

بازار یا نابازار

بررسی موانع نهادی کارایی نظام اقتصادی بازار در اقتصاد ایران

www.ketab.ir

نویسنده:

دکتر محسن رنانی

سرشناسه	رنانی، محسن، ۱۳۴۴
عنوان و نام پدیدآور	بازار یا نابازار: بررسی موانع نهادی کارایی نظام اقتصادی بازار در اقتصاد ایران/محسن رنانی.
وضعیت وی‌راست	وی‌راست ۲.
مشخصات نشر	تهران:موسسه عالی آموزش و پژوهش مدی‌ریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری	۴۴۴ص.
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۳۳۸-۱۷۹-۰
وضعیت فهرست نویسی	فی‌یا.
یادداشت	چاپ اول: سازمان برنامه و بودجه، مرکز مدارک اقتصادی - اجتماعی و انتشارات: ۱۳۷۶. چاپ دوم: سازمان مدی‌ریت و برنامه‌ریزی کشور، مرکز مدارک علمی:موزه و
انتشارات، ۱۳۸۴	
موضوع	بازار.
موضوع	نوسان های اقتصادی - ای‌ران
موضوع	ای‌ران - سیاست اقتصادی
شناسه افزوده	موسسه عالی آموزش و پژوهش مدی‌ریت و برنامه‌ریزی
رده بندی کنگره	۵۴۷۰/۱ - ۳۸۹ : HD
رده بندی دی‌وی	۳۸۹/۱ :
شماره کتابشناسی ملی	۲۱۱۷۱۸۶ :



نام کتاب: بازار یا نابازار

بررسی موانع نهادی کارایی نظام اقتصادی بازار در اقتصاد ایران

نویسنده: محسن رنانی

ناشر: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول

تاریخ انتشار: ۱۳۹۷

قیمت: ۶۵۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۳۳۸-۱۷۹-۰

آماده سازی ادبی و هنری: دفتر خدمات پژوهشی مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: جنگل

آدرس ناشر: خیابان شهید باهنر (نیاوران) - جمال‌آباد - خیابان شهید مختار عسگری - شماره ۶

تلفکس: ۲۶۱۱۶۸۵۲

فهرست مطالب

۲۵	مقدمه
۴۱	بخش اول نظام اقتصادی
۴۳	فصل اول اقتصاد: یک سیستم هماهنگ سازی اجتماعی
۴۳	مقدمه
۴۵	۱- ضرورت و منطق سیستم اقتصادی
۴۸	۲- اهداف و وظایف سیستم اقتصادی
۴۹	۳- تقسیم بندی نظری اقتصادها
۵۰	۳-۱. تقسیم بندی بر پایه نهاد مرکزی
۵۲	۳-۲. تقسیم بندی بر پایه مکانیزم هماهنگی
۵۳	الف. شیوه های سنتی
۵۴	ب - شیوه های فرمانی
۵۵	ج - بازار
۵۶	۳-۳. تقسیم بندی سومبارت از نوع مجرد نظام
۵۷	۳-۴. تقسیم بندی اویکن، بر اساس نوع محض سازمان
۶۰	۴- تقسیم بندی عملی اقتصادها
۶۳	۵- ارزیابی اقتصادها
۷۵	فصل دوم اقتصاد بازار
۷۵	مقدمه
۷۶	بازشناسی واژگان
۸۰	۱- بازار: به عنوان نهاد
۸۰	مفهوم بازار
۸۷	فرآیند بازار

۸۸	از رقابت آزاد اسمیت تا رقابت کامل نئوکلاسیک
۹۵	شومپتر و فرایند تخریب خلاق
۹۷	مکتب اتریشی و تئوری فرایند بازار
۱۰۱	نظریه‌های جدید بازار
۱۰۵	۲- بازار: به عنوان نظام
۱۰۹	الف. اقتصاد بازاری محض
۱۱۳	ب. تکامل تاریخی اقتصاد بازار
۱۱۹	ج. اقتصادهای بازاری صنعتی پیشرفته
۱۲۷	فصل سوم بازار در برابر نابازار
۱۳۱	شکست‌های بازار
۱۳۵	الف - شکست در ساختار
۱۳۵	۱- پراکندگی
۱۳۶	۲- سودگرایی
۱۳۷	۳- مالکیت خصوصی
۱۳۹	ب - شکست در سازوکار
۱۳۹	۱- نابرابری توزیعی
۱۴۱	۲- آثار خارجی
۱۴۳	۳- کالاهای عمومی
۱۴۳	۴- بازده فزاینده
۱۴۴	۵- ناقصی بازار
۱۴۹	۶- هزینه مبادله
۱۵۰	شکست‌های نابازار
۱۵۲	۱- نابرابری توزیعی
۱۵۴	۲- استقلال درآمد و هزینه
۱۵۵	۳- ۱۵۱ اف درون‌سازمانی
۱۵۹	۴- آثار خارجی
۱۶۰	گزینش: بازار یا نابازار؟

بخش دوم اقتصاد ایران: ساختار بازار و موانع نهادی.....	۱۶۵
فصل چهارم مشخصه‌های سیستمی اقتصاد ایران.....	۱۶۹
الف: نهاد مرکزی.....	۱۷۰
ب: مکانیزم هماهنگی.....	۱۷۸
۱- سازوکار اقتصاد، پیش از مشروطیت.....	۱۷۸
۲- سازوکار اقتصاد، پس از مشروطیت.....	۱۸۱
۳- سازوکار اقتصاد، پس از انقلاب اسلامی.....	۱۹۱
۳-۱. عوامل گسترش تصویر مداخله‌گرانه دولت.....	۱۹۱
۴- علل کاهش سهم دولت در GDP.....	۱۹۸
۵- تحول در ساختار درونی بودجه.....	۲۰۳
ج - نتیجه‌گیری.....	۲۰۵
فصل پنجم ساختار بازارهای اقتصاد ایران.....	۲۰۹
۱- تحلیل نظری ساختار بازارها در اقتصاد ایران.....	۲۰۹
الف: بازارهای محلی با بنگاه‌های کوچک.....	۲۱۵
ب: بازارهای ملی با بنگاه‌های بزرگ.....	۲۱۹
ج: بازارهای ملی به عنوان بخشی از بازارهای جهانی.....	۲۲۵
۲- عوامل شکل‌گیری بازارهای متمایل به انحصار..... ^۱	۲۳۰
پیش‌فرض‌های مرسوم.....	۲۳۳
آزادی عمل و ساختار بازار.....	۲۳۵
فصل ششم رقابت و بازارهای مالی.....	۲۴۳
الف: نایکپارچگی و تضعیف رقابت.....	۲۴۴
ب: بازارهای مالی در اقتصاد ایران.....	۲۵۲
ج: عوامل شکل‌گیری بازارهای مالی غیررسمی و گسترش نایکپارچگی.....	۲۵۶
پیوست فصل ششم نایکپارچگی مالی، اضافه تقاضا و نرخ‌های بهره.....	۲۶۱
فصل هفتم رقابت و توزیع درآمد.....	۲۶۳
۱- خاستگاه انحصار و قدرت بازاری.....	۲۶۵
۲- توزیع درآمد و تقاضا.....	۲۶۹

عقل به کسی که با آن مشورت کند خیانت نخواهد کرد.
امام علی(ع) [نهج البلاغه، حکمت ۲۸۱]

پیشگفتار ناشر

تلاش برای طراحی و ارائه الگویی بومی برای توسعه^۱ به عنوان یکی از وظایف و جهت‌گیری‌های اصلی مراکز و نهادهای پژوهشی کشور (از جمله موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی) مورد تاکید مدیریت عالی کشور بوده است. از این رو موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، همگام با سایر مراکز و حتی پیش و پیش از آنها، خود را موظف به فراهم آوردن لوازم و مقدمات ضروری برای انجام چنین وظیفه‌ای می‌داند. توجه به مفهوم و ماهیت الگوی بومی توسعه^۲ نشان می‌دهد که برای موفقیت در طراحی آن باید لوازم، ابزارهای نظری و فکری خاصی تدارک دیده و فراهم شود. مهمترین ابزارهای لازم برای دستیابی به چنین هدفی عبارتند از:

۱- فراهم آوردن یک چارچوب مفهومی - نظری مشخص که ضمن برخورداری از ویژگی‌هایی چون: روشنی مفاهیم، استحکام و سازگاری درونی، در میان اهل نظر نیز از اعتبار کافی برخوردار باشد.

۲- تایید اعتبار تجربی چارچوب مفهومی - نظری پیشگفته. می‌دانیم که هر نظریه‌ای در اصل بیان‌کننده قضیه‌ای شرطی است (اگر الف، آنگاه ب). ماگنها زمانی به استفاده از یک نظریه برای توضیح و تبیین یک وضعیت (بذیده) خاص مجاز هستیم که مطمئن باشیم (گفته یا ناگفته) مندرج در نظریه در زمینه مورد بررسی، تحقق دارد. این اطمینان در مباحث اجتماعی از طریق مشاهدات و آزمون‌های تجربی حاصل می‌شود.

۳- وجود مجموعه‌ای از ارزش‌ها و هنجارهای به دقت تعریف شده، اولویت‌بندی شده و تا حد امکان قابل سنجش و اندازه‌گیری.

تنها پس از اطمینان از داشتن ابزارهای فوق می‌توان برای طراحی الگویی بومی در زمینه توسعه

اقدامی موفقیت‌آمیز را طراحی و سامان داد.

ایجاد مقدمات ضروری پیشگفته تنها از طریق گفتگویی انتقادی و تعاملی سازنده میان افراد و نهادهای گوناگون با تخصص‌ها و دانش عالی متفاوت، ممکن است؛ گفتگو و تعاملی که عالمان علوم - اجتماعی، دین‌شناسان، فیلسوفان، متخصصان ریاضیات، آمار و سایر دست‌اندرکاران شاخه‌های مختلف دانش را دربر گرفته و بر هر کدام جایگاه و اهمیتی بایسته می‌دهد.

کتاب حاضر از این اهمیت برخوردار است که با طرح یکی از مهمترین پرسش‌ها در زمینه طراحی الگوی بومی توسعه (ترکیب بهینه بازار و دولت) چارچوب مفهومی - نظری مناسبی را تدارک دیده و می‌کوشد تا اعتبار تجربی آن را در مورد ایران بیازماید. در این مسیر، نویسنده ارزش‌های اصلی کشورمان در زمینه اقتصادی (مانند توزیع عادلانه، افزایش کمیت و کیفیت کالاها و خدمات در دسترس مردم و پرهیز از اسراف و تبذیر) را در نظر داشته و به تناسب از آنها بهره می‌گیرد.

بی‌شک در چهارده سالی که از نگارش این کتاب می‌گذرد، شرایط اقتصادی و اجتماعی کشور دستخوش تغییرات بسیاری شده که مناسب است بخش‌هایی از کتاب مورد بازبینی قرار گیرد و احیاناً فصولی بر آن افزوده شود و نگارنده محترم نیز آمادگی خود را برای انجام این کار اعلام داشته‌اند. با وصف این مورد، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی برای پاسخگویی به نیاز بازار بر آن شد تا چاپ سوم کتاب را بدون تغییر در محتوا و شمارگان دوباره منتشر سازد؛ به امید که در آینده‌ای نزدیک نگارش جدید آن نیز در اختیار علاقه‌مندان و پژوهشگران محترم قرار گرفته و بستر ساز گفتگوهای عمیق‌تری در مورد موضوع آن شود.

موسسه عالی آموزش و پژوهش

مدیریت و برنامه‌ریزی

مهر ۱۳۸۹