

Deregulation

مقررات زدایی به حذف کامل یا جزئی مقررات یا تغییر مقررات موجود در یک یا چند صنعت با هدف بهبود عملکرد اقتصادی اطلاق می‌شود (Ménard and Ghertman, ۲۰۰۹; Van Buren, ۲۰۱۹, ۱۷۳; Macgregor and ۲۰۰۹, ۱۴۱۱; Madsen, ۲۰۱۸). صنایع ارتباطی، بانکی، حمل و نقل و آب و برق صنایعی هستند که مقررات زدایی در آن‌ها اتفاق افتاده است.

هدف مقررات زدایی عبارت است از افزایش رقابت در یک صنعت خاص، ایجاد یک بازار آزاد و تسریع رشد اقتصادی. به دنبال مقررات زدایی صنایع، بنگاه‌های فعال در صنعت قدرت مانور بیشتری برای بهبود محصولات خود پیدا می‌کنند و با تولید نشانه‌های تجاری خود تأثیر بیشتری بر روی مصرف‌کنندگان خواهند داشت (George et al., ۲۰۰۵: ۳۷۶).

مقررات زدایی به‌طور فزاینده‌ای با ارتقای رقابت و رویکرد بازار محور نسبت به تعیین قیمت، مقدار تولید، ورود و سایر تصمیمات اقتصادی معادل در نظر گرفته می‌شود (Khemani and Shapiro, ۱۹۹۳: ۷۴). در برخی از صنایع مقررات ارتباط اندکی با انحصار طبیعی داشته است یا اینکه ارتباطی با آن نداشته است. مقررات به دلایل دیگری نظیر محافظت از ترتیبات کارتل، محافظت از استانداردهای ایمنی یا رفع نیازهای اجتماعی وجود داشته است. هرچه عنصر انحصار طبیعی اهمیت کمتری داشته باشد، مطرح کردن رقابت آسان‌تر خواهد بود (George et al., ۲۰۰۵: ۳۷۴-۳۷۵). به‌طور کلی، وضع مقررات به دلایلی نظیر نامطلوب بودن عملکرد عادی بازار از لحاظ اجتماعی، وجود انحصار طبیعی، وجود پیامدهای خارجی منفی و نقایص بازار اتفاق می‌افتد. با توجه به این استدلال‌ها، سه دلیل عمده برای مقررات زدایی قابل ذکر است: (۱) مقررات موجود مؤثر نبوده و مانع از حصول نتیجه مطلوب اجتماعی می‌شود؛ (۲)

رهبران سیاسی ممکن است بر اساس ایدئولوژی‌های سیاسی مسلط خود بر این باور باشند که کنترل بیش‌ازحد بر تجارت حاکم است و لازم است مقررات زدایی انجام شود؛ (۳) مشاغل و صنایع مقررات کمتر را در مقایسه با مقررات بیشتر ترجیح می‌دهند و صنایع تنظیم شده در صورت سازگاری مقررات زدایی با منافع آن‌ها، به دنبال مقررات زدایی از طریق فشار سیاسی خواهند بود (Van Buren, ۲۰۱۹).

مقررات زدایی رقابت بین شرکت‌های موجود را افزایش می‌دهد و بنگاه‌های فعال در بازار را در معرض ورود بنگاه‌های جدید قرار می‌دهد (George et al., ۲۰۰۵: ۳۷۴-۳۷۵). مقررات زدایی می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد، نظیر مقررات زدایی از ورود به بازار یا خروج از آن و مقررات زدایی از کنترل قیمت. مقررات زدایی می‌تواند جزئی یا کامل، آهسته یا سریع باشد. مقررات زدایی جزئی بدان معنی است که روند مقررات زدایی کامل نیست. این امر ممکن است ناشی از حضور تنظیم‌کننده در فرایند تنظیم یا به دلیل تصمیم تنظیم‌کننده مبنی بر پذیرفتن رقابت تنها در بخشی از بخش تنظیم شده باشد. برای مثال، ممکن است تنظیم‌کننده ورود به بازار را مجاز اعلام کند اما هنوز هم قیمت‌های خرده‌فروشی را تنظیم کند. در فرایند مقررات زدایی، بنگاه‌ها با فشار مضاعف توسعه کنترل‌های سازمانی برای مقررات زدایی و انتخاب استراتژیک روبه‌رو هستند که ممکن است برخی موانع سازمانی پرهزینه را به دنبال داشته باشد. همچنین، شرکت‌ها جهت یادگیری چگونگی فروش محصول خود، در بازاریابی سرمایه‌گذاری خواهند کرد. افزون‌براین، بنگاه‌ها ممکن است در فناوری‌ای جدید سرمایه‌گذاری کنند، بدون اینکه به سهم بازار آن‌ها بیافزاید. پوشش هزینه‌های برگشت‌ناپذیر ایجادشده توسط مقررات زدایی با پیدایش رقابت نسبت به رژیم‌های انحصاری کنترل‌شده قبلی مشکل خواهد بود. بنابراین، مقررات زدایی جزئی با هزینه‌هایی همراه است و این هزینه‌ها می‌توانند منافع اقتصادی مقررات زدایی را از بین ببرند (Ménard and Ghertman, ۲۰۰۹: ۱۷۳-۱۷۵).

وجود ندارد که رقبای جدید یک محصول باکیفیت مشابه یا قابل مقایسه با محصول موجود ارائه دهند (Newber and Pollitt, ۱۹۹۷: ۱۶۹).

کتاب‌شناسی

- George, K. D., Joll, C. & Lynk, E.L. (۲۰۰۵). *Industrial organization: competition, growth and structural change*, London: Taylor & Francis.
- Khemani R. S. & Shapiro D. M. (۱۹۹۳). *Glossary of Industrial Organisation Economics and Competition Law*, OECD.
- Macgregor N., Madsen T.L. (۲۰۱۸). *Regulation/Deregulation*. In: Augier M., Teece D.J. (eds) *The Palgrave Encyclopedia of Strategic Management*, London: Palgrave Macmillan.
- Ménard, C. and Ghertman, M. (۲۰۰۹). *Regulation, Deregulation, Reregulation*, Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Newbery, D. M. and Pollitt, M. G. (۱۹۹۷). "The Restructuring and Privatisation of Britain's CEB: Was it Worth it?", *Journal of Industrial Economics*, ۴۵, ۲۶۹-۳۰۳.
- Van Buren, Harry J. (۲۰۱۹). "Deregulation", *Encyclopedia Britannica*, inc.

کیومرث شهبازی

هیئت علمی گروه اقتصاد دانشگاه ارومیه

مقررات زدایی برای شرکت‌ها مزایای متعددی دارد. اولاً، شرکت‌ها می‌توانند فرایندهای عملیاتی و ضرورت‌های استراتژیک خود را بدون دخالت دولت تعیین کنند. یعنی، آن‌ها می‌توانند محصولات جدیدی را به بازار عرضه کنند، قیمت‌ها را بر اساس عرضه و تقاضا تنظیم کنند، به نواحی و مناطق جدیدی گسترش یابند، زمین و سایر دارایی‌های ثابت را بدون نیاز به مجوز به دست آورند و در نهایت، بدون دخالت دولت با مصرف‌کنندگان تعامل کنند. افزون‌براین، مقررات زدایی در یک اقتصاد بازار در حال ظهور نیز بدان معنی است که دولت به جای برنامه‌ریزی متمرکز نقش کاملی را برای نیروهای بازار در نظر می‌گیرد که کارایی و سود بیشتری را برای شرکت‌ها به دنبال دارد. به همین دلیل بسیاری از شرکت‌ها از مقررات زدایی با آغوش باز استقبال می‌کنند و دولت را تشویق و ترغیب به مقررات زدایی در بخش‌های بیشتری می‌کنند. جدای از این، مقررات زدایی بدان معنی نیز است که شرکت‌ها می‌توانند بر روی قابلیت‌های اصلی خود تمرکز کنند (Newbery and Pollitt, ۱۹۹۷: ۱۶۹).

مقررات زدایی برای مصرف‌کنندگان مزایا و زیان‌هایی دارد. اولاً، مصرف‌کنندگان به دلیل داشتن انتخاب‌های بیشتر نفع می‌برند و از این رو، زمانی که محصولات بنگاه مورد نظر نامرغوب یا گران باشد، می‌توانند تقاضا برای محصولات آن بنگاه را با روی آوردن به محصولات رقبا تحت تأثیر قرار دهند. افزون‌براین، مقررات زدایی به نفع مصرف‌کنندگان است به این دلیل که آن‌ها می‌توانند خریدهای کاراتری داشته باشند و رفتار مصرفی کارا را با خدمات فروش بهتر پاداش داده می‌شود، زیرا جلب نظر مشتری در یک اقتصاد بازار حائز اهمیت است. با این حال، مقررات زدایی ممکن است زیان‌هایی را نیز برای مصرف‌کنندگان به دنبال داشته باشد. به دنبال مقررات زدایی، رقبای جدیدی به بازار وارد می‌شوند و به دلیل کاهش تأثیرگذاری دولت، هیچ تضمینی