

## الاحتكار التام:

### 1. مفهوم وخصائص الاحتكار التام:

#### 1.1. مفهوم الاحتكار التام:

إن السوق في وضعية احتكار يتميز بغياب المنافسة، فالمنافسة ليست غير تامة فقط، ولكن غير موجودة كلياً. ويكون سوق أو قطاع نشاط في احتكار عندما لا يحتوي إلا على منتج وحيد في مواجهة العديد من الطالبين. فالاحتكار التام هو الحالة التي يوجد فيها بائع واحد لسلعة ما لا يوجد لها بدائل قريبة، كما يوجد فيها موانع قوية تحول دون دخول منافسين جدد إلى السوق. فالمحتكر هو المنتج الوحيد الذي يقوم بإنتاج سلعة معينة، لذلك فإن حجم مبيعاته يعتمد فقط على السعر الذي يحدده هو.

#### 2.1. خصائص الاحتكار التام:

- المحتكر يراقب عرض منتوجه، هذا العرض وحيد. وهذه الوضعية تفسر بـ:
- ✓ غياب بديل قريب بالنسبة للمنتوج مما يؤدي إلى غياب منافسين فوريين؛
- ✓ ظهور ثم استمرار الاحتكارات يترجم بوجود حواجز لدخول السوق أهمها:
- سيطرة المحتكر على مصادر المواد الأولية اللازمة لإنتاج السلعة المتبادلة؛
- احتفاظ المنتج المحتكر ببراءات الاختراع مما يمنع المشروعات الأخرى من تقليد منتجاته ومنافسته في السوق؛
- تمكن منتج وحيد من إنتاج كامل حاجة السوق بأقل التكاليف المتوسطة؛
- الاحتكار القانوني: تمكن محتكر واحد من الحصول على امتيازات خاصة من الحكومة لإنتاج سلعة أو تقديم خدمة ما، مثل شركات الكهرباء والماء؛
- تمكن أو قيام مشتري وحيد (كالحكومة مثلاً) باحتكار شراء كامل الكميات من السلعة، كمؤسسة حصر التبغ التي تحتكر شراء وتصنيع واستيراد وتصدير وبيع التبغ.

### 2. الطلب، الإيراد المتوسط والإيراد الحدي في حالة احتكار:

#### 1.2. الطلب في حالة احتكار:

بما أن الاحتكار التام هو بائع أو منتج وحيد لسلعة محددة ليس لها بدائل قريبة حالية أو محتملة، فإن المحتكر في استطاعته أن يحدد السعر الذي يبيع به سلعته في السوق على أن يقوم المستهلكين بتحديد الكمية التي يشترونها عند هذا السعر، أي أن الطلب الذي يواجهه المحتكر يتضمن وجود علاقة عكسية بين الكمية المطلوبة من السلعة وسعرها مع ثبات العوامل الأخرى. فإن حاول المحتكر رفع السعر فإن الكمية المطلوبة من السلعة سوف تنخفض والعكس صحيح. وإذا حاول المحتكر تخفيض الكمية المباعة في السوق فإن السعر يرتفع. وبمعنى آخر فإن المحتكر لا يمكنه أن يسيطر على السعر والكمية معاً، فهو إما يسيطر على السعر ومن ثمة تتحدد الكمية من جانب المستهلكين بالسوق، أو يسيطر على الكمية ومن ثمة يتحدد السعر من جانب المستهلكين بالسوق.

أضف إلى ذلك فان منحنى الطلب الذي يواجهه المحتكر هو منحنى طلب السوق على تلك السلعة، بمعنى أن كل المشتريين في السوق لهذه السلعة سوف يشترون من بائع واحد. وبافتراض سريان قانون الطلب فان منحنى الطلب الذي يواجهه المحتكر سيكون منحدرًا إلى أسفل بميل سالب:

$$Q = f(P) ; \quad \frac{dQ}{dP} < 0$$

منحنى الطلب هو منحنى عكسي وحيد بالشكل التالي:

$$P = g(Q) ; \quad \frac{dP}{dQ} < 0$$

وهذا عكس ما هو موجود في المنافسة. فان السعر المحدد من قبل المحتكر هو دالة في الكمية التي يعرضها (بمعنى إذا حاول المحتكر رفع الكمية المعروضة فهذا يؤدي إلى خفض سعرها). بينما تسعى المؤسسة في ظل المنافسة التامة إلى تعظيم ربحها بتغيير في مستوى مخرجاتها (لأن السعر معطى)، أما المحتكر باستطاعته تغيير إما السعر أو الكمية لتعظيم ربحه (تغيير تركيبة سعر-كمية التي تعظم الربح بسبب اختيار المتغير المستقل).

## 2.2. الإيراد المتوسط:

الإيراد المتوسط الملاحظ على المبيعات يساوي سعر البيع. ومنه فان منحنى الطلب هو أيضا منحنى الإيراد المتوسط.

يتم الحصول على الإيراد المتوسط بقسمة الإيراد الكلي على الكميات المباعة:

$$RT = P \cdot Q \quad \text{بما أن الإيراد الكلي يساوي سعر البيع في الكميات المباعة أي:}$$

$$RM = \frac{RT}{Q} = \frac{Q \cdot P}{Q} = P \quad \text{ومنه فان الإيراد المتوسط يحسب كالتالي:}$$

$$D = P = RM \quad \text{ومنه:}$$

## 3.2. الإيراد الحدي:

الإيراد الحدي يكون دائما أقل من الإيراد المتوسط، للبيع أكثر يجب على المحتكر أن يخفض في سعره. كمية إضافية مباعة تولد إضافي في الإيراد يكون أقل من الإيراد المحقق من المبيعات السابقة (السعر قد انخفض). انخفاض السعر على الوحدة الأخيرة يتحقق على كل الوحدات السابقة. الإيراد الحدي هو دائما أقل من السعر بالنسبة لكل أحجام الإنتاج.

يقيس الإيراد الحدي الإضافي في الإيراد الكلي الناتج عن بيع وحدة إضافية (رياضيا هي مشتقة RT بالنسبة لـ

$$Q). \text{ أي: } Rm = \frac{dRT}{dQ}$$

في الاحتكار منحنى الطلب لديه ميل سالب، والإيراد الحدي يكون دائما أقل من منحنى الطلب (أو الإيراد المتوسط)، بمعنى السعر.

$$Rm = \frac{dRT}{dQ} = P + Q \left( \frac{dP}{dQ} \right) \quad \text{بما أن: } RT = P \cdot Q \quad \text{ومنه فان الإيراد الحدي هو:}$$

وبما أن:  $\frac{dP}{dQ} < 0$  فإن الإيراد الحدي يكون أقل من السعر.

4.2. العلاقة بين مرونة الطلب، الإيراد الكلي والإيراد الحدي:

$$RT = P \cdot Q$$

وبالاشتقاق نحصل على الإيراد الحدي:

$$Rm = \frac{dRT}{dQ} = P + \frac{dP}{dQ} Q$$

$$Rm = P + \frac{P}{P} \frac{dP}{dQ} Q$$

$$Rm = P \left( 1 + \frac{Q}{P} \frac{dP}{dQ} \right) = P \left( 1 + \frac{1}{e_p} \right)$$

وبما أن  $e_p$  لها إشارة سالبة يمكن أن نكتب:

$$Rm = P \left( 1 - \frac{1}{e_p} \right)$$

ومنه فإن:  $Rm < P$  أي الإيراد الحدي أصغر من الإيراد المتوسط أو السعر.

انخفاض السعر يرفع من الإيراد الكلي  $\rightarrow$  متزايدة  $RT \rightarrow Rm > 0 \rightarrow e_p > 1$

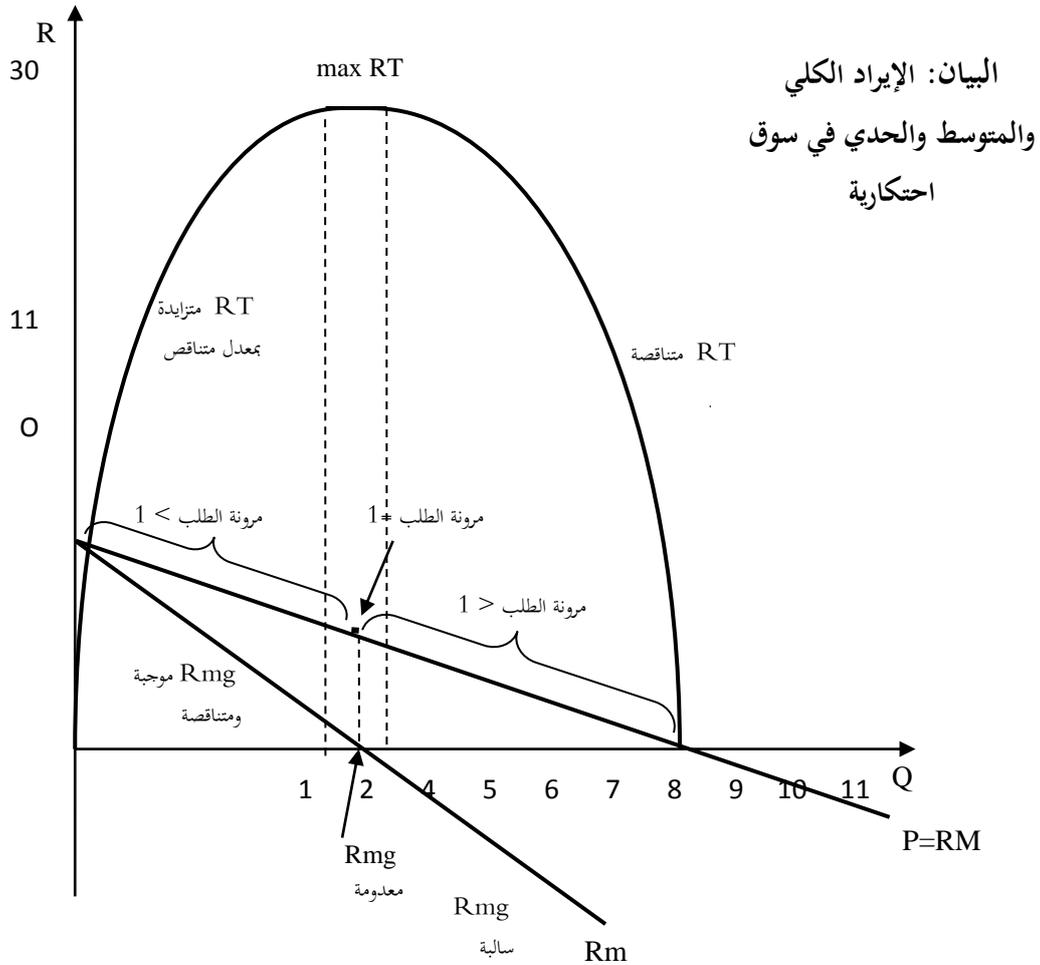
انخفاض السعر يخفض من الإيراد الكلي  $\rightarrow$  متناقصة  $RT \rightarrow Rm < 0 \rightarrow e_p < 1$

انخفاض السعر لا يؤثر على الإيراد الكلي  $\rightarrow \max RT \rightarrow Rm = 0 \rightarrow e_p = 1$

■ منحنيات الإيرادات في سوق احتكارية:

الجدول 1: الإيراد الكلي والمتوسط والحدي في سوق احتكارية

| $Rm = \frac{\Delta RT}{\Delta Q}$ | $RM = \frac{RT}{Q}$ | $RT = Q \cdot P$ | P  | Q  |
|-----------------------------------|---------------------|------------------|----|----|
| -                                 | -                   | 0                | 11 | 0  |
| 10                                | 10                  | 10               | 10 | 1  |
| 8                                 | 9                   | 18               | 9  | 2  |
| 6                                 | 8                   | 24               | 8  | 3  |
| 4                                 | 7                   | 28               | 7  | 4  |
| 2                                 | 6                   | 30               | 6  | 5  |
| 0                                 | 5                   | 30               | 5  | 6  |
| 2-                                | 4                   | 28               | 4  | 7  |
| 4-                                | 3                   | 24               | 3  | 8  |
| 6-                                | 2                   | 18               | 2  | 9  |
| 8-                                | 1                   | 10               | 1  | 10 |
| 10-                               | 0                   | 0                | 0  | 11 |



### ملاحظات:

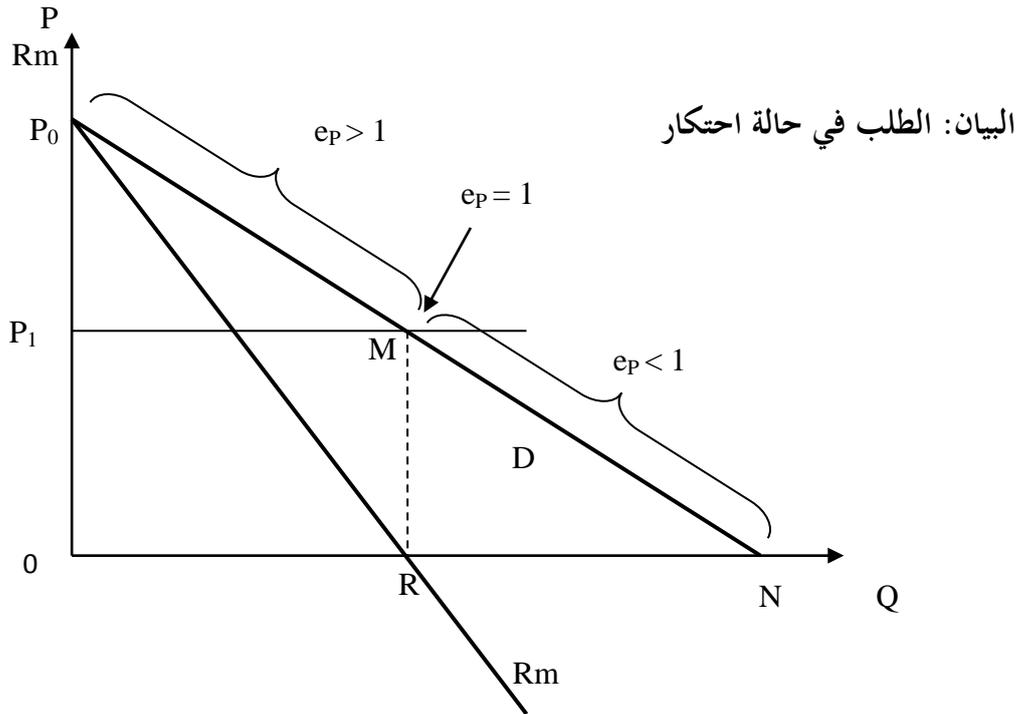
- منحنى الإيراد الكلي يبدأ من الصفر ثم بعد ذلك يتزايد بمعدل متناقص حتى يصل إلى أقصاه عند الوحدة الخامسة ويبقى ثابتاً بين الـ 5 و 6 وبعد ذلك يتناقص الإيراد الكلي.
- منحنى الإيراد الحدي موجب ومتناقص عندما يكون الطلب على السلعة مرناً حتى يبيع 5 وحدات ونصف من السلعة، وبعدها يصبح الطلب غير مرناً فإن الإيراد الحدي يكون سالباً، ويصل الإيراد الحدي إلى الصفر عندما تكون مرونة الطلب مساوية للواحد.
- منحنى الإيراد المتوسط متناقص ويعكس دالة المبيعات المتوقعة للمحتكر وهو نفسه منحنى طلب السوق.

### 3. توازن الاحتكار في المدى القصير:

إن السوق في وضعية احتكار يتميز بغياب المنافسة. سوق أو قطاع نشاط في احتكار لا يحتوي إلا على منتج وحيد في مواجهة العديد من الطالبين. الشركة الوحيدة يمكن أن تمارس سلطة السوق بمعنى تحدد سعرها أعلى من التكلفة الحدية للإنتاج. المؤسسة الاحتكارية يمكن أن تختار أسعارها أو الكميات بشكل يحفظ لها ربح اقتصادي موجب، يسمى ربح الاحتكار *rente de monopole*.

### 1.3. تحديد السعر في المدى القصير:

نظرا لأن المحتكر هو الوحيد في السوق، فإن الطلب الموجه له هو طلب السوق  $D$ ، ونظرا لأن المؤسسة الاحتكارية تتحكم في تحديد الأسعار، بمعنى صانعة السعر (price maker)، فالمحتكر لا يضع السعر بين  $0$  و  $P_1$ ، وهي القطعة  $MN$  من منحنى الطلب، لأن هذا الجزء يرتبط بإيراد حدي سالب ( $R_m$  سالبة بعد النقطة  $R$ ) كما أن الطلب يكون غير مرن (المرونة السعرية أقل من 1). ومنه يتحدد السعر بين  $P_0$  و  $P_1$ ، أي على الجزء  $P_0M$  من منحنى الطلب، نظرا لمرونته (المرونة السعرية أكبر من 1)، كما أن الإيراد الحدي يكون موجب ( $R_m$  موجبة على الجزء  $P_0R$ ).

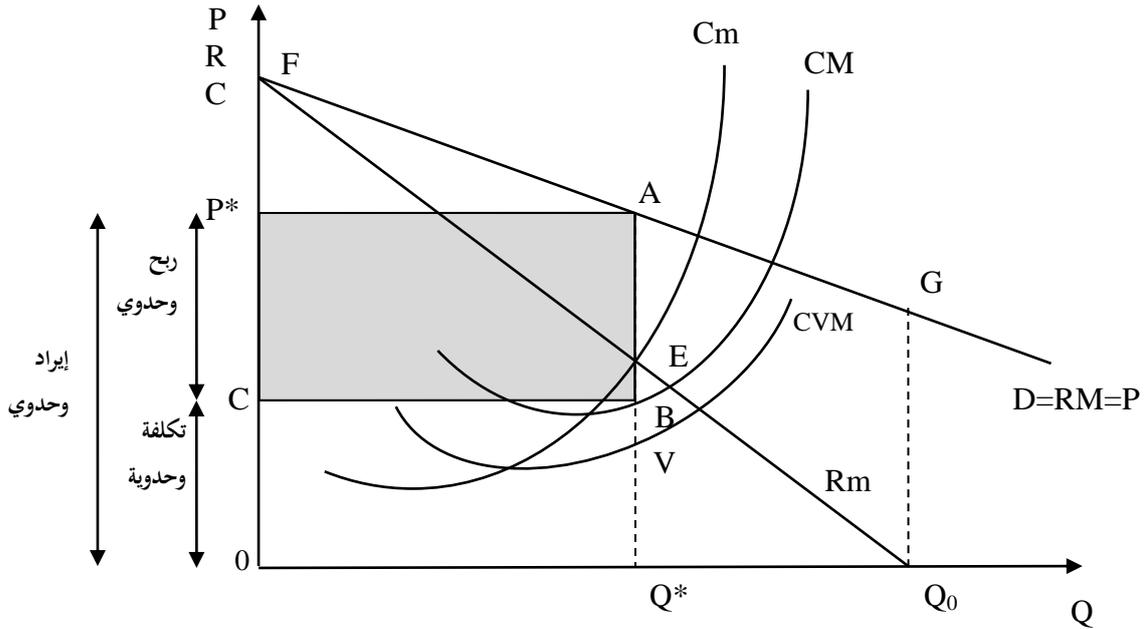


### 2.3. الربح في المدى القصير:

المؤسسة الاحتكارية مثل أي مؤسسة، تبحث عن تعظيم ربحها. وقاعدة تعظيم الربح قد تم دراستها أثناء تحليل المنافسة التامة، وهي: يكون الربح في أقصاه عندما تكون الكمية المنتجة محددة عبر مساواة التكلفة الحدية بالإيراد الحدي ( $R_m = C$ )، وهي فعالة بالنسبة لكل أنواع الأسواق. المساواة بين  $R_m$  و  $C_m$  في البيان الموالي يؤدي إلى نقطة التوازن  $E$ ، نقطة تقاطع منحنى الإيراد الحدي والتكلفة الحدية. هذه النقطة تعني أنه من أجل تعظيم ربحه، يجب على المحتكر إنتاج وبيع الكمية  $Q^*$  وحدة من إنتاجه. السعر يتحدد عبر التقاطع مع دالة الطلب، النقطة  $E$  يتم إسقاطها على مستقيم الطلب (النقطة  $A$ )، وهذه الأخيرة يتم إسقاطها على محور الأسعار ( $P^*$ ). الربح يكون في أقصاه عندما تباع الشركة إنتاجها  $Q^*$  بالسعر  $P^*$ . الربح الإجمالي الأقصى هو المستطيل  $P^*ABC$ . هو ربح صافي لأن الربح الوحدوي  $AB$  يتجاوز التكلفة المتوسطة الإجمالية  $CM$ ، التي تضم تكلفة الفرصة، أي تتضمن الربح العادي. نلاحظ أن الربح المحدد من قبل المحتكر يقع في الجزء المرن من منحنى طلبه، أي بين  $F$  و  $G$  حيث يكون  $e_p > 1$ .

الربح الوحدوي، الممثل بالقطعة المستقيمة  $CP^*$  أو  $AB$ ، ناتج عن ربح المحتكر  $la\ rente\ du\ monopole$  الذي يعرف بالفرق بين الربح في الاحتكار والربح في وضعية المنافسة. الربح الاقتصادي للاحتكار يستمر في المدى الطويل لأنه لا يوجد دخول إلى سوق الربح. هنا توازن المحتكر يولد وضعية أقل فعالية بالنسبة للمستهلكين من توازن المنافسة، فالسعر دائما أعلى من التكلفة الحدية والكميات المتوفرة في السوق أقل.

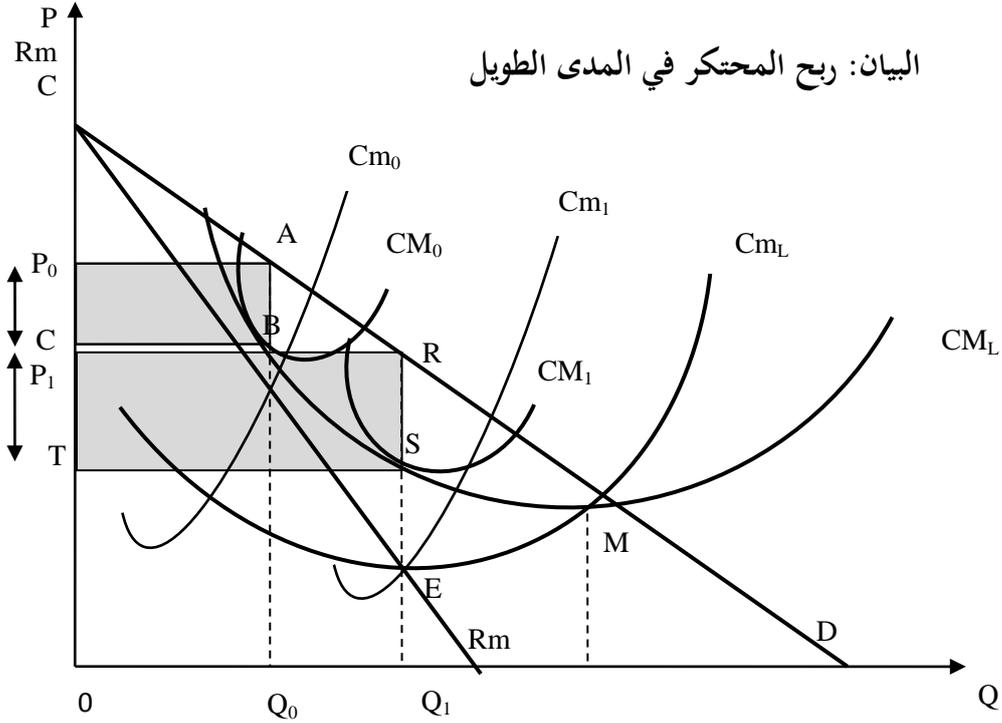
#### البيان: ربح المحتكر في المدى القصير



#### 4. توازن الاحتكار في المدى الطويل:

في المدى الطويل الحفاظ على الاحتكار في الفرع يعتمد بالدرجة الأولى على تحقيق أو عدم تحقيق أرباح صافية في المدى القصير. إذا كانت هذه الأخيرة موجبة، يمكن للمحتكر البقاء في الصناعة مثلما هو الحال في المنافسة، حيث يكيف حجمه لتحقيق أرباح أكبر، وهو ما نلاحظه في البيان الموالي. في المدى القصير النقطة المثلى تتمثل في إنتاج  $Q_0$  بسعر  $P_0$  وبحجم ممثل بالتكلفة المتوسطة  $CM_0$ ، الربح الصافي هو  $P_0ABC$ . في المدى الطويل يبحث المحتكر عن الحجم الذي يمنحه ربح أكبر، هذا الحجم مرتبط بالنقطة المثلى في المدى الطويل المعطاة بالمساواة:  $Rm = Cm_L$ ، بمعنى في النقطة  $E$ .

## البيان: ربح المحتكر في المدى الطويل



الإنتاج هو  $Q_1$ ، السعر  $P_1$  والحجم الأكثر ملائمة لـ  $Q_1$  معطى من قبل التكلفة المتوسطة للمدى القصير.  $CM_1$ ، تمس في  $S$  التكلفة المتوسطة للمدى الطويل. الربح الأقصى هو  $P_1RST$  هو أكبر من ربح المدى القصير. بتحقيق نتائج إيجابية في المدى القصير يمكن للمحتكر البقاء في السوق.

البيان السابق يصف حالة حيث يحقق المحتكر "اقتصاديات الحجم" لأنه مع إنتاج يساوي  $Q_1$  تكون التكلفة المتوسطة للمدى الطويل متناقصة. يمكن أن نتصور احتكار يعمل بحجمه المثالي، بمعنى في النقطة  $M$  من المنحنى  $CM_L$ ، يكفي أن يدور الطلب وذلك من خلال ارتفاعه، حول نقطة الأصل في محور الترتيب. بصيغة أخرى، يجب أن يكون حجم السوق أكبر. يمكن، وبطريقة تفكير مماثلة، تصور محتكر يعمل في "لااقتصاديات الحجم" على يمين النقطة  $M$ .

إن المحافظة على الاحتكار في المدى الطويل يتعلق بدرجة ثانية بإمكانية أو عدم إمكانية دخول منافسين. إذا كان الدخول عليه حواجز، المحتكر يمكن أن يبقى في السوق. في الواقع استمرار الوضعية الاحتكارية في المدى الطويل تتعلق في نفس الوقت بوجود أرباح صافية وحواجز على دخول مؤسسات أخرى.

### ■ مثال عددي:

لتكن دالة التكلفة لمؤسسة احتكارية تنتج السلعة  $Q$ ، بالإضافة إلى دالة طلب السوق الموجهة لهذه المؤسسة مبينة في الجدول التالي:

| Q  | 0  | 1   | 2  | 3   | 4  | 5    | 6    |
|----|----|-----|----|-----|----|------|------|
| CT | 0  | 10  | 16 | 19  | 23 | 28.5 | 37.5 |
| P  | 10 | 9.5 | 9  | 8.5 | 8  | 7.5  | 7    |

- أحسب كل من:  $C_m$  ،  $R_m$  ،  $RT$ ؛
- أوجد كمية وسعر توازن المحتكر؛
- أحسب قيمة الربح.

■ الحل:

حساب كل من:  $C_m$  ،  $R_m$  ،  $RT$ :

|                              |    |     |     |      |     |             |      |
|------------------------------|----|-----|-----|------|-----|-------------|------|
| Q                            | 0  | 1   | 2   | 3    | 4   | <u>5</u>    | 6    |
| CT                           | 0  | 10  | 16  | 19   | 23  | <u>28.5</u> | 37.5 |
| P                            | 10 | 9.5 | 9   | 8.5  | 8   | <u>7.5</u>  | 7    |
| $RT = Q \cdot P$             | 0  | 9.5 | 18  | 25.5 | 32  | <u>37.5</u> | 42   |
| $R_m = \Delta RT / \Delta Q$ | -  | 9.5 | 8.5 | 7.5  | 6.5 | <u>5.5</u>  | 4.5  |
| $C_m = \Delta CT / \Delta Q$ | -  | 10  | 6   | 3    | 4   | <u>5.5</u>  | 9    |

- إيجاد كمية وسعر توازن المحتكر:

من الجدول يتحقق شرط التوازن  $R_m = C_m$  عند القيم:  $Q = 5$  و  $P = 7.5$

- قيمة الربح:

من الجدول لدينا:

$$\pi = RT - CT = 37.5 - 28.5 \rightarrow \pi = 9$$