



المنافسة والاحتكار في إطار النظرية الاقتصادية

إعداد

الباحث / أحمد محمد عبد الجليل حمد

مجلة حقوق دمياط للدراسات القانونية والاقتصادية - كلية الحقوق - جامعة دمياط

العدد العاشر يوليو-2024

المقدمة

المنافسة والاحتكار في إطار النظرية الاقتصادية والفكر الاقتصادي كل يوم في مراحل التطور وبناء على هذا فإن مفهوم كلاً من المنافسة والاحتكار مجالاً للتحليل وللمناقشة والتطوير في النظرية الاقتصادية فعلى سبيل المثال فإن النظرية الكلاسيكية تقرر أن المنافسة الكاملة هي المنافسة الأفضل في الأسواق وأن السبب الرئيسي في تحقيق الربح المادي هو تطبيق نظام توازن السوق وأيضاً يكون له الهدف في أن يكون الثمن عادل للمستهلكين وهذا الثمن هو الذي يتوافق دائماً مع النفقة الجديد للإنتاج ولعل من أسباب هذه النظرية أن آليات السوق في ظل المنافسة الكاملة تؤدي إلى عودة التوازن مرة أخرى في حاله حدوث تغير في الظروف الخاصة بالعرض والطلب¹ وأيضاً لم يتغير مفهوم الاحتكار فلقد ظل كما هو في فكر المدرسة الاقتصادية الكلاسيكية مقصوراً على التعامل مع الحالات التي يكتسبه فيها منشأة أو مجموعته من المنشآت

¹ حول هذا التطور يمكن الرجوع إلى جون كينث جالبرث، ترجمه أحمد بليغ، تقديم د. إسماعيل صبري عبد الله، تاريخ الفكر الاقتصادي: الماضي صورة الحاضر، سلسلة كتب عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ٢٠٠٠ ص ١٧٣ إلى ص ٢١٤

القدرة على السيطرة على الأسواق المحلية (market power) بشكل يعطيه القرص لكي يبيع المنتجات بأسعار تساعد على تمييزها من الأرباح وكل هذا بدون الاهتمام بأي أمر يخص الأثمان وترك تحديده من طريق تقرير العرض والطلب في الأسواق المحلية.

أما في أوائل سبعينات القرن التاسع عشر لقد صدمت تصورات نظرية كبيرة في هذا الموضوع له فلقد جاءت تقرير شيكاغو للاحتكار بتوجهاتها الرأسمالية الكبير اليه، والتطورات من المفاهيم السابق للاحتكار فلقد سار هذا المفهوم من الآن يخضع للنظرية الجدلية التي تفسر وتشرح أنواع الممارسات الاحتكارية ثم كانت المدرسة النيوكلاسيكية التي ساهمت في تطوير مفهوم مدرسة شيكاغو عن طريق المساهمة في توسيع مفهوم الاحتكار ليظهر ما يسمى بمفهوم السلوك الاستحواذ (Predatory Behavior) لأول مرة في الأدبيات الخاصة بمنع الاحتكار.

فهناك أشكال كثيرة وصور عديدة للاحتكار وللممارسات الاحتكارية كالاستحواذ والاندماج والترست والاتفاق بين الشركات على تحجيم الإنتاج وعلى الانقسام الأسواق بين الشركات المتنافسة والتحكم الدائم في تحديد الأثمان، وغيرها من الصور المعروفة فنظراً للتعدد الواقع في الممارسات الاحتكارية والتعدد الكبير في صور الاحتكار والآثار الضارة.

فلقد اختلفت جميع أساليب حماية المنافسة بالاختلاف او اوضح في الفكر الاقتصادي وايضا باختلاف الفلسفة الاقتصادية السائدة فلقد تطورت

الفكرة الخاصة بالمنافسة نتيجة للتغيرات التي طرأت على الأحوال الاقتصادية بصورة عامة.

ومن هذا فحينما تقوم بتحليل المنافسة والاحتكار والهيكل الرئيسية الأسواق الاقتصادية في سوق المنافسة الكامل واحتكار القلة والمنافسة الاحتكارية والأثار السلبية الخاصة بها والتي تخص المستهلك يصفر خاص ويصفه عامه الاقتصاد القومي. بالإضافة إلى منافسه سياسات حماية المنافسة ومواجه الاحتكار وممارساته.

الإطار النظري

لقد اعتدنا أن كل سلعة أو ضد من يتم إنتاجها السوق الخاص بها ولقد ظهر التميز بين العديد من الهياكل للأسواق التي تعمل فيها المشروعات من ناحية المنافسة فيما بينهما ومدى التأثير المتبادل بينهما¹ فأحيانا يتوجه علينا أن نطلق عليه إثم المنافسة العالمية وأحيانا من الممكن أن يطلق عليه اسم الاحتكار الكامل ومن بين هذين الأمرين توجد حالات مختلف تجمع بين عناصر من المنافسة والاحتكار وهذا ما يعرف حالات منافسه

¹ انظر في تصنيف الأسواق: - د/ جامع، النظرية الاقتصادية، منه

وما بعدها.

القلة والمنافسة الاحتكارية ولقد تيقن الاقتصاديون جميعاً من أنه من الضروري تصنيف الأسواق إلى أربعة أنواع عريض.

وهي:

١. المنافسة الكاملة.

٢. المنافسة الاحتكارية.

٣. احتكار القلة.

٤. الاحتكار.

ولقد صدر لكل واحدة من هذه التعابير وصف نوعاً معيناً من بنيه السوق أو تنظيمه^١ ومن هنا يتضح لنا ظهور خصائص أربعة تستعمل كقاعدة للفرقة بين العديد من الأسواق: كثرة أو قلة العدد للبائعين أو المنتجين ومدى تجانس السلعة ومدى تماثل السلعة ومدى سهوله الدخول في الصناعة أو إمكانية الخروج منها، وأيضاً كمية المعلومات التي تمتلكها كل منشأة أو موضوع العوامل المؤثر على الصناعة أو إمكانية الخروج منها، وأيضاً كمية المعلومات التي تمتلكها كل منشأة أو موضوع حول العوامل

^١ أنظر إدوين ما تسفيلد وناريمان بيهرافيش، علم الاقتصاد مركز

الكتب الأردني، ١٩٨٨، ص ٥٠٢

المؤثرة علي الصناعة'ومن هذا فمن الممكن توضيح ملخص لأنواع الأسواق مع توضيح وإظهار كل المتغيرات الهيكلية السلوكية لكل نوع على صدا وهنا من الممكن لنا قبل أن نمضى فى تحليلنا لهذى الأسواق بالتفصيل أن نشير إلى ما تنطوي عليه كلمه السوق^٢ من المعنى الاقتصادي.

ولقد إعتدنا على أن مصطلح السوق Market يعتبر وبنسبة كبيرة فكرة تجريدياً غامض دائماً ما يستخدمها الاقتصاديون حتى يعبروا عن الاتصال الفعلي بين المشتريين والبائعين ومن هنا يتضح لنا عدم أهمية أن يكون السوق أي منطقة جغرافية وبالتحديد أثناء الوصول للتكنولوجيا الحالية والتطور في وجود العديد من وسائل الاتصال الحديثة ومن هنا فتكتفى لنا أن تعبر عن السوق بأنه نظاماً جيداً ينظم عمليات التبادل بين مختلف الوحدات الاقتصادية كالأسر والأشخاص ولعلنا هنا سوف تستخدم التحليل المنطقي دون الاعتماد على أسلوب التحليل الإحصائي ولعل الهدف الأساسي لذلك هو ظهور أسلوب النماذج القياسية والتحليل الإحصائي في

^١ انظر: د. عزت عبد الحميد البرعي، ود. مصطفى حسن

مصطفى، مبادئ الاقتصاد السياسي نشر ٢٠٠٠/٢٠٠١ ص ١٥١.

^٢ kennethd - George Cation doll industriat organisation, London 1992 P. 118

العديد من البحوث حالياً ومنذ فترة طويلة فهذا دائماً ما يكون في السيطرة لأدوات التحليل والقياس على الفكرة وجعل جميع البحوث خالية من الفكر والتطوير وغير مفضله ومحبوبه لراسمي السياسات ومنتخذي القرار مع العلم بأن منهجها العلمي سليم.

المطلب الأول : سوق المنافسة الكاملة.

فهناك دائماً علاقه شديدة القونين كلاً من المنافسة ومصلاحة المستهلكين فأحياناً تؤدي المنافسة إلى تخفيض أثمان السلع والخدمات بالمقارنة مع الأثمان الذي من الممكن ان يسود في حاله سيطرة الاحتكار على السوق. ومن هنا تجد أن المنافسة بطريقة غير واضحة هي السبب الرئيسي في زيادة القدرة الشرائية للمستهلكين عن طريق المنع الاحتكار وأيضاً المنع للتكتلات الاحتكارية. ومن هنا نلاحظ أن المنافسة الكاملة تعتبر نظاماً غير واقع أي لا تتوفر في الحياة أمامنا على أرض الواقع الا بصورة ضئيلة جداً تكاد تكون معدومة ولذا أن تضع جميعنا في الاعتبار أن هذا لا يمكن أبداً أن نعتبره بدون فائدة في الدراسة والتحليل وبناء على هذا فلقد تمثلت الفائدة الأساسية لنموذج المنافسة الكاملة في كونه أداة للتحليل من الممكن أن تساعدنا على فهم المبادئ الاقتصادية المختلف المتعارف عليها في الأسواق المختلفة.

فمن الواجب علينا أن تحدد الفرق بين كلا من اللفظ الشائع وسوق المنافسة والتنافسية وبين سوق المنافسة الكاملة مقومها الخاص فداثما ما تتميز المنافسة الكاملة بوجود أعداد كبيرة من البائعين والمشتريين وهذا يعد من أهم خصائصها وأيضاً الحرية التام لتدفق الموارد إلى أنشطة عينه كما أضيف بجانبين المنتج في جميع المنشآت بالإضافة إلى امتلاك جميع المشاركين في السوق بعض المعلومات الكاملة والواقية اتجاه هذا النشاط وعدم وجود ولو القليل من القيود على هذا النشاط كالرقابة على الكمية والسعر ومن كل ما سبق تلاحظ أن الثمن يتم تحديده بواسطة قوى العرض والطلب في السوق وهنا نلاحظ أن السفر السائد موحد ومتشابه في السوق بالكامل وهنا نبدأ في تعريف مفهوم المنافسة والتنافس والتنافسية كما توقع خصائص المنافسة الكاملة.

أولاً: مفهوم المنافسة والتنافس والتنافسية.

يعد التمييز بين التنافس والمنافسة الكاملة أمر مهم للغاية ففي عصرنا هذا لا بد من وجود تنافس بين المشروعات وأيضاً بين المستهلكين وكل هذا نظراً لقله الموارد ومن هنا نلاحظ أن الهدف السلوك التنافس للمشروعات هو إقصاء البعض منهم البعض بهدف وغرض واحد هو السيطرة على طلب المستهلكين وبناء على هذا الأمر فالسلوك التنافسي للمشروعات يقوم بالتمثل في أشكال كثيرة كالإعلان وكالتغيير في الأسعار للأفضل وأيضاً تحسين المنتج وغير ذلك الكثير على عكس ذلك فإن

التنافس بين المستهلكين يكون هدف الوحيد هو الحصول على السلع بأقل قدر من الأثمان ومن هنا نلاحظ اتخاذ السلوك التنافس للأشخاص أشكال عديدة صفقات ميسرة وسهلة وعمل عروض للخصومات عند شراء كميات كبيرة.

أما الاصطلاح الفني الذي يطلق على سوق معين فهو المسمى بالمنافسة ولكن هناك شرط وهو عدم استطاعة المشروع المؤدى أو المشتري الأوحد بالتأثير في سعر السوق، عن طريق عمليات البيع والشراء أما حينما نتحدث عن تحقيق مفهوم المنافسة الكاملة^١ فلا بد من أن يتوافر أربع خصائص أو شروط أساسية وكل هذا حينما تهتم المنافسة بوصف هياكل الأسواق وسلوك الأفراد والأعمال في السوق المهتم بهذا الأمر فالمنافسة تهتم بتقييم أداء الشركات ومقارنته بظروف المنافس المتأصل في هذه الأسواق جميعاً^٢

^١ أنظر د. حمدي أحمد العنان، والاستاذ الدكتور عبد النبي حسن يوسف محاضرات في التحليل الاقتصادي الجزئي، القاهرة المكتبة المصرية اللبنانية، ١٩٩٢، ص ٢٢٩

^٢ أنظر: د. رياض بن جليلي، من التنافسية على الصعيد الدولي إلى المنافسة على الصعيد الوطني، المعهد العربي للتخطيط دار الكتاب القاهرة.

ثانياً: - شروط المنافسة الكاملة^١

كما تعلمنا أن هناك تمييز من النظرية الاقتصادية بين المنافسة الاقتصادية ونظرتها المنافسة الكاملة وهذا التمييز عن طريق توضيح الفرق بين الفروض الأساسية التي تقوم عليها المنافسة في الأمرين^٢ فكما ذكر سابقاً أن الأساس لقيام المنافس الصافية هو كثرة عدد البائعين وتجانس المنتج والحرية الكاملة في الدخول إلى السوق. ومن العوامل التي تؤثر على مستوى الأثمان السائد في السوق هو كثرة عدد البائعين ومن هنا. فإن كل منشأة تأخذ هذا المستوى من الأثمان كمعطيات باعتبارها يتم تحديده بناء على فرص العرض والطلب. وهناك أيضاً شرط آخر وهو دائماً ما يبنى على عدم وجود أي فروق بين المنتجات تؤدي إلى وجود فروق الأثمان أما الشرط الخاص بحرية الدخول إلى السوق فيتم بنائه على ضمان توافر الشروط الأولى باستمرار وهو كثرة عدد المنشآت المتنافسة في

^١ انظر د. سعيد النجار نظريه الثمن الطبعة الثانية مكتبة النهضة المصرية القاهرة ١٩٥٩، ص ٧١ إلى ص ٧٣، أنظر د/ رفعت المحجوب. الاقتصاد السياسي ص ٨١، انظر د. حازم البيلاوي، أصول الاقتصاد السياسي، منشأة المعارف بالإسكندرية، ١٩٧٥، ص ٦٩٤ إلى ص ٦٩٦

^٢ J. Henderson and R. quavidt, microeconomic theory, me Graw-Hill, New york. 1958, P-165.

الأسواق ومن هنا نلاحظ أن كل هذه الشروط السابق ذكرها تضمن خلو السوق من الاحتكار وخاصة وانتشار المنافسة العاملة وهو وأن يكون هناك سعر موحد في الأسواق.^١

وهناك حاله من الحالات التي تضاف لها ثلاث شروط أخرى بالإضافة إلى الحروف السابقة وهي حالة المنافسة الكاملة والشروط الثلاثة هي^٢:

الحرية في انتقال الموارد الإنتاجية ومن هنا نشأ الاختلاف في أثمان الموارد الإنتاجية التي تستخدم في إنتاج السلع التي تقوم عليها المنافسة وأيضاً يوجد التفاوت في أثمان السلع والسبب في ذلك تفاوت أثمان الموارد الإنتاجية أما الشرط الثاني هو انعدام نفقات النقل للمنتج أو السلعة محل المنافسة. كل هذا لأن أسواق الصناعة متقارب من حيث الموقع^٣ كما أن

^١ أنظر. د. حسين عمر، المنافسة والاحتكار، ص ٢٩ إلى ص ٣٠

^٢ انظر: د. عبد الفتاح قنديل وسلوى سليمان، مقدمه في علم الاقتصاد، مرجع سابق ص ٣٦٧ إلى ص ٣٦٩

^٣ ويرى رأي أن الفروق بين المنافسة الصافية والمنافسة الكاملة تتمثل في قدرة البائعين على دخول السوق والخروج من وقابليه خدمات عوامل الإنتاج للتجزئة، وتمتعها بحريا الانتقال من مكان إلى آخر ومن أي قطاع إلى قطاع آخر وإمكانية حساب نفقه أو عائد الفرصة البديلة لخدمات عوامل الإنتاج لتحديد أثمانها وذلك حتى تعتبر سوق منافسه كامله

هناك عدد من الشروط الفرعية الأخرى التي يتم إضافتها من قبل مجموعه قليله من الاقتصاديين حتى تصبح المنافسة كامله وعلى أمثلتها الاتفاق على شرط بأن لا تتدخل الحكومة أو أي جهة أخرى لتحديد الأثمان أو عدم تدخل المنتجين أو لفرض رقابة شديدة على الاستهلاك عن طريق التكنولوجيا الحديثة واستخدامها¹ كما نضيف الشرط الأخير وهو الإلزام الكامل من المتعاملين في الأسواق بجميع الظروف المختلفة المنتشرة في الأسواق وتحديدًا السعر السائد ولعل كل هذه الخبرة والمعرفة بكل تفاصيل السوق تمنع ظهور أي فروق في الأثمان ولعل السبب في هذا عدم المعرفة لبعض المتعاملين بالسوق بالظروف المحيطة به.

ومن دراستنا لكل ما سبق نجد أن سوق المنافسة الكاملة، بوجود عدد كبير جدا من البائعين والعارضين وأيضا المشتريين بحيث يكون كل بائع على حدة أو مشتري بالنسبة إلى حجم السوق بأكملها قليلاً.

ومن هنا فتميز سوق المنافسة الكاملة بعدم وجود أي شروط على الدخول أو الخروج من الصناعة مدى إمكانية تحقيق كل الشروط السابقة عملاً:.

¹ Richard H-Leftwich- the price system and Resou Allocation, op. cit.ch3.

فإذا تحقق وجود الشروط الأساسية الأربعة وهى الكثرة والتجانس والعلم والحرية في إنتاج أي سلعة يتضح هنا وجود المنافسة الكاملة أما في حاله نقصان شرط أو أكثر من الشروط المذكورة فهنا تصبح المنافسة غير كاملة وقليل ما تتوافر الكاملة بهذا المعنى في الإنتاج لأى سلعا وبالتحديد في المنتجات الصناعية لأن هناك الكثير من العلامات التجارية المميزة لكل منتج على جداً وهنا يصبح هناك وسيله لجذب العملاء لشراء بعض السلع وهي الاهتمام بالإعلان وهنا يرى البعض¹ أن نظرية الأسواق التسابقين تقدم حلاً بديلاً يمتاز بأنه أكثر واقعيه حيثما نقوم بمقارنته بنموذج المنافسة الكاملة حيث أنه يؤدي إلى تحسن الكفاءة.

¹ إنني مصطلح السابقة Contestability م k لفظ المتسابق Contest التي تعقد بين جمهور الحاضرين في مكان معين حيث لا يتكلف أي من الحاضرين للدخول في المسابقة سوى أن يرفع يده ولا يتكلف للخروج منها أو الانسحاب منها سوى الإعلان عن ذلك والانسحاب؟ وعلى ذلك فإن حرية الدخول إلى السوق (الصناعة) والخروج منها تكون بدون أي نفقات على الإطلاق أي بدون أي نفقات ذات أهمية كبرى. وهذا هو المحور التي تدور حوله فكرة السوق التسابقية ولقد عرفها سابقاً وليام بومول

Baumol, W., J., J., C-Palizary and R.D. Willig
Contes table markets and the theory of Industrial Structure,
New York, 1982, P2.

فعندما تكون القيود على الدخول إلى السوق أقل أصبحت الأسواق أكثر تسابقية بغض النظر عن عدد المنشآت وحجمها. ومن الشروط لبلوغ هذه النتيجة يجب أولاً توافر المعلومات عن الأثمان الطلب والفنون الإنتاجية، النفقات،..... ويجب أيضاً أن لا تكون النفقات الفارقة التي لا يمكن استردادها مثل شق ترعة أو قناة في حالة الإنتاج الزراعي أو مد خطوط السكك الحديدية في النقل البري أو إنشاء مهبط للطائرات في النقل الجوي أو إنشاء ميناء للنقل البحري عائقاً أمام المنشآت الراغبة في الدخول وأن تقوم بمنع الأشياء التي تتعطل الدخول مثل الاتفاق بين المنتجين.

ومع أن المنافسة الكاملة تعد كونها ليست واقعية إلا أنه يجب إن تستخدم من نماذج المنافسة الكاملة على أنها الوضع الأمثل التي يتم مقارنة بالواقع حتى نعرف إلى أي قدر ابتعدنا عنه ومن هنا يستخدم كقاعدة للسياسة الاقتصادية للحكم على كافته السياسات ومن هنا أيضاً يمكن استخدامه لقياس القدرة التنافسية لأسواق حقيقية.¹ وحتى الآن يصعب وضع قانون موحد للمنافسة يشمل تحقيق نموذج نظري للمنافسة

أنظر¹

Stig Iers G.J., Perfect Competition, histocally Contemplated, the Journal of Political Economy, Volume 65, the university of Chicago Press (1957)

الكاملة وأيضاً لن تصبح أبداً المنافسة متأثرة فمن الواجب ان تهدف سياسة المنافسة إلى تحقيق النجاح في التنافسية العملية¹ وبالنسبة إلى المنافسة الكاملة

فمن الأفضل للمستهلك استمرار المنافسة في الأسواق وتحديثها لأنه بذلك يحصل على سلع عديدة بأسعار مميزة ومتساوية مع النفقه التي تمت أثناء إنتاجها وأيضاً فقد يمكن أن تبلغ الصناعات التي تسودها المنافسة الكاملة إلى أقصى كفاءة اقتصادية وحينما يوضع في الحساب أن لا يتحمل المنتجين لتكاليف الدعاية اللازمة لترويج مبيعاتهم لأن كل هذه التكاليف غير مجدية²

¹ Clark, J-W., "towards a concept of workable Competition the American Economic Review.Ig40 ,PP 452-477.

Serguson, C.E. Macroeconomic theory of Workable competition Durham, NC., Duke university Press, 1964-P-80

² أنظر د. محمد سلطان أبو على والأستاذة الدكتورة هناء خير الدين، الأسعار وتخصيص الموارد، دار الجامعات المصرية والإسكندرية ١٩٧٩، ص١٩٤، ص ١٩٥

وبالتالي فآثار المنافسة الكاملة هي كالتالي:-

أولاً: الأثمان والنفق المتوسطة:

فالسبب الرئيسي دائماً في توصيد السعر توافر شروط المنافسة الكاملة في إنتاج سلعه معينه ودائماً ما يتم تحديد السعر في إطار المنافسة الكاملة حينما يتوفر العرض والطلب وهذا التوافر هو الوحيد القادر على تحقيق المعروضة والحماية المطلوبة وهذه النقطة أيضاً هي التي تحدد ثمن التوازن¹

فالثمن دائماً يتحدد بناء على ظروف العرض والطلب في حاله المنافسة العاملة وأيضاً يصل حجم المنافسة الكاملة وأيضاً يصل حجم المنشآت إلى الحجم الأمثل في حالة تعادل ثمن السلعة مع نفقه إنتاجها المتوسطة.

أما بالنسبة إلى المتغيرات الملوكية للمنافسة العاملة فإنه يتم تحقيق أرباح عادية فقط عند التوازن في المنافسة العاملة وهناك دائماً أرباح

¹ هذا السعر له عدة خصائص منها:-

وحدة الثمن في حاله المنافسة العاملة هو ثمن التوازن الذي يحقق أكبر كميا ممكنا المبيعات.

يمكنها أن تعوض المنشأة عن نفقه رأس المال وعن المخاطرة عرفت بالأرباح العادية ومن هنا فإذا نقص العائد على ذلك فلا يوجد ما يستدعي البقاء في النشاط فستقوم منشآت بترك الصناعة وبناء على هذا ينقص حجم العرض فيرتفع الأثمان والأرباح لجميع المنشآت المتبقية وعليه يمكننا أن نقول أن الأرباح عادية حينما تكون عادله بما يكفي للاستمرار في النشاط ودائماً ما يتم إصلاح هذه الفئة من الأرباح على أثاث أنها نوع من النفقات ويتم إدراجها وخطها بالنفقة المتوسطة لجميع المنشآت القائمة. وبناء على تحقيق الأرباح العادية في حالة التوازن في المنافسة العاملين وهذه الأرباح من الطبيعي أن يتم إدراجها على النفقات المتوسطة وبناء، كل ما سبق نجد أن السعر الخاص بالمنتجات لا يمكن أبداً أن يتعدى أليزيد عن النفقة المتوسط وأيضاً دائماً ما يكون المنتج أثناء المنافسة يواجه منحى طلبه لانتهائي المرونة يتم تمثيله بيانياً بخط أفقي^١.

ثانياً: الكفاءة الاقتصادية.

فدائماً ما يكون السبب الرئيسي وراء تحقيق الكفاءة الاقتصادية هو المنافسة العاملة وتنشأ هذه الكفاءة بعد إقامة الأحجام المثلى للمشروعات

¹ Alfred Stonier and Douglas C. Hague., A text book of economic. the economic theory. London, 1964, pp. 215-216.

والإنتاج الجديد المعدل بمعنى أن نفقه إنتاج السلع المختلفة تصبح أقل ما يمكن.

ثالثاً:-

النفقات الخاصة لترويج المبيعات ففي سوق المنافسة العاملة لا يشتري قيام المنشآت الفردية بحملات إعلانية أو مجهودات بيعيه يكون غرضها الزيادة في المبيعات وهذا حتى يمكن بيع أي منتج للكمية الوفيرة التي يرغب في بيعها بالأثمان السائد في السوق بعد القيام بتحليل السوق الخاص بالمنافسة الكاملة.

المطلب الثاني: سوق المنافسة الاحتكارية.

فالمنافسة الاحتكارية دائماً ما تعد شكلاً من أشكال السوق التي جمعت بين عناصر المنافسة الكاملة والكثير من خصائص الاحتكار فيوجد دائماً عدد غير بقليل من البائعين للمنتجات التي تضم مجموعة المنتج وعلى العكس بدلاً من أن يكون المنتج متجانساً فإنه يتميز من منشأة إلى أخرى في مجال الصناعة وبالرغم من كل هذا التمايز فإن كل هذه المنتجات المقصودة تعتبر بدائل كامل ومكمل لبعضها البعض ربما بمعنى أدق وأوضح أن الطلب عليها يتمتع بمرونة في السعر.

وحيثما نبحث سويا عن أول من بدأ بتحليل هذا الأمر هو إدوارد تشامبرلين¹ وتوالى من بعده الأساتذة مثل جوان روينسون² ولقد أظهر كل واحد فيهم أن النوع الغالب من الأسواق في المجتمع الحديث ليس بالمنافسة العاملة التي يواجه المنتجين فيها معنى طلب لإنهائي المرونه ويقوموا بإنتاج سلعة متجانسة تماما وهذا لا يعتبر إسرافاً مطلقاً لأن لا يوجد في منتج واحد للسلعة الواحدة ولا يوجد لها أي بدائل قريبة. ومن هذا يتضح لنا أن النوع الغالب من الأسواق هو المنافسة الاحتكارية والتي فيها يحاول كل منتج أن يقوم بتمييز النوع الذي ينتجة من السلع عن الأنواع الأخرى وكل هذا يتم عن طريق استخدام أسماء تجارية معينة وأيضاً عن طريق التغليف الجذاب والرائع وهنا يحاول كل منتج لنوع معين أن يميزه وأيضاً يحاول بشتى الطرق المنتج من أن يقور بالتأثير على المستهلك عن طريق الإعلانات من المنتج القائم على إنتاجا ومحاولته أن يثبت أن منتجته الأفضل بين جميع المنتجات الأخرى وفي الحقيقة فإن: المنتجات تتشابه بنسبة كبيرة جدا في الجوهر ومن الممكن أن يكون هناك اختلاف في المظهر.

¹ E. Chamberlain.s monopolistic competition Eighth Edition Harvard university Prese, 1965

² Roblinson., Economics of imperfect competition op.cit

ماهية المنافسة الاحتكارية وعيوبها.

فالمنافسة الاحتكارية عرفناها بأنها السوق الذي يتولى فيه عدد من المشروعات البائعة بيع سلعة أو حد من واحد معينه، ولكن كل مشروع من ضمنا هذه المشاريع يقوم بعرض نوعاً مميزاً وخاصاً به من كل هذه السلع أو الخدمة ومن هنا يفتح لنا بسبب هذا العدد الكبير من المشروعات البائعة أن نشاط أي مشروع منها لا يستطيع التأثير ما باقي المشروعات وأيضاً العكس فلا يستطيع أبداً نشاط هذه المشروعات من التأثير بدورة على ذلك المشروع^١

وكما تعلمنا فإن هناك ثلاث خصائص تميز المنافسة الاحتكارية تبدأ بتمايز المنتجات وانخفاض موانع الدخول إلى السوق للمنشآت الجديدة وكثرة عدد المنشآت المستقلة.^٢

^١ أنظر الأستاذ الدكتور فرج عبد العزيز عزت، المدخل الرياضي في التقرير الاقتصادي الجزئية، دار البيان للطباعة والنشر القاهرة - ٢٠٠١ ص ٢٥٨ إلى ص ٢٥٩.

^٢ أنظر الدكتور جيمس جوارتي، الدكتور ريتشارد ستروب الاقتصاد الجزئي، الاختيار الخاص والعام، ترجمه الدكتور عبد الصبور على او المديح للنشر، الرياض، ١٩٨٧، ص ٣١٦.

=

للتوضيح أكثر:.

١. فوجود أعداد كبيرة من المنتجين كل منتج يعمل مستقلاً عن المنتجين الآخرين أي أن السياسات التي يتبعها منتج معين لا تؤثر أبداً تأثيراً جوهرياً على السياسات البيعية للمنتجين الآخرين.
٢. كل منتج يقوم بإنتاج سلع لا تعد أبداً بديلاً كاملاً لما تقوم المؤسسة الأخرى بإنتاجه كما أن كل مستهلك يفضل منتجات منتج معين. وفي أثناء وجود المنافسة تحاول كل منشأة منتجه أن تظهر مزايا منتجها وأيضاً تقوم بإقناع المستهلك بأن منتجها لا يتشابه مع غيره من المنتجات عن طريق الإعلانات والدعاية للمنتج والهدف من كل هذه الأمور هو زيادة الطلب. على منتجاتها بالرغم من عدم وجود هذه الفروق بين المنتجات المتنافس عليها أو تفاهة هذه الفروق من الناحية الموضوعية وفي الحقيقة أن تمييز السلعة التي يتم انتاجها عن طريق أحد المنتجين، من الممكن أن يقوم يتمكن المنتج لها في وجود المنافسة الاحتكارية من المباشرة لبعض النفوذ الاحتكارية عن المخاطرة مواجهة المستهلكين الذين يقوم يفضل سلع الغير

=

أنظر الدكتور .: أحمد رشاد موسى، دراسة في نظرية الأسواق، معهد حوث والدراسات

=

من المنتجين وبهذا يرتفع في سوق المنافسة الاحتكارية عن سوق المنافسة الكاملة^١.

٣. توافر حرية قرار الدخول إلى السوق ومن هنا يتصحح أن الدخول إلى الصناعة غير مقيد ويمكن للمؤسسات الجديدة أن تقوم بإنتاج منتجات متشابهة مع منتجات أخرى وبناء على كل هذه القيود تتغير تصرفات البائعين والمنتجين عن بعضهم البعض كل منهم يقوم بوضع سياسته البيعة بناء على تقديراته للطلبات والنفقات ومن هنا يتضح لنا أن سوق المنافسة الاحتكارية هي أكثر أنواع الأسواق وجوداً في الحياة الواقعية وخير دليل على هذا التواجد هو الانتشار الواسع الذي لم يسبق له مثيل في الدعاية والإعلانات لهذا بذاته من الأنواع الأخرى للسلع أو الخدمة والغاية من هذا هو جذب عدد كبير المستهلكين لهذه السلع^٢.

=

العربية ١٩٧١، ص ١٩

^١ أخطر الأستاذ الدكتور احمد رشاد موسى، دراسة في تقرير الأسواق ص ٢٠

^٢ أنظر الأستاذ الدكتور احمد جامع، التقرير الاقتصادية ص ٧٨٧

ثانياً: العيوب الخاص بالمنافسة الاحتكارية.

١. الارتفاع الكبير للثمن في المنافسة الاحتكارية عنه في المنافسة العاملة يخفض من الكمية الكلية التي يحصل عليها المستهلكون في الأول عنها في الثاني^١.
 ٢. انتشار السلع التي تقوم بنفس الغرض وهو يعتبر سوء لتوزيع الموارد الاقتصادية وهذا ما يساعد على رفع نفقات الإنتاج واثمان البيع.
 ٣. الإسراف في تكاليف الدعاية للمنتج عن طريق كثرة الإعلانات وهذا بهدف كثرة البيع للمنتج وإقناع المستهلك بمميزات المنتج وبأنه أفضل من غيره من المنتجات وبناء على هذا يرتفع الأثمان إذ أن المستهلك سيتحمل بكل الأعباء عندما يدفع الأثمان المرتفعة. الخاص بالمنشأة في ظل المنافسة الاحتكارية.
- فالسبب في جعل كل منشأة مستقلاً عن نشاط المنشآت الأخرى التي تنافسها هو كثرة عدد البائعين ووجود تميز بين السلع في سوق المنافسة الاحتكارية.

^١ أنظر الأستاذ الدكتور رفعت المحجوب - الاقتصاد السياسي ص ٧٨٧
أنظر الأستاذ الدكتور إسماعيل محمد هاشم، المدخل إلي أسس علم الإقتصاد، دار
الجامعات المصرية، ١٩٧٤، ص ٣١٤

ونظراً إلى أن كل منتج لن يتأثر بالسلوك المتتبع من الآخرين فهنا يمكن التصرف وكأنه محتكر يبيعه وهنا يتحقق للمنشاء التوازن عند السعر والكمية التي يتعامل عندهما الإيراد الحدى والنفقة الحدية فى الأجل القصير.

وحيثما نتحدث عن الأجل الطويل فهذا الأمر يتوقف على مدى توافر الحرية فى الدخول إلى الصناعة أما فى حاله عدم توافر حرية الدخول للصناع عن التجديد الإنتاج ككمية والسعر التوازني عند المستوى الذى يتعادل عنده لنقطة الحدية للأجل الطويل مع الإيراد الحدي¹ وهنا فى هذه الحالة تقيم المنشأة الحجم الملائم لكى يتم تحقيق هذا الإنتاج أما فى الحالة التى يتوافر فيها الدخول فإن الأرباح غير العادية² التى يتم تحقيقها عن طريق المنشآت القائمة لتجذب منشآت جديدة للدخول إلى الأسواق ويستمر الدخول لهذه المنشآت حتى تختفى الأرباح غير العادية وبهذ نكون

¹ انظر: الأستاذ الدكتور: حسين عمر، المنافس والاحتكار المرجع السابق ص ٨٣

حتى ص ٨٨

² انظر الأستاذ الدكتور: عبد الفتاح فنديل، الدكتور سلى سليمان، مقدمة علم

الاقتصاد مرجع سابق ص ٣٩٣ حتى ص ٣٩٥.

قد انتهينا من تحليل المنافسة الاحتكارية من حيث ماهيتها وعيوبها وسلوك المنشأة في ظل المنافسة الاحتكارية.

المبحث الثاني: السوق الجغرافية المنافسة الحرة

فلقد أصبحت الآن الرقابة على مراعاة قواعد المنافسة الحرة بين المشروعات وعدم مباشرة تلك الأخيرة للتصرفات الضارة بالمنافسة تقتضى تحديد النطاق الجغرافي للسوق التنافسية للمشروعات المعنيه ومن هنا فلقد عرفت السوق الجغرافية بأنها هي المنطقة التي يمارس فيها المشروع نشاط التجاري بحث يقوم بعرض جميع منتجاته علي المشتريين والمترددين والقاطنين على هذه المنطقة وهنا تسودها ظروف واحدة للمنافسة وهنا من الطبيعي أن يكون نطاق هذا السوق يتوقف علي أهمية هذا النشاط المشروع التجاري بمعنى أدق إذا زاد حجم هذا النشاط وأهميته هنا يصبح السوق الجغرافية لمنتج المشروع المذكور متزامنة الأطراف واسعة المدى. ودائما ما تصبح السوق الجغرافية الإشارة التي تعكس حجم الحصة السوقية الخاصة بالسلعة أو الخدمة التي يستحوذ عليها المشروع وهي التي من الممكن أن تقوم بمساعدته في السيطرة على هذه الأسعار أو تساعد في عدم وجود المنافسة داخل هذا السوق^١ بالإضافة إلى هذا فإن رسم

^١ أنظر: . الأستاذ الدكتور عبد الرحمن الملحم ص٤٤٤ المفاهيم الاقتصادية

الحدود الجغرافية لسوق المنتج أمر تم..... عن طريق المقتضيات الخاصة بالمنهج العلمي أثناء الدراسة والتحليل للعوامل المؤثرة على ظروف الطلب والعرض التي تخص هذا المنتج داخل السوق المحدد ومن الواجب أن يتم توطئ هذه الظروف داخل نطاق منطقة جغرافية محددة حتى تتمكن من دراستها دراسه وافيها وتحليلها تحليلاً منطقياً.

أما مجموعه العوامل الطبيعية والسلوكية واللائحة التي من الممكن أن تساهم بنسبة كبيرة في رسم تخويم هذه السوق الجغرافية. تكون هذه العوامل المذكورة صاحبة التأثير في معدل جريان المبادلات وفي فروق الأثمان للمنتج من مكان لآخر.

وبناء على كل ما سبق فإننا نستخلص أن العوامل الطبيعية المتعلقة بالتضاريس الجغرافية للمنطقة التي تمثل حدوداً للسوق المغنية وأيضاً لحالة الخاصة بشبكة الطرق داخلها من الطبيعي إذا كان بها أو كانت غير طبيعية أو مستقرة أن تؤثر على المسافات التي يقطعها المنتجين والمستهلكين إلى السوق المعنية أي القصة المكان المحدد لتلاقى كلاً من طالب المنتج ومكان عرض المنتج والطبيعي أن كل هذه العوامل الطبيعية يكون لها العديد من الانعكاسات المتعلقة مثلاً. يتكلف النقل المضافة على سعر المنتج وكذلك أيضاً في حاله المنتجات ثقيلة الوزن بطبيعتها ومن هنا تعود إلى مجلس المنافسة الفرنسي الذي أكد على هذا الموضوع بالتقرير الخاص به أن الأسقف الجاهزة والقرميد المصنوع في

منطقه الألزاس غير قابل للإحلال ورغم أسعاره المرتفعة نتيجة الإضافة للزيادة الحتمية لتكليف النقل على سعر المنتج.¹

ومن هنا فلقد تلاحظ أن الخصائص الطبيعية للمنتج قد تلعب دورا هاما ومعا يرا ما سبق ذكره ويتم تحديده من نطاق السوق الجغرافية للمنتج. فمن الممكن أن يصعب نقل المنتج من مكان إلى مكان آخر مثال على هذا الأمر نقل الخرسانة الجاهزة للاستخدام الفوري والتي لا يمكن أبداً نقلها إلى مسافات. طويلة وبعيدة بدون أن نفقد خصائصها المتعلقة بدرجة حرارتها أو الرطوبة اللازمة كي تظل صالحة للاستخدام.²

من هنا يتضح لنا أيضا أن من العوامل المؤثرة في تحديد نطاق السوق الجغرافيه تلك المتعلقة بالقواعد القانونية أو اللائحة. ومن الأمثلة على ذلك أن هناك بعض الأسواق تحدد جغرافيا بنصوص ومواد قانونية ولائحة أمرة مثل سوق توزيع الكهرباء وأيضا الاختلاف بين الدول في معايير

¹ أنظر: . في تقرير مجله المنافسة الفرنسي عن النشاط الخاص به عام ٢٠٠١

² Avis noo-A-11 du 6 juin 2000, relatifs & locquisition Parla societe Assa Abloy France, de la societe si chet Serrerie Batiment, Precit

الجودة للسلع والخدمات يكون له الأثر القاطع في وضع حدود للسوق الجغرافية للسلع والخدمات المعنية.

ومن الطبيعي أيضاً أن تؤثر في ترسيم نطاق السوق الجغرافية للسلع والخدمات الاعتبارات الشخصية التي تكشف عنها لسلوكياتها الخاصة بها بالمستهلكين لهذه السلع والخدمات فمن الطبيعي أن نجد أفضليات تملئها العادات المحلية بحث يمكننا مصادقة ارتباط بين قاطني إقليم أو منطقه ما بالمنتجات المحلية لمنطقتهم أولاً فليهمهم وأن لا يجدوا أي ما يدل لهذا المنته بين المنتجات الأخرى المتشابه التي يقوم التجار بجلبها من دول وأماكن أخرى¹ وهذا الشأن فلقد رأى مجلس المنافسة الفرنسي أن بناء على اعتاد الأشخاص على تفضيل استخدام القرميد في الإنشاءات السكنية مثال في منطقة الألزاس، فإن هذا قابل للإحلال بالبلاطات الخرسانية في هذه المنطقة وإنما من الممكن أن يكون ممكن في مكان آخر²

¹ Paris 22 mars 1991. Droit deta concurrence, lapratique en 500 decisions, op. cit., P-134

² Avisnoo-A-11 du 6 juin 2000, relatif & l'acquisition par la societe Assa Abloy France de to societe sich et serrurerie batiment, Precit

ومن الأمور التي لا يمكن أن تغفل عنها أن السوق الجغرافية تتجه نحو التداول وبالتحديد تتجه نحو العالمية وهذا هو ما أملتة المقتضيات التجارية بمعنى أدق أن التجارة للمنتجات غير الحدود تنمو بشكل أسرع من محاول انتاجها وهذا ما يثبت أن نسبة كبيرة من المنتجات محمل الطلب المحلي تأتي من خارج حدود الدول المباعدها

بالإضافة إلى كل ما ذكر تلاحظ أن معظم الشركة تكبر وتتطور خارج دولها الأصلية التي إنشأت بها سواء كان هذا بالاستثمار المباشر أو بالاستحواذ على مشروعات أجنبية كما أننا لا يمكن أبداً أن نتجاهل الأثر الناتج من التكتلات الإقليمية في دفع السوق التنافسية تخطى الحدود الجغرافية الوطنية للدول أعضاء التكتل ومن هنا فيمكن أن تمثل بدور الاتحاد الأوروبي وأيضا يمكن لنا أن نعترف بأن المعايير المطبقة على الحياة التجارية تتحاز أكثر إلى معايير ذات طبيعة فوق وطني¹ ونتيجة لهذا البعد الدولي المتزايد في النطاق الجغرافي للسوق التنافسية فمن الممكن أن يصادف السلطات والأجهزة الوطنية ببعض المشاكل أثناء قيامها على تعظيم المنافسة وحمايتها من الممارسات الضارة وبالتحديد بما يتعلق بمدى اختصاص هذه السلطات والأجهزة الوطنية بالتنصدي لجميع

¹ أنظر Joanna R-SHELton, op.cit, p458

الممارسات الضارة بالمنافسة الوطنية ويتم هذا حينما تكون المشروعات المسئولة عن هذه الممارسات خارج نطاق الدول بل تقع في دول أخرى^١.

ومن هنا نتذكر لجوء مجلس المنافسة الفرنسي إلى استخدام أسلوب بسيط مستمد من فقد الأثار للتصدي لمثل هذه المشاكل. وبالتطبيق لهذا الفقر يعقد الاختصاص للسلطات الوطنية القائم على تنظيم المنافسة وحمايتها من العديد من الممارسات الغابرة متى أصبحت هذه الممارسات الضارة تميز إقليمها المحطات الوطنية بالنظر في المباريات وبناء على كل ما سبق فتختص السلطات الوطنية في بالنظر في الممارسات الضارة بالمنافسة الوطنية ولو كان مركز المشروع المنسوب إليه تلك الممارسات بدولة غير هذه الدولة.

وعلى العكس من ذلك فلا تعدد أبداً ذلك السلطات بأي آثار تضر بالمنافسة من الممكن أن تحدث حتى ولو كانت خارج الإقليم الوطني ولو

^١ أنظر الدكتور خلاف عبد الجابر خلاف واحتكار أجهزة النقط التنظيمية والأزمة الراهنة، دار النهضة العربية، ١٩٨٥، ص ٥٥

أين كان مصدرها ممارسا حانت داخل الإقليم الوطن أولو اختصمت بشأنها أي مشروعات وطنية.¹

وللعلم فلقد تأثر القانون المصري رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ والذي يختص بإصدار القانون الخاص بحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية فلقد نصت المادة الخامسة على ضرورة سريان أحكام هذا القانون على الأفعال التي يتم ارتكابها في الخارج إذا حدث وترتب عليها أي منع لحرية المنافسة أو تسدها أو الإضرار بها في مصر والتي من الممكن أن تشكل أي جرائم طبقا لهذا القانون وللعلم فإننا إذا أخذنا بفقهاء الآثار فإن هذا يجعل من شأنه أن يوفر الحماية في السوق الوطنية من الممارسات التي تتسبب في الضرر بها. وإن كان مصدرها مشروعات خارج نطاق الإقليم الوطني إلا أن مساله اختصام المشروعات الأجنبية التي ينسب إليها تلك الممارسات يصبح من شأنه أن يتسبب في الكثير من المعوقات والمشاكل الإجرائية وبالتحديد فيما يتعلق بنماذج الإعلانات والطعون والمدد الخاصة بالإجراءات التي يتوجب علينا اتخاذها² كما أن الأمور تزداد سوءاً فيما يتعلق

¹ أنظر إلى تقرير مجلس المنافسة الفرنسي وعن نشاطه في عام ٢٠٠١ ص ١٦.

² laurence IDot quelques reslexions suri-c l'avenir de l'ordonnante da ler decembre 1986 dang la Perspective communautaire, bac. Pal-12-

بعناصر إثبات تلك الممارسة كما يتم إسنادها إلى المشروع الأجنبي المختص أمام الجهاز المختص بتنظيم المنافسة كما أن من الطبيعي أثناء مرحلة تنفيذ العقوبة أن نجد الكثير من الصعوبات في حاله عدم توافر مقر داخل إقليم هذه الدولة للمشروع الأجنبي اتفاقات المساعدة القضائية فيمكننا أن نحل بعض المشاكل والصعوبات بين هذه الدول. إلا أننا دائماً مانجد أن تلك الاتفاقات لا تغطي دائماً إلى الجزاءات الإدارية المقررة في حاله الممارسات التي تضر بالمنافسة.

حينما نتحدث في هذا الأمر نتذكر ما ورد بالقانون المصري الخاص بحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكاري وتحديدًا في المادة ٢٠ والتي نصت على ما يلي على الجهاز عند ثبوت مخالفة أحد الأحكام الواردة بالمواد ٦، ٧، ٨ بهذا القانون تكليف الأوضاع وإن المخالفة فوراً أو خلال الفترة الزمنية التي يحددها مجلس ادارة الجهاز الإنفاق أو التعاقد المخالف للمادتين (٦، ٧) من هذا القانون باطلاً.

وهنا أتيح للمجلس أن يصدر قرارا بوقف الممارسات المحظورة فوراً أو بعد أنقضاء الفترة الزمنية المشار إليها بدون تعديل الأوضاع وإزاله المخالفة وكل هذا بدون الإخلال بأحكام المسؤولية الناشئة عن هذه

¹ Joanna R-SHELTON, OP-Cit., PP-465etS

المخالفات إزاء الصعوبات السالف ذكرها لا يمثل فقرة الأثار من الناحية العملية تصبح ركن حيوي من الممكن أن يستند إليها أي جهاز لحماية المنافسة في التصدي لجميع الممارسات التي تنفر المنافسة في السوق المعنية ومن الأخرى دائماً أن يتجاوز أي تنظيم قانوني من هذا الصدد النطاق الأقليمي حتى يتبع سياسة وقائياً من هذه الممارسات خير من السياسة العلاجية التي يمكن أن تكون عديمة الجدوى من الناحية العملية وهذا عادة ما يتم عن طريق التصدي للممارسات التي تحدث خارج إقليم الدولة متى كان من شأنها أن تمس لكيان الوطني عن طريق منع المشروع المباشر لكل هذه الممارسات من الدخول إلي السوق الوطنية وإعداده ما يكون هذا الإجراء ذو جدوى عمليه ، خاصة بالنسبة للدول ذات التجارية المهمة.

كما يمكن للتنظيم القانوني مجاوزة فقه الاثار بالنص على تصدى جهاز حماية المنافسة المذكور للممارسات التي تقع على الإقليم الوطني حتى ولو كانت آثارها الضارة تحدث على إقليم أي دولة أخرى غيرها. فدائماً ما قد تملك الوطنية المعنية لحماية المنافسة جمع أدلة وعناصر الإثبات علي إقليمها مما قد يسير عملية مباشرة الإجراءات قبال المشروعات المسئولة عن تلك الممارسات التي تضر بالمنافسة.

ولعل دائماً هناك سؤال يراود الجميع في هذا الموضوع وهو لماذا يتصدي جهاز حماية المنافسة لممارسات تحدث أثرها الضارة خارج الاقليم

الوطني؟ وفي الحقيقة أن الإجابة عن هذا السؤال أحيانا تكون إجابيه متى كان مردود تدخل الجهاز المذكور يتخصص عن مصلحاً مباشرة لدوله الجهاز وهنا يكون الحال كذلك في الفرضين التاليين.

الفرض الأول: إذا كان على الدولة التي ينتمي إليها جهاز حماية المنافسة التوامات تعارضها اتفاقات أو مبدأ المعاملة بالمثل تجاه الدول المنافسة بها، كأثر للممارسات التي تحدث علي إقليم دول الجهاز وهنا في هذا الإطار يمكن وضع العديد من الإطارات أن تصدر من مجلس المنافسة الفرنسي حينما يتم تطبيق قانون الاتحاد الأوروبي للمنافسة على الممارسات التي تحدث داخل الإقليم الفرنسي التي تحقق أثارها في دول أخرى تكون عضوة في الاتحاد الأوروبي.¹

¹ أنظر على سبيل المثال:

Decision 100MC-14d423 - octobre 2000, relative à une saisine Presentee Pharma Societe Par Cab; <http://www.finances.gouv.. Conseilconcurrency>:

في مثل هذه الحالات يجد مجلس المنافسة الفرنسي نفسه في وضع أفضل سلطات الدول التي وقعت على إقليمها آثار تلك الممارسات فيما يتعلق بجمع أدلة الأثبات¹.

وهذا في هذا الإطار من الممكن السماح بعقد اتفاقات ثنائية تجيز تبادل المعلومات بعين السلطات المعنية. وهذا ما قد قام به المشرع الفرنسي ونص عليه مراحه بمقتضى قانون إصدارة في ١٥ مايو عام ٢٠٠١ وتحديدًا في المادة ٩-٢٤٦٢^٢

¹ ومع ذلك ثمن صعوبات قد تحدث في تحديدها من التدخل المسموح به للسلطات الوطنية لدول الاتحاد الأوروبي، وفقاً لقوانينها الداخلية ومواجهه بالقانون الاتحادي. أنظر:.

Laurence I Dot, quelques reslexion Jesp Sur l'avenir
depordonnance da let december 1986 - - - - 29

^٢ حيث تنص هذه المادة على: تنص تلك المادة على: ص ٣٥

"Le Conseil de la concurrence peut, pour ce qui relève de ses compétences et après information préalable du ministre chargé de l'économie, communiquer les informations ou les documents qu'il détient ou qu'il recueille, à leur demande, à la Commission des Communautés européennes ou aux autorités des autres États exerçant des compétences analogues, à leur demande,

=

=

sous réserve de réciprocité, et à condition que l'autorité étrangère compétente soit soumise au secret professionnel avec les mêmes garanties qu'en France. Le Conseil de la concurrence peut, dans les mêmes conditions, selon les mêmes procédures et sous les mêmes sanctions que celles prévues pour l'exécution de sa mission, conduire ou demander au ministre chargé de l'économie de conduire des enquêtes, à la demande d'autorités étrangères exerçant des compétences analogues, sous réserve de réciprocité. L'obligation de secret professionnel ne fait pas obstacle à la communication par les autorités de concurrence des informations ou documents qu'elles détiennent ou qu'elles recueillent, leur demande, à la Commission des Communautés européennes et aux autorités des autres États exerçant des compétences analogues et astreintes aux mêmes obligations de secret professionnel. L'assistance demandée par une autorité étrangère exerçant des compétences analogues pour la conduite d'enquêtes ou la transmission d'informations détenues ou recueillies par le Conseil de la concurrence est refusée par celui-ci lorsque l'exécution de la demande est de nature à porter atteinte à la souveraineté, à la sécurité, aux intérêts économiques essentiels ou à l'ordre public français ou lorsqu'une procédure pénale a déjà été engagée en France sur la base des mêmes faits et contre les mêmes personnes, ou bien lorsque celles-ci ont déjà été sanctionnées par une décision définitive pour les mêmes faits. Les autorités de concurrence, pour ce qui relève de leurs compétences respectives, peuvent utiliser des informations ou des

=

وحرصاً على سريه هذه المعلومات المتبادل في هذا الصدد فعادة ما يكون العاملون بالسلطات المعنية بتنظيم المنافسة ملتزمين - وفقاً لقوانينهم - بعدم الإفصاح عن هذه المعلومات لقد نصت المادة ١٦ من القانون المصري رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ على أن: " يحظر على العاملين بالجهاز إفشاء المعلومات أو البيانات المتعلقة بالحالات الخاصة بتطبيق أحكام هذا القانون أو الكشف عن مصادرها والتي يتم تقديمها وتداولها أثناء فحص هذه الحالات واتخاذ الإجراءات وإصدار القرارات الخاصة بها. ولا يجوز استخدام هذه المعلومات والبيانات ومصادرها تغيير الأعراس التي قدمت من أجلها.

ولعل من المفيد الإشارة في هذا الخصوص - إلى ما كان يعيبه الفقه الفرنسي على القرار بقايا القانون المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة

=
documents qui leur auront été transmis dans les mêmes conditions par la Commission des Communautés européennes ou les autorités des autres États membres exerçant des compétences analogues. Le Conseil peut, pour la mise en œuvre du présent article, conclure des conventions organisant ses relations avec les autorités des autres États exerçant des compétences analogues. Ces conventions sont approuvées par le Conseil dans les conditions prévues à l'article L. 463-7. Elles sont publiées au Journal officiel."

والصادر في الأول من ديسمبر ١٩٨٦ من حيث أنه لم يوفر الحماية الكافية للأسرار التجارية التي يتم الكشف عنها أثناء الإجراءات التي يتخذ مجلس المنافسة تجاه المشروعات المتنافسة^١، وكذلك التباعد بين القرار المذكور وأحكام المنافسة فيما كان يسمى حينها بالمجموعة الأوربية.^٢

المطلب الأول: قواعد ضبط السوق التنافسية فلقد تعودنا دائماً أن تحت ظل نظام السوق يختلف دور الدولة في النشاط التجاري عنه في نظام التخطيط المركزي. فداًئماً يكون لدى سياسة التخطيط المركزي الفكرة بأن تغيير الدولة عن اهتمامها بالاقتصاد والتجارة وعادة ما يكون هذا الأمر عن طريق مباشرة النشاط الاقتصادي أو التجاري من خلال ما تصدره من أوامر وقرارات متعلقة بالإنتاج والاستثمار والتوزيع والتسعير والدعم. فهذا

^١ انظر

André POTOKI, Brèves observations sur la protection des services d'affaires dans l'ordonnance du 1er décembre 1986, Gaz. Pal. 12-13 fév. 1997, p. 38.

ولم يفلح - في نظر البعض - قانون الأول من يوليو ١٩٩٦ في تحقيق التقارب المنشود بين أحكام النظامين الفرنسي والأوربي في موضوع حماية المنافسة. انظر

² Laurence IDOT, Quelques réflexions sur l'avenir de l'ordonnance du 1er décembre 1986... op. cit., p. 27.

بعد كما سمعنا من الكثيرين دوله أوامر لمباشرتها النشاط الاقتصادي عن طريق عمالها وموظفيها عبر ما تصدره إليهم من أوامر وتكليفات في شكل خطه عامه وخطط أخرى تفصيلية^١.

ويختلف دائما دور الدول عن سابق في ظل نظام السوق أي أن الدولة لا تقوم بمباشرة النشاط الاقتصادي أو التجاري وإنما تتركه للأفراد والمشروعات من القطاع الخاص وهي مع هذا لا تترك أبدا الأمور دون ضابط وإنما تضع القواعد التي ينفذ من عن طريقها هذا النشاط وبدون أن تفرض سلوكاً معيناً دون إرادة المعينين بهذا الأمر دون ضابط وإنما تضع القواعد التي تنفذ عن طريقها فلا يتواجد عن طريقها هذا النشاط وبدون أن تفرض سلوكاً معيناً دون إرادته المعينة بهذا الأمر^٢ فلا توجد أبداً اقتصاد السوق بدون القواعد التي تحمي النظام العام الاقتصادي^٣ إذ يعد وضوح واستقرار المراكز القانونية من الشروط المهمة التي يجب توافرها لقيام

^١ أنظر الدكتور حازم الببلاوي المرجع السابق ص ١٠٠

^٢ أنظر

cass.com.18 mots 1000 note make MALAURIE VIGNAL
contrats - Concurrence- Congommation, fev - 2000, P-15.

^٣ christian BABUSIAUX, Article Pour 10 e anniversaire de
l'ordonnance da let decembre 1986 Goz. Pat. 12-13 Sev-
1997 7, P.7.

الأشخاص بالحساب الاقتصادي السليم في وجوده تحت مظلم نظام السوق.

فلقد اعتبر البعض أن قانون العقود أنه هو النظام القانوني الرئيسي لتوفير الحماية القانونية للمعاملات التجارية وأيضاً أنه هو الأداة الهامة لحسن استقرارها وإعلاء وسيادة حرية التفاوض أو حرية التعاقد القائم على مبدأ تنازع المصالح في العقود وهذا ما يلزم التنقية البيئية التجارية من أى سلوك يرمى إلى تقييد حرية الأفراد في التفاوض وانتزاع ما يحقق مصالحهم من جميع الأشخاص الآخرين. ودائماً ما تضاف إلى ذلك قوانين الملكية الفكرية وتنظيم الشركات والبورصة وحينما ننظر لكل هذه القوانين نجد أن معظمها يمثل مظله عامه للتنظيم القانوني للمنافسة.¹

ومن كل ما سبق ستنم أن من الضروري ولضمان حمايه الصالح العام بسبب أن توافر الحرية للأفراد والمشرعات في إطار قواعد عامه للسلوك.

وإذا اتقنا على ضرورة توافر مبدأ حرية التجارة فإننا نكون قد سلمنا في نفس الوقت بحرية السوق وهنا نجد أن حرية السوق تعنى الحفاظ على

¹ أنظر

christian BABUSIAUX, of- cit-, P.

المنافسة بين المنتجين والتجار والمنافسة في ذاتها ليست هي القيمة أو المنفعة الموجودة وإنما المعول عليه هو الآثار التي ترتبها المنافسة على الأداء الاقتصادي في الدول وتجد أن هذه الآثار تتمثل فيما يلي:

أ- سياق المتنافسين في تحسين جودة المنتج. وأيضاً ستتحقق بذلك الجودة عندما ينجح المنتج في تقديم السلعة أو الخدمة كي تشبع حاجات توقعات العميل المعلنه، وحتى تلك التي لم يتم الإفصاح عنها لأن المشتري لا يتردد في أن يقوم بدفع مبلغ أكثر في منتج أفضل في الجودة وأكثر انسجاماً مع توقعاته.

ب- فمن الشروط الأساسية لقبول المنتج هو الجودة سواء بالسوق المحلية أو بالسوق الخارجية وهذا الشرط يعد من الشروط الأساسية لزيادة القدرة التنافسية للأفراد والمؤسسات.

ج- السباق بين المتنافسين في اختصار الوقت بين كل ابتكار وتقديم لمنتج جديد. ولا تكمن الميزة التي يسعا إليها المتنافسون في هذه الحالة في خفض تكلفة الإنتاج وتقديم أسعار تنافسية، بل في تلبية التنوع والتغير السريع في رغبات وطلبات المشتريين.

د- السباق بين المتنافسين في خفض التكلفة.

فمن أهم الأسلحة التنافسية التكلفة فلا يمكن أبداً تحديد أسعار تنافسية بدون ضبط مستمر للتكاليف. ودائماً ما تتسابق المشروعات فيما بينها في خفض عناصر التكلفة وخفض التكاليف حتى ولو لم يؤدي إلى خفض القيمة الخاصة بالمنتج فإنه يساهم في زيادة القيمة المضافة والأرباح المحققة، ومن ثم تعزيز القدرة التنافسية للمشروع في السوق التنافسية^١.

^١ أنظر الأستاذ الدكتور: . احمد سيد مصطفى القدرة التنافسية لشركتنا طرف أم ضرورة؟ الأهرام الاقتصادي العدد ١٧٣٨ ٢٩ أبريل ٢٠٠٢

المراجع العربية

١. أنظر إدوين ما تسفيلد وناريمان يبهرا فيش، علم الاقتصاد مركز الكتب الأردني، ١٩٨٨، ص٥٠٢
٢. أنظر الأستاذ الدكتور احمد جامع، التقرير الاقتصادية ص٧٨٧
٣. أنظر الأستاذ الدكتور احمد رشاد موسى، دراسة في تقرير الأسواق ص٢٠
٤. أنظر الأستاذ الدكتور إسماعيل محمد هاشم، المدخل إلي أسس علم الإقتصاد، دار الجامعات المصرية، ١٩٧٤، ص ٣١٤
٥. أنظر الأستاذ الدكتور رفعت المحجوب - الاقتصاد السياسي ص٧٨٧
٦. أنظر الأستاذ الدكتور فرج عبد العزيز عزت، المدخل الرياضي في التقرير الاقتصادي الجزئية، دار البيان للطباعة والنشر القاهرة - ٢٠٠١ ص٢٥٨ إلى ص٢٥٩.
٧. أنظر الأستاذ الدكتور: . احمد سيد مصطفى القدرة التنافسية لشركتنا طرف أم ضرورة؟ الأهرام الاقتصادي العدد ١٧٣٨ ٢٩ أبريل ٢٠٠٢
٨. انظر الأستاذ الدكتور: . عبد الفتاح فنديل، الدكتوراة سلوى سليمان، مقدمة علم الاقتصاد مرجع سابق ص٣٩٣ حتى ص٣٩٥.
٩. أنظر الدكتور جيمس جوارتنى، الدكتور ريتشارد ستروب الاقتصاد الجزئي، الاختيار الخاص والعام، ترجمه الدكتور عبد الصبور على او المديح للنشر، الرياض، ١٩٨٧، ص٣١٦

١٠. أنظر الدكتور حازم الببلاوي المرجع السابق ص ١٠٠
١١. أنظر الدكتور خلاف عبد الجابر خلاف واحتكار أجهزة النقط التنظيمية والأزمة الراهنة، دار النهضة العربية، ١٩٨٥، ص ٥٥
١٢. أنظر الدكتور: . أحمد رشاد موسي، دراسة في نظريه الأسواق، معهد حوث والدراسات العربية ١٩٧١، ص ١٩
١٣. أنظر إلى تقرير مجلس المنافسه الفرنسي وعن نشاطه فى عام ٢٠٠١ ص ١٦.
١٤. أنظر د. حمدي أحمد العنان، والاستاذ الدكتور عبد النبي حسن يوسف محاضرات في التخلييل الاقتصادي الجزئي، القاهرة المكتبة المصرية اللبنانية، ١٩٩٢، ص ٢٢٩
١٥. انظر د. سعيد النجار نظريه الثمن الطبعة الثانية مكتبة النهضة المصرية القاهرة ١٩٥٩، ص ٧١ إلى ص ٧٣، أنظر د/ رفعت المحجوب. الاقتصاد السياسي ص ٨١، انظر د. حازم الببلاوي، أصول الاقتصاد السياسي، منشأة المعارف بالإسكندرية، ١٩٧٥، ص ٦٩٤ إلى ص ٦٩٦
١٦. أنظر د. محمد سلطان أبو على والأستاذة الدكتورة هناء خير الدين، الأسعار وتخصيص الموارد، دار الجامعات المصرية والإسكندرية ١٩٧٩، ص ١٩٤، ص ١٩٥
١٧. أنظر على سبيل المثال:
١٨. انظر في تصنيف الأسواق: - د/ جامع، النظرية الاقتصادية، منه وما بعدها.

١٩. أنظر: د. حسين عمر، المنافسة والاحتكار، ص٢٩ إلى ص٣٠
٢٠. أنظر: الأستاذ الدكتور: حسين عمر، المنافس والاحتكار المرجع السابق ص٨٣ حتى ص٨٨
٢١. أنظر: د. رياض بن جليلي، من التنافسية على الصعيد الدولي إلى المنافسة على الصعيد الوطني، المعهد العربي للتخطيط دار الكتاب القاهرة.
٢٢. أنظر: د. عبد الفتاح قنديل وسلوى سليمان، مقدمه في علم الاقتصاد، مرجع سابق ص٣٦٧ إلى ص٣٦٩
٢٣. أنظر: د. عزت عبد الحميد البرعي، ود. مصطفى حسن مصطفى، مبادئ الاقتصاد السياسي نشر ٢٠٠٠/٢٠٠١ ص١٥١.
٢٤. أنظر: الأستاذ الدكتور عبد الرحمن الملحم ص٤٤ على المفاهيم الاقتصادية
٢٥. أنظر: في تقرير مجله المنافسة الفرنسي عن النشاط الخاص به عام ٢٠٠١ ص١١
٢٦. إنني مصطلح السابقيه Contestability م k لفظ المتسابق Contest التي تعقد بين جمهور الحاضرين في مكان معين حيث لا يتكلف أي من الحاضرين للدخول في المسابقة سوى أن يرفع يده ولا يتكلف للخروج منها أو الانسحاب منها سوى الإعلان عن ذلك والانسحاب؟ وعلى ذلك فإن حرية الدخول إلى السوق (الصناعة) والخروج منها تكون بدون أي نفقات على الإطلاق أي بدون أي نفقات

ذات أهمية كبرى. وهذا هو المحور التي تدور حوله فكرة السوق التسابقية ولقد عرفها سابقاً وليام بومول

٢٧. حول هذا التطور يمكن الرجوع إلى جون كينث جالبرث، ترجمه أحمد بليخ، تقديم د. إسماعيل صبري عبد الله، تاريخ الفكر الاقتصادي: الماضي صورة الحاضر، سلسله كتب عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ٢٠٠٠ ص ١٧٣ إلى ص ٢١٤

٢٨. حيث تنص هذه المادة على: تنص تلك المادة على: ص ٣٥

٢٩. هذا السعر له عدة خصائص منها:-

٣٠. وحدة الثمن في حاله المنافسة العاملة هو ثمن التوازن الذي يحقق أكبر كمية ممكنة المبيعات.

٣١. ولم يفلح - في نظر البعض - قانون الأول من يوليو ١٩٩٦ في تحقيق التقارب المنشود بين أحكام النظامين الفرنسي والأوروبي في موضوع حماية المنافسة. انظر

٣٢. ومع ذلك ثمن صعوبات قد تحدث في تحديدها من التدخل المسموح به للسلطات الوطنية لدول الاتحاد الأوروبي، وفقاً لقوانينها الداخلية ومواجهه بالقانون الاتحادي. أنظر:.

٣٣. ويرى رأي أن الفروق بين المنافسة الصافية والمنافسة الكاملة تتمثل في قدرة البائعين على دخول السوق والخروج من وقابليه خدمات عوامل الإنتاج للتجزئة،

وتمتعها بحريا الانتقال من مكان إلى آخر ومن أي قطاع إلى قطاع آخر وإمكانية حساب نفقه أو عائد الفرصة البديلة لخدمات عوامل الإنتاج لتحديد أثمانها وذلك حتى تعتبر سوق منافسه كامله

المراجع الأجنبية

1. Alfred Stonier and Douglas C. Hagve., Atext book of economic. the economic theory. London, 1964, pp. 215-216.
2. André POTOKI, Brèves observations sur la protection des services d'affaires dans l'ordonnance du 1er décembre 1986, Gaz. Pal. 12-13 fév. 1997, p. 38.
3. Avis noo-A-11 du 6 juin 2000, relatifs & l'acquisition Parla societe Assa Abloy France, de la societe si chet Serrerie Batiment, Precit
4. Avisnoo-A-11 du 6 juin 2000, relatif & l'acquisition par la societe Assa Abloy France de to societe sich et serrurerie batiment, Precit
5. Baumol, W., J., J., C-Palizary and R.D. Willig Contes table markets and the theory of Industrial Structure, New York, 1982, P2.
6. cass.com.18 mots 1000 note make MALAURIE VIGNAL contrats - Concurrence- Congommation, fev - 2000, P-15.
7. christian BABUSIAUX, Article Pour 10 e anniversaire de l'ordonnance da let decembre 1986 Goz. Pat. 12-13 Sev-1997 7, P.7.
8. christian BABUSIAUX, of- cit-, P.
9. Clark, J-W., "towards a concept of workable Competition the American Economic Review.lg40 ,PP 452-477.

10. Decision 100MC-14d423 - octobre 2000, relative à une saisine Presentee Pharma Societe Par Cab; <http://www.finances.gouv..> Conseilconcurrence:
11. E. Chambertian.s monopolistic competition Eighth Edition Harvard university Prese, 1965
12. J. Henderson and R.quavidt, microeconomic the ory, me Graw-Hill, New york. 1958, P-165.
13. Joanna R-SHElton, op.cit, p458
14. Joanna R-SHELTON, OP-Cit., PP-465etS
15. kennethd - George Cation doll industriat organisation, London 1992 P. 118
16. laurence IDot quelques reslexions suri-c l'avenir de l'ordonnante da ler decembre 1986 dang la Perspective communautaire, bac. Pal-12-
17. Laurence IDOT, Quelques réflexions sur l'avenir de l'ordonnance du er décembre 1986... op. cit., p. 27.
18. Le Conseil de la concurrence peut, pour ce qui relève de ses compétences et après information préalable du ministre chargé de l'économie, communiquer les informations ou les documents qu'il détient ou qu'il recueille, à leur demande, à la Commission des Communautés européennes ou aux autorités des autres États exerçant des compétences analogues, à leur demande, sous réserve de réciprocité, et à condition que l'autorité étrangère compétente soit soumise au secret professionnel avec les mêmes garanties qu'en France. Le

Conseil de la concurrence peut, dans les mêmes conditions, selon les mêmes procédures et sous les mêmes sanctions que celles prévues pour l'exécution de sa mission, conduire ou demander au ministre chargé de l'économie de conduire des enquêtes, à la demande d'autorités étrangères exerçant des compétences analogues, sous réserve de réciprocité. L'obligation de secret professionnel ne fait pas obstacle à la communication par les autorités de concurrence des informations ou documents qu'elles détiennent ou qu'elles recueillent, leur demande, à la Commission des Communautés européennes et aux autorités des autres États exerçant des compétences analogues et astreintes aux mêmes obligations de secret professionnel. L'assistance demandée par une autorité étrangère exerçant des compétences analogues pour la conduite d'enquêtes ou la transmission d'informations détenues ou recueillies par le Conseil de la concurrence est refusée par celui-ci lorsque l'exécution de la demande est de nature à porter atteinte à la souveraineté, à la sécurité, aux intérêts économiques essentiels ou à l'ordre public français ou lorsqu'une procédure pénale a déjà été engagée en France sur la base des mêmes faits et contre les mêmes personnes, ou bien lorsque celles-ci ont déjà été sanctionnées par une décision définitive pour les mêmes faits. Les autorités de concurrence, pour ce qui relève de leurs compétences respectives, peuvent utiliser des informations ou des documents qui leur auront été transmis dans les mêmes conditions par la Commission des Communautés européennes ou les autorités des

autres États membres exerçant des compétences analogues. Le Conseil peut, pour la mise en œuvre du présent article, conclure des conventions organisant ses relations avec les autorités des autres États exerçant des compétences analogues. Ces conventions sont approuvées par le Conseil dans les conditions prévues à l'article L. 463-7. Elles sont publiées au Journal officiel."

19. Lourence I Dot, quelques reslexion Jesp Sur l'avenir depordonnance da let december 1986 - - - 29
20. Paris 22 mars 1991. Droit deta concurrence, lapratique en 500 decisions, op. cit., P-134
21. Richard H-Leftwich- the price system and Resou Allocation, op. cit.ch3.
22. Roblinson., Economics of imperfect competition op.cit
23. Serguson, C.E. Macroeconomic theory of Workable competition Durham, NC., Duke university Press, 1964-P-80
24. Stig lers G.J., Perfect Competition, histocally Contemplated, the Journal of Political Economy, Volume 65, the university of Chicago Press (1957)