

الفصل العشرون

منافسة القلة

أشرنا عند المنافسة الاحتكارية أن عدد المؤسسات يكون كبيراً إلى حد ما في الصناعة ، ولكن كثيراً ما يحدث إفلاس بين هذه المؤسسات ويقل عدد المؤسسات العامة في السوق .

فإذا أصبحت الصناعة تضم عدداً قليلاً من المنتجين يقال حينئذ أن الصناعة تعمل تحت نظام منافسة القلة Oligopoly .

والفرق بين المنافسة الاحتكارية ومنافسة القلة هي أنه في الحالة الأولى كان كل منتج يتصرف مستقلاً عن المنتجين الآخرين ، فإذا كان هناك عدد قليل من المنتجين فإن كل منتج عندما يقرر سياسة بيعية معينة فإنه يضع في الاعتبار ردود الأفعال التي سوف تصدر من جانب المنتجين الآخرين .

فكمية التوازن بالنسبة لأي منتج في حالة منافسة القلة يتوقف على ما يقرره الآخرون وكذلك الثمن . هذا التداخل في السياسات البيعية التي تقوم بها مؤسسة ما وارتباطها بسلوك المؤسسات الأخر هو الخاصية المميزة للإنتاج تحت ظروف منافسة القلة ، وذلك لقلة عدد المؤسسات في الصناعة . فتقسيم السوق بين عدد قليل منهم سوف يترك لكل واحد منهم نصيباً كبيراً في السوق ^(١) . وعلى ذلك فتصرف أحدهم بالنسبة لكمية ما ينتجه أو الثمن الذي يجده سوف يعكس أثره فوراً على عملاء الآخرين ، مما يضطر الآخرين إلى اتخاذ إجراء مضاد فوراً إذا ما أرادوا الاحتفاظ بعمالئهم .

وعلى ذلك تظهر هنا بوضوح صعوبة البحث على الدارس المبتدئ في علم الاقتصاد إذ يجب أن تتوفر له من الأدوات الخاصة بالتحليل الاقتصادي المتقدم ، مما يجعلنا نترك بحثه تفصيلاً لفرصة أخرى .

ففي ظل المنافسة الاحتكارية يعمل المنتج على إيجاد كمية التوازن التي يحقق عندها أكبر ربح ممكن والثمن الذي يتعين عليه أن يبيع به على أساس متغيرين .

^(١) كما هو الحال بالنسبة للشركات المنتجة والموردة للبترول .

١- الطلب على السلعة الذى يواجهه .

٢- سلوك التكاليف فى مؤسسته .

أما فى حالة منافسة القلة فإن الأمر يقتضى معالجة ثلاث متغيرات لأنه لن يستطيع تحديد كمية التوازن أو الثمن الذى يبيع به هذه الكمية إلا عند التعرف على :

١- حالة الطلب على السلعة التى يواجها .

٢- سلوك التكاليف فى مؤسسته .

٣- السياسات البيعية للآخرين . أى ما الذى سيتخذه المنتجون الآخرون بالنسبة للسياسة البيعية . ومعنى ذلك أنه لا بد من إدخال عنصر جديد هو عنصر الحدس والتخمين بما سوف يفعله الآخرون لكل خطوة سيقوم باتخاذها .

أى أنه فى حالة منافسة القلة لا يمكننا الحصول بسهولة عن منحى طلب المنتج أو منحى عرضه ، لأن منحى عرض المنتج فى ظل هذا النظام يعتمد اعتماداً كلياً على السياسات البيعية التى تتخذها المؤسسات الأخرى .

فالمؤسسة يمكنها أن تقوم بسياسة بيعية معينة فقط إذا ما كانت متأكدة من أن المؤسسات الأخرى ستبقى على سياساتها دون تغيير ، ولكنها لو رأت أن سياستها البيعية ستؤثر فى سياسة المؤسسات الأخرى برد فعل معاكس ، فإنها ستحاول التنبؤ بما ستفعله المؤسسات الأخرى فإذا كانت هناك ثلاث مؤسسات أ ، ب ، ج ، فإن المؤسسة أ ستحاول أن تتنبأ بما سيفعله كل من ب ، ج ، وكذلك تحاول أن تتنبأ بما سيفعله أ ، ج ، وكذلك ج يحاول أن يتنبأ بما سيفعله أ ، ب ، وهكذا .

ولنضرب لذلك مثلاً يوضح ما ذهبنا إليه . فلو فرضنا أن شركة س تنتج مياه غازية ، وأنها أرادت أن تقوم بحملة عدوانية على المؤسسات القائمة فى نفس الصناعة وذلك لكى تتوسع فى توزيع منتجاتها ولتغزو أسواق المنتجين الآخرين فإن هذه السياسة التوسعية من جانبها ستعتمد أولاً وقبل كل شىء على ردود الفعل التى سوف تتخذها المؤسسات الأخرى وذلك خشية أن تبتلع المؤسسة الأولى السوق منهم . ففى الفترة القصيرة التى تبدأ بها المؤسسة الأولى سياستها التوسعية سوف تزيد من رقم مبيعاتها على حساب المؤسسات الأخرى . ولكن عندما تقابل المؤسسات الأخرى سياسة المؤسسة الأولى بالمثل فإن ذلك سيقضى على توسع المؤسسة الأولى ، وينتهى الأمر فى غالب الأحيان بالاتفاق وإلا كانت النتيجة

خسارة كل المؤسسات القائمة نتيجة انخفاض الثمن وارتفاع نفقات الدعاية والاعلان^(١).

أنواع منافسة القلة :

أولاً : منافسة القلة المطلق Perfect Oligopoly

وهي الحالة التي تقوم فيها المؤسسات القليلة الموجودة في السوق بإنتاج سلعة متجانسة . فإذا قامت إحدى المؤسسات بتخفيض أثمانها فلا بد والحالة هذه أن تسارع المؤسسات الأخرى إلى تخفيض أثمانها بنفس القدر وإلا ابتلعت المؤسسة الأولى جميع العملاء .

في هذه الحالة كل منتج يعلم أنه إذا خفض ثمن منتجاته بأي قدر فإن ذلك سوف يتبعه فوراً تخفيض أثمان منتجات المؤسسات الأخرى بنفس القدر .

ثانياً : منافسة القلة غير التام Imperfect Oligopoly

في هذه الحالة تقوم المؤسسات القليلة الموجودة في الصناعة بإنتاج سلع يختلف بعضها عن البعض أي أنها تنتج سلع ليست متماثلة فإذا قامت المؤسسة بتخفيض أثمان منتجاتها فإن ذلك لن يمكنها من جذب جميع عملاء المؤسسات الأخرى من السوق .

وعلى ذلك فرد الفعل المتوقع إذن لن يكون سريعاً ، بل بطيئاً من جانب المؤسسات الأخرى ، ومن هنا لا تخاف المؤسسة التي تقوم بالمبادرة من رد الفعل السريع ، بل ربما مضى وقت ليس بقصير قبل أن يتخذ الآخرون إجراء مضاداً بتخفيض أثمانهم تكون فيه المؤسسة الأولى قد حصلت على كثير من الأرباح .

(١) كما حديث بالنسبة لشركة البيبسي كولا عندما افتتحت في مصر وخفضت الثمن فقابلتها شركة الكولا بالمثل وانتهلا الأمر بالاتفاق على الثمن .