



بیست و هشتمین همایش سالانه سیاست‌های پولی و ارزی اصلاحات ساختاری برای ثبات مالی

تهران، مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما - ۲۹ و ۳۰ خرداد ۱۳۹۷

بیست و هشتمین همایش سالانه سیاست‌های پولی و ارزی

چارچوب‌ها، الزامات و ساختار نهادی نظارت و تنظیم‌گری مؤثر بر هدایت کسب و کار و حمایت از مشتریان نظام مالی (conduct of Business regulation) (مطالعه تطبیقی کشورهای مختلف و ارائه پیشنهاد برای نظام مالی ایران)

نویسنده دوم: محمدجواد شریف

نویسنده اول*: سعید سید حسین زاده یزدی
زاده[†]

تاریخ: ۱۳۹۷/۰۳/۱۱

چکیده

مهمترین کارکرد نظارت در نظام مالی، حفظ ثبات و سلامت و نیز حفظ حقوق مصرف‌کنندگان و مشتریان نظام مالی است. یکی از نکات مشترک پیرامون روند تحولات نظارت مالی تأکید بر نظارت کسب‌وکار و حمایت از مشتریان است که پیش از بحران اخیر مالی جهانی به نوعی مغفول مانده بود. تا پیش از بحران مالی سال ۲۰۰۸ این نوع از نظارت به عنوان عملکردی ثانویه برای تنظیم‌گران مالی محسوب می‌شد و به عنوان هدفی اصلی در نظارت و تنظیم‌گری مالی مطرح نبود، اما پس از بحران اهمیت این نوع نظارت و اثرگذاری آن بر اهداف ایمنی، ثبات و سلامت در نظام مالی بسیار مشهود گردید و کشورهای مختلف به اصلاحات نهادی و عملکردی تنظیم‌گری خود در این حوزه پرداختند. نظارت بر هدایت کسب‌وکار بر این موضوع متمرکز است که مؤسسات مالی چگونه کسب‌وکار خود با مشتریان را هدایت می‌کنند و چگونه در بازارها رفتار می‌نمایند. هدف مطالعه حاضر بررسی مستندات علمی و تجارب جهانی بمنظور تبیین اهداف، اصول، چارچوب‌ها و ساختار نهادی نظارت و تنظیم‌گری بر هدایت کسب و کار و حمایت از مشتریان نظام مالی است. مطالعه حاضر ضمن بررسی ساختارها و تجارب نظارت هدایتی بر کسب و کار در کشورهای مختلف، الزامات و پیشنهادهای در خصوص ارتقاء و بهبود محتوایی و ساختاری نظارت هدایتی بر کسب و کار و حمایت از مشتریان در نظام مالی ایران ارائه نموده است.

واژه‌های کلیدی: حقوق مصرف‌کنندگان- نظارت بر کسب و کار- حمایت از مصرف‌کنندگان- آموزش و سواد مالی
طبقه‌بندی JEL: G28-K2

* نویسنده مسئول، دانشجوی دکتری علوم اقتصادی دانشگاه امام صادق (ع) (8saeed8@gmail.com)
* عضو هیات علمی دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد دانشگاه امام صادق (ع) (mj.sharifzadeh@gmail.com)

۱ مقدمه

نگاهی به تاریخچه تحولات ساختار نظارتی در کشورهای مختلف نشان می‌دهد که پیشرفت‌های تکنولوژیک، بحران‌های مالی و تحولات اقتصادی-سیاسی، پیش‌رانه‌ها و موجبات اصلی هستند که گاهی کشورها را به بازنگری در ساختار تنظیم و نظارت در بخش مالی وا می‌دارند [۱]. در پی وقوع بحران مالی اخیر، تجارب زیادی برای اصلاح نقایص موجود در ساختار و الگوهای نظارت و تنظیم‌گری مالی اندوخته شد. وقوع بحران مالی سطح پایین توانایی مصرف‌کنندگان خدمات مالی را در مدیریت مسائل مالی و همچنین ضعف شفافیت و تبلیغات نادرست پیرامون خدمات مالی را نشان داد و بر اهمیت نظارت هدایتی بر کسب‌وکار و تأثیر آن بر ایجاد ثبات در بخش مالی تأکید نمود. نظارت هدایتی کسب‌وکار^۱ بر این موضوع متمرکز است که مؤسسات مالی چگونه کسب‌وکار خود با مشتریان را هدایت می‌کنند و چگونه در بازارها رفتار می‌نمایند. تا پیش از بحران این نوع از نظارت به عنوان عملکردی ثانویه برای تنظیم‌گران مالی محسوب می‌شد و به عنوان هدفی اصلی در نظارت و تنظیم‌گری مالی مطرح نبود، اما پس از بحران اهمیت این نوع نظارت و اثرگذاری آن بر اهداف ایمنی و سلامت در نظام مالی بسیار مشهود گردید. نظارت هدایتی بر کسب‌وکار از طریق ایجاد اطمینان و اعتماد میان مصرف‌کنندگان در بازارهای مالی موجب بهبود ارائه خدمات مالی و ارتقاء ثبات و توسعه بازارهای مالی می‌شود [۲]. از اهداف مهم تنظیم‌گری هدایت کسب‌وکار، رفع نقائص بازارهای مالی از قبیل عدم تقارن اطلاعات، عدم شفافیت، قدرت چانه‌زنی نابرابر و نقصان عدالت و انصاف در معاملات در جهت حمایت از مصرف‌کنندگان نظام مالی است که از طریق ایجاد بازارهای مالی عادلانه و صحیح مبتنی بر شفافیت اطلاعات، جلوگیری از وقوع جرایم مالی، حمایت از رقابت و... صورت می‌پذیرد

اهمیت این نوع نظارت در نظام بانکی ایران نیز محرز است. در حال حاضر نظام بانکی کشور بگونه‌ای است که در بخش‌های مختلف آن بطور فزاینده‌ای ریسک‌های موجود در قرارداد را به مصرف‌کننده منتقل می‌کند. همینطور تغییرات سریع تکنولوژی و پیچیدگی محصولات بانکی، به شکلی است که با سطح دانش مالی و نیز میزان دسترسی به محصولات بانکی مناسب، هم‌خوانی ندارد، چرا که میزان دانش و دسترسی برای تعداد زیادی از مصرف‌کنندگان بسیار پایین است. بعلاوه تغییرات سریع و مداوم در نظام بانکی در کنار نظام نظارتی ناکافی و یا حتی عدم وجود نظام نظارتی و انگیزه‌های سودجویی بانک‌ها، می‌تواند احتمال رویارویی مصرف‌کننده با تقلب، سوء استفاده و سوء رفتار را بالا ببرد. بخصوص مصرف‌کنندگانی که توانایی مالی و نیز تجربه اندکی در این زمینه دارند، چالش‌های مخصوص به خود در بازار بانکی را به‌همراه خواهند داشت. در پرتو این مسائل حمایت از مصرف‌کننده در نظام بانکی باید تقویت گردد و با سایر سیاست‌های آموزشی و حمایتی یکپارچه گردد، که البته خود منجر به افزایش ثبات مالی نیز خواهد گردید [۳].

نمونه عینی موارد فوق در نظام بانکی ایران را می‌توان در تجربه مؤسسات مالی غیرمجاز مشاهده نمود. در سال‌های اخیر برخی مؤسسات اعتباری و بانکی غیرمجاز در کشور دچار ناتوانی مالی و حتی توقف از پرداخت دیون شدند که منجر به تعطیلی یا ادغام آن‌ها شده است که به دلیل ضعف در نظارت هدایتی بر کسب‌وکار و حمایت از مصرف‌کنندگان، موجب زیان دیدن برخی سپرده‌گذاران، کاهش قیمت دارایی‌ها و سرمایه‌های بانک و نیز ایجاد نااطمینانی در بازار پولی و بانکی شده است، بنابراین تقویت این نوع از نظارت در شرایط موجود نظام پولی و بانکی کشور در جهت تقویت ثبات مالی و حمایت از مشتریان نظام مالی اولویت بالایی دارد. پیگیری روندهای جهانی معاصر پیرامون تحولات نظارتی و بررسی چالش‌های موجود پیرامون نظام تنظیم‌گری کسب‌وکار در نظام مالی بویژه حوزه بانکی کشور پرسش کلیدی زیر را پیرامون این مساله در خصوص ایران مطرح می‌سازد: تحولات و تجارب کشورهای جهان و نیز ادبیات نظری مربوطه چه دلالت‌هایی در جهت اصلاح ساختار و عملکرد تنظیم‌گری نظارت بر هدایت کسب‌وکار در نظام مالی ایران دارد؟

در راستای پاسخ به این پرسش، لزوم مطالعه چرایی و چگونگی تحولات جهانی مشتمل بر تجارب کشورهای منتخب و نیز تجزیه و تحلیل وضعیت کنونی تنظیم‌گری و هدایت کسب و کار در نظام مالی ایران ضروری است. بدین منظور در این گزارش با روش تحلیل اسنادی و تحلیل محتوا و با بهره‌گیری از مستندات علمی و تجارب جهانی، اهداف، اصول، چارچوب‌ها و ساختار نهادی نظارت و تنظیم‌گری هدایتی بر کسب و کار استخراج شده و سپس با مدنظر قرار دادن مختصات و چالش‌های

¹ conduct of Business regulation & consumer protection

کنونی این نوع نظارت در نظام مالی ایران و مدنظر قرار دادن شرایط ویژه نظام مالی و اقتصادی کشور، الزامات عملکردی و نهادی-ساختاری نظارت و تنظیم‌گری مؤثر بر هدایت کسب و کار در نظام مالی ایران ارائه می‌گردد.

۲ پیشینه و اهمیت بحث

اهمیت حمایت از مصرف‌کنندگان در حفظ ثبات مالی به تدریج و بخصوص پس از بحران مالی سال ۲۰۰۷-۲۰۰۹ مورد تأکید قرار گرفت و کشورهای مختلف به اصلاحات نهادی و عملکردی تنظیم‌گری خود در این حوزه پرداختند. بعد از وقوع بحران مالی در آمریکا یکی از بزرگترین واکنش‌ها عبارت بود از تصویب قانون داد-فرانک که در سال ۲۰۱۰ تصویب گردید و همزمان با رشد مقررات فدرالی منجر به تأسیس یک دفتر جدید فدرال حمایت مالی از مصرف‌کننده^۱ گردید که در سال ۲۰۱۱ رسماً شروع بکار کرد. مسئولیت این نهاد مستقل دولتی حمایت از مصرف‌کننده در نظام بانکی بود. به نهاد مزبور اختیار وضع مقررات و انجام اقدامات اجرایی در خصوص تخلفات طبق قانون مذکور اعطاء شد. تمرکز فعالیت این نهاد بر اعتبار، پس انداز، ابزارهای پرداخت و سایر محصولات و خدمات مصرفی در بازار مالی به جز محصولات سرمایه‌گذاری می‌باشد [۴]. در انگلستان نیز علاوه بر قوانین و مقررات متعددی که در زمینه حمایت اعتبار مصرفی وضع شده، مقام مسئول هدایت مالی^۲ در سال ۲۰۱۳ جای مقام مسئول خدمات مالی^۳ را گرفت و قانون اختیارات برجسته‌ای به مقام نظارتی جهت حمایت از مصرف‌کننده اعطاء نمود. کمیسیون اروپایی در اتحادیه اروپا نیز بعد از بحران مالی از سال ۲۰۰۹ اقدامات قانون‌گذاری و سایر اقدامات اصلاحی را در جهت برقراری قواعد جدید نظام مالی و ایجاد یک نظام مالی سالم، امن و رو به پیشرفت انجام داده که هنوز هم ادامه دارد. از جمله برجسته‌ترین آن قواعد در بحث مصرف‌کننده می‌توان تصویب مقررات مربوط به جلوگیری از سوء استفاده بازاری، افزایش شفافیت، وام‌دهی مسئولانه و بهبود اطلاعات مصرف‌کننده در رابطه با محصولات پیچیده را نام برد.^۴

افراد برای استفاده از خدمات مالی باید ریسک‌ها و منافع مرتبط با محصولات و مشتریان را بشناسند تا بتوانند تصمیمات متناسبی را اتخاذ نمایند. بحران مالی جهانی نیز بر اهمیت حمایت از مصرف‌کننده در جهت ایجاد ثبات مالی تأکید نمود. گزارش هیأت ثبات مالی^۵ در مورد حمایت از مصرف‌کننده در قرارداد اعتبار مصرفی نشان دهنده این است که حمایت از منافع مصرف‌کنندگان محصولات و خدمات مالی موجب ارتقاء سطح مدیریت ریسک توسط خانوار، رقابتی‌تر شدن بازارهای مالی و ایجاد ثبات بیشتر در بازارهای مالی می‌شوند [۵].

در مطالعه ملکی و ماریا (۲۰۱۲) که بر روی نظام تنظیم‌گری و نظارت بر بخش مالی در ۹۶ کشور و برای دوره ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۰ انجام شده است، درصد کشورهایی که نظارت هدایتی بر کسب‌وکار را در نظام مالی خویش، ایجاد، ترمیم و یا اصلاح کرده‌اند، افزایش یافته است [۶].

از سویی دیگر در نظرسنجی‌ای که بانک جهانی پیرامون تنظیم‌گری و نظارت در کشورهای مختلف جهان انجام داده است، ۱۴۳ کشور را در نظر گرفته که ۳۷ کشور جزء کشورهای توسعه‌یافته و ۱۰۶ کشور جزء اقتصادهای نوظهور و در حال توسعه هستند. بر اساس نتایج این نظرسنجی که بر اساس اطلاعات و تغییرات حاصل از وقوع بحران مالی سال ۲۰۰۷-۲۰۰۸ صورت گرفته است، مقامات ناظر مالی اهداف و مأموریت‌های خود را بصورت شکل شماره ۲ در نظر گرفته‌اند:

¹ CFP burea or consumer financial protection agency

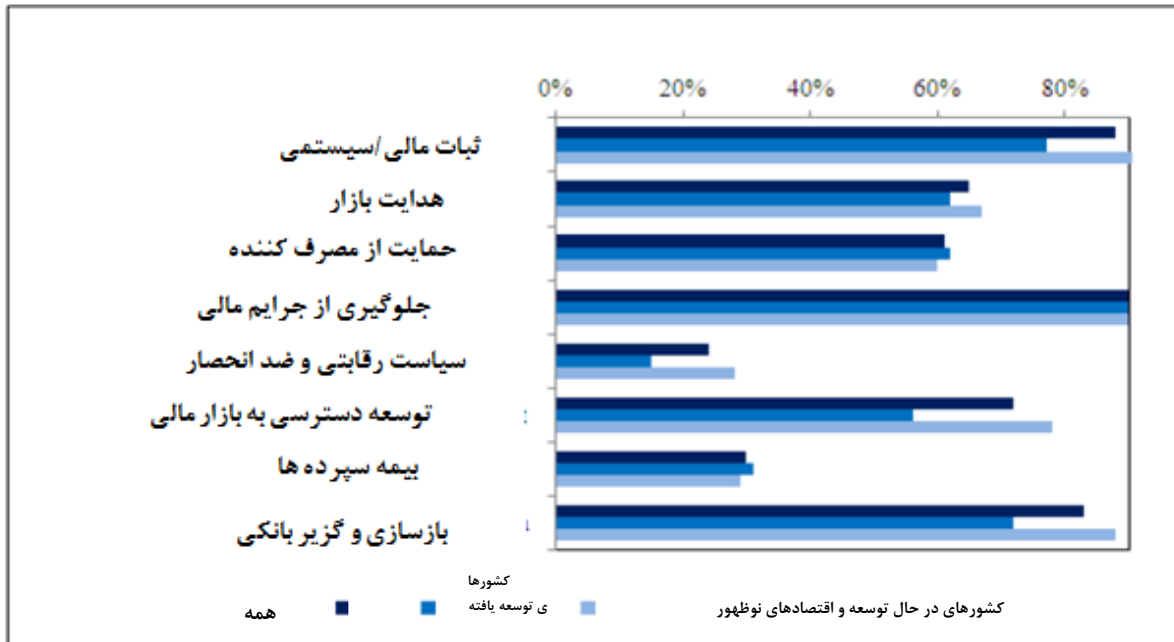
² Financial conduct authority

³ Financial service authority

^۴ برای مشاهده لیست تمامی اقدامات صورت گرفته توسط کمیسیون های اروپایی بعد از بحران مالی رجوع شود به :

<http://ec.europa.eu/finance/general-policy/policy/map-reform/>

⁵ Financial Stability Board (FSB)



شکل ۲. اهداف و مأموریت‌های مقام ناظر در کشورهای مختلف پس از بحران مالی سال ۲۰۰۷-۲۰۰۸، منبع: [۷]

شکل فوق نشان می‌دهد بعد از وقوع بحران مالی سال ۲۰۰۷-۲۰۰۸ حفظ ثبات مالی و سیستمی و همچنین بازسازی و گزیر (حل و فصل بانکی) جزء مأموریت‌های مهم مقامات ناظر مالی در کشورهای مختلف قرار گرفت. علاوه بر این حوزه‌های مربوط به تنظیم‌گری هدایت کسب و کار نظیر: هدایت بازار، حمایت از مصرف‌کننده، توسعه دسترسی به بازار مالی، سیاست رقابتی و ضد انحصار و همچنین جلوگیری از جرایم مالی جزء اهداف و مأموریت‌های حدوداً ۶۰ درصد از مقامات ناظر بانکی کشورهای مختلف قرار گرفته است، بگونه‌ای که حوزه‌هایی نظیر جلوگیری از جرایم مالی و حمایت از مصرف‌کننده، مورد تأکید بیشتری قرار داشته است [۸].

۳ اهداف تنظیم‌گری و نظارت هدایتی بر کسب و کار

بر اساس ادبیات موضوع و تجارب جهانی در خصوص این نوع نظارت، اهداف تنظیم‌گری در هدایت کسب و کار مؤسسات مالی عبارت است از: حمایت از مصرف‌کننده (مشتری)، حفظ صداقت بازار^۱، حمایت از رقابت و توسعه دسترسی مالی.

۳.۱ حمایت از مشتری

در این نوشتار حمایت از مصرف‌کننده یا مشتری، تنظیم کردن روابط مؤسسات مالی با مشتریان خرد را در بر می‌گیرد. مشتریان خرد عموماً با محدودیت‌های زیادی در راستای کسب اطلاعات موثق روبرو هستند و مهارت کافی در تحلیل اطلاعات ندارند. روابط مالی مشتریان خرد با برخی مؤسسات مالی عموماً پرتکرار نیست و لذا نمی‌توان انتظار داشت این مشتریان بتوانند در اثر ارتباطات مداوم و استفاده از محصولات مالی، تحلیل مناسبی به دست آورند. برای مثال خرید

¹ Consumer protection

² Market integrity

کلمه **integrity** دارای دو معنای متفاوت است یکی یکپارچگی و دیگری صداقت و درستی. در این جا با توجه به مفهوم عبارت **market integrity** ترجمه صداقت بازار برای این عبارت برگزیده شده است.

محصولاتی چون بیمه عمر یا خدمات صندوق بازنشستگی معمولاً در زندگی افراد عموماً پرتواتر نیست. همچنین این مشتریان امکان نظارت مداوم بر عملکرد مؤسسات مالی را ندارند و مؤسسات مالی بعد از بستن قرارداد با این افراد رفتارهای مخاطره آمیز داشته و در نتیجه اجرایی شدن قراردادها را با مشکل روبرو کنند. این دسته از مشتریان با مشکل عدم قدرت چانه‌زنی در قراردادها نیز روبرو هستند. بر این مبنا حمایت از مشتریان خرد یکی از اهداف تنظیم‌گری مالی است. تنظیم‌گری با هدف حمایت از مشتری در عمل شامل مجموعه‌ای از اقدامات در هم تنیده است. برخی از این مجموعه اقدامات عبارتند از: تنظیم‌گری اجرای کسب و کار^۱، تنظیم‌گری افشای اطلاعات مربوط به محصولات و خدمات مالی، اعمال^۲ قراردادها، حل اختلافات^۳، جلوگیری از تقلب^۴ و اعمال شرایط غیرمنصفانه^۵ و ایجاد ساختارهای لازم برای حفظ سپرده‌گذاران بعد از ورشکستگی بانکها^[۹].

۳.۳.۲ حفظ صداقت بازار

حفظ صداقت بازار یکی دیگر از اهداف تنظیم‌گری هدایتی بر کسب‌وکار است. تنظیم‌گر بخش مالی در راستای حفظ صداقت بازار تلاش می‌کند رفتار فعالان اقتصادی را بدون تفکیک دقیق مشتریان خرد و کلان بگونه‌ای تنظیم کند که از بروز اقدامات مجرمانه و سوء استفاده از رانت اطلاعاتی در راستای حفظ کارایی بازار جلوگیری کند. برخی تنظیم‌گری‌هایی که تحت این عنوان انجام می‌شود عبارتند از: جلوگیری از پول‌شویی^۶، تأمین مالی تروریسم^۷، دست‌کاری بازار^۸، تنظیم مبادلات افراد خودی (افراد درونی یا دارندگان اطلاعات نهایی)^۹، انعقاد قراردادهای غیرمنصفانه^{۱۰} و بروز عدم شفافیت^{۱۱} در بازار^[۱۰].

۳.۳.۳ حمایت از رقابت

این حوزه از تنظیم‌گری تلاش می‌کند بازار خدمات مالی و مؤسسات مالی را بگونه‌ای تنظیم کند که بروز تمرکز مالکیت^{۱۲}، تبانی^{۱۳}، رفتار انحصارگرایانه یا حداقل آثار نامطلوب آنها در این بازار به شدت محدود شود، الزامات ناظر به ادغام^{۱۴} و تملک^{۱۵}، الزامات ناظر به اجرای کسب و کار مخالف با رقابت^{۱۶} و الزامات ورود^{۱۷} به صنعت مالی از جمله ابعاد مورد توجه ذیل این هدف تنظیم‌گری بخش مالی است^[۱۱].

¹ Conduct of business

² enforcing

³ Resolving disputes

⁴ fraud

⁵ Unfair terms and conditions

⁶ Money laundering

⁷ Terrorism financing

⁸ Market manipulating

⁹ Insider trading

¹⁰ Unfair contract

¹¹ transparency

¹² Concentration of ownership

¹³ collusion

¹⁴ merge

¹⁵ aquisition

¹⁶ Anti-competitive conduct

¹⁷ entery

۴.۳ توسعه دسترسی مالی^۱

از اوایل سال ۲۰۰۰ پدیده‌ای در ادبیات مالی با عنوان «دسترسی مالی»^۲ مورد توجه قرار گرفت که ناظر بر دسترسی سراسری تمامی ذی‌نفعان اقتصاد به مجموعه‌ای از خدمات مالی با بهای منطقی است و در ارایه این خدمات، شرط سلامت و پایداری برای مؤسسات مالی ارایه‌دهنده خدمات مفروض دانسته شده است. مقصود از توسعه دسترسی مالی، در دسترس بودن خدمات مالی- فارغ از ارزش مالی و اندازه آن- با کمترین هزینه، برای افراد و معامله‌گران در بازارهای مالی است. دسترسی مالی به دنبال شناسایی و رفع قیود و موانعی است که افراد را از مشارکت در بازارهای مالی محروم می‌کند. دسترسی به خدمات اولیه مالی یکی از عوامل کلیدی کاهش فقر و افزایش برخورداری در نظام مالی محسوب می‌شود. بانک جهانی در گزارشی در سال ۲۰۱۶ تخمین زده است که ۲ میلیارد نفر در سرتاسر جهان از خدمات معمول مالی استفاده نمی‌کنند و بیش از ۵۰ درصد از بزرگسالان در خانوارهای فقیر، دسترسی مناسبی به بانک و سایر خدمات مالی ندارند. [۱۲].

حصول اطمینان از ایفای تعهدات نظام مالی پیرامون «دسترسی مالی» غالباً بخشی از فرایند «هدایت کسب و کار محسوب می‌شود / در راستای ارتقای دسترسی مالی غالباً برنامه تنظیم‌گری هدایت کسب‌وکار حصول اطمینان از استقرار فرایندهای منظم و شفاف در بازارهای مالی، ارتباط مناسب بین مشارکت‌کنندگان در بازار و مراقبت از نحوه پاسخگویی مؤسسات مالی در برخورد با مشتریان را پیگیری می‌نماید. هدف از برنامه دسترسی مالی نیز به صورت عمومی ایجاد دسترسی به خدمات مالی با هزینه‌های مقرون به صرفه برای تمامی افراد و کسب‌وکارها است. این برنامه‌ها به دنبال رفع قیودی هستند که افراد را از مشارکت در بازار مالی باز می‌دارد.

۴.۴ چارچوب‌ها و اصول تنظیم‌گری هدایتی بر کسب‌وکار

حمایت از مصرف‌کنندگان در یک معنای موسّع به تنظیم‌گری و قانون‌گذاری برای اطمینان از روابط بین عرضه‌کنندگان و مصرف‌کنندگان خدمات مالی است. دخالت دولت و تنظیم‌گری در این بازار با این توجیه انجام می‌شود که عرضه‌کنندگان خدمات مالی هم به لحاظ اطلاعات و هم به لحاظ قدرت چانه‌زنی بر مصرف‌کنندگان غلبه دارند. اهداف حمایت از مصرف‌کنندگان عموماً شامل موارد زیر می‌شود: شفافیت و آگاه‌سازی بیشتر مصرف‌کنندگان پیرامون کالاها و خدمات مالی، ارتقاء رقابت در فضای بازار، جلوگیری از تقلب و جرایم مالی، آموزش مشتریان و حذف رویه‌های ناعادلانه و غیرمنصفانه از بازار. این چارچوب موجب می‌شود سطح دسترسی افراد در دستیابی به خدمات مالی^۳ افزایش یابد [۱۳].

برای تحقق اهداف فوق الزامات و چارچوب‌های زیر باید وجود داشته باشد که بسته به نوع خدمات صنعت مالی ممکن است بر پیچیدگی آن افزوده شود. بدین صورت که اولاً مقررات و قوانینی در جهت مدیریت روابط میان عرضه‌کنندگان و مشتریان خدمت مالی وجود داشته باشد تا از انصاف و شفافیت در این روابط اطمینان ایجاد شود. ثانیاً سازوکاری وجود داشته باشد تا اختلافات و شکایات مصرف‌کنندگان از تخلفات عرضه‌کنندگان خدمات مالی را حل و فصل نماید. ثالثاً با ارتقاء آموزش و سواد مالی مصرف‌کنندگان و بالا بردن ظرفیت آنها به آنان این امکان را بدهد که بتوانند دانش‌ها و مهارت‌های ضروری پیرامون مدیریت مسائل مالی و استفاده از خدمات مالی را داشته باشند. در ادامه بر اساس مطالعات مختلفی که در حوزه حمایت از مصرف‌کننده صورت گرفته است، چارچوب و الزامات حمایت از مصرف‌کنندگان نظام مالی مورد بررسی قرار می‌گیرد:

^۱ Financial inclusion

^۲ - Financial Inclusion

^۳ Financial inclusion

۴.۱ چارچوب قانونی، مقرراتی و نظارتی مؤثر

حمایت از مصرف‌کننده در نظام بانکی باید بخشی از یک چارچوب مقرراتی و نظارتی منسجم باشد. مقررات باید منعکس‌کننده ویژگی‌ها، انواع و تنوع محصولات بانکی و نیز انواع مصرف‌کنندگان بوده، حقوق و مسئولیت‌های طرفین را بطور کامل و جامع مشخص نموده و با ویژگی‌های فوق‌الذکر نیز تناسب داشته باشد. همچنین سازوکارهای نظارتی، قضائی و قانونی مؤثر و قدرتمند باید برای حمایت مصرف‌کنندگان در مقابل تقلب، سوء استفاده و اشتباه وجود داشته باشد [۱۴].

اصل اول از اصول عالی حمایت از مصرف‌کننده G20^۱ بیان می‌کند که کشورها باید چارچوب قانونی، مقرراتی و نظارتی متناسب با شرایط اقتصاد ملی و بازار جهانی و میزان توسعه بازار مالی خود داشته باشند. بانک جهانی نیز پیشنهاد می‌کند که کشورها قوانین شفاف در خصوص حمایت از مصرف‌کننده در مسائل مربوط به کالاها و خدمات مالی داشته باشند [۱۵]. قوانین و مقررات باید عملیات عرضه‌کنندگان خدمات مالی و روابط عرضه‌کنندگان خدمات مالی و مشتریان آن‌ها را منعکس کند. به عبارتی دیگر قوانین حمایت از مصرف‌کننده و قوانین رقابت منصفانه، حقوق مشتریان مختلف محصولات و خدمات مالی را تعیین می‌نماید. اخیراً تعدادی از کشورها قوانین جامعی را در این خصوص به تصویب رسانده‌اند. در نظرسنجی بانک جهانی از کشورها خواسته شده است که کدام نوع از قوانین را دارا می‌باشند:

بیشتر کشورها (۱۰۳ کشور معادل ۹۴ درصد کشورها) در سال ۲۰۱۳ قوانین و مقررات حمایت از مصرف‌کنندگان مالی را در داخل چارچوب دیگر قوانین نظام مالی خود دارا می‌باشند که نسبت به سال ۲۰۱۰ افزایش داشته است. قوانین عمومی حمایت از مصرف‌کننده - اعم مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات و محصولات و خدمات مالی - هم اکنون در اقتصاد ۷۰ کشور (حدوداً ۶۴ درصد کشورها) متداول است. در این قوانین مبانی و بنیان‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان وجود دارد، اما شامل مقررات مشخصی برای کالاها و خدمات مالی نمی‌باشد. برای ارجاع به مسائل مشخص کالاها و خدمات مالی، کشورها به قوانین عمومی مذکور ارجاع می‌دهند. از سویی دیگر ۵۸ کشور نیز دارای قوانین حمایت از حقوق مصرف‌کننده هستند که در آن به حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خدمات و محصولات مالی نیز اشاره شده است و یا دارای قوانین ویژه و مجزایی در حوزه حمایت از مصرف‌کنندگان مالی می‌باشند که این تعداد نسبت به سال ۲۰۱۰ (۴۹ کشور) افزایش یافته است [۱۶].

۴.۲ وجود نهادهای تخصصی و یا نیمه تخصصی جهت اجراء و نظارت

برای حمایت مصرف‌کننده باید نهادهایی وجود داشته باشد که بصورت تخصصی یا بعنوان بخشی از وظایف خود به حمایت از مصرف‌کننده در این نظام بپردازند. این نهادها باید بطور واضح و عینی به تعریف مسئولیت‌ها پرداخته، نظارت مستمر و مناسب بر تعامل بانک‌ها با مصرف‌کنندگان داشته، دارای استقلال عملکردی و اختیارات، منابع و صلاحیت کافی بوده و همچنین پاسخگوی اقدامات خود باشند. چنین نهادهایی باید چارچوب اجرایی شفاف و تعریف شده‌ای داشته باشند و با فرآیندهای نظارتی نیز هماهنگ باشند [۱۷].

۴.۳ ایجاد رویه‌های صحیح جهت ارائه اطلاعات و شفافیت

مؤسسات مالی باید اطلاعات کلیدی مربوط به مزایای اساسی، ریسک‌ها و شروط محصول مورد نظر را به آگاهی مصرف‌کننده برسانند. اطلاعات مناسب باید در تمام مراحل رابطه با مصرف‌کننده ارائه شود. تمام ویژگی‌های محصول باید دقیق، درست و قابل فهم بوده و مصرف‌کننده را به اشتباه نیندازد. رویه‌های افشاء قبل قرارداد از پیش آماده شده، باید برای مقایسه محصولات یکسان در دسترس مصرف‌کننده قرار داده شود. سازوکارهای افشاء اطلاعات خاص، از جمله اخطارها، باید متناسب با پیچیدگی و ریسکی بودن محصول طراحی و پیاده گردد. مقررات افشاء نیز باید تا حد امکان عینی بوده و بطور کلی بر اساس خصوصیات مصرف‌کننده در خصوص پیچیدگی محصول، ریسک‌های مربوطه و نیز اهداف مالی مصرف‌کننده، دانش، صلاحیت و تجارب وی صورت گیرد. مصرف‌کنندگان باید از محصولات مالی اطلاعات مرتبط، دقیق و درستی در اختیار داشته و به راحتی به آنها دسترسی داشته باشند و در نهایت باید به مصرف‌کننده در فرآیند جستجوی وی کمک گردد.

^۱ G20 High Level Principles on Financial Consumer Protection

اصل چهارم از اصول عالی حمایت از مصرف کننده G20^۱ بیان می‌کند که عرضه‌کنندگان خدمات باید اطلاعات کلیدی مربوط به منافع اساسی، ریسک‌ها و نرخ‌های محصولات را بصورت کامل در اختیار مشتریان قرار دهند. بنابراین افشاء اطلاعات باید عملیاتی و سهل الوصول باشد تا مشتریان خدمات مالی قادر باشند بین محصولات و خدمات مالی با ماهیت مشابه مقایسه انجام دهند. افشاء اطلاعات یکی از مؤلفه‌های کلیدی رویکرد مدرن در حمایت از مصرف‌کنندگان مالی است [۱۸]

۴.۴ ایجاد رویه‌ها و سازوکارهای حل و فصل اختلافات و رسیدگی به شکایات مشتریان.

رویه‌های رسیدگی به شکایت و نیز چارچوب زمانی برای حل اختلافات از اهمیت بسیاری برای مصرف‌کننده برخوردار است. اصل نهم از اصول اساسی حمایت از مصرف کننده G20 حاکی از این است که دولت باید اطمینان حاصل کند که مصرف‌کنندگان به سازوکارهای رسیدگی به شکایات و جبران خسارت کافی، در دسترس، مستقل، منصف، مسئول و پاسخگو، به موقع و کارآمد دسترسی داشته باشند. چنین سازوکاری نباید هزینه غیرمعقول، تأخیر یا مسئولیت‌هایی بر مصرف‌کننده داشته باشد. مکانیسم‌های مختلفی جهت رسیدگی به شکایات مشتریان وجود دارد. سازوکارهای مختلف پیگیری شکایات و حل و فصل اختلافات در تجارب کشورهای مختلف متفاوت است و در این قسمت به مهمترین سازوکارها پرداخته می‌شود [۱۹]:

- ۱) حل اختلاف از طریق دعوی قضائی
نمونه قدیمی حل اختلاف، اقامه دعوی قضائی است. دعوی قضائی زمان بر، پرهزینه (بویژه هزینه‌هایی که قانوناً بازنده باید بپردازند) و نتیجه آن نامشخص است.
- ۲) حل اختلاف از طریق مقام نظارتی
- ۳) رویه داخلی بانک‌ها برای رسیدگی به شکایات مصرف‌کنندگان
بانک‌ها باید رویه‌های داخلی رسیدگی به شکایات کارآمدی با توجه به زمان و هزینه، برای مصرف‌کنندگان قرار دهند و مصرف‌کنندگان در مواردی که احساس می‌کنند بطور منصفانه از سوی بانک با آنها رفتار نمی‌شود، به وسیله مستقل دیگری دسترسی داشته باشند. بانک‌ها باید اطلاعات مربوط به رویه رسیدگی به شکایات و مراجع مستقل حل اختلاف مصرف‌کننده را به آسانی در اختیار مصرف‌کننده قرار دهند و در صورتی که مصرف‌کننده با پاسخی که از سوی بانک ارائه می‌شود، قانع نگردد، باید به سازوکارهای مناسب، ارزان و ثالثی برای حل اختلاف دسترسی داشته باشد.
- ۴) روش‌های حل اختلاف جایگزین: از طریق طرح بازرسی ویژه بخش مالی یا سازمان مستقل حل تنازعات میان بانک و مصرف‌کنندگان، معاونت نظارتی بانک مرکزی و شوراهای حل اختلاف.

۴.۵ آموزش و سواد مالی^۲ برای ارتقاء آگاهی و دانش مالی مصرف‌کنندگان

آموزش مالی و حمایت از مصرف‌کننده دو مقوله مجزا هستند که البته وجوه اشتراکی دارند. هدف هر دو آنها تأمین سلامت مالی مصرف‌کننده و ایجاد سپری ایمن در برابر صدمات است. اما آموزش مالی این هدف را با ارائه اطلاعات، تهیه راهنما، و مشاوره انجام می‌دهد، در صورتی که تأکید حمایت مصرف‌کننده بر قوانین و مقرراتی است که استانداردهای حداقلی را بیان می‌کنند و بانک‌ها را ملزم به ارائه اطلاعات مناسب می‌کنند. بنابراین این دو مکمل یکدیگر خواهند بود. اینکه مصرف‌کنندگان دانش کاملی نسبت به محصولات بانکی، حقوق و تعهدات قراردادی خود داشته باشند، هم برای سلامت مالی خود آنها و هم برای عملکرد مؤثر بازار مالی از اهمیت برخوردار است. اگر مصرف‌کننده از دانش مالی برخوردار نباشد، قادر نخواهد بود تصمیمات مالی درستی اتخاذ کند و ممکن است در معرض ریسک و فریب قرار گیرد. اما در صورتی که از نظر مالی آموزش دیده باشد، احتمال بیشتری دارد که بتواند تصمیمات درستی اتخاذ کند و بانک‌ها را نیز برای ارتقاء محصولات، متناسب با نیاز خود ترغیب کرده یا حتی به چالش بکشد، و این امر تأثیر مثبتی بر رشد اقتصادی خواهد گذاشت.

¹ G20 High Level Principles on Financial Consumer Protection

² Financial Literacy

اصل پنجم از اصول عالی حمایت از مصرف‌کننده G20 بیان می‌کند که آموزش و آگاه‌سازی مالی باید برای تمام ذی‌نفعان خدمات مالی فراهم گردد. همچنین اطلاعات شفاف پیرامون حمایت از مصرف‌کننده، حقوق و مسئولیت‌های ایشان باید به آسانی توسط مصرف‌کنندگان در دسترس باشد. مکانیسم‌های مناسبی باید در نظر گرفته شود تا به مشتریان حال و آینده نظام مالی در زمینه اطلاعات مربوط به ریسک‌ها، فرصت‌ها، مهارت‌ها و اطمینان و انجام انتخاب (تصمیم‌گیری آگاهانه)، آگاهی کافی را منتقل نماید. همچنین اصول بانک جهانی نیز بیان می‌کند که آموزش مالی باید افزایش یابد تا موجب توسعه سواد مالی در میان مشتریان خدمات مالی گردد. در نظر سنجی بانک جهانی که در سال ۲۰۱۳ از ۱۴۰ کشور جهان به سؤال زیر پاسخ داده شده است: آیا نهاد نظارتی تحت نظر شما مسئولیتی برای اجرا و نظارت جنبه‌های مختلف سواد یا آموزش مالی دارند؟ بیشتر ناظران مالی در ۶۳ کشور (۵۵ درصد کشورها) پاسخ مثبت به این سؤال دادند. در ۱۸ کشور (۱۶٪ کشورها)، نهادهای ناظر مالی مأموریت مشخصی برای آموزش و سواد مالی ندارند، اما برخی اجزای سواد مالی را در حوزه‌هایی نظیر ثبات و توسعه مالی، برای خود تعریف کرده‌اند [۲۰].

۴.۶ روابط صادقانه، منصفانه و عادلانه مؤسسات مالی با مصرف‌کنندگان

رفتار منصفانه با مصرف‌کنندگان باید بخشی از نظام نظارتی منسجم و یکپارچه تمام مؤسسات مالی باشد. خصوصاً اینکه باید به مصرف‌کنندگان آسیب‌پذیر در این راستا توجه ویژه‌ای صورت گیرد. اصل سوم از اصول عالی حمایت از مصرف‌کننده G20 بیان می‌کند که در همه مراحل، رابطه عرضه‌کنندگان خدمات مالی با مصرف‌کنندگان مالی، می‌بایست عادلانه، صادقانه و منصفانه باشد، از این رو شش مؤلفه زیر را به عنوان مؤلفه‌های رفتار منصفانه با مصرف‌کنندگان در نظر گرفته و مقررات و قوانین کشورها را بر اساس این مؤلفه‌ها مورد نظر سنجی قرار داده‌اند: اطمینان از عدم سوء استفاده از اطلاعات مشتریان مؤسسات مالی و حفظ امنیت و اطمینان، عدم وجود تبلیغات سوء و متقلبانه در فروش محصولات و خدمات مالی، وجود دوره‌ای کوتاه (۴-۵ روز کاری) همراه با اختیار فسخ قرارداد بدون جریمه برای مشتریان خدمات مالی، فروش محصولات و خدمات مالی بصورت مجزا و منفرد و عدم فروش آن بصورت ترکیبی و تجمیعی، عدم استفاده از رویه‌های جمع‌آوری دیون غیرمنصفانه توسط بانک و آگاه‌سازی مشتریان از شرایط و ضوابط جمع‌آوری دیون بانک در قرارداد (اعم از فروش، انتقال، دخالت شخص ثالث و...)، ممنوعیت جریمه پرداخت پیش از موعد وام‌ها و تسهیلات بانکی. حفظ اطلاعات مشتریان و عدم وجود تبلیغات سوء جزء متداول‌ترین روش‌های اعمال رفتار منصفانه با مشتریان بانکی است [۲۱].

۴.۷ مداخله در قراردادهای اعتبار مصرفی

یکی از چارچوب‌های تنظیم‌گری هدایتی بر کسب و کار که با هدف حمایت از مصرف‌کنندگان قراردادهای اعتبار مصرفی بانک‌ها صورت می‌گیرد، استفاده از دکترین‌های مختلف در حقوق قراردادهای بانکی است، که با استفاده از این ابزارها مقام تنظیم‌گر در بازار قراردادهای مصرفی بانکی دخالت کرده و از چالش‌های وجود نقصان در قدرت چانه‌زنی، نابرابری اطلاعاتی و بی‌انصافی در قراردادهای بانکی جلوگیری می‌نماید. برخی از انواع دکترین‌های مداخله در قراردادهای اعتبار مصرفی عبارت است از: دکترین اعمال نفوذ ناروا در اعتبار مصرفی، دکترین نامعقول بودن، دکترین غیرمنصفانه بودن و تفسیر به نفع ضعیفتر.

۵. ساختار نهادی تنظیم‌گری و نظارت هدایتی بر کسب‌وکار

نتایج مطالعات بانک جهانی نشان می‌دهد تنها وجود قوانین و مقرراتی جهت حمایت از حقوق مصرف‌کننده در نظام مالی کافی نیست، بلکه وجود ساختار نهادی مجزا برای مقام ناظر حمایت از مصرف‌کنندگان و وجود سازوکارهای اجرایی مختلف برای اعمال و اجرای این مقررات، لازمه حمایت از مصرف‌کنندگان مالی است [۲۲]. اهمیت ساختار نهادی بمنظور نظارت و اعمال قوانین و مقررات حمایت از مصرف‌کننده در بسیاری از اسناد بین‌المللی تأکید شده است. در راهنمای سازمان ملل برای حمایت از مصرف‌کننده تأکید شده است که دولت باید زیرساخت‌های کافی برای توسعه، اجرا و نظارت بر سیاست‌های حمایت از مصرف‌کننده را فراهم نماید. اصل دوم G20 که پیرامون حمایت از مصرف‌کننده می‌باشد، بیان می‌کند که می-

بایست نهادهای نظارتی که مسئولیت حمایت از مصرف‌کننده را برعهده دارند، وجود داشته باشند. مطالعات بانک جهانی پیشنهاد می‌کند که لازم است ترتیبات نهادی ضروری وجود داشته باشد تا به عملیاتی‌سازی و اعمال منصفانه، بموقع و کامل قوانین و مقررات کمک نماید [۲۳].

مطالعات بانک جهانی در سال ۲۰۱۳ نشان می‌دهد پنج ساختار نهادی عمده برای حمایت از مصرف‌کنندگان و تنظیم‌گری هدایت کسب‌وکار مؤسسات مالی وجود دارد:

-الگوی نظارت یکپارچه^۱ توسط مقام ناظر واحد (انجام نظارت احتیاطی خرد و نظارت کسب و کار توسط یک مقام ناظر منفرد)؛

-الگوی نظارتی بخشی^۲ (انجام نظارت هدایتی کسب‌وکار توسط مقام ناظر احتیاطی همان بخش)؛

-مدل نظارتی دوقله‌ای^۳ (انجام نظارت هدایتی کسب و کار و نظارت احتیاطی خرد توسط مقامات ناظر مجزا)؛

-نظارت بر حقوق مصرف‌کننده توسط مقام ناظر تخصصی مسئول حمایت از مصرف‌کنندگان نظام مالی؛

-نظارت هدایتی بر کسب‌وکار توسط نهاد عمومی حمایت از مصرف‌کننده.

شکل ۳ انواع ساختارهای نظارت هدایتی بر کسب‌وکار را بر اساس نهادها و محصولات نشان می‌دهد. بر اساس نهاد ناظر دو نوع نهاد حمایت از حقوق مشتریان وجود دارد:

-وجود دو نهاد مجزا برای حمایت از مشتریان و نهاد ناظر احتیاطی

-انجام نظارت احتیاطی و نظارت هدایتی بر کسب‌وکار با یکدیگر و بصورت ترکیبی.

بر اساس محصولات نیز، دو نوع نظارت وجود دارد:

-نظارتی که شامل تمام محصولات و خدماتی می‌شود که محصولات و خدمات مالی را نیز در بر می‌گیرد

-نظارتی که در آن خدمات مالی از دیگر کالاها و خدمات مالی مجزاست. شکل زیر نتایج نظرسنجی نظارت هدایتی بر کسب و کار را نشان می‌دهد.



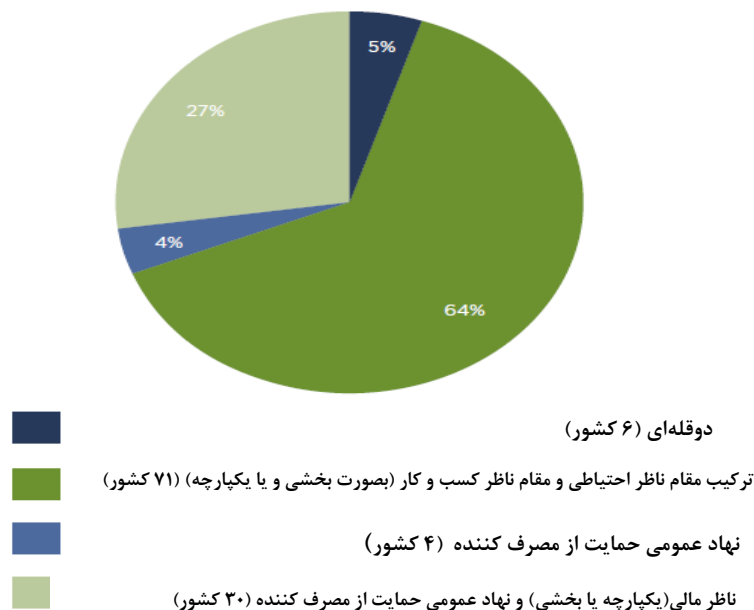
شکل ۳: نتایج نظرسنجی از ۱۱۱ کشور درباره ترتیبات نهادی تنظیم‌گری هدایتی بر کسب و کار منبع: [۲۴].

¹ integrated

² sectoral

³ Twin peaks

شکل ۴ از منظری دیگر به ساختار مقامات ناظر بر هدایت کسب و کار می پردازد: بر اساس این شکل در ۶۴ درصد از اقتصادها، مقام ناظر یکپارچه یا بخشی وظیفه نظارت احتیاطی و نظارت هدایتی بر کسب و کار را به انجام می‌ساند. در ۲۷ درصد از اقتصادها نیز مسئولیت میان مقام ناظر یکپارچه و بخشی و نهادهای عمومی حمایت از مصرف‌کننده تقسیم شده است. افزون بر این ۶ کشور بصورت ساختار دوقله‌ای (دو نهاد ناظر مجزا برای هدایت کسب و کار و احتیاطی خرد)، نظارت هدایتی بر کسب و کار را به انجام می‌رسانند. در ۴ کشور نیز تنها نهادی عمومی برای حمایت از مصرف‌کننده وجود دارد.



شکل ۴: ساختار نهادی، نهادهای تنظیم‌گر هدایتی بر کسب و کار در کشورهای مختلف منبع [۲۵]:

در نظرسنجی بانک جهانی در سال ۲۰۱۲ که بر روی ۹۸ کشور با درآمد بالا، بالاتر از متوسط و پایین‌تر از متوسط انجام داده است، تعداد الگوهای مورد استفاده در زمینه‌ی نظارت هدایتی بر کسب و کار در کشورهای مختلف در جدول شماره ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. تعداد الگوهای ساختار نظارت هدایتی بر کسب و کار در کشورهای مختلف

تعداد	شاخص
۹۸	تعداد کل نمونه
۱۵	ساختار نظارت هدایتی کسب و کار بخشی
۱۴	وجود مرکزی متفاوت از مقام ناظر احتیاطی برای تنظیم‌گری هدایت کسب و کار در صنعت بانکداری
۱۲	ساختار نظارت هدایتی بر کسب و کار یکپارچه و خارج بانک مرکزی
۴	ساختار نظارت هدایتی بر کسب و کار یکپارچه و داخل بانک مرکزی
۶	تعداد کشورهای دارای ساختار نظارت هدایت کسب و کار دوقله‌ای
۴۷	تعداد کشورهای فاقد مقام ناظر هدایت کسب و کار

نتایج مطالعات صورت گرفته نشان می‌دهد که نمی‌توان الگویی واحد برای پیگیری چنین نظارتی مطرح نمود و ایجاد ایجاد چنین ساختار نظارتی به عوامل زیر وابسته است:

-مقیاس و ساختار بخش مالی؛

-سطح توسعه بخش مالی؛

-ساختار سیاسی؛

-ابتکارات در قوانین و مقررات و انجام نظارت؛

-و ظرفیت‌های نهادی و مهارت‌های نیروی انسانی

صرفنظر از ساختار مورد نظر نظارت بر هدایت کسب‌وکار و حمایت از مصرف‌کنندگان، روند روبه رشدی از توجه به ابزارها و شیوه‌های پایش این نوع نظارت و تعامل فعال میان مصرف‌کنندگان و عرضه‌کنندگان خدمات مالی ایجاد شده است که بر تحلیل عملکرد نهادهای مالی تأکید دارد. بنابراین نهادهای حمایت از مصرف‌کننده لازم است تا سیستم‌ها، فرآیندها و زیرساخت‌هایی برای مدیریت شکایات مورد استفاده برای گستره محصولات و خدمات مالی فراهم آورند.

۶. مطالعه موردی: تنظیم‌گری هدایتی بر کسب‌وکار در کشورهای منتخب

در اکثر کشورها خصوصاً کشورهای توسعه‌یافته و بویژه پس از بحران مالی اخیر، نهادها و مقررات جدیدی در راستای حمایت از مصرف‌کننده در بازارهای پیشنهاد و تصویب گردید که در این قسمت برخی از این نهادها معرفی می‌شوند:

۶.۱ انگلستان

در انگلستان مقام مسئول تنظیم‌گری احتیاطی (PRA) - که زیرمجموعه‌ای مستقل از بانک مرکزی انگلستان است- مسئول تنظیم‌گری احتیاطی خرد^۱ در مؤسسات مالی و مدیریت ریسک‌های چشم‌گیر در ترازنامه‌ها می‌باشد، علاوه بر این مقام مسئول هدایت مالی (FCA)، مسئولیت هدایت تنظیم‌گری کسب‌وکار و بازار را بر عهده دارد [۲۶]. مقام مسئول هدایت مالی (FCA)، نهادی مستقل از دولت می‌باشد که اهداف آن شامل حفظ سلامت و صحت بازار، تنظیم و جهت‌دهی به بنگاه‌های خدمات مالی و حصول اطمینان از رقابتی بودن بازار خدمات مالی می‌شود [۲۷]. هدف استراتژیک آن اطمینان بخشی نسبت به عملکرد بهینه‌ی سیستم مالی انگلستان است و اهداف عملیاتی آن شامل موارد زیر می‌شود [۲۸]:

-تسهیل رقابت کارآ و مؤثر برای جلب منافع مشتریان در بازار خدمات مالی؛

-اطمینان از درجه مناسب حمایت از مصرف‌کنندگان؛

-حمایت و ارتقای سلامت نظام مالی انگلستان؛

-مسئولیت مستقل در رابطه با کاهش وسعت جرایم مالی کسب و کارهای مقررات‌گذاری شده..

۶.۲ استرالیا

ساختار تنظیم‌گری و نظارت بر نهادهای مالی در کشور استرالیا بر اساس ساختار دو قله‌ای^۲ بنا شده است. کمیسیون اوراق بهادار و سرمایه‌گذاری استرالیا^۳ (ASIC) مسئول نظارت بر هدایت کسب‌وکار است و بر طبق قانون سال ۲۰۰۱ موسوم به قانون ۲۰۰۱ ASIC فعالیت می‌نماید. ASIC وظیفه تنظیم‌گری بر شرکت‌های استرالیایی، بازارهای مالی، سازمان‌های خدمات مالی و مشاغلی که مدیریت و مشاوره در حوزه‌ی سرمایه‌گذاری می‌دهند، صندوق بازنشستگی^۴، مؤسسات بیمه، مؤسسات اعتباری و سپرده پذیر را بر عهده دارد [۲۹]. وظایف و اولویت‌های استراتژیک ASIC عبارت است از [۳۰]: ارتقای اطمینان و اعتماد در سرمایه‌گذاران و مصرف‌کنندگان مالی، اطمینان از بازارهای شفاف، منصفانه و نظام‌مند، و فراهم‌سازی

1 micro-prudential regulation

2 Three peaks

3 Australian Securities and Investments Commission

4 superannuation

فرآیند ثبت کسب‌وکار کارا و قابل وصول. به عنوان مقررات گذار اعتباری مصرف‌کننده^۱، ASIC وظیفه مجوز دادن و مقررات گذاری افراد و کسب و کارهایی که درگیر در فعالیتهای اعتباری مصرف‌کننده هستند، را برعهده دارد. همچنین این نهاد باید از این مطلب اطمینان پیدا کند که مجوزها با استانداردهایی که در قانون ملی حمایت از اعتبارات مصرف‌کننده سال ۲۰۰۹- که مسئولیت این نهادها را در قبال مصرف‌کننده مشخص می‌کند- هماهنگ باشند [۳۱].

۳.۶ آمریکا

دو نهاد در نظام مالی آمریکا مسئولیت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و هدایت کسب و کار را برعهده دارند: شرکت بیمه سپرده فدرال (FDIC) و دیوان حمایت از مصرف‌کنندگان محصولات مالی. یکی از اهداف FDIC برآورده‌سازی حقوق مصرف‌کننده و حفاظت از آن می‌باشد. در این خصوص می‌بایست برای شرکت بیمه سپرده بر اساس امور نظارتی انجام شده این اطمینان حاصل گردد که حقوق مصرف‌کننده مورد حمایت قرار می‌گیرد و موسسات مالی تحت نظارت شرکت بیمه سپرده فدرال در جامعه مرتبط با مصرف‌کنندگان سرمایه‌گذاری می‌نمایند. نهاد دیگری که پس از بحران مالی تشکیل شد و مسئولیت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در نظام مالی را برعهده دارد، دیوان حمایت از مصرف‌کنندگان محصولات مالی^۲ است. مسئولیت این نهاد مستقل دولتی حمایت از مصرف‌کننده در نظام بانکی بوده که قدرت وضع مقررات و انجام اقدامات اجرایی در خصوص تخلفات طبق قانون مذکور به آن اعطاء شده و تمرکز فعالیت این نهاد بر اعتبار، پس انداز، ابزارهای پرداخت و سایر محصولات و خدمات مصرفی در بازار مالی به جز محصولات سرمایه‌گذاری می‌باشد [۳۲].

۴.۶ کانادا

مؤسسه مصرف‌کنندگان خدمات مالی در کانادا (FCAC)^۳ وظیفه حمایت از مشتریان در بازارهای مالی کانادا را داراست. مؤسسه مصرف‌کنندگان خدمات مالی کانادا، نهاد مستقلی است که به صورت فدرال اداره می‌شود و وظیفه حمایت و آگاه سازی مشتریان محصولات و خدمات مالی را بر عهده دارد [۳۳]. این نهاد در سال ۲۰۰۱ توسط دولت فدرال به منظور تحکیم نظارت بر مسائل مصرف‌کننده و گسترش آموزش مشتریان در بخش مالی، تأسیس گردید. به عنوان نهاد تنظیم‌گر فدرال، FCAC مسئولیتهای زیر را بر عهده دارد:

- اطمینان از اینکه رفتار کسب‌وکار در بازار نهادهای مالی تنظیم‌گری شده فدرال، با قوانین و مقررات مطابقت داشته باشد؛
- ارتقاء تطبیق سیاست‌ها و رویه‌های طراحی شده برای پیاده‌سازی قوانین و مقررات در مؤسسات مالی تنظیم‌گری شده فدرال، به وسیله نظرات عموم مردم و نقطه نظرات داوطلبانه مؤسسات در این موارد؛
- پایش رفتار نهادهای مالی فدرال از طریق نظرات عموم مردم و مقررات هدایت بازار؛
- آگاه‌سازی مشتریان در مورد حقوق و مسئولیتهایشان در تعامل با نهادهای مالی و الزامات خدمات اپراتور شبکه کارت‌های پرداخت به مشتریان و تاجران؛
- فراهم‌سازی اطلاعات هدفمند و به موقع و ابزارهایی برای کمک به فهم مشتریان برای خرید و تعامل با گستره متنوعی از محصولات و خدمات مالی؛
- پایش و ارزیابی روندها و مسائل پیش رو که ممکن است اثراتی بر مشتریان محصولات و خدمات مالی داشته باشد [۳۴].

¹ consumer credit regulator

² National Consumer Credit Protection Act 2009

³ Consumer Financial Protection Bureau (CFPB)

۵.۶ اتحادیه اروپا

در اتحادیه اروپا پارلمان اروپایی در سال ۲۰۱۴ مقرراتی را در رابطه با برنامه های اصلاحی اساسی اتحادیه اروپا تصویب نمود که مجموعه ای از ۴۰ پیشنهاد قانون گذاری به همراه اصلاحات نهادی را در برمی گرفت و حاوی وظایف جدید نظارتی بود و اعمال آن ها آنچنان تأثیری بر قوانین، نظارت و ساختاری نهادی نظارتی داشت که تا آن زمان به آن شدت در کشورهای اروپایی بی سابقه بود. از جمله اهداف و در واقع وظایف جدید نظارتی مذکور در مقررات می توان افزایش شفافیت، سادگی و انصاف در بازار برای محصولات و خدمات مصرفی، همینطور افزایش مسئولیت پذیری و حمایت از مصرف کننده در یک بازار یکپارچه امن و افزایش اعتماد مصرف کننده و بطور کلی تمرکز بیشتر بر موضوع حمایت مصرف کننده را نام برد [۳۵]. بعلاوه در اتحادیه اروپا نهاد ESMA بعنوان یک مقام مستقل اروپایی از سال ۲۰۱۱ کار خود را شروع کرد که از طریق افزایش حمایت مصرف کننده و ارتقاء ثبات بازار مالی به تضمین ثبات نظام مالی اتحادیه اروپا می پردازد [۳۶]. عبارتی نقش اصلی این نهاد حمایت مصرف کننده و سرمایه گذار عنوان شده است که بر اساس دو عنصر اصلی مربوط به حمایت مصرف کننده (نابرابری قدرت چانه زنی و نابرابری اطلاعاتی) اقدام می نماید.

۶.۶ غنا

دفتر بررسی و گزارشگری مصرف کننده^۱ دفتری در بانک مرکزی کشور غناست که مسئولیت حمایت از مصرف کنندگان محصولات مالی و آموزش آنها را برعهده دارد. حوزه کاری آنها شامل مسئولیت انجام امور زیر است: دریافت شکایات، دادخواست ها و ناراضیتهای مصرف کنندگان، اقدام به عنوان ناظر برای تضمین ارائه با کیفیت خدمات، حمایت از حقوق مصرف کنندگان، اقدام به عنوان یک هیأت مشورتی برای آموزش مصرف کنندگان، ایجاد نظم قیمتی در صنعت، دریافت و بازبینی گزارشات تقلب و اختلاس از بانکها، بررسی تمام اشکال شکایات و اختلالات منتسب، و نگهداری یک پایگاه داده از کارمندان قبلی بانک که به دلایل مرتبط با تقلب از کار عزل شده یا مجبور به استعفا شده اند [۳۷]. همینطور این دفتر دارای یک واحد گزارشگری مصرف کننده است که مسئولیت آموزش مصرف کننده و بررسی شکایات را برعهده دارد.

۷. تنظیم گری هدایتی بر کسب و کار در نظام مالی ایران

الگوی که در زمینه تنظیم گری و نظارت بر نهادهای مالی در ایران وجود دارد، الگوی بخشی است، بدین صورت که هر یک از بازارهای سرمایه، پول و بیمه نهادهای ناظر مستقلی دارند. مقام ناظر بازار سرمایه، سازمان بورس و اوراق بهادار است که سازمانی دولتی محسوب می شود، نهاد ناظر بازار پول، بانک مرکزی و نهاد ناظر بازار بیمه، سازمان بیمه مرکزی است و هر یک از نهادهای مذکور بصورت مستقل و مجزا وظیفه سیاست گذاری و نظارت بر هر یک از بازارها-هم در حوزه نظارت احتیاطی خرد و هم در حوزه نظارت هدایتی بر کسب و کار- را به عهده دارند.

در خصوص نظارت هدایتی بر کسب و کار در نظام مالی ایران باید گفت: هرچند مقرراتی با ماهیت تنظیم گری و نظارت هدایت کسب و کار در کشور وجود دارد^۲ لیکن شکافهای بزرگی در خصوص اعمال این نظارت در کلیه حوزه های مالی وجود دارد؛ همچنین به دلیل عدم وجود نهاد ناظر مشخص برای پیگیری اهدافی از قبیل ایجاد شفافیت در نظام مالی، مقابله با جرائم مالی و حمایت از مشتریان در عمل حوزه نظارت کسب و کار مغفول مانده که می تواند ایجادکننده ریسک های مهمی در ارتباط با نظام مالی ایران باشد. در ساختار موجود ایران که نظارت هدایتی بصورت ناقص و در ساختار بخشی همراه با نظارت احتیاطی خرد انجام می شود، تنظیم گری هدایتی بر کسب و کار تحت تأثیر دیگر اهداف نظارتی دیگر قرار گرفته و کارایی و ثمرات لازم را ندارد.

یکی از اهداف اصلی و شاید مهم ترین هدف تنظیم گری هدایتی بر کسب و کار، حمایت از مصرف کننده است، اما در قوانین و مقررات داخلی موجود در کشور، الزام خاصی در جهت حمایت از مصرف کننده برای بانکها تعریف نشده است. به عنوان مثال هر چند «ضوابط ناظر بر حداقل استانداردهای شفافیت و انتشار عمومی اطلاعات توسط مؤسسات اعتباری» بوسیله

^۱ Investigation and consumer reporting office (ICRO)

^۲ بصورت عمومی و یا ضمنی در قوانین حمایت از مصرف کننده، قانون پولی و بانکی و قوانین دیگر.

شورای پول و اعتبار در سال ۱۳۹۳ به تصویب رسید، اما آنچه در این دستورالعمل مدنظر بوده است «شفافیت در ارائه گزارش‌های مالی و بهبود نسبت شاخص کفایت سرمایه و اطلاع‌رسانی مبادلات مشکوک به بانک مرکزی» می‌باشد و به موضوع حمایت مصرف‌کننده یا شفافیت در ارائه اطلاعاتی که به مصرف‌کننده در انتخاب محصول مناسب کمک می‌نماید، اشاره‌ای نشده است.

ناظر مالی نیز در کشور بیشتر بر مقررات احتیاطی بانک‌ها تمرکز کرده است، همچون الزامات سرمایه، نقدینگی و در حالی که نظارت بر رفتار کسب و کار نادیده گرفته شده است. البته در موارد معدودی با مسامحه می‌توان گفت که رفتار کسب و کار بانک‌ها نیز لحاظ شده است، از جمله مصادیق ضوابط ناظر بر حداقل استانداردهای شفافیت، دستورالعمل ناظر بر ضمانت نامه‌های بانکی (ریالی) ۱۳۹۳، یا الزام بانک‌ها به افشاء به موقع و شفاف سیاست‌های تشویقی برای مشتریان خوش حساب (۱۳۸۹) که اینها نمونه‌ای از مقرراتی هستند که بصورت جزئی و بموردی خاص اشاره نموده‌اند و کماکان چارچوب کلی رفتار بانکها مشخص نشده است. در نتیجه این کاستی‌ها بازار اعتبار به نفع مصرف‌کننده عمل نخواهد کرد. برای مثال، در نتیجه فقدان شفافیت در دوره قبل قرارداد و در نتیجه محصولات مبهم غیرمنصفانه و غیررقابتی، تخمین هزینه و ریسکی بودن محصول اعتباری مشخص، یا مقایسه گزینه‌های موجود بسیار دشوار می‌گردد.

در واقع نظارت کنونی رضایت بخش نیست، چرا که ناظر بانکی تنها زمانی به نفع مصرف‌کننده اقدام می‌کند که این موضوع بر ثبات نظام بانکی تأثیر گذارد (همچون ریسک اعتباری)، این در حالی است که ناظر باید اختیارات بیشتری بمنظور نظارت بر رفتار کسب و کار در تمام مقاطع قراردادی از جمله تبلیغات، اطلاعات قراردادی، فرآیند فروش، مدیریت رابطه و جمع‌آوری دیون داشته باشد.

در ایران بانک مرکزی در رأس ساختار مالی و پولی کشور قرار دارد که نظارت آن از طریق نهادی به نام «اداره نظارت بر بانکها و مؤسسات مالی و اعتباری» انجام می‌گیرد. در میان وظایف این نهاد رسیدگی به شکایت‌های اشخاص حقیقی و حقوقی نسبت به تخلف یا عدم رعایت قانون، مقررات و دستورات بانک مرکزی، از سوی بانکها و مؤسسات اعتباری، شعب و دفاتر نمایندگی بانکها را می‌توان نام برد که به حمایت از حقوق مصرف‌کننده مربوط می‌شود. با این حال هدف اصلی بانک مرکزی مطابق بند یک ماده ۲۸ قانون پولی و بانکی کشور، حفظ ارزش پول و تنظیم اعتبارات است که ارتقاء ثبات پولی و ثبات مالی برای دستیابی به رشد اقتصاد را می‌توان زیرمجموعه آن دانست. برای دستیابی به این مهم، اختیارات وسیعی مطابق قوانین مختلف به این بانک محول شده است تا به نظارت بر بانکها و سایر واسطه‌های مالی غیربانکی در بازار پول بپردازد. در میان قوانین اصلی حاکم بر نظام پولی کشور نیز، قانون پولی و بانکی کشور و قانون بانکداری بدون ربا قرار دارد. با این حال هیچگونه مقرراتی که حمایت مصرف‌کننده را به خصوص در رابطه با قراردادهای اعتبار مدنظر قرار داده باشد وجود ندارد. البته به جز ماده ۲۳ قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار و سایر موارد است [۳۸].

۸. جمع‌بندی و ارائه پیشنهادات در خصوص تنظیم‌گری هدایتی بر کسب و کار در نظام مالی ایران

با توجه به ادبیات موضوع هدایت کسب و کار و تجارب جهانی در زمینه پیاده‌سازی این نوع نظارت، می‌توان الزامات و پیشنهادات در خصوص ارتقاء و بهبود عملکردی و نهادی-ساختاری نظارت هدایتی بر کسب و کار را در نظام مالی ایران را در قالب باکس شماره ۱ و ۲ مطرح نمود:

باکس ۱: الزامات محتوایی و عملکردی ارتقاء نظارت بر هدایت کسب و کار در نظام مالی ایران

- لزوم بسط ادبیات نظری ابعاد مختلف مفهوم تنظیم‌گری و هدایت کسب و کار در تجارب کشورهای مختلف: با توجه به جدید بودن مفهوم نظارت هدایتی بر کسب و کار لازم است در این خصوص پژوهش‌های مختلفی صورت گیرد تا ابعاد مختلف این مفهوم نظیر: حمایت از حقوق مشتریان، شفافیت و افشاء، حمایت از فضای رقابتی در بازار، توسعه دسترسی مالی، آموزش و سواد مالی به مصرف‌کنندگان، حفظ صداقت در بازار، جلوگیری از جرایم و تخلفات مالی و ایجاد سازوکار استاندارد برای اقدام در خصوص شکایات، روشن تر گردد و اصلاحات قانونی و نهادی پیرامون آن در نظام مالی کشور پیشنهاد گردد.

- لزوم مطالعه و بررسی تنظیم‌گری و هدایت کسب و کار در قوانین و مقررات کشورهای مختلف و ارائه پیشنهاد جهت اصلاحات قانونی در قوانین پولی و مالی کشور
- در خصوص اتخاذ شیوه‌های حمایتی برای مصرف‌کننده، باید در نظر داشت که اولاً هیچ راه حلی بتنهایی کامل نخواهد بود؛ ثانیاً تمام روش‌های طراحی شده قادر به دستیابی به اهداف پیش‌بینی شده نخواهند بود تا بتوانند بطور کامل مشکل اصلی را حل کنند.
- با توجه به تجارب جهانی در حمایت از مصرف‌کننده، ناظران مؤسسات مالی باید از یک برنامه‌ریزی سیستمی و جامع به عنوان اساس نظارت حمایت مصرف‌کننده استفاده کنند. به عنوان مثال برنامه نظارتی حمایت مصرف‌کننده را بطور جزئی برای هر دوره یا سال، بر اساس ارزیابی ریسک‌های مصرف‌کننده در رابطه با منابع نظارتی در دسترس، ساماندهی کنند. از سوی دیگر تمام بانک‌ها و مؤسسات مالی باید زیرنظر یک مقام نظارتی مؤثر و کارآمد قرار داشته باشند، بگونه‌ای که همگی مطیع قانون بوده و تعهدات قانونی خود را ایفاء نمایند. مقام نظارتی باید منابع و اختیارات کافی برای نظارت مؤثر بر بازار را در اختیار داشته باشد تا بتواند به درستی اطلاعات و آمار مربوط به شکایات و سطوح بدهی مصرف‌کننده را بدست آورده و از آنها برای بهبود مقررات استفاده کند. همینطور اختیار و قدرت اعمال ضمانت اجراهای مختلف و متناسب با میزان تخلف را نیز داشته باشد.
- توجه به افشای اطلاعات و شفافیت در قراردادهای عقود بانکی: عقود بانکی اغلب بسیار پیچیده و ترکیبی از چند عقد متفاوت هستند، که به آسانی نمی‌توان آن را فهمید. از سوی دیگر مصرف‌کنندگان مشاوره بسیار ضعیفی را دریافت می‌کنند. مصرف‌کنندگان باید اطلاعات را در فرم‌های متحدالشکل و بصورت واضح و مختصر دریافت نمایند که با زبانی ساده نگاشته شده و از اصطلاحات تخصصی و فنی کمی در آن استفاده شده باشد. افشای اطلاعات باید بگونه‌ای باشد که به مصرف‌کنندگان امکان مقایسه محصولات سایر بنگاه‌های مالی را نیز بدهد و به آنها در فهم محصولات پیچیده کمک کند. همچنین باید اطلاعات کافی در مورد هزینه کل اعتباری، تعداد اقساط و هزینه‌هایی که بر وی تحمیل می‌شود، داشته باشد.
- تجدید نظر در مبانی حقوق قراردادهای بانکی و عقود معین، جهت برقراری عدالت در بازار پول؛
- بررسی و ارائه الزامات قانونی و ساختاری و همچنین ضوابط و استانداردهای اجرایی مورد نیاز بمنظور افزایش دسترسی مالی افراد و بنگاه‌ها به خدمات و محصولات مالی و نظارت بر اجرای آنها؛
- رعایت اصول انصاف در عقود بانکی از طریق استفاده از دکترین‌های عرفی مختلف جهت جلوگیری از بی‌انصافی در قرارداد (دکترین اعمال نفوذ ناروا، دکترین نامعقول بودن، تفسیر به نفع طرف ضعیف تر...)
- ایجاد رقابت و جلوگیری از انحصار از طریق ابزارهای حقوقی عرفی مانند حقوق رقابت؛
- ارائه اطلاعات شفاف و کامل از چگونگی ارائه خدمات به مصرف‌کننده توسط بانک و سایر نهادهای عمومی به مصرف‌کننده؛
- تدوین و اصلاح استانداردهای مجوز دهی به بانک‌ها و مؤسسات اعتباری با رویکرد حمایت‌گرایانه و تدوین ضوابط حاکم بر برخورد با مؤسسات متخلف؛
- ارتقاء آموزش مالی مصرف‌کننده بوسیله ارائه اطلاعات، تهیه راهنما، مشاوره و ارائه برنامه‌های آموزش مالی

باکس ۲: الزامات ساختاری و نهادی ارتقاء نظارت هدایتی بر کسب‌وکار در نظام مالی ایران

- لزوم تفکیک ساختار تنظیم‌گری هدایت کسب و کار و نظارت احتیاطی خرد: ادبیات نظری و تجارب کشورها در پیاده‌سازی نظارت کسب و کار نشان دهنده لزوم جداسازی ساختاری و نهادی این دو نوع نظارت است؛ زیرا زمانی که هر دو نوع نظارت احتیاطی و کسب‌وکار در حوزه عملکرد یک مقام تنظیم‌گر است، غالباً استقرار ثبات مالی از دیدگاه مقام ناظر مهم‌تر تلقی می‌شود و حقوق مصرف‌کننده در درجه دوم اهمیت قرار می‌گیرد. در این خصوص نظارت دو قله‌ای تا حدود زیادی مصون از این چالش است. هدایت کسب‌وکار می‌تواند دارای هدفی مجزا بوده که می‌تواند از طریق ابزار خود و ناظر مجزایی انجام شود. در ساختار تنظیم‌گری دو قله‌ای، نظارت بر مبنای اهداف صورت می‌گیرد و دو تنظیم‌گر یکی برای حفظ ثبات در نظام مالی و هدایت کسب‌وکار در بازار وجود دارد. دیگر مزیت این الگو آن است که این خطر وجود ندارد

- که یک نوع از تنظیم‌گری و نظارت بر دیگری غلبه کند، زیرا مقوله بسیار اجرایی و ددرساز تعامل با مشتریان از مقام ناظر احتیاطی منفک شده و وی می‌تواند با تمرکز بیشتری به مقوله استقرار ثبات و سلامت در نظام بانکی بپردازد.
- هر چند ساختار دوقله‌ای در ادبیات و تجارب برخی کشورهای جهان می‌تواند به تقویت نظارت هدایتی بر کسب و کار بینجامد، اما با توجه به مستندات موجود ایجاد چنین ساختار نظارتی به عوامل زیر وابسته است: مقیاس و ساختار بخش مالی، سطح توسعه بخش مالی، ابتکارات در قوانین و مقررات و انجام نظارت، ظرفیت‌های نهادی و مهارت‌های نیروی انسانی و ساختار سیاسی. بنابراین جهت ترمیم و یا تجدید ساختار نظارت هدایتی بر کسب و کار در ایران توجه به موارد فوق ضروری است.
 - بر مبنای الزامات فوق پیشنهاد زیر بمنظور ایجاد ساختار نظارت و تنظیم‌گری هدایت کسب و کار در نظام مالی ایران پیشنهاد می‌گردد: ایجاد نهاد یکپارچه تنظیم‌گر و ناظر در خصوص هدایت کسب و کار و انتقال کلیه وظایف موجود بانک مرکزی، بیمه مرکزی و سازمان بورس در حوزه هدایت کسب و کار به این نهاد. از مهم‌ترین علل قرار گرفتن تنظیم‌گری و هدایت کسب و کار در خارج از بانک مرکزی آن است که این امر باعث خواهد شد تا مقام تنظیم‌گر و ناظر احتیاطی، پرداختن به این حوزه را به عنوان عملکرد ثانویه لحاظ ننماید. بر اساس تجارب موجود تمرکز هدایت کسب و کار در یک نهاد واحد ضمن کاهش همپوشانی نظارتی عملکردهای موازی را کاهش خواهد داد. همچنین امکان صرفه‌های ناشی از مقیاس در این تجمیع به صورت مناسب‌تری برقرار خواهد بود. همچنین با توجه به اینکه تخصص مورد نیاز برای انجام این نظارت در خصوص نهادهای مختلف مالی مشابه می‌باشد، لذا تجمیع این وظایف در زیرمجموعه یک نهاد منطقی‌تر است. لازم به توضیح است که این نهاد به دلیل آنکه نهادهای مالی را در مقام پاسخگویی به عموم مشتریان قرار می‌دهد، لذا نمی‌تواند منطقاً نهادی صنفی محسوب شود و از نهادهای مالی تامین مالی گردد.
 - برقراری سازوکار مؤثر و مناسب برای حل اختلاف کارآمد منازعات بین مؤسسات مالی و مصرف‌کنندگان؛ با ویژگی جبران سریع و ارزان خسارت برای مصرف‌کننده و با تاکید بر استقلال و بی‌طرفی نهاد مزبور؛ نظیر خدمات بازرسی مالی ویژه، نظارت بانک مرکزی، نهاد تخصصی ویژه و...
 - تشکیل نهادهای مردم نهاد و غیر دولتی مانند انجمنهای مصرف‌کنندگان، جهت اجرای سیاستهای حمایتی به نمایندگی از مردم

منابع و مأخذ

[۱] سپه‌وند، مهرداد، سازماندهی ساختار نظارتی بخش مالی و نقش بانک مرکزی، مجله تازه‌های اقتصاد، سال هشتم، شماره ۱۲۸، ص ۴

[2][Muller, Patrice, devani, shaan, heys, richrd, suter, james, consumer protection aspects of financial services, European parliament, 2014.

[۳] طرح پژوهشی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در نظام بانکی، پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی، مهرماه ۱۳۹۵، ص ۱۱۱.

[4][www. Consumerfinance.gov / .

[5][FSB, 2011. "Consumer Finance Protection with Particular Focus on Credit," http://www.financialstabilityboard.org/publications/r_111026a.pdf .

[6][Institutional structures of _nancial sector supervision, their drivers and emerging

^۱ -لازم به توضیح است که در حوزه کالایی و خدمات غیرمالی در حال حاضر سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در زیرمجموعه وزارت صنعت، معدن و تجارت فعال است که نهادی دولتی است و لذا قرار گرفتن این نهاد در زیرمجموعه دولت از این منظر نیز قابل توجیه است. فقدان چنین نهادی در نظام مالی کاملاً احساس می‌شود.

benchmark models, Martin Melecky and Anca Maria Podpiera World Bank, Technical University of Ostrava, MPRA Paper No. 37059, posted 2. March 2012 23:51 UTC.

[7] **Bank regulation and supervision around the world : a crisis update (English), Cihak, Martin; Demircuc-Kunt, Asli; Peria, Maria Soledad Martinez; Mohseni-Cheraghlou, Amin; Policy Research Working Paper, world bank, 2012/12/01.**

[8] **Bank regulation and supervision around the world : a crisis update (English), Cihak, Martin; Demircuc-Kunt, Asli; Peria, Maria Soledad Martinez; Mohseni-Cheraghlou, Amin; Policy Research Working Paper, world bank, 2012/12/01.**

[۹] بهادر، علی، ۱۳۹۵، ارکان اصلاحات نهادی لازم برای نهادینه سازی ثبات بخش مالی، مقاله سیاستی، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی و پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی بانک مرکزی، ص ۱۷ و ۱۸.

[۱۰] بهادر، علی، ۱۳۹۵، ارکان اصلاحات نهادی لازم برای نهادینه سازی ثبات بخش مالی، مقاله سیاستی، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی و پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی بانک مرکزی، ص ۱۸

[۱۱] بهادر، علی، ۱۳۹۵، ارکان اصلاحات نهادی لازم برای نهادینه سازی ثبات بخش مالی، مقاله سیاستی، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی و پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی بانک مرکزی، ص ۱۹

[12] <http://www.investopedia.com/terms/f/financial-inclusion.asp>

[13] Oya Pinar Ardic ,Joyce A. Ibrahim Nataliya Mylenko, Consumer Protection Laws and Regulations in Deposit and Loan Services, A Cross-Country Analysis with a New Data Set, The World Bank, Financial and Private Sector Development Consultative Group to Assist the Poor, January 2011.

[۱۴] طرح پژوهشی حمایت از حقوق مصرف کننده در نظام بانکی، پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی، مهرماه ۱۳۹۵، ص ۲۵-۲۹. ص ۳۳-۳۷.

[۱۵] World Bank, 2012. "Good Practices for Financial Consumer Protection," <http://responsiblefinance.worldbank.org/~media/GIAWB/FL/Documents/Misc/Good-practices-for-financial-consumer-protection.pdf>

[16] GLOBAL SURVEY ON CONSUMER PROTECTION AND FINANCIAL LITERACY, International Bank for Reconstruction and Development , The World Bank.,2013.

[۱۷] طرح پژوهشی حمایت از حقوق مصرف کننده در نظام بانکی، پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی، مهرماه ۱۳۹۵، ص ۲۵-۲۹.

[18] GLOBAL SURVEY ON CONSUMER PROTECTION AND FINANCIAL LITERACY, International Bank for Reconstruction and Development , The World Bank.,2013.p21.

[۱۹] طرح پژوهشی حمایت از حقوق مصرف کننده در نظام بانکی، پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی، مهرماه ۱۳۹۵.

[20] GLOBAL SURVEY ON CONSUMER PROTECTION AND FINANCIAL LITERACY, International Bank for Reconstruction and Development , The World Bank.,2013.. ۶۴-۶۰

[21] GLOBAL SURVEY ON CONSUMER PROTECTION AND FINANCIAL LITERACY, International Bank for Reconstruction and Development , The World Bank.,2013.-. ۲۰-۱۸

[22] Oya Pinar Ardic ,Joyce A. Ibrahim Nataliya Mylenko, Consumer Protection Laws and Regulations in Deposit and Loan Services, A Cross-Country Analysis with a New Data Set, The World Bank, Financial and Private Sector Development Consultative Group to Assist the Poor, January 2011.

[23] GLOBAL SURVEY ON CONSUMER PROTECTION AND FINANCIAL LITERACY, International Bank for Reconstruction and Development , The World Bank.,2013. p9-11

[24] GLOBAL SURVEY ON CONSUMER PROTECTION AND FINANCIAL LITERACY, International Bank for Reconstruction and Development , The World Bank.,2013. p9-11

[25] Schoenmaker, D. (2003). Cross-Sector Supervision: Which Model?. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/236798262>

-
- [26] Allien & overy The Financial Conduct Authority” An overview. April 2013, Page1. Reachable at: www.allenoverly.com
- [27] <https://www.the-fca.org.uk/about/the-fca>
- [28] Bateson, James & Hodgson, Laura: “Beyond law: understanding the scope of conduct regulation”. Norton Rose Fulbright.: April 2014, pages 10: reachable at: nortonrosefulbright.com
- [29] <http://www.asic.gov.au/about-asic/what-we-do/our-role/>
- [30] <http://www.asic.gov.au/about-asic/what-we-do/how-we-operate/>
- [31] [http://www.asic.gov.au/about-asic/what-we-do/our-role/Who we regulate](http://www.asic.gov.au/about-asic/what-we-do/our-role/Who%20we%20regulate)
- [32] [www. Consumerfinance.gov](http://www.Consumerfinance.gov)
- [33] (<http://www.fcac-acfc.gc.ca>).
- [34] <http://www.fcac-acfc.gc.ca/eng/about/Pages/home-accueil.aspx>.
- [35] House fit? , European Union Committee , 5th Report of Session 2014-15, London, 2015, p19.
- [36] <http://www.esma.europa.eu/>.
- [37] Bank of Ghana’s website /.

[۳۸] (طرح پژوهشی حمایت از حقوق مصرف کنندگان در نظام بانکی، پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی، مهرماه ۱۳۹۵، ص ۱۶۹-۱۷۰)