

المحاضرة الثالثة عشر الاحتكار التام

الاحتكار التام :

الاحتكار التام هو الحالة التي تغيب فيها المنافسة التامة

إن المحتكر لديه القدرة على تحديد مستوى الأسعار

إذا كان هناك منتج أو بائع واحد في السوق سلعة أو خدمة معينة فيعتبر سوق الاحتكار التام إذن عدد المنتجين في سوق الاحتكار التام = ١
إذا كان هناك عدد أقل من ١٠ وفوق ١ يسمى باحتكار القلة (لان العدد قليل)

وباعتبار أن المحتكر يتحكم تماما في عرض السوق فهو إذا صانع للسعر وليس آخذا للسعر كما هو الحال بالنسبة للمنشأة في ظل المنافسة التامة .
لكن اشتراط التحكم في الكمية المعروضة لا يكفي لان بعض المنتجين سيعملون على تقليد سلعهم بشكل أو بآخر وان كانت دونها في الجودة والإتقان مما قد يؤثر في مسار الأسعار.

لكن العمر الاستهلاكي للسلع المقلدة أقل عمر من السلع الاصلية

شروط أساسية للاحتكار التام

- ١- أن تكون المنشأة هي المنتج أو البائع الوحيد في السوق.
- ٢- ألا تتوفر البدائل القريبة لمنتجات المنشأة المحتكرة.
- ٣- أن تكون هناك موانع لدخول منشآت منافسة.
- ٤- ألا تتدخل الدولة لمنع الاحتكار.

ومن أهم عوامل بقاء المنشأة المحتكرة واحتفاظها بقوتها الاحتكارية وجود عوائق تمنع دخول المنافسين الى سوق السلع التي تتفرد المنشأة المحتكرة بإنتاجها أو توزيعها .

عوائق دخول السوق

- ١- عوائق قانونية: تمنح حق احتكار إنتاج بعض السلع والخدمات لمؤسسات حكومية أو خاصة (الكهرباء، الماء، النقل البري والجوي، النفط، خدمات البريد، الهاتف، البث الإذاعي والتلفزيوني،...) قد تنص بعض القوانين أن الحكومة هي التي توزع مثل الماء أو إنتاج النفط أو يبعه فقد تكون الحكومة تحدد بعض المؤسسات لإنتاج بعض السلع و يكون لها حقوق قانونية
- ٢- براءة الاختراع: شهادة تصدرها الجهات الحكومية فتمنح للمخترع حق الاستغلال في المجال الإنتاجي لفترة زمنية محددة. وتهدف إلى خفض مخاطر الإنفاق الاستثماري على البحث والتطوير وتشجيع المنشآت وتوفير الضمانات ، لكي تحصل المنشأة المخترعة على عوائد احتكارية.
- ٣- امتلاك مورد أساسي: مثل امتلاك حقول البترول، مناجم الحديد، آبار النفط،... بعض الحالات تستمد المنشأة قوتها الاحتكاريه من امتلاكها لأحد عناصر الإنتاج الضروريه غير متوفره بالسوق
مثل بعض البلدان تملك حقول بترول وتكون لها فرصة لتقليص التكاليف و الحصول على الاسعار التنافسية تمكنها من طرد المنافسين من السوق
- ٤- الدعاية والإعلان: وهي عوائق مصطنعة تهدف إلى رفع تكاليف دخول المنشآت المنافسة، وتسمى الإعلان الدفاعي
مثل شركه تملك السوق ١٠٠% فتبدأ الشركة عند دخول منافسين ان تبدأ بالإعلان بقيمة كبيره والتي لا تستطيع تحملها الشركات المنافسة الجديده
- ٥- ارتفاع تكلفة الاستثمار: الحاجة إلى أصول استثمارية ضخمة، تتطلب فترات طويلة لاسترداد قيمتها. مثل وكالة الفضاء الأمريكية التي كانت تحتكر خدمات نقل الأقمار الاصطناعية للاتصالات قبل دخول فرنسا واليابان.
- ٦- الاحتكار الطبيعي: وجود تكاليف متوسطة قابلة للتناقص عندما يتسع الإنتاج، مما يمكن من خفض الأسعار بشكل مستمر. وبالتالي يجبر المنشآت المنافسة على الخروج من السوق في المدى البعيد.

توازن المحتكر

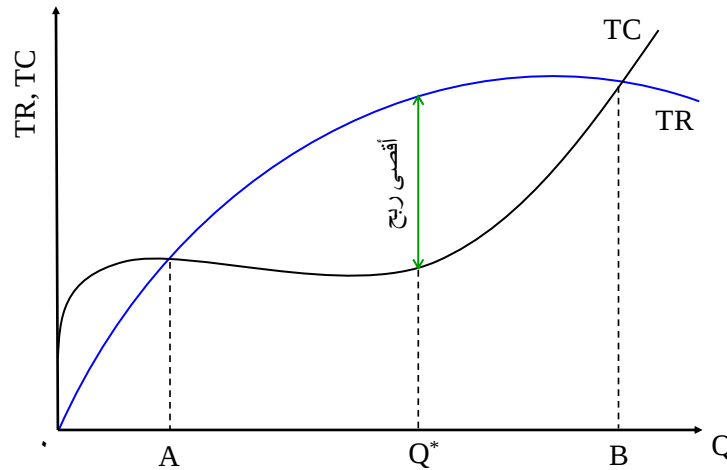
وبدل على بلوغ مستوى الإنتاج الذي يعظم ربح المحتكر، رغم أن الاحتكار لا يضمن دائما تحقيق الربح تحت جميع الظروف. كما أن العمل بتكاليف عالية، قد يؤدي إلى خسائر تجبر المنشأة في نهاية المطاف على الخروج من السوق في المدى البعيد.

تواجه المنشأة منحى طلب السوق ذو ميل سالب، على غير الحالة في ظل المنافسة حيث تواجه المنشأة منحى طلب أفقي أي انحدار مساوي للصفر. مما تمكنه من تحديد مستوى الأسعار كلما سعى لتعظيم الربح. بينما تتحدد الكمية المعروضة انطلاقا من كمية الطلب التي تعظم الربح. ويعتبر المحتكر صانعا للسعر، ويحدد هذا السعر الكمية المطلوبة مبدئيا من طرف المستهلك. وإما أن يختار المنتج الكمية المعروضة التي تعظم من ربحه، طمعا في أسعار مرتفعة عند تحقق الطلب. وقد يصل في الحالتين إلى أقصى ربح ممكن.

رغم ذلك لا يمتلك المحتكر الحرية التامة في زيادة الأسعار، لأنه مرتبط بتفاعل الطلب أي بمدى مرونة الطلب تجاه الأسعار.

"بمعنى آخر..... تواجه المنشأة المحتكرة طلب السوق الذي يمثله منحى له انحدار سالب عكس اما بالنسبة للمنافسة تواجه المنشأة منحى طلب أفقي (أي = صفر) أيضا المحتكر ليس له منحى عرض (ليس أخذا للسعر) أما في ظل المنافسة التامة تستجيب المنشأة للسعر السائد في السوق ← يزيد إنتاجها مع ارتفاع السعر وينقص مع انخفاض السعر . (لان المحتكر صانعا للسعر حيث يحدد سعر البيع وينظر في طلب المشتريين ولا يملك الحرية التامة في زيادة السعر)""

توازن المحتكر في المدى القصير:



تقيس المسافة الرأسية بين منحى التكلفة الكلية TC والإيراد الكلي TR الربح أو الخسارة الكلية. عند إنتاج Q^* يحقق المحتكر أقصى ربح، وذلك عندها يتساوى ميل منحى التكلفة الكلية مع ميل منحى الإيراد الكلي، أي يكون لدينا: $MC = MR$.



عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد
Deanship of E-Learning and Distance Education

[٨]

جامعة الملك فيصل
King Faisal University

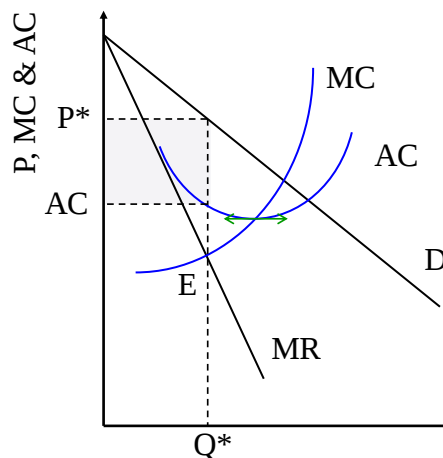


للمنشأة TC ومنحنى التكاليف الكلية TR يوضح الرسم البياني التالي منحى الإيراد الكلي للمحتكرة. وتقيس المسافة الرأسية بين منحى الإيراد ومنحنى التكلفة، الربح أو الخسارة للوحدة عند كل مستوى من الإنتاج. ويصل المنتج إلى أقصى ربح عندما: ميل منحى الإيراد الكلي = ميل منحى التكاليف الكلية

$TC - TR$ تعظيم الأرباح هو الذي يعطينا الأعلى مسافة بين هذي المرحله (1) نلاحظ ان منحى التكاليف الكلية اكبر من منحى الإيراد الكلي عند النقطة # تمثل خساره فهو لا يقبل بها المنتج الفرق بين التكاليف و الإيراد عند النقطة (2) موجب يعني خساره فالمرحلة قبل أو بعد ج يمثل خساره للمنتج

فبيحث عن الكمية المثلثة التي تعظم مستوى الأرباح والتي تمثل في النقطة ب فهنا يتساوى الإيراد الكلي مع التكاليف الكلية أي ان

$$\frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} \Leftrightarrow MR = MC$$



يوضح الرسم البياني على اليسار منحنى طلب خطي للسوق D ومنحنى الإيراد الحدي MR والذي يقع أسفل منحنى الطلب. وبافتراض أن الطلب خطي، يمثل ميل خط الإيراد الحدي نصف ميل خط الطلب.

تحقق المنشأة المحتكرة أقصى ربح في المدى القصير والبعيد عندما تنتج Q^* ، حيث يتعادل عندها الإيراد الحدي MR مع التكلفة الحدية MC، وتبيع المنشأة بسعر P^* ويقاس ما تحققه من ربح بالمساحة المظللة والتي تساوي: $Q^*(P^* - AC)$.



عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد
Deanship of E-Learning and Distance Education

[٩]

جامعة الملك فيصل
King Faisal University



يوضح الرسم البياني على اليسار منحنى طلب خطي للسوق ومنحنى الإيراد الحدي والذي يقع أسفل منحنى الطلب. وبافتراض أن الطلب خطي، يمثل ميل خط الإيراد الحدي نصف ميل خط الطلب. تحقق المنشأة المحتكرة أقصى ربح في المدى القصير والبعيد عندما تنتج كمية Q^* ، حيث يتعادل عندها ويقاس ما تحققه من ربح بالمساحة المظللة الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية، وتبيع المنشأة بسعر P^* والتي تساوي:

$$Q^*(P^* - AC)$$

نلاحظ ان لدينا منحنى الطلب مرن و نستخرج منه الإيراد الحدي
لدينا منحنى التكاليف الحدية و الخط الإيراد الحدي . فا تقاطع بينهم تعطينا التوازن المنتج في ظل المنافسة او في ظل الاحتكار عند النقطة E
فنتحدد لنا الاسعار و الكمية المطلوبه

مثال :
لو عندنا الاسعار = ١٠ و التكاليف المتوسطة = ٨ و الكمية المطلوبه = ٥٠ فما هي الارباح ؟!

$$Q \times (P - AC)$$

$$50 \times (10 - 8) = 100$$

ويتضح ان زياده التكاليف اي انتقال منحنى التكاليف الحدي الى اعلى او نقصان الطلب اي انتقال منحنى الطلب الى جهة اليسار يؤدي الى تقليص ارباح المحتكر وربما عرضت المحتكر الى خساره اذا ما صارت الاسعار اقل من متوسط التكاليف اي ان

$$P < AC \quad \text{عند } (Q)$$

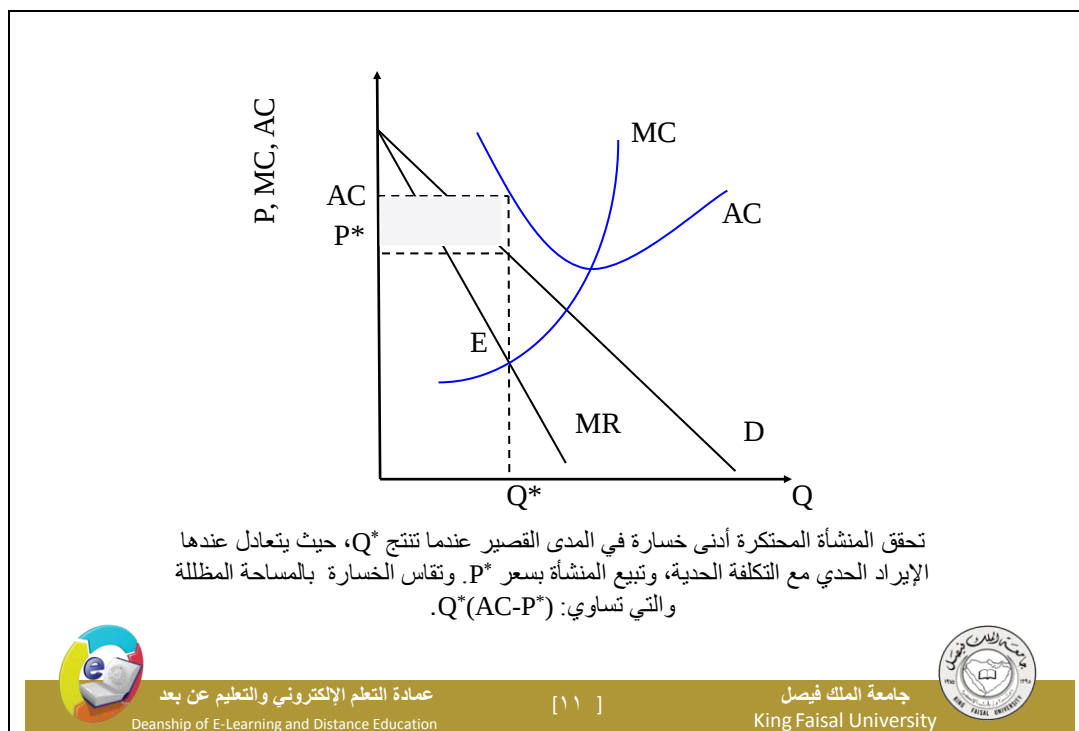
يوضح الرسم البياني التالي حالة المحتكر، الذي يتحمل بعض الخسارة في المدى القصير. أما في المدى البعيد، فإن استمرار الخسارة تعني ضرورة خروج المحتكر من السوق .

تحقق المنشأة المحتكرة أدنى خسارة في المدى القصير عندما تنتج Q^* الكمية Q^* ، حيث يتعادل عندها الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية، وتبيع المنشأة بسعر P^* المحدد P^* . وتقاس الخسارة بالمساحة المظللة $Q^*(AC-P^*)$.

$Q^*(AC-P^*)$.

حيث أن :

خساره $P < AC$



عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد
Deanship of E-Learning and Distance Education

[١١]

جامعة الملك فيصل
King Faisal University



توازن المحتكر في المدى البعيد :

من أهم شروط الاحتكار التام وجود قيود مانعة لدخول المنافسين لذا بإمكان المحتكر الذي يحقق أرباحاً اقتصادية موجبة في المدى القصير أن يحتفظ بهذه الأرباح حتى المدى البعيد لعدم تمكن منافسيه من الدخول إلى السوق. أما المحتكر الذي يتحمل الخسائر في المدى القصير فإنه ينتظر تحسن ظروف السوق أو انخفاض تكاليف الإنتاج بما يسمح له بتحقيق الربح الكافي للبقاء في السوق والا فغلبه الخروج من السوق إذا استمرت الخسائر في المدى البعيد .

مثال في الجدول (١ - ١٠)

توازن المحتكر في المدى البعيد

بإمكان المحتكر أن يحتفظ بربح احتكاري في المدى البعيد، وذلك لعدم تمكن المنافسين من الدخول إلى السوق، مما يمثل أهم شروط الاحتكار التام (وجود قيود ممانعة لدخول المنافسين).
لذا إذا استطاع المحتكر أن يحقق أرباحاً اقتصادية موجبة في المدى القصير، فيمكنه أيضاً أن يحتفظ بهذه الأرباح حتى في المدى البعيد. ولمزيد من الإيضاح يمكن متابعة المثال في الجدول التالي.

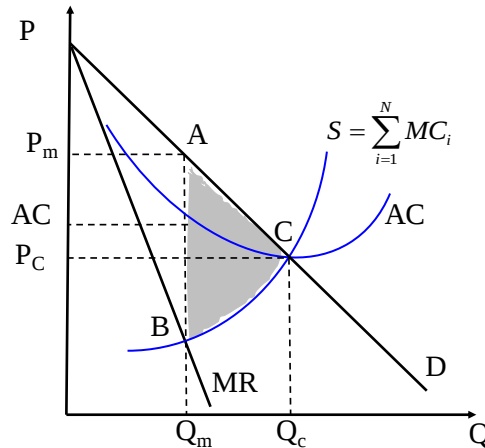
Q	P	TR	MR	TC	MC	JI
0	100	0	-	7	-	-7
1	70	70	70	15	8	55
2	54	108	38	25	10	83
3	46	138	30	55	30	83
4	40	160	22	100	45	60
5	33	165	5	150	50	15
6	25	150	-15	210	60	-60



في العمود الأول يوضح عدد الوحدات التي تنتجها المنشأة المحتكرة
العمود الثاني يوضح أسعار البيع الممكنة لكل كمية من الإنتاج (يلاحظ انخفاض سعر البيع مع استمرار توسع المنشأة في الإنتاج)
العمود الثالث يوضح أرقام الإيراد الكلي (وهو حاصل ضرب السعر في الكمية المنتجة أو المبيعة)
العمود الرابع يوضح الإيراد الحدي (وهو التغير في الإيراد الكلي مقسوماً على التغير في الكمية المبيعة)
العمود الخامس يوضح التكاليف الكلية للإنتاج (تزيد باستمرار مع زيادة الإنتاج)
العمود السادس يوضح التكاليف الحدية (وتقاس بقسمة التغير في التكاليف الكلية على التغير في الإنتاج)
العمود السابع يوضح ربح المحتكر (وهو الفرق بين الإيراد الكلي والتكاليف الكلية)

الأضرار الاقتصادية للاحتكار :

ينتج من الشكل (٤ - ١٠)



ينتج المحتكر Q_m ويبيع بسعر أعلى من سعر المنافسة. ويحقق المحتكر غالباً أرباحاً اقتصادية موجبة على حساب المستهلكين. كما يتسبب، نتيجة لتقليص الإنتاج، في فقد صافي في الرفاهية المادية للمجتمع، يقدر بالمساحة المظللة (ABC)، إلى جانب انخفاض في كفاءة تخصيص الموارد.



أن تعظيم الربح يقتضي أن ينتج المحتكر المستوى mQ الذي يقابل تقاطع منحنى CM مع منحنى MR حيث تتساوى التكاليف الحدية والإيراد الحدي ويبيع بالسعر Pm للوحدة. إن تجزئ المنشأة الكبيرة المحتكرة إلى العديد من المنشآت الصغيرة التنافسية لن يؤثر في متوسط تكلفة الوحدة أو التكلفة الحدية .

الأضرار التوزيعية للاحتكار : يتحقق توازن السوق في ظل المنافسة التامة عند تقاطع منحنى طلب السوق مع منحنى عرض السوق ويكون السعر السائد Pc والكمية المنتجة هي Qc ويكون الربح الاقتصادي للمنشأة مساويا للصفر في المدى البعيد

كما نلاحظ من الشكل (٤ - ١٠)

أن المنشأة المحتكرة تنتج الكمية Qm ← أقل من إنتاج المنافسة التامة وتبيع بالسعر Pm وهو أعلى من السعر الذي يسود السوق في ظل المنافسة التامة.

الفقد في الرفاهية والكفاءة :

يتسبب الاحتكار في فقد صافي لا يمكن تعويضه في رفاهية المجتمع ف عند :
١ / خفض الإنتاج من $Qc \leftarrow Qm$ إلى فقد كلي في رفاهية المجتمع يقدر بثلاث المثلث أسفل منحنى الطلب وأعلى منحنى التكاليف الحدية بين الكميتين :

$$Qm \leftarrow Qc$$

٢ / خفض مستوى الإنتاج والفقد في الرفاهية في الناتج من $Qc \leftarrow Qm$

أن المساحة تحت منحنى التكاليف الحدية بين أي كميتين تقيس التكلفة الكلية لإنتاج هذه الكمية ولا يمكن تعويض هذا الفقد في رفاهية المجتمع إلا بتحرير السوق من قبضة المحتكر وتحويله إلى سوق منافسة تامة (أن المحتكر ينتج دون مستوى الكفاءة في تخصيص الموارد حيث يكون السعر أعلى من التكلفة الحدية عند مستوى إنتاج المحتكر)

التمييز السعري:

هو إستراتيجية يلجأ إليها المحتكر بهدف تعظيم أرباحه الكلية عن طريق استغلال التباين بين مرونة طلب المجموعات المختلفة عن عملائه.
← يوصف سلوك المحتكر بالتمييز السعري إذا ما أقدم على بيع السلعة أو الخدمة الواحدة بأسعار مختلفة بالرغم من عدم وجود أي اختلاف في تكاليف إنتاج وتقديم السلعة للمشتريين .

وبشترط لنجاح المحتكر في سياسة التمييز السعري شرطان هما :

١ / أن تختلف مرونة الطلب السعرية لمجموعات المشتريين أو بين الأسواق
٢ / أن يعتذر تماما شراء السلعة من السوق الأقل سعرا وبيعها في السوق الأعلى سعرا

يعظم المحتكر أرباحه في السوق الواحدة بأن يبيع الكمية التي تتساوى عندها التكاليف الحدية مع الإيراد الحدي ففي حالة السوقيين تكون القاعدة في حالة التمييز السعري هي :

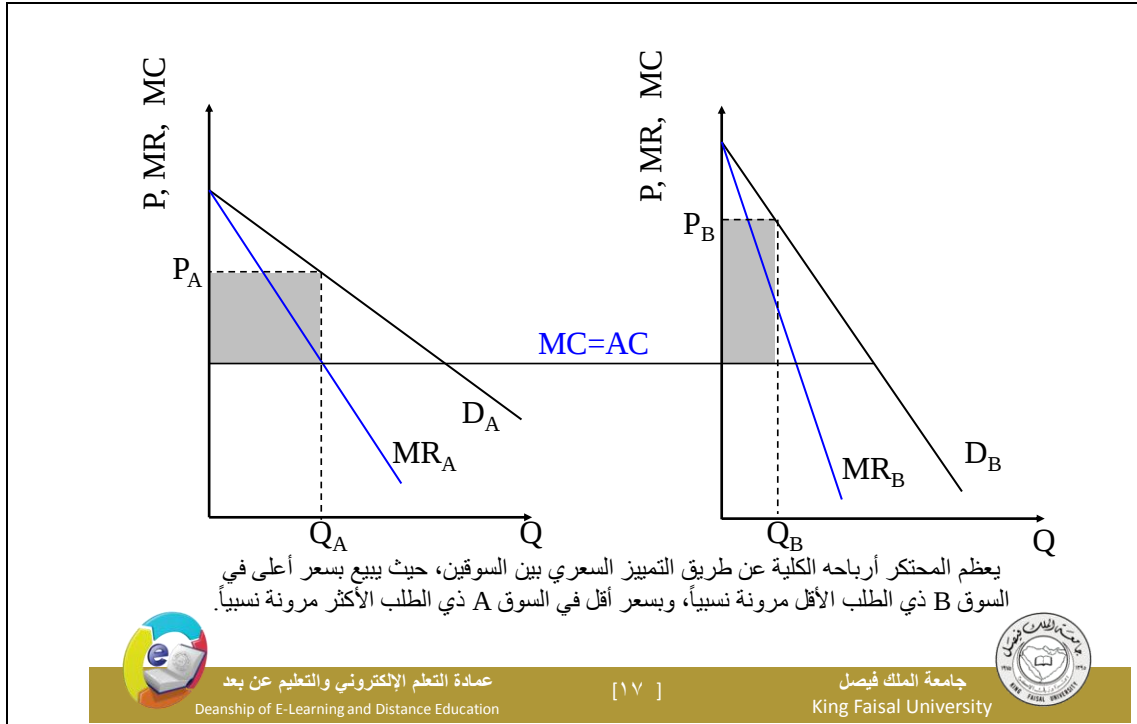
$$MC = aMR$$

$$MC = MRa$$

وبما ان تكلفة الإنتاج واحدة بالنسبة للمحتكر فان شرط تعظيم الربح هو :

$$aRM = MRb$$

الشكل (٥ - ١٠)



يوضح وضع محتكر يبيع لمجموعتين من عملائه أو في سوقين (A و B) هنا نفترض أن المحتكر ينتج من منع واحد للسوقين (يعني تكلفة الإنتاج واحدة) وأن التكلفة الحدية ثابتة (يعني تكون مساوية للتكاليف المتوسطة) يمثلها الخط الأفقي :

$$AC = MC$$

ونفترض أن الطلب في السوق الأول أكثر مرونة من الطلب في السوق الثانية (نعلم إن أي زيادة في السعر ← انخفاض في المبيعات والإرباح) ويعتمد الإيراد الكلي والإرباح على مرونة الطلب في ذلك السوق .

لذلك نجد أن :

المحتكر يبيع كميات أقل بسعر أعلى في السوق B ذات الطلب الأقل مرونة بينما يبيع كميات أكبر وبسعر أقل في السوق A ذات الطلب الأكثر مرونة فيحقق المحتكر ربح صافي يتحدد بالمساحة المظللة في كل من السوقين وتشكل هذه الإرباح في مجموعها أقصى ربح يمكن أن يحصل عليه المحتكر عن طريق التمييز السعري.

Good luck all

آلمآسة آآسآسة & sooOsa & NoNa