

فراکافت نقش حقوقی نهادهای تنظیم بازار در پرتو ابزارهای مقررات گذاری اقتصادی

سید عبادالله جهان‌بین *

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۰۴

چکیده

بازار و تنظیم آن صرفاً یک مفهوم اقتصادی نیست، بلکه نهادی است که در بطن خود مفاهیم سیاسی و حقوقی را نیز گنجانده و مفهوم آن در بستر هرکدام از رویکردهای کلان سیاسی، چهره متفاوتی به خود می‌گیرد. هریک از این رویکردها به منظور دستیابی به اهداف و تئوری‌های خویش از ابزارهای متفاوتی جهت تنظیم بازار بهره می‌گیرند؛ دولت‌ها گاهی با نگرش «قواعد» و «بازار» که از جنس دستور و نظارت هستند و ناشی از حاکمیت و قدرت عمومی دولت و از نوع سیاست‌های الزامی و در زمره ابزارهای سنتی مقررات‌گذاری بوده، بهره می‌برند و گاهی با نگرش فراحقوقی، از ابزارهای انعطاف‌پذیر و مدرن حقوقی استفاده می‌کنند. بنابراین متناسب با رویکردها، در میانه تنظیم روابط دولت و بازار، ابزارهای سه‌گانه «اجباری»، «داوطلبانه» و «ترکیبی» مورد کاربست قرار می‌گیرند که در این ساحت، «شورای رقابت» و «ستاد تنظیم بازار» با ابتدای بر نگرش‌های دوگانه *imperium* و *dominium* و استفاده از ابزارهای مختلف مقررات‌گذاری، نقش رگولاتوری را دارا هستند. با این مسئله که نهادهای دوگانه مذکور، چگونه نقشی در میانه دو رویکرد مدنظر و سه‌گانه‌های ابزاری می‌توانند داشته باشند و با فرض اینکه این دو نهاد، ظرفیت فراحقوقی و مدرن در قالب ابزارهای منعطف‌تری دارند، این نوشتار در آینه شناخت ابزارهای چندگانه و سیاست‌گذاری و جانمایی نهادهای کنترل‌گر بازار، بازاندیشی چندوجهی برای تبیین توانمندی ابزارهای مقررات‌گذاری بر ظرفیت حقوقی-اقتصادی نهادهای تنظیم بازار را مدنظر دارد، با رویکرد توصیفی-تحلیلی ضمن بررسی و فراکافت بازار و نسبت آن با دولت، به بنیادگرایی نهادی و بازاری در بازار سرمایه به‌عنوان هدایت‌گران رشد اقتصادی- و حمایت از عاملین اصلی بازار توجه دارد و در گسترهای متفاوت، رگلاتوری ابزارهای مرزی و داخلی و همچنین چالش‌های ناکارآمدی تنظیم بازار را لحاظ می‌کند.

کلیدواژگان:

بازار، دولت، تنظیم بازار، ابزارهای مقررات‌گذاری، نظریه‌های مقررات‌گذاری.

* استادیار، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.

ebadjahanbin@gmail.com



Copyright: É2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

مقدمه

در نگرشی جامع می‌توان تنظیم بازار را مجموعه‌ای از مقررات، سیاست‌ها و راهبردهایی دانست که به منظور حمایت از عاملین بازار (مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان) میان متغیرهای اصلی بازار استفاده می‌گردد. با توجه به تعاریف گسترده، تنظیم بازار به روش‌های مختلفی قابل اجراست، اما در مجموع شامل افزایش یا کنترل مقدار و قیمت عرضه و تقاضا، حفظ یا تثبیت درآمد تولیدکنندگان و حمایت از مصرف‌کنندگان می‌شود.^۱ بنابراین «بازار تنظیم‌شده» به «بازار کنترل‌شده» نیز تعبیر می‌شود که در آن دولت نیروهای عرضه و تقاضا را کنترل می‌کند. برای مثال اجازه ورود کالا به بازار یا تغییر قیمت‌ها از جمله اعمال این تنظیم محسوب می‌شود. در این بازار دولت تأکید بر کنترل هزینه‌ها و اطمینان از ارائه خدمات مناسب به مشتریان را دارد و در این راستا گاهی دولت از انحصارات طبیعی بهره‌مند می‌شود^۲ که بیشتر به سمت رویکرد سنتی از جنس دستور و تحدید و با نگرش اجباری (و احتیاطاً گاهی ترکیبی) تمایل پیدا می‌کند.

بازار و تنظیم آن توسط دولت یکی از موضوعاتی است که از دیرباز تاکنون مورد توجه دولت‌ها بوده است. مرور تاریخ اندیشه‌های اقتصاد سیاسی نشان می‌دهد که تقریباً همه مکاتب اقتصادی نسبت به ماهیت دولت و گسترش نقش آن در اقتصاد جهت‌گیری‌هایی داشته‌اند. این قبیل جهت‌گیری‌ها از آنچه «دولت حداقل» خوانده می‌شود، آغاز می‌شود و تا حداکثر نقش در تنظیم امور اقتصادی برای دولت گسترش می‌یابد. دیدگاه‌های مزبور با توجه به مقوله شکست بازار و شکست دولت شکل گرفته و تکامل یافته‌اند، اما هیچ‌کدام از این دو دیدگاه حدی نتوانستند راه‌حل مشکلات اقتصادی جامعه را بیابند. لذا دیدگاه سوم ظهور کرد که طی آن همکاری و تعامل دولت و بازار به جای تقابل آنها مطرح شد. این دیدگاه بر این عقیده است که توسعه و رشد اقتصادی مستلزم دولت کارآمد و اثربخش است. دولت کانون توسعه اقتصادی و اجتماعی است، اما نه به عنوان جانشین بازار و تأمین‌کننده مستقیم، بلکه به عنوان شریک

۱. پرومه، زورار، *بررسی سیاست‌های تنظیم بازار در کشورهای مختلف*، تهران، نشر مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۵، ص. ۲۶.

2. "The Fundamental Principles of Financial Regulation, Geneva Reports on the World Economy 11", International Center for Monetary and Banking Studies. 2009, pp 33-34.

کاتالیزور، تسهیل‌کننده و حامی بخش خصوصی است.^۱ هرکدام از این سه دیدگاه برای محقق کردن اهداف موردنظر خود و تنظیم‌گری از ابزارهای مختلفی استفاده می‌کنند که با توجه به میزان اجبار و انعطاف این ابزارها، می‌توان آن را در سه دسته کلی ابزارهای «اجباری»، «داوطلبانه» و «ترکیبی» مورد توجه قرار داد.

باید دانست که دولت اثربخش و کارآمد به سمتی سوق پیدا می‌کند که از نگرش‌های کلاسیک و دستوری فاصله می‌گیرد و به ابزارهای مدرن و معطوف به انعطاف نزدیک‌تر می‌شود و نقش نظارتی و میانجی‌گری را میان اصحاب بازار (از تولیدکننده تا مصرف‌کننده) ایفا می‌کند و کارکرد دوگانه حمایت از حقوق طرفین بازار، در ضمن تضمین‌گری فعالیت آزادانه بازار را لحاظ دارد. این کارویژه «دولت» و «نهادهای تنظیم‌گر بازار»، مرزهای ظریف دارند و گاهی مداخله پیدا می‌کنند که تفکیک و تعامل در این خصوص، ابعاد نظر خاص خود را داراست. در تاریخ اقتصاد ایران نیز می‌توان شواهد متعددی از تغییرپذیری جایگاه اقتصادی دولت به دست آورد و بسته به شرایط اقتصادی و فضای فکری و سیاسی حاکم، کارکرد دولت از دولت پیشران و حداکثری تا دولت حداقلی تغییر یافته است. در سال‌های اخیر به دلیل ناکامی دیدگاه‌های حدی فوق در حل معضلات اقتصادی، رویکرد تنظیم‌گری و تعامل دولت و بازار مطرح گردیده و با ابلاغ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، این رویکرد تقویت گردید و علاوه بر دولت و مجلس، نهادهایی همچون «شورای رقابت» و «ستاد تنظیم» بازار با استفاده از ابزارهای مختلف مقررات‌گذاری به تنظیم‌گری در بازار ایران پرداخته‌اند.

نسبت میان نقش پیشرانی دولت در قالب «پیشران مداخله‌ای» و «پیشران راهبری»، مسئله‌ای است که تعیین‌کننده جایگاه دولت و نهاد بازار و تنظیم‌گری آن را مدنظر قرار می‌دهد؛ بدیهی است با نگاهی به گذار از پیشران مداخله‌ای دولت به پیشران راهبری و راه‌کنشی که در نظم‌های نوین اقتصادی در دنیا اتفاق افتاده و در قالب تغییر رویکردها، برخی وظایف دولت به نهادهای تنظیم‌گر بازار (و ذات بازار) تفویض شده است. با تأسی از آن، نوشتار حاضر ناظر بر گذار از بیشینه به کمینه و نقش پیشرانی دولت به دولت حداقلی با رویکرد به تبیین کارکردهای دولت در قاموس ابزارهای موجود، در راستای تأمل بر مفهوم بازار و تنظیم‌گری آن بوده و از این رهگذر

1. Chhibber, Ajay, *The State in a Changing World, Finance and Development*, New York: Oxford University Press, 1997, p 18.

به این موضوع، که همواره مورد توجه دولت‌ها بوده، نظری داشته باشد و با نگرش بر مجموعه هنجارهای حقوقی پراکنده ضرورت آن را مطمح‌نظر قرار می‌دهد؛ چراکه چالش‌ها و ناکارآمدی احتمالی تنظیم بازار در آینه شناخت ابزارهای چندگانه و سیاست‌گذاری‌ها و جانمایی نهادها و ستادهای کنترل‌کننده بازار نیازمند تفقه، تأمل و بازاندیشی چندوجهی برای تبیین توانمندی ابزارهای مقررات‌گذاری بر ظرفیت حقوقی نهادهای تنظیم بازار است. لذا لازم است که نهاد تنظیم بازار و ضروریات وجودی آن در نسبت با دولت، ظرفیت‌های بستر ساز ابزارهای متنوع مقررات‌گذاری در رویکردهای کلان به اقتصاد مورد کنکاش قرار گیرد و از پی آن، سیاست‌های تنظیم بازار در ایران با تأکید بر سیاست‌ها و ابزارهای ستاد تنظیم بازار و شورای رقابت، مورد مذاقه و امعان‌نظر باشد و واکاوی سنجش تنوع ابزارها، رویکردها و آسیب‌شناسی آن بایسته است.

۱. ماهیت بازار و تنظیم آن

آستروم^۱ بر این باور است که دولت راه‌حل نیست و با مطالعه نهادها به‌جای تکیه بر راه‌حل‌های از «بالا به پایین» به راه‌حل‌های از «پایین به بالا» توجه دارد. رویکرد آستروم فراسوی شکست بازار و مقررات‌گذاری دولتی است و با نگرش به حوزه‌ای موسوم به «بخش سوم» - که نه دولت است و نه بازار - میدانی برای صیانت و حفظ نظم اجتماعی-اقتصادی را مورد توجه دارد^۲ که می‌توان نهادهای تنظیم مقررات را به‌عنوان حلقه واسط دولت و بازار، مصداقی از آن مدنظر قرار داد. رودریک^۳ متعاقب گزارش صندوق بین‌المللی پول و مقایسه آن با اجماع واشنگتنی، بر این باور است که اصلاحات واقعی اقتصادی نیازمند تغییرات نهادی واقعی برای خلق اقتصاد بازاری کارا است. به باور وی، از آنجایی که نهادهای تنظیمی و نظارتی در بازارهای تولیدی و مالی بسیار ضعیف ظاهر شده‌اند، اصلاحات برآمده از اجماع واشنگتنی موفق نبوده‌اند. وی تمرکز بر تقویت نهادها به‌عنوان هدایت‌گران رشد اقتصادی را مدنظر دارد و به ارتقای «بنیادگرایی نهادی»^۴ که هدف آن دستیابی به نهادهای کارآمد و «بنیادگرایی بازاری»^۵

1. Elinor Ostrom

2. Ostrom, Elinor, "Beyond Markets and States: Polycentric Governance of Complex Economic Systems", *American Economic Review*, vol 100, no 3, 2010, pp 3-4.

3. Dani Rodrik

4. Institution Fundamentalism

5. Market Fundamentalism

دستیابی به قیمت‌های واقعی است، توجه دارد. به‌طور کلی تمرکز بر نهادها را باعث کاهش آسیب‌های اصلاحات اقتصادی می‌داند.^۱ با توجه به گزارش صندوق بین‌المللی پول، که اصلاحات اقتصادی را در برخی کشورها ناموفق می‌دید، رودریک عدم ایجاد نهادهای تنظیم‌گر قوی و نهادهای بازار سرمایه را عامل آن می‌داند. بدیهی است که گزارش صندوق بین‌المللی پول بر اهمیت نهادها تأکید داشت که به باور رودریک در سیاست‌های موسوم به اجماع واشنگتنی، چنین امری مطرح نبود. بنابراین وی نهادها را مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده رشد اقتصادی در بلندمدت می‌داند.

بازار مکان شکل‌گیری روابط میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان جهت تبادل کالا و خدمات و محل پاسخگویی به نیازهای افراد است که از خریداران بالقوه و بالفعل محصولات تشکیل شده است. از این منظر، مؤلفه‌های عمده بازار شامل «عرضه و تقاضا» (توابع بازار)، «مقدار و قیمت محصول» (متغیرهای اصلی بازار)، «تولیدکنندگان»، «مصرف‌کنندگان» (عامل‌های اصلی بازار) و «عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضا» می‌شوند.^۲ در تعریفی دیگر بازار، به محل تجمع عده‌ای از مصرف‌کنندگان گفته می‌شود که نیازهای مشترکی دارند بوده و از وسیله مبادله‌ای مشترک در دادوستدهای خود استفاده می‌کنند.^۳ اما نکته مهم و کلیدی در نهاد بازار و عملکرد آن، ضرورت تنظیم آن است. تنظیم بازار به معنای وجود تعادل در نظام بازار است و تعادل در نظام بازار حاصل عملکرد هریک از اجزا و عناصر و ارتباط منظم و منطقی میان آنها است.^۴ در نگاهی جامع‌تر، مجموعه‌ای از مقررات، سیاست‌ها و استراتژی‌هایی که به منظور حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان (عاملین اصلی بازار) با توجه به ابزار مناسب اقتصادی بین متغیرهای اصلی بازار (قیمت و مقدار) اعمال می‌شود، بازار را تنظیم می‌کند و برای این منظور تغییراتی در عوامل مؤثر بر توابع عرضه و تقاضا ایجاد می‌شود. پاره‌ای از کارشناسان اقتصاد،

۱. رودریک، دنی، «پایان اجماع واشنگتنی و آغاز سردگمی واشنگتنی»، ترجمه حسین تسلیمی، مجله اقتصاد سیاسی، س ۲، ش ۵ و ۶، ۱۳۸۶، صص ۱۰۱-۱۰۲.

۲. پرومه، زورار، «اقتصاد و بازرگانی ایران: بررسی سیاست‌های تنظیم بازار ایران و مقایسه آن با تجارب کشورهای منتخب»، بررسی‌های بازرگانی، ش ۲۵، ۱۳۸۶، ص ۴.

۳. بنا بر این دیدگاه برای تشکیل هر بازار باید چهار عامل وجود داشته باشد: مصرف‌کننده یا تقاضاکننده، نیاز یا احتیاج، قدرت خرید و عرضه‌کننده یا تولیدکننده. نک: کریمی، اکرم، «نقش مدیریت در تنظیم بازار»، ماهنامه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تعاون، ش ۱۸۴، دی ۱۳۸۵، ص ۴۶.

۴. پرومه، زورار، منبع پیشین، ص. ۵.

تنظیم بازار را به معنای دخالت دولت در بازار از طریق ابزارهایی همچون «سهمیه‌بندی»، «کنترل‌های انحصاری»، «اطلاعات مورد نیاز برای آگاهی مشتریان» (مثل برچسب قیمت) و «استانداردهای کیفی» می‌دانند.^۱ بنابراین تنظیم بازار تعریف گسترده‌ای دارد، به روش‌های متعددی قابل انجام است و رویکرد آن برقراری تعادل میان متغیرهای اصلی بازار در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان است.

۲. دولت و ضرورت‌های تنظیم بازار

قبل از توجه به ضرورت حضور دولت در این عرصه، لازم است دلایل برهم خوردن تنظیمات بازار و عوامل مؤثر بر این تنظیمات مورد توجه قرار گیرد. از جمله مهم‌ترین دلایل برهم خوردن نظم بازار، فقدان تأمین و تولید و توزیع محصولات مورد نیاز بازار از لحاظ کمی و کیفی بوده که خود ناشی از عوامل گوناگون محیطی از جمله شرایط و عوامل اقتصادی، قانونی، حقوقی، تکنولوژیکی و رقابتی است. در بخش کلان‌تر، نبود سرمایه‌گذاری کافی در زیرساخت‌های توزیع از جمله بنادر، راه‌ها، جاده‌ها، وسایل حمل و نقل و پایانه‌ها و همچنین فقدان یا ضعف کانال‌های توزیع و فروش کارآمد و متناسب با نیاز روز باعث می‌شود تا بسیاری از کالاها و خدمات به‌طور مطلوب در اختیار متقاضیان قرار نگیرد.^۲ و نوعی نگرانی، سؤال و ابهام در بازار به وجود آید و خریدهای کاذب و اضافی رونق یابند.^۳ البته از منظری دیگر هم می‌توان عوامل محیطی از جمله بعضی از سیاست‌ها و قوانین و مقررات را دلیل برهم خوردن نظم بازار دانست.^۴ در این میان از عوامل مؤثر بر تنظیم بازار می‌توان به تقویت نهادهای اقتصادی، بازار و به‌عبارتی توسعه بخش خصوصی و تشویق این بخش از طریق فراهم کردن عواملی که بخش

۱. چراغی، داود و قلی‌پور، سمانه، «بررسی اثر سیاست‌های اقتصادی بر تنظیم بازار چای در ایران»، بررسی‌های بازرگانی، شماره ۳۷، ۱۳۸۸، صص. ۳۶-۳۷.

۲. خداداد کاشی، فرهاد، ساختار و عملکرد بازار، نظریه و کاربرد آن در بخش صنعت ایران، تهران، نشر موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۷، صص. ۱۳۴-۱۳۶.

۳. این پدیده باعث احتکار، انبارکردن کالاها و عرضه نشدن محصولات می‌شود و سرانجام به علت مجموعه‌ای از این عوامل مخرب و منفی شاهد گران شدن محصولات می‌شود.

۴. برای مثال برخی بی‌نظمی‌های بازار محصول نگرش‌های غیرسیستمی و غیرعلمی در برخورد با پدیده‌های اقتصادی است.

خصوصی را علاقه‌مند و آن را توانمند می‌کند، اشاره کرد.^۱ گام دوم هدایت سرمایه‌های داخلی و خارجی به سمت تولید و ایجاد شرایط مناسب برای جذب سرمایه‌های داخل و خارج از کشور است.^۲ بنابراین تمامی این فرایندهای اقتصادی، تحت سازوکار بازار صورت نمی‌گیرند؛ دولت‌ها همواره بخش مهمی از فرایندهای اقتصادی را به صورت مستقیم یا غیرمستقیم از طریق دخالت در سازوکار بازار، هدایت می‌کنند. در واقع امروزه، در مورد نقش مؤثر دولت در سیستم اقتصادی، تردیدی وجود ندارد.^۳ برای مثال در اقتصاد بسیاری از کشورهای پیشرفته گاهی بازار با مشکل، کمبود و بی‌نظمی روبه‌رو می‌شود، اما چگونگی برخورد با این موضوع و به‌عبارتی مدیریت مناسب آن در حل مشکل مهم است. در رویکردهای اقتصاد سیاسی کلان - با لحاظ کردن ضرورت‌ها - دو گونه نگرش به وجود می‌آید؛ گاهی عدم مداخله دولت نتایج بهتری برای تنظیم بازار دارد که به قول آدام اسمیت^۴ دست پنهان بازار، خود امر تنظیم بازار را که منجر به تعادل می‌شود برعهده می‌گیرد. گاهی هم نیاز به مداخله دولت در برخی از عرصه‌ها جهت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و کمک به ثبات بازار ضروری است. رویکرد لیبرال مدرن، برخلاف مکتب افراطی اتریش که معتقد به «شکست نابازار»^۵ است و مفهوم عدالت اجتماعی را تهدیدی برای نظم بازار می‌داند،^۶ با نگاهی به تئوری عدالت و مباحث اخلاقی و حقوق بشری در برخی عرصه‌ها، ضرورت مداخله دولت را توجیه می‌کند. لیبرالیست‌های مدرن، علیرغم تأکید بر وجود بازار آزاد، حامی افزایش نقش دولت هستند و در راستای توجیه افزایش دخالت دولت، به‌غایت از رهیافت‌های نظریه «منفعت عمومی»، بهره می‌گیرند. آنها به‌ویژه رویکرد اقتصادی نظریه منفعت عمومی یعنی اصلاح نواقص و کاستی‌های بازار و تخصیص بهینه منابع کمیاب را

۱. این موضوع باعث می‌شود که این بخش با میل، رغبت و آمادگی کافی بتواند از همه ظرفیت‌های موجود استفاده کند و محصولاتی مورد نیاز بازار را متناسب با نیاز، سلیقه مشتری و مطابق با شاخص‌ها و استانداردهای مطلوب چه از لحاظ کمی و کیفی تولید و عرضه کند.

۲. پرومه، زورار، منبع پیشین، ص. ۸.

۳. باید توجه داشت که در هر سیستم اقتصادی، یک دوگانه دولت-بازار وجود دارد که فرایندهای اقتصادی را تنظیم و هدایت می‌کنند و هریک کارکردهای خاص خود را در سیستم اقتصادی دارا هستند.

4. Adam Smith

5. Non-market Failur

۶. غنی نژاد، موسی، **مقدمه‌ای بر معرفت‌شناسی علم اقتصاد**، ج ۱، تهران: مؤسسه عالی پژوهش در برنامه‌ریزی و توسعه، ۱۳۷۶، ص ۲۱۷.

مبنای مداخله وسیع دولت در اقتصاد می‌دانند و معتقدند حضور دولت با ابزارهای تنظیمی ابزار غلبه بر مشکلاتی همچون «انحصارات»، «عملکرد نامتوازن بازار»، «کالاهای عمومی»، «آثار خارجی»، «قدرت چانه‌زنی نابرابر» و «توزیع نامتقارن اطلاعات» است.

در دیگر سو، رهیافت رادیکال که عملاً حضور پررنگ‌تر دولت در عرصه تنظیم بازار را در مبنای خود به همراه دارد، بر این باور است که سازوکار عرضه و تقاضا و دست نامرئی بازار برای دستیابی به تعادل اقتصادی ناکارآمد است و بازار در ذات خود موجب نابرابری است و این دست مرئی دولت (رگولاتور) است که باید نظام مالکیت خصوصی را الغا کند و کارآمدی و برابری را به جامعه برگرداند. بنابراین آنها اساس و مبنای مداخله دولت را علاوه بر «جبران شکست بازار»، «تعقیب منافع عمومی»، «ارتقای رفاه» و «الغای سرمایه‌داری» می‌دانند؛ چراکه بزرگ‌ترین دغدغه رادیکال‌ها، ایجاد برابری، رهایی از فقر و استثمار کارگران بود. این‌رو، بیشتر از رویکردهای بنیادین سیاسی نظریه منفعت عمومی بهره‌برداری می‌کنند. مثلاً اقدامات قیّم‌مآبانه و پدرسالارانه^۱ رادیکال‌ها به‌ویژه مارکسیست‌ها در لغو مالکیت خصوصی و اشتراکی کردن مالکیت وسایل تولید و ایجاد یک جامعه بی‌طبقه یا مثلاً مصادره اموال، مالیات‌ستانی و کمک دولت به فقرا به‌منظور ایجاد عدالت توزیعی ریشه در نظریه منفعت عمومی دارد.

به‌طور کلی در رویکرد به چگونگی تنظیم بازار و میزان مداخله دولت نگرش‌های متعددی وجود دارد که برخی از آنها محل تأمل است؛ مکتب اتریش که معتقد بر شکست نابازار^۲ است، با تأکید بر رقابت بازار معتقدند که بازار مزیت‌های مهمی دارند که نابازار (دولت) فاقد آن است. این مکتب بر سازمان‌یابی خودبه‌خودی براساس سازوکار قیمت‌ها تأکید دارد.^۳ بر پایه مکتب پولی فریدمن^۴، بروز بحران و بیکاری، فقط به‌دلیل نارسایی نظام سرمایه‌داری نیست، بلکه به‌علت ایجاد موانع و قید و بندهایی است که ناشی از ابزار درونی نظام است. از نظر آنان، دلیل مهم پیدایش نوسان‌های اقتصادی، سیاست‌های نادرست دولت است. بنابراین این مسئله را که دولت بهتر از بخش خصوصی قادر به سرمایه‌گذاری و ایجاد ثبات اقتصادی است، رد می‌کنند و به

1. Paternalism

2. Non-market Failure

۳. ام کرزنر، اسرائیل، «اطلاعرسانی: آشنایی با مکاتب اقتصادی: مکتب اتریشی»، مجله اقتصادی، ش ۲۱ و ۲۲،

۱۳۸۲، صص ۶۴-۶۳

4. Milton Friedman

سیاست‌های مصلحتی در اقتصاد کلان و مقررات تنظیمی اعتقادی ندارند.^۱ به عکس، پیروان مکتب نئولیبرالیسم از مخالفان مداخله مستقیم بازار در امور قیمت‌ها به شمار می‌روند، اما در عین حال به شکست بازار در تخصیص منابع اعتقاد دارند. از نظر آنان آزادی اقتصادی مطلق، به رقابت در بازار صدمه می‌رساند و باعث شکست بازار در تخصیص منابع می‌شود و لذا در هر بخش که رقابت تهدید می‌شود، باید دولت مداخله کند.^۲ مکتب نهادگرایی اقتصادی^۳ بر این باور است که اقتصاد با سیاست، جامعه‌شناسی، حقوق، عادات و سنن و... در تداخل و ارتباط است و زندگی اقتصادی به وسیله نهادهای اقتصادی (و نه صرفاً مقررات اقتصادی) تنظیم می‌شود. نهادگرایان معتقد نیستند که نظام بازار تخصیص بهینه منابع را به وجود آورده است؛ لذا معتقدند که دولت باید نقش بیشتری در زندگی اقتصادی و اجتماعی داشته باشد. به این ترتیب، کنترل‌های دسته‌جمعی دولت برای اصلاح مداوم و از بین بردن کاستی‌ها و نبود تعدیل‌های ایجاد شده در زندگی اقتصادی ضرورت می‌یابد.^۴ بدیهی است این مداخله ممکن است از طریق اعمال مقررات تنظیمی در راستای رفع تضاد میان منافع افراد و اجتماع و جهت‌دهی صحیح به بازار از طریق اعمال سیاست‌های مصلحتی صورت پذیرد. لذا مکتب نهادگرایی نقش نهادهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی را در تعیین وقایع اقتصادی مورد تأکید قرار می‌دهد و بر درک نقش روند تکاملی و نقش نهادها بر شکل‌گیری رفتار اقتصادی تمرکز می‌کند. بنابراین واضح است که تنظیم بازار در بطن خود مفاهیم سیاسی را نیز گنجانده است و در بستر هر کدام از رویکردهای ذکر شده، چهره متفاوتی به خود می‌گیرد و هریک از این رویکردها جهت‌دستیابی به اهداف و تئوری‌های خویش، به میزان معینی (بسته به نگرش) از ابزارهای متفاوتی برای تنظیم بازار بهره می‌گیرند که در ادامه با تفصیل بیشتری بررسی می‌شوند.

۱. گریفین، کیت، **راهبردهای توسعه اقتصادی**، ترجمه حسین راغفر و محمدحسین هاشمی، ج ۲، تهران: نشر نی، ۱۳۸۲، صص ۱۷-۱۶.

۲. حسینی، شمس‌الدین و افسانه شفیعی، «تعامل دولت و بازار و رویکرد تنظیم در اقتصاد ایران؛ تأملی در سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی: فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی»، ش ۴۳، ۱۳۸۶، صص ۳۵.

3. Institutional Economics

۴. گرجی، ابراهیم، **ارزیابی مهم‌ترین مکاتب اقتصاد کلان**، ج ۱، نشر مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۶، صص ۱۹-۱۸.

۳. تبیین ابزارهای مقررات‌گذاری در نظریه‌های کلان اقتصادی

مقررات‌گذاری یک مفهوم اقتصاد سیاسی است و رویکرد آن در بستر هریک از رژیم‌ها و مکاتب، متفاوت خواهد بود و در نتیجه ابزارهای تنظیمی دولت برای مقررات‌گذاری نیز طبعاً متفاوت و متنوع است. باوجود این، واکاوی‌ها نشان می‌دهد به‌طور کلی دولت‌ها در جهت دستیابی به اهداف خود از دو دسته ابزار کلی استفاده می‌کنند: نخست، قواعد و ابزار موسوم به *imperium*^۱ که از جنس دستور و نظارت‌اند، ایجاد قاعده و استاندارد می‌کنند و ناشی از حاکمیت و قدرت عمومی دولت‌اند. این نوع مقررات سیاست‌های الزامی دولت محسوب می‌شوند، جنس آنها حقوقی است و در زمره ابزارهای سنتی مقررات‌گذاری به حساب می‌آیند. دسته دوم، ابزار موسوم به *dominium*^۲ که انعطاف‌پذیری بیشتری را با خود دارند و استفاده از منابع مالی دولت جهت تنظیمات را شامل می‌شوند. این نوع از ابزار جنس فراحقوقی دارند و در زمره ابزارهای مدرن حقوقی محسوب می‌شوند.^۳

در یک تقسیم‌بندی، تنظیم بازار شامل ایجاد تعادل یا کنترل مقدار عرضه و تقاضا، قیمت‌گذاری، حفظ یا تثبیت درآمد تولیدکنندگان، حمایت از مصرف‌کنندگان و نیز دخالت در تجارت محصولات است که به «ابزارهای داخلی تنظیم بازار» که شامل کنترل عرضه، پرداخت یارانه (یارانه تولید و یارانه مصرف‌کننده)، صندوق تثبیت قیمت، انتقال تولید و بیمه محصولات است و «ابزارهای خارجی تنظیم بازار» که شامل یارانه صادرات، تعرفه، محدودیت‌های غیرتعرفه‌ای و سیاست‌های ضددامپینگ است، تقسیم می‌شوند. در طبقه‌بندی دیگر درخصوص ابزارهای مقررات‌گذاری که توسط بروس دوئرن^۴ و ریچارد فید^۵ صورت گرفته است، می‌توان ابزارهای تنظیمی دولت را با تأکید بر سطح حضور دولت در تأمین کالاها و خدمات بر محور داوطلبانه – اجباری تقسیم کرد. ابزارهای کاملاً داوطلبانه عاری از هرگونه مداخله دولت است و ابزارهای اجباری که محلی برای مداخله خصوصی قائل نمی‌شوند و میان این دو کرانه، دامنه‌ای از

۱. مثل قاعده‌مندکردن خدمات خصوصی شده چون گاز، برق، آب و شروط جدید در قوانین ماهیگیری.

۲. شامل منابع زیادی از سرمایه‌های عمومی و مالکیت عمومی است.

3. Jowell, Jeffrey, *The Changing Constitution*, Oxford University Press, 1994, pp. 213-214.

4. Bruce Doern

5. Richard Phidd

ابزارهای مختلط وجود دارد.^۱ در این طیف از ابزارهای مقررات‌گذاری، بسته به هنجارها و باورهای فرهنگی و نیز نحوه تعامل دولت و آرایش‌های سازمانی، نظریه‌های اقتصاد سیاسی، مشروعیت بیشتری برای برخی از ابزارها قائل‌اند. بنابراین احتمال دارد در جوامع مبتنی بر اقتصاد رادیکال ابزارهای با اجبار بیشتر، از اثربخشی و کارایی بیشتری برخوردار باشند. این در حالی است که جوامع لیبرال ابزارهای با اجبار کمتر را بر ابزارهای مشابه از نظر کارایی ترجیح می‌دهند و در واقع ابزارهای داوطلبانه و مختلط، اولویت بیشتری دارند. لذا در طیف‌های متفاوت جامعه اولویت‌بندی ابزارها یکسان نیست.

۳.۱. ابزارهای داوطلبانه

ویژگی مهم ابزارهای داوطلبانه آن است که میزان مداخله دولت در آنها بسیار کم یا هیچ است و اقدام موردنظر، بر مبنایی داوطلبانه انجام می‌شود. دولت‌ها اغلب به شکل داوطلبانه تصمیم می‌گیرند که هیچ کاری در مورد مشکل خاص عمومی انجام ندهند (بی‌تصمیمی؛ مقررات‌زدایی)؛ زیرا معتقدند این امور را می‌توان به بهترین شکل به وسیله بازار، خانواده‌ها یا سازمان‌های داوطلب انجام داد. این نهادها سازمان‌های غیردولتی‌اند که به شکل داوطلبانه فعالیت می‌کنند و اعضای آنها از سوی دولت ملزم به انجام کار خاصی نمی‌شوند و حق آزادی اختیار و انتخاب دارند. ابزارهای داوطلبانه برای اجرای خط‌مشی‌های اقتصادی با رویکرد اجتماعی همچون مسائل مربوط به محیط زیست، اهمیت ویژه‌ای دارند و می‌توانند بسیاری از مشکلات عمومی را حل کنند.^۲ با توجه به جایگاه خصوصی‌سازی و تفکیک منافع خصوصی از عمومی و توجه به هنجارهای فرهنگی ناظر بر آزادی فردی در رهیافت لیبرال مدرن، می‌توان گفت که ابزارهای داوطلبانه بسیار اثرگذارند و از جایگاه مطلوب برای کارایی و اثربخشی برخوردارند. به گونه‌ای که نئولیبرالیست‌ها بیشترین تأکید را بر گسترش حوزه جامعه مدنی و استفاده از ابزارهایی همچون سازمان‌های داوطلبانه و اتحادیه‌ها و سندیکاها قرار داده‌اند و باور دارند که دولت صرفاً باید شرایط را برای کارکرد صحیح بازار و سازمان‌ها و نهادهای خودتنظیم فراهم آورد.^۳

۱. هاولت، مایکل رامش، **مطالعه خط مشی عمومی**، ترجمه ابراهیم گلشن، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۸۰، ص ۱۳۲.

۲. هاولت، مایکل رامش، همان منبع، ص ۱۳۵.

۳. اساساً جوامع فردگرا گرایش بیشتری به استفاده از ابزارهای اختیاری و نسبت به استفاده از خدماتی که منشأ آنها از دولت باشد، دارند.

۳.۲. ابزارهای اجباری

ابزارهای اجباری که به ابزارهای کنترل و دستور^۱ نیز اشتهار دارند، شامل «مقررات»، «شرکت‌های دولتی»، «تأمین مستقیم کالا و خدمات» می‌شوند. این ابزارها محدودکننده آزادی عمل هستند و از عناصر تجویزی تئوری‌های مقررات‌گذاری بهره می‌برند. شایع‌ترین شکل این دسته ابزارها، تدوین مقررات در جهت کنترل قیمت^۲ است که در دو شکل عمده تعیین «نرخ بازده عادلانه»^۳ و تعیین «سقف قیمت»^۴ ظهور می‌یابد. دولت‌ها در راستای مبارزه با تورم و با هدف تحقق عدالت توزیعی، قیمت کالا و خدمات را تعیین و کنترل می‌کنند.^۵ با توجه به نگرش اقتصاد لیبرالی که رویکرد غالب آن اعتماد و تکیه بر بازار است و دخالت در رفع کاستی‌های بازار را به‌عنوان ضرورت قلمداد می‌کند، اجتناب از ابزارهای تجویزی و imperium اساس خطی‌مشی مقررات‌گذاری محسوب می‌شود. اساساً در این نگره، لیبرالیسم طلایه‌دار مقررات‌زدایی^۶ محسوب می‌شود که از اوایل دهه هفتاد در امریکا مطرح شد و هدف آن ضدیت با «تورم مقررات»^۷ بوده است.^۸ آشکال گوناگون مقررات (همچون استانداردها، مجوزها و...) طبیعتاً به نهادهای خودتنظیم واکذار می‌شود و اجتناب جدی از تأسیس شرکت‌های دولتی صورت می‌پذیرد و با رواج خصوصی‌سازی به شیوه ریگانیسم^۹ و تاچریسم^{۱۰} و باور به بازار، تأمین برخی از کالاهای عمومی (همچون آموزش و پرورش، بهداشت، آتش‌نشانی و...) به بخش خصوصی واگذار می‌شود. لذا بدیهی است، رویکرد اقتصاد لیبرال مدرن در جهت استفاده از ابزارهای تجویزی و اجباری، حداقلی خواهد بود و همواره درصدد واگذاری این حوزه‌ها در سمت اقدامات داوطلبانه است. در نقطه مقابل لیبرال‌ها، رادیکال‌ها که معتقد به شکست بازار در تخصیص بهینه منابع و شکست در اهداف اجتماعی هستند، بازار را از دستیابی به تعادل‌های اقتصادی ناتوان و

1. Control And Command

2. Price Controls

3. Fair Rate of Return

4. Price Ceiling

5. Ogus , Anthony, *Regulation: Legal Form and Economic Theory*, Clarendon Press, Oxford, 1996, p 295.

6. Deregulation

7. Inflation Regulation

۸. حسینی، شمس‌الدین، منبع پیشین، صص ۳۳-۳۴.

9. Reaganism

10. Thatcherism

چاره را در مالکیت عمومی ابزارهای تولید می‌دانند. لذا دولت تمام ابزارها و نهادها برای تأثیرگذاری بر رفتار از جمله رفتارهای اقتصادی را در دست دارد. بنابراین اغلب ابزارهایی که برای مقررات‌گذاری استفاده می‌کنند، ابزارهای اجباری همانند «مصادره اموال سرمایه‌داران»، «قیمت‌گذاری کالاها»، «قانون حداقل دستمزدها»، «مالیات‌ستانی»، «قوانین ضد کارتل و تراست» است که از جنس کنترل و دست‌نبرد. بنابراین ابزارهای داوطلبانه و خودتنظیم مقررات‌گذاری جایگاهی در این رهیافت ندارند.

۳.۳. ابزارهای ترکیبی

ابزارهای ترکیبی با مؤلفه‌های دو ابزار پیشین، هم‌پوشانی‌های دارند؛ از یک سو امکان مداخله دولت برای شکل‌دهی به تصمیمات بازیگران غیردولتی را فراهم می‌کند و از سوی دیگر عرصه تصمیم‌گیری را برای بازیگران خصوصی پیش‌بینی می‌کند. دامنه مداخله دولت از توزیع صرف اطلاعات، تا پرداخت یارانه و وضع مالیات بر فعالیت غیرمطلوب گسترش دارد^۱ ابزار اطلاعات و توصیه، نسبت به سایر اشکال مقررات‌گذاری از کمترین میزان مداخله‌گری دولت برخوردار است. مقررات‌گذاری اطلاعات به دو دسته عمده «افشاگری اجباری» و «کنترل اطلاعات غلط» تقسیم‌بندی می‌شود. در افشاگری اجباری، فروشندگان وادار به ارائه اطلاعاتی در خصوص مشخصات کالا، ترکیب، کیفیت و کمیت آن می‌شوند. در واقع در این ابزار دولت صرفاً اطلاعات را به افراد و شرکت‌ها ارائه می‌دهد و امکان‌پذیرش را برای آنها در نظر دارد^۲ که با توجه به پررنگ بودن نقش انتخاب و حرمت آزادی‌های فردی و اختیارگزینه‌ی در اندیشه لیبرال مدرن راهگشاست. یارانه‌ها عنصر دوم این ابزارها و نوعی ابزار نامتجانس محسوب می‌شوند که شامل انگیزه‌های مالیاتی، اوراق کمک هزینه و انواع یارانه‌ها می‌شوند.^۳ با نگاهی کلی به باور رادیکال‌ها، استفاده از این دسته از ابزارها کم‌رنگ است. ابزار مالیات‌ها، خصوصاً درمورد شرکت‌ها که اساساً خصوصی‌اند، نحوه اعمال مالیات برای کاهش یک رفتار نامطلوب و تشویق به اعمال رفتار مطلوب، کارایی بالایی دارند. بنابراین با نگاه کلی در ابزارهای ترکیبی می‌توان دریافت که در نگرش اقتصاد لیبرال، رویکرد اختیاری آنها نسبت به وجوه اجباری نمود بیشتری دارد.

۱. هاولت، مایکل رامش، منبع پیشین، صص ۱۵۲-۱۵۱.

2. Ogas, op. cit, p, 121.

۳. هاولت، مایکل رامش، منبع پیشین، ص ۱۵۰.

در واقع در یک نگاه تطبیقی می‌توان گفت که رادیکال‌ها با توجه به نگرش و مبانی خود، با سرمایه‌داری دچار تعارض‌اند، طرفدار دخالت حداکثری دولت در بازار هستند؛ از سوی دیگر بر ابعاد اجتماعی تأکید دارند، معتقد به اقدامات پدرسالارانه‌اند و مالکیت فردی را مانع رشد و توسعه و اصلاحات اقتصادی می‌دانند، تا جایی که در برخی نظریه‌ها تا حذف مالکیت خصوصی نیز پیش رفته‌اند. این در حالی است که در نظریه اقتصادی لیبرال مدرن، موارد توسل به اقدامات پدرسالارانه محدود است و از سوی دیگر به مالکیت خصوصی در کنار رعایت حقوق بشر و اجرای عدالت معتقدند و منفعت عمومی را حاصل جمع منافع خصوصی می‌دانند. در قواعد لازم برای دستیابی به اهداف موردنظر، رادیکال‌ها از قواعد imperium که از جنس دستور و تجویزند بیشتر از قواعد dominium که واجد مشخصه انعطاف‌پذیری‌اند، استفاده می‌کنند. در این باره نگرش لیبرال‌های مدرن تا حدودی به‌عکس است و ابزارهای نوین و فراحقوقی را مورد توجه قرار می‌دهند. در برخورداری از طیف ابزارهای مقررات‌گذاری، با توجه به رویکرد مداخله‌گرایانه دولت در نگره رادیکال، استفاده از ابزارهای اجباری به‌مراتب بیشتر از ابزارهای اختیاری مورد توجه قرار می‌گیرد، درحالی‌که در رهیافت لیبرال با توجه به مؤلفه‌هایی همچون آزادی فردی، حقوق بشر و... نسبت عکس یافته و درصدد بهره‌گیری از ابزارهای اختیاری به‌عنوان اصل و ابزارهای اجباری به‌عنوان اضطرار است.

۴. سیاست‌های تنظیم بازار در ایران در چارچوب نظریه‌های مقررات‌گذاری

۴.۱. جایگاه دولت در اقتصاد ایران

نظام اقتصادی ایران در سال‌های پس از انقلاب مشروطه نوسانات زیادی داشته و در هر مقطعی از زمان، به سمت یکی از نظریه‌های اقتصاد سیاسی تمایل پیدا کرده است. در واقع حوزه مداخلات اقتصادی دولت و ابزارهای اجرای آن در برخی دوره‌ها بسیار شدید و در برخی دوره‌ها با شدت کمتری اعمال شده است. این تغییرپذیری در حوزه مداخلات دولتی، متناسب با شرایط زمانی و اوضاع اقتصادی کشور صورت گرفته است. به‌عبارتی تاریخ ایران شاهد سه مرحله مختلف از جهت‌گیری نسبت به مداخلات اقتصادی دولت‌هاست؛ مرحله اول دولت به‌عنوان

«پیشران نخست»^۱، مرحله دوم «شکست دولت» و مرحله سوم «احیای دولت»^۲. مرحله اول از ابتدای سال‌های ۱۳۳۰ آغاز شد و تا بعد از انقلاب و به‌ویژه جنگ تحمیلی یعنی دهه ۱۳۷۰ به طول انجامید. در این دوره با تأکید بر نقش دولت در اقتصاد، دولت در بسیاری از زمینه‌ها با ایجاد انحصارات گوناگون، جایگزین و رقیب بخش خصوصی شد و به‌عنوان یک انحصارگر بزرگ در عرصه اقتصاد ایران فعالیت کرد.^۳ در مرحله دوم به‌دلیل مشکلات عظیم ناشی از هشت سال جنگ و شرایط تورمی، جهت‌گیری‌های دولت تغییر کرد و با پایان یافتن جنگ تحمیلی و شروع بازسازی‌ها رویکرد «دولت حداقل»^۴ ترویج شد و از سال ۱۳۷۰ سیاست‌های مبتنی بر آزادسازی قیمت‌ها و تعدیل اقتصادی پیگیری شد تا نقش دولت در اقتصاد به ناچار کم شود. طی سال‌های اجرای سیاست‌های تعدیل، مشکلاتی همچون «افزایش تورم»، «افزایش قیمت ارز» و «رکود فعالیت‌های تولیدی»، باعث شد تا احساس نیاز به حمایت‌های دولتی شدت یابد و دولت را ناچار به افزایش حمایت‌های خود کند.^۵ بنابراین دولت وارد سومین مرحله از حیات خود و نقش دولت مجدداً احیا شد. اما در این بازآفرینی، تلاش شد به‌جای محور قرار دادن دولت، زمینه‌های تعامل مشترک میان دولت و بازار (بخش خصوصی) فراهم شود. در این راستا جهت‌گیری سیاست‌گذاران به سمت واگذاری شرکت‌های دولتی به بخش‌های خصوصی و تعاونی، حذف انحصارات و تمرکززدایی از ساختار اداری و اقتصادی معطوف شد. چنان‌که قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی-اجتماعی (۱۳۸۸-۱۳۸۴) و در ادامه سایر برنامه‌های توسعه کشور (برنامه پنجم، ششم و هفتم) نیز به تناسب با رویکرد توسعه بخش خصوصی و بازتعریف وظایف دولت و ارتقای اثربخشی حاکمیت (رویکرد حکمرانی مطلوب)^۶ تدوین شد.^۷ بدین معنا که ضمن پذیرش محوریت بخش خصوصی در فعالیت‌های اقتصادی، وظایف نهادی، تنظیمی و تکمیلی دولت در اقتصاد مورد تأکید قرار گرفت. حکمرانی خوب بر این عقیده است که رشد اقتصادی تنها به

1. Prime Mover

2. Government Relife

۳. حسینی، شمس‌الدین، منبع پیشین، صص ۴۴-۴۵.

4. Minimal State

۵. آخوندزاده، حمید رضا و علی مروی، «بررسی نقش دولت در تحولات اقتصادی و ارائه الگویی برای ایران (۲): اقتصاد ایران و دولت»، مجله راهبرد توسعه، ش ۲، ۱۳۸۴، صص ۲۱۳-۲۱۴.

6. Good Governance

۷. حسینی، شمس‌الدین، منبع پیشین، صص ۴۸-۴۹.

عقلانیت بازار وابسته نیست، بلکه به کیفیت حکمرانی هم بستگی دارد؛ بنابراین علاوه بر کاهش اندازه دولت، اثربخشی و کارآمدی دولت نیز باید مدنظر قرار گیرد. این رویکرد با استقبال زیادی طی سال‌های اخیر در کشورهای مختلف مواجهه بوده است.^۱

۴.۲. ساختار و ظرفیت‌های قانونی ستاد تنظیم بازار (سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان)

همان‌گونه که ذکر شد، در سال‌های پس از انقلاب اسلامی عواملی باعث شد تا عملکرد دولت مداخله‌گرایانه‌تر شود. «ملی‌سازی و مصادره‌های گسترده اموال بخش خصوصی در اوایل انقلاب»، «افزایش حجم دولت و عدم تحول متناسب آن در تکنولوژی و تکنیک‌های مدیریتی» و «افزایش درآمدهای نفتی به‌ویژه اولین شوک نفتی ۱۳۵۲ و افزایش سریع تقاضا و ناتوانی بنگاه‌ها در پاسخگویی به مازاد تقاضا» از جمله عوامل زمینه‌ساز افزایش دخالت دولت در اقتصاد بود.^۲ مجموعه این عوامل موجب پررنگ شدن نقش دولت در اقتصاد به‌ویژه مداخله در قیمت‌گذاری کالاها شد. به‌طور دقیق‌تر در سال ۱۳۵۲ به‌منظور تعیین و تثبیت قیمت تولیدات داخلی کشور و کالاهای واردات «مرکز بررسی قیمت‌ها»، به ریاست نخست‌وزیر وقت تشکیل شد. در همان زمان صندوق حمایت از مصرف‌کننده نیز، به‌منظور تهیه فهرست کالاهایی که مصرف‌کنندگان یا تولیدکنندگان آن باید مورد حمایت قرار می‌گرفتند، تشکیل شد. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، نقش‌آفرینی دولت در اقتصاد به مراتب پررنگ‌تر شد. این مسئله به‌طور اصلی در نتیجه تصویب اصل (۴۴) قانون اساسی و تعمیم گستره مالکیت عمومی، آغاز جنگ تحمیلی و تحریم‌های اقتصادی رخ داد. در بهمن ماه سال ۱۳۵۸ به موجب مصوبه شورای انقلاب، مرکز بررسی قیمت‌ها و صندوق حمایت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان با عنوان جدید «سازمان حمایت از مصرف‌کننده و تولیدکننده» در یکدیگر ادغام و دامنه وظایف آن بسیار گسترده شد. همچنین طبق اساسنامه‌ای که به تصویب شورای انقلاب رسید، مجمع عمومی این سازمان بالاترین مرجع قیمت‌گذاری در کشور تعیین شد. علاوه بر موارد فوق، در سال ۱۳۵۹ قانون نظام صنفی به‌عنوان یکی از مستحکم‌ترین و جامع‌ترین قوانین مرتبط با نحوه برخورد با جرایم اقتصادی نیز تصویب

۱. J. Welsch , Friedrich and V. Carrasquero , José, "Perceptions of state reform in Latin America", *International Social Science Journal*, vol. 52, 2000, p 34.

۲. رنایی، محسن، بازار یا نابازار، چ ۱، تهران: نشر سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۶، صص ۱۹۷-۱۹۱.

شد. در اسفندماه سال ۱۳۶۸ قانون تعزیرات حکومتی در مجمع تشخیص مصلحت نظام تصویب و صلاحیت رسیدگی به امور تعزیرات حکومتی که در آن زمان با دادسراهای ویژه بود، از قوه قضائیه سلب و به قوه مجریه واگذار شد. در راستای اجرای این قانون و در خلال رسیدگی مجمع تشخیص مصلحت نظام به قانون اصلاح تعزیرات حکومتی، هیئت وزیران بنا به پیشنهاد رئیس‌جمهور و براساس اصل ۱۲۷ قانون اساسی، ستاد پشتیبانی تنظیم بازار یا به اختصار «ستاد تنظیم بازار» را تأسیس کرد. براساس این مصوبه، به منظور برنامه‌ریزی، پشتیبانی و نظارت در تأمین و توزیع کالاهای اساسی و ضروری کشور از طریق تأمین نیازهای واحدهای تولیدی و استفاده از حداکثر ظرفیت آنها، همچنین تنظیم عرضه کالا از طریق کنترل صادرات یا فراهم کردن تسهیلات کافی برای واردات کالا، سامان‌دهی شبکه‌های توزیع و تعیین ضوابط لازم در توزیع کالا، استفاده از شبکه‌های خصوصی و تعاونی، استفاده از توان بازرگانی دولت در تدارک مواد اولیه کالاهای واسطه‌ای و مصرفی و اتخاذ تدابیر لازم در تأمین و توزیع کالاهای اساسی و ضروری کشور و نیز اصلاح تشکیلات و سازمان‌دهی تعزیرات حکومتی و اجرای مقررات مربوطه، کلیه وظایف و اختیارات رئیس‌جمهور و هیئت وزیران در امور یاد شده به ستادی متشکل از نمایندگان ویژه رئیس‌جمهور تفویض می‌شود.^۱ این ستاد زیرنظر رئیس‌جمهور فعالیت می‌کند و تصمیمات آن با اکثریت آرا معتبر است که در حکم تصمیمات رئیس‌جمهور و هیئت وزیران بوده و لازم‌الاتباع‌اند.^۲

از طرفی در سال‌های ۱۳۸۳-۱۳۷۹، طی ابلاغ برنامه سوم توسعه موضوع رقابتی کردن ساختار فعالیت‌های اقتصادی و کاهش حجم و اندازه دولت و فعالیت‌های تصدی‌گری آن مورد پیگیری قرار گرفت. این رویکرد در برنامه چهارم نیز مطمح نظر بود و نهایتاً با ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و تصویب قانون اصلاح موادی از قانون برنامه توسعه و اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴، خصوصی‌سازی، رقابت و منع انحصار و کاهش مداخله‌گری دولت تسهیل و سرعت بیشتری به خود گرفت. حوزه فعالیت دولت تشریح و دو رقیب جدی و قدرتمند

۱. وزرای نفت، بازرگانی، دادگستری، جهاد، کشاورزی، معادن و فلزات، امور اقتصادی و دارایی، صنایع، معاون رئیس‌جمهور در امور اجرایی و رئیس کل بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران اعضای این ستاد هستند که در جلسات ستاد تنظیم بازار حق رأی دارند.

۲. گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس نگاهی حقوقی به محدوده سازمان تعزیرات حکومتی، تیر ۱۳۷۵، صص ۳-۴.

بخش تعاونی و خصوصی برای دولت تعریف شد. فضای تنظیمی از تصدی‌گری دولت به سمت تشدید نظارت‌ها بر رفتار فعالان بازاری و جایگزینی ضوابط قیمت‌گذاری با ممانعت از بروز رویه‌های ضد رقابتی حرکت کرد.^۱ علی‌رغم این تحولات و حرکت به سمت دولت حداقلی صرفاً تنظیم‌گر و بازار رقابتی، هنوز دولتمردان با بهره‌برداری از نظریه منفعت عمومی و با اعتقاد به موارد متعدد نقض کارکرد صحیح بازار در جهت به حداکثر رساندن رفاه اجتماعی، در سازوکار بازار مداخله نابه‌جا می‌کنند. آنها مبانی مداخله خود را در بازار، «کاستی بازار» و «بی‌نظمی در مکانسیم آن» عنوان می‌کنند که عمده‌ترین آن شامل این موارد است:

- الف) عدم تأمین، تولید و توزیع محصولات کالاها و خدمات مورد نیاز بازار به لحاظ کمی و کیفی.
- ب) فقدان یا ضعف سیستم‌های توزیع و فروش به نحوی که امکان ایجاد دسترسی به کالاها و خدمات در دسترس متقاضیان نباشد.
- ج) عدم سرمایه‌گذاری کافی در زیرساخت‌های توزیع از جمله بنادر، راه‌ها و وسایل حمل‌ونقل، ضعف کانال‌های توزیع مطلوب از جمله نهادهای عمده‌فروشی و خرده‌فروشی مطلوب، باعث می‌شود تا بسیاری از کالاها و خدمات به‌طور مطلوب در اختیار متقاضیان قرار نگیرد.
- د) موانع ناشی از برخی عوامل محیطی از جمله بعضی از سیاست‌ها و قوانین و مقررات که باعث برهم خوردن نظم بازار می‌شوند.^۲

بنابراین دولت در جهت زدودن نقایص فوق اقدام به مداخله ارشادی در بازار می‌کند. در نظام حقوقی و اقتصادی ایران تا پیش از سال ۱۳۸۰ ستاد پشتیبانی برنامه تنظیم بازار مسئولیت این امر را برعهده داشت و از سال ۱۳۸۰ تاکنون وظیفه «تنظیم بازار» در کشور برعهده کارگروه تنظیم بازار و ستاد بررسی و کنترل قیمت‌ها قرار گرفته است. براساس ماده ۶ اساسنامه این سازمان، هدف سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان حمایت از تولیدات داخلی و افزایش آن و حمایت از مصرف‌کنندگان در برخورد با نوسانات غیرمعمول و همکاری سازمان‌های ذی‌ربط در تشویق امر صادرات و بازاریابی از طریق تعیین، تعدیل، تثبیت و کنترل قیمت تولیدات و خدمات و کالاهای وارداتی داخلی و انجام تحقیقات و بررسی لازم و ارائه طرح‌های ضروری در جهت

۱. صلاحی‌منش، احمد و افسانه شفیعی، «تحلیل نظری و کاربردی سیر تکوین بازار از کنترل‌های ایجابی تا حدود سلبی»، مجله بررسی‌های بازرگانی، ش ۵۲، ۱۳۹۱، صص ۱۱-۱۲.

۲. گزارش دفتر مطالعات اقتصادی، تنظیم بازار: مبانی نظری و عملکرد وزارت بازرگانی، مهر ۱۳۸۷، ص ۳.

متعادل ساختن کالاهای وارداتی و تولیدی است. در این راستا، قانون‌گذار در ماده ۷ اساسنامه این سازمان، ۲۶ وظیفه متفاوت که عموماً کارکرد تنظیمی دارند، برای آن احصا کرده است. در این ماده صلاحیت‌های قانونی لازم برای ستاد تنظیم بازار (سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان) در نظر گرفته شده است که این ظرفیت‌های قانونی تضمین‌گر نقش این سازمان در تنظیم بازار خواهد بود. از سوی دیگر تشکیلات و اعضای این سازمان (ارکان) که از منظر حقوقی عموماً دارای نقش اثرگذار بوده، در کاربست اهداف و وظایف آن کارگشا هستند. اما با مذاقه در ترکیب مجمع عمومی این سازمان (رکن اصلی)، اشکالات بسیاری نیز متوجه آن است؛ در ترکیب این سازمان، نقش بخش خصوصی بسیار کم‌رنگ است و در آن صرفاً یک نفر از بخش خصوصی (رئیس اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران یا نماینده وی) حضور دارد و بقیه اعضا، اشخاص حقوقی دولتی‌اند. همچنین از نظر تعداد، اعضای مجمع عمومی هشت نفرند که با اصل «نصاب فرد» برای مجامع گروهی و شورایی در اتخاذ تصمیم منافات دارد.^۱

۴.۳. شورای رقابت

به‌منظور دستیابی به شرایط بازار رقابتی و بهره‌مندی از مزایای ناشی از افزایش کارایی، تخصیص بهینه منابع و رفاه اقتصادی در قوانین برنامه سوم و چهارم توسعه، در چارچوب فصل نهم سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی (مصوب ۱۳۸۶) دولت به تدوین لایحه‌ای برای تسهیل رقابت و تنظیم انحصارات موظف شد. همچنین مطابق بند (ه) سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، در تاریخ ۱۳۸۴/۳/۱ به جلوگیری از ایجاد انحصار توسط بنگاه‌های اقتصادی غیردولتی از طریق تصویب قوانین تأکید شد. در راستای تحقق این سیاست و قوانین برنامه توسعه، لایحه «مقررات تسهیل‌کننده رقابت و ضوابط مربوط به کنترل و جلوگیری از شکل‌گیری انحصارات» توسط هیئت وزیران به تصویب رسید و به مجلس شورای اسلامی تقدیم شد. برای تحقق اهداف این لایحه «شورای رقابت» تشکیل شد که برای انجام امور کارشناسی و اجرایی شورای رقابت، مرکز ملی رقابت در قالب مؤسسه‌ای دولتی زیرنظر رئیس‌جمهور تأسیس شده

۱. ماده ۸ اساسنامه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان.

است.^۱ این شورا به صورت نهادی فرابخشی شامل پانزده نفر از نمایندگان قوای سه گانه و بخش‌های اقتصادی (خصوصی، تعاونی و دولتی) است. بنابراین شورای رقابت به عنوان یکی از سازمان‌های تنظیم‌گر بازار (رگولاتور) در نظام اقتصادی ایران و به عنوان بالاترین نهاد تنظیم مقررات در کشور براساس فصل نهم قانون اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم توسعه که به تسهیل رقابت و منع انحصار اشاره دارد، برای «نظارت بر اعمال و رویه‌های ضد رقابتی»، «محدود کردن و تنظیم انحصارات» و «جلوگیری از رفتارهای مخل رقابت» تشکیل شده است. احکام و قوانین این فصل از قانون، تمام فعالان اقتصادی اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی بخش‌های خصوصی، تعاونی، دولتی و عمومی غیردولتی را شامل می‌شود. بدیهی است که برای نیل به تسهیل رقابت و منع انحصار، وضع صلاحیت‌های لازم برای این نهاد ضروری است. در ماده ۵۸ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، صلاحیت‌هایی همچون «تصویب دستورالعمل تنظیم قیمت»، «تضمین رعایت ممنوعیت‌ها با وضع جریمه»، «تعلیق موقت برخی فعالیت‌های بنگاه‌ها»، «اخذ شکایت و رسیدگی به آنها» و در نهایت «ابطال ادغام یا تأسیس مؤسسات» برای این شورا در نظر گرفته شده است. در چند سال اخیر شورای رقابت از صلاحیت‌های خود بیشتر برای تنظیم بازار خودرو استفاده کرده است. بیشترین جلوه این تنظیم استفاده از ابزار قیمت‌گذاری بوده است؛ هرچند برای رقابتی کردن بازار خودرو استفاده از ابزار تعرفه و سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی ضروری است. این درحالی است که شورای رقابت نقشی در مسائلی مانند تعیین تعرفه واردات ندارد. این چالش‌های قانونی و مسائلی مانند تداخل وظیفه با دیگر نهادهای تنظیم بازار، چالشی اساسی و قابل توجه برای این شورا است.

بدیهی است تأسیس نهادها و مراجع تنظیم‌کننده بازار و وجود فضای رقابتی کمک بسیار مؤثری به تداوم سلامت ساختار بازار و بنیان‌های اساسی اقتصاد نموده است. در نقطه مقابل رقابت‌پذیری، پدیده تمرکز و انحصار قرار دارد که ماهیتاً مانع بهره‌وری و کارآمدی و بعضاً مروج فساد در اقتصادهای غیرشفاف و غیررقابتی است. به همین دلیل در بسیاری از کشورها، اصلی‌ترین راهکار مبارزه با انحصار و تبعات منفی ناشی از آن را صرفاً در استقرار نهادها و قوانین

۱. میرجلیلی، فاطمه، «لایحه مقررات تسهیل کننده رقابت و ضوابط مربوط به کنترل و جلوگیری از شکل‌گیری انحصارات»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۸۰۲۴، ۱۳۸۴، ص ۴۰.

ساختاری مرتبط با توسعه رقابت‌پذیری می‌دانند؛ چراکه مهم‌ترین شرط حصول رشد اقتصادی باثبات و پایدار، وجود ساختاری سالم، کارآمد و رقابتی در اقتصاد است. از این منظر شورای رقابت با هدف تسهیل‌کنندگی فعالیت بخش خصوصی و به‌طور کلی عرصه اقتصادی و نوعی عامل برای کاهش ریسک در این بخش شکل گرفت تا بخش خصوصی با ورود به بازار نگران انحصارات و رقبای انحصارگر خود نباشد؛ وفق مفاد فصل نهم قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی (تسهیل رقابت و منع انحصار) و به‌طور خاص در ماده ۵۸ این قانون، وظایف و تکالیف قانونی برای شورای رقابت احصا شده است که کارکرد تنظیمی دارند و به‌عنوان ابزارهایی در تنظیم بازار در صلاحیت شورای رقابت قرار می‌گیرند. در این قانون صلاحیت‌های حقوقی لازم برای شورای رقابت در نظر گرفته شده است که این ظرفیت‌های قانونی تضمین‌گر نقش شورا در تنظیم بازار خواهد بود. بر اساس ماده ۵۳ این قانون - با توجه به جایگاه حقوقی ترکیب تشکیلاتی این شورا - همچون سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، حکایت از نقش اثرگذار دولت در ایفای وظایف شورای رقابت دارد. ترکیب این شورا پانزده‌نفره است که سیزده نفر آن از مقامات دولتی یا به انتخاب دولت هستند و صرفاً دو نفر از آنها (یک نفر به انتخاب اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و یک نفر به انتخاب اتاق تعاون) از بخش‌های غیردولتی‌اند.

۴.۴. ابزارهای تنظیم بازار در نظام حقوقی-اقتصادی ایران

رگولاتوری‌های موجود در سیستم حقوقی-اقتصادی ایران مانند «شورای رقابت»، «سازمان تنظیم مقررات رادیویی»، «سازمان تعزیرات حکومتی» و به‌ویژه «ستاد تنظیم بازار» (سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان) وظایف خود را جهت به تعادل رساندن بازار از طریق دو دسته ابزار و سیاست کلی انجام می‌دهند:

۱.۴.۴. ابزارهای مرزی

۱. صدور مجوز واردات: گاهی به فراخور رفع کاستی‌های بازار داخلی یا تعدیل و تنظیم قیمت‌های داخلی، به واردات برخی اقلام نیاز است که در این صورت درمورد چنین

کالاهایی مجوز واردات صادر می‌شود. برای مثال اجازه واردات ۲۰۰ هزار تن شکر توسط نمایندگان در ستاد پشتیبانی تنظیم بازار را می‌توان شاهدهی بر این امر ذکر کرد.^۱

۲. منع صادرات: گاهی به‌علت نیاز داخلی از صدور برخی اقلام و کالاها ممانعت به عمل می‌آید تا تنظیم بازار داخل به هم نخورد. به نوعی می‌توان گفت که این ابزار «سلبی» قلمداد می‌شود. برای مثال دستور نمایندگان ویژه رئیس‌جمهور در منع صادرات پنبه از این نوع ابزار محسوب می‌شوند.^۲

۳. تعرفه: از دیگر ابزارهای سلبی می‌توان به محدودیت‌های وارداتی و وضع تعرفه بر برخی کالاهای خاص اشاره کرد که دولت با هدف حمایت از تولیدکنندگان داخلی در مقابل کالاهای خارجی تعرفه وضع می‌کند و برای دولت جنبه درآمدزایی دارد. تعرفه‌های سنگین وضع شده بر واردات خودروهای خارجی جهت حمایت از خودروسازان داخلی یا تعرفه‌های فصلی بر واردات میوه در دوره عرضه داخلی میوه‌ها از این نوع محسوب می‌شوند. البته گاهی نیز دولت با کاهش تعرفه‌ها درصدد تنظیم قیمت‌های داخلی برمی‌آید. برای مثال مصوبه دولت در راستای کاهش ۱۰ درصدی واردات خودرو در دی ماه ۱۳۹۱ را می‌توان از این نوع قلمداد کرد.^۳

۲.۴.۴. ابزارهای داخلی

۱. کنترل عرضه: در این سیاست، در صورت افزایش عرضه محصول، دولت به‌عنوان خریدار وارد بازار شده و اقلام را خرید می‌کند که به آن اصطلاحاً سیاست «ذخیره احتیاطی» گفته می‌شود. به‌عنوان نمونه می‌توان از خرید برخی محصولات کشاورزی مثل سیب زمینی در سال ۱۳۸۷ نام برد که در ابتدای سال ۱۳۸۸ به‌صورت مجانی میان مردم توزیع شد. یا مثلاً جلسه فوق‌العاده ستاد مرکزی تنظیم بازار در خصوص دستور ذخیره‌سازی کالا برای اجرای فاز دوم هدفمندی یارانه‌ها در سال ۱۳۹۲ را می‌توان از این دست محسوب کرد.

۱. تصمیم نمایندگان ویژه رئیس‌جمهور در ستاد پشتیبانی تنظیم بازار (اجازه واردات دویست هزار تن شکر جهت توزیع در مراکز صنفی - صنعتی و تنظیم بازار با ارز واریزنامه‌ای مصوب ۱۳۷۸/۲/۱۴).

۲. تصمیم نمایندگان ویژه رئیس‌جمهور به منظور تنظیم بازار پنبه مصوب ۱۳۷۴/۵/۳.

۳. مصوبه هیئت دولت (کاهش تعرفه خودرو در راستای تنظیم بازار مصوب ۱۳۹۱/۱۰/۲۲).

۲. پرداخت‌های جبرانی: طی این سیاست، دولت مابه‌التفاوت قیمت تعیین شده و قیمت دریافتی توسط تولیدکننده را پرداخت می‌کند. مثلاً مطابق بند (ج) ماده ۳۹ قانون برنامه چهارم توسعه مقرر شد، چنانچه دولت به هر دلیل فروش کالاها یا خدمات مذکور را به قیمتی کمتر از قیمت تعیین شده تکلیف کند، باید مابه‌التفاوت قیمت تکلیف شده را هم‌زمان تعیین و از محل اعتبارات و منابع خود در سال اجرا، پرداخت یا از محل بدهی دستگاه ذی‌ربط به دولت تهاتر کند.

۳. یارانه مصرف‌کننده: یارانه‌هایی را که برای ایجاد تعدیل در توزیع درآمدها، تعدیل آثار ناشی از فشارهای بازار و تصحیح الگوی مصرف کشور به سمت تشویق مصرف کالاهای تولید داخل به مصرف‌کنندگان پرداخت می‌شود در برمی‌گیرد. این امر به‌وفور در عرضه کالاهای کوپنی در اقتصاد ایران دیده می‌شود که با اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها برنامه این کالاهای سوبسیددار لغو شد.

۴. توجه به تنظیم بازارهای مناسبتی نظیر عید نوروز و ماه رمضان: در این خصوص سیاست خرید و ذخیره‌سازی میوه و سایر کالاهای ضروری مردم در فصول عرضه داخلی انجام می‌شود.

۵. سیاست قیمتی: این ابزار که نوعی مقررات‌گذاری محرک^۱ در جهت بهبود کارایی است، خود مشتمل بر چند سیاست است:

- قیمت کف: برای حمایت از تولیدکنندگان به کار می‌رود و هدف از آن، تثبیت درآمد تولیدکنندگان است و در این حالت دولت قیمت را بالاتر از قیمت بازار قرار می‌دهد.
- قیمت سقف: هنگامی که مصرف‌کنندگان قادر به پرداخت قیمت تعادلی کالایی نباشند، دولت برای حمایت از آنها سیاست سقف قیمت را اعمال می‌کند.
- تثبیت قیمت: دولت با استفاده از این سیاست، عرضه و تقاضای محصولات خاص را کنترل کرده و بیشتر برای کالاهایی که خرید آنها در انحصار دولت است برای حمایت از مصرف‌کنندگان به کار می‌رود.

- قیمت تضمینی: به منظور حمایت از تولیدکنندگان و جلوگیری از کاهش حداقل قیمت اعلام شده، دولت برای برخی کالاهای خاص قیمتی تضمینی اعلام می‌کند.

۶. **ابزارهای تحذیری:** برخورد با متخلفان و اعمال مجازات توسط نهادهای قانونی همچون سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و سازمان تعزیرات حکومتی به شیوه «اخذ جریمه»، «پلمپ کردن واحد متخلف»، «نصب پارچه نوشته بر سردرب واحد صنفی متخلف» از جمله این اقدامات محسوب می‌شود.

۷. **بیمه محصولات:** به منظور حمایت از تولیدکنندگانی که در اثر حوادث غیرقابل پیش‌بینی شده تولیدات آنها دچار خسارت و آسیب می‌شوند و برای کمک به ادامه فعالیت‌های تولیدی آنها سیاست بیمه اجرا می‌شود. به عنوان مثال در این راستا ماده ۳۲ آیین‌نامه ستاد مدیریت بحران در باب بیمه محصولات کشاورزی قابل ذکر است.^۱

۸. **تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی:** مثلاً کاهش تعداد کالاهای مشمول بند (ج) ماده ۳۹ قانون برنامه چهارم توسعه، از سال ۱۳۸۴ به بعد شاهدهی برای کاربست این ابزار است. این امر در راستای ایجاد انگیزه‌های کافی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زمینه تولید کالاهای اساسی و هدفمند کردن پرداخت یارانه صورت گرفت. به عنوان مثال در سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۸۵ شکر، کاغذ، سم، پودر شوینده و سیمان از این فهرست حذف شدند.

۹. **اطلاع‌رسانی، آموزش و ترویج فرهنگ درست مصرف:** این ابزار با فرهنگ‌سازی صحیح در مصارف خانواده و جامعه می‌تواند از هدررفت و همچنین رفع کمبودهای برخی حواج عمومی جامعه جلوگیری کند. به عنوان مثال مصوبه «طرح اصلاح الگوی مصرف خانوار» مؤید استفاده از این ابزار است.^۲

چنان‌که ملاحظه شد تکنیک‌ها و ابزارها مورد استفاده در سیاست‌های تنظیم بازار ایران از تنوع بسیار برخوردار است؛ با وجود این، بیشتر ابزارهای موجود در تنظیم بازار، از نوع اجباری (قیمت‌گذاری، صدور مجوز، تعرفه، ...) و ترکیبی (یارانه، بیمه، ...) اند و تنها در دو مورد که

۱. آیین‌نامه اجرایی قانون تشکیل سازمان مدیریت بحران کشور مصوب ۱۳۸۸/۱/۲۳.

۲. طرح اصلاح الگوی مصرف در خانواده مصوب جلسه ۶۵۳ مورخ ۱۳۸۸/۹/۳ شورای عالی انقلاب فرهنگی.

به‌منظور تشویق بخش خصوصی و آموزش و اطلاع‌رسانی، اقدامات محدودی صورت گرفته، ابزارهای داوطلبانه مورد استفاده قرار گرفته است.

۵. چالش‌ها و ناکارآمدی‌های تنظیم بازار در ایران

در اقتصاد ایران متولی امر سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری در حوزه تنظیم بازار دقیقاً مشخص نیست و ستاد تنظیم بازار - که مشخصاً از آن یاد می‌شود - یگانه نهاد منحصر در این امر نیست. با توجه به رویه عملی می‌توان گفت که دولت و مجلس شورای اسلامی عمده‌ترین مقررگذار این حوزه بوده‌اند و بعد از ابلاغ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در سال ۱۳۸۷، نهادهایی همچون «شورای رقابت»، «هیئت واگذاری و شورای عالی اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی» نیز در برخی موارد اقداماتی انجام می‌دهند. اما قابل ذکر است که این نهادها با در دست داشتن ابزارهای خشک (غیرمنعطف) و اجباری (حقوق سخت) جهت تأثیرگذاری بر رفتار اقتصادی افراد و بنگاه‌ها، گونه‌ای از نهادهای اقتصادی متمرکز و برنامه‌ریزی شده را به ذهن متبادر می‌کنند. به‌عنوان مثال، ستاد تنظیم بازار (سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان) گاهی با مداخلات بیش از اندازه، مکانیسم خودتنظیمی^۱ و تعادل بازار را برهم می‌زند. این ستاد اگرچه با هدف ارتقای منافع عمومی، ایجاد عدالت توزیعی و کاهش شکاف درآمدی میان طبقات مختلف جامعه، ایجاد شده است، اما سیاست‌های تنظیمی آن در عمل ایجاد برنده - بازنده می‌کند و منافع گروه‌های خاصی را تأمین می‌کند. به‌عنوان مثال سیاست‌های کنترل قیمت طی برنامه سوم توسعه که تحت عنوان «نظام تأمین و تعیین قیمت کالا و خدمات سبد حمایتی» به اجرا درآمد، زمینه‌ساز افزایش رانت‌خواری و دلالی ناشی از قیمت‌گذاری دستوری و همچنین کاهش کیفیت کالاها شد که انتقادات زیادی به دنبال داشت. همچنین، ستاد تنظیم با ترکیب کاملاً دولتی و نبود نمایندگانی از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در این ستاد، به‌جای اینکه به‌صورت مستقل و تنظیمی عمل کند، عملاً برای تأمین اهداف دولت شکل گرفته است. عامل دیگری که برنامه‌های تنظیم بازار را ناکارآمد می‌کند آن است که نقش نهادهایی مانند تعاونی‌های تولید و انجمن‌های حمایت از مصرف‌کننده در تنظیم بازار چندان مورد توجه

نبوده و این امر موجب شده که سیاست‌های تنظیم بازار همواره با اعتراض بخش خصوصی مواجه شود. از این رو ضروری است که در ترکیب عضوی و سیاست‌های این ستاد، تغییرات بنیادین صورت پذیرد. در مورد شورای رقابت نیز هر چند این شورا قانوناً صلاحیت‌های قابل توجهی دارد، با چالش‌های عمده سازمانی و قانونی در اجرای آنها مواجه است که این نهاد را در دستیابی به سطح عملکرد مطلوب بازمی‌دارد. برای مثال، هرچند براساس قانون^۱، به شورای رقابت در رسیدگی و تصمیم‌گیری استقلال کامل اعطا شده است، انتخاب اکثریت اعضای آن توسط رئیس‌جمهور نشان‌دهنده وابستگی این رگولاتور به قوه مجریه و دولت است. از سوی دیگر وجود نهادهای موازی با شورای رقابت و تداخل وظایف آنها با یکدیگر، موجب ابهام در جایگاه این شورا شده است. بنابراین باید اذعان کرد، نبود توجه جدی نسبت به اهداف مستتر در مقررات‌گذاری و اتخاذ شیوه‌های نامناسب می‌تواند تحقق اهداف مدنظر را ناممکن کند و حتی نتایج معکوس به بار آورد.

نتیجه‌گیری

در فراکافت نقش نهادهای تنظیم‌گر بازار، رویکردهای نظری بستر ساز ایفای نقش‌های گوناگونی خواهد بود؛ در میانه این نگرش‌ها و جدل‌ها، «بنیادگرایی نهادی» با رویکرد دستیابی به ایجاد نهادهای کارآمد، به جهت راهیابی به قیمت‌های واقعی در قالب «بنیادگرایی بازاری»، ظهور نهادهای تنظیم‌گر قوی - حول محور بازار و مدیریت و کنترل آن - عامل تعیین‌کننده برای رشد اقتصادی در بلندمدت دانسته شده است. در مقابل این باور، تنظیم بازار با رویکرد مداخله دولت نیز همواره طرفداران جدی دارد که در دو سر طیف مداخله حداکثری تا مداخله حداقلی، شواهد آن را می‌توان در دیدگاه‌های مطرح یافت. بدیهی است که مدیریت و کنترل بازار و تضمین حقوق طرفین آن، نیازمند شناخت جامع و کامل از محیط محاذی مؤثر بر بازار است. یعنی گاهی در برخی از حوزه‌ها، عدم مداخله دولت نتایج بهتری برای تنظیم بازار در پی خواهد داشت و گاهی تحدید مداخله دولت و آزادسازی و محول کردن به دست پنهان بازار، منجر به تعادل در تنظیم بازار خواهد شد و در مقابل گاهی حضور دولت در برخی از ساحت‌ها، تثبیت‌کننده

۱. بند ۴ ماده ۵۶ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴.

بازار و تأمین‌کننده حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان است. بنابراین درخصوص مجادله و مقابله «نابازار» و «بازار» و تعیین نقش و سهم آنها در سامان‌دهی و هدایت و پیش‌رانی بازار، باید حزم و دوراندیشی داشت و در گستره رهیافت‌های رادیکال مبتنی بر نقش رگلاتوری جامع دولت تا نقش خودتنظیم‌گری و آزادی بازار، با شناخت از ظرفیت‌ها و کارکردها، تعادل و توازن ثمربخش برقرار کرد.

سیاست‌ها، نهادها، نقش‌ها و ابزارها و تکنیک‌های مورد استفاده در بازار ایران از تنوع و گونه‌گونی خاصی برخوردار است که این تلون، برخاسته از رویکردهای نظری، ساختار اقتصادی و نگرش‌های متکثر و نوسانی در مدیریت‌های تقنینی و اجرایی کشور و عدم وحدت موضع در منظومه هنجاری-حقوقی و عدم وحدت سلسله مراتبی در منطق مقررات‌گذاری موجود نیز است. لذا دیده می‌شود که در اقتصاد ایران متولی امر سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری در حوزه تنظیم بازار دقیقاً مشخص نیست و به لحاظ تئوریک سعی شده است با تشکیل و تأسیس برخی نهادهای همچون سازمان تعزیرات حکومتی تا ستاد تنظیم بازار و شورای رقابت، اندک‌اندک از ساختار و ترکیب دولتی فاصله گرفته، به نقش استقلالی بازار در تصمیم‌گیری‌های تنظیمی توجه شود. ضمن اینکه این نهادها برای مقررات‌گذاری و نقش‌آفرینی در بازار کشور پیش‌بینی شده است، عملاً دولت (قوه مجریه) و مجلس شورای اسلامی، عمده‌ترین مقررات‌گذار این حوزه‌اند که با مداخله و گاهی اتخاذ تصمیمات تحدیدکننده صلاحیت‌های از پیش تعیین شده نهادهای تعدیل‌کننده بازار، با رگولاتوری خودجوش بازار تعارض پیدا می‌کنند. در استمرار مسیر هدایت و پیش‌رانی بازار به هدف موفقیت و خودگردانی، مداخله تقنینی در تشکیل ساختار نهادهای تنظیم‌گر بازار و مداخله تصمیمی و اعمال نفوذ دولت در اتخاذ تصمیمات شایسته، آسیب‌های جدی برای اداره بازار خواهد داشت و به گونه‌ای خواهد شد که گویا عملاً این نهادها برای تأمین اهداف دولت تأسیس شده‌اند که نیازمند گریز از وابستگی نهادهای رگلاتور از دولت با بازنگری بنیادین و تجدیدنظر در ترکیب عضوی و سیاست‌های ستاد تنظیم بازار و شورای رقابت است. لذا عدم تعیین حدود و موازی‌سازی در تصمیم‌گیری و تداخل وظایف، موجب ابهام شده و می‌توان ادعان کرد که نبود توجه جدی نسبت به اهداف مستتر در مقررات‌گذاری و اتخاذ شیوه‌های نامناسب، می‌تواند تحقق اهداف مدنظر را ناممکن کند و حتی نتایج معکوس به بار آورد.

در گذار از این دعوا و سپس تعیین نقش و اثرگذاری حقوقی نهادهای تنظیم‌گر بازار، آنگاه است که بهتر می‌توان کارکرد و کاربرد رویکردهای سه‌گانه مقررات‌گذاری (داوطلبانه، اجباری و ترکیبی) را در ساحت نظم اقتصادی کشور مورد فراکافت و تحلیل قرار داد و سهم این دیدگاه‌ها و کارکردهای آنها را اندازه گرفت و تعیین کرد و بدیهی است که در صورت حصول به ایفای نقش و توسعه صلاحیت‌های تصمیمی و مقررات‌گذاری برای نهادهای تنظیم‌گر بازار (با نقش‌آفرینی بخش خصوصی)، آثار سیاست‌های اتخاذی متفاوت خواهد بود و طبیعتاً مقررات‌گذاری با سیر صعودی به سمت داوطلبانه و سیر نزولی به سمت اجباری جهت‌گیری خواهد داشت و محتملاً نیز می‌توان گفت که مقررات‌گذاری اجباری از سوی نهادهای رگولاتور بازار (ایدئال و مطلوب و نه موجود)، نیز بازخورد و جامعه‌پذیری هنجاری در ساحت بازار را بیشتر به همراه خواهد داشت. با لحاظ آثار مقررات‌زدایی و مقررات‌گذاری (حداقلی)، لازم است محاسن و معایب ترکیب دولتی یا خصوصی نهادهای تنظیم مقررات با یکدیگر نسب سنجی شود و به نظر می‌رسد در هر حالت، حتی اگر قائل به نقش بالای دولت و رویکرد رادیکالی در حضور دولت برای تنظیم بازار باشیم، با توجه به اقتضائات جامعه ضرورت دارد در کاربست ابزارهای تنظیم مقررات بازار، بیشتر از از ابزارهای داوطلبانه یا حداقل از ابزارهای مختلط بهره گرفت و حتی‌المقدور از ابزارهای اجباری اجتناب شود؛ اگرچه در پاره‌ای موارد ضرورت کاربست ابزارهای تجویزی و *imperium* اجتناب‌ناپذیر و بایسته خواهد بود که اگر در قالب تصمیمات نهادهای رگولاتور بازار ارائه شوند، مؤثرتر خواهند بود.

منابع

کتاب

۱. پرومه، زورار، **بررسی سیاست‌های تنظیم بازار در کشورهای مختلف**، تهران: نشر مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۵.
۲. خداداد کاشی، **فرهاد، ساختار و عملکرد بازار، نظریه و کاربرد آن در بخش صنعت ایران**، تهران: نشر مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۷.
۳. رنانی، محسن، **بازار یا نابازار**، چ ۱، تهران: نشر سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۶.

۴. غنی نژاد، موسی، **مقدمه‌ای بر معرفت‌شناسی علم اقتصاد**، چ ۱، تهران: مؤسسه عالی پژوهش در برنامه ریزی و توسعه، ۱۳۷۶.
۵. گرجی، ابراهیم، **ارزیابی مهم‌ترین مکاتب اقتصاد کلان**، چ ۱، نشر مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۶.
۶. گریفین، کیت، **راهبردهای توسعه اقتصادی**، ترجمه حسین راغفر و محمدحسین هاشمی، چ ۲، تهران: نشر نی، ۱۳۸۲.
۷. هاوالت، مایکل رامش، **مطالعه خط مشی عمومی**، ترجمه ابراهیم گلشن، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۸۰.

مقاله

۸. آخوندزاده، حمید رضا و علی مروی، «بررسی نقش دولت در تحولات اقتصادی و ارائه الگویی برای ایران (۲): اقتصاد ایران و دولت»، *مجله راهبرد توسعه*، ش ۲، ۱۳۸۴، صص ۲۰۹-۲۳۰.
۹. ام کرزنر، اسرائیل، «اطلاع رسانی: آشنایی با مکاتب اقتصادی: مکتب اتریشی»، *مجله اقتصادی*، ش ۲۱ و ۲۲، ۱۳۸۲، صص ۶۱-۸۹.
۱۰. پرومه، زورار، «اقتصاد و بازرگانی ایران: بررسی سیاست‌های تنظیم بازار ایران و مقایسه آن با تجارب کشورهای منتخب»، *بررسی‌های بازرگانی*، ش ۲۵، ۱۳۸۶، صص ۱۱-۴.
۱۱. چراغی، داود و سمانه قلی پور، «بررسی اثر سیاست‌های اقتصادی بر تنظیم بازار چای در ایران»، *بررسی‌های بازرگانی*، ش ۳۷، ۱۳۸۸، صص ۲۷-۴۲.
۱۲. حسینی، شمس الدین و افسانه شفیعی، «تعامل دولت و بازار و رویکرد تنظیم در اقتصاد ایران: تأملی در سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی»، *فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی*، ش ۴۳، ۱۳۸۶، صص ۲۵-۶۰.
۱۳. رودریک، دنی، «پایان اجماع واشنگتنی و آغاز سردگمی واشنگتنی»، ترجمه حسین تسلیمی، *مجله اقتصاد سیاسی*، س ۲، ش ۵ و ۶، ۱۳۸۶.
۱۴. صلاحی‌منش، احمد و افسانه شفیعی، «تحلیل نظری و کاربردی سیر تکوین بازار از کنترل‌های اجباری تا حدود سلبی»، *مجله بررسی‌های بازرگانی*، ش ۵۲، ۱۳۹۱.

۱۵. کریمی، اکرم، «نقش مدیریت در تنظیم بازار»، ماهنامه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تعاون، ش ۱۸۴، ۱۳۸۵.

۱۶. میرجلیلی، فاطمه، «لایحه مقررات تسهیل کننده رقابت و ضوابط مربوط به کنترل و جلوگیری از شکل‌گیری انحصارات»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۸۰۲۴، ۱۳۸۴.

اسناد

۱۷. آیین‌نامه اجرایی قانون تشکیل سازمان مدیریت بحران کشور مصوب (۱۳۸۸/۱/۲۳).

۱۸. اساسنامه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان مصوب (۱۳۵۸/۱۰/۲۹).

۱۹. تصمیم نمایندگان ویژه رئیس‌جمهور در ستاد پشتیبانی تنظیم بازار (اجازه واردات دویست‌هزار تن شکر جهت توزیع در مراکز صنفی - صنعتی و تنظیم بازار با ارز واریزنامه‌ای) مصوب (۱۳۷۸/۲/۱۴).

۲۰. تصمیم نمایندگان ویژه رئیس‌جمهور در ستاد پشتیبانی برنامه تنظیم بازار که بر اساس اصل ۱۲۷ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و به استناد تصویب‌نامه شماره ۴۰۲۱۴/ت ۲۸۷ ه مورخ (۷۳/۷/۲۳).

۲۱. تصمیم نمایندگان ویژه رئیس‌جمهور در کار گروه کنترل بازار (۱۳۸۹/۹/۲۸).

۲۲. تصمیم نمایندگان ویژه رئیس‌جمهور به منظور تنظیم بازار پنبه مصوب (۱۳۷۴/۵/۳).

۲۳. مصوبه هیئت دولت (کاهش تعرفه خودرو در راستای تنظیم بازار) مصوب (۱۳۹۱/۱۰/۲۲).

۲۴. مصوبه هیئت وزیران (اتخاذ تصمیماتی به منظور فراهم شدن زمینه تنظیم بازار برخی از کالاها) مصوب (۱۳۸۴/۷/۱۳).

۲۵. گزارش دفتر مطالعات اقتصادی، تنظیم بازار؛ مبانی نظری و عملکرد وزارت بازرگانی، مهر ۱۳۸۷.

۲۶. گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس نگاهی حقوقی به محدوده سازمان تعزیرات حکومتی، تیر ۱۳۷۵.

۲۷. طرح اصلاح الگوی مصرف در خانواده مصوب جلسه ۶۵۳ شورای عالی انقلاب فرهنگی مورخ (۱۳۸۸/۹/۳).

قوانین

۲۸. قانون اصلاح موادی از برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مصوب (۱۳۷۸/۳/۲۵).

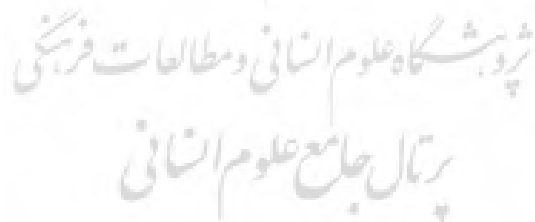
۲۹. قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی مصوب (۱۳۸۶/۱۱/۸).

۳۰. قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مصوب (۱۳۷۹/۱/۱۷).

۳۱. قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مصوب (۱۳۸۳/۶/۱۱).

۳۲. قانون برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مصوب (۱۳۸۹/۱۰/۱۵).

۳۳. قانون برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مصوب (۱۳۹۶/۱/۱۶).



References

Books

1. Chhibber, Ajay, *The State in a Changing World, Finance and Development*, New York: Oxford University Press, 1997.
2. Clark, Bari, *Comparative Political Economy*, Translated by Abbas Hatami, Tehran: Kavir Publication, first edition, 2010. (in Persian)
3. Fallah Doost, Mehdi and Daud Khani, *Collection of Executive Laws and Regulations of Article 44 of the Constitution*, Tehran: Publishing Company, 2014. (in Persian)
4. Ghaninejad, Moussa, *An Introduction to the Epistemology of Economics*, Tehran: Higher Institute of Research in Planning & Development, first edition, 1997. (in Persian)
5. Gorji, Ebrahim, *Evaluation of the Most Important Schools of Macroeconomics*, Tehran: Institute of Business Studies & Research, first edition, 1997. (in Persian)
6. Griffin, Keith, *Economic Development Strategies*, Translated by Hossein Raghfar and Mohammad Hossein Hashemi, Tehran: Ney Publishing, second edition, 2003. (in Persian)
7. Howlett, Michael Ramesh, *Public Policy Study*, Translated by Ebrahim Golshan, Tehran: Public Management Education Center, 2001. (in Persian)
8. Jowell, Jeffrey, *The changing constitution*, oxford press, 1994.
9. Khodadad Kashi, Farhad, *Market Structure and Performance, Theory and Its Application in the Industrial Sector of Iran*, Tehran: Institute of Business Studies and Research Publication, 1998. (in Persian)
10. Ogus, Anthony, *Regulation: Legal Form and Economic Theory*, Clarendon press, Oxford, 1996.
11. Promeh, Zorar, *A Review of Market Regulation Policies in Different Countries*, Tehran: Institute of Business Studies & Research Publication, 2015. (in Persian)
12. Renani, Mohsen, *Market or No-Market*, Tehran: Program and Budget Organization, first edition, 1997. (in Persian)

Articles

13. J. Welsch, Friedrich and V. Carrasquero, José, "Perceptions of State Reform in Latin America", *International Social Science Journal*, Vol. 52, 2000.

14. Ostrom, Elinor, "Beyond Markets and States: Polycentric Governance of Complex Economic Systems", *American Economic Review*, Vol 100, No 3, 2010.
15. "The Fundamental Principles of Financial Regulation, Geneva Reports on the World Economy 11", International Center for Monetary and Banking Studies, 2009.
16. Akhundzadeh, Hamid Reza, and Ali Maravi, "Examining the Role of the Government in Economic Developments and Presenting a Model for Iran", *Iran's economy and government Development Strategy Magazine*, No. 2, 2005, PP 209-230. (in Persian)
17. M. Karzand, Israel, "Information about the Economic Schools of the Austrian School", *Economic Magazine*, No. 21 & 22, 2003, PP 61-68. (in Persian)
18. Promeh, Zorar, Iran's Economy and Commerce: A review of Iran's Market Regulation Policies and Its Comparison with the Experiences of Selected Countries", *Commercial Reviews*, No. 25, 2007, PP 4-11. (in Persian)
19. Cheraghi, Davoud and Semane Qalipour, "The Study of the Effect of Economic Policies on the Regulation of the Tea Market in Iran", *Business Reviews*, No. 37, 2018, PP 27-42 (in Persian)
20. Hosseini, Shamsuddin and Afshana Shafiei, "The Interaction between the Government and the Market and the Regulation Approach in Iran's Economy, A Reflection on the General Policies of Article 44 of the Constitution", *Economic Research & Policy Quarterly*, No. 43, 2016, PP 25-60. (in Persian)
21. Rodrick, Danny, "The End of the Washington Consensus and the Beginning of Washington's Defeat", Translated by Hossein Taslimi, *Political Economy Magazine*, 2nd Year, No. 5 & 6, 2016, (in Persian)
22. Salahi Menesh, Ahmed, Afshane, Shafiei, "Theoretical and Practical Analysis of Market Evolution from Positive Controls to Negative Limits", *Journal of Business Studies*, No. 52, 2013 (in Persian)
23. Karimi, Akram, "The Role of Management in Regulating the Market", *Economic, Social and Cultural Cooperative Monthly*, No. 184, 2006, (in Persian)
24. Mirjalili, Fatemeh, "Bill of Regulations Facilitating Competition and Regulations Related to Controlling and Preventing the Formation of Monopolies", *Research Center of the Islamic Council of the Islamic Shura*, No. 8024, 2005. (in Persian)

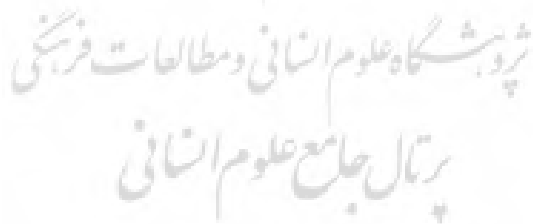
Documents

25. Consumer and Producer Support Organization Statutes Approved in 19/01/1980. (in Persian)
26. Decisions of the Special Representatives of the President in the Work of the Market Control Group, Approved in 28/9/2013. (in Persian)
27. Decisions of the Special Representatives of the President to Regulate the Cotton Market Approved in 25/07/1995. (in Persian)
28. Executive Regulations of the Law on the Establishment of the Crisis Management Organization of the Country Approved in 23.01.2018. (in Persian)
29. Plan to Reform the Consumption Pattern in the Family Approved by the 653 Meeting of the Supreme Council of Cultural Revolution Approved in 3/09/2018. (in Persian)
30. Report of the Office of Economic Studies on Market Regulation, Theoretical and Functional Principles of the Ministry of Commerce, 2008. (in Persian)
31. Report of the Parlement Research Center, A Legal Look at the Scope of the Government Penal Organization, 1996. (in Persian)
32. Resolution of the Council of Ministers to Take Decisions in Order to Provide the Basis for Market Regulation of Some Goods Approved in 13/07/2014. (in Persian)
33. Resolution of the Government Board to Reduce the Car Tariff in Line with the Regulation of the Market Approved in 10/22/2013. (in Persian)
34. The Decision of the Special Representatives of the President in the Market Regulation Support Headquarters to Allow the Import of 2000 Tons of Sugar for Distribution in Trade-Industrial Centers and to Regulate the Market with Money Order Approved in 04/05/1999. (in Persian)
35. The Decision of the Special Representatives of the President in the Support Headquarters of the Market Regulation Program Based on Article 127 of the Constitution of the Islamic Republic of Iran and Based on the Approval Letter No. 40214/287. (in Persian)

Laws

36. Law on Amending Articles of the Fourth Plan of Economic, Social and Cultural Development of the Islamic Republic of Iran Approved in 15/06/1999. (in Persian)

37. Law on the Implementation of General Policies, Article 44 of the Constitution Approved in 02/11/2007. (in Persian)
38. Law of the Third Plan of Economic, Social and Cultural Development of the Islamic Republic of Iran Approved in 05/04/2000. (in Persian)
39. Law of the Fourth Program of Economic, Social and Cultural Development of the Islamic Republic of Iran Approved in 01/09/2004. (in Persian)
40. Law of the Fifth Program of Economic, Social and Cultural Development of the Islamic Republic of Iran Approved in 05/01/2011. (in Persian)
41. Law of the Sixth Plan of Economic, Social and Cultural Development of the Islamic Republic of Iran Approved in 05/04/2017. (in Persian)



The Legal Role of Market Regulatory Institutions in Light of Economic Regulatory Tools

Seyed Ebadollah Jahanbin*

Abstract

Market and its regulation are not merely economic concepts; rather, they are institutions that inherently encompass political and legal dimensions. Concept of the market takes different forms depending on the overarching political approaches. Each of these approaches employs distinct tools to regulate the market in pursuit of its objectives and theories. Governments sometimes adopt "rules" and "tools" perspective, which involves order and supervision rooted in state authority and public power, falling under mandatory policies and traditional regulatory instruments. Sometimes, they employ a meta-legal perspective, utilizing flexible and modern legal tools. Accordingly, depending on the approaches, three types of tools—"mandatory," "voluntary," and "hybrid"—are applied to mediate the relationship between state and market. In this context, the "Competition Council" and the "Market Regulation Headquarters" play a regulatory role by relying on the dual perspectives of "Imperium" and "Dominium" and employing various regulatory tools. This paper explores how these dual institutions can function within the framework of the mentioned approaches and the tripartite tools, assuming that these institutions possess meta-legal and modern capacities through more flexible tools. By adopting a descriptive-analytical approach, this study examines the market and its relationship with the state, emphasizing institutional and market fundamentalism in the capital market—as drivers of economic growth—and supporting key market actors. It also considers the regulation of both boundary and internal tools, as well as the challenges of ineffective market regulation.

Keywords:

Market, State, Market Regulation, Regulatory Tools, Regulatory Theories.

* Assistant Professor, Faculty of Literature and Humanities, Yasuj University, Yasuj, Iran. ebadjahanbin@gmail.com