



Identification and Classification of Factors Influencing the Regulation of Priority Goods Markets Based on Network Governance with an Interpretive Structural Modeling Approach

Sadegh Dadashi 

*Corresponding Author, Ph.D., Department of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. E-mail: dadashi.sadegh52@gmail.com

Fattah Sharifzadeh 

Prof., Department of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. E-mail: harifzadeh_f@atu.ac.ir

Reza Vaezi 

Prof., Department of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. E-mail: vaezi@atu.ac.ir

Hossein Aslipour 

Associate Prof., Department of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. E-mail: aslipour@atu.ac.ir

Abstract

Objective

The increasing complexity within economies and societies, coupled with the limited capacity of governments to address these challenges, has brought network forms of governance into focus. Traditional interactions between the market—how households and firms connect—and government interventions have consistently presented challenges across various economic sectors. Predominantly, governmental organizations have been structured on hierarchical principles, wherein managers must navigate authority, law compliance, and accountability. These managers have traditionally embraced hierarchical management styles. However, the emergence of the New Public Management movement in the 1980s also introduced market governance. Additionally, network governance has become essential, particularly as solitary public sector efforts have proven inadequate in solving complex social issues. This increased societal pressure for cooperation and co-production with the community, rather than mere governance. An area where network governance can be effectively applied is in the regulation of priority goods markets. This study, therefore, proposes a model for regulating the priority goods market using a network governance approach.

Methods

This research utilizes an exploratory mixed-method design, combining thematic analysis—from expert interviews and document reviews—with interpretive structural modeling (ISM). The study targets market regulation experts, selected through purposive sampling, as the statistical population for both qualitative and quantitative phases. The data collection tools

include semi-structured interviews and qualitative document analysis in the qualitative phase, and structured interpretive questionnaires in the quantitative phase.

Results

The model developed comprises seven levels, encompassing actor diversity, specialized and flexible human resources, and various functional domains of the network. These domains range from policy-making within the network to the legal and informational infrastructure, financial resource allocation, network strategy and orientation, multi-level control and oversight, market regulation network support, network policy cycles, and network management.

Conclusion

The diversity of network actors forms the foundation of the model, featuring specialized, semi-specialized, and indirectly influential institutions in market regulation. Specialized and flexible human resources are recognized as critical, positioned prominently within the model. Effective market regulation requires decision-makers who are well-versed in network dynamics and information and communication technology. The functional areas of the network, including supply, storage, distribution, logistics, commercial infrastructure, and pricing, are integral to the model. The formulation of both horizontal and vertical policies within network policy-making is crucial for cohesion and effectiveness. Legal and information technology infrastructures, alongside financial resources, form the third level, emphasizing the necessity for robust legal frameworks and technological connectivity among stakeholders. Financing strategies for the market regulation network must ensure timely and appropriate allocation of both local and foreign currency resources. The model places strategic direction and multi-level oversight near the top, advocating for a self-regulatory, bottom-up approach that fosters social dialogue and understanding. Government oversight remains paramount, with trade unions playing a supervisory role and public participation in field supervision. Policy cycles within the market regulation network should facilitate a clear division of labor, implementation, and rigorous monitoring at both national and provincial levels. Lastly, network management should focus on transparency and accountability among all actors. Additionally, network support must prioritize safeguarding against unauthorized access and cyber threats to maintain the integrity of market regulation network resources.

Keywords: Market regulation, Network governance, Priority goods.

Citation: Dadashi, Sadegh; Sharifzadeh, Fattah; Vaezi, Reza & Aslipour, Hossein (2024). Identification and Classification of Factors Influencing the Regulation of Priority Goods Markets Based on Network Governance with an Interpretive Structural Modeling Approach. *Journal of Public Administration*, 16(4), 899-923. (in Persian)

Journal of Public Administration, 2024, Vol. 16, No.4, pp. 899- 923

Published by University of Tehran, Faculty of Management

<https://doi.org/10.22059/JIPA.2024.378561.3527>

Article Type: Research Paper

© Authors

Received: June 26, 2024

Received in revised form: July 22, 2024

Accepted: October 11, 2024

Published online: November 30, 2024





شناسایی و سطح‌بندی عوامل دخیل در تنظیم بازار کالاهای اولویت‌دار مبتنی بر حکمرانی شبکه‌ای با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری

صادق داداشی

* نویسنده مسئول، دکتری، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
dadashi.sadegh52@gmail.com

فتاح شریف زاده

استاد، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. رایانامه: harifzadeh_f@atu.ac.ir

رضا واعظی

استاد، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. رایانامه: vaezi@atu.ac.ir

حسین اصلی پور

دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. رایانامه: aslipour@atu.ac.ir

چکیده

هدف: با تحولات گسترده در اقتصاد و جامعه و پیچیده‌تر شدن مسائل و ناتوانی دولت‌ها، شکل‌های شبکه‌ای حکمرانی به‌طور روزافزونی در کانون قرار گرفته است. از جمله حوزه‌های مهم و عمومی جامعه که قابلیت کاربست حکمرانی شبکه‌ای را دارد، حوزه تنظیم بازار کالاهای اولویت‌دار است. از این رو پژوهش حاضر به طراحی مدل تنظیم بازار کالاهای اولویت‌دار با بهره‌گیری از رویکرد حکمرانی شبکه پرداخته است.

روش: روش پژوهش آمیخته اکتشافی است و از تلفیق دو روش تحلیل مضمون براساس مصاحبه با خبرگان و ملاحظه اسناد و مدارک کیفی و مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش در هر دو مرحله کیفی و کمی، خبرگانی از حوزه تنظیم بازار بوده است که به‌روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی، مصاحبه نیمه‌ساختار یافته، اسناد و مدارک کیفی و در بخش کمی پرسش‌نامه ساختاری تفسیری است.

یافته‌ها: مدل استخراج شده، از هفت سطح شکل گرفته است که مضامین آن عبارت‌اند از: تنوع بازیگران، منابع انسانی متخصص و منعطف، حوزه‌های کارکردی شبکه، سطوح خط‌مشی‌گذاری شبکه، زیرساخت‌های قانونی و اطلاعاتی، تأمین منابع مالی، استراتژی و جهت‌گیری شبکه، کنترل و نظارت چندسطحی، پشتیبانی شبکه تنظیم بازار، چرخه خط‌مشی‌گذاری شبکه و مدیریت شبکه.

نتیجه‌گیری: در مدل به‌دست‌آمده، تنوع بازیگران شبکه زیربنایی‌ترین سطح مدل محسوب می‌شود. این بازیگران نهادهای تخصصی و نیمه تخصصی‌ای هستند که به‌شکل غیرمستقیم بر تنظیم بازار تأثیر می‌گذارند. منابع انسانی متخصص و منعطف در سطر ششم مدل قرار گرفت. آشنایی تصمیم‌گیران حوزه تنظیم بازار با مباحث تنظیم بازار، شبکه و فناوری اطلاعات و ارتباطات حائز اهمیت است. حوزه‌های کارکردی شبکه در سطر پنجم قرار گرفت که حوزه‌های کارکردی تأمین و ذخیره‌سازی، توزیع، لجستیک و زیرساخت‌های تجاری و قیمت را

در برمی‌گیرد. سطوح خط‌مشی‌گذاری شبکه در سطر چهارم قرار گرفت که تدوین سیاست‌های افقی، عمودی و غیره را شامل می‌شود. سطح سوم شامل زیرساخت‌های قانونی و اطلاعاتی و منابع مالی است. برای تحقق مطلوب‌ترین نتایج از حکمرانی شبکه در تنظیم بازار، داشتن زیرساخت‌های قانونی و فناوری اطلاعاتی، رکن مهمی است و می‌بایست مطابق ارتباطات شبکه‌ای میان بازیگران، زیرساخت‌های فناوری نیز توسعه یابد. در موضوع تأمین مالی شبکه تنظیم بازار، تأمین مالی مناسب و به‌موقع منابع ریالی و ارزی، اهمیت اساسی دارد. استراتژی و جهت‌گیری شبکه و کنترل و نظارت چندسطحی در سطر دوم قرار گرفت. در رویکرد شبکه‌ای تنظیم بازار، استراتژی‌ها و جهت‌گیری‌های بازار، می‌بایست به‌سمت رویکرد خودتنظیم، پایین به بالا، اجتماعی و گفت‌وگومحور و تفاهمی باشد. در شبکه تنظیم بازار می‌بایست نظارت عالی‌برعهده دولت باشد، نظارت توسط واحدهای صنفی انجام شود و مردم نیز در نظارت میدانی مشارکت کنند. در چرخه خط‌مشی‌گذاری، سیاست‌گذاری در کارگروه تنظیم بازار، تقسیم کار ملی و استانی، اجرا و اطلاع‌رسانی به‌همراه رصد و پایش سیاست‌ها و برنامه‌ها واجد اهمیت است. در شبکه تنظیم بازار، مدیریت نقش پاسخ‌گو کردن بازیگران و شفافیت شبکه و غیره را برعهده دارد. در پشتیبانی شبکه، جلوگیری از دسترسی غیرمجاز به منابع شبکه تنظیم بازار، شناسایی و متوقف کردن حملات سایبری و نقض امنیت داده‌ها و غیره مطرح است.

کلیدواژه‌ها: تنظیم بازار، حکمرانی شبکه، کالاهای اولویت‌دار.

استناد: داداشی، صادق؛ شریف‌زاده، فتاح؛ واعظی، رضا و اصلی‌پور، حسین (۱۴۰۳). شناسایی و سطح‌بندی عوامل دخیل در تنظیم بازار کالاهای اولویت‌دار مبتنی بر حکمرانی شبکه‌ای با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری. مدیریت دولتی، ۱۶(۴)، ۸۹۹-۹۲۳.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۰۶

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۵/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۲۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۹/۱۰

doi: <https://doi.org/10.22059/JIPA.2024.378561.3527>

مدیریت دولتی، ۱۴۰۳، دوره ۱۶، شماره ۴، صص. ۸۹۹-۹۲۳

ناشر: دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نویسندگان

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

بازار و چگونگی تعامل میان خانوار و بنگاه‌ها و همچنین، دخالت یا چگونگی دخالت دولت، همواره یکی از موضوعات چالش‌برانگیز در حوزه‌های مختلف اقتصادی بوده است (رجبی‌فرد، ۱۴۰۳). در این میان، سازمان‌های دولتی به‌طور کلی بر مبنای اصول سلسله‌مراتبی سازمان‌دهی می‌شوند. مدیران دولتی بخشی از این نظام‌اند و ناگزیر با ویژگی‌های سلسله‌مراتبی، مانند اقتدار، رعایت قانون و مسئولیت‌پذیری سروکار دارند. سبک اصلی مدیریت این مدیران مدیریت سلسله‌مراتبی است که به آن خو گرفته‌اند. در عین حال، مدیران مزبور ناگزیر با سبک دیگری از حکمرانی، یعنی حکمرانی بازار هم سروکار دارند که جنبش مدیریت دولتی نوین را در دهه ۱۹۸۰ به ارمغان آورده است (طاهری و موسی‌زاده، ۱۴۰۰). سبک سوم حکمرانی که مدیران دولتی باید توانایی اجرای آن را داشته باشند، حکمرانی شبکه‌ای است. این سبک هنگامی پدیدار شد که بخش دولتی دریافت، دیگر به‌تنهایی قادر به حل مشکلات پیچیده اجتماعی نیست و فشارهای اجتماعی به بخش دولتی برای همکاری و تولید مشترک با جامعه، به‌جای حکمرانی صرف بر آن افزایش یافت. اعتماد متقابل از مشخصات حکمرانی شبکه‌ای است و این نوع حکمرانی، بر مبنای همدلی ناشی از درک وابستگی متقابل و ایجاد وفاق و اجماع شکل می‌گیرد (میولمان^۱، ۲۰۰۸).

استقرار و توسعه حکمرانی شبکه‌ای در سازمان‌ها موجب ایجاد پاسخ‌گویی، مسئولیت‌پذیری مسئولان، ارتقای شفافیت در فرایندها و اقدامات دولتی، عدالت و انصاف، مشارکت بیشتر شهروندان، بخش خصوصی و جامعه مدنی با دستگاه‌های دولتی و حاکمیت قانون در ارائه اطلاعات و خدمات دولتی می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که این شیوه حکمرانی قابلیت دارد که در حوزه‌های مختلفی به‌کار برده شود (رامیتی، دلویکچو و سارتور^۲، ۲۰۲۰)؛ چرا که حکمرانی شبکه‌ای می‌تواند منابع چندگانه اجتماعی را از طریق نهادها و نیازهای عمومی موجود برای مقابله با موقعیت‌های اجتماعی پیچیده، یکپارچه و بسیج کند (گائو، ژن و شیانگ^۳، ۲۰۲۱).

تنظیم بازار کالاها در کشور، به‌واسطه سیاست‌های اقتصادی ناظر بر آن که به بیشترین مداخله دولت در بازار معطوف بود، از ساختار سلسله‌مراتبی تبعیت می‌کرد. در ادامه با اصلاحات اقتصادی و اجرای سیاست‌های تعدیل که مبتنی بر کاهش حضور دولت در بازار و حاکمیت سازوکار بازار بود، همواره تلاش کرده است که از رویکردهای بالا به پایین و سیاست‌های دستوری فاصله بگیرد و به بیان دقیق‌تر با خروج از تصدیگری و مداخله غیرمستقیم و اعمال مقررات به نقش تسهیلگری و تنظیمگری بپردازد (زمانیان، محمدزاده، ذوالفقاری و امامیان، ۱۳۹۷). اکنون و در ادامه سیاست‌ها و برنامه‌های مدیریت بازار که به‌واسطه اعمال تحریم‌های بین‌المللی اهمیت دوچندان یافته است؛ به نظر می‌رسد شیوه فعلی حکمرانی تنظیم بازار، به‌دلیل رویکرد سلسله‌مراتبی و از بالا به پایین در تدوین و اجرای خط‌مشی‌های تنظیم بازاری، تمرکز بر تصمیم‌گیرندگان مرکزی و نادیده گرفتن سایر بازیگران، به‌ویژه جامعه مدنی و سمن‌ها در چرخه خط‌مشی‌گذاری، به‌اندازه کافی کارایی ندارد. در این ارتباط می‌توان به طرح درج قیمت تولیدکننده روی کالاها که به‌طور دستوری و بدون اخذ نظر بخش خصوصی برای

1. Meuleman

2. Romiti, Del Vecchio & Sartor

3. Gao, Zhen & Xiong

اجرا ابلاغ شد و همچنین نقش کم‌رنگ انجمن ملی حمایت از مصرف‌کنندگان در چرخه مذکور اشاره کرد (صادقی و منتقمی، ۱۳۸۶). در حال حاضر ساختار و ارکان فعلی تنظیم بازار را «ستاد عالی تنظیم بازار به ریاست معاون اول رئیس‌جمهور» و «کارگروه تنظیم بازار صنعت، معدن و تجارت» و «کارگروه تنظیم بازار کالای کشاورزی» و همچنین، کمیته‌های تخصصی ذیل آن‌ها تشکیل می‌دهد که اعضای آن عبارت‌اند از: بازیگران و نهادهای دولتی و غیردولتی نظیر سازمان برنامه‌بودجه، وزارت صمت (سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان)، وزارت جهاد کشاورزی، اتاق بازرگانی، اتاق اصناف و اتاق تعاون.^۱ از این رو به‌منظور ارتقای کارایی و اثربخشی مدیریت بازار و همچنین پاسخ‌گویی عمومی، افزایش اعتماد عمومی، تقویت جامعه مدنی و کاهش زمینه‌های فساد، به بهره‌گیری از ظرفیت‌های حکمرانی شبکه‌ای نیازمندیم. با توجه به اینکه یکی از موضوعات چالشی برای مدیران بخش دولتی، «تنظیم بازار کالاهای اولویت‌دار» است، پژوهش حاضر به بررسی این موضوع پرداخته است که مدیران دولتی در کشور، چگونه می‌توانند به‌صورت آگاهانه، در ادامه به‌کارگیری شبکه‌های سلسله‌مراتبی و بازار در حوزه «تنظیم بازار کالاهای اولویت‌دار»، از سبک حکمرانی شبکه‌ای بهره بگیرند؟

پیشینه نظری پژوهش

حکمرانی شبکه‌ای

به‌طور کلی، حکمرانی به نحوه تعامل دولت‌ها و سایر سازمان‌های اجتماعی با یکدیگر، شیوه ارتباط آن‌ها با شهروندان و اتخاذ تصمیم‌های پیچیده اشاره دارد. فرایندی است که از طریق آن سازمان‌ها و جوامع، تصمیم‌های مهم خود را می‌گیرند و مشخص می‌کنند که چه کسی در این فرایند درگیر شود و چگونه وظیفه خود را انجام دهد (قره‌داغی، رجایی، مهدلو و آقامحمدی، ۱۴۰۱). نوع‌شناسی مختلفی درباره حکمرانی ارائه شده است و هر یک از نظریه‌پردازان به طبقه‌بندی متفاوتی دست یافته‌اند. حکمرانی خوب، حکمرانی مشترک، حکمرانی شبکه‌ای و غیره (سیمایی چافی و معمارزاده طهران، ۱۴۰۱).

در دهه ۱۹۹۰، روش جدیدی از حکمرانی مبتنی بر شبکه ظهور کرد که دامنه سازوکارهای مدیریت و هماهنگی را گسترش داد. این روش با نقد دو روش قبلی، یعنی روش بازار و سلسله‌مراتب همراه بوده و به زنجیره گسترده ارتباطات، اشکال سازمانی غیررسمی و روابط مبتنی بر اعتماد شناخته شده است (اعتمادی، کنیس، اشتریان، ابوالقاسم گرجی و محمدی کنگرانی،^۲ ۲۰۲۱). اصطلاح حکمرانی شبکه‌ای، به‌جای سازمان شبکه‌ای به‌کار می‌رود و از نظر بسیاری از محققان مدیریت، منظور از حکمرانی شبکه‌ای، سازمان‌دهی ضمنی یا صریح بین دستگاه‌ها، به‌عنوان یک نهاد واحد است و به عبارت دقیق‌تر، فرایند و رویکرد سازمان‌دهی در میان سازمان‌هاست (فرح گل، قاسم‌زاده و زارع مؤیدی، ۱۴۰۱). در حکمرانی شبکه‌ای تعاملات پیچیده بین بازیگران عمومی و غیر عمومی صورت می‌گیرد (وانگ و ران،^۳ ۲۰۲۳؛ سورنسن و تورفینگ

۱. در این ارتباط مصوبات شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا که از سال ۱۴۰۰ برای تصمیم‌گیری درباره معضلات اساسی اقتصاد کشور تشکیل شده و آغاز به کار کرده است، برای ستاد و کارگروه‌های تنظیم بازار لازم‌الاجرا است.

2. Etemadi, Kenis, Ashtarian, Abolghasem Gorji & Mohammadi Kangarani
3. Wang & Ran

تورفینگ^۱، ۲۰۱۸؛ کیلینگ و کاپنجان^۲، ۲۰۱۶). حاکمیت شبکه مکمل شکل سلسله‌مراتبی سنتی حکومت (مانند بوروکراسی) و حاکمیت مبتنی بر بازار (برای مثال خصوصی‌سازی و رقابت بازار) است (تاجیما، تسوجی، سوزوکی و محمد^۳، ۲۰۲۳). شبکه‌ها تلاش می‌کنند تا کنشگران کلیدی مؤثر و در عین حال مختلف را که در حل یک مسئله نقش دارند، در کنار هم گرد آورند. همین امر نیز موجب شده است تا شبکه‌های حکمرانی، در حوزه‌های سیاستی گوناگون و در سطوح مختلفی از حکمرانی تکثیر پیدا کنند. شبکه‌های حکمرانی شکل گرفته در حوزه بهداشت، آب و انرژی، مدیریت منابع، نوآوری، تعلم و تربیت، توسعه اقتصادی و سازمان‌های عمومی مردم نهاد نمونه‌هایی از آن به‌شمار می‌آید (نوچتا و اسکلچر^۴، ۲۰۲۰؛ ژانگ، ژانگ و وو^۵، ۲۰۲۱). افزایش اهمیت شبکه در فرایند فرمول‌بندی سیاست‌ها، پیاده‌سازی و هماهنگی برنامه‌های سیاست‌گذاری و ارائه خدمات عمومی، از تغییرات بسیار مهمی است که حکمرانی شبکه‌ای ایجاد کرده است. دو بُعد اصلی حکمرانی شبکه‌ای، بازیگران و ساختار شبکه است (قیطاسی‌وند، ۱۴۰۲). بازیگران شبکه برای هدایت یک برنامه مشخص هم‌سو با هدف شبکه تعیین می‌شوند و با یکدیگر همکاری می‌کنند. با توجه به نوع مسئله، بازیگران مختلفی، اعم از اداره‌های دولتی، مؤسسه‌های تحقیقاتی، دانشگاه‌ها، شرکت‌ها، انجمن‌ها و غیره، می‌توانند در حکمرانی شبکه‌ای مشارکت داشته باشند. بر اساس نوع بازیگران سه مدل شبکه ایجاد می‌شود (لو و همکاران^۶، ۲۰۱۸):

- شبکه‌های دولتی، شامل بازیگرانی از نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی؛
- شبکه‌های خصوصی، شامل بازیگرانی از نهادهای خصوصی و غیردولتی؛
- شبکه‌های ترکیبی، با مشارکت سازمان‌های دولتی و غیردولتی.

تنظیم بازار

تنظیم بازار، به‌معنای دخالت دولت در اقتصاد با ابزارهای غیرقیمتی نظیر سهمیه، کنترل‌های انحصاری، اطلاعات مورد نیاز برای آگاهی مشتریان و استانداردهای کیفی محصولات است (اصولی قره‌آغاجی، صنایعی و سعیدآبادی، ۱۳۹۵). نظریه تنظیم بازار، مجموعه‌ای از گزاره‌ها یا فرضیه‌هایی در خصوص چرایی مقررات‌گذاری، بازیگران آن و تعاملات بین آن‌هاست. نظریه‌های تنظیم به سه دسته اصلی تقسیم می‌شوند: نظریه‌های منافع عمومی، نظریه‌های منافع خصوصی و نظریه‌های نهادگرایی (پیلتیک^۷، ۲۰۲۳؛ دراهوس^۸، ۲۰۱۷). در نظریه منافع عمومی، اهداف جمعی به‌منظور رفاه عمومی دنبال می‌شود و این عقیده وجود دارد که تصحیح شکست بازار، رفاه عمومی جامعه و به‌دنبال آن، منافع همگانی را افزایش می‌دهد؛ اما واقعیت این است که عوامل شکست بازار بسیار متعدد است و چه بسا حاصل پیامدهای خارجی باشد. بعد از آن، نظریه منافع خصوصی ارائه شد. سخن اصلی این است که سازمانی که قرار است صنعتی را تنظیم کند، خواه

1. Sørensen & Torfing
 2. Klijn & Koppenjan
 3. Tajima, Tsuji, Suzuki & Muhamad
 4. Nochta & Skelcher
 5. Zhang, Zhang, & Wu
 6. Lo et al.
 7. Piltik
 8. Drahos

به‌صورت طراحی شده و خواه طراحی نشده، از سوی آن صنعت تصرف می‌شود. در نهادگرایی سخن از فضای مقررات‌گذاری یا نظام مقررات‌گذاری است که در آن، نه تنها حکومت نقش ایفا می‌کند، شبه مقررات‌گذارانی مانند سازمان‌های مردم‌نهاد، اتحادیه‌های صنفی و انجمن‌های فعال در صنعت نیز نقش دارند و در ساختار هرمی، از ابزارهای گوناگون با بازیگران مختلف کمک می‌گیرند. مقررات‌گذاری هوشمند اروپا در این چارچوب نظری مطرح می‌شود (اسکیوئر^۱، ۲۰۱۷؛ رامالهو و رد ریگو^۲، ۲۰۲۲). مقصود از ابزارهای تنظیم، مجموعه تدابیر، شیوه‌ها، ضمانت اجراها، منابع و نهادهایی است که به‌صورت ساختارمند یک یا چند سیاست حکومتی را در دل بازارهای اقتصادی تمشیت می‌کنند (منوری و راسخ، ۱۳۹۷).

کالاهای اولویت‌دار

بر اساس ابلاغ مصوبه ۴۸۰۲۱ ستاد هدفمندی یارانه‌ها در سال ۱۳۹۴، اولویت‌بندی کالاها و خدمات به سه گروه طبقه‌بندی می‌شود: گروه اول مشمول سیاست‌های تنظیم بازاری (بر اساس نرخ تثبیتی قیمت‌گذاری می‌شوند) است. گروه دوم مشمول رصد و پایش (پس از پیشنهاد واحدهای تولیدی به سازمان حمایت، قیمت کالا تعیین می‌شود) و گروه سوم، کالا و خدماتی هستند که بازارشان کاملاً رقابتی است. با توجه به شرایط تحریم و محدودیت‌های تخصیص ارز در سال‌های اخیر، حسب مصوبه هیئت وزیران در تاریخ ۱۳۹۷/۵/۱۶، فهرست این کالاها به ۲۵ قلم تغییر کرده است که گندم، برنج خارجی، گوشت قرمز، گوشت مرغ، انواع دانه‌های روغنی، انواع کود شیمیایی و لاستیک سنگین، از جمله این کالاها هستند.

پیشینه تجربی پژوهش

بر اساس مرور پیشینه صورت گرفته در پژوهش حاضر، این نتیجه حاصل شد که تاکنون پژوهش‌های اندکی به موضوع حکمرانی شبکه‌ای در حوزه تنظیم بازار پرداخته‌اند که در ادامه به آن‌ها خواهیم پرداخت، ضمن اینکه تحقیقات انجام شده در بخش تنظیم بازار نیز به‌طور عمده، ناظر بر سیاست‌ها و ابزارهای تنظیم بازار بوده‌اند و سبک‌ها و شیوه‌های حکمرانی آن کمتر در کانون توجه قرار گرفته است؛ از این رو پژوهش حاضر در راستای توسعه دانش حکمرانی شبکه‌ای در حوزه تنظیم بازار صورت گرفته است. محقق در بیان پیشینه پژوهش، ابتدا به ارائه مطالعات حکمرانی شبکه‌ای و سپس به مطالعات تنظیم بازار می‌پردازد.

تاجیما و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «مدیریت پسماند بلاهای طبیعی با رویکرد حکمرانی شبکه» بیان کردند که استفاده از رویکرد حکمرانی شبکه در مدیریت پسماند بلاهای طبیعی، به ایجاد درک مشترک و جامعی از مدیریت این پسماندها منجر شده و این مدیریت برای موفقیت، به ظرفیت بازیگران مختلف و شایستگی‌ها شبکه نیازمند است. کلاؤس و ریتال^۳ (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «نهادینه‌سازی حکمرانی شبکه: ایجاد ارزش متقابل با مهار و اجتناب از تضادها در شبکه‌های بین‌سازمانی» بیان کردند که حکمرانی شبکه بین‌سازمانی، مجموعه‌ای از اصول مشترک را ارائه می‌دهد که بر تعامل بین بازیگران شبکه و در نهایت ارزش ایجاد شده در شبکه تأثیر می‌گذارد.

1. Asquer
2. Ramalho & Rodrigo
3. Clauss & Ritala

تنبسل و راج سیلووال^۱ (۲۰۲۲) در مطالعه‌ای به چگونگی تقویت ظرفیت خطمشی سلامت از طریق حکمرانی شبکه در نیوزلند پرداخته‌اند. این خطمشی در زمینه‌ای معرفی می‌شود که در آن مناقشه‌های چشمگیری در این خصوص وجود دارد که کدام شیوه حکمرانی (شبکه یا سلسله‌مراتب) در خطمشی سلامت نیوزلند غالب است؟ اعتمادی و همکاری‌ها (۲۰۲۱) در پژوهشی تحت عنوان «نظریه حکمرانی شبکه به‌عنوان الگوی اساسی برای ارتقای نظام حمایت مالی از فقرا در نظام سلامت ایران» بیان کردند که تحلیل شبکه، به‌عنوان ابزاری برای پیشنهاد اثربخشی حکمرانی مفید است. با تقویت رابطه بین بازیگران اصلی می‌توان به یک سیستم سازمان یافته مدیریت شبکه دست یافت. این شبکه باید شامل همه بازیگران از سطوح مختلف، سیاست‌گذاری تا اجرا باشد.

قیطاسی‌وند (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «چالش‌های حمل‌ونقل رویکرد حکمرانی شبکه‌ای» بیان کرد که در شهر تهران بسیاری از مسائل تبدیل به مشکلات لاینحل شده‌اند و دلیل عمده آن، وجود دیدگاه پروژه محوری در حل مسائل شهری تهران است. برای اعمال مدیریت صحیح در هر زمینه‌ای، می‌بایست خطمشی‌گذاری مناسب صورت پذیرد؛ چراکه فرایند خطمشی‌گذاری اساس مدیریت محسوب می‌شود. یکی از چارچوب‌های مهم در خطمشی‌گذاری، بهره‌گیری از حکمرانی شبکه‌ای به‌دلیل ایجاد دیدگاه چندوجهی در حل مسائل پیچیده است. سیمایی چافی و معمارزاده (۱۴۰۱) در پژوهشی به طراحی مدل ظرفیت‌سازی حکمرانی شبکه‌ای پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که ظرفیت‌سازی حکمرانی شبکه‌ای در قالب مقوله‌های محوری تدوین خطمشی حکمرانی شبکه‌ای، ایجاد مناسبات شبکه‌ای بین بخش‌های دولتی، خصوصی و جامعه مدنی، ایجاد نهاد تصمیم‌گیری مشارکتی بین بازیگران حاکمیتی، ارتقای ظرفیت اجرایی مبتنی بر شبکه، برون‌سپاری وظایف دولت، و استقرار سازوکارهای مدیریت شبکه صورت می‌پذیرد. زارعی (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان راهبردهای تنظیم بازار و ذخیره کالاهای اساسی، راه‌کارهایی ناظر بر شرایط پیش‌رو برای تنظیم بهتر بازار محصولات بخش کشاورزی در راستای تأمین امنیت غذایی پیشنهاد می‌دهد که عبارت‌اند از: ثبت و تدوین آمار و اطلاعات واقعی و دقیق بخش کشاورزی به‌صورت داده‌های تاریخی و سری زمانی، مدیریت هوشمند توزیع کالاهای اساسی، حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در بخش کشاورزی و حمایت از تولید داخلی است.

مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (۱۳۹۹) در طرح تدوین پیش‌نویس سند نقشه‌راه تنظیم بازار کشور، به بررسی وضع موجود و آسیب‌شناسی تنظیم بازار، چارچوب مفهومی نقشه‌راه تنظیم بازار، بازیگران مرتبط با تنظیم بازار کالا در حوزه‌های کارکردی و مهم وظایف کلیدی و چارچوب برنامه‌های عملیاتی و پشتیبان اجرای نقشه‌راه تنظیم بازار کشور پرداخته است. بررسی پیشینه تحقیق نشان داد که دو گروه مطالعات در ارتباط با موضوع تحقیق صورت گرفته است. دسته اول مطالعات مرتبط با تنظیم بازار، به‌طور عمده ناظر به سیاست‌ها و ابزارهای تنظیم بازار است و در آن، به مباحث حکمرانی و سبک مطلوب توجهی نشده است. دسته دیگر مطالعات مرتبط با حکمرانی شبکه‌ای است که در حوزه‌هایی نظیر سلامت و حمل‌ونقل درون شهری انجام شده و هیچ‌یک به موضوع تنظیم بازار نپرداخته است. در واقع مغفول ماندن ابعاد حکمرانی در مطالعات تنظیم بازار، موجب نقص بسته‌های اجرایی و اسناد سیاستی حوزه تنظیم بازار در

اتخاذ شیوه حکمرانی می‌شود. از این رو پژوهش حاضر در راستای توسعه دانش حکمرانی شبکه‌ای و کاربرد آن در تنظیم بازار کالاهای اولویت‌دار، به ارائه مدل تنظیم بازار کالاهای اولویت‌دار مبتنی بر الگوی حکمرانی شبکه‌ای پرداخته است که فاقد سابقه پژوهشی در این خصوص است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ فلسفه پژوهش تفسیرگرایانه، از حیث رویکرد پژوهش قیاسی - استقرایی، بر اساس هدف کاربردی و بر اساس استراتژی توصیفی و به لحاظ نوع داده‌ها کمی و کیفی است. روش گردآوری داده‌ها در بخش کیفی، از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و تحلیل اسناد و مدارک مرتبط با موضوع پژوهش و در بخش کمی از طریق پرسش‌نامه خبره (ساختاری - تفسیری) بوده است. جامعه آماری پژوهش در هر دو بخش، خبرگانی متشکل از مدیران و صاحب‌نظران علمی و اجرایی است که با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی، ۲۰ نفر از آنان به‌عنوان اعضای نمونه و ۲۵ متن و مدرک کیفی مرتبط به شرح جدول ۱ انتخاب شدند.

جدول ۱. اعضای نمونه، اسناد و مدارک کیفی

ردیف	گروه	تعداد
۱	وزرا و معاونان وقت اقتصاد و بازرگانی کشور	۱۲
۲	صاحب‌نظران علمی	۸
۳	اسناد سیاستی تنظیم بازار	۳
۴	متون و مدارک حکمرانی شبکه‌ای	۲۲

به این ترتیب، براساس اصل کفایت نظری تا سرحد اشباع، داده‌ها و اطلاعات موردنیاز جمع‌آوری شدند. از آنجا که پژوهش حاضر یک پژوهش آمیخته است، باید روش‌شناسی پژوهش به تفکیک کیفی و کمی ارائه شود. ابزاری گردآوری اطلاعات در بخش کیفی پژوهش مصاحبه و تحلیل اسنادی است که با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون و با استفاده از نرم‌افزار Nvivo تحلیل شدند. از آنجا که در این پژوهش، خروجی روش کیفی ورودی روش کمی است، سنجش اعتبار و پایایی بخش کیفی بسیار اهمیت دارد. بر این اساس برای تعیین روایی و پایایی مضامین استخراج شده، از شاخص‌های قابلیت اطمینان، شامل پایایی باز آزمون استفاده شد. میزان پایایی بازآزمون در فاصله زمانی یک ماه ۷۴ درصد محاسبه شده است و چون پایا بودن حداقل ۷۰ درصد قابل قبول است، پس بخش کیفی پژوهش حاضر از پایایی برخوردار است. در مرحله کمی به‌منظور کاوش شبکه روابط علت و معلولی و تعیین درجه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هر یک از مؤلفه‌ها از یکدیگر، از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شد. در پایان به‌منظور بررسی قدرت نفوذ و میزان وابستگی و دسته‌بندی عوامل بر اساس آن‌ها، از تحلیل میک‌مک استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

گام اول: تعیین ابعاد و عناصر

برای استخراج ابعاد و عناصر مدنظر از روش تحلیل مضمون و انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و تحلیل اسناد استفاده شد. عوامل مؤثر بر حکمرانی شبکه‌ای تنظیم بازار کالاهای اولویت‌دار، به صورت جدول ۲ به دست آمده است. روند ساخت مضامین به صورت استقرایی و از بطن مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و مطالعه اسنادی بوده است؛ از این رو به منظور توضیح هریک از آن‌ها، چند عبارت از اسناد یا نقل قول از مصاحبه‌شوندگان ارائه شده است. در ضمن، نوع‌شناسی مضمون در این پژوهش، مطابق با دسته‌بندی رایان و برنارد صورت گرفته است. این دو در طبقه‌بندی خود برای انواع مضامین، نوع دو سطحی تفکیک مضامین در قالب دو دسته مضامین اصلی و مضامین فرعی را پیشنهاد کرده‌اند.

جدول ۲. خروجی روش تحلیل مضمون

کد	نمونه عبارات مصاحبه‌شوندگان / اسناد و مدارک کیفی	مضمون فرعی	مضمون اصلی
س ۴۷-۱	از نظر میزان ارتباط و نقش هر یک از بازیگران تنظیم بازار در حوزه مذکور سه سطح قابل احصا است:	نهادهای تخصصی تنظیم بازار (ستاد تنظیم بازار، کارگروه تنظیم بازار، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و...)	تنوع بازیگران
س ۴۸-۱	سطح ۱: نهادهایی که مأموریت اصلی آن‌ها حوزه تنظیم بازار است و به صورت تخصصی در این حوزه فعالیت می‌کنند.	نهادهای نیمه تخصصی تنظیم بازار (وزارت صمت، وزارت جهاد کشاورزی، بانک توسعه صادرات و... اتاق بازرگانی، اتاق اصناف و...)	
س ۴۹-۱	سطح ۲: نهادهایی که بخشی از وظایف آن‌ها مربوط به تنظیم بازار است. سطح ۳: نهادهایی که غیرمستقیم بر تنظیم بازار تأثیر می‌گذارند.	نهادهای تأثیرگذار غیرمستقیم بر تنظیم بازار (وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، وزارت راه و شهرسازی و...)	
س ۵۰-۱	با توجه به گستردگی و پیچیدگی موضوع تنظیم بازار، مجریان اصلی حوزه مذکور و اهم وظایف آن‌ها به تفکیک حوزه کارکردی به شرح زیر است	حوزه کارکردی تأمین و ذخیره‌سازی	حوزه‌های کارکردی شبکه
س ۵۱-۱		حوزه کارکردی توزیع، لجستیک و زیرساخت‌های تجاری	
س ۵۲-۱		حوزه کارکردی قیمت	
س ۵۴-۱	الزامات سطح کلان (سیاست افقی) ثبات نسبی در متغیرهای کلان اقتصادی؛ هماهنگی سیاست‌های کلان (بازار کالا، کار، پول و ارز) و سیاست‌های تنظیم بازار؛ هماهنگی سیاست‌های بخشی (تولیدی و تجاری) و سیاست‌های تنظیم بازار؛ تسهیل مقررات حوزه کسب‌وکار مؤثر بر سیاست‌های تنظیم بازار و ثبات قوانین و مقررات مؤثر بر حوزه تنظیم بازار؛	تدوین سیاست‌های افقی	سطوح خط‌مشی‌گذاری شبکه
س ۵۵-۱		تدوین سیاست‌های عمودی	
س ۵۶-۱		اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های کارکردی	

کد	نمونه عبارات مصاحبه‌شوندگان / اسناد و مدارک کیفی	مضمون فرعی	مضمون اصلی
س ۱-۵۸	چنانچه ضرورت اتخاذ سیاست‌های تنظیم بازاری در سطوح کلان و خرد وجود داشته باشد، این امر به دو صورت امکان‌پذیر خواهد بود. یا ابتدا در سطح	تصمیم‌سازی در کمیته‌های تنظیم بازار	چرخه خط‌مشی‌گذاری شبکه
س ۲-۵۹	کمیته‌ها بررسی و تصمیم‌سازی‌های لازم انجام و برای تصمیم‌گیری به کارگروه ارسال می‌شود یا	سیاست‌گذاری در کارگروه تنظیم بازار	
س ۳-۶۰	به صورت مستقیم در سطح کارگروه سیاست‌گذاری می‌شود. سیاست‌گذاری‌ها بر اساس تقسیم‌کار به سازمان‌های مرتبط جهت اجرا ابلاغ می‌شود و نظارت نیز در این مرحله صورت می‌پذیرد.	تقسیم کار ملی و استانی در کارگروه تنظیم بازار	
م ۲۰-۳	ما باید رویکردها را اجتماعی کنیم. شبکه‌ای کنیم. مسئله‌محور باشیم، ائتلاف محور باشیم. رویکرد باید پایین به بالا باشد. خود تنظیم باید باشیم. ولی باید توانمند کنیم بازیگران را ولی بازی برهم‌زن‌ها باید تنبیه شوند.	اتخاذ رویکرد خودتنظیم در بازار	استراتژی و جهت‌گیری شبکه
م ۲۰-۴		اتخاذ رویکرد پایین به بالا، اجتماعی و گفت‌وگو محور	
م ۲۰-۵		ایجاد مفاهمه	
م ۲-۱۳	بسته سیاستی باید تعریف دوباره داشته راجع با وظایف اضافه برای اتحادیه‌ها و اصناف داشته باشیم و بسترهای فناوری اطلاعات را هم بسازد	بسترسازی برای فناوری اطلاعات	زیرساخت‌های قانونی و اطلاعاتی
م ۲-۱۴		ایجاد بازار اطلاعات از طریق فناوری	
م ۲-۱۵		بهره‌گیری از فناوری در انتشار اطلاعات	
م ۴-۷	یکی دیگر از مشکلات جاری تنظیم بازار کشور این است که تصمیم‌گیران حوزه تنظیم بازار با مسائل تخصصی آشنا نیستند نه با حوزه تنظیم بازار و کسی هم پاسخ‌گو نیست. این باعث مشورت‌های منفعت‌طلبانه بنگاه‌ها به مسئولان می‌شود.	آشنایی تصمیم‌گیران حوزه تنظیم بازار با مباحث تنظیم بازار	منابع انسانی متخصص و منعطف
م ۳-۶		آشنایی تصمیم‌گیران حوزه تنظیم بازار با مباحث شبکه	
م ۲-۱۵		آشنایی تصمیم‌گیران حوزه تنظیم بازار با فناوری اطلاعات و ارتباطات	
س ۱-۱۰	کاهش درآمدهای نفتی از یک سو تأمین ارز کالاهای اولویت‌دار را با محدودیت روبه‌رو کرده است و از سوی دیگر با اثرگذاری بر عرضه ارز به افزایش نرخ ارز و چند نرخی شدن آن منتهی شده است.	پشتیبانی دولت، تأمین و تخصیص اعتبارات ریالی لازم	تأمین منابع مالی
س ۱-۱۱		تخصیص مناسب ارز	
س ۱-۱۲		ارائه تسهیلات و تخفیفات برای توسعه شبکه تنظیم بازار	
	در حوزه بازرگانی هیچ ساز و کاری برای پاسخ‌گو کردن بخش خصوصی ایجاد نکردیم. باید برای بازرگانی حداقل‌هایی و استانداردهایی بگذاریم.	پاسخ‌گو نمودن بازیگران تنظیم بازار	مدیریت شبکه تنظیم بازار
		شفافیت عملکرد بازیگران برای دیگر اعضای شبکه	

کد	نمونه عبارات مصاحبه‌شوندگان / اسناد و مدارک کیفی	مضمون فرعی	مضمون اصلی
۱۰-۳م	۵ بازیگر کلی غیر دولت، تشکل‌ها، تولید کننده و وارد کننده و صادر کننده و مصرف کننده است و باید بستر گردش اطلاعات بین این پنج تا فراهم شود	جلوگیری از دسترسی غیرمجاز به منابع شبکه تنظیم بازار	پشتیبانی شبکه تنظیم بازار
۱۱-۳م		شناسایی و متوقف کردن حملات سایبری و نقض امنیت داده‌ها	
۱۲-۳م		اطمینان از دسترسی ایمن بازیگران بازار به منابع شبکه مورد نیازشان	
۸-۷م	دولت باید بیاید در جایگاه نظارت عالی. یکی از عوامل مهم تنظیم بازار بحث نظارت و بازرسی است. در نظارت و بازرسی باید یک بعد کارشناسی را تقویت کنیم یک بعد میدانی را. کارشناسی باید تحقیق کنید از نیاز تا تأمین و توزیع و تغییرات قیمتی و غیره و غیره. پیشبینی کنیم به صورت درست.	عاملیت نظارت بر شبکه توسط واحدهای صنفی و سازمان حمایت در دو بعد کارشناسی و میدانی	کنترل و نظارت چند سطحی

گام دوم: ایجاد ماتریس خود تعاملی ساختاری

تعداد سطر و ستون این ماتریس مربعی به همان تعداد مضامین استخراج شده است؛ آن گاه روابط دوجه دو متغیرها توسط اعداد مشخص می‌شود. برای تعیین روابط بین عناصر از یک طیف چهارتایی به صورت زیر استفاده شده است:

سه: عامل سطر i روی عامل ستون کاملاً مؤثر است (تأثیر زیاد).

دو: عامل سطر i روی عامل ستون مؤثر است. (تأثیر متوسط).

یک: عامل سطر i روی عامل ستون مؤثر ناچیزی دارد (تأثیر اندک).

صفر: عامل سطر i روی عامل ستون بی‌تأثیر است (بدون تأثیر).

جدول ۳. ماتریس خود تعاملی ساختاری

ردیف	عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۱	تنوع بازیگران		۳۷	۳۲	۲۸	۳۲	۲۸	۳۳	۳۱	۴۲	۳۰	۳۵
۲	حوزه‌های کارکردی شبکه	۲۸		۳۲	۲۵	۳۲	۲۶	۲۶	۲۷	۳۳	۲۵	۲۳
۳	سطوح خط‌مشی‌گذاری شبکه	۲۸	۲۶		۳۱	۳۲	۲۹	۳۰	۳۰	۳۵	۳۳	۳۱
۴	چرخه خط‌مشی‌گذاری شبکه	۲۶	۲۸	۲۴		۲۶	۲۶	۲۱	۲۹	۳۱	۲۷	۲۵
۵	استراتژی و جهت‌گیری شبکه	۲۴	۲۸	۲۹	۲۸		۲۸	۲۷	۲۷	۳۶	۳۵	۳۳
۶	زیرساخت‌های قانونی و اطلاعاتی	۲۳	۲۷	۲۴	۲۶	۲۷		۲۲	۲۷	۳۶	۳۳	۳۶
۷	منابع انسانی متخصص و منعطف	۲۶	۳۱	۳۴	۳۰	۳۳	۳۲		۳۱	۳۷	۳۳	۲۷
۸	تأمین منابع مالی	۲۱	۲۵	۲۵	۲۲	۲۵	۲۹	۲۹		۳۳	۳۲	۳۲
۹	مدیریت شبکه تنظیم بازار	۲۹	۳۳	۳۰	۳۰	۳۲	۳۰	۳۰	۳۱		۳۴	۳۵
۱۰	پشتیبانی شبکه تنظیم بازار	۱۷	۲۴	۲۶	۲۷	۲۴	۲۷	۲۷	۲۵	۳۰		۲۶
۱۱	کنترل و نظارت چند سطحی	۲۰	۲۹	۲۳	۲۷	۳۱	۲۷	۲۸	۲۶	۳۵	۳۱	

گام سوم: طراحی ماتریس دستیابی

ماتریس دستیابی با تعیین روابط به صورت صفر و یک، از روی ماتریس مرحله قبل طی دو مرحله به دست می‌آید. در مرحله اول، ابتدا یک مقیاس عددی واحد در نظر گرفته شده و اعداد جدول مرحله قبل با آن مقایسه می‌شود. در صورتی که عدد مربوط در جدول ۳ از مقیاس بزرگ‌تر باشد، از عدد یک و در غیر این صورت از صفر استفاده می‌شود.

$$m = 2 \times n \quad \text{عدد مقیاس} = m$$

$$n = \text{تعداد پرسش‌نامه‌های جمع‌آوری شده} = 2 \times 15 = 30$$

در پژوهش حاضر عدد مقیاس ۳۰ به دست آمد. حاصل این محاسبات که ماتریس دستیابی است، در جدول ۴ آمده است. به عبارت دیگر، اعداد صفر و یک به این معناست که رابطه‌ای بین دو مؤلفه وجود دارد یا خیر. اگر عدد صفر باشد یعنی رابطه‌ای بین دو مؤلفه برقرار نیست. چنانچه عدد یک باشد، یعنی این دو مؤلفه با همدیگر رابطه دارند.

جدول ۴. ماتریس دستیابی

ردیف	عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	قدرت نفوذ
۱	تنوع بازیگران		۱	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۸
۲	حوزه‌های کارکردی شبکه	۰		۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۳
۳	سطوح خط‌مشی‌گذاری شبکه	۰	۰		۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۷
۴	چرخه خط‌مشی‌گذاری شبکه	۰	۰	۰		۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱
۵	استراتژی و جهت‌گیری شبکه	۰	۰	۰	۰		۰	۰	۰	۱	۰	۰	۴
۶	زیرساخت‌های قانونی و اطلاعاتی	۰	۰	۰	۰	۰		۰	۰	۰	۱	۱	۳
۷	منابع انسانی متخصص و منعطف	۰	۱	۱	۱	۱	۱		۱	۱	۱	۰	۸
۸	تأمین منابع مالی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰		۱	۱	۱	۳
۹	مدیریت شبکه تنظیم بازار	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱		۱	۱	۹
۱۰	پشتیبانی شبکه تنظیم بازار	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰		۱	۲
۱۱	کنترل و نظارت چند سطحی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰		۳
-	میزان وابستگی	۰	۳	۴	۴	۶	۲	۳	۵	۱۰	۸	۶	-

گام چهارم: معین نمودن روابط و سطح‌بندی عوامل

در این مرحله به دنبال این هستیم که بدانیم کدام عوامل متغیرهای پیوندی، مستقل، وابسته و خودمختار است. برای شناسایی چنین روابطی، باید عوامل سطح‌بندی شوند. قطعاً عوامل سطح یک در زمره متغیرهای وابسته است و آخرین سطح جزء متغیرهای مستقل به‌شمار می‌رود. برای سطح‌بندی نیز باید برای تک‌تک عوامل، مجموعه دستیابی (خروجی) و مجموعه پیش‌نیاز (ورودی) شناسایی شوند. مجموعه دستیابی هر عامل، شامل عواملی می‌شود که از این عامل تأثیر می‌پذیرد و مجموعه پیش‌نیاز شامل عواملی می‌شود که بر این عامل تأثیرگذار است. این تأثیر و تأثرها با استفاده از ماتریس دستیابی به دست می‌آید.

پس از تعیین مجموعه دستیابی و پیش‌نیاز هر عامل، عناصر مشترک این دو مجموعه برای هر عامل شناسایی می‌شود؛ سپس نوبت به تعیین سطح عوامل می‌رسد. در اولین جدول، عاملی در بالاترین سطح قرار می‌گیرد که مجموعه دستیابی و عناصر مشترک آن کاملاً یکسان باشد. پس از تعیین این عامل یا عوامل، آن‌ها از جدول حذف شده و با دیگر عناصر باقی‌مانده جدول بعدی تشکیل خواهد شد.

جدول ۵. سطح‌بندی عوامل

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
۱	۲-۳-۵-۷-۸-۹-۱۰-۱۱	۰	۰	
۲	۳-۵-۹	۱-۷-۹	۹	
۳	۴-۵-۷-۸-۹-۱۰-۱۱	۱-۲-۷-۹	۷-۹	
۴	۹	۳-۵-۷-۹	۹	یک
۵	۴-۹-۱۰-۱۱	۱-۲-۳-۷-۹-۱۱	۰	
۶	۹-۱۰-۱۱	۷-۹	۹	
۷	۲-۳-۴-۵-۶-۸-۹-۱۰	۱-۳-۹	۳-۹	
۸	۹-۱۰-۱۱	۱-۳-۷-۹-۱۰	۹	
۹	۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۱۰-۱۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۱۰-۱۱	۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۱۰-۱۱	یک
۱۰	۸-۹	۱-۳-۵-۶-۷-۸-۹-۱۱	۸-۹	یک
۱۱	۵-۹-۱۰	۱-۳-۵-۶-۸-۹	۵-۹	

بنابراین عوامل ۴، ۹ و ۱۰ یعنی مضامین «چرخه ختامشی‌گذاری شبکه»، «مدیریت شبکه تنظیم بازار» و «پشتیبانی شبکه تنظیم بازار» دارای مجموعه خروجی و ورودی یکسانی‌اند؛ یعنی این چهار عامل بیشترین تأثیرپذیری را از سایر عوامل و کمترین تأثیرگذاری را بر آن‌ها دارند و از این جهت در بالاترین سطح مدل نهایی قرار می‌گیرند. با حذف این سه عامل، جدول ۶ سطح دوم عوامل را نشان می‌دهد.

جدول ۶. ادامه سطح‌بندی عوامل (سطح دوم)

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
۱	۲-۳-۵-۷-۸-۱۱	۰	۰	
۲	۳-۵	۱-۷	۰	
۳	۵-۷-۸-۱۱	۱-۲-۷	۷	
۵	۱۱	۱-۲-۳-۷-۱۱	۱۱	دو
۶	۱۱	۷	۰	
۷	۲-۳-۵-۶-۸	۱-۳	۳	
۸	۱۱	۱-۳-۷	۰	
۱۱	۵	۱-۴-۵-۶-۸	۵	دو

با عنایت به جدول بالا، عوامل استراتژی و جهت‌گیری شبکه و کنترل و نظارت چندسطحی حذف می‌شوند و در سطح دوم مدل نهایی جای می‌گیرند. در جدول ۷ عوامل سطح سوم حاصل شده است.

جدول ۷. ادامه سطح‌بندی عوامل (سطح سوم)

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
۱	۲-۳-۷-۸	۰	۰	
۲	۳	۱-۷	۰	
۳	۷-۸	۱-۲-۷	۷	
۶	۰	۷	۰	سه
۷	۲-۳-۶-۸	۱-۳	۳	
۸	۰	۱-۳-۷	۰	سه

عوامل زیرساخت‌های قانونی و اطلاعاتی و تأمین منابع مالی در سطح سوم قرار می‌گیرند.

جدول ۸. ادامه سطح‌بندی عوامل (سطح چهارم)

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
۱	۲-۳-۷	۰	۰	
۲	۳	۱-۷	۰	
۳	۷	۱-۲-۷	۷	چهار
۷	۲-۳	۱-۳	۳	

عامل سطوح خط‌مشی‌گذاری شبکه در سطح چهارم قرار می‌گیرند.

جدول ۹. ادامه سطح‌بندی عوامل (سطح پنجم)

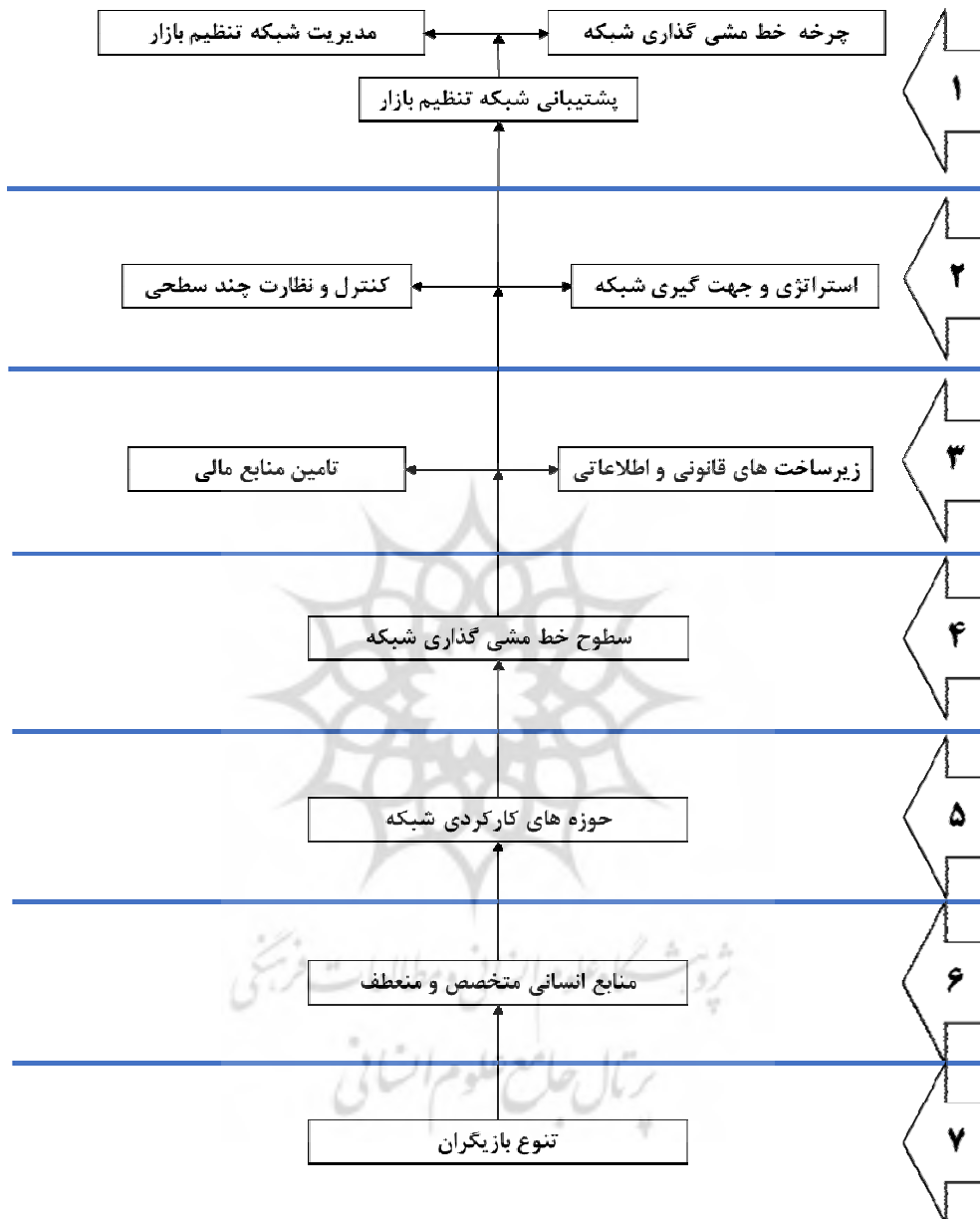
عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
۱	۲-۷	۰	۰	
۲	۰	۱-۷	۰	پنج
۷	۲	۱	۰	

عامل حوزه‌های کارکردی شبکه در سطح پنجم قرار می‌گیرند. پس از آن تجزیه و تحلیل میک‌مک^۱ اجرا شد که در اصل، تشخیص و تحلیل قدرت نفوذ و وابستگی هریک از مضمون‌هاست. در این تحلیل، عوامل بر مبنای مقدار وابستگی و قدرت نفوذ خود به چهار دسته طبقه‌بندی می‌شوند که در جدول ۱۰ میزان قدرت و میزان وابستگی آن‌ها نمایش داده شده است.

جدول ۱۰. ادامه سطح‌بندی عوامل (سطح ششم)

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
۱	۷	۰	۰	هفت
۷	۰	۱	۰	شش

پس از تعیین سطح عوامل یازده گانه، رابطه آن‌ها با هم به شکل یک مدل نمایش داده شد.



شکل ۱. مدل تنظیم بازار کالای های اولویت دار مبتنی بر حکمرانی شبکه ای

جدول ۱۱. تحلیل میک مک

عامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
قدرت نفوذ	۸	۳	۷	۱	۴	۳	۸	۳	۹	۲	۳
میزان وابستگی	۰	۳	۴	۴	۶	۲	۳	۵	۱۰	۸	۶

تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ و میزان وابستگی

هدف از این گام، تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر یک از عوامل است. در این گام، عوامل یازده‌گانه در چهار گروه دسته‌بندی شدند. اولین گروه در ناحیه ۱ قرار دارد. در این گروه متغیرهای خودمختار قرار گرفته است. این متغیرها قدرت نفوذ و وابستگی کمی دارند، تا حدی از بقیه متغیرها جدا هستند و ارتباط اندکی با آنها دارند. در پژوهش حاضر، عوامل حوزه‌های کارکردی شبکه، چرخه خطمشی‌گذاری شبکه، زیرساخت‌های قانونی و اطلاعاتی و تأمین منابع مالی در این ناحیه قرار گرفته‌اند. گروه دوم، در ناحیه ۲ قرار می‌گیرد. در این گروه متغیرهای وابسته قرار گرفته است. این متغیرها قدرت نفوذ کم، ولی وابستگی زیادی دارند. عوامل استراتژی و جهت‌گیری شبکه، پشتیبانی شبکه تنظیم بازار و کنترل و نظارت چندسطحی در این ناحیه جای گرفته‌اند. گروه سوم که در ناحیه سه قرار دارد، متغیرهای پیوندی را پوشش می‌دهد. این متغیرها قدرت نفوذ و وابستگی زیادی دارند. در حقیقت، هر نوع اقدامی روی این متغیرها، باقی متغیرها را تغییر می‌دهد. عامل مدیریت شبکه تنظیم بازار در ناحیه پیوندی واقع شده است. گروه چهارم که در ناحیه چهار قرار دارد، متغیرهای مستقل هستند. این متغیرها قدرت نفوذ زیاد و وابستگی کمی دارند. عوامل تنوع بازیگران، سطوح خطمشی‌گذاری شبکه و منابع انسانی متخصص و منعطف در ناحیه مستقل شده است. به متغیرهایی که قدرت نفوذ زیادی دارند، متغیرهای کلیدی گفته می‌شود. مشخص است که این متغیرها در یکی از دو گروه متغیرهای پیوندی یا مستقل قرار می‌گیرند.

جدول ۱۲. ماتریس میک مک

۱۱						مستقل (نفوذ)						پیوندی (متصل)
۱۰												
۹											۹	
۸	۱				۷							
۷					۳							
۶												
۵						خودمختار						وابسته
۴							۵					
۳			۶	۲		۸	۱۱					
۲								۱۰				
۱					۴							
۰												
-	۰	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱

نتیجه‌گیری

همان‌طور که در بررسی پیشینه تحقیق اشاره شد هیچ یک از مطالعات تنظیم بازار (به‌عنوان مثال زارعی، ۱۴۰۲) به ابعاد حکمرانی تنظیم بازار نپرداخته‌اند. در این میان مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (۱۳۹۹)، به‌عنوان مطالعه

پشتیبان سند نقشه‌راه تنظیم بازار کشور در مقایسه با سایر مطالعات، ابعاد مختلفی از تنظیم بازار را مورد توجه و بررسی قرار داده است که این پژوهش در راستای تکمیل آن، ابعاد حکمرانی تنظیم بازار کالاهای اولویت‌دار را مبتنی بر حکمرانی شبکه‌ای و تأثیر و تأثر عوامل بر هم ارائه داده است. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (۱۳۹۹) در چارچوب مفهومی خود که مبتنی بر برنامه‌ریزی استراتژیک است، با ترسیم اهداف و چشم‌انداز تنظیم بازار کالاهای اولویت‌دار و ارائه انواع سیاست‌ها و حوزه‌های کارکردی تنظیم بازار و همچنین بازیگران و وظایف مرتبط با هر یک، در نهایت بدون اشاره به شیوه حکمرانی، به چارچوب و برنامه عملیاتی تنظیم بازار می‌رسد؛ اما پژوهش حاضر با مینا قرار دادن حکمرانی شبکه‌ای، با ارائه مدلی سعی در سازمان‌دهی و طبقه‌بندی مجموعه عوامل بازیگران، استراتژی و سیاست‌ها، حوزه‌های کارکردی و الزامات و همچنین قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر کدام از عوامل دارد، ضمن اینکه عوامل را بر اساس مدل در چهار گروه پیوندی، مستقل، وابسته و خودمختار طبقه‌بندی می‌کند. برای این منظور پژوهش در دو بخش کیفی و کمی انجام شد. نتایج بخش کیفی احصای یازده مضمون بود که عبارت‌اند از: تنوع بازیگران، حوزه‌های کارکردی شبکه، منابع انسانی متخصص و منعطف، سطوح خطمشی‌گذاری شبکه، چرخه خطمشی‌گذاری شبکه، استراتژی و جهت‌گیری شبکه، زیرساخت‌های قانونی و اطلاعاتی، تأمین منابع مالی، مدیریت شبکه تنظیم بازار، پشتیبانی شبکه تنظیم بازار و کنترل و نظارت چندسطحی.

پس از احصای مضامین شبکه روابط میان مضامین جهت استخراج مدل، مورد نظر قرار گرفت. مدل ایجاد شده نشان داد بازیگران شبکه به‌عنوان زیربنایی‌ترین سطح مدل محسوب می‌شوند. این بازیگران شامل نهادهای تخصصی تنظیم بازار (ستاد تنظیم بازار، کارگروه تنظیم بازار، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، نهادهای نیمه تخصصی تنظیم بازار (وزارت صمت، وزارت جهاد کشاورزی، بانک توسعه صادرات، اتاق بازرگانی، اتاق اصناف و غیره) و نهادهای تأثیرگذار غیر مستقیم بر تنظیم بازار (وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، وزارت راه و شهرسازی) هستند. مطابق متون مورد بررسی (سند اول) در وضعیت فعلی تنظیم بازار کالاهای اولویت‌دار، بازیگران متنوع دولتی، خصوصی و مردمی در سطح خطمشی‌گذاری وجود دارد؛ اما برخلاف منطبق حکمرانی شبکه‌ای، نقش ایشان بیشتر جنبه مشورتی است تا جنبه شریک و همکار. ضمن اینکه توزیع قدرت میان این بازیگران متوازن نیست و دولت در این امر نقش محوری دارد. به بیان دیگر، رویکرد حاکم در این حوزه بالا به پایین و سلسله‌مراتبی است و بازیگران بخش‌های خصوصی و مردمی، در تصمیم‌گیری قدرت چندانی ندارند. منابع انسانی متخصص و منعطف در سطر ششم مدل قرار گرفت. آشنایی تصمیم‌گیران حوزه تنظیم بازار با مباحث تنظیم بازار، آشنایی تصمیم‌گیران حوزه تنظیم بازار با مباحث شبکه و آشنایی تصمیم‌گیران حوزه تنظیم بازار با فناوری اطلاعات و ارتباطات در این مورد حائز اهمیت است. در این رابطه صاحب‌شونده چهارم بیان کرد که «حوزه تنظیم بازار تخصص بازیگران به مباحث بازار، مباحث فناوری و شبکه خیلی اهمیت دارد. بازیگر باید از بازار شناخت کافی داشته باشد. باید از فناوری‌های اطلاعاتی بتواند در تنظیم بازار استفاده کند. ما باید فهم تکنیکی (علم و دانش) شبکه تنظیم بازار را بالا ببریم. تجربه کشورهای توسعه یافته آموخته که برای دستیابی به اهداف عالی عبور از رفتارهای تخصصی واجب و اجباری است».

حوزه‌های کارکردی شبکه در سطر پنج قرار گرفت. حوزه‌های کارکردی شامل موارد حوزه کارکردی تأمین و ذخیره‌سازی، حوزه کارکردی توزیع، لجستیک و زیرساخت‌های تجاری و حوزه کارکردی قیمت بود. در این رابطه مصاحبه‌شونده دوم این گونه بیان کرد: «دولت باید علاوه بر یارانه و مالیات ابزارهای قیمت‌گذاری هم داشته باشد. قیمت‌گذاری هرگز نباید برای دولت حذف بشود. قانون رقابت برای قیمت‌گذاری است که اتفاقاً قانون نسبتاً پیشرویی است و چند ماده آن باید اصلاح شود. یکی ترکیب شورای رقابت و دومی اینکه قیمت‌گذاری شامل چه مواردی باید باشد. ترکیب شورای رقابت هم در کشور ما درست نیست. اما ما باید دست دولت را هم ببندیم که در چه موارد خاصی دولت مجاز به قیمت‌گذاری است. شورای رقابت هم یک نهاد دیگر است در بازار و نهادهای پایین دستی شورای رقابت هم همین طور باید قیمت‌گذاری کند ولی با محدودیت». مطابق نتایج تحلیل، سطوح خطمشی‌گذاری شبکه در سطر چهارم قرار گرفت که شامل مواردی از قبیل تدوین سیاست‌های افقی، تدوین سیاست‌های عمودی و غیره است. در این رابطه مصاحبه‌شونده سوم بیان کرد که باید «سیاست‌های افقی و عمودی متناسب و متوازی داشته باشیم. در سیاست‌های افقی همه مجموعه بازار را یکسان ببینیم و بیشتر مباحث شفافیت، فسادزدایی و غیره را ببینیم. در سیاست‌های عمودی هم از فعالیت‌هایی حمایت ویژه کنیم که درست انتخاب کردیم. انتخاب درست فعالیت‌ها در سیاست‌گذاری عمودی خیلی مهم است». سطح سوم شامل زیرساخت‌های قانونی و اطلاعاتی و منابع مالی بود. باید گفت برای تحقق مطلوب‌ترین نتایج از حکمرانی شبکه در تنظیم بازار، داشتن زیرساخت‌های قانونی و فناوری اطلاعاتی رکنی مهم است. می‌بایست مطابق ارتباطات شبکه‌ای میان بازیگران زیرساخت‌های فناوری نیز توسعه یابد. این کار به تسهیل دسترسی به اطلاعات، جلوگیری از اتلاف وقت و هزینه، تسریع در انجام کار، کاهش فرسودگی بازیگران شبکه و غیره منجر می‌شود. در این رابطه یکی از مصاحبه‌شونده‌ها گفت: «در دل بازار ما، یک بازار کالا و خدمات و یک بازار اطلاعات داریم. بازار اطلاعات در کشور وجود ندارد. چون اگر زیرساخت‌های فناوری هم ساختیم، دسترسی را به یوزرهای خاص دادیم. پس وقتی ما بازار اطلاعات نمی‌توانیم بسازیم، چطور می‌خواهیم بازار محصول بسازیم؟ وقتی اطلاعاتی در بازار نیست چطور بازار رقابتی بشود؟ پس شکست بازار را بدون بازار اطلاعات عملاً اعمال می‌کنیم. پس فناوری بازار اطلاعات را می‌رساند». در موضوع تأمین مالی شبکه تنظیم بازار، تأمین مالی مناسب و به‌موقع منابع ریالی و ارزی دارای اهمیت اساسی است. هر گونه وقفه و اشکال در تأمین اعتبار و تخصیص به‌موقع منابع، عملاً بازار را با مشکل و کمبود مواجه خواهد کرد. استراتژی و جهت‌گیری شبکه و کنترل و نظارت چندسطحی مطابق نتایج پژوهش در سطر دوم قرار گرفت. در رویکرد شبکه‌ای تنظیم بازار استراتژی‌ها و جهت‌گیری‌های بازار، می‌بایست به سمت رویکرد خودتنظیم، پایین به بالا، اجتماعی و گفت‌وگو محور و تفاهمی باشد. در شبکه تنظیم بازار می‌بایست نظارت عالی برعهده دولت است، عاملیت نظارت توسط واحدهای صنفی باشد و مردم نیز در نظارت میدانی مشارکت داشته باشند. پس از شکل‌گیری شبکه تنظیم بازار آنچه مهم است، چرخه خطمشی‌گذاری، مدیریت و پشتیبانی شبکه است. در چرخه خطمشی‌گذاری، سیاست‌گذاری در کارگروه تنظیم بازار، تقسیم کار ملی و استانی، اجرا و اطلاع‌رسانی به همراه رصد و پایش سیاست‌ها و برنامه‌ها واجد اهمیت است. مدیریت در شبکه تنظیم بازار نقش پاسخ‌گو نمودن بازیگران و شفافیت شبکه و غیره را برعهده دارد. در پشتیبانی شبکه مباحث

جلوگیری از دسترسی غیرمجاز به منابع شبکه تنظیم بازار، شناسایی و متوقف کردن حملات سایبری و نقض امنیت داده‌ها، اطمینان از دسترسی بازیگران بازار به منابع مورد نیازشان در شبکه و غیره مطرح است. باید گفت در پشتیبانی شبکه می‌بایست بازیگران این اطمینان خاطر را به دست آوردند که در صورت استفاده از فناوری اطلاعات در شبکه، بستر فناوری مورد استفاده بستری امن است. در صورت حضور در شبکه در مواقع مورد نیاز حمایت و دسترسی به ملزومات مورد نیاز برای ایشان مهیا بوده و با حضور در شبکه متضرر نخواهند شد.

با توجه به آنچه ذکر شد پیشنهادهای زیر مطرح می‌شود:

۱. بازنگری در سند تنظیم بازار و تبیین ابعاد حکمرانی آن با رویکرد شبکه‌ای و روابط میان بازیگران به صورت دقیق و شفاف و با هدف حداکثرسازی منفعت عمومی و تعادل و توازن قدرت میان بازیگران؛
۲. تغییر رویکرد از نگاه کنترل بازار به رویکرد برنامه‌ریزی و تنظیمگری در کاربست سامانه‌های اطلاعاتی تنظیم بازار؛
۳. بسط و توسعه دولت الکترونیک با هدف تقویت حکمرانی و توسعه مشارکت بالا، تسهیل امور تجاری، خریده‌های آنلاین و رشد شرکت‌ها و تعاونی‌های کمتر برخوردار؛
۴. استفاده از سامانه‌های تجزیه و تحلیل بازار برای شناسایی روندهای بازار و ریسک‌های بالقوه؛
۵. ایجاد بازارهای رشته‌ای با هدف جلوگیری از شکست‌های بازار اطلاعات؛
۶. بازنگری اسناد و مجموع مقررات حاکم بر حوزه تنظیم بازار با تبیین و تشریح شیوه و سازو کار حکمرانی تنظیم بازار مبتنی بر مشارکت تمامی ذی‌نفعان اعم از دولتی، غیر دولتی و تشکل‌های مردمی در فرایند خط‌مشی‌گذاری، تنظیمگری، تسهیلگری، اجرا و نظارت؛
۷. اصلاح ساختار و تجمیع وظایف تنظیم بازار در سازمان و دستگاه اجرایی واحد، به‌طور مشخص پیشنهاد تشکیل سازمان تنظیم بازار ذیل نهاد ریاست جمهوری؛ ۸
۸. اصلاح بخش‌هایی از سیاست‌ها و مقررات که کارویژه‌های تأمین‌کننده منافع عمومی را به نهادهای صنفی اعطا می‌کند؛
۹. اصلاح قانون یا اساسنامه نهادهای تنظیم بازار به منظور جلوگیری از هرگونه تسخیر تنظیمگری؛
۱۰. بهره‌گیری حداکثری از ظرفیت‌های قانون حمایت از مصرف‌کنندگان در تقویت و توانمندسازی انجمن ملی حمایت از مصرف‌کنندگان؛
۱۱. دانش‌افزایی و ارتقای سطح شایستگی‌های حرفه‌ای و تخصصی بازیگران شبکه و تدوین استراتژی ائتلاف‌ساز، همکارانه و تسهیل‌کننده برای شبکه و داشتن برنامه جهت مرافقه و پیاده‌سازی هر کدام از استراتژیو سناریوهای احتمالی با هدف جلوگیری از رفتارهای فرصت طلبانه و حمایت حداکثری از بازیگران شبکه؛
۱۲. تدوین نظام مسائل برای تنظیم بازار کالاهای اولویت‌دار جهت ترویج رویکرد مسئله محور در تنظیم بازار

در پایان موضوعات پژوهشی زیر به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود:

۱. بررسی این موضوع با سایر روش‌های تحقیق؛
 ۲. بررسی تنظیم بازار با رویکرد حکمرانی شبکه‌ای به تفکیک کالاهای کشاورزی و صنعتی؛
 ۳. بررسی تطبیقی موضوع با مقایسه چند کشور مختلف
- در رابطه با محدودیت‌های پژوهش باید گفت که مهم‌ترین و اصلی‌ترین محدودیت پژوهش، ساخت و سیاست‌های نظام اداری، الزامات و جهت‌گیری اسناد بالادستی بود.

منابع

- اصولی قره‌آغاجی، شیرین؛ صناعی، علی و سعیدآبادی، محمدرضا (۱۳۹۵). ارائه مدل توسعه یافته تاثیر عامل فرهنگ الکترونیکی در تنظیم بازار و قیمت‌گذاری کالا و خدمات. *تحقیقات بازاریابی نوین*، ۶(۳)، ۵۳-۶۵.
- زارعی، نسیم (۱۴۰۲). راهبردهای تنظیم بازار و ذخیره کالاهای اساسی. *ماهنامه علمی امنیت اقتصادی*، ۱۱(۲)، ۳۱-۴۴.
- زمانیان، مرتضی؛ محمدزاده، احسان؛ ذوالفقاری، امیراحمد و امامیان، سید محمد صادق (۱۳۹۷-۲-۵). *نظام ملی تنظیمگری ۱. مفهوم تنظیمگری و ارتباط آن با نظام حکمرانی*. تهران، ایران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- سیمایی چافی، حسین و معمارزاده تهران غلامرضا (۱۴۰۱). طراحی مدل ظرفیت‌سازی حکمرانی شبکه‌ای. *فرایند مدیریت و توسعه*، ۳۵(۱)، ۲۵-۶۰.
- صادقی، محسن و منتقمی، فروغ (۱۳۸۶). نقش سازمان‌های غیردولتی (NGOs) در حمایت از حقوق مصرف‌کننده. *نامه مفید*، ۱۳(۶۱)، ۳-۲۸.
- طاهری، علی و موسی‌زاده، ابراهیم (۱۴۰۰). بررسی اثر حکمرانی بازارگرایانه بر همگانی بودن خدمات عمومی. *حقوق اداری*، ۹(۲۸)، ۱۱۵-۱۳۴.
- فرح گل، پوریا؛ قاسم‌زاده، عباس و زارع مؤیدی، فاطمه (۱۴۰۱). بهره‌گیری از حکمرانی شبکه‌ای در نیروی دریایی سپاه پاسداران (ندسا). *نشریه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه*، ۷(۴).
- فرحی، سید مهدی و خادمی کله‌لو، محمد (۱۴۰۲). حکمرانی شبکه‌ای در پیشبرد مأموریت‌های مشترک دستگاه‌های لشکری و کشوری (تجارب و درس‌آموخته‌های طرح جامع مهارت‌آموزی کارکنان وظیفه). *مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی*، ۱۳(۵۳)، ۲۳۵-۲۶۶.
- قره‌داغی، رستم؛ رجائی، زهرا؛ آقا محمدی، آرزو و مهدلو، محمد (۱۴۰۲). واکاوی مضامین حکمرانی شبکه‌ای در بخش گردشگری سلامت. *نشریه خط‌مشی‌گذاری عمومی در مدیریت*، ۱۴(۱)، ۹۳-۱۱۰.
- قیطاسی‌وند، فاطمه (۱۴۰۲). چالش‌های خط‌مشی‌گذاری حمل‌ونقل عمومی شهر تهران در حکمرانی شبکه‌ای مبتنی بر رویکرد تحلیل مضمون. *بهبود مدیریت*، ۱۷(۳)، ۷۲-۱۰۰.
- منوری، حسین و راسخ، محمد (۱۳۹۷). ابزار تنظیم بازار مالی در ایران و انگلستان. *دانش مالی تحلیل اوراق بهادار (مطالعات مالی)*، ۱۱(۳۹)، ۹۵-۱۱۲.

مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (۱۳۹۹). *سند نقشه راه تنظیم بازار کشور*. (همکاران، نعمت‌الهی، سمیه؛ جوادیان، زینب؛ خاکی، زینب؛ گرشاسبی، علیرضا؛ محمدی، مصطفی؛ حیدری، حسن؛ سعادت، محمدرضا؛ داداشی، صادق؛ سمیعی، ندا؛ رهنمون پیروج، طیبه) تهران: وزارت صنعت، معدن و تجارت.

References

- Asquer, A. (2017). Theories of Regulation. *Regulation of Infrastructure and Utilities*, 19–33. doi:10.1007/978-3-319-67735-4_2
- Clauss, T. & Ritala, P. (2023). Network governance institutionalization: Creating mutual value by harnessing and avoiding conflicts in interorganizational networks. *Journal of Business Research*, 163, 113880.
- Drahos, P. (2017). *Regulatory theory: Foundations and applications*. ANU Press.
- Emamian, M. S., Zolfaghari, A. A., Mohammadzadeh, E. & Zamaniyan, M. (2018). The National Regulatory System: The Concept of Regulation and Its Relationship with Governance. Tehran: Majlis Research Center. (in Persian)
- Etemadi, M., Kenis, P., Ashtarian, K., Abolghasem Gorji, H. & Mohammadi Kangarani, H. (2021). Network governance theory as basic pattern for promoting financial support system of the poor in Iranian health system. *BMC Health Services Research*, 21(1), 556. doi: 10.1186/s12913-021-06581-3.
- Farah Gol, P., Ghasemzadeh, A. & Zare Moaidi, F. (2012). Utilizing Network Governance in the Islamic Revolutionary Guard Corps Navy (IRGC Navy). *Journal of Applied Studies in Management and Development Sciences*, 7(4). (in Persian)
- Farahi, S. M. & Khademi Kolahlou, M. (2024). Network Governance in Carrying out Common Missions of the Armed Forces and Government Organizations (Base on the Soldiers Skills Training Comprehensive Plan). *Quarterly Journal of Interdisciplinary Studies on Strategic Knowledge*, 13(53), 266-235. (in Persian)
- Gao, Y., Zhen, X. & Xiong, Y. (2021). Optimization of Networked Governance Models Using Complex System Governance Concepts in Sports Services. *Mathematical Problems in Engineering*, 1-11. 10.1155/2021/6224678.
- Gheytaşivand, F. (2023). Challenges of Public Transport Policy-Making in Tehran within Network Governance: A Thematic Analysis Approach. *Management Improvement*, 3(17), 72-100. (in Persian)
- Institute for Business Studies and Research (2019). Drafting the Proposed Roadmap Document for National Market Regulation. (Co-authors: Nematollahi, Somayeh; Javadian, Zeinab; Khaki, Zeinab; Garshasbi, Alireza; Mohammadi, Mostafa; Heydari, Hassan; Saadat, Mohammadreza; Dadashi, Sadegh; Samiei, Neda; Rahnamoon Pirouj, Tayyebeh) Tehran: Ministry of Industry, Mines and Trade. (in Persian)
- Klijin, E. H & Koppenjan, J. (2016). *Governance Network in the Public Sector*. New York: Routledge.

- Lo, A. Y., Mai, L. Q., Lee, A. K. Y., Francesch-Huidobro, M., Pei, Q., Cong, R. & Chen, K. (2018). Towards network governance? The case of emission trading in Guangdong, China. *Land Use Policy*, 75, 548-538.
- Meuleman, L. (2008). *Public management and the metagovernance of hierarchies, networks and markets: The feasibility of designing and managing governance style combinations*. Springer Science & Business Media.
- Monavari, H. & Rasekh, M. (2018). Market Regulation Tools in Financial Markets of Iran and England. *Financial Knowledge and Securities Analysis*, 11(39), 95-112. (in Persian)
- Nochta, T. & Skelcher, C. (2020). Network governance in low-carbon energy transitions in European cities. A comparative analysis. *Energy Policy*, (138), 111-298.
- Osouli Qareh Aqaji, S., Sanaei, A. & Saeed Abadi, M. R. (2016). Presenting a Developed Model of the Impact of Electronic Culture on Market Regulation and Pricing of Goods and Services. *Modern Marketing Research*, 6(3), 53-66. (in Persian)
- Piletić, A. (2023). Regulation Theory, Space, and Uneven Development: Conversations and Challenges: Edited by Brandon Hillier, Rachel Phillips, and Jamie Peck Vancouver, BC, Canada: 1984 Press. *Economic Geography*, 99(5), 548-550. <https://doi.org/10.1080/00130095.2023.2199978>
- Qareh-Daghi, R., Rajaei, Z., Mahdloo, M. & Aqa-Mohammadi, A. (2022). Exploring Network Governance Themes in the Health Tourism Sector. *Iranian Journal of Public Administration Mission*, 14(49), 93-110. (in Persian)
- Ramalho, P. & Rodrigo, D. (2022) Interests and Influence: Stakeholder Participation in the Regulatory Process. *Open Journal of Political Science*, 12, 626-651. doi: 10.4236/ojps.2022.124034.
- Romiti, A., Del Vecchio, M. & Sartor, G. (2020). *Network governance forms in healthcare: empirical evidence from two Italian cancer networks*. BMC Health Serv Res20, 1018. <https://doi.org/10.1186/s12913-020-05867-2>.
- Sadeghi, M. & Montagham, F. (2007). The Role of Non-Governmental Organizations (NGOs) in Protecting the Rights of Consumers. *Journal of Comparative Law*, 0(12), 3-28. (in Persian)
- Simai Chafi, H. & Memarzadeh Tehran, G. (2022). Designing a Network Governance Capacity-Building Model. *Management and Development Process*, 1(119), 27-62. (in Persian)
- Sørensen, E. & Torfing, J. (2018). The Democratizing Impact of Governance Networks: From Pluralization, via Democratic Anchorage, to Interactive Political Leadership. *Public Administration*, 96, 302-317.
- Taheri, A. & Mousazadeh, E. (2021). Examining the Effect of Market-Oriented Governance on the Universality of Public Services. *Administrative Law*, 9(28), 115-134. (in Persian)
- Tajima, R., Tsuji, T., Suzuki, K. & Muhamad, A. F. (2023). Conceptualizing disaster waste governance using network governance perspectives. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 99, 104137.

- Tenbense, T. & Raj Silwal, P. (2023). Cultivating health policy capacity through network governance in New Zealand: Learning from divergent stories of policy implementation. *Policy and Society*, 42(1), 49-63.
- Wang, H. & Ran, B. (2023). Network governance and collaborative governance: a thematic analysis on their similarities, differences, and entanglements. *Public Management Review*, 25(6), 1187-1211. <https://doi.org/10.1080/14719037.2021.2011389>
- Zarei, N. (2023). Market Regulation Strategies and Basic Goods Storage. *Economic Security*, 11(2), 31-44. (in Persian)
- Zhang, W., Zhang, X. & Wu, G. (2021). The network governance of urban renewal: A comparative analysis of two cities in China. *Land Use Policy*, (106), 105-448.

