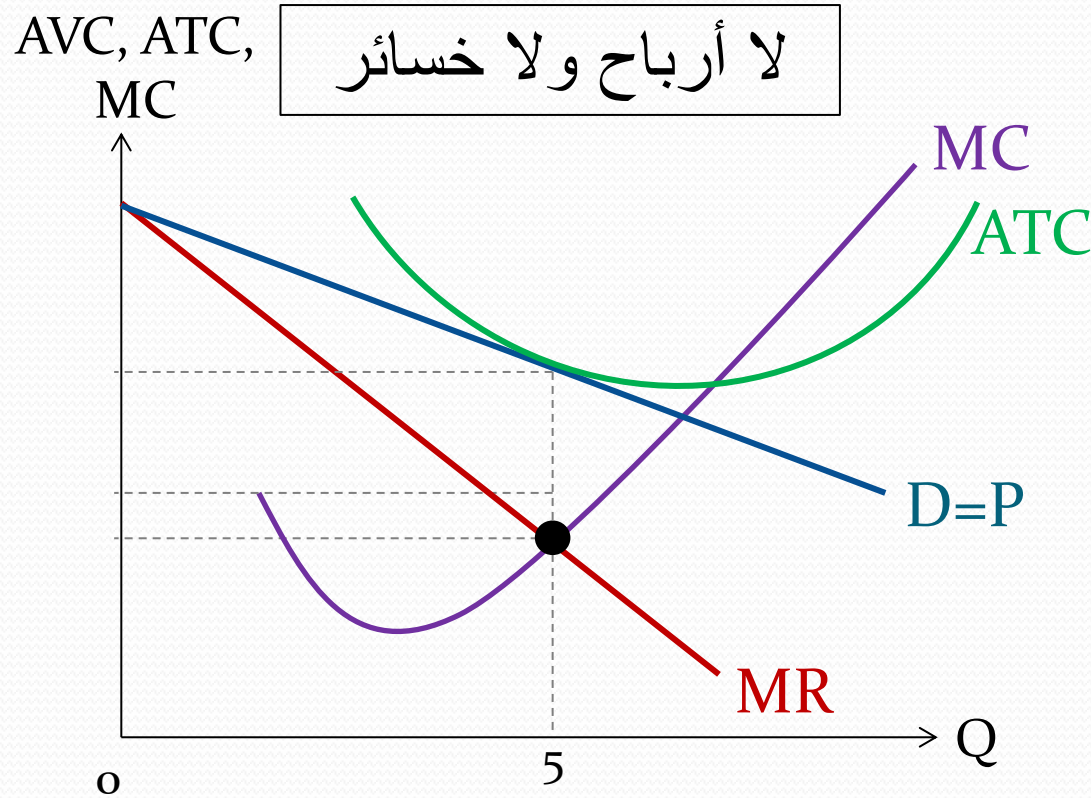
سعر المحتكر وإنتاجه في الأجل القصير:

$$ATC < P$$



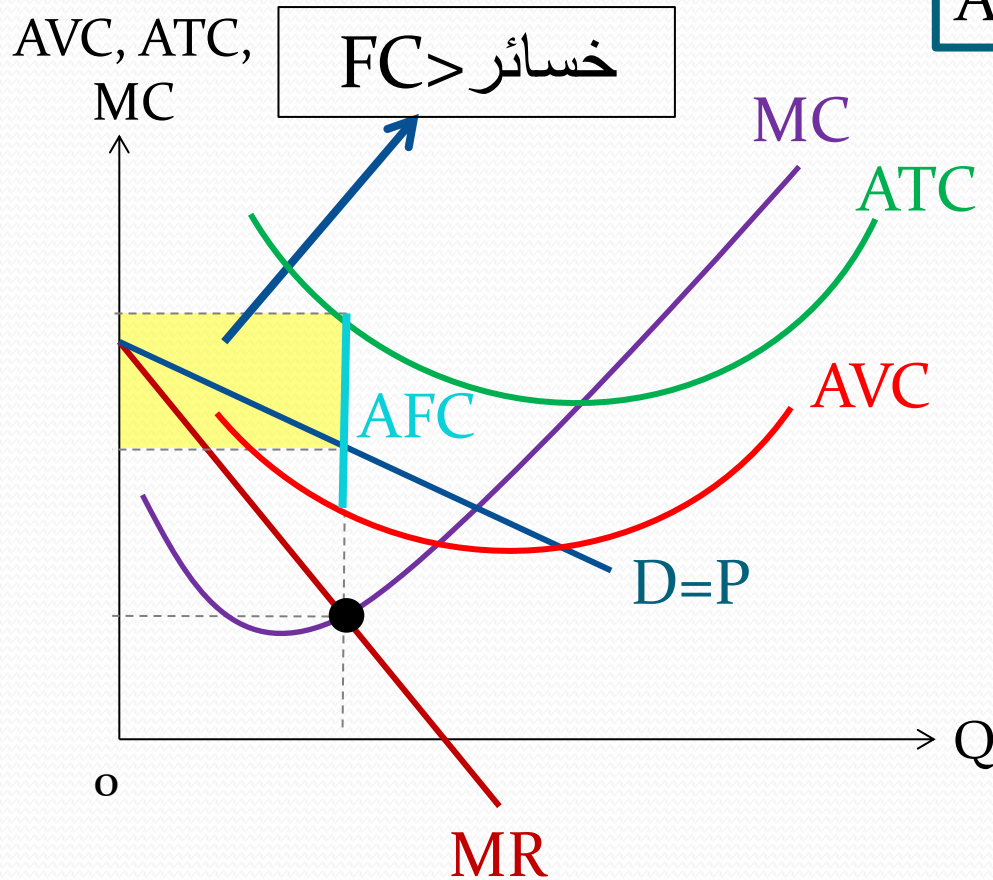
سعر المحتكر وإنتاجه في الأجل القصير:

$$ATC = P$$



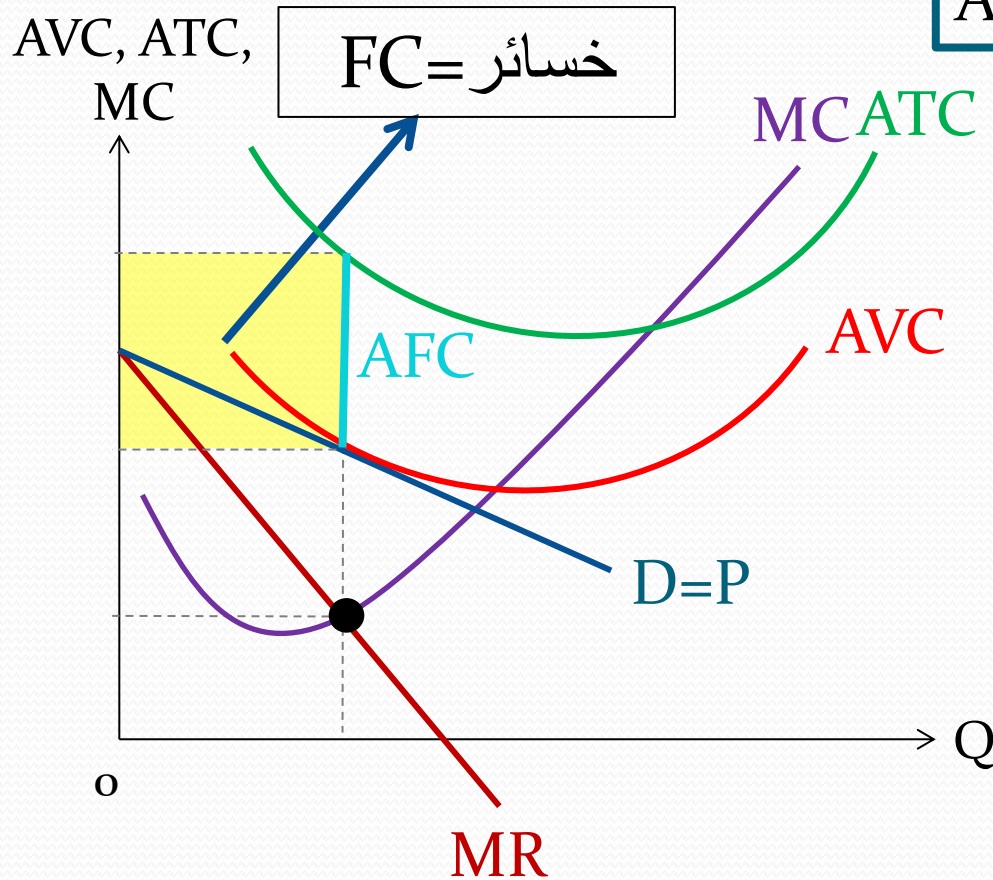
سعر المحتكر وإنتاجه في الأجل القصير:

$$ATC > P, AVC < P$$



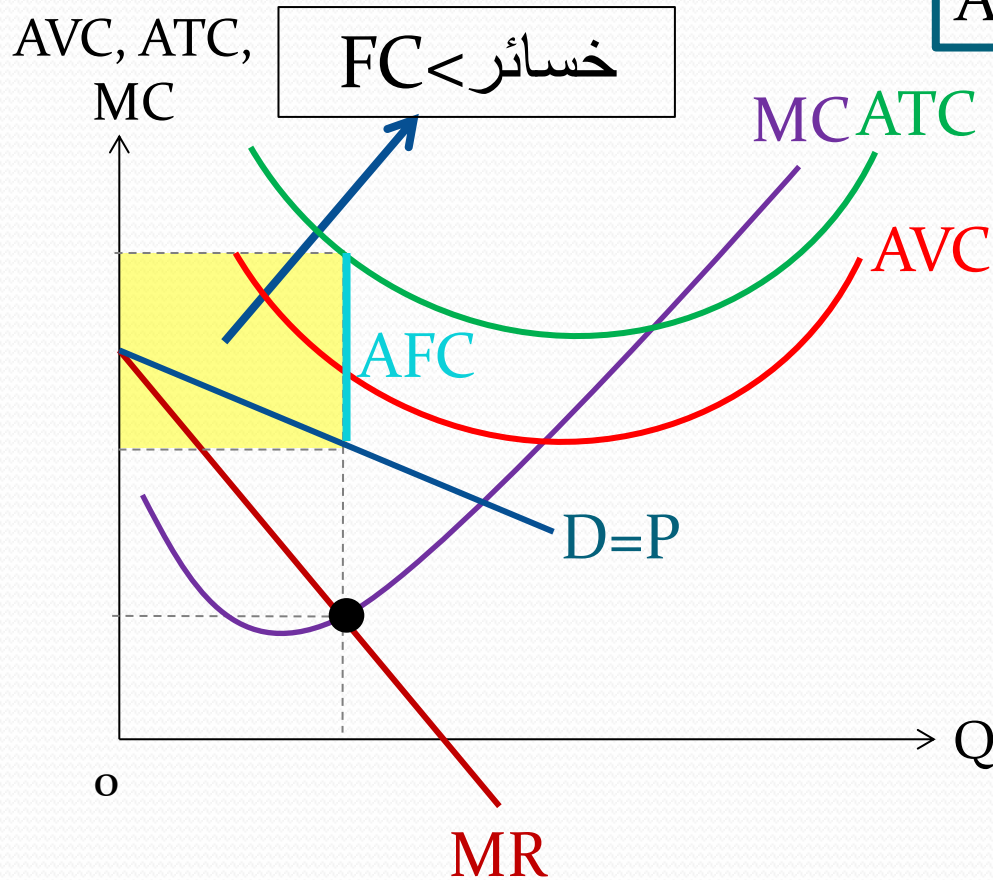
سعر المحتكر وإنتاجه في الأجل القصير:

$$ATC > P, AVC = P$$



سعر المحتكر وإنتاجه في الأجل القصير:

$$ATC > P, AVC > P$$



حقائق أساسية عن الاحتكار:

• الحقائق الأساسية عن الاحتكار:

1. شرط توازن المحتكر: $MR = MC < P$.
2. يحقق المحتكر أرباح أو خسائر بناء على موقع منحنى الطلب ومنحنيات التكاليف. إذا حقق المحتكر أرباحاً في الأجل القصير فإنها لن تختفي في الأجل الطويل لانتفاء خاصية حرية الدخول والخروج من الصناعة.
3. بالرغم من أن المحتكر يمثل الصناعة (المنتج الوحيد في الصناعة) إلا أنه يخضع لقانون الطلب الذي يحدد السعر التوازني الذي يمكن أن تباع به الكمية التوازنية التي يحددها المحتكر.

حقائق أساسية عن الاحتكار:

4. ليس للمحتكر منحنى عرض حيث يعرض كمية محددة من السلعة أو الخدمة بناء على ظروف الطلب والتكاليف. المحتكر يحدد الأسعار ولا يتلقاها.

5. يعرض المحتكر سلعته ويحدد السعر والإنتاج عندما الطلب على السلعة أكثر مرونة حيث أنه في حالة الطلب المرن فإن الإيراد الحدي موجب والإيراد الكلي يرتفع وبالتالي ترتفع الأرباح:

$$|E| > 1 \rightarrow TR \uparrow \rightarrow MR > 0 \rightarrow \pi \uparrow$$

لكن لو أن الطلب غير مرن فإن:

$$|E| < 1 \rightarrow TR \downarrow \rightarrow MR < 0 \rightarrow \pi \downarrow$$

مقارنة بين الاحتكار والمنافسة الكاملة:

الاحتكار	المنافسة الكاملة	وجه المقارنة
منحى طلب المنشأة هو منحى طلب الصناعة وهو ذو ميل سالب.	منحى طلب المنشأة أفقي تام المرونة بينما منحى طلب الصناعة ذو ميل سالب.	(1) منحى الطلب
لا يوجد منحى عرض في الأجل القصير بل يعتمد ما يعرضه على شكل وموقع منحى الطلب.	منحى عرض المنشأة هو منحى التكاليف الحدية فوق نقطة الإغلاق في الأجل القصير بينما منحى عرض الصناعة هو تجميع لمنحنيات عرض المنشآت.	(2) منحى العرض
تستمر أرباح الأجل القصير للأجل الطويل لعدم وجود حرية دخول وخروج من الصناعة.	تختفي الأرباح في الأجل الطويل بسبب حرية الدخول والخروج من الصناعة.	(3) الأرباح

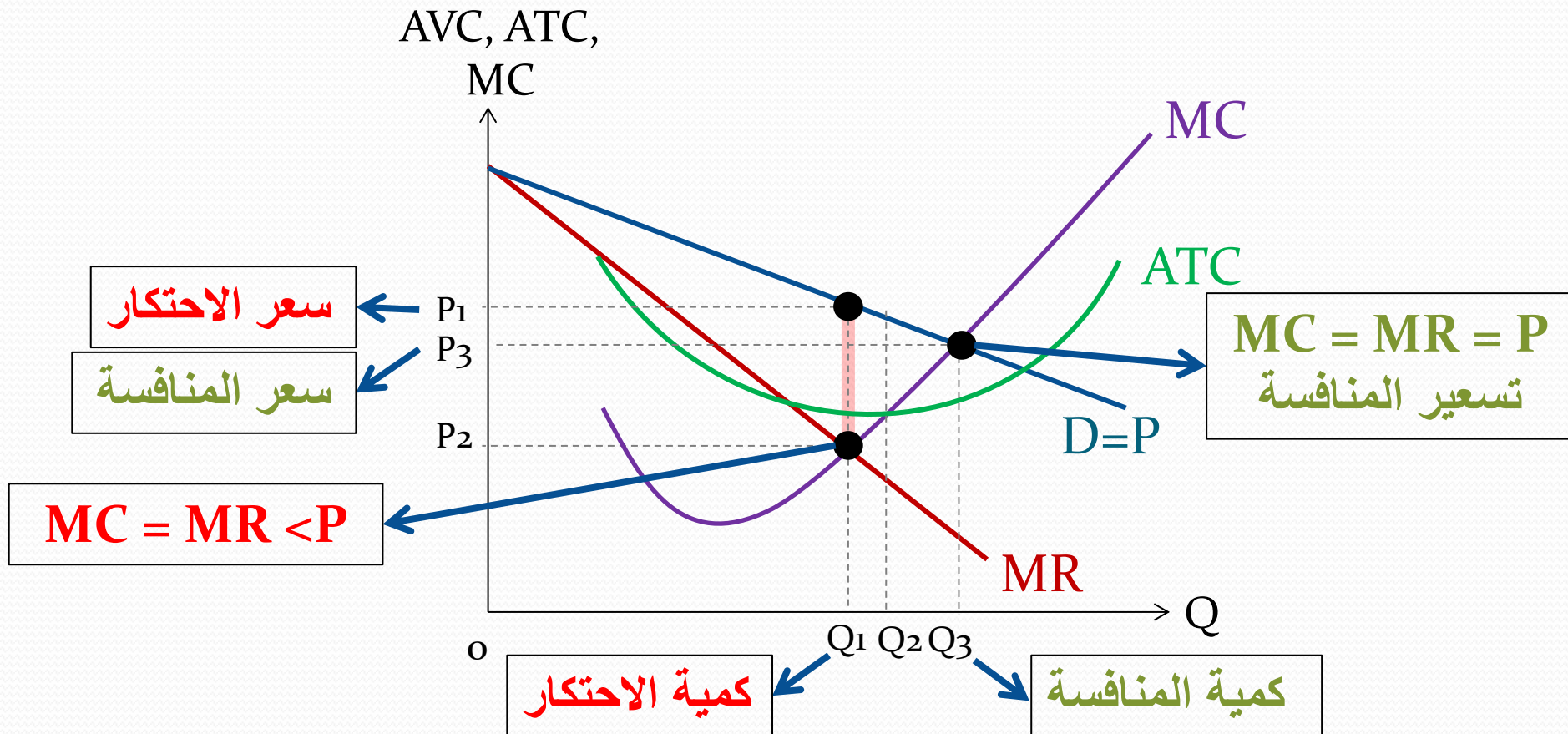
مقارنة بين الاحتكار والمنافسة الكاملة:

الاحتكار	المنافسة الكاملة	وجه المقارنة
السعر متناقص (زيادة الإنتاج تؤدي لتخفيض السعر) وأعلى من سعر المنافسة.	السعر ثابت وأقل من سعر الاحتكار.	(4) التسعير
الكمية المعروضة في المنافسة < الكمية المعروضة في الاحتكار		(5) الكمية المعروضة
$MC = MR < P$	$MC = MR = P$	(6) شرط التوازن

مقارنة بين الاحتكار والمنافسة الكاملة:

الاحتكار	المنافسة الكاملة	وجه المقارنة
تنتج المنشأة عند $(P > MC)$ ولا يمثل الإنتاج الاستخدام الأمثل للموارد.	تنتج المنشأة عند $(P = MC)$ ويمثل الإنتاج الاستخدام الأمثل للموارد لأن المستهلكين يدفعون ثمناً للإنتاج يساوي ما يكلفه المنتج.	7 تخصيص الموارد (الاستخدام الأمثل)
لا يهتم المحتكر بتحسين استخدام الموارد ورفع الكفاءة لعدم تعرضه لأي منافسة.	الكفاءة الإنتاجية في المنافسة الكاملة أكبر لوجود عدد كبير من المنافسين.	8 الكفاءة والتقدم الفني

سعر المحتكر وإنتاجه في الأجل القصير:



الخلاصة:

- في الاحتكار المنشأة هي الصناعة وهي المحددة للكميات المباعة والأسعار عندما الطلب على السلعة مرن وتوزانه هو توازن الصناعة.
- ينشأ الاحتكار نتيجة العلامات المميزة أو نظام الوكالات التجارية أو ملكية المنشأة لإحدى المواد الخام أو حقوق الامتياز أو انخفاض التكاليف المتوسطة عند زيادة الإنتاج.
- يحقق المحتكر أقصى الأرباح عندما: $MC = MR < P$ والأرباح في الأجلين الطويل والقصير نفسها.
- سعر الاحتكار $<$ سعر المنافسة لكن كمية الاحتكار $>$ كمية المنافسة.
- الاحتكار يؤدي لعدم الكفاءة في استخدام الموارد لذلك تلجأ الحكومات لتقييد الاحتكار.