

## انحصار خرید

### Monopsony

انحصار خرید، مشتق از کلمه یونانی Mono به معنی یک و Oposonia به معنی خریدار می‌باشد (Eatwell et al, 1988, P. 193). حالت انحصار در شرایط خرید یک کالا و نهاده نیز می‌تواند وجود داشته باشد، اگر مصرف‌کننده، کالا یا نهاده مورد نیاز خود را از بازار رقابتی خریدار نماید، به دلیل اینکه این خریدار، سهم بسیار ناچیزی در خرید کل بازار دارد، نمی‌تواند بر روی قیمت کالای خریداری شده تاثیر گذار باشد. به عبارت دیگر تحت شرایط رقابت کامل، خریدار می‌تواند در یک سطح ثابت و معین قیمت به هر میزان که از کالا یا نهاده‌ای نیاز داشته باشد، خریداری نماید، یعنی منحنی عرضه‌ای که پیش روی خریدار در بازار رقابت کامل قرار دارد، یک خط افقی است. حال اگر متقاضی کالا یا نهاده، خریدار انحصاری آن کالا یا نهاده در بازار باشد، دیگر نخواهد توانست بدون تغییر قیمت هر میزانی از کالا را که نیاز داشته باشد خریداری نماید، بلکه انحصارگر خرید، برای اینکه مقادیر بیشتری را بتواند خریداری نماید، مجبور است که قیمت‌های بالاتری پرداخت کند. در حالت انحصار خرید، تنها یک خریدار در بازار وجود داشته و تمام عرضه کنندگان، کالا و یا نهاده خود را به آن انحصارگر می‌فروشند، بنابراین منحنی عرضه‌ای که پیش روی انحصارگر خرید قرار دارد همان منحنی عرضه کل بازار است که یک منحنی صعودی می‌باشد (فرجی دیزجی، ۱۳۸۹، ص. ۴۷۱). به عنوان مثال شرکت ملی گاز تنها خریدار خدمات پیمانکاری توزیع گاز در کشور است. مثال دیگر کارخانه قند خریدار همه محصول چغندر قند یک استان یا یک منطقه از کشور است. تابع مخارج نهایی انحصارگر خرید بیانگر هزینه مربوط به آخرین واحد کالای خریداری شده توسط وی می‌باشد. تابع مخارج نهایی مصرف‌کننده در حالت رقابتی، منطبق بر منحنی عرضه بوده و به صورت بی کشش می‌باشد،

در حالی که منحنی مخارج نهایی برای انحصارگر خرید، بالاتر از منحنی عرضه قرار خواهد گرفت. انحصارگر خرید کالا، نقطه بهینه‌ای که برای خرید خود تعیین می‌کند، مقداری از خرید است که مخارج نهایی انحصارگر خرید مساوی است با منفعت نهایی که در استفاده آن بدست می‌آورد (شاگری، ۱۳۸۶، ص. ۱۵۳). از آنجایی که مخارج نهایی بالاتر از عرضه کالا است، لذا میزان خرید انحصارگر خرید کمتر از حالت بهینه پارتو یا همان فضای رقابت کامل خواهد بود و لذا در این صورت ناکارایی به دلیل وجود انحصار خرید بروز می‌نماید.

همانند انحصارگر فروش، در مورد قدرت انحصاری انحصارگر خرید نیز می‌توان بحث نمود. هر چقدر کشش قیمتی منحنی عرضه‌ای که انحصارگر خرید با آن روبروست، کمتر باشد، قدرت انحصاری وی بیشتر خواهد بود. برای اندازه‌گیری قدرت انحصاری انحصارگر خرید نیز از شاخص «لرنر» استفاده می‌شود که برابر با عکس کشش قیمتی عرضه بازار می‌باشد:

$$L = \frac{1}{\text{کشش قیمتی عرضه}}$$

### انحصار خرید در بازار نهاده:

گاهی ممکن است که برای یک نهاده خاصی که صاحبان نهاده عرضه می‌کنند، تنها یک خریدار وجود داشته باشد، در آن صورت آن انحصارگر، نهاده مورد نظر را بصورت انحصاری خریداری می‌کند و منحنی عرضه نهاده‌ای که پیش روی بنگاه انحصاری خرید قرار دارد، همان منحنی عرضه بازار است که یک منحنی صعودی بوده و انحصارگر مجبور است برای استخدام مقادیر بیشتری از نهاده، قیمت‌های بالاتری پردازد.

اگر انحصارگر نهاده  $x$  را بصورت انحصاری به قیمت  $w=g(x)$  بخرد و محصولش را با تابع تولید  $q=h(x)$  تولید کرده و در بازار رقابتی به قیمت  $p$  به فروش رساند. در واقع انحصارگر سود خود را حداکثر خواهد کرد و برای این کار

می‌کند، قیمت پرداختی انحصارگر خرید ( $w_m$ ) پایین‌تر از مخارج نهایی استخدام نهاد برای انحصارگر ( $w + x.g'(x)$ ) خواهد بود (قره‌باغیان و پژویان، ۱۳۹۲، ص. ۲۸۰) و در واقع چون در نقطه حداکثر سود انحصارگر خرید، برابری بین هزینه نهایی نهاد برای تولیدکننده و ارزش تولید نهایی برقرار است، لذا قیمت پرداختی انحصارگر خرید به صاحبان نهاد کمتر از ارزش تولید نهایی نهاد یا همان  $w_c$  خواهد بود.

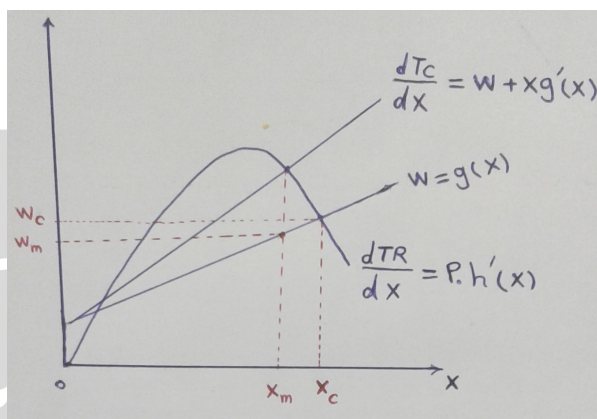
بازارهای خرید براساس ساختارهای مختلف بازار محصول و بازار نهاد؛

خرید نهاد به صورت انحصاری و فروش محصول در بازار رقابتی؛ حالتی از انحصار در خرید است که در بازار نهاد ایجاد شده است. در این صورت بنگاه استخدام نهاد را طوری قرار می‌دهد که هزینه نهایی نهاد استخدامی ( $MFC^{X1}$ ) مساوی با ارزش تولید نهایی اش ( $VMP_{X1}$ ) شود. اما قیمتی که برای نهاد می‌پردازد با توجه به تابع عرضه نهاد - همان تابع هزینه نهایی تولید نهاد - ( $r = g(x_1)$ ) می‌باشد. انحصارگر خرید نهاد برای خرید واحدهای بیشتر نهاد باید قیمت ( $r_1$ ) بیشتری پیشنهاد دهد تا عرضه کنندگان نهاد را ترغیب کند، لذا هزینه نهایی استخدام نهاد ( $MFC^{X1}$ ) علاوه بر صعودی بودن نسبت به مقدار نهاد، بالاتر از قیمت نهاد (هزینه نهایی تولید نهاد) است. بنابراین میزان استخدام نهاد ( $x_1^0$ ) کمتر از حالتی خواهد بود که هزینه نهایی تولید نهاد مساوی ارزش تولید نهایی نهاد، می‌باشد و میزان استخدام کمتر از حالت رقابتی و قیمتی نهاد استخدام شده  $r_1^0$  است (فرجی دیزجی، ۱۳۸۹، ص. ۴۷۸). اما مقدار و قیمت عرضه محصول این بنگاه از برابری هزینه نهایی تولید و قیمت بازار رقابتی محصول حاصل خواهد شد. این وضعیت ناکارایی در بازار نهاد را هنگامی که انحصار خرید در این بازار وجود دارد، نشان می‌دهد.

انحصارگر خرید تابع سود را بهینه‌یابی می‌کند. در شکل زیر منحنی  $\frac{dTR}{dx}$  ارزش درآمد نهایی، خط  $\frac{dTC}{dx}$  هزینه نهایی و خط  $w$  عرضه نهاد را نشان می‌دهد (فرجی دیزجی، ۱۳۸۹، ص. ۴۷۵). در این صورت انحصارگر خرید به صورت زیر عمل خواهد کرد:

$$\pi = TR - TC = pq - wx = p.h(x) - x.g(x)$$

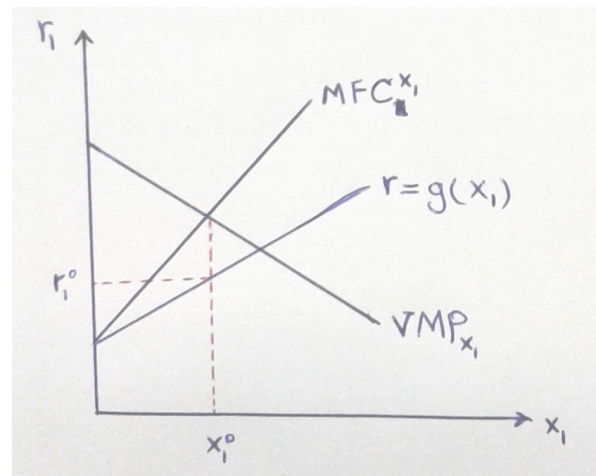
$$\frac{d\pi}{dx} = p.h'(x) - g(x) - x.g'(x) = 0 \Rightarrow p.h'(x) = w + x.g'(x)$$



تولیدکننده رقابتی تا جایی استخدام می‌کند که قیمت نهاد - که مقدار ثابتی است - برابر با ارزش تولید نهایی نهاد ( $p = h'(x)$ ) باشد. ولی انحصارگر خرید تا جایی استخدام می‌کند که ارزش تولید نهایی نهاد ( $ph'(x)$ ) برابر با هزینه نهایی نهاد ( $w + x.g'(x)$ ) شود. ارزش تولید نهایی نهاد به دلیل قانون بازده نزولی، با افزایش میزان نهاد استخدام شده کاهش می‌یابد. از طرف دیگر از آنجایی که انحصارگر خرید برای استخدام بیشتر نهاد مجبور است قیمت بالاتر بپردازد، لذا هزینه نهایی تولید در حالت انحصار خرید بیشتر از هزینه نهایی نهاد در حالت رقابتی است و تابعی صعودی از میزان استخدام نهاد می‌باشد. بنابراین پر واضح است که میزان استخدام نهاد توسط انحصارگر خرید ( $x_m$ ) کمتر از میزان استخدام رقابتی ( $x_c$ ) است و چون دستمزد یا قیمت نهاد را براساس تابع عرضه نهاد - که معمولاً همان هزینه نهایی تولید نهاد می‌باشد - تعیین

## انحصار خرید

تأثیر عملیات خود بر روی فعالیت رقبای خود ندارد. از طرفی در بازارهای رقابتی و رقابت انحصاری، خریداران آن قدر زیاد هستند که تصمیمات یک خریدار، تأثیر بسیار ناچیزی بر فعالیت سایر رقبا دارد. به عبارت دیگر تأثیر تصمیمات یک خریدار بر سود دیگر خریداران بسیار ناچیز می‌باشد. بازار انحصار چند جانبه از انواع بازارهایی می‌باشد که بین دو قطب رقابت کامل و انحصار کامل قرار می‌گیرد، زیرا تعداد خریداران نه بسیار زیاد است که عمل هر کدام هیچ نقشی در بازار نداشته باشد و نه اینکه فقط یک خریدار وجود دارد که تمامی خرید بازار را در اختیار داشته باشد. بنابراین بازار انحصار چند جانبه خرید بازاری است که چند بنگاه، کالای همگن و یا ناهمگنی را خریداری می‌کنند. به عنوان مثال کارخانجات تولید قند که چغندر قند را از کشاورزان یک منطقه خریداری می‌کنند. اگر کالای خریداری شده همگن باشد، انحصار چند جانبه خرید خالص و اگر کالاهای خریداری شده ناهمگن باشند، بازار انحصار چند جانبه ناخالص خرید به وجود می‌آید. ویژگی مهم این بازار وابستگی متقابل بین بنگاه‌ها می‌باشد و تصمیمات یک خریدار برای میزان خرید بر سود خریدار دیگر تأثیر می‌گذارد. برخلاف بازارهای دیگر در حالت انحصار چند جانبه، جواب عمومی و معینی را برای نقطه تعادلی بنگاه نمی‌توان تعیین کرد، زیرا به دلیل وابستگی متقابل بین خریداران، نمی‌توان شرط مشخص و معینی برای حداکثر شدن سود بنگاه‌ها در نظر گرفت (فرجی دیزجی، ۱۳۸۹، ص. ۴۷۸). راه حل‌های موجود در انحصار چند جانبه خرید هر کدام بر فرض‌های متفاوتی در مورد نحوه عکس‌العمل رقبا نسبت به تغییر مقدار و قیمت یک بنگاه فردی مبتنی است. در نتیجه هر فرض به صورت الگوی خاصی تدوین خواهد شد تا اینکه بنگاه‌ها بتوانند به تعادل نش برسند. این راه حل می‌تواند؛ راه حل شبه رقابتی، راه حل سازش، راه حل کورنو و... باشد.



خرید نهاده به صورت انحصاری و فروش محصول به صورت انحصاری؛ این وضعیت متفاوت از انحصار دو طرفه است. در انحصار دو طرفه فروشنده نهاده یا محصول انحصارگر فروش است و خریدار همان نهاده یا محصول انحصارگر دیگری است که تنها خریدار محصول یا نهاده است. اما در وضعیت مذکور، یک بنگاه هم نهاده را به طور انحصاری می‌خرد و هم محصولش را به صورت انحصاری می‌فروشد. بنابراین متفاوت از انحصار دو طرفه است. در این وضعیت بنگاه میزان استخدام نهاده‌اش را از برابری هزینه نهایی استخدام نهاده با درآمد نهایی نهاده استخراج می‌کند و محصولش را تا جایی عرضه می‌کند که هزینه نهایی تولید محصول با درآمد نهایی فروش محصول برابر باشد. براساس تحلیل‌های فوق میزان استخدام نهاده و قیمت پرداختی توسط بنگاه برای نهاده کمتر از رقابتی و قیمت محصول و مقدار محصول به ترتیب بالاتر و کمتر از وضعیت رقابتی است. بنابراین نابهینگی در تخصیص بازار کالا و نهاده‌ها بطور کامل برقرار شده است.

### انحصار چند جانبه خرید:

در بازار انحصار خرید کامل، برای خریدار هیچ رقیبی در بازار وجود ندارد و در نتیجه خریدار هیچ نیازی به بررسی

## انحصار خرید

### کتابشناسی

شاگری، عباس (۱۳۸۶). اقتصاد خرد ۲ نظریه‌ها و کاربردها. نشر نی، تهران.

فرجی دیزجی، سجاد (۱۳۸۹). تئوری اقتصاد خرد. دانشگاه علوم اقتصادی، تهران.

هندرسن، م. جیمز و کوانت، ا. ریچارد (۱۹۲۹). تئوری اقتصاد خرد:

رهیافت ریاضی. ترجمه مرتضی قرباغیان و جمشید پژویان (۱۳۹۲).

تهران: موسسه خدمات فرهنگی رسا.

John Eatwell, Murray Milgate & Peter Newman, The new Palgrave a Dictionary of Economics. The Stockton press, New York, 1988.

محسن نظری

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران



دانشگاه اقتصاد