

اسم المقرر

الاقتصاد الجزئي

د. حسن بلقاسم غسان



جامعة الملك فيصل

عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد

المحاضرة الثالثة عشرة

الاحتكار



عناصر المحاضرة ١٣

- مقدمة
- الاحتكار التام
- شروط أساسية للاحتكار التام
- عوائق دخول السوق
- توازن المحتكر في المدى القصير
- توازن المحتكر في المدى البعيد
- الأضرار الاقتصادية للاحتكار
- الأضرار التوزيعية للاحتكار



الاحتكار التام

إذا كان هناك منتج أو بائع واحد في سوق سلعة أو خدمة معينة، فيعتبر **سوق الاحتكار التام**.

وباعتبار أن المحتكر يتحكم تماماً في عرض السوق فهو إذا **صانع للسعر** وليس آخذاً للسعر، كما هو الحال بالنسبة للمنشأة في ظل المنافسة التامة.

لكن اشتراط التحكم في الكمية المعروضة لا يكفي، لأن بعض المنتجين سيعملون على **تقليد** سلعهم بشكل أو بآخر وإن كانت دونها في الجودة والإتقان، مما قد يؤثر في مسار الأسعار.



شروط أساسية للإحتكار التام

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



عوائق دخول السوق

- **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،...)
- **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، لكي تحصل المنشأة المخترعة على عوائد احتكارية.
- **امتلاك مورد أساسي:** مثل امتلاك حقول البترول، مناجم الحديد، آبار النفط،...
- **الدعاية والإعلان:** وهي عوائق مصطنعة تهدف إلى رفع تكاليف دخول المنشآت المنافسة، وتسمى **الإعلان الدفاعي**.
- **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.
- **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 في المدى القصير

ويدل 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.

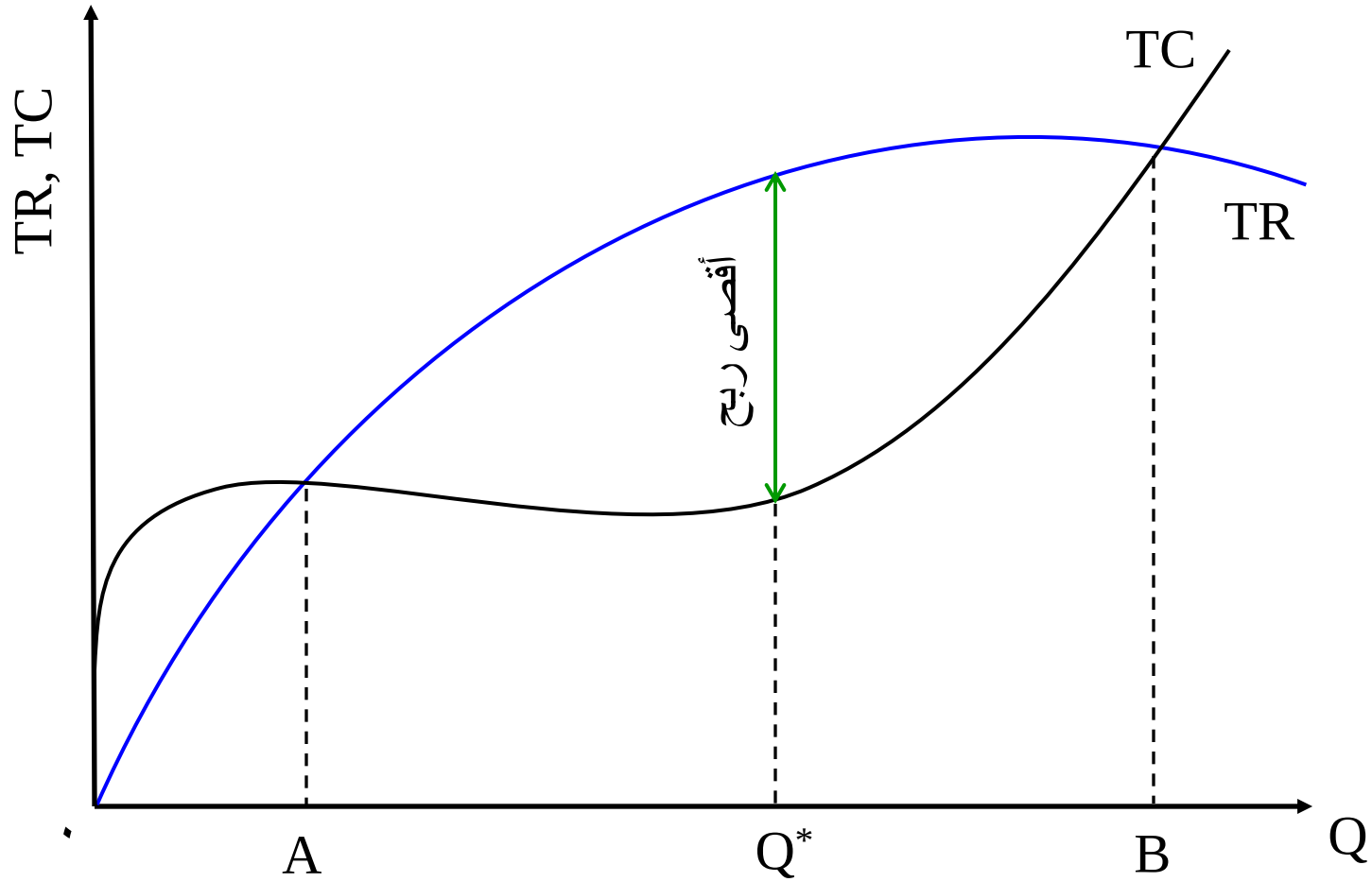
تواجه المنشأة **منحنى طلب السوق ذو ميل سالب**، مما تمكنه من تحديد مستوى الأسعار كلما سعى لتعظيم الربح. بينما تتحدد الكمية المعروضة انطلاقا من كمية الطلب التي تعظم الربح. ويعتبر المحتكر صانعا للسعر، ويحدد هذا السعر الكمية المطلوبة مبدئيا من طرف المستهلك. وإما أن يختار المنتج الكمية المعروضة التي تعظم 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**.

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

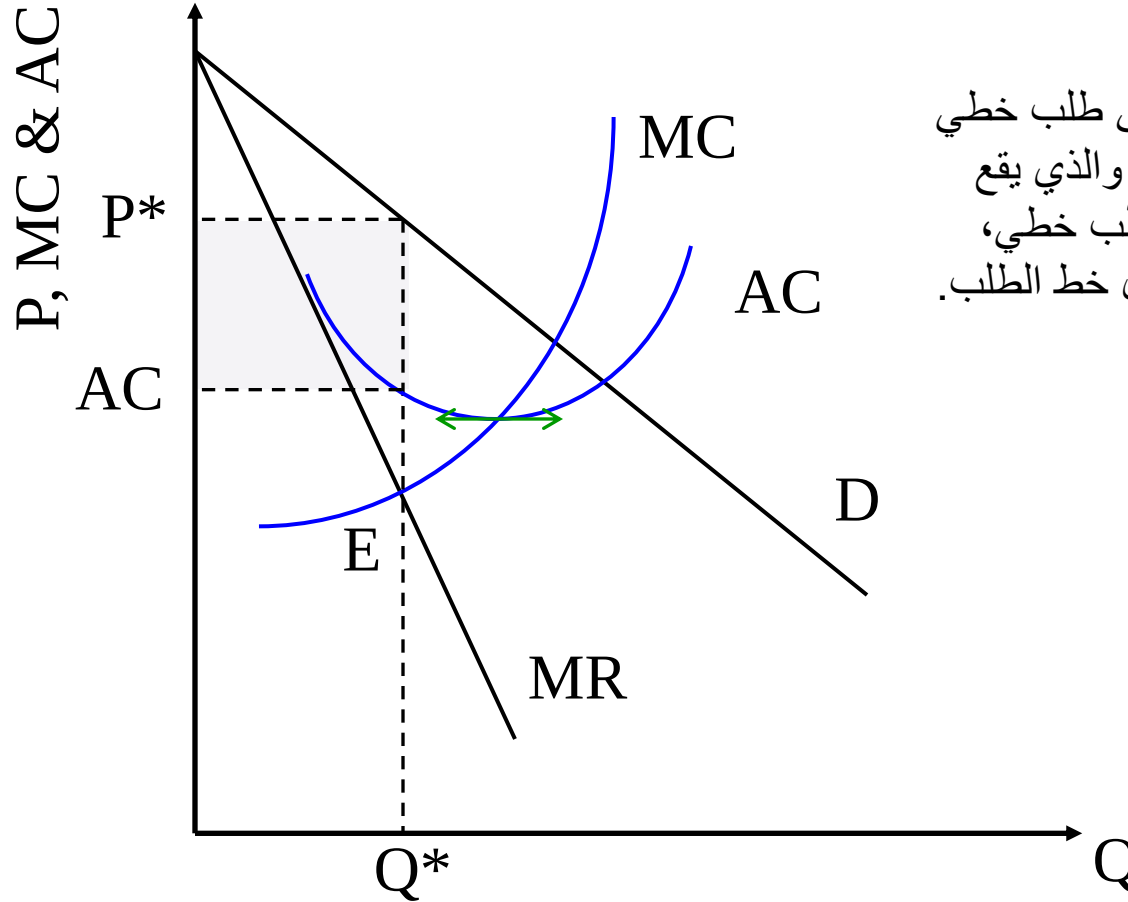
$$\frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} \Leftrightarrow MR = MC$$





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





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

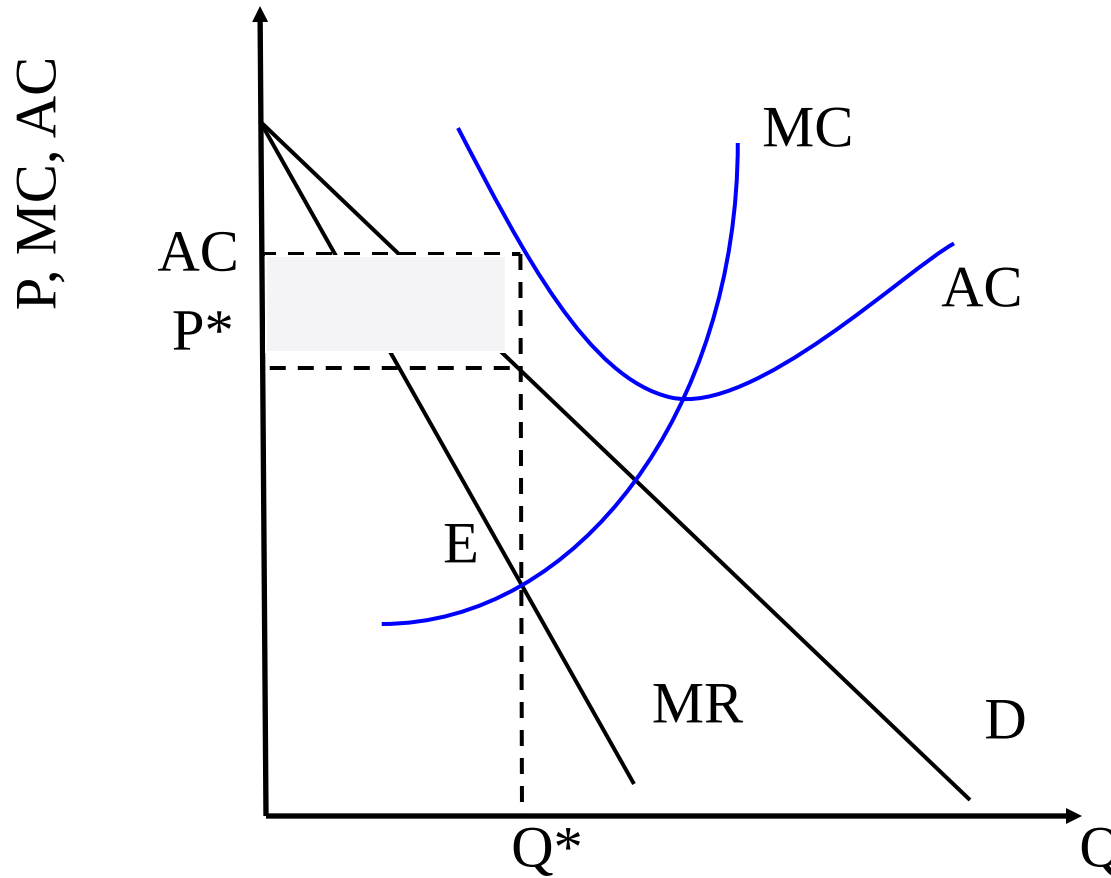


ويتضح أن زيادة التكاليف (أي انتقال منحنى AC إلى أعلى) أو نقصان الطلب (أي انتقال منحنى الطلب إلى جهة اليسار) يؤدي إلى تقليص أرباح المحتكر، وربما عرضت المحتكر للخسارة إذا ما صارت الأسعار أقل من متوسط التكاليف:

$$P^* < AC \quad \text{عند } Q^*$$

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^* ، حيث يتعادل عندها الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية، وتبيع المنشأة بسعر P^* . وتقاس الخسارة بالمساحة المظللة والتي تساوي: $Q^*(AC - P^*)$.



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 مانعة 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



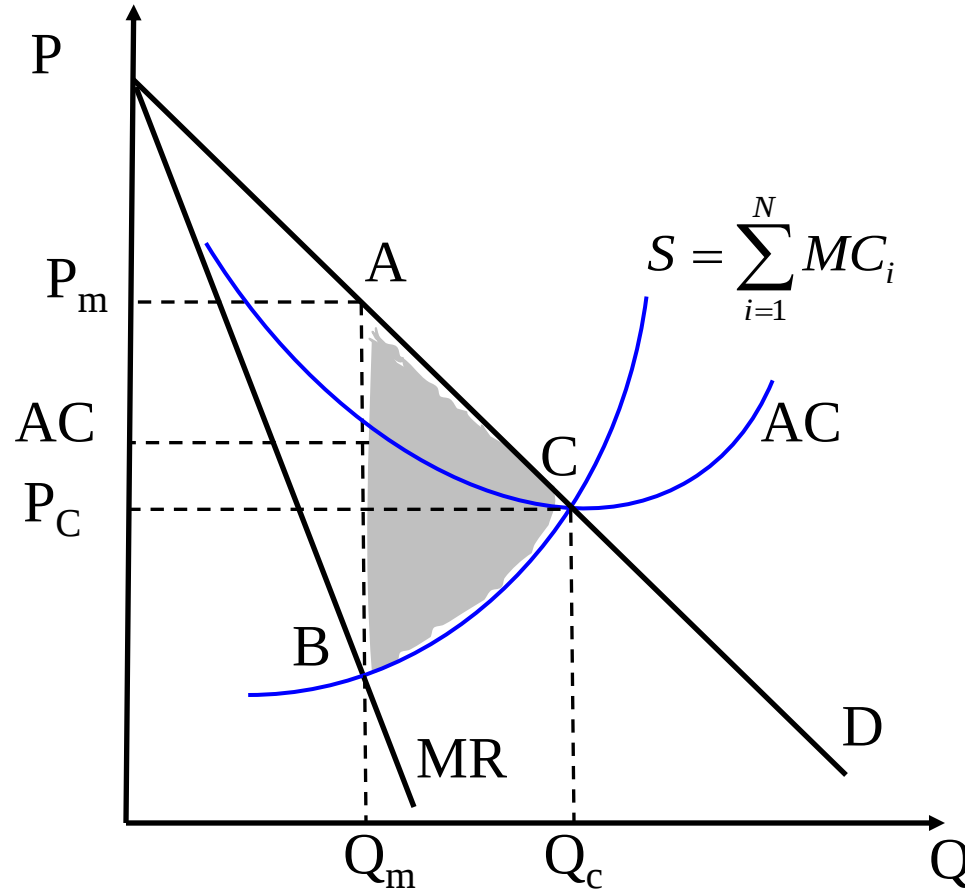
الأضرار الاقتصادية للإحتكار

يعمل المحتكر على تقليص الإنتاج ورفع السعر بحيث يحقق أقصى ربح ممكن. ولمعرفة أضرار الاحتكار، نقارن إنتاج وسعر المحتكر بإنتاج Q_c وسعر P_c في نموذج المنافسة التامة. ونفترض أن حجم الطلب لم يتغير، وأن منحنيات التكلفة الحدية للمنشآت المتنافسة تنطبق مع منحنى التكلفة الحدية للمحتكر. كم نفترض أن العوائد إلى الحجم ثابتة.

ويتضح من الرسم البياني التالي أن تعظيم الربح يقتضي:

- أن ينتج المتنافس الكمية Q_c بالسعر السائد في السوق P_c ويكون الربح الاقتصادي للمنشأة مساويا للصفر في المدى البعيد.
- وأن المحتكر ينتج المستوى Q_m مع $Q_m > Q_c$ الذي يقابل تقاطع منحنى MC مع منحنى MR حيث تتساوي التكلفة الحدية مع الإيراد الحدي، ويبيع المنتج بالسعر P_m مع $P_m > P_c$ للوحدة، بحيث يحقق ربحا اقتصاديا موجبا على حساب المستهلكين، مما يخل بعدالة التوزيع ويقتضي تدخل الحكومة عبر الضرائب على الأرباح.





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.



الأضرار التوزيعية للإحتكار

إن المحتكر يحقق بعض الأرباح على حساب المستهلكين وهو بذلك يخل بعدالة التوزيع، مما يستدعي معالجة هذا الضرر عن طريق الضرائب على أرباح المحتكرين.

الفقد في الرفاهية والكفاءة: يتسبب الاحتكار كذلك في فقد صافي في رفاهية المجتمع، من الصعب تعويضه. ويقدر هذا الفقد بالمساحة المظللة (ABC): لأن المساحة الأولى، بين Q_m و Q_c ، وتحت منحنى الطلب تقيس المنفعة الكلية التي يكتسبها المجتمع كمنتج ومستهلك، ثم المساحة الثانية أسفل منحنى التكلفة المتوسطة تقيس التكلفة الكلية والذي يدل على ضعف الكفاءة في تخصيص الموارد. والفرق بين المساحة الأولى والثانية يحدد الفقد الصافي في رفاهية المجتمع، والذي لا يزول إلا بتحرير السوق من قبضة المحتكر.

التمييز السعري: ويحدث إذا ما أقدم المحتكر على بيع السلعة أو الخدمة الواحدة بأسعار مختلفة بالرغم من عدم وجود أي اختلاف في تكاليف إنتاج وتقديم السلعة للمشتريين. (مثلا شركات النقل الجوي لها تسعير الشتاء والصيف، وتسعير للشباب ولل كبار. أو المصحات الخاصة لها تسعير للفقير وللغني، ...)

ويشترط لنجاح سياسة التمييز السعري شرطان:

- أن تختلف مرونة الطلب-السعر بين فئات المشتريين أو بين الأسواق.
- أن يتعذر تماماً شراء السلعة من السوق الأقل سعراً وبيعها في السوق الأعلى سعراً.



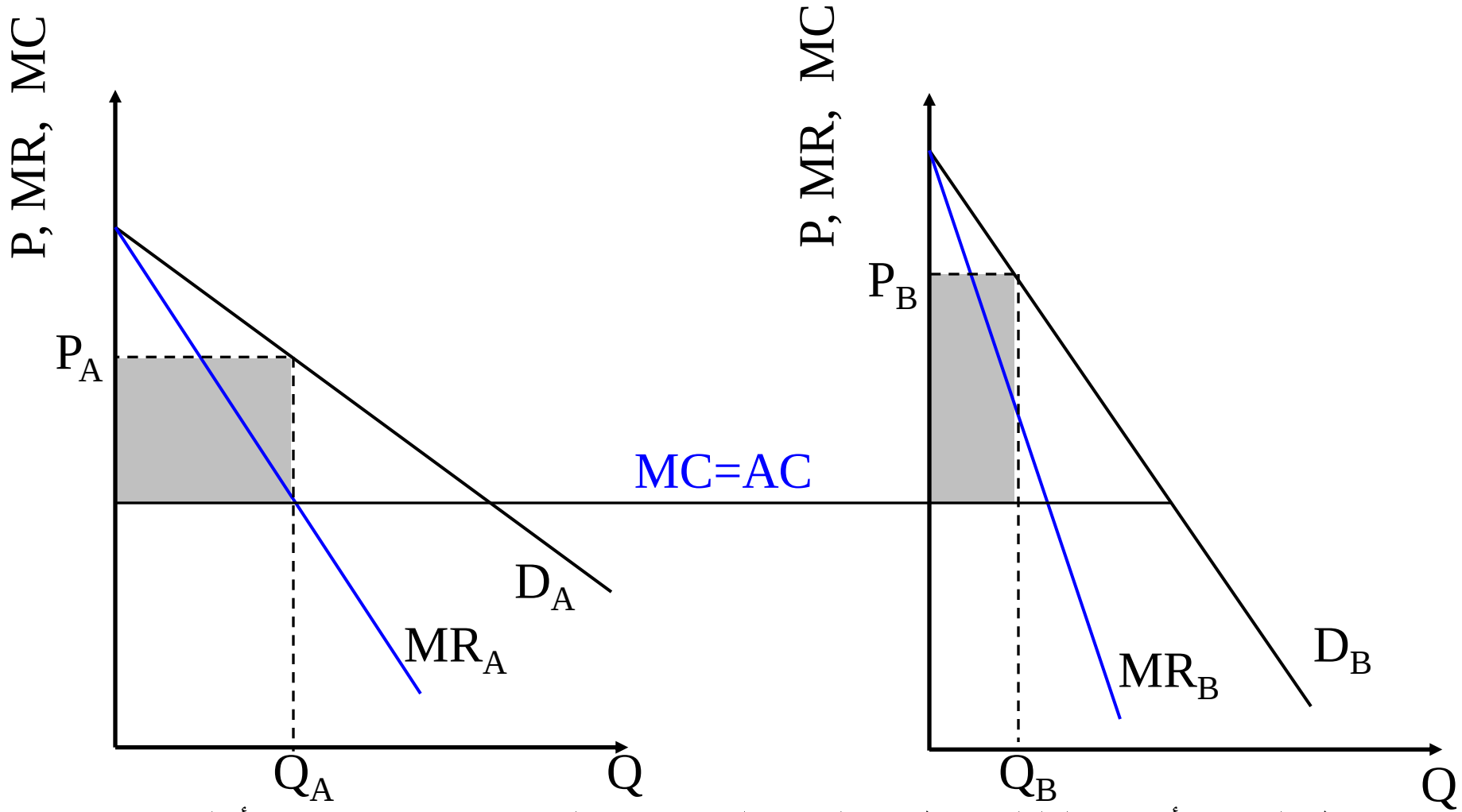
شرط تعظيم الربح في حالة التمييز السعري

يعظم ربح المحتكر في السوق عندما يبيع الكمية التي تتساوى فيها التكلفة الحدية مع الإيراد الحدي. وفي حالة سوقين مع التمييز السعري، يقتضي الربح الأقصى ما يلي:

$$MC = MR_A , \quad MC = MR_B \Rightarrow MR_A = MR_B = MC$$

ويوضح **الرسم البياني التالي** وضع محتكر يبيع لمجموعتين من عملائه أو في سوقين A و B. ونفترض أن المحتكر ينتج من مصنع واحد للسوقين: أي تكلفة الإنتاج واحدة، والتكلفة الحدية ثابتة ومساوية للتكلفة المتوسطة وممثلة في الخط الأفقي $AC = MC$. كذلك، نفترض أن الطلب في السوق الأول A أكثر مرونة:

$$|E_A| > |E_B|$$

يعظم المحتكر أرباحه الكلية عن طريق التمييز السعري بين السوقين، حيث يبيع بسعر أعلى في السوق B ذي الطلب الأقل مرونة نسبياً، وبسعر أقل في السوق A ذي الطلب الأكثر مرونة نسبياً.





مَشْرِقُ
بِحَمْدِ اللَّهِ

