

مروری نظری بر چگونگی تبیین رقابت در دانش اقتصاد

سعید نایب*

تاریخ پذیرش: ۸۶/۵/۲

تاریخ دریافت: ۸۶/۴/۳

چکیده:

رقابت مفهومی است که در فرآیند تحولات اقتصادی، اجتماعی و فناوری مفهومی چندوجهی و چندبعدی به خود گرفته و از این رو، یک مفهوم متحول می‌باشد. در یک تعریف کلی، رقابت را تلاش صلح‌آمیز برای در دست گرفتن کنترل فرصت‌ها و مزیت‌هایی می‌دانند که توسط دیگران در خواست می‌شود. تغییر در منابع ایجادکننده فرصت، زمینه‌ساز تبیین‌های متفاوت از رقابت بوده است. ضمن آنکه بی‌گمان رویکردهای متفاوت ارزشی و هنجاری نیز در آن بی‌تأثیر نبوده است. از این‌روست که اندیشه‌های اقتصادی به شدت تحت تأثیر ظرف زمان و مکان آن بوده است. هدف اصلی این مقاله مروری بر تبیین‌های مختلف رقابت در دانش اقتصادی است. در این چارچوب تلاش گردیده است که از طریق شناسایی متغیرهای اصلی تبیین‌کننده رقابت (پایه‌های اطلاعاتی)، مرزهای بین رویکردهای مختلف شامل کلاسیکی، مارکسی، نئوکلاسیکی، رقابت ناقص، شومپیتری، نئواتریشی، ساختارگرایی و نهادگرایی جدید در این حوزه نشان داده شود.

مقدمه

ماکس وبر رقابت را تلاش صلح‌آمیز برای در دست گرفتن کنترل فرصت‌ها و مزیت‌هایی می‌داند که توسط دیگران در خواست می‌شود (سودبرگ، ۱۹۹۲). به عبارت دیگر، این تلاش و چگونگی آن معلول نوع فرصت‌ها و مزیت‌های حاصل از آن می‌باشد. زمانی منابع ایجادکننده فرصت زمین بوده است، زمانی دیگر سرمایه و در دوره‌ای فناوری و ... هر یک از این تبیین‌کننده نوع خاصی از رقابت می‌توانسته باشد. این تطور در منابع فرصت‌ساز که

*استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

نه فقط به لحاظ زمانی بلکه براساس موقعیت‌های جغرافیایی نیز متفاوت بوده است، عالمان اقتصادی که تبیین‌گر وقایع اقتصادی بوده‌اند، ناگزیر از تطور در اندیشه‌ها و تبیین‌های آنان نموده است که این امر نه فقط به دلیل این تحول منابع فرصت‌ساز بوده است که بی‌گمان رویکردهای متفاوت ارزشی و هنجاری نیز در آن بی‌تأثیر نبوده است. از اینروست که اندیشه‌های اقتصادی به شدت تحت تأثیر ظرف زمان و مکان آن بوده است. یکی از روش‌های تحلیل و ارزیابی آراء و اندیشه‌های پیرامون رقابت، ارزیابی هر رویکرد بر پایه مبانی اطلاعاتی آن می‌باشد. هر رویکرد ارزیابی‌کننده می‌تواند تا حدود زیادی به وسیله مبانی اطلاعاتی آن مشخص شود: اطلاعاتی که با استفاده از آن رویکرد، ارزیابی کردن ضروری است و نیز به همان اندازه مهم اطلاعاتی است که برای ارزیابی در آن رویکرد کنار گذاشته می‌شود. کنار گذاشتن اطلاعات از بخش‌های مهم یک رویکرد ارزشیابی‌کننده است. زیرامهیت این رویکرد ممکن است قویاً تحت تأثیر اطلاعات کنارگذاشته شده باشد (سن، ۱۳۸۲: ۸۴).

به عبارت دیگر، در این رویکرد، به برجسته نمودن اطلاعات و معیارهای نظریات مختلف پیرامون رقابت مبادرت خواهد گردید و به مبانی اطلاعاتی و معیارهای که از آن صرف نظر گردیده یا در نظریه بطور ضمنی یا صریح مفروض گردیده است، توجه می‌شود. در این چارچوب، اعتبار نظریه بر دو پایه استوار است:

اول آنکه، مبانی اطلاعاتی مورد توجه در رقابت، توضیح معنی‌داری در بیان علل شکل‌گیری و فرایند رقابت را به همراه داشته باشند.

دوم آنکه، اطلاعات و معیارهایی که از آن صرف‌نظر گردیده یا مفروض هستند، تأثیر معنی‌داری بر توضیح پیراوند فرایند رقابت نداشته باشند.

در این قسمت با چنین نگرشی به مطالعه مفهوم رقابت پرداخته خواهد شد.

رقابت در نگرش کلاسیکی

در این نگرش فقط از طریق اصل رقابت، اقتصاد سیاسی مشخصات علم را دارد. تا آنجا که اجاره، سود، دستمزد و قیمت به وسیله رقابت تعیین می‌شود (ابتول^۲، ۱۹۸۹). به عبارت دیگر، از نگاه اقتصاددانان کلاسیک، بدون وجود رقابت، گزاره‌ها و تئوری‌های اقتصادی مشخصات علم را نخواهد داشت. در نگاه اقتصاددانان کلاسیک، رقابت مفهومی است که در قیمت متبلور می‌گردد که از این منظر، قیمت شامل قیمت کالا و

عوامل می باشد. از دیدگاه آنها، رقابت ایده آل آن رقابتی است که منجر به شکل گیری قیمت های طبیعی گردد^۳ و از همین رو، در این رقابت ایده آل، سهم عوامل در اقتصاد تعیین می گردد و در واقع قیمت های طبیعی نتیجه رقابت آزاد هستند (ایتول، ۱۹۸۹). این بدان معنی است که تئوری رقابت که چیزی جدا از تئوری توزیع و تئوری ارزش مبادله اقتصاددانان کلاسیک نیست.

اقتصاددانان کلاسیک بر این نکته اعتقاد داشته اند که بازارها همواره نمی توانند منجر بدان رقابتی شوند که قیمت های طبیعی را به همراه داشته باشد. قیمت هایی که در عمل یک کالا به طور معمول فروخته می شود، قیمت بازاری نامیده می شود. آن ممکن است، بالا، پایین یا درست برابر با قیمت طبیعی اش باشد (سودبرگ، ۱۹۹۲).

از این رو، به ضرورت، بازار همواره ابزار کارآمدی نیست. از نگاه اسمیت چهار دلیل وجود دارد که قیمت های بازار ممکن است برای دوره طولانی بالاتر از نرخ طبیعی باشد که این اختلاف در نرخ سود ناشی از محدودیت تحرک است:

۱. مازاد تقاضا مخفی نگه داشته شود، با آنکه به ندرت در بلند مدت می تواند حفظ شود.

۲. مخفی نگه داشتن مزیت فنی

۳. یک امتیاز انحصاری به یک فرد یا شرکت تجاری

۴. امتیاز خاص بنگاه های نظام شاگردی و همه فعالیت هایی که یک اشتغال را محدود می کنند، که منجر به رقابت تعداد کمتری را در مقایسه با کسانی که می توانستند وارد شوند، به همراه خواهند داشت. (ایتول، ۱۹۸۹).

ملاحظه می گردد که اسمیت بالا بودن قیمت را از قیمت طبیعی اش را ناشی از ضعف اطلاعات و امتیازات انحصاری می بیند. دو مورد اول، یعنی توانایی بنگاه ها در مخفی نگه داشتن مزیت های فنی و مازاد تقاضا ناشی از ناکارآمدی و ضعف اطلاعات می باشد و دو مورد دوم، وجود امتیازهای انحصاری است که ناشی از عملکرد دولت و نهادهای عمومی می باشد.

ریکارد و نیز همچون اسمیت معتقد است: برای کالاهایی که به وسیله افراد یا شرکت ها انحصاری هستند، قیمت ها ضرورتاً با ارزش طبیعی شان مرتبط نیست (ایتول، ۱۹۸۹). از نظر او ارزش طبیعی در شرایط محدودی شکل می گیرد: برای کالاهایی که هدف خواستن قرار می گیرند، همچنین کالاهایی که با استفاده بیشتر از نیروی کار می توان تعداد آن را

افزایش داد و روی تولیداتی که رقابت بدون محدودیت عمل می‌کند (سملر^۴، ۱۹۸۹). بنابر این، می‌توان این‌گونه بیان نمود که نگاه اقتصاددانان کلاسیک به مفهوم رقابت و بازار نگاه عینی است. از آن جهت که بازارها و رقابت را بر اساس آنچه که هست مورد تحلیل قرار می‌دادند. به همین جهت بازاری که فروشندگان و خریداران به تعداد زیادی در مبادله هستند را مورد توجه قرار می‌دهند، نه از آن جهت که بازار رقابت کامل مفروض می‌گیرند، بلکه از آن جهت که بازار با این شرایط وجود داشت. استیگلر در مورد شرایط این دوره بیان می‌دارد: به نظر می‌رسد لغت انحصار هرگز در قانون انگلیسی استفاده نشده است، به استثنای وقتی که یک امتیاز صنعتی به یک یا چند شخص در ارتباط با فروش یک کالای خاص یا چیز خاص داده شده باشد. اگر یک تعداد افراد به منظور تولید کالا یا چیز خاص متعهد شوند یا اگر آنها در فروش یک چیز به طور خیلی گسترده موفق می‌شوند و تقریباً، تنها بودند به چنین اشخاص در زبان عوام داشتن انحصار گفته می‌شود. حال اگر این افراد هیچ مزیتی به لحاظ قانون در مقابل اشخاص دیگر نداشته باشند، واضح است که آنها فقط می‌توانند بیشتر از کالاهایشان در مقایسه با دیگر افراد، به وسیله تولید کالاهای ارزان‌تر و بهتر بفروشند (استیگلر، ۱۹۸۹).

این در واقع همان اشارتی است که اسمیت در مورد موقتی بودن انحصارها در شرایط به غیر از امتیازهای انحصاری دارد. در واقع در دنیایی که اقتصاددانان کلاسیک در حال ارزیابی آن هستند، تحرک عوامل تولید امکان‌پذیر است به استثنای شرایطی که ناشی از وجود امتیازهای دولتی است و البته شرایطی که ناشی از مخفی نگه داشتن مازاد تقاضا یا مزیت فنی است که اعتقاد دارند این مورد اخیر به ندرت در بلندمدت اتفاق می‌افتد. درست به همین دلیل است که در منطق مداخله‌گرایی اسمیت استدلال اصلی این است که علائم بازار می‌تواند گمراه‌کننده باشد، عوارض بازار آزاد می‌تواند اتلاف زیاد سرمایه باشد که نتیجه تعقیب خصوصی فعالیت‌های انحرافی یا کوتاه‌بینانه یا اتلاف خصوصی منابع اجتماعی باشد. این نگرش به ناکارآمدی بازار تا آنجاست که جرمی بنتهام در نامه بلندی آدام اسمیت را مورد مؤاخذه قرار می‌دهد و در مارچ ۱۷۸۷ به او می‌نویسد که بازار را به حال خودش رها کند (سن، ۱۳۸۲: ۱۷۶).

در عین حال، علیرغم این نگرانی اسمیت از کارکرد بازارها، وی از بازار به عنوان پادزهری یاد می‌کند که از فرصت‌طلبی گروه‌های منافع مخالف رقابت جلوگیری می‌کند. به

همین دلیل، بخشی از اهداف استدلال منطقی اسمیت در دفاع از بازار به خنثی کردن قدرت و کاهش دامنه نفوذ گروه‌های منافع دارای مناطق حفاظت شده می‌باشد (سن، ۱۷۱:۱۳۸۲) ملاحظه می‌گردد، نگرش اسمیت به بازار نگرشی واقع‌بینانه بوده که مبتنی بر ضعف‌ها و توانمندی بازار بوده و از این رو، برخلاف تصور، کل پایه تحلیل خود را به بازار معطوف ننموده است. شایان ذکر است، آدام اسمیت از ۳۰ فصل در ثروت ملل، فقط دو فصل تحت عنوان "تقسیم کار به وسیله بازار محدود می‌شود" و "قیمت بازاری و طبیعی کالا" را به بازار اختصاص داده است (سودبرگ، ۱۹۸۹).

نکته مهم دیگر در نگرش اقتصاددانان کلاسیک در نظر گرفتن رقابت به عنوان مفهومی پویا می‌باشد. اقتصاددانان کلاسیک ارزان‌تر کردن کالاها را مهمترین مثال فرایند رقابت بازاری کارا می‌دیدند که توزیع بازدهی تمایل به برابری دارد. این یک تعریف مجدد اصول کلاسیکی است که مدت‌های طولانی فراموش شده که رقابت‌ها پویا و مستقل هستند. آن چیزی که منجر به گرایش به سمت یکسان شدن بازدهی در طول سیستم قیمت دارد (کلیفتون، ۵، ۱۹۸۹).

بدین معنی که اقتصاددانان کلاسیک به رقابت اقتصادی در جهت ارزان کردن کالاها توجه دارند که نتیجه آن رقابت سرمایه در بین صنایع مختلف است که یکسان شدن نرخ سود در عرصه‌های مختلف را به همراه خواهد داشت. اگر چه آنان به دلایل این پویایی اشاره‌ای ندارند. اما صرفاً نیز بر این نکته اشاره دارد که اقتصاددانان کلاسیک به فرآیند رقابت از منظر اندازه و ترکیب تولیدات جامعه، تکنیک‌های مورد استفاده و دستمزد واقعی توجه داشتند (ایتول و پانیکو، ۱۹۸۹).

در یک نگاه کلی مفهوم رقابت اقتصاد کلاسیک در موارد زیر بیان می‌شود:

- رقابت از دیدگاه آنها در رقابت قیمتی خلاصه می‌شود.
- رقابت را از منظر پویا می‌نگریستند، اگر چه همتی بر تحلیل این پویایی‌ها نداشتند.
- بازار از نگاه آنها ابزاری بی‌عیب و نقص نیست، از این رو، هم از آن دفاع می‌کنند و هم بر مداخله در آن تأکید دارند.

● از نگاه آنها، رقابت عینی مورد توجه بود، به معنی آنچه که هست.

● رقابت ایده‌آل در نگرش آنها، روی دیگر تئوری ارزش آنها بود. رقابت ایده‌آلی که در

بازار رقابت کامل شکل می‌گیرد و منتج به قیمت‌های طبیعی می‌گردد.

از دیدگاه اقتصاددانان کلاسیک، قیمت به عنوان مبنای اطلاعاتی در مباحث رقابت مورد توجه قرار گرفته است و بازار به عنوان سازوکار فراهم‌کننده شرایط رقابت مورد توجه قرار گرفته است.

رقابت در نگرش مارکس

در نگرش مارکس درک و شناخت رفتار اقتصادی در نظام سرمایه‌داری منوط به شناخت شیوه تولید در نظام سرمایه‌داری است. از نظر وی، کلید درک کار کرد اقتصاد سرمایه‌داری در خانه پنهان تولید قرار دارد نه در بازار که عرصه‌ای است که همه چیز در سطح رخ می‌دهد (سودبرگ، ۱۹۹۲). از اینروست که نگرش مارکس به مفهوم رقابت را بایستی از دریچه نگرش او به شیوه تولید جستجو کرد.

از نظر مارکس رفتار نظام سرمایه‌داری در مورد بازارها و شرکت‌ها رفتاری کاملاً متفاوت است. شرکت‌ها در نظام سرمایه‌داری با یک انسجام درونی قدرتمند بوده که دارای فعالیت برنامه‌ریزی شده می‌باشند. این در حالی است که شرکت‌ها در بازاری بدون تنظیم و در فضایی از هرج و مرج‌گرایی، بدون کنترل و نظارت قرار دارند.

مارکس می‌گوید: همان بورژوازی آگاهانه که تقسیم کار را در کارگاه جشن می‌گیرد و با پیوند دائمی کارگر با عملکرد جزئی‌اش و نیز مکمل آن فرمانبرداری از سرمایه، سازمان کاری قدرت تولید را افزایش می‌دهد، هرگونه تلاش آگاهانه را برای کنترل و تنظیم فرآیند اجتماعی تولید را به عنوان یک تجاوز به امور مقدس همچون حق مالکیت، آزادی و نبوغ سرمایه‌دار نکوهش می‌کند. در جامعه‌ای که آنجا شیوه سرمایه‌داری تولید غالب است، هرج و مرج در تقسیم اجتماعی کار و خودکامگی تقسیم کارخانه‌ای نیروی کار، شرط دو گانه یکدیگرند (مارکس، ۷، ۱۹۷۶).

در نگرش مارکس، شیوه سرمایه‌داری تولید تعیین‌کننده رقابت است. شیوه سرمایه‌داری تولید، در این رویکرد انباشت سرمایه همراه با افزایش ترکیب ارگانیک کار و سرمایه می‌باشد، این به معنی افزایش نقش سرمایه در جریان تولید می‌باشد.

این امر از دو جهت حائز اهمیت است: اول آنکه، از طریق افزایش ترکیب ارگانیک کار و سرمایه، سرمایه‌دار به دنبال افزایش بهره‌کشی از کارگران در جهت افزایش نرخ سود است. دوم آنکه، از این طریق، سرمایه‌دار با کاهش محدودیت خود در ارتباط با نقش نیروی کار در جریان تولید (افزایش قدرت چانه‌زنی در بنگاه)، توانایی خود در رقابت با سایر بنگاه‌ها را افزایش می‌دهد. از این منظر است که مارکس با رضایت از رقابت موجود

در نظام سرمایه‌داری می‌گوید: رقابت آزاد توسعه واقعی سرمایه است (مارکس، ۱۹۷۶). زیرا انباشت سرمایه از یک سو، منجر به تمرکز سرمایه (افزایش مقیاس شرکت) می‌گردد که این امر خود محدودکننده رقابت است، اما از آنجائی که در نگرش مارکس، ارزش اضافی سود سرمایه‌دار توسط نیروی کار ایجاد می‌گردد و این به موجب کاهش بازدهی سرمایه‌داری می‌شود، در جهت افزایش سود مجدداً رقابتی در جهت انباشت سرمایه آغاز می‌گردد. به عبارت دیگر "تمرکز سرمایه (افزایش اندازه واحد شرکت)" و به ویژه مرکزیت سرمایه (پیوستگی سرمایه موجود) رقابت را از بین می‌برد و مجدداً ایجاد می‌نماید. لذا رقابت یکی از قدرتمندترین اهرم‌های تمرکزگرایی است (مارکس، ۱۹۸۶).

بنابراین، در ارزیابی پایه اطلاعاتی رقابت در تحلیل مارکس، توجه به شیوه تولید در نظام سرمایه‌داری معطوف می‌گردد. پایه اطلاعاتی اصلی فناوری با تأکید بر سرمایه‌بر بودن آن و کاهش نقش نیروی کار در جریان تولید است. شایان ذکر است که مهمترین محدودیت الگو نیز از این موضوع ناشی می‌شود، زیرا علیرغم تأکید بر فناوری، این الگو فاقد نظریه‌ای برای توضیح نرخ تغییرات فن‌آورانه و تأکید صرف بر فناوری بدون در نظر گرفتن دیگر منابع تغییرات می‌باشد (نورث، ۱۳۷۹: ۷۸).

رقابت در نگرش نئوکلاسیکی

بحث پیرامون مفاهیم اقتصادی بدون توجه به دیدگاه‌های نئوکلاسیکی کاری عبث و بیهوده است. شاید به جرأت می‌توان گفت که هیچ رویکردی در تاریخ اندیشه‌های اقتصادی این چنین مورد توجه طرفداران و مخالفان خود قرار نگرفته است و شاید گاهی اوقات آنقدر شدت مخالفت زیاد گردیده است که به تعبیر داگلاس نورث، این نگرش، بسیاری از جنبه‌های روابط بازار را به قدری خوب پیش‌بینی می‌کند که به سادگی فراموش کردیم که این پیشرفت‌ها چه تأثیری علمی گرانبهائی داشته‌اند (نورث، ۱۳۷۹: ۸۴). از زمانی که استانلی جونز، مسئله خود را در باب مطلوبیت بیان نمود و بدین ترتیب انقلاب نهائون با مساعدت بی‌بدیل مارشال شکل گرفت، تاکنون جریان فکری نهائون جریان اصلی اقتصاد و اگر نه مهمترین جریان اندیشه اقتصادی بوده است.^۸

توجه به مفهوم نهایی، ورود ریاضی به تحلیل‌های اقتصادی و توجه به تحلیل‌های ایستا با شرط فرض ثبات سایر شرایط، از مساعدت‌های بی‌بدیل این جریان فکری به اندیشه‌های اقتصادی است. در این رویکرد نتایج اقتصادی به وسیله نیروهای بنیادی (که

در منابع، ترجیحات و فناوری منعکس می‌شود) تعیین می‌شود و این نیروها منجر به نتایج کارایی پارتو می‌شود (استیگلیتز^۱، ۲۰۰۱). در اقتصاد نئوکلاسیک، معیار قضاوت درباره مؤثر بودن و کارآمد بودن رقابت، نظریه معروف رقابت کامل است و به هر میزانی که رقابت در دنیای واقعی از مفروضات آن نظریه دور باشد، رقابت نامطلوب و حتی زیان‌بار تلقی می‌شود.

اجورث اولین اقتصاددانی است که تلاش می‌کند یک تعریف نظام‌مند و موشکافانه از رقابت کامل ارائه نماید. وی در سال ۱۸۸۱، شرایط یک فیلد رقابت کامل را چهار تا بیان می‌دارد:

۱) هر شخص در قرارداد مجدد با تعداد بی‌شماری آزاد است.
 ۲) هر فرد در قرارداد سنتی (در یک زمان) با تعداد بی‌شماری آزاد است. این شرط با شرط اول ترکیب می‌شود، تقسیم‌پذیری نامحدود هر قراردادی را نشان می‌دهد (اگر هر X در ارتباط با یک تعداد نامحدودی Y باشد، او باید نسبت‌های کوچک نامحدود X را بدهد)، که ممکن است شرایط جداگانه ایجاد نماید.

۳) هرفردی برای قرارداد مجدد با دیگری و به طور مستقل و بدون نیاز به رضایت از طرف سوم آزاد است.

۴) هرفردی در قرارداد بستن با دیگران به طور مستقل و بدون رضایت طرف سوم آزاد است. شکست شرط اول با شکست شرط دوم در ارتباط است و همین‌طور شرط سوم و چهارم با هم در ارتباط هستند (استیگلر، ۱۹۸۹).

این تعبیر از رقابت کامل دو عنصر اساسی برای فهرست این شرایط وجود دارد:
 اول: آنجا تعداد نامحدودی از مبادله‌کنندگان مستقل در همه طرف‌های بازار است. (شرط کورنو)

دوم: هر مبادله‌کننده‌ای بدون هزینه می‌تواند قراردادهای همراه با شک و تردید را با هر کس شکل دهد قراردادهای را تغییر دهد (قرارداد مجدد) تا اینکه بتواند قرارداد قابل قبول‌تری ببندد. نتیجه شناخت کامل است (شرط جونین) (استیگلر، ۱۹۸۹).

ملاحظات فوق به معنی آن است که مبادله در بین عاملین اقتصادی بدون هزینه صورت می‌پذیرد. عاملین اقتصادی در پابندی به قرارداد فعلی یا تبیین قرارداد مجدد آزاد بوده و حتی ضرورتی به جلب نظر طرف سوم نمی‌باشد. این به معنی عدم وجود هزینه‌های مبادله بوده و فرض وجود دنیای بدون تنش است.

از سوی دیگر، امکان نقض قرارداد بدون هزینه همواره با اطلاعات کامل به معنی عدم وجود نااطمینانی نیز می‌باشد. به عبارت دیگر، هزینه کسب اطلاعات، عدم اطمینان و هزینه‌های مبادله وجود ندارد. در این شرایط، دیگر ضرورتی به وجود نهادها در عملکرد اقتصادی نیست و بازار رقابت کامل همه وظایف نهادها را برعهده می‌گیرد. نتیجه چنین مفروضاتی، ادغام نمودن مفهوم بازار و رقابت است، در حالی که این دو، دو مفهوم جدا از یکدیگر می‌باشد. در این ادغام، همواره اینگونه فرض می‌شده است که رقابت فقط در بازار و آن هم از نوع رقابت کامل صورت می‌گیرد. تصور اینکه بازار به عنوان یک نهاد مبادله در کنار سایر نهادها شکل‌دهنده فرآیند رقابت هستند، در این رویکرد ممکن نیست. به عبارت دیگر، شکست بازار به معنی شکست اقتصاد ملی است.

نکته حائز اهمیت دیگر در این رهیافت، تحلیل بازار از منظر حداکثرسازی عاملین اقتصادی یا همان تعبیر نتیجه‌گرایی است. در رفتار حداکثرسازی، محقق ناگزیر از حداکثر نمودن یا مطلوب نمودن شاخصی با استفاده از منابع و شرایط مشخص می‌باشد. در واقع، عاملین اقتصادی، به هنگام ورود به بازار و در رویکرد نئوکلاسیکی، به رقابت، به دنبال حداکثر کردن منافع خود اعم از مطلوبیت یا سود هستند. رفتار حداکثرکننده در لحظه از زمان مطرح شده و این امر تحلیل را به سمت یک تحلیل ایستا سوق می‌دهد.

از سوی دیگر، رفتار عامل اقتصادی براساس قیمت‌های نسبی بوده و سایر پایه‌های اطلاعاتی در تحلیل نقشی در رفتار عامل اقتصادی ندارند. با وجود آنکه اقتصاد نئوکلاسیکی، عملکرد اقتصادی را در هر لحظه از زمان به خوبی تحلیل می‌کند، اما توانایی تحلیل تغییرات و پویایی‌های رفتار را ندارد. این از آن جهت است که در حداکثرسازی، خواه مصرف‌کننده و خواه تولیدکننده، ناگزیر باید با منابع و شرایط معین این امر صورت پذیرد. این امر منجر به خروج شرایط ثابت از پایه اطلاعاتی تحلیل خواهد شد که خود آن در زمره عوامل تغییر می‌تواند باشد^۱. ضمن آنکه تحلیل ایستا، ناگزیر از فرض ثبات برخی شرایط می‌باشد که یکی از آن مفروضات بازار رقابت کامل است.

در واقع، تصور نئوکلاسیک‌ها از نظام اقتصادی، یک ماشین خودکار است که اگر اطلاعات درست و کامل به آن داده شود و عوامل خارجی در کارکرد آن دخالت نداشته باشند، همیشه در وضعیت متعادلی به سر می‌برد (هایک^۱، ۱۹۷۸). موضوع بحث تئوری رقابت کامل، اساساً ربط چندانی به رقابت ندارد و نتیجه‌گیری‌های آن مورد استفاده چندانی برای سیاست‌های اقتصادی ندارد. تئوری رقابت کامل آن چنان وضعی را مفروض می‌دارد

که طبق تئوری حقیقی و قدیمی تر آن، وضع یا نتیجه گرایش نهایی فرایند رقابت است. بنابراین در این رویکرد، رقابت به عنوان پدیده اقتصادی مورد تحلیل قرار نمی‌گیرد (غنی نژاد، ۱۳۷۶: ۲۱۴). همچنین از آن جهت که بازار رقابت کامل در این اندیشه مفروض است، پایه‌های اطلاعاتی مربوط به سود، فناوری، ترکیب عوامل تولید و توزیع درآمد از تحلیل حذف می‌شوند. فرض سود صفر در بازار رقابت کامل، دسترسی بنگاه‌ها به فناوری بدون هزینه و ارتباط تغییرات عوامل تولید به تغییرات قیمت‌های نسبی بر این نکته دلالت دارد^{۱۲}. همچنین در رویکرد نئوکلاسیک، ... جایی که مردم مبادلات با بازار را شکل می‌دهند، تاریخ مهم نیست، حتی توزیع ثروت مهم نیست. می‌توان در کارایی بود، حتی اگر همه منافع در اختیار یک نفر قرار گیرد (استیگلیتز، ۲۰۰۱).

نگرش رقابت ناقص

این دیدگاه اشاره به آن نوعی از رقابت دارد که "تقاضای پیش روی افراد یا شرکت‌ها در بازار دارای شیب نزولی است یا آنکه منحنی عرضه آنها دارای شیب صعودی است" (ماکوفسکی^{۱۳}، ۱۹۸۷). محور اساسی این رویکرد، تقابل با نگرش به بازار رقابت کامل است که در آن افراد یا شرکت‌ها با کشش کامل منحنی عرضه و تقاضا برای همه تولیدات مواجه هستند. این امر که دلالت بر قیمت‌پذیر بودن عاملین در بازار رقابت کامل دارد و بیان می‌دارد که افراد و شرکت‌ها با حضورشان توانایی تأثیر بر سطح قیمت‌های تسویه‌کننده بازار ندارند.

در مخالفت با نگرش رقابت کامل (به ویژه فرض بازدهی ثابت به مقیاس) و در جهت تحلیل واقعیات بیرونی در اوایل قرن بیستم، تحلیل رقابت ناقص با دو رویکرد متفاوت در دهه ۱۹۳۰ ظهور پیدا کرد^{۱۴}. رویکرد اول مربوط به نگرش کمبریج و توسط خانم جون رابینسون (انحصار چند جانبه) بوده و نگرش دوم معروف به نگرش هاروارد و توسط چمبرلین (رقابت انحصاری) ارائه گردیده است، در هر دوی این نگرش به ساختار بازار در تحلیل رقابت توجه شده و بازدهی فزاینده را عامل اصلی رقابت ناقص می‌دانند، اما شرایط ایجادکننده رقابت ناقص در هر یک متفاوت است.

در نگرش رابینسون موانع ورود عامل اصلی شکل‌گیری انحصار می‌باشد و نوع بازاری که مورد توجه است انحصار دو قطبی یا چند قطبی است. از نظر وی این مفهوم مضحک است که یک بنگاه وقتی که بیش از سود نرمال برای خود می‌سازد، منتظر می‌نشیند برای رقابت

با تازه واردانی که به بازارش هجوم می‌برند و سپس مجدداً به اندازه بهینه بازمی‌گردد (رایبسون^{۱۵}، ۱۹۷۷). بنابراین، معتقد است بنگاه‌ها با استفاده از رقابت قیمتی در تلاش برای جلوگیری از ورود بنگاه‌های جدید به بازار می‌شوند. در این چارچوب، کالاها همگن فرض می‌شوند و اینکه تولیدات یکسان ممکن است، توسط شرکت‌های مختلف با ترجیحات مصرف‌کننده متفاوت، می‌تواند وجود داشته باشد. چون رایبسون حداکثر کردن سود را شرط ضروری می‌داند، اما به اثرات آن در طول زمان نمی‌پردازد. دوره تعادل کوتاه مدت و بلند مدت را معرفی می‌کند، اما مطالعه‌ای روی فرایند حرکت از کوتاه مدت به بلندمدت بیان نمی‌دارد... وی در تحلیل‌ها استفاده از منحنی هزینه نهایی را بر منحنی متوسط ترجیح می‌دهد (سیلو^{۱۶}، ۲۰۰۱). از این رو، می‌تواند رویکرد او را در چارچوب وفاداری به آموزه‌های نئوکلاسیکی توصیف نمود (ایتول و پانیکو، ۱۹۸۷).

نقطه عزیمت چمبرلین انتقاد از تئوری رقابت کامل بود. او معتقد بود که تئوری رقابت کامل، فقط به یکی از دو عامل کلیدی رقابت، یعنی تعداد شرکت‌کنندگان بازار توجه می‌کند، اما به مقوله تفاوت‌های تولیدی توجهی ندارد. چمبرلین می‌گوید: تفاوت تولید در برخی روش‌ها همچون حق انحصاری، علایم تجاری و تبلیغات ظهور پیدا می‌کنند. به طور خاص، همچنین عوامل اجتماعی می‌توانند تولیدات را متفاوت از یکدیگر بسازد، عواملی همچون خوشنامی فروشنده، ارتباط شخصی بین خریداران و فروشندگان یا ویژگی‌های بنگاه (سودبرگ، ۱۹۹۲).

وی معتقد است که رفتار بنگاه‌ها در دنیای واقعی آمیزه‌ای از دو عنصر رقابت و انحصار است. از آن جهت رقابتی است که تعداد بنگاه‌های نسبتاً زیاد (کمتر از حالت رقابت کامل) کالایی را تولید می‌کنند که با درجه‌های مختلف جانشین یکدیگر می‌باشد، اما از آن جهت انحصار وجود دارد که بنگاه‌ها کالاهای متمایزی در مقایسه با سایر بنگاه‌ها تولید می‌کند. از این رو، الگوی رقابت انحصاری الگوی چمبرلین در بازار می‌باشد. از نظر چمبرلین فرض شرکت‌هایی با ساختار هزینه و منحنی تقاضای یکسان یک فرض خیالی است (سیلوا، ۲۰۰۱).

از نظر چمبرلین، محدودیت ورود نمی‌تواند به معنی انحصار یا ناقصی باشد. تحت رقابت انحصاری آزادی ورود می‌تواند وجود داشته باشد، بدین معنی که آزادی برای تولید جانشینان وجود دارد. همچنین، رفتارهای فردی به وسیله عمل و عکس‌العمل رقبا تأثیر می‌پذیرد. شرکت‌ها همه متغیرهایی که بر سودشان مؤثر است کنترل نمی‌کنند، بنابراین،

حداکثر کردن شرط سودشان غیرممکن است. چمبرلین می‌گوید که رابینسون در رقابت ناقص یک رفاه کمتر را نتیجه می‌گیرد، زیرا او تفاوت‌های تولید را چشم‌پوشی می‌کند (سیلوا، ۲۰۰۱). به عبارت دیگر، تمایز کالا که در کیفیت آن منظور می‌گردد، ایجادکننده مطلوبیت است، ضمن آنکه برای بنگاه‌های با تولید متفاوت، قیمت بالاتر به معنی کاهش فروش نخواهد بود، زیرا با وجود حرکت برخی از خریداران به سمت رفا، بسیاری از مشتریان خرید آن کالاها را کاهش نمی‌دهند، این امر ناشی از انگیزش‌های ترجیحی آنهاست. بنابراین می‌توان اینگونه بیان داشت که رقابت در نگرش چمبرلین، رقابت از نوع غیرقیمتی (کیفیت یا تفاوت تولید) است و با رقابت قیمتی رابینسون و کلاسیک‌ها متفاوت است. در واقع نگرش چمبرلین به نوعی یک سنت‌شکنی در ادبیات اقتصادی آن زمان بوده است که مسیر تحلیل‌های اقتصادی را از رقابت قیمتی به غیرقیمتی تغییر داده است.^{۱۷} درخصوص پایه اطلاعاتی مربوط به رقابت در رهیافت‌های رقابت ناقص، ذکر این نکته ضروری است که توجه به پایه اطلاعاتی ساختار بازار (تمرکز)، ناهمگونی تولید، موانع ورود از نوآوری‌ها و پیشگامی‌های این رهیافت در تحلیل بازار بوده است.

رقابت در نگرش شومپتر

نقطه عزیمت تحلیل شومپتر در مورد رقابت را می‌توان از انتقادات او به مفهوم تئوری رقابت کامل و نیز ناکارآمدی‌های این نگرش دانست. در گام بعد به ضعف نگرش در رقابت ناقص چون رابینسون اشاره داشته و ضمن اشاره به سنت شکنی چمبرلین و تقدیر از عدول وی از مفهوم رقابت قیمتی، نگرش خود پیرامون رقابت در سرمایه‌داری را بیان می‌دارد. در نگاه شومپتر، رقابت کامل در یک دنیایی با صنایع استقرار یافته و روش‌های تولید تغییرناپذیر، الگویی آرمانی برای کارایی است. در غیر اینصورت، برای دنیایی با دگرگونی مداوم در صنایع و روش‌های تولید، رقابت کامل عامل نابودی و کارایی پایین‌تر است. وی اینگونه بیان می‌دارد:

رقابت کامل چنین معنی می‌دهد که آزادانه می‌توان در حریم هر صنعتی وارد شد و در چارچوب همین نظریه کلی، این مطلب کاملاً صحیح است که ورود آزادانه در حریم کلیه صنایع شرط تخصیص مطلوب منابع و در نتیجه شرط به حداکثر رسانیدن تولید است. اگر دنیای اقتصادی ما از تعدادی صنایع استقرار یافته تشکیل می‌شد که کالاهای شناخته شده‌ای را به روش‌های استقرار یافته و اساساً تغییرناپذیر تولیدکنند، و اگر آنچه اتفاق

می‌افتد جز این نبود که کسان اضافی با پس اندازهای اضافی به هم ببیوندند و بنگاه‌های جدیدی از نوع بنگاه‌های موجود را تشکیل دهند، در آن صورت هر گونه‌منعی در برابر ورود آنان در صنعتی که مطلوب آنهاست، موجب زیان اجتماع می‌بود. لیکن ورود کاملاً آزادانه در یک زمینه جدید می‌تواند وارد شدن در آن زمینه را بکلی ناممکن سازد. عرضه روش‌های تولیدی جدید و کالاهای جدید با این فرض که از همان آغاز، رقابت کامل و فوری وجود داشته باشد، غیر قابل تصور است (شومپتر، ۱۳۵۴: ۱۲۹). دیگرسخن، از این منظر، بازار رقابت کامل مانع پیشرفت اقتصادی بوده و با آن ناسازگار است و هر نوع نوآوری می‌تواند بازار را از رقابت کامل خارج نماید. ضمن آنکه نوع بنگاهی که با رقابت کامل سازگار است در بسیاری از موارد از حیث کارایی داخلی و مخصوصاً فنی در سطح پایین‌تری است.... از این لحاظ رقابت کامل فقط غیر ممکن نیست بلکه در سطح پائین‌تر نیز هست و دلیلی ندارد که به عنوان نمونه کارایی آرمانی قلمداد شود. از این رو، اشتباه است اگر نظریه نظارت دولت بر صنایع را بر اساس این اصل استوار کنیم که باید بنگاه بزرگ را واداشت که بمانند صنعت مربوط به خودش، در حالت رقابت کامل به کار پردازند (شومپتر، ۱۳۵۴: ۱۳۱).

شومپتر، رویکرد این نظریه که در شرایط انحصار قیمت انحصاری بالاتر از قیمت رقابتی بالاتر و میزان تولید انحصاری پایین‌تر است، لذا پایین بودن رفاه اقتصادی نتیجه‌گیری می‌شود، رد نموده و بیان می‌دارد: نظریه انحصار ساده و مشخص چنین تعلیم می‌کند که به جز یک مورد محدود کننده، قیمت انحصاری بالاتر از قیمت رقابتی و تولید انحصاری پائین‌تر از تولید رقابتی است. این سخن به شرطی صحیح است که روش و سازمان تولید و هر چیز دیگری در هر دو مورد کاملاً یکسان باشند. با این حال، عملاً روش‌های برتری در اختیار انحصارگران قرار دارد که یا برای انبوه رقبا قابل دسترس نیست و یا به فوریت در اختیار آنان قرار نمی‌گیرند. زیرا مزیت‌هایی وجود دارند که گرچه در سطح تجارت رقابتی خیلی غیر قابل دسترس نیستند، در واقع تنها در سطح انحصار قابل حصولند، مثلاً بدین علت که ممکن است انحصاری کردن، حوزه نفوذ مغزهای بهتر را بیفزاید و میدان نفوذ مغزهای فروتر را بکاهد و یا از این رو که انحصار از سطح مالی فوق‌العاده بالاتری برخوردار است. در این صورت است که فرض ما دیگر صادق نخواهد بود؛ به عبارت دیگر، ممکن است عنصر موقعیت مساعد برای رقابت، به کلی شکست پذیرد، چه قیمت‌های انحصار لزوماً از قیمت‌های بنگاهی که به لحاظ سطوح کارایی تولیدی و سازمانی با فرضیه رقابت

سازگار خواهد بود، بالاتر نیست و تولیدات انحصار نیز نسبت بدان کاستی نخواهد داشت (شومپیتر، ۱۳۵۴:۱۳۴). در نگاه شومپیتر بازار انحصاری می‌توان همان منافی که در تئوری نظری بازار رقابت کامل وجود دارد را حاصل نماید.

وی رویکرد ایستای جون رابینسون در تحلیل رقابت ناقص و انحصار چند قطبی را انتقاد نموده و از دیدگاه چمبرلین به عنوان یک سنت شکنی در آموزه‌های اقتصاددانان یاد می‌کند. اگر چه این رویکرد هنوز در ناکارآمدی‌هایی درگیر است. زیرا اقتصاددانان پس از مدت‌ها بالاخره از مرحله‌ای که در آن تنها رقابت قیمت را می‌دیدند بیرون می‌آیند. به محض آنکه رقابت در کیفیت و کوشش در فروش، در حریم مقدس نظریه وارد می‌گردند عامل قیمت از مقام شامخ خود سقوط می‌کند. با وجود این هنوز رقابت در داخل الگوئی از شرایط لایتغیر و روش‌های تولید و صور سازمان صنعتی ثابت است که دقت مردم را منحصر به خود می‌سازد (شومپیتر، ۱۳۵۴:۱۰۴).

در نگاه شومپیتر آنگونه رقابتی که در کتاب‌های درسی اقتصاد آمده است، چندان اهمیتی ندارد. آنچه مهم است عبارت است از: رقابت در دیدگاه‌های جدید، فناوری جدید، منافع جدید عرضه، نوع جدید سازمان (نظیر بزرگترین واژه کنترل) رقابتی که یک برتری قطعی در قیمت یا کیفیت را در بر گیرد و تیشه بر حیاتشان بزند و نه آنکه بر ساقه منافع و تولیدات شرکت‌های موجود بیچد. وی این نوع رقابت را در مقایسه با رقابت مورد توجه در کتب اقتصاد را به بمباران در مقایسه با ضربه زدن به در تشبیه می‌کند. وی از این پدیده تحت عنوان تخریب خلاق یاد می‌کند: شرکت‌های قدیمی و صنایع مستقر اعم از اینکه به طور مستقیم مورد توجه قرار گیرند.

به هر حال در یک مسیر پر تلاطم دائمی به سر می‌برند. در فرایند تخریب خلاق اوضاعی پدید می‌آید که بسیاری از بنگاه‌هایی که در صورت توانایی رفع یک طوفان، به هر حال می‌توانستند با قدرتمندی و بهروری به حیات خود ادامه دهند، محکوم به زوال می‌سازند.... بالاخره مطمئناً تلاش برای اینکه صنایع کهنه را برای مدت نامحدودی حفظ کنیم تلاشی بی‌فایده است، اما کوشش برای جلوگیری از سقوط و عقب نشینی منظم بی‌نتیجه نخواهد بود (شومپیتر، ۱۳۵۴:۱۱۰). به دلیل پیدایش روش‌ها و سازماندهی‌های جدید تولید و اینکه در بلندمدت امکان یادگیری روش‌های جدید وجود دارد، شومپیتر، به استثنای موارد خاص، بازار انحصاری را پدیده‌ای کوتاه‌مدت می‌داند (شومپیتر، ۱۳۵۴:۱۲۲).

در نگرش شومپیتر، تحلیل رقابت بر پایه اطلاعاتی متفاوت درمقایسه با سایر اندیشه‌هاست. داده‌های مورد نظر وی، مبتنی بر رقابت قیمتی یا غیرقیمتی (تفاوت تولید) نیست، بلکه رقابت متبلور در ابداع و نوآوری می‌باشد. لذا بایستی تحلیل در مورد رقابت از دریچه عوامل تعیین‌کننده فناوری صورت پذیرد. البته این چارچوب تحلیلی به معنی فقدان رقابت قیمتی و غیرقیمتی نیست، بلکه منظور نقش جزئی دو مورد اخیر، در مقایسه با پایه اطلاعاتی فناوری است. اگرچه اعتقاد این نگرش به کوتاه مدت بودن پدیده انحصار، منجر به وجه خاصی از پایه اطلاعاتی فناوری می‌باشد، زیرا در برخی رویکردها می‌تواند این پدیده ماهیتی بلندمدت داشته باشد (استیگلیتز، ۲۰۰۲).

رقابت در نگرش نئواتریشی

یکی از انتقادات برجسته به رهیافت نئوکلاسیکی رقابت، مکتب نئواتریشی می‌باشد و هایک مشهورترین چهره آن می‌باشد. در برخی منابع از هایک به عنوان فیلسوف‌ترین اقتصاددان نیز یاد می‌کنند. وی در تلاش برای توضیح رفتارهای اقتصادی جامعه با معیارهای عقلانیت فلسفی است. در نگرش هایک، سه پیش فرض کلیدی وجود دارد:

۱- بازار رقابتی منجر به تخصیصی می‌شود که به طور کامل منافع موجود در تجارت را استخراج می‌کند.

۲- رقابت فعالیت‌های فرد را در مسیر تصمیم‌گیری، با دیگران هماهنگ می‌سازد. همچون زمانی که آنها به کل ذخیره اطلاعات جامعه دسترسی دارد، اگر چه هریک از آنها بخش اندکی از آن را در اختیار دارند.

۳- رقابت انگیزه افرادی برای کشف (یا ایجاد) جریان جدید اطلاعات را فراهم می‌کند، علاوه بر این سیگنال قیمت خلاصه‌ای از شناخت فعلی جامعه است که افراد را برای تلاش‌های جستجوگرایانه در مسیر صحیح راهنمایی می‌کند (جانمات^{۱۸}، ۲۰۰۵).

همانطوری که در فرض دوم آمده است، هایک اعتقاد دارد که افراد جامعه به همه منابع جامعه دسترسی ندارند و هر یک بخشی از اطلاعات را در اختیار دارند، در جریان رقابت بین افراد، در یک نظم خودجوش بازار، اطلاعات در بین افراد جامعه و در شکل قیمت منتشر گردیده و افراد را در جهت تصمیم‌گیری راهنمایی می‌کند. از اینروست که وی از رقابت به عنوان اسلوب اکتشاف یاد می‌کند. وی از برخورداری هر فرد از بخشی از اطلاعات تحت عنوان تقسیم معرفت یاد می‌کند و معتقد است: اینجا به روشنی یک مسئله

تقسیم معرفت وجود دارد که مشابه مسئله تقسیم کار است و دارای اهمیتی دست کم به همان میزان است. اما در حالی که مسئله تقسیم کار، یکی از موضوع‌های اصلی تحقیق از همان آغاز علم [اقتصاد] بوده است، مسئله تقسیم معرفت کاملاً مورد غفلت واقع شده است، هر چند که به نظر من، مسئله مرکزی واقعی اقتصاد به عنوان یک علم اجتماعی است (هایک، ۱۹۸۷).

در نگرش هایک، تئوری رقابت کامل فروض مصنوعی (به ویژه اطلاعات کامل) را فراهم می‌نماید که نه تنها در دنیای واقعی وجود ندارد، بلکه در صورت وجود آن، مفهوم رقابت معنای خود را از دست می‌دهد. به عقیده وی، فرض اولیه مدل نئوکلاسیک، [اطلاعات کامل]، نه تنها غیرواقعی است، بلکه مهم‌تر از آن، موجب غفلت از طرح مسئله اساسی اقتصاد مبتنی بر بازار، یعنی چگونگی استفاده کارآمد از اطلاعات پراکنده، مشخص و لذا جزئی و ناقص می‌گردد. به بیان دیگر، در مدل نئوکلاسیک، مسئله از ابتدا و به غلط، حل شده فرض می‌شود و بنابراین اصلاً موردی برای طرح آن باقی نمی‌ماند (غنی نژاد، ۱۳۷۶: ۲۱۶).

به همین دلیل وی در پاسخ به تدابیری که در جهت رقابت در بازار رقابت کامل توسط بنگاه‌ها اتخاذ می‌شود. می‌گوید: دقیقاً هیچ تدبیر، زیرا در چنین بازاری، فعالیت‌هایی از قبیل تبلیغات، شکستن قیمت‌ها، بهبود کیفیت کالاها و خدمات تولیدی، همگی طبق تعریف منفی است (چون فرض بر این است که همه فروشندگان شناخت کامل از تقاضای همه خریداران دارند)، در نتیجه می‌توان گفت که در رقابت کامل در حقیقت به معنای نبود هر گونه فعالیت رقابتی است (غنی نژاد، ۱۳۷۶: ۲۲۰).

درواقع در نگرش نئوآتریشی، تحلیل رقابت از دریچه چگونگی جریان داده‌ها و اطلاعات مورد توجه قرار می‌گیرد. رقابت منجر به جریان مطلوب اطلاعات شده و افراد را در جهت تصمیم‌گیری صحیح و کارا هدایت می‌کند. به عبارت دیگر، رقابت منجر به ترویج رفتار عقلایی خواهد شد. همچنین افراد برای پایداری در این فرآیند و تصمیم‌گیری‌های مطلوب، ناگزیر از استفاده مناسب‌تر از اطلاعات و نیز توانمندی‌ها و اطلاعات خود خواهند بود. لذا در فرآیند رقابت، عاملین اقتصادی جریان اطلاعات را با کسب شهرت و خوشنامی، افزایش کیفیت، صرفه جویی در هزینه و کاهش قیمت به نفع خود تغییر خواهند داد.

در این نگرش، اعتقاد بر این است که در فرآیند رقابت، داده‌های اقتصادی پیوسته در حال تغییر هستند، بنابر این، عاملین اقتصادی هیچ‌گاه با داده‌های ثابتی سروکار ندارند. این به معنی آن است که از یک سو، حداکثرسازی عاملین (نتیجه‌گرایی نئوکلاسیکی) امری

غیرممکن است. از سوی دیگر، رقابت در این نگرش به صورت امری پویا و دائمی تحلیل می‌گردد، زیرا اطلاعات در هر لحظه از زمان در جریان و در حال تغییر است و این تبادل اطلاعات تقسیم شده را ضروری می‌سازد. لازم به ذکر است که در این تبادل، وظیفه رقابت صرفه‌جویی در اطلاعات است. تبلور این صرفه‌جویی، قیمت بوده که از آن به عنوان نظام جامع اطلاع‌رسانی یاد می‌کنند.

بنابر این، می‌توان این‌گونه بیان داشت که رقابت ایده‌آل در نگرش نئواتریشی، رقابتی است که همه اطلاعات عاملین اقتصادی، در فرآیند استفاده گردد. نتیجه آنکه در این وضعیت، بهترین نوع تقسیم معرفت صورت پذیرفته است و قیمت سیگنال کارآمدی می‌باشد. اما توجه به این نکته ضروری است که با توجه به تغییرات پیوسته داده‌ها، قیمت نیز به صورت پیوسته در حال تغییر می‌باشد، لذا تصور قیمت بهینه ممکن نیست.

ضمن آنکه باید بر این نکته تأکید داشت که پایه اطلاعاتی در این نگرش، همان اطلاعات می‌باشد. به عبارت دیگر، هر اطلاعاتی که عاملین اقتصادی را در تصمیم‌گیری عقلایی یاری نماید، می‌تواند به عنوان پایه اطلاعاتی مورد توجه قرار گیرد. بنابراین، می‌توان گفت که این نگرش، به پایه اطلاعاتی خاصی اشاره ندارد. اما چنانچه از قیمت به عنوان پایه اطلاعاتی مورد توجه قرار گیرد، همانطوری که در نگرش‌های کلاسیکی و نئوکلاسیکی بود، امکان تمایز آنها با نگرش نئواتریشی وجود ندارد، حال آنکه در مورد اخیر، قیمت به عنوان نتیجه‌ای از رقابت و فرآیند تقسیم معرفت، ماهیت متفاوتی دارد.

رقابت در نگرش ساختارگرایی

ویژگی اصلی ساختارگرایی را می‌توان این دانست که در تحلیل اقتصادی به ارتباط دوسویه رفتار مورد تحلیل به عنوان بخشی از کل توجه دارد که این مطالعه بر تحلیل یک جزء به صورت جداگانه ارجحیت دارد.

در رهیافتی خاص‌تر، این روش به ساختارهای غیر قابل مشاهده‌ای در حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی اشاره دارد که تعیین‌کننده پدیده‌های اقتصادی قابل مشاهده می‌باشند. در این روش تحلیل، ساختارگراها در تلاش برای تشریح پدیده‌های اجتماعی اقتصادی با رجوع به ساختارهای بنیادین تولید می‌باشند. وقتی یکی از دانشمندان علوم اجتماعی ادعا می‌کند که در فلان واحد اجتماعی، به ساختاری دست یافته است، حقیقت مدعایش چیست؟

اول اینکه وی یک پیوستگی زمانی را کشف کرده است. ساختار، خصیصه‌ای از

سیستم اجتماعی است که در طول مدتی طولانی پایدار می ماند. دوم اینکه بر آن است که خواص ساختار استقلال بسیار زیادی از افرادی دارد که در آن ساختار واجد سمتی هستند. مثلاً اوصاف علی نظامات دیوان سالار به خصیصه های سازمانی و مجاری فرماندهی درون دیوان وابسته است نه به ویژگی های فردی دیوانسالاران. سوم اینکه بر آن است که ساختار بر آزادی افراد درون آن، قیودی می نهند (لیتل، ۱۳۷۳: ۲۱۶). ایده اصلی تفکر ساختارگرایی، به مبانی فکری اکلا^{۱۹} و دبیر اول آن رائل پربیش آرژانتینی باز می گردد. در این ایده اقتصاد جهانی ترکیبی از دو قطب مرکز و پیرامون است که ساختار تولید آنها به طور اساسی با یکدیگر متفاوت است. قطب مرکز با ساختاری همگن و متنوع ترسیم می شود، حال آنکه پیرامون، در نقطه مقابل آن، با ساختاری ناهمگون و تک بعدی است. ناهمگون است از آن جهت که بخش های اقتصادی با بهره‌وری های متفاوت در کنار یکدیگر وجود دارند. به عنوان مثال، بخش صادراتی در مقابل بخش کشاورزی در کشورهای در حال توسعه. اما تک بعدی است از آن جهت که بخش صادراتی بر تولید مواد اولیه یا تولیدات دیگر محدود به لحاظ تنوع می باشد و ارتباطات پسینی و پیشینی بسیار محدودی با سایر بخش دارد. ضمن آنکه این تفاوت ساختاری بین دوقطب، در چار چوب سازوکار اقتصاد بین الملل، به طور منظم اثر تقویتی روی تفاوت ساختاری آنها دارد.

در نگرشی ساختارگرایی این ایده وجود دارد که نتایج اقتصادی اجتماعی در پارامترهای سیستمی از پیش تعیین می شوند. از این رو، برای بهبود نتایج اقتصادی، ناگزیر از دگرگونی ساختارها مورد توجه قرار می گیرد. در این چارچوب، ایجاد رقابت کارا چه در عرصه بین المللی و چه در عرصه داخلی، با ایجاد منافع عادلانه و بهره‌گیری مناسب از منابع صورت می پذیرد و این امر بدون تغییر پارامترهای سیستمی امکان پذیر نیست، از این رو، دخالت های دولت با رویکرد حمایت از صنایع داخلی تا رسیدن به شرایطی که این صنایع آمادگی رقابت در بازار بین المللی را داشته باشند، ضروری است. این امر، منجر به اتخاذ استراتژی جایگزینی واردات می شود. سیاستی که در دهه های ۱۹۵۰ تا ۱۹۷۰ مورد توجه کشورهای در حال توسعه قرار گرفت.

شایان ذکر است، سیاست های پیشنهادی این نگرش در جهت دگرگونی، از جنبه انقلابی تری برخوردار است. ضمن آنکه به فرآیندهای اقتصادی به ویژه در زمینه تخصیص، ابداع و نوآوری از یک سو و همچنین به تحلیل های اقتصاد سنتی توجه چندانی ندارد (پالما^{۲۰}، ۱۹۸۷).

بنابراین، می‌توان اینگونه استنباط نمود که رقابت در اندیشه ساختارگرایی، با فرض ساختارهای مناسب، قابل تصورات و در غیراینصورت ناکارآمد است. این بدان معنی است که تلاشی در جهت تبیین رقابت در ساختارهای نامناسب نمی‌شود و ایجاد رقابت ایده‌آل بدون دگرگونی ساختاری امکان‌پذیر نیست. لذا مفهوم رقابت پویا چندان اهمیت نمی‌یابد. به عبارت دیگر، در این رویکرد مفهوم زیرین اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که پایه اطلاعاتی در آن همگنی و تنوع می‌باشد. بنابراین، رقابت ایده‌آل در این نگرش در شرایطی که اقتصاد به صورت همگن و متنوع باشد، شکل می‌گیرد. در این زمینه ارزیابی همگنی براساس شکاف بهره‌وری و ارزیابی تنوع براساس شکاف فناوری صورت می‌پذیرد^{۲۱}.

رقابت در نگرش نهاد گرایی جدید

اقتصاد نهادگرایی جدید، ضمن تحلیل در درون چارچوب نئوکلاسیک، برخی از فروض غیرواقعی اقتصاد نئوکلاسیکی همچون اطلاعات کامل، هزینه مبادله صفر و عقلانیت کامل را مورد شک و تردید قرار داد، اگرچه فرض تلاش منفعت طلبانه افراد برای رسیدن به هدفشان را حفظ می‌کند. با پذیرش فقدان اطلاعات و عقلانیت کامل، نهادها در جهت کاهش نااطمینانی و توانایی پیش‌بینی رفتار عاملین وارد تحلیل اقتصادی شده و به عنوان یک محدودیت در رفتار عاملین تأکید دارد. در واقع، نهادها فرصت‌ها و محدودیت‌های اقتصادی عاملین را آشکار می‌کنند. مفاهیم کلیدی در نگرش نهادگرایی جدید، هزینه‌های مبادله، حق مالکیت، هزینه‌های جستجو، هزینه‌های اجرا و هزینه‌های اندازه‌گیری است. به تعبیر داگلاس نورث، نهادها قواعد بازی یک جامعه هستند. این قواعد الزامات تدبیری انسانی است که ترکیبی از قواعد رسمی (قانون مصوبه، عرف و مقررات)، الزامات غیررسمی (آداب و رسوم و هنجارهای رفتاری و کدهای خود تحمیلی رفتاری) و ویژگی‌های اجرایی هر دو می‌باشند (نورث^{۲۲}، ۱۹۹۰).

براین اساس، نهادها یک ارتباط دو سویه با سازمان‌ها (عاملین اقتصادی) دارند. از یک سو، نهادها تأثیر عمیق روی رفتار عاملین اقتصادی و بنابر این، بر عملکرد اقتصادی، کارایی، رشد اقتصادی و توسعه دارند، و از سوی دیگر، نتایج اقتصادی تغییرات نهادی را در پی خواهد داشت. از اینروست که هدف نهادگرایی جدید شرح عوامل نهادی و تحولاتشان در طول زمان است و هم ارزیابی آن روی عملکرد اقتصادی، کارایی و توزیع است (کرالا^{۲۳}، ۲۰۰۱).

پنج فرضیه که ویژگی اصلی تغییرات نهادی است، عبارتست از (نورث، ۱۹۹۲):
 ۱- تماس مستمر نهادها و سازمان‌ها در مجموعه اقتصاد کمیابی و از این رو رقابت، کلید اصلی تغییرات نهادی است.

۲- رقابت سازمان‌ها را مجبور می‌کند تا برای بقا به طور مستمر در دانش و مهارت سرمایه‌گذاری کنند. چگونگی دسترسی افراد و سازمان‌هایشان به مهارت همراه با تطور تفسیر آنان از فرصت‌ها و همچنین انتخاب‌هایی که دارند به طور فزاینده‌ای نهادها را تغییر می‌دهد.

۳- چارچوب نهادی، انواع دانش و مهارت‌های درک شده برای برخورداری از حداکثر پاداش را تعیین می‌کند.

۴- تفسیرها از ساخته‌های ذهنی بازیگران برگرفته می‌شود.

۵- صرفه‌جویی‌های ناشی از میدان موضوعات تکمیلی و شبکه خارجی یک ماتریس نهادی، تغییرات نهادی را فراگیر، صعودی و وابسته به مسیر^{۲۴} می‌سازد.

فرضیه اول به این موضوع اشاره دارد که رقابت کلید اصلی تغییرات نهادی است. نهادها در واقع تعیین‌کننده فرصت‌ها در بین عاملین اقتصادی هستند. از این رو، تلاش عاملین اقتصادی در جهت دستیابی به منابع کمیاب از طریق تغییراتی است که در این فرصت‌ها صورت می‌پذیرد و این به معنی تغییرات نهادی است. اما فرضیه‌های دو تا پنج به این نکته اشاره دارد که فرصتی که نهادها در اختیار عاملین اقتصادی قرار می‌دهند، از درون ماتریسی استخراج می‌گردد که بازدهی فزاینده و وابستگی به مسیر (تاریخ) دارد. ضمن آنکه سازه‌های ذهنی عاملین اقتصادی نیز از این ماتریس که تعیین‌کننده نوع پاداش نیز است، حمایت می‌کند. این بدین معنی است که ماتریس نهادی ایجادکننده فرصت‌ها، از یک خشکی و درجه انعطاف‌ناپذیری بالایی برخوردار است. از این رو، تغییر در فرصت‌ها یا همان تغییرات نهادی باید معطوف به کاستن بازدهی فزاینده ماتریس نهادی با تأکید بر تغییر در سازه‌های ذهنی عاملین اقتصادی است.

ذکر این نکته ضروری است که تغییرات نهادی در راستای هدایت فرصت‌های اقتصادی به سمت عاملین اقتصادی ذی‌نفع بوده و این امر لزوماً به معنی منافع اقتصاد ملی نیست. از این رو، رقابت ایده‌آل در این نگرش آن رقابتی است که منجر به نتایج قابل ارزیابی زیرگردد:

اول رقابتی که منتج به جایگزینی نهادهای کارآمدتر به جای نهادهای ناکارآمد شود که این امر بایستی منجر به کاهش هزینه‌های مبادله گردد. این کاهش هزینه‌های مبادله به معنی

افزایش تمایل بخش خصوصی درگسترش فعالیت‌ها می‌باشد.

دوم رقابتی که منتج به کاهش شکاف بین بازدهی‌های خصوصی و اجتماعی گردد. این شکاف عمدتاً ناشی از مسئله حقوق مالکیت در فعالیت‌های اقتصادی می‌باشد. دشواری سنجش ابعاد دارائی‌های فکری و نوآوری‌ها و دشواری اجرای این قبیل حقوق مالکیت، دلیل اصلی فاصله گرفتن منابع اجتماعی و خصوصی بوده است (نورث، ۱۳۸۱: ۲۸).

درواقع در فعالیت‌هایی که شکاف بین بازدهی‌های خصوصی و اجتماعی بالا باشد، یا به عبارت دیگر، آثار خارجی فعالیت‌های خصوصی بالا باشد، در این صورت تمایل حضور بخش خصوصی در آن بخش پایین می‌باشد. این موضوع از جنبه تحلیل ریسک نیز قابل ارزیابی است. بدین معنی که اجتماعی کردن ریسک پیامد تغییرات نهادی در شرایط رقابت ایده‌آل است. در این وضعیت، بایستی منافع سرمایه‌گذاری درونی (خصوصی) و هزینه‌های آن بیرونی (اجتماعی) گردد.

از مؤلفه‌های رقابت ایده‌آل در نگرش نهادگرایی جدید می‌توان این‌گونه استنباط نمود که رقابت ایده‌آل از دریچه تغییرات نهادی صورت می‌گیرد و این امر تحت تأثیر سه عامل مهم است:

یکم، فناوری، یکی از پیامدهای رقابت عاملین اقتصادی در جهت دستیابی به عوامل کمیاب، تغییرات فناوری است. تحولات فناوری منجر به بهره‌گیری مناسب‌تر از منابع و منافع بالقوه تولید شده و این امر تغییرات نهادی را در جهت تسهیل در مبادلات تولیدی در پی خواهد داشت. به عنوان مثال، در بین سال‌های ۱۹۰۰ تا ۱۹۷۰ کارگران تولیدی در امریکا از ۱۰ به ۲۹ میلیون نفر افزایش یافته است. در حالی‌که نیروی کار یقه سفید (کارگران غیرتولید) از ۵ میلیون به ۳۸ میلیون رسیده است. تغییرات نهادی ناشی از تحولات فناوری در چهار زمینه اصلی روی می‌دهد..

اول، تغییر نهادهای رتبه‌بندی و تعیین کیفیت که منابع افزایش یافته تولید ناشی از تغییرات فناوری نیازمند اندازه‌گیری کیفیت تولید یا عملکرد عاملین است. رتبه‌بندی، امتیازدهی، نشان تجاری، گارانتی، لیسانس‌های مطالعاتی در طول زمان و مکان و روش‌های دیگر اندازه‌گیری عملکرد عاملین اقتصادی، با همه این‌که ناقص و هزینه‌بر هستند، تدبیری برای اندازه‌گیری مشخصات کالا و خدمات و عملکرد عاملین می‌باشد.

دوم، نهادها و قواعد نظام انگیزشی و نهادهای بازار کار که تغییر تولید گروهی به اقتصاد مقیاس اجازه واقعی شدن را می‌دهد. اگرچه آن به هزینه از خودبیگانگی و از زیر

کار در رفتن کارگران بوده است. این نهادها از دید کارفرما انضباط مؤثر شامل تولید، مقررات، انگیزش‌ها و تنبیه‌ها می‌باشد و از دید کارگران یک برنامه غیرانسانی برای سرعت افزایش تولید است.

سوم، تغییر نهادهای تنظیم قرارداد که منافع بالقوه از رفتار فرصت طلبانه افزایش می‌یابد و منجر به رفتارهای استراتژیک در درون شرکت (ارتباط کارفرما با کارگر) در رفتارهای قراردادی بین شرکت‌ها می‌شود.

چهارم، تغییر نهادهای بوروکراسی که گسترش مقیاس سلسله مراتبی مشکلات مربوط به بوروکراسی را ایجاد می‌کند. تکثر قواعد و مقررات در درون سازمان برای کنترل مسائل بنیادی و از زیر کار در رفتن، چسبندگی، پراکندگی درآمد و زیان و انعطاف‌پذیری مورد نیازی با کارایی مقدماتی را نتیجه می‌دهد (نورث، ۱۳۷۹: ۱۴).

دوم، اطلاعات، از آن جهت که اطلاعات نامتقارن بین عاملین اقتصادی زمینه‌ساز فرصت‌طلبی است، رانت اطلاعاتی می‌تواند امکان سوءاستفاده صاحبان آن را فراهم نموده و این خود منجر به بالا رفتن هزینه‌های مبادله در اقتصاد می‌گردد. از سوی دیگر، گسترش اطلاعات کاهش دهنده نااطمینانی و ریسک در سطح اقتصاد ملی است، از این رو، اطلاعات می‌تواند نقش مهمی در تغییرات نهادی معطوف به رقابت ایده‌آل و ایجاد فرصت‌ها باشد و عاملین اقتصادی همواره در دستیابی بر آن با یکدیگر رقابت می‌کنند.

سوم، آثار خارجی، که مهمترین بخش اختلاف بین بازدهی‌های خصوصی و اجتماعی باشد. عاملین اقتصادی همواره نگران از بخشی از فعالیت‌های خود هستند که منافع آن برایشان قابل جذب نمی‌باشد. از این رو، در شرایطی که امکان در اختیار گرفتن آن را ندارند، از فعالیت صرف نظر می‌نمایند.

بنابراین، در جهت ایجاد فرصت‌های بهتر، تلاش خود را معطوف به بالا بردن بازدهی‌های خصوصی خود می‌نمایند. که این امر از طریق تغییرات نهادی صورت می‌گیرد. یکی از نهادهای مهم در این زمینه، حقوق مالکیت می‌باشد، تغییر نهادهای حقوق مالکیت، به دلیل وجود اثرات خارجی و هزینه‌های غیرقیمتی منعکس شده در اقتصاد مدرن که ناشی از تغییرات فناوری است، منجر به شکاف بین بازدهی‌های خصوصی و اجتماعی می‌شود، در این شرایط تغییر نهادهای حقوق مالکیت ضروری است (نورث، ۱۳۷۹: ۱۵).

بنابراین، می‌توان پایه اطلاعاتی تبیین رقابت در این نگرش تغییرات نهادی از دریچه فناوری، اطلاعات و آثار خارجی ارزیابی نمود.

جمع بندی و نتیجه گیری

مروری بر نگرش های مختلف پیرامون رقابت نشان داد که مفهوم رقابت واژه مشترکی است که در شرایط زمانی و مکانی مختلف توسط نظریه پردازان اقتصادی مختلف مورد استفاده قرار می گیرد، اما به لحاظ ماهیت و مفهوم بسیار متفاوت با یکدیگر می باشد. مروری بر مفهوم رقابت در آینده آراء و اندیشه های مختلف نشان داد که این موضوع می تواند با توجه به زاویه دید محقق یا مشاهده گر تبلور خاص خود را داشته باشند. همچنین تحلیل این اندیشه ها بر پایه اطلاعات، مشخص نمود که در هر نوع نگرشی چه اطلاعاتی مورد توجه قرار گرفته است. پایه های اطلاعاتی که متغیرهای تعیین کننده رقابت بودند، شامل تغییرات قیمت، کیفیت، فناوری، بازار رقابت کامل، تقسیم اطلاعات، تنوع و همگنی ساختارها و تغییرات نهادی در فناوری، آثار خارجی و اطلاعات عنوان گردیدند که در جدول (۱-۲) به طور خلاصه ارائه شده است.

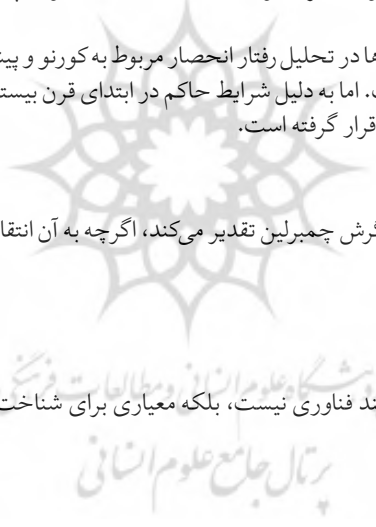
جدول (۱-۲): ارزیابی نگرش های مختلف پیرامون رقابت

مکانی	ماه اطلاعاتی رقابت
کلاسیک	تغییرات قیمت
مارکس	فناوری سرمایه بر
توکلاسیک	تغییرات قیمت در بازار رقابت کامل
رقابت ناقص	تغییرات قیمت، کیفیت
شوپنر	تغییرات فناوری
نئواتریشی	تقسیم اطلاعات
ساختارگرایی	تنوع و همگنی در فناوری
نهادگرایی	تغییرات نهادی بر پایه اطلاعات، فناوری و آثار خارجی

توجه بدین نکته ضروری است که هر یک از این تبیین ها می تواند به جنبه هایی از واقعیت اشاره داشته باشد و شرایط زمانی و مکانی مطالعه موردی در این زمینه تعیین کننده است. بدیهی است انتخاب دستگاه نظری تبیین کننده رقابت در یک کشور در حال توسعه همچون ایران وحتى در یک فعالیت خاص نیازمند جمع آوری شواهد و ارائه استدلالات خاص خود می باشد.

پی نوشت ها:

- ۱- Swedberg
- ۲- Eatwell
- ۳- این موضوع در چارچوب نظریه‌های ارزش مبادله یاد می‌کنند.
- ۴- semmler
- ۵- Clifton
- ۶- Eatwell & Panico
- ۷- Marx
- ۸- بعدها فریدمن این طیف اندیشه‌ای را تحت عنوان نئوکلاسیک یاد نمود.
- ۹- Stiglitz
- ۱۰- اقتصاد نئوکلاسیک، که برای تحلیل توسعه اقتصادی یا تاریخ اقتصادی به کار گرفته می‌شود، شاید عملکرد اقتصاد در یک مقطع از زمان را با استفاده از تحلیل ایستای مقایسه‌ای و عملکرد اقتصادی را در طول زمان بسیار خوب توضیح می‌دهد، اما پویایی‌های دگرگونی را نمی‌تواند توضیح دهد. (نورث، ۷۳: ۱۳۷۹).
- ۱۱- Hayek
- ۱۲- از دیدگاه شومپیتر در تحلیل ایستا سه چیز وجود ندارد: ترکیب‌های جدید عوامل تولید، کار آفرینی و سود آنجا نیازی برای ایجاد سود بیشتر وجود ندارد (نگاه کنید به: ایتول و پانیکو، ۱۹۸۹).
- ۱۳- Makowski
- ۱۴- شایان ذکر است اولین گام‌ها در تحلیل رفتار انحصار مربوط به کورنو و پیش از ظهور اندیشه‌های نهائیبون در اوایل قرن نوزدهم بوده است. اما به دلیل شرایط حاکم در ابتدای قرن بیستم و نیز گسترش انحصارها این رویکردها مورد توجه جدی‌تر قرار گرفته است.
- ۱۵- Rabinson
- ۱۶- Silva
- ۱۷- شومپیتر از این منظر از نگرش چمبرلین تقدیر می‌کند، اگرچه به آن انتقادات جدی و زیادی دارد (نگاه کنید به: هیرتج، ۱۹۸۷)
- ۱۸- Janmaat
- ۱۹- ECLA
- ۲۰- Palma
- ۲۱- این به معنی توجه به فرآیند فناوری نیست، بلکه معیاری برای شناخت همگنی و تنوع است
- ۲۲- North
- ۲۳- Kherallah
- ۲۴- Path Dependence



منابع فارسی:

- سن، آمارتیا، توسعه به مثابه آزادی، ترجمه حسین راغفر، نشرنی، ۱۳۸۲
- شومپتر، جوزف، سرمایه‌داری، سوسیالیسم، دموکراسی، ترجمه حسن منصور، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۵۴
- لیتل، دانیل، تبیین در علوم اجتماعی، ترجمه عبدالکریم سروش، مؤسسه فرهنگی صراط، ۱۳۷۳
- غنی نژادهری، موسی، مقدمه‌ای بر معرفت‌شناسی علم اقتصاد، مؤسسه عالی پژوهش در برنامه‌ریزی و توسعه، ۱۳۷۶
- نورث، داگلاس، ساختار و دگرگونی در تاریخ اقتصادی، ترجمه غلامرضا آزاد ارمکی، نشرنی، ۱۳۷۹
- نورث، داگلاس، نهادها، تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی، مترجم: محمدرضا معینی، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، مرکز مدارک اقتصادی اجتماعی و انتشارات، ۱۳۷۷

منابع انگلیسی:

- Clifton.J.A,'Competitive Market Processes' The New Palgrave:A Dictionary of Economics,The Macmillan Press Limited,London,Vol 1,pp553-556.
- Eatwell.John,'Competition:classical Conception' The New Palgrave:A Dictionary of Economics,The Macmillan Press Limited,London,Vol 1,pp537-540.
- Eatwell.John,Panico,Carlo,'Sraffa.Piero' The New Palgrave:A Dictionary of Economics,The Macmillan Press Limited,London, Vol 4,pp445-451.
- Hayek.F.'Competition as a Discovery Procedure' in F.Hayek, New studies in Philosophy,Politics, Economics and History of Ideas, London (routledge & Kegan Paul),1978 .
- Heertje.Arnold,'Schumpeter,Joseph Alois' The New Palgrave:A Dictionary of Economics,The Macmillan Press Limited,London, Vol 4,pp263-266.
- Janmaat.A , 'The Hayek Hypothesis and the Production Decision :An Experimental Analysis', Acadia University,Canada,2005 .
- Rabinson.J,' What are the questions',Journal of Economic Literature,1977, P132.
- Kherallah M. and Kirsten J., (2001)' The New Institutional Economics: Applications for Agricultural Policy Research in Developing Countries' MSSD DISCUSSION PAPER NO. 41.

- Makowski. Louis, 'Imperfect Competition' The New Palgrave: A Dictionary of Economics, The Macmillan Press Limited, London, Vol 2, pp723-726.
- Marx.K, (1976), 'Capital', vol 1(Harmondsworth:Penguin Books), p 65 .
- Marx.K, (1986), 'Capital', vol 3(Harmondsworth:Penguin Books), p 355 .
- North. Douglass C. (1992), ' Five Propositions about Institutional Change', Washington University, St. Louis .
- North, Douglass C. (1990), 'Institutions, Institutional Change and Economic Performance' . Cambridge University Press: Cambridge .
- North, Douglass C. (1991), 'Institutions, Organisations and Market Competition' WASHINGTON UNIVERSITY, ST. LOUIS.
- Palma.J.G,'Structuralism' The New Palgrave: A Dictionary of Economics,The Macmillan Press Limited, London,Vol 4, pp 528-531.
- Semmler.Willi,'Competition: Marxian Conception' The New Palgrave:A Dictionary of Economics,The Macmillan Press Limited, London, Vol 1, pp540-542.
- Silva.A.L. (2001), ' Chamberlain on Product Differentiation, Market Structure and Competition: an Essay 'University of Porto,WorkingPaper.
- Stigler.G.J,'Competition',The New Palgrave:A Dictionary of Economics,The Macmillan Press Limited, London,Vol 1, pp531-535 .
- Stigler.G (1975), 'The Citizen and the State', University of Chicago Press .
- Stigler, G.J. (1968), "The Organization of Industry", Richard D. Irwin, Inc., Illinois, United States.
- Stiglitz.J (2002), 'Competition and Competitiveness in a New Economy' AUSTRIAN MINISTRY FOR ECONOMIC AFFAIRS AND LABOUR ECONOMIC POLICY CENTER, Vienna, July, pp 11-20.
- Stiglits.J & Hellmann.T (2000), 'Credit and equity rationing in markets with adverse selection',European Economic Review 44 , pp:281-304 .
- Swedberg.R,' Market as Social Structures',The Handbook of Economic Sociology.