

مفهوم الاحتكار وتطبيقه في السوق السعودي

Monopoly Concept and its Application in the Saudi Market

إعداد الطالب/

رائد بن عبدالله بن حجير

إشراف/

اسماء

العام الدراسي:

2024

الفهرس

3		مقدمة:
5		مشكلة الدراسة:
7		أهمية الدراسة:
9		أهداف الدراسة:
10		تساؤلات الدراسة:
11		فروض الدراسة:
12		الدراسات السابقة:
21		المنطلقات النظرية للدراسة:
23		المنهجية وطرق البحث:
24		القيود والتحديات
25		أدوات الدراسة :
26		حدود الدراسة :
27		المراجع:

مقدمة:

فترة طويلة كانت هناك شركات تتنافس على لعب الدور المهيمن في السوق المملكة العربية السعودية، يقدر السكان عندما تتنافس مؤسسة ضد أخرى، ومع ذلك هناك تلك القوى التي تهدف إلى تنظيم القوى التي تمارسها هذه الشركات في السوق وفقاً لنظام عدالة المنافسة في المملكة العربية السعودية وفي معظم البلدان، تم التخفيف من مثل هذه الحالات التي تنتج عن خسائر من الأعمال المنافسة.

علاوة على ذلك، تم سن تشريعات تهدف إلى ضمان وجود قواسم مشتركة. قد تشمل هذه التقنيات التفوق التكنولوجي، تقليل التكاليف، زيادة الأرباح، اقتصادات الحجم. كطريقة لضمان عدم تمتع أي شركة بميزة على الأخرى في السوق، تم تشريع العديد من القوانين من قبل جهات حكومية مختلفة في السوق السعودي لضمان وجود السيطرة على السوق. تم تشريع العديد من القوانين بما في ذلك قوانين المنافسة التي تهدف إلى حظر الممارسات التجارية التي تسرق المستهلكين بشكل غير عادل لصالح المنافسة نتيجة لخلق أسعار أعلى من منتجاتهم وخدماتهم.

الاحتكار هو سوق يمكن أن يؤدي إلى عدم تحقيق الاقتصاد الأمثل. الاحتكاريين يعززون ندرة السلع المحتكرة كوسيلة لزيادة الأرباح. نتيجة لذلك، يتضرر المشترون اقتصادياً. وقد تم تقديم الحجة من قبل الاقتصاديين الذين يعتقدون أن ندرة الاقتصاد أكثر وضوحاً تحت الاحتكار مقارنة عندما تكون هناك منافسة في السوق. بشكل دقيق، يعتقد أن الاحتكار سيؤدي إلى ندرة اقتصادية كبيرة أكثر من السماح بالمنافسة المثالية بطرق عديدة، كما سيتم الجدل في هذا البحث، قد يكون الاحتكار متفوقاً على المنافسة المثالية في تحفيز النمو وبالتالي قد يقلل من الندرة.

سيتناول هذا البحث نظرة شاملة على جوانب الاحتكار، باتخاذ موقف عالمي وإجراء مقارنات محددة مع المملكة العربية السعودية، التي في هذه الحالة هي محور الاهتمام الرئيسي. ومع ارتفاع حالات الاحتكار، هناك البديل الآخر الذي سيتم ذكره في البحث وهو السوق التنافسية. و على هذا النحو، ستصف الورقة الفرق بين الاثنين والأسباب المطلقة التي تجعل الأخير يعتبر صديقاً أفضل للاقتصاد من الأول. و في حين أن المملكة العربية السعودية هي المنتج الرئيسي للنفط في العالم، هناك العديد من الأسباب التي تجعل صناعة النفط يجب أن تُسمح لها بالحفاظ على لعبتها الاحتكارية محلياً، وهناك سبب يجعل العديد من الصناعات الأخرى تخفف من قبضتها الاحتكارية.

يمكن القيام بذلك فقط عندما تنفذ الحكومة القوانين الموصى بها التي ستخفف من نسيج الاحتكارات. مع كون الاحتكار موضوعاً مثيراً للقلق، سيتم تناول المزايا والعيوب لتركيبة المقياس العام حيث سيجرى البحث أيضاً بحثاً باستخدام طرق مختلفة لجمع البيانات مثل المقابلات والاستبيانات.

والسبب الرئيسي لجمع البيانات هو العثور على المعلومات حول ما يعتقد الناس، وخاصة رجال الأعمال، بشأن الاحتكار. ومن الجدير بالذكر أن الاحتكارات هي عامل واحد لا يدمر الاقتصاد فقط، بل تقلل من القوة الابتكارية التي يمكن أن يتمتع بها أي اقتصاد غني.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في فهم وتحليل طبيعة وتأثير الاحتكار في السوق السعودي، مع التركيز على قطاعي النفط والبنوك.

تسعى الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالاحتكار، ومنها:

كيفية تطور الشركات لتصبح احتكارية:

تحليل العوامل التي تساعد الشركات على تحقيق السيطرة الاحتكارية في السوق، مثل الحواجز التي تحول دون دخول منافسين جدد، والتفوق التكنولوجي، وتقليل التكاليف.

التأثيرات السلبية للاحتكار على السوق:

دراسة كيف يمكن للاحتكار أن يؤدي إلى تقليل المنافسة، مما يؤدي إلى ارتفاع الأسعار، وانخفاض جودة الخدمات، وتراجع الابتكار.

الأنظمة والقوانين التنظيمية:

فحص القوانين والسياسات الحكومية التي تهدف إلى تنظيم ومنع الاحتكار، ومدى فعاليتها في خلق سوق حرة وعادلة.

حالة المنافسة في الصناعات الرئيسية:

تحليل تأثير الاحتكار في قطاعي النفط والبنوك، وكيف تساهم السياسات الحالية في تعزيز أو عرقلة المنافسة العادلة في هذه القطاعات.

آراء المشاركين في السوق:

جمع آراء الخبراء والمديرين في الشركات حول تأثير الاحتكار والقوانين التنظيمية على السوق، مما يوفر رؤية واقعية ومباشرة للمشكلة.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في النقاط التالية:

تحليل تأثير الاحتكار:

تساهم الدراسة في فهم كيفية تأثير الاحتكار على الاقتصاد المحلي، وخاصة في السعودية، حيث يُعتبر النفط والبنوك من القطاعات الحيوية. وتسليط الضوء على كيفية تأثير الاحتكار على الأسعار، وجودة المنتجات والخدمات، والمنافسة في السوق.

تقديم توصيات لتحسين السياسات التنظيمية:

من خلال تحليل البيانات واستعراض القوانين والسياسات الحالية، تهدف الدراسة إلى تقديم توصيات عملية للحكومة السعودية لتعزيز المنافسة ومنع الاحتكار. هذه التوصيات قد تساعد في تحسين بيئة الأعمال وتشجيع الابتكار والاستثمار.

فهم أفضل للأسواق المحلية:

تسهم الدراسة في تقديم نظرة شاملة ودقيقة عن الأسواق المحلية في السعودية، مما يساعد الباحثين وصناع القرار والشركات على فهم ديناميكيات السوق بشكل أفضل واتخاذ قرارات مستنيرة.

تشجيع الابتكار:

من خلال تسليط الضوء على الأثر السلبي للاحتكار على الابتكار، تعزز الدراسة أهمية خلق بيئة تنافسية تشجع الشركات على الابتكار وتقديم منتجات وخدمات جديدة ومحسنة.

توعية المجتمع:

تساعد الدراسة في زيادة وعي المجتمع بأهمية المنافسة العادلة وتأثير الاحتكار على الاقتصاد والمستهلكين، مما يمكن أن يسهم في دعم جهود الحكومة في مكافحة الاحتكار وتعزيز المنافسة.

أهداف الدراسة:

نظرًا لوجود قلق عام على الاقتصاد في المجتمع، هناك العديد من الأسئلة التي يجب على القارئ أن يستمر في النظر إليها في الشركات الكبيرة.

خاصة في الأسواق السعودية حيث يبدو أن الناس يتجهون أكثر نحو الشركات التي من المتوقع أن تضمن أن المستهلكين يزدون من عادات الإنفاق لديهم.

تساؤلات الدراسة:

بعض الأسئلة البحثية التي سيتناولها هذا البحث ستشمل:

- كيف تتطور الشركة لتصبح احتكاريًا؟
- ما هي المؤشرات الكمية الحيوية التي تساعد في تحديد الاحتكار؟
- ما هي الخصائص التي تشكل نشاطًا تجاريًا إلى احتكار؟
- ما هي البدائل للاحتكار؟
- هل الاحتكار جيد أم سيء للسوق؟

فروض الدراسة:

في سياق هذه الدراسة، سيتم اختبار الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: يمكن أن تكون جهود تعظيم أرباح المنظمة مرتبطة بشكل إيجابي بمنحني الطلب للاحتكار.

الفرضية الثانية: يُعتقد أن هيمنة الشركة يمكن أن تكون مرتبطة بالأداء المالي للشركة.

الفرضية الثالثة: لا يمكن الافتراض أن هناك علاقة سلبية بين الشركات المسيطرة على السوق ورفاهية الموظفين.

الدراسات السابقة:

هناك العديد من العلامات التجارية والشركات التي تشكل قطاعًا مشابهًا جدًا في السوق في جميع الصناعات، من البيع بالتجزئة والبنوك إلى التعدين، غالبًا ما يكون من الصعب تحديد العديد من الشركات التي أصبحت الآن تتخفى في شكل احتكاري (Askar, 2013).

هناك شركات فردية في السوق يمكنها جذب جمهور أكبر من غيرها. ويتم الاعتراف بها كمزودي التجزئة الرائدة في المنطقة (Askar, 2013 and Foster, 2014).

والتغلب على منافسيك لا يُعتبر احتكارًا في حد ذاته؛ حيث أن هناك عوامل تحيط بجوانب السوق قبل أن يُعتبر تنافسيًا قد تشمل هذه العوامل حواجز الدخول. هناك احتكارات نسبية في صناعات النفط والبنوك التي تمكنت من السيطرة على حصة السوق وصناعاتها (Askar, 2013 and Foster, 2014).

وهناك احتكارات لبعض المنتجات في صناعة البيع بالتجزئة التي كانت متاحة للمستهلكين بطريقة تؤدي إلى التحكم في الأسعار، حيث تنتهي المؤسسات بوضع الأسعار بالطريقة التي ترغب بها لجعل المستهلكين يعتمدون عليها. عندما تدرك معظم الشركات الأهمية التي اكتسبتها في الصناعة، في خطوط أعمالها فإنها تستغل بشكل خاص تحديد أسعارها وخلق حواجز أمام المنافسين (Foster, 2014).

ونتيجة لذلك، تحدد التكاليف بما يتناسب مع فوائدها، وبالتالي، تجذب المستهلكين باستخدام الميزات الأساسية التي قد لا يمكن التنافس معها كوسيلة للحفاظ على ميزة تنافسية ضد المنافسين، يجب على الاحتكارات أن تطابق الكفاءات الأساسية مع الفرص المتاحة. يمكن رؤية ذلك عندما تقرر الشركات تقديم نفس القيمة التي يقدمها منافسوها، ولكن بسعر أقل، أو عن طريق فرض أسعار أعلى مع تقديم قيمة كبيرة من خلال التمايز (Foster, 2014).

هناك قدرة على اكتساب هذه السمات على المنافسين كوسيلة لتجاوز الخصوم، الاحتكارات هي من تحدد الأسعار. دول أخرى كانت قادرة على أن تكون في مثل هذا الوضع. في أمريكا، على سبيل المثال، كانت Walmart دائماً تحدد الأسعار، وقد أُملى ذلك على مورديها، وينطبق الأمر نفسه على مايكروسوفت والنفط القياسي (Harvey, 2009).

القدرة على التمايز عن الصناعات المنافسة الأخرى هي ما يسهم في احتكار الشركات. هناك تمييز للاحتكارات التي قد تميز المنتجات في السوق (Harvey, 2009).

تستفيد العديد من الاحتكارات من اقتصاديات الحجم، وهذه هي نفس العملية حيث يوجد زيادة في الكمية مع انخفاض في متوسط تكلفة الإنتاج. تُعترف الاحتكارات عندما تكون هناك اقتصاديات حجم كبيرة، وهذا بسبب إمكانية أكبر المنتجين لخفض أسعار الشركات الأخرى وإخراجها من العمل، ولأن تكاليف دخول الصناعة كبيرة جداً لدرجة أن الشركات الجديدة ممنوعة فعلياً (Harvey, 2009). تستخدم أكبر الاحتكارات حجمها في السوق كوسيلة لتحديد الأسعار التي تختارها ليس فقط في الشراء، بل من خلال جهود التوزيع أيضاً (Harvey, 2009).

طبيعة الاحتكار

الاحتكار كنوع مثالي :

يجادل (Aguirre et al. 2010) بأن الاحتكار هو وضع في السوق حيث يوجد بائع وحيد لسلعة معينة، ويُعتبر هذا الوضع تقليدياً عكس المنافسة المثالية.

العلاقة التقليدية كما يجادل الباحثون تختلف عن المنافسة في بيع السلع التي تمثلها الجوانب المختلفة للاحتكار. تُفترض بعض الافتراضات التي قد تشمل استحالة دخول المنافسين، والتي يجب أن تُتحقق لضمان أن يكون الوضع الاحتكاري هو العكس القطبي للمنافسة المثالية (Aguirre et al. 2010).

هناك بعض الأسواق التنافسية التي تتضمن احتكارات مطلقة بالمعنى الذي لا يُتوقع فيه أن يأخذ البائع في الاعتبار المنافسة الفعلية أو المحتملة من السلع الأخرى أو التهديدات التي قد تأتي من الداخلين الجدد إلى الصناعات. ومع ذلك، لا يعني ذلك أن التنبؤات تستند إلى الأنواع المثالية التي تعتبر بلا

قيمة (Aguirre et al. 2010). وهناك نهج سوقية حيث يكون النوع المثالي من الاحتكار كافياً في التنبؤ بنموذج الاحتكار الذي يمكن تطبيقه.

العوامل التي تؤدي إلى الاحتكار:

عندما تنشأ الاحتكارات، هناك عوامل مختلفة يمكن أن تؤدي إلى ذلك. في الماضي كانت الدول تلعب دوراً كبيراً في إنشاء العديد من الاحتكارات. تحت نظام يُعرف بالمرتزقة، كان يتم منح الاحتكارات السيادية للأفراد مقابل رسوم محددة (Aguirre et al. 2010). على سبيل المثال، في الصين، كانت الاحتكارات المحلية لتوريد الملح تُمنح من قبل الإمبراطور، وفي الوقت الحاضر قد تمنح الدولة احتكاراً مؤقتاً للمخترعين لمنتج جديد تحت نظام البراءات، مثل دواء جديد.

يمكن القول إن الاحتكارات تنشأ من الحالات الطبيعية حيث تعاني الصناعة من انخفاض في تكلفة الوحدة من الإنتاج، وتكرار مرافق التوريد ومشرفي التوزيع، مما يضيف إلى تكاليف الوحدة من التوريد (Aguirre et al. 2010). كان من الشائع في العديد من البلدان، على سبيل المثال، المملكة المتحدة، تقليل تكلفة الصناعات مثل الاتصالات السلكية واللاسلكية والسكك الحديدية وإمدادات الغاز وما إلى ذلك إلى احتكارات الدولة في السبعينيات وأوائل الثمانينيات. هناك تغييرات في المواقف الاجتماعية تجاه الشركات الحكومية والتي قد تشمل التغييرات التكنولوجية، خاصة في مجال الاتصالات، التي أدت إلى خصخصة العديد من هذه الشركات الحكومية (Aguirre et al. 2010). لدى الشركات الخاصة أو الأفراد القدرة على الانخراط في سلوكيات تهدف إلى إنشاء احتكار.

قد تشارك شركة مهيمنة في العديد من الصناعات في خفض الأسعار في مناطق مختلفة، واحدة تلو الأخرى، كوسيلة لإخراج المنافسين من السوق (Aguirre et al. 2010). يمكن وصف مثل هذه الحالة بالتسعير الافتراسي. قد تتدمج الشركات أيضاً مع أخرى ليس لأنها ستقلل التكاليف، ولكن لأنها ستنشئ مؤسسة ذات قوة احتكارية، وهي قوة يمكن استخدامها لزيادة أرباح الأعمال المدمجة (Aguirre et al. 2010).

القوة السوقية للاحتكار

تعتمد النتائج الاقتصادية للاحتكار في السوق على عدة عوامل تشمل (أ) القوة السوقية للاحتكار و (ب) سلوك السوق فيما يتعلق بمدى قدرة المحتكر على ممارسة القوة (Hawley, 2015). قد يعتمد الأخير بشكل كبير على أهداف المحتكر، وهناك حقيقة بسيطة مفادها أن أي شركة هي البائع الوحيد للمنتج.

ومع ذلك، لا يعني ذلك أنها تحتكر أو تملك القوة السوقية أو القدرة على رفع أسعارها بشكل مربح فوق التكاليف الهامشية لإنتاج منتجاتها (Hawley, 2015).

كما يتذكر، في ظل أي منافسة مثالية، قد تساوي الأسعار التكاليف الهامشية لأي إنتاج لسلعة، ولا تملك الشركة أي قدرات للبيع بسعر أعلى (Hawley, 2015). بل هي متلقية للأسعار.

وتعتمد قوة المحتكر على رفع أسعار منتج فوق التكاليف الهامشية للإنتاج أو رفع سعر سلعة فوق سعر التوريد، وهو الحد الأدنى للسعر المطلوب للوصول إلى مستوى معين من التوريد على:

1. مرونة الطلب على السلعة التي قد تعتمد على العوامل التي تشمل توافر البدائل للسلعة؛
2. سهولة دخول الموردين الجدد إلى الصناعة، وبالتالي تكاليف أو حواجز دخولهم.

عند النظر في السيطرة العامة الممكنة على الاحتكار، يجب مراعاة هذين العنصرين، وعندما يكون الطلب على المنتجات الاحتكارية مرناً للغاية وعندما يكون دخول الموردين والشركات الجدد، على سبيل المثال من الخارج سهلاً، فإن ذلك يعني أن الاحتكار سيكون قابلاً للمنافسة (هولي، 2015).

قد تكون حالة تنظيم الاحتكار ضعيفة بسبب النطاق الصغير للمحتكرين لرفع أسعارهم فوق التكاليف الهامشية للإنتاج والمصادر المهددة ذات التكلفة الأقل للتوريد التي قد تظهر.

قياس قوة الاحتكار:

هناك العديد من المقاييس التي تم اقتراحها لقياس قوة الاحتكار، ومن بين هذه المقاييس:

1- مؤشر ليرنر (Policonomics, 2017)

يستخدم مؤشر ليرنر (Policonomics, 2017) مؤشر (Lerner, 1934) لقياس درجة قوة الاحتكار من خلال مدى تباعد أسعار المنتج عن التكاليف الهامشية للإنتاج بالنسبة للأسعار (Policonomics, 2017).

يتم الحصول على مؤشر ليرنر من خلال الصيغة التالية (Policonomics, 2017):

$$L = (P - MC) / P$$

حيث P هو سعر المنتجات و MC يمثل التكاليف الهامشية للإنتاج، وفي حالة المنافسة المثالية:

$$P = MC$$

وبالتالي في حالة الاحتكار $L = 0$ ، وعندما $P > MC$ يكون $L > 0$.

يمكن القول إن الفائض في السعر عن التكاليف الهامشية قد يؤدي إلى سوء تخصيص الموارد.

وفي ظل ظروف الاحتكار، يكون مؤشر ليرنر أكبر، مما يؤدي إلى زيادة عدم مرونة الطلب على منتج المحتكر وتقليل التهديد بالدخول للسوق.

ومع ذلك، عند النظر إلى هذه الادعاءات من وجهة نظر عملية، هناك عدة صعوبات مرتبطة باستخدام مؤشر ليرنر كمقياس لقوة الاحتكار. التكاليف الهامشية ليست معروفة دائماً وليست سهلة التقدير، كما يجب النظر فيما إذا كان المؤشر يعتمد على القوة الاحتكارية الفعلية أم المحتملة. عندما يكون المحتكر هو معظم الأرباح فلن يختلف الأمر، لكن عندما يفرض المحتكر أسعاراً أقل من السعر الأمثل لتحقيق الأرباح سيعتمد المؤشر على السعر الفعلي، والذي سيكون أقل من السعر المحتمل.

بالإضافة إلى ذلك، يجب النظر في الفترة الزمنية المعنية، قد يكون للشركة قوة احتكارية في المدى القصير لكنها تملك قليلاً في المدى الطويل بسبب تطوير البدائل من قبل المنافسين، وسيكون للمشتريين أو المستهلكين القدرة الأكبر على الاقتصاد والتحول إلى البدائل في المدى الطويل مقارنة بالمدى القصير. نتيجة لذلك، من المتوقع أن يكون منحني الطلب الطويل الأجل مارشالي أكثر مرونة من الفترة القصيرة، وبالتالي يكون مؤشر ليرنر أقل في المدى الطويل.

2- العائد الزائد كمقياس لقوة الاحتكار (Hawley, 2015)

في حالة المنافسة المثالية، قد تحقق الشركات في المدى الطويل عائداً متوقعاً أو متوسطاً على رأس المال المستثمر. ومع ذلك في ظل الاحتكار، يوجد عائد فوق العادي أو المتوسط يمكن أن يستمر، حتى في المدى الطويل. لذلك استخدم العديد من الاقتصاديين مستويات العائد أو الأرباح كمؤشر أساسي على القوة الاحتكارية. بطرق عديدة قد لا يقرر المحترق الطريقة التي سيزيد بها أرباحه، وهذا قد يحد من القيمة التي يمكن من خلالها قياس مستوى العائد.

عند تطبيق هذا المقياس يجب النظر في الفترة التي يمكن الحفاظ على العوائد فيها. عندما يمكن الحفاظ على العوائد لمدة عام، أو خمس سنوات، أو عشر سنوات فوق المستويات التي قد تسود في ظل المنافسة العادية فإن الحجة ستعزز.

حتى في المنافسة التامة قد تحقق الشركات أرباحاً غير عادية في المدى القصير عندما يزداد الطلب على منتجاتها فجأة. قد يكون هذا بسبب الوقت المستغرق لتعديل الإمدادات لدخول الشركات الجديدة إلى الصناعة. لذلك من الضروري مناقشة أداء الاحتكار في أي سياق ديناميكي، كما اقترح العديد من الاقتصاديين.

3- نسب التركيز أو حصة السوق كمقياس لقوة الاحتكار (Economics help, 2019)

تركيز الحصص أو الحصة السوقية هي وفقاً لقياس قوة الاحتكار (Economics help, 2019). هناك مقاييس بدائية لقوة الاحتكار، وهي حجم حصة الشركة من السوق، كلما كانت الحصة أكبر كانت فرضية قوة السوق أكبر.

ومع ذلك، قد تستغرق نسب التركيز وقتًا إذا كانت هناك أي تغييرات كبيرة في النسب، فقد تحدث مع مرور الوقت مما يشير إلى درجة عالية من تركيز الأعمال في صناعة تنافسية بشدة (Economics help, 2019).

الاحتكار في البنوك

من حيث الرفاهية، يفشل النظام البنكي الاحتكاري في توفير السيولة بطريقة تكون على الأقل متفوقة بشكل ضعيف على تلك الخاصة بالنظام البنكي التنافسي (Shaffer, 2002). هناك معدل نمو أعلى في المنافسة مقارنة بالاحتكار؛ جميع المودعين في بنك معين سيفضلون أن يكون النظام البنكي تنافسيًا.

ومع ذلك، فإن الاحتكار في أي نظام بنكي هو ما يعزز أي شيء مختلف عن النمو، حيث يدرك المجتمع وجود توازن بين النمو الأعلى وجانب أفضل لتقاسم المخاطر (Shaffer, 2002). في وصف هذه الشروط التي يفضل فيها المجتمع نوع النظام البنكي، يجدر بالذكر أن أي مجتمع لديه نظام بنكي تنافسي هو الذي يتمتع بطريقة أفضل في التعامل مع نجاح النمو الاقتصادي (Shaffer, 2002). النظام البنكي الاحتكاري هو الذي يتحدى مكونات المنافسة.

نظرًا لأننا في وضع يسمح بمرونة كبيرة للبنوك الاحتكارية، يتم استخراج فائض من المودعين، وهي قضية مهمة تتعلق بالخيار الخارجي للمودعين (Paal et al., 2005). الافتراض في هذه الحالة هو أن العملاء قد يتعاملون مع البنوك الاحتكارية أو ينخرطون في توفير غير متأثر ويتاجرون في أسواق ما بعد النقل.

يمكن للبنك الاحتكاري منع العملاء مباشرة من الاحتفاظ بالأصول الأساسية من خلال تحديد متطلبات إيداع دنيا تكون مساوية لمخاطر العمل (Paal et al., 2005). البنك الاحتكاري هو الذي سيعظم الأرباح التي تخضع للقيود التي لا يشير إليها المودعون كطريقة لتجنب الوساطة والمشاركة مباشرة في أسواق الأصول ما بعد النقل.

عندما يتعلق الأمر بالملكة العربية السعودية، يجب أن يكون هناك نظام مالي سليم وفعال يمكن أن يُقال إنه الشرط الأكثر أهمية لاتخاذ قرارات الادخار والاستثمار وبالتالي النجاح الاقتصادي (Turk-

(Ariss, 2009). أدرك الاقتصاديون مثل (Paal et al., 2005). أن الأسواق المالية بشكل عام والبنوك بشكل خاص لعبت دائماً دوراً كبيراً في الأداء الفعال لتطوير أي اقتصاد.

عندما يتعلق الأمر بالدول النامية، يجب أن يعكس تطوير أي نظام بنكي ومالي مدى الأهمية التي توليها البلاد لتحقيق النمو المطلوب في الاقتصاد الوطني (Turk-Ariss, 2009). يمكن القول إن حيوية أداء النظام المالي تحدد رفاهية الاقتصاد الشامل، وبالتالي جذبت انتباه العديد من الباحثين.

قدر (Turk-Ariss, 2009) أن هناك بيانات تصحيحية من السبعينيات والثمانينيات لأكثر من 100 دولة نامية، بما في ذلك المملكة العربية السعودية، وكانت النتيجة الرئيسية هي أن الوساطة المالية لها تأثير إيجابي على النمو الاقتصادي في الدول النامية.

في أوائل السبعينيات، دخلت العديد من البنوك الأجنبية النظام البنكي في المملكة العربية السعودية وجذبت مجموعة واسعة من الفرص بسبب ازدهار الاقتصاد الناتج عن زيادة إيرادات النفط، وذلك بشكل رئيسي من عام 1973 فصاعداً (Anzoategui et al., 2010). كان هناك حضور قوي للبنوك الأجنبية التي كانت في منتصف السبعينيات وشجعت الأسواق السعودية على تقديم السياسات واللوائح التي تشجع الشركات الأجنبية على التحول إلى شركات متداولة علناً مع دمج الأسواق السعودية (Anzoategui et al., 2010). تم تقديم التشريع في عام 1975 لحماية حقوق ومصالح البنوك الأجنبية والمكانة التي تمتلكها كشركاء في البنوك الجديدة المدمجة (Anzoategui et al., 2010). كوسيلة للحفاظ على الأداء والاستقرار، سُمح للبنوك الأجنبية بامتلاك ما لا يزيد عن 50 في المئة من الملكية وضمن اسم أصولها في عناوين البنوك، على سبيل المثال؛ البنك السعودي البريطاني (Anzoategui et al., 2010). كما كانوا مكلفين بالحفاظ على المسؤولية الإدارية والتمتع بالمعاملة المتساوية مع البنوك الوطنية السعودية (البنك المركزي السعودي، 1998).

مع التغيير المستمر في صناعة البنوك السعودية، ظهرت مخاوف سياسة أساسية حيث كانت البنوك متركزة بشكل كبير في الأسواق وكانت تكتسب قوة السوق بسبب قدرتها على فرض أسعار أعلى من المنافسة للمنتجات التي تقدمها (Murjan & Ruza, 2002). كان هذا يتعارض مع تكاليف الرفاهية وغالباً ما يعوض الفوائد المفترضة المرتبطة بالاندماجات. ظهرت العديد من المخاوف المتعلقة بالتركيز العالي، والتي تضمنت مشاكل مثل الفعالية المحدودة للسياسات النقدية والائتمانية وزيادة احتمالات المخاطر النظامية وتقليل الإقراض للشركات الصغيرة والمتوسطة (Murjan & Ruza, 2002).

كانت الأنشطة البنكية المبكرة في المملكة العربية السعودية محدودة بوجود عدد قليل من بيوت التجارة الأجنبية. كانت أدوارهم الأساسية هي تقديم خدمة مالية للمحليين والحجاج. ظهر نظام بنكي أكثر رسمية ومنظمًا في استكشاف النفط في الثلاثينيات وبدأ في جذب المستثمرين الأجانب بعد الحرب العالمية الثانية (Murjan & Ruza, 2002). أدى ذلك إلى افتتاح بنك الفرنسي والبنك العربي، اللذان افتتحا فروعًا لهما في جدة في عام 1948، بينما في الخمسينيات، افتتحت ثلاثة بنوك دولية؛ البنك البريطاني للشرق الأوسط والبنك الوطني الباكستاني وبنك مصر المصري، فروعًا لها في المملكة العربية السعودية (Mirjana & Ruza, 2002).

المنطلقات النظرية للدراسة:

تعتمد الدراسة على عدة منطلقات نظرية لفهم مفهوم الاحتكار وتطبيقه في السوق السعودي.
من بين هذه المنطلقات:

نظرية السوق المثالي والمنافسة الكاملة:

يقارن الباحث بين الاحتكار والمنافسة الكاملة، حيث تكون الأسعار متساوية مع التكاليف الهامشية في المنافسة الكاملة بينما يمكن للاحتكار أن يحدد أسعارًا أعلى من التكاليف الهامشية لتحقيق أرباح إضافية.

اقتصادات الحجم:

يشير البحث إلى أن بعض الاحتكارات تستفيد من اقتصادات الحجم، حيث يمكن أن يؤدي زيادة الإنتاج إلى خفض متوسط تكلفة الإنتاج. هذه الخاصية تمكن الشركات الكبيرة من تحديد الأسعار وطرده المنافسين من السوق.

حواجز الدخول:

تتناول الدراسة أهمية حواجز الدخول في الحفاظ على الاحتكارات. تشمل هذه الحواجز التكلفة العالية للدخول، حقوق الملكية الفكرية، والتفوق التكنولوجي.

نظرية سلوك الشركات الاحتكارية:

تدرس الدراسة كيف يمكن للشركات الاحتكارية أن تستخدم قوتها السوقية لتحديد الأسعار وخلق الندرة المصطنعة لتحقيق أرباح أكبر.

أثر الاحتكار على الاقتصاد:

يناقش البحث الآثار السلبية للاحتكار على الاقتصاد، بما في ذلك سوء تخصيص الموارد، وإعادة توزيع الدخل بشكل غير عادل، وتأثيره السلبي على الابتكار.

التنظيم الحكومي للاحتكار:

تستعرض الدراسة كيفية تدخل الحكومات لتنظيم الاحتكارات ومنع الممارسات التجارية غير العادلة من خلال القوانين واللوائح.

المنهجية وطرق البحث:

منهجية البحث

تتمحور منهجية هذا البحث حول فهم كيفية عمل الاحتكار، خاصة في المملكة العربية السعودية. لتحقيق هذا الهدف، سوف يتم استخدام مجموعة من الطرق لجمع البيانات وتحليلها.

جمع البيانات:

سوف يتم استخدام استبيانات مهيكلية وتوزيعها على افراد يعملون في قطاعات مختلفة مثل النفط والغاز والبنوك والاتصالات في ثلاث مدن رئيسية في السعودية: الرياض وجدة والدمام. سوف تكون الاستبيانات شاملة للحصول على فهم شامل لوجود الاحتكارات وكيفية تعامل الحكومة معها.

البحث الثانوي:

سوف يتم إجراء مراجعة للأدبيات المتاحة حول الاحتكار والمنافسة في السوق السعودي والعالمي. وقد تشمل المراجع ومقالات أكاديمية وتقارير حكومية ودراسات سابقة.

القيود والتحديات

تشمل القيود والتحديات التي من الممكن ان تحدث خلال إجراء الدراسة. وفيما يلي تفصيل لهذه القيود والتحديات:

القيود الزمنية:

وهي من الممكن ان تكون إحدى التحديات الرئيسية في قيود الوقت، وقد يحدث تأخير في تسليم الاستبيانات وقتاً أطول من المتوقع بسبب انشغال المشاركين، مما يطلب تنسيقاً دقيقاً بين الباحث والمشاركين لضمان الكفاءة على الطرفين.

الدقة في جمع البيانات:

على الرغم من الجهود الكبيرة التي سوف يتم بذلها لضمان دقة البيانات، فإن المعلومات المجمعة قد لا تكون دقيقة بنسبة 100%.

التحديات اللغوية:

نظراً لاستخدام اللغة العربية في الاستبيانات، مما قد يؤثر على بعض التفاصيل الدقيقة في الإجابات.

التقييدات المتعلقة باللقاءات:

من الممكن إجراء مقابلات عبر وسائل التواصل، مما قد يؤثر على جودة التفاعل الشخصي والتفاصيل التي يمكن الحصول عليها في المقابلات المباشرة.

أدوات الدراسة:

الاستبيانات:

سوف يتم تصميم استبيان يحتوي على أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة. القسم الأول من الاستبيان تضمن أسئلة مغلقة للحصول على بيانات دقيقة يمكن تحليلها بسهولة، بينما تضمن القسم الثاني أسئلة مفتوحة للسماح للمشاركين بتقديم آرائهم بشكل تفصيلي.

تحليل البيانات

تحليل كمي:

تحليل البيانات التي سوف يتم جمعها من الاستبيانات باستخدام أدوات التحليل الإحصائي لفهم التوجهات والأنماط.

تحليل نوعي:

سوف يتم تحليل الإجابات المفتوحة من الاستبيانات والمقابلات لفهم العوامل النوعية والتفسيرات التي قدمها المشاركون حول موضوع الاحتكار.

حدود الدراسة:

- الحدود البشرية
- الحدود المكانية
- الحدود الزمانية

- Aguirre, I., Cowan, S., & Vickers, J. (2010). Monopoly price discrimination and demand curvature. *American Economic Review*, 100(4), 1601–15.
- Anzoategui, D., Rocha, R., & Soledad Martinez Peria, M. (2010). Bank competition in the Middle East and Northern Africa region. The World Bank.
- Askar, S. S. (2013). On complex dynamics of monopoly market. *Economic Modelling*, 31, 586–589.
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *Nursing Plus Open*, 2, 8–14.
- Berger, Klapper, Turk-Ariss (2009). bank competition and financial stability, *Journal of Financial Services Research*, 35(2), 99–118
- Boldrin, M., & Levine, D. K. (2008). *Against intellectual monopoly* (Vol. 8). Cambridge: Cambridge University Press.
- Coccoresse, P. (2009). Market power in local banking monopolies. *Journal of Banking & Finance*, 33(7), 1196–1210.

- Cohen, R. H., Ferguson, W. W., Waller, J. D., & Xenakis, S. S. (2000). Universal service without a monopoly. In *Current Directions in Postal Reform* (pp. 69–88). Springer, Boston, MA.
- Dobbin, F., & Dowd, T. J. (2007). How policy shapes competition: Early railroad foundings in Massachusetts. *Administrative science quarterly*, 501–529.
- Economics help, (2019) Concentration Ratios. Retrieved on March 15, 2002
- Quandt, W. B. (2010). *Saudi Arabia in the 1980s: foreign policy, security, and oil*.
Brookings Institution Press.
- Quandt, W. B. (2010). Saudi Arabia in the 1980s: foreign policy, security, and oil.
Brookings Institution Press.
- Sappington, D. E. (2002). Price regulation and incentives. *Handbook of telecommunications economics*, 1, 225–293.
- Shaffer, S. (2002). Conduct in a banking monopoly. *Review of Industrial Organization*, 20(3), 221–238.
- Sweezy, P. M. (2004). Monopoly capitalism. *Monthly Review*, 56(5), 78

Tisdell, C. A., & Hartley, K. (2008). *Microeconomic policy: a new perspective*. Edward Elgar Publishing.

Weisman, D. L. (2005). Price regulation and quality. *Information Economics and Policy*, 17(2), 165–174.