

المنافسة القابلة للتطبيق: قراءة معمقة في الأدبيات الاقتصادية

د. قاسمي شاكر د. بحري بوبكر د. عامر هشام

أستاذة في كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الشاذلي بن جديد بالجزائر

ظلت المنافسة ولمدة طويلة وإلى غاية اليوم مركز جدل الاقتصاديين القدامى منهم والمعاصرين، حيث اختلفت آراؤهم حول ماهيتها وكيفية التوصل إليها وما هي سبل المحافظة عليها داخل الأنشطة الاقتصادية، وتباينت آراء الاقتصاديين والمختصين في معالجة هذا الموضوع وهو ما سنسلط عليه الضوء في هذا البحث، حيث سنتناول موضوع المنافسة بشيء من التفصيل. فبين قائل بضرورة توفر منافسة تامة وكاملة وبين مناهض لهذا الطرح وباحث عن شروط منافسة واقعية، سنحاول إجراء مسح لمختلف الأدبيات الاقتصادية المتناولة لهذه الإشكالية.

انطلاقاً مما سبق، ارتأينا طرح الإشكالية التالي: هل يمكن توفير منافسة تامة وكاملة داخل الأسواق؟ وما هي شروط توفر ما يمكن توفيره من منافسة؟

فرضيات البحث: للإحاطة بالإشكالية السابقة ارتأينا تقديم جملة من الفرضيات:

الفرضية الأولى: المنافسة التامة المقدمة في الطرح النيوكلاسيكي مرتكزة على جملة من الفرضيات القصوى التي تجعل تطبيقها مستحيلاً على أرض الواقع.

الفرضية الثانية: المنافسة آلية وليست هدفاً بحد ذاتها.

الفرضية الثالثة: يمكن توفير نوع فعال من المنافسة القابلة للتطبيق إذا ما احترمت جملة من الشروط.

أهمية البحث: تتأتى الأهمية من كونه يقدم طرحاً متميزاً يرتكز على نقطة أساسية هي: محاولة الوصول إلى

فهم واضح لمفهوم المنافسة مع تحديد ملامح نموذج المنافسة الممكنة التطبيق على أرض الواقع، والتي من خلالها نصل إلى رفع الفعالية الاقتصادية دون التفريط في التقليل من مخاطر التنافس المتوحش.

أهداف البحث: يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على أربع نقاط أساسية مفادها: عرض مفهوم المنافسة

عبر مختلف الأدبيات الاقتصادية، وتبيان استحالة توفر منافسة تامة وكاملة وإبراز إمكانية توفير منافسة قابلة للتطبيق، ورصد أهم شروط توفر المنافسة القابلة للتطبيق.

منهج البحث: تم إتباع المنهج الوصفي والتحليلي لتبيان أبعاد الموضوع ولربط بشكل واضح بين متغيراته

الأساسية والمتمثلة في المنافسة، الأسواق والدولة، وهو ما مكننا من مقارنة الإشكالية بشكل دقيق وموضوعي.

١- التحليل النيوكلاسيكي للمنافسة :

قدم الاقتصاديون النيوكلاسيك تصورا فريدا لما يمكن أن تكون عليه المنافسة وفي ما يلي أهم تلك الطروحات ومناقشتها، ثم إنطلاقا من أطروحات النيوكلاسيك ننطلق للبحث عن مفهوم واقعي للمنافسة داخل الأسواق .

المنافسة التامة والكاملة : تم تطوير هذا المفهوم في إطار المدرسة النيوكلاسيكية وهو متواجد بشكل واضح في تحاليل الاقتصاد الجزئي التقليدي، حيث تعتبر السوق في حالة منافسة تامة إذا ما اجتمعت الشروط الأربعة التالية^١ :

* عدد المتعاملين داخل المحيط الاقتصادي سواء من ناحية العرض أو الطلب مرتفع، بحيث لا يمكن لأي متعامل على الإطلاق التأثير على الأسعار، بل هي التي تفرض نفسها على جميع المتعاملين .

* الدخول إلى السوق يجب أن يكون حرا كي يتسنى لجميع المتعاملين إقتناص مختلف الفرص المتاحة داخل السوق، هذه الوضعية تعكس غياب ما يسمى بحواجز الدخول إلى السوق، وهو ما يتيح رفع عدد المتعاملين بشكل سريع يمكن من تحييد جملة الفرص المتاحة غير المستغلة .

* لا بد من وجود تجانس مطلق بين جملة السلع والخدمات المتبادلة داخل السوق، من هذا المنطلق تكون جملة السلع والخدمات متشابهة وتشكل بدائل مثلى لبعضها البعض وبالتالي لا يهتم المستهلكون بشخص المتعامل العارض ويتوجهون مباشرة إلى من يوفر أقل الأسعار، هذا الشرط يضمن وجود سعر وحيد عند التوازن .

* المتعاملون الاقتصاديون لديهم معرفة تامة ومعلومات وافية عن كل ما يوجد داخل السوق بما في ذلك الأسعار، وهو ما يؤدي إلى أن أسعارا متعددة لا يمكن أن تتواجد داخل سوق واحدة .

الاقتصادي Stigler في كتابه "The Organization of Industry"^٢ يعرف المنافسة التامة من خلال التفرقة بين المنافسة داخل السوق والتي يسميها "Market Competition" والمنافسة بين الأسواق والتي يطلق عليها اسم " Industrial Competition " .

و لكي تسود المنافسة التامة داخل سوق ما لا بد من توافر شروط ثلاثة هي :

* لا بد من وجود عدد كبير من المتعاملين يكون لكل واحد منهم حصة ضعيفة من السوق .

* لا بد من تحرك مستقل وإنفرادي لكل متعامل داخل السوق .

^١ Gabszewicz.J.J.(1994). «La concurrence parfaite », Paris, La Découverte, P03.

^٢ Stigler.G.J.(1968). « The organization of industry», HomeWood, (Illinois), Richard.D, PP:5-22.

* لا بد من معرفة شاملة حول السوق يتميز بها المتعاملون داخله.

نجد في تحليل الاقتصادي **Stigler** تقريبا النقاط نفسها أو شروط المدرسة النيوكلاسيكية في توافر تام للمعلومات وعدد كبير للمتعاملين، إلا أن فرضية أو شرط تجانس جميع المنتجات والخدمات غير موجودة في تحليله، مع ذلك يضيف **Stigler** شرطا رابعا لتواجد المنافسة التامة داخل سوق ما وهو قابلية المنتج للإنقسام، حيث يقول **Stigler** إن غياب هذا الإنقسام سيكون له اثران أساسيان، هما:

* **الأثر الأول:** سعر توازن السوق يمكن أن لا يتحدد بسبب عدم قابلية المنتج للإنقسام.

* **الأثر الثاني:** تشكل لوبيات أو تكتلات من المتعاملين داخل السوق الواحدة بسبب عدم قابلية المنتج للإنقسام.

يضيف الاقتصادي **Stigler** أن الإستخدام الفعال للموارد الإنتاجية من شأنه أن يؤدي إلى أن ناتج كل نوع من الموارد يكون متجانسا من ناحية منفعة استخدامه، فإن لم يتحقق هذا الشرط يمكن عندها القيام بإعادة توزيع للموارد بما يضمن فعالية أكبر في تحقيق المنفعة، وكي تتم عملية إعادة توزيع الموارد بشكل أكثر فعالية يضع **Stigler** شرطين أساسيين هما:

* **أولا:** لا بد أن تكون الموارد قابلة للانتقال في مختلف وجهات استخدامها.

* **ثانيا:** لا بد أن تتوفر معلومات كافية عن مردودية الموارد لدى مالكيها بالنسبة للوجهات المختلفة لاستخدامها. مما سبق نلمس أن تركيز **Stigler** منصب على حركية الموارد بدل التركيز على يسمى بحواجز الدخول التي عادة ما تستخدم للحكم على تنافسية سوق ما.

حيث أن حرية إنتقال الموارد تتضمن عدم وجود حواجز للدخول، ولكن لا بد من إدراج فكرة غياب حواجز الخروج كشرط أساسي لتوفر المناخ التنافسي داخل سوق ما. أضف إلى ذلك كله على أصحاب الموارد أن يكونوا على علم ودراية بآليات السوق وديناميكيته حتى يتمكنوا من تعظيم منافعهم.

إذن يركز الاقتصادي **Stigler** على جملة الشروط السابقة والمرتكزة أساسا على حرية إنتقال الموارد دخولا وخروجا من الأسواق كشرط أساسي لتوفر المناخ التنافسي داخل سوق ما. أضف إلى ذلك كله على أصحاب الموارد أن يكونوا على علم ودراية بآليات السوق وديناميكيته حتى يتمكنوا من تعظيم منافعهم. إن هذا الطرح تم تطويره من طرف نموذج التوازن العام أي تم التركيز على إرتفاع عدد المتعاملين داخل السوق كشرط أساسي لتوفير مناخ تنافسي، ويكتب الاقتصادي **Stigler** بهذا الصدد:

"The essence of perfect competition (...) is not strong rivalry but rather dispersion of

power to influence market behavior" ^١.

حيث يعتبر **Stigler** أن عملية الرفع من عدد المتعاملين داخل السوق لا يهدف للرفع من العدائية التجارية بقدر ما يهدف إلى إضعاف القوى المختلفة التي يمكن أن تجتمع وتؤثر سلباً على المناخ التنافسي .

٢- المحاولات الأولى لتجاوز نموذج المنافسة التامة :

على الرغم من كون نموذج المنافسة التامة من أغنى نماذج التحليل النيوكلاسيكي إلا أنه يبقى نموذجاً مثالياً ومحدوداً للغاية لفهم الحياة الاقتصادية الواقعية، وهو ما دفع الاقتصاديين إلى تطوير نماذج أخرى أكثر واقعية وديناميكية .

نموذج المنافسة من وجهة نظر هيكلية : يرتكز هذا النموذج على نقطة أساسية هي أن المتعاملين الاقتصاديين يبحثون عن تعظيم دالة منفعتهم معتمدين على الأسعار كخلفية لإتخاذ القرارات . تصبح الأسعار حسب هذا النموذج حرة وغير خاضعة لسيطرة المنتجين وهو ما يتطلب وجود عدد كبير من المتعاملين مما يضعف إمكانية التأثير على الأسعار وبالتالي يتم خلق جو تنافسي داخل السوق ^٢، مما سبق يتضح أن المنافسة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالبنية الهيكلية للسوق ويصبح عدد المؤسسات المتواجدة داخل سوق ما أحد المؤشرات الأساسية على وجود مناخ تنافسي داخلها .

إن نموذج المنافسة المعتمد على البنية الهيكلية للسوق يفترض عدم وجود عدوانية بين المتعاملين الاقتصاديين وهو ما أشار إليه الاقتصادي **McNulty** حيث كتب :

“la concurrence représente avec ces économistes mathématiciens une situation réalisée par hypothèse et dans laquelle la rivalité des affaires au sens de « **Smith** » est mise hors du jeu par définition ” ^٣.

حسب هذا الاقتصادي يصبح التأثير على الأسعار أمراً غاية في الصعوبة كلما ارتفع عدد المتعاملين، وتزداد هذه الصعوبة إلى أن يختفي السلوك العدواني للمتعاملين الاقتصاديين، إلا أن النقطة التي يمكن أخذها على هذا الطرح هو أن المنافسة لا يمكن أن تختصر في كثرة المتعاملين داخل سوق ما . الاقتصادي **Stigler** يقدم طرحاً مميّزاً حول علاقة المنافسة بالبنية الهيكلية لسوق ما، حيث يعتبر أن المنافسة تخضع في النهاية إلى البنية الهيكلية

^١ Stigler.G.J.(1968). Op-Cit, P :06.

^٢ McNulty.P.J.(1968). « Economic theory and the meaning of competition », Quarterly Journal of economics, Vol: IX,P:639-659.

^٣ McNulty.P.J.(1968). Op.cit, P :642.

للسوق إضافة إلى ميكانيزم تنسيق المعاملات داخل السوق، وقد تم تعزيز طرح الاقتصادي **Stigler** بعمل الاقتصاديين

Curien^١ و **Gensollen** والذين قدما تصنيفا يبين العلاقة بين المنافسة، البنية الهيكلية للسوق وميكانيزم تنسيق المعاملات.

شكل رقم (٠١): العلاقة بين المنافسة، البنية الهيكلية للسوق وميكانيزم تنسيق المعاملات

المنافسة	بنية مخططة	
شبه منافسة	مراقبة المحتكر	مؤسسة واحدة (محتكر)
حماية المنافسة	تخطيط مرن	عدة مؤسسات (سوق)

المصدر: Curien.N & Gensollen.M. (1993). Op.cit.P:25

الوضعيات الأربعة السالفة الذكر تعكس أنماط الوضعيات المختلفة داخل سوق ما، حيث يتعد تحليل الاقتصاديين **Curien** و **Gensollen** شيئا فشيئا عن الطرح المثالي للمنافسة التامة بإتجاه نوع جديد من المنافسة أكثر واقعية وممكنة التكون والتطور داخل المحيط الاقتصادي.

المنافسة القابلة للتطبيق^٢: ظهر مفهوم المنافسة القابلة للتطبيق في سنة ١٩٤٠ من طرف الاقتصادي **John** **Maurice Clark**^٣، وكان هذا الاقتصادي يهدف إلى تجاوز النموذج المثالي للمنافسة التامة بإتجاه نموذج يوفر حدا أقصى من التنافسية وإن لم تكن تامة.

النموذج المقدم من طرف هذا الاقتصادي يعتبر غير فعال من وجهة نظر نموذج المنافسة التامة، إلا أنه يبقى ذا مصداقية تتعلق بكونه يبحث عن الأمثلية في الأداء التنافسي دون البحث عن المنافسة التامة بشروطها القصوى وغير الواقعية في أغلب الأحيان. تعتبر نظرية المنافسة القابلة للتطبيق بداية ما سمي بالتوازن الأمثل الثاني^٤ المطورة من طرف الاقتصادي **Lancaster**. بالنسبة لهذا النموذج كان التحدي الأساسي يتمثل في وضع جملة من المعايير التي من شأنها تحديد ملامح وخصائص المنافسة القابلة للتطبيق وغير التامة بالضرورة، إلا أن

^١ Curien.N & Gensollen.M.(1993). « L'ouverture des réseaux, planification ou concurrence dans les réseaux », Paris, La Découverte, PP : 3-35.

^٢ المصطلح باللغة الانجليزية هو: « Workable Competition ».

^٣ Clark.J.M.(1940). « Toward a concept of workable competition », American Economic Review, Vol:30, June, PP:241-256.

^٤ المصطلح باللغة الانجليزية هو: « Second Best ».

الاجتماع بين الاقتصاديين حول معايير موحدة لا يزال أمرا مشكلا إلى غاية اليوم، الاقتصاديان Ross و Scherer قدما جملة من المعايير المحددة للمنافسة القابلة للتطبيق، وقسماها إلى ثلاثة محاور أساسية.

شكل رقم (٠٢): المعايير المحددة للمنافسة القابلة للتطبيق

* المعايير البنيوية :

- عدد البائعين لا بد أن يكون مرتفعا.
- عدم وجود حواجز للدخول أو الخروج.
- يتم تخفيض الفروقات المسجلة في جودة المنتج اعتمادا على فروقات موازية على مستوى الأسعار.

* المعايير السلوكية :

- يتبع كل متعامل داخل السوق دالة منفعة خاصة دون التعرض لبقية المتعاملين.
- يجب أن لا تكون هناك عدوانية أيا كان نوعها بين المتعاملين.
- لا يجب حماية المنافسين أو المستهلكين بشكل متواصل.
- على الدعاية أن تكون ذات أهداف إعلامية خالية من الغش أو التأثير.

* معايير النجاعة :

- يجب اتباع معايير الفعالية والجدية في العمليات الإنتاجية أو عمليات التوزيع.
- الهوامش لا بد أن تغطي فقط التكاليف ولا تتعداها إلا بشكل طفيف.
- الأسعار لا بد أن تكون شفافة وغير خاضعة لأية قوى ما عدا قوى السوق.
- تكاليف الدعاية والإعلان يجب أن تكون محدودة.
- المؤسسات الفاعلة داخل السوق لا بد أن يبرر وجودها من خلال فعاليتها وقدرتها على التأقلم بعيدا عن المساعدات والسياسات الحمائية.

المصدر: Scherer. F. M & Ross. D. (1990). Op. cit, P: 53.

١ Scherer.F.M & Ross.D.(1990). « Industrial market structure and economic performance », 3rd Edition, Boston-P, P:53.

على الرغم من أهمية الطرح المقدم من طرف هذا التيار القائل بالمنافسة القابلة للتطبيق، إلا أن جملة الشروط والمعايير المفروضة للوصول إلى هذا النوع من المنافسة يضعف هذا الطرح ويفتح المجال إلى مقاربات أكثر مرونة وقابلية للتطبيق .

٣- المنافسة من وجهة نظر نظرية الاقتصاد الصناعي (Economie Industrielle) :

تعتبر نظرية الاقتصاد الصناعي أحد التيارات الأكثر شهرة في تطوير الآليات الاقتصادية البراغماتية، حيث قدمت طرحاً متميزاً للمنافسة والمناخ التنافسي وفيما يلي تبيان لأفكار هذه النظرية .

المنافسة وبنية السوق التنظيمية : إن هذا التيار المسمى بالاقتصاد الصناعي يربط بين البنية التنظيمية للسوق وبين درجة المنافسة التي تسوده حيث يحدد المميزات الثلاثة التالية لكل بنية تنظيمية :

* تتعلق كل بنية تنظيمية لسوق ما أو نشاط ما بخمسة عناصر أساسية هي : تنوع المنتجات ، حواجز الدخول ، بنية التكاليف ، درجة تمركز البائعين ، درجة الإندماج العلوي ، هذه العناصر الخمسة تشكل المحاور الأساسية لأية بنية تنظيمية حيث كلما تنوعت المنتجات وقلت حواجز الدخول وكانت بنية التكاليف منخفضة ودرجة الإندماج العلوي متدنية وعدد البائعين كبيراً أدى ذلك إلى توفر مناخ تنافسي ، وهو ما يعكس الارتباط الوثيق بين المنافسة والبنية التنظيمية المؤطرة لنشاط ما أو سوق ما .

* البنية التنظيمية تؤطر بطريقة غير مباشرة السلوكيات والتحركات الإستراتيجية للمتعاملين ، فالعدد الكبير من الفاعلين داخل النشاط أو السوق يضعف من أي سلوك عدواني أو تحرك إستراتيجي صادر من هؤلاء .

* تتطور البنية التنظيمية لسوق ما أو نشاط ما بما يسمح بديناميكية مستمرة داخلها ، إلا أن ما يهدد هذا التطور هو إمكانية تمركز ميكانيزماته بين أيدي قلة من المتعاملين^١ .

إن ربط المنافسة بالبنية التنظيمية للسوق أو النشاط يعتبر تميزاً واضحاً في طرح نظرية الاقتصاد الصناعي ، حيث يرجع وجود المناخ التنافسي إلى طبيعة القواعد والقوانين التي تؤطر سوقاً ما وعليه نلمس ولأول مرة الإشارة إلى كون السوق غير قادرة على سن ما يكفي من قواعد وقوانين تترجم إلى بنية توفر مناخاً تنافسياً وغير حمائي في الوقت نفسه .

مدرسة Chicago ونظرية الأسواق المفتوحة (Théorie des Marchés)

(Contestables) : ركزت التيارات السابقة على نقطة مركزية وضرورية لتوفر المنافسة وهي كثرة

^١ Morvan.Y.(1991). « Fondements d'économie Industrielle », Paris, Economica, PP :1-47.

المتعاملين والفاعلين داخل سوق أو قطاع أو نشاط ما، هذا الطرح تم نقضه من طرف إقتصادي مدرسة "Chicago"، حيث ركزت على مفهوم الأسواق المفتوحة والتي تعتمد أساسا على وجود عدائية بين المتعاملين في السوق.

ترفض هذه المدرسة وجود علاقة بين أي تجمع للمتعاملين داخل السوق وبين وجود إيرادات مرتفعة ناجمة من هذا التجمع، وهو ما يقوله إقتصادي مدرسة الاقتصاد الصناعي التقليدي والذين يزعمون أن هناك إيرادات تنجم عن فعالية إضافية متأتية من تجمع المتعاملين وتكتلهم، وهو الطرح الذي يرفضه الاقتصاديون **Willing** و **Banzar** و **Baumol**^١ والذين قدموا مفهوم الأسواق المفتوحة كبديل غير تام للأطروحات السابقة، حيث يكون سوق ما مفتوحا إذا ما توفر الشرطان الأساسيان التاليان:

* الدخول إلى هذه السوق حر تماما، أي ليس هناك تفوق مرتبط بطول الممارسة أو بتكنولوجيا خاصة تحمي المؤسسات القديمة من دخول الجديدة.

* الخروج حر تماما وغير مكلف من حيث عدم وجود تكاليف غير قابلة للإسترجاع والتي تتأتى عادة من الخصوصية المرتفعة للأصول.

الخاصيتان السابقتان توفران إمكانية دخول المؤسسات للسوق متى ما ظهرت فرص جديدة للربح، هذه الإستراتيجية التي تعرف بـ "**Hit And Run**" تجبر المتعاملين القدامى على تقديم أسعار مقبولة، وفي الوقت نفسه القبول بأرباح ليست بكبيرة وهو ما يؤدي إلى نتائج جيدة كتلك التي تنادي بها نظرية المنافسة التامة. هذا الطرح يفترض أيضا توازن السوق الحر، والذي حسب هؤلاء الاقتصاديين لا يمكن أن يحدث إلا تحت شرط الاستمرارية، الاقتصادي **Morvan** يقدم شرحا لهذا الشرط، حيث يكون السوق حرا وباستمرار، إذا توفرت الشروط الثلاثة التالية:

– يمكن لجميع المنتجين الحصول على التكنولوجيا نفسها.

– لا يمكن للمتعاملين داخل هذه السوق تغيير الأسعار بسرعة.

– يستجيب المستهلكون لتغير الأسعار بشكل سريع^٢.

^١ Baumol.W.J & Panzar.J.C & Willing.R.D.(1986). « On the theory of perfect contestable markets », London, MacMillan, PP:339-365.

^٢Morvan.Y.(1991). Op.cit, P :381.

إذا ما قارننا خصائص السوق المفتوحة باستمرار مع خصائص السوق التي تستوجب المنافسة التامة يتضح جليا أن خصائص الأولى أقل حدة من خصائص الثانية، وهي أقرب للتطبيق على أرض الواقع. كما تجدر الإشارة إلى أن العدد القليل من المتعاملين داخل السوق أو النشاط لا يشكل عائقا أمام وجود المنافسة متى كان الدخول والخروج

من السوق ممكنا وتكاليفه دنيا وبهذا الصدد يكتب **Baumol و Willing و Bauzar:**

“perfect contestability is generalization of perfect competition, a generalization that can be used where returns to scale are increasing, as well as where returns are decreasing or constant”^١.

مما سبق يمكن أن نستنتج أن كل سوق تسوده منافسة تامة هو مفتوح باستمرار ولكن العكس ليس بصحيح. إن الطرح المقدم من إقتصاديي مدرسة **Chicago** يعتبر متميزا من حيث إقترابه من الواقع، إلا أن نظرية السوق المفتوحة باستمرار لم تأخذ بعين الإعتبار بعض الظواهر كالتحركات الاستراتيجية للمتعاملين، والتعقيم المعلوماتي، وهو ما يشير إليه الاقتصادي **Jacquemin** بوضوح قائلا:

“il n’y a pas de place pour les comportements stratégiques basés sur le bluff la, dissuasion, la menace crédible, l’engagement irréversible à travers les dépenses irrécupérables et plus généralement pour la manipulation des conditions de l’environnement et des règles du jeu”^٢.

في النهاية نلاحظ أن جميع النظريات والمقاربات المتناولة للمنافسة كوضعية مستهدفة مبنية على نماذج تحمل في طياتها فرضيات قصوى صعبة التحقيق، مما يجعل تصور مناخ تنافسي مبني على تلك الشروط على إختلاف أنواعها أمرا بالغ الصعوبة إن لم يكن مستحيلا، في المبحث التالي سنحاول تناول المنافسة من وجهة نظر مختلفة وباستخدام أدوات نظرية مغايرة، باحثين عن صورة أوضح وأكثر واقعية وقابلية للتطبيق للمنافسة.

٤ - مساهمة المدرسة النمساوية: يرفض إقتصاديو المدرسة النمساوية الطرح النيوكلاسيكي حول المنافسة التامة ويعتبرونه غير قادر على تفسير الظواهر الاقتصادية، ويقدمون مقارنة أساسية لتفسير التوازن الحاصل داخل السوق ويستخدمون لذلك ثلاث عناصر أساسية: المقاتل، آلية الإكتشاف، المنافسة المرادفة للعدائية^٣.

^١ Baumol.W.J & Panzar.J.C & Willing.R.D.(1986). Op.cit, P:340.

^٢ Jaquemin.A.(1985). « Sélection et pouvoir dans la nouvelle économie industrielle », Paris, Economica, P :36.

^٣ Kizner.I.(1997). « Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach », Journal of Economic Literature. Vol:XXXV. March. PP:60-85, P:61.

تعتبر المدرسة النمساوية المنافسة آلية لإكتشاف جملة الفرص غير المستغلة داخل سوق ما ومن ثم لا بد من تفعيلها وإستغلالها من طرف المقاولين، وما يدفع المقاولين لذلك هو العدائية التي تنجم عن رغبتهم في تعظيم منفعتهم الخاصة وهو ما يؤدي إلى توزيع للموارد يقترب من الأمثلية، والتي تمثل في العالم الحقيقي المتحرك هدفا متحركا صعب التحقيق، في هذه الحالة لا يشكل الربح الناجم عن معاملة إقتصادية معينة مردودا حتميا بقدر ما يشكل علاوة عن الخطر المتحمل من طرف المقاولين الباحثين عن الفرص غير المستغلة .

إن فعالية مثل هذا النظام تتركز على فعالية المقاولين في إقتناص الفرص، تحت شرط وضرورة توفر حرية التداول والمقاوله والتي تفترض بدورها حرية الدخول إلى أي جزء من أجزاء السوق، وهو ما يعكس رفضا ضمنيا لأي تدخل للدولة والتي عادة ما تفرض قيودا على دخول المتعاملين داخل السوق .

أخيرا يمكن القول أن المدرسة النمساوية تميزت في طرحها المتعلق بالمنافسة حيث ظهر المقاول بدل المؤسسة وحلت الفرص الضائعة كوقود لآلية البحث عن التوزيع الأمثل للموارد إلى جانب البحث عن المنفعة الشخصية والتي حسب المدرسة النمساوية لا تكفي لبث الحركية والديناميكية داخل السوق، وقد أيدت هذه الفكرة من طرف الاقتصاديين Mises^١ و Hayek .

مساهمة الاقتصادي Schumpeter : يعتبر **Schumpeter** أحد الاقتصاديين البارزين في المدرسة النمساوية خاصة من خلال أعماله حول التحليل الديناميكي للاقتصاد محاولا التركيز على آليات خلق الموارد . أدرك **Schumpeter** الفرق الواضح بين المنافسة التامة الإفتراضية والمنافسة الواقعية القابلة للتطبيق، وأعطى المقاول بعدا جديدا وديناميكيا وجعل منه مصدرا للبحث والتطوير بدل الرؤية الكلاسيكية للمقاول كعنصر باحث عن الربح، وبالتالي أصبح المقاول السبب في توازن السوق التي تبدو في طرح **Schumpeter** كمكان لخلق وتدمير الثروة التي يكون مصدرها المقاول الباحث، حيث ينتهي الأمر بتحقيق المزيد من النمو والثروة .

الإقتصادي **Glais**^٢ يؤكد على كون المنافسة هي الآلية الأساسية لخلق وتدمير الثروة داخل المحيط الاقتصادي، حيث تخلق الثروة نتيجة تفعيل الفرص غير المستغلة من طرف المقاول وتدمر نتيجة خروج المتعاملين غير الأكفاء من الحيز الاقتصادي، ضف إلى هذا يعتقد **Schumpeter** أن المنافسة كآلية لا يمكن أن تؤدي إلى نتائج

^١ Hayek.F.A.(1995). « Droit, législation et liberté », Tome :3, Paris, Puf, P :80.

^٢Glais.M.(1992). Op.cit, P :234.

ملموسة إلا على المدى الطويل، وعليه لا بد حسب هذا الاقتصادي من ترك الوقت اللازم للمتعاملين للإحتكاك ببعضهم البعض بغرض إقتناص وتفعيل مختلف الفرص داخل المحيط الاقتصادي مما يؤدي إلى تحقيق مزيد من النمو وتوزيع أمثل للموارد.

إذن حسب هذا الاقتصادي، لا يمكن الإلمام بمفهوم المنافسة الواقعية دون إدراج ثلاثة نقاط أساسية، هي:

* المقاول الذي يتسم بالبحث والتطوير، والذي من خلال تصرفه يؤدي إلى خلق وتدمير الثروة داخل السوق.

* حرية الدخول إلى سوق ما، مما يؤدي إلى تفعيل الفرص غير المستغلة.

* البعد الزمني للمنافسة، والذي يعكس البعد الديناميكي لها كآلية لحث المقاولين على تفعيل عدائيتهم

الاقتصادية من خلال عملية البحث والتطوير وتطبيق النتائج داخل السوق.

أخيرا يمكن القول أن المدرسة النمساوية تميزت من خلال إبتعادها عن الفرضيات القصوى للمدرسة

النيوكلاسيكية، وتبنت فرضيات واقعية وقابلة للتطبيق داخل الحيز الاقتصادي، حيث بدت المنافسة كآلية

ديناميكية متواصلة وغير مستقرة تؤدي إلى توزيع متواصل للموارد غير المفعلة وغير الموزعة داخل السوق وأنها

ليست وضعية إقتصادية نهائية مستهدفة بحد ذاتها فهي أداة وليست غاية.

٥- العناصر المحددة لوجود المنافسة داخل السوق:

إن العنصر الأساسي لتوفر المنافسة كآلية على مستوى السوق هو حرية الدخول إلى هذه السوق أو هذا القطاع

وعليه سنركز في هذا العنصر على توضيح أعمق لهذا الشرط المذكور في مختلف الطروحات السابقة كما

سنحاول تبين ماهية وطبيعة حواجز الدخول.

بنية السوق وحواجز الدخول: مما سبق من نظريات متعلقة بالمنافسة يمكن إستخراج محددتين أساسيين للحكم

على تنافسية أو وجود منافسة داخل قطاع أو سوق ما، وهذان المحددان هما:

* **أولا:** بنية السوق، بحيث أن العدد الكبير للمتعاملين من شأنه تشتيت تجمع العرض وبالتالي تأثير أقل على

الأسعار وبالتالي تواجد إمكانية المنافسة بين مختلف المتعاملين.

* **ثانيا:** حرية الدخول، مما يخفض من سيطرة المتعاملين على المنتجات المقدمة إضافة إلى التعديل المتواصل

لأسعار القطاع، تحت ضغط الربحية في القطاعات الأخرى.

إن الواقع الاقتصادي يبين لنا أن الشرط الأول لا يتمتع بالقوة الكافية لكي يعتمد عليه في الحكم على وجود

المنافسة داخل قطاع ما، حيث نجد أن عدد المتعاملين ولو كان قليلا لا يؤثر بشكل كبير على المناخ التنافسي

ومثال ذلك: المنافسة بين **Coca-Cola** و **Pepsi-Cola** في مجال المشروبات أو المنافسة بين **Nike** و **Reebok** في مجال الألبسة الرياضية أو أيضا المنافسة بين **Airbus** و **Boeing** في مجال صناعة الطائرات المدنية، بل إن العدد الكبير للمتعاملين قد يتحول من محرك منافسة إلى محرك مواجهة بين هؤلاء المتعاملين مما قد يؤدي إلى إهدار كبير للثروة جراء التحركات الاستراتيجية المتواصلة.

لو إنتقلنا إلى العنصر الثاني المحدد لوجود المنافسة والذي يسمى " بحرية الدخول " نجد أن هناك الكثير من الأعمال الاقتصادية التي تعلق أساسا بما يسمى بنظرية " حواجز الدخول " والتي اهتمت بنمذجة ومحاكاة عملية الدخول والخروج من الأسواق محاولة إثبات العلاقة بين وجود المنافسة وحرية الدخول إلى سوق ما. إن ما يمكن أن نبدأ به، بهذا الصدد، هو تقديم تعريف واضح لما يسمى بحواجز الدخول. لقد قدمت الأدبيات الاقتصادية العديد من التعاريف لما يسمى بحواجز الدخول والتي تراوحت بين آراء الاقتصاديين المنتمين إلى التيار السلوكي^١ والآخرين المنتمين إلى التيار المركز على البنى الهيكلية والتنظيمية^٢.

الاقتصادي **Bain**، أحد مؤسسي التيار البنيوي يعطي التعريف التالي لحواجز الدخول:

"the condition of entry to an industryrefers to advantages which established firms in an industry have over established entrant firms, it is evaluated in general by measures of the heights of inducing prices relative to define competitive levels"^٣.

إذن الاقتصادي **Bain** يعرف حواجز الدخول بجملة التكاليف التي يتحملها الداخلون الجدد إلى سوق ما، الاقتصادي **Stigler** من مدرسة **Chicago** يعطي تعريفا موافقا ولكنه أدق من التعريف السابق حيث يكتب:

"...a barrier to entry may be defined as a cost of producing which be borne by a firm which seeks to enter an industry but is not borne by firm already in the industry"^٤.

إضافة إلى حواجز الدخول يذكر الاقتصادي **Gilbert**^٥ ما يسمى بحواجز الخروج، ويقول بأن الحواجز التي يجب البدء بتدليلها هي تلك التي تتعلق بعملية الدخول إلى قطاع أو سوق ما، حيث أن حواجز الخروج تكون

^١ المصطلح باللغة الفرنسية: « Le courants des thèses comportementales »

^٢ Gilbert.R.(1989). « Mobility barriers and the value of incumbency », Elsevier Science Publishers, PP:475-535.

^٣ Bain.J. (1956). « Barriers to new competition », HUP, P :10.

^٤ Stigler.G.J.(1968). Op.cit, P :67.

^٥ Gilbert.R.(1989). Op.cit.

عادة ذات تكاليف أقل من جملة التكاليف المفروضة عند مواصلة النشاط وبالتالي عندما يقرر المتعامل الخروج فهو في أغلب الأحيان رابح مقارنة بوضعيته لو استمر في تحمل خسائر التواجد غير المربح داخل السوق . إن حواجز الدخول تكون في الكثير من الأحيان مفروضة من المتعاملين الناشطين داخل السوق لحماية مصالحهم وهو ما يؤدي إلى تدهور المناخ التنافسي، وعليه يجب العمل على تحييد قدرة المتعاملين القدامى على وضع وتغيير قواعد الدخول، إلا أنه تجدر الإشارة إلى أن حواجز الدخول قد يكون لها تأثيرات إيجابية على المستهلكين من خلال حماية مصالحهم أو مستوى قدرتهم الشرائية، إلا أن وجود هذه القواعد في حد ذاته يعتبر مرادفاً للابتعاد عن المناخ التنافسي الأمثل .

قواعد "لعبة" المنافسة: مما سبق يمكن القول بأن المنافسة تمثل آلية ديناميكية لتحقيق توزيع أمثل للموارد وكذا تسمين أكبر للفرص، أي أنها وسيلة وليست غاية بحد ذاتها، إلا أن هذه الآلية تحتاج إلى جملة من القواعد التي تمكن من تفعيل دور المنافسة وتضمن شرطين أساسيين هما، عدم تحول المنافسة إلى مواجهات عدائية مدمرة بين المتعاملين في الحد الأقصى لما يمكن أن تكون عليه، والثاني يتمثل في ضمان حد أدنى من التنافس والذي يمكن أن يهدد من خلال تحركات استراتيجية بين المتعاملين تهدف إلى تحقيق التوافق والتعاون بدل التنافس على مستوى السوق، وفيما يلي سنحاول استعراض أهمية قواعد لعبة المنافسة، ثم الصعوبة التي يمكن أن يواجهها من يكلف بوضع وتفعيل هذه القواعد .

أ- **أهمية القواعد المنظمة للمنافسة:** يحدد الاقتصادي Neuman^١ أربعة أهداف أساسية لقواعد لعبة المنافسة، من خلالها تتضح جليا أهمية هذه القواعد :

- * إرساء مناخ تنافسي دائم، شفاف وديناميكي .
- * المحافظة على التوازن التنافسي و الابتعاد عن الحالات القصوى غير المرغوب فيها كوضعيات المواجهة غير الشفافة أو وضعيات التفاهم والتعاون الضمني .
- * ضمان وجود منافسة عادلة " Level playing field of competition " وهو ما يستدعي معاقبة حالات الغش، الخداع، التهديد، أو حتى تلقي المساعدات .
- * تحقيق بنية عرض للمنتجات والخدمات غير مركزة مما يتيح مجال أكبر لعمل المنافسة كآلية .

^١ Neuman.M.(2001). «Competition policy, History, theory and practice », EdwardElgard, P11

يهدف الاقتصادي Neuman من خلال تحديد الأهداف الأربعة لوضع قواعد المنافسة إلى ضمان سلاسة وليونة في أداء آلية المنافسة لعملية توزيع الموارد بشكل أمثل، حيث أن تامين الفرص يتعلق بشكل أساسي بقدرة المتعاملين على التنافس بشكل شفاف وبعيد عن كل ما يمكن أن يؤثر سلبا على أدائهم الاقتصادي باستثناء قدراتهم المالية والمعرفية. إذن فعالية المنافسة ترتبط بشكل أساسي بوجود قواعد تُحدد أخلاقيات التنافس وتواجه مختلف السلوكيات المخالفة للمنافسة العادلة، إن هذه القواعد تنقسم إلى ثلاثة أقسام رئيسية هي:

* قواعد لمواجهة الخروقات المتعلقة بوضعيات التفاهم الضمني اللاتنافسي أو بمرودد الوضعيات الناجمة عن التحركات الاستراتيجية للمتعاملين.

* قواعد لمواجهة الخروقات المتعلقة بالتكتلات واللوبيات.

* قواعد لمواجهة الخروقات المتعلقة بالتسيير الاستراتيجي للمعلومة من طرف المتعاملين.

إن مراعاة المجموعات الثلاثة السابقة الذكر من شأنه توفير توازن ضروري للمتعاملين داخل السوق كما يوفر مناخا ملائما لعمل المنافسة، حيث تختفي كل السلوكيات والتعاملات التي تخل بتكافؤ الفرص بين المتعاملين، إن مثل هذه القواعد يمكن إيجادها في قانون المنافسة الخاص بالإتحاد الأوروبي وغيره من القوانين المنظمة للمنافسة في الدول المتقدمة.

ب- عوائق وضع قواعد لعبة المنافسة: إن وضع جملة من القواعد المنظمة للعبة المنافسة يعتبر أمرا غاية في الأهمية وهو من صلاحيات هيئة مستقلة ومتخصصة^١. هذه الهيئة لها جملة من المهام المنوطة بها والتي تختلف عن المهام التي تضطلع بها هيئات التعديل وفيما يلي مسح لهذا الاختلاف^٢.

* هيئات التعديل ترتبط بقطاع أو نشاط معين يخضع للتعديلات التي تجري، في حين هيئة المنافسة تضطلع بالسهر على جودة المناخ التنافسي على مستوى كل القطاعات.

* لا تتدخل هيئة المنافسة إلا في حالات محددة وقليلة، كحالات خرق قواعد المنافسة في حين الهيئة المعدلة تمارس مراقبة مستمرة للقطاع الذي تغطيه.

* تعاقب هيئة المنافسة السلوكيات اللاتنافسية في حين تتدخل الهيئة المعدلة في الكثير من الأحيان في تحديد الأسعار والجودة.

^١ المصطلح باللغة العربية هو: « الهيئة العليا للمنافسة » .

^٢ Crampes.C & Estache.A.(2000). « De la régulation à la concurrence » , MIMEO, P :47.

* تمتلك الهيئة المعدلة معلومات أدق عن القطاع أو النشاط الخاص بها مما يمكنها من إجراء فحوصات أو خبرات دقيقة، في حين أن هيئة المنافسة لا تملك هذا النوع من المعلومات الدقيقة .

* قد تقع الهيئات المعدلة في وضعية "المغلق عليه" من طرف المتعاملين في القطاع التابع لها في حين أن هيئة المنافسة بعيدة عن هذا النوع من المخاطر .

* تتدخل هيئة المنافسة بشكل بعدي في أغلب الأحيان، ما عدا في حالات التكتل، في حين تتدخل الهيئة المعدلة بشكل مستمر بشكل قبلي .

من المقارنة السابقة يتضح أن عملية وضع القواعد المؤطرة للعبة المنافسة يعتبر أمرا غاية في الصعوبة، وتزداد هذه الصعوبة عند محاولة تطبيق هذه القواعد والسهر على عدم خرقها ويعود ذلك إلى التحركات الاستراتيجية للمتعاملين وكذا إلى ما يعرف بالتعتيم المعلوماتي والذي من شأنه أن ينقص من فعالية القواعد الموضوععة^١ .

خلاصة: من خلال ما سبق حاولنا التعرض للمنافسة من وجهات نظر مختلفة، حيث تبين لنا أن المنافسة تعتبر آلية ديناميكية من خلالها يمكن الوصول إلى توزيع أمثل للموارد وتضمن أكبر للفرص غير المقتنصة، وهي بذلك تعتبر وسيلة وليست غاية بحد ذاتها، ولكي تكون المنافسة فعالة لا بد من توفير جملة من القواعد التي تمكن من تحييد كل ما من شأنه التأثير على جودة المناخ التنافسي .

كما اتضح لنا أيضا أن المنافسة الفعالة لا يمكن أن تكون تلقائية النشأة بل مستحدثة ومؤطرة من خلال جملة من القواعد المنظمة، والتي تتمثل في خلق جملة من القواعد المؤطرة للمتعاملين الاقتصاديين والتي تهدف إلى توفير توازن وتكافؤ للفرص داخل السوق دون تمييز أو إقصاء .

^١ Pénard.T & Souam.S.(2001). « Collusion et Politique de la concurrence en information asymétrique », MIMÉO, P :26.