مجله اقتصادی
شماره‌های ۹ و ۱۰، آذر و دی ۱۳۹۶، صفحات ۸۷-۷۳

هدایت کسب‌وکار (حمایت از مشتریان) در بازارهای مالی

منوچهر مصطفی‌پور
دانشجوی دکتری علوم اقتصادی دانشگاه پیام نور
mostafapour@gmail.com

رشد سریع بازارهای مالی و ورود مشتریان مختلف به این بازارها موجب شده است سطح دانش مشتریان، حمایت و احقاق حقوق آن‌ها مورد توجه بیشتری قرار بگیرد. واقعیت این است که حمایت کلی از مشتریان و آموزش به آن‌ها به تنهایی کافی نیست و لازم است مقرراتی در این ارتباط تدوین و اعمال شود. این مقررات باید طوری باشند که مشتری بتواند بر اساس آن‌ها اطلاعات دقیق و ساده‌ای در خصوص خدمات مالی به دست آورد و قادر باشد خدمات یا محصولات مالی مختلف را قبل و بعد از خرید با یکدیگر مقایسه کند. همچنین لازم است مشتری به یک مکانیزم آسان و کم‌هزینه برای حل‌وفصل اختلافات با نهادهای مالی دسترسی داشته باشد. نوع ساختار نظارتی برای هدایت کسب‌وکار چالش مشترک در بین کشورهای مختلف است، زیرا هر کشوری متناسب با شرایط داخلی و بین‌المللی خود ساختار نظارتی را طراحی می‌کند و ساختار یکسانی برای این منظور وجود ندارد. با این حال، در خصوص هدایت کسب‌وکار گرایش به انتخاب ساختار نظارتی واحد بیشتر است، زیرا در چنین ساختاری ضمن پرهیز از اعمال مقررات و وضع استانداردهای چندگانه بین انواع مختلف نهادهای مالی، مشتریان مالی نیز راحت‌تر می‌توانند از خدمات آن استفاده کنند.

واژگان کلیدی: هدایت کسب‌وکار، حمایت از مشتریان، نظارت بر بازارهای مالی.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

۱. مقدمه

خرید یا استفاده از خدمات مالی کاملاً با خرید کالاهای مصرفی متفاوت است و مشتری نمی‌تواند به‌سرعت از کیفیت خدمات دریافتی اطلاع حاصل کند و یا ارائه‌دهنده خدمت مورد نظر را عوض کند. خدمات مالی از قبیل وام‌های رهنی، بیمه‌های عمر و مستمری عموماً ماهیت بلندمدت دارند و بعضاً برای کل دوره زندگی فرد ارائه می‌شوند. ممکن است سال‌ها طول بکشد تا یک مشتری متوجه شود که خدمت مالی که دریافت می‌کرده دچار مشکل است. انتخاب اشتباه و نامناسب بیمه مستمری و یا وام رهنی می‌تواند نتایج فاجعه‌باری را در پی داشته باشد و منجر به گرفتاری در زمان پیری و یا بی‌خانمانی شود. با توجه به اینکه معمولاً خرید خدمت مالی به‌گونه‌ای نیست که استفاده‌کننده مدام در حال خرید و استفاده از آن باشد و در طول زندگی آن‌ها چند بار بیشتر اتفاق نمی‌افتد، دانش استفاده‌کننده از خدمت مالی با دانش و اطلاعات ارائه‌دهنده آن قابل مقایسه نیست. این امکان وجود دارد که به دلیل عدم تقارن در اطلاعات و فرصت‌ها بین فروشنده و خریدار خدمات مالی (به نفع فروشنده)، فروشنده خدمت مالی خریدار را فریب دهد و خریدار تصمیمی بگیرد که تنها به نفع فروشنده باشد. تضاد منافع و سوءاستفاده از اطلاعات نامتقارن شامل دریافت حق کمیسیون اضافه و سایر اضافه دریافتی‌ها و سوق دادن مشتری به انتخاب یک محصول بدون توجه به مناسب بودن یا نبودن آن نیز می‌شود. لذا لازم است که مقرراتی برای جلوگیری از این سوءاستفاده‌ها و زیان دیدن مشتریان تدوین و اعمال شود. از این رو، تمرکز بعد نظارتی هدایت کسب‌وکار در بازارهای مالی بر این است که با تعیین مقررات مناسب و پایش رفتار نهادهای مالی با مشتریان، مانع آسیب دیدن مشتریان و اختلال در عملکرد بازارها شود.

۲. مفهوم هدایت کسب‌وکار و علل مداخله دولت

هدایت کسب‌وکار مجموعه قواعدی است که فعالیت‌های عرضه‌کنندگان خدمات مالی را با اعمال استانداردهایی بر نحوه انجام کسب‌وکار مدیریت می‌کند و هدف آن حمایت از منافع مشتریان خدمات مالی و درست عمل کردن بازار است. قواعد مربوط به هدایت کسب‌وکار معمولاً واقعیت‌های موجود در بازارها را با تفکیک فعالان حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای بازار منعکس می‌کنند و هدف اصلی آن‌ها حمایت از مشتریان خرد و غیرحرفه‌ای است. اینکه تا چه اندازه نظارت بر هدایت

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

کسب‌وکار می تواند با مفهوم حمایت از مشتریان معادل باشد، بستگی به این دارد که چقدر به مشتریان خرد توجه داشته باشد.

دخالت دولت در بازارها به طور عام با هدف جلوگیری از شکست بازار[1] صورت می‌گیرد. از این منظر سه عامل اصلی وجود دارند که لزوم دخالت دولت را در بخش مالی توجیه می‌کنند:

- اطلاعات نامتقارن: مشتریان خدمات مالی نسبت به نهادهای مالی اطلاعات کمتری دارند. هدف مقررات‌گذاری و نظارت بر بازارهای مالی حمایت از مشتریان در برابر این اطلاعات نامتقارن است.
- پیامدهای جانبی: ورشکستگی یک مؤسسه مالی ممکن است ثبات سیستم مالی را تحت تأثیر قرار دهد. هدف نظارت سیستمی (احتیاطی کلان) تسریع در ثبات مالی و کاستن آثار منفی شکست سیستمی است (با توجه به اینکه به موضوع ریسک سیستمی مربوط است، در اینجا به آن پرداخته نمی‌شود).
- قدرت بازار[2]: ممکن است نهادهای مالی یا زیرساخت‌های مالی از قبیل نظام‌های پرداخت موجب عقب‌گرد در قدرت بازار و شکل‌گیری انحصارات شوند. هدف سیاست رقابتی این است که از مشتریان در برابر سوءاستفاده‌های ناشی از انحصار حمایت کند.

اطلاعات نامتقارن در دو حالت شکل می‌گیرند؛ اول اینکه معمولاً امکان دسترسی مناسب مشتریان به شرایط ایمنی و سلامت یک نهاد مالی وجود ندارد و دسترسی به این اطلاعات مستلزم تلاش فراوان و دانش فنی زیادی است. از آنجا که انگیزه ریسک‌پذیری در نهادهای مالی زیاد است، لازم است در این خصوص سازوکارهای مقررات‌گذاری و نظارتی تدوین و اجرا شود. به‌طور معمول سرمایه‌گذاری‌های پرریسک عواید زیادی برای نهادهای مالی دارند، ولی در صورت عدم موفقیت سرمایه‌گذاری مورد نظر، سپرده‌گذاران در نهاد مالی بیشترین بخش از زیان را متحمل خواهند شد. عدم تقارن اطلاعات مشکلاتی را برای مشتریان هم به لحاظ انتخاب نادرست[3] (ممکن است نهاد مالی دارای شرایط نامناسب، پیشنهادهای جذابی به مشتریان بالقوه بدهد) و هم به لحاظ

1. Market Failure
2. Market Power
3. adverse selection

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

مخاطرات اخلاقی[1] (ممکن است نهاد مالی پس از دریافت سپرده‌ها از مشتریان وارد فعالیت‌های پرخطر شود) به وجود می‌آورد. دوم، ممکن است مشتریان در موقعیتی نباشند که بتوانند اطلاعات مناسبی در مورد رفتار نهاد مالی به دست آورند. این مشکل برای خدمات حرفه‌ای معمول است و به «ماهیت امانتی»[2] خدمات مالی برمی‌گردد. مشتری امروز پول می‌دهد، در حالی که قرار است خدمت در آینده (بعضاً آینده دور) ارائه شود. علاوه بر این، معمولاً میزان پول پرداخت‌شده برای دریافت خدمات مالی نسبت به سایر خدمات بیشتر است. هدایت کسب‌وکار بر این موضوع تمرکز می‌کند که نهادهای مالی با مشتریان خود چگونه رفتار می‌کنند و چه رفتاری در بازارها دارند.

قدرت بازار یکی دیگر از موارد شکست بازار است که در آن یک یا چند شرکت می‌توانند با استفاده از قدرت انحصاری، قیمت را بالاتر از شرایط رقابتی تعیین کنند. در چنین وضعیتی مشتریان به دلیل قیمت‌های بالا و گزینه‌های محدود زیان خواهند دید. در بسیاری از بخش‌های اقتصاد امکان شکل‌گیری شرایط انحصاری وجود دارد. در بخش مالی ممکن است صرفه در مقیاس (انگیزه برای ادغام) و صرفه در ایجاد شبکه (مثل نظام‌های پرداخت یا مبادله سهام) سطح رقابت را کاهش دهند. هدف سیاست رقابتی تضمین رقابت مؤثر از طریق مقابله با تعیین قیمت، شکل‌گیری کارتل‌ها، سوءاستفاده از شرایط حاکم بر بازار و ادغام‌های ضدرقابتی است.

۳. قواعد هدایت کسب‌وکار و اجزای آن

اصول و قواعدی که می‌توان بر بنگاه‌ها، کارکنان و نمایندگی‌های آن‌ها اعمال کرد، به‌طور کلی با عملکرد نهادهای مالی و فرایندهای موجود در آن‌ها مرتبط هستند. لذا، بین آن‌ها و سایر قواعدی که برای کارکرد مناسب نهادهای مالی وجود دارند (از قبیل الزامات کفایت سرمایه و نقدینگی و نسبت‌های بدهی که برای ارتقای سطح ایمنی نهادها و بازارهای مالی مورد استفاده قرار می‌گیرند) تفاوت وجود دارد. نظارت بر نحوه انجام کسب‌وکار و حمایت از مشتریان از طریق تعیین قواعد رفتار مناسب و پایش رفتارهایی که موجب لطمه به مشتریان و عملکرد بازارها می‌شوند، صورت می‌گیرد.

اجزای قواعد هدایت کسب‌وکار برای حمایت از مشتریان خرد شامل موارد زیر است:

1. moral hazard
2. fiduciary nature

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

- ارائه اطلاعات الزامی؛
- مشاوره واقعی و باکیفیت؛
- وظیفه مراقبت از مشتریان.

ارائه اطلاعات الزامی؛ تضمین می‌کند که مشتریان اطلاعات درست را در زمان مناسب دریافت کنند. انتخاب یک محصول نامناسب می‌تواند نتایج زیان‌باری برای مشتریان خرد در پی داشته باشد و افشای مناسب و کافی اطلاعات (شفافیت) سپر حفاظتی مهمی برای مشتریان محسوب می‌شود. اطلاعات خوب به مشتریان کمک می‌کند که خصوصیات کلیدی یک محصول مالی شامل ریسک‌ها، بازدهی احتمالی و هزینه‌ها را بشناسند. ارائه اطلاعات الزامی [حداقل] اطلاعات لازم را برای شناخت محصول ذکر می‌کند. علاوه بر این لازم است که نهادهای مالی این اطلاعات را در شکل مناسبی ارائه دهند، به طوری‌که امکان مقایسه خدمات مختلف وجود داشته باشد.

اهمیت ارتقای دانش مالی مشتریان به‌طور مداوم در حال افزایش است. در شرایطی که دسترسی به بازارهای مالی برای مشتریان افزایش یافته، افراد تصمیمات مختلفی می‌گیرند که امنیت مالی آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همبستگی زیادی بین سطح دانش مالی و توانایی تصمیم‌گیری مناسب مالی وجود دارد. برای مشتریان دارای دانش مالی اندک، فهم و توان استفاده از اطلاعات ارائه‌شده سخت است و بر اساس این اطلاعات نمی‌توانند در مورد خدمات مالی دریافتی تحلیلی داشته باشند.

مشاوره واقعی و باکیفیت؛ قواعد کسب‌وکار می‌توانند رهنمودهایی در خصوص کیفیت و واقعی بودن پیشنهادها ارائه دهند. مشاوره با ارائه اطلاعات تفاوت دارد. در حالی که اطلاعات به‌ندرت ویژگی‌های [اساسی] یک محصول یا خدمت را توضیح می‌دهد، مشاوره توصیه‌هایی است که به مشتری برای انتخاب یک محصول مشخص ارائه می‌شود. یک نهاد مالی باید اقداماتی در پیش بگیرد که تضمین کند توصیه در خصوص یک محصول مشخص برای مشتری مفید است. برای مثال، می‌توان به مشتری با توجه به سطح دانش و تجربه اطلاعاتی متناسب با نوع خاص خدمت مالی، شرایط مالی و اهداف سرمایه‌گذاری ارائه کرد. مشاوره باید با توجه به شرایط مشتری، واقعی باشد و با ویژگی‌های محصول و خطرات مرتبط با آن تناسب داشته باشد. هدف الزام به واقعی بودن این است که تضاد منافع احتمالی را در زمانی که نهادهای مالی در مقایسه با مشتریان اطلاعات بهتری دارند، به حداقل برساند.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

وظیفه مراقبت از مشتریان؛ به‌طور کلی نهادهای مالی موظف هستند که از مشتریان خود مراقبت کنند. این موضوع برای نهادهای مالی یک الزام است که نسبت به استانداردهای مراقبت در معامله با مشتریان پایبند باشند. هدف از این امر نیز تقویت رفتار مسئولانه در نهادهای مالی است. به‌عنوان مثال، وقتی نهاد مالی یک سرمایه‌گذاری پرریسک را در حالی به مشتری می‌فروشد که توانایی تحمل ریسک مالی آن را ندارد، وظیفه مراقبت را نقض می‌کند.

درمجموع، قواعد کسب‌وکار از یک‌سو نیاز به ارائه اطلاعات مناسبی (شفافیت) به مشتریان دارد تا به مشتری برای تصمیم‌گیری بهتر کمک کنند. از سوی دیگر، این قواعد استانداردهای حداقلی راهنمایی و مراقبت از مشتریان را برای نهادهای مالی مشخص می‌کنند. چالش پیش روی سیاست‌گذاران این است که چگونه بین تقویت مشتریان از طریق ارائه اطلاعات و آموزش و حمایت از مشتریان به‌وسیله وضع استانداردهای حداقلی برای رفتار نهادهای مالی تعادل درستی برقرار کنند.

٤. مقررات و نهادهای بین‌المللی مرتبط با هدایت کسب‌وکار

حمایت از مشتریان خدمات مالی از اصلی‌ترین مواردی است که نهادهای مقررات‌گذاری بین‌المللی بر آن تمرکز دارند. برای ارتقای حمایت از مشتریان خدمات مالی اصول و رهنمودهای زیادی تدوین و منتشر شده است. بانک جهانی و گروه ۲۰ ازجمله نهادهای بین‌المللی فعال در این زمینه هستند.

٤-١. اصول و مقررات بین‌المللی

٤-١-١. بانک جهانی

بانک جهانی در نوامبر سال ۲۰۱۰ میلادی برنامه جهانی حمایت از مشتریان و سواد مالی را ارائه کرد و در سال ۲۰۱۲ میلادی آن را به‌عنوان شیوه‌نامه اجرایی حمایت از مشتریان مالی بسط داد. گرچه این شیوه‌نامه مدعی نیست که یک قانون جهانی قطعی برای حمایت از مشتریان مالی وجود دارد، با این حال از اهمیت زیادی برخوردار است؛ زیرا اساس بازبینی‌های تشخیصی بانک جهانی در کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای نوظهور است.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

این شیوه‌نامه بخش‌های بانکی، مؤسسات مالی غیربانکی، اوراق بهادار، بیمه و صندوق‌های بازنشستگی را پوشش می‌دهد. ۳۹ شیوه اجرایی مناسب برای یک نظام حمایت از مشتری مالی با کارکرد درست، موضوعات زیر را پوشش می‌دهد:

- مؤسسات حمایت از مشتری (بخش A)؛
- شیوه‌های افشا و فروش (بخش B)؛
- نگهداری و رسیدگی به حساب مشتری (بخش C)؛
- حفاظت از داده‌ها و اطلاعات خصوصی مشتری (بخش D)؛
- طرح‌های ضمانت و ناتوانی در پرداخت بدهی (بخش E)؛
- توانمندسازی و آموزش مالی به مشتری (بخش F).

٤-١-٢. گروه ۲۰ (G20)

گروه ۲۰ یکی از نهادهای بین‌المللی فعال در زمینه ارتقای بیشتر حمایت‌های قانونی از مشتریان محصولات و خدمات مالی محسوب می‌شود. رهبران این گروه در اجلاس ژوئن سال ۲۰۱۰ میلادی در تورنتو اصول شمول مالی نوآورانه[1] را تصویب کردند که اصل ۴ آن بر نیاز به حمایت تأکید می‌کند:

«حمایت: یک رویکرد جامع به حمایت از مشتریان که نقش دولت، ارائه‌دهندگان خدمات مالی و مشتریان را مشخص می‌سازد.»

نسخه ارتقایافته اصول شمول مالی نوآورانه در اکتبر سال ۲۰۱۱ میلادی توسط وزرای دارایی و رؤسای بانک‌های مرکزی گروه ۲۰ به تصویب رسید که اعمال این اصول برای تمامی بخش‌های خدمات مالی بلامانع بوده و مکمل استانداردها و دستورالعمل‌های بین‌المللی است. این اصول موارد زیر را پوشش می‌دهند:

اصل ۱: چارچوب قانونی، نظارتی و کنترلی؛ تأکید این اصل بر این است که حمایت از مشتریان خدمات مالی یک بخش تشکیل‌دهنده چارچوب قانونی، نظارتی و کنترلی است و در عین حال، بر نیاز به مدنظر قرار دادن شرایط هر کشور اذعان دارد.

1. G20 Principles for Innovative Financial Inclusion

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

اصل۲: نقش نهادهای ناظر؛ توصیه بر این است که یک نهاد ناظر وجود داشته باشد که مسئولیت خاص آن حمایت از مشتریان مالی بوده و اختیارات کافی، مدیریت مناسب و استقلال داشته باشد.

اصل ۳: رفتار منصفانه و عادلانه با مشتریان؛ این اصل به رفتار منصفانه، صادقانه و عادلانه با مشتریان در تمامی مراحل رابطه آن‌ها با ارائه‌دهندگان خدمات مالی می‌پردازد.

اصل ٤: افشا و شفافیت؛ باید به مشتریان در مورد منافع، ریسک‌ها و شرایط اساسی یک محصول مالی، تداخل منافع و هدف مورد نظر آگاهی داد.

اصل ٥: آگاهی و آموزش مالی؛ در این اصل تأکید بر این است که باید اطمینان حاصل شود مشتریان آگاهی، مهارت و اعتماد به نفس لازم برای درک ریسک‌های محصولات مالی و دست زدن به انتخاب‌های آگاهانه را دارند.

اصل ٦: نحوه انجام کار مسئولانه ارائه‌دهندگان خدمات مالی و نمایندگان مجاز؛ بر اساس این اصل، هدف ارائه‌دهندگان خدمات مالی و نمایندگان مجاز آن‌ها باید رساندن بیشترین منافع به مشتریان باشد و قابلیت‌ها، شرایط و نیازهای مشتری باید ارزیابی شود. ساختارهای پرداخت حقوق و پاداش نیز باید به‌گونه‌ای طراحی شود که رفتار منصفانه با مشتری، عملکرد مسئولانه و به دور از برخورد را ترویج دهد.

اصل۷: محافظت از دارایی‌های مشتری در برابر کلاهبرداری و سوءاستفاده؛ بر اساس این اصل، مکانیزم‌های حمایت، کنترل و اطلاع‌رسانی باید به‌درستی و با دقت بالا از سپرده‌ها، پس‌اندازها و سایر دارای‌های مالی مشتری حمایت کند.

اصل ۸: حفاظت از اطلاعات و حریم شخصی مشتری؛ در اینجا مکانیزم‌های مناسب برای کنترل و حفاظت از اطلاعات شخصی مشتری مورد نظر است.

اصل ۹: رسیدگی به شکایات و جبران خسارت؛ بر اساس این اصل، مشتریان باید به مکانیزم‌های جبران خسارت دسترسی داشته باشند و این مکانیزم‌ها باید در دسترس، با هزینه مناسب، مستقل، منصفانه، پاسخ‌گو، به‌موقع و کارآمد باشند.

اصل ۱۰: رقابت؛ این اصل بر ترویج رقابت و تسهیل تغییر ارائه‌دهندگان خدمات مالی تأکید دارد.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

٤-۲. نهادهای بین‌المللی

برخی از نهادهای استانداردگذاری[1] بین‌المللی عبارتند از: کمیته نظارت بانکی بازل (BCBS)[2]، انجمن بین‌المللی ناظران بیمه (IAIS)[3]، گروه ویژه اقدام مالی (FATF)[4]، انجمن بین‌المللی بیمه‌گران سپرده (IADI)[5]، کمیته نظام‌های واریز و پرداخت (CPSS)[6]. از این نهادها نیز خواسته شده است تا تمرکز خود را بر مسائل حمایت از مشتریان مالی افزایش دهند.

در گزارش گروه مشاوره کمک به فقرا که در ماه جولای سال ۲۰۱۱ میلادی تحت عنوان «نهادهای استانداردگذار بین‌المللی و ارائه خدمات مالی با قیمت مناسب به فقرا: به سوی استانداردها و دستورالعمل مناسب»[7] منتشر شد، این نهادها ترغیب شده‌اند تا تمرکز خود را بر حمایت از مشتریان مالی افزایش دهند. در ادامه، این گزارش حمایت از مشتریان مالی و ارائه خدمات مالی با قیمت مناسب به فقرا را اصلی‌ترین وظیفه نهادهای استانداردگذاری بین‌المللی برمی‌شمارد. این گزارش به طور خلاصه این نهادها را به موارد زیر ترغیب کرده است:

- مشارکت در مباحث حول محور گسترش اصول حمایت از مشتریان مالی که در بالا ذکر شد.
- پشتیبانی از حمایت‌های اولیه از مشتریان در هر دادرسی با در نظر گرفتن فضای آن کشور.
- ترویج قوانینی که با انواع محصولات سازگار هستند.

نمونه‌هایی از اقدامات اولیه نهادهای استانداردگذاری بین‌المللی در حمایت از مشتریان مالی عبارتند از:

- سازمان بین‌المللی کمیسیون‌های اوراق بهادار (IOSCO)[8] یک گزارش مشاوره‌ای در مورد حمایت از مشتری (تناسب) منتشر کرده است که به مسائل مرتبط با توزیع محصولات مالی پیچیده به مشتریان خرد و غیرخرد (شامل الزامات تناسب و افشا) می‌پردازد.

1. Standard Setting Bodies
2. Basel Committee on Banking Supervision (BCBS)
3. International Association of Insurance Supervisors (IAIS)
4. Financial Action Task Force (FATF)
5. International Association of Deposit Insurers (IADI)
6. Committee on Payment and Settlement Systems (CPSS)
7. Global Standard Setting Bodies and Financial Inclusion for the Poor: Towards Proportionate Standards and Guidance
8. International Organization of Securities Commissions (IOSCO)

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

- «اصول اصلی بیمه، استانداردها، دستورالعمل و روش ارزیابی» که در ماه اکتبر سال ۲۰۱۱ میلادی توسط انجمن بین‌المللی ناظران بیمه منتشر شده، به منظور ارائه استانداردهای نظارتی جهانی برای کل صنعت بیمه طراحی شده است. در این راهنما توصیه‌های زیادی در خصوص رفتار منصفانه با مشتریان شده است که بسیاری از اصول حمایت از مشتری که قبلاً ذکر شد را شامل می‌شود.

۵. هدایت کسب‌وکار و ساختار نظارتی

همانند نظارت احتیاطی در خصوص هدایت کسب‌وکار نیز رویه و ساختار یکسانی برای مقررات‌گذاری و نظارت وجود ندارد، ولی شاخص‌های نظارت عموماً یکسان هستند و ارتباطی با ساختار نظارتی ندارند. با این وجود، نظارت احتیاطی به سلامت و ایمنی نهادهای مالی (طرف عرضه خدمات مالی) توجه دارد و در مقابل، هدایت کسب‌وکار یا حمایت از مشتریان برای این منظور طراحی شده که منافع استفاده‌کنندگان از خدمات مالی (طرف تقاضای خدمات مالی) را تأمین کند.

با توجه به ساختارهای نظارتی، ممکن است یک یا چند نهاد مسئولیت هدایت کسب‌وکار را بر عهده داشته باشند. به طور کلی، هدایت بازار یا توسط بازارهای مالی مختلف صورت می‌گیرد و هر بازاری مسئولیت قسمت مربوط به خود را بر عهده دارد (ساختار نهادی)، یا یک نهاد واحد هم‌زمان با نظارت احتیاطی، نظارت بر هدایت کسب‌وکار را نیز انجام می‌دهد (ساختار یکپارچه) و یا یک نهاد مجزا صرفاً بر هدایت کسب‌وکار نظارت می‌کند (ساختار دو قله‌ای و یا چند قله‌ای). با این حال، از آنجا که در مواردی ممکن است بانک‌ها، بیمه‌ها و بازار اوراق بهادار خدمات مشابهی ارائه دهند و نمی‌توان بین فعالیت‌های بازارهای مالی مرز مشخصی تعیین کرد (مثلاً هم بانک‌ها، هم بیمه‌ها و هم بورس اوراق بهادار به مشتریان خود خدمات پس‌انداز بلندمدت ارائه می‌دهند که سپرده‌گذاری در بانک‌ها، خرید اوراق قرضه بلندمدت در بورس و بیمه‌های عمر و پس‌انداز از این سنخ هستند و علی‌رغم تفاوت شکلی در اصل یک نوع خدمت هستند)، لذا بهتر است برای پرهیز از اعمال مقررات و وضع استانداردهای چندگانه بین انواع مختلف نهادهای مالی، نهاد مقررات‌گذاری و نظارت واحدی برای هدایت کسب‌وکار وجود داشته باشد. در این صورت با توجه به اینکه مشتریان مالی با یک مرجع طرف می‌شوند، راحت‌تر می‌توانند از خدمات آن استفاده کنند.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

٦. تجربه کشورها در هدایت کسب‌وکار

اهمیت هدایت کسب‌وکار در بازارهای مالی موجب شده که کشورهای پیشرو نظارت بر آن را در چارچوب نظارتی خود لحاظ کنند. به‌ویژه پس از بحران مالی اقتصاد جهانی در سال ۲۰۰۷ میلادی اصلاحات زیادی در کشورها برای رفع نواقص مقرراتی و نظارتی حمایت از مشتریان از قبیل سطح پایین توان مالی مشتریان، کمبود اطلاعات مؤثر و تبلیغات گمراه‌کننده ارائه‌دهندگان خدمات مالی صورت گرفته است. با این حال، انتخاب ساختار نظارتی به‌عنوان یکی از موارد چالش برانگیز باقی مانده است. برخی کشورها ازجمله انگلستان ساختار نظارتی خود را از یکپارچه به دو قله‌ای تغییر داده و برای تأکید بر اهمیت حمایت از مشتریان در کنار تأسیس نهاد ناظر برای سلامت و ایمنی نهادهای مالی، یک نهاد مجزا را تأسیس کرده که بر قواعد هدایت کسب‌وکار نظارت می‌کند. بیشتر کشورها مقررات مربوط به هدایت کسب‌وکار را درون ساختار کلی نظارت معرفی کرده‌اند و فرایندهایی را برای پاسخ‌گویی به مشکلات مشتریان در نظر گرفته‌اند.

جدول (۱) اطلاعاتی در خصوص نهاد مسئول هدایت کسب‌وکار در کشورهای منتخب ارائه داده است.

جدول ۱. نهاد مسئول هدایت کسب‌وکار در کشورهای منتخب

کشور	وظایف و اختیارات
انگلستان سازمان هدایت مالی (FCA)[1]	FCA مسئولیت حمایت و تقویت عملکرد صحیح بازار مالی انگلستان را بر عهده دارد. ارتقای سطح رقابت و شفافیت ازجمله اهدافی است که این سازمان در راستای حمایت از مشتریان انجام می‌دهد و درصورتی‌که بنگاه‌های مالی از قواعد مربوطه پیروی نکنند،قدرت اعمال جریمه علیه آن‌ها را دارد. همچنین، از طریق فراهم کردن ابزارهایی به سرمایه‌گذاران کمک می‌کند نسبت به وضعیت سرمایه‌گذاری خودآگاهی داشته باشند تا بدین‌وسیله از وقوع فساد و جرایم جلوگیری شود.
فرانسه واحد مشترک سازمان نظارت احتیاطی (ACP)[2] و سازمان بازارهای مالی (AMF)[3]	ACP مسئول مجوزدهی و نظارت احتیاطی بر بانک‌ها و شرکت‌های بیمه است و نظارت بر بازارهای سهام بر عهده AMF است. واحد مشترک (Joint unit) برای حمایت از مشتریان و سرمایه‌گذاران تشکیل شده که از طریق آن ACP و AMF علاوه بر اینکه یکدیگر را در جریان خطرات معاملات ناسالم قرار می‌دهند، در مورد نحوه جلوگیری از انجام معاملات این چنینی و تبادل نظر می‌کنند و به طور مشترک اقدام متناسب را اتخاذ می‌کنند.

1. Financial Conduct Authority (FCA)
2. Autorité de Contrôle Prudentiel (ACP)
3. Autorité des Marchés Financiers (AMF)

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

ادامه جدول ۲. نهاد مسئول هدایت کسب‌وکار در کشورهای منتخب

کشور	وظایف و اختیارات
آلمان نهاد نظارت مالی فدرال (بافین)[1]	بافین به‌عنوان سازمان یکپارچه نظارت بر بازارهای مالی آلمان، مسئولیت نظارت بر هدایت کسب‌وکار را نیز بر عهده دارد. این سازمان با اتکا به قوانین نظارتی از قبیل قانون بانکی آلمان، قانون نظارت بر بیمه‌ها و قانون معاملات سهام از حقوق مشتریان بازارهای مالی حمایت می‌کند.
آمریکا دفتر حمایت از مصرف‌کننده مالی (CFPB)[2] شرکت بیمه سپرده فدرال[3] فدرال رزرو	حمایت از مشتریان بازارهای مالی در آمریکا عمدتاً تحت قانون داد- فرانک[4] و در این راستا دفتر حمایت از مصرف‌کننده مالی و نهادهای بانکی فدرال (شامل شرکت بیمه سپرده فدرال و فدرال رزرو) با یکدیگر همکاری می‌کنند. دفتر حمایت از مصرف‌کننده مالی اداره طیف وسیعی از خدمات مالی به مصرف‌کنندگان را تحت نظارت و تنظیم قرار می‌دهد. خدماتی از قبیل: بانکداری برخط، واحدهای اعتباری و همچنین وام‌های رهنی. وظایف این نهاد عبارتند از: نگارش دستورالعمل‌ها، نظارت بر شرکت‌ها و اجرای قوانین مرکزی حمایت مالی از مصرف‌کننده، محدود کردن روش‌ها و اعمال ناعادلانه، فریبکارانه و متقلبانه، دریافت اعتراضات و شکایات مصرف‌کنندگان، ارتقا آموزش مالی مصرف‌کنندگان، تحقیق و بررسی رفتار مصرف‌کنندگان، کنترل و نظارت بر بازارهای مالی برای یافتن ریسک‌های جدید برای مصرف‌کنندگان، اجرای قوانینی که تبعیض و دیگر برخوردهای ناعادلانه را در تأمین مالی مصرف‌کننده خلاف قانون می‌دانند. شرکت بیمه سپرده فدرال جهت تضمین امنیت حساب‌های سپرده‌گذاران سپرده‌های همه بانک‌های ایالتی و ملی عضو سیستم فدرال رزرو را بیمه می‌کند. شرکت بیمه سپرده فدرال همچنین جهت امنیت و سلامت مؤسسات مالی خاصی اقدام به بررسی و نظارت می‌کند. عمده مسئولیت فدرال رزرو در ارتباط با حمایت از مشتریان شامل حمایت از حقوق اعتباری مشتریان می‌شود.
ژاپن آژانس نظارت مالی (FSA)[5]	آژانس یکپارچه مقررات‌گذاری و نظارت مالی ژاپن مسئول حمایت از مشتریان مالی این کشور است. این آژانس علاوه بر مقررات‌گذاری و نظارت، نقش بازرسی از نهادهای مالی و غیربانکی را نیز بر عهده دارد و هنگام ضرورت اقدامات قانونی اعمال می‌کند.
ایران بانک مرکزی بیمه مرکزی سازمان بورس و اوراق بهادار	ساختار مقررات‌گذاری و نظارت بر بازارهای مالی در ایران به‌صورت نهادی (و بعضاً) عملکردی است که در این چارچوب هر یک از بازارهای مالی نیز به طور جداگانه نظارت بر هدایت کسب‌وکار را بر عهده دارند. ضمن اینکه نهادهای مالی دیگر نظیر صندوق‌های بازنشستگی هنوز ساختار مقرراتی و نظارتی روشنی ندارند

Source: IMF, Financial System Stability Assessment and Inutu Lukonga (2015)

1. Federal Financial Supervisory Authority (BaFin)
2. Consumer Financial Protection Bureau (CFPB)
3. Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC)
4. Dodd-Frank Act (DFA)
5. Financial Supervisory Agency (FSA)

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

چنان‌که در جدول (۱) ملاحظه می‌شود، نظارت بر هدایت کسب‌وکار در کشورهای پیشرو (به‌جز آمریکا که ساختار مقررات‌گذاری و مختص به خود را دارد) یا در قالب نهاد ناظر یکپارچه صورت می‌گیرد و یا اینکه یک نهاد مجزا این مسئولیت را بر عهده دارد.

در ایران هر یک از بازارهای مالی به‌صورت منفک از هم وظیفه نظارتی را بر عهده دارند و موارد مربوط به حقوق مشتریان بعضاً به‌صورت پراکنده در قانون تجارت یا قوانین نظارتی مربوط به هر یک از نهادهای مالی آمده است. به عنوان مثال در مورد حقوق سهام‌داران بر اساس ماده ۱۲۹ اصلاحیه قانون تجارت، اعضای هیئت‌مدیره و مدیرعامل ناشر و همچنین مؤسسات و شرکت‌هایی که اعضای هیئت‌مدیره یا مدیرعامل ناشر شریک یا عضو هیئت‌مدیره و یا مدیرعامل آن‌ها باشند، نمی‌توانند بدون اجازه هیئت‌مدیره در معاملاتی که با ناشر یا به حساب ناشر می‌شود به طور مستقیم یا غیرمستقیم طرف معامله باشند یا سهیم شوند. همچنین «دستورالعمل الزامات افشای اطلاعات و تصویب معاملات اشخاص وابسته ناشران بورسی و فرا بورسی» در مورخ ۱۳۹۰/۱۰/۳ تصویب و در اردیبهشت ۱۳۹۱ ابلاغ شد. با این حال، مشتریان هنوز از وجود مؤسسات رتبه‌بندی به‌عنوان یکی از عناصر مهم اطلاع‌رسانی در خصوص شرکت‌های بورسی بی‌بهره هستند.

۷. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

موارد متعددی در بازارهای مالی وجود دارند که می‌توانند به منافع مشتریان در این بازارها ضربه بزنند، که این موضوع دخالت دولت در این بازارها را توجیه می‌کند. اساساً ماهیت بازارهای مالی با نااطمینانی عجین است. در بیشتر معاملات مالی مشتری باید ابتدا پول را پرداخت کند و خدمات را در آینده دریافت کند. با توجه به اینکه معلوم نیست خدماتی را که مشتری در آینده دریافت خواهد کرد با پول پرداختی تناسب خواهد داشت یا خیر، ممکن است بین طرفین معامله تضاد منافع ایجاد شود. همچنین عدم تقارن اطلاعات بین ارائه‌دهنده یک خدمت مالی و مشتری آن می‌تواند مشکلات زیادی در پی داشته باشد. از سوی دیگر ممکن است مشتری بر اساس ترجیحات فعلی خود اقدام به خرید یک خدمت کند و توانایی این را نداشته باشد که برای دوره زمانی میان‌مدت یا بلندمدت منافع خود را حداکثر کند.

برای مقررات‌گذار و ناظر سخت است که هدف اصلی مشتری را از خرید یک محصول بداند، ولی مقررات‌گذاری و نظارت بر رفتار بازار می‌تواند در شرایطی که مشتریان از اطلاعات و راهنمایی

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

کافی برخوردار باشند، پیامدهای منفی خرید خدمت یا محصول را کاهش دهد. نهاد مقررات‌گذار و ناظر باید بتواند مشکلات موجود و بالقوه را شناسایی کرده و برای حل یا پیشگیری از شکل‌گیری آن مشکلات ابزارهای مشخصی را معرفی کند. قدم بعدی این است که نحوه مداخله در جهت ارتقا و موفقیت در جهت تصحیح عملکرد بازار به درستی انتخاب و اعمال شود.

همانند سایر ابعاد نظارت بر بازارهای مالی، هدایت کسب‌وکار نیز در قالب ساختارهای نظارتی مختلفی صورت می‌گیرد، ولی به‌ویژه بعد از بحران مالی سال ۲۰۰۷ میلادی گرایش‌ها به سمت ایجاد نهاد نظارتی واحد برای هدایت کسب‌وکار سوق پیدا کرده است. زیرا در این صورت ضمن پرهیز از اعمال مقررات و وضع استانداردهای چندگانه بین انواع مختلف نهادهای مالی، مشتریان مالی نیز راحت‌تر می‌توانند از خدمات آن استفاده کنند.

در ایران هرکدام از نهادهای ناظر بر بازارهای مالی (بانک مرکزی، سازمان بورس و اوراق بهادار و بیمه مرکزی) به‌طور جداگانه مسئولیت حمایت از مشتریان مربوطه را بر عهده دارند که این امر علاوه بر افزایش هزینه‌ها و دشواری‌های نظارت، مشتریان را نیز دچار سردرگمی می‌کند. لذا بهتر است که هدایت کسب‌وکار در همه بازارهای مالی به یک نهاد سپرده شود.

منابع

- **Brey, Zulaikha, Chisadza, Stephen, Ludin, Astrid and Matthew Stern** (2016), "Consumer protection in SADC", http://www.finmark.org.za.
- **Campbell, John Y., Jackson, Howell E., Madrian, Brigitte C. and Peter Tufano** (2010), "the Regulation of Consumer Financial Products: An Introductory Essay with Four Case Studies", Harvard University.
- **GRADY, ROS** (2012), "Consumer Protection in the Financial Sector: Recent Regulatory Developments", *the Finsia Journal of Applied Finance*, Issue (4).
- IMF (2015), "United States: Financial System Stability Assessment", IMF Country Report No. 15/170.
- IMF (2016), "Germany: Financial System Stability Assessment", IMF Country Report No. 16/189.
- **Lukonga, Inutu** (2015), "Islamic Finance, Consumer Protection and Financial Stability", IMF.
- **Nienhaus, Volker** (2015), "Financial Consumer Protection in Islamic Finance", Islamic Financial Services Board, Bank Negara, Malaysia.
- **Persaud, Avinash** (2015), "Reinventing Financial Regulation: A Blueprint for Overcoming Systemic Risk", www.apress.com.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

- **Reifner, Udo and Sebastien Clerc-Renaud** (2011), "Financial Supervision in the EU; A consumer perspective", Institut für Finanzdienstleistungen e.V.
- **Schoenmaker, Dirk** (2011), "Financial Supervision in the EU", Duisenberg school of finance, Amsterdam, The Netherlands.
- **Viñals, José and Reza Moghadam** (2012), "France: Financial System Stability Assessment", IMF Country Report No. 12/341.
- World Bank (2014), "Global Survey on Consumer Protection and Financial Literacy: Oversight Frameworks and Practices in 114 Economies", International Bank for Reconstruction and Development, Washington, USA.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]