



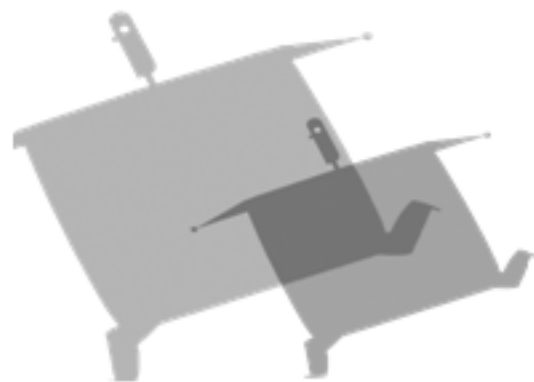
## مركز المشروعات الدولية الخاصة

### ملحوظة

في حالة ظهور رموز غير مفهومة في النص الذي بين يديك يرجع هذا إلى خطأ في الطباعة وبإعادة طباعته بصورة سليمة يرجى زيارة الرابط الآن [www.cipe-arabia.org/pdfhelp.asp](http://www.cipe-arabia.org/pdfhelp.asp)

إعداد: سامي كريم

## معجم مصطلحات الاختراع والمنافسة



قيام بأعمال أو ممارسات منافية للمنافسة من جانب منظمة ذات مركز سيطرأ، للاحتفاظ بوضعها في السوق أو لزيادة سيطرتها. وهذه الممارسات التي تقوم بها المنظمة، والتي قد تكون محل جدل، قد تعتبر من قبيل سوء الاستغلال، أو الاستغلال غير سليم " للسيطرة الاحتكارية" على السوق التي تهدف إلى تقييد المنافسة.

## Acquisition

## الاستحواذ

يشير المصطلح إلى قيام منظمة واحدة للحصول على ملكية و/أو سيطرة، بصفة كاملة أو جزئية، في منشأة أو شركة أعمال أخرى. وهو يختلف اختلافا واضحا عن الاندماج Merger، إذ أن الاستحواذ لا يستلزم بالضرورة تجميع أو توحيد المنشآت. وقد يؤدي الاستحواذ وحتى عندما يكون هناك تغيير تام في الإدارة، إلى استمرار المنشآت في عملها كمنشآت منفصلتين. ومع ذلك، فإن لسيطرة المشتركة تحي تعظيم الأرباح المشتركة، وتعتبر أحد المصادر المحتملة لامتياز وقلق سلطات مكافحة الاحتكار.

## Administered Prices

## الأسعار الجبرية

الأسعار الجبرية هي أسعار تضعها وتحددها المنشآت وهي لا تتغير استجابة للتغيرات قصيرة الأجل في ظروف الطلب والعرض. وينظر بعض الاقتصاديين إلى هذا لجمود في الأسعار باعتبارها ناتجا عن ممارسة قوة السوقية. وقد تم عمل دراسات وبحوث متعددة ومختلفة لمحاولة لربط بين الأسعار الجبرية والتركز والتمتع. وبدل ما ظهر من نتائج هذه الدراسات على وجود اختلافات فيما بين الصناعات (وفيما بين الدول) من ناحية درجة لمرونة في سعر التي لا يمكن للمناج البسيطة لتصفية الأسواق أن تقدم تفسيراً كاملاً لها.

## Agreement (to lessen or restrict competition)

## الاتفاق (على تخفيف أو تقييد المنافسة)

يشير مصطلح الاتفاق إلى ترتيب واضح أو ضمني بين منشآت عامة ما تكون منافسة مع بعضها بعضا، وذلك لتحقيق فائدة مشتركة لها. والاتفاقات الخاصة بتقييد المنافسة قد تغطي موضوعات مثل الأسعار، والاندماج، والأسواق والجملاء. وغالبا ما تجرى معادلة ومعاودة هذه الأنواع من الاتفاقات بتكوين الاتحادات الاحتكارية Cartels أو التواطؤ Collusion كما يتم معاملتها في معظم مناطق الاختصاص القضائي باعتبارها انتهاكات لتشريع المنافسة، نظرا لما لها من آثار على زيادة الأسعار، وتقييد نتائج وغير ذلك من نتائج الاقتصادية العكسية. وهذه الاتفاقات قد يتم الوصول إليها بطريقة رسمية مكثفة، ويتم كتابة شروطها بشكل واضح بواسطة الأطراف المعنية أو قد تكون ضمنية وغير واضحة، ومع ذلك يجري لصرام وفهم الالتزامات الواردة بها عن طريق الاتفاق بين مختلف الأعضاء. وقد لا يكون من الضروري أن يكون الاتفاق لوضوح تقافا "مفتوحا". أي يكون تقافا يمكن مراعاته بشكل منفتح من جانب فوائده الذين ليسوا طرفا فيه. وبالفعل فإن معظم الاتفاقات التي أدت إلى نشأة ممارسات المنافسة للمنافسة تميل إلى أن تكون تقافات "مستترة" لا يمكن اكتشافها بسهولة من جانب سلطات لمشرقة على المنافسة.

## Anticompetitive Practices

## الممارسات المناهضة للمنافسة

يشير هذا المصطلح إلى نطاق واسع من ممارسات الأعمال التي قد تقوم بها المنظمة أو مجموعة من المنشآت لتقييد المنافسة فيما بين المنشآت حتى تحافظ على، أو تزيد من، مركزها النسبي في السوق ولربحها بدون ضرورة للالتزام بتوفير سلع وخدمات بتكلفة أقل أو ذات جودة أعلى. ويتضمن جوهر المنافسة قيام المنشآت بمحاولات لاكتساب مزايا تفوق ما لدى المنافسين. ومع ذلك فإنه يمكن لقيام حدود ممارسات الأعمال المقبولة والمتعارف عليها إذا ما تحالفت المنشآت لتحديد المنافسة بشكل مصطنع عن طريق عدم العمل على زيادة مزاياها ولكن بالعمل على استغلال فوضاها السوقية للإضرار أو تدمير منافسها، وعملاتها والموردين مثل زيادة الأسعار وخفض الناتج، وتقليل الاختيارك أمام المستهلك مما قد يؤدي إلى ضياع لكفاءة الاقتصادية وإساءة تخصيص للمورد (أو مزيجا من كل ذلك). فما عن فواع

ممارسات العمل التي يحصل استخدامها لمناهضة للمنافسة. وإذا ما كان ذلك، يمثل أي انتهاك لقانون المنافسة، فإن تلك المسألة تختلف باختلاف مناطق الاختصاص القضائي، ووفقا لكل قضية على حدة. وهناك بعض ممارسات التي قد ينظر إليها باعتبارها غير قانونية في حد ذاتها بينما قد يخضع بعضها الآخر لحكم لمنطق وعلى سبيل المثال فإن لمحافظة على سعر إعانة لبيع، مثلا، ينظر إليها في معظم مناطق الاختصاص القضائي باعتبارها ممارسة غير قانونية في حد ذاتها بينما يخضع لتداول لمطلق لحكم لمنطق. وقد تختلف أيضا معايير تحديد ما إذا كانت للممارسة غير قانونية. وفي الولايات المتحدة تعتبر تقافات تحديد الأسعار غير قانونية في حد ذاتها، بينما في كندا لا بد أن يغطي الاتفاق جزءا كبيرا من السوق ليصبح غير قانوني. وبأخذ كل هذه المحاذير في الحسبان، فإن قوانين المنافسة في عدد كبير من الدول تعمل على فحص، ولسعي بصفة عامة إلى منح نطاق واسع من ممارسات الأعمال التي تقييد للمنافسة.

ويمكن تقسيم هذه الممارسات بشكل عريض إلى مجموعتين: قيود أفضية وقيود رافسة على المنافسة. وتتضمن لمجموعة الأولى ممارسات محددة، مثل الاتحادات الاحتكارية، والتواطؤ والتأمر، والاندماجات، وحرق الأسعار Predatory Pricing، والتمييز في الأسعار Discriminatory Pricing، وتقافات تحديد الأسعار. وتتضمن لمجموعة ثنائية ممارسات مثل لتداول لمطلق، وقيود لجزافية والسوقية، ورفض لتداول/ لبيع، ولمحافظة على أسعار إعانة لبيع، وبيع لمقيد. ويمكن قول بصفة عامة أن القيود الأفضية على المنافسة تتطلب بصفة رئيسية وجود منافسين آخرين في السوق بينما تساعي قيود لرافسة وجود علاقات بين للموردين والموزعين.

وعلى أية حال، فإنه ينبغي ملاحظة أن التمييز بين القيود الأفضية والرافسة على المنافسة لا يكون على الدوام واضحا، وقد تؤدي للممارسات في أحد الأنواع إلى إهداك آثار على فواع الأخر، وقد تقوم للمنشآت، مثلا، باتباع سلوك إستراتيجي لإفساد للمنافسة. وقد تحاول للمنشآت أيضا عمل ذلك عن طريق التفرغ لمسبق من خلال الاستحواذ على مصادر هامة لتوريد للمود الأولية أو من خلال ففوك لتوزيع، وللدخول في عقود طويلة الأجل لشراء ففاج ففاح أو طاقة وللدخول في عمليات تداول مطلق وغير ذلك من للممارسات. وقد تؤدي هذه للممارسات على إقامة عرفيل ففام لدخول، وتعمل على تخصيص لوضع لسوقي للمنشآت القائمة و/أو تسهل لتربيبات لمناهضة للمنافسة.

## Antitrust

## مناهضة الاحتكار

يشير هذا المصطلح إلى أحد ميادين سياسة الاقتصادية، والقوانين التي تتعامل مع الاحتكار والممارسات الاحتكارية. وقانون مناهضة الاحتكار أو سياسة مناهضة الاحتكار هي مصطلحات استخدمتها الولايات المتحدة بصفة رئيسية، بينما يستخدم كثير من الدول الأخرى مصطلحات مثل قانون المنافسة أو سياسة المنافسة وقد استخدمت بعض الدول جملا مثل تجارة لعادلة أو لتداول لعادل أو قانون مناهضة الاحتكار. والأساس الفكري لاقتصاد أو سياسة مناهضة الاحتكار هو لمبدأن فرعي لاقتصاديات لتنظيم لصناعي الذي يتناول لموضوعات التي تنشأ من سلوك للمنشآت التي تعمل في ظل ظروف مختلف هياكل لسوق والآثار الذي يحدثه هذا على الأدك الاقتصادي. ومعظم قوانين مناهضة الاحتكار أو قوانين للمنافسة تضم مود ونصوصا تتناول لميكل مثل الاندماج والاحتكار والتواطؤ، وتحديد الأسعار وحرق الأسعار.

## Barriers To Entry

## عوائق الدخول

عوائق لدخول هي عوامل تؤدي إلى منح أو إعانة لدخول للمنشآت الجديدة إلى إحدى للصناعات حتى عندما تكون للمنشآت قائمة تحقق لرباحا مفرطة. وهناك طبقان عريضتان من لعوائق: عوائق هيكلية (أو بريئة) وعوائق إستراتيجية. وغالبا ما يشار إلى هاتين لطبقين أيضا بعوائق لدخول الاقتصادية ولعوائق لسلوكية. وتنشأ عوائق لدخول لهيكلية من لخصائص الأساسية للصناعة مثل: لتكنولوجيا، والتكاليف والطلب. وبدور قدر من لعادل حول لعوامل التي تشكل عوائق هيكلية. وبيحي لتعريف الأوسع بأن عوائق لدخول تنشأ نتيجة تميز للمنتجات، ومزايا لتكلفة لمطلقة للمنشآت القائمة، ولفصديات الحجم. ويؤدي تميز للمنتجات إلى خلق مزايا للمنشآت القائمة، نظرا لأن للدخلين لعادل يجب أن يتغلبوا على الارتباط لمشارك بالعلامة التجارية للمنتجات لموجودة فعلا. ومزايا لتكلفة لمطلقة تحي ضمنا أن للمنشأة لدافعة ستدخل بتكلفة أعلى لكل درجة من للمنتجات، وربما كان ذلك بسبب لتكنولوجيا الأضعف. وتؤدي لفصديات الحجم إلى لعادل من عدد للمنشآت التي يمكن لها أن تعمل عند لعادل الأدنى من لتكاليف في سوق ذات حجم معين.

## Basing Point Pricing

وهو ما يعرف بتحديد سعر التسليم أو الاستلام ويشير إلى النظام الذي يجب بمقتضاه أن يدفع المشتري سعرا للمنتجات يتضمن تكاليف الشحن ونقل التي لا تعتمد على مكان وجود البائع وقد يتم حساب تكاليف نقل من موقع معين أو "نقطة أساس" وفقا لجدول تكلفة نقل نمطية معينة. وبموجب هذا النظام، فإن العملاء ذوي المواقع القريبة من، أو البعيدة عن، نقطة الأساس يدفعون نفس السعر. وهكذا يكون هناك تحيز ضد العملاء القريبين، أو ما يعني أنهم يدفعون تكاليف نقل وهمية لم يكن عليهم تحملها إذا ما قبح لهم خيار الفصل بين شحن المنتج وتكاليف النقل عند الدفع، وعلى العكس من ذلك. فإن البائعين يقومون باستعباب وتحمل تكاليف النقل للعملاء البعيدين. وقد استخدم هذا الأسلوب على نطاق واسع في كثير من الصناعات مثل صناعات الصلب والأسمنت وأصبح ينظر إليه باعتبارها طريقة لتسهيل التوافق بين المنشآت. وفي المنافسة يتوقع من الأسعار أن تعكس التكاليف. ومن ثم فإن الاقتصاديين يتوقعون أن تظهر الأسعار في المنافسة وفقا للتسليم على ظهر السفينة أو وسيلة النقل (FOB) مضافا إليها تكلفة النقل الفعلية. ومع ذلك فإن المنشآت، حتى في المنافسة، قد تتبع نظاما لأسعار التسليم نظرا لتسهيله وتوفيره للتكاليف الإدارية. وهذا هو الحال بصفة خاصة عندما تقوم المنشآت بإنشاء مناطق سعرية لا تختلف فيها مسافات النقل وتكاليف كثيرا. فضلا عن هذا فإن طريقة التسعير وفقا لسعر تسليم ظهر السفينة أو وسيلة النقل وتكاليف الشحن الفعلية قد يكون وسيلة أفضل للتوافق نظرا لأنه يسهل تحديد العملاء جغرافيا. بالإضافة إلى أن هذا الأسلوب قد يتم قباعه لإعاقه دخول أي من شركات المنافسة في المواقع الجغرافية المختلفة.

## Bid Rigging

التلاعب في العطاءات

التلاعب في العطاءات هو صورة خاصة من سلوك التوافق في تحديد الأسعار يمكن عن طريقها أن تقوم المنشآت بتسيق عطاءاتها في عمليات التوريد أو عقود المشروعات. وهناك شكلان شائعان في عمليات التلاعب في العطاءات، الأول هو أن تتفق المنشآت فيما بينها على تقديم عطاءات مشتركة، ومن ثم تلغي المنافسة السعرية. وفي الثاني تتفق المنشآت معا على تحديد لمنفعة التي تقدم بأقل الأسعار للعطاء،

وتتغلب المنشآت دوريا في عمليات تقديم العطاءات بطريقة تؤدي إلى أن تكسب كل منفعة عددا معينا أو قيمة معينة من العقود. ولما كان معظم (ولكن ليس جميع) العقود المفتوحة لتقديم العطاءات تخص الحكومات، فإن ذلك غالبا ما يكون هو الهدف للتلاعب في العطاءات. ويعتبر التلاعب في العطاءات هو أكثر صور التوافق التي تجرى على نطاق واسع وتقديمها للمحاكمة.

## Bilateral Monopoly/Oligopoly

الاحتكار الثنائي / احتكار القلة

هو وضع يكون فيه هناك مشتري واحد (أو مجموعة من المشتريين) وبائع واحد (أو عدد من البائعين) لأحد المنتجات في سوق معينة. ويؤدي مستوى التركيز في بيع أو شراء المنتج إلى اعتماد مبادل ومشارك بين البائع (أو البائعين) والمشتري (أو المشتريين). وفي ظل ظروف معينة يمكن للمشتري (أو المشتريين) أن يمارس قوة مضادة لتحديد قوة سوقية لبائع واحد كبير أو عدة بائعين كبار في السوق مما ينشأ عنه زيادة في الناتج وانخفاض في الأسعار عما كان سائدا في ظل الاحتكار الفردي أو احتكار القلة. وتكون هذه هي الحال بصفة خاصة عندما يتم عرض بالمرونة عند المنبع ويستجيب بشكل معقول لتغيرات السعر ولا يتعرض لاختناقات في الإنتاج، وهنا يمكن للمشتريين أن يؤثروا بدرجة كبيرة في السعر النهائي لدى البائعين المحتكرين بسبب حجم مشترياتهم، كما أن للمشتريين نفوسهم يولجوهون منافسة الأسعار في الأسواق النهائية (نظر التكامل الرأسي Vertical Integration للتعرف على المصطلحين المنبع Upstream ونهائي Downstream) ويحصل أن ينشأ هذا الوضع بصفة خاصة في حالة شراء أحد المنتجات لوسيلة. ومع ذلك، فإنه إذا كان عرض السلعة أو المنتج مفيدا عند المنبع ولم تكن هناك منافسة فعالة عند المستويات الدنيا أو النهائية، فقد يؤدي الاحتكار الثنائي أو احتكار القلة إلى تعظيم الربح بشكل مشترك بين البائعين والمشتريين وإلحاق الضرر بالمستهلكين.

## Brand Competition (Inter-and-Intra)

المنافسة (بين ومن خلال) العلامات التجارية

غالبا ما تقوم المنشآت المستغلة بتسويق منتجات متباينة بتطويرها والمنافسة فيها على أساس علامات تجارية أو علامة تصنيف Label مثل كوكا كولا مقابل بيبسي كولا.

وكل من العلامات التجارية قد يحظى بالتفضيل من جانب مستثمرين مختلفين لسهولة الاستدراك لدفع سعر أعلى أو القيام بعمليات شراء متكررة من أحد المنتجات التي تحمل علامة تجارية بعينها دون المنتجات الأخرى. وقد تكون المنافسة في منتجات العلامات التجارية ذاتها وهي منافسة بين الموزعين وتجار التجزئة الذين يتعاملون في نفس العلامة التجارية. وقد تكون هذه المنافسة على السعر أو على غير السعر. ومثال ذلك، أن الزوج من المصانع قد يباع في أحد محلات تجزئة بخصم أو في أحد محلات المتخصصة بسعر أقل عما يباع به في أحد محلات الكبرى ذلك الأقسام المتخصصة ولكن بدون أن يخص المستهلك على لطف المعاملة واليافة في الخدمات التي تقدمها محلات الكبرى. واليافة في الخدمات تشكل منافسة غير سعرية في نفس العلامة التجارية. وتسعى بعض منشآت الصناعة إلى المحافظة على أسعار تجزئة موحدة لمنتجاتها ومنح المنافسة السعرية لدخل العلامة التجارية، من خلال ممارسات تجارية مثل المحافظة على أسعار إعانة لبيع لتعزيز المنافسة غير السعرية إذا ما كان ذلك سيؤدي إلى زيادة المبيعات من منتجاتهم.

## Bundling

التصويل (التحريم)

نحيانا ما يتم الإشارة إلى هذا المصطلح أيضا بجملة "حزمة واحدة Package tie-in" أو "حزمة بما فيها" وهو إجراء يحدث عادة عندما يتم بيع أحد المنتجات مرتبطا مع آخر كشرط لإجراء البيع. ويرتبط هذا بفكرة "البيع المقيد Tied Selling" وعلى سبيل المثال، فقد يطلب أحد مصنعي الحاسب الآلي من عملائه أن يشتروا مع جهاز الحاسب كافة، أو كمية معينة من، المنتجات الفرعية مثل الأقراص المرنة وورق طباعة. وبدلا من ذلك، فإن عملية البيع قد تجرى كحزمة واحدة كاملة مثل سيارة المجهزة بكافة الكماليات والمستلزمات بما في ذلك الإرسال الأوتوماتيكي والراديو كاسيت، وجهاز التكييف. وعملية تحميل أو تحريم المنتجات قد تكون أحد مصادر الاقتصاد أو لكفاءة بالنسبة للمصنع، وهو ما قد يعكس في السعر لمجم الذي يدفعه المشتري والذي يقل عما كان سيدفعه إذا اشترى هذه المنتجات كلا على حدة. وعلى أية حال، فإن التحميل أو التحريم قد يجعل أيضا من الصعب على المنشآت أن تدخل في قطاعات المنتجات المختلفة في السوق. إذ أن قرار المنافسة القائمة عن التحميل، وعن البيع المقيد بصفة عامة، تعتبر معقنة وتكفل تقييما لكل حالة على حدة باتباع منهج تحكيم لمنطق.

## Cartel

الاتحاد الاحتكاري للمنتجين (الكارتل)

الاتحاد الاحتكاري للمنتجين أو الكارتل هو اتفاق رسمي بين المنشآت في صناعة تتحكم فيها القلة. وقد يتفق أعضاء الاتحاد (الكارتل) على أمور مثل الأسعار، ناتج كلتي للصناعة، وخصص السوق، وتخصيص العملاء، وتخصيص الأراضي، والتلاعب في العطاءات، وإشياء وكالات بيع مشتركة، وتقسيم الأرباح أو مزيج من كل ذلك، وبهذا المعنى لعرض فإن الاتحاد (الكارتل) يصبح مرفعا للأشكال "الصريحة" من التوافق. والاتحادات يتم تشكيلها للمنافسة للمنشآت الأعضاء. وتقدم نظرية الاحتكار "التعاوني" القلة أساسا لتحليل التغليف والأثار الاقتصادية للاتحادات الاحتكارية للمنتجين. ويمكن قول بصفة عامة أن الاتحادات الاحتكارية أو سلوك الاتحادات الاحتكارية يحاول أن يحاكي سلوك الاحتكار الفردي من خلال تقييد ناتج الصناعة، وزيادة أو تثبيت الأسعار حتى يمكن الحصول على أرباح أعلى. ولا بد من التمييز بين الاتحادات الاحتكارية لعامة والاتحادات الاحتكارية لخاصة. وفي حالة الاتحادات الاحتكارية لعامة (الكارتل) قد تقوم الحكومة بوضع وتنفيذ الأحكام والقرارات الخاصة بالأسعار، والناتج وغير ذلك من الموضوعات. ويعتبر تحادك التصدير وتجمعات شركات الشحن مثلة للاتحادات الاحتكارية لعامة (الكارتل). وفي كثير من الدول تم السماح بإنشاء كارتل لمواجهة لكساد في صناعات التي تعتبر لها حاجة إلى استقرار الأسعار والإنتاج و/أو السماح بإعادة تنظيم هيكل الصناعة والطاقة الزائدة.

## Collusion

التوافق

يشير مصطلح التوافق إلى تجمعات والتآمرات أو الاتفاقات بين البائعين لزيادة أو تثبيت الأسعار وتخفيض الناتج حتى يمكن زيادة الأرباح. وعلى خلاف مصطلح الاتحاد الاحتكاري، فإن التوافق لا يتطلب بالضرورة وجود اتفاق رسمي، سواء كان عاما أم خاصا، بين الأعضاء. ومع ذلك، فإنه ينبغي ملاحظة أن الآثار الاقتصادية للتوافق والاتحاد الاحتكاري هي نفس الآثار وغالبا ما يتم استخدام المصطلحين محل بعضهما بعضا. تنظر معظم السلطات إلى التوافق بين المنشآت على زيادة أو تثبيت

أسعار وتخفيض فاتح على أنه الوحيد الذي يعبر لخطر الانتهاكات لقرنين المنافسة. ومن المعروف أن ترتيبات التوظيف يتم الوصول إليها وتنفيذها بطرق تباين وقفا للتصوير البشرية ذاتها. وهناك عوامل مختلفة تعمل على تسهيل تكوين مؤثرات تثبيت الأسعار. وتتضمن ما يلي:

1. قدرة على زيادة وتثبيت الأسعار في إحدى الصناعات. ولا ينجح التوظيف إذا ما كانت عتوق لدخول منخفضة أو كانت هناك منتجات بديلة وما لم يكن هناك أي حافز لدى المنشآت للبقاء أو للمشاركة في مؤثرات الأسعار.
2. عدم توقع المنشآت لسهولة اكتشاف التوظيف أو لسوء العقوبة المفروضة بشأنه. وإذا كان هذا هو الحال، فإن الأرباح الفائضة عن التوظيف قد تكون أكبر كثيرا عن تكلفة الخدمات وعن خسائر المنشآت اسمعها.
3. انخفاض التكاليف التنظيمية. إذ أنه لو كانت المفاوضات بين المنشآت مستغرقا وقتا طويلا مع ارتفاع تكاليف تنفيذ المؤثرة والإشراف عليها، فقد يكون من الصعب تكوين اتحاد.
4. إنتاج منتجات مماثلة أو متقاربة كثيرا. إذ لا يمكن الوصول بسهولة إلى عقد صفقات لتوحيد سعر إذا ما كانت المنتجات تختلف في خواصها من ناحية الجودة وفترة استعمالها. وبصحب من الصعب على المنشآت في هذه الظروف أن تكشف ما إذا كانت الاختلافات في المبيعات تعزى إلى تغير تقنيات المشتري أو إلى تغير بوساطة المنشآت في شكل تخفيضات سرية في الأسعار.
5. تركيز شديد للصناعة أو وجود بضع منشآت ضخمة تقوم بتوفير قدر الأعظم من المنتج. فإنه عندما يكون عدد المنشآت قليلا تسهل تكاليف التوظيف إلى الانخفاض وبالتالي تزداد احتمالات اكتشاف المنشآت التي لا تحترم الأسعار المثبتة.
6. وجود اتحاد أو تجمع صناعي أو تجاري. إذ أن الاتحادات تسهل إلى توفير أساسا لتسويق نولحي نشاط الاقتصادي وتبادل المعلومات التي قد تسهل التوظيف. كما أنها أيضا قد تؤدي إلى تخفيض التكاليف التنظيمية والإشرافية للتجمع أو الاتحاد.

#### المنافسة

#### Competition

هي تحد الأوضاع في سوق تحاول فيه المنشآت أو الباحثين بشكل مستقل الحصول على رضا المشتريين حتى تحقق أحد الأهداف لمعينة للعمل أي الأرباح، أو المبيعات و/أو الحصول على حصة من السوق. والمنافسة في هذا الصدد غالبا ما تتم معادلتها بالمباراة. والمباراة التنافسية بين المنشآت يمكن أن تحدث عندما تكون هناك منسختان أو عدة منشآت. وهذه المباراة قد تكون من حيث السعر، والجودة، والخدمة، أو مزيج من كل هذه العوامل وغيرها قد يعبرها لعملاء ذلك قيمة. ويجري النظر إلى المنافسة على أنها عملية تضطر بموجبها المنشآت إلى أن تصبح ذات كفاءة وأن تقدم لخدمات أكبر من المنتجات والخدمات بأسعار أقل. وهي تؤدي إلى زيادة رفاية المستهلكين وكفاءة تخصيص. وهي تتضمن فكرة "الكفاءة الديناميكية" التي تدعو المنشآت إلى المشاركة في الابتكار وتحسين وتدريب والتقدم لتكنولوجي.

#### Concentration

#### التركز

يشير مصطلح التركيز إلى تحد الذي يمكن فيه لعدد صغير من المنشآت أو المؤسسات أن تقوم بنسبة ضخمة عن نشاط الاقتصادي مثل المبيعات الإجمالية، والأصول أو لعمالة. وهناك أربعة أفكار محددة على الأقل تتجسد في هذا المصطلح:

1. التركيز الكلي Aggregate Concentration الذي يعبر لوضع نسبي للمنشآت الضخمة في الاقتصاد. وهذا لقياس كان موضع اهتمام الاقتصاديين والاجتماعيين وعلماء سياسة بصفة رئيسية في إطار نظريات متعلقة بالقوة الاقتصادية والسياسية الفعلية (والمحتملة) التي قد تتمكن منشآت الأعمال الكبرى من ممارستها بسبب أهميتها الاقتصادية في الدولة/قطاع صناعي/منطقة جغرافية.
2. تركيز السوق Market Concentration والذي يشار إليه أيضا بمصطلح تركيز البيع Seller Concentration وهو يعبر لتركز نسبي للمؤسسات الضخمة في تقديم سلع أو خدمات محددة مثل سيارات أو قروض لمضمونة برهن عقاري. والمبرر الذي يدعو إلى قياس تركيز الصناعة أو تركيز السوق هو نظرية الاقتصادية للتنظيم الصناعي التي تقرر أنه مع بقاء

الأشياء الأخرى على حالها، فإن ارتفاع مستويات تركيز السوق يؤدي بشكل أكبر إلى قيام المنشآت باتساح ممارسات لتكاريه تؤدي بدورها إلى سوء تخصيص للمورد وضعف الأداء الاقتصادي. ويستخدم تركيز السوق في هذا الصدد باعتبار، تحد لمؤثرات القوة السوقية.

3. تركيز شراء Buyer Concentration ويعبر لمدى الذي يمكن لبيعة أو عدد قليل نسبيا من المشتريين أن يشتروا فيه كمية كبيرة من منتج معين. وفي لحالة التصوي، فإن قيام مشتري واحد بشراء كافة الإنتاج من سلعة أو خدمة يؤدي إلى وضع لتكثار شراء. وقد يؤدي تركيز شراء إلى قوة مضادة تعادل قوة السوق التي كانت قد نشأت من ارتفاع مستويات السوق أو تركيز البيع. (نظر أيضا ما ورد تحت الاحتكار الشرائي/لتكثار لفة).
4. تركيز ملكية Ownership Concentration الذي يعبر لمدى تسامح وضيق ملكية سهم شركات لمعينة في بورصة الأوراق المالية. وهذه الفكرة الأخيرة غالبا ما يجري التوسع فيها لتقديم وصف للتزوة أو السيطرة على أصول شركات بين شركات الأعمال أو لعائلات كلاً على حد.
- 5.

#### Conglomerate

#### المنشآت متعددة النشاط

يشير المصطلح إلى منشأة أو مؤسسة أعمال ذات نولحي نشاط اقتصادية في صناعات مختلفة غير مرتبطة. وقد تظهر المنشآت متعددة النشاط من خلال عمليات الاندماج والاستحواذ و/أو الاستثمار في نطاق متنوع من الصناعات لأسباب متعددة مثل تقليل المخاطر، وزيادة الوصول إلى الموارد المالية والإدوية، وزيادة كفاءة تخصيص للمورد. وقد تثير بعض المخاوف بشأن سياسة المنافسة. وعلى الرغم من عدم وجود اتفاق عام بين الاقتصاديين، فإن شركات متعددة النشاط تؤدي إلى تسهيل ممارسات مناهضة للمنافسة من خلال لدعم لمبادل نولحي نشاط الأكل ربحا التي تهدف إلى إقصاء المنافسة، والاتفاقات لمبادلة مع المنشآت الأخرى متعددة النشاط في شراء وبيع لمداخلات والمخرجات. وتزيد الأدلة والبراهين على أن المنشأة متعددة النشاط ليست بالضرورة أكثر ربحا، كما أن كثيرا من المنشآت متعددة النشاط قد أصبحت تتخلى عن الاستثمار في نولحي نشاط مختلفة وأضحت تركيز عملياتها على خطوط أعمال أقل.

#### Consolidation

#### التصحيح أو التوحيد

يشير لمصطلح بصفة عامة إلى لجمع بين، أو ضم، منشآت أو أكثر في منشأة جديدة ولحده من خلال تحويل الأصول إليها. وقد يتم تنظيم المنشأة الجديدة بشكل خاص لتتميز ذلك عن الاندماج.

#### Consumers' Surplus

#### فائض المستهلكين

هو مقياس لرفاهة المستهلك ويتم تحريفه بأنه ما يزيد على التكبير الاجتماعي للمنتج فوق سعر المدفوع فعلا، ويتم قياسه بمساحة مثلث تحت منحنى لطلب وفوق لسعر لمحوظ. ويستخدم فائض المستهلكين بشكل واسع لقياس رفاية المستهلك نظرا لأنه لا يتطلب سوى معلومات عن منحنى لطلب (الأسعار والكميات). ومع ذلك، فإن هناك جدلا كبيرا حول لدرجة التي يتطابق فيها مع مقياس نظرية أخرى أكثر قبولا عن رفاية المستهلك. وبصفة عامة، فإن فائض المستهلكين يعبر أكثر فائضا كلما انخفضت لمرونة لدخلة لطلب.

#### Consumer Welfare

#### رفاهة المستهلك

يشير لمصطلح إلى لمنافع فردية ناتجة من استهلاك لسلع والخدمات. ومن ناحية نظرية، يتم تعريف لرفاهة فردية بأنها لتقدير الذي للفرد عن رضائه بالسعي للأسعار والدخل. ولذا فإن قياس لمضبوط لرفاهة المستهلك يتطلب معلومات عن لتفضيلات فردية. ومن ناحية لعملية، فإن الاقتصادية لتطبيقية لرفاهة تستخدم فكرة فائض المستهلك لقياس رفاية المستهلك. وعند تطبيق لقياس على كل المستهلكين، يصبح فائض المستهلكين مقياسا لرفاهة لكلية للمستهلكين. وفي تطبيقات مناهضة للاحتكار، يجادل البعض بأن لهدف هو تنظيم فائض المستهلكين، بينما يجادل آخرون أنه ينبغي أيضا لحد مزيا لتجنبين في الحساب.

#### Contestability

## تنافسية دخول السوق

تعتبر السوق تنافسية إذا توافرت فيها الشروط التالية:

1. عدم وجود عوائق أمام لدخول والخروج.
2. تمتع كافة المنشآت، سواء منها القائمة فعلا والتي بحتمل دخولها، بالقدرة على الوصول إلى نفس تكنولوجيا الإنتاج.
3. وجود معلومات كاملة عن الأسعار، متاحة لجميع المستهلكين والمنشآت.
4. إمكان دخول المنشآت وخروجها قبل أن تتمكن المنشآت الموجودة بالسوق من تعديل الأسعار.

وعلى تقيض من المنافسة الكاملة، فإن السوق التنافسية قد يكون بها أي عدد من المنشآت (سواء كان منشأة واحدة فقط أم كان بضع منشآت) وليس من الضروري أن يلتزم هذه المنشآت بالأسعار. ويتم تصميم تحليل الأسواق التنافسية للحالات التي تؤدي فيها وجود اقتصاديات الحجم إلى استبعاد عدد ضخم من المنافسين. وتبين نظرية الأسواق التنافسية أن لصناعة التي تتكون من منشأة واحدة أو عدد قليل من المنشآت قد تتمتع بالكفاءة. والفكرة الأساسية هي أن المنشآت الموجودة ستحافظ على بقاء الأسعار قريبة من المستوى التنافسي بسبب التهديد الذي يفرضه احتمال دخول منشآت جديدة. وإذا ما قامت المنشآت الموجودة برفع الأسعار، عندئذ يحدث دخول المنشآت (حيث لا توجد عوائق دخول) وتتكون لدى المنشآت الجديدة قدرة على الإنتاج بنفس كفاءة المنشآت الموجودة (حيث توجد قدرة الوصول إلى التكنولوجيا). وفضلا عن هذا فإنه عند هبوط الأسعار نتيجة لدخول المنشآت، يكون بإمكان تلك المنشآت أن تخرج من صناعة بسرعة وبدون تكلفة (عدم وجود عوائق خروج). ويعرف هذا بالدخول وفقا لمبدأ "ضرب وأجرى hit-and-run" الذي يدفع حتى لمحتكر للمحافظة على بقاء الأسعار قريبة من متوسط التكلفة. وقد يكون الاحتكار الطبيعي سؤفا تنافسية إذا لم يكن هناك قدر كبير من التكاليف الغارقة Sunk Costs. وهو ما يعني أن الاحتكار الطبيعي التنافسي والمتواصل ليس بحاجة إلى تنظيم ولا يخضع لسياسات المنافسة نظرا لانتضباطه عن طريق تهديد دخول منشآت جديدة. ومع ذلك، فإن سوق الاحتكار الطبيعي قد يكون تنافسيا ولكن ليس مستداما، وفي هذه الحال يتطلب الأمر ضرورة تنظيمه.

## Control of Enterprises

السيطرة على المؤسسات

ينتظر أن تتم ممارسة السيطرة على المؤسسة بصفة عامة، عندما يمتلك فرد أو مجموعة من المستثمرين نسبة تتعدى 50% من الأسهم العادية ذات حقوق التصويت للمؤسسة أو المنشأة. ومع ذلك، فقد تتم ممارسة "السيطرة الفعالة" عندما يمتلك المستثمر (أو المستثمرون) قدرا ضخما من الأسهم حتى لو كان أقل من نسبة 50% وذلك عندما تكون ملكية باقي الأسهم موزعة على نطاق واسع بين عدد كبير من صغار المستثمرين.

## Costs

### التكاليف

يشير إلى قيمة عوامل الإنتاج التي تستخدمها المنشأة في الاستخدامات البديلة (تكاليف لعمالة، تكلفة لمواد، وتكلفة رأس المال). وتكاليف قد تكون ثابتة أو متغيرة. وتكاليف ثابتة لا تتغير مع تغير كمية الإنتاج. ومثال ذلك، فاتحة على ليدون، والضرائب العقارية، والإيجار. ويصنف الاقتصاديون إلى التكاليف ثابتة عائدا ثابتا على رأس المال يكون كافيا للمحافظة على رأس المال في الاستخدام الحالي. وهو ما يعكس فكرة أن كافة التكاليف الاقتصادية تعتبر تكلفة للفرصة البديلة، أو تكلفة البديل الأخرى الضائعة. ومن ثم فإن لعائد على رأس المال فيما لو تم تشغيله في مكان آخر بشكل تكلفة للفرصة البديلة. وتكاليف المتغيرة هي تكاليف تتغير مع تغير لكمية المنتجة. ومثلها لمواد وفوقود، وعمالة الإنتاج والضيافة. ومع ترداد فترة زمنية فإن قدرا أكبر من التكاليف يصبح متغيرا.

ويشير مصطلح إجمالي التكاليف إلى مجموع التكاليف الثابتة والمتغيرة. كما يشير متوسط التكاليف إلى إجمالي التكاليف مقسوما على ناتج. أما التكاليف الحدية فتشير إلى الزيادة في إجمالي التكاليف التي تنشأ من إنتاج وحدة إضافية من الناتج. والتكلفة الحدية هي دالة للتكاليف المتغيرة فقط، نظرا لأن التكاليف الثابتة لا تتغير مع الزيادة في الناتج.

وتكاليف المتغيرة لها أهمية خاصة في نظرية الاقتصادية. والمنشآت التي تعمل لتعظيم أرباحها ستعمل دائما على إنتاج مقدار من الناتج حتى تصبح التكلفة الحدية مساوية.

## Cut-Throat Competition

## المنافسة الفاتحة (أو المدمرة)

وتعرف أيضا باسم المنافسة المدمرة أو المخربة، وتشير إلى الموقف التي تؤدي فيها المنافسة إلى أسعار لا تغطي تكلفة الإنتاج، وخاصة لتكاليف ثابتة في خلال فترة قصيرة ثم في خلال فترة زمنية ممكنة. وقد ينفذ هذا في الصناعات المتكاثمة أو "لمريضة" ذات المستويات المرتفعة من فائض الطاقة أو حيث تتكرر الأزمات نتيجة هبوط الطلب دوريا أو بصفة متقطعة. وغالبا ما يتم اللجوء إلى حجة المنافسة المدمرة لمناصرة تدخل الحكومة في شكل تنظيم أو استغلال الأسعار والتوجه الهيكلية.

## Deconcentration

### تخفيض التركيز

هي سياسة لإنهاء والتخلي عن الاستثمار في عمليات المنشآت الضخمة لتخفيض درجة التركيز في إحدى الصناعات. ويتم قباج هذه السياسة من وقت إلى آخر في مختلف الدول وخاصة في الشركات التي يرتفع فيها مستوى نشاط في عمليات الاندماج. وينظر إلى مستويات التركيز الأقل في صناعة وزيانة عدد المنشآت باعتبارها وسيلة لحفز المنافسة. ومع هذا فإن هناك مخاطر ماثلة في قباج هذه السياسة كمنهج عام لحد مشاكل المنافسة التي قد تصاحب المستويات المرتفعة من تركيز الصناعات. وقد تقضي سياسة تخفيض التركيز الهيكلية إلى خسارة كبيرة في الكفاءة الاقتصادية. والمنشآت الضخمة قد تكون ضخامتها راجعة إلى اقتصاديات الحجم، والتكنولوجيا، والابتكار وهو ما لا يمكن أن يقبل لتكاسم بدون تحمل تكاليف مرتفعة. ويحتمل بشكل كبير أن تكون هذه هي الحال عندما تكون المنشآت قد بلغت حجمها بعا للأحول والفرص التي تاحها لها الأسواق. ومع ذلك، ففي عدد دول وخاصة في اقتصادات شرق أوروبا، كان نمو التركيز الصناعي وحجم المنشآت للضخمة نتيجة لتشجيع وسياسات حكومية مقصودة. وقد تكون سياسات تخفيض التركيز مناسبة في هذه البيئة من أجل تشجيع سلوك وكفاءة المنشأة المتجهة إلى السوق.

## Diversification

التنوع

يشير هذا المصطلح إلى توسع إحدى المنشآت القائمة في خط إنتاج أو سوق منشأة أخرى. وقد يكون التنوع مرتبطا أو غير مرتبط. ويحدث التنوع المرتبط عندما تتوسع المنشأة في خطوط إنتاج مماثلة.

## Dominant Firm

### المنشأة المسيطرة

المنشأة المسيطرة هي تلك المنشأة التي لها حصة ضخمة من سوق معين والتي تكون حصتها في السوق أكبر كثيرا من أضخم المنافسين التاليين لها. وعادة ما تعتبر المنشآت المسيطرة إذا بلغت حصتها من السوق 40% أو أكثر. والمنشآت المسيطرة قد تكون مصدرا للقلق بشأن المنافسة عندما تكون لها قوة كافية لتضع الأسعار بشكل مستقل. ومن ثم فإن لصناعة ذات المنشأة المسيطرة غالبا ما تكون لاحتكارا قلة لوجود عدد قليل من المنشآت. ومع أن هذا يعتبر لاحتكارا غير متناسق نظرا لأن المنشآت ليست ذات لحجام متساوية. وعادة ما يواجه المنشأة المسيطرة تحديا من المنافسين الصغار، الذين يشار إليها باسم الأهداب التنافسية. وهذه الأهداب التنافسية أحيانا ما تتضمن المنشآت التي يحصل دخولها. وهكذا فإن المنشأة المسيطرة قد تكون عبارة عن محتكر يواجه منحنى طلب منحدر إلى أسفل. ومع ذلك، فإن المنشأة المسيطرة، على عكس المحتكر، يجب أن تأخذ في حسابها أيضا منشآت الأهداب التنافسية، عند اتخاذ القرارات الخاصة بالأسعار/الناتج. ويفترض عادة أن المنشأة المسيطرة تتنصع بشيء من لميزة التنافسية (مثل لتكلفة الأقل) بالمقارنة مع منشآت الأهداب. ومصطلح الأهداب التنافسية ينشأ من نظرية الأساسية للتسعير الذي يفرضه المنشأة المسيطرة. إذ أنه يفترض بصفة عامة أن تقوم المنشأة المسيطرة بوضع أسعارها بعد تخصيص جزء من السوق للأهداب التنافسية التي يقبل هذه الأسعار باعتبارها أمرا مفروضا. وقد تكون المنشآت المسيطرة من أهداف سياسة المنافسة عندما تنفق، أو تستمر في، مركزها لمسيطر نتيجة للممارسات المناهضة للمنافسة.

## Dumping

الإغراق

هو إحدى ممارسات التي تقوم بها المنشآت لبيع المنتجات في الخارج بأقل من تكلفة أو بما يقل كثيرا عن أسعارها في السوق المحلية والحالة الأولى تعني حرق الأسعار Predatory Pricing، والحالة الأخرى هي التمييز في الأسعار Price Discrimination. والإغراق بنوعه ينظر إليه من جانب كثير من الحكومات باعتبار شكلا من أشكال تهيب أو الإغراق الدولي، والذي يكون من آثاره إهداك اضطراب في الأسواق المحلية للمنافسين الأجانب، ويجادل الاقتصاديون، مع ذلك، بأن عملية الإغراق ذلك التمييز سعري، حيث لا يباع لسلع بأقل من التكاليف الإضافية للإنتاج، تعود بالنفع على المستهلكين في الدول المستوردة، ولا تضر إلا المنتجين الأقل كفاءة. وبموجب لحكام الاتفاقية لعامة للتعريفات والتجارة (GATT) لا يجري تشجيع الإغراق، وعلى المنشآت أن تطلب من حكوماتها فرض تعريفات وتصاد إجراءات أخرى للحصول على وضع تنافسي مريح. وكما هو الحال في ممارسات حرق الأسعار أو بيع بأقل من التكلفة وقد تار لجدل الذي يشكك في الجدوى الاقتصادية للإغراق بأسعار تقل عن التكلفة في خلال فترات زمنية ممتدة.

#### Duopoly

الاحتكار الثنائي

هو حالة التي تضح فيها لصناعة بأثنين اثنين. ومن ثم فإنها حالة خاصة من الاحتكار الثنائي. وفي نظرية الاقتصادية الخاصة بالتنظيم الصناعي، غالبا ما يتم تحليل الاحتكار الثنائي بأنه مثال مبسط من سلوك لاحتكار الله.

#### Excess Capacity

الطاقة الفائضة

هو وضع تنتج فيه المنشأة حجما أقل من الناتج عما هي مخصصة لأجله. وبتأثير هذا الوضع عندما تكون التكلفة لخدمة أقل من متوسط التكلفة. بينما يكون من الممكن تخفيض متوسط تكلفة الوحدة عن طريق إنتاج سلع وخدمات أكثر. ويمكن قياس الطاقة الفائضة باعتبارها الزيادة في المستوى لجاري للناتج المطلوب لتخفيض تكاليف الوحدة من الإنتاج إلى أدنى حد. والطاقة الفائضة هي إحدى خواص الاحتكار الطبيعي أو المنافسة الاحتكارية. وقد تنشا نظرا لأنه مع زيادة الطلب، تقوم المنشآت

بالاستثمار والتوسع في الطاقة بأحجام معينة، أو لا يمكن تجزئتها. وقد تختار المنشآت أن تحتفظ بالطاقة الفائضة باعتبارها جزءا من سياسة متعمدة لإعانة ومنح دخول منشآت جديدة.

#### Excess Prices

الأسعار المفرطة

هي الأسعار التي تحدد بمبلغ يزيد على المستويات التنافسية، نتيجة للاحتكار أو القوة السوقية. ومع ذلك، فإنه من شاحبة لعملية وفي غيبة مؤامرة أو اتفاق على تثبيت الأسعار أو أي دليل على قوة سوقية قائمة من ارتفاع درجة التركيز، فإن من الصعب جدا إثبات حد أو مستوى يعتبر فيه سعر مفرطا أو غير معقول. ونظرا لأن الطريقة الأساسية لتنظيم الإنتاج في اقتصاد السوق تتم عن طريق نظام الأسعار، فإن مرونة في الأسعار تعتبر أمرا حاسما، كما أن الأسعار تتذبذب حتى يمكن أن يحدث توازن بين الطلب والعرض. وبسبب نقص في العرض أو زيادة الطلب في زيادة الأسعار ويقدم حافزا لزيادة الإنتاج ودخول موردين جدد.

#### Export Cartel

اتحاد التصدير (كارتل التصدير)

هو اتفاق أو اتفاقات بين منشآت لتقاضي سعر تصدير معين و/أو لتقسيم أسواق التصدير. وينص كثير من لوائح قانون التصدير على إعفاء هذه الاتفاقات من نصوص الأمر بشرط ألا يؤدي الاتحاد إلى آثار جارحة أو مفسدة للمنافسة في السوق المحلية مثل نشوء اتفاقات لتثبيت الأسعار أو أن ينتج عنه انخفاض الصادرات. ويعزى لسبب في السماح باتحادات التصدير إلى أنها قد تعمل على تسهيل تعاون في التصرف الأسواق الأجنبية، وتحويل الدخل من المستهلكين الأجانب إلى المنتجين المحليين بما يؤدي إلى ميزان تجاري أفضل توازنًا.

#### Fighting Brand

#### الصنف الطارد

هو صنف ذو علامة تجارية جديدة لأحد المنتجات الموجودة أو المماثلة له في السوق والذي يجري تسعيره بسعر منخفض جدا أو بأقل من التكلفة مع قاحته لفترة زمنية محدودة في مناطق سوقية محددة لمناهضة منافسة المنشآت الأخرى (عامة ما تكون منشآت أصغر). وتقوم المنشآت بتكديدهم هذه "الأصناف الطاردة" لتجنب تخفيض أسعار الأصناف ذات العلامات التجارية المعروفة، لأن إذا قد يكون مكلفا لأسباب من بينها أن الأصناف ذات العلامات المعروفة يتم تسعيرها بشكل موحد على نطاق واسع في الأسواق. والأصناف الطاردة غالبا ما ينظر إليها كأحد أشكال من ممارسات حرق الأسعار أو كإحدى لممارسات لمناهضة للمنافسة التي يقصد منها إخراج المنافسين من سوق معينة. وكما هي الحال مع الأشكال الأخرى من حرق الأسعار فإن فرصة نجاحها محدودة.

#### Franchising

منح امتياز

هو نوع معين من العلاقة لرافية بين منشأتين عامة ما يفار إليهما بمصطلح "صاحبة الامتياز Franchisor" و"مستفيدة الامتياز Franchisee". وعامة ما تقوم بين المنشأتين علاقة تعاقدية، حيث تقوم المنشأة صاحبة الامتياز ببيع أحد المنتجات ذات الشهرة، أو علامة تجارية، أو طريقة للقيام بالعمل، أو الخدمات الإضافية إلى المنشأة مستفيدة الامتياز على حدة مقابل مدفوعات من الإتاوات أو رسوم الامتياز والمدفوعات الأخرى. والعلاقة التعاقدية قد تغطي أمورًا مثل أسعار المنتجات والإعلانات ومواقع وفروع منافذ التوزيع والمنطقة الجغرافية، إلخ... وعامة ما تخضع العلاقات منح الامتياز لقوانين المنافسة، وخاصة تلك تنصوص التي تتناول القيود لرافية. وقد تؤدي العلاقات منح الامتياز إلى تسهيل دخول منشآت و/أو منتجات جديدة كما أن لها فوائدًا من ناحية تعزيز الكفاءة. ومع ذلك، فإن العلاقات منح الامتياز قد تؤدي إلى تقييد المنافسة أيضا في بعض الحالات.

#### Full Cost Pricing

#### تسعير حسب التكلفة

هذه إحدى الطرق التي تقوم المنشأة وفقا لها بحساب سعر المنتج على أساس التكلفة مباشرة الوحدة من ناتج مضافا إليها هامش لتغطية التكاليف الثابتة والربح. وعامة ما يتم حساب التكاليف الثابتة بالقرض تشغيل لمصانع بأقل من الطاقة الكاملة للاحتياط ضد تقلبات وتذبذب مستويات الإنتاج والتكاليف. وغالبا ما يتم تسعير حسب التكلفة من جانب المنشآت نظرا للصعوبة الشديدة في حساب الطلب بشكل دقيق في خلال فترة زمنية، وتحديد سعر السوق. وتشير الدراسات لعملية إلى أن منشآت الأعمال تقوم على نطاق واسع بتطبيق طريقة تسعير حسب التكلفة.

#### Holding Company

الشركة القابضة

مسمى لشركة قابضة يجبر عن مساهمة مالية خالصة تستخدم فيها لشركة قابضة رأس مالها في ملك حصص (عامة ما تكون حصصا حاكمة أو مسيطرة) في عدد من شركات لعامة. وعلى الرغم من أن غرض شركة قابضة هو الحصول على السيطرة وليس التشغيل، فإن لعمادة هو أن يكون لها تمثيل في مجالس الإدارة في المنشآت لعامة. والشركات قابضة توفر وسيلة يمكن عن طريقها أن تصبح سيطرة على شركة شديدة التركيز عن طريق التشغيل لهرمي. والشركة قابضة قد تسيطر على شركة عاملة ذات عدة منشآت تابعة.

#### Homogenous Products

منتجات متجانسة

تعتبر المنتجات متجانسة عندما يمكن لكل منتج منها أن يحل محل الآخر تماما ولا يمكن للمستهلكين أن يجدوا أي اختلافات حقيقية أو فعلية بين المنتجات التي تعرض في المنشآت لمختلفة. والسعر هو البعد الوحيد الذي يحظى بأكثر من الأهمية بين الأبعاد الأخرى الذي تتنافس بشأنه المنشآت التي تنتج منتجات متجانسة. ومع ذلك، تظهر لخبرة لعملية أنه عندما يكون عدد هذه المنشآت قليلا، فقد يؤدي وجود المؤسسات إلى تسهيل التواطؤ. وقد تضح في مناطق لتخصص كضائفي مختلفة وجود ترتيبات تواطؤ في المنتجات لمجانسة مثل الأسمنت، الدقيق، والصلب، والسكر.

وعلى التفضيل، فإن المنتجات غير المتجانسة تختلف اختلافا كبيرا عن بعضها بعضا وليس من السهل أن يحل بعضها محل بعضها الآخر.

## Intellectual Property Rights

### حقوق الملكية الفكرية

هذا هو المصطلح العام لتخصيص حقوق ملكية عن طريق براءات الاختراع، وحقوق التأليف والنشر، والعلامات التجارية. وتسمح حقوق الملكية هذه لصاحبها أن يمارس ابتكارا على استخدام موضوع براءة أو علامة تجارية لفترة محددة. وتعرض قوة الاحتكار عن طريق تكبد التكاليف والنسخ، إلا أن تكلفة الاجتماعية للاحتكار قد يتم تحويض عنها بارتفاع مستويات نشاط الإبداعي الخلاق الذي تعمل على تشجيعه المكاسب الناشئة عن الاحتكار.

## Joint Venture

### مشروع مشترك

هو اتحاد من منشآت أو أفراد يتم تكوينه للقيام بمشروع تجاري معين. وهو يماثل شركة التضامن، إلا أنه يكون محددا بمشروع معين (مثل القيام بإنتاج منتج معين أو قيام ببحث في مجال معين). ومن الممكن أن تصبح المشروعات المشتركة أحد موضوعات سياسة المنافسة عندما تقوم بإنشائها شركات منافسة. وعادة ما يجري تبرير المشروعات المشتركة على أساس المخاطر التي يتضمنها المشروع المعين الذي يتطلب رؤوس أموال ضخمة. ومن ثم، فإن المشروعات المشتركة شائعة في الصناعات المتعلقة باستخراج الموارد حيث ترتفع تكلفة الرأسمالية، كما ترتفع أيضا التكاليف التشغيلية. وقد أصبحت المشروعات المشتركة الآن أكثر انتشارا في تنمية التكنولوجيات الجديدة. ومن ناحية سياسة المنافسة مقابل المنافع المحتملة لتجميع المخاطر، وفتسام التكاليف الرأسمالية ونشر المعرفة. وفي الوقت الحاضر بدون جدل كبير في كثير من الدول حول الدرجة التي يسمح بها القيام بهذه المشروعات.

## Licensing

## الترخيص

وهو عبارة عن منح إذن قانوني لعمل شيء ما مثل القيام بإنتاج أحد المنتجات. والترخيص يعطي حقا للشخص أو المنشأة لم يكن أي منهما يملكه قبل ذلك. وبعض التراخيص يجري منحها مجانا، إلا أن معظمها يتطلب دفع مبلغ من المال في مقابل الحصول عليه. والتراخيص هي صفقات قانونية قد تتضمن قيودا معينة بشأن كيفية استخدام الترخيص. وهناك حالتان عربضتان للتراخيص فيما يتعلق بسياسة المنافسة. الأولى هي التراخيص التي تمنحها الحكومات للدخلين إلى صناعات معينة. وتوجد نظم تراخيص في كثير من صناعات الاتصالات (الإذاعة اللاسلكية والتليفزيون)، والموين (الطب) والخدمات (أعمال المصارف). ومع تباين شروط التراخيص، إلا أنها غالبا ما تكون مصحوبة بقيود مختلفة على المنشأة. وهذه القيود (أو التوجيهات التنظيمية) قد تكون متعلقة بالأسعار أو جودة أو مقدار الخدمة. وتمثل التراخيص الحكومية أحد عوائق الدخول في تلك الصناعات. والحالة الثانية هي استخدام التراخيص في حالات براءات الاختراع وحقوق التأليف والنشر والعلامات التجارية حيث يتم منح السلطة (في شكل ترخيص) من جانب المالك على طرف آخر للصناعة، أو نسخ أو بيع أو شراء سلعة. كما أن أصحاب حقوق التأليف والنشر والعلامات التجارية وحقوق الاختراع قد يرخسون الآخرين باستخدام أو إنتاج سلعة. وعادة ما يكون ذلك مقابل مبلغ ثابت، ونسبة لحق الامتياز، وفي معظم الحالات، عادة ما لا يكون هناك لدى صاحب براءة الاختراع أي تفضيل بين الترخيص والقيام بإنتاج اختراعه بنفسه نظرا لأنه يمكن أن يعظم العائد الذي يحصل عليه من خلال دفع رسوم الترخيص. ومع ذلك، فإن أصحاب براءات الاختراع ليس مطلوبا منهم استخدام، أو الترخيص باستخدام، التكنولوجيا الخاصة بهم. وهكذا فقد يكون هناك قيد على نشر وبيع التكنولوجيا، وهو ما يعمل كأحد عوائق الدخول. وفي كثير من الدول يكون هناك نص على نسخ براءات الاختراع أو فرض ترخيص إجباري عندما يثبت أن هناك إساءة في استغلال براءة الاختراع من خلال عدم الاستخدام أو فرض قيود مناهضة للمنافسة على الترخيص. ومن ناحية عملية، فإن الترخيص الإجباري نادرا ما يتم استخدامه.

## Limit Pricing

## لتسعير المتقيد أو المحدد

هو التسعير الذي تقوم به المنشآت القائمة لإعاقة أو منع دخول منشآت جديدة أو توسع في منشآت الأهداب، ويكون لسعر المحدد (المتقيد) أقل من السعر الذي يعظم الربح في الأجل القصير ولكن فوق المستوى التنافسي. وهناك عدة نماذج للتسعير المحدد (المتقيد) كما أن هناك قدرا كبيرا من الجدل حول ما إذا كان من المربح -في الواقع- بالنسبة للمنشآت القيام بمثل هذا السلوك. والتسعير المتقيد يعني ضمنا أن المنشآت تضحي بأرباحها الحالية حتى تحوق دخول المنشآت الجديدة، على أن تجني أرباحا في المستقبل. وليس من الواضح ما إذا كانت هذه الاستراتيجية متفوقة دائما على الاستراتيجية الأخرى التي تكون فيها الأسعار لجارية (والأرباح) أكثر ارتفاعا، ولكنها تهيبط بمرور الوقت مع دخول منشآت جديدة.

## Market Definition

### تعريف السوق

إن نقطة البداية في أي نوع من تحليل المنافسة هو تعريف المقصود بالسوق "المعنى". هناك بعدان أساسيان لتعريف السوق.

1. سوق المنتجات، أي ماهي المنتجات التي يمكن أن تتجمع معا؟

2. سوق جغرافية، أي ماهي المناطق الجغرافية التي يمكن أن تتجمع معا؟

وتعريف السوق يأخذ في الحسبان كلا من اعتبارات الطلب والعرض. وعلى جانب الطلب، يجب أن تتمتع المنتجات بإمكان حلول بعضها محل بعض من وجهة نظر المستهلك. وعلى جانب العرض، فإن الباحثين يجب أن يدخلوا سوقا كانوا يقومون بالإنتاج ثم كان يمكنهم أن يقوموا بسهولة بتحويل الإنتاج إلى المنتجات المطلوبة أو إلى بدائل قريبة منها. وتعريف السوق عادة ما يتضمن الباحثين الفعليين والمحتملين، أي المنشآت التي يمكن أن تقوم بسرعة بتغيير عملياتها الإنتاجية لعرض منتجات بديلة إذا ما تطلبت الأسعار ذلك. ولمبرر لهذا هو أن هذه المنشآت ستجده نحو تخفيض أو إلغاء قدرة المنشآت الموجودة في السوق على رفع الأسعار بما يتعدى المستوى التنافسي. ويقرر موقع المستهلكين والباحثين ما إذا كانت السوق جغرافية محلية ثم إقليمية ثم وطنية ثم دولية. وإذا ما تم تعريف الأسواق بشكل ضيق جدا سوك من ناحية المنتجات أو من ناحية جغرافية، فإن ذلك قد يعني استبعاد المنافسة ذات المغزى.

ومن ناحية أخرى، فإذا ما تم تعريف سوق المنتجات والسوق الجغرافية بشكل واسع فإن درجة المنافسة قد يكون مبالغيا فيها. ويؤدي كل من التعريف شديد الضيق أو شديد الاتساع إلى التقليل من شأن، أو المبالغة في، حصة السوق ومقاييس التركيز.

## Market Power

### القوة السوقية

تعرف قدرة المنشأة (أو مجموعة المنشآت) على رفع الأسعار والمحافظة عليها على مستوى أعلى من المستوى الذي يسود في ظل المنافسة، بأنها قوة السوقية أو القوة الاحتكارية. وتؤدي ممارسة القوة السوقية إلى انخفاض الأسعار وضبابية الرقابة الاقتصادية. وعلى الرغم من إمكان تقديم تعريف اقتصادي دقيق للقوة السوقية، إلا أن قياس فعلي للقوة السوقية ليس سهلا أو واضح المعالم. وقد كان أحد النماذج المقترحة هو استخدام مؤشر (البرنر) أي مدى زيادة السعر عن تكلفة جديدة. ومع ذلك، ونظرا لأن قياس تكلفة جديدة ليس سهلا من ناحية عملية، فإن البديل هو إحلال متوسط تكلفة المتغيرة. والمنهج الآخر هو قياس مرونة السعرية للطلب في مواجهة منغلة منفردة، نظرا لأنه يرتبط بهامش السعر - تكلفة (الربح) للمنشأة. وقدرتها على زيادة السعر. ومع ذلك، فإن من الصعب أيضا حساب هذا المقياس. وتستخدم لممارسة فعلية أو المحتملة للقوة السوقية لتقرير ما إذا كان من الممكن إحداث تقليل كبير في المنافسة.

## Market Share

### الحصة السوقية

هو مقياس للحجم النسبي للمنشأة في صناعة ما، أو السوق من ناحية نسبتها في إجمالي إنتاج أو المبيعات أو الطاقة التي تستهلكها. وبالإضافة إلى الأرباح، فإن أحد الأهداف التجارية للمنشآت التي تتكرر الإشارة إليها هي زيادة حصتها السوقية، وأرباحا واقتصاديات الحجم غالبا ما ترتبط ارتباطا إيجابيا في اقتصاديات السوق. وقد يعطى ارتفاع مستويات تخصص السوقية قوة سوقية للمنشآت.

## Merger

هو دمج أو دخول منفأتين أو أكثر في منفعة ما أو تكوين منفعة جديدة. والاندماج هو إحدى الطرق التي يمكن أن تزيد بها المنفآت من حجمها وتوسع والامتداد إلى نواحي نشاط اقتصادية وأسواق جديدة أو قائمة. وقد تكون هناك عدة دوافع للاندماجات منها: زيادة الكفاءة الاقتصادية، والحصول على قوة سوقية، وترويج الإنتاج، وتوسع في أسواق جغرافية جديدة، وتباعد نظم حديثة للبحث والتنمية والتمويل... الخ.

وتنقسم الاندماجات إلى الأنواع التالية: الاندماج الأفقي Horizontal Merger: وهو اندماج بين منشآت تنتج وتبيع نفس المنتجات، أي بين منشآت متشابهة. والاندماجات الأفقية، إذا ما كانت كبيرة لحجم، يمكن أن تعمل على تخفيض المنافسة في السوق، وغالباً ما يتم النظر إليها من جانب سلطات المنافسة. كما يمكن النظر إلى الاندماجات الأفقية باعتبارها تكاملاً أفقياً بين المنشآت في سوق واحدة أو عبر الأسواق.

فما الاندماج الرأسي Vertical Merger فهو اندماج بين منشآت تعمل في مراحل مختلفة من مراحل الإنتاج أي من مرحلة إمداد الخام إلى مرحلة منتج نهائي وتوزيع. ومثال على ذلك مصنع الصلب في حالة الاندماج مع منتج للتدبير الخام. وعادة تؤدي الاندماجات الرأسية إلى زيادة الكفاءة الاقتصادية على الرغم من أن ثمرها قد يكون قراً غير تنافسي.

وهناك نوع ثالث من الاندماج بين شركات هو اندماج الأنشطة المتعددة conglomeration merger يكون باندماج شركات لا تعمل في نفس المجال مثل اندماج شركة تنتج سيارات مع شركة لتصنيع لمواد غذائية.

#### Mobility Barriers

عوائق الانتقال

هي عوامل تعوق قدرة المنشآت في الدخول إلى صناعة أو لخروج منها، أو تعوق تحرك من قطاع إلى آخر في نفس الصناعة. ومن ثم، فإن "عوائق الانتقال" مصطلح عام يتضمن عوائق لدخول، وعوائق لخروج وعوائق لانتقال في داخل صناعة طبعاً لتغييرك الأوضاع في السوق. وبشكل أكثر تحديداً فإن عوائق الانتقال قد تشير إلى عوائق لتحرك من مجموعة استراتيجيّة من المنشآت في داخل إحدى الصناعات إلى مجموعة أخرى.

#### Monopolistic Competition

المنافسة الاحتكارية

يصف هذا المصطلح هيكل إحدى صناعات الذي يضم عناصر كل من الاحتكار والمنافسة الكاملة. وعلى غرار ما هو قائم في المنافسة الكاملة، فإن هناك عدداً كبيراً من البائعين مع سهولة للدخول والخروج نسبياً من السوق. وعلى أية حال، فإنه على خلاف الوضع في المنافسة الكاملة تكون المنتجات متمايزة بعض الشيء. ونتيجة لذلك، فإن كل منفعة تُولج من منى طلب منحدر إلى أسفل وهو ما يعطيها شيئاً من القوة أكثر من سعر. وبهذا المعنى تصبح المنفعة كالمحتكر، وذلك على الرغم من أن منى الطلب يكون أكثر مرونة عما هو عليه في حالة المحتكر. ولهمم أنه على الرغم من تمايز المنتج، تكون له بدائل بحيث يعتمد منى الطلب الذي يُولج المنفعة على الأسعار التي يتقاضاها المنافسون الذين ينتجون منتجاتاً مماثلة، وربما كانت المنافسة الاحتكارية هي أكثر هيكل لسوق انتشاراً. وعلى الرغم من أنه يمكن بيان أن المنافسة الاحتكارية لا تتسم بالكفاءة نظراً لأن سعر التوازن يتعدى لتكلفة الحدية، إلا أن تحديد الكفاءة يرجع إلى إنتاج فواع مختلفة من المنتجات. ونظراً لأن هناك كثيراً من المنشآت، إلى جانب حربة للدخول/والخروج، فإن المنافسة الاحتكارية لا تعتبر عادة مشكلة بالنسبة لسياسة المنافسة. وعند التوازن، تساوى الأرباح الاقتصادية للمنافسين الاحتكاريين صفراً أو أقل.

#### Monopolization

محاولات احتكارية

هي محاولات تقوم بها إحدى المنشآت أو لمجموعات للسيطرة والتي تتكون من منشآت ضخمة نسبياً للمحافظة على السيطرة على السوق من خلال ممارسات متعددة ومختلفة غير تنافسية مثل حرق الأسعار، والاستحواد على التسهيلات، ومنع المنافسة.

#### Monopoly

الاحتكار

هو الوضع الذي يكون فيه بائع واحد في السوق. وفي التحليل الاقتصادي التقليدي ينظر إلى حالة الاحتكار باعتبارها تقيضاً لحالة المنافسة الكاملة. وبحكم تعريفه، فإن

منى الطلب الذي يُولج للمحتكر هو منى طلب لصناعة لمنحدر إلى أسفل. ومن ثم، يصبح للمحتكر قوة كبيرة على سعر الذي يتقاضاه، أي سعر يفتح في أنه لن يكون مجرد ملتزم بالسعر وتكتفب للمقارنة بين الاحتكار ونتائج المنافسة الكاملة أن المحتكر سيقوم بتحديد سعر أعلى، وينتج قدراً أقل من المنتجات، ويجني ما يزيد على الأرباح العادية والتي غالباً ما يشار إليها بمصطلح "ربح الاحتكار". ويظهر هذا أن المستهلكين سيواجهون أسعاراً أعلى مما يؤدي إلى خسارة في الرفاهة. هذا فضلاً عن أن الدخل سيتحول من المستهلكين إلى المنفعة للمحتكر. ولمجالات لمساواة جامدة تماماً في طبيعتها، وبشكل جزئي ولحد فقط من الضرر المحتمل الناشئ عن الاحتكار.

ولصالحنا يتور لجدل بأن المحتكرين الذين يكونون في حصة إلى حد كبير من الضغوط التنافسية، لن تكون لديهم حوافز لمناسبة لتقليل التكاليف أو القيام بضغوط تنافسية، وفضلاً عن هذا فإن لمورد قد تجري إضاعتها في محاولات لتحقيق مركز احتكاري. ومع ذلك، فإن هناك حجة مقابلة هي أن هناك درجة من القوة الاحتكارية تعتبر ضرورية لكسب أرباح أعلى لخلق حوافز تدفع إلى الابتكار. ويجب التفرقة بين الاحتكار والقوة السوقية. إذ أن القوة السوقية تشير إلى كافة الأوضاع التي تُولج فيها المنشآت قدراً هامياً في منضيات الطلب، والتي يمكن أن تؤدي بشكل مريح إلى زيادة سعر بما يزيد على المستوى التنافسي. وقد تنفأ القوة السوقية ليس فقط عندما يكون هناك احتكار، ولكن أيضاً عندما يكون لاحتكار قوة، أو منافسة احتكارية أو عندما توجد منشأة مهيمنة. ولا يمكن للاحتكار أن يتسم إلا إذا كانت هناك عوائق لدخول. ولعوائق التي تساعد الاحتكار غالباً ما تكون مصاحبة للحماية القانونية التي تخلفها براءات الاختراع والامتيازات الاحتكارية. ومع ذلك، فإن بعض الاحتكار تنشأ وتتم من خلال سلوك الاستراتيجي أو اقتصاديات الحجم. وهذه الأخيرة هي الاحتكار الطبيعية التي غالباً ما تصنف بانحدار حاد في متوسطات الأجل الطويل وفي التكاليف الحدية وحجم السوق حيث لا يكون هناك مجال إلا للمنفعة واحدة لاستغلال اقتصاديات الحجم المتاحة. ومن ناحية قانون وسياسة المنافسة، فإن الاحتكار يتم تعريفه أحياناً بأنه منفعة ذات حصة سوقية أقل من 100% ويتم تناول الاحتكار في أدوار قضائية لمختلفة طبقاً لمعيار لحصة السوقية.

Natural Monopoly

#### الاحتكار الطبيعي

يوجد الاحتكار الطبيعي إذا ما تمكنت إحدى المنشآت بمفردها من خدمة ذلك السوق بتكلفة أقل عن أي تجمع من منشآتين أو أكثر. وينشأ الاحتكار الطبيعي من خصائص لتكنولوجيا الإنتاجية، وغالباً بمصاحبة طلب السوق، ولا ينشأ من جانب نشاط حكومي أو لمنافسين (نظر الاحتكار Monopoly). وبصفة عامة تتميز الاحتكار الطبيعية بانحدار حاد في متوسطات الأجل الطويل ومنضيات لتكلفة الحدية بحيث لا يكون هناك مجال إلا لمنفعة واحدة كي تقوم باستغلال كامل لاقتصادات الحجم ولعرض المتاحة في السوق. وجوهام لموضوع أن الاحتكار الطبيعية توجد بسبب اقتصادات لحجم الكبيرة بالنسبة لطلب السوق. وبسوء الاعتقاد بأن الاحتكار الطبيعية توجد في بعض أجزاء الصناعات مثل الكهرباء، والسكك الحديدية، أو الغاز الطبيعي، والاتصالات. ونظراً لأن الكفاءة الإنتاجية تتطلب أن تكون هناك منشأة واحدة فقط، فإن الاحتكار الطبيعية عادة ما تخضع للتنظيم الحكومي. وهذه التنظيمات قد تتناول الأسعار والجودة و/أو شروط للدخول.

#### Non-Price Predation

المطاردة غير السعرية

هي أحد أشكال لسلوك الاستراتيجي الذي يتضمن زيادة لتكلفة على المنافسين. ومن المحتمل أن يكون أقل تكلفة ومن ثم أكثر ربحية عن حرق الأسعار. وتتضمن الطرق المتبعة: استخدام الإجراءات والعمليات الحكومية أو قانونية لإبادة أو حرمان المنافسين على تحمل تكاليف قضائية ضخمة أو تكاليف دائرية كبيرة. بتقليل من لتكلفة التي تتحملها هي في سبيل ذلك.

#### Oligopoly

احتكار القلة

هو سوق يتميز بوجود عدد صغير من الأشخاص (أو المنشآت) الذين يدركون أنهم يعتمدون فيما بينهم على بعضهم بعضاً في سياسات التسعير والنتاج. ويكون عدد المنشآت صغيراً بدرجة تكفي لإعطاء كل منفعة قدراً من القوة السوقية. وبخلاف لاحتكار القلة عن المنافسة الكاملة نظراً لأن كل منفعة في لاحتكار القلة يجب عليها أن

تأخذ الاعتماد المتبادل بينها في الحسبان كما يختلف عن المنافسة الاحتكارية نظرا لأن المنتجات يكون لديها بعض السيطرة على السعر، كما يختلف عن الاحتكار لأن المحتكر ليس له منافسون وبصفة عامة، فإن تحليل احتكار هـلـه بهيـم آثار الاعتماد المتبادل، والمشارك بين المنتجات على فترات التسعير وفترات وهناك عدة فواع من احتكار هـلـه. وعندما تكون كافة المنتجات ذات حجم متساو تقريبا، عندئذ يقال إن احتكار هـلـه متماثل. وعندما لا يكون الأمر كذلك يقال أنه غير متماثل. ولقد الأشكال المعتادة لاحتكار هـلـه غير المتماثل هو لمنتجات للسيطرة. والصناعة التي يملكها احتكار هـلـه قد تنتج سلعا متجانسة/غير متجانسة ومتمايزة. وعادة ما يفترض سلوك احتكار هـلـه وجود احتكار هـلـه متماثل وغالبا ما يكون احتكارا ثابتا. وسواء كان احتكار هـلـه متمايزا أم غير متمايز، فإن المشكلة لحاسمة هي تقرير الطريقة التي تعمل بها المنتجات في وجه الاعتماد المتبادل الفعلي. وبصفة عامة، فإن هناك منهجان عريضان لهذه المشكلة. الأول هو افتراض أن المنتجات تنتج سلوك تتعاون فيما بينها. أي أنها تتوافقا حتى يمكن تعظيم أرباح الاحتكار المشترك فيما بينها. والثاني هو افتراض أن المنتجات تنصرف بشكل مستقل عن بعضها بعضا ودون تعاون فيما بينها. وبشكل تحليل سلوك احتكار هـلـه في ظل افتراض عدم التعاون أساسا لنظرية احتكار هـلـه.

#### Opportunity costs or (alternative costs) تكاليف الفرصة البديلة أو (التكلفة البديلة)

لقد لمبادئ الأساسية في الاقتصاد حيث يتم قياس تكلفة استخدام أحد الموارد في نشاط بمقدار أو قيمة فضل استخدام بديل. إذ أن تكلفة الفرصة أو التكلفة البديلة لإنتاج وحدة من سلعة (س) هي ما يجب التضحية به لاستخدام المورد في إنتاجه بدلا من شيء آخر. وإذا ما تم التخلي عن عدة فرص بهذا الطريقة، فإن التكلفة لمعينة تكون هي قيمة لمحددة (الأفضل) أو (أعلى) بديل. وغالبا ما يشار إلى تكاليف الفرصة بمصطلح "التكاليف الضمنية" Implicit Costs. وبينما تعتبر فكرة أساسية في الاقتصاد، فإنه ليس من السهل قياس هذه التكاليف أو لمصروفات نقدية فهي دائما تعتبر "تكاليف صريحة" Explicit Costs ويتم قياسها وفقا لمبادئ محاسبة تقليدية.

Parent

#### الشركة الأم

هي شركة تملك أو تكون بتشغيل عدد من الشركات الأخرى. تعرف باسم لشركات تابعة subsidiaries وللمنظمة الأم قد تكون شركة قابضة، ولكنها تعد مركزها إذ ما نظمت في تشغيل منتجاتها التابعة.

#### براءات الاختراع

تعطى براءات الاختراع للمخترعين حقوق ملكية تتيح لهم الاستخدام لمطلق لمخترعاتهم لمدة معينة من الزمن. والأرباح الناتجة من براءة الاختراع مهيبة اجتماعيا لأنها تشجع نشاط الاختراعات. وفي غياب براءات، فإن الصناعات لمنافسة قد لا تنتج سوى عدد ضئيل جدا من الابتكارات والاستثمارات في نشاط الاختراع تحير من قبل التكاليف الفارقة، وبدون حماية براءات الاختراع للسماح للمخترعين باسترداد هذه الاستثمارات، فقد يتدهور نشاط الاختراع. (نظر ما ورد تحت حقوق ملكية فكرية وترخيص)

#### Perfect competition المنافسة الكاملة

تعرف بالمنافسة الكاملة بأربعة شروط (في سوق محددة بشكل جيد) :

1. وجود عدد كبير من المشتريين والبائعين بحيث لا يمكن لأي فرد ولحد أن يؤثر في سعر السوق. وهو ما يعني أن منحنى الطلب، الذي يولج أي منظمة فردية، يتميز بمرونة كاملة في الطلب.
2. في الأجل الطويل، يجب أن تتسع لموارد بحرية حركة كاملة، وهو ما يعني عدم وجود عوائق في الدخول أو الخروج.
3. يجب أن يتسع كافة المشاركين في السوق (المشترون والبائعون) بالوصول الكامل إلى المعرفة المتصلة بفترات الإنتاج والاستهلاك الخاصة بهم.
4. ينبغي أن يكون المنتج متجانسا.

وإذا ما تم استيفاء هذه الشروط الأربعة في فئة سوق محددة بشكل جيد تصبح السوق

#### منمنعة بالمنافسة الكاملة.

#### حرق الأسعار

استراتيجية متعمدة، عادة ما تستخدمها إحدى المنتجات للسيطرة، لطرد المنافسين من السوق عن طريق تحديد أسعار جديدة الانخفاض تكاليف التكاليف المتزايدة Incremental Costs التي تتحملها المنظمة لإنتاج منتجاتها (وغالبا ما تتم مساوتها بمتوسط التكاليف المتغيرة لأسباب عملية). وبمجرد أن تنجح الشركة التي تمارس حرق الأسعار في طرد المنافسين الموجودين وإعاقة دخول منتجات جديدة، فإنه يمكنها أن ترفع الأسعار وتحصل على أرباح مرتفعة. وهناك التنازل في التكاليف بين الاقتصاديين بشأن مدى تبرير وفعالية عمليات حرق الأسعار. ويتساءل كثير من الاقتصاديين عن مبررات حرق الأسعار على أساس أنه قد يكون مكلفا بالنسبة للشركة القائمة به بنفس قدر تكلفته للشركة الضحية، كما أنه ليس من السهل دائما طرد المنافسات المستهدفة في لهجوم، إذ ما افتراضنا قدرا من الكفاءة نسبية في أسواق رأس المال، مع توافر حرية دخول وعودة دخول المنتجات مع عدم وجود عوائق، مما يخفض من فرصة المنظمة لمهاجمة (القائمة بحرق الأسعار) في استرداد خسائر التي تتحملها في خلال فترة حرق الأسعار.

#### Price Discrimination تمييز الأسعار

يحدث تمييز في الأسعار عندما يتم تقاضي أسعار مختلفة من العملاء في قطاعات السوق لمختلفة لنفس السلعة أو الخدمة وذلك لأسباب لا تتعلق بالتكلفة. ولا يعتبر تمييز الأسعار فعالا إلا عندما لا يتمكن العملاء من إعانة بيع السلع أو الخدمات بشكل مربح إلى عملاء آخرين ويمكن أن يتخذ تمييز الأسعار أشكالاً عدة تتضمن: تحديد أسعار مختلفة وفقا للمجموعات العمرية المختلفة، واختلاف المواقع الجغرافية، واختلاف طوائف المستخدمين. وحيث يمكن تحديد الأسواق الفرعية وتقسيمها، عندئذ يمكن إظهار أن المنتجات مستجد لها تحقق ربحا أعلى عندما يمكنها تحديد أسعار أعلى في الأسواق التي تقل فيها مرونة الطلب ويمكن أن يؤدي هذا إلى ارتفاع في الناتج الإجمالي، وهو أحد الآثار المشجعة بالمنافسة. ويمكن لتمييز الأسعار أن يحدث قار

منافسة بالمنافسة. على سبيل المثال، إذا ما قامت المنتجات للسيطرة بتخفيض أسعارها في أسواق خاصة حتى يمكن استبعاد المنافسين لمطبيع الأرباح. وعلى أية حال، فإن هناك قدرا كبيرا من الجدل حول ما إذا كان تمييز الأسعار يعتبر فعلا وسيلة لتكثيف المنافسة. كما يتصل تمييز الأسعار أيضا بالصناعات المنظمة، حيث يبيع تقاضي أسعار مختلفة في فترات مختلفة (لتسعير في ذروة الإنتاج) أو تقاضي أسعار أقل بالنسبة لحجم الاستخدام (أسعار الجملة أو الكتل الكبيرة).

#### Price Fixing Agreement اتفاق تثبيت الأسعار

هو اتفاق بين البائعين على زيادة أو تثبيت الأسعار حتى يتم تكثيف المنافسة فيما بين المنتجات، ويمكن الحصول على أرباح أعلى. وتقوم المنتجات بوضع اتفاقات تثبيت الأسعار في محاولة منها للعمل بشكل جماعي كاحتكار. والحصول على مزيد من التفاصيل نظر ما ورد تحت (اتفاق) و (اتحاد احتكاري - كارتل) و (تواطؤ) وغيرها من المصطلحات الموجودة في النص.

#### Price Leadership السعر القائد

هو سعر أو الأسعار وتغيرت الأسعار التي تقررهما إحدى المنتجات للسيطرة أو فئة منظمة ينظر إليها الآخرون باعتبارها قائدة للتخزين، وتقوم المنتجات الأخرى باتباع هذه الأسعار والعمل بها. وعندما يتم الأخذ بالسعر القائد لتسهيل عملية التوافق، فإن السعر القائد بصفة عامة يتجه نحو وضع سعر مرتفع بقدر كاف بحيث تتمكن كل منتجات السوق كفاءة من الحصول على قدر من العائد يفوق المستوى التنافسي.

#### Price Regulation تنظيم الأسعار

هي سياسة تحديد الأسعار بواسطة إحدى الهيئات الحكومية أو بواسطة لائحة قانونية أو إحدى الهيئات التنظيمية. وبموجب هذه السياسة قد يتم تحديد الحد الأدنى و/أو الحد الأقصى للأسعار. كما أن تنظيم الأسعار يغطي أيضا "الإرشادات" التي تحدد الحد

الذي يمكن أن ترتفع به الأسعار كما في حالة القيود على الإيجارات. وتتباين الأسس التي يتم بموجبها تنظيم الأسعار فقد تبني هذه الأسس على اعتبارات التكاليف أو اعتماد على الاستثمار أو هودش الربح... الخ.

### Product Differentiation

#### سمات المنتجات

تعتبر المنتجات متميزة عندما تكون هناك اختلافات مادية أو خصائص قد تكون حقيفة أو وقتا لما يرد المشترون بحيث يفضلون منتج منتهة معينة على ما تنتجه المنشآت المنافسة. وتقوم المنشآت بعمل تمايز في المنتجات حتى يمكن الحصول على أسعار أعلى و/أو زيادة المبيعات. وقد يحدث التمايز أيضا من ناحية المظهر المادي، والجودة، وطول فترة الاستخدام، والخدمات الإضافية (مثل الضمانات، خدمة ما بعد البيع، والمعلومات) والانتجاع الذهني، والمواقع الجغرافي. وتقوم المنشآت بتكرار الإعلان ونشاط في الترويج للمبيعات حتى يمكن تمييز منتجاتها. وتمايز المنتجات يمكن أن يؤدي إلى نفوس عوفق لدخول الأسواق ولكنه أيضا قد يؤدي إلى تسهيل لدخول إلى وتشرق الأسواق من جانب المنشآت ذات المنتجات التي تحظى بتفضيل للمشتريين لها. وتبغى ملاحظة عدم الخلط بين المنتجات المتمايزة والمنتجات المختلفة Heterogeneous. إذ أن الأخيرة عادة ما تنطق بالمنتجات المختلفة والتي لا يمكن إحتال بعضها محل بعض بسهولة، بينما توجد بين المنتجات المتمايزة درجة من إمكانية إحتال منتج محل الآخر.

### Profit

#### الربح

وفقا للنظرية الاقتصادية فإن الربح هو الفائض الذي يتم الحصول عليه زيادة على اعتماد اعتماد على رأس المال. وتظهر الأرباح باعتبارها زيادة في إجمالي الإيراد على تكلفة الفرصة البديلة لإنتاج السلع. وهكذا فإن المنفعة التي تكسب زيادا اقتصادية تعادل الصفر تكون في مرحلة جني عائدا عاديا أو عائد لمنافسة. ومن ثم فإن الأرباح الاقتصادية الموجبة تعني أن المنفعة جني عائدا يزيد على عائد لمنافسة لعادي. والأرباح الاقتصادية ليست هي الأرباح المحاسبية. إذ أن الأرباح في محاسبة تعني ببساطة مجرد زيادة في الإيرادات عن التكاليف الصريحة التي يتم

إنفاقها للحصول على الإيرادات. والتكلفة لا يتم حسابها باعتبارها تكلفة الفرصة البديلة ولا تتضمن عائدا طبيعيا على رأس المال. وفضلا عن هذا فإن المحاسبين يقومون باستخدام ثبات الربح قد تختلف من دولة إلى أخرى.

ومن ناحية سياسة المنافسة، تكمن المشكلة في أن الأرباح الاقتصادية الموجبة، قد (ولكن ليس بالضرورة) تشير إلى وجود قوة احتكارية. ومع ذلك، فإن الأرباح الاقتصادية غير قابلة للملاحظة، ومن ثم يجب استخدام الأرباح المحاسبية. والأرباح الاقتصادية الموجبة قد لا تعكس شيئا بخلاف اعتماد اعتماد المنافسة.

### Profitability

#### الربحية

يبرز مقاييس الربحية بشكل واضح في كل من الأدبيات لعملية في تنظيم اصناعي. وكذلك حالات منافسة الاحتكار. والموضوع لمتار هو المدى الذي يمكن للمقاييس (المحاسبية) للربحية أن تشير فيه إلى وجود قوة احتكارية. وقد تم تعريف معدلات اعتماد على حقوق الملكية أو الأصول بأنها الأرباح المحاسبية مقسومة على حقوق الملكية أو على الأصول. ويمكن حساب الأرباح قبل أو بعد الضرائب، كما يمكن أن تتضمن أو لا تتضمن المدفوعات عن فوائد. وعادة، ما يتم استبعاد المدفوعات عن فوائد عند حساب معدل اعتماد على حقوق الملكية، ولكنها تدخل عند حساب معدل اعتماد على الأصول. ويعكس اعتماد على الأصول نتائج التشغيل ولكنه في حال إحتال معدلات فوائد لا يعكس ثروتك المتداول.

### Rationalization Agreement

#### اتفاق ترشيد

هو اتفاق (عادة ما توفيق عليه أو ترخص به الحكومة) بين منشآت في صناعة ما على إغلاق لمصانع التي لا تتمتع بالكفاءة، وتخفيض لطاقات الفائضة وإعانة تنظيم الإنتاج حتى يمكن زيادة معدلات الأدد والكفاءة العامة للصناعة.

### Reciprocity

### المعاملة بالمثل

تعد أشكال الترتيبات ثنائية (أو متعددة الأطراف) بين المنشآت لمنح شروط أفضل، أو لشرك من أو لبيع إلى بعضهما (أو بعضهم) بعضا مع استبعاد الآخرين. وقد يكون لهذا أثر، على الحد من المنافسة و/أو منح دخول للمنشآت إلى أسواق معينة. ويثار الاهتمام حول الترتيبات المتبادلة بشأن المعاملة بالمثل وخاصة فيما يتعلق بالمنشآت متعددة نشاط Conglomerates. وهناك من يقول أن المنشآت التابعة يحصلن أن توجه بعضها بعضا كباتعين أو مشتريين في مختلف الأسواق. والمعاملة بالمثل قد تكون مفيدة للمنشآت عن طريق ضمان وفاء بالوفاء وعن طريق تسهيل عمليات تخفيض لسري للأسعار.

### Recommended or Suggested Price

#### السعر المقترح

في كثير من الصناعات قد بوصفي الموردون أو مقترحوون لسعر الذي يمكن به إعانة بيع المنتج. وفي حالات معينة قد يحددون أقصى سعر للمنتج حتى لا يشجعوا تجار التجزئة على رفع الأسعار حتى يزيدوا من هودش الربح التي يحصلون عليها وبهذا يتم تخفيض للمبيعات. وقد يتم قباع هذه الممارسات لتجنب انتهاك القوانين المضادة للمحافظة على أسعار إعانة البيع. ويعتبر تحديد ومحاوله فرض أسعار دنيا لمرأ غير قانوني في كثير من الدول.

### Rent

#### الربح

في الاقتصادات الحديثة، يشير الربح إلى ما يتم الحصول عليه من إيراد من عوامل الإنتاج (الأرض، والعمل، ورأس المال) ذات لعرض ثابت. ومن ثم، فإن رفع أسعار هذه العوامل لن يتسبب في إتحاة هذه العوامل بدرجة أكبر، ولكنه سيجعل على زيادة اعتماد على العامل. ويختلف هذا عن الاستعمال الأكثر شيوعا للمصطلح، حيث يشير الربح إلى قيمة ما دفع مقابل استخدام أحد الموارد. ويستخدم الاقتصاديون مصطلح الربح الاقتصادي للإشارة إلى المدفوعات عن العوامل التي يكون عرضها ثابتا بصفة مؤقتة. ووجود الربح الاقتصادي يعني ضمنا أن العامل لا يمكن تكبيره، أو زيادته.

ويوجد شبه الربح عندما يكون من الممكن زيادة لعوامل مع مرور الوقت، أو عندما يمكن تخفيض لعرض مع مرور الوقت عن طريق الإهلاك. ولعوامل التي يمكنها الحصول على ربح أو شبه ربح اقتصادي عادة ما تدفع عنها مبالغ تتعدى التكاليف فرصها البديلة. وفي حالة الربح الاقتصادي يتلقى المورد مبلغا يزيد على المبلغ المطلوب لدفع لعوامل على تكديدهم لعامل. ومن ناحية أخرى، فإن شبه الربح، هي عادة تزد على ما هو مطلوب للمحافظة على نشاط لعامل، ولكنها قد لا تكون كافية لدفع لعوامل على دخول لسوق في المقام الأول. وعندما ما يتم تكديده إتحاة سلعة ما بطريقة مصنعة (عن طريق توفير تحد من لدخول مثلا) فإن المكاسب المتزايدة لبائعي المورد يتم عليها ربح احتكاري Monopolist Rent. وبمثل لاحتال وجود ربح احتكاري حافزا للمنشآت يجعلها مستعدة لدفع مقابل حق كسباب هذا الربح.

### Rent Seeking

#### الفتناس الربح

توفر فرصة للحصول على الربح الاحتكاري (فقط الربح) للمنشآت حافزا لاستخدام لعوامل هادرة لتأمين حفا في أن تصبح محتكرة. ويشار إلى هذا نشاط بمصطلح "فتناس الربح" وعادة ما يكون فتناص الربح مصحوبا بمصرفوات لإقناع الحكومات بغرض لوفح تنظيمية تؤدي إلى خلق احتكارات. ومثال ذلك القيود على لدخول، والقيود على لورادات. ومع ذلك، فإن فتناص الربح قد يشير أيضا إلى مصرفوات إغناء لاحتكارات خاصة. وتعرض ظاهرة فتناص الربح أن لاحتكارات سحبت للمنشآت على فتناص على حق الحصول على هذا الربح. وتكون نتيجة عندئذ هي فه يتم إفاق مورد تساوي الربح الاحتكاري لضمان وتأمين الاحتكار. وهذا كما يرون، يمثل خسارة لاجتماعية تساوي مقدار ربح الاحتكار (أو الأرباح)، نظرا لأن المورد يمكن استخدامها بطريقة أفضل في تولي نشاط أخرى. وهكذا فإن ما يقال هو أن التكاليف الاجتماعية للقوة الاحتكارية ينبغي أن تتضمن بعض لجزء من الأرباح الاحتكارية على الأقل.

### Restriction on Exportation

يتم فرض قيود على قدرة المنشآت على التصدير. وقد تصدر هذه القيود من الحكومات، ويكون ذلك عادة للحفاظ على الموارد غير المتجددة، أو لکنوز ثقافية. وقد تأتي أيضا من ترتيبات بين المنشآت تقضي بالحد من صادراتك، كجزء من ترتيبات اتحاد لتكاري (كارتل). وقد تنشأ هذه الترتيبات أيضا من ترتيبات يتم التفاوض عليها مع الدولة المستوردة. ونظرا فإن قيود التصدير قد تكون جزءا من ترتيبات الترخيص حيث لا يسمح للشركة التي يتم فيها الترخيص، بتصدير سلعة عن طريق التنافس مع الآخرين الحاصلون على الترخيص، أو مع المنشأة التي تباع الترخيص.

#### Restriction on Importation

هي إجراءات، تتبعها الحكومات عادة، يتم بمقتضاها الحد من قدرة المنشآت على الدخول إلى الأسواق الأجنبية عن طريق الاستيراد. وأكثر أشكال القيود المعروفة هي رسوم الجمركية، والحصص، وقيود التصدير الاختيارية. وتعمل الرسوم الجمركية على فرض ضرائب على الواردات، ومن ثم تؤدي إلى زيادة أسعارها وغالبا بالتعبئة للسلع المحلية. وتؤثر الحصص بشكل مباشر على الواردات عن طريق تحديد عدد الوحدات التي يمكن استيرادها من الخارج. وتتشابه القيود الاختيارية على التصدير مع نظام الحصص من ناحية أنها قيد الكميات. وكذلك تختلف عن الحصص من ناحية أنه لا يتم فرضها بشكل فردي من جانب الدولة المستوردة. بل يتم الاتفاق عليها مع الدولة المصدرة، وعادة ما يكون ذلك لإيقاف وإعانة فرض الرسوم الجمركية و/أو الحصص.

#### Selling Below Cost

هو أحد أشكال الممارسات التي تقوم فيها إحدى المنشآت ببيع منتجات بأسعار تقل عن سعر التكلفة أو سعر شركة لظرد المنافسين و/أو زيادة حصتها السوقية. وقد تنشأ هذه الممارسة جزئيا بسبب الدعم المتبادل Cross Subsidization الذي يستخدم الأرباح

نشأة من بيع منتجات أخرى. وعادة ما تثار عند موضوعات خاصة بالقياس بشأن ما تتكون منه التكاليف ولكن بصفة عامة فإن هذه الممارسة تجرى عندما يكون سعر أقل من التكلفة لخدمة أو متوسط التكاليف المتغيرة. وهناك سؤال أيضا بشأن الجدوى الاقتصادية لبيع أحد المنتجات بأقل من التكلفة في خلال فترة زمنية طويلة، نظرا لأن المنشأة قد تتحمل تكاليف مرتفعة في شكل خسارة الأرباح المحتملة.

#### Shared or Joint Monopoly

هو أحد أشكال سلوك المناهض للمنافسة التي تقوم بها المنشآت، عادة في احتكار فئة، حتى تضمن احتكار الأرباح للمنشآت معا كمجموعة. ويتطلب الاحتكار المشترك، بصفة أساسية، وجود شكل من التواطؤ، إلا أنه يقصر عن تكوين اتحاد لتكاري رسمي. ومن ثم فهو يشبه التواطؤ الضمني. وفي الاحتكار المشترك، قد لا تتنافس المنشآت على نفس العملاء بل تكون لديهم احتكارات مطلية بدلا من ذلك. ونظرا لأن أرباح لصناعة من ناحية نظرية في ظل احتكار فئة غير متناسق ستكون أقل من الأرباح في ظل الاحتكار، سيكون هناك بعض الحافز للمنشآت الموجودة في احتكار فئة لمحاولة تسويق عملها حتى يمكنها تحقيق أرباح تكرب من الأرباح التي تتحقق في ظل الاحتكار.

#### Specialization Agreements

هو اتفاق ينص على السماح للمنشآت بتكوين اتفاقيات كي تخصص في إنتاج أصناف معينة أو نطاق ضيق من خطوط الإنتاج كي تحقق اقتصاديات خاصة بالمنتج (نظر اقتصاديات الحجم). وفي عديد من الصناعات، لبعض المنشآت قد تنتج عند مستوى يقل عن المستويات المثلى، وكذلك تقوم بإنتاج منتجات مزدوجة ومتعددة. وتهدف اتفاقيات التخصص إلى سهول إعانة تنظيم الإنتاج للوصول إلى نطاق إنتاجي أكبر وتحقيق المزيد من الكفاءة. والنص الرسمي لهذه الترتيبات وإعتاقها من الخضوع لقوانين المنافسة قد يكون ضروريا حتى تتأكد المنشآت من أنه لن يتم النظر إليها باعتبارها تشكل نجما غير قانوني. وتشجع اتفاقيات التخصص بشكل خاص في

الاقتصادات الصغيرة حيث لا يكون السوق ضخما بدرجة تكفي لاستغلال اقتصاديات الحجم المحتملة للمنتج.

#### Subsidiary

هي شركة تسيطر عليها شركة أخرى. وتحدث السيطرة عندما يمتلك لشركة للسيطرة ما يزيد على نسبة 50% من الأسهم العادية. وعندما يمتلك لشركة الأم نسبة 100% من الأسهم العادية عندئذ يقال أن الشركة تابعة مملوكة بالكامل لها. وعندما تحمل شركة تابعة في دولة أخرى، يطلق عليها شركة تابعة لخارجية (فرع لخارجي) ويطلق على شركة للسيطرة اسم شركة قابضة أو شركة الأم. و شركة تابعة هي شركة لها نظامها الأساسي الخاص بها.

#### Sunk Costs

هي التكاليف التي لا يمكن استردادها بمجرد قيام بها، وتنشأ التكاليف الغارقة نظرا لأن بعض أنواع النشاط تتطلب أصولا متخصصة لا يمكن بسهولة تحويلها إلى استخدام آخر. كما أن أسواق السلع المستخدمة محدودة جدا بالنسبة لهذه الأصول. ودلما ما تكون التكاليف الغارقة تكاليف ثابتة، ولكن هذا لا يعني أن كافة التكاليف ثابتة هي تكاليف غارقة. ومثال التكاليف الغارقة تلك الاستثمارات في معدات لا يمكن أن تنتج سوى منتج معين، أو قيام بإنتاج منتجات لمستهلكين محددين، فإن هذه تعتبر أصولا خاصة بالمنشأة بالتحديد. ويعتبر عدم وجود التكاليف الغارقة أحد الأمور الحاسمة لوجود الأسواق التي تسمح بتنافسية الدخول. وعندما تكون هناك تكاليف غارقة فإن المنشآت تواجه تحد عائق للدخول. كما أن حرية الخروج دون تكلفة تعتبر ضرورية لتنافسية دخول الأسواق. والتكاليف الغارقة يمكن أن تؤدي أيضا إلى إقامة عوائق للدخول. ووجودها يعمل على زيادة ارتباط المنشآت الموجودة بالسوق وقد يشجع على الاستجابة بصورة عنيفة ضد دخول منشآت جديدة.

#### Takeover

هو اكتساب سيطرة على إحدى الشركات من جانب شركة أخرى وأحيانا من جانب أحد الأفراد أو مجموعة من المستثمرين. وعادة ما يتم عمليات الاستحواذ الجبري عن طريق شراء الأسهم بسعر يفوق الأسعار لسائنة. وقد يتم تحويلها بطرق متنوعة بما في ذلك الدفع النقدي و/أو مقابل أسهم من الشركة القائمة بالاستحواذ الجبري. ومع أن مصطلحات الاندماج والاستحواذ والاستحواذ الجبري غالبا ما تستخدم محل بعضها بعضا، فإن هناك اختلافات مسترة بينها. و عملية الاستحواذ الجبري قد تكون نامة أو جزئية. وليس من الضروري أن تتضمن اندماج عمليات الشركة التي تم الاستحواذ عليها مع عمليات الشركة التي قامت بعملية الاستحواذ الجبري. ولواقع أن الملكية المشتركة والسيطرة التي تنشأ من الاستحواذ الجبري تعني ضمنا أن الشركات يمكن أن تقوم بتخطيط الأرباح المشتركة، وهو ما قد يكون موضع اهتمام السلطات المعنية بالمنافسة.

#### Tied selling

يشير هذا المصطلح إلى الأوضاع التي يفرض فيها بيع سلعة ما جنبا إلى جنب مع شركة سلعة أخرى. وأحد أشكال ذلك قيام بائع بمحاولة إرغام المشتري على شراء خط كامل من المنتجات، بينما يكون المشتري لا يهتم أساسا إلا بشراء منتج معين. وأحيانا يعتبر لبيع المرتبط أحد وسائل التمييز لسعري. وقد عبر بعض المهتمين بالمنافسة عن قلقهم إزاء أن لربط بين المنتجات قد يؤدي إلى سد الطريق أمام المنشآت الأخرى لبيع المنتجات المشابهة وقد يعمل على زيادة عوائق الدخول بالنسبة لأولئك الذين لا يمكنهم تقديم خط كامل من المنتجات. والرأي المناقض لذلك هو أن الدفع وراء هذه الممارسات هو الكفاءة، أي أن هذه الطريقة تستخدم لتخفيض تكاليف إنتاج وتوزيع خط المنتجات و ضمان استخدام المنتجات ذات الجودة في استكمال المنتج لبيع. وعلى سبيل المثال، قد يطلب أحد منتجي لحاسب الآلي شراء قرص حاسب معينة حتى يمنع تلفه، أو سوء أداء المعدات إذا ما تم استخدام معدات أقل جودة وتكلفة.

ويتزايد الإدراك بأحتمال وجود مبرر تجاري حقيقي للبيع المرتبط طبقا للأوضاع المختلفة بالأسواق. فما بالنسبة لإدارة سياسة المنافسة، فيتردد عدد الاقتصاديين الذين

ينادون باتباع قاعدة مقولة تجار البيع المرتبط.

## Transaction Cost

### تكلفة التبادل

هي التكاليف المرتبطة بعملية تبادل في السوق. وتتضمن تكاليف استكشاف أسعار السوق وتكاليف كتابة وتنفيذ العقود.

## Vertical Integration

### تكامل رأسي

يصف هذا المصطلح ملكية أو سيطرة منشأة على مراحل مختلفة للعملية الإنتاجية مثل: ملكية منشآت تكرير لعمليات التخزين ومحطات بيع البنزين بالتجزئة في نهاية المرحلة الإنتاجية بينما تملك حقول الغاز البترول الخام وخطوط الأنابيب في أول المرحلة الإنتاجية. وتعبير التكامل إلى الأمام Forward Integration يشير إلى مراحل تبدأ من مراحل الإنتاج إلى مراحل توزيع بينما يشير تعبير التكامل إلى الخلف Backward Integration إلى مراحل تبدأ من مراحل إنتاج المواد الخام إلى مرحلة التشغيل في المنشأة. ويمكن أن يتحقق التكامل رأسي من خلال استثمار جديد و/أو عمليات اندماج رأسي والاستحواذ على المنشآت القائمة في مختلف مراحل الإنتاج. ولقد لدفع لهامة للتكامل رأسي هي زيادة الكفاءة وتقليل التكاليف الانتقال إلى أدنى حد.

## Vertical Restraints or (restrictions)

### قيود رأسية

هي أنواع معينة من ممارسات المنتجين أو الموردين التي تتعلق بإعانة بيع منتجاتهم. والممارسات المعنية لمصلحة في هذا الصدد هي المحافظة على سعر إعانة البيع، وحق الأتجار لمطلق، والمنطقة لمطلق أو قيود على المنطقة الجغرافية للسوق. وبموجب الأتجار لمطلق و/أو المنطقة لمطلق يكون هناك موزع ولقد هو صاحب الحقوق والتي يحصل عليها من المنتج لتسويق المنتجات. وهناك قدر كبير من الجدل في كتابات الاقتصاديين حول ما إذا كان هذا الوضع يسيخ قوة احتكارية على الموزع. وعادة ما تكون قوة السوقية للموزع محدودة بالمنافسة فيما بين العلامات التجارية.

وما يهدف إليه المنتج هو توفير حوافز للموزع حتى يقوم بترويج المنتجات وبوفر خدمة فورية للعملاء.

## Workable Competition

### لمنافسة ممكنة (لعملية)

لمنافسة لعملية هي ظاهرة تنشأ من ملاحظة أنه نظراً لعدم وجود المنافسة الكاملة، فإن النظريات التي تقوم على أساسها لا تقدم إرشادات يمكن الاعتماد عليها في وضع سياسة لمنافسة. وليس هناك اتفاق حتى الآن حول عناصر لمنافسة لعملية، إلا أن كافة الهيئات التي تتولى الإدارة والإشراف على سياسة لمنافسة تقوم فعلاً باستخدام قدر من هذه العناصر.