



اهمیت سیاست رقابتی در حمایت از مصرف کنندگان

سیاست رقابتی به معنی اعمال قواعدی برای حصول اطمینان از رقابت عادلانه کسب و کارها و بنگاهها با یکدیگر است. سیاست رقابتی موجب تشویق کارآفرینی و کارایی شده، گزینه های گسترده و متنوع تری را برای انتخاب مصرف کنندگان خلق نموده و به کاهش قیمت ها و ارتقاء کیفیت کالاها و خدمات کمک می نماید.

بهترین روش حمایت واقعی از مصرف کنندگان در یک اقتصاد، توسعه سیاست های رقابتی، حاکمیت اقتصاد بازار، حذف انحصارات و شبه انحصارات است. هر چقدر یک اقتصاد از سیاست رقابتی و حاکمیت اقتصاد بازار فاصله بگیرد به همان میزان از رعایت حقوق مصرف کنندگان و ارتقاء سطح استانداردهای زندگی آنها دور خواهد شد. از پیامدهای منفی یک اقتصاد غیر رقابتی، توزیع نابرابر امکانات، تخصیص غیر بهینه منابع، اعمال تبعیض در ارائه و معرفی فرصت های اقتصادی و اجتماعی و عدم توجه به نیازهای جامعه است.

لازم است در راستای تلاش برای تنظیم و اجرای سیاست های رقابتی در یک اقتصاد، اطلاعات کافی نیز به جامعه در رابطه با اثر بخشی اقتصاد بازار در زمینه پشتیبانی از حقوق و ارتقاء سطح زندگی آنها منعکس شود تا بدین طریق از اقدامات برخی مخالفان توسعه اقتصاد بازار به بهانه حمایت از مصرف کنندگان، جلوگیری شود. مصرف کنندگان باید بدانند که در یک اقتصاد رقابتی، آنها همیشه نقش پادشاه را دارند.



قیمت های کمتر برای همه - ساده ترین روش برای اینکه یک بنگاه بتواند سهم بالایی را در بازار کسب نماید، عرضه کالاها با بهترین قیمت است. در یک اقتصاد رقابتی، قیمت ها به سمت پایین حرکت می کنند. این موضوع نه فقط برای مصرف کنندگان - زمانی که مردم امکان و استطاعت خرید کالاها برایشان فراهم می شود - خوب است بلکه باعث تشویق بنگاههای کسب و کار به توسعه تولید و در کل موجب تقویت اقتصاد می گردد.



کیفیت بهتر - رقابت موجب تشویق بنگاهها به ارتقاء کیفیت کالاها و خدمات تولیدی آنها نیز می شود تا از این طریق مشتریان بیشتری را جذب کرده و سهم خود را در بازار توسعه دهند. کیفیت در حوزه های گوناگونی از جمله بالاتر بودن مدت ماندگاری، کارکرد بهتر، دریافت پشتیبانی های فنی و خدمات بهتر بعد از فروش معنی پیدا می کند.



گزینه های بیشتر - در یک اقتصاد رقابتی بنگاهها تلاش خواهند نمود تا محصولات خود را از دیگران متمایز کنند. این اقدام باعث افزایش انتخابها شده و در نتیجه مصرف کنندگان می توانند محصولی را که بهترین توازن را از حیث قیمت و کیفیت آن، تامین می نماید، انتخاب و خریداری نمایند.



نوآوری - برای ایجاد امکان برخورداری از انتخاب های متنوع و تولید محصولات بهتر، نیاز است تا کسب و کارها در رابطه با ایده، طراحی، روش های تولید و خدمات مرتبط با آن نوآور باشند در نتیجه توسعه سیاست رقابتی به رشد نوآوری نیز منجر می شود.



رقبای بهتر در بازارهای جهانی - تقویت رقابت داخلی به بنگاهها کمک می نماید تا توان آنها برای ورود به بازارهای جهانی و رقابت با سایر بنگاههای خارجی تقویت شود لذا پیش نیاز امکان رقابت بلند مدت در بازارهای خارجی و توسعه صادرات، ایجاد اقتصاد رقابتی است.