

## رابعاً:- سوق الاحتكار Market Monopoly

إن مفهوم الاحتكار هو مفهوم نظري أكثر مما هو واقعي وسوق الاحتكار تتميز بما يأتي

- 1- وجود منشأة واحدة تقوم بالإنتاج.
- 2- تقوم المنشأة بإنتاج سلع لا مثيل لها في السوق.
- 3- ليس بالإمكان دخول منشآت جديدة إلى هذه الصناعة المحتكرة.

### - مصادر الاحتكار

هنالك عدد من الأسباب التي تجعل الاحتكار ممكناً منها:-

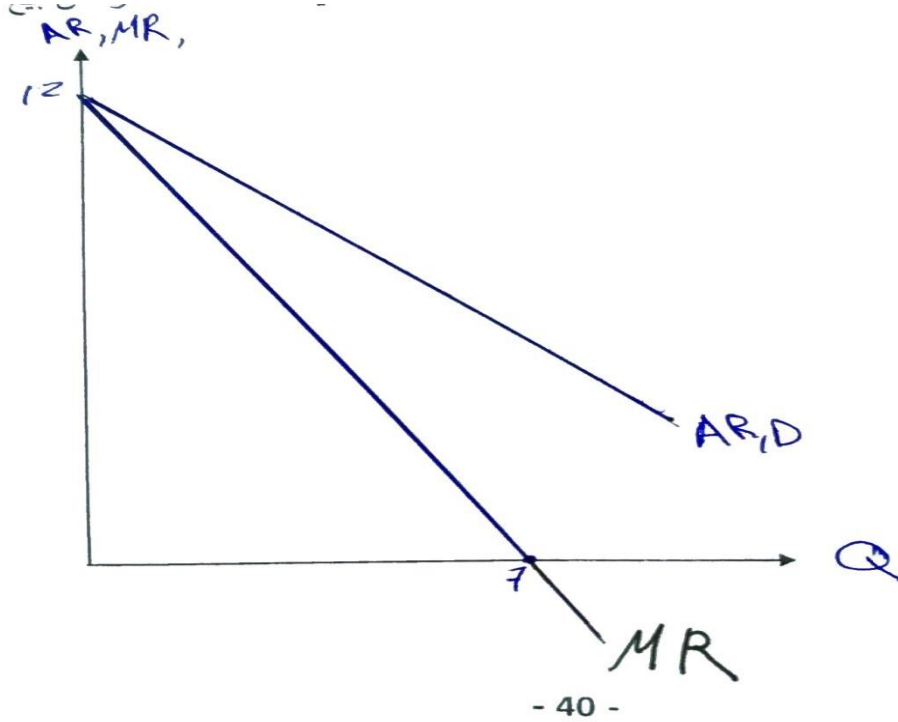
- 1- السيطرة على واحد أو أكثر من عوامل الإنتاج وبشكل خاص تملك مناجم المواد الأولية يجعل مركز المشروع في إنتاج سلعة ما غير قابل للتحدي وخاصة إذا كانت تلك المواد ضرورية لإنتاج السلعة.
- 2- فرض القيود القانونية على دخول المنافسين المحتملين للصناعة فهناك الكثير من النشاطات التي تمنع حق ممارستها لمؤسسة واحدة ومثال على ذلك توليد الكهرباء او استخراج النفط الخ.
- 3- فرض التعريفات الكمركية او الضريبة على الاستيرادات يمنع المنتجين الأجانب من منافسة المشاريع المحلية.
- 4- قد يكون الاحتكار ممكناً لأسباب مالية، فهناك صناعات تتطلب رؤوس أموال ضخمة كصناعات الحديد والصلب وصناعة الطائرات والذي يجد المنافسون صعوبة بالغة في دخولها لضخامة ما تتطلبه من إنفاق على المعدات الرأسمالية قبل الإنتاج.
- 5- تكوين اتحادات تجارية بشكل او بآخر وفرض قيود على المنافسة الكاملة من خلال إجراءات جماعية . أو إتباع اسلوب بيع السلعة بخسارة لكي يتم القضاء على المنافسين الصغار ثم رفع السعر بعد أن ينفرد في السوق.

### - إيراد المحتكر

سبق وان ذكرنا بان الاحتكار مختلف عن المنافسة ويترتب على هذا الاختلاف اختلافاً في السعر والكمية والربح، حيث أن المنتج في المنافسة اخذ للسعر بينما في الاحتكار صانع للسعر ، والمنتج في الاحتكار يتمتع بقوة سوقية بينما لا يتمتع المنتج في المنافسة بأي قوة . وان المنحنى الذي يواجهه المنافسة هو خط مستقيم موازي للمحور الأفقي بينما نرى ان منحنى الطلب الذي يواجهه المحتكر سالب الانحدار وإذا كان الإيراد الحدي (MR) مساوياً إلى السعر في المنافسة ، فان الإيراد الحدي اقل من السعر في حالة الاحتكار، والجدول التالي يعرض لنا إجمالي الإيراد (الإيراد الكلي TR) ومتوسط الإيراد (AR) والإيراد الحدي (MR)

الايراد الحدّي بالدينار	متوسط الايراد بالدينار	اجمالي الايراد بالدينار	الكمية المباعة بالدينار	الكمية المباعة بالوحدة
-	-	0	13	0
12	12	12	12	1
10	11	22	11	2
8	10	30	10	3
6	9	36	9	4
4	8	40	8	5
4	7	42	7	6
0	6	42	6	7
-2	5	40	5	8
-4	4	36	4	9
-6	3	30	3	10

فالعمود الأول والثاني يعبران عن جدول الطلب الذي يواجهه المحتكر ،حيث العلاقة العكسية القائمة بين السعر والكمية المطلوبة ، فعندما تكون الكمية المباعة وحدة واحدة فقط،فان السعر هو (12) دينار ولبيع وحدتين على المحتكر إن يخفض السعر إلى (11) دينار ،وهكذا وبضرب الكمية بالسعر نحصل على إجمالي الإيراد ،وهذا يعني ان بقسمة إجمالي الإيراد على عدد الوحدات المباعة نحصل على السعر او متوسط الإيراد، كما في العمود الرابع وقي العمود الخامس نحصل على الايراد الحدي للمحتكر ، وهو مقدار الايراد الذي يستلمه المحتكر عن بيع



وحدة إضافية واحدة، فهو إذن التغير في إجمالي الإيراد المترتب عن الزيادة في المبيعات من المنتج بمقدار وحدة واحدة فزيادة الكمية المنتجة والمباعة من (3) الى (4) وحدات مثلاً يؤدي إلى زيادة في الإيراد، وهذا يعني ان الإيراد الحدي هو (6) دينار.

ومما يلاحظ عن الإيراد الحدي في حالة الاحتكار بأنه اقل من السعر (متوسط الإيراد) دائماً، وبمقارنة الإيراد الحدي في المنافسة مع الإيراد الحدي في الاحتكار نرى ان الإيراد الحدي في حالة المنافسة ثابتاً بينما نراه متناقصاً في حالة الاحتكار والشكل التالي يعرض لنا منحنى الطلب الذي يحققه من بيع وحدة إضافية فكل المنحنيين يرتبطان بالكمية المباعة بعلاقة عكسية ونلاحظ جلياً ان منحنى الإيراد الحدي يقع تحت منحنى الطلب او متوسط الإيراد.

### تحليل توازن سوق الاحتكار في الامد القصير وحالات الربح والخسارة

يعظم المحتكر ارباحه في الاجل القصير من خلال تطبيق شرطين

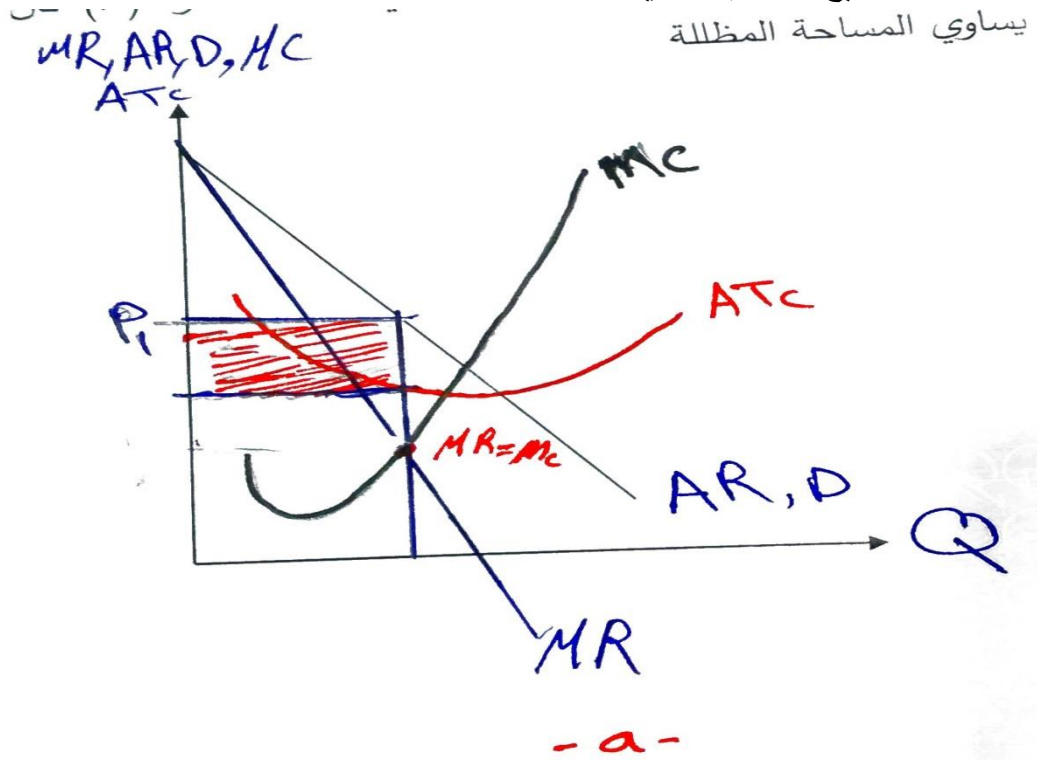
1. الإيراد الحدي يساوي التكلفة الحدية ( $MR=MC$ )

2. انحدار منحنى ( $MC$ ) اكبر من انحدار منحنى ( $MR$ ) عند نقطة التقاطع

يبين الشكل (a) طبيعة توازن المحتكر عند المستوى الانتاجي ( $Q$ ) التي تقابل شرطي التوازن ( $MR=MC$ ) وميل ( $MC$ ) اكبر من ميل ( $MR$ ) ( $MR < MC$ ) في ظل السعر ( $P_1$ ) فان

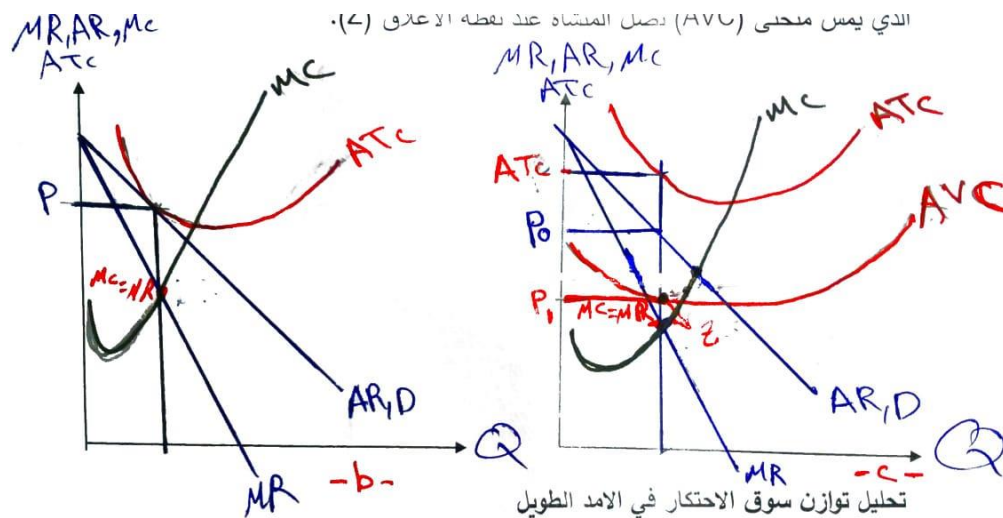
المحتكر يحقق ربح احتكاري يساوي المساحة المظللة

يساوي المساحة المظللة



في الرسم (b) يمس خط السعر منحني (ATC) فان المنشأة تحقق ربحا عاديا اي ان المشاة لا تحقق خسارة لأنها تغطي تكاليفها الثابتة والمتغيرة بالكامل.

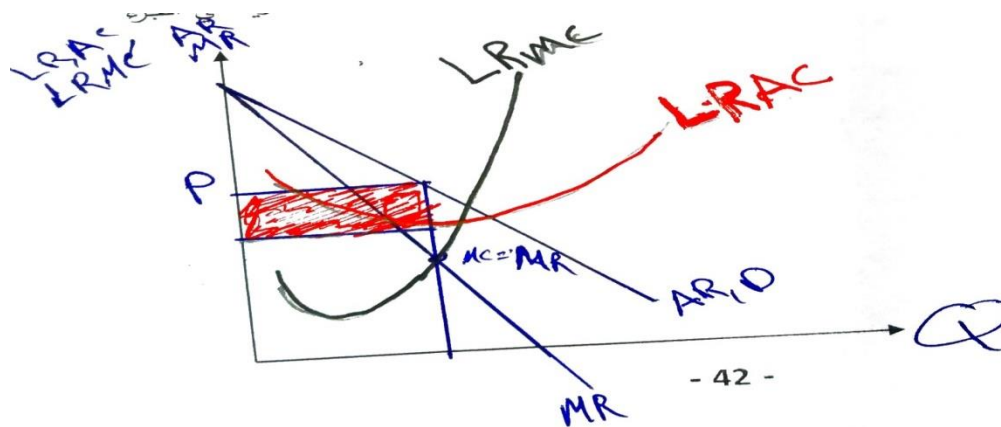
في الرسم (c) يقع منحني (ATC) اعلى من خط السعر في حين يمس خط السعر منحني (AVC) (ولكن ليس عند حده الأدنى بسبب ان منحني الطلب سالب الميل) وهذا يعني ان المنشأة تغطي تكاليفها المتغيرة وجزء من تكاليفها الثابتة ولكن لو ان السعر انخفض الى ( $P_1$ ) الذي يمس منحني (AVC) تصل المنشأة عند نقطة الاغلاق (Z).



### تحليل توازن سوق الاحتكار في الامد الطويل

لا يختلف توازن المحتكر في الامد الطويل عنه في الامد القصير اذا يحاول المحتكر تكيف طاقته الانتاجية في الامد الطويل بناء على التغير في طلب السوق في الامد الطويل لذلك يتحدد التوازن عندما تتساوى التكاليف الحدية في الامد الطويل (LRMC) مع الايراد الحدي (MR) في الشكل ادناه الذي يوضح حالة التوازن وكيفية حصول المحتكر على الارباح الاحتكارية في الجزء

المطل



## خامسا :- سوق المنافسة الاحتكارية

يمثل سوق المنافسة الاحتكارية الأكثر شيوعا في الحياة العملية من النماذج السابقة حيث يمثل حالة الوسط بين الواسقين السابقين فهو يجمع بعض خصائص سوق المنافسة التامة وبعض خصائص سوق الاحتكار التام ويكون اقرب عادة الى سوق المنافسة التامة.

### خصائص سوق المنافسة الاحتكارية

يتميز هذا السوق ببعض الخصائص منها ما يلي

1- وجود عدد كبير من الباعين والمشتريين مما يعني ان كل بائع او منتج لا يمثل الا حصة صغيرة من السوق ويكون عدد المنشآت التي تنتج السلعة اقل عدد من سوق المنافسة التامة وامثلة هذا السوق سوق الصوابين ،السكائر، الاحذية ،الملابس ، وسوق السيارات...الخ.

2- السلعة متماثلة وغير متجانسة وبالتالي قريبة من بعضها حيث يحاول كل منتج ان يجعل هنالك اختلاف في سلعته عن سلعة الاخرين سواء كان هذا الاختلاف شكليا في اللون، الديكور،الدعاية والاعلام، (المنافسة الغير سعرية) او الاختلاف جوهريا اذا يحاول البائع تحديد سعر سلعته بما يختلف عن سعر سلعة الاخرين ويعتمد هذا على درجة الاختلاف بين سلعته و سلع الاخرين.

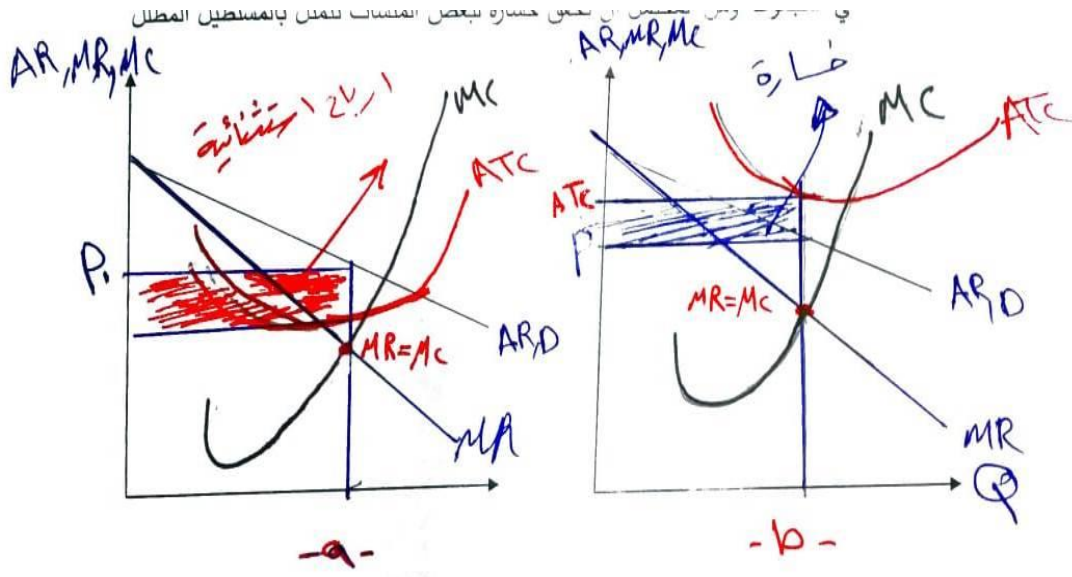
3- ان منحى الطلب في هذا السوق يكون لا نهائي المرونة نتيجة لعدم تجانس السلع التي ينتجها المتنافسون أي انه يكون على شكل خط مستقيم ينحدر من الاعلى الى الاسفل كما هو في سوق الاحتكار ولكن اكثر انبساطا أي اكثر مرونة.

4- يتميز هذا السوق بالمنافسة الغير سعرية عكس سوق المنافسة التامة (المنافسة سعرية) حيث يحاول المنتج ان يزيد من مبيعاته فما عليه الا ان يخفض سعر سلعته عن سعر سلعة الاخرين لزيادة عدد المشتريين واغرائهم لشراء سلعته وهو ما يطلق عليه بالتمييز السلعي أي جعل سلعته مميزة ومختلفة من نظر المستهلكين مما يتيح للمنتج امكانية رفع السعر بدون ان يفقد زبائنه او اجتذاب زبائن اخرين ومن وسائل التمييز السلعي (التعبئة والتغليف، اللون،الدعاية والاعلان..الخ

## تحليل توازن سوق المنافسة الاحتكارية في الالمد القصير وحالات الربح والخسارة

يكون منحنى طلب المنشأة منخفض المرونة مقارنة بحالة المنافسة التامة ولكنه اكثر مرونة من مقارنتا بسوق الاحتكار يبين الشكل (a) طبيعة توازن المحتكر عند المستوى الانتاجي (Q) التي تقابل شرطي التوازن (MR=MC) في ظل السعر (P) فان المحتكر يحقق ربح احتكاري يساوي المساحة المظللة.

في الرسم (b) يقع منحنى (ATC) اعلى من خط السعر هذا الوضع لا يكون مشابها لباقي المنشآت في المجموعة ومن المحتمل ان تحقق خسارة لبعض المنشآت تتمثل بالمستطيل المظلل



## تحليل توازن سوق المنافسة الاحتكارية في الالمد الطويل

توازن المحتكر في الالمد الطويل يحصل عندما يمس منحنى (D) منحنى (AC) في النقطة (N) ويكون السعر التوازني في الالمد الطويل (P) وهو مساوي لمتوسط ولا يوجد ربح استثنائي او خسارة لذا لا تدخل المشات الجديدة الى السوق ولا يوجد مبرر للخروج من السوق في ظل هذا الوضع.

ومن الملاحظ على توازن المنافسة الاحتكارية في الالمد الطويل وجود طاقة فائضة أي وجود تباين بين مستوى الالنتاج التوازني (Q) ومستوى الالنتاج الالمثل الذي يحدد عند مستوى متوسط التكاليف والذي يتساوى فيه ( متوسط التكلفة بالالمد الطويل LRAC و التكلفة الحدية في الالمد الطويل LRMC ) عند النقطة (Z) اذ تكون هنالك طاقة معطلة قدرها (Q - Q<sub>1</sub>) وهذا يعني ان التخصيص الالمثل لا تجده في المنافسة الاحتكارية.

