

مثال في عالم الاقتصاد

● خلفية عامة:

توجد شركتان، إحداهما أمريكية للطيران (بوينغ مثلاً) والأخرى شركة ضخمة لتوزيع المنتجات بالجملة (والمارت مثلاً). استثمرت شركة الطيران مؤخراً في إنتاج طائرة من نوع جديد (737)، لكنها اليوم تواجه منافسة في السوق من طرف شركة طيران أوروبية أنتجت طائرة من نوع (Airbus)، وأما شركة التوزيع فتواجه هي الأخرى مستجداً في السوق هو مسألة توزيع الكتب من خلال شبكة الإنترنت. فالأسئلة التي تواجهها تلك الشركات هي: هل تقوم بوينغ بتخفيض سعر طائرتها الجديدة؟ وهل تدخل و المارت سوق توزيع كتب الإنترنت؟ كيف يمكن الاجابة على هذه الأسئلة؟

● في الحالتين، قرار الشركتين بحاجة لاحتمال ردود الفعل الممكنة للشركات المنافسة في السوق. ماذا سوف يكون رد فعل شركة الطيران الأوروبية؟ وماذا سوف يكون رد فعل شركة توزيع الكتب (أمازون)؟

(اقتصرت تحليلات الأسواق الاقتصادية في الماضي على حالتين فقط هما الاحتكار – شركة واحدة فقط؛ والمنافسة النموذجية Perfect Competition – حيث يطغى عدد الشركات على امكانية إحداث تأثير جوهري في السوق لإحداها منفردة ..)

انطلق علم التحليل الاستراتيجي عام 1944، ويستعمل الآن في مجالات عدة مثل

تحليل القرارات المتزامنة

● نفترض أن شركتك وواحدة أخرى فقط تحتكر صناعة منتجات معينة في سوق مشبع، يدر ربحتها مائة مليون دولار، تتنافسها بالتساوي مع الشركة الأخرى. موظف التسويق في شركتك يطرح مشروعاً لاستثمار 30 مليون دولار في مجال الدعاية، وتبين من خلال الدراسات أنه بالرغم من كون السوق مشبعاً إلا أن المستهلك قابل للتأثر من الترويج الدعائي، بحيث يمكن للشركة أن تستزيد إلى 90% من حصة السوق، أي أن تضع يدها على 90 مليون دولار (40+50) ويرتفع ربحها الصافي إلى 60 مليون (30-90)، بينما ينخفض ربح الشركة الأخرى إلى 10 مليون دولار (40-50).

● ولكن: بافتراض أن تقوم الشركة الأخرى بالاستثمار الدعائي المناسب، تستمر عندئذ المنافسة بينكما بالسوق، مع انخفاض الربح لكل منكما بقدر الاستثمار.

المنافس

قرار عدم الدعاية	قرار بالدعاية		أنت
(10، 60)	(20، 20)	قرار بالدعاية	
(50، 50)	(60، 10)	قرار عدم الدعاية	

الملاحظة: آخذاً بعين الاعتبار ماذا يمكن أن يقدم عليه منافسك، فالأفضل لك أن تقرر الاستثمار في الدعاية.

السؤال: هل يوجد حل وما هو؟
استراتيجية الدعاية غالبة (Dominant) وعدم الدعاية
"مغلوب عليها" (Dominated)