

در این شماره می خوانید:

- ۲..... سرمقاله / اتاق بازرگانی مانعی اثرگذار در برابر تصمیمات نادرست دولت‌ها.
- ۴..... داستان یک اتاق صد و سی ساله .....
- ۷..... پارلمان بخش خصوصی در انتظار انتخاب .....
- ۸..... اصلی ترین هدف گذاری های ائتلاف برای فردا؛ .....
- ۱۳..... مروری بر الزامات لابی گری تشکیل ها .....
- ۱۵..... نقش اتاق بازرگانی در غلبه بر شکست بازار و ناکارایی دولت‌ها .....
- ۱۷..... نگاه فعالان کسب و کار به ارزش های مدنی .....
- ۲۰..... ائتلاف برای فردا؛ صدای واحد فعالان اقتصادی (گفتگو با دکتر پدرام سلطانی) .....
- ۲۳..... هدف گذاری سندیکایی برای اتاق بازرگانی؛ (گفتگو با مهندس علی رضا کلاهی) .....
- ۲۵..... هم اندیشی پیشکسوتان صنعت و تجارت در ائتلاف بزرگ (گفتگو با مهندس محمد مهدی راسخ) .....
- ۲۸..... صنعت احداث به دنبال سهم خواهی در اتاق نیست (گفتگو با مهندس منوچهر ملکبانی فر) .....
- ۳۰..... یادداشت / اتاق فردا و توسعه صادرات غیر نفتی .....
- ۳۳..... یادداشت / اجماع روی مأموریت های کلان اتاق .....
- ۳۶..... اتاق بازرگانی ابزاری برای مواجهه با دولت های رانتیر (گفتگو با دکتر غلامحسین حسن تاش) .....
- ۳۷..... اولین شرط برای موفقیت اتاق (گفتگو با دکتر حسین راغفر) .....
- ۴۰..... اتاق؛ پارلمانی با ساختاری صحیح و کارآمد (گفتگو با دکتر مرتضی عمادزاده) .....
- ۴۲..... بخش خصوصی قدرتمند، مهمترین الزام توانمندسازی اتاق (گفتگو با سعید لیلانز) .....
- ۴۳..... رانت های اطلاعاتی؛ پاشنه آشیل اتاق بازرگانی (گفتگو با دکتر بهمن آرمان) .....
- ۴۵..... اصلی ترین عامل کاهش مشارکت اعضا در انتخابات (گفتگو با دکتر جمشید پژویان) .....
- ۴۷..... افزایش شفافیت و رقابت، دو کار مهم اتاق بازرگانی (گفتگو با دکتر مهدی پازوکی) .....

### صندلی های اتاق هشتم در انتظار کیست؟

- ۴۹..... (آشنایی با نامزدهای اختصاصی سندیکای صنعت برق ایران) .....
- ۶۲..... فهرست کاندیداهای سندیکا برای انتخابات هیات نمایندگان اتاق بازرگانی سراسر کشور .....

### اخبار

- ۶۵..... سندیکا .....
- ۷۲..... شرکت های عضو .....



**صاحب امتیاز:** سندیکای صنعت برق ایران  
**مدیر مسئول:** مهندس غلامرضا ناصح  
**سر دبیر:** مهندس سید علی اصغر میرشکرای  
**جانشین سر دبیر:** مهندس علیرضا سیاسی راد  
**اعضای شورای سیاستگذاری:** مهندس ولی اله بیات، مهندس محمد پارسا، مهندس فریبرز ثقیلی، محمدصادق جنان صفت، مهندس بهروز سلطان زاده، مهندس حمیدرضا صالحی، مهندس محمد فارسی، مهندس حامد گرشاسی، دکتر احمد میدری، مهندس غلامرضا ناصح، مهندس محمدعلی وحدتی

**دبیر تحریریه:** سمیه کاظم زاده  
**تحریریه:** نازنین احمدی، صونا علیقلی زاده  
**نقیسه زارع کهن**  
**طراح گرافیک:** فرشید نجاریان  
**مدیر اجرایی:** مهندس سپهر برزی مهر  
**مدیر مالی:** منوچهر بختیاری  
**سایت:** زهرا ولی پور  
**توزیع:** سپیده گرجی  
**امور آگهی ها:** بهارک باقرپور  
**امور اداری ماهنامه:** سمیه برادران  
**لیتوگرافی، چاپ و صحافی:** فارابی

**نشانی:** تهران، خیابان مطهری، بعد از خیابان مفتاح  
**پلاک ۱۸۶، طبقه اول، کدپستی:** ۱۵۷۵۹۴۳۵۵۱  
**تلفکس:** ۸۸۸۲۸۵۵۸، ۸۸۸۳۱۹۹۴-۶  
**سازمان آگهی ها:** ۸۸۸۳۱۹۹۴-۶  
**سایت:** www.ieis.ir  
**ایمیل:** setabran@ieis.ir

## اتاق بازرگانی مانعی اثرگذار در برابر تصمیمات نادرست دولت‌ها

سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۹۲ می‌توانستند سال‌هایی طلایی در تاریخ کهن ایران زمین باشند، از زمان کشف نفت توسط ویلیام داریسی تا امروز ارزش نفت و گاز صادراتی کشور ۱۲۰۰ میلیارد دلار بوده که ۷۰۰ میلیارد دلار آن نصیب دولت‌های نهم و دهم شد. هم‌زمان با رشد بی‌سابقه قیمت نفت، سقوط طالبان و سپس دشمن قسم خورده ایران صدام حسین موقعیت ویژه ای را در معادلات سیاسی خاورمیانه نصیب ایران کرد و هم‌زمان دو بازار جدید با ۷۰ میلیون جمعیت را به سوی شرکت‌های ایرانی گشود.

در آمد افسانه‌ای نفت همراه با جمعیت جوان و تحصیل کرده و زیرساخت‌های احداث شده توسط دولت‌های پیشین می‌توانست موتور محرکی باشد تا رشد اقتصادی دورقمی را تجربه کنیم و گام‌های جدی در مسیر تحقق اهداف والای برنامه ایران ۱۴۰۴ برداریم. اما افسوس که برنامه ریزی و علم اقتصاد در درگاه پوپولیسیم قربانی و این در آمد تبدیل به بلای جان اقتصاد و جامعه ایران شد.

تزیق بی حساب و کتاب در آمد نفت، رشد بی سابقه پایه‌های پولی، تثبیت نرخ ارز و سایر سیاست‌های غلط اقتصادی، بیماری جدیدی را به وجود آورد که در آینده اقتصاددانان به جای بیماری هلندی آن را بیماری ایرانی خواهند خواند. تورم لجام گسیخته و مصرف‌گرایی، کاهش بهره‌وری و رقابت‌پذیری کشور را در همه رشته‌ها با خود به همراه آورد که نتیجه آن چیزی جز واردات بی‌رویه و نابودی کشاورزی و تولیدات ایران نبود.

در این دوره تنها شرکت‌هایی که در زمینه استخراج مواد اولیه و تولیدات کالاهای انرژی‌بر و یا آنهایی که از رانت‌های انرژی، مواد اولیه و معدن بهره‌مند بودند توانستند رشد کنند و در کمال تأسف شاهد تبدیل شدن ایران به اقتصادی استخراجی Extractive Economy بودیم.

کشور ناورد در اقیانوس آرام باید درس عبرتی برای ما ایرانیان باشد. این جزیره استوایی با استخراج و فروش فسفات استحصال شده از معادن خود در اواخر دهه شصت و اوایل دهه هفتاد میلادی دارای یکی از بالاترین درآمدهای سرانه جهان شد. سرمایه‌گذاری‌های اشتباه، عدم توجه به آموزش و توسعه منابع انسانی و واردات کالاهای مصرفی تمامی منابع این کشور را بلعید بدون آنکه زیرساخت‌های سرمایه‌ای و انسانی لازم برای توسعه فراهم شده باشد. امروز حفره‌ای عمیق مرکز این جزیره‌ای که زمانی بهشتی زیبا بود را از آن خود کرده و بقایای زنگ زده اتوموبیل‌های لوکس در آن پراکنده است. الگو برداری نامناسب از غرب و جایگزینی تغذیه بومی با فست‌فود باعث شیوع اضافه‌وزن حاد و بیماری‌های عروقی و قند شده و عمده در آمد دولت آن از محل فروش رای خود در سازمان

ملل، فروش پاسپورت و اسکان پناه‌جویان دستگیر شده توسط استرالیا به دست می‌آید.

در واقع جمعیت جوان ایران علاوه بر فرصت یک تهدید نیز محسوب می‌شود. نیروی کار جوان و بازار مصرفی که خانواده‌های جدید در همه رشته‌ها مانند مسکن، خودرو، لوازم خانگی و... ایجاد می‌کنند باعث افزایش نرخ بالقوه رشد اقتصادی می‌شود. اما این فرصت یک تهدید نیز می‌تواند باشد و در صورت عدم قرار گرفتن آن در یک اقتصاد مولد و پویا و دست نیافتن به نرخ رشد اقتصادی مناسب، علاوه بر آسیب‌های اجتماعی کشور توانایی تامین نیازهای درمانی و تامین اجتماعی آنها را در سنین بالاتر نخواهد داشت.

مشکلات زیست محیطی ایران نیز سال به سال جدی‌تر می‌شود و متأسفانه از در آمد افسانه‌ای یاد شده چیزی به مقابله با بحران آب، آلودگی شهرها و مبارزه با پیشرفت کویر تعلق نگرفت.

توسعه زیرساخت‌های کلیدی که پیش‌نیاز هر گونه رشد اقتصادی هستند نیز یا کند شده و یا اساساً متوقف شدند. سرمایه‌گذاری در تولید برق به شدت کاهش یافت و هیچ‌گونه توسعه جدی در شبکه انتقال و توزیع صورت نگرفت، پروژه‌های حمل و نقل شهری مانند متروها هم به کاهش آلودگی کمک می‌کنند، تاثیر بسزایی در کاهش مصرف سوخت و نتیجتاً افزایش مقدار سوخت قابل صدور داشته، با کاهش ترافیک باعث افزایش کیفیت زندگی شهری می‌شوند و از همه مهم‌تر زندگی محروم‌ترین اقشار را تسهیل می‌کنند، به علت عدم تامین سهم دولت بسیار از برنامه عقب افتاده‌اند.

روند توسعه راه آهن که در دولت‌های پیشین شتاب گرفته بود نیز دست خوش اختلالات ناشی از سوء مدیریت و عدم تخصیص منابع شد. تصور کنید که ما نیز مانند چین راه آهن سریع السیر ساخته بودیم و همانگونه که فاصله ۱۳۰۰ کیلومتری پکن شانگهای در ۴ ساعت طی می‌شود شهروندان ما می‌توانستند از تبریز به مشهد یا از تهران به بندر عباس ۴ ساعته سفر کنند. آیا چنین خطوطی در شرایطی که به علت تحریم‌های ناجوانمردانه هواپیمایی کشور دستخوش مشکلات شده بود نباید در بالاترین اولویت قرار بگیرد؟ اثرات اقتصادی حمل و نقل آسان، ارزان و سریع مسافر و کالا چه مقدار به رشد تولید ناخالص ملی کمک می‌کرد؟ کاهش تصادفات جان چند هزار ایرانی را نجات می‌داد و چند خانواده هنوز عزیزان خود را در کنار خود می‌داشتند؟

فیلسوف اسپانیایی قرن ۱۹ جرج سانتا‌یانا می‌گوید آنهایی که توانایی



یادگیری از تاریخ را ندارند محکوم به تکرار آن هستند. به گفته ادموند برک نویسنده و سیاستمدار قرن ۱۸ نیز تاریخ کتابی است بی پایان که در آن می توان از محل اشتباهات گذشتگان خرد آموخت.

آنچه در سال های پیشین گذشت و فرصت هایی که سوزاندیم سال ها طول خواهد کشید تا جبران شود و مایه افسوس بسیار. اما مهم این است که مایه پند و عبرت ما شود و از تکرار اشتباهات جلوگیری کنیم.

یکی از راهکارهای مبارزه با تهدیدهای یاد شده توجه به بخش مولد اقتصاد کشور است. افزایش تولیدات کشاورزی، خدمات ارزش افزوده و تولیدات صنعتی به خصوص آن دسته از تولیداتی که دارای ارزش افزوده بالا هستند و حرکت به سوی اقتصاد صادرات محور نظیر آن چه ترکیه را از بحران اقتصادی دهه ۸۰ نجات داد و تبدیل به پانزدهمین اقتصاد جهان کرده است، باید به اولویت سیاست های مالی و اقتصادی کشور تبدیل شود. صنعت برق نیز جز صناعی است که از رانت های انرژی و مواد اولیه استفاده نمی کند و می تواند با سیاست گذاری صحیح و اندکی حمایت علاوه بر تامین زیر ساخت مورد نیاز سایر صنایع تبدیل به یکی از موتور های محرک اقتصاد کشور شود.

اتاق بازرگانی با توجه به بودجه هزار میلیارد ریالی و جایگاه قانونی آن در تصمیمات اقتصادی کشور (مانند حضور در شورای پول و اعتبار) یکی از اصلی ترین ابزار های بخش خصوصی برای جهت دهی، تصمیم سازی و در صورت لزوم اعمال فشار برای جلوگیری از اتخاذ سیاست های غلط اقتصادی محسوب می شود.

از دیدگاه نگارنده، اهم برنامه هایی که اتاق بازرگانی می تواند برای بهبود شرایط کسب و کار بخش خصوصی دنبال کند، شامل موارد زیر است:

۱- باز تعریف روابط دولت و بخش خصوصی به عنوان کارفرما و پیمانکار از طریق بازرگاری در قانون مناقصات کشوری و آیین نامه معاملات در راستای برقراری شرایط عادلانه برای طرفین قرارداد.

۲- بستن سازی صادراتی با حضور موثر در بازارهای هدف و دعوت و میزبانی از هیات های تخصصی.

۳- برقراری مجدد جایزه صادراتی و هدفمند نمودن آن از طریق ارتباط در صد متعلقه با مقدار ارزش افزوده بومی کالا و یا خدمات مورد نظر. یکی از راهکارها لغو معافیت مالیاتی و یا حتی وضع عوارض بر مواد خام و تخصیص منابع حاصله به تشویق صادرات کالا و خدمات دارای ارزش افزوده است.

۴- جلوگیری از خام فروشی و تنظیم سیاست های مالیاتی و اقتصادی در جهت تکمیل زنجیره ارزش افزوده در کشور.

۵- عدالت مالیاتی و کاهش فشار مالیاتی بر بخش مولد و اقتصاد کشور و افزایش درآمدهای مالیاتی از بخش خاکستری و زیرزمینی اقتصاد.

۶- جلوگیری از تکرار مجدد اشتباه کاهش نرخ واقعی ارز. ■

# داستان یک اتاق صدوسی ساله

مجلس اخذ کرده بود. لایحه قانونی افزایش نمایندگان اتاق تهران را از ۱۵ نفر به ۳۰ نفر تهیه کرد و به این ترتیب نمایندگان اتحادیه‌های اصناف، پیشه‌وران، صنایع، شرکت‌های حمل‌ونقل، بیمه، بانک ملی، وزارت اقتصاد نیز به عضویت هیئت نمایندگان اتاق درآمدند.

اما با سقوط دولت مصدق در کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ کابینه زاهدی، انجمن بازرگانان، اصناف و پیشه‌وران را غیرقانونی خواند و این‌گونه بود که اعضای هیئت نمایندگان اتحادیه بار دیگر در آذرماه ۱۳۳۲ انتخاب شدند.

یک سال بعد در دی‌ماه ۱۳۳۳ مجلس بازم مجلس قانون

می‌خواستند که دولت از دخالت در امور تجارت خودداری کند و انتخاب نمایندگان اتاق در یک مرحله انجام شود.

به این ترتیب بود که در نتیجه این تلاش‌ها قانون جدیدی بنام «قانون تشکیل اتاق بازرگانی» به تصویب رسید خرازی نیابت رئیس اتاق را بر عهده گرفت و شخص نیک پور همچنان در مقام ریاست اتاق باقی ماند. نیک پور با حمایتی که علی‌الظاهر یا از روی نیت از بازاریان می‌کرد، تبلور قدرت بخش خصوصی محسوب می‌شد و در دو انجمن سیاسی بازار، یعنی اتحادیه بازرگانان و اتحادیه اصناف بازار، گرداننده امور محسوب می‌شد که در عمل این دو فعالیت نیز جزئی از فعالیت او در اتاق بازرگانی تهران به حساب می‌آمد. دلیل این ادعا آن است که اتحادیه بازرگانی که در ۱۳۲۲ تشکیل شده بود، سرانجام در سال ۱۳۲۸ به اتاق بازرگانی پیوست. اتحادیه اصناف تهران نیز عملاً یک سازمان سیاسی بود که برای مقابله بانفوذ حزب توده در بین بازاریان به وجود آمده بود.

در مجلس چهاردهم مصدق به واگذاری امتیاز قماش، به گروهی از تجار بانفوذ، لب به اعتراض گشود و از وزارت دارایی انتقاد کرد. هیئت‌رئیس اتاق نیز از عملکرد دولت جانب‌داری و حمایت کرد و در این میان بازرگانان متوسط‌الحال به جانب‌داری از مصدق برخاستند. در نتیجه در سال ۱۳۲۸ زمینه ایجاد جبهه ملی با کمک بازاریان متوسط‌الحال و روشنفکران و دانشجویان غیر کمونیست فراهم آمد که یکی از نتایج آن شکل‌گیری جامعه بازرگانان و اصناف و پیشه‌وران تهران بود که با نیک پور و هیئت‌رئیس اتاق و عناصر فاسد در وزارت بازرگانی وقت مبارزه‌ای تعطیل ناشدنی داشتند.

## افزایش تعداد نمایندگان اتاق در دوران مصدق

در پایان دوره چهارم اتاق در اوایل سال ۱۳۳۰ کابینه مصدق انتخابات دوره بعدی اتاق را برگزار کرد و یک سال بعد مصدق با استفاده از اختیارات تام خود که از

صدوسی سال پیش یعنی اواسط سده سیزدهم خورشیدی بود که حاج محمدحسن امین‌الضرب نماینده هیئت تجار تهران توانست با حمایت جمعی از بازرگانان، نظر موافق ناصرالدین‌شاه را برای تشکیل مجلس وکلای تجار ایران جلب کند و شاه هم در ۱۲ شوال سال ۱۳۰۱ هجری قمری برابر با ۱۲۶۲ خورشیدی اساسنامه این مجلس را تأیید کرد. در آن سال حاج محمدحسن امین‌الضرب به اتفاق تنی چند از تجار معتبر و صاحب‌نام وقت «مجلس وکلای تجار» را پایه گذاشتند. به این ترتیب بود که برای اولین بار در سال ۱۳۰۵ شمسی نام اتاق در ایران مورد استفاده قرار گرفت و «اتاق تجارت» در مهرماه آن سال بر اساس «قانون اتاق‌های تجارت» زیر نظر وزارت بازرگانی تشکیل شد.

ریاست این اتاق را حاج امین‌اصفهانی عهده‌دار بود و هیئت نمایندگان آن را حاج میرزا ابوطالب اسلامی، میرزا عبدالحسین نیک پور، فقیه‌التجار، آقا میرزا علی محلوچی و آقا شیخ حسین حریری تشکیل می‌دادند.

حاج امین‌اصفهانی اولین رئیس اتاق بازرگانی تهران از سال ۱۳۰۵ تا ۱۳۱۱ این سمت را بر عهده داشت و پس از او اولین سمت به حاج حسین مهدوی معروف به امین‌الضرب واگذار شد (۱۳۱۲ شمسی) و سپس عبدالحسین نیک پور (۱۳۱۳ تا ۱۳۳۵ شمسی) به ریاست اتاق برگزیده شد.

بعد از جنگ جهانی دوم و حوادث سال ۱۳۲۰ که به تبعید رضاشاه و جانشینی محمدرضا پهلوی منجر شد، بازاریان که از امتیازهای دولت به نمایندگان اتاق تهران محروم شده بودند، علیه هیئت نمایندگان اتاق تهران و عبدالحسین نیک پور معترض شدند و رهبری این گروه مخالف را محمدرضا خرازی و حاج شیخ احمد سیگاری بر عهده گرفتند و در پی این اعتراض خواستار تعطیلی بازار شدند.

به روایات کتب و اسناد منتشرشده در آن سال‌ها آن‌ها



## نگاهی به تاریخچه شکل‌گیری اتاق بازرگانی از ابتدا تا کنون

شعبه تهران ۲۰ نفر نماینده شعبه‌ها و ۱۷ نفر نماینده ۲۵ اتحادیه‌های سندیکاهای تولیدکنندگان و صادرکنندگان واردکنندگان وابسته به اتاق بودند.

### اتاق بازرگانی در جمهوری اسلامی ایران

#### از دستور امام (ره) تا حضور علینقی خاموشی (۱۳۶۹-۱۳۵۷)

در سال ۱۳۵۷ و بلافاصله پس از پیروزی انقلاب هیئتی به فرمان امام خمینی (ره) که متشکل از: حاج آقا طرخانی، سید علینقی خاموشی، اسدالله عسگرآلادی، میر محمدصادقی، میرفندرسکی، محمدعلی نوید و ابوالفضل احمدی بود اداره اتاق بازرگانی را در دست گرفتند و این چنین بود که سید علی‌نقی خاموشی به سمت ریاست اتاق ایران و ریاست اتاق تهران انتخاب شد ریاستی که ۲۸ سال به درازا کشید.

چند ماه پس از تشکیل اتاق بازرگانی شورای انقلاب قانونی را تصویب کرد که بر اساس آن به وزرای بازرگانی و صنایع و معادن اختیار داده شد نصف منهای یک نفر از اعضای هیئت نمایندگان را انتخاب کنند و نصف بعلاوه یک نفر نیز از طریق انتخاب مستقیم از طرف بخش خصوصی انتخاب شوند. با این تحولات دولت وقت شهید رجایی نخستین اعمال نظر خود را در اتاق انجام داد تا افراد مدنظر دولت در کنار بخش خصوصی وارد اتاق بازرگانی شدند. حضور نسل اول بازاریان سنتی کشور در نخستین اتاق بازرگانی و همچنین مأموریت ویژه آن‌ها در خصوص رسیدگی به اموال و دارایی‌های رژیم قبل شرایطی را فراهم کرد تا این اتاق بدون کمترین حاشیه به فعالیت خود ادامه دهد.

علینقی خاموشی پس از آن در اولین انتخابات اتاق‌های بازرگانی به عنوان رییس اتاق بازرگانی تهران و ایران انتخاب شد و این دو اتاق بازرگانی که کاملاً در هم ادغام

یک سال بعد یعنی در سال ۱۳۳۶ علی وکیللی از بازرگانان تبریز به ریاست اتاق بازرگانی تهران رسید. او که تا هنگام مرگ در سال ۱۳۴۳ دو دوره ریاست اتاق را به عهده داشت موسسه اعتباری دانشگاه را تأسیس کرد که تا به دانشجویان مستعد بی‌بضاعت وام شرافتی و بدون وثیقه مالی بدهد.

#### شکل‌گیری اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

اگرچه تا سال ۱۳۴۱ فقط اتاق بازرگانی در کشور وجود داشت اما از مدتی قبل از آن زمزمه تشکیل اتاق صنایع و معادن نیز به گوش می‌رسید، به‌ویژه آنکه صنایع جدیدی در حال شکل‌گرفتن بود و گروهی نیز به بهره‌برداری از معادن، متمایل شده بودند. در سال ۱۳۴۰ تعدادی از صاحبان صنایع، دولت را زیر فشار قراردادند تا نسبت به تشکیل اتاق صنایع و معادن اقدام کند و برای اینکه گروه فشار تشکیل داده باشند، ابتدا اتحادیه صاحبان صنایع را به وجود آوردند، اما بالاخره در آبان ماه ۱۳۴۱ اتاق صنایع و معادن با عضویت هیئت نمایندگی مرکب از ۳۰ نفر از کارخانه‌داران و معدن‌داران کشور تشکیل شد. قانون تشکیل اتاق صنایع و معادن در ۱۳۴۳ به تصویب مجلس رسید و از همان سال هم فعالیت خود را آغاز کرد. طی این مدت روابط دو اتاق مثبت بود و در اجلاس‌های سالانه اتاق‌های بازرگانی نیز که هر سال در یکی از شهرستان‌ها تشکیل می‌شد صاحبان صنایع و معادن هم حاضر شده و حتی سخنرانی هم می‌کردند.

در بر همین پاشنه می‌چرخید تا این‌که در اسفندماه سال ۱۳۴۸ اتاق بازرگانی صنایع و معادن ایران از ادغام دو اتاق بازرگانی و اتاق صنایع و معادن ایران به وجود آمد به این ترتیب بود که در آغاز دوره دوم، مجموع اعضای اتاق ایران، شعبه تهران به ۷۰۷۰ نفر و در ۲۰ شعبه دیگر به ۱۸۲۵ نفر رسید. در قانون ادغام اتاق‌ها، هیئت نمایندگان اتاق ایران ۷۲ نفر پیش‌بینی شده بود که ۳۵ نفر نماینده

جدیدی تصویب کرد و بلافاصله انتخابات اتاق تهران برگزار شد و گروه قدیمی اتاق مجدداً نفوذ خود را بر هیئت‌مدیره به دست گرفتند و به این ترتیب اتاق به صورت سازمان مستقل بخش خصوصی که در تنظیم سیاست اتاق نقش فعالانه داشت عمل وارد گود شد.

در سال ۱۳۳۴ زمانی که زاهدی از نخست وزیر برگزار شد اتاق وارد روزهای ناخوشایندی شده بود و رژیم سنگ‌های بزرگی پیش پای اتاق بازرگانی می‌انداخت. در چنین شرایطی بود که در اسفندماه ۱۳۳۵ نیک پور رئیس وقت اتاق به نفع متحد خود ابوالحسن صادقی که سال بعد با سکتته قلبی درگذشت کنار رفت.



اولین هیئت‌رئیس اتاق بازرگانی کاشان

و مزوج شده بودند با هیئت ریسه‌ای که غالب اعضایش مشترک بودند ادامه حیات دادند. در این دوران کشور همچنان با جنگ تحمیلی دست‌وپنجه نرم می‌کرد و دولت میرحسین موسوی نیز با سیاست‌های دولتی شدن در بیشتر بخش‌ها به دنبال حفظ قیمت‌ها در بازار و تأمین مایحتاج مردم بود. سیاست‌های نهادگرایانه و توأم با دولتی شدن کشور فرصت زیادی برای حضور فعال بخش خصوصی در فضای اقتصادی کشور را نمی‌داد، اما میرحسین موسوی و اطرافیانش سعی در حفظ رابطه حسنه خود با دولت داشتند و اغلب اعضای اتاق نیز که بازهم از طبقه سنتی بودند از دولت وقت حمایت می‌کردند. خاموشی در این دوره هم ریاست اتاق بازرگانی را برعهده‌گرفته بود و رابطه خوب وی با اتاق‌های بازرگانی چین و اسدالله عسگرآولادی با اتاق بازرگانی شوروی سابق شرایط را برای تأمین برخی از جنگ‌افزارها و یا مایحتاج اساسی مردم در این دوران فراهم می‌کرد.

### اتاق بازرگانی دوم و دولت سازندگی (۱۳۶۹-۱۳۷۳)

دومین انتخابات اتاق بازرگانی در شرایطی با پیروزی دوباره خاموشی، عسگرآولادی و دیگر طبقه سنتی بازار آغاز شد که دو سال پایانی عمر اتاق دوره سوم، همزمان با روی کار آمدن دولت سازندگی و حضور علی‌اکبر هاشمی رفسنجانی در رأس قوه مجریه شد. توجه ویژه دولت سازندگی به واردات و صادرات به قوی‌تر شدن بخش بازرگانی کمک کرد و سنت بازرگانی محور شدن اتاق را بنا نهاد.

اگر علینقی خاموشی در دهه ۶۰ نگذاشت چراغ اتاق خاموش شود و آن را به صورت شعله کوچکی نگه داشت، یحیی آل اسحاق را باید احیاگر اتاق بازرگانی در دهه ۷۰ دانست. او زمانی که وزیر بازرگانی بود، همگام با سیاست توسعه اقتصادی اکبرهاشمی رفسنجانی، به اتاق و مدیران آن، میدان وسیعی داد و آنها را در تصمیم‌گیری‌ها به بازی گرفت.

### دولت هاشمی و اتاق سوم بازرگانی (۱۳۷۳-۱۳۷۷)

اتاق بازرگانی سوم هم همچنان بانام علی‌نقی خاموشی بر

صدر خود شکل گرفت و اگرچه بدنه اتاق کم‌کم با تغییرات جدیدی روبه‌رو شد و افراد نزدیک به دولت وارد اتاق شدند ولی هم چنان سنتی‌ها اتاق را در دست داشتند. با این حال آل اسحاق وزیر بازرگانی دولت هاشمی به بخش خصوصی وفادار بود. بر همین مبنا هم در مراسم افتتاح فروشگاه زنجیره‌ای رفاه که با سرمایه و مدیریت دولت راه‌اندازی شده بود، به نشانه اعتراض حضور نیافت و اکبر هاشمی رفسنجانی به تنهایی این فروشگاه دولتی را افتتاح کرد. آل اسحاق در دوران مدیریتش بارها به اتاق بازرگانی رفت و با مدیران بخش خصوصی طرح تعامل ریخت.

### اتاق چهارم و تحولات سیاسی کشور (۱۳۷۷-۱۳۸۱)

اتاق چهارم با تحولات سیاسی اجتماعی مختلفی در کشور همراه بود؛ و شرایط نامناسب اقتصادی و تورم بالا میزان نارضایتی در جامعه و اقتصاد را افزایش داده بود در چنین شرایطی بود که انتخابات دوره هفتم ریاست جمهوری با پیروزی سید محمد خاتمی برگزار شد هرچند که به‌رغم دولت که در دست اصلاح‌طلبان بود اتاق بازرگانی هم چنان در دست طیف سنتی با ریاست علینقی خاموشی باقی ماند.

### اتاق بازرگانی پنجم اتاق اصلاح‌طلبان (۱۳۸۵-۱۳۸۱)

در سال‌های پایانی دهه ۷۰ با ورود چهره‌هایی مانند محسن صفایی فراهانی و محمدرضا بهزادیان به اتاق بازرگانی گام‌های جدی اصلاح‌طلبان برای ورود به اتاق بازرگانی برداشته شد. گرچه ریاست اتاق بازرگانی همچنان در اختیار علینقی خاموشی قرار داشت.

### اتاق بازرگانی ششم و حضور اصولگرایان (۱۳۸۵-۱۳۸۹)

اتاق بازرگانی ششم در شرایطی آغاز شد که اصولگرایان با تمام قوا قصد تصاحب کرسی‌های اتاق را داشتند و در نهایت بخشی از آن‌ها توانستند به اتاق راه پیدا کنند، اما رئیس اتاق مانند دوره‌های قبل بازهم از طبقه سنتی و یا همان نام تکراری علینقی خاموشی انتخاب شد؛

اما اتاق بازرگانی تهران که در این دوره مستقل از اتاق ایران فعالیت می‌کرد به اصلاح‌طلبان رسید تا محمدرضا بهزادیان رئیس اتاق بازرگانی شود. پیروزی محمود احمدی‌نژاد در انتخابات سال ۸۴ و رابطه نه‌چندان مطلوب وی در این دوره با اعضای اتاق باعث انفعال اتاق و بخش خصوصی شد. بر همین مبنا هم بود که در نهایت دامنه اختلافات دولت با برخی از اصلاح‌طلبان مانند بهزادیان باعث شد که عمر ریاست وی بر اتاق بازرگانی تنها دو سال دوام بیاورد و یحیی آل اسحاق سکان اتاق بازرگانی تهران را به دست بگیرد.

### دوره هفتم اتاق و تکیه نهادوندیان بر صندلی ریاست

#### اتاق

(۱۳۹۳-۱۳۸۹)

هشتمین دوره اتاق بازرگانی در شرایطی آغاز شد که نامی جدید بر صندلی ریاست اتاق بازرگانی نشست. محمد نهادوندیان اقتصاددان لیبرال که سابقه معاونت وزارت بازرگانی و شورای عالی امنیت ملی را در کارنامه دارد به‌جای خاموشی رئیس اتاق بازرگانی شد. نهادوندیان که رابطه خوبی با دولت احمدی‌نژاد نداشت از منتقدین سرسخت عدم اجرای قانون بهبود محیط کسب‌وکار بود زیرا دولت احمدی‌نژاد از بخش خصوصی هیچ حمایتی نمی‌کرد و شرایط اقتصادی و بخش خصوصی کشور روزبه‌روز وخیم‌تر می‌شد. برگزاری جلسات شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی هم در این دوره به تصویب مجلس رسید تا شاید رابطه دولت و بخش خصوصی در جاده بهتر شدن قرار گیرد.

در نهایت با تغییر دولت احمدی‌نژاد روی کار آمدن دولت روحانی نهادوندیان راهی دولت شد و غلامحسین شافعی تحت حمایت وی ریاست اتاق بازرگانی را بر عهده گرفت. و اینک در هشتمین دور از انتخابات اتاق بازرگانی برای شکل‌گیری نهمین اتاق بازرگانی ایران گروه‌هایی مرکب از طیف سنتی و اصلاح‌طلب خود را برای رقابت‌های انتخاباتی اتاق بازرگانی در سراسر کشور آماده کرده‌اند تا برگی دیگر را به تاریخ ۱۴۰۰ ساله این اتاق اضافه کنند برگی که با توجه به خسارات ناشی از دولت‌های گذشته محمود احمدی‌نژاد و شرایط کنونی ایران اهمیتش دوچندان شده است. ■

هجدهمین روز اسفند ماه امسال برای اهالی صنعت و تجارت ایران روز ویژه ای است، روزی که سرنوشت پارلمان بخش خصوصی ایران به نوعی تعیین خواهد شد و مشخص می شود که کدام طیف از اهالی صنعت و اقتصاد قرار است اتاق بازرگانی ایران را برای چهار سال مدیریت کنند. طیف سنتی، مدرن یا تلفیقی از هر دو؟

امسال اما انتخابات اتاق بازرگانی به نظر می رسد روندی تازه و جدید را تجربه می کند هم ائتلاف ها گسترده تر شده اند و هم گرایش های مختلف برای شرکت در این انتخابات اعلام آمادگی کرده اند این گونه است که تحلیل ها و اظهار نظر ها هم در برابر انتخابات اتاق بازرگانی نسبت به دوره های پیش متفاوت شده است. آن طور که از بررسی شرایط برمی آید پنج گروه اصلی: مجمع فعالان توسعه اقتصاد ایران، ائتلاف برای فردا، خواستاران تحول، کارآفرینان توسعه گرا و پیشگامان وفاق اقتصاد کشور برای ورود به رقابت های انتخابات اتاق بازرگانی مهیا شده اند.

که از این پنج ائتلاف دو گروه منتسب به طیف سنتی و اصولگرا و سه طیف دیگر اصلاح طلب، نوگرا و معتدل هستند.

## پارلمان بخش خصوصی درانتظار انتخاب

The image shows a hand pointing to a document on a desk. The document is a form with a grid and text, likely a ballot or official form. The text on the form includes "اتاق بازرگانی ایران" (Iran Chamber of Commerce) and "بخش خصوصی" (Private Sector). The grid contains numbers and letters, possibly representing a voting system. The form is placed on a desk with a black leather folder and a pen nearby.

### مجمع فعالان توسعه اقتصاد ایران سابقه‌داران اتاق

این گروه در دوره هفتم اتاق بیشترین کرسی را در اتاق داشتند و طیف سنتی اتاق بازرگانی را در برمی‌گیرند. رئیس آن‌ها علاءالدین میرمحمدصادقی و دبیر کل آن نیز مسعود دانشمند است. این ائتلاف که به ائتلاف بزرگ مشهورند طیف وسیعی از کاندیداها را در بر می‌گیرند. این ائتلاف در واقع کسانی را شامل می‌شود که از ابتدای پیروزی انقلاب در اتاق حضور داشته‌اند و مدیریت اتاق را تا سال ۱۳۸۲ به‌طور مطلق در دست داشتند.

آن طور که در معرفی این طیف در سایت‌ها و خبرگزاری‌ها آمده است سبک مدیریتی این گروه، بیشتر مدیریت رایج در بازار است، یعنی ماندگاری طولانی‌مدت در راس یک مجموعه و انتخاب همکاران و مدیران پایین‌دست خود، بر مبنای نزدیکی‌های خانوادگی یا آشنایی‌های دیرینه.

اعضای مجمع فعالان توسعه اقتصاد ایران از سال ۵۷ تا ۶۸ نقش بسیار مهمی را در حفظ اتاق از جریان‌های تند موجود در جامعه ایفا کردند و به نوعی تثبیت اتاق بر عهده این افراد بود اگرچه نوع و سبک مدیریتی ایشان به مرور مشکل آفرین شد و عدم توجه به نیروی جوان آن‌ها را از تاثیرگذاری گذشته عقب راند. تاکنون معمولاً روسای اتاق بازرگانی از این مجمع انتخاب شده‌اند و از آنجا که افراد این مجمع ارتباط مناسبی با حاکمیت دارند تاثیرگذاری آن‌ها در پارلمان بخش خصوصی بیشتر از سایر گروه‌ها بوده است.

از افراد شاخص و چهره‌های مطرح در این ائتلاف می‌توان به علاءالدین میرمحمدصادقی، یحیی آل اسحاق، محمد مهدی راسخ، محمدرضا نجفی‌منش، احمد پور فلاح، محمدرضا بهرامن، علینقی خاموشی، احمد کریمی اصفهانی و... اشاره کرد.

اگرچه با بررسی آمار انتخابات در دوره‌های گذشته به نظر می‌رسد پایگاه رای این گروه بیشتر در میان بازاریان، اعضای قدیمی اتاق، تشکل‌های معدنی و اتاق‌های مشترک باشد اما به‌رغم تمایلات راستگرایانه‌ای که دارند به گونه‌ای رفتار می‌کنند که می‌توانند از همه طیف‌های اتاق بازرگانی رای جمع کنند. بر اساس گفته میرمحمدصادقی در زمان تشکیل این مجمع در سال ۷۹ «این مجمع بدون توجه به خط و خطوط سیاسی محل استماع تمامی تولید کنندگان، صادرکنندگان و بازرگانان سراسر کشور خواهد بود. این مجمع با استفاده از پتانسیل‌های اقتصادی و ارائه طرح‌ها و نظریات خود تعامل لازم را با تمامی نهادهای موثر دار زمینه تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی خواهد داشت.» این اما در حالی است که گاه اظهارات جنجالی این تشکل را به حاشیه می‌برد. مثلاً چندی پیش علینقی خاموشی در نشست مجمع فعالان توسعه انتقادهای تندری را نسبت به هیات رئیسه فعلی اتاق ایران مطرح کرده و گفته بود «نباید افراد جوان وارد اتاق شوند و اتاق جای کسانی است که عصا دست‌شان است».

### «ائتلاف برای فردا» ائتلافی معتدل و نوپا

ائتلاف برای فردا اما گروهی است که به تازگی و در دی ماه سال جاری اعلام حضور کرده است این گروه که چهره مطرح آن را پدram سلطانی است مشی میانه‌روی و عملگرایی در اتاق را محور فعالیت‌های خود قرار داده‌اند. برخی از آنان در انتخابات قبلی در طیف میانه‌رو و دوگروه تحول‌خواهان و فعالان توسعه قرار داشته‌اند و برخی دیگر، از مسولان تشکل‌های بازرگانی و تولیدی هستند. این گروه در نخستین بیانیه تحلیلی خود که منتشر کرد ضمن اشاره به تاریخ اتاق بازرگانی در ایران و جهان مأموریت‌های اتاق بازرگانی و نقاط قوت و ضعف آن در ادوار گذشته را کالبدشکافی و شناسایی و اعلام کرد که: «نیاز فردای اقتصاد کشور بخش خصوصی توانمند است و نیاز بخش خصوصی توانمند اتاق کارآمد پس‌پیش به سوی ساختن اتاقی توانمند».

برخی چهره‌های مطرح این ائتلاف که عملگرایی را مبنای فعالیت‌های خود قرار داده‌اند عبارتند از: پدram سلطانی، مسعود خوانساری، مهدی جهانگیری، سیده فاطمه مقیمی، علی شمس اردکانی، مهدی معصومی، محمدرضا انصاری، محمد امیرزاده، کاوه زرگان و... این ائتلاف یکی دوهفته قبل، گردهمایی بزرگ خود را در هتل پارسیان آزادی برگزار کرد که با حضور و استقبال گسترده تشکل‌های بخش خصوصی نیز همراه شد. در این گردهمایی که چهره‌های شاخص ائتلاف برای فردا سخنرانی و برخی از نمایندگان تشکل‌های بخش خصوصی کاندیداهای مورد حمایت خود را معرفی کردند، چهره‌های معدنی شاخصی نیز حضور داشتند که برخی از آنها مدت‌ها بود در مجامع عمومی کمتر به چشم می‌خوردند. از جمله این چهره‌ها می‌توان به محمد مسعود سمیعی نژاد اشاره کرد که تا همین چند سال پیش معاون معدنی وزارت صنعت، معدن و تجارت و رئیس ایمیدرو بود. آخرین سمت سمیعی نژاد در حوزه معدن و صنایع معدنی نیز مدیرعاملی شرکت فولاد مبارکه، بزرگترین فولادساز ایران بود. وی در حال حاضر مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری پارسیان بوده که متعلق به بانک پارسیان است.

این چنین است که به‌نظر می‌رسد «ائتلاف برای فردا» بتواند آن‌دسته از اعضای اتاق را که گفتمان و شیوه عمل دوگروه موجود را نمی‌پسندیدند و همچنین اعضا و تشکل‌های جوان‌تر و جدیدتر اتاق را به‌سوی خود جذب کند.

### تحول خواهان چه می‌گویند؟

تحول خواهان اما طیفی از فعالان اتاق هستند که بعضاً گرایش‌های اصلاح‌طلبانه دارند و خواستار تغییر در برخی سیاست‌های اجرایی و شیوه اداره اتاق هستند. تحول خواهان اقلیت قدرتمندی در اتاق بوده‌اند که در انتخابات سال ۱۳۸۱ از ترکیب سه‌فهرست انتخاباتی نزدیک به هم شکل گرفت و از دوره





از دیگر اعضای این ائتلاف هستند.

### پیشگامان وفاق اقتصاد کشور با سرلیستی عسگر اولادی

این ائتلاف هم یکی از گروه‌های اصلی شرکت کننده در انتخابات اتاق بازرگانی است که به عنوان آخرین ائتلاف برای شرکت در انتخابات اتاق بازرگانی ایران اعلام حضور کرد. اسدالله عسگر اولادی که در دوره پیشین با نام ائتلاف پیشگامان توسعه وارد کارزار انتخاباتی شده بود از جمله لیبرهای اصلی این گروه است که در کنار مجید رضا حریری به انتخابات دور هشتم پای گذاشته است. این درحالی است که نام محمد مهدی رییس زاده، مرتضی حاجی بابا و ابوالحسن خلیلی دبیرکل اسبق کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران) نیز در فهرست نامزدهای پیشگامان وفاق اقتصاد کشور به چشم می‌خورد.

به باور اعضای این ائتلاف اتاق اولین محلی خواهد بود که اعضای آن برای بیان و رفع مشکلات باید به آن مراجعه کنند ضمن این که اعضای اتاق اولین عکس‌العمل‌ها در خصوص قوانین و ضابطه‌های کسب و کار را باید دریافت کنند. به باور اعضای این ائتلاف اگر اتاق در دست آن‌ها قرار بگیرد در سال ۷۹ اتاقی پویا در زمینه تجارت خارجی خواهیم داشت که تسهیل ارتباط بین اعضا و هیئت‌های خارجی به صورت سیستماتیک و اجرایی پیاده‌سازی شده است. حریری عضو این ائتلاف در بایبان این که مامی خواهیم تغییر اصولی در ساختار اتاق ایجاد کنیم گفته است: اتاق احتیاج به خانه تکانی اساسی در ساختار خود دارد. حتماً اعضا باید موثرترین و محترم‌ترین‌ها در اتاق باشند و هیئت نمایندگان به عنوان نماینده رسمی اعضا باید حرف اول را در اتاق بزنند.

### ائتلاف فراگیر ایرانی آباد

منهای این پنج ائتلاف اصلی ائتلاف دیگری نیز در بین شرکت کنندگان به چشم می‌خورد به نام: ائتلاف فراگیر ایرانی آباد این ائتلاف که از دیگر گروه‌های اصلی شرکت کننده در هشتمین انتخابات اتاق بازرگانی است به نظر می‌رسد طیف اصولگرایان سیاسی را نمایندگی کند. پانزدهمین روز از بهمن ماه امسال اعلام حضور کرد.

طبق بیانیه‌ای که این ائتلاف برای حضور خود در انتخابات داده است اعلام کرده که این ائتلاف توانمند و فراگیر قرار است با تجمع دانش، تخصص و تجربه به دنبال هدایت آینده‌ای روشن و شفاف برای سال‌های پر نشاط اقتصاد آینده کشور است. نقشه راه ائتلاف فراگیر ایرانی آباد به دنبال خلق فرصت‌های تازه و تولید ثروت عمومی در افق ایران ۴۰۴۱ است.

محسن حاجی برزگر سخنگوی این ائتلاف گفته است نخستین کار اتاق باید مدیریت نقدینگی بخش خصوصی باشد. به گفته وی نادیده گرفتن ساختارها می‌تواند بستر مناسبی برای فساد در جامعه ایجاد کند. ■

پنجم اتاق یعنی سال ۱۳۸۲ وارد اتاق شده و توانستند برای قریب به سه سال، مدیریت اتاق تهران را برعهده بگیرند. هر چند که نمایندگان این گروه در اواخر دوره پنجم همزمان با تغییر دولت وقت از مدیریت اتاق کنار گذاشته شدند.

محمدرضا بهزادیان رئیس اسبق اتاق بازرگانی تهران که در جریان لابی‌تعدادی از اعضای هیئت نمایندگان دوره پنجم اتاق بازرگانی تهران و وزارت بازرگانی دولت نهم، استیضاح و از ریاست اتاق تهران کنار گذاشته شده بود، شاخص‌ترین عضو گروه خواستاران تحول است. او اولین رئیس اتاق بازرگانی تهران پس از شکست سنتی‌ها و پایان ریاست ۲۷ ساله علینقی خاموشی بر اتاق بازرگانی تهران است.

آن طور که تحول خواهان در بیانیه خود آورده‌اند: انجمن با درک شرایط اقتصادی کشور و جایگاه بخش خصوصی در فرایند تحولات جاری و نقش تأثیرگذار اتاق‌های بازرگانی در تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری‌ها، یکی از خطوط سیاست‌های کلی خود را معطوف به حضور موثر در انتخابات اتاق بازرگانی قرار داده است.

پایگاه رای این گروه در میان ناراضیان از عملکرد گروه محافظه‌کار اتاق است و وابستگی این گروه به آرای سیال و متکی به اشخاص درون گروه زیاد است. نام انتخاباتی این گروه در دو انتخابات قبل «خواستاران تحول در اتاق بازرگانی» بود و در این دوره با قالب «انجمن مدیران و متخصصان صنعتی و اقتصادی» و تحت همان عنوان قبلی پا به عرصه رقابت‌ها نهاده‌اند. اتاق تهران در چهار دوره نخست، یعنی تا سال ۱۳۸۱ تک‌قطبی و در تسلط گروه محافظه‌کاران اتاق بود اما در سه دوره اخیر، با ورود تحول خواهان به رقابت‌های انتخاباتی، اتاق از تکی‌قطبی خارج و دوقطبی شد.

### کارآفرینان توسعه‌گرا با محوریت مدیران فعال

کارآفرینان توسعه‌گرا که از مدیران فعال در حوزه احداث و عمران تشکیل شده مانند ائتلاف برای فردا دی ماه سال جاری اعلام حضور کرد. سیدمحمد صدرهاشمی نژاد، کاظم سماک و حسین سلطانی نیا از اعضای اصلی این گروه هستند.

آن طور که حسین سلطانی نیا اظهار کرده است در منشور کارآفرینان توسعه‌گرا هدف تحقق توسعه اقتصادی با محوریت بخش خصوصی و در راستای تأمین منافع ملی است. به گفته سلطانی نیا تبیین و ترویج اقتصاد رقابتی، بحث و توسعه فرهنگ کارآفرینی ایجاد فضای امن برای بخش خصوصی، ترویج و تشویق بخش خصوصی برای ایفای نقش هرچه بیشتر در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی و تبیین و ترویج مبانی اقتصاد بازار از مهم‌ترین اهداف منشور کارآفرینان توسعه‌گراست. محمد علی مروج، عوض محمد پارسا، نادر عطایی و شبنم بهرامی



اصلی ترین هدف گذاری های ائتلاف برای فردا؛

## استحکام اتحاد، اخلاق و دانش در بخش خصوصی

میان آورد و برای اخذ نتیجه محتوم صف آرای می کند.»

در همان روزهای آغازین فعالیت ائتلاف برای فردا، پدرام سلطانی به عنوان یکی از اعضای این ائتلاف، با اشاره به اینکه امروز بیش از هر زمان دیگری اقتصاد ایران نیازمند اخلاق مداری است، اعلام کرد: «اقتصاد ایران شرایط خاصی دارد که لازم است بخش خصوصی در کنار دولت حرکت بالفعل خود را حفظ کند. با توجه به کاهش قیمت نفت و همچنین شرایطی که اقتصاد و صحنه سیاسی کشور دوران سختی را سپری می کند، بخش خصوصی باید در کنار دولت به عبور از این شرایط کمک کند. هم اکنون باید اقتصاد کشور بر شانه های مدیران توانمند باشد، نه بر روی قیمت نفت؛ بنابراین لازم است که بیش از هر زمان دیگری به مبانی اخلاقی در اقتصاد توجه شود تا بتوان موجبات کاهش فساد و رانت را فراهم کرد.»

ائتلاف برای فردا طی بیانیه دیگری که آن را «سند شماره یک، اتاق بازرگانی؛ دیروز، امروز، فردا» نامیده بود، برای اتاق فردا، ۱۲ ویژگی روشن را تدوین و تعریف کرده بود. در این سند ویژگی های یک اتاق بازرگانی توانمند، اثرگذار و کارآمد اینگونه توصیف شده بود: اتاق فردا اتاقی است که:

۱. آینده نگر باشد و برای بهره گیری از فرصت های فردا، در بخش خصوصی جنب و جوش ایجاد کند.
۲. اعضایش را مهم ترین سرمایه خود بداند و با استفاده از همه ابزارها از قبیل آموزش، اطلاع رسانی، شبکه سازی تجاری و ارائه مشاوره موجب رشد و توسعه مستمر ایشان شود.
۳. به جهانی شدن اقتصاد ایران اهتمام بورزد و پیوندهای بین المللی اعضای خود را از طریق تعامل مداوم با اتاق های سایر کشورها، تقویت کند.

پدرام سلطانی، خوانساری، مقیمی، پور قاضی و لاهوتی از چهره های سرشناس آن محسوب می شوند. تحول خواهان هم یکی دیگر از ائتلاف های فعال برای انتخابات اتاق بازرگانی است که چهره های سرشناسی مانند بهزادیان، عدالتیان، سید حمید حسینی، دانشور و وطن پرور در آن جای گرفته اند. در نهایت بنیان مدیران کار آفرین، به عنوان ششمین گروه با حضور افرادی مانند صدرهاشمی، سماک، شبنم بهرامی و سلطانی نیا در این دوره از انتخابات اتاق حضور پیدا کرده اند.

ائتلاف برای فردا که دکتر پدرام سلطانی، نایب رییس کنونی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی در راس آن قرار دارد، متشکل از برخی فعالان اقتصادی در بخش خصوصی است. در اولین بیانیه «ائتلاف برای فردا» آمده است: «ائتلاف برای فردا، با اعتقاد به اینکه ظرفیت اتاق و تشکل های اقتصادی بسیار بالاتر از آن است که به فعل درآمده و به کارگیری بهینه ظرفیت های نهفته اتاق، یک گزینه اجتناب ناپذیر در شرایط کنونی است، برای انجام این مأموریت به تصمیم رسیده است. از همه اعضای اتاق دعوت می کنیم تا با مذاقه در عملکرد و ویژگی های نامزد های این دوره و با مقایسه اندیشه ها، رفتارها و برنامه گروه های مختلف در انتخابات این دوره مشارکت فعال تری داشته باشند.»

در بخش دیگری از این بیانیه آمده بود: «بخش خصوصی که همواره چشم به حمایت دولت دوخته بود، اکنون نیازمند تکیه به توان خود است و شناخت و استفاده از ظرفیت درون زای خود، بخش خصوصی امروز باید هوشمندانه تر، پخته تر، جدی تر و جامع تر از گذشته تصمیم گیری و حرکت کند. امروز نه مدیریت واپس نگر پاسخگوست و نه نقد بی عمل، بخش خصوصی باید گلچینی از نخبگان خود را به

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران - تهران و شهرستان ها - پس از چهار سال، دوباره عرصه رقابتی تنگاتنگ میان صاحبان بخش خصوصی است. در طول چهار سال گذشته اگر چه پارلمان بخش خصوصی حرکت های اثربخش و کار سازی برای بهبود شرایط فعالیت این بخش شکل داد، اما قطعا نقدهایی هم به عملکرد این تشکل ظرف چهار سال گذشته وارد است که به نظر می رسد رفع این نقاط ضعف به عنوان برنامه ها و اهداف در هدف گذاری گروه های کاندید شده برای انتخابات هشتمین دوره هیات نمایندگان اتاق های بازرگانی تهران و شهرستان ها مدنظر قرار گرفته است.

پیش بینی ها حاکی از آن است که فعالین بخش خصوصی امسال حضوری پر رنگ تر و پر شور تر در انتخابات اتاق خواهند داشت، هر چند مساله مهم در این رقابت ها این است که چه کسانی قادرند جایگاه بخش خصوصی و اتاق را ارتقا دهند و در جهت توانمندسازی بخش خصوصی و تشکل های اقتصادی گام بردارند؟

به هر حال در هشتمین دوره انتخابات اتاق های بازرگانی سراسر کشور تاکنون شش گروه اعلام موجودیت کرده و برنامه های خود را منتشر کرده اند:

گروه اول، مجمع فعالان توسعه هستند که علامیر محمد صادقی، پورفلاح و بهرامن از چهره های سرشناس آن محسوب می شوند. دومین گروه خانه اقتصاد ایران است که جمیلی، دانشمند، آقاپور، شریعتی و تاج الدین از اصلی ترین فعالان آن هستند.

پیشگامان هم سومین گروهی هستند که فعالیت های خود را برای انتخابات اتاق آغاز کرده اند و افراد شناخته شده ای مانند عسگر اولادی، حریری و مستوفی را در خود جای داده است. گروه چهارم، ائتلاف برای فردا است که

- ۱- آینده نگر باشد و برای بهره گیری از فرصت های فردا، در بخش خصوصی جنب و جوش ایجاد کند.
- ۲- اعضایش را مهم ترین سرمایه خود بداند و با استفاده از همه ابزارها از قبیل آموزش، اطلاع رسانی، شبکه سازی تجاری و ارائه مشاوره موجب رشد و توسعه مستمر ایشان شود.
- ۳- به جهانی شدن اقتصاد ایران اهتمام بورزد و پیوندهای بین المللی اعضای خود را از طریق تعامل مداوم با اتاق های سایر کشورها، تقویت کند.
- ۴- از تقویت شرکت های خصوصی بهره وری بالا و تبدیل آن ها به باز یکرانی با قدرت رقابت در سطح جهان حمایت موثر کند.

## کلیدی های ائتلاف

آورده شده بود: «با توجه به اینکه زمان به هر روی می گذرد اما فرق این است بین اینکه او بر ما مسلط شود یا ما بر او چیره شویم و این دومی یک عزم جدی تر از آنچه تاکنون بوده نیاز دارد. هم درایت و تجربه بزرگان را نیاز دارد هم انرژی و دانش جوانان و بی شک گستره مشارکت بیشتری از حوزه های مختلف اقتصادی را می طلبد و ورود و حضور کسانی که در فعالیت های اقتصادی خود و در مدیریت های تشکیلی و اجتماعی موفق بوده اند و ملی نگریسته اند و منشاء اثر بوده اند. «ائتلاف برای فردا» با اعتقاد به اینکه ظرفیت اتاق و تشکل های اقتصادی بسیار بالاتر از آنی است که به فعل در آمده است و بکارگیری بهینه ظرفیت های نهفته اتاق یک گزینه اجتناب ناپذیر در شرایط کنونی است برای انجام این مأموریت به تصمیم رسیده است.»

در ادامه بیانیه ائتلاف اینگونه عنوان شده بود: «ما با تکریم تمامی بزرگان و افرادی که در ادوار گذشته در اتاق حضور داشتند و تلاش نمودند و با تقدیر از اقداماتشان که منجر به نتایج خوبی شده است، دفتر تاریخ بخش خصوصی را برای نگاشتن فردای مطلوب ورق خواهیم زد. میدانیم که چهار سال پیش رو سال های پرچالشی خواهند بود و نیازمند کار و تلاش حاصل از تجربه و تدبیرند. پس سرمایه های انسانی دیروز، امروز و فردای بخش خصوصی را در یک جا کنار هم گرد آورده ایم تا سکاندار عبور پیروزمندان از این دریای طوفانی باشند. ما با توکل به پروردگار، احترام به ارزش ها، پاسداشت اخلاق، دانش روز مدیریت و تکیه به سرمایه اجتماعی بخش خصوصی و با عملگرایی به دور از افراط و تفریط آمده ایم.»

در پایان این بیانیه از همه اعضای اتاق دعوت شده بود تا با مذاقه در عملکرد و ویژگی های نامزدهای این دوره و با مقایسه اندیشه ها، رفتارها و برنامه های گروه های مختلف،

چنین فردایی باشد، عزم خود را جزم کنند و همراه و همصدا در مسیر فرادگام بردارند.»

به فاصله کوتاهی از صدور اولین بیانیه «ائتلاف برای فردا» در اولین هفته بهمن ماه، به طور رسمی حضور خود را در انتخابات اعلام و دومین بیانیه خود را منتشر کرد.

در این بیانیه آمده بود: «اقتصاد کشور پس از چند سال پرچالش که حاصل آن فشارهای مضاعف و همه جانبه به بخش خصوصی کشور بود، در برهه ای قرار گرفته است که نه در سطح کلان ظرفیت پذیرش خطا دارد و نه در سطح خرد تاب پیامدهای چنین خطاهایی را می آورد.

امروز بخش خصوصی کشور در حالی منتظر گشایش هایی در روابط بین الملل و بهره گیری از هم افزایی اقتصاد جهانیست که کاهش چشمگیر قیمت نفت، دولت را برای عبور از این گردنه بیشتر نیازمند بخش خصوصی ساخته است. لذا دولت و بخش خصوصی با فهم نگرانی ها، به هم امید متقابل بسته اند و خطای هر کدام موجب لطمه به دیگری می شود.»

در بخش دیگری از این بیانیه عنوان شده بود: «بخش خصوصی که همواره چشم به حمایت دولت دوخته بود، اکنون نیازمند تکیه به توان خود است و شناخت و استفاده از ظرفیت درون زای خود. بخش خصوصی امروز باید هوشمندانه تر، پخته تر، جدی تر و جامع تر از گذشته تصمیم گیری و حرکت نماید. امروز نه مدیریت واپس نگر یا سبکسوست و نه نقد بی عمل، بخش خصوصی باید گلچینی از نخبگان خود را به میان آورد و برای اخذ نتیجه محتوم صف آرای کند. «ائتلاف برای فردا» با فهم این شرایط و درک این نیاز بر خاسته است.»

در بخش دیگری از بیانیه این ائتلاف از تسلط بر زمان و ایجاد یک عزم جدی در بخش خصوصی سخن به میان

۴. از تقویت شرکت های ایرانی با بهره روی بالا و تبدیل آنها به بازیگرانی با قدرت رقابت در سطح جهان حمایت موثر کند.

۵. کانون اندیشه و بازتاب دهنده صدای قاطبه بخش خصوصی باشد و برای حل مشکلات محیط کسب و کار راهکارهای خلاقانه ارائه کند.

۶. پیشگام مطالبه سلامت اداری در کشور باشد و برای تحقق آن با جدیت تلاش کند.

۷. کار آفرینان جوان را به عنوان رهبران فردای اقتصاد کشور به رسمیت بشناسد و برای پرورش و مهارتمندی آنها برنامه داشته باشد.

۸. زمینه ساز توسعه حوزه های نوین کسب و کار و فعالیت های اقتصادی در کشور باشد.

۹. با همکاری نخبگان اقتصادی بخش خصوصی و بهره گیری از برجسته ترین کارشناسان اقتصاد و مدیریت، بالاترین مرجع مشورتی مورد اعتماد سه قوه در تصمیم سازی اقتصادی کشور باشد.

۱۰. با احترام به همه گرایش های سیاسی، استقلال خود را از جریانات سیاسی حفظ کند.

۱۱. پیگیر امنیت سرمایه گذاری و زمینه ساز رقابت در اقتصاد کشور باشد.

۱۲. به مسوولیت های اجتماعی خود آگاه و پایبند باشد و به ترویج این مهم در میان اعضای خود بپردازد.

در پایان این بیانیه آمده بود: «ما با این چشم انداز به فردای مطلوب بخش خصوصی و اقتصاد کشور می نگریم و معتقدیم که تحول در اتاق و توسعه در اقتصاد در گرو ائتلاف برای فرداست. پس همه اعضای اتاق و فعالان اقتصادی را دعوت می کنیم تا برای ساختن فردایی بهتر برای بخش خصوصی و اتاقی که سکاندار حرکت به سوی

۵- کانون اندیشه و بازتاب دهنده صدای قاطبه بخش خصوصی باشد و برای حل مشکلات محیط کسب و کار راهکارهای خلاقانه ارائه کند. ۶- پیشگام مطالبه سلامت اداری در کشور باشد و برای تحقق آن با جدیت تلاش کند. ۷- کار آفرینان جوان را به عنوان رهبران فردای اقتصاد کشور به رسمیت بشناسد و برای پرورش و مهارتمندی آنها برنامه داشته باشد. ۸- زمینه ساز توسعه حوزه های نوین کسب و کار و فعالیت های اقتصادی در کشور باشد.

انتخاب

برای

فردا



بیانیه

امروز نه مدیریت شویم و این نوبت

یک

وایس

عزم جدی تر

تکر

درجه از اهمیت است.

۳. در برنامه‌های تبلیغاتی و انتخاباتی، تخریب رقبا و سایر نامزدها و گروه‌ها خط قرمز اخلاقی ما خواهد بود. لذا به جای نفی دیگران بر تبیین نظرات و برنامه‌های خود متمرکز خواهیم بود.

۴. از تجسس در احوال شخصی سایر نامزدها خودداری و آنرا تقبیح می‌کنیم. هرگونه تلاش برای حذف رقبا از طریق پرونده سازی را ناپسند می‌شماریم.

۵. در تبلیغات برای خود و گروه منتسب به خود، ضوابط مربوطه را رعایت می‌کنیم و محترم می‌شماریم.

۶. در مصاحبه‌ها و مناظره‌های عمومی و مطبوعاتی در چارچوب ادب و احترام و با پرهیز از سیاه‌نمایی عملکرد مدیران پیشین اتاق، نقدهایمان را نسبت به اتاق و رقبایمان مطرح می‌کنیم.

۷. در صورت عدول هریک از نامزدهای ائتلاف و همکاران اجرایی ستاد انتخاباتی از اصول این منشور، فوراً تذکرات لازم را به ایشان می‌دهیم و در اصلاح خطای انجام شده مشتری‌گام می‌کنیم.

در پایان، "ائتلاف برای فردا" از همه نامزدها و گروه‌های فعال در انتخابات اتاق دعوت می‌نماید که با اعلام پایبندی و التزام به اصول اخلاقی فوق‌الذکر، زمینه را برای برگزاری انتخاباتی سالم و در شأن بخش خصوصی کشور فراهم آورند. ■

اقتضا می‌کند که رشد و بلوغ بخش خصوصی در همه شئون مربوطه مشهود باشد. در این میان در نظر گرفتن برخی اصول و رویکردهای حرفه‌ای و مبتنی بر اخلاق، در جریان رقابت‌های انتخاباتی می‌تواند نشانه‌ای دال بر همین رشد و بلوغ باشد.

کشور ما به عنوان جامعه‌ای متشکل از مردمی اخلاق مدار، دارای سابقه‌ای روشن و شفاف در رعایت اصول اخلاقی است. از این رو بر کلیه کسانی که پای در عرصه کسب و کار می‌گذارند، فرض است که پاسدار این دسته از ارزش‌ها باشند. لذا نامزدهای "ائتلاف برای فردا" با امید به اینکه بلوغ بخش خصوصی با حفظ ارزشهای اخلاقی در این انتخابات به نمایش گذاشته شود، منشور اخلاقی انتخابات اتاق را به شرح زیر منتشر می‌کند:

ما، نامزدهای "ائتلاف برای فردا" در آستانه انتخابات دوره هشتم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران وظیفه خود می‌دانیم که برای حفظ و ارتقاء کردار نیک و عمل به وظیفه انسانی و دینی خود در ترویج اخلاق حسنه، پایبندی خود و فعالان و وابستگان به ستادهای انتخاباتی‌مان را به اصول زیر اعلام و تعهد کنیم:

۱. در معرفی خود، پیشینه تحصیلی و حرفه‌ای خود با صداقت و بدون مبالغه عمل خواهیم کرد.

۲. در اعلام وعده‌ها و برنامه‌های انتخاباتی ائتلاف اغراق نخواهیم کرد و عملی بودن برنامه‌ها برای ما دارای بالاترین

در انتخابات این دوره مشارکت فعالانه تری داشته باشند. چراکه نیاز فردای اقتصاد کشور، بخش خصوصی توانمند است و نیاز بخش خصوصی توانمند اتاق کارآمد.»

ائتلاف برای فردا، در آستانه هشتمین دوره انتخابات اتاق بازرگانی و در همه‌آرام گروه‌های مختلف برای معرفی دیدگاه‌ها و اهداف خود، منشور اخلاقی انتخابات را در هفت بند منتشر کرد. در این منشور اخلاقی بیش از هر چیز بر تعهدات نامزدهای این گروه به اصول اخلاقی تاکید و از همه نامزدها و گروه‌های فعال در انتخابات اتاق دعوت شده بود تا با اعلام پایبندی و التزام به اصول اخلاقی، زمینه را برای برگزاری انتخاباتی سالم و در شأن بخش خصوصی فراهم آورند.

پرهیز از مبالغه در اعلام پیشینه تحصیلی و حرفه‌ای و عدم اغراق در اعلام برنامه‌های انتخاباتی در این بیانیه مورد تاکید قرار گرفته است. همچنین اعضای ائتلاف برای فردا خط قرمز خود را تخریب رقبا و تجسس در احوال شخصی نامزدها اعلام کرده‌اند. در این منشور اخلاقی پرونده سازی برای رقبای ناپسند انگاشته شده است.

متن کامل منشور اخلاقی "ائتلاف برای فردا" در انتخابات اتاق تهران به این شرح است:

هجدهم اسفندماه سال جاری، هشتمین دوره انتخاباتی است که برای برگزیدن نمایندگان پارلمان بخش خصوصی برگزار خواهد شد. روند بالنده نقش و جایگاه اتاق، این‌گونه

- ۹- با همکاری نخبگان اقتصادی بخش خصوصی و بهره‌گیری از برجسته‌ترین کارشناسان اقتصاد و مدیریت، بالاترین مرجع مشورتی مورد اعتماد سه قوه در تصمیم‌سازی اقتصادی کشور باشد.
- ۱۰- با احترام به همه گرایش‌های سیاسی، استقلال خود را از جریان‌ات سیاسی حفظ کند.
- ۱۱- بکب امنیت سرمایه‌گذاری و زمینه ساز رقابت در اقتصاد کشور باشد.
- ۱۲- مسئولیت‌های اجتماعی خود آگاه و پایبند باشد و به ترویج این مهم در میان اعضای خود بپردازد.

# مروری بر الزامات لابی‌گری تشکل‌ها

ترجمه: سیدحسین محمدی



آن پرداخت. در حالی که انگیزه‌های لابی‌گری بسیار گسترده هستند، در تحلیل نهایی، گروه‌ها با دولت لابی می‌کنند زیرا دولت می‌تواند خواسته‌ی آنها را برآورده کند. یکی از مهم‌ترین رسالت‌های لابی‌گری تغییر سیاست‌ها است. اصلاح سیاست‌ها اغلب نیازمند عمل تعداد زیادی از نقش‌آفرینان است که همه‌ی آنها ممکن است سهمی در سیاست‌ها داشته باشند در صورت لزوم اصلاح قوانین، قانون‌گذار یا مجری آن نیازمند حمایت است - در اینجاست که گروه‌های صاحب سهم در تغییر سیاست‌گذاری‌ها قادر به نقش‌آفرینی خواهند بود. از آنجا که سیاست‌گذاران نمی‌توانند بدون حمایت آنان سیاست‌ها را اجرایی کنند. یکی از مکانیزم‌های کسب این قدرت اثرگذاری فرآیند لابی‌گری برای سیاست‌گذاری است. در حوزه‌های دیگر نیز می‌توان گفت لابی‌گری نقشی حیاتی را در فرآیند دموکراتیک بازی می‌کند. لابی‌گری یکی از ابزارهای کاهش درگیری است: اگر گروه‌های ذینفع متعدد مواضع خود را در مناظره‌های آزاد بیان کنند، در فرآیند سیاست‌گذاری شفافیت بیشتری دیده می‌شود. با تلاش برای رسیدن به تصمیماتی که به اتفاق آرای طرفین ذینفع به دست آمده، مشروعیت دولت افزایش می‌یابد. برای افزایش ظرفیت لابی‌گری همچون درک صحیح موضوع، آگاهی کامل از چگونگی

در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، فضای سیاست‌گذاری در بخش‌های مختلف نامطلوب است. در صورت رخداد تغییرات چشمگیر، گروه‌های تأثیرپذیر از پیامدهای ناخوشایند سیاست‌گذاری‌ها نیازمند ایفای نقش مستقیم در جهت‌دهی به این تغییرات در جهت ایجاد چارچوبی مطلوب هستند. یکی از راه‌های جهت‌دهی به این تغییرات لابی‌گری با دولت به عنوان یکی از مولفه‌های حمایت‌گری است. در این مقاله تصویری موجز از ماهیت و ویژگی‌های لابی‌گری ارائه می‌شود.

برای استفاده از لابی‌گری دلایل مختلفی وجود دارد در ابتدا، گروه‌ها برای کسب منافع یا پشتیبانی لابی می‌کنند که در هر جایی در دسترس نیست. دوم، یک گروه ممکن است برای کسب منافع اقتصادی لابی کند که از راه قانونی اعطا می‌شود. سوم اینکه گروه‌ها می‌توانند برای برخورداری از حمایت یا مزایا در سطحی از دولت لابی کنند که در سطح دیگر امکان دسترسی به آن نیست (ملی، دولتی، استانی و غیره). چهارم، گروه‌ها می‌توانند از راه لابی‌گری به دنبال ایجاد برنامه‌های سودمند باشند، در آخر، لابی‌گری به حل مسائلی کمک می‌کند که تنها دولت از عهده آن بر می‌آید. اغلب، پرسش‌های زیست محیطی، سلامت، تجارت بین‌الملل و امنیت ملی از مواردی هستند که تنها از طریق عمل دولت می‌توان به

را بشناسد و بداند دسترسی به آنها به چه صورت است. آیا گروه روش‌های خاصی برای تاثیرگذاری بر بازیگران اصلی را دارد؟ آیا این بازیگران اصلی متحدانی دارند که در دسترس و تاثیرپذیر باشند؟ یک تحلیل سهامداران برای ساماندهی چنین اطلاعاتی بسیار سودمند است. هنگامی که تصمیم‌گیرندگان شناسایی شدند، گروه می‌تواند اقدام به لابی‌گری رو در رو کند.

#### ۵) درک فضای سیاسی

اگر قرار است گروهی تاثیرگذار باشد، نیازمند درک درست فضای سیاسی و قوایی است که باید با آنها در رقابت باشد تا به اهداف مطلوب خود دست یابد. توازن قوای محیط چگونه است؟ آیا توازن قوا در راستای منافع گروه است؟ آیا گرایش‌های غالب در سیاست در برابر منافع گروه قرار می‌گیرند؟ چگونه می‌توان آنها را شناخت؟ در سیستم‌های دموکراتیک (و به ویژه در دموکراسی‌های در حال گسترش)، توازن قوا می‌تواند مخاطره‌آمیز باشد و می‌تواند با سرعت پیش‌بینی نشده‌ای از یک موضع به موضع دیگر تغییر یابد.

#### ۶) آگاهی از نقاط قوت و محدودیت‌های گروه:

آگاهی از نقاط قوت و محدودیت‌های گروه و اختصاص صحیح و موثر منابع از وظایف مهم رهبر گروه است. کجا و چه هنگام باید هزینه نمود؟ این منابع باعث ایجاد چه چیز می‌شوند؟ تاکید بر چه منابعی است و بر کدام منابع نیست؟ رهبر گروه باید بداند، با وجود فهم کامل تر او از موضوعات، او الزاماً نباید پیام گروه را منتقل نماید. نماینده گروه که با دیگران ملاقات می‌کند باید معتبر، صاحب فنون روابط عمومی بالا و گوش‌شنوا باشد. این شخص می‌تواند رهبر گروه نباشد اما نماینده‌ای است که می‌تواند به بهترین شکل دیدگاه و موضع گروه را انتقال دهد.

#### ۷) ایجاد مزیت رقابتی

یکی از مشکلات رایج در دموکراسی‌های نوظهور تعداد زیاد گروه‌هایی است که برای جلب توجه تصمیم‌گیرندگان رقابت می‌کنند. در این چنین مواردی گروه باید برای خود تمایزی نسبت به رقیبان ایجاد کند، مشکل این است که چگونه؟ برای موثر بودن، مزیت رقابتی یک گروه باید با نیازهای تصمیم‌گیرنده همخوانی داشته باشد. او به چه چیز نیازمند است و آیا گروه می‌تواند آن را برآورده کند؟

#### ۸) شناسایی متحدین حتمی و احتمالی و نوع حمایت آنها

کمتر گروهی تشخیص می‌دهد که مسیر پیشبرد یک موضوع را نمی‌تواند به تنهایی بپیماید و برای ترغیب تصمیم‌گیرندگان نیازمند ائتلاف با دیگر گروه‌هاست. در برخی موارد، یک گروه برای پیشبرد نظرات خود توافقنامه‌ی همکاری منعقد می‌نماید. پیوندهای دائم یا موقت با دیگر تشکلهای می‌تواند باعث افزایش حمایت شده و دولت را با این پیام که این تنها خواسته گروه کوچک و خاصی نیست متقاعد کند. در برخی موارد نیز گروه‌ها برای تاثیرگذاری بلند مدت نیازمند همکاری با سازمان یا تشکلی هستند.

#### ۹) گسترش قابلیت ارتباطی اعضا

انتقال موثر پیام گروه به تصمیم‌گیرندگان در اصل عامل حیاتی در موفقیت گروه لابی‌گر است. با وجود فن آوری‌ها و روش‌های بسیار، به نظر نمی‌رسد که یک روش برای تمامی موارد و درمورد تمامی سیاست‌گذاران صدق کند. همزمان، راهبردهای جایگزین برای خلق یک ارتباط با سهامداران یا اعضای خود باید ایجاد شود. در حالی که گزارش مفصلی از هزینه-سود یک قانون خاص می‌تواند برای بحث با تصمیم‌گیرنده اهمیت داشته باشد، تاثیرگذاری آن در مباحث عمومی بسیار کمتر است. گروه باید مخاطبین متفاوت و مکانیزم‌های موثر بر آنان را بشناسد. گروه نیاز دارد تا نسبت به راه‌های مختلف ایجاد ارتباط آگاهی و آزادی لازم را داشته باشد. برخی از این موارد شامل اعلام موضع کتبی، مصاحبه‌های رادیو و تلویزیونی، آگهی‌های عمومی، پوسترها، روزنامه‌ها و مجلات و تبلیغات در رسانه‌ها می‌شود. مطالعات انجام شده در خصوص لابی‌گری، تکنیک‌های ارتباطی به ویژه نشریات در ارتقاء وضعیت گروه نقش بسزایی دارند. ■

فرآیند سیاست‌گذاری، فهم دقیق و دید موشکافانه از فضای سیاسی، شناخت یک سیاست‌گذار و چگونگی قرار گرفتن آنها در فرآیند سیاست‌گذاری، درک خوب از منابع و محدودیت‌های سازمان، دیدی نسبت به متحدان بالقوه یا اعضای ائتلافی و کمک‌های احتمالی آنها و ایده مشخصی از دلیل خاص و ارزشمند بودن سازمان و دلیل حمایت از آن. راهکارهایی وجود دارد که تیتروار به این موارد اشاره می‌شود.

#### ۱) شناسایی موضوعات دارای اولویت

گروه لابی‌گر باید تصمیم بگیرد که چه موضوعاتی دارای اهمیت هستند. با اندکی استثناء، گروه‌های ذینفع منافع و نیازهای فراوانی دارند که احتمالاً با وجود محدودیت منابع تامین نمی‌شوند. از این رو، نیاز به اولویت‌بندی ضروری است. فرآیند اولویت‌بندی شامل یک ارزیابی از منافع گروه‌ها با توجه تغییرات فضای سیاست‌گذاری است که بر سر آن به توافق رسیده‌اند. این توافق شامل موضوعاتی مانند تغییر یا حذف قوانین دولتی بر ورود یا دسترسی به بازار، کاهش قوانین خاص در کسب و کار، یا حذف رویه‌های قانونی برای برخی مبادلات تجاری است. در شناسایی موضوعات دارای اولویت باید نکاتی را مد نظر قرار داد. این نکات شامل معیار اولویت‌بندی، روش‌ها است.

#### ۲) آگاهی کامل از موضوع

اگر گروهی بر آن است تا بر نتایج حاصل از سیاست‌گذاری‌ها تاثیرگذار باشد، بسیار مهم است که آگاهی دقیق و کاملی از موضوعات مورد بحث داشته باشد. نه تنها این گروه‌ها باید با منافع خود آشنا باشند، بلکه باید از آگاهی و توانایی اظهار نظر و ارائه‌ی اطلاعات کافی درباره‌ی سایر مواضع جایگزین یا مخالف برخوردار باشند. با ارائه به سیاست‌گذاران برای تنظیم سیاست‌ها، گروه‌ها می‌توانند تاثیرات غیرمستقیمی را بر سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌کار فرآیند آن بگذارند. گروه‌ها باید تلاش کنند تا در این حوزه‌ها مهارت‌های لازم را تا بیشترین حد ممکن کسب نکنند. مهارت‌ها را می‌توان هم درون سازمان هم با عقد قراردادهایی به دست آورد.

#### ۳) آگاهی کامل از فرآیند تصمیم‌گیری در سیاست‌گذاری‌ها با توجه به موضوع

احتمالاً واضح است که بدون آگاهی کامل از چگونگی عملکرد فرآیند سیاست‌گذاری، دشوار است که بتوان بر تولید محصول آن اثرگذار باشیم. تلاشی که در راستای درک بهتر موضوع صورت می‌گیرد، به لابی‌گر اجازه می‌دهد تا تلاشش را به صورت دقیق‌تری متمرکز نماید. هنگامی که روش کار فرآیند و افراد موثر بر آن مشخص گردید، انتخاب‌های جایگزین در موضع‌گیری برای تاثیرگذاری مشخص‌تر می‌شوند. مکانیزم‌های مختلفی برای درک فرآیند تصمیم‌گیری وجود دارد مانند تحلیل شبکه‌ی سیاست‌گذاری‌ها، تعیین نقشه‌ی فرآیند تصمیم‌گیری، تحلیل ساختار تصمیم‌گیری، و یا پیشبرد گام به گام خلاصه‌ی فرآیند تبدیل لایحه به قانون وجود دارد. هر روشی که انتخاب گردد، باید جزئیات مهم چگونگی عملکرد فرآیند، توالی و افراد موثر بر آن را در اختیار قرار دهد.

#### ۴) شناسایی تصمیم‌گیرندگان و نقش آفرینان اصلی

افزون بر دانش کافی از فرآیندها، شناختن فرد تصمیم‌گیرنده از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. نقش آفرینان مختلف در این فرآیند چه کسانی هستند؟ چه چیزی درمورد آنها و منافعشان و سطح اطلاعاتشان می‌توان آموخت؟ آنها کجا هستند. در کدام قسمت از سیستم تصمیم‌گیری یا در کدام سطح از فرآیند؟ آیا آنها تصمیم‌گیرنده‌ی نهایی هستند یا نقطه‌ای در مسیر اتخاذ تصمیمات مهم؟ چگونه آنها بر این فرآیندها یا نتایج آن تاثیرگذارند؟ بازیگران اصلی در بخش‌های مختلف پراکنده هستند. گروه همچنین باید بداند که چرا بازیگران اصلی علاقمند به موضوع خاصی هستند و سوابق آنها در این خصوص چگونه است. گروه باید با این بازیگران آشنایی کافی داشته باشد تا بداند چه چیز موجب گرایش تصمیم‌گیرندگان می‌شود و چگونه موضوع را برای او جذاب نماید. گروه باید عامل مشوق و نیازهای تصمیم‌گیرنده در ارتباط با موضوع و نوع کارایی آن را بشناسد. گروه باید مشاوران اصلی تصمیم‌گیرندگان

# نقش اتاق بازرگانی در غلبه بر شکست بازار و ناکارایی دولت‌ها



دکتر علیرضا اسدی  
مدیر آموزش و پژوهش سندیکای صنعت برق ایران

.۱

عموما کسانی که درباره اقتصاد و بازار آزاد می‌اندیشند و سخن می‌رانند به اصل مشهور «دست نامرئی» آدام اسمیت ارجاع می‌دهند که روایتی ساده از نظم خودجوش بازار است و اینگونه پنداشته می‌شود که در یک بازار کاملاً رقابتی مکانیزم قیمت بدون مداخله از بیرون می‌تواند سیستم را به وضعیت «تعادلی» برساند. یعنی عرضه کنندگان یا بنگاه‌ها و خریداران یا مصرف کنندگان در استفاده از منابع خود در وضعیت بهینه قرار دارند. این بهینگی همان اصلی بهینگی پاره‌تو یا «فضیه اول بنیادی اقتصاد رفاه» است.

این اصل به ما می‌گوید که در نقطه بهینگی پاره‌تو جامعه منابع خود را به بهترین شکل تخصیص داده است، یا به عبارت دیگر نقطه‌ای است که همه بهترین نتیجه را کسب کرده‌اند، بدون آنکه گروه دیگری ضرر کرده باشد. هنگامی که سیستم اقتصادی یا بازار به نقطه تعادل یا بهینگی می‌رسد، همه افراد بیشترین منافع را کسب کرده‌اند، بدون آنکه از منافع دیگران کاسته شده باشد و یا به عبارت دیگر در شرایط بهینگی پاره‌تو اگر تغییری رخ دهد که وضع کسی نسبت به قبل بهتر شود، حتماً وضع گروه دیگری نسبت به قبل بدتر خواهد شد و در نتیجه سیستم از وضعیت تعادلی خارج می‌شود و مجدداً کنشگران با تغییر رفتار خود سیستم را به نقطه تعادلی بازمی‌گردانند.

بنابراین با مراجعه به این اصل منطقی است که نیروهای خارج از بازار مانند دولت یا تشکل‌های اقتصادی از هر نوع دخالت خودداری کنند و بگذارند پویایی سیستم اقتصادی آن را به نقطه تعادلی یا بهینگی پاره‌تو برساند، نقطه‌ای که سرجمع منافع همه بازیگران حداکثر است و یا سیستم در بهترین حالت تخصیص منابع قرار دارد.

از این روست که این دست از طرفداران اقتصاد آزاد تشکیل انجمن‌ها و اتاق‌های بازرگانی را بر نمی‌تابند. از آدام اسمیت نقل شده که هرگاه دیدید عده‌ای بنگاه دار دور هم جمع شدند، بدانید که در حال دسیسه کردن علیه منافع عمومی هستند و از آنها اجتناب کنید.

.۲

این روایت اقتصاد بازار آزاد که با اثبات قضایای ریاضی نشان می‌دهد که سیستم‌های اقتصادی بدون هر نوع مداخله‌ای به وضعیت تعادلی و بهینگی می‌رسند، بیانی ناب و انتزاعی از آن چیزی است که عملاً هرگز اتفاق نیفتاده است و تنها با ساده‌سازی مدل‌های ریاضی قابل تصور است. «رونالد کوز» در سخنرانی مشهور خود در هنگام دریافت جایزه نوبل سال ۱۹۹۱ این روایت را بیان ناقصی از واقعیتی دانست که در این اصول به روشنی نیامده است. کوز صراحتاً می‌گوید که اگر ما اقتصادهای غربی یا همان اقتصادهای آزاد را به درستی شناخته بودیم به کشورهایی که مشتاقانه به دنبال رشد اقتصادی و رسیدن به اقتصادهای پیشرفته هستیم، سیاست‌های آزادسازی انتزاعی اقتصاد بانک جهانی و صندوق پول را پیشنهاد نمی‌کردیم.

آنچه که کوز روایت ناقص بازار آزاد و اقتصادهای آمریکایی می‌داند، ناشی از اصولی است که در مفروضات روایت‌های آدام اسمیتی اقتصاد آزاد بیان می‌شود. او در مقاله بسیار مشهور «طبیعت بنگاه‌های اقتصادی» این سؤال را مطرح می‌کند که اگر بهترین راه تخصیص منابع صرفاً بازار آزاد است، چرا بنگاه‌ها تأسیس می‌شوند؟ اگر بازار بهترین مکانیزم تخصیص منابع است، برای هر کسی بهتر است خدمات یا کالای مورد نیاز خود را از بازار تهیه کند، پس چرا بنگاه‌ها ایجاد می‌شوند که با استخدام افراد در درون سازمان، منابع خود را از طریق سلسله مراتب و با سازماندهی و برنامه‌ریزی تخصیص می‌دهند؟ به عبارتی چرا برای افراد منطقی تر است که به جای خرید مثلاً خدمات حسابداری از بازار، واحد حسابداری در شرکت خود ایجاد کنند؟ چرا یک تولیدکننده پیراهن، واحد بسته بندی در درون شرکت خود ایجاد می‌کند و چرا آن را از بازار تهیه نمی‌کند؟ چرا یک شرکت اقتصادی واحد R&D ایجاد می‌کند و خدمات نوآوری و تحقیقات را از بازار خریداری نمی‌کند؟ و .... هزاران مثال می‌توان زد که بنگاه اقتصادی را با این مسأله مواجه می‌کند که در شرایطی، منابع خود را با مکانیزم بازار تخصیص نمی‌دهند و ترجیح می‌دهند از یک نظم سلسله‌مراتبی تبعیت کنند.

.۳

«هزینه مبادله» یا «اصطکاک بازار» همان چیزی است که در روایت کلاسیکی از اقتصاد بیان نمی‌شود. به عبارت دیگر فرض آنکه خرید و فروش در بازار بدون هزینه مبادله است مانند تصور دنیای فیزیکی بدون اصطکاک است. اگر در اصول اولیه مکانیک نیوتنی دنیا را بدون اصطکاک تصور می‌کند در روایت آدام اسمیتی بازار آزاد، مبادله بازار بدون هزینه بازار تصور می‌شود. در حالی که در عالم واقعیت هیچ خرید و فروشی در بازار آزاد بدون هزینه نیست. خریداران برای پیدا کردن تولیدکننده مناسب باید اطلاعات کسب کنند و جستجو و کسب اطلاعات «هزینه بر» است.

این هزینه‌ای است که خریدار علاوه بر قیمت کالا پرداخت می‌کند. در بازارهای پیمانکاری و صنعتی که نیازمند قراردادهای پیچیده و بلند مدت است، تضمین اجرای تعهد طرفین نیازمند هزینه‌هایی است که برای الزام طرفین صرف می‌شود. مثلاً هنگامی که کارفرما به تعهد خود عمل نمی‌کند و پیمانکار مجبور می‌شود برای اجرای تعهدات قرارداد اقامه دعوی کند و هزینه‌های دادرسی را پرداخت کند، «هزینه‌های اضافه تری» نسبت به مبلغ خالص انجام کار باید پرداخت کند و بر عکس.

این پدیده‌ها که به نقض بازار و در برخی مواقع «شکست بازار» تعبیر می‌شود، نشان می‌دهد که بازار به خودی خود و بدون وجود نهادهایی که نواقص آن را جبران کنند و انحراف سیستم را شناسایی کنند و به عبارت دیگر نهادهایی که «هزینه مبادله» را کشف کرده و کاهش دهند، امکان ندارد بهترین شکل تخصیص منابع را فراهم کند.

از همین جا نظریه «نونهادی» به جریان فکری اندیشه اقتصادی اضافه شدند و با تحقیقات متعدد اقتصاددانانی چون «رونالد کوز»، «داگلاس نورث» و «ویلیامسون» روایت ناقص از سیستم‌های اقتصادی پیچیده و پیشرفته را تکمیل کردند و نشان دادند که برای جبران نواقص بازار، نهادهایی مانند دولت و تشکل‌های اقتصادی باید شکل بگیرند تا اقتصادهای آزاد سرپا بمانند.

.۴

اتاق بازرگانی ایران به عنوان بزرگ‌ترین، با سابقه‌ترین و فراگیرترین تشکل اقتصادی کشور نهادی است که می‌تواند در بهبود سیستم اقتصادی کشور نقش آفرینی کند و با اصلاح نواقص بازار و نواقص دولت، امکان ایجاد تعادل در سیستم بازار و رسیدن به بهینگی پارتو را فراهم کند. در واقع علائم اقتصاد ایران نشان می‌دهد که تخصیص منابع در بازار هنوز به دلیل "نقص بازار" و "نقص دولت" در وضعیت بهینگی پارتو نیست و اتاق بازرگانی می‌تواند در این زمینه‌ها نقش ایفا کند.

بازارها می‌توانند به دلیل "عدم تقارن اطلاعات" و "رقابت منفی و جنگ قیمتی"، "بازارهای انحصار چندگانه" و "پیچیدگی داد و ستد" دچار نقص و یا شکست شوند. یعنی خریداران و فروشندگان از طریق مکانیزم‌های قیمت و رقابت نمی‌توانند به حداکثر منافع خود دست پیدا کنند. در واقع نیاز به عمل جمعی و همکاری بین فعالان بازار، برای رفع نواقص بازار ضروری است.

حضور در بازارهای پیچیده تر بین المللی نیازمند هماهنگی‌های بیشتری علاوه بر مکانیزم‌های رقابتی است. هر آنچه که رقابت برای بازارهای پیچیده تر فراهم نمی‌کند، با هماهنگی و همکاری‌های افقی و یا عمودی بین فعالان یک صنعت یا فعالان یک صنعت با تامین کنندگان و خریداران است که از طریق نهاد اتاق بازرگانی کارا و موثر می‌تواند فراهم شود.

این همان چیزی است که معروف به "قضیه کوز" است، کوز نشان داده است که در وضعیت رقابت‌هایی که ناقص است و منجر به عدم بهینگی سیستم می‌شود کنشگران عقلانی می‌توانند از طریق مذاکره و گفتگو با نقطه بهینه برسند. در واقع راه حل "معمای زندانی" در پدیده‌های رقابت‌های محدود که منجر به جنگ قیمتی و اتلاف منابع می‌شود، از طریق گفتگو در اتاق بازرگانی بین اصناف و صنایع مختلف فراهم می‌شود. به نحوی که همکاری و هماهنگی مکمل رقابت می‌شود و سیستم اقتصادی را به نقطه بهینگی می‌رساند.

بدین ترتیب اتاق بازرگانی می‌تواند با شکل دهی به همکاری‌های عمودی و افقی بین صنایع و حرفه‌های مختلف، کاهش هزینه‌های دسترسی به اطلاعات، تعیین استانداردها و افزایش اعتماد و سرمایه‌های اجتماعی، نهاد بازار را تقویت کند و مکانیزم تخصیص منابع از طریق "رقابت" بازار را با مکانیزم‌های "هماهنگی و همکاری" در کمیسیون‌های کارآمد و حرفه‌ای تکمیل کرده و تخصیص بهینه منابع کشور را فراهم کند.

.۵

نقش دیگری که اتاق بازرگانی می‌تواند ایفا کند، رفع نواقص دولت است. دولت به عنوان نهاد عمومی که تولیدکننده کالاهای همگانی است در ارائه این کالای منحصر به فرد دچار ناکارایی است.

حفظ حقوق مالکیت، تامین زیرساخت‌ها، حاکمیت قانون، قانونگذاری و مقررات‌گذاری، حفظ امنیت و دادرسی منصفانه از جمله موضوعاتی است که انتظار می‌رود دولت‌ها با کیفیت بالایی ارائه کنند و وضعیت محیط کسب و کار را بهبود دهند. این در حالی است که در ایران به طور تاریخی دولت‌ها دچار ناکارایی در ایفای نقش خود بوده و نتوانسته‌اند زمینه مساعد را برای فعالیت‌های اقتصادی فراهم کنند.

اتاق بازرگانی ایران می‌تواند در کشف مسائل و مصادیق ناکارآمدی دولت و بازار، نهاد سیاست‌گذاری عمومی کشور را یاری رساند و از آن مهم‌تر اینکه با انجام مطالعات باکیفیت و تخصصی و ارائه راه‌حل‌های دقیق و همه‌جانبه دولت را در اصلاح عملکرد خود یاری رساند و به عنوان نماینده بخش خصوصی، با دولت تعامل کند تا عملکرد حاکمیت را در انجام وظایف انحصاری مانند حفظ حقوق مالکیت، ایجاد سهولت در راه‌اندازی و اداره کسب و کارها، استقرار نظام دادرسی منصفانه، سریع و ارزان، بهبود دهد.

همچنین اتاق بازرگانی می‌تواند با انجام مطالعات کارشناسی واقعی دولت را در سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری راهبری کند و از سیاست‌های غلط منع و به سمت مقررات بهینه سوق دهد و اجرای قوانین و مقررات را با کیفیت بالا مطالبه کند.

.۶

در جمع بندی می‌توان گفت نهاد بازار در ایران به دلیل مشکلات ساختاری و تاریخی با نواقص زیادی همراه است و ظهور دولت‌ها نیز نتوانسته است در رفع نواقص بازار موثر واقع شود. به علاوه دولت‌ها خود در ارائه خدمات انحصاری خود و تامین کالاهای همگانی دچار ناکارایی هستند که جمعاً هزینه‌های مبادله را برای فعالان اقتصادی بالا برده و رقابت پذیری ملی ما را کاهش داده است.

اتاق بازرگانی تنها نهادی است که می‌تواند با بالا بردن کارایی خود، در رفع نواقص بازار و ناکارایی دولت نقش آفرینی کند و موجب شکل‌گیری وضعیت بهینگی در اقتصاد و حداکثر شدن منابع همه کنشگران اقتصادی شده و در نهایت رقابت پذیری ملی را در بازارهای بین المللی افزایش دهد. ■



# نگاه فعالان کسب و کار به ارزش‌های مدنی



هادی حدادی  
مدیر عامل مؤسسه پیشگراان عرصه سوم

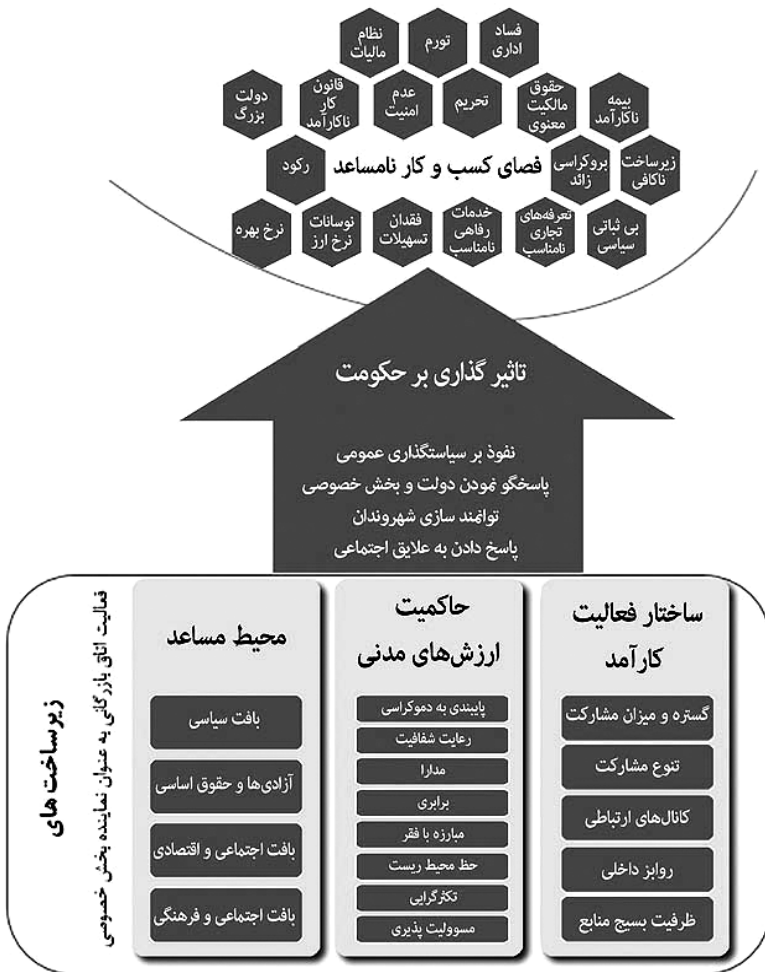
کلان کشور و اولویت دادن سیاست‌گذار به مطالبات سایر گروه‌ها موثر بوده است. از سوی دیگر ضلع سوم و شاید مهم‌ترین آن بی‌اعتمادی دولت به بخش خصوصی، مناسبات آن و توان و ظرفیت آن است. به دلایل متعددی عموم دولت‌ها در چند دهه اخیر نسبت به بخش خصوصی

خود دارند، بررسی تاریخی نشان می‌دهد شاید به دلیل حاکمیت نگاه چپگرایانه در افکار عمومی، نگاه جامعه نیز به صاحبان کسب و کار همواره توأم با سوءنظر و بدبینی بوده است که این مهم نیز در بی‌توجهی به خواست‌ها و مطالبات بخش خصوصی در عرصه سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری

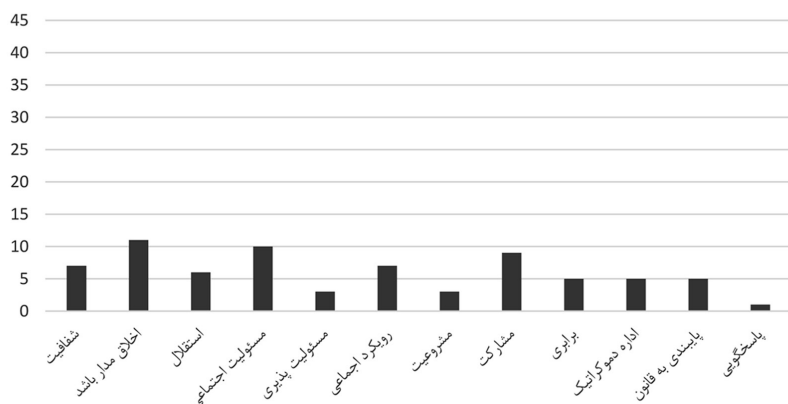
در جلسات و گفت‌وگوهای فعالان بخش خصوصی، همواره بر فقدان فرهنگ کار جمعی و گروهی تأکید می‌شود. فارغ از درستی یا نادرستی این گزاره، در اغلب مدل‌های موفقیت فعالیت‌های مدنی بر اهمیت پایبندی به ارزش‌های مدنی و حاکمیت آن بر روابط و مناسبات فعالان مدنی تأکید شده است. بسیاری بر این نظرند که عدم پایبندی به ارزش‌های مدنی نظیر شفافیت، دموکراتیک بودن، مسوولیت‌پذیری و... منجر به تخریب پایه و ستون «فعالیت جمعی» یعنی «اعتماد» می‌شود و احتمال هرگونه شکل‌گیری سرمایه اجتماعی و سازمان اجتماعی پر قدرت و مشروع را منتفی می‌کند.

این موضوع زمانی اهمیت بیشتری می‌یابد که بدانیم فعالان کسب و کار بر عکس سایر گروه‌های اجتماعی در بازار، رقیب یکدیگر محسوب می‌شوند و به‌طور ذاتی شکل‌گیری اعتماد در ایشان امری سخت و زمانبر است. برای درک بهتر موضوع، بررسی برخی از پدیده‌های حاکم بر سازمان‌های مدنی بخش خصوصی می‌تواند راه‌گشا باشد:

- ۱- عدم تمایل مدیران شرکت‌ها به عضویت در تشکل‌های صنفی و اقتصادی
  - ۲- حضور کم‌رنگ مدیران شرکت‌ها در مجامع عمومی
  - ۳- سوءظن و بدگمانی مدیران شرکت‌ها به روسا و اعضای هیات مدیره تشکل‌ها
  - ۴- عدم پایبندی به توافقات جمعی و همکاری‌های درون‌بخشی بین صاحبان کسب و کار
  - ۵- کمبود همکاری‌های بین‌بخشی در کسب و کار
  - ۶- شکل‌گیری محدود تشکل‌های قدرتمند و تأثیرگذار
  - ۷- چرخش نخبگان کم در هر م تصمیم‌گیری تشکل‌ها
- البته پدیده‌های بسیار دیگری را نیز می‌توان به این لیست افزود که یکی از علت‌های اصلی آن فقدان اعتماد در بین صاحبان کسب و کار است که در بسیاری از مواقع ناشی از عدم پایبندی به اصول و ارزش‌های مدنی است. اما علاوه بر نگاه و روابط و مناسباتی که صاحبان کسب و کار در بین



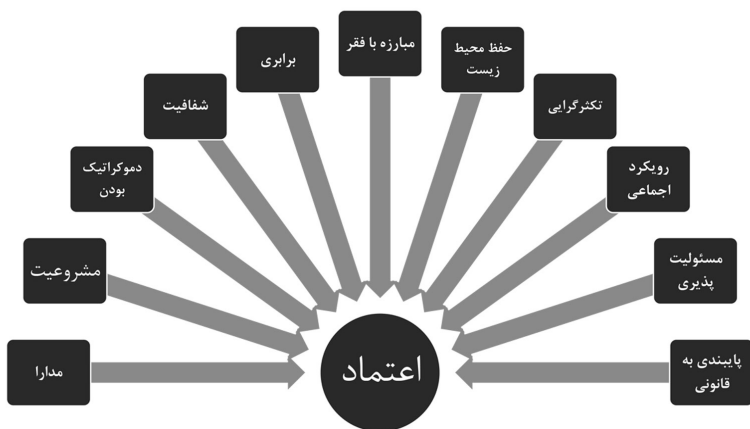
نمودار پراکندگی نظرات فعالان اتاق بازرگانی در خصوص ارزش های مدنی



بی‌اعتماد بوده‌اند که باز می‌توان رد پای عدم پایبندی به ارزش‌های مدنی نظیر شفافیت، مسوولیت‌پذیری و... را مشاهده کرد؛ بنابراین برای نیل به بخش خصوصی قدرتمند و صاحب نفوذ و ایجاد سازمان‌نماینده‌گی تاثیرگذار آن یعنی اتاق بازرگانی، توجه و تمرکز بر بهبود پایبندی به ارزش‌های مدنی امری ضروری است؛ زیرا بدون آن هر گونه شکل‌گیری اعتماد بین صاحبان کسب‌وکار با هم و با دولت و مردم منتفی خواهد شد. از این رو، انتظار می‌رود فعالان و رهبران کسب‌وکار و کسانی که تمایل دارند با کاندیداتوری در انتخابات اتاق بازرگانی سکان هدایت بخش خصوصی را به دست بگیرند برای عبور از وضعیت فعلی برنامه‌های مشخص داشته باشند.

### ارزش‌های مدنی کدامند؟

پایبندی به ارزش‌ها تحکیم‌کننده فعالیت‌های مدنی و ضامن موفقیت سازمان‌های نمایندگی است. هر چند می‌توان طیف وسیعی از ارزش‌های مدنی را برشمرد ولی در این یادداشت بیشتر بر ارزش‌هایی تاکید می‌شود که بیش از بقیه در تحکیم جایگاه و اعتبار سازمان‌های بخش خصوصی در میان سه‌گروه فعالان کسب‌وکار، مردم و دولت تاثیرگذار است. ارزش‌های مورد نظر عبارتند از:



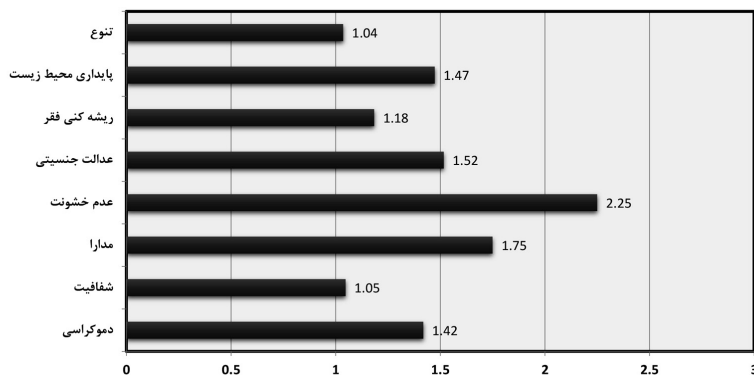
۱- **دموکراسی بودن:** تشکل‌های بخش خصوصی و اتاق بازرگانی تا چه اندازه در درون خود تمرین دموکراسی می‌کنند؟ اعضا تا چه اندازه بر تصمیم‌گیران نظارت دارند. آیا روسا از طریق انتخابات دموکراتیک انتخاب شده‌اند؟ آیا دموکراسی در بین ایشان ترویج می‌شود؟

۲- **شفافیت:** تا چه اندازه در تشکل‌های اقتصادی و اتاق بازرگانی فساد شایع است؟ چه تعداد از تشکل‌های اقتصادی از نظر مالی شفاف عمل می‌کنند؟ چند درصد از تشکل‌های اقتصادی حساب‌های مالی خود را در دسترس عموم قرار می‌دهند؟ تشکل‌های اقتصادی تا چه اندازه به طور فعال به ترویج شفافیت در دولت و شرکت‌ها می‌پردازند؟

۳- **مدارا:** تشکل‌های اقتصادی و اتاق بازرگانی تا چه اندازه پایبند تساهل و مدارا هستند؟ تشکل‌های اقتصادی و اتاق بازرگانی تا چه اندازه فعالانه موجب ترویج تساهل و مدارا در سطح اجتماع می‌شوند؟

۴- **برابری:** در سازمان‌های مدنی بخش خصوصی و اتاق بازرگانی تا چه میزان برابری رعایت می‌شود؟ تا چه میزان در تصمیم‌گیری‌ها، انتخاب‌ها و سیاست‌ها به شرکت‌های کوچک، شرکت‌های شهرستانی، زنان و جوانان فرصت داده می‌شود؟

نمودار پایبندی به برخی از ارزش‌های مدنی در بین فعالان کسب و کار



۵- ریشه‌کنی فقر: تشکل‌های اقتصادی و اتاق بازرگانی تا چه اندازه فعالانه به دنبال ریشه‌کنی فقر هستند؟ (در اعتمادسازی با مردم موثر است)

۶- پایداری محیط زیست: تشکل‌های اقتصادی و اتاق بازرگانی تا چه اندازه فعالانه به دنبال پایداری محیط زیست هستند؟ (در اعتمادسازی با مردم و دولت‌ها موثر است)

۷- تکثرگرایی: تشکل‌های اقتصادی و اتاق بازرگانی تا چه اندازه متنوع و با حضور نمایندگان بخش‌های مختلف است؟ تشکل‌های اقتصادی تا چه اندازه از روی انصاف تمرین تنوع می‌کنند؟ چند درصد از تشکل‌های اقتصادی دارای کارمندان مزد بگیر هستند برای تضمین تساوی تنوع سیاست‌هایی را به کار گرفته‌اند؟ تشکل‌های اقتصادی تا چه اندازه فعالانه موجب ترویج تنوع و تکثر در سطح اجتماع می‌شود؟ (در اعتمادسازی با صاحبان کسب و کار تاثیر بسزا دارد)

۸- مسوولیت پذیری: مدیران انجمن‌های بخش خصوصی و اتاق بازرگانی تا چه میزان در قبال تصمیمات خود مسوولیت پذیرند؟ تا چه میزان حقوق و منافع جمعی را همواره بر منافع فردی ترجیح داده و بر پایبندی به آن خود را متعهد می‌دانند؟ (در اعتمادسازی با صاحبان کسب و کار تاثیر بسزا دارد)

۹- پایبندی به قانون: هدایت‌کنندگان تشکل‌های بخش خصوصی و اتاق بازرگانی تا چه میزان قوانین موضوعه کشور و مقررات و آیین‌نامه‌های داخلی تشکل‌ها را رعایت می‌کنند؟ (در اعتمادسازی با هر سه گروه تاثیر بسزا دارد)

۱۰- رویکرد اجماعی: تا چه میزان سیاست‌گذاری‌ها و تصمیمات کلان تشکل‌ها و اتاق بازرگانی بر اساس اجماع و احترام به تنوع و تکثر در سلاقی، نظرات، عقاید و روش‌ها اتخاذ می‌شود تا اختلاف نظر‌ها حل شود و تضاد منافع شکل نگیرد؟ (در اعتمادسازی با صاحبان کسب و کار<sup>۱</sup> تاثیر بسزا دارد)

۱۱- مشروعیت: تا چه میزان تشکل‌های اقتصادی و اتاق بازرگانی در بین فعالان این حوزه دارای مشروعیت و اعتبار هستند و می‌توانند کل آن بخش از صاحبان کسب و کار را نمایندگی کنند؟ (در اعتمادسازی با هر سه گروه تاثیر بسزا دارد)

آنچه از نظرات صاحبان کسب و کار تاکنون برداشت می‌شود، حاکی از دل‌نگرانی‌ها و انتظاراتی است که نشان‌دهنده برخی ضعف‌ها در پایبندی بخش خصوصی به ارزش‌های مدنی است. نظرات صاحبان کسب و کار در سال ۸۹ نشان داد که میزان پایبندی صاحبان کسب و کار به ارزش‌های مدنی در وضعیت مطلوبی قرار نداشته است

و تا وضعیت مطلوب فاصله زیادی دارد. امتیاز کسب شده در نظرسنجی فوق امتیازی کمتر از متوسط جهانی داشت (۱/۴ از ۳). در نمودار می‌توان وضعیت برخی از ارزش‌های مدنی سنجش شده در تحقیق فوق را مشاهده کرد.

همان‌طور که مشاهده می‌شود وضعیت دو ارزش تنوع (تکثر) و شفافیت در وضعیت بسیار نامطلوبی قرار دارد و شاید این دو عامل تاثیر زیادتری در بروز بی‌اعتمادی‌های موجود بین صاحبان کسب و کار، دولت و جامعه دارد. هرچند لازم است روسای بخش خصوصی وضعیت شاخص‌های فوق را به پژوهشی دوباره بگذارند تا وضعیت فعلی جامعه کسب و کار نمایان‌تر شود.

نگاهی به نظرات طرح شده در سالیان اخیر و البته در تحلیل محتوای برنامه‌های گروه‌ها و تصویر اتاق مطلوب طرح شده در روزنامه «دنیای اقتصاد»<sup>۲</sup> نشان می‌دهد که آن میزان توجهی که به لزوم تاثیرگذاری بیشتر اتاق بازرگانی بر سیاست‌های دولتی دارند، کمتر به این نکته توجه می‌کنند که برای موفقیت در نفوذ و تاثیرگذاری زیرساخت‌های دیگری مانند ساختار سازی و سازماندهی و فرهنگ سازی لازم است. موفقیت بخش خصوصی نیازمند تمهید زیرساخت‌هایی است تا تاثیرگذاری آن بر جامعه و دولت مستمر و پایدار و نتیجه بخش باشد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، موفقیت در مجاب کردن و متقاعد کردن دولت و مجلس و سایر نهاد‌های سیاست‌گذاری به حل مشکلات فضای کسب و کار و پذیرش خواسته بخش خصوصی؛ منوط به افزایش توان سازماندهی و تاثیرگذاری نهاد‌های نمایندگی آن به ویژه اتاق بازرگانی است. اما آنچه اتاق را می‌تواند صاحب این ظرفیت کند سه حوزه ساختار، ارزش و محیط است تا موفقیت اتاق بازرگانی تضمین شود. از این رو تهیه برنامه‌های گسترده برای بهبود وضعیت این سه ضروری است که متأسفانه کمتر مدنظر فعالان و گروه‌های مختلف فعال در انتخابات قرار گرفته است. در مورد ساختار به تفصیل در یادداشت قبلی پرداخته شد، اما نگاهی به نظرات طرح شده نشان می‌دهد هیچ نظری در رابطه با موضوع بهبود محیط کسب و کار طرح نشده است. این می‌تواند نشان‌دهنده این باشد که تشکل‌های کارفرمایی و بخش خصوصی نسبتاً محیط مساعدی برای فعالیت دارند و خیلی با مساله مهمی مواجه نیستند؛ یعنی این گروه از سازمان‌های مدنی از سایر سازمان‌های مدنی متمایز هستند و کمتر با محدودیت، تعطیلی، برخورد و فضای بسته روبرو هستند که البته نیازمند تحلیل عمیق‌تری است ولی نکته دیگری که می‌توان از نظرات خبرگان کسب و کار

برداشت کرد، این است که تنها ۲۰ درصد فعالان اتاق به موضوع ارزش‌های مدنی اشاره کرده‌اند (۹ نفر از ۴۵ نفر). از میان ارزش‌های مدنی بیش از همه اخلاق‌مداری (۱۱ نفر) و مشارکت (۹ نفر) مورد توجه قرار گرفته است (که شاید این نشان‌دهنده مشکلاتی است که در این حوزه در جامعه تشکلی و اتاق موجود باشد). نکته دیگری که نشان می‌دهد بهبود زیادی در جامعه کسب و کار در آن به وجود آمده، توجه به مسوولیت اجتماعی است که نظرات افراد به آن توجه شده است (۱۰ نفر) و البته در برنامه‌های ارائه شده هم اکثراً نمود یافته است. اما مانند سایر مشکلات در این حوزه‌ها نیز برنامه و راهکار منسجمی برای حل این موضوعات در برنامه‌های آتی فعالان اتاق بازرگانی مشاهده نشده است.

### نتیجه‌گیری

آنچه می‌توان به عنوان نتیجه‌گیری این بحث مطرح کرد، این موضوع است که فعالان اتاق برای اصلاح نگرش و اعتمادسازی در بین سه گروه صاحبان کسب و کار، دولت و مردم؛ نگاه منسجم و برنامه مشخصی ندارند و لذا پیش‌بینی می‌شود در صورت ادامه وضعیت فوق؛ قطار بخش خصوصی روی ریل نیفتد چون نتوانسته و نمی‌تواند اعتماد و اعتبار لازم را در بین سه گروه هدف فوق‌الذکر ایجاد کند. بنابراین شاید بهتر باشد در فرصت باقی‌مانده فعالان و گروه‌های مختلف برای گذار از این وضعیت برنامه مشخصی را تنظیم کنند و آن تبدیل به خواست فعالان کسب و کار کنند تا اقدام‌های بخش خصوصی برای عبور از فضای نامطلوب کسب و کار محکم‌تر و هدفمندتر شود.

### پی‌نوشت

۱. این تحقیق توسط سندیکای صنعت برق ایران در سال ۸۹ به صورت پرسش‌نامه‌ای صورت گرفت. پرسش‌نامه مذکور بر اساس مدل CIVICUS<sup>۳</sup> شده بود و بین ۵۰ نفر از فعالان تشکلی توزیع گردیده بود.

۲. متن فوق براساس تحلیل نظرات خانم‌ها دانشور، مقیمی، مستوفی، آقایان آل اسحاق، محسن خلیلی، مسعود خوانساری، پدرام سلطانی، فلاح، بهرامن، سیدحمید حسینی، رئیس‌زاده، حریری، خاموشی، راسخ، سلاح ورزی، واحدی، پورفلاح، پورقاضی، جعفری، شهریاری، جمیلی، میرمحمد صادقی، شاهرخ ظهیری، بهادرانی، اسلامیان، نجفی‌منش، گلشیرازی، احتشام، فاخر، افخمی‌راد، رئاسی، جهانگیری، پیرموند، قصابی، فرمان، گلپایگانی، نقیب، برخوردار، نورانی، شیبانی، کرمانشاهی، صالحی، سلطانی‌نیا، کرباسیان و خرمنشاهی انجام شده است. ■

# ائتلاف برای فردا؛ صدای واحد فعالان اقتصادی

گفتگو با دکتر پدram سلطانی؛ نایب رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران



ماراتن انتخابات اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران - تهران و شهرستان‌ها - آغاز شده است و فعالان اقتصادی عموماً در قالب ۶ گروه مجمع فعالان توسعه، خانه اقتصاد ایران، پیشگامان، ائتلاف برای فردا، تحول خواهان و بنیان مدیران کار آفرین وارد عرصه انتخاباتی اتاق شده‌اند.

در این میان ائتلاف برای فردا که پدram سلطانی، خوانساری، مقیمی، پور قاضی و لاهوتی از اعضای سرشناس آن محسوب می‌شوند، طی دو بیانیه و یک منشور اخلاقی اهداف و برنامه‌های خود را اعلام کرده‌اند. از دیدگاه این ائتلاف، اتاق فردا، اتاقی است که آینده‌نگر باشد، اعضایش را مهم‌ترین سرمایه خود بدانند، به جهانی شدن اقتصاد ایران اهتمام بورزد و پیوندهای بین‌المللی اعضای خود را از طریق تعامل مداوم با اتاق‌های سایر کشورها، تقویت کند. ائتلاف برای فردا، معتقد است که ظرفیت اتاق و تشکل‌های اقتصادی بسیار بالاتر از آن است که به فعل درآمده و به کارگیری بهینه ظرفیت‌های نهفته اتاق، یک گزینه اجتناب‌ناپذیر در شرایط کنونی است.

لذا با هدف معرفی دقیق‌تر اهداف و برنامه‌های این ائتلاف و همچنین نقد و بررسی عملکرد چهار ساله اتاق بازرگانی گفتگویی با دکتر پدram سلطانی، نایب رییس کنونی اتاق بازرگانی ایران و سرشناس‌ترین عضو ائتلاف برای فردا داشته‌ایم که حاصل آن را می‌خوانید:

■ با توجه به اینکه شما عضو هیات ریسه اتاق بوده‌اید، برداشت کلی شما از عملکرد چهار ساله گذشته اتاق چیست؟

طبیعتاً اظهار نظر در خصوص عملکرد چهار ساله اتاق در یک مصاحبه کار بسیار دشواری است اما در یک نگاه کلی می‌توانیم این چهار سال را به دو بخش دو ساله تقسیم کنیم. طی دو سال تا دو سال و نیم اول کیفیت همکاری دولت قبل با اتاق پایین بود و متأسفانه تعامل و همکاری خوبی با اتاق به ویژه در سطح مدیران ارشد دولت صورت نگرفت. هر چند مدیران میانی، معاونین وزرا و سطوح پایین‌تر کم و بیش ارتباطات مناسب‌تری با اتاق برقرار کرده بودند.

در دو سال اول ما توانستیم قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار را به عنوان تنها قانونی که بخش خصوصی پیشنهاد کرده بود، به مجلس ارائه کنیم. و سرآغاز اختلاف نظرهای دولت با ما هم از همینجا آغاز شد. مسئولین دولتی اعتقاد داشتند که این قانون باید از طریق دولت به مجلس ارائه می‌شد اما از این جهت که اتاق ابتدا این پیشنهاد را به دولت تقدیم کرده بود و این اتفاق نیفتاده بود، ناگزیر شد آن را به در قالب یک طرح به مجلس تقدیم کند.

ما تقریباً در اواخر دوره دو سال و نیم اول و در اوج اختلافات و کم توجهی‌های دولت، شاهد مشکلاتی بودیم که علیرغم پیگیری‌های مجدانه‌ای که ما در اتاق انجام می‌دادیم نتوانستیم قدمی برای حل آنها برداریم. بحث پیمان ارزی، حمایت از صادرکنندگان، صادرات و واردات برخی از کالاها و تدوین و ابلاغ قانون مالیات‌های مستقیم مواردی بودند که اتاق با جدیت آنها را دنبال کرد و تقریباً در همه آنها توانست مخاطرات موجود در این حوزه‌ها را تا حدود زیادی کاهش داده و یا از بین ببرد. افزون بر اینکه ما توانستیم از برخی از این تهدیدها فرصتی برای توسعه بخش خصوصی ایجاد کنیم.

به عنوان مثال در مورد قانون مالیات‌های مستقیم، اتاق با ورود به موضوع و رایزنی با مسئولین و البته با توجه به اینکه بخش دوم این کار در دولت جدید انجام شد و انجام رایزنی‌های گسترده با دولت جدید ما توانستیم تعدادی از مفاد را که از نظر ما مخل محیط کسب و کار تلقی می‌شدند را حل کنیم و در کنار آن تعدادی از مشکلات مالیاتی بخش خصوصی را به پیشنهاد اتاق توانستیم در متن این قانون بگنجانیم و عملاً گام موثری برای حل این مشکلات برداریم.

در این دوره ما در راستای اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده هم گام‌های بسیار موثری برداشتیم. در حقیقت در زمان تدوین لایحه اصلاح این قانون با حضور و اظهار نظرهای کارشناسی شده به نمایندگی از بخش خصوصی به سمت بهبود این قانون حرکت کردیم. در این دوره حضور اتاق بازرگانی در کمیسیون‌های حل اختلاف نسبت به دوره‌های گذشته بسیار پررنگ‌تر و قوی‌تر بوده است. خوشبختانه اتاق توانست در این حوزه اعضای خود را حمایت کند و تعداد زیادی از آراء ارائه شده در این شوراها به نفع صاحبان کالا بود.

حضور موثر اتاق در شورای اقتصاد هم در حوزه‌هایی که مربوط به بخش خصوصی است و هم حتی در زمینه‌هایی که مربوط به دولت بود، حضور موثری در کنار سایر اعضای این شورا داشت. به طور مثال پیشنهادی که برای وضع عوارض بر کالاهای صادراتی در شورای اقتصاد داده شده بود، با حضور موثر اتاق تقریباً اکثر این موارد منتفی شد و این خطر از سر صادرکنندگان گذشت. برای تولیدکنندگان هم در قالب طرح حمایت از تولید تسهیلات خوبی از سوی اتاق پیشنهاد شد که تصویب این طرح این روزها در مجلس رو به اتمام است و در صورت تصویب شورای نگهبان گشایش‌هایی در حوزه تولید کالا و تجهیزات ایجاد خواهد شد.

در بعد داخلی هم ما در اتاق تغییراتی داشتیم که هر چند از نظر من کاملاً راضی کننده نبودند، اما به هر حال گامی رو به جلو محسوب می‌شود. در اتاق فرآیندسازی و قاعده‌مندسازی کارها را از طریق تدوین و تصحیح شیوه‌نامه‌ها و آیین‌نامه‌ها افزایش دادیم. همچنین کمیسیون‌های اتاق در این دوره نسبت به گذشته بسیار جدی‌تر، فعال‌تر و با برنامه‌تر فعالیت کردند و گزارشات کارشناسی متعددی را ارائه دادند که بعضی از این گزارش‌ها در سطوح بالای مملکتی مورد توجه قرار گرفت. همچنین تشکلهای تحت پوشش اتاق هم در این

دوره افزایش کمی و کیفی قابل توجهی پیدا کرد.

■ از نظر شما چه کارهایی در اتاق انجام نشده باقی مانده و فکر می‌کنید که دوره آینده هیات نمایندگان و هیات ریسه اتاق باید این موارد را به صورت جدی دنبال کنند؟

ساده‌سازی فرآیندهای مربوط به اعضای اتاق یکی از کارهایی بود که در این دوره انجام نشد و برای دور آینده باید با ساده‌سازی فرآیند صدور کارت بازرگانی را به عنوان یک هدف کوتاه مدت مد نظر قرار داده و به تدریج به سمت حذف کارت بازرگانی حرکت کنیم. همینطور مبالغی که در قالب "یک در هزار" و "سه در هزار" از اعضا دریافت می‌شود را باید در دوره آینده حذف کرده و به جای آن پوشش حداکثری بنگاه‌های بخش خصوصی را قرار دهیم. به این ترتیب که تمام اشخاص حقوقی و فعالان تجارت خارجی، موظف به عضویت در اتاق باشند و صرفاً با دریافت یک حق عضویت مختصر سالانه هزینه‌های اتاق تأمین می‌شود و واقعاً نیازی به دریافت "یک در هزار" و "سه در هزار" نخواهد بود. در این پروسه صدور کارت بازرگانی هم از فعالیت‌های اتاق حذف خواهد شد و اعضا ظرف کمتر از یک روز می‌توانند مراحل عضویت در اتاق را طی کنند.

تقویت اتاق‌ها و شوراهای مشترک و خروج آنها از انحصار مدیریتی که سال‌هاست بر آنها سایه افکنده است و نیز فعال کردن اتاق‌ها آن هم در شرایطی که ارتباط با جامعه جهانی هر روزه در حال گسترش است از مأموریت‌هایی است که در دوره آینده باید در اتاق به صورت جدی مورد توجه قرار گیرد. به علاوه یکی از ضعف‌های جدی اتاق در این دوره، ضعف در برقراری ارتباط دو سویه و تبادل اطلاعات و اطلاع‌رسانی به اعضای اتاق بود.

متأسفانه اتاق علیرغم استفاده از سامانه‌های نوین روابط عمومی و روابط با اعضا نتوانسته عملکرد مناسبی در این حوزه داشته باشد. این حوزه باید به شکلی اصلاح شود که در دوره آینده هر خبر مرتبط با حوزه فعالیت اعضا، فعالیت‌های اتاق، تشکیل تشکلهای، ایجاد اتاق‌های مشترک، جلسات اتاق با صاحبان بخش خصوصی و ارگان‌های دولتی به صورت مستمر و شفاف به اطلاع همه اعضا برسد تا آنها بتوانند در یک عدالت اطلاعاتی از فرصت‌های موجود مطلع شوند. برای اینکه این کار به درستی انجام شود، دوره آینده باید دوره تحول و روزآمدسازی ساختار اتاق باشد.

اتاق بازرگانی در دوره گذشته از بعد ارتباط با اقوام سه‌گانه و همچنین ایجاد تصویری قابل قبول در جامعه از خودش توانسته پیشرفت بسیار خوبی داشته باشد و جایگاه بسیار خوبی را برای خود ایجاد کند. اما از بعد داخلی از نظر اصلاح ساختارها و ساده‌سازی و سرعت بخشی به فرآیندها در اتاق، تعریف و ارائه خدمات مورد نیاز اعضا به آنها، استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات، آموزش و تقویت نیروی انسانی لازم برای خودش و همینطور گسترش آموزش‌های کارگاهی برای اعضا عقب‌ماندگی‌های جدی دارد و این‌ها آفات و مشکلاتی است که باید در دوره آینده توجه جدی به آنها شود.

■ ائتلاف برای فردا با چه اهداف و برنامه‌هایی وارد ماراتن انتخاباتی اتاق بازرگانی شده است؟ این ائتلاف چه وجه تمایزی نسبت به سایر گروه‌هایی دارد که برای حضور در انتخابات گرد هم آمده‌اند؟

تمام کاستی‌هایی که در پاسخ به سؤال قبل به آنها اشاره کردم مواردی است که ما در ائتلاف برای فردا به عنوان اهداف و برنامه‌های خود مد نظر قرار داده‌ایم. این موارد، موضوعاتی هستند که در جلسات ما مورد بحث و بررسی قرار گرفته و امروز ما در خصوص برنامه‌های خود در مورد آنها به جمع بندی رسیده‌ایم.

پیش از هر چیز باید تأکید کنم که در این دوره عموم گروه‌های تشکیل شده برای حضور در انتخابات اتاق از رشد خوبی در ارائه دیدگاه‌ها و برنامه‌هایشان و همچنین برنامه ریزی برای انتخابات داشته‌اند. در مورد وجه تمایز ائتلاف برای فردا نسبت به سایر گروه‌ها باید بگویم که این ائتلاف بیش از هر چیز تلاش کرده که اعضای خود را از میان مدیران موفق بخش خصوصی برگزیند و عملاً جمعی از مدیران موفق در ائتلاف برای فردا حضور یافته‌اند.

اعضای این ائتلاف مدیرانی هستند که در نگاه‌های خودشان توانسته‌اند توسعه و تحول قابل توجهی ایجاد کنند. ما معتقدیم که مدیرانی می‌توانند اتاق را به خوبی اداره کنند که پیش از آن در اداره کسب و کارشان کارنامه موفق داشته باشند، چرا که میزان موفقیت آنها در مدیریت بنگاه‌هایشان نشان می‌دهد که از توان و دانش مدیریتی لازم برخوردارند.

ما با تحلیل وضعیت کنونی اتاق و همچنین شناسایی نقاط ضعف و آسیب‌های اتاق، رویکردی آینده‌نگرانه و آینده‌پژوهانه نسبت به اتاق بازرگانی داریم. در حقیقت رویکرد ائتلاف برای فردا این است که عملاً با چشم انداز دقیق‌تر و حساب‌شده‌تری برای اتاق برنامه‌ریزی کند. ما می‌خواهیم از فرصت‌های پیش روی کشورمان برای بخش خصوصی فرصت بسازیم. به هر حال نباید فراموش کنیم که گشایش ارتباط ایران با جامعه جهانی ظرفیت‌های بسیار خوبی برای بخش خصوصی، به ویژه حوزه تولید به وجود می‌آورد.

لذا ما باید برای تقویت و دورنی‌سازی این فرصت‌ها برای بخش خصوصی برنامه‌ریزی کنیم که ائتلاف برای فردا به این موضوع توجهی جدی دارد.

ویژگی دیگر ائتلاف برای فردا توجه جدی به این موضوع بوده که مدیریت همزمان مسائل و مشکلات بخش خصوصی در قالب یک ساختار بوروکراسی و نائل آمدن به حل آنها امکان‌پذیر نیست. به همین دلیل علیرغم اینکه اتاق در این دوره و دوره پیشین حرکت رو به جلویی داشته است اما می‌بینیم که بخش خصوصی در طول این سال‌ها گرفتارتر شده و مشکلاتش افزون‌تر شده‌اند. این شرایط به این دلیل ایجاد شده که اتاق به طور مثال نسبت به حل دو مشکل مبادرت می‌کند اما در کنار آن چهار مشکل جدید برای بخش خصوصی ایجاد می‌شود. به این ترتیب ما همواره از حل مشکلات این بخش عقب می‌مانیم. به علاوه یکی دیگر از دلایل افزایش مشکلات بخش خصوصی این است که حل بسیاری از آنها نیاز به یک پروسه زمانی بسیار طولانی دارد. بنابراین اگر این فرآیند مسئول و سیستم خاص خود را نداشته باشد، ممکن است پیگیری آن در روند کارهای روزانه اتاق گم و فراموش شده و در نهایت با تاخیر طولانی مواجه شود.

بنابراین ما احصای مشکلات اصلی بخش خصوصی در حوزه‌هایی که این بخش به طول اعم با آنها درگیر است مانند حوزه حقوقی، مالیات، تامین اجتماعی، گمرک و تجارت خارجی، خصوصی‌سازی و نیز حوزه بهبود محیط کسب و کار را در دستور کار قرار خواهیم داد. ما قصد داریم که مشکلات اصلی بخش خصوصی را تبدیل به پروژه‌هایی کنیم که خارج از فرآیند متعارف و کلاسیک و نظام بوروکراتیک اتاق تحت نظر مدیران خبره و قدرتمند و با استفاده از منابع اتاق پیگیری شود تا آنها کار را با جدیت و تمرکز و البته به صورت مستمر تارسیدن به نتیجه مورد نظر پیش ببرند، تا عملاً ما در این حوزه‌ها بتوانیم تا پایان دوره حل مشکلات اصلی بخش خصوصی را به نتیجه برسانیم، به نحوی که این مشکلات مشمول زمان نشده و به فراموشی سپرده نشوند.

وجه تمایز دیگر ائتلاف برای فردا این است که می‌خواهد از پیوند زدن و تعامل بین بنگاه‌های بزرگ و بنگاه‌های کوچک و متوسط ظرفیت‌های تعامل بخش خصوصی را افزایش دهد. فراموش نکنیم که در اتاق جای بنگاه‌های بزرگ تا به حال خالی بوده است. ما می‌خواهیم که نمایندگان بنگاه‌های بزرگ و مهم را در اتاق داشته باشیم که با حضور آنها بنگاه‌های کوچک و متوسط بتوانند شیوه‌های تعامل با مجموعه‌های بزرگ را در اتاق جستجو کنند.

موضوع دیگری که ما در ائتلاف برای فردا به آن توجه کردیم این بود که تاکنون از ظرفیت ارتباط بین اعضا در اتاق به درستی استفاده نشده است. این ائتلاف برای ایجاد شبکه کسب و کار بخش خصوصی برنامه دارد. ما می‌خواهیم با استفاده از ساز و کارهای شبکه‌سازی اعضای اتاق را بیشتر در مسیر تعامل و رایزنی با یکدیگر قرار دهیم تا از این طریق بتوانند نقاط قوتشان را به هم معرفی کرده و توانمندی‌هایشان را به اشتراک بگذارند و کارهای جدیدتر و بزرگ‌تری را از قالب این ارتباطات بیرون بیاورند. در حقیقت برنامه ما در ائتلاف برای فردا این است که زمینه را برای ایجاد هم‌افزایی‌های اثربخش در بین اعضا فراهم کنیم، چرا که این هم‌افزایی‌ها در نهایت به توسعه بخش خصوصی منجر خواهد شد. ائتلاف برای فردا پرچم اخلاق و مسئولیت اجتماعی را در این دوره برافراشته است و منشور



**ما قصد داریم که مشکلات اصلی بخش خصوصی را تبدیل به پروژه‌هایی کنیم که خارج از فرآیند متعارف و کلاسیک و نظام بوروکراتیک اتاق تحت نظر مدیران خبره و قدرتمند و با استفاده از منابع اتاق پیگیری شود تا آنها کار را با جدیت و تمرکز و البته به صورت مستمر تارسیدن به نتیجه مورد نظر پیش ببرند**

اخلاقی ائتلاف هم منتشر شده است. ما با اعتقاد به اینکه اخلاق و مسئولیت اجتماعی موضوعی است که ابتدا باید در اتاق نهادینه شود و پس از آن در بین اعضا ترویج شود، این بخش را هم در دستور کار خودمان قرار دادیم.

در مجموع باید بگویم که ما بر این باوریم که اتاق علیرغم فعالیت‌ها و حرکت‌های بسیار خوبی که در آن انجام شده است، نتوانسته ارزش و جودی خود و همچنین فعالیت‌هایش را به ذینفعان و اعضای خود منتقل کند. ما در یک شکاف استنباط بین اقدامات اتاق و تصورات اعضا قرار داریم. از یک سو ما فکر می‌کنیم که اتاق تلاش‌های مثر و مهمی داشته و از سوی دیگر اعضا چنین دیدگاهی نسبت به اتاق ندارند.

دلیل این شکاف علاوه بر ضعف ما در حوزه ارتباطات و اطلاع‌رسانی، این است که اتاق نیازهای مستقیم اعضا را به خوبی شناسایی نکرده است. موضوعاتی که ما در قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار دنبال کردیم، قطعاً تاثیر مثبتی برای فضای فعالیت اعضا خواهد داشت اما این تاثیرگذاری به صورت غیرمستقیم خواهد بود. لذا باید نیازهای مستقیم اعضا را شناسایی کرده و در اتاق برای آنها راعکارها و خدمات لازم را ارائه کند، به نحوی که اعضا نسبت به حق عضویتی که پرداخت می‌کنند، احساس رضایت کنند و اطمینان داشته باشند که بیش از آنچه که هزینه می‌کند، ارزش افزوده در کارش ایجاد شده است و بر همین اساس اتاق را مجموعه اثربخش در بهبود کسب و کارش بداند.

#### ■ آیا ائتلاف برای فردا برای جلب مشارکت بیشتر اعضا برای حضور در انتخابات آینده اتاق و فعال کردن کارت‌های خاکستری دارد؟

ما تلاش می‌کنیم برنامه‌های خود را تا حد امکان با اعضای اتاق در میان بگذاریم و صدای ائتلاف را به گوش آنها برسانیم و از این طریق با آنها ارتباط برقرار کنیم. ما امیدواریم این ارتباط انگیزه لازم را در بین آن گروه از اعضا ایجاد کند که عموماً تمایلی به رای دادن ندارند و آنها را به پای صندوق‌های رای بکشاند.

ما امیدواریم که در این دوره شاهد حضور حداکثری اعضا در انتخابات باشیم که خود نشان دهنده باور آنها نسبت به اتاق و ائتلاف ما و سایر گروه‌هایی است که در انتخابات شرکت می‌کنند. قطعاً این حضور حداکثری تعهد افرادی که در این انتخابات رای می‌آورند را نسبت به برنامه‌های انتخاباتی‌شان افزایش می‌دهد.

بنابراین فعلاً ما موریت ما این است که در ارائه برنامه‌هایمان ارتباط قانع‌کننده‌ای با اعضا داشته باشیم تا آنها با درک و دید روشن نسبت به اهداف و برنامه‌های ما به پای صندوق‌های رای بیایند. اما تاکید می‌کنم که ما به هیچ وجه تلاشی در راستای قانع کردن اعضا برای حضوری نه از سر تعقل بلکه از سر اجبار در انتخابات نداریم. ما هرگز از روش‌های دیگر برای ترغیب اعضا در راستای حضور در انتخابات بهره نخواهیم گرفت و آنها را ناگزیر به این امر نخواهیم کرد. ضمن اینکه این روش‌ها به هیچ عنوان در منشور اخلاقی ائتلاف برای فردا جایی ندارد. به هر حال ما امیدواری‌های بسیاری داریم که در این دوره تعداد بسیار بیشتری از اعضا در انتخابات شرکت کنند و من نسبت به این موضوع کاملاً خوش بین هستم.

#### ■ ترکیب اعضای ائتلاف برای فردا چیست؟

این ائتلاف نسبت به سایر گروه‌ها از تکرار بیشتری برخوردار است که حوزه‌های کسب و کار بیشتری را پوشش می‌دهد. صنایع غذایی، اقتصاد و سلامت، صنایع دارویی، انرژی و برق، نفت و گاز و پتروشیمی و صنایع پایین دستی، فولاد، سیمان، معدن، کشاورزی، نساجی، حمل و نقل، امور گمرکی، حوزه پولی، بانکی و بیمه، خدمات فنی و مهندسی، حوزه‌های صادرات محصولات سنتی و صنعتی و واردات کالاهای ضروری و اساسی و شرکت‌های هلدینگ و سرمایه‌گذاری

ما تلاش کردیم در ائتلاف برای فردا تکرار و پوشش حداکثری را داشته باشیم، هر چند سقف چهل نفری ائتلاف، محدودیت‌هایی ایجاد می‌کند. اما به هر حال دیدگاه ما این است که از همه حوزه‌های محوری نماینده‌ای در این ائتلاف داشته باشیم. ■

هدف گذاری سندیکابرای اتاق بازرگانی؛

## توجه به بخش مولد بامحوریت اقتصاد

مهندس علیرضا کلاهی، رییس هیئت مدیره سندیکای صنعت برق و عضو "ائتلاف برای فردا" انتخابات اتاق بازرگانی است. وی در گفت و گویی که با سستبران انجام داده است از برنامه های سندیکای صنعت برق ایران برای انتخابات اتاق بازرگانی ایران می گوید. به گفته رییس هیئت مدیره سندیکا در دولت گذشته که عملکرد اقتصادی به شدت خسارت بار و زیان آور بود هیچ واکنشی از سوی اتاق بازرگانی نشان داده نشد و شاید عافیت طلبی باعث شد اعضای اتاق آن موضعی که باید و شاید را نگیرند و منافع ملی را با استحکام لازم دنبال نکنند.

مهندس کلاهی در این گفت و گو با تاکید بر این که سندیکا هنوز تصمیم نهایی خود را برای حضور در هیچ ائتلافی نگرفته است خاطر نشان کرد: "طبق رایزنی هایی که داشته ایم "ائتلاف برای فردا" به سندیکانزدیک تر است. به گفته وی توجه به بخش مولد با محوریت اقتصاد از مهم ترین برنامه های مابرای اتاق بازرگانی خواهد بود.

■ عملکرد اتاق بازرگانی را چگونه ارزیابی می کنید و حالاکه انتخابات اتاق بازرگانی به زودی قرار است برگزار شود به باور شما چه نقاط قوت و ضعفی در عملکرد هیئت مدیره فعلی مشاهده کرده اید؟

سالیان سال بود که اتاق ایران از نقش مهم خودش که نمایندگی بخش خصوصی است دور افتاده بود و اگر چه با تحولات چندسال اخیر رویکرد اتاق مقداری بهتر شده است اما تا رسیدن به شرایط مطلوب هنوز فاصله زیادی دارد. با توجه به جایگاه قانونی و منابع مالی که اتاق در اختیار دارد سطح اثری گذاری اش می تواند بالاتر از این میزان کنونی باشد.

در دولت گذشته که عملکرد اقتصادی به شدت خسارت بار و زیان آور بود هیچ واکنشی از سوی اتاق بازرگانی نشان داده نشد و شاید عافیت طلبی باعث شد دوستان آن موضعی که باید و شاید را نگیرند و منافع ملی را با استحکام لازم دنبال نکنند. اگر چه وقتی شرایط سیاسی می شود گرفتن مواضع چالشی هم دشوار تر می شود. ولی اگر مقایسه کنیم عملکرد مشابه تشکل ها در سایر کشورهای دنیا مثل آلمان را که «بی دی آی» در آن صدهزار عضو دارد و تمام قوانین کار، تجاری، مالی، بیمه و حتی بودجه کشور را بازنگری می کند و در همه این امور نقش دارد متوجه می شویم چقدر نقش اتاق بازرگانی کمرنگ بوده است.

مورد دیگری که در مورد عملکرد اتاق بازرگانی می توان به آن اشاره کرد نداشتن دفتر دائمی در دنیاست. مثلا «بی دی آی» آلمان به عنوان نماینده بخش خصوصی و صنعت آلمان در لندن، شانگهای، واشنگتن و توکیو دفتر دائمی دارد. الان اتاق ایران روی بحث ترویج صادرات چه اقدام قابل توجهی انجام داده است؟ معمولا مشاهده می شود بیشتر کشورهایی که با آن ها ارتباط گرفته می شود خیلی در بازار هدف ایران قرار ندارند.

اما با همه این اوصاف از نکات مثبت عملکرد اتاق هم می توان به این مورد اشاره کرد که در سال های اخیر به تشکل های عضو خود توجه بیشتری نشان داده است و تشکل ها حضور بیشتر و قابل توجه تری داشته اند. در مباحث مالیاتی و پیمانکاری فعالیت های چشمگیری داشته اند و به تشکل ها اهمیت بیشتری داده شده است.

■ به نکات منفی و مثبت اتاق بازرگانی اشاره کردید و گفتید که در مواردی اتاق عافیت طلبانه به یکسری مسایل نگاه کرد. در چه مواردی اتاق این چنین فعالیت کرد؟



نمی توانند تاثیر گذار باشند. بنابراین امیدواریم با گذر آمدن افراد هم فکر حتی اگر در ائتلاف ما هم نباشند بتوانیم مجموعه ای قوی از بخش اقتصاد مولد کشور، بخش صنعتی و مهندسی مدرن کشور داشته باشیم تا بتوانیم اثرگذاری خود را حفظ کنیم و بتوانیم به اتاق جهت بدهیم و آن را متحول و جسورتر کنیم.

■ با توجه به این که تصمیم قطعی گرفته نشده است، با بررسی جمیع شرایط نظر سندیکا به کدام ائتلاف نزدیک تر است؟

طبق آن چه تاکنون پیش رفته و رایزنی هایی که داشته ایم نظر «ائتلاف برای فردا» به سندیکا نزدیک تر است.

■ از سندیکا چه کسانی در این ائتلاف حضور دارند؟

من و آقای حمیدرضا صالحی از تهران در این ائتلاف هستیم و البته از شهرستان ها مثل زنجان، شیراز، کرمان، اصفهان و خراسان هم چندین کاندیدا در این ائتلاف داریم.

■ ویژگی های این ائتلاف چیست؟

ائتلاف فردا از افراد جوان تر و افراد خوشنامی تشکیل شده است که بدون رانت خواری به موقعیت های خود رسیده اند. برخی از آن ها عقبه دولتی دارند اما به همین خوشنامی به بخش خصوصی رسیده اند. درد صنعت کشور را درک کرده اند و به نظر می شود در این گروه در راستای منافع ملی حرکت کرد.

■ اولویت های برنامه ای شما در این ائتلاف بر روی چه مواردی تنظیم شده است؟

یکی از برنامه های ما این خواهد بود که تعامل عمیقی روی بحث صادرات داشته باشیم. کالاها و خدماتی که پتانسیل صادراتی دارند شناسایی کنیم و برای ترویج صادرات و بستر سازی برای شرکت های زیرمجموعه فعالیتی را سازماندهی کنیم. ما در سندیکای صنعت برق هم به دنبال این اقدام بودیم اما با توجه به مذاق بودجه ای نتوانسته ایم این اقدام را انجام دهیم. اما اگر دو یا سه درصد از بودجه صد میلیاردی اتاق به ترویج صادرات اختصاص داده شود می تواند بازاریابی قوی را برای شرکت های ایرانی انجام دهد. توجه به بخش مولد با محوریت اقتصاد از مهم ترین برنامه های ما برای اتاق بازرگانی خواهد بود. در بازار صنعت برق طبق برآوردها، عراق به تنهایی طی پانزده سال آینده بین سیزده تا چهارده میلیارد دلار سود برای کالا و خدمات اعضای ما خواهد داشت و البته برای اصناف دیگر هم فکر می کنم به همین میزان سود و منفعت خواهد داشت پس هر آن چه برای صادرات مفید باشد برای بازار داخل هم مفید خواهد بود. هر چقدر بخواهید برای صادرات فعالیت کنید باید مشتری مدار باشید، از لحاظ قیمت رقابتی باشید و بتوانید خدمات خوب به مشتریان ارائه بدهید و این ها همه مواردی است که برای بازار داخل هم ارزشمند است.

نکته دیگری که دوست داریم در اتاق بازرگانی به آن بپردازیم اصلاح سیاست های مالیاتی است. سیاست های مالیاتی ما کاملاً ضد تولید است ببینید بازار چه حجم گردش مالی دارد و چقدر مالیات می دهد و اعضای ما چقدر مالیات می پردازند. اجرای ناقص مالیات بر ارزش افزوده و سر باز زدن بازار از اجرای آن خود باعث آسیب جدی شده است.

دوری از رانت خواری هم از دیگر مواردی است که در برنامه هایمان می خواهیم به آن توجه کنیم. مبارزه با انحصارات، فشار در جهت حرکت به سوی یک اقتصاد رقابتی، برقراری عدالت در یارانه و داشتن رویکرد ملی و فراملی به امور از دیگر مواردی است که می خواهیم به آن ها توجه کنیم. ■

البته خیلی آسان است که بیرون از گود بنشینیم و شرایط را نقد کنیم. نقد سازنده همواره باید با پیشنهاد همراه باشد و باید دقت کنیم که اگر خود ما زمانی روی آن صندلی ها قرار می گرفتیم چه اقدامی انجام می دادیم.

همه ما اگر منافع ملی و حتی منافع بلند مدت خودمان را در نظر بگیریم داشتن یک جامعه توسعه یافته و بالابردن درآمد ناخالص ملی و درآمد سرانه و ایجاد امنیت اجتماعی از همین طریق است. اما جای آن داشت که اتاق قبلی در دوره آقای احمدی نژاد وقتی ائتلاف منابع ملی را می دید موضع گیری گسترده ای انجام می داد و حتی اگر لازم بود استعفای خود را هم اعلام می کرد. اگر بپذیریم در هر موقعیتی که قرار داریم و کیل یک سری موکل هستیم چه شرکتی که به عنوان هیئت مدیره آن انتخاب شده ایم یا در هر تشکل دیگری که هستیم قطعاً وظایفمان را درست تر انجام خواهیم داد. خیلی طبیعی است که اگر احساس کنیم شرایط به ما اجازه فعالیت نمی دهد استعفا دهیم و این خیلی پدیده پیچیده ای نیست.

■ با توجه به این که سندیکا رویکرد و رابطه مثبتی با اتاق بازرگانی داشته است؛ برنامه سندیکا برای انتخابات اتاق بازرگانی چه خواهد بود؟ آیا از ائتلاف خاصی حمایت خواهید کرد یا به صورت مستقل وارد انتخابات خواهید شد؟

تصمیمات در سندیکا فردی نیست و هیئت مدیره ای گرفته می شود. من خودم در ائتلاف برای فردا حضور دارم و یکی دو نفر دیگر از دوستان هم در همین ائتلاف هستند و چند نفر از اعضای دیگر سندیکا در ائتلاف های دیگر حضور پیدا کرده اند. ولی این تصمیم را که آیا از ائتلاف مشخصی حمایت رسمی خواهیم کرد یا خیر بر عهده هیئت مدیره است.

■ یعنی برنامه تان هنوز به طور کامل مشخص نیست؟

خیر، اما در نهایت یا از یک ائتلاف مشخص حمایت رسمی خواهیم کرد یا سعی می کنیم مجموعه ای از تشکل ها را با محوریت سندیکا گرد هم جمع کنیم تا به اجماع برسیم. یکی از خطراتی که در انتخابات پیش رو وجود دارد شکسته شدن آرای اصلاح طلبان و تحول خواهان است. گروه های مختلفی اعلام موجودیت کرده اند و این بیم وجود دارد که این تعدد گروه ها باعث شکستن آراء شود.

چرا که جناح سنتی و بازار آراء همیشگی خود را داراست و از این جهت در خطر قرار ندارد. امروز ما سعی می کنیم آرمان هایی را دنبال کنیم و با تشکل هایی که گرد هم آمده ایم هم به اهدافمان برسیم و یک لیست مشترک بدهیم. ضمن این که هر کدام در ائتلاف های مد نظر خودمان هم می توانیم حضور داشته باشیم. ائتلافی که به بحث خوشنامی، بحث ملی گرا بودن، بی طرف بودن، عدم استفاده از اتاق برای مقاصد شخصی، توجه داشته باشد مورد پشتیبانی ما خواهد بود.

■ پس احتمال دارد لیست جداگانه ای با محوریت سندیکا که ترکیبی از افراد مختلف حاضر در ائتلاف های گوناگون است برای انتخابات اتاق بازرگانی داده شود؟

این امکان وجود دارد و با توجه به رویکرد و جهت گیری افراد حاضر در ائتلاف ها امکان حضور پررنگ تر برخی افراد ائتلاف ها را شاهد باشیم. البته هنوز تصمیم نهایی گرفته نشده است.

■ هدف شما آیا فرستادن اعضای سندیکا به اتاق است؟ یا هدف دیگری را دنبال می کنید؟

خیر اصلاً هدف ما این نیست که فرد الف یا ب را از سندیکا وارد اتاق کنیم. هدف ما این است که بلوک بزرگی از افراد هم فکر و هم سلیقه و با دیدگاه ملی را گرد هم بیاوریم چرا که ساختار اتاق به گونه ای است که یک یا دو نفر به تنهایی



یکی از برنامه های ما این خواهد بود که تعامل عمیقی روی بحث صادرات داشته باشیم. کالاها و خدماتی که پتانسیل صادراتی دارند شناسایی کنیم و برای ترویج صادرات و بستر سازی برای شرکت های زیرمجموعه فعالیت هایی را سازماندهی کنیم





گفتگو با مهندس محمد مهدی راسخ؛ رییس کمیسیون امور اجتماعی و تشکل‌های اتاق بازرگانی تهران

## هم‌اندیشی پیشکسوتان صنعت و تجارت در ائتلاف بزرگ

در آستانه هشتمین دوره انتخابات اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، خانه اقتصاد ایران، انجمن مدیران صنایع، خانه معدن، مجمع فعالان توسعه اقتصاد ایران و فدراسیون حمل و نقل در کنار بیش از ۴۰ تشکل اقتصادی دیگر در قالب ائتلافی با نام «ائتلاف بزرگ» برای شرکت در این انتخابات اعلام آمادگی کردند.

این ائتلاف که آل اسحاق، علامیر محمد صادقی، پورفلاح، بهرامن و راسخ را به عنوان سرشناس‌ترین اعضایش در خود جای داده، در بیانیه خود عنوان کرده بود که «برگزاری هر چه باشکوه‌تر انتخابات اتاق‌ها و مشارکت حداکثری فعالان اقتصادی عضو اتاق در این رویداد مهم، زمینه جامعیت نظرات بخش خصوصی و مشروعیت بیشتر و اقتدار بالاتر اتاق را مهیا خواهد ساخت.»

در همین راستا و برای آشنایی بیشتر با رویکردهای ائتلاف بزرگ، گفتگویی با مهندس محمد مهدی راسخ، رییس کمیسیون امور اجتماعی و تشکل‌های اتاق تهران و یکی از اعضای اصلی این ائتلاف داشتیم که حاصل آن را می‌خوانید:

تجاری از مجرای اتاق کاملاً اثرگذار واقع شد، به طوری که در بسیاری موارد اتاق با اعزام هیات‌های تجاری، توانست به توسعه تجارت بین الملل کشور کمک کند. در همین راستا جنبشی با عنوان جنبش ضد تحریم هم توسط اتاق تهران راه اندازی شد که تأثیر بسیاری در روشن شدن ابعاد تحریم داشت و اعتراض گسترده‌ای به محدودیت ظالمانه بین المللی بود که علیه ایران اعمال شده است.

در حوزه آموزش هم فعالیت‌های اتاق تهران در طول دوره گذشته توسعه قابل توجهی داشت، به طوری که علاوه بر دوره‌های رایج، ما موفق شدیم با مشارکت دانشگاه صنعتی شریف و با حضور برترین اساتید کشور چندین دوره MBA

پنجم هیات نمایندگان، تغییراتی در اتاق تهران ایجاد شد که تقریباً تا یک سال پس از آن هم روند این تغییرات ادامه یافت. در دوره ششم و هفتم اتاق تهران تبدیل به یک سازمان نظام دار شد که حرکت‌های بسیار خوبی در آن شکل گرفت. البته ذکر این نکته را ضروری می‌دانم که در این دو دوره اتاق بازرگانی ایران و شهرستان‌ها هم عملکرد بسیار خوبی داشتند.

اتاق بازرگانی تهران در طی چهار سال گذشته عملکرد قابل قبولی داشته است. تقویت روابط بین الملل به ویژه در شرایطی که کشور دچار تحریم بود، یکی از مهم‌ترین اقدامات اتاق ظرف چهار سال گذشته بود. ساماندهی روابط

■ عملکرد اتاق بازرگانی را ظرف چهار سال گذشته چگونه ارزیابی می‌کنید؟

اتاق بازرگانی ظرف هشت سال گذشته روند رو به رشد خوبی داشته و این روند در اتاق تهران به خوبی قابل مشاهده بوده است. در گذشته اتاق تهران به صورت مجزا از اتاق ایران وجود نداشته و این اتفاق در دوره پنجم هیات نمایندگان رخ می‌دهد. پس از آن بخش‌هایی مانند آموزش، امور بین الملل، عضویت و ... تشکیل می‌شود اما علیرغم این فعالیت‌ها، باز هم بخش زیادی از فعالیت‌های مدیران اتاق تهران، صرف درگیری‌هایشان با اتاق ایران شد.

به این ترتیب در نهایت در پایان سال سوم فعالیت دوره

برگزار کنیم و این دوره‌ها با استقبال بسیار گسترده‌ای از سوی صاحبان و مدیران بخش خصوصی مواجه شد. در حوزه کارهای پژوهشی هم اتاق تهران در چهار سال گذشته، اقدامات بسیار خوبی داشت. ما در اتاق تهران دو مرکز پژوهشی هم اندیشی برای توسعه بخش خصوصی و مطالعات و بررسی‌های اقتصادی را ایجاد کردیم که بیش از ۵۰ پژوهش مهم و کاربردی مطالعاتی در این دو مرکز انجام شد. بررسی آثار هدفمندی یارانه‌ها، تدوین برنامه اقتصادی دولت، بررسی شرایط رشد اقتصادی و ارتباط آن با اندازه دولت‌ها، ارائه پیشنهادهای در حوزه سیاست خارجی و روابط بین الملل و شرایط رقابت پذیری در کشور از جمله موضوعات مهم این پژوهش‌ها بودند.

کار مهم دیگری که در اتاق تهران انجام شد، تدوین برنامه استراتژیک با مشارکت هیات نمایندگان، هیات ریسه و مدیران اتاق بود. برای تدوین این برنامه که بر مبنای مطالعات گسترده‌ای بر روی نحوه مدیریت اتاق‌های بازرگانی در سراسر دنیا تدوین شد، چشم انداز و اهداف اتاق تهران تعیین شد و پس از آن تدوین ساختار اتاق در دستور کار قرار گرفت. با تدوین ساختار جدید، کمیسیون‌های اتاق کاملاً دگرگون شد و هشت کمیسیون جدید به تصویب هیات نمایندگان رسید. به این ترتیب علاوه بر اینکه در این ساختار اتاق تهران به سمت کمیسیون محوری سوق داده شد، دو شورای مشورتی امور اقتصادی و امور بین الملل در آن تعریف شد.

توجه جدی به تشکلهای اقتصادی یکی دیگر از رویکردهای اصلی اتاق تهران در طول چهار سال گذشته بود. تا پیش از این تشکلهای چهار نوعی پراکنده بودند و همین مساله سبب می‌شد که با وجود توانمندی‌ها و پتانسیل‌هایشان، مغفول باقی بمانند. به همین منظور در اتاق تهران کمیسینی با عنوان امور اجتماعی و تشکلهای تعریف شد که توسعه، تقویت و توانمندسازی تشکلهای هدف اصلی آن است. به این ترتیب آیین نامه‌ای برای کمیسیون با هدف حمایت از تشکلهای اقتصادی تدوین شد.

مسئولیت اجتماعی و کسب و کار مسئولانه هم یکی دیگر از مباحثی بود که در طول این دوره در اتاق تهران به صورت جدی پیگیری شد. ما بر این باوریم که همانطور که یک فعال اقتصادی به دنبال کسب درآمد و سود است، مسئولیت‌های روشنی هم در قبال جامعه دارد که باید به آنها توجه داشته باشد. تشکیل کمیسیون فضای کسب و کار با توجه به شرایط نامساعد فضای کسب و کار در ایران یکی دیگر از فعالیت‌های ما برای بهبود شرایط فعالیت اعضای اتاق بازرگانی بود.

کمیسیون‌های انرژی، حمل و نقل، صنعت و معدن، کشاورزی، سرمایه‌گذاری و تامین مالی و کشاورزی و صنایع غذایی از دیگر کمیسیون‌هایی بودند که پس از تجدید ساختار، در اتاق تهران ایجاد شدند و در طول این مدت عملکرد قابل قبولی داشتند.

موضوع دیگری که ما در طول این دوره به شکل جدی بر روی آن کار کردیم این بود که حذف کارت بازرگانی تا چه اندازه می‌تواند اتاق را آسیب پذیر کند، بنابراین خدمات رسانی به اعضا باید به شکلی صورت بگیرد که آنها را نسبت به تداوم مشارکتشان با اتاق حتی در صورت حذف کارت بازرگانی ترغیب کند. به همین منظور خدمات جدیدی برای اعضا تعریف شد که خدمات مشاوره‌ای حقوقی، بازرگانی،



**اگر حضور صاحبان تجربه و افرادی که برای بخش خصوصی زحمات بسیاری متحمل شده و از فروپاشی اتاق بازرگانی در سال‌های دور جلوگیری کرده‌اند، در ائتلاف بزرگ به معنای سنتی بودن آن است، ما سنتی بودن ائتلاف بزرگ را یک افتخار می‌دانیم**

اقتصادی، مالیاتی، بیمه تامین اجتماعی، گمرک و... از جمله آنها بود. به علاوه ما در اتاق تهران بیش از ۵۰ نماینده در هیات‌های حل اختلاف مالیاتی و بدوی تامین اجتماعی داریم که می‌توانند به خوبی از اعضای اتاق حمایت کرده و خدمات اثرگذاری به آنها ارائه دهند.

به علاوه ما مذاکراتی با قوه قضاییه در خصوص مجزا کردن دادگاه‌های اقتصادی و حضور نمایندگان از اتاق در این دادگاه‌ها داشتیم، چرا که قطعاً قضات نمی‌توانند اطلاعات کافی و گسترده‌ای در خصوص مسائل اقتصادی و تجاری داشته باشند.

برگزاری همایش‌ها و برقراری تعامل فعال و اثرگذار با دولت و مجلس و قوه قضاییه هم از جمله دیگر فعالیت‌های اثربخش اتاق تهران در طول چهار سال گذشته بوده است. ما تلاش کردیم در این مدت رابطه مستقیم و اثرگذاری بین اعضای اتاق و فعالین اقتصادی با مسئولین عالی رتبه قوای سه گانه ایجاد کنیم.

تاکید من بر این است که اتاق بازرگانی در طول دو دوره گذشته توانست تا حدودی جایگاهی واقعی خود را به عنوان نماینده بخش خصوصی در حوزه تصمیم سازی‌های کلان

کشور تثبیت کرده و به صدای بخش خصوصی کشور تبدیل شود. البته باید اذعان کنم که قطعاً اقدامات انجام شده در طول سال‌های گذشته به این معنا نیست که اتاق بازرگانی به شرایط مطلوب دست یافته و به تکامل رسیده است.

امیدواریم که هیات نمایندگان دوره هشتم، اجتماعی از مدیران اصلح و شایسته باشد و این روند رشد و توسعه اتاق را پیش ببرند. هنوز هم نقصان‌هایی به خصوص در حوزه تشکلهای عضو اتاق، بهبود فضای کسب و کار، اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴، ارتقای جایگاه اتاق و افزایش سهم بخش خصوصی در اتاق وجود دارد که باید به شکل جدی از سوی هیات نمایندگان دوره هشتم دنبال شود. افرادی که در این دوره برگزیده خواهند شد باید به دنبال تقویت نقاط قوت اتاق و رفع نقاط ضعف کنونی آن باشند تا بتوانیم شاهد اتاقی پویا، فعال و اثربخش باشیم.

■ از دیدگاه شما اصلی‌ترین نقاط ضعف اتاق بازرگانی

چه بوده است؟

باز هم تاکید می‌کنم که اتاق باید به شکل جدی بهبود محیط کسب و کار را دنبال کند. چرا که وظیفه کسانی که به عنوان نمایندگان بخش خصوصی وارد اتاق بازرگانی می‌شوند این است که مسائل و مشکلات این بخش را شناسایی کرده و برای حل آنها راهکارهایی عملیاتی ارائه دهد.

فراموش نکنیم که رتبه ما از نظر فضای کسب و کار در بین ۱۸۵ کشور دنیا ۱۳۲ است، آن هم در شرایطی که کشور ما از نظر منابع انرژی، معدنی و زیرزمینی و نیروی انسانی در شرایط بسیار مطلوبی قرار دارد، نباید فضای کسب و کاری تا این اندازه نامطلوب داشته باشد و این وظیفه اتاق بازرگانی است که راهکارهای موثری برای بهبود این فضا به دولت و مجلس و سایر نهادهای تصمیم ساز کشور ارائه دهد و بستر لازم را برای توسعه بخش خصوصی فراهم آورد.

آزاد سازی اقتصاد و خصوصی سازی هم از جمله دیگر موضوعاتی است که باید به شکل جدی در دوره آینده هم پیگیری شود. متأسفانه بر اساس آمار ارائه شده از سوی دولت تنها ۱۳ درصد از واگذاری‌ها به بخش خصوصی واقعی صورت گرفته است، در حالی که انتظار می‌رفت بخش قابل توجهی از شرکت‌های دولتی این بخش واگذار شوند. اتاق باید این موضوع را به شکل جدی دنبال کند تا به این ترتیب با انجام خصوصی سازی واقعی، سهم بخش خصوصی هم در اقتصاد افزایش یابد و به تدریج سایه دولت از حوزه تصدی‌گری اقتصاد کشور برداشته شود.

یک اتاق بازرگانی کارآمد، اتاقی است که بتواند با ارائه خدمات اثرگذار از اعضای خود به خوبی حمایت کند. ارتقای سطح آموزش اعضا و بهبود شرایط علمی و تجربی آنها هم یکی دیگر از کارهایی است که در دوره آتی باید به شکل جدی دنبال شود. انجام پژوهش‌های کاربردی و تحلیل آمارها هم جزو فعالیت‌هایی است که باید در دستور کار هیات نمایندگان آینده اتاق بازرگانی قرار گیرد. فراموش نکنیم که اگر چه تولید آمار یکی از وظایف دولت‌ها است اما تحلیل و راستی آزمایی این آمار باید توسط بخش خصوصی انجام شود.

شناسایی بازارهای هدف و اطلاع رسانی در مورد آنها در کنار ایجاد شفافیت اقتصادی و آماری از دیگر وظایف اتاق بازرگانی است، ضمن اینکه اتاق پیش از هر ارگان دیگری باید اطلاعاتی دقیق و شفاف را به صورت یکنواخت در

اختیار همه اعضای خود قرار دهد تا از ایجاد رانت برای یک عده خاص جلوگیری کند. چنین اتاق بازرگانی می‌تواند در مبارزه با رانت، فساد اقتصادی و اداری و ایجاد فضای رقابتی و شفافیت اقتصادی در کشور اثربخش واقع شود. حل مشکلات تجار، صنعتگران و تولیدکنندگان و صادرکنندگان از دیگر وظایف اتاق است. باید امکاناتی فراهم شود که صاحبان بنگاه‌های اقتصادی بتوانند در صورت بروز مشکل در حوزه فعالیت خود با مراجعه به اتاق نسبت به حل آن اقدام کنند.

■ از ائتلاف بزرگ و برنامه‌ها و اهداف این ائتلاف بگوئید؟ در این دوره از انتخابات تعدادی از تشکلهای از جمله انجمن مدیران صنایع، خانه معدن ایران و خانه اقتصاد در کنار مجمع فعالان توسعه اقتصادی ایران که یک تشکل قدیمی است، قرار گرفتند و پیشنهاد ایجاد یک ائتلاف برای حضور در انتخابات را دادند. به این ترتیب ائتلاف بزرگ با حضور این تشکلهای در کنار هم تشکیل شد و تا امروز بیش از ۵۰ تشکل بزرگ کشور از این ائتلاف حمایت کردند. نکته ای که از نظر ما در ائتلاف بزرگ بسیار حائز اهمیت است، حضور چشمگیر و پررنگ اعضای اتاق در انتخابات است. ما باید درصد مشارکت اعضای اتاق را در انتخابات افزایش دهیم و شرایط را برای مشارکت حداکثری اعضا فراهم کنیم. مهم این است که اعضای اتاق بتوانند افراد شایسته و خوشنام و معتمدی را برگزینند که نمایندگان واقعی بخش خصوصی هستند.

ما در ائتلاف بزرگ علاوه بر اینکه اعضا را برای حضور در پای صندوق‌های رای تشویق می‌کنیم، تلاش می‌کنیم افرادی را در لیست ائتلاف قرار دهیم که از نظر خوشنام بودن، حضور فعال در تشکلهای اقتصادی، موفقیت در کسب و کار و ... سرآمد باشند. در حقیقت ما برای لیست ائتلاف بزرگ شاخص‌هایی را تعریف کرده‌ایم که افراد را بر اساس آن در این لیست جای می‌دهیم.

■ بر اساس اظهارنظرهای صورت گرفته، ائتلاف بزرگ رویکردی سنتی دارد، اینطور نیست؟

اگر رویکرد سنتی به معنای احترام به پیشکسوتان اقتصاد کشور است، بله ما ائتلاف بزرگ را ائتلافی سنتی می‌دانیم. اگر حضور صاحبان تجربه و افرادی که برای بخش خصوصی زحمات بسیاری متحمل شده و از فروپاشی اتاق بازرگانی در سال‌های دور جلوگیری کرده‌اند، در ائتلاف بزرگ به معنای سنتی بودن آن است، ما سنتی بودن ائتلاف بزرگ را یک افتخار می‌دانیم، چرا که این افراد عمدتاً در کسب و کار و بنگاه‌های اقتصادی خود عملکرد بسیار موفق داشته‌اند و جزو بهترین‌ها در کشور هستند.

به علاوه باید این مساله را هم در نظر بگیریم که اتاق جای افراد صاحب نامی است که می‌توانند برای همه صاحبان کسب و کار الگو باشند. افرادی که در طول سال‌های متعددی تجربیات ارزشمندی در اقتصاد ایران اندوخته‌اند می‌توانند از طریق اتاق این تجربیات را به مدیران جوان تر منتقل کنند.

لذا ما رویکرد سنتی را به معنای فاصله داشتن از مدیریت مدرن و قدیمی بودن تفکرات نمی‌پذیریم و بر این باوریم که سنتی با این معنا نوعی حرکت تخریبی علیه ائتلاف برای فردا است. ما بر این باوریم که در انتخابات اتاق بازرگانی، بیش از هر چیز باید اخلاق حرفه‌ای رعایت شده و افراد از

تخریب رقبا خود بپرهیزند.

تاکید من بر این است که در ائتلاف بزرگ، بهترین صنعتگران، تولیدکنندگان و تجار حضور دارند. عملکرد بسیاری از این افراد در اتاق نشان می‌دهد که آنها نمایندگان شایسته ای برای بخش خصوصی هستند. تدوین برنامه استراتژیک، تجدید ساختار، الکترونیکی شدن فعالیت‌های اتاق و برگزاری دوره‌های مختلف آموزشی قطعاً نشان از رویکرد نوین مدیریتی در هیات نمایندگان دو دوره اخیر اتاق دارد که اعضای ائتلاف بزرگ تعداد زیادی از آنها را تشکیل می‌دادند. به علاوه اتاق باید فضایی مساعد برای کنار هم قرار گرفتن افراد پیشکسوت و با تجربه در کنار جوانانی با ایده‌های نو باشد.



گاها از ائتلاف بزرگ به عنوان ائتلاف بازاریان هم یاد می‌شود. با توجه به مشارکت تشکلهای اقتصادی دیگر با مجمع فعالان توسعه، چه پاسخی به این اظهار نظرها دارید؟

اول اینکه تجار و بازاریان هم بخش بزرگی از اقتصاد کشور هستند و سهم قابل توجهی از اقتصاد دارند. لذا این حق آنها است که در اتاق حضور داشته باشند. اما قطعاً ائتلاف بزرگ فقط شامل تجار نیست و مشارکت ۵۰ تشکل اقتصادی در این ائتلاف حضور دارند.

خانه معدن ایران، انجمن مدیران صنایع، خانه اقتصاد ایران، انجمن‌های حوزه صنایع نساجی، فناوری اطلاعات، صنایع پلاستیک پلیمر، صنایع غذایی، کشاورزی و ... جزو تشکلهایی هستند که به ائتلاف بزرگ پیوسته‌اند و هر یک در حوزه‌های تخصصی صنعتی، معدنی و کشاورزی فعالند. تاکید می‌کنم که رویکرد ما در ائتلاف بزرگ این است که به هیچ عنوان هیچ یک از کاندیداها و یا ائتلاف‌ها را

تخریب نکرده، بر علیه دیگران اظهار نظری نکنیم و پاسخی به تخریب‌های سایرین علیه خودمان ندهیم. ما بر این باوریم که فعالین اقتصادی و اعضای اتاق به خوبی می‌توانند افراد شایسته را برگزینند و قضاوت دربارۀ اظهار نظرهای صورت گرفته داشته باشند. تنها کاری که ما انجام می‌دهیم این است که برنامه‌های خود را اعلام کرده و افرادی که شایستگی‌های لازم را دارا هستند، معرفی می‌کنیم. در نهایت این اعضای اتاق هستند که هر کسی را که شایسته بدانند برمی‌گزینند.

■ آیا ائتلاف بزرگ با توجه به گستردگی و وسعت حوزه‌های تحت پوشش خود، برنامه خاصی برای جلب مشارکت بیشتر اعضا دارد؟

متأسفانه امسال سه تغییر اثرگذار در شرایط رای دهندگان ایجاد کرده‌اند که در جذب و حضور فعالین اقتصادی در پای صندوق‌های رای اثری منفی خواهد داشت. اول اینکه در دوره‌های پیشین کسانی که کارت بازرگانی شان سه ماه اعتبار داشت هم می‌توانستند در انتخابات شرکت کنند اما امسال این زمان را به یک سال افزایش دادند که این امر قطعاً به ریزش بیش از ۳۰۰۰ نفر از رای دهندگان تنها در تهران منجر خواهد شد.

تغییر دوم ممانعت از رای دادن افرادی است که فاقد کارت هوشمند بازرگانی هستند. بسیاری از اعضا کارت هوشمند ندارند. در صورتی که اطلاعات آنها در سیستم هوشمند اتاق موجود است و قاعدتاً نباید ممانعتی برای حضور آنها در انتخابات وجود داشته باشد. اما بر اساس این قانون جدید این افراد نمی‌توانند رای بدهند.

مساله سوم در مورد کارت بازرگانی شرکت‌ها یا اعضای حقوقی اتاق است. در کارت شرکت‌ها عمدتاً عکس و نام مدیر عامل هم ذکر شده، در گذشته هر یک از اعضای هیات مدیره شرکت‌ها می‌توانستند با این کارت در انتخابات شرکت کنند اما این امکان هم بر اساس مصوبات جدید از بین رفته و تنها مدیر عامل می‌تواند با کارت بازرگانی شرکت، در انتخابات حضور یابد.

ایجاد این تغییرات قطعاً اثرات منفی بر میزان مشارکت اعضا خواهد داشت، در صورتی که باید تلاش کنیم زمینه را برای حضور حداکثری اعضا فراهم کنیم تا افراد برگزیده هم اطمینان داشته باشند که از پشتوانه بیشتری در بین اعضا برخوردارند.

به هر حال تمام تلاش ما بر این است که در قالب جذب مشارکت حداکثری اعضا، از همه اعضای اتاق که از حقوق قانونی برابری در این تشکل برخوردارند، بخواهیم که پای صندوق‌های رای حاضر شوند و بر اساس نظر خودشان بهترین افراد را برگزینند.

و صحبت آخر...؟

توسعه بخش خصوصی کشور و ایجاد یک اتاق پویا، فعال، چابک و کوچک است. انجام خصوصی سازی واقعی، ساماندهی تشکلهای اقتصادی، بهبود محیط کسب و کار و ایجاد تسهیلات لازم برای فعالین اقتصادی، ارزشمند کردن فعالیت‌های اقتصادی در جامعه، انتقال تجربیات بزرگان و پیشکسوتان صنعت و تجارت به جوانان، افزایش سطح علمی اعضا و توسعه روابط بین الملل از اصلی‌ترین اهداف ما در ائتلاف بزرگ هستند. ■

انتخابات اتاق بازرگانی ایران، هجدهم اسفند ماه سال جاری برگزار می‌شود تا پرونده اقتصادی سال ۹۳ با مهم‌ترین انتخابات تشکیلی بخش خصوصی به پایان برسد. قطعا بخش خصوصی ایران روزهای پرشوری را تا برگزاری انتخابات در پیش دارد.

صاحبان کسب و کار برای حضور در این انتخابات عمدتاً در شش گروه گرد هم آمده و برای کاندیداتوری در انتخابات هیات نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران اعلام آمادگی کرده‌اند. در همین راستا با مهندس منوچهر ملکبانی فر، رئیس هیات مدیره انجمن شرکت‌های ساختمانی که در جمع بنیان مدیران کار آفرین برای حضور در هیات نمایندگان اتاق کاندید شده است، گفتگویی داشتیم.

وی در طول این گفتگو بارها به این مساله اشاره می‌کند که صنعت احداث و انرژی به دنبال سهم خواهی در اتاق بازرگانی نیست و اگر نمایندگانی از این صنعت کاندید شده‌اند قطعاً اصلی‌ترین هدفشان تامین منافع ملی و توسعه پایدار کشور است.

آنچه در پی می‌آید، حاصل گفتگوی ما با مهندس منوچهر ملکبانی فر است:

■ چرا حوزه احداث در اتاق بازرگانی تا امروز کم‌رنگ ظاهر شده و سهم اندکی از کرسی‌های اتاق دارد؟

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در سال‌های اخیر به لحاظ جایگاه قانونی رشد بسیار زیادی داشته است. به طوری که امروز بسیاری از مقامات کشور در جلسات و نشست‌هایی که با بخش خصوصی دارند به این موضوع تاکید می‌کنند که مسائل و مشکلات صنفی و حوزه فنی و مهندسی خود را از تریبون اتاق مطرح کنید. به عبارت دیگر اتاق، قانونی‌ترین جایگاه بخش خصوصی است.

متولیان صنعت احداث هدفشان این نیست که برای سهم خواهی و گرفتن کرسی‌های بیشتر وارد انتخابات اتاق شوند. کسانی که در صنعت احداث کار می‌کنند، مثل باغبانی هستند که یک زمین خالی را به یک باغ تبدیل کرده‌اند. مهم این نیست که سند این باغ به نام آنها هست یا نه؛ اما بی‌شک اگر کسی به این باغ صدمه‌ای برساند، برای باغبان ناراحت کننده است، چرا که برای به ثمر رسیدن

طی کرده‌اند، همواره برنامه‌های بلندمدت کاربردی و اثربخش داشته‌اند. ما تا پیش از انقلاب‌های توسعه هفت ساله فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی داشتیم که این قانون در سال‌های پس از انقلاب به برنامه‌های پنج ساله بدل شد. آنچه مسلم است این است که توسعه فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مثل حلقه‌های یک زنجیره به هم متصل هستند. آیا ما توانستیم توسعه فرهنگی را دنبال کنیم. این توسعه از فرد آغاز می‌شود، یعنی فرد به آنچه دارد قانع نیست و می‌خواهد هر روزش نسبت به دیروزش بهتر باشد. این کمال طلبی از فرد و خانواده آغاز می‌شود.

این توسعه در ابعاد وسعیش به یک توسعه اجتماعی بدل می‌شود و نتیجه آن جامعه‌ای توسعه یافته خواهد بود که می‌تواند زمینه ساز یک توسعه سیاسی پایدار باشد و در نهایت محصول این فرآیند توسعه اقتصادی خواهد بود. تاکید من بر این است که در هیچ کشور توسعه اقتصادی

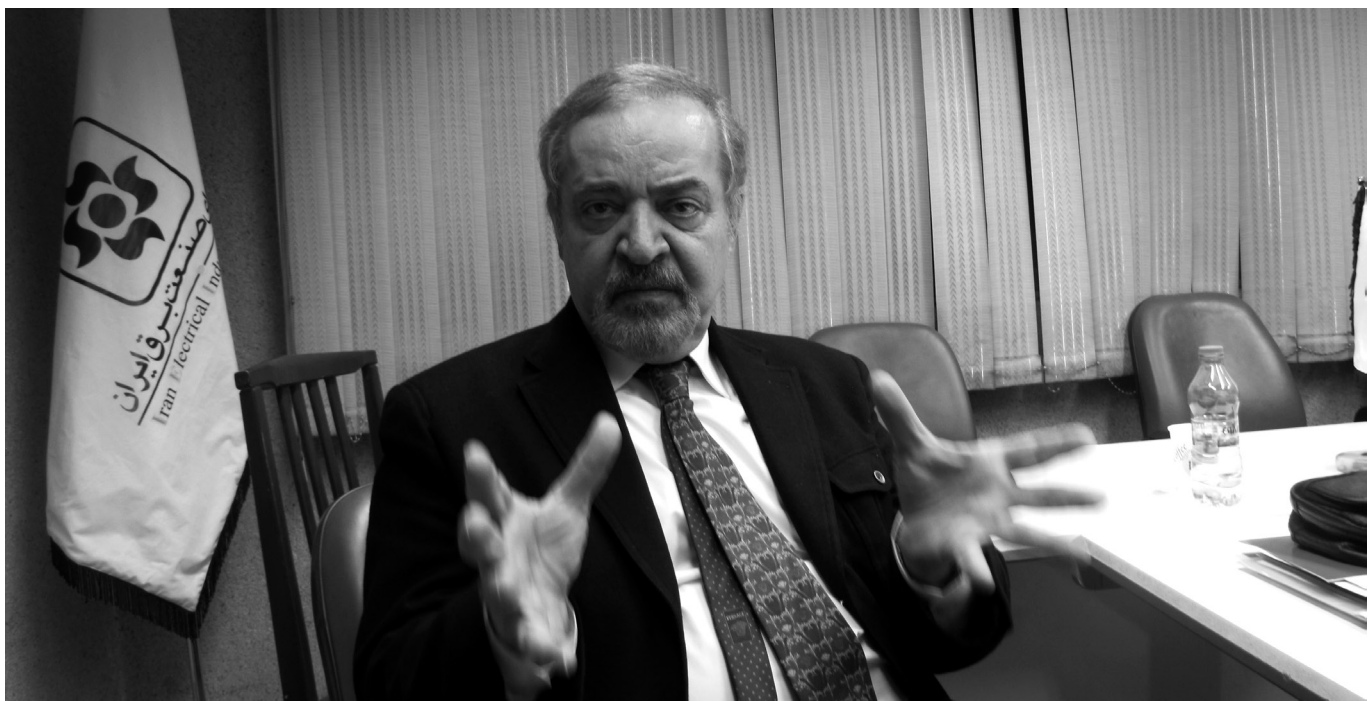
این باغ زحمات بسیاری را متحمل شده است. متولیان صنعت احداث جزو وطن پرست ترین انسان‌های این کشور هستند و قلبشان همواره برای عمران و آبادی و توسعه پایدار این مملکت می‌تپد. فراموش نکنید که امروز کشور ما با مسائل و مشکلات بسیاری در همه حوزه‌ها مواجه است و ما برای حل این مشکلات باید از مجرای اتاق به عنوان قدرتمندترین تشکل بخش خصوصی چاره اندیشی کنیم.

به هر حال باید بپذیریم که امروز در کشور قوانین بسیار مترقی وجود دارد که متأسفانه به درستی اجرایی نمی‌شوند و همین مساله صدمات جبران ناپذیری به کشور وارد کرده است. در حقیقت شاید اصلی‌ترین مشکل ما این است که از اقتدار تعریف بدی در کشور داریم و امروز اقتدار به معنای حرکت کردن ورای قوانین و مقررات موجود است.

اصولاً کشورهایی که مسیر دستیابی به توسعه پایدار را

گفتگو با مهندس منوچهر ملکبانی فر؛ رئیس هیات مدیره انجمن شرکت‌های ساختمانی

## صنعت احداث به دنبال سهم خواهی در اتاق نیست



یک فرآیند کوتاه مدت نبوده است. بنابراین اگر ما توسعه فرهنگی ریشه یک درخت باشد، توسعه اجتماعی تنه و توسعه سیاسی و شاخ و به‌گر آن درخت خواهد بود و در نهایت توسعه اقتصادی محصول این درخت است. صاحبان صنعت احداث و انرژی پرچمداران تمدن صنعتی کشور هستند.

تا زمانی که توسعه اقتصادی در این فرآیند رخ ندهد، جز تقسیم فقر اتفاق دیگری در کشور رخ نخواهد داد، کما اینکه امروز روی گنج نشسته‌ایم و فقر تقسیم می‌کنیم. بخش خصوصی به ویژه در حوزه احداث و انرژی، با ضعیف‌ترین اقتدار جامعه دایما در حال کار است و آنقدر گرفتار و عاشق کار است که به دنبال سهم خواهی نیست. بلکه در هر حرکتی پیش از هر چیز به دنبال راهکاری برای قرار دادن کشور در مسیر واقعی توسعه است. چرا که ما هم ملتی باهوش و تحصیل کرده داریم و هم کشوری داریم که پتانسیل‌ها و ثروت‌ها و منابع بسیاری دارد. حضور بخش خصوصی شاغل در حوزه احداث و انرژی در اتاق بازرگانی فقط به دلیل علاقه‌اش به مملکت است. چرا که ما در این حوزه بر این باوریم که اتاق بازرگانی یک تریبون قانونی است و ما می‌توانیم از این تریبون،

”

**من با این رویکرد مخالفت اساسی دارم که هر صنفی که وارد اتاق بازرگانی می‌شود، تنها به دنبال تامین منافع صنف خودش باشد. واقعا چنین حرکت‌هایی اثرگذاری و کارآمدی لازم را ندارند**

دین خود را به کشور ادا کند تا در برابر نسل حاضر و نسل آینده شرمسار نباشد. در حقیقت اتاق بازرگانی جایی است که بخش خصوصی فعال، خالص و وطن دوست می‌تواند دین خود را به جامعه ای که امروز با مشکلات بسیاری دست به گریبان است، ادا کند. فراموش نکنیم ناامیدی که امروز بر قشر جوان ما سایه افکنده تنها با ایجاد اشتغال پایدار از میان می‌رود.

باز هم تاکید می‌کنم که هدف ما سهم خواهی در اتاق نیست، چرا که بخش احداث و انرژی هم در کنار سایر حوزه‌ها و صنایع در همین کشور فعالیت می‌کند و در یک کلام باید گفت که همه ما در یک کشتی هستیم. اگر امروز ما در بخش احداث و انرژی قصد داریم وارد اتاق بازرگانی شویم دغدغه حفظ کشتی و منافع کل سرنشینان این کشتی را داریم.

■ ورود صاحبان صنعت احداث و انرژی به اتاق بازرگانی تا چه حد می‌تواند در پیشبرد اهداف و برنامه های اتاق بازرگانی و انجام حرکت‌های مثرتری مانند تدوین قانون بهبود مستمر محیط

### کسب و کار تاثیرگذار باشد؟

قانون بهبود محیط کسب و کار که توسط اتاق بازرگانی و البته در اصلاح ماده ۹۱ قانون برنامه چهارم توسعه تدوین شد، قرار بود بستر لازم برای پیاده سازی واقعی اصل ۴۴ قانون اساسی را فراهم آورد. در جلسه ای که با آقای دکتر لاریجانی داشتیم، ایشان به این مساله تاکید کردند که در روندی که امروز برای خصوصی سازی در پیش گرفته شده، بخش دولتی خودش را بزرگ کرده و به نام خصوصی جازده است.

تدوین این قانون به اتاق به عنوان پارلمان بخش خصوصی محول شد. ولی همین الان هم به دلیل بزرگ و اقتدارگرا شدن دولت، بدنه دولت با اجرای این قانون مخالفت می‌کنند و به همین دلیل این قانون به درستی پیاده سازی نشد. مثلا می‌بینیم که در شورای گفتگو هم وزرا حاضر نمی‌شوند و در بهترین شرایط معاونین آنها در جلسات حضور می‌یابند. در حالی که بر اساس قانون، وزیر باید شخصا در این جلسات حضور یابد. لذا پیش از هر چیز باید میزان اثرگذاری اقداماتی که در اتاق انجام می‌شود را افزایش دهیم.

■ یک اتاق بازرگانی قدرتمند تا چه اندازه می‌تواند در حل مشکلات کنونی صنعت و اقتصاد کشور موثر واقع شود؟

یک اتاق بازرگانی قدرتمند باید قادر باشد به کشور کمک کند. ما در صنعت احداث و انرژی انتظار کمک از اتاق بازرگانی نداریم. باید منافع ملی را به عنوان محور اصلی حرکت‌ها و فعالیت‌هایمان مد نظر قرار دهیم و در این صورت اتاق بازرگانی هم تمام توان و پتانسیل خود را صرف تامین منافع ملی خواهد کرد.

اجرای واقعی سیاست خصوصی سازی، کوچک کردن دولت، واگذار کردن مسئولیت‌ها به بخش خصوصی و پرورش این بخش برای مشارکت اثربخش با دولت، کارهایی است که اتاق بازرگانی باید آنها را ساماندهی کند. یک اتاق موفق و قدرتمند، محل مناسبی برای گردهمایی صاحبان بخش خصوصی و رایزنی و تعامل آنها با یکدیگر است. به این ترتیب آنها قادرند در کنار دولت قرار بگیرند و مسئولیت و بار اجرایی بخشی از کارها را عهده دار شوند.

اینجاست که با اتکا به جایگاه قانونی اتاق بازرگانی و دسترسی آن به ارگان‌ها و نهادهای تصمیم ساز و سیاستگذار، بخش خصوصی هم بهتر می‌تواند به کشور خدمت کند و در نهایت به صورت خودکار از توسعه ناشی از تامین منافع ملی، در صنعت و بنگاه خود منتفع شود.

بنابراین من با این رویکرد مخالفت اساسی دارم که هر صنفی که وارد اتاق بازرگانی می‌شود، تنها به دنبال تامین منافع صنف خودش باشد. واقعا چنین حرکت‌هایی اثرگذاری و کارآمدی لازم را ندارند. نباید فراموش کنیم که همه ما در یک کشتی هستیم، لذا بی‌پذیریم که ترقی زمانی مفهوم واقعی خود را بازمی‌یابد که حول محور منافع ملی، مسائل ملی را مطرح کنیم و به اقتصاد کلان بپردازیم. تنها در این صورت است که کشور در مسیر توسعه واقعی هدایت شده و رشد پیدا می‌کند.

اتاق جایگاه خوب و تریبون قدرتمندی است، با همه کمیسیون‌های مجلس در ارتباط است. بنابراین یک اتاق

فعال می‌تواند حول محور منافع ملی به خوبی به کشور خدمت کند. هم جهت نبودن اتاق با مسیر توسعه کشور و اینکه اتاق در اختیار بخش تجاری آن هم صادرات و واردات باشد، می‌تواند بسیار خسارت بار باشد. در حالی که من بر این باورم که اگر جمعی از دست اندرکاران حوزه‌های اقتصادی کشور و کسانی که قلبشان برای کشور می‌تپد، در اتاق حضور داشته باشند می‌توانند خدمات ارزشمند و گرانبمایه ای به کشور ارائه دهند.

■ از دیدگاه شما اصلی‌ترین نقاط ضعف اتاق بازرگانی تا امروز چه بوده است؟

اتاق بازرگانی بدون اینکه هدفش ضرر رسانی به کشور باشد، تا امروز عملا در دست گروه خاصی بوده است. این گروه خاص منافع ملی را حاکم بر وظایف خود در اتاق ندانسته‌اند. به عنوان مثال واردات بسیاری از تجهیزات و کالاها از کشور چین با منافع ملی کشور در تضاد است، چرا که نه تنها از کیفیت لازم برخوردار نیستند، بلکه بازار تولیدکنندگان داخلی را هم دچار آشوب و ورشکستگی می‌کنند. اما با دید تجاری و بدون در نظر گرفتن منافع ملی، ما واردات از چین را یک کار پرمفعت می‌دانیم. چرا که ارتباط کشور با بازارهای بین‌المللی کاملا محدود است و چین تنها کشوری است که بدون هیچ محدودیتی به ایران صادرات دارد و به علاوه کالا و تجهیزات چینی ارزان قیمت هستند و واردات آنها می‌تواند با سود بسیاری همراه شود.

ما نیاز داریم که افرادی که به عنوان اعضای هیات نمایندگان وارد اتاق بازرگانی می‌شوند در درجه اول ملی فکر کنند و منافع حرفه‌ای و صنفی خود را در اولویت دوم قرار دهند. متأسفانه تا امروز اگر چه گروهی از اعضای هیات نمایندگان اتاق چنین رویکردی داشته‌اند اما غالب تفکر حاکم بر اتاق سمت و سویی صنفی داشته است. اتاق بازرگانی می‌تواند در بهبود شرایط زندگی در کشور و توسعه پایدار نقش بسیار پررنگی ایفا کند و لذا باید در انتخاب افرادی که به پارلمان بخش خصوصی کشور راه می‌یابند، دقت بیشتری به خرج دهیم.

■ گروه‌هایی که برای انتخابات اتاق بازرگانی اعلام آمادگی کرده‌اند را چطور ارزیابی می‌کنید؟

قطعا نمی‌توانیم قضاوت دقیقی در مورد کاندیداها و ائتلاف‌ها داشته باشیم اما به نظر می‌رسد در این دوره افراد بسیار نخبه و ملی و باتجربه ای برای عضویت در هیات نمایندگان اتاق بازرگانی کاندید شده‌اند و به همین دلیل من به نتیجه انتخابات امیدهای بسیاری دارم. من امیدوارم که این گروه که هدفشان خدمت و حرکت در راستای توسعه اقتصادی کشور است، در این دوره انتخاب شوند.

■ از نظر شما الزام حضور فعالین اقتصادی در این انتخابات چیست؟

هر کسی که قلبش برای ایران می‌تپد، باید از حالت انفعال خارج شود و به پای صندوق رای بیاید و به کسی که فکر می‌کند ملی و سالم است و منافع ملی را بر منفعت شخصی خود ارجح می‌داند، رای دهد. فراموش نکنیم که ما ایرانی‌ها تنها کسانی هستیم که می‌توانیم توسعه کشورمان را رقم بزنیم. قرار نیست کسانی خارج از این کشور، باعث پیشرفت و توسعه ایران شود. ■

# اتاق فردا و توسعه صادرات غیر نفتی

حمید رضا صالحی

دبیرکل و عضو هیات مدیره فدراسیون صادرات انرژی و صنایع وابسته ایران  
نایب رئیس کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی، صنایع معادن و کشاورزی تهران



معتقدند برای رسیدن به اون اهداف می بایستی تاخیر زمانی ۸ ساله را در نظر گرفت. متأسفانه سیاست‌های نادرست اقتصادی دولت گذشته در کنار دیپلماسی غیر فعال با کشورهای هدف صادراتی و در نهایت تصویب تحریم‌های ظالمانه علیه ایران که نتایج شوم آن در بخش‌های مختلف اقتصاد در جریان است و تیر و ترکش‌هایی که بر بدنه تولید کشور آثار سوء به جای گذاشته است حاکی از آن هست برای صادراتی شدن و رسیدن به اهداف چشم انداز بیست ساله به هر نحوی بود نبایستی وارد فاز تحریم می شدیم.

دولت یازدهم به طور قطع میراث اقتصادی دولت‌های قبل را به دوش دارد و برای عبور از آن و بهبود فضای کسب و کار و معیشت مردم کار سختی در پیش روی دارد. دولت آقای روحانی در ابتدای کار خودش ساختار اقتصادی بی‌نظم و پر مسئله ای را تحویل گرفت که ترمیم آن تلاشی همه

ایران را به بهشت واردات تبدیل نمود تا جایی که کشورهای چین و هند توانستند بالاترین بهره را از بازارهای ایران به دست آورند. دلیل آن سوسیستی بود که دولت از طریق پایین نگه داشتن ارز برای واردات کالاها می داد که عملاً این یارانه نصیب تولیدکنندگان چینی و هندی داده می شد که همزمان با این الگو وارداتی شدن تولیدکنندگان همان محصولات در کشورمان به دلیل فضای غیر رقابتی از جمله تحمل تورم و بالا بودن نرخ تسهیلات و ناتوان شدن در رقابت با کالاها و وارداتی به سمت ورشکستگی و تعطیل کردن واحدهای خود رفته و اغلب به ناچار از تولیدکننده به واردکننده تبدیل شدند. یک مثل قدیمی به ما می گوید چراغی که به منزل رواست به مسجد حرام است.

به این ترتیب ایران با تاکید بی وقفه بر واردات در سال‌های گذشته، از اهداف صادراتی شدن منطبق بر اهداف چشم انداز ۱۴۰۴ فاصله گرفت به نحوی که امروز کارشناسان

بر اساس آنچه در سند چشم انداز ۲۰ ساله آمده ایران باید تا افق ۱۴۰۴ بتواند درآمدهای غیر نفتی خود را افزایش داده و از محل صادرات غیر نفتی دست کم به هشتاد درصد درآمدهای کشور برسد. همچنین پیش بینی شده تا این درآمدها در سال ۱۴۰۴ به رقمی در حدود دو بیست میلیارد دلار برسد. مروری کوتاه بر این سند بالادستی نشان از آن دارد که بیش از هر زمان دیگری باید روی صادرات غیر نفتی تاکید کنیم.

در برنامه سوم توسعه در راستای اصلاحات اقتصادی و برای صادراتی شدن در حوزه اقتصاد کلان موضوع تثبیت نرخ ارز دیده شده بود و واقعاً برای اولین بار ارز تک نرخ شد و در روند واقعی حرکت می کرد.

متأسفانه در دولت‌های نهم و دهم و در جهت عکس برنامه دولت قبلی با پایین نگه داشتن نرخ ارز از یک سو و عدم تلاش برای حمایت از تولیدات داخلی برای صادرات،



نرخ ارز این امر محقق نخواهد شد. البته این را هم بگویم که اگر تحریم‌های نفتی امروز ایران نبود و کشور درآمدهای نفتی گذشته ادامه داشت بنظر میرسد باز بسیاری افراد طالب واردات بودند چرا که سود خیلی‌ها در این سال‌ها در واردات کالاها بوده و به همین خاطر طبیعی است که مدافع نرخ ارز پایین باشند، البته یادآور شوم همین تحریم‌ها موجب شد تا نرخ ارز بعد از یک دوره پایین نگه داشتن با توسل به دلارهای نفتی امروز شاهد این باشیم که به سمت واقعی شدن حرکت کرده و عدد به ۳۰۰۰ تومان برسد.

#### نگاه دولت هنوز با ارز واقعی فاصله دارد

البته این را هم بگویم که نگاه رسمی دولت هنوز با ارز واقعی فاصله فراوان دارد، دولت هنوز روی ارز مبادلاتی مانور می‌دهد و در عین حال می‌خواهد صادرات را به جایگاه واقعی خودش برساند اما بدون شک اگر نتواند فاصله ۲۰ درصدی بین ارز مبادلاتی و ارز آزاد را مدیریت کند و تورم کشور را در اصلاح نرخ ارز مبادلاتی همچون ۲-۳ سال گذشته لحاظ نکند بدون شک موتور تولید کشور برای توانمند شدن در اندازه‌های مورد نظر روشن نخواهد شد بلکه زمینه رانت و ویژه‌خواری را بیش از پیش فراهم می‌کند.

صادرات از آن مسائلی است که مقدمات و زیرساخت‌های خودش را می‌طلبد، هم باید فضای کسب و کار آماده باشد و هم صادرکننده از حمایت لازم حکومت و دولت وقت بهره‌مند باشد. اگر بنگاه صادراتی ما بدون پشتوانه کافی و تقویت ریشه بنگاهش در داخل کشور به خارج از کشور برود و بخواهد صادرات انجام دهد، به مشکل برخورد

و کار و بنگاه‌های ما برای رسیدن به این هدف بزرگ ملی، آمادگی لازم را داشته باشند، هدفی که بدون شک می‌تواند اقتصاد ایران را وار فاز تحول کند. البته بدون شک دشواری‌های فراوانی پیش روی اجرایی شدن این رویه است اما با توجه به ضرورت بازنگری در سیاست‌های اقتصادی و لزوم تحقق اهداف مندرج در افق چشم انداز ۱۴۰۴ نگاه مثبت به صادرات می‌تواند راهگشا باشد.

#### واقعی شدن نرخ ارز

برای اینکه کشور بتواند صادراتی شود بدون شک گام نخست این است که نرخ ارز واقعی باشد. در دولت نهم و دهم برخلاف برنامه چهارم نرخ ارز را مصنوعی پایین نگه داشتند. در صورتی که در کشورهایی که صادرات استراتژی اول اقتصادی شان بوده برای توسعه صادرات خود مسئله واقع شدن ارز را جدی می‌شمردند. به‌طور مثال همین کشور چین که حالا بازارهای ما را به یمن سیاست‌های دولت قبل در تصرف خود آورد، واحد پول خود -یوان- را پایین آورده تا بتواند در آمد ارزی کشور چین را تا سر حد ممکن بالا ببرد تا جایی که این موضوع یکی از اختلافات مهم این کشور با آمریکا شده است. اما در ایران ما دقیقا عکس دولت چین عمل کرده‌ایم و می‌کنیم و از این رو درآمدهای غیر نفتی خود را پایین می‌آوریم.

البته ماهی را هر وقت از آب بگیریم، تازه است، باید مانند چین و بسیاری کشورهای توسعه یافته صادراتی به قیمت واقعی دلار فکر کنیم و از واقعی شدن نرخ ارز در کشور واهمه نداشته باشیم. اگر می‌خواهیم موتور تولید کشور روشن شود بدون واقعی کردن آیت‌های اقتصادی از جمله

جانبه و پیشستکاری فراوان و مداومی را از سوی این دولت طلب میکند، خوشبختانه با نظم مالی که دولت روحانی به نظام مالی و بانکی داده تا همینجای کار توانسته تا حدودی وضعیت را به کنترل خود دربیارد و شتاب تورم را گرفته و از سوئی آن را کاهش داده است گرچه سایه رکود بیش از پیش در اقتصاد کشور همگان را نگران کرده است. تاکید می‌کنم که دولت روحانی تا اینجای کار نسبت به کنترل مولفه تورم اقدام کرده و ترمیم و بهبود وضعیت اقتصادی راه درازی در پیش دارد.

اما از اینجای بحث خود می‌خواهم وارد بحث اصلی یعنی موضوع صادرات غیر نفتی بشوم و راهکارها و پیشنهادهایی را برای نیل به این هدف ملی مطرح کنم. بدون شک صادرات غیر نفتی در این مقطع می‌تواند عامل تعیین کننده‌ای برای خروج دولت آقای روحانی از رکود تورمی کشور باشد.

ابتدا باید امیدواری و نگاه مثبت خودم را به بسته پیشنهادی دولت برای خروج غیر تورمی از رکود را اعلام کنم مخصوصا در بخش صادرات این بسته که بخش اعظم مواد مندرج در آن همان مواردی بوده که ما فعالین اقتصادی در اتاق‌های بازرگانی و تشکلهای خود طی سالهای اخیر بر آنها تاکید می‌کردیم.

خوشبختانه اقتصاد دانان ارشد و مشاورین ارشد رییس جمهوری نیز تاکید دارند که یکی از مهمترین محرک‌ها که می‌تواند اقتصاد ایران را از رکود تورمی خارج کند، صادرات است. حالا اگر همه به این اتفاق نظر رسیده‌ایم که صادرات تا چه میزان برای تعدیل شرایط اقتصادی امروز تعیین کننده است، به باور من فضای اقتصاد کلان و کسب



می‌کند. نکته بعدی این است که ما باید بیش از گذشته صادرکننده کالای صنعتی نیز بشویم و البته محصولات خودمان را از نظر کیفی کنترل کنیم. اگر به صادرات خدمات فنی و مهندسی بیش از پیش می‌خواهیم فکر و این موضوع را می‌خواهیم حمایت کنیم شایسته است با کالاهای صنعتی خودمان در مناقصات شریک شویم و با تامین کالا از کشورمان این پروژه‌ها را انجام دهیم. البته برای تحقق این امر باید کالاهای صنعتی ما با رقبای خارجی خود رقابت کنند که هم اکنون این امر با مشکل روبرو است.

حقیقتاً در صورت واقعی شدن نرخ ارز تولیدکننده داخلی هم می‌تواند برای صادرات محصولاتش و رقابتی شدن قیمتش حرفی برای گفتن داشته باشد. البته هم اکنون گرچه تولیدکننده ما با وضعیت تورمی کنونی دشوار بتواند در بازارهای صادراتی موفق عمل کند ولی فعلاً می‌توان نامناسب شدن فضای کسب و کار و رقابتی شدن این فضا برای صادرات کالا و موفق شدن در بازار رقابتی خارج از کشور، دولت برای جبران این امر به این کالاها یارانه‌ای به اندازه تفاوت رقابتی با رقبایشان در قالب جایزه صادراتی بدهد.

در این خصوص لازم به ذکر است یادآور شوم فرمول واقعی شدن نرخ ارز تابعی از نرخ تورم داخلی منهای متوسط تورم خارجی کشورهایی است که ما با آنها مبادلات ارزی داریم. در کشورهای توسعه یافته اغلب تورم روی عدد ۴ تا ۵ درصد می‌ماند و در ایران حداقل تورم ۲۵ تا ۳۰ درصد را شاهد هستیم. یعنی به ناچار باید دست کم بیست درصد سالانه نرخ ارز ایران افزایش یابد تا تولیدکننده داخلی بتواند در بازار رقابتی حرفی برای گفتن و کالایی برای ارایه و رقابت داشته باشد.

متأسفانه شاهد بودیم تاکنون دولت بی توجه به این موضوع نرخ ارز مبادلاتی را فقط تا ۵ درصد سالانه رشد داده، چرا که با در نظر گرفتن این نرخ تورم، هزینه تولید، وضعیت لگام گسیخته تورم، نرخ بالای وام و محدودیت‌های قانون کار فعلی منجر به این می‌شود که تولیدکننده ایرانی نمی‌تواند در بازارهای جهانی به رقابت با رقبایش بپردازد و به این ترتیب رفته رفته صادرات غیر ممکن شده و با ادامه این وضعیت بدون شک واردات بر صادرات ترجیح داده می‌شود.

### پیمانکار ایرانی با کالای ایرانی در صادرات موفق نمی‌شود

خیلی وقت‌ها پیمانکار ایرانی برنده پروژه‌ای در خارج از کشور می‌شود، اما آنقدر تولیدات داخلی گران تر از کالای مشابه خارجی است که یا عیای رقابت جهانی را به لقای می‌بخشد و یا مجبور می‌شود برای بقای خودش از کالاهای خارجی استفاده کند. و لذا امیدواریم در دولت آقای روحانی این مشکل جدی اقتصادی برای توسعه صادرات کالاهایمان در این بسته حمایتی خروج از رکود تورمی بخوبی دیده شود.

حمایت نظام بانکی و بیمه‌ای از صادرکنندگان

برای تحقق این امر و اخذ بازارهای صادراتی توسط فعالان صادراتی نظام بانکی کشور بایستی پشتیبان و حامی صادرکنندگان باشد. یعنی اینکه بانک‌ها برای فاینانس پروژه‌های خارج از کشور آماده باشند، در حال حاضر بانک توسعه صادرات کشورمان برای این وضیفه خودسرمایه کافی ندارد و با این سرمایه فعلی نمی‌تواند ما را به اهداف بیست تا سی میلیارد دلار در صادرات خدمات فنی مهندسی برساند چه رسد که بنا است طبق برای چشم انداز صادراتی کشور به رقم‌های خیلی بالاتر برسیم.

در کنار لزوم بهبود وضعیت بانک‌ها در خدمات صادراتی که به صادرکننده می‌دهند لازم است تقویت نظام بیمه‌ای برای حمایت از بنگاه‌های تولیدی و صادراتی نیز در دستور کار قرار گیرد. برای شرکت در مناقصه صادرکننده نیاز به تضامین دارد که بدون حمایت نظام بیمه‌ای این امر محقق نخواهد شد. در گرفتن منابع مالی از بانک‌ها نیز به تضامین از سوی این بیمه‌ها نیاز هست. در مسیر صادرات به انواع بیمه‌گذاری‌ها نیازمندیم تا کلیه پوشش‌ها و ریسک‌های سیاسی و اقتصادی دیده شود. به‌طور مثال نیروهای ایرانی در چند کارگاه در عراق فعال بوده و به دنبال حضور نیروهای داعش در آنجا، نیروی کار مذکور به ناچار کارگاه را ترک کرده به کشور بازگشته است و ما باید حقوق آنها را بپردازیم، در صورتی که این مورد و موارد مشابه را می‌شد با پوشش بیمه‌ای از قبل برای کمک به پیمانکار ایرانی دید.

بنگاه‌های بیمه‌ای در جهان هم ریسک تجاری را و هم ریسک سیاسی را پوشش می‌دهند اما در این مسیر ما هنوز در ابتدای راه هستیم و بهتر است الگوی آنان را از جمله بیمه هرمس در آلمان و کفاس در فرانسه راد نظر گرفت.

خوشبختانه در دولت آقای روحانی بر توسعه روابط بین‌الملل و دیپلماسی تاکید شده و امیدواریم به سمت توسعه دیپلماسی اقتصادی پیش رویم، اگر با کشورهای همسایه رابطه خوب نداشته باشیم، نمی‌توانیم از آنجا کار و پروژه بگیریم. متأسفانه هم اکنون در همین عراق چون دیپلماسی اقتصادی نداریم و از سوی دولت مان حمایت نمی‌شویم برای اخذ پروژه‌ها با جنگ و دندان و به سختی (با وجود اول شدن در مناقصه) پروژه‌ای به پیمانکار ایرانی داده می‌شود. اما از سوی دیگر در همین کشور همسایه مان تکیه مقامات ارشد ترک در خارج از کشور از پیمانکاران خود حمایت خاصی می‌کنند، چنانچه برای اخذ یک پروژه شاهد آن بودیم که دو بار نخست وزیر ترکیه به عراق سفر کرده و با نوری المالکی دیدار کرده است. اما در پروژه‌های مشابه با وجود برتری پیمانکار ایرانی؛ به دلیل فقدان حمایت کار به سادگی از او دریغ می‌شود و کار به نفرت بعدی مناقصه ارجاع می‌شود.

در این خصوص و به دلایلی بسیار مهم نمی‌توانیم همه انتظارات و حمایت‌ها را از سازمان توسعه تجارت و در قالب معاون وزیر صنعت خلاصه کنیم.

پیگیری امر توسعه صادرات توسط دولت محترم جهت نیل به برنامه‌های صادراتی نیاز به این است اراده بزرگی

برای تحقق این امر در دل دولت شکل بگیرد و پیشنهاد این است که فردی به عنوان معاون رییس جمهوری در امور توسعه صادرات تعیین شده و به طور مستقیم و زیر نظر رییس جمهور با صادرکنندگان فعال و تشکل‌های صادراتی ارتباط نزدیک داشته باشد تا بتواند با تکیه بر قدرت شخص رییس جمهوری و دولت تدبیر و امید در حل مشکلات صادرکنندگان موفق شده و با ایجاد لابی‌های لازم با دولت‌های بازار هدف زمینه اخذ پروژه‌های صادراتی را برای پیمانکاران ایرانی فراهم نماید.

قطعا اتاق بازرگانی به عنوان پارلمان بخش خصوصی می‌تواند نقشی کلیدی در تسهیل توسعه صادرات غیرنفتی ایفا کند. ایجاد زمینه‌های لازم برای اتخاذ تصمیمات موثر در حوزه صادرات انرژی با حضور تشکل‌های این حوزه و همچنین رایزنی و چانه زنی به منظور افزایش سرمایه بانک توسعه صادرات تا مرز حداقل ۱۵ میلیارد دلار با هدف ارتقای پتانسیل فاینانس در کشورهای هدف از جمله فعالیت‌هایی است که می‌تواند در دوره آتی اتاق بازرگانی ایران هدفگذاری شود.

به علاوه افزایش سرمایه صندوق ضمانت به حداقل ۵ میلیارد جهت پوشش ریسک‌های تجاری و سیاسی، اجباری شدن بیمه صندوق برای پروژه‌ها و پذیرفته شدن این بیمه به عنوان وثیقه در سیستم بانکی کشور گام دیگری است که می‌تواند در اتاق فردا برداشته شود.

اتاق همچنین باید دولت را ترغیب و توجیه کند که با اتکا به دیپلماسی اقتصادی، شرکت‌های ایرانی را در مناقصات کشورهای هدف حمایت کرده و زمینه‌سازی‌های لازم برای تبدیل شدن ایران به هاب انرژی منطقه را فراهم آورد. اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران با اتکا به توان مدیران کارآمد و نخه‌ای که از بطن بخش خصوصی به آن راه یافته‌اند می‌تواند در تصمیم‌سازی‌های دولت در خصوص موضوعاتی مانند جواز صادراتی و یا واقعی سازی نرخ ارز، نقشی کارساز، اثربخش و کلیدی داشته باشد.

واقعیت این است که اتکای مخرب دولت‌ها در ایران به نفت از سال‌های پس از ملی شدن صنعت نفت آغاز شده و در طول این سال‌ها نه تنها از میزان این اتکا کاسته نشده، بلکه به تدریج خواب دولت بر نازبالش نفت سنگین تر شد و اقتصاد ایران بیمارتر و وابسته‌تر.

امروز فرصت خوبی است که با اتکا به توان و پتانسیلی که در اتاق بازرگانی به عنوان پارلمان بخش خصوصی وجود دارد، آرام آرام دولت را یاری دهیم که اتکای چندین دهه ای اقتصاد کشور به نفت را بکاهد و صادرات را محور توسعه پایدار اقتصادی خود قرار دهد، چرا که بی شک اتاق فردا برای توسعه صادرات غیرنفتی و دستیابی به منافع ملی و توسعه اقتصادی، همراه و همپای قدرتمندی برای دولت خواهد بود.

بسرای تا که هستی که سرودن است بودن



# اجماع روی ماموریت‌های کلان اتاق



دکتر سیدحمید حسینی؛  
رئیس کمیسیون اصل ۴۴ و محیط  
کسب و کار اتاق بازرگانی ایران

باید مانع از قطع روابط بین‌المللی شود و از انزوای کشور جلوگیری کرده و در اعزام هیات‌های تجاری و پذیرش هیات‌های خارجی موثر باشند.

۷- آموزش و اطلاع‌رسانی: اتاق، مرکز مهم آموزش‌های کاربردی مورد نیاز بخش خصوصی بوده و از سازمان‌های موثر در زمینه اطلاع‌رسانی است و تلاش کرده از طریق سایت و نشریات خود و همکاری با سایر رسانه‌ها و خبرگزاری‌ها در این زمینه نقش بارزی ایفا کند.

۸- گفتمان سازی: یکی از کارکردهای اتاق گفتمان سازی درباره معضلات اقتصادی کشور است و در این رابطه می‌توان به مباحثی نظیر ضرورت بهبود محیط کسب و کار، اصلاح نحوه اجرای اصل ۴۴، بحران آب، فساد اداری، مالیات بر ارزش افزوده، بنگاهداری بانک‌ها و ... اشاره کرد. در این میان، اتاق تلاش کرده برای برون‌رفت از آن در حول این موضوعات اجماع‌سازی و کارگزاران نظام را مجبور کند که برای برون‌رفت از معضلات، سیاست‌گذاری، قانون‌گذاری یا اصلاح مدیریتی و

مالیاتی به نمایندگی بخش خصوصی حضور دارد و در کمیسیون‌های حل اختلاف و تجدیدنظر مالیاتی و تامین اجتماعی وظیفه‌اش دفاع از منافع بخش خصوصی است.

۴- پایش محیط کسب و کار و لغو قوانین مزاحم: به موجب قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار اتاق موظف به تدوین شاخص‌های ملی پایش محیط کسب و کار و دبیر کارگروه لغو قوانین مزاحم است.

۵- پژوهش و تحقیقات: یکی از نقاط ضعف بخش خصوصی در گذشته نداشتن سازمان و توان کار مطالعاتی و تحقیقاتی بوده است، در حالی که دولت و مجلس دارای سازمان‌های متعدد پژوهشی و مطالعاتی هستند و لذا در سال‌های اخیر با راه‌اندازی مرکز بررسی‌های اقتصادی گام بلندی در این راستا برداشته است و پژوهش‌های اتاق به شدت مورد استقبال دولت، مجلس و کارشناسان قرار گرفته است.

۶- امور بین‌الملل: یکی از وظایف و کارکردهای اصلی اتاق گسترش روابط بین‌الملل است که در شرایط تحریم

با نزدیک شدن به انتخابات اتاق، نامزدها و تشکل‌ها دیدگاه خود را درباره اتاق مطلوب و ایده‌آل بیان کرده و تلاش می‌کنند از این طریق، تمایز خود را با سایرین برجسته کنند؛ در حالی که بیان اهداف و ماموریت‌های اتاق کافی نیست و ذی‌نفعان قادر به درک تفاوت‌ها نیستند. بنابراین ضروری است که جریانات شناسنامه‌دار اتاق برنامه اعلام شده ۴ سال قبل خود را مرور کرده و کارنامه ارائه دهند و از بیان کلیات و دادن شعار پرهیز کنند. البته اجماع سازی روی اهداف و ماموریت‌های کلان اتاق اهمیت دارد ولی مهم‌تر از آن تاکید بر رویکرد چگونگی تحقق اهداف است و لذا تلاش خواهیم کرد در این نوشته و در مقالات آینده با بیان عملکرد اتاق تهران میزان انطباق آن را با برنامه‌های اعلام شده از طرف خواستاران تحول سنجیده و عملیاتی بودن برنامه‌ها را تشریح کنم.

از سوی دیگر، در این یادداشت کارکرد و وظایف فعلی اتاق و خصوصاً اتاق تهران را بیان کرده، سپس برداشت‌ها و انتظارات از اتاق را بر سه محور قانون فعلی اتاق، انتظارات اعضای اتاق و وضع فعلی اتاق در سایر قوانین تشریح و اعتقاد خود را درباره اتاق مطلوب بیان می‌کنم.

در شرایط فعلی اتاق‌ها ۱۰ نوع فعالیت و خدمت را به اعضا ارائه می‌دهند که عبارتند از:

- ۱- خدمت‌رسانی: از قبیل صدور کارت بازرگانی، گواهی مبدأ، تایید اسناد و امضای الکترونیکی، تهیه ویزا و ...
- ۲- مشورت دادن: مشاوره به قوای سه‌گانه و فعالان اقتصادی در زمینه‌های تجارت بین‌الملل، حقوق، بیمه و مالیات.
- ۳- نمایندگی بخش خصوصی: قانوناً اتاق در شوراهای عالی تصمیم‌گیری نظیر شورای اقتصاد، شورای پول و اعتبار، شورای روابط خارجی، شورای رقابت، شورای عالی واگذاری، شورای روابط خارجی، کمیسیون تعیین ضرایب



اعضای ائتلاف خواستاران تحول

آیین نامه‌ای انجام دهند.

۹- حمایت از تشکل‌ها: در سال‌های اخیر بحث حمایت از تشکل‌ها و توانمندسازی آنها به‌طور جدی در اتاق مورد توجه قرار گرفته و توانمندسازی تشکل‌ها در راستای خدمت به اعضای اتاق قلمداد شده و بودجه مناسبی نیز تخصیص یافته است.

۱۰- صدای بخش خصوصی: در سال‌های اخیر تریبون اتاق تبدیل به صدای بخش خصوصی شده است و اعضای اتاق انتظار دارند که اتاق به‌عنوان سخنگوی آنان عمل کند. این در حالی است که در قانون فعلی، اتاق موسسه‌ای غیرانتفاعی است که به منظور تبادل افکار و بیان آرا و عقاید مدیران صنعتی، معدنی و کشاورزی تشکیل شده است. بر اساس این دیدگاه که در بعضی از اعضای قدیمی اتاق نیز طرفدار دارد نقش اتاق را ارائه نظر مشورتی دانسته و دخالت اتاق در سایر امور را جایز نمی‌داند.

در دیدگاه دوم به اعضای فعلی اتاق توجه دارد که فعالان حوزه تجارت بین‌الملل بوده و به صادرات و واردات اشتغال دارند و هزینه‌های اتاق را تامین می‌کنند، بنابراین این دیدگاه وظیفه اتاق را گسترش روابط بین‌الملل و بازرسازی برای اعضا می‌داند. این وظیفه و کارکرد با اتاق‌های نسل دوم دنیا تطابق دارد.

دیدگاه سوم با اشاره به قانون برنامه پنجم، قانون سیاست‌های کلی اصل ۴۴، قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار و سایر قوانین مصوب، اتاق را نماینده بخش خصوصی، پایش‌کننده محیط کسب و کار، مشاور امین سه قوه و شریک در تصمیمات بزرگ اقتصادی کشور دانسته که صدای بخش خصوصی بوده و انتظار دارد اتاق برای رفع شرایط حاد اقتصادی کشور در نقش یک جنبش اجتماعی ظاهر شده و تلاش کند تا با فضا سازی در رسانه‌ها، تاثیرگذاری بر نمایندگان مجلس، تعامل و حتی برخورد انتقادی با دولت و نهایتاً در صورت نیاز با اقدام حقوقی علیه اخلال‌کنندگان در محیط کسب و کار بخش خصوصی نقش بازی کنند.

این دیدگاه انتظار دارد اتاق به‌عنوان بازیگری موثر همپای دولت و مجلس عمل کند و در جهت رفع مشکلات فعالان اقتصادی فعالانه اقدام کند. اتخاذ رویکردهای ساختار یافته برای احقاق حق بخش خصوصی را از ضروریات اتاق ایده‌آل می‌داند که این انتظار و مطالبه با هیات‌رئیس‌های محافظه‌کار امکان‌پذیر نیست.

اعضای اتاق و تحول‌خواهان به دیدگاه دوم و سوم گرایش دارند و اتاق مشاور را بر نمی‌تابند، اما در شرایط فعلی نه

قانون اتاق و نه اعضای اتاق ظرفیت به عهده گرفتن دیدگاه سوم را ندارند و اگر بخش خصوصی اتاق در صدد است تا اتاق را جایگزین بخش اقتصادی احزاب در کشور های دیگر کند باید اقدامات زیر در جهت رسیدن به اتاق مطلوب انجام گیرد:

۱. تغییر قانون اتاق و اصلاح آن با رویکرد دوم یا سوم  
۲. گسترده کردن اعضای اتاق و حضور تمامی فعالان اقتصادی و بخش‌های مختلف اقتصادی در اتاق، در این راستا حضور نظام بانکی، بیمه، IT، بورس، خدمات فنی، مهندسی و پیمانکاری و حتی اصناف در اتاق ضروری است و باید تمامی بنگاه‌ها، تشکل‌ها و فعالان بخش خصوصی و عمومی در اتاق و مدیریت آن نقش داشته باشند.

۳. ساختار اتاق‌ها از رئیس محوری به عضو محوری تغییر یابد و نقش و حضور هیات نمایندگان در اتاق و تصمیمات آن پررنگ شود و مدیران اجرایی اتاق از حرفه‌ای‌ترین و مجرب‌ترین نیروها انتخاب شوند.

۴. روابط بین‌المللی اتاق گسترش یابد و شبکه‌سازی و بازرسازی برای فعالان اقتصادی جزو وظایف اصلی اتاق باشد.

۵. ارتقای جایگاه اتاق و توانمندسازی بخش خصوصی سرلوحه برنامه‌های اتاق قرار گرفته و تشکل‌های صنفی و اتاق‌های مشترک جایگاه ویژه‌ای در اتاق پیدا کنند.

در پایان به اهم برنامه‌های خواستاران تحول که در ۴ سال قبل ارائه شد و با تلاش نمایندگان تحول و همکاری سایر گروه‌ها تحقق پیدا کرد، اشاره می‌شود:

الف: در سطح اقتصاد کلان

۱. ایجاد ساز و کارهای لازم و تنظیم و پیشنهاد مقررات کارآمد برای اجرای موفق سیاست‌های کلی اصل ۴۴. این مورد در کمیسیون اصل ۴۴ اتاق ایران با همکاری کارشناسان عملی شد و قانون اصلاح شد.

۲. پذیرش هیات‌های خارجی و اعزام هیات‌های ایرانی به خارج از کشور با هدف جذب بازارهای جهانی جهت صادرات کالاها و ایرانی. در این راستا کارنامه اتاق تهران قابل قبول است.

۳. پیاده‌سازی مفاهیم نوین اقتصاد جهان در کشور مانند مسوولیت اجتماعی، توسعه پایدار، اخلاق کسب و کار. در این زمینه نیز شاهد شکل‌گیری کمیسیون‌های مسوولیت اجتماعی در اتاق تهران و ایران بوده‌ایم.

ب: در سطح بخش‌ها و بنگاه‌های اقتصادی

۱. ایجاد دفاتر مشاوره در زمینه تاسیس بنگاه‌های اقتصادی

و ارائه خدمات مختلف

۲. تقویت سیستم آموزشی اتاق‌ها برای ارتقای دانش مدیریتی و منابع انسانی راه‌اندازی دوره (MBA)

۳. بررسی مسائل مختلف بنگاه‌های اقتصادی در بخش‌های مختلف عرضه کسب و کار با همکاری تشکل‌های تخصصی و سعی در رفع مشکلات آنان (کمیسیون‌های اتاق و جلسات صبحانه با مسوولان

۴. کمک به حل مشکلات و ارائه مشاوره به بنگاهداران در زمینه‌های مالیاتی، تامین اجتماعی، گمرک، انرژی و محیط‌زیست. اتاق تهران کارنامه درخشانی در این دوره داشته است.

ج: در سطح اتاق

۱. بازنگری قوانین و آیین‌نامه‌های اتاق  
۲. مهندسی مجدد فرآیندهای اتاق و استقرار مدیریت کیفیت

۳. به‌کارگیری IT در امور اداری جهت کاهش مراجعه اعضا به اتاق و بسترسازی جهت ایجاد اتاق الکترونیک  
۴. تقویت کمیسیون‌های موجود و تاسیس کمیسیون‌های جدید

۵. اصلاح و تغییر ساختار اتاق با وظایف جدید به ویژه تاسیس معاونت تشکل‌ها، معاونت اتاق‌های مشترک، معاونت اصل ۴۴ و معاونت توسعه تجاری و مدیریت

۶. اعمال نظارت بیشتر هیات نمایندگان بر هیات رئیسه  
۷. شفافیت عملکرد، حضور نمایندگان رسانه‌ها در نشست‌های اتاق

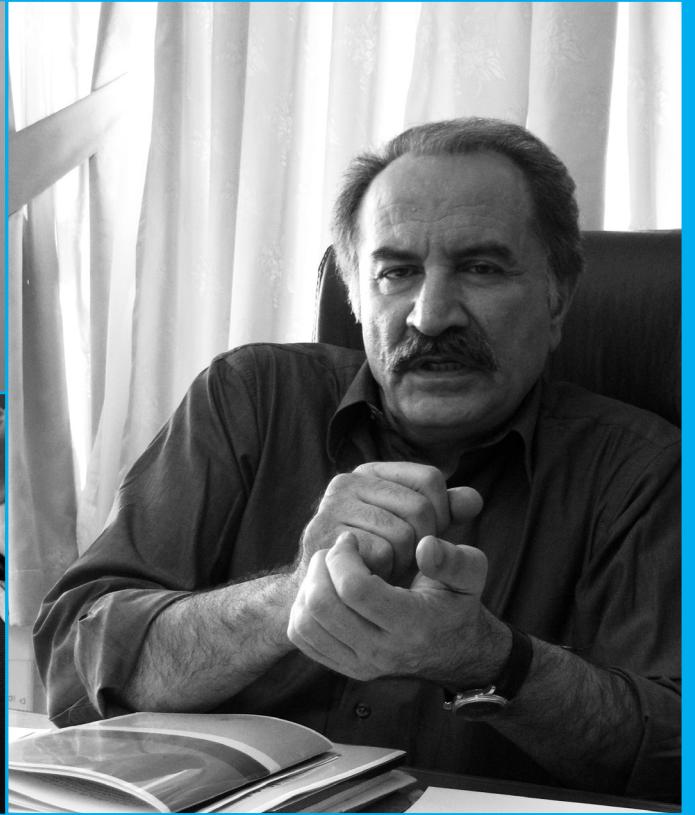
د: بخش تشکل‌های اقتصادی

۱. ارتقای درآمدها و توانمندسازی  
۲. تامین مکان مناسب جهت تشکل‌های اتاق  
۳. توسعه قابلیت‌های منابع انسانی تشکل‌ها  
۴. افزایش اعضا و گسترش پوشش تشکل‌ها بر فعالان حوزه خود

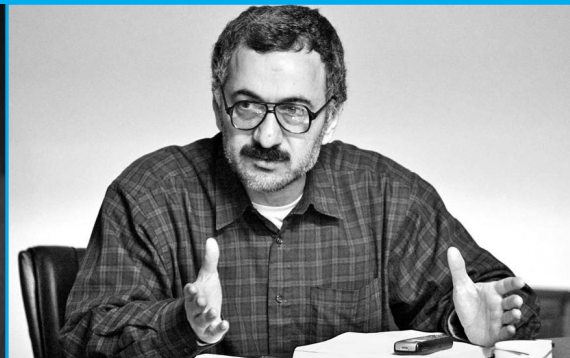
۵. توسعه روابط بین‌الملل تشکل‌ها  
۶. افزایش نقش تشکل‌ها در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در مراجع دولتی

در این بخش خوشبختانه بسیاری از اهداف و برنامه‌های تحول‌خواهان عملیاتی شده و به‌زودی برنامه‌ها برای چهار سال آینده اعلام خواهد شد. ■

برگرفته از وب‌سایت شخصی نگارنده.



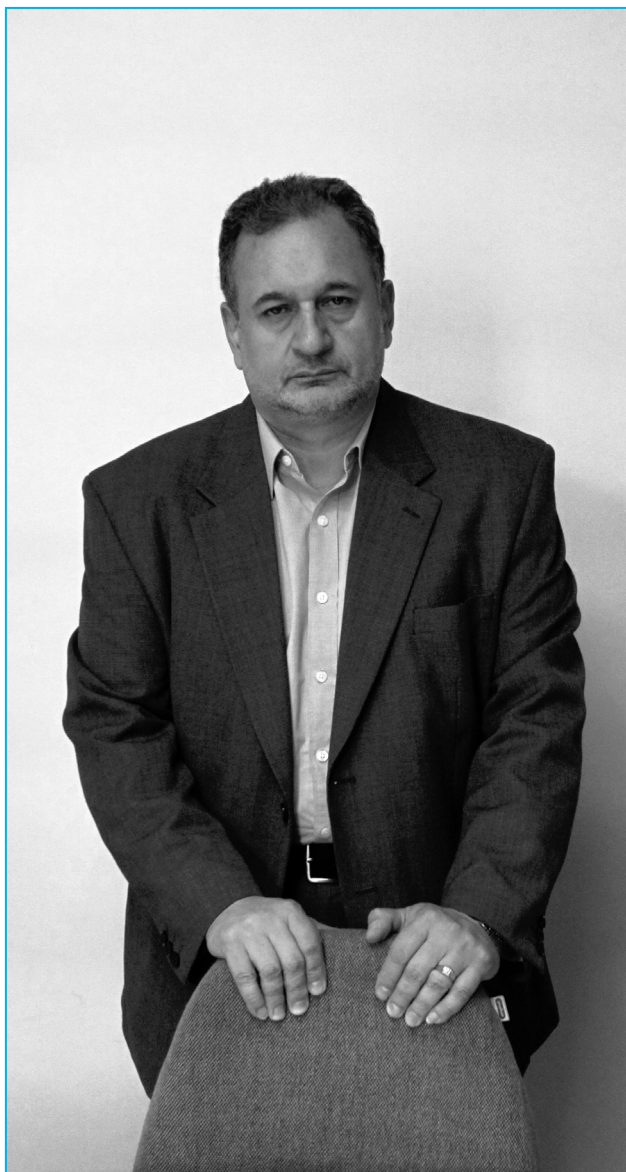
# اقتصاددانان از عملکرد اتاق می گویند



## اتاق بازرگانی ابزاری برای مواجهه با دولت‌های رانتیر

گفتگو با دکتر غلامحسین حسن‌تاش؛ اقتصاددان

دکتر غلامحسین حسن‌تاش، از برجسته‌ترین اقتصاددانان در حوزه اقتصاد انرژی است، که در خصوص اتاق بازرگانی ایران، در آستانه هشتمین انتخابات خود، راهکارها و نکاتی موجز اما مؤثر ارائه می‌دهد. وی در گفت‌گویی کتبی خود با «ستبران»، ضمن آنکه آسیب‌های وضعیت موجود اتاق بازرگانی را خاطر نشان می‌سازد، مختصراً به ارائه راهکارهایی قابل تأمل می‌پردازد.



■ اهمیت و نقش کلی ارگان‌هایی چون اتاق بازرگانی را به عنوان نمایندگان بخش خصوصی در کشورهای مختلف و در ایران چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بخش‌های دولتی و خصوصی نیاز به ارتباط سازمان‌یافته دارند و به ویژه هرچه بخش خصوصی گسترده‌تر و دولت متمرکزتر شود این نیاز بیشتر می‌شود. اتاق بازرگانی نقش مهمی را در سازمان‌دهی این ارتباط ایفا می‌کند.

■ به نظر شما چه پتانسیل‌هایی را برای اتاق بازرگانی ایران، با توجه به شرح وظایف و اختیارات آن، در شرایط اقتصادی کشور به طور عام و بهبود فضای کسب و کار یا مرادفات اقتصادی خارجی به طور خاص می‌توان متصور بود؟

اتاق‌های بازرگانی می‌توانند با جمع‌بندی مسائل و مشکلات بخش خصوصی و ایجاد فضای ارتباط سازمان‌یافته میان بخش خصوصی و دولت کمک شایانی به اصلاح و بهبود فضای کسب‌وکار کنند. در اغلب کشورهای پیشرفته جهان دولت صرفاً کار حاکمیتی یعنی سیاستگذاری و کنترل و نظارت انجام می‌دهد و اغلب قریب به اتفاق امور تصدی‌گری توسط بخش خصوصی انجام می‌پذیرد. بنابراین خصوصاً در مرادفات اقتصادی و تجاری با کشورهای توسعه‌یافته از طریق اتاق بازرگانی که بخش خصوصی را نمایندگی می‌کند، بهتر می‌توان همکاری‌ها را به پیش برد.

■ عملکرد اتاق بازرگانی را چگونه ارزیابی می‌کنید و چه نقاط قوت و وضعی را در این عملکرد تاکنون مشاهده فرموده‌اید؟

اقتصاد نفتی ایران یک اقتصاد رانتیر است. در اقتصادهای رانتیر نقش توزیع‌کنندگی رانت نفتی را پیدا می‌کند و همه در تلاش دستیابی به این رانت هستند. عیب رانت و رانت‌جویی این است که ضد تولید و کارآفرینی و ریسک‌پذیری عمل می‌کند. در اینگونه ساختارها خیلی از واحدهای بخش خصوصی هم اغلب خواسته و ناخواسته به مطالبه‌گر رانت از دولت بدل می‌شوند و گاهی اصولاً فعالیت‌هایی شکل می‌گیرد که پوششی برای دریافت رانت است. در این شرایط این استعداد و این نگرانی وجود دارد که تشکلهای بخش خصوصی به اهرم‌های فشار بر دولت در جهت رانت‌جوئی و تخصیص رانت بیشتر بدل شوند. تجربه تاریخی وابستگی به نفت در ایران و جهان نشان می‌دهد که اقتصاد رانتی راه به جایی نمی‌برد و مدارهای توسعه‌نیافتگی در اقتصادهای رانتیر نفتی دائماً تشدید می‌شود. اتاق‌های بازرگانی اگر بخواهند به توسعه ملی و خروج کشور از وضعیت توسعه‌نیافتگی کمک کنند باید بسیار نگران این مسئله باشند. باید تلاش کنند که چشم‌ها را بشویند و نگاه خود را عوض کنند. تجربه ناکارایی‌های دولت برای حرکت در مسیر توسعه نشان می‌دهد که بخش خصوصی باید نقش فعال‌تری در این زمینه ایفا کند و خصوصاً در شرایط تحریم و سقوط قیمت جهانی نفت، اتاق‌های بازرگانی باید در تلاش تجمع و به‌کارگیری توانایی‌های بخش خصوصی در جهت نجات اقتصاد کشور و آماده‌فدکاری در این زمینه باشند.

■ آیا ترکیب فعلی اتاق بازرگانی را از نظر پوشش‌دهی مناسب تمامی بخش‌های مرتبط (بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی) مناسب می‌دانید و یا چه تغییراتی را برای بهبود این پوشش‌دهی و جلب هرچه بیشتر مشارکت فعالان این حوزه‌ها در انتخابات و دیگر فعالیت‌های این اتاق ضروری می‌دانید؟

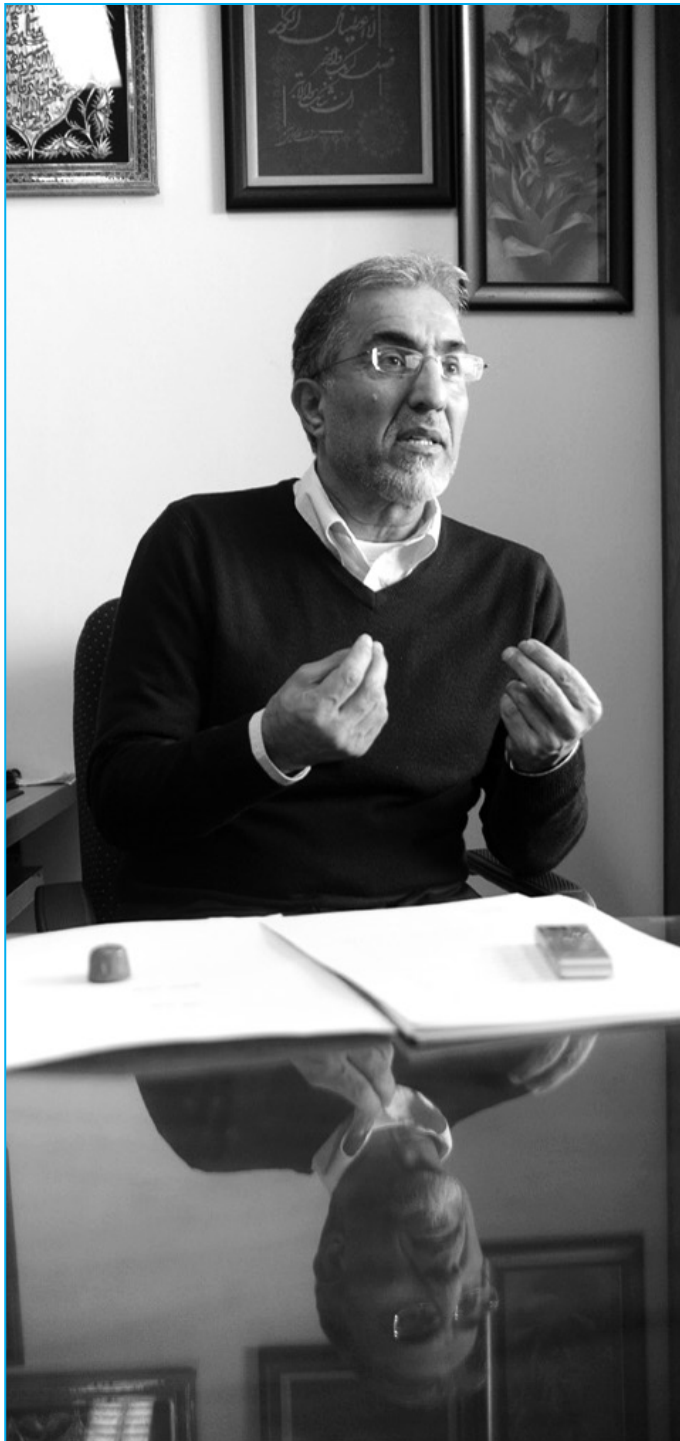
تا جایی که اطلاعات من اجازه می‌دهد گرایش تجاری و آن هم شاید تجارت سوداگرانه مبتنی بر واردات در اتاق‌ها سهم بیشتری دارد. بنگاه‌های تولیدی، بنگاه‌های ارزآور و خصوصاً بنگاه‌هایی که توانسته‌اند در رقابت‌های جهانی موفق باشند، باید سهم بیشتری در اتاق‌ها داشته باشند.

■ جنابعالی چه راهکارهایی برای برون‌رفت از مشکلات فعلی اتاق بازرگانی ایران و بهبود عملکرد این ارگان، پیشنهاد می‌فرمایید؟

به نظر من اتاق‌ها باید یکی از اهداف محوری خود را ارتقاء کارایی بنگاه‌های بخش خصوصی و استفاده هرچه بیشتر از ظرفیت‌های خالی موجود در این بنگاه‌ها قرار دهند و اصلاح فضای کسب و کار را هم در این مسیر جستجو کنند. این دسته تشکلات اقتصادی می‌باید مطالبات خود از دولت را نیز در جهت ارتقاء کارایی و ارتقاء بهره‌گیری از همه ظرفیت‌های موجود نصب شده در کشور متمرکز کنند. ■

# اولین شرط برای موفقیت اتاق شفافیت در عملکرد و صداقت در اطلاع‌رسانی

گفتگو با دکتر حسین راغفر؛ استاد دانشگاه الزهرا



دکتر حسین راغفر سال‌هاست در دانشگاه الزهرا درس اقتصادی تدریس می‌کند. او دانش آموخته رشته اقتصاد از دانشگاه ساسکس انگلستان در مقطع دکترا است. این اقتصاددان و پژوهشگر حوزه فقر و عدالت اقتصادی، دلیل اصلی ناکارآمدی اتاق بازرگانی را سوء استفاده، بی‌لیاقتی و انحصار طلبی اعضای آن می‌داند. او معتقد است اعضای اتاق بازرگانی در تمام این سال‌ها تنها در پی منافع شخصی بوده‌اند. با او در دفتر کارش در دانشگاه الزهرا به گفتگو نشستیم.

■ آقای دکتر اهمیت و نقش ارگان‌هایی مثل اتاق بازرگانی به طور عام چه در ایران و چه در سایر کشورها چیست؟ آیا می‌توان گفت چنین ارگانی می‌تواند نماینده بخش خصوصی باشد یا خیر؟

البته تأسیس اتاق بازرگانی در ایران به سال ۱۳۰۵ بر می‌گردد که تحت عنوان اتاق تجارت ایران تأسیس شد. در ابتدا افراد بسیار خوشنامی در تجارت آن زمان در این اتاق حضور داشتند و فعالیت‌ها را آغاز کردند. از همان ابتدا در سال ۱۳۰۶ نشریه‌ای را منتشر کردند و فعالیت‌های خود، اعم از اقدامات انجام شده و برنامه‌های خود را به طور شفاف در آن نشریه بیان می‌کردند. اما از آنجایی که این اتاق و به طور کلی نهادهایی از این دست، دارای ماهیت مدنی هستند و نیز با توجه به اینکه کشور ظرفیت هضم و درک یک فعالیت مدنی در چارچوب ساخت سیاسی آن روز را نداشت، بنابراین دولت وقت (رضا خان)، در پی نفوذ در این نهاد و تحت کنترل در آوردن این نهاد و دولتی کردن آن بود. پس از آن زمان و تا همین سال‌های اخیر نیز کماکان دولت‌ها این هدف را دنبال می‌کردند و نقش پر رنگی داشتند، به طوری که قبل از انقلاب، این نهاد نیز مانند سایر سازمان‌ها کاملاً وابسته به دولت بود و پس از انقلاب نیز تا مدت‌ها فعالیت روشنی نداشت و بعدها که شروع به فعالیت کرد نیز همچنان سبقه دولتی داشته است تا بخواهد یک نهاد مدنی معرف بخش خصوصی باشد. منتها یک ویژگی برجسته و به عبارتی یک مشکل اساسی این نهاد اقتصادی در کشور ما، سلطه بخش تجاری بر آن است. قبل از انقلاب این نهاد به نوعی تبدیل به اتاق تجارت صنعت و معدن شد و در این سال‌های اخیر نیز بخش کشاورزی به آن افزوده شد اما شاهد آن هستیم که عملاً هیچ تحول جدی برای دفاع از بخش‌های مختلف فعالیت‌های اقتصادی توسط این نهاد صورت نگرفته است و شواهد متعددی حکایت از این دارد که این نهاد در کشور به ویژه بعد از انقلاب عمدتاً به صورت یک سکوی پرش برای تعقیب منافع یک بخش تجاری خاص سامان گرفت و ارتباطات نزدیکی با بعضی احزاب سیاسی داشت. شواهد متعددی نیز حکایت از این دارد که منافع احزاب سیاسی خاص در فعالیت‌های این نهاد قرار گرفته بود. به‌رغم هدف اولیه بنیان‌گذاران این نهاد مدنی در ایران، متأسفانه هیچ فعالیت شفاف و روشنی توسط این نهاد صورت نگرفته و مشخص نیست منابع این نهاد صرف چه اقداماتی شده و اصلاً برنامه روشن و مشخصی وجود نداشته و اگر داشته منعکس نشده است. به‌خصوص اتاق بازرگانی تهران که عملاً بالغ بر یک سوم اقتصاد کشور در این استان نهفته است

این افراد مشکلات تجارت خارجی و تولید داخلی را بسیار بهتر از دولت می‌شناسند. مشروط بر اینکه بتوانند به اتاق‌های بازرگانی راه پیدا کنند و از آنها استفاده شود. در آن صورت این اتاق به جای سوء استفاده و تصمیمات نادرست، می‌تواند سکویی برای بهبود بخش تولید و شکوفایی اقتصادی شود. همانطور که شما نیز اشاره کردید یکی از نتایج مثبت ورود فعالان اقتصادی در بخش خصوصی همین ارائه طرح به مجلس بوده است که علت اصلی آن ورود افرادی از عرصه تولید به اتاق بازرگانی بوده است.

■ **صدای اعتراضی که شما می‌فرمایید باید از اتاق بازرگانی بلند شود، باید در چه غالبی باشد؟ آیا این اعتراضات مثلا باید در غالب کمپین‌ها انجام شود یا در غالب ارائه پیشنهاد باشد و اگر اینگونه است از چه راهی باید این پیشنهادات مطرح شود؟** ببینید اتاق بازرگانی امکانات گسترده‌ای برای بیان این اعتراضات دارد، اما در این سال‌ها فقط یک نگاه خیلی خاص را ترویج کرده و محصول این نگاه حمایت از تجارت در بخش واردات بوده است و تمامی این حرکت‌ها و اقدامات و حتی پژوهش‌ها سختی با منافع اقتصاد ملی ما ندارد. حتی ما می‌بینیم وقتی در چند سال اخیر اعتراض منطقی از جانب برخی از اعضا صورت می‌گرفته، با برخورد غیرمنطقی از جانب هیئت ریسه اتاق مواجه شده و شخص معترض را از اتاق اخراج کرده‌اند و جالب است وقتی پیگیری‌های این عضو فعال به نتیجه می‌رسد و دادگاه حکم به ابقای او در اتاق می‌دهد، باز هم ما می‌بینیم که اتاق در مقابل این تصمیم دادگاه مخالف می‌کند و حتی برای اثبات فکر غلط خود وکیل استخدام می‌کند.

به هر صورت به نظر من یکی از کارهای مفید می‌تواند ارائه نظر و پیشنهاد اعضای اتاق در مواقع حساس و بحرانی اقتصاد باشد. موارد متعددی مثل بحث هدفمندی یارانه‌ها، نظام مالیاتی، اعتبارات بانکی و ... بنابراین خود بخش خصوصی باید در این قسمت فعال شود و با توجه به هدف‌گیری توسعه رشد اقتصادی فرآیند در همه بخش‌های اقتصادی کشور باید بتواند به دولت، مجلس و مسئولین پیشنهاد دهد. اتاق باید از این نگاه تک بعدی که به مسئله برنامه ریزی اقتصادی در کشور وجود داشته و عمدتا محدود به رشد بخش تجاری و به طور خاص رشد بخش واردات بوده، جلوگیری کند. باید سیاست خارجی از یک تعادل و توازن در بخش‌های مختلف برخوردار باشد. کسانی که اتاق‌های بازرگانی را در کشور اداره کردند، عمدتا حامی منافع واردات بودند و خودشان نیز از این واردات نفع برده‌اند و اقدام به واردات کردند. هیچ اعتراضی به توقف روند تولید در کشور و انتقال آن به کشورهایی مثل چین و بعد واردات این محصولات به نام کالای ایرانی نداشته‌اند. این در حالی است که نهادی مثل اتاق بازرگانی باید خود معترض به این روند باشد و مقابل این گونه سیاست‌ها بایستد.

■ **آقای دکتر پس بنا به فرمایشات شما چیدمان اعضای اتاق عبارت از تجارت و واردکننده‌هایی بوده است که بنا به منافع خود، سیاست‌های اتاق را به سمت واردات و یا به عبارتی دلالتی سوق داده‌اند. به نظر شما جاگزینی این‌ها با صاحبان صنایع می‌تواند موثر باشد و به عبارتی برای ایجاد تغییرات بنیادین کافی است؟** قطعاً این امر تأثیر بسزایی دارد و تحول بزرگی محسوب می‌شود اما مشروط به این است که افراد اتاق در فعالیتهای خود شفافیت نیز داشته باشند.

■ **این شفافیت از چه طریقی به دست می‌آید؟** باید اتاق‌های بازرگانی بسیار باز عمل کنند و اطلاعاتشان را در اختیار رسانه‌ها و عموم مردم قرار دهند. در این صورت به طور طبیعی فعالیتهای اتاق در بونه نقد قرار خواهد گرفت و این خود زمینه‌ای برای اصلاح فعالیتهای اتاق است. حتی اگر افرادی بخواهند از موقعیت خود در اتاق سوء استفاده کنند، این انتقادات از انتخاب آنها در دوره‌های بعد جلوگیری خواهد شد. چراکه عده‌ای اتاق را به اسم بخش خصوصی، اختصاصی کرده‌اند. مردم نباید قربانیان سیاست‌های دولت و گروهی به ظاهر نماینده بخش خصوصی شود. بنابراین در فضایی که شفافیت و جریان باز اطلاعات وجود داشته باشد از چنین

و بنابراین منابع درآمدی خوبی از جانب عضویت اعضا به این اتاق می‌رسد. با این حال معلوم نیست این منابع صرف چه فعالیت‌هایی شده و تا چه حد حافظ منافع ملی بوده چون به هر حال این نهاد یک نهاد بخش خصوصی است که قرار است اهداف اساسی آن معطوف توسعه اقتصادی ملی با توجه به نقش بخش خصوصی باشد. شواهد دیگر هم وجود دارد که این نهاد در فرصت‌های تجارت خارجی نیز به جای توجه به منافع ملی، منافع اشخاص را دنبال کرده است. لذا این نهاد که با ظرفیت بزرگی می‌توانست در خدمت اقتصاد کشور باشد عملاً تبدیل به نهادی برای پیگیری منافع افراد خاص شده، سلطه یک حزب خاص سالیان سال بر سر فعالیتهای این بنگاه بوده است.

کارکرد و نقش این نهاد امروز بیش از هر زمانی برجسته شده است و به همین دلیل امروز شاهد یک رقابت چند جانبه هستیم. از قضا انتخابات آتی این نهاد که به زودی برگزار خواهد شد، عرصه‌ای برای رقابت بین یک گروه از فعالین حاضر در عرصه تولید که به صورت سنتی در جهت منافع گروه‌ها و افراد خاصی در بخش تجاری فعالیت می‌کنند است که تلاش می‌کنند با پارکشی از مسئولین دولتی و یا وابستگی به آنها بتوانند از ظرفیت دولت برای نقش خودشان پشتیبانی بگیرند. در طرف دیگر افراد مستقل بخش خصوصی هستند و به نقش و اهمیت بخش تولید واقف بوده و برای پیگیری مطالبات بخش تولید فعالیت می‌کنند. بنابراین برای اولین باریست که این نهاد به تدریج در حال شناسایی و به نوعی بازیابی جایگاه خود در عرصه اقتصادی ایران است و اهمیت آن هر روز بیشتر می‌شود و امروز بسیاری از فعالین بخش خصوصی به ویژه آنهایی که در بخش تولید فعالیت می‌کنند در پی ورود به این نهاد هستند. این انتخابات برای نخستین بار است که تا این حد اهمیت پیدا کرده و دلیل آن تحول اقتصاد ایران و برجسته شدن اهمیت نقش خصوصی در سال‌های بعد از انقلاب است.

■ **علاوه بر بحث دخالت دولتی آیا عوامل دیگری هم وجود دارند که مانع ایفای نقش موثر این نهاد شده است؟ راهکارهای برون رفت از این مشکلات چیست؟** اتفاقاً یکی دیگر از انتقاداتی که به کارکرد و عملکرد اتاق بازرگانی وارد است، سکوت در برابر بحران‌های اقتصادی کشور و تصمیم‌های غلط نهادهای قدرت در اقتصاد بوده است. در واقع یکی از علامت سوال‌های بزرگ بر عملکرد اتاق همواره همین بی تفاوتی نسبت به تصمیمات است. تصمیماتی مثل پرداخت یارانه‌ها که اثرات سوء زیادی بر بخش اقتصادی داشته است به طوری که از ابتدا قرار بود سهمی به بخش تولید اختصاص داده شود و هیچ وقت اینگونه نشد و متأسفانه هیچ اعتراضی هم از جانب اتاق مشاهده نشد؛ یا مثلاً امروز یکی از بحران‌های اصلی اقتصاد ما همین نظام بانکی است و افراد اتاق هیچ وقت اعتراض جدی نسبت به عملکرد بانک‌ها نداشتند و یا اگر داشتند وقتی بود که همه از جمله خود بانک‌ها هم نسبت به نادرستی عملکرد خود اعتراف داشتند. یا مثلاً بحران‌هایی که در بخش خصوصی برای حضور در عرصه صادرات وجود داشته است و ما هیچ نوع اعتراض و انعکاسی برای کیفیت پایین محصولات داخلی برای عرضه در کشورهای همسایه نمی‌بینیم. تمام این مسائل این شائبه را مطرح می‌کند کسانی که در اتاق هستند، آنجا را سکویی برای منافع خود و کسب امتیازهای دولتی می‌دانند نه فرصتی

برای رشد و اعتلای اقتصاد ملی. این اتاق می‌توانست محلی برای فعالیت گروه‌های مختلف از جمله فعالین اقتصادی در بخش تولید و حتی بخش تجارت که اهمیت بسیار زیادی در اقتصاد کشور دارد، باشد.

اما ما مشاهده می‌کنیم که خوشبختانه در یکی دو سال اخیر، رییس اتاق ایران فردی از جامعه صنعت انتخاب شده که به هر حال با مشکلات صنعت آشناست و به خوبی از این نکته آگاه است که نبودن تولید نمی‌توان یک اقتصاد شکوفا و روبه پیشرفتی را داشت و مادامی که ساختار اقتصاد تولیدی به روال سالهای گذشته باشد، در نتیجه همان مناسبات فاسد بر آن حاکم خواهد شد. اگر برنامه‌ای وجود داشته باشد، مشکلات گذشته پیش نخواهد آمد. باید توجه کرد که فعالان اقتصادی در بخش خصوصی حتماً این برنامه را دارند چراکه



**یکی از انتقاداتی که به کارکرد و عملکرد اتاق بازرگانی وارد است، سکوت در برابر بحران‌های اقتصادی کشور و تصمیم‌های غلط نهادهای قدرت در اقتصاد بوده است**

خصوصی در این رقابت پر از تبعیض شکست خواهد خورد. مثلا آستان قدس مالیات نمی‌پردازد و شرکت‌های تابعه آن به واسطه همین عدم پرداخت مالیات می‌توانند به سودهای بسیار بیشتر دست پیدا کنند. این در حالیست که تولیدکننده‌های بخش خصوصی تنها باید به سودهای حاشیه‌ای اکتفا کنند. از این قبیل تبعیض‌ها در موارد مختلف دیگری مانند بخش تجارت خارجی، تخصیص ارز و منابع بانکی دیده می‌شود. بنابراین در چنین شرایطی امکان حضور بخش خصوصی منتفی است. پس بایستی یکی از پیشنهادها اتاق بازرگانی فراهم‌آوردن سازوکاری برای پرداخت مالیات توسط تمامی این نهادها باشد. حتی درون فعالان بخش خصوصی نیز تبعیض‌هایی وجود دارد. مثلا گروهی در بورس ثبت نام کرده بودند و به واسطه حضور در بورس بخشی از فعالیت‌هایشان مشمول پرداخت مالیات بر ارزش افزوده بوده است اما گروهی دیگری که در بورس حضور نداشتند بخشی از فعالیت‌هایشان تا مدت‌ها قابل ردیابی نبود و از پرداخت این مالیات تا مدت‌ها فرار می‌کردند. این شرکت‌ها باید بتوانند صدایشان را از طریق اتاق به بخش‌های مختلف اقتصادی کشور مثل سازمان مالیاتی و وزارت اقتصاد منعکس کنند.

■ چرا کشورهای دیگری نظیر ترکیه یا کره جنوبی توانسته‌اند از این معضلات عبور کنند، اما کشور ما همچنان درگیر این موارد است؟ آیا وجود نفت و رانت‌هایی که باخود به دنبال دارد در این موضوع تاثیر داشته است؟

البته ساخت اقتصاد ایران که عمدتاً متأثر از توزیع درآمدهای نفتی است خود عامل به وجود آمدن مناسبات نادرست در نهادهایی مانند اتاق بازرگانی است. این نهادها در هر کشوری که دارای درآمدهای این چنینی باشد علی‌الاصول دچار فسادهای گسترده می‌شود. طبیعتاً در این فرآیندها نقش دولت بسیار قابل توجه است. دولت‌ها باید خود از این فسادها احتراز کنند و اگر خواستار اقتصاد پویا هستند باید صدای بخش خصوصی را بشنوند. این صدا ضرورتاً صدای همسو با اقدامات دولت‌ها نیست. اگر بخش دولتی به بلوغ و رشد رسیده باشد باید توجه به بخش خصوصی را که در جهت منافع ملی است، در دستور کار خود قرار دهند. متأسفانه همانطور که دیدیم در دوره هشت ساله دولت نهم و دهم، بخش خصوصی نیز مانند بخش دولتی، به نوعی درگیر و وابسته به توزیع نفت بودند. در این دوره درآمدهای دولت به طرز بی سابقه‌ای افزایش پیدا کرد و جالب اینکه به شکل بی سابقه‌ای فساد هم دچار افزایش شد. بنابراین ما می‌بینیم که در کشورهایی مثل کره جنوبی چون منابع نفتی ندارند تأکیدشان بر حضور گسترده فعالین اقتصادی و ظرفیت‌های مردمی است؛ اما در کشورهایی مثل ایران مادامی که دولت‌ها بر روی چاه‌های نفت نشسته‌اند نیازی به مردم ندارند. پس توزیع نفت منشا بروز فساد و ایجاد مشکلات برای بخش خصوصی است.

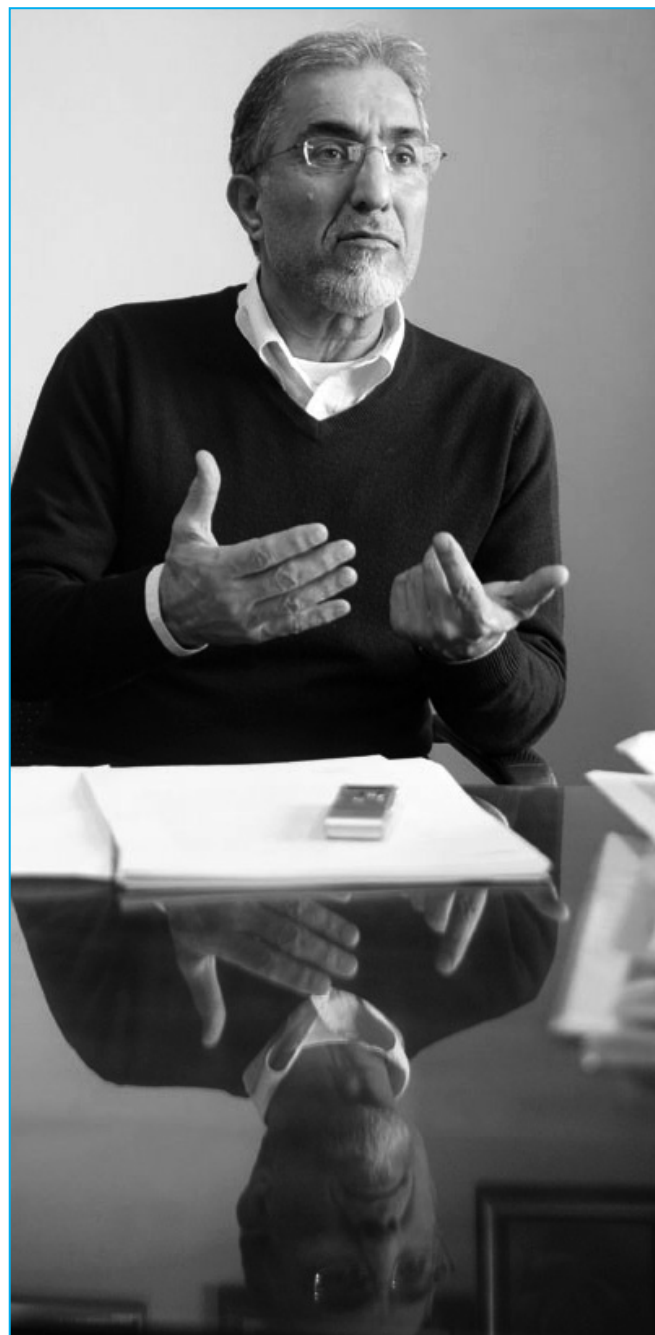
■ به نظر شما اتاق بازرگانی در خصوص توسعه تجارت خارجی چه راهکارهای عملی می‌تواند ارائه دهد؟ با توجه به اینکه به واسطه تحریم‌ها بخش دولتی ممکن است نتواند در برخی حوزه‌ها فعالیت کند، اما این می‌تواند فرصتی برای بخش خصوصی تلقی شود.

ابتدا باید ببینیم دیگران چه کارهایی را انجام داده‌اند که توانسته‌اند موفق شوند. به عنوان نمونه بازار عراق ابتدا در اختیار تجار ایرانی قرار گرفت اما تولیدکنندگان داخلی از این فرصت سوء استفاده کردند و کالاهای بی کیفیت را به طور گسترده وارد بازار عراق کردند. همین موضوع سبب شد که اعتماد مصرف‌کننده عراقی از کالای ایرانی سلب شده و زمینه را برای کالاهای ترک فراهم آورد. طبیعتاً دولت ترکیه و اتاق بازرگانی این کشور نسبت به این مسئله حساسند چرا که می‌خواهند ادامه حضورشان را در بازار عراق تضمین کنند. موارد اینچنینی ضربه بسیار مهلکی به اقتصاد و منافع ملی ما وارد می‌کند. پس باید نسبت به این مسئله اعتراض شود و این اعتراض هم باید منجر به اصلاح این موارد شود. بنابراین بخش خصوصی و اتاق بازرگانی می‌تواند نقش بسیار پررنگی را در توسعه تجارت خارجی ایفا کنند. منتها چون در سال‌های اخیر هیچ اقدامی از اتاق بازرگانی مشاهده نشده است، این شاعبه ایجاد خواهد شد افراد حاضر در اتاق نماینده بخش خصوصی نبودند بلکه اتاق را برای منافع خودشان گروگان گرفته بودند. ■

مسائلی جلوگیری خواهد شد. به نکته بعدی این است که اتاق باید برنامه داشته باشد و این برنامه باید در جهت منافع ملی و با تأکید بر بخش خصوصی باشد. اتاق باید بتواند راه حل‌های عملی ارائه کند.

■ چه راه حل‌های عملی را می‌توان انتظار داشت که اتاق ارائه دهد؟

یکی از راه حل‌ها می‌تواند امکان حضور بخش خصوصی باشد. وقتی ما با مسئله حضور نهادهای متعدد نظامی و انتظامی و خارج از نظارت دولت مواجه هستیم و اگر اعتبارات بانکی، ارز و امتیازهای خاص مربوط به قوانین و مقررات ابتدا به این نهادها تعلق بگیرد و به تولیدکننده‌ای که دارای ده‌ها نیروی کار است بی توجهی شود، طبیعی است که بخش



گفتگو با دکتر مرتضی عمادزاده؛ عضو هیات علمی سازمان مدیریت صنعتی

## اتاق؛ پارلمانی با ساختاری صحیح و کارآمد

برگزاری هشتمین انتخابات اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران بهانه‌ای به دست داد تا در خصوص پتانسیل‌ها و ارزیابی عملکرد گذشته این نهاد، از منظر تخصصی به گفت‌وگو با تنی چند از اساتید و متخصصین حوزه اقتصادی بپردازیم تا با تبیین نقاط قوت و ضعف این تشکل اقتصادی، به راهکارهایی برای کارآمدی هر چه بیشتر آن و تشخیص آسیب‌ها و آفت‌های پیش روی این نهاد اقتصادی دست یابیم. در این میان دکتر مرتضی عمادزاده، به عنوان کارشناس زبده اقتصادی در سازمان مدیریت صنعتی، در گفت‌وگوی اختصاصی خود با «ستبران»، به تفصیل، چشم اندازها و راهکارهای پیش روی اتاق بازرگانی ایران را با نگاهی علمی بررسی کرد.



■ اهمیت و نقش ارگان‌هایی چون اتاق بازرگانی را به عنوان نمایندگان بخش خصوصی چگونه ارزیابی می‌کنید؟

قبل از آنکه این اتاق را به عنوان نمایندگان بخش خصوصی قلمداد کنیم و در موردش گفتگو کنیم باید بدانیم این گونه تشکل‌ها اساساً نهادهایی توسعه‌ای هستند و وظیفه نهادهای توسعه‌ای از این دست، انتقال نیازهای توسعه‌ای بخش خصوصی به بخش‌های دولتی است. برای اینکه این کار به خوبی انجام شود، باید ساختاری بسیار شفاف و ارگانیک مهیا باشد.

علت اهمیت این امر آن است که بخش خصوصی افراد و نیروهای خط مقدم جبهه کسب و کار هستند که با مسائل و مشکلات روز کسب و کار به خوبی دست و پنجه نرم می‌کنند و نیاز دارند که اطلاعات و مشکلات این کار به

مبادی قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری به خوبی منتقل شود. اگر این ساختار به خوبی تدوین شده باشد، مسیر گردش اطلاعات خیلی موفق‌تر انجام می‌شود. بنابراین سیاستمداران و قانون‌گذاران به بهترین نحوی خواهند توانست که وقت اصلی را در هنگام تدوین سیاست‌ها به مهم‌ترین موضوعات مبتلا به بخش خصوصی در صحنه کسب و کار اختصاص دهند و از این جهت این اتاق‌ها می‌توانند نقش بسیار مهمی داشته باشند.

ضمن اینکه با اشاره به ساختار اتاق بازرگانی، متوجه می‌شویم در صورت صحیح بودن و کارآمد بودن آن ساختار می‌توان عنوان پارلمان بخش خصوصی را به آن اطلاق کرد.

■ با توجه به جایگاه و تعریفی که ارائه کردید، پتانسیل‌های اتاق بازرگانی را به طور خاص در

بهبود فضای کسب و کار و مراودات تجاری خارجی و به طور عام در شرایط اقتصادی فعلی ایران چگونه قلمداد می‌کنید؟

اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران هم‌اکنون به علت سوابق طولانی‌اش از مجموعه‌ای کارآمد و توانمند برخوردار است و پتانسیل‌های فراوانی دارد. چرا که می‌تواند با انعکاس مهم‌ترین و اثرگذارترین موضوعاتی که دولت و مجلس به آن می‌پردازند، در بهبود مسیر قانون‌گذاری مجلس و یا سیاست‌گذاری‌های دولت، اثرات بسیار مفیدی در فضای کسب و کار داشته باشند. همچنین اعضای این اتاق، می‌توانند با بررسی‌ها و مطالعات میدانی فراوانی که انجام می‌دهند و با استفاده از نشریات خود، اعضای خود در بخش خصوصی را از فرصت‌ها و چالش‌هایی که در فضای بین‌المللی وجود دارد مطلع کنند. علاوه بر این





**مهمترین اقدام اتاق بازرگانی از یک سو می‌تواند برقراری یک شبکه ارتباطی بسیار منظم و کارآمد بین بخش خصوصی با مبادی دولت و مجلس و از طرفی برقراری ارتباط مستمر با بخش خصوصی در اقتصاد ملی و اقتصاد بین‌الملل است**

برای تدوین یک لایحه و هماهنگی و تعامل با مجلس و تبدیل آن به قانون بهبود فضای کسب و کار، که به نوبه خود دستاورد بزرگی محسوب می‌شد و تماماً در قالب مواردی چون شناخت مشکلات و سختی‌های فضای کسب و کار، تلاش در جهت رفع آنها و تشکیل گروه‌های تخصصی و کارگروه‌های کارآمد بوده است که پیش‌تر به آنها اشاره کردم و نهایتاً این کار را به انجام رساند. توسعه چنین اقداماتی در زمینه‌های دیگر هم قابل اتفاق است.

اما به عنوان یک نمونه مغفول در عملکرد اتاق بازرگانی، اقدام دیگری که تصور می‌کنم اتاق می‌توانست در آن بسیار مؤثر باشد و فضایی است که هنوز به آن وارد نشده، مسئله هدفمندی یارانه‌ها است. اتاق بازرگانی می‌توانست به عنوان یک نهاد توسعه‌ای نسبت به آن موضعی بسیار فعال‌تر بگیرد و در خصوص تدوین گزارش‌ها و کارهای تحقیقاتی، کارهای مفصلی انجام بدهد، تا از آنچه به عنوان یک ضایعه در هدفمندی یارانه‌ها اتفاق افتاد، تا حدود زیادی جلوگیری شود. از آن گذشته من فکر می‌کنم اتاق هنوز هم می‌تواند برای برون رفت و برطرف کردن

اتاق فرصت‌ها و چالش‌های داخلی را هم باید برای اعضای خودش به خوبی تبیین و روشن کند.

بنابراین از جمله مهم‌ترین کارهایی که با توجه به وجود پتانسیل‌ها و توانایی‌های انجام آن، از اتاق بازرگانی انتظار می‌رود، از یک سو برقراری یک شبکه ارتباطی بسیار منظم و کارآمد بین بخش خصوصی با مبادی سیاستگذاری دولت و قانونگذاری مجلس است و از سوی دیگر توانایی و دغدغه برقراری ارتباطی مستمر بین بخش خصوصی در اقتصاد ملی و اقتصاد بین‌الملل است که مسئله صادرات و موضوعاتی دیگر از این دست را پوشش دهد. گذشته از این، اتاق بازرگانی ایران، از طریق نشریات ادواری و منظم خود، قادر است شرایط و امکانات فناوری‌های مرتبط را در زمینه‌های مختلف فعالیت‌های کسب و کار، از جمله کشاورزی، تولید و خدمات به اطلاع اعضایش برساند، تا به واسطه آن، همه اعضا به خوبی به سطح و تغییرات تکنولوژی و فناوری آگاهی یابند و در برنامه ریزی‌ها، خود را به از سمت بهره برداری از آخرین تکنولوژی‌های ممکن هدایت کنند.

■ جناب دکتر عمادزاده، تا به حال باید‌های اتاق بازرگانی را مطرح کردید و بنده از صحبت‌های جنابعالی این طور برآورد کردم که اختیارات مناسب است. اما آیا در عمل هم اتاق بازرگانی عملکرد مناسبی داشته است؟ اساساً نقاط قوت و ضعف عملکرد اتاق بازرگانی را در طی این مدت چگونه می‌بینید؟

اتاق بازرگانی ایران نمونه‌های نشان داده که وقتی به صورت منسجم و مصمم کار بکند، می‌تواند دستاوردهایی کاملاً ملموس داشته باشد، که از آن جمله، تلاشی بود

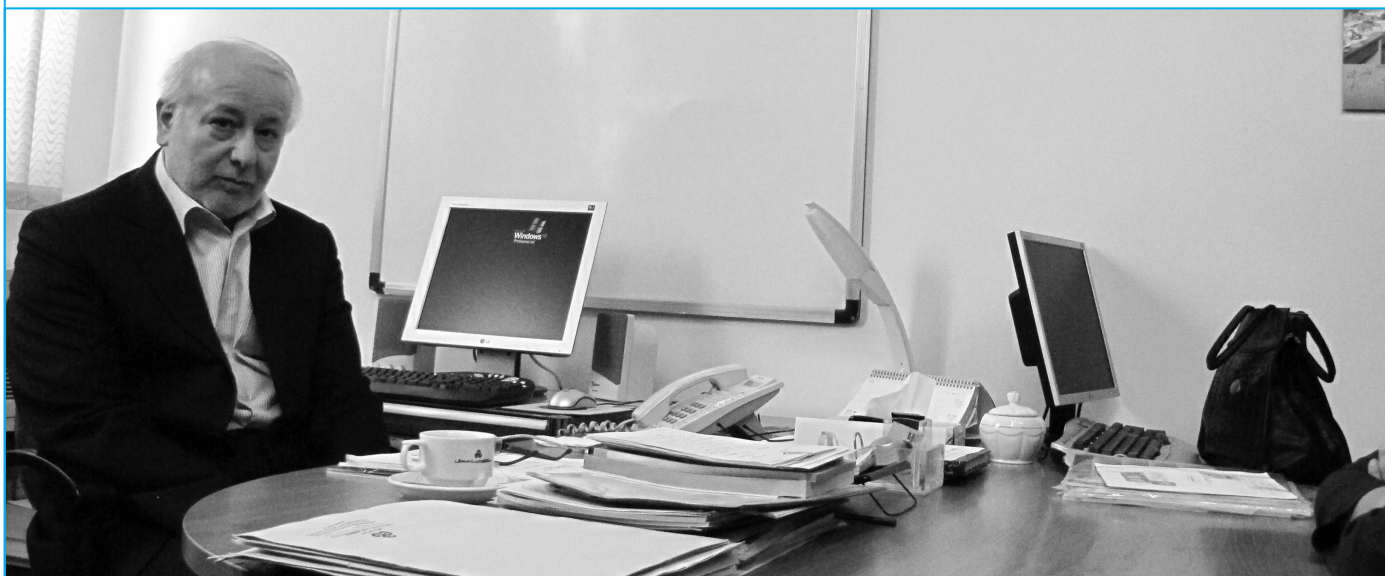
مشکلات هدفمندی یارانه‌ها، تعیین گروه‌های هدف، مسئله یارانه تولید، اقدامات سودمندی داشته باشد. تصور من آن است که از اتاق بازرگانی به عنوان یک نهاد توسعه‌ای شناخته شده در قانون، یقیناً این انتظارات می‌رود و به نظر می‌رسد توان اجرایی لازم برای وارد شدن به این حوزه را هم دارد.

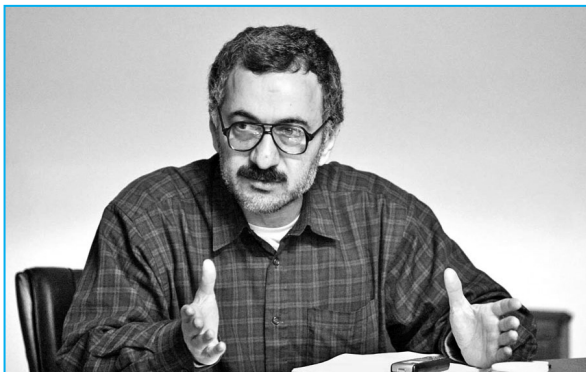
■ با این همه از نظر شما چرا عمدتاً مشارکت در انتخابات اتاق بازرگانی بسیار کمتر از سطح مورد انتظار است و آیا ترکیب فعلی اتاق را از جهت پوشش دهی بخش‌های مختلف آن و نمایندگی همه جانبه بخش خصوصی مناسب می‌دانید؟

بخش اول پرستان به دو موضوع برمی‌گردد. اول آنکه از نظر فرهنگی و به صورت یک سابقه تاریخی، اساساً طبع مشارکت جویی در میان مردم ما ضعیف است، یعنی کار تیمی را خیلی خوب بلد نیستیم یا به طبعمان نمی‌سازد. بخشی دیگر هم به این دلیل است که افراد به عملکردها نگاه می‌کنند، در مقابل اگر اتاق مرتباً عملکرد خود را در بوته ارزیابی و نقد قرار دهد و در جهت اصلاح مواضع خود عمل نماید، می‌تواند همدلی و مشارکت بیشتری را از سوی صاحبان کسب و کار در بخش خصوصی جلب نماید.

پاسخ نکته دوم هم آنست که به نظر بنده، در چیدمان فعلی اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی ایران، همکنون بخش بازرگانی سهم اول را دارا بوده، تولید سهم دوم را و کشاورزی سهم سوم و بسیار ناچیزی را دارد.

بنابراین به زعم بنده اگر قرار باشد اصلاحاتی صورت بگیرد، بهتر است حتی از نام این اتاق آغاز شود، شاید تغییر نام آن به اتاق صنایع، کشاورزی، معدن و بازرگانی می‌تواند افق‌های مناسب‌تری را پیش روی آن قرار دهد. ■





اغلب گفت و گوهای تخصصی اقتصادی در خصوص اتاق بازرگانی، بر این محور تنظیم شده است که این تشکل چگونه می‌تواند قدرت بخش خصوصی و توانمندی‌های آن را افزایش دهد، اما گفتگو با سعید لیلانز، کارشناس مسائل اقتصادی و سیاسی، مسیر متفاوتی را طی کرد. چراکه وی اعتقاد دارد، تنها از بطن یک بخش خصوصی توانمند، تشکل‌های کارآمدی چون اتاق بازرگانی توانایی رشد و ارائه خدمات را خواهند داشت و این امر تنها در پرتو گردش آزاد اطلاعات و نگاه نقادانه مطبوعات امکان‌پذیر خواهد بود.

## بخش خصوصی قدرتمند، مهمترین الزام توانمندسازی اتاق

گفتگو با سعید لیلانز؛ کارشناس مسائل اقتصادی

■ آیا اقداماتی چون تشکیل کمیته‌هایی از سوی اتاق بازرگانی می‌تواند در اموری چون مبارزه با فساد از سوی این نهاد، تأثیرگذار باشد؟

عملاً برای یک اقدام اساسی در راه مبارزه با فساد از سوی تشکل‌هایی چون اتاق بازرگانی، باید اولاً اقتصاد کشور حقیقتاً آزاد شود و سهم دولت در آن کاهش پیدا کند، و ثانیاً نیاید از نظر دور داشت، با فساد اقتصادی بدون دموکراسی و آزادی مطبوعات نمی‌توان مبارزه کرد. در همین راستا تجربه هم نشان داده، هرگاه در ساختارهای سیاسی و اقتصادی ایران دموکراسی بیشتری حاکم بوده است، مبارزه بهتری با فساد داشته‌ایم. اینکه در طی سال‌های گذشته، سالم‌ترین دولت ایران، دولت آقای خاتمی شناخته می‌شود، اتفاقی نیست. این امر به این خاطر است که در این دوره آزادترین اقتصاد و کمترین دخالت دولتی را داشته‌ایم و از سوی دیگر مطبوعات آزادی عمل بالاتری داشته‌اند و می‌توانسته‌اند مسائل پشت پرده اقتصادی را شفاف‌سازی کنند.

همین الان هم اگر فساد در دولت آقای روحانی نسبت به دوره‌ی قبل به شدت کاهش داشته به علت آزادی بیان مطبوعات جناح راست بوده است که با چشم باز عملکرد اقتصادی دولت را رصد می‌کند، دموکراسی عملاً یعنی همین.

بنابراین آزادی اقتصادی و دموکراسی مطبوعاتی می‌تواند موجب تقویت بخش خصوصی شود و آنگاه این بخش خصوصی نیرومند قادر خواهد بود یک اتاق بازرگانی قوی و پرنفوذ در اقتصاد ایجاد می‌کند، که از سوی صاحبان صنایع قویاً حمایت می‌شود و در مقابل قدرت چانه‌زنی بالایی در کسب منافع و تسهیلات بیشتر برای این بخش خواهد داشت.

■ با توجه به تحریم‌های دولتی موجود نقش اتاق بازرگانی در مرادوات تجاری خارجی چگونه ارزیابی می‌فرمایید؟

در ۸ سال گذشته چنانکه اشاره شد، به تبع افزایش درآمدهای نفتی دولت و استغنائی دولت از بخش خصوصی و ثانیاً محدود شدن آزادی مطبوعات، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران هم تبدیل به زانده‌ای بر دولت و حکومت شد. اما در همان ۸ سال هم اتاق بازرگانی می‌توانست برای تلطیف تحریم‌های ظالمانه‌ای که علیه ایران وجود داشت، تلاش‌هایی بکند. به عقیده بنده در شرایط کنونی هم امکان آن هست که اتاق با انجم دادن به فعالیت‌های بازرگانی بخش خصوصی با خارج از کشور، نقش به مراتب فعالانه‌تری در تجارت خارجی ایفا کند. ■

■ به نظر شما نهادهایی چون اتاق بازرگانی، قادرند چه پتانسیل‌هایی را در اختیار بخش خصوصی و توسعه آن قرار دهند؟ و آیا اصلاً قدرتی دارند؟

من معتقدم که این اتاق یا سازمان‌ها یا نهادها نیستند که منجر به تقویت بخش خصوصی یا بخش عمومی یا شرایطی در عالم مادی می‌شوند، بلکه قضیه برعکس است و اگر بخش خصوصی نیرومندی وجود داشته باشد که بتواند مستقل از دولت و پارانه‌های دولتی و تصمیمات دولتی به حیات خودش ادامه دهد، می‌تواند یک نهاد و اتاق و سازمان نیرومندی برای خود ایجاد کند.

البته وجود چنین نهادهایی اثرات سازنده‌ای بر بخش‌های زیربنایی خودش دارد، اما این اثرات اولاً اصیل نیست و ثانویه محسوب می‌شود؛ ثانیاً تعیین‌کننده و سمت و سو دهنده نیست. بنابراین اگر می‌بینید کارکرد اتاق در سیستم اقتصادی ایران نسبت به کشوری مثل مالزی که تاحدودی شبیه ایران بوده، متفاوت است، این به دلیل متفاوت بودن شرایط بخش خصوصی در این دو کشور است.

در شرایطی که بیش از ۶۵ درصد اقتصاد کشور در دست دولت است، بدیهی است هنگام افزایش قیمت نفت، دولت می‌تواند کاملاً بخش خصوصی را کنار گذاشته، تحت فشار قرار دهد و به زانده‌ای بر خود تبدیل کند. در این شرایط حتماً سرنوشت اتاق‌ها و تشکل‌های بخش خصوصی هم همین‌طور است. کما اینکه در ادوار گذشته دیدیم، دولت و حکومت هر زمان اراده کرده است، توانسته کنترل اتاق را از نظر نحوه مدیریت، سیاست‌گذاری، نحوه تفکر و حتی اشخاص و افراد حاضر در آن در دست بگیرد، علت اینکه می‌بینید نوعی نظارت استصوابی در اتاق بازرگانی هم وجود دارد، به خاطر سیطره دولت بر بخش خصوصی است، چنانکه در دوره شاه هم این امر فارغ از قدرت دولت نبود.

■ با توجه به فرمایش شما، به نظر می‌آید در خصوص نسبت بخش خصوصی، اتاق بازرگانی و دولت، سیکل معیوبی ایجاد شده که سرشکسته شدن هم ندارد، آیا راه برون‌رفتی را هم برای این امر متصور هستید؟

تازمانی که قدرت بخش خصوصی در ایران افزایش پیدا نکند، رانت‌های دولتی کاهش نیابد و تا وقتی که سهم نفت در اقتصاد ایران، سمت و سو تعیین می‌کند، متأسفانه حتی در صورت اصلاحات موضعی و حداقلی، در بطن امر این ماجرا ادامه خواهد داشت.

■ اگر همان حداقل‌ها را هم در نظر بگیریم آیا نمی‌تواند تأثیر مثبتی داشته باشد؟  
حتماً می‌تواند اثر خود را بگذارد، اما از این تأثیرات انتظار معجزه نمی‌توان داشت.

## رانت‌های اطلاعاتی؛ پاشنه آشیل اتاق بازرگانی



گفتگو با دکتر بهمن آرمان؛ استاد اقتصاد دانشگاه های تهران و علامه طباطبایی

دکتر بهمن آرمان، استاد اقتصاد دانشگاه های تهران و علامه از جمله صاحب‌نظران اقتصادی است که به رویه فعلی اتاق بازرگانی انتقاداتی جدی دارد. وی در گفت‌وگوی خود با «ستبران»، در آستانه هشتمین انتخابات هیات رئیسه اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران، از مصادیق ناکارآمدی اتاق بازرگانی و ریشه‌های آن سخن می‌گوید و در ادامه به راهکارهایی برای برون رفت از وضعیت کنونی و افزایش توانمندی اتاق بازرگانی اشاره می‌کند.

در دی ماه سال گذشته شاهد بودیم که مجلس شورای اسلامی به مقوله قیمت‌گذاری خوراک پتروشیمی‌ها پرداخت، که در نتیجه اعمال آن، بسیاری از واحدهای تولیدی سودآوری خود را از دست دادند، زیرا قیمت خوراک پتروشیمی‌ها حدود ۶ برابر شد و به تعاقب آن بورس هم که مستقیماً تا حدود ۷۰ درصد متأثر از فعالیت‌های شرکت‌های پتروشیمی است، با سقوط بی‌سابقه‌ای روبرو شد، که این سقوط کماکان ادامه دارد. همچنین در رابطه با قیمت برق تحویلی به واحدهای تولیدی، شاهد آن هستیم که شرکتی چون فولاد مبارکه، که بزرگ‌ترین بنگاه اقتصادی کشور است، اعلام می‌کند، هزینه‌های برق این مجموعه صنعتی به موجب این قانون، ۲۵ درصد نسبت به سال گذشته افزایش یافته است. در حال حاضر هم در لایحه دولت آمده است که از فروش گاز طبیعی عوارضی دریافت شود. اما این عوارض به جای آنکه محدود به اخذ عوارض از مصرف‌کنندگان خانگی شود، شامل حال واحدهای تولیدی هم شده و عملاً مزایای رقابتی ما را از بین می‌برد.

که مدیریت این نهاد تغییر پیدا کرد، نشانه‌های مثبتی مشاهده می‌شود، اما همچنان ریشه‌های تشکیلات گذشته که بر پایه رانت خواری و حمایت از واردات و این‌گونه مسائل بوده، پابرجا هستند. بنابراین آنچه که با عنوان اتاق بازرگانی، صنایع و کشاورزی از آن یاد می‌شود، عملاً بخش‌های مولد اقتصاد را در بر نمی‌گیرد.

■ اگر ممکن است مصادیقی هم برای این عدم کارایی عنوان بفرمایید، یعنی اتاق بازرگانی در چه زمینه‌هایی می‌توانسته با توجه به اختیارات و شرح وظایفش اعمال نفوذ بیشتری داشته باشد، ولی در عمل این اتفاق نیفتاده است؟

به عنوان مثال هم اکنون واحدهای تولیدی، با انواع و اقسام مشکلات روبرو هستند و موانع بسیار زیادی بر سر راه آنها گذاشته می‌شود. از جمله این موارد می‌توان به دو مورد مشخص اشاره کرد، که مستقیماً در ارتباط با قیمت‌گذاری گاز طبیعی و انرژی برق برای واحدهای تولیدی است.

■ به طور کلی اهمیت و نقش تشکلهایی چون اتاق بازرگانی را به عنوان نمایندگان بخش خصوصی در کشورهای مختلف و در ایران چگونه ارزیابی می‌کنید؟

ابتدا باید اشاره کنم که این‌گونه تشکلهای در همه جهان دارای اهمیت بالایی هستند. به طور مثال در انگلستان، زمانی که کنفدراسیون صاحبان صنایع این کشور در خصوص موضوعی موضع می‌گیرد یا گزارشی اقتصادی را تهیه می‌کند، واکنش‌های بازار به مراتب عمیق‌تر از زمانی است، که مقامات دولتی یا بانک مرکزی آن کشور به اقداماتی مشابه می‌پردازند.

هر چند ما هم در ایران دارای نهادی به نام اتاق بازرگانی، صنایع و کشاورزی هستیم، اما از آنجایی که اقتصاد ایران بر پایه فروش نفت و دلالتی و قاچاق‌های پیر و آن بنا گذاشته شده، این نهاد به جای اینکه در خدمت اقتصاد کشور باشد، اغلب از رانت‌های اطلاعاتی و سایر موارد مشابه استفاده کرده و در اقتصاد کشور نقش سازنده‌ای ایفا نمی‌کند. البته از زمانی که مورد انتظار است، ایفا نمی‌کند.

اما در قبال تمام این مسائل شاهد سکوت معنی داری از ناحیه اتاق بازرگانی بوده‌ایم. در مقابل این سکوت و انفعال، این تشکل با کمک رسانه‌های گروهی، نام بی‌مسماي "پارلمان بخش خصوصی" را برای خود ایجاد می‌کند. در حالی که به دلایل گوناگون، امروزه بخش

در چنین تشکلاتی حرکتی هم به سوی توسعه اقتصادی کشور انجام نمی‌شود. حال در چنین شرایطی کسانی هم که به عنوان هیئت رئیسه یا مسئولین اتاق بازرگانی تعیین شوند، در اقتصاد کشور هیچ گونه تغییر مثبتی را به وجود نمی‌آورند.

راهکارهای عملی وجود دارد که اتاق بازرگانی بتواند نقش مثبتی در مورد آن ایفا کند؟ طبیعتاً اگر اهداف اتاق بر محور دفاع از منافع ملی و تولید داخلی، افزایش صادرات و کنترل واردات باشد، می‌تواند با استفاده از کارشناسان اقتصادی مستقل، راهکارهای لازم را برای خروج از بحران‌های فعلی و



اگر تولیدکنندگان جای بازرگانان و دلالتان را بگیرند می‌توانیم شاهد حضور پررنگ‌تر اتاق بازرگانی در فعالیت‌های مولد اقتصادی کشور باشیم



خصوصی مولدی به آن شکل در ایران وجود ندارد و واحدهای بزرگ تولیدی موجود هم نماینده مشخصی در این ارگان ندارند.

در بخش‌های دیگر هم، تشکل‌هایی چون اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان سنگ آهن به شیوه‌های غیرعلمی و با آسیب‌های فراوان از معادن آهن ما سنگ آهن استخراج می‌کنند و در سال گذشته آنها را به صورت خام به خارج از کشور می‌فروشدند. در حالی که این سنگ آهن می‌بایستی پس از فرآوری به خارج صادر می‌شد. بدیهی است که گردانندگان این اتحادیه، همان کسانی هستند که معادن سنگ آهن و منافع آن را در اختیار دارند و از این رو از این گونه اقدامات دفاع می‌کنند.

در اتاق بازرگانی ایران هم همین رویه را شاهد هستیم و طبیعی است که در آنجا هم تمایل به واردات و یا این گونه خام فروشی‌ها وجود دارد. به همین خاطر است که در دفاع از تولید هیچ گونه اقدامی صورت نمی‌گیرد. اصولاً برخی از کسانی که در اتاق بازرگانی هستند، هدف‌های فردی و جناحی خاصی را مورد تعقیب قرار می‌دهند. در نهایت

■ آیا این فرمایش شما به معنای آن است که ایراد را در ساختارهای اتاق بازرگانی می‌بینید و تغییر هیات رئیسه را در اصلاح روند عملکرد اتاق بازرگانی مفید نمی‌دانید؟

البته اگر تولیدکنندگان جای بازرگانان و دلالتان را بدست بگیرند و عملاً مشخص شود که چند نفر از آنها نماینده تولیدکنندگان هستند یعنی خودشان تولید کننده هستند و این تولیدکنندگان می‌بایست که نقش قابل توجهی در تولید ملی داشته باشند و در نهایت تعداد کسانی که بخش بازرگانی را نمایندگی می‌کنند کاهش پیدا کند ما می‌توانیم شاهد حضور پررنگ‌تر اتاق بازرگانی در فعالیت‌های مولد و مفید اقتصادی کشور باشیم. در همین راستا بخش کشاورزی هم می‌بایست سهم برجسته تری در چیدمان اتاق داشته باشد. با این اوصاف می‌توان عنوان کرد که اتاق بازرگانی ادامه فعالیتش به شیوه کنونی به سود مملکت نیست و تنها برآورده کننده انتظارات نامعقول تعدادی رانت خوار خواهد بود.

■ به طور خاص در بهبود فضای کسب و کار چه

همچنین افزایش سهم بخش تولید و سهم اتاق بازرگانی را داشته باشد.

■ آیا نیاز و پتانسیل آن را می‌بینید که اتاق بازرگانی، اعمال نفوذ بیشتری در تصمیمات اقتصادی دولت داشته باشد؟

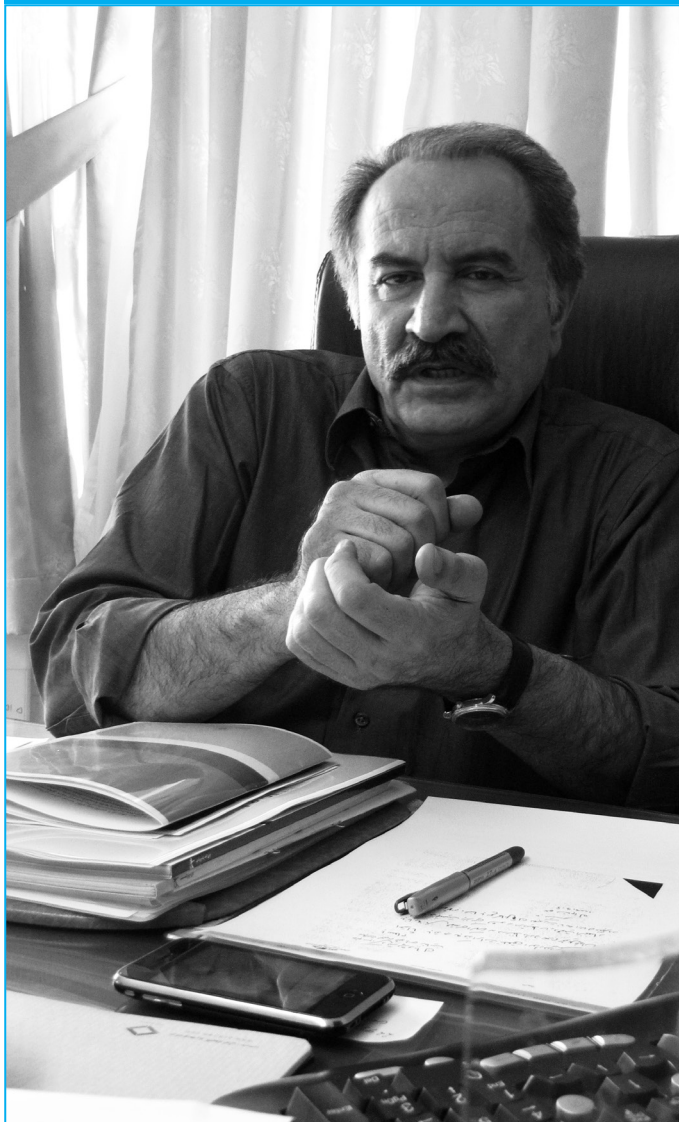
اتاق بازرگانی اگر قدرت کافی را پیدا کند و اگر نماینده واقعی بخش بزرگی از اقتصاد کشور باشد، طبیعتاً می‌تواند این نقش را ایفا نماید. ولی تا زمانی که آن جایگاه را پیدا نکند، گوش شنوایی برای حرف‌هایش نیست.

■ در حوزه تجارت خارجی در شرایط فعلی که دولت درگیر تحریم‌های اقتصادی است، چه نقشی را برای اتاق بازرگانی می‌توان متصور بود؟

به هر حال تحریم‌ها بیشتر مسائلی سیاسی‌اند و نمی‌توان فعلاً نقش مشخصی برای اتاق بازرگانی، آن هم با این شیوه فعلی اداره، قائل شد. ■

گفتگو با دکتر جمشید پژویان؛  
اقتصاددان و رییس سابق شورای رقابت

## عدم اطلاع‌رسانی شفاف؛ اصلی‌ترین عامل کاهش مشارکت اعضا در انتخابات



دکتر جمشید پژویان یکی دیگر از اساتید اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی است که مسئولیت‌هایی چون ریاست سابق شورای رقابت و همکاری با بانک شهر، به عنوان رئیس مرکز مطالعات و تحقیقات کاربردی علوم بانکی آن را در کارنامه اجرایی خود دارد. وی آسیب‌های عمده‌ای را در عملکرد اتاق بازرگانی مطرح می‌کند و از کارهای نکرده اتاق بازرگانی ایران می‌گوید. وی آفت فعالیت‌های فعلی این نهاد اقتصادی ضرورتاً مستقل از دولت را دخالت و همنشینی مسئولین اتاق در تصمیمات دولت قلمداد می‌کند.

■ جناب دکتر پژویان، نقش و اهمیت اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران را در نمایندگی بخش خصوصی و انعکاس مطالبات این بخش چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بنده از اتاق بازرگانی ایران تا این حد می‌دانم که افراد این تشکل بیشتر به دنبال کسب قدرت برای خود در تصمیم‌گیری‌ها و سیاستگذاری‌های دولتی هستند و در خصوص اینکه این تشکل به چه میزان فعالیت‌های واقعاً بازرگانی دارد و یا تا چه حد توانسته تجار و سرمایه‌گذاران خارجی را جذب بازار ایران کند، مطلع نیستم ولی موفقیت‌چندانی هم تاکنون از آن ندیده و نشنیده‌ام.

اینکه اتاق بازرگانی ایران خود را نماینده بخش خصوصی می‌داند به نظر بنده چندان صحیح نیست و بسیاری از اعضای مرکزی آن عملاً دولتی هستند. باید دقت داشت وقتی از بخش خصوصی صحبت می‌کنیم، گستره وسیعی از فعالین اقتصادی از خرده فروشان گرفته تا کارخانه‌های بزرگ و کوچک تولیدی را شامل می‌شود در حالی که اتاق تنها نماینده بخش کوچکی از بخش خصوصی است، که البته صاحبان قدرت بالاتر و بیشتری هستند.

■ با این وصف به نظر شما، اتاق بازرگانی با توجه به شرح وظایف و اختیاراتش چه اقدامات مفیدی را می‌توانست در مواردی چون بهبود فضای کسب و کار و یا تجارت خارجی انجام دهد که اجرای آن موفق نبوده است؟ همان طور که بارها گفته‌ام، اتاق بازرگانی ایران می‌توانست در طی سالهای فعالیت خود، در اصلاحات اصل ۴۴ و خصوصی سازی تأثیر تعیین کننده‌ای داشته باشد. از جمله این توانایی برای این تشکل مفروض بود که با وارد کردن سرمایه‌گذاری خارجی و نیز انسجام بخشیدن به سرمایه‌داران داخلی، سمت تقاضا را در جهت جذب هر چه بیشتر بخش خصوصی هدایت نمایند، ولی بنده متأسفانه اثری از این گونه اقدامات را در عملکرد اتاق بازرگانی ندیده‌ام، بلکه بیشتر شاهد آن بوده‌ام که اعضای این اتاق خواهان حضور در ارگان‌های دولتی و یا داشتن نمایندگانی در



همه شوراهای تصمیم‌گیری اقتصادی دولت بوده‌اند، تا از این طریق منافع خود را تأمین کرده و به دنبال کسب قدرت باشند.

البته این بدان معنا نیست که اتاق بازرگانی به هیچ وجه اثرات مفیدی نداشته و یا تشکلی غیر ضروری است، بلکه مقصود بنده آنست که آنچه از اتاق بازرگانی انتظار می‌رود تأمین نشده است. برای مثال از جمله پتانسیل‌های این نهاد، انسجام بخشی به فعالیت‌های تجار و بازرگانان داخلی، توانمند سازی و انعکاس مدون مسائل و مشکلات فعالان اقتصادی و برقراری ارتباطی اقتصادی با بازرگانان و جذب سرمایه‌های خارجی است و این امور را می‌بایست از طریق ارائه اطلاعات و تسهیلات لازم به فعالین این حوزه‌ها به انجام رساند، اما من این بخش فعالیت‌های اتاق بازرگانی ایران را تاکنون شفاف ندیده‌ام. این عدم شفافیت عملاً سبب شده که میزان مشارکت صاحبان کسب و کار هم در انتخابات این تشکل کمتر از حد انتظار بوده و این گروه‌ها نمایندگی خود را در نهاد مزبور نبینند.

■ در این خصوص آیا چیدمان فعلی اتاق بازرگانی از نظر پوشش دهی بخش‌های مختلف مرتبط با اتاق را در کاهش و افزایش مشارکت انتخاباتی آن مؤثر می‌دانید؟

همان طور که گفته شد، بخشی از این عدم نمایندگی، به چیدمان اتاق و سنگینی کفه بازرگانی نسبت به حوزه‌های مهم دیگری چون صنعت و کشاورزی باز می‌گردد و بخش دیگر آن مربوط به اهداف اعضای هیئت رئیسه آن

می‌شود که به دنبال کسب قدرت و تصاحب صندلی‌های شوراهای دولتی هستند.

به نظر بنده ورود پیدا کردن اتاق بازرگانی در برخی شوراهای مشترک دولتی که حتی در آنجا تصمیم‌گیرنده هم هستند، اشتباه است. مسلماً بخش خصوصی در هر کشوری بسیار با اهمیت است و داشتن یک بخش خصوصی غنی و اثرگذار موفقیت بزرگی محسوب می‌شود، اما این بدان معنا نیست که بخش خصوصی باید در تصمیمات دولتی مشارکت داشته باشد. زیرا بخش خصوصی دارای اهداف و مقتضیات خودش است که لزوماً این اهداف با منافع کل جامعه ممکن است مطابقت نداشته باشد. به همین خاطر است که من اصلاً نمی‌پذیرم اتاق بازرگانی خواهان داشتن نماینده در شوراهای مختلف دولتی باشد، که حق رأی هم داشته باشد.

”

**عدم شفافیت اتاق بازرگانی عملاً سبب شده که میزان مشارکت صاحبان کسب و کار هم در انتخابات این تشکل کمتر از حد انتظار بوده و این گروه‌ها نمایندگی خود را در نهاد مزبور نبینند**

■ تا اینجا آیا می‌توانم نتیجه بگیرم که از نظر شما اتاق بازرگانی باید بیشتر نگاه به درون بخش خصوصی و ساماندهی روابط بخش‌های مختلف آن داشته باشد تا اعمال نفوذ مستقیم در تصمیمات اقتصادی دولت؟ البته اتاق بازرگانی باید در زمینه برقراری ارتباط با دولت هم به منظور در میان گذاشتن مشکلات بخش خصوصی و انعکاس مطالبات آن فعال باشد به این منظور می‌تواند دولت را از وضعیت اتاق بازرگانی مطلع کند و وسیله‌ای برای فراهم کردن تسهیلاتی در فعالیت‌های بخش خصوصی در برقراری ارتباط با بازرگانان و سرمایه‌داران خارجی باشد، اما نباید ماهیت خود را از فعالیت اقتصادی به فعالیت سیاسی و استفاده ابزاری از جایگاه نهادی اتاق بازرگانی برای کسب قدرت تغییر دهد.

■ در این راستا راه برون رفت اتاق بازرگانی ایران از شرایط فعلی و پیش‌برد پتانسیل‌های آن به سمت نمایندگی کردن هر چه بیشتر بخش خصوصی توسط این نهاد را چه می‌دانید؟

ابتدا باید این دیدگاه را که اتاق بازرگانی برای تأثیرگذاری بیشتر باید به دنبال کسب قدرت از طریق ارتباط با نهادهای دولتی باشد، و نفوذ حال حاضر این اتاق را در شوراهای دولتی کاهش داد، تا اینکه اعضای این تشکل بالاخره متوجه شوند افزایش قدرت نفوذشان در هر چه منسجم‌تر ساختن بخش خصوصی و منوط به آن است که افراد و فعالین اقتصادی هر چه بیشتری به آنها پیوسته و نمایندگی خود را در این اتاق بیابند. ■

# افزایش شفافیت و رقابت، دو کار مهم اتاق بازرگانی

گفتگو با دکتر مهدی پازوکی؛ اقتصاددان و استاد دانشگاه علامه طباطبائی

از میان صاحبان نظران اقتصادی، دکتر مهدی پازوکی، استاد اقتصاد دانشگاه علامه، جز و کسانی است که با اتاق بازرگانی ایران و پیشینه آن آشنایی منسوطی دارد و از این رو آسیب‌های عملکرد امروز و دیروز آن و نیز چشم اندازها و راهکارهای پیش روی این نهاد اقتصادی را در مسیر گسترش و بهبود توسعه فعالیت‌ها مد نظر دارد و به روشنی تبیین می‌کند. از همین رو "ستبران"، در مجال گفت‌وگویی میزبان نظرات و دانش راهبردی وی در خصوص اتاق بازرگانی شد:

اتاق می‌توان بر شمرد. اولاً اتاق بازرگانی باید کمک کند که شفافیت در اقتصاد، خصوصاً در بخش خصوصی حاکم شود، و دوم باعث به وجود آمدن رقابت در بخش خصوصی شده و از هر گونه انحصار و رانتی که باعث حاکمیت عده ای بر اقتصاد ملی ما می‌شود، جلوگیری کند.

چون همان طور که می‌دانید، بر اساس مبانی نظریه اقتصادی آدام اسمیت پدر علم اقتصاد، نفع شخصی اساس توسعه جامعه خواهد بود، به شرط آنکه افرادی که صاحب درآمدند و بخش خصوصی جامعه، بر اساس سیستم مالیاتی تعیین شده توسط دولت، مالیات خود را بپردازد و از به وجود آمدن معافیت‌های مالیاتی و انحصار برای گروه‌های خاص جلوگیری کند.

این بدان معنا است که اگر بازرگان ایرانی نابخردانه تصمیم اقتصادی گرفت، قطعاً باید ورشکست شده و از سیستم حذف شود و بی جهت سعی نکنیم با برخورد‌های غیر کارشناسی افرادی که توان اقتصادی، دانش اقتصادی کافی، سرمایه اقتصادی و قدرت ریسک اقتصادی را ندارند، از طریق رانت نگر داریم.

بنابراین ما با هر گونه رانتی برای عده به خصوصی یا برای بخش خاصی به شدت مخالفیم و این اتاق باید به عنوان پارلمان بخش خصوصی و بر اساس سند چشم انداز کشور به فعالیت‌های اقتصادی بپردازد. در این راستا همواره باید شفافیت و رقابت از ویژگی‌های این اتاق باشد و از آن سو ارتباطی منطقی و در چارچوب منافع ملی با جهان خارج داشته باشد. چنین اتاق بازرگانی می‌تواند به استقلال اقتصادی ما کمک کند.

یکی از انتقادهایی که بنده به اتاق بازرگانی دارم آن است که، کسانی به واسطه آن کارت بازرگانی می‌گیرند، که صاحب صلاحیت نیستند. به عنوان مثال در اواخر دولت احمدی نژاد ۱۰۰۰ دستگاه پورشه از طریق همین کارت‌های بازرگانی بی پشتوانه، به کشور وارد می‌شود. در واقع باید کل اطلاعات هر شخص یا گروهی که از بخش خصوصی کارت بازرگانی می‌گیرد، در سازمان اطلاعات کشور پیاده شود و این شفافیت در سیستم کمک

■ جنابعالی اساساً اهمیت و نقش کلی ارگان‌هایی چون اتاق بازرگانی و نسبت آن را با نمایندگان بخش خصوصی، در کشورهای مختلف و در ایران چگونه ارزیابی می‌کنید، و چه پتانسیل‌هایی را با توجه به اختیارات و محدودیت‌های موجود، پیش روی آن می‌بینید؟

به نظر من اتاق بازرگانی در واقع نمایندگی تشکلهای بخش خصوصی یا به عبارتی پارلمان بخش خصوصی محسوب می‌شود در نتیجه با توجه به اینکه سیستم اقتصادی ما یک سیستم اقتصادی مختلط است، این اتاق می‌تواند، در صورت راهبری مناسب تشکلهای صنفی و نمایندگی متوازن بخش‌های مختلف اقتصادی، از جمله کشاورزی، صنعت و معدن در راهبری اقتصاد ما بر اساس سیاست‌های کلان اقتصادی و چشم انداز کشور، نقش بسزایی داشته باشد.

به عنوان مثال در کشور همسایه ما ترکیه، در سفرهای خارجی، قریب به ۲۰۰ تن از صاحبان صنایع رئیس جمهور را همراهی می‌کنند. به واقع پیداست که اینان در چارچوب سیاست‌های کشور سعی در گسترش مرادوات اقتصادی بخش‌های مختلف، از جمله صادرات و واردات، دارند و این امر را در چارچوب منافع ملی کشورشان انجام می‌دهند.

■ جنابعالی آسیب‌ها و راهکارهای پیش روی اتاق بازرگانی ایران را در مسیر نمایندگی بخش خصوصی، در چه مواردی می‌دانید و چه نقاط قوت و ضعفی را در عملکرد گذشته این اتاق تاکنون مشاهده کرده‌اید؟

در ایران اتفاقی که مثل سم برای اتاق بازرگانی خطرناک است، آنست که کسانی از تشکلهایی مانند اتاق بازرگانی به عنوان جایگاهی برای رانت استفاده کنند و افرادی وارد آنجا شوند که باعث انحصاری در فعالیت‌های اقتصادی آن شوند.

بنابراین با توجه به آنکه بر اساس مبانی تئوری‌های اقتصادی، اتاق‌های بازرگانی می‌توانند نقش به‌سزایی در پیشرفت و تحولات جامعه داشته باشند، دو کارکرد مهم را برای این



انتقال تکنولوژی شوند. یکی از دلایلی که بنده طرفدار حضور گسترده بخش خصوصی هستم همین امر است. نمونه های موفق این عملکرد، کشورهایی چون ترکیه، مالزی و کره جنوبی هستند که در سال های اخیر در امر انتقال تکنولوژی موفقیت های بسیاری کسب کرده اند.

■ آیا عملکرد اتاق بازرگانی ایران هم تاکنون در این خصوص موفقیت آمیز بوده است؟

خیر، به جهت آنکه در ایران همان طور که عرض کردم، به علت آنکه مسئله را هنوز رانتي می بینیم، موفقیت لازم را در این خصوص به دست نیاورده ایم. کارت های بازرگانی بی پشتوانه صادر می شوند و عموماً این مجوزها را یا آنچنان تنگ نظرانه می دهیم، که انحصاری شود و یا این طور دریافت آن را برای هر کس آزاد می گذاریم، در حالی که باید سیستمی طراحی شود و چارچوبه ای برای آن وجود داشته باشد. من اعتقاد دارم اگر بخش خصوصی ما از تجارب کشور های توسعه یافته و یا تجربه کشورهای مثل کره جنوبی که روزگاری از ما عقب تر بود، اما الان درآمد سرانه آن دو برابر ما است، استفاده کنیم، موفق تر خواهد بود.

■ الان ترکیب اتاق بازرگانی به نظر شما پوشش دهی مناسبی در حوزه های مختلف صنعت، کشاورزی، معدن و بازرگانی دارد؟

در اتاق بازرگانی هم مانند دولت، مقاماتی داریم که براساس لیاقت و پشتوانه عملی به قدرت نرسیده اند و با حمایت گروههایی خاص بر سر کار آمده اند. به همین سبب چیدمان فعلی اتاق بازرگانی چندان کارآمد نبوده است.

■ به نظر شما نقش کمرنگ تر صنایع، معادن و کشاورزی نسبت به بخش بازرگانی، نیز از دلایل ناکارآمدی این چیدمان بوده است؟

به نظر من هیچ اشکالی ندارد. مثلاً وقتی از کشاورزی صحبت می کنیم، بخش بازرگانی را هم در کنار آن در نظر بگیریم. به هر حال در بخش کشاورزی هم باید بازرگانی صورت گیرد. به همین دلیل به نظر نمی رسد که غالب بودن بخش بازرگانی در این ناکارآمدی تاثیر چندانی داشته باشد. ■

می کند که کسی یک شبه از طریق رانت، تیلیارد نشود. در سال های اوایل انقلاب اکثر اعضای اتاق بازرگانی، افرادی کارآفرین بودند. اما متأسفانه بخشی از بورژوازی سنتی بازار در انقلاب ۵۷ بخش عمده ای از بورژوازی ملی را تضعیف کرد، برای مثال در آن سال ها در صنعت مس رضایی ها در کشور خیلی خوب کار می کردند، در صنایع لوازم خانگی آقای بر خوردار، در گروه صنعتی بهشهر و در کفش ملی، عبدالرحیم ایروانی، جزو سرمایه گذاران کارآفرین کشور بودند. اما متأسفانه بعد از انقلاب ۵۷، سرمایه گذاری سنتی بازاری که تنها به فکر واردات بود، عرصه را به سرمایه داری تولیدی تنگ تر کردند و آنها را زمین زدند. زمانی که کره ایها هنوز تولیداتشان از ما خیلی پایین تر بود، شرکت های بزرگی زیر نظر این افراد بودند، برای مثال تولید پنکه پارس، برای کسب تکنولوژی توشیبا ژاپن وارد مذاکره شده بود. ولی همه این ها را مصادره کردیم، به جرم اینکه سرمایه داری خارجی را مثلاً آقای بر خوردار وارد ایران کرده بود. در مقابل اتاق بازرگانی متأسفانه در آن شرایط از سرمایه گذاری تولیدی ایران حمایت نکرد، به نظر من ما باید از این تجربه ها درس بگیریم و با جلوگیری از فرارهای مالیاتی، از ورود افرادی بی تخصص در فعالیت های اقتصادی جلوگیری کند.

■ در مواردی انضمامی تر همچون بهبود فضای کسب و کار عملکرد اتاق بازرگانی را چگونه ارزیابی می کنید؟

ایران از نظر فضای کسب و کار در رتبه ۱۳۶ است. البته در سال های گذشته (تا سال ۹۲) ۱۵۴ بوده و اخیراً خوشبختانه پیشرفت داشته ایم، که بخشی از این پیشرفت، به طرز تفکر دولت و سیاست گذاری دولت در خصوص اقتصاد و بخش دیگر آن به عملکرد تجار زحمت کش بر می گردد.

اگر این بازرگانان، صاحبان صنایع یا کارخانه داران، شفافیت و رقابت را نصب العین خود قرار دهند و با تکیه بر تشکلهای خود جلوی زیاده خواهی های دولتی را بگیرند، می تواند نقش بسزایی در توسعه و پیشرفت اقتصاد کشور داشته باشد.

■ جناب دکتر، در مورد ارتباط با جهان خارج هم اشاره ای داشتید، لطفاً موارد و مصادیق ورود اتاق بازرگانی در این قسم مراودات را روشن تر بفرمایید؟

اعضای اتاق بازرگانی، اگر با جهان خارج ارتباط داشته باشند، به سهولت می تواند باعث



## صندلی‌های اتاق هشتم در انتظار کیست؟

هشتمین دوره انتخابات سراسری اتاق‌های بازرگانی کشور در راه است. فارغ از لیست‌ها و گروه‌های متعدد و متفاوتی که برای حضور در این رقابت انتخاباتی اعلام حضور کرده اند، استقبال کم نظیر فعالان بخش خصوصی برای حضور در این انتخابات می تواند مبین این واقعیت باشد که اتاق بازرگانی در سال‌های اخیر توانسته بیش از پیش اثرگذار باشد. اما این همه ماجرا نیست باید دید آنها که آستین‌ها را بالا زده اند، حقیقتاً با چه هدف و نیتی پای به وسط میدان گذاشته اند.

بی شک اقتصاد و صنعت کشور ما نیاز به انتخاب افرادی شایسته، مدیر، لایق و متعهد دارد... فعالان بخش خصوصی نیز در حوزه صنعت برق کشور، بار دیگر برای حضور در رقابتی سراسری به پا خواسته اند و از دلایل حضور خود در انتخابات و برنامه‌های آینده این اتاق می گویند. لازم به ذکر است دعوتنامه معرفی کاندیداها شامل: رزومه و برنامه‌ها و اهداف برای همه نامزدهای عضو سندیکا که ثبت نام خود را به سندیکا اعلام کرده اند، ارسال شده است، لذا اسامی مندرج در این ویژه‌نامه مربوط به کاندیداهایی است که پاسخ‌های خود را به واحد روابط عمومی سندیکا ارسال کرده‌اند.

لیست اسامی نامزدهای اختصاصی سندیکای صنعت برق ایران برای انتخابات هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی به شرح زیر است که تا حد ممکن سعی شده، از هر فردی به مشخصات و سوابق کاری او اشاره شود.



## علیرضا کلاهی

نامزد انتخابات اتاق تهران



متولد: ۱۳۵۲

رزومه و سوابق شغلی:

رییس هیات مدیره شرکت سیم و کابل ابهر  
شرکت سیم و کابل ابهر بزرگترین تولید کننده سیم و کابل در ایران و اولین تولید کننده کابل ۲۳۰ کیلوولت در خاورمیانه می باشد.

مدیر اجرایی هلدینگ نورین

هلدینگ نورین، هلدینگ مادر شرکت های "سیم و کابل ابهر"، "شهرک صنعتی نورین"، "گرانول قزوین"، "آمیزه های پلیمری ابهر"، "کیمیا پلیمر نور"، "ماشین سازی نورین"، "کابل افزار نورین" و "نیروگاه شهرک صنعتی نورین" است.

عضو هیات مدیره شرکت نوآوران فن آوازه

شرکت نوآوران فناوازه با برند دیجی کالا DigiKala با بیش از ۱.۲ میلیون کاربر بزرگترین فروشگاه اینترنتی کشور بوده و درگاه این شرکت پربازدیدکننده ترین سایت تجاری فارسی زبان در جهان می باشد.

رییس هیات مدیره سندیکای صنعت برق ایران - آبان ۱۳۹۳

سندیکای صنعت برق ایران با ۵۰۰ عضو بزرگترین تشکل صنعتی کشور بوده و حضوری فعال در فعل و انفعالات اقتصادی کشور و نقشی کلیدی در دفاع از منافع بخش خصوصی کشور داشته است.

نایب رییس هیات مدیره سندیکای صنعت برق ایران ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳

علاوه بر حضور در هیات رییس و مشارکت فعال در امورات روزمره، اینجانب مسئولیت کمیته های "سیم و کابل" و "ساخت داخل" را عهده دار بوده و در هیات رییس کمیته توسعه صادرات نیز مشارکت فعال داشته ام. ضمناً اینجانب به عنوان نماینده سندیکا در "کارگروه تنظیم بازار" وزارت صنایع، علاوه بر حضور فعال در جلسات و کمیته های گوناگون، مکاتبات گسترده ای نیز با مجلس و دستگاه های دولتی با هدف مهار انحصارات دولتی در زمینه فلزات پایه و سایر مواد اولیه و اخذ شرایط عادلانه فروش به صنایع و پیمانکاران داخلی داشته ام.

عضو علی البدل هیات مدیره سندیکای صنعت برق ایران ۱۳۸۶-۱۳۸۹

رییس کمیته توسعه صادرات- در این دوره کمیته توسعه صادرات با فعالیت گسترده موفق به معرفی توان صنعت برق ایران به بازارهای بالقوه شد. فعالیت های این کمیته نقش تعیین کننده ای در انتخاب سندیکای صنعت برق ایران در سه دوره متوالی به عنوان "تشکل نمونه صادراتی" داشته است.

منشی هیات مدیره فدراسیون صادرات انرژی

فدراسیون صادرات انرژی و صنایع وابسته با عضویت تشکل های کلیدی مانند سندیکای صنعت برق، سندیکای شرکت های ساختمانی، انجمن خدمات فنی و مهندسی، انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت، انجمن مهندسین مشاور، انجمن پیمانکاران خطوط انتقالی شماری دیگر از تشکل ها به همراه تعدادی از شرکت های بزرگ صادراتی کشور با هدف توسعه صادرات کالا و خدمات تخصصی و با ارزش افزوده بالا تاسیس شده و در مدت کوتاه فعالیت خود حضور فعال و قابل توجهی در محافل مرتبط داشته است.

## عوض محمد پارسا

نامزد انتخابات اتاق تهران

متولد: ۱۳۲۶ سنکسر - سمنان / کارشناسی مهندسی برق (الکترونیک) از دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران)



### رزومه و سوابق شغلی:

- مؤسس و رئیس هیات مدیره شرکت تهران پادنا - مؤسس و رئیس هیات مدیره شرکت پارس تابلو از سال ۱۳۶۴ و در مقاطعی مدیرعامل
- مؤسس، رئیس و نایب رئیس هیات مدیره شرکت آزمایشگاه‌های صنایع برق ایران در سنوات مختلف
- مؤسس و عضو هیات مدیره شرکت‌های بهشت دماوند و به گزین دام سنگسر، فعالیت در زمینه کشاورزی و دامپروزی
- مؤسس، عضو هیات مدیره و شرکت صانیر (معتبرترین برند صادراتی در صنعت برق ایران)
- مؤسس و عضو هیات مدیره شرکت‌های ریزکو، کاندویت، جابون، ژیتال، پالایش نیرو، آریان، شرکت صنعتی مهرآباد و فولمن، از سال ۱۳۶۵ (در حال حاضر در این شرکت‌ها سمت و سهمی ندارند)
- رئیس و نایب رئیس هیئت مدیره دوره‌های مختلف شرکت سینا فرایند نیرو و که این شرکت هولدینگ و بزرگترین سهامدار بخش خصوصی در شرکت ایران ترانسفو می باشد.
- مؤسس و عضو هیات مدیره شرکت مینا بهینه سازان نیرو در دوره‌های مختلف

### تجارب و فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی:

- رئیس هیات مدیره فدراسیون صادرات انرژی و صنایع وابسته ایران
- رئیس کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی و معادن و کشاورزی تهران تا سال ۱۳۹۲
- عضو شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی به نمایندگی از بخش انرژی تا سال ۱۳۹۲
- رئیس هیات مدیره سندیکای صنعت برق ایران تا سال ۱۳۸۹
- عضو هیات مدیره انجمن مهندسی برق و الکترونیک تهران در یک دوره و مسئول کمیته مطالعات پست ها در انجمن در انجمن مهندسی برق و الکترونیک ایران در دو دوره
- عضو هیات امنا و هیات اجرایی جامعه فارغ التحصیلان دانشگاه امیرکبیر تا سال ۱۳۸۵
- عضو انجمن مدیریت کیفیت ایران

### برخی از موفقیت‌ها:

- اولین صادر کننده تابلوهای برق در ایران
- دریافت لوح تقدیر بعنوان صنعتگر نمونه در سال ۸۱ از دست ریاست محترم جمهور در شرکت پارس تابلو
- دریافت لوح تقدیر به عنوان واحد نمونه صنعتی در سال ۸۳ در شرکت پارس تابلو
- دریافت چهار دوره به عنوان صادر کننده نمونه در صادرات خدمات فنی - مهندسی در شرکت صانیر
- دریافت لوح بالاترین ارزش افزوده در صادرات در صانیر
- اولین تولیدکننده برخی تجهیزات برق صنعتی در ایران، شامل: تابلو های کشویی فشار متوسط، طراحی و اجرای پست‌های فشار قوی، تابلوهای فشار متوسط کمپکت، کلیدهای فشار ضعیف اتوماتیک، سیستم های باسبار ترانزیکینگ و ...

## عدالت اجتماعی نتیجه رشد اقتصادی

افزایش یافت، واردات سال به سال مقرون به صرفه تر می شد و نتیجتاً تولیدکنندگان خارجی با استفاده از نرخ ارز یارانه ای و گرفتن رانت از دولت جمهوری اسلامی ایران سهم بازار بیشتری نسبت به تولیدکنندگان داخلی گرفتند بنحوی که هم اکنون حدود ۳۰٪ بنگاه‌ها تعطیل شده‌اند و بقیه هم با ظرفیت حدود ۱۰ تا ۳۰ درصد تولیدی شان کار می کنند. از سوی دیگر وقتی تحریم‌ها شدت گرفت، نرخ ارز با جهش ناگهانی قیمت‌ها از حدود ۱۰۰۰ تومان به بالای ۳۵۰۰ تومان رسید که دولت هم ناچاراً ارزش مبادلاتی را از ۱۲۰۰ تومان به حدود سالی ۲۴۰۰ تومان رسانید و دوباره باز همان سناریوی سابق تکرار شد و همچنان ضربه سنگینی به تولید داخل و تولیدکنندگان داخلی وارد آمد. در تمام این مدت اتاقها و نمایندگان بخش خصوصی در اتاقها در مقابل این برخورد احتمالاً نادرست دولتها موضع گیری موثر و مناسبی نداشتند. اگر دولت نرخ رشد نقدینگی اش کمتر از نرخ تورم نباشد و نرخ بهره نزدیک به نرخ تورم نباشد و نتواند در مهار و کنترل تورم موفق عمل نماید

از تجربیات بین المللی و ... می باشد. همچنین ایفای نقش و ارتقاء جایگاه اتاق و افزایش اثرگذاری آن در سطح کشوری، نیازمند جامع نگرایی نمایندگان منتخب و ترجیح منافع جمعی بر منافع زودگذر شخصی و گروهی است، بدین معنی که نمایندگان منتخب نخواهند از جایگاه و تریبون اتاق، پل‌های ارتباطی را شناسایی کنند که فقط بتواند مشکلات بنگاه‌های خودشان را و یا حداکثر بنگاه‌های نزدیکانشان را حل کنند و یا همانطور که در گذشته مشاهده شد نمایندگان اتاق‌ها عمدتاً مسائل و مشکلات کوتاه مدت پیش روی فضای کسب و کار را مطرح و برخی را برطرف کردند. ولی با رصد روند و اوضاع کسب و کار در ده ساله اخیر (از سال ۸۳ تا ۹۳) مشاهده می کنیم سالیانه قدرت رقابت بنگاه‌های تولیدی در بخش صنعت، خدمات و کشاورزی سالیانه بین ۱۰٪ تا ۲۰٪ نسبت به رقبای خارجی کاهش یافته است که از عوامل اصلی آن تورم دو رقمی بود و چون نرخ ارز برخلاف احکام برنامه چهارم و پنجم معادل تورم داخلی منهای تورم خارجی افزایش نیافت و فقط سالی ۳٪

■ از دیدگاه شما تاثیر گذاری فعالیت‌های اتاق بازرگانی در بهبود فضای کسب و کار چگونه است؟ اساس تشکیل اتاق بازرگانی بر تاثیرگذاری بر حرکت عمومی اقتصاد کشور در جهت ایجاد اقتصادی پویا، سالم و بدون رانت، تولید ثروت ملی بیشتر، توانمند سازی و تولید شغل مفید و نتیجتاً رشد مطلوب اقتصاد کشور با محوریت بخش خصوصی است. ترکیب و نحوه انتخاب اعضا اتاق و ساز و کار و چارچوب در نظر گرفته شده در اساسنامه آن برای فعالیت‌ها و حوزه اقدامات اتاق، آن را به پارلمان بخش خصوصی در حوزه اقتصاد تبدیل نموده است. اما تاثیر گذاری جهت بهبود فضای کسب و کار از این طریق نیازمند قابلیت‌ها و پیش شرط‌هایی است از قبیل، آشنایی با مشکلات اصلی و عمومی کارآفرینان و فعالان اقتصادی، آگاهی از مشکلات، محدودیتها و به طور کلی اوضاع کشور از اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و سیاسی، آشنایی با قوانین و گردش کار و تصمیم گیری در گستره کلان کشور، آشنایی با فضای کار و تجارت بین المللی و شناخت از بازارها، فرصت‌ها و بهره مندی

و یا اینکه با تکیه به درآمدهای نفتی (که سرمایه است و علیرغم شعار حداقل در بیست سال اخیر مبنی بر کاهش وابستگی بودجه دولت به نفت، این وابستگی خصوصاً در دولت‌های نهم و دهم افزایش یافت) با تکیه بر واردات بیش از اندازه کالا، به اداره کشور و مهار موقتی قیمت‌ها بپردازد، مشکلات از این مقدار و شدتی که هست بدتر و عمیق‌تر خواهد شد. نهایتاً عدم مراقبت در اقتصاد کلان و عدم اعتقاد به علم اقتصاد و استفاده از تجربیات مثبت کشورهای دیگر بلاپی بر سر اقتصاد کشورمان آورده که تا مدتها در سه چهار دوره بعد دولت‌های یازدهم و دوازدهم و سیزدهم و چهاردهم باید درگیر عواقب ناشی از رکود تورمی فعلی و همچنین بدهکاری بسیار بزرگی که دولت دهم برای دولتهای بعدی به ارث گذاشت دست به گریبان باشد و بنگاه‌ها هم باید سال‌ها تلاش کنند تا راندمان‌شان را بهبود بخشیده و اوضاع را به حالت نرمال برگردانند.

از نظر اینجانب نمایندگان اتاق مکلفند که در مورد اقتصاد کلان به دولت نقد داشته باشند و مشورت‌های علمی به کمک اقتصاددان‌ها به نظام بدهند تا رشد اقتصادی تحقق یابد و در محیط کسب و کار احساس امنیت شود، شغل جدید ایجاد شود و این امر تا اقتصاد رقابتی شکل نگیرد و فرهنگ کار آفرینی تبدیل به ارزش نشود و خصوصی سازی واقعی، انحصارات دولتی و شبه دولتی را از بین نبرد بر سر کشورمان همان برود که در این ۵۰ سال اخیر رفته است. نمایندگان بخش خصوصی که توسعه‌گرا هستند و کار آفرین واقعی در بخش خصوصی هستند باید به دنبال رانت زدایی از فضای عمومی کسب و کار باشند و باید کمک کنند تا فرهنگ اقتصاد رقابتی شکل گیرد. در این صورت بهره‌وری بالا می‌رود و رشد اقتصادی محقق می‌شود، تورم کنترل می‌شود و بیکاری یک رقمی می‌شود. درآمدهای دولت نیز از محل افزایش درآمد بخش خصوصی که ۲۵٪ سودش را باید مالیات بدهد افزایش می‌یابد و دولت می‌تواند به مسائل تأمین اجتماعی و انواع و اقسام بیمه‌ها در بخش سلامت و در بخش‌های دیگر امنیت روانی جامعه را فراهم سازد و پوشش بهتری به اقشار کم‌درآمد تر بدهد.

#### ■ هدف شما از کاندیداتوری در انتخابات اتاق ایران چیست؟

از نظر من که تقریباً یک دوره در اتاق بازرگانی تهران و ایران بوده‌ام، قبل از اینکه کاندیداتوری خودم مدنظرم باشد، به کمک حدود ۱۰۰ نفر از کارآفرینان، موسس

کانون کارآفرینان توسعه‌گرا" بودیم و بطور مرتب اعضاء بیشتری جذب کانون فوق‌الذکر نمودیم تا در این کانون با خرد جمعی و با مشورت با اقتصاددانان خبره داخل کشور سعی کنیم مشورت‌های لازم را به مراکز فکر و اندیشه، مجمع تشخیص مصلحت نظام، مجلس دولت و قوه قضائیه بدهیم. البته این مشورت و تجزیه و تحلیل‌ها را به منتخبین همفکر و هم‌جهت مان چه از کانون کارآفرینان توسعه‌گرا و چه گروه‌هایی که اعتقاد به رشد اقتصادی قابل توجه دارند و می‌دانند و معتقدند که این توسعه فقط و فقط از طریق مشارکت همه مردم و کارآفرینان بخش خصوصی خالص شکل بگیرد ارائه نموده و خواهیم نمود. چنین رشدی در یک اقتصاد رقابتی شکل می‌گیرد. از نظر اینجانب باید با فساد و رانتها مبارزه کرد. باید با تخریب محیط زیست بخاطر خودمان، فرزندانمان، نوه‌هایمان و نسل‌های آینده مبارزه کرد. باید معتقد بود که توسعه اقتصادی از طریق توسعه فرهنگی شکل می‌گیرد و با توسعه فرهنگی است که مبارزه مان با افکار خودمان که عمدتاً طرفدار "من" و "رشد من‌ها" می‌باشد مبارزه کنیم و تشخیص بدهیم رشدمان منوط به کارهای هر چه جمعی‌تر و تجمیع‌توان‌ها و ایجاد سینرژی بین افراد مختلف بنگاه‌های متفاوت، ارزش گذاشتن به تشکلهای صنعتی و صنفی و خدماتی می‌باشد که این با رشد فرهنگی، رشد اجتماعی و رشد سیاسی هم همراه خواهد بود و در این زنجیره است که با این همه سرمایه‌های نیروهای انسانی تحصیل کرده و منابع زیرزمینی که داریم می‌توانیم بالاترین رشد اقتصادی را داشته باشیم. سطح رفاه جامعه در اینصورت بالا می‌رود و حقوق کارگران و کارمندان بالای خط فقر خواهد بود و هر فردی در هر جا شاغل است متناسب با بهره‌وری خودش دریافتی خواهد داشت. رشد درآمدهای دولت از محل مالیات محقق می‌شود. بنحوی که از اتکاء به درآمد نفتی خارج می‌شود. در این صورت در یک اقتصاد رقابتی بهره‌وری ملی بالا می‌رود و درصد مهمی از این رشد از محل رشد بهره‌وری شکل خواهد گرفت، تورم کاهش می‌یابد، قیمت ارز در عرضه و تقاضای بازار واقعی می‌شود و با بزرگ شدن حجم اقتصاد و رشد صادرات غیرنفتی با ارزش افزوده بالا توان و قدرت پول ملی هم بالا می‌رود. چنین برنامه‌هایی را در واقع کانون کارآفرینان توسعه‌گرا باید تدوین کند و بکمک تشکلهای و نمایندگانمان در اتاق‌ها باید مستقیم و غیرمستقیم به ارگان‌ها و نهادهای مختلف حکومتی ارائه دهیم و در واقع "مرکز تولید فکر برای فعالین بخش خصوصی" باشیم. در این صورت فرقی نمی‌کند که من عضو هیئت نمایندگان اتاق باشم یا همکاران و همفکران

دیگر من. چون هدف ما پیگیری روش‌های تشکلهای و اتاق بصورتی که در ۵۰ سال اخیر فعال بوده‌ایم، نیست. چون در این پنجاه ساله از نظر اقتصادی علیرغم داشتن درآمدهای بعضاً خیلی زیاد نفتی، از خیلی از کشورهای بدون ثروت‌های زیرزمینی عقب‌تر هستیم، پس باید به‌گونه‌ای دیگر فکر کنیم و بگونه‌ای دیگر رفتار کنیم تا شاید مسیر و برنامه‌ها در جهت پایداری و رشد اقتصادی خارج از شعار بصورت واقعی محقق شود و ما بتوانیم در جایگاه ۲۰ اقتصاد برتر دنیا باشیم و اینگونه نباشد که منابع آبی خودمان را با استفاده غیربینه از آب نابود کنیم که محیط زیستمان از کشورهای خشک آفریقایی هم بدتر شود.

#### ■ برنامه‌های اصلی و پیشنهادی شما در صورت برگزیده شدن در این انتخابات چه خواهد بود؟

همانطوریکه در جواب سوال‌های اول و دوم توضیح دادم برنامه‌های من بیشتر متمرکز است بر کارایی و اتاق‌ها و ارتباط بیشتر با نهادهای علمی و اقتصادی و اتاق‌های فکر می‌باشد که اشتباهات ۵۰ سال اخیر تکرار نشود و نکات منفی آنرا که شامل اقتصاد نفتی و رانتی است با برنامه‌ریزی در جهت توسعه فرهنگی و اجتماعی و سیاسی و نهایتاً رشد اقتصادی در محیط‌های کسب و کار و در یک اقتصاد شدیداً رقابتی شفاف و سالم و غیررانتی و مبارزه در چه بیشتر با فساد محقق شود، در این جهت به سیاست‌گذاران مشورت می‌دهیم. مشورت‌هایمان باید بانگرس توسعه اقتصادی در سطح اقتصاد کلان برای رشد بیشتر و جامع در همه زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بدون تخریب محیط زیست برای توسعه پایدار باشد و از طرف دیگر در یک اقتصاد رقابتی و پویا از هدر رفتن و یا مصرف بیش از حد حامل‌های انرژی باید جلوگیری کنیم. در یک برنامه سه تا هفت ساله بدون وارد نمودن شوک باید قیمت‌های حامل‌های انرژی واقعی گردد و ساز و کار (رگولاتوری)های مشخص شکل بگیرد تا بتوانیم در همه جنبه‌ها از جمله در صنعت آب، برق، نفت، گاز و پتروشیمی، حمل و نقل، معادن و کشاورزی رشد متوازن داشته باشیم. نهایتاً ما چون در حوزه صنعت برق فعال هستیم اگر اقتصاد انرژی شکل بگیرد و قیمت‌های برق واقعی شود در رشد اقتصادی وضعیت اعضاء سندیکای برق هم متحول خواهد شد و در مسیر رشد قرار می‌گیرند.

نتیجه رشد اقتصادی، عدالت اجتماعی است و گر نه در رشد اقتصادی پایین، جز توزیع فقر چیزی عاید مردم نمی‌شود.



## حمیدرضا صالحی

نامزد انتخابات اتاق تهران

متولد: ۱۳۴۷/اهواز مهندسی برق (قدرت) از دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران)  
رزومه و سوابق شغلی:  
مسئولیت‌ها:

- دبیرکل و عضو هیأت مدیره فدراسیون صادرات انرژی و صنایع وابسته - عضو هیأت نمایندگان و نایب رئیس کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی و صنایع معادن تهران  
رئیس کمیسیون فناوری اطلاعات و دانش بنیان اتاق بازرگانی و صنایع معادن ایران  
رئیس کمیته انرژی‌های نو سندیکا و عضو شورای راهبری و ساماندهی تشکلهای اتاق ایران  
نایب رئیس مجمع تشکلهای دانش بنیان اتاق ایران  
مدیرعامل شرکت آزمایشگاه‌های صنایع انرژی (EPIL)  
عضو هیأت امناه جامعه فارغ التحصیلان دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران)  
عضو هیأت مدیره انجمن برق و الکترونیک استان تهران  
عضو هیأت مدیره شرکت صنایع  
عضو هیأت مدیره و نایب رئیس شرکت ساپتا

### سوابق:

عضو هیأت مدیره سندیکای صنعت برق ایران  
صاحب امتیاز و مدیر مسئول هفته نامه دو زیانه شورا  
مدیر عامل شرکت سرمایه گذاری مشانیر  
نایب رئیس هیأت مدیره شرکت صباکار  
دبیر جشنواره و نمایشگاه دستاوردهای فارغ التحصیلان دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک ۲۰۰۲ و ۲۰۰۴)

مسئول اجرایی جامعه فارغ التحصیلان دانشگاه صنعتی امیرکبیر  
مدیر پروژه پست های فشارقوی خوزستان در شرکت مشانیر  
عضو هیأت مدیره شرکت مقره سازی ایران



## ناصر شایان

نامزد انتخابات اتاق البرز

متولد: ۱۳۲۵

کارشناسی برق (الکترونیک) دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک)

### رزومه و سوابق شغلی:

سال ۵۱ تا ۵۴: کارشناس برق در شرکت مخابرات  
سال ۵۴ تا ۶۰: مدیرعامل شرکت تکنوتاندر  
سال ۶۰ تا ۸۰: قائم مقام مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت ایران سیبک  
سال ۸۱ تاکنون: مدیرعامل شرکت آریا ساتراپ  
سال ۸۱ تاکنون: رئیس هیئت مدیره شرکت آران انرژی  
عضو و دبیر هسته خودکفایی / دو دوره عضو هیئت مدیره انجمن صنفی تولیدکنندگان تابلوهای برق / سه دوره عضو هیئت مدیره سندیکای صنعت برق ایران  
عضو و نایب رییس کمیسیون تشکلهای اتاق بازرگانی / دو دوره عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی البرز  
مسئول کمیته تدوین اساسنامه های انجمن های ملی، فدراسیون ها و کنفدراسیون ها در اتاق ایران

## اتاق بازرگانی، تشکل تشکل‌ها

■ برنامه‌های اصلی و پیشنهادی شما در صورت برگزیده شدن در این انتخابات چه خواهد بود؟  
اهدافی که ما تاکنون در اتاق بازرگانی و همچنین سندیکای صنعت برق ایران پیگیری می کردیم، به طور حتم از طریق اتاق بازرگانی، با سرعت و جدیت بیشتری به نتیجه خواهد رسید.  
همچنین با برنامه ریزی در جهت سامان دادن تشکل‌ها و تقویت آن از طریق آموزش و انسجام می توانیم اتاق‌های قوی تری داشته باشیم و ضمن دفاع از حقوق و منافع بخش خصوصی به عنوان مشاور سه قوه فعالیت نماییم. ■

■ هدف شما از کاندیداتوری در انتخابات اتاق ایران چیست؟  
همانطور که می دانید اتاق بازرگانی در واقع، تشکل تشکل‌ها است و از طریق این اتاق، می توانیم اهداف صنفی تشکل سندیکا یعنی موضوعات و مسائل مطرح در صنعت برق و سایر صنایع را با انسجام بیشتری پیگیری کنیم، بنابراین بهتر است، کرسی‌های تشکل‌های صنعت برق و سایر تشکل‌ها در اتاق را افزایش دهیم تا بتوانیم کلیه مسائل صنعت را پیگیری و از حق و حقوق اعضای انجمن‌ها به نحو مطلوبتری دفاع کنیم.

■ از دیدگاه شما تاثیر گذاری فعالیت‌های اتاق بازرگانی در بهبود فضای کسب و کار چگونه است؟  
به نظر من فعالیت‌های اتاق بازرگانی نه تنها زمینه افزایش نقش بخش خصوصی در فرایند سیاستگذاری اقتصادی را فراهم می کند، بلکه می تواند به خوبی امکان توسعه روابط بین المللی بخش خصوصی کشور را نیز به وجود بیاورد.  
افزایش ظرفیت‌های تشکلی بخش خصوصی و بهبود شاخص‌های شفافیت و مبارزه با فساد اقتصادی و اداری با توجه به جایگاه قانونی اتاق نیز از دیگر شاخصه‌های فعالیت‌های یک اتاق بازرگانی پویا و مطلوب است.



سید محمد هاشمی

نامزد انتخابات اتاق تهران

متولد: ۱۳۴۴ سمنان

کارشناسی ارشد برق مخابرات دانشگاه صنعتی شریف

رزومه و سوابق شغلی:

مدیر عامل شرکت مهندسی سازگان ارتباط / مدت فعالیت: ۲۳ سال از سال ۱۳۷۰ / حوزه فعالیت شرکت: طراحی و ساخت تجهیزات مخابراتی و اتوماسیون

نوع شرکت: تحقیقاتی تولیدی دانش بنیان

مجوزهای شرکت: گواهی فعالیت صنعتی، پروانه تحقیق، گواهی تحقیق و توسعه، تأییدیه دانش بنیان از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

عضویت در تشکلهای:

۱. سندیکای صنعت مخابرات

۲. سندیکای صنعت برق

۳. انجمن تخصصی صنایع و معادن ایران

۴. مجمع شرکتهای فناور

۵. عضو پارک فناوری پردیس

افتخارات:

- رتبه سوم جشنواره هشتم خوارزمی

- رتبه سوم تحقیقات کاربردی در یازدهمین جشنواره خوارزمی

- رتبه اول پژوهش‌های کاربردی در بیست و دومین جشنواره خوارزمی

- محصول برگزیده تحقیق و توسعه در سال ۱۳۸۳ توسط وزارت صنایع

- کسب مقام نواور برتر سال ۸۹ در جشنواره خلاقیت و نوآوری

- طرح برگزیده کشوری در دومین جشنواره علم تا عمل

- کسب عنوان شرکت فناور برتر در پارک فناوری پردیس

- طراحی و تولید بیش از ۱۰۰ نوع محصول فناورانه مخابراتی و اتوماسیون برای اولین بار در کشور

## ضرورت بهره‌گیری از تفکر دانش بنیان در اتاق

برگزیده شدن در این انتخابات چه خواهد بود؟ از مهمترین مشکلات اتاق بازرگانی طی دوره‌های گذشته، همسو نبودن سیاست‌های آن با مسیر حل سریع مشکلات کسب و کار ناشی از بحرانهای مختلف مانند: افزایش ناگهانی قیمت ارز، تشدید تحریم‌ها و تغییر سیاست‌های اقتصادی دولت‌ها و همچنین کم توجهی به اقتصاد صنعتی خصوصاً صنعت دانش بنیان بوده است. لذا چابک سازی و عملیاتی نمودن فعالیتهای اتاق برای ایجاد آمادگی در مواجهه با تحولات سریع اقتصادی و صنعتی و بحرانهایی که فضای کسب و کار را دچار چالش می نماید از مهمترین برنامه‌های اینجانب در ائتلاف روزگار نو متشکل از جمعی از فارغ التحصیلان ممتاز و کارآفرین دانشگاه‌ها خصوصاً دانشگاه صنعتی شریف می‌باشد. ■

برهیچ کسی پوشیده نیست و این امر همواره مورد تأیید و تأکید نخبگان این حوزه بوده است. در این راستا حضور کسانی که سالها یک بنگاه اقتصادی دانش بنیان را اداره کرده و علیرغم مشکلات فراوان در این مسیر موفق به ادامه راه و ایجاد ثروت و کارآفرینی برای جامعه خود شده اند، در یک نهاد تاثیرگذار مانند اتاق بازرگانی امری ضروری است. لذا مدیر یک شرکت دانش بنیان پیشرو در حوزه برق و الکترونیک که بیش از ۲۳ سال فعالیت مستمر در این زمینه داشته و به لطف الهی موفقیت‌های فراوانی را کسب نموده است می تواند با حضور خود در اتاق بازرگانی در مسیر تغییر ساختار کسب و کار در کشور موثر باشد.

■ برنامه‌های اصلی و پیشنهادی شما در صورت

■ از دیدگاه شما تاثیر گذاری فعالیت‌های اتاق بازرگانی در بهبود فضای کسب و کار چگونه است؟ اتاق بازرگانی، بزرگترین و تاثیرگذارترین تشکل بخش خصوصی در حوزه کسب و کار و فعالیت‌های اقتصادی و صنعتی است. حضور فعالان کسب و کار در حوزه‌های مختلف بازرگانی، صنعتی و کشاورزی در این اتاق و اشراف آنان بر چالش‌های موجود در این حوزه‌ها، امکان منحصر بفردی را برای ارایه راه حل‌های کاربردی و موثر در جهت حل مشکلات کسب و کار می‌باشد.

■ هدف شما از کاندیداتوری در انتخابات اتاق ایران چیست؟

ضرورت بهره‌گیری از تفکر دانش بنیان برای حل معضلات کنونی جامعه از جمله حوزه کسب و کار



## مهدی ناظمیان

نامزد انتخابات اتاق تهران

متولد: دامغان

کارشناسی مهندسی برق دانشگاه صنعتی شریف / کارشناسی ارشد مهندسی پزشکی دانشگاه شریف

رزومه و سوابق شغلی:

- شرکت فرازپنداران آریاموج (فرپام): سالهای ۸۷ تا ۹۳ / موسس و مدیر عامل
- گروه هم‌سان: سالهای ۸۶ تا ۸۷ / موسس و مدیر عامل
- In 2 wave systems: سال ۸۶ / مدیر بازاریابی و فروش بین الملل
- فناوری موج خاور: سالهای ۸۲ تا ۸۶ / مدیر بازاریابی و فروش
- زعیم: سالهای ۷۹ تا ۸۱ / کارشناس ارشد تحقیقات
- جهاد خودکفایی: ۷۹ / مدیر پروژه

خلاصه ای از توانمندی‌ها:

- مهارت‌ها  
رهبری گروه های مختلف / مدیریت پروژه / بازرگانی بین المللی / فناوری های مخابراتی
- مهارت های زبانی  
انگلیسی: عالی / عربی: خوب

اهم پروژه های انجام شده

- توسعه نرم افزار اسکن حسگر انگشت / توسعه سیستم های اندازه گیری سه فاز / تحقیق و پژوهش در خصوص پروتکل های مخابراتی مانند: ATM, SDH, SS7, V5
- توسعه سوییچ مخابراتی ۱۰۲۴×۱۰۲۴ با قابلیت ارسال گزارش به پلیس / طراحی پروژه شبکه SDH / اجرای پروژه شبکه SDH روستایی استان تهران
- ارائه طراحی برنامه ریزی استراتژیک جامع برای شرکت فناوج / برگزاری نمایشگاه های فناوج شامل: IBC, CABSAT 2007/2008, ITU 2006, Irantelecom 2005/2007, BCA 2007/2008
- دریافت انواع گواهینامه ها برای محصولات فناوج / شرکت در بخش وسیعی از مناقصات حوزه مخابرات / فروش و توسعه بیش از ۶ میلیارد دلار قرارداد برای شرکت فناوج
- امضای توافق نامه های مختلف با کمپانی های خارجی در حوزه مخابرات و اطلاع رسانی / فعالیت در مالزی و مدیریت حوزه بازاریابی و فروش بین الملل

دوره های آموزشی گذرانده:

- دوره های مختلف بازاریابی و فروش / فنون مذاکره / مدرک زبان تخصصی بازرگانی از موسسه Kish Air / دوره های مدیریت زیر نظر دکتر مثنایخی در زمینه توسعه شرکت
- دوره های مدیریت منابع انسانی تحت نظر دکتر علوی در فناوج

## اتاق بازرگانی نیازمند نمایندگانی آشنا با جدیدترین اصول اقتصادی و بازرگانی

قابل اعتماد، خلاقیت، ذکاوت و مدیریت برای اتخاذ بهترین راهبردها در مواضع حساس و بحرانی باشند، بسیار ضروری به نظر می رسد. امید است با حمایت اتاق بازرگانی و همراهی همکاران محترم بهترین دستاوردها تقدیم نظام اقتصادی و بازرگانی کشور شود.

■ برنامه های اصلی و پیشنهادی شما در صورت برگزیده شدن در این انتخابات چه خواهد بود؟

۱. حمایت از توسعه تجارت مبتنی بر تولید
۲. توسعه کسب و کارهای نو و حمایت از صنایع یا ارزش افزوده بالاتر
۳. حمایت از صادرات محصولات فناورانه

■ هدف شما از کاندیداتوری در انتخابات اتاق ایران چیست؟

علی القاعده اتاق بازرگانی به تنهایی و بدون همکاری فعالان اقتصادی به تمام ابعاد این مهم، دست پیدا نخواهد کرد. تجمیع توان و قابلیت های اتاق بازرگانی و فعالان اقتصادی نوید تغییرات و استقرار نظرات بخش خصوصی و تولیدی در قوانین کشور و پیگیری اجرای آن را می دهد. به نظر می رسد امروزه با توجه به شرایط حساس اقتصادی کشور، حضور فعالانی از حوزه اقتصاد و بازرگانی که دارای پشتوانه علمی معتبر و به روز، آشنا با جدیدترین اصول اقتصادی و بازرگانی، پشتوانه تجربی

■ از دیدگاه شما تاثیر گذاری فعالیت های اتاق بازرگانی در بهبود فضای کسب و کار چگونه است؟

اتاق بازرگانی به عنوان یکی از مؤثر ترین مجموعه های خصوصی و زبان حال این بخش در مواجهه با دولت، تاثیرگذار ترین اهرم حمایت از منافع این بخش خواهد بود. نظارت دقیق بر عملکرد بازار آزاد، کنترل و نظارت بر محیط کلان اقتصادی، رقابتی شدن و شفافیت فضای کسب و کار از جمله مهمترین اثرات اتاق بازرگانی در بهبود شرایط است. اتاق های بازرگانی با مرتفع کردن موانع بخش خصوصی و فراهم کردن زمینه برای رشد و بالندگی محیط اقتصادی مؤثرترین قدم را در بهبود فضای کسب و کار بر می دارند.



### محمد فارسی

نامزد انتخابات اتاق اراک

متولد: ۱۳۳۰/۵/۶ - اراک

لیسانس مهندسی صنایع از دانشگاه صنعتی امیرکبیر

رزومه و سوابق شغلی:

صنایع الکترونیک شیراز به مدت ۲ سال / معاونت تولید در شرکت آونگان (سازنده انواع برجهای انتقال نیرو) به مدت ۱۸ سال  
مدیر عامل و سپس رئیس هیئت مدیره شرکت سازه های فلزی یاسان از سال ۱۳۷۳ تاکنون

#### عضویت در مجامع و انجمن‌ها

۱. عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی طی سال های ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۵
۲. عضو هیئت رئیسه کمیته فلزی انجمن تخصصی مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن کشور از سال ۱۳۸۵
۳. رئیس هیئت مدیره سندیکا صنعت برق از سال ۹۱ تا ۹۳
۴. عضو هیئت رئیسه انجمن گالوانیزه کاران استان مرکزی از سال ۱۳۸۶ و ایران از سال ۱۳۸۷
۵. عضو انجمن پیمانکاران خطوط و پست های انتقال نیرو از سال ۱۳۹۲

#### افتخارات

۱. عضو فعال در نمایشگاه دستاوردهای نوآوری و فناوری صنعت و معدن در سال ۱۳۸۷
۲. غرفه دار برتر در هفتمین نمایشگاه بین المللی برق تهران در سالهای ۱۳۸۲، ۱۳۸۴، ۱۳۸۶ و ۱۳۸۸ و ۱۳۹۰ و ۱۳۹۳
۳. مدیر عامل واحد نمونه صنعتی استان مرکزی در سال ۱۳۸۴
۴. مدیر عامل واحد نمونه صنعتی استان مرکزی در سال ۱۳۸۵
۵. مدیر عامل واحد نمونه صنعتی استان مرکزی در سال ۱۳۸۹
۶. تقدیر شده توسط وزیر وقت نیرو در سال ۱۳۸۳ بابت انجام و تسریع پروژه طرح اتصال خطوط انتقال انرژی با کشور عراق
۷. تقدیر شده توسط مقامات برق اقلیم کردستان عراق در سال ۱۳۹۳ بابت انجام و تسریع پروژه طرح اتصال خطوط برق
۸. دارای ۱۰ گواهی نامه ثبت اختراع طراحی برج های انتقال نیرو

## اتاق بازرگانی مرجعی برای بخش خصوصی

### ■ از دیدگاه شما تاثیر گذاری فعالیت های اتاق بازرگانی در بهبود فضای کسب و کار چگونه است؟

تنها تشکلی که در کشور دارای جایگاه قانونی می باشد، اتاق بازرگانی است. تشکلی که در کلیه مراکز و مجامع تصمیم گیری کشور از جمله شورای پول و اعتبار و شورای اقتصاد داری نماینده است و با مجلس و دولت در ارائه نظرها و راهکارهای اقتصادی همکاری نزدیک دارند. اتاق بازرگانی به عنوان پارلمان بخش خصوصی مشاور سه قوه محسوب می شود که با تصویب قانون بهبود فضای کسب و کار و ایجاد موانع بخش خصوصی ارتقاء یافته است. طبق ماده ۳ این قانون، هر گونه تصمیم گیری، پیش نویس و تدوین قوانین و مقررات مرتبط با حوزه اقتصادی در اتاق بازرگانی مطرح می شود و نظرات اعضای اتاق برای اصلاح و بهتر شدن این مصوبات و قوانین ترتیب اثر داده می شود که این تصمیم برای همه دستگاه های دولتی لازم الاجراست و اگر برای مصوبه ای موانع قانونی در سطح ملی وجود داشته باشد، نظرات شورای گفت و گوی استانی به شورای گفت و گوی ملی در تهران فرستاده می شود تا مورد بررسی قرار گیرد. بنابراین این مکان، اتاق بازرگانی را به مرجعی برای بخش خصوصی تبدیل کرده تا فعالان اقتصادی ما قادر باشند در شرایط خاص اقتصاد امروز کشور به حیات خود ادامه دهند. امروز که کشور در حالت تحریم قرار دارد، تحریم هایی که با هدف غیر فعال کردن و کاهش فعالیت های اقتصادی ما از سوی غرب رقم زده شده نیازمند اتاق بازرگانی هستیم که شرایط بهتری را برای

فعالان اقتصادی رقم بزند و بتواند به مأموریت و رسالت خود که همانا اثر گذاری در حوزه اقتصادی است، عمل کند و با ابزارهای قانونی که در اختیار دارد بتواند تأثیر بسزایی در بهبود فضای کسب و کار داشته باشد.

### ■ هدف شما از کاندیداتوری در انتخابات اتاق ایران چیست؟

اصولاً تعدد تشکل های غیر دولتی و سازمان های مردمی در جوامع و کشورهای نماد توسعه یافتگی و دموکراسی تلقی می شود. فلذا اداره تشکل هاین نیاز به افراد توسعه یافته دارد که بخشی از ویژگی مهم توسعه یافتگی در انسان ها تمایلات شخصی آنها در خدمت به جامعه و ترجیح دادن منافع جمعی و ملی به منافع فردی است به عبارتی تشکل ها مکان هایی هستند که انسان ها با هدف دفاع و صیانت از منافع جمعی با اتکا به توان و تجربه فردی حضور می یابند و در یک هدف گذاری مشترک با بهره گیری از خرد جمعی سعی در اصلاح امور جامعه به ویژه اعضای خود دارند. فلذا با اعتقاد به این که می توانم و علاقه مند به توسعه جامعه هستم پا به عرصه انتخابات اتاق گذاشته ام. شاید با همفکری و همکاری یکدیگر بتوانیم در آینده شاهد اتاق بازرگانی پویا و اثر گذار در عرصه فعالیت های اقتصادی کشور و علی الخصوص ارتقاء سطح کمی و کیفی تولیدات ملی باشیم.

### ■ برنامه های اصلی و پیشنهادی شما در صورت برگزیده شدن در این انتخابات چه خواهد بود؟

با توجه به جایگاه اتاق های بازرگانی و توانایی هایی که در

حوزه قوانین و مقررات دارند به نظر می رسد در راستای صیانت از منافع و مصالح اعضا و فعالان اقتصادی به درستی فعالیت نموده اند و عمدتاً فعالیت اتاق ها خلاصه شده است به رفتن سفرهای خارجی بی هدف و پذیرش هیأت های تجاری خارجی بی نتیجه در حالی که اتاق های بازرگانی در شرایط فعلی می توانند با اطلاع رسانی درست و بموقع مجلس و دولت را در اتخاذ تصمیم های منطقی و سیاست گذاری های اصولی یاری نمایند. پس در صورت حضور در اتاق بازرگانی سعی خواهیم نمود برنامه های زیر را پیگیری و قابلیت اجرایی بدهیم.

۱. پیگیری اجرای کامل موارد هفتگانه طرح تحول اقتصادی در رأس آن اصلاح سیستم بانکی - اصلاح نظام مالیاتی
۲. تلاش برای بهبود مستمر فضای کسب و کار و ایجاد امنیت سرمایه گذاری برای فعالان اقتصادی
۳. کاهش تصدی گری دولت در حوزه فعالیت های اقتصادی و افزایش توان بخش بخش خصوصی در اداره امور خود
۴. تلاش برای ارائه نظرات سازنده و تأثیر گذار بر دولت و مجلس برای کاهش و یا رفع موانع تولید و صنعت
۵. تلاش برای بهبود روابط اقتصادی و تجاری کشورمان در کشورهای هدف
۶. ایجاد فضای همدلی و همگرایی در فعالان بخش خصوصی در راستای اهداف مشترک. ■



## مهدی مسائلی

نامزد انتخابات اتاق اصفهان

تاریخ تولد: ۱۳۵۶/۰۵/۱۲ / کارشناسی برق - قدرت دانشگاه صنعتی اصفهان

رزومه و سوابق شغلی:

اینجانب ۱۴ سال در زمینه‌های گوناگون ساخت، طراحی، تامین تجهیزات، اجرا و مدیریت پروژه پست‌های فشار قوی و نیروگاه‌های آبی دارای سابقه فعالیت می‌باشم.

رزومه کارهای تشکلی

- ۱- از اسفند ۱۳۹۰ نیز بعنوان دبیر و عضو هیات مدیره شعبه اصفهان سندیکای صنعت برق ایران، افتخار همکاری نزدیک تر با سندیکای صنعت برق ایران را دارم.
- ۲- عضو هیات مدیره و دبیر کمیته پست سازان سندیکای صنعت برق ایران از سال ۱۳۹۱ تاکنون
- ۳- رییس کمیته کاهش تلفات و افزایش بهره‌وری سندیکای صنعت برق ایران
- ۴- رییس کمیته تولید پراکنده سندیکای صنعت برق ایران
- ۵- دبیر کارگروه مشترک توانیر- سندیکا

رزومه کاری شرکت پردیسان فناوران نیرو:

شرکت پردیسان فناوران نیرو و بدنبال توسعه فعالیت‌های شرکت پردیسان در سال ۱۳۸۶ تاسیس و از سال ۱۳۸۷ شروع به کار نموده است (از ابتدای تاسیس تاکنون اینجانب مدیر عامل و عضو هیات مدیره این شرکت می‌باشم). فعالیت‌های این شرکت با شرکت‌های تابعه وزارت نیرو (شرکت‌های برق منطقه ای غرب، کرمان، اصفهان، خوزستان، سمنان و زنجان و شرکت‌های توزیع استان‌های یزد و کرمان همچنین آب منطقه‌ای یزد) و در صنعت با سنگ معدن مرکزی ایران- بافق، فولاد مبارکه اصفهان، در نفت هم با پالایشگاه نفت بندرعباس و نفت و گاز اروندان پروژه‌هایی را بصورت EP و EPC داشته است. همچنین این شرکت دارای کارگاه تولیدی در زمینه مونتاژ تابلو نیز در اصفهان می‌باشد. محل کارگاه همه در مالکیت شرکت می‌باشند.

همچنین این شرکت:

- دارای گواهی صلاحیت پیمانکاری در رشته نیرو از استانداری اصفهان / - دارای پروانه فنی مهندسی از سازمان صنایع و معادن استان اصفهان
- عضو اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی اصفهان / - عضو سندیکای صنعت برق ایران
- دارای کارت کارفرمایی از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در بخش صنعت
- دارای پروانه کسب از اتحادیه صنف تولید کنندگان و فروشندگان قطعات الکتریک و الکترونیک در رشته سازنده تابلوهای برق صنعتی
- عضو انجمن صنفی تولید کنندگان تابلوهای برق ایران / - عضو انجمن صنایع خورشیدی ایران

## نمایندگان اتاق، رانتی نباشند

■ از دیدگاه شما تاثیرگذاری فعالیت‌های اتاق

بازرگانی در بهبود فضای کسب و کار چگونه است؟

تاثیر اتاق بر محیط کسب و کار: در ایران به نظر بنده بخش خصوصی واقعی (غیر وابسته به دولت) بدلیل زیرساخت‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی نداریم و نخواهیم داشت (درآمد بخش خصوصی همیشه وابسته به دولت است چرا که قدرت و اقتصاد دست حکومت و حاکمیت می‌باشد)

از دیدگاه بنده اقتصاد ایران یک اقتصاد ۱۰۰٪ دولتی است و شعار خصوصی سازی سالهاست تلاش شده پوششی برای این واقعیت ایجاد گردد؟!

در چنین فضایی اتاق بازرگانی با پرچمی که عنوان " پارلمان بخش خصوصی " بر آن نقش بسته است قرار است مهمترین وظیفه خود که دفاع از بخش خصوصی است را با رویکرد بهبود محیط کسب و کار عملیاتی کند.

مشکل و مانع بزرگ هم به عقیده بنده خود بخش خصوصی است که هنوز به بلوغ کافی برای شانه به شانه شدن با دولت مقتدر را ندارد چرا که این بخش بدلیل کاهش سرمایه‌های اجتماعی و فقدان اعتماد در کلان جامعه با چشم اندازی کوتاه مدت و زود بازده به مسائل مجبور است بنگرد که خود مانعی برای اعتماد دولت به این بخش نیز می‌گردد.

عمدتاً در اتاق‌های بازرگانی سراسر کشور (به گواه موارد منتشره در سایت اتاق‌ها و ماهنامه‌های آنها) مسائلی و مشکلات صرفاً بیان می‌شود ولی برای عملیاتی شدن آنها آفندری که صراحت و پیگیری در بیان هست در عمل و در پیگیری نمی‌باشد.

بطور خلاصه از دیدگاه بنده زمانی اتاق بازرگانی می‌تواند تاثیر بر محیط کسب و کار داشته باشد که هیات نمایندگان آن:

- افرادی باشند که رانتی نباشند
- افرادی شفاف و صریح باشند
- آشنا با مشکلات باشند
- از تمام طیفها و رسته‌های کسب و کار باشند (از کوچک و بزرگ)
- با سند و مدرک صحبت کنند
- اهل مطالعه کتاب باشند
- حرف و عملشان یکی باشد

- به لحاظ موقعیت شغلی و بنگاه خود دچار خود سانسوری نگردد

- اولویت دادن به نفع عموم تا شخص یا گروه خود

- با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی ارتباط داشته و موجبات تقویت آن را فراهم آورد

البته نباید فراموش کرد که اتاق بازرگانی دارای قانونی است مصوب مجلس شورای اسلامی و بودجه آن از محل مالیاتها تامین می‌گردد فلذا هیچگاه نمی‌توان از اتاق بازرگانی رفتار و عملکردی ۱۰۰٪ موافق نظر بخش خصوصی مطالبه نمود.

حال اگر اتاق بازرگانی پارلمان بخش خصوصی است بایستی هیات نمایندگان آن تعهد نمایند که هر سال شاخصی مذکور بهتر از سال قبل گردد.

هنر اتاق مطاب به حق مسلم بخش خصوصی از دولت است و آن چیزی جز کاهش هزینه مبادله (یا کاهش هزینه‌هایی است که بخش خصوصی نباید پرداخت کند اما مجبور به پرداخت آن است) نمی‌باشد.

اتاق بازرگانی بایستی بتواند از حکومت و حاکمیت مطالبه



نماید که " اگر حکومت -حاکمیت از بخش خصوصی مالیات - حق گمرکی -حق بیمه -عوارض شهرداری و غیره دریافت می نماید در مقابل هم حکومت -حاکمیت موظف به ارائه بستتر سالم و با ثباتی برای کسب و کار می باشد"

■ هدف شما از کاندیداتوری در انتخابات اتاق ایران چیست؟

- بعنوان حضور نماینده‌ای از بنگاه‌های کوچک و متوسط
- بعنوان حضور نماینده‌ای از صنعت برق
- بعنوان نماینده‌ای از جامعه پیمانکاران

■ برنامه‌های اصلی و پیشنهادی شما در صورت برگزیده شدن در این انتخابات چه خواهد بود؟

- محورهای اصلی برنامه‌های بنده به شرح زیر می‌باشد:
- حضور موثر در کمیسیون‌های اتاق از جمله کمیسیون انرژی
- تلاش برای ایجاد کمیته فعال برق ذیل کمیسیون انرژی
- تلاش برای ساماندهی فعالان و بنگاه‌های اقتصادی
- تغییر رویکرد اتاق از حرف به عمل
- ایجاد کمیسیون بررسی قوانین حاکم بر کسب و کار
- بمنظور پایش قوانین و اعلام مشکلات و نارسایی‌های قوانین موجود به مسوولین مربوطه
- تقویت نقش شورای گفتگوی بخش خصوصی و دولت (از دیدگاه بنده این شورا تاکنون هیچ خروجی موثری برای بخش خصوصی نداشته است)

شعار بنده:  
(تلاش و کوشش + عملگرایی + مطالعه + تجزیه و تحلیل) X  
(شفافیت) = بقا + رشد + پیشرفت

## سید اکبر منتظرین

نامزد انتخابات اتاق اصفهان



متولد: ۱۳۴۴ سمنان

متولد: ۱۳۴۲

فوق لیسانس مدیریت صنایع

رزومه و سوابق شغلی:

شرکت کالیوز که به امر تولید درب بازکن های صوتی و تصویری و لامپ کم مصرف مبادرت می ورزد توسط آقای سید اکبر منتظرین مدیریت می شود. ایشان در سال ۱۳۴۲ متولد شد و در سال ۱۳۶۲ در رشته الکترونیک وارد دانشگاه گردید.

نامبرده از سال ۱۳۶۷ و پس از فارغ التحصیلی در صنعت اپتیک اصفهان وابسته به وزارت دفاع ابتدا به عنوان قائم مقام و سپس مدیر بخش الکترونیک فعالیت می نماید که اهم فعالیت آن مدیریت پروژه انتقال تکنولوژی یک محصول دفاعی از کشور انگلیس بود. علاقه وافر ایشان به امور مدیریتی و اجرایی باعث شد در سال ۱۳۷۴ در رشته مهندسی صنایع، مدیریت سیستم و بهره وری فوق لیسانس خود را اخذ نماید.

ارائه مقاله علمی تحت عنوان بهره وری و چگونگی آن در مجله تدبیر ارگان سازمان مدیریت صنعتی در سال ۱۳۷۵ از اولین یافته های علمی ایشان در زمینه مدیریت و طراحی اسکوردبرد ورزشگاه تختی اصفهان و تابلو اعلانات پرواز فرودگاه شهید بهشتی اصفهان به عنوان اولین سیستم الکترونیکی اطلاعات پرواز در کشور همراه با دوستان هم شرکتهای خود در سال ۱۳۷۰ از اولین فعالیت های ایشان در زمینه الکترونیک بود.

با توجه به کارکرد و تخصص ایشان، مسئولین امر در سال ۱۳۷۶ از ایشان خواستند تا در امور اقتصادی صنایع دفاع فعالیت نماید و لذا همزمان با آغاز برند سازی تجاری شرکت صایران به عنوان بزرگ ترین شرکت الکترونیک ایران (چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی) مسئولیت شعبه اصفهان صایران به ایشان واگذار شد. ایشان پس از چهار سال فعالیت در این مسئولیت از یک طرف با تغییر ساختار و سیاست گذاری های صایران مواجه و از طرف دیگر تشخیص می دهد که ساختارهای اقتصادی مناسب به نحوی که سرعت بهره وری را افزایش دهد در سیستم های دولتی کمتر امکان پذیر است. لذا در سال ۱۳۸۰ با کمک بعضی از دوستان خود و با وارد نمودن تجهیزات تولید الکترونیک از آلمان نسبت به تأسیس شرکت ثانی نیک به عنوان اولین تولید کننده تلفن رومیزی در بخش خصوصی کشور اقدام نمود.

ایشان به دلیل پاره ای از مشکلات مدیریتی که روند رشد شرکت ثانی نیک را با مشکل مواجه کرده بود از آن ساختار جدا و نسبت به تأسیس شرکت کالیوز در سال ۱۳۸۳ اقدام می نماید و همان تولیدگوشی تلفن را در دستور کار قرار می دهد.

کالیوز در سال ۱۳۸۷ و پس از یک سال تحقیق در خصوص بازار و موارد فنی نسبت به تولید آیفون تصویری اقدام می نماید. کالیوز در سال ۱۳۸۹ موفق به تولید گیرنده دیجیتال می گردد و در سال ۱۳۹۱ لامپ های کم مصرف را هم به تولیدات خود اضافه می کند. کارخانه کالیوز، هم اینک در زمینی به وسعت بیش از ۸۰۰۰ متر مربع و زیربنای ۶۰۰۰ متر مربع به عنوان یکی از بزرگ ترین شرکت های الکترونیک اصفهان به کار خود ادامه می دهد در حالی که با تلاش بیش از یک دهه هم اکنون یکی از برندهای مطرح بازار در زمینه آیفون تصویری می باشد.

## اجرای سیاست های راهبردی اقتصادی با حضور اعضای شایسته میسر است

طریق وارد نمودن اعضای شایسته تر و بهترین ها گام های مؤثرتری در تبیین و اجرای سیاست های راهبردی اقتصادی کشور برداشته شود.

■ برنامه های اصلی و پیشنهادی شما در صورت برگزیده شدن در این انتخابات چه خواهد بود؟  
در صورت انتخاب شدن تلاش خواهیم نمود موارد فوق الذکر پیگیری و نظام اجرایی و قانونی مملکت از این پتانسیل بیشتر بهره مند شود. ■

### چیست؟

خلا وجود قوانین کار آمد و اثر گذار بیشتر از همه زمانی افسوس انسان را بر می انگیزاند که از وجود پتانسیل قوی در اتاق های بازرگانی خبردار می شویم. شایسته نیست اتاق های بازرگانی که عصاره نخبگان اقتصادی کشورند وجود داشته باشند ولیکن دولت ها در تبیین و اجرای سیاست هایی که همکاری و ملازمت سرداران اقتصادی را لازم دارد دچار تردید و بلاتکلیفی و اجرای آزمون های سعی و خطا شوند. لذا باید تمامی اعضا نسبت به حضور فعال در انتخابات اتاق اقدام نمایند تا بتوانند از

■ از دیدگاه شما تاثیر گذاری فعالیت های اتاق بازرگانی در بهبود فضای کسب و کار چگونه است؟  
اعضای اتاق های بازرگانی از آنجا که عملاً در صحنه نبرد اقتصادی حضور دارند در صورتی که توسط اتاق به خوبی سازمان داده شوند، می توانند به عنوان پارلمان بخش خصوصی نسبت به تبیین قوانین اثرگذار در جامعه از طریق مشاوره با مبادی قانونی به آن صورت که هم منافع حاکمیت و هم منافع بخش خصوصی را در نظر بگیرد اقدام نمایند.  
■ هدف شما از کاندیداتوری در انتخابات اتاق ایران



## جلال وحید دستجردی

نامزد انتخابات اتاق اصفهان

متولد: ۱۳۵۵ / اصفهان

کارشناسی مهندسی صنایع: دانشگاه صنعتی اصفهان  
مدیریت استراتژیک: سازمان مدیریت صنعتی تهران

### رزومه و سوابق شغلی:

- ۱۵ سال سابقه فعالیت در صنعت برق
- ۵ سال مدیریت عامل شرکت تولیدی رعد (تاکنون)
- عضو هیات مدیره دوره اولین دوره سندیکای صنعت برق شعبه اصفهان
- رئیس کارگروه کسب و کار سندیکای صنعت برق شعبه اصفهان

## بهبود فضای کسب و کار در گروهی اتاق پویا و فعال

- افزایش دانش تخصصی و سطح علمی اعضای اتاق و همراهی و همیاری با اعضا در تمامی مراحل تجاری در این راه قدم برداشتم.

■ برنامه‌های اصلی و پیشنهادی شما در صورت برگزیده شدن در این انتخابات چه خواهد بود؟

- ایجاد و تقویت کمیسیون انرژی در اتاق اصفهان

- تقویت مباحث مرتبط با آموزش در راستای افزایش توانمندی‌ها و دانایی اعضا

- الگو برداری مناسب از اتاق‌های بازرگانی موفق داخلی و بویژه خارجی

- نظام مندی و هدفمندی شکل‌های موجود آمده وابسته به اتاق بازرگانی

- شناسایی توانمندی‌های اقتصادی استان بویژه در صنعت برق و ارایه آن به بخش‌های دولتی و خصوصی ذیربط.

فعال خواهد بود تا با ایجاد انسجام در این بخش و حرکت به سمت رفع موانع موجود بهتر از قبل قدم بردارد.

■ هدف شما از کاندیداتوری در انتخابات اتاق ایران چیست؟

تجربه سه ساله اینجانب در هیات مدیره سندیکای برق شعبه اصفهان در بسیاری از موضوعات و مشکلات پیش آمده، این مهم را تقویت نمود که حضور نماینده یا نمایندگان از این صنعت در اتاق بازرگانی بسیار راه‌گشا بوده و می‌تواند کمک شایانی در بهبود فضای پیش آمده در صنعت برق باشد، لذا با اولویت قرار دادن این هدف و همچنین پایه‌گذاری اهدافی چون:

- ایجاد بستر مناسب برای جذب و حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی در استان

- ایجاد پایگاهی مناسب برای شکل‌ها و گروه‌ها

■ از دیدگاه شما تاثیر گذاری فعالیت‌های اتاق بازرگانی در بهبود فضای کسب و کار چگونه است؟

وضعیت فعلی و پیش روی اقتصاد کشور دلیل تغییرات در درآمد اصلی دولت یعنی نفت دوران سختی را پیش رو دارد که با نگاهی دیگر به این تهدید و اعتقاد به اینکه این یک فرصت استثنایی است که پیش روی بخش خصوصی قرار دارد به نظر اینجانب وظیفه اصلی به عهده پارلمان بخش خصوصی یعنی اتاق‌های بازرگانی است تا در این ورطه بتوانند با یک همدلی جمعی نسبت به رفع موانع فضای کسب و کار همت کنند و بتوانند رونقی روزافزون برای اعضای خود ایجاد کنند.

اینجانب معتقدم انتقاد به دولت و قوانین موجود حاصلی ندارد و هیچکس نمی‌تواند تغییرات مدنظر این بخش از اقتصاد را ایجاد کند بجز بخش خصوصی، بنابراین بهبود فضای کسب و کار در گروهی یک اتاق بازرگانی پویا و



## محسن شادمان

نامزد انتخابات اتاق مشهد



متولد ۱۳۴۷

فوق لیسانس مهندسی برق دانشگاه فردوسی مشهد

رزومه و سوابق شغلی:

مدیر عامل شرکت نیرو و آوران شرق / سرمهندسی شیفت نیروگاه مشهد / مدیر طرح‌های خاص شرکت مهام شرق / مدیر عامل شرکت صانع شرق

عناوین اجرایی در حال حاضر:

رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل شرکت صانع شرق / رئیس هیئت مدیره شرکت دانش فراست بنیان / رئیس هیئت مدیره شرکت پیشرو توان نیروی پارس  
رئیس هیئت مدیره شرکت همراهان سفر خوش / عضو هیئت مدیره شرکت خدمات شهرک صنعتی ماشین سازی و فن آوری ها برتر  
عضو هیئت مدیره (علی البدل) سندیکای صنعت برق ایران / رئیس هیئت مدیره سندیکای صنعت برق ایران - شعبه خراسان

# قوانین متناقض یا غیر حمایتی باید شناسایی شود

حتما با یتی پیگیری خاص شود.

■ برنامه‌های اصلی و پیشنهادی شما در صورت برگزیده شدن در این انتخابات چه خواهد بود؟

برنامه اصلی اینجانب به طور خلاصه قطعاً حمایت از صنعت و صادرات است. در این راه باید مسائل زیادی حل شود. مشارکت بانک‌ها در همکاری با صنعت و تولید و صادرات بسیار کم است که باید حل شود. متأسفانه مدتی است تحریم شدن دلیل همه مشکلات شده است اما به جرأت می‌توان گفت کمتر از ۳۰٪ مشکلات ما به تحریم مربوط می‌شود. الباقی مشکلات، ضعف قوانین خودمان است. قوانین متناقض یا غیر حمایتی یا حتی قوانین حمایتی که در اجرا مشکل دار شده است، باید شناسایی و حل شود.

همانگونه که گفته شد مهمترین هدف اینجانب در اتاق بازرگانی صیانت از منافع بخش صنعت و مخصوصاً صنعت برق می‌باشد و بطور خلاصه و تیتروار می‌تواند موارد زیر را پیگیری کرد.

- تلاش در جهت ارتقاء بیشتر سهم اتاق در تعامل سازنده همراه چانه زنی بیشتر با بخش دولتی  
- پیگیری مشکلات مختلفی که در سالهای اخیر در بخشهایی که با بخش دولتی کار می‌کرده اند، مخصوصاً صنعت برق. لذا از این مشکلات می‌توان به عدم اجرای قانون رفع برخی موانع تولید علی‌الخصوص مباحث تأمین اجتماعی و گشایش اعتبار اسنادی ریالی نام برد. همچنین زیان‌های مختلف بخش خصوصی مثل عدم پرداخت مطالبات، تعدیلهای و خسارت دیر کردها نیز

■ از دیدگاه شما تاثیر گذاری فعالیت‌های اتاق بازرگانی در بهبود فضای کسب و کار چگونه است؟  
عملاً در قانون، اتاق بازرگانی بعنوان بزرگترین مجلس یا مجمع بخش خصوصی تعریف شده است و لذا در سالهای بعد قطعاً جایگاه بسیار مناسبتری پیدا خواهد کرد. در شورای گفتگوی بخش خصوصی و دولتی نیز بیشترین سهم به اتاق بازرگانی داده شده است.  
بنابراین حضور در این مجمع بزرگ بخش خصوصی، جهت صیانت از سهم بخش صنعت و خصوصاً صنعت برق بسیار موثر خواهد بود.

■ هدف شما از کاندیداتوری در انتخابات اتاق ایران چیست؟





## ولی اله بیات

نامزد انتخابات اتاق زنجان

متولد: ۱۳۳۲/۲/۶- زنجان  
لیسانس مهندسی صنایع

### رزومه و سوابق شغلی:

فعالیت آزاد و بدون بیمه: ۸ سال  
شرکت پارس سویچ:

سرپرست قطعه سازی، ۱۳۶۴-۱۳۶۵ / مدیر تولید و برنامه ریزی کارخانه، ۱۳۶۵-۱۳۷۰  
معاونت پروژه انتقال دانش فنی HV کلیدهای فشار قوی از ABB و مدیر واحد قراردادها، ۱۳۷۰-۱۳۷۶  
معاونت تولید و برنامه ریزی و امور پیمان ها، ۱۳۷۷-۱۳۸۱ / معاونت بازرگانی، فروش و امور پیمانها، ۱۳۸۱-۱۳۸۳  
شرکت توسعه معادن روی ایران: معاونت طرح و برنامه و مدیر کمیته فنی، ۱۳۸۳-۱۳۸۴، به مدت ۱۴ ماه  
شرکت راهان توان: مسئول طرح و توسعه، ۱۳۸۴-۱۳۸۵، به مدت ۱۹ ماه  
شرکت فیبر فشرده فارسایان: مدیر پروژه تولید MDF با ظرفیت ۶۵۰ مترمکعب در روز و با سرمایه گذاری ۴۲ میلیون و ۲۳۰ هزار یورو و ۳۰۰ میلیارد ریال  
۱۳۸۴-۱۳۸۵، به مدت ۱۹ ماه  
شرکت پارس سویچ: مدیر عامل، ۱۳۸۵ تاکنون  
مشاوره در طراحی و اجرا و نظارت چند شرکت صنعتی در زنجان

## ضرورت تفکر حمایت از تولید در اتاق

■ برنامه‌های اصلی و پیشنهادی شما در صورت برگزیده شدن در این انتخابات چه خواهد بود؟  
در واقع برنامه‌های مورد نظر در پاسخ به سؤال قبل اعلام شد. آرزوی حقیق‌تر بر این است که فرصت پیشنهاد و حمایت از روش‌هایی که شرایط رقابتی برای تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی را فراهم کند را داشته باشیم و مهم آنها را به ترتیب زیر می‌دانم.  
• دفاع از رقابتی شدن هزینه‌های تولید و تلاش در شناسایی نقاط ضعف و قوت آن.  
• دفاع از برنامه‌های سیستمی در ارتقاء کیفیت تولیدات داخلی.  
• حمایت از توسعه بازارهای صادراتی.

شدن تولید و علت یابی علمی که رقابت تولیدات داخلی ضعیف تر دیده می‌شوند، کم رنگ تر است. در حالی که اگر بازرگانی خارجی بمفهوم صادرات تولیدات داخلی مدنظر باشد، ابتدا باید از خود تولید حمایت کرد و بدان پرداخت و در رفع علل ارائه طریق نموده و تلاش کرد تا بدینوسیله با رقابتی شدن تولید و ارتقاء کیفیت، زمینه صادرات آن فراهم شود و در این امر در سیاست‌گذاری‌هایی که فعالان اقتصادی را تحت تاثیر قرار می‌دهند، دقت نمود تا اهداف پیدا و پنهان تصمیمات و موافقت‌ها در برگیرنده منافع تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی باشد. ضرورت تقویت چنین تفکری در اتاق از انگیزه‌های داوطلبی اینجانب است.

■ از دیدگاه شما تاثیر گذاری فعالیت‌های اتاق بازرگانی در بهبود فضای کسب و کار چگونه است؟  
اتاق بازرگانی بعنوان پارلمان بخش خصوصی در قانون پنجم توسعه از اختیاراتی برخوردار شده که می‌تواند با انعکاس مشکلات فعالان اقتصادی و ارائه راهکارهای عملی در توسعه صنعت و اقتصاد اثرگذار باشد.

■ هدف شما از کاندیداتوری در انتخابات اتاق ایران چیست؟

بنظر می‌رسد که نام جا افتاده اتاق بازرگانی، چنین تداعی می‌نماید که فقط برای ارتقاء سطح فعالیت‌های بازرگانی و تجاری (و بیشتر در بعد وارداتش) در اتاق تصمیم‌گیری می‌شود و توجه به صنعت و رشد و رقابتی





ردیف	استان	نام شرکت	کاندید معرفی شده		
			نام و نام خانوادگی	سمت	حوزه انتخاباتی (محل صدور کارت)
۱	تهران	سیم و کابل ابهر	علیرضا کلاهی	رئیس هیات مدیره	تهران
۲		پارس تابلو	محمد پارسا	رئیس هیات مدیره	تهران
۳		آزمایشگاه های صنایع انرژی	حمیدرضا صالحی	مدیرعامل	تهران
۴		ایران ترانسفو	ابراهیم ولدخانی	مدیرعامل	تهران
۵		کیسون	محمد انصاری	رئیس هیات مدیره	تهران
۶		رای اوین فن	سام سروشیان	مدیرعامل	تهران
۷		سازگان ارتباط	محمد هاشمی	مدیرعامل	تهران
۸		فرا پنداران آریا موج (فرپام)	مهدی ناظمیان	مدیرعامل	تهران
۹	اراک	سازه های فلزی یاسان	محمد فارسی	رئیس هیات مدیره	اراک
۱۰		رویاب فرآیند	منوچهر توسطی	عضو سابق هیات مدیره سندیکا	اراک
۱۱	اصفهان	صفانیکو	علی صفر نورالله	رئیس هیات مدیره	اصفهان
۱۲		پردیسان فناوران نیرو	مهندس مسائلی	مدیرعامل	اصفهان
۱۳		تولید ملزومات برق	امیررضا بوکتین	مدیرعامل	اصفهان
۱۴		تولیدی رعد	وحید دستجردی	مدیرعامل	اصفهان
۱۵		موج یکتا اسپادانا	علی اکبر منتظربین	مدیرعامل	اصفهان
۱۶	خراسان	صانع شرق	محسن شادمان	مدیرعامل	مشهد
۱۷		پارت کنترل خراسان	رضا نخاوی	رئیس هیات مدیره	مشهد
۱۸	زنجان	یارادان صنعت	فرزاد عباسی	مدیرعامل	زنجان
۱۹		پارس سوییج	ولی الله بیات	مدیرعامل	زنجان
۲۰		سرمایه گذاری کارکنان صنعت برق	علی یگانه فرد	مدیرعامل	زنجان
۲۱	کرمان	جبال الکتریک	رضا جبالبارزی	مدیرعامل	کرمان
۲۲		کرمان تابلو	بهبروز حیدری نسب	رئیس هیات مدیره	کرمان
۲۳	البرز	آران انرژی	ناصر شایان	رئیس هیات مدیره	البرز
۲۴	سمنان	آریا ترانسفو شرق	فرج الله معماری	مدیرعامل	سمنان
۲۵	شیراز	تابان نیرو	اسدالله زمانی	مدیرعامل	شیراز
۲۶	قم	قم الیاز	آریا صادق نیت حقیقی	مدیرعامل	قم
۲۷	قزوین	کتورسازی	سیدعلی عاملی	مدیرعامل	قزوین
۲۸	یزد	تجهیزات برقی لنا یزد	محمد حسین فنایی	رئیس هیات مدیره	یزد



جان کلام ائتلاف «روزگارانو»

«اتاق بازرگانی» نیازمند

# هوای تازه

ماموریت «اتاق»: حمایت از توسعه  
کسب و کار سالم  
نوآوری محور و غیررانتی

«اتاق» برای همه اعضا

ما می خواهیم که اتاق آینده:

- حامی توسعه کسب و کار سالم، نوآوری محور، دانش محور و غیررانتی باشد.
- «تسهیل کننده» فعالیت اعضا باشد، نه «مانع تراش».
- محل اجتماع «صاحبان ایده‌های نو اقتصادی و مدیریتی» باشد، نه محل اجتماع افراد «صرفاً ثروتمند».
- در تعامل با قوای مجریه و مقننه، مطالبه‌گر بهبود «شاخص‌های مربوط به سهولت کسب و کار» و نیز «کنترل پایدار تورم» با بهره‌گیری از تجربه ۱۲۵ کشور دارای تورم زیر ۵ درصد باشد؛ تا با ثبات بخشی و افزایش پیش‌بینی‌پذیری اقتصاد، «سرمایه‌گذاری‌های مولد» رونق بگیرند.
- برنامه ویژه برای دریافت منظم نظرات مدیران تحصیل کرده شرکت‌های کوچک و متوسط داشته باشد.
- مجوززدایی و تسهیل صدور انواع مجوزهای کسب و کاری (به ویژه مجوزهای مربوط به خود اتاق) را به جد پیگیری کند.
- به جای ایجاد ساز و کارهای «ظاهراً حمایتی»، از ایجاد فضای رقابت اقتصادی شفاف و منصفانه حمایت کند.
- چابک‌سازی «دیپلماسی تجاری» و انعقاد قرارداد تجارت آزاد با کشورهای همسایه را به جد از مقامات ارشد مطالبه کند.
- در راستای ارتقای جایگاه کارآفرینان در افکار عمومی، ترویج دهنده مسئولیت‌پذیری اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی باشد.
- برنامه‌های مناسب برای تکریم جایگاه کارآفرینان در مناسبات داخل اتاق و نیز در افکار عمومی داشته باشد.

اخبار



# اخبار سندیکا

## اخبار کمیته‌ها

### نمایندگان تابلو سازان در کمیته ارزیابی و تشخیص صلاحیت معرفی شدند

نمایندگان کمیته سازندگان تابلوهای برق در کمیته جدید ارزیابی و تشخیص صلاحیت - سندیکا - معرفی شدند. به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، هیأت ریسه کمیته سازندگان تابلوهای برق در شصت و یکمین جلسه این کمیته که در تاریخ پنجم بهمن ماه سال جاری برگزار شد، نمایندگان خود در کمیته ارزیابی و تشخیص صلاحیت را تعیین کردند. در ادامه این جلسه که با حضور مدیران شرکت‌های الکترو کویر، کرمان تابلو، آذر فنون تابلو، ایران سیبک و آقای شریفی (دبیر کمیته) برگزار شد، پیشنهاد استفاده از جزوه مهارت‌ها و نکات آموزشی از طریق برگزاری سمینار یا همایش توسط خانم ریحانی نیا (نماینده شرکت آذر فنون تابلو) مطرح و مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت و تصمیم‌گیری به جلسه آتی کمیته موکول شد. همچنین موضوع درخواست از شرکت‌های عضو کمیته تابلو ساز، مبنی بر معرفی تولیدات و توانایی اجرایی خود در یک صفحه A4 به زبان انگلیسی مطرح و به تصویب رسید.

با پیگیری‌های کمیته انرژی‌های تجدید پذیر انجام شد:

### سندیکا عضو کمیته انرژی‌های تجدید پذیر توانیر

به دنبال پیگیری‌های کمیته انرژی‌های تجدید پذیر سندیکا مبنی بر حضور نماینده این کمیته در جلسات کمیته انرژی‌های تجدید پذیر توانیر، مهندس حمید رضا صالحی به عنوان نماینده سندیکا به این کمیته در توانیر معرفی شد. به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، با پذیرفته شدن درخواست عضویت کمیته انرژی‌های تجدید پذیر سندیکا مقرر شد که از این پس از نماینده این کمیته سندیکا نیز در جلسات توانیر دعوت به عمل آید. لازم به ذکر است این جلسات به ریاست دکتر داود منظور - قائم مقام مدیر عامل و رییس کمیته انرژی‌های تجدید پذیر توانیر - و به صورت هفتگی برگزار می‌شود.

کمیته انرژی‌های تجدید پذیر خواستار شد:

### عضویت در کارگروه بررسی و تعیین خرید برق از انواع فناوری‌های انرژی تجدید پذیر وزارت نیرو

سندیکای صنعت برق ایران، طی نامه‌ای خطاب به معاون وزیر نیرو و در امور برنامه ریزی و امور اقتصادی، عضویت در کارگروه بررسی و تعیین خرید برق از انواع فناوری‌های انرژی تجدید پذیر را خواستار شد. به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، کمیته انرژی‌های تجدید پذیر در این نامه با تأکید بر اهمیت همکاری‌های مشترک دولت و بخش خصوصی به تأثیر گذاری این تعامل در رشد و ارتقای صنعت برق اشاره می‌کند و می‌افزاید: هیئت -ریسه کمیته انرژی‌های تجدید پذیر خود را موظف به همکاری و تعامل با کارگروه بررسی و تعیین خرید برق از انواع فناوری‌های انرژی تجدید پذیر وزارت نیرو و در مسیر تحقق برنامه‌ها و اهداف مشترک می‌داند. در ادامه همچنین مهندس حمید رضا صالحی، رییس کمیته انرژی‌های تجدید پذیر به عنوان نماینده سندیکا برای حضور در جلسات کارگروه معرفی شده است.

### اعلام اسامی شرکت‌های فعال در زمینه انرژی‌های تجدید پذیر به دفتر برق روستایی توانیر

در پی درخواست دفتر برق روستایی شرکت توانیر، آخرین لیست شرکت‌های عضو کمیته انرژی‌های تجدید پذیر سندیکا به این



دفتر معرفی شدند.

به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، مهندس ولی‌الدین مصلحتی شریبانی مشاور مدیر عامل و مجری طرح برق روستایی کشور طی نامه‌ای به سندیکا بمنظور بروز رسانی لیست اسامی شرکت‌های فعال در زمینه پروژه‌های انرژی‌های تجدید پذیر و معرفی به شرکت‌های توزیع نیروی برق اعلام آخرین لیست شرکت‌های فعال در خصوص انرژی‌های تجدید پذیر را خواستار شد.

بر پایه این گزارش، سندیکای صنعت برق ایران نیز در پاسخ به این نامه، لیست به روز شرکت‌های فعال در زمینه انرژی‌های تجدید پذیر را به همراه نام مدیر عامل، شماره تماس، آدرس و زمینه فعالیت آنها به دفتر برق روستایی توابع ارسال کرد. لازم به ذکر است در حال حاضر ۵۳ شرکت از اعضای سندیکا در حوزه انرژی‌های تجدید پذیر فعالند.

کمیته انرژی‌های تجدید پذیر تأکید کرد:

## ضرورت اصلاح نرخ خرید برق تولیدی از انرژی‌های تجدید پذیر در برنامه ششم توسعه

کمیته انرژی‌های تجدید پذیر، طی نامه‌ای خطاب به دبیر سندیکای صنعت برق ایران، پیشنهادات خود را در خصوص قانون برنامه پنجساله ششم توسعه به هیأت مدیره سندیکا اعلام کرد.

به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، از جمله موارد مهم تأکید شده، جهت درج در برنامه ششم توسعه می‌توان به اصلاح نرخ خرید برق تولیدی از انرژی‌های تجدید پذیر (بند ماده ۱۳۳) و اصلاح مدت زمان خرید تضمینی برق تجدید پذیر اشاره کرد.

همچنین استفاده از سیاست‌های تشویقی و حمایتی دیگر به غیر از نرخ خرید تضمینی برق که در حال حاضر تنها روش حمایتی است و نیز اعطای تسهیلات مالی برای سرمایه‌گذاران نیروگاه‌های تجدید پذیر و تأسیس صندوق حمایت از انرژی‌های تجدید پذیر از دیگر پیشنهادات مطرح شده در این نامه است.

طی نامه‌ای به مهندس نظام الملکی عنوان شد:

## معرفی کمیته انرژی‌های تجدید پذیر جهت اجرای پروژه‌های تجدید پذیر در کشور عراق

سندیکای صنعت برق ایران، طی نامه‌ای به مدیر کل دفتر توسعه صادرات و صدور خدمات فنی و مهندسی به معرفی کمیته انرژی‌های تجدید پذیر جهت اجرای پروژه‌های تجدید پذیر در کشور عراق پرداخت.

به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، در این نامه آمده است: با توجه به اهمیت موضوع انرژی‌های تجدید پذیر و جایگاه بخش خصوصی در موضوع مذکور، از سال ۱۳۸۹ کمیته تخصصی انرژی‌های تجدید پذیر در سندیکای صنعت برق ایران با حضور شرکت‌های معتبر فعال در زمینه مشاوره، طراحی، ساخت تجهیزات و نصب و اجرای انواع سامانه‌های انرژی‌های تجدید پذیر تشکیل و اکنون کمیته مذکور با بیش از ۵۰ شرکت معتبر عضو - که اسامی آنها به پیوست آمده است - به یکی از فعال‌ترین و تأثیرگذارترین نهاد‌های مرتبط در این حوزه تبدیل شده است.

در ادامه همچنین تأکید شده است که این شرکت‌ها علاوه بر پوشش دادن نیازهای داخلی، آماده اجرای پروژه‌های برون مرزی و ایفای نقش موثر در توسعه صادرات در این حوزه نیز می‌باشند.



در نشست اعضای هیأت رئیسه کمیته انرژی‌های تجدیدپذیر با دکتر نوروززاده مطرح شد:

## طرح سرمایه‌گذاری ایدرو در تولید سلول خورشیدی با مشارکت سندیکا

اعضای هیأت رئیسه کمیته انرژی‌های تجدیدپذیر، جلسه هفدهم دی ماه این کمیته را به میزبانی دکتر نوروززاده در سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو)، برگزار کردند. به گزارش روابط عمومی سندیکا، در آغاز جلسه مهندس صالحی، ضمن معرفی کمیته انرژی‌های تجدیدپذیر سندیکا به وجود منابع غنی معادن سیلیس در کشور و پتانسیل تولید و یفر قابل استفاده در انرژی‌های نو و صنایع الکترونیک اشاره و تأکید کرد که با توجه به وارداتی بودن پنل مصرفی کشورهای عربی همسایه، ایران پتانسیل تبدیل شدن به قطب تولید و یفر در منطقه را داراست. وی همچنین با اشاره به این که سه تولیدکننده پنل کشور واردکننده و یفر هستند که با تولید داخلی و یفر، نیاز تولیدکنندگان داخلی نیز رفع می‌شود. مهندس صالحی همچنین بر امکان ایجاد ارتباط با دانشگاه‌ها و اعلام آمادگی دانشگاه‌های امیرکبیر و پلی‌تکنیک میلان را به منظور توسعه صنعت انرژی‌های تجدیدپذیر با همکاری سازمان گسترش و نوسازی صنایع اعلام کرد.

دکتر نوروززاده، سرمایه‌گذاری در این صنعت را اجتناب‌ناپذیر دانست و حمایت ایدرو را در سرمایه‌گذاری این طرح اعلام کرد. دکتر نوروززاده، همچنین تأکید کرد که لازم است سرمایه‌گذار و نسبت مشارکت مشخص شود که البته با توجه به اینکه هدف سازمان توسعه است، عدد این نسبت مهم نیست. در ادامه دکتر نوروززاده با اشاره به مطالعات زیادی که توسط سازمان تهیه شده است، پیشنهاد کرد که طی جلسات مشترکی بین سازمان و بخش خصوصی این موضوع پیگیری و اطلاعات وزارت صنایع در اختیار شرکت‌ها قرار گیرد و کارها عملی شود.

دکتر نوروززاده، مرحله تولید سیلیس معدن تا پلی‌سیلیکون شمش را کار نوسازی صنایع و پروسه بعد از آن را مربوط به وظایف بخش خصوصی دانست.

در ادامه آقای خدایه نیز با توجه به اینکه حضور در بازارهای منطقه منوط به کیفیت و استانداردهای بالا است و با توجه به مصرف پایین کشور پیشنهاد کرد که ماکزیمم ده میلیون دلار سرمایه‌گذاری در تولید سلول صورت بگیرد که در این صورت، امکان استفاده از آن در کارخانه‌های تولید شیشه نیز وجود خواهد داشت.

مهندس صالحی نیز ضمن اظهار تأسف در خصوص توسعه صنعت انرژی‌های تجدیدپذیر در کشورهای همسایه از جمله تاجیکستان و... گفت: علی‌رغم این که ما در صنعت برق بسیار از آنها جلو تر هستیم آنها بسیار پیشروتر از ما هستند و بسیاری از منابع آنها از بانک توسعه آسیایی (ADB) و به صورت بلاعوض تأمین می‌شود که متأسفانه ایران عضو این بانک نیست. مهندس صالحی در این خصوص پیشنهاد کرد که ایران عضو این بانک شود و از تسهیلات آن استفاده کند که در این خصوص مقرر شد آقای دکتر نوروززاده نامه‌ای را جهت عضویت در این بانک به دکتر جهانگیری ارسال کنند.

در پایان این نشست، دکتر مهویدی بیان کرد که سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در تولید نیروگاه‌های فتوولتائیک که به سازمان مراجعه می‌کنند، دلیل اصلی عدم رغبت به سرمایه‌گذاری را برگشت سرمایه بیشتر از پنج سال بخش خصوصی و ریسک بالای سرمایه‌گذاری می‌دانند که بایستی دولت اقدامات لازم را جهت پنج سال خرید تضمینی و پنج سال مجوز صادرات به بخش خصوصی انجام دهد که مهندس آرمودلی آمادگی سانارا برای هرگونه همکاری در این بخش را اعلام کرد.

به منظور گسترش همکاری با وزارت صنایع:

## کمیته انرژی‌های تجدیدپذیر طرح توجیهی خود را ارائه می‌کند

اعضای کمیته انرژی‌های تجدیدپذیر، جلسه پنجم بهمن ماه این کمیته را با هدف بحث و تبادل نظر در خصوص چگونگی مشارکت این کمیته در باره طرح پیشنهادی وزارت صنایع در تولید سلول‌های خورشیدی برگزار کردند.

به گزارش روابط عمومی سندیکا، در ابتدای جلسه مهندس حمیدرضا صالحی گزارشی از جلسه هیأت رئیسه کمیته با دکتر نوروززاده (معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت و رییس ایدرو) را در رابطه با تولید سلول خورشیدی ارائه کرد. مهندس صالحی با توجه به ملی بودن و بالابودن رقم سرمایه‌گذاری، حمایت و سرمایه‌گذاری دولت در این طرح را لازم و ضروری دانست و نتیجه آن را منوط به شرایط توسعه صنعت انرژی‌های تجدیدپذیر معرفی کرد. او همچنین بر بررسی دقیق

تمام ابعاد آن در صورت تصمیم کمیته جهت مشارکت در این طرح - با توجه به اینکه شریک بزرگی همچون دولت خواهیم داشت - تاکید کرد.

در ادامه اعضا به بیان نظرات و پیشنهادات خود در رابطه با طرح پیشنهادی پرداختند که پایین آمدن قیمت نفت، مشخص شدن میزان قیمت تمام شده و امکان قابلیت رقابت با کشورهای دیگر، بالا بودن میزان ظرفیت پیشنهادی وزارت صنایع، توسعه اهداف و چشم انداز شرکت‌ها، توجه به صادرات جهت موفقیت در اجرای این طرح، شروع به کار با ظرفیت پایین تر و توسعه این طرح طی افق زمانی مشخص و... از نکات مورد طرح در جلسه بود.

در ادامه مهندس بخش‌سی، پیشنهاد کرد با توجه به اینکه در طرح توجیهی، این مسایل و دغدغه‌ها دیده می‌شود، ابتدا یک طرح توجیهی تهیه شود و بر اساس آن در مورد نحوه تعامل با دولت و نحوه حضور اعضا در این طرح (به صورت کنسرسیوم، تشکیل شرکت مشترک و...) بحث و بررسی شود.

وی همچنین اضافه کرد: در مورد این طرح دو نگاه می‌توان داشت. اول اینکه فقط به مشکلات فکر کنیم و صورت مساله را پاک کنیم و از طرح خارج شویم. دوم اینکه فرصت‌ها و مشکلات را شناسایی کنیم و وارد این طرح شویم که مورد دوم منطقی تر است. چراکه در صورت کنارگیری بخش خصوصی، دولت خود ورود کرده و مجدداً بخش خصوصی، وابستگی دیگری به دولت پیدا می‌کند و ورود به این طرح را جهت افزایش حضور بخش خصوصی لازم و ضروری دانست.

در پایان جلسه مقرر شد، کارگروهی متشکل از شرکت امیدسامه، مبنابینه‌سازان نیرو و فاران طی دو هفته آینده طرح توجیهی را آماده و در جلسه بعدی از اعضای علاقه مند به مشارکت دعوت و در قالب ارقام و اعداد مزیت‌ها و کاستی‌های این طرح مشخص شود و در نهایت چگونگی همکاری با وزارت صنایع مشخص شود.

## رییس و نایب رییس کمیته تخصصی تولید پراکنده انتخاب شدند

انتخابات هیأت ریسه کمیته تخصصی تولید پراکنده - سندیکا - با حضور اعضای این کمیته و در محل سندیکای صنعت برق ایران برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، در این انتخابات که در تاریخ نوزدهم بهمن سال جاری برگزار شد، مهندس مسائلی نماینده شرکت پریسان فناوران نیرو و با ۵ رأی به عنوان رییس و مهندس مسلمی نماینده شرکت معیار توسعه نیرو با ۴ رأی به عنوان نایب رییس این کمیته انتخاب و معرفی شدند.

## کمیته حقوقی و قراردادها بازنگری ماده ۸۶ شرایط عمومی پیمان را خواستار شد

کمیته حقوقی قراردادهای سندیکای صنعت برق ایران، در جلسه چهاردهم دیماه خود خواستار بررسی و بازنگری مجدد موضوع ماده ۶۸ شرایط عمومی پیمان شد.

به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، در این جلسه با توجه به این که در کارگروه مشترک توانیر و سندیکا موضوع استفاده تولیدکنندگان و پیمانکاران از موافقتنامه شرایط عمومی پیمان EPC مورخ ۱۴/۱۱/۸۰ شماره ۵۴۹۰ مورد بررسی قرار گرفته بود، پس از طرح این موضوع در کمیته حقوقی و قراردادها مقرر شد با توجه به اینکه ماده ۶۸ شرایط عمومی پیمان فوق باعث ایجاد مشکلات برای فعالین و پیمانکاران بخش خصوصی می‌شود این موضوع در هیأت مدیره طرح و درخواست تأیید هیأت مدیره به ابلاغ شرایط عمومی پیمان موصوف تأکید شود.

در این جلسه همچنین با توجه به مکاتبه سندیکا در خصوص بررسی استفاده از تسهیلات فاینانس به قائم مقام وزیر نیرو و ارجاع این نامه به معاون وزیر نیرو، پس از بحث و بررسی در این خصوص مقرر شد، ضمن ارتباط با جناب آقای مهندس دائمی معاون برنامه ریزی و امور اقتصادی وزارت نیرو برگزاری جلسه ای حضوری نیز از ایشان پیگیری شود.



## تبدیل یا ادغام کمیته سازندگان دکل های انتقال نیرو و به هیأت مدیره واگذار شد

سازندگان دکل های انتقال نیرو در جلسه نهم دی ماه این کمیته، موضوع تبدیل کمیته سازندگان دکل های انتقال نیرو و به انجمن و یا ادغام این کمیته به کمیته های دیگر را به هیأت مدیره سندیکا واگذار کردند.

به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، در این جلسه که با حضور نمایندگان شرکت های فراگستر بیستون، گام اراک، سازه های فلزی یاسان، دکل سازان کلان و دبیر کمیته (آقای شریفی) برگزار شد، با توجه به نظر حاضران در جلسه تبدیل یا ادغام کمیته سازندگان دکل های انتقال نیرو و به هیأت مدیره سندیکا واگذار شد.

بر پایه این گزارش، کمیته بر اساس ماده ۵ قانون بهبود مستمر کسب و کار و با توجه به اینکه اتاق ها مکلفند فهرست ملی تشکل های اقتصادی را تهیه و تغییرات آن را اعلام نمایند و همچنین موظفند برای ساماندهی، ایجاد و ثبت تشکل های اقتصادی فعال زمینه های لازم را ایجاد کنند و در فعالیت هایی که تشکل های موازی وجود دارد زمینه ادغام، شبکه سازی، یکپارچه سازی و انسجام تشکل های موازی را فراهم کنند، هر گونه اتخاذ تصمیم در خصوص تبدیل کمیته سازندگان دکل های انتقال نیرو و به انجمن و یا ادغام کمیته با سایر کمیته ها را به هیأت مدیره محترم سندیکا واگذار کرد و مقرر شد تا هیأت مدیره سندیکا با دوراندیشی و مصلحت نگری و مذاکره با سایر انجمن ها در این مورد اقدام نماید.

در ادامه گزارش جلسات برگزار شده با انجمن تولید کنندگان فولاد ایران ارائه و در خصوص آن بحث و تبادل نظر شد. در جلسه حاضر، کلیه فعالیت های انجام شده در خصوص تأمین نبشی های فولادی مورد نیاز دکل سازان صنعت برق اعم از نامه های ارسالی به وزارت صنعت، معدن و تجارت و وزارت نیرو و جلسات برگزار شده با انجمن تولید کنندگان فولاد ایران در این زمینه مورد بحث و بررسی قرار گرفت، و در ادامه با توجه به این که در مجموع از پیگیری های بعمل آمده نتیجه خاصی حاصل نشده است، لذا با تصویب کمیته مقرر شد تلاش کمیته در جهت تأمین ارز مبادله ای برای نبشی های وارداتی ادامه یابد.

در پایان جلسه، با توجه به نامه شماره ۱۲۴۵-۹۳ مورخ ۹۳/۱۰/۸ در خصوص درخواست معرفی نماینده از سوی کمیته سازندگان دکل های انتقال نیرو حسین شریفی دبیر کمیته، بعنوان نماینده کمیته سازندگان دکل های انتقال نیرو بمنظور شرکت در کارگروه اصلاح تعرفه گمرکی معرفی شد.

## هدف و مأموریت های سه گانه کمیته کاهش تلفات به تصویب رسید

اعضای هیأت ریسه کمیته کاهش تلفات در دومین جلسه خود، "افزایش مشارکت اعضا در اجرایی نمودن پروژه های کاهش تلفات و افزایش بهره وری انرژی (برق) در سطح ملی و بین المللی" را به عنوان هدف اصلی این کمیته معرفی کردند.

به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، در این جلسه که سیزدهم دیماه سال جاری، با حضور حداکثر اعضای هیأت ریسه کمیته کاهش تلفات برگزار شد، همچنین مأموریت های سه گانه این کمیته به شرح ذیل اعلام شد:

۱- ایجاد زیرساخت های لازم (تشکیل کارگروه های تخصصی) برای مذاکره با سازمانها و نهادهای تاثیرگذار و ذی نفع بمنظور تصمیم سازی و ارائه راهکار جهت تسهیل در انجام سیاست های مصوب و مشارکت هر چه فعالتر اعضا بمنظور تحقق این طرح ملی در سطح کشور

۲- حضور در مجامع داخلی و بین المللی مرتبط

۳- همسویی با استانداردهای ملی و بین المللی

بر پایه این گزارش، وزارت نیرو، شرکت توانیر، محیط زیست و حوزه های مرتبط با نفت، گاز، پتروشیمی و صنایع فلزی به عنوان نهادها و سازمان های هدف در دستیابی به اهداف این مأموریت ها معرفی شدند.

در این خصوص همچنین تهیه نامه برای معرفی کمیته ها به سازمان های مصوب و عضوگیری کارگروه ها در دستور کار قرار گرفت.

لازم به ذکر است در این جلسه مهندس مسائلی، رییس کمیته کاهش تلفات با اشاره به مصاحبه مهندس حائری در این خصوص گفت: اگر چه مساله کاهش تلفات ارزی کمی دارد اما نقدینگی قابل توجهی نیاز دارد و برخلاف تصور مسوولین امر، مبحث کاهش تلفات هزینه اولیه قابل توجهی نیاز دارد که البته خیلی کمتر از احداث نیروگاه های جدید خواهد بود.

مهندس عباس زاده نیز ضمن اشاره به فقر درک قانون در شرکت توانیر بر لزوم نظارت بر اجرای صحیح قانون تاکید کرد و افزود: بدلیل فشار جهادگانه مساله کاهش تلفات، مشاهده می شود برخی از شرکت های توزیع نسبت به تعریف پروژه های بی پشتوانه اقدام نموده اند و بدین ترتیب کاهش تلفات را فرصتی برای تهدید در آینده خواند.



در پایان مهندس صنیعی نیز از تجربه خود در سریلانکا سخن گفت و بر لزوم همسویی با استانداردهای جهانی در مبحث کاهش تلفات تاکید کرد.

## اعضای هیأت ریسه کمیته مهندسی مشاور انتخاب شدند

در پی انتخابات هیأت ریسه کمیته مهندسی مشاور - سندیکا - که در جلسه نوزدهم بهمن ماه برگزار شد، اعضای هیأت ریسه این کمیته برگزیده شدند. به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، در انتخابات هیأت ریسه کمیته مهندسی مشاور که با حضور اعضای این کمیته برگزار شد، آقایان دکتر عربانی (۸ رای)، مهندس مهذب ترابی (۷ رای)، مهندس وهابیان (۶ رای)، مهندس موسوی (۵ رای) و مهندس امینی (۴ رای) به عنوان اعضای هیئت ریسه انتخاب شدند. لازم به ذکر است در این انتخابات آقایان مهذب ترابی (نماینده شرکت مشاور نیرو)، عربانی (نماینده شرکت نامداران صنعت)، وهابیان (نماینده شرکت مشاوران)، موسوی (نماینده شرکت پارس نیرو)، ریسی (نماینده شرکت آبنوس)، مسلمی (نماینده شرکت معیار توسعه) و امینی (نماینده شرکت قدس نیرو) خود را به عنوان کاندیدا معرفی کردند.

## رییس و نایب رییس کمیته مهندسی مشاور انتخاب شدند

هیأت ریسه کمیته تخصصی مهندسی مشاور در جلسه بیست و ششم بهمن خود، رییس و نایب رییس این کمیته را انتخاب و معرفی کردند. به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، دکتر عربانی و مهندس مهذب ترابی، با رأی اکثریت اعضا به ترتیب به عنوان رییس و نایب رییس این کمیته معرفی شدند. بر پایه این گزارش، دکتر عربانی در سمت خود ابقا و مهندس مهذب ترابی، به عنوان نایب رییس کمیته برگزیده شد. در ادامه، بحث و تبادل نظر پیرامون مشکلات مالی مشاوران از موضوعات اساسی این جلسه بود که در نتیجه مقرر شد، سندیکا طی نامه ای به وزارت نیرو یا شرکت توانیر از شرکت های تابعه درخواست نماید تا حداقل قسمتی از مطالبات مشاوران را در نیمه اول اسفند ۹۳ پرداخت کنند. تهیه دستورالعملی یکسان جهت ارزیابی مشاوران نیز از دیگر محورهای مهم گفت و گوی اعضای هیأت ریسه در این جلسه بود.

سندیکا از معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی وزارت نیرو درخواست کرد:

## ضرورت تجدید نظر در چگونگی انتخاب مهندسی مشاور

سندیکای صنعت برق ایران طی نامه ای خطاب به مهندس فلاحتیان، خواستار تجدید نظر در انتخاب مهندسی مشاور در طرح های صنعت برق شد. به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، مهندس سید علی اصغر میرشکرای، دبیر سندیکای صنعت برق ایران در این نامه، ضمن انتقاد از رویه نادرستی که در کمتر از یک دهه قبل تاکنون در خصوص انتخاب نادرست مهندسی مشاور برای طرح های صنعت برق بنا نهاده شده است، طبق مقررات فیدیک (فدراسیون بین المللی مهندسی مشاور) انتخاب مشاور را تنها بر اساس کیفیت مجاز معرفی می نماید و در ادامه برتری قیمت بر کیفیت را سم مهلک حرفه مهندسی می داند. بر همین اساس در بخش دیگری از این نامه آمده است: متأسفانه در این چرخه معیوبی که در حال حاضر ایجاد شده نه تنها شرکت های کوچک را به دلیل توان اقتصادی کمتر، از وارد شدن در رقابت باز می دارد بلکه شرکت های بزرگ نیز در رقابتی ناسالم برای حفظ وضعیت موجود خود به قیمت هایی تن می دهند که حداقل های لازم برای کار حرفه ای و شایسته را پوشش



# دییکا

نمی دهد.

گفتنی است مهندس میرشکرای در پایان این نامه، بر برگزاری جلسه ای با حضور مسؤولان ذیربط در وزارت نیرو و اعضای هیأت ریسه کمیته مهندسين مشاور سندیکای برق را با هدف بررسی شرایط موجود و راه های برون رفت از آن پیشنهاد کرد.

سازندگان یراق آلات توزیع در نودمین جلسه این کمیته:

## برگزاری جلسه پرسش و پاسخ با حضور کارشناس مالیاتی

سازندگان یراق آلات توزیع، نودمین جلسه این کمیته را در تاریخ بیست و دوم دی ماه سال جاری، با حضور آقای خیرزاده کارشناس امور مالیاتی برگزار کردند.

به گزارش روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران، اعضای حاضر در جلسه با توجه به بند دو دستور جلسه پس از استماع سخنان و نقطه نظرات آقای خیرزاده پرسش های مالیاتی خود را مطرح کردند و سپس کارشناس امور مالیاتی (نماینده شرکت مگ الکتریک) به پاسخگویی به اعضا پرداخت.

در این جلسه که با حضور نمایندگان شرکت های فرآورده سازان شایان، تولیدی صنعتی شبکه، الکترو تابان کنترل، یراق نیروی شایان، بهین تجربه، قوی ساز نیرو، کوشش برق اصفهان، تابان گستر پویا، آراد کاوش پی، یراق آوران پویا و دبیر کمیته برگزار شد طبق روال معمول گزارش نمایندگان این کمیته از کمیته های عمومی سندیکا نیز به استماع حاضران رسید.

همچنین موضوع تعیین شرح وظایف و تقسیم کار بر مبنای موارد کاری شناسایی شده مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت و طی آن وظیفه دبیر کمیته و برخی اعضا مشخص شد. گفتنی است، بررسی بقیه موارد نیز به جلسه آتی کمیته موکول شد.

## خیر مقدم به اعضای جدید

به گزارش کمیته عضویت سندیکای صنعت برق ایران، در ماه گذشته ۱۴ شرکت جدید به عضویت این سندیکا پیوسته اند. بر پایه این گزارش، اعضای جدید به شرح زیر معرفی می شوند:

### ۱. شرکت لاک سیم

به مدیریت: جناب آقای سعید مهدی زاد طلعی  
زمینه فعالیت: تولید سیم لاک  
تلفن: ۲۲۰۲۲۰۶۶ / ۲۲۰۱۹۹۲۰ / شماره: ۲۲۰۱۹۹۲۰

### ۲. شرکت مهندسی صنعتی فهامه

به مدیریت: جناب آقای ساسان مهرکیان  
زمینه فعالیت: خدمات مهندسی صنعتی و مشاوره  
تلفن: ۸۸۷۰۹۶۷۰-۲ / شماره: ۸۸۷۰۶۷۸۸

### ۳. شرکت مهندسی سازند

به مدیریت: جناب آقای مصطفی در  
زمینه فعالیت: تولید مولد برق (دیزل ژنراتور) و انواع تابلوی برق  
تلفن: ۸۸۷۲۳۷۹۵-۶ / شماره: ۸۸۷۲۳۷۹۷

### ۴. شرکت موج یکتا اسپادانا

به مدیریت: جناب آقای اکبر منتظرین  
زمینه فعالیت: تولید آیفون تصویری و لامپ کم مصرف  
تلفن: ۰۳۱-۳۲۶۴۵۱۲۳ / شماره: ۰۳۱-۳۲۶۴۴۲۶۷

### ۵. شرکت ریز موج الکتریک طوس

به مدیریت: جناب آقای جواد سیدکلانتری  
زمینه فعالیت: تولید تجهیزات حفاظت و کنترل  
تلفن: ۰۵۱-۳۸۴۶۸۵۵۸ / شماره: ۰۵۱-۳۸۴۱۴۰۵۷

سندیکای صنعت برق ایران، مقدم اعضای جدید را گرامی می دارد.

# اخبار شرکت‌های عضو

## بازدید مدیر عامل موسسه رسانه‌ای الفرات عراق از تام ایران خودرو

در ادامه تلاش "تام ایران خودرو" برای تقویت حضور خود در بازارهای صادراتی مثل عراق، مدیر عامل موسسه رسانه‌ای الفرات عراق با هیات همراه، از این شرکت بازدید کردند.



به گزارش روابط عمومی شرکت تام ایران خودرو، در دیدار مشترک مدیران ارشد تام با شیخ عباس العیساوی مدیر عامل موسسه رسانه‌ای الفرات عراق و هیات همراه وی، معرفی کلی از فضای کسب و کار تام ارائه شد و تیم عراقی از نزدیک در جریان آخرین تحولات و پروژه‌های تام قرار گرفتند.

در این نشست مشترک، مدیرکل موسسه رسانه‌ای الفرات عراق با بیان این که بازار عراق بازار بکری برای توسعه و بازسازی زیرساخت به شمار می‌رود ادامه داد: تام ایران خودرو برای حضور در بازار عراق باید بتواند توانمندی خود را به دولت و مردم عراق نشان دهد، در این راستا تبلیغات و اطلاع‌رسانی بهترین راه حل معرفی تام خواهد بود. هر هزینه‌ای در این حوزه، مطمئناً در آینده به شرکت باز خواهد گشت.

وی خاطر نشان کرد: ایران خودرو در عراق شرکت شناخته شده‌ای است و خودروهایی تاکسی زرد رنگ این شرکت در عراق زیاد دیده می‌شود، به طوری که از هر پنج خودرو در عراق یکی مربوط به ایران است. شرکت‌های ایرانی برای حضور در بازار عراق نیازمند تبلیغات گسترده هستند. در حال حاضر ارتباط بین وسایل ارتباط جمعی و صنعت به‌گونه‌ای تنگاتنگ شده که صنعت بدون بازاریابی و بازاریابی بدون صنعت معنی ندارد. شیخ العیساوی اظهار امیدواری کرد تام بتواند در بازار عراق پروژه‌های خوب و بزرگی را کسب و به انجام برساند.

با توجه به پتانسیل‌های خوبی که در تام برای حضور در بازار عراق وجود دارد، این شبکه عراقی تصمیم بر آن گرفت تا از طریق تهیه گزارشی تصویری، توانمندی‌های تام را به دولتمردان و صاحبان صنایع کشور متبوع خود معرفی کند.

لازم به ذکر است، موسسه الفرات عراق، مجموعه رسانه‌ای شامل هفت شبکه رادیویی، یک شبکه تلویزیونی خبری و خبرگزاری الفرات نیوز با دو خروجی عربی و انگلیسی است. این مجموعه کار خود را از سال ۲۰۰۳ در کشور عراق آغاز کرده و جزو نخستین رسانه‌هایی است که پس از سقوط رژیم صدام در آن کشور تاسیس شده است.

در ادامه مهندس محمودی قائم مقام مدیر عامل تام در امور بین‌الملل و توسعه بازار در خصوص حضور تام در عراق اذعان کرد: به دلیل وجود فصل مشترک تاریخی، مذهبی

ایران و عراق تام ایران خودرو تمایل دارد تا در کشور عراق حضور داشته باشد تا بتواند خدمات فنی و مهندسی با کیفیت بالای جهانی، هزینه کم و سرعت و دقت بالا به این کشور ارائه دهد.

وی افزود: شرکت تام ایران خودرو نیز با توجه به ثبت دفتر صادراتی خود در عراق، برنامه منسجمی برای صدور خدمات فنی و مهندسی در این کشور در نظر گرفته و قرار است در نمایشگاه آب، برق و انرژی عراق که ۲۷ تا ۳۰ بهمن‌ماه در این کشور و با حضور معاون اول رییس جمهور برگزار می‌شود، حضور مؤثری داشته باشد.

لازم به ذکر است هیات عراقی طی یک بازدید چهار ساعته از بخش‌های مختلف رباتیک، نفت و گاز، نیرو و تاسیسات، صنایع معدنی، کنترل و ابزار دقیق بازدید و از تام برای حضور متقابل در این شبکه دعوت به عمل آورد.

مدیر عامل موسسه رسانه‌ای الفرات عراق بعد از پایان بازدید خود، تام را شرکتی کم نظیر در خاورمیانه توصیف کرد و گفت: از دیدن چنین شرکتی با تنوع فعالیت، دانش و تخصص بسیار خشنودم و مسلماً تام می‌تواند جای خالی شرکت‌های امریکایی و اروپایی در عراق را پر کند، چرا که این شرکت دانش بنیان کلیه فعالیت‌هایش را با تکیه بر منابع داخلی انجام می‌دهد و نیازی به خارجی‌ها ندارد.

توسط کارشناسان داخلی تام /

## پیشرفت کارخانه فولاد بردسیر به ۶۰ درصد رسید



با نصب اولین و مهمترین قطعه ۱۲۰ تنی از کوره قوس الکتریکی (EAF) در پروژه فولادسازی بردسیر از سوی شرکت تام ایران خودرو، میزان پیشرفت این پروژه فولادسازی به بیش از ۶۰ درصد رسید.

به گزارش روابط عمومی شرکت تام، کارخانه فولادسازی بردسیر که قرار است سال آینده به بهره‌برداری برسد، در زمره اولین کارخانه‌های فولادسازی است که در داخل مدل سه بعدی آن توسط کارشناسان داخلی اجرایی شده است و نتیجه این امر کاهش حدود ۲۰ درصدی هزینه‌های اجرایی است.

لازم به ذکر است شرکت تام در طراحی بخش‌هایی از این واحد فولادسازی از مشاوره یک شرکت اروپایی نیز بهره برده است.

بخشی از موانع بر سر راه پروژه، مربوط به تامین تعدادی از تجهیزات خارجی است که با مساعدت کارفرما این مشکل نیز در حال رفع شدن است. این در حالی است که مباحث تامین داخلی، نصب تجهیزات و عملیات ساختمانی و کارهای مربوط به زیرساخت آن طبق برنامه زمان‌بندی پیش رفته است.

یکی دیگر از مواردی که فولاد بردسیر را متمایز از طرح‌های مشابه آن می‌کند استفاده از یک پست برق استراتژیک ۴۰۰،۳۳ کیلوولت است که در پایداری شبکه برق جنوب کشور تاثیر بسزایی دارد و از معدود پست‌های برق در تراز بالای دو هزار متر محسوب می‌شود که اجرای آن نیز توسط تام و با بهره‌گیری از تیم‌های پیمانکاری مجرب به انجام رسیده است.

لازم به ذکر است، کارخانه فولادسازی بردسیر دارای ظرفیت تولید سالانه یک میلیون تن بیلت و بلوم است.



# اخبار شرکت‌های عضو

آقای مهندس سید زمان حسینی (مدیر عامل برق منطقه ای تهران)  
 آقای مهندس ایوب زاده (معاونت مدیریت شرکت شبکه برق)  
 جناب آقای دکتر علیپور (مدیرکل دفتر فنی و نظارت انتقال توانیر)  
 مدرسان:

آقای مهندس علیرضا دانشور (مدیر عامل شرکت لیان ویژن البرز)  
 آقای مهندس پیام غفاری (مدیر عامل شرکت برسام)  
 آقای مهندس یاشار جوکار (مدیر فنی شرکت لیان ویژن البرز)  
 آقای مهندس آزاد (مدیر فنی بخش DCS شرکت برسام)

■ از دیدگاه شما چه عواملی سبب رشد سیستم‌های حفاظتی و کنترلی می‌شود؟  
 استفاده از تکنولوژی‌های جدید در صنعت حفاظت و کنار گذاشتن تکنولوژی‌های قدیمی تر و توجه به پروژه‌های retrofit

■ عملکرد شرکت‌ها چگونه می‌تواند بر رشد و پایداری سیستم‌های حفاظتی و کنترلی تاثیرگذار باشد؟

دقت در خرید تجهیزات اورجینال، توجه به خدمات پس از فروش و گارانتی عملیاتی برای تجهیزات و نیز استفاده از ابزار تست استاندارد و تعیین زمان خدمات پس از فروش با لحاظ نمودن تضامین در پایداری نوع خرید و کیفیت سیستم‌های حفاظتی و کنترلی تاثیر بسیار زیادی دارد.

علاوه بر اینها ارائه نرم افزارهای اختصاصی به همراه اجرای Setting, Configuration رله‌ها با دستگاه‌های تست پیشرفته که مقادیر واقعی و قابل قبول توسط شرکت مدیریت شبکه و توانیر را پوشش دهد.

■ در پایان نقطه نظرات خود را در خصوص بهبود وضع کنونی با توجه به مشکلات و موانع موجود بر سر راه کارفرمایان و مشاوران و پیمانکاران را بفرمایید؟  
 به عقیده من دقت در خرید تجهیزات اعم از حفاظتی، کنترلی، تست صحیح به دست کارشناس خبره این کار و استفاده از دستگاه‌های تست استاندارد و مناسب با دقت لازم و نرم افزار مناسب و مهمتر از همه توجه به خدمات پس از فروش شرکت‌هایی که در این زمینه امکانات فنی و دانش علمی و تخصص عملی این‌گونه فعالیت‌ها را دارند، نقش مهمی در بهبود وضع کنونی خواهد داشت.



## برگزاری دور اول سمینار علمی - آموزشی حفاظت کنترل و اتوماسیون پست‌های فشار قوی

اولین و بزرگترین سمینار علمی، آموزشی و حفاظت رله‌های ALSTOM در شبکه و همچنین رله‌های نسل جدید ALSTOM GRID و DCS بومی TeleSCADA، بیست و هفتم بهمن ماه سال جاری در هتل سیمرغ تهران برگزار شد. این سمینار که به همت شرکت لیان ویژن البرز و با حضور ۲۰۰ نفر از نمایندگان مدیران ارشد شرکت‌های برق منطقه ای، شرکت مدیریت برق ایران، شرکت توانیر و اکثر مشاوران صنعت برق و پیمانکاران پست‌های فشار قوی برگزار شد، اقدامی بسیار ارزشمند بوده که مورد رضایت و استقبال شرکت کنندگان قرار گرفت. به همین منظور گفت و گوی کوتاهی با مهندس علیرضا دانشور مدیر عامل شرکت لیان ویژن انجام داده ایم که در ادامه می‌آید:

■ لطفاً به طور اختصار به معرفی شرکت و فعالیت‌های خود در زمینه صنعت برق بپردازید:

شرکت لیان ویژن البرز در راستای اهداف و رویه شرکت آلستوم قبل از تحریم‌ها نسبت به ارائه کلیه خدمات پس از فروش ممکنه (ارائه نرم افزار، طراحی و مهندسی رله‌های حفاظتی، کاتالوگ و Manual، نصب و تست و راه اندازی) از سال ۸۸ اقدام نموده است. این شرکت، همچنین در طراحی پست‌های فشار قوی و تامین تجهیزات در این خصوص فعال است که با حضور در صدها مناقصات داخلی و خارجی در این زمینه به طور مستقیم یا به صورت مشاوره‌ای برای شرکت‌های بزرگ و مطرح ارائه خدمات نموده است.

بخش تعمیرات شرکت و خدمات پس از فروش در طی چهار سال اخیر فعالیت و خدمات قابل توجهی را تقدیم صنعت برق نموده است که با توجه و عدم ارائه خدمات پس از فروش از طرف کارخانه‌های سازنده از حمایت همه جانبه و در حد توان از کارفرمایان افتخارات این شرکت می‌باشد همچنین در خصوص تامین تجهیزات نفت و گازی (ولو، پایپ و...) نیز فعال می‌باشد.

■ خلاصه‌ای از اهداف برگزاری سمینار را تشریح نمایید؟

هدف اصلی ما از برگزاری چنین سمیناری آشنایی و ارتقای سطح علمی مدیران و صنعتگران فعال در حوزه رله و حفاظت شبکه و نیز معرفی رله‌های سری جدید ALSTOM GRID با عنوان P640 (AGILE) P14X و WAMPAC / DCS بومی بوده است. همچنین ارائه اطلاعاتی در زمینه رله‌های حفاظتی آلستوم و نسل جدید رله‌های AGILE و سیستم DCS بومی تله اسکادا نیز از ویژگی‌های برگزاری این سمینار بود.

■ موضوع سمینار علمی - آموزشی و سخنرانان را معرفی نمایید؟  
 سخنرانان:



**ائتلاف برای فردا**

هشتمین دوره انتخابات اتاق بازرگانی  
صنایع، معادن و کشاورزی تهران

## مانفیسست ائتلاف "برای فردا" در حوزه برق و انرژی های نو

تسویه طلب پیمانکاران ، سازندگان ، مشاوران و تولیدکنندگان برق از وزارت نیرو  
از مهمترین برنامه های ائتلاف "برای فردا" در حوزه برق و انرژی های نو است.

- ۱- تسویه طلب پیمانکاران ، سازندگان ، مشاوران و تولیدکنندگان برق از وزارت نیرو
- ۲- قانونی شدن خسارات دیرکرد مطالبات از دولت طی ده سال گذشته
- ۳- واقعی سازی قیمت برق جهت توسعه و سرمایه گذاری در این صنعت
- ۴- اصلاح قراردادهای یکطرفه از طرف دولت و لحاظ شدن تعدیل در قراردادها
- ۵- واگذاری تصدی گری تبادل برق از دولت به بخش خصوصی
- ۶- حمایت از شرکتهای برقی در صدور خدمات فنی مهندسی در کشورهای هدف
- ۷- اجرایی شدن قانون LC ریالی برای قراردادهای داخلی
- ۸- واقعی شدن نرخ خرید برق تضمینی از انرژی های نو
- ۹- حمایت از صنایع داخلی در خریدهای پروژه های داخلی
- ۱۰- واگذاری امر ارزیابی و تشخیص صلاحیت برای وندور لیست های وزارت نیرو به سندیکای برق

[www.barayehfarda.com](http://www.barayehfarda.com)



# فراخوان مقاله

به اطلاع کلیه مدیران، متخصصان، صنعتگران و پژوهشگران عزیز می‌رساند، روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران در راستای حمایت از توان و تولید داخل و به منظور معرفی آخرین دستاوردها و فعالیت‌های علمی و پژوهشی شرکت‌های عضو خود در نظر دارد، از این پس در هر شماره از «ماهنامه خبری و اطلاع‌رسانی ستبران» مقالات علمی و پژوهشی مربوط به شرکت‌های عضو را به چاپ برساند. بدینوسیله از همه دست‌اندرکاران و فعالان صنعت برق دعوت می‌شود تا در صورت تمایل، مقالات خود را به واحد روابط عمومی سندیکا-ماهنامه ستبران-ارسال کنند.

لازم به ذکر است، همکاری و ارایه مقاله با توجه به نکات زیر ضروری است:

- مطالب ارسالی باید حداکثر تا پانزدهم هر ماه به تحریریه ماهنامه ستبران ارسال شود.
- آثار مذکور می‌بایست در قالب یکی از محورهای زیر و با در نظر گرفتن اصول روزنامه نگاری حرفه‌ای (دقت، صداقت، بی‌طرفی و...) نگارش شود.
- موضوعات پیشنهادی برای آثاری که ارسال می‌شود، عبارتند از:
  - معرفی دستاوردهای علمی و تحقیقاتی مرکز تحقیق و پژوهش شرکت‌ها
  - موضوع آزاد با محوریت مسائل و مشکلات ساخت داخل در صنعت برق ایران
  - مسائل روز اقتصاد و صنعت برق ایران
  - بررسی مواضع و عملکرد نهادها و سازمان‌های مرتبط با صنعت برق ایران
  - بررسی مواضع و عملکرد سندیکای صنعت برق ایران و سایر تشکل‌های غیر دولتی مرتبط
  - نقد و تحلیل مباحث و موضوعات مطرح شده در میزگرد سندیکا
  - موضوعات و مقالات آموزشی در حوزه مدیریت کیفیت، بهره‌وری، بهبود روش‌ها و سیستم‌های مدیریت صنعتی و...

- مطالب حتی المقدور به صورت فایل WORD به آدرس پست الکترونیک: [setabran@ieis.ir](mailto:setabran@ieis.ir) یا بر روی لوح فشرده به نشانی: تهران، خیابان شهید مطهری، بعد از تقاطع مفتح، پلاک ۱۸۶ طبقه اول-روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران ارسال شود.
- با توجه به این که سیاست کلی نشریه، معرفی نویسنده یا مؤلف مقاله است، لذا ضروری است تا به همراه آثار، یک قطعه عکس، مشخصات عمومی شامل تحصیلات، شغل، آدرس، شماره تلفن و نشانی پست الکترونیک نویسنده نیز ارسال شود.
- همچنین حجم مطالب ارسالی نباید از ۱۵ صفحه تایپی (فونت ۱۶) فراتر رود.
- ماهنامه در گزینش علمی، ویرایش و یا انتخاب تیترو برای آثار ارسالی آزاد است.
- ارسال عکس‌های تزئینی مرتبط با موضوع مقاله بلامانع است.
- مقاله ارسالی در هیچ نشریه دیگری چاپ نشده باشد.
- از آنجا که سیاست کلی نشریه رعایت امانت‌داری و عدالت در میان اعضای سندیکا است، اولویت چاپ با مقالاتی خواهد بود که زودتر به دفتر نشریه ارسال شوند.

# فرم اشتراک

## هزینه اشتراک

پست پیشتاز ۳۰/۰۰۰ تومان	پست عادی ۲۴/۰۰۰ تومان	هزینه اشتراک یکساله :
پست پیشتاز ۶۰/۰۰۰ تومان	پست عادی ۴۸/۰۰۰ تومان	هزینه اشتراک دوساله :

## اطلاعات متقاضی

• حقیقی :

نام و نام خانوادگی : ..... رشته و مقطع تحصیلی : .....

متولد : ..... نام محل تحصیل : .....

• حقوقی :

نام شرکت / سازمان : ..... نام متقاضی : .....

سمت : .....

تعداد نسخه درخواستی از هر شماره : .....

نسخه شروع اشتراک از شماره : .....

اشتراک جدید  تمدید اشتراک

( شماره اشتراک قبلی : ..... )

## نشانی

آدرس : .....

استان : ..... شهر : ..... کد پستی : .....

تلفن : ..... همراه : ..... پست الکترونیک : .....

از علاقمندان به اشتراک مجله ستبران درخواست می نمایم برگ اشتراک را به دقت و با خط خوانا تکمیل نموده و وجه اشتراک را بر اساس تعرفه، به شماره حساب ۱۴۷۵۱۸۱۷/۰۸ بانک ملت جاری جام ، شعبه امیراتاپک به نام سندیکای صنعت برق ایران، واریز نموده و اصل فیش بانکی و فرم اشتراک را به یکی از دو شیوه زیر برای ما ارسال نمایند.

۱- از طریق فکس با شماره ۸۸۸۲۸۵۵۸ به دفتر مجله فکس نمایید.

۲- از طریق پست به آدرس تهران، خیابان شهید مطهری، بعد از تقاطع خیابان شهید مفتح، پلاک ۱۸۶ کد پستی ۱۵۷۵۹۴۳۵۵۱ پست نمایید.

- دانشجویان و اساتید دانشگاه ها با ارسال کارت یا گواهینامه معتبر از ۱۰ درصد تخفیف برخوردار می شوند.
- خواهشمند است، مشترکان محترم در صورت تغییر نشانی، امور مشترکین را مطلع نمایند.
- با توجه به اینکه تنها عدم وصول مجلاتی که بصورت پیشتاز ارسال می شوند قابل پیگیری است لذا توصیه می شود از خدمات پست پیشتاز استفاده شود.