



در این شماره می خوانید:

سرمقاله/۲

حضور پر شمار؛ تاکتیک انتخاباتی باشد/۳

اندوخته ای ۲۷ ساله /۵

نگاهی اجمالی بر تعاریف سیستم های «تشکلهای اقتصادی عضو محور» /۸

جریان شناسی انتخابات اتاق بازرگانی /۱۱

اهمیت انتخابات اتاق، برای مدیران شرکت ها /۱۳

استراتژی های ۱۲ گانه؛ نقشه راه توسعه اتاق ایران /۱۵

دوره هفتم و تغییر ساختار سازمانی اتاق /۱۸

اعضا به فکر خوب رای بدهند /۲۶

تشکل ها فرصت انتخابات را از دست ندهند /۲۷

اتاق باید چتر همه تشکل ها باشد /۲۹

به جزیره ای عمل کردن تشکل ها پایان دهیم /۳۰

اتاق بازرگانی؛ پارلمان بخش خصوصی کشور است /۳۱

حضور قدرتمند برقی ها در انتخابات اتاق بازرگانی /۳۴

تریبون آزاد /۴۲

یک گروه پنج نفره لیست ۴۰ نفره تشکل ها را اعلام می کنند /۴۷

ویژگی های یک انجمن کسب و کار موفق /۴۷

ماهنامه

ماهنامه داخلی سندیکای صنعت برق، ویژه نامه انتخابات اتاق بازرگانی، بهمن ۸۹

صاحب امتیاز: سندیکای صنعت برق ایران

مدیر مسئول: مهندس غلامرضا ناصح

سر دبیر: مهندس حمیدرضا صالحی

اعضای شورای سیاستگذاری:

مهندس غلامرضا ناصح، مهندس محمد پارسا، مهندس محمد کتابچی،

دکتر احمد میدری، مهندس حمیدرضا صالحی

مهندس مسعود حجت، محمد صادق جنان صفت

جانشین سر دبیر: مهندس سید علیرضا سیاسی راد

دبیر تحریریه: سمیه کاظم زاده دهکردی

تحریریه: نرجس خاتون برآهویی، نازنین احمدی، صونا علیقلی زاده

طراح گرافیک: ایمان جلالی

مدیر اجرایی: مهندس سپهر برزی مهر

سایت: محسن کتابچی

توزیع: مریم نقره

امور آگهی ها: سپیده گرجی

امور اداری ماهنامه: سهیلا براتی

نشانی: تهران، خیابان مطهری، بعد از خیابان مفتح، پلاک ۱۸۶، طبقه اول

کد پستی: ۱۵۷۵۹۴۳۵۵۱

تلفکس: ۶-۸۸۳۱۹۹۴-۸۸۸۴۷۳۴۸-۹ ۸۸۸۲۸۵۵۸

سازمان آگهی ها: ۶-۸۸۳۱۹۹۴

سایت: www.ieis.ir پست الکترونیک: setabran@ieis.ir

• زیر نظر روابط عمومی سندیکای صنعت برق ایران



سندیکای صنعت برق ایران
Iran Electrical Industry Syndicate

- ماهنامه ستبران نهاد اطلاع رسانی و ارگان نظری - خبری سندیکای صنعت برق ایران است و به هیچ سازمان و ارگان دولتی یا غیر دولتی وابسته نیست.
- کلیه کارشناسان و علاقه مندان در صورت تمایل به همکاری می توانند آثار و مقالات خود را به آدرس دفتر ماهنامه ارسال نمایند.
- مندرجات مطالب و نویسندگان الزاما دیدگاه های رسمی سندیکا نیست.
- مطالب، مقالات و عکس های دریافتی، مسترد نخواهد شد.
- ماهنامه در ویرایش، تلخیص مطالب و انتخاب عکس آزاد است.
- استفاده از مطالب نشریه فقط با ذکر ماخذ مجاز است.
- ستبران از دیدگاه ها و انتقادهای صاحب نظران استقبال می کند.

انتخابات اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران در چهارم اسفند ماه سال جاری، در حالی برگزار می شود که صاحبان کسب و کار در همه بخش های تولیدی، مشاوره، خدمات و بازرگانی با دشواری های بسیاری در اداره و توسعه کسب و کار خود مواجه بوده اند. محیط داخلی و بین المللی کسب و کار در ایران تحت تأثیر روندها، سیاست ها و حوادثی نامساعد و نامطلوب از نظر صاحبان بنگاه ها، بشدت ناپایدار، غیر قابل پیش بینی و محدود کننده ارزیابی شده است. ارزیابی های مراکز معتبر داخلی خارجی از وضعیت محیط کسب و کار در ایران و شاخص های اعلام شده در این زمینه، بخوبی احساس عمومی فعالان اقتصادی کشور را مدلل می کند. وقوع حوادثی همچون تحریم های بین المللی، اجرای طرح هدفمندی یارانه ها و تبعات ناگزیر آن و کسری بودجه چند ده هزار میلیارد تومانی دولت محترم، محیطی آکنده از تهدید و مانع را پیش روی کارآفرینان کشورمان تصویر کرد. در چنین شرایطی تشکل های اقتصادی و به ویژه اتاق های بازرگانی تهران و شهرستان ها هر چند نقشی تعیین کننده در مهار بحران ها، انعکاس مسائل و دشواری ها به مقامات مسؤول، یافتن راه های حفظ توان و ظرفیت های بخش خصوصی کشور و ممانعت از تداوم رکود موجود ایفا کرده اند، اما حجم فشارها و تنش های محیطی مذکور، بر موجی از انتظارات و مطالبات پاسخ نیافته فعالان اقتصادی دامن زده است. در حالی که بطور منطقی تشکل ها و اتاق های بازرگانی، بنا به وظایف ذاتی، از سوی اعضا و صاحبان خود مأمور تلاش برای بهبود محیط عملیاتی و کلان فعالیت های بنگاهی این اعضا شده اند؛ اما وجود نارسایی های ساختاری تاریخی، محیط نامساعد و وجود خلل گسترده دانشی در حوزه مدیریت تشکل های اقتصادی عضو محور، امکان پاسخگویی و تأثیر محسوس این گونه سازمان ها را بشدت محدود کرده است. انتخابات آتی اتاق های بازرگانی سراسر کشور، فرصت مغتنمی است که علاقه مندان به توسعه اقتصادی ایران اسلامی و به ویژه صاحبان کسب و کار کشور با مرور مجدد علل و عوامل ناکارایی سازمان ها و انجمن های کسب و کار کشور، نسبت به یافتن راه های خروج از وضعیت کنونی خود و تجدید سازمان کارآفرینان و صاحبان بنگاه های اقتصادی، اقدام نمایند. تأکید بر لزوم حاکمیت شیوه های اداره مطلوب (Good Governance) در نحوه اداره و مدیریت اتاق ها که متضمن شفافیت بیشتر، پاسخگویی مدام، مشارکت فراگیر، حاکمیت قانون و عمل مؤثر و کاراست، برآمده از احساس نیازی است که تعویق مکرر آن، چیزی جز خسران و اتلاف منابع نخواهد بود.

سردبیر

انتخابات اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن در هفته اول اسفند ۱۳۸۹ برگزار خواهد شد. در روزهای گذشته، کسانی که خواستار عضویت در هیات نمایندگان اتاق هستند، به صورت فردی یا در قالب تشکل‌های نوظهور و بعضاً تشکل‌هایی که سابقه فعالیت انتخاباتی دوره قبل را نیز دارند، رایزنی، چانه زنی و یادگیری را آغاز کرده و در روزهای نزدیک به انتخابات، این فعالیت‌ها تشدید خواهد شد. دقت در تحولات مربوط به انتخابات نشان می‌دهد که بازرگانان و صنعتگران ایرانی فعال در بخش خصوصی، اکنون اهمیت بیشتری به این پدیده می‌دهند و از کنار آن به سادگی عبور نمی‌کنند. درباره انتخابات اتاق‌های بازرگانی و به ویژه درباره این تشکل قدیمی و قانونی، چند نکته را می‌توان در کانون توجه قرار داد که به طور خلاصه یادآور می‌شوم:

یکم: اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران در میان صدها تشکل بخش خصوصی که در قالب سندیکا، انجمن و کانون تشکیل شده و فعالیت می‌کنند، موقعیت ممتاز و برتری دارد. این نهاد نیمه خصوصی - نیمه دولتی، بر خلاف تشکل‌های دیگر دارای قانون است و نهادهای قدرت (به ویژه مجلس و دولت) آن را به رسمیت می‌شناسند.

اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن ایران بر اساس قانون و مطابق با برآیند چانه زنی و تعامل با نهادهای رسمی قدرت، سهمی هر چند کوچک در برخی مراکز و نهادهای قانونی مثل شورای پول و اعتبار، بورس و... برخی مجامع دیگر دارند و این سهم شدن، قانونی است و به سلیقه افراد بستگی ندارد. علاوه بر این، اتاق‌های بازرگانی به درآمدهایی متصل شده‌اند که به جیب اعضا وصل نیست و به همین دلیل و بر خلاف تشکل‌های بخش خصوصی از نظر تامین منابع برای فعالیت‌های خود در موقعیت بهتری قرار دارند. حضور برخی از چهره‌های سیاسی - اقتصادی قدیمی که یا سابقه عضویت و یا نزدیکی فکری با احزاب و جمعیت سیاسی قدیمی دارند، موجب شده است که اتاق‌ها به ویژه اتاق تهران و ایران، وضعیت خاصی نسبت به سایر تشکل‌ها داشته باشند.

این ویژگی‌ها به علاوه تحرک پدیدار شده در چند سال گذشته که بخشی از آن به دلیل تصویب قانون خصوصی سازی (اصل ۴۴) است، نقش و اهمیت اتاق‌ها را برای عبور اقتصادی ایران از اقتصاد

ه ایای وی نقه خصوصاً چ ب اندش ۱۳۸۹

بازرگانی چه باید کرد؟ به نظر می‌رسد مشارکت قوی، فعال و پرتعداد همه افرادی که واجد شرایط رای دادن هستند، باید به مثابه یک اصل اساسی مورد توجه قرار گیرد. حضور پرشمار در انتخابات آتی اتاق چند مزیت دارد. مزیت و حتی ضرورت نخست، نشان دادن نیروی نهفته در بخش خصوصی به نهادهای رسمی قدرت است. اگر درصد رای دهندگان در انتخابات آتی بسیار کمتر از واجدین شرایط رای دادن باشد، همه نهادهای پیدا و ناپیدای بازی قدرت در ایران، آن را در پرونده بخش خصوصی گذاشته و در موقع خودش از آن به عنوان نقطه ضعف استفاده خواهند کرد. حضور پرشور، فعال، جدی و همه جانبه واجدین شرایط رای دادن در انتخابات آتی می‌تواند برگ برنده بخش خصوصی در تعامل با نهادهای حکومتی باشد. مزیت دیگر حضور بیشتر اعضا و واجدین شرایط رای دادن در انتخابات آتی، سنگین کردن تعهدات کسانی است که در انتخابات برنده شده و به عنوان اعضای هیات نمایندگان در هیات ریسه‌ها مسئولیت می‌گیرند. بیشترین مشارکت در انتخابات آتی راه را برای پاسخگو کردن مسئولان آتی اتاق‌ها، هموار خواهد کرد. پس از اینکه اعضای اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن به این نتیجه رسیدند که تاکتیک حضور همه جانبه و پرتعداد برای آنها منفعت دارد، می‌توان این نکته را مطرح کرد که چه کسانی صلاحیت بیشتری برای نشستن بر صندلی‌های هیات نمایندگان و شاید در کرسی‌های هیات ریسه دارند

حضور هدفمند و متکی بر برنامه‌های از پیش اندیشیده برای اینکه اعضای اصلی هر صنف و هر تشکل باید رای بیشتری به دست آورند، یک اصل غیر قابل خدشه است. اعضای هر تشکل و نهاد صنفی باید ضمن حضور همه جانبه در انتخابات، بیشترین تلاش را در راه رسیدن اعضای تشکل خود برای رسیدن به هیات نمایندگان، انجام دهند.

انتخاب و گزینش افراد و تشکل‌های قدیمی و با سابقه روشن که در انتخابات اتاق حاضرند در مرحله بعدی قرار دارد. افرادی که سابقه روشن در دفاع از منافع بخش خصوصی دارند و زد و بندهای سیاسی برای آن‌ها اصل نیست، ای سگنیریشتهای پربرای نشیونهای مخصوصی‌های نهاد خصوصی کشور دارند. ویژگی بعدی برای گزینش، شجاعت



اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران که به عنوان پارلمان بخش خصوصی کشور،
ها

علیرغم اینکه پیش نویس طرح تاسیس اتاق صنایع و معادن در سال ۱۳۳۶ به مجلس تقدیم شد اما به دلیل مخالفت‌های موجود این طرح با تاخیری ۵ ساله و در آبان ماه اجرا و اتاق صنایع و معادن با عضویت هیات نمایندگانی مرکب از ۳۰ تن از

نمایندگانی از اتاق بازرگانی حضور دارند.

■ اتاق و افزایش تعامل با تشکل‌های عضو
ثبت تشکل‌های اقتصادی در اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، علیرغم سابقه

مهندس سید علی رضا سیاسی راد-مدیر روابط عمومی سندیکا، مهندس سپهر برزیمهر-مدیر داخلی

۳) انجمن‌های اقتصادی زنان

اعضای غیر همگن و نامتجانس است، لذا باید بتواند میان تقاضاهای متضاد و گوناگون همه بخش‌ها و شعبه‌ها تعادل برقرار کند.

از آنجا که اتاق‌ها علائق عمومی اقتصادی‌های محلی را نمایندگی می‌کنند، ممکن است شرکت و یا کارآفرینان، اتاق را محل مفیدی در تناسب با حق عضویتی که پرداخت می‌کنند، ندانند. بنابراین، یک اتاق باید بتواند بروی علائق اعضای خود تمرکز کند. از طرف دیگر، اتاق‌ها بدلیل ساختار عضویت هیات مدیره و پوشش منطقه‌ای که می‌دهند، برای انجام کار ویژه‌های دولت بسیار مناسب هستند. برحسب اینکه آیا قانون مختص اتاق وجود دارد یا نه و اینکه آیا عضویت در آن اجباری و یا داوطلبانه است، دو مدل اصلی برای اتاق‌ها تاکنون بوجود آمده است:

■ مدل‌های قاره‌ای و آنگلوساکسون

مدل قاره‌ای اتاق، در بسیاری از کشورهای اروپایی و خاورمیانه رایج است. بر طبق مدل قاره‌ای، اتاق‌ها مؤسسات حقوقی بر طبق مبانی حقوق عمومی با عضویت اجباری هستند. قوانین حقوق عمومی، بر طبق مدل قاره‌ای، در مقابل دولت مزیت‌هایی را برای BMOها فراهم می‌کند، که معمولاً از طریق موقعیت رسمی مشاوره و تعهد کارکردهای ویژه عمومی، به انجام می‌رسند. مدل آنگلوساکسون، در مقابل، قانون ویژه اتاق ندارد. عضویت داوطلبانه است. بنابراین اتاق‌ها باید در محیطی رقابتی تر و متکثر عمل کنند.

ویژگی‌های اصلی الگوهای اروپایی (غیر از انگلستان) و آنگلوساکسون دو الگوی اصلی که تفاوت اصلی آن‌ها مربوط به وجود یا فقدان قانون اتاق‌ها و اجباری یا اختیاری بودن عضویت در آنهاست - در مورد نظام‌های اتاق‌ها در گذر زمان شکل گرفته‌اند:

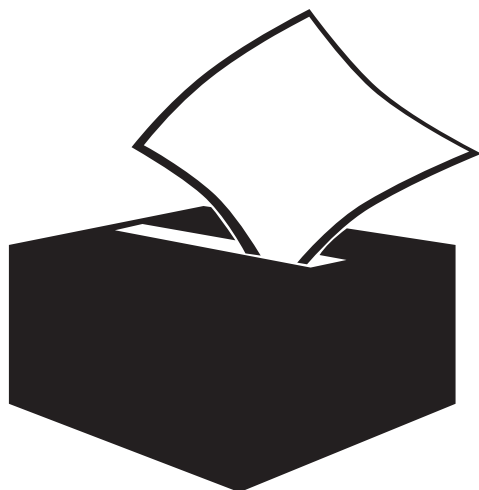
■ الگوی اروپا به غیر از انگلستان و الگوی آنگلوساکسون.

الگوی اروپایی در بسیاری از کشورهای اروپا و خاورمیانه شایع است. در این الگو اتاق‌ها ائتلاف‌هایی تحت پوشش حقوق عمومی با عضویت اجباری هستند. در الگوی اروپایی قوانین موضوعه حقوق عمومی، «BMO»ها را از مزیت در برخورد با حکومت برخوردار می‌کند که معمولاً به شکل جایگاه رسمی مشورتی است و کمک کنندگان مالی می‌توانند مداخلات خود را متناسب با شرایط محیطی اتاق‌ها تنظیم کنند. مثلاً اتاق‌هایی با عضویت اجباری کاملاً برای مداخلات مربوط به مشارکت خصوصی - عمومی و وظایف تفویض شده حکومتی مناسب هستند زیرا نماینده تمام و کمال

کسب و کار در یک منطقه محسوب می‌شوند. در چنین شرایطی کمک کنندگان با مشکلات انگیزشی و مداخلات بخش عمومی روبرو هستند. به عنوان مثالی دیگر «BMO»های فاقد حمایت‌های حقوقی و با عضویت اختیاری (همانند اکثر کشورهای در حال توسعه) اغلب در زمینه حمایت و نظارت درونی بر کسب و کار به خوبی عمل می‌کنند اما ممکن است کمک کنندگان در پایدار کردن آن «BMO»ها از لحاظ مالی به دردمر نیفتند.

البته نباید این تفاوت‌ها را بزرگ‌تر از واقع نشان داد. همه «BMO»ها فارغ از نوع الگوی آن‌ها، سازمان‌هایی مبتنی بر اعضا بوده، مکلف هستند خواسته‌های شرکت‌های عضو را به اجرا در آورند. همچنین باید توجه داشت که نظام‌های موجود برای اتاق‌ها همواره نشانه‌ای از شرایط تاریخی ویژه هر کشور هستند. بنابراین اکثر اتاق‌های «دنیای واقع» را نمی‌توان کاملاً در یکی از این دو قالب گنجانند. در اکثر کشورهای در حال توسعه، مولفه‌های هر دو الگو دیده می‌شود و شرایط آن کشورها را باید در قالب نظام آمیخته اتاق‌ها توصیف کرد.

از این سنخ‌شناسی مختصر معلوم می‌شود که «BMO»ها ممکن است با ساختارهای حقوقی مختلف، اهداف عضویتی متفاوت و تخصص‌های کارکردی مختلف شکل بگیرند. به خصوص احتمال دارد که کشورهای در حال توسعه دارای سازمان‌های کسب و کاری باشند که کمتر ساختار یافته است و در آن تعداد قلیلی «BMO»های بزرگ با اعضای کاملاً متفاوت و وظایف کاملاً متفاوت به رقابت با تعداد زیادی انجمن‌های کوچک‌تر پردازند که هرکدام قدرت و ظرفیت اندکی دارند.



از رگانی که قرار است در
شکل‌ها و شخصیت‌های
نیز شخصیت‌هایی
کرسی ریاست در
دوره گذشته،
علاوه
انتخابات
می‌دهند.

به شمار می رود. برخی او را به دلیل سابقه ای که در مدیریت اتاق دارد و زحمتی که برای آن کشیده است و نیز سابقه فعالیت اقتصادی فرد صالحی برای اتاق می دانند. با این همه اگر هم او بتواند صندلی ریاست را مجدداً از محمد ناهوندیان پس بگیرد، او اتاق را جای دوری نمی برد، جز اینکه به دست به دست شدن قدرت در شکل محدودی در اتاق بازرگانی کمک کرده است.

تحول خواهان، گروهی که محمدرضا بهزادیان چهره برجسته آن است توانسته یک بار ریاست اتاق را به دست بیاورد و در تغییر ریاست اتاق در دوره ششم نقش مهمی ایفا کند. آنها در هیئت رئیسه فعلی اتاق از مجموع ۴۰ کرسی، ۲۳ کرسی را در اختیار دارند و به مدد این اکثریت بود که توانستند، خاموشی را رانده و ناهوندیان را به جای او بنشانند. این گروه اسمال نیز با چهره های شناخته شده خود مانند جمشید عدالتیان، پدram سلطانی و مسعود خوانساری و... وارد کارزار شده است، هر چند تاکنون محمدرضا بهزادیان را رد صلاحیت شده دیده اند. گفته می شود این گروه، مجمع فعالان توسعه، یعنی رقیب پیشین خود را به مثابه متلف این دوره برگزیده است و معتقد است علی نقی خاموشی فردی است که استخوان در کار اقتصاد خرد کرده است و ملاحظات و منافع صنفی و حرفه ای را خوب می شناسد. به همین دلیل دلسوز اقتصاد است. هر چند این گروه انتقاداتی را به عملکرد محمد ناهوندیان دارد که مثلاً برای اجرای اصل ۴۴ کار زیادی نکرده است اما در باره یحیی آل اسحاق رئیس اتاق تهران ساکت است.

گروه تحول خواهان چندی پیش بیانیه ای صادر کردند و در آن بیانیه از تاثیر خود در ایجاد تحول در نقش اتاق های ایران و تهران از مکانی خاک خورده به مکانی پویا یاد کرده و به آن بالیده اند. صرف نظر از مبالغه تبلیغاتی که در این بیانیه وجود دارد، واقعیت هم این است که گروه تحول خواهان هر چند هنوز نتوانسته اند به ریاست اتاق ایران دست یابند و ریاست اتاق تهران را نیز که در سال ۱۳۸۴ به دست آوردند، زود از دست دادند. به دلیل جسارت و نیز قدرت تعامل با گروه های دیگر از گروه های تاثیر گذار در اتاق بازرگانی، به ویژه در تعیین ریاست آن هستند. از میزان انعطاف پذیری شان همین بس که آنها پس از آن همه تلاشی که برای برکناری خاموشی کردند، دیگر باره نتوانسته اند به او نزدیک شوند. این امر نشان می دهد که برغم گرایش های سیاسی آشکار برخی از اعضای این گروه ها، در فعالیت های اقتصادی، کاملاً صنفی عمل می کنند و تعامل با همکاران اقتصادی شان را ضروری می دانند و برای این همکاری می توانند تفاوت های سیاسی را معوق بگذارند و بر منافع اقتصادی مشترک تمرکز کنند. بهزادیان در باره همکاری با دولت هم می گوید که «اگر به لحاظ سیاسی با دولتی که سرکار آمده، موافق هم نباشد، قطع همکاری نمی کنم، بلکه سعی می کنم با آن رفاقت و همکاری کنم».

اگر تحول خواهان بتوانند بار دیگر نیمی از کرسی های هیئت رئیسه را به دست آورند، می توانند در تعیین رئیس جدید اتاق ایران نقشی تاثیرگذار ایفا کنند.

مجمع نوآفرینان، گروه محمد ناهوندیان و همفکرانش از جمله یحیی آل اسحاق رئیس اتاق تهران است. در این میان هر چند محمد ناهوندیان به اینکه چهره ای آکادمیک و دانشگاهی است، شهرت دارد و همین باعث برخی انتقادات شده است، آل اسحاق برغم تصدی وزارت بازرگانی در کابینه هاشمی رفسنجانی، چهره ای غیر سیاسی، غیر دولتی و البته اصولگرا دارد.

ناهوندیان و آل اسحاق هر دو بر ضرورت همدلی و همکاری در روز ثبت نام تاکید کردند. منظور هر دو هم همدلی و همکاری میان اعضای آینده اتاق بود و نیز هم همدلی و همفکری میان دولت و اتاق بازرگانی به عنوان نماینده بخش خصوصی. این تاکید پاسخ مستقیمی به منتقدان این دو رئیس بود. به هر حال غیر از تحول خواهان که انتقاد خود از ناهوندیان را علناً و صراحتاً ابراز می دارد، سایر گروه های شرکت کننده در انتخابات اتاق چنین انتقاداتی ندارند و یا ابراز آن را به مصلحت نمی دانند. به نظر می رسد که بیشتر تشکل های خصوصی که قصد شرکت در انتخابات اتاق را دارند، در وهله اول می خواهند جایگاه صنف و به طریق اولی بخش خصوصی را در اتاق تثبیت بخشند، اینکه چه کسی ریاست اتاق را بر عهده می گیرد، برای آنها فرق زیادی ندارد. از اینرو شاید محمد ناهوندیان بتواند امیدوار به تصاحب کرسی ریاست اتاق ایران باشد اما باید خود را برای شنیدن تقاضاهای گروه ها و تشکل هایی که خواهان مشارکت بیشتر هستند، آماده کند. اما یحیی آل اسحاق دیگر عضو این گروه در سمت اتاق تهران، مشکل کمتری برای ریاست اتاق تهران دارد. او بر خلاف ناهوندیان مدعی خاصی ندارد. یحیی آل اسحاق خود معتقد است که به دور از هر گرایش سیاسی در این چهار ساله برای بخش خصوصی کار کرده است و البته این همه را از راه تعامل با دولت انجام داده است.

اما تشکل های خصوصی که در بردارنده تشکل های اقتصادی مهمی مانند خانه صنعت و معدن استان تهران، سندیکای صنعت برق ایران، کانون انجمن های صنایع غذایی ایران، اتحادیه صادرکنندگان فرآورده های نفت و گاز و پتروشیمی و حدود ۵۰ تشکل دیگر، گرایش دیگری است که فعالیت کم سروصدا اما جدی برای انتخابات اتاق بازرگانی آغاز کرده است. تشکل های تولیدکننده سعی دارند تا با مشارکت بیشتر، نفوذ وارد کننده ها را در اتاق ایران محدود کنند و وارد کننده ها نیز که جنب و جوش تولید کننده ها و صادر کننده ها را دیده اند، وارد کارزار رقابت انتخاباتی شده اند.

این تشکل ها با تاکید بر لزوم شکل دهی به ائتلافی بزرگ، اهداف خود که همانا تقویت جایگاه بخش خصوصی در اتاق بازرگانی است را دنبال می کنند تا بتوانند با راهیابی به اتاق و از طریق آن بر تدوین سیاست های اقتصادی دولت تاثیرگذار باشند. در پی فعال شدن ائتلاف بزرگ تشکلها و تاکید آنها لزوم حفظ اتاق به عنوان جایگاه بخش خصوصی در مقابل تهدیدهایی به گوش می رسد، گروه های فعال در انتخابات با پذیرفتن کمیته داوری منتخب تشکل ها، گام های سریعتری را برای شکل دهی به ائتلافی گسترده برداشته اند.

با اینکه هنوز بسیاری از این تشکل ها بویژه در شهرستان ها یا درکی از اهمیت انتخابات ندارند و یا به فعالیت موثر در اتاق اعتقادی ندارند، آنهايي که شرکت کرده اند به گسترش و تعمیق نقش بخش خصوصی در اتاق ایران و از طریق آن در سیاست گذاری های کلان اقتصاد کشور حتی در سطح محدود و میسر اعتقاد دارند. پیگیری حقوق و خواسته ها از سوی تشکل ها می تواند حتی مدیران اتاق ها را با هر ویژگی که دارند، سستی و بی دولتی، به سمت تغییر در بهبود وضعیت اتاق در تعامل با دولت سوق دهد. برای این کار تشکل ها باید در میان اعضای خود اهمیت مشارکت در انجمن های صنفی بویژه در شهرستان ها را تقویت کنند تا از طریق این مشارکت نگاه ملی و کلان نگر بتدریج جایگزین نگاه محلی و فردی شود و در این فرصت کوتاه نباید فرصت را از دست بدهد و باید برای اعضای خود اهمیت رای دادن در انتخابات را جا بیندازد. ♦

به این شعار اتاق بازرگانی یکی از کشورهای بزرگ صنعتی نگاهی بیاندازید:
«ما برای کسب و کار شما مبارزه می کنیم»

ین

۲. انتخاب اعضاء و مديران همسو و هماهنگ با منافع

با اين فرض كه ظرفيت بالقوه اتاق مشخص شده باشد، اينك موضوع انتخاب افرادى كه مى خواهند آنرا بالفعل كنند صاحب اهميت مى شود. مشاركت فعال و انتخاب هدفمند و آگاهانه افراد نقش مهمى در اثربخشى اين نهاد ايفا مى كند. انتخاب افرادى كه نماينده بخش هاى مختلف اقتصاد اعم از صنعت، خدمات، معدن، بازرگانى . . . باشند و به ميزان نقش خود در اقتصاد انتخاب شوند و در ضمن داراى استقلال راي از دولت و گروه هاى سياسى بوده و همچنين به اولويت ها و مسائل كسب و كار به خوبى آشنا باشند و در آخر با منافع حوزه هاى مختلف بخش خصوصى همسو باشند، مى تواند در سال هاى آتى تاثيرات بسيار مثبتى را بر روى كسب و كار بگذارد. آنها مى توانند از اين طريق فضاي كسب و كار ما را موثرتر مديريت نمايند.

۳. تعيين خط مشى و جهت گيرى كلان بخش خصوصى

مشاركت در انتخابات اتاق بازرگانى و انتخاب افرادى كه به بخش هاى مختلف كسب و كار تعلق داشته و با برنامه هاى مشخص و شفاف وارد مى شوند، مى تواند در خط مشى ها و جهت گيرى هاى صنعت در چهار سال آينده نقش تعيين كننده داشته باشد. لذا همانطور كه در مقدمه اشاره شد، عدم مشاركت در انتخابات تا چهار سال آينده بخش خصوصى را در حوزه هاى مختلف صنعت، خدمات، معدن، بازرگانى و . . . با بى برنامه گى، بى مسئوليتى و بى هدفى مواجه مى كند.

۴. ارائه تصوير يكپارچه، منسجم و متحد از بخش خصوصى

همانطور كه بيان شد بخش خصوصى يكي از سه ضلع سه جانبه گرايى است. از اين رو حضور حداكثرى در انتخابات اتاق نقش مؤثرى در تصويرسازى از بخش خصوصى و اهميت آن در نگاه ساير بازيگران دارد. همچنين سند چشم انداز بيست ساله و برخى مواد قانون برنامه پنجم توسعه كشور نيز در راستاى اعطاي نقش و مسئوليت بيشتر به بخش خصوصى و تشكلى هاى صنفى و اتاق بازرگانى گام برداشته است. از اين رو مشاركت جمعى ما مشروعيت و اعتبار اين نهاد غيردولتى را بعنوان پارلمان بخش خصوصى نزد ساير فعالان و تاثيرگذاران حوزه سياست گذارى و تصميم گيرى افزون تر نموده و با فعاليت منسجم خود مى توانيم گام مهمى براى نقش آفرينى و به عهده گرفتن نقش و مسئوليت در آينده اقتصادى كشور و بهبود فضاي كسب و كار خود برداريم.

۵. تاكيد بر حقوق و نقش كارفرمايان و كار آفرينان

در سده اخير كه دولت ها با تكيه بر درآمدهاى بادآورده نفتى، اقتصادى بى پشتوانه را فراهم آورده اند و توانسته اند نقش بخش خصوصى را در ايجاد اشتغال، افزايش درآمد ملي و بهبود ساير شاخص هاى اقتصادى كم اهميت بهرماي □ كه همچنين تسلط ادبيات چپ در عرصه سياسى و اقتصادى كشور از

با بخش‌های مختلف اقتصاد ملی و بین‌المللی و همچنین ایجاد دسترسی به این اطلاعات برای فعالان اقتصادی با استفاده از فناوری اطلاعات است. استراتژی سوم؛ یک موضوع جدی است که اتاق در قبال اعضای خود و فعالان اقتصادی متعهد است. این استراتژی، پیگیری منافع جمعی و صنفی با هدف ارتقاء مشارکت اعضا و افزایش تأثیرگذارای فعالان اقتصادی در عرصه‌های اقتصادی است. برای انجام این امر، اتاق به‌طور پیوسته نیاز دارد که منافع اعضا را تأمین کند و یک ارتباط منطقی بین اتاق و منافع اعضا به‌وجود آورد و این مستلزم محک‌زدن اتاق‌های سایر کشورها است و از طریق مطالعات تطبیقی و گسترش خدماتی که به اعضایش می‌تواند داشته باشد، پدید می‌آید. در بررسی که انجام دادیم متوجه شدیم ۴۲ موضوع خدمت در اتاق‌های دنیا وجود دارد که ما باید در آن‌ها ورود پیدا کنیم. برنامه دوم که ذیل این استراتژی باید کار کنیم، می‌باید ابزاری را فراهم کنیم که قدرت تجزیه و تحلیل، یکپارچه‌سازی و

اتاق، یکی دیگر از این فعالیت‌ها است. دیگر موضوعی که در استراتژی شماره دو، مطرح است؛ مسأله زمینه‌سازی و فراهم آوردن بستر تبدیل اتاق به یک سازمان یادگیرنده است؛ یعنی سازمانی که از اعضای خود برای بهبود عملکردش استفاده می‌کند و با ارتقاء تجارب، دستاوردها و مستندسازی آن تجارب و فرهنگ‌سازی که بین اعضا وجود می‌آورد، ظرفیت بهره‌مندی همه اعضای اتاق و همه ارگان‌های کشور از دستاوردهای دانش و تجربیات اتاق را فراهم می‌کند. یکی از فعالیت‌هایی که زیر این استراتژی قرار می‌گیرد، بهره‌گیری از نخبگان و فعالان اقتصادی است. اتاق می‌باید در درون خودش چنین فضایی را ایجاد کند و انگیزه‌های فعالان اقتصادی را ارتقاء دهد؛ به گونه‌ای که آن‌ها در مسیر تصمیم‌سازی‌ها، فعالانه ایفای نقش کنند. یکی دیگر از فعالیت‌هایی که اتاق باید انجام دهد، این است که می‌باید مداخله دولت را در اتاق از طریق تحلیل پیوسته عملکرد کاهش دهد و سعی کند آنقدر قابلیت، توانمندی و کارآمدی نشان دهد که موجبات کسب اعتماد روزافزون را داشته باشد. در نتیجه اعتماد دولت به اتاق افزایش پیدا می‌کند که با تحقق این امر، طبعاً جایی برای دخالت دولت در اتاق باقی نمی‌ماند. برنامه دیگر مربوط به استراتژی دوم، ایجاد شبکه اطلاعاتی فراگیر از بانک‌های اطلاعاتی مرتبط

است. دقت کنید که تک تک این عناصر دارای اهمیت است. اولاً اتاق به عنوان یک نهاد غیردولتی و مردم‌نهاد مطرح است. کانون اولیه قدرت اتاق از دانش و تجربه اعضای خود است. در عین حال فعالیت‌های اتاق مبتنی بر دانش تجربی و علمی است. در دانش تجربی، اتاق امتیاز برجسته‌ای نسبت به سایر سازمان‌های مردم‌نهاد پیدا می‌کند؛ چون اعضای اتاق را فعالان اقتصادی تشکیل می‌دهند که سرشار از تجربه‌های اقتصادی در بنگاه‌های شخصی خودشان هستند که این تجربه‌ها، می‌تواند سرمایه ملی محسوب شود و این سرمایه می‌تواند به دولت، مجلس و سایر دستگاه‌ها و نهادها کمک شایسته‌ای بکند. برای تحقق این استراتژی، اتاق باید چندین زمینه فعالیت را در خودش ایجاد کند؛ حرکت به سمت فراگیر شدن فعالیت‌های اتاق از لحاظ متنوع شدن فعالیت‌های اتاق، تعدد تشکلهای و فعالان اقتصادی یکی از این برنامه‌ها می‌باشد. یعنی تمام تشکلهای اقتصادی مرتبط با بخش خصوصی بتوانند حول محور اتاق به انسجام و وحدت برسند. تغییر برای گسترش فعالیت‌های اتاق و جلب مشارکت‌های مردم برای اجرایی کردن برنامه‌های

گذر از اقتصاد دولتی به خصوص در چند سال گذشته با ابلاغ سیاست‌های کلی اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی مورد توجه دولت و دست‌اندرکاران اقتصادی کشور قرار گرفته است. به همین جهت اتاق بازرگانی برنامه‌های متعددی در این زمینه تدوین کرده است. یکی از این برنامه‌ها، تدوین استراتژی‌های ۱۲گانه اتاق بازرگانی در مسیر آینده است. استراتژی اول؛ توسعه توانمندی‌ها و ظرفیت سازمانی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن با محوریت ارتقاء، تغییرپذیری و انعطاف‌پذیری اتاق است. در چارچوب این استراتژی، چندین برنامه مطرح است که یکی از این برنامه‌ها، تنظیم و تدوین قانون جدید اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران است. برنامه دوم طراحی، پیاده‌سازی و به روزآوری ساختار سازمانی اتاق بازرگانی است. فعال کردن واحد مدیریت سرمایه‌های انسانی در اتاق که پیش‌زمینه انجام این فعالیت است، شروع شده اما باید تلاش‌های بیشتری صورت بگیرد. برنامه دیگر، فرهنگ‌سازی در زمینه تغییر و تحول سازمانی از طریق استفاده از مستندات است. برنامه بعدی توانمندسازی مالی اتاق بازرگانی است که از طریق توسعه منابع و دانش و نظام مالی امکان‌پذیر است. استراتژی شماره دو: تحکیم جایگاه اتاق بازرگانی به عنوان نهادی غیردولتی، دانایی محور و فراگیر

د

قدرت انتقال متقابل نظرات فعالان اقتصادی و حاکمیت را داشته باشد. در ارتباط با منافع جمعی، صنفی و فردی اعضاء به عنوان نمایندگان بخش‌های مختلف اقتصادی و تحقق نظرات اعضاء را به صورت جامع در طرح‌های بزرگ پوشش دهد. همان‌طور که می‌دانید اتاق بازرگانی ایران، طبق قانون، مشاور سه قوه است پس طبیعتاً نمی‌تواند دولت را ملزم به کاری بکند اما می‌تواند به عنوان تصمیم‌ساز، آنچنان نظرات پخته و شایسته تولید کند که بتواند آن نظریات را به عنوان توصیه به مراجع دولتی، قانونگذاری و قضایی ارائه کند. یکی دیگر از کارهایی که در ذیل استراتژی مذکور طبیعتاً باید انجام دهد، کمک به ایجاد تشکل‌های کارفرمایی حرفه‌ای و صنفی در زمینه‌های مختلف است. از موضوعات دیگری که در ذیل این استراتژی قابل شناسایی است، مسأله شناسایی مشکلات واحدهای اقتصادی و به کارگیری و انجام مطالعات، بررسی‌ها و تحقیقات مربوط و پیگیری و بررسی مشکلات همراه با ارائه راه‌حل‌ها است. یکی دیگر از قلمروهای فعالیت در این استراتژی، تشویق فعالان عرصه بازرگانی، صنعت و معدن در اجرای قوانین و مقررات جاری کشور است و در نهایت، اتاق عهده‌دار ارائه فعالیت‌های آموزشی برای توانمندی اعضاء است. همچنین زمینه ارتقاء استانداردهای کسب و کار و رقابت‌پذیری آن‌ها را فراهم کند.

چهارمین استراتژی: موضوعی مهم و اثرگذار با توجه به شاکله اجتماع فعلی ما است. تلاش در جهت توسعه فرهنگ مشارکت و ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی و افزایش همکاری اعضاء با یکدیگر، استراتژی چهارم اتاق است. برای تحقق این امر به چشم‌انداز مشترکی برای همه اعضاء اتاق نیاز داریم تا آن‌ها با این اهداف با راهبردهای توسعه ملی آشنا تر شوند. در حقیقت اتاق به اعضاء خودشان کمک می‌کند تا آن‌ها جایگاه خودشان

را در وضعیت اقتصاد ملی پیدا کنند و بدانند که در جهت تحقق اهداف، سیاست‌ها و راهبردهای ملی چه کارهایی را باید انجام دهند.

برنامه دیگر در ذیل این استراتژی، کمک به ایجاد تشکل‌های حرفه‌ای و صنفی در زمینه‌های مختلف و حمایت از تشکل‌های موجود است. ما تشکل‌های گسترده‌ای داریم و طبیعتاً این‌ها نیاز به بهینه‌سازی و متناسب شدن دارند. ما هنوز در برخی از شاخه‌های فعالیت‌های اقتصادی، تشکل وجود ندارد که باید ایجاد شوند. به همین دلیل اتاق خودش را ملزم می‌داند که پیرامون موضوعی که خلاء وجود دارد، یعنی جدول عمومی تشکل‌های اقتصادی، کار کند و به عنوان مرجع عرضه این جدول ملی برای کشور عزیزمان فعالیت کند. برنامه دیگر که اتاق در این زمینه فعال است، گردآوری و سنجش نظرات تشکل‌های عضو است. به گونه‌ای که بین فعالان اقتصادی همسویی به وجود آورد و ایجاد هم‌نویسی بین دولت و آن‌ها تحقق پذیرد. طبیعتاً برای تحقق این امر باید یک سلسله جلسات منظم و برنامه‌ریزی شده میان افراد برای تبادل افکار میان فعالان اقتصادی عضو اتاق جهت ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی پیرامون موضوعات خاص به وجود آید. در اختیار قرار دادن اطلاعات مورد نیاز به صورت روان برای اعضاء باید مورد توجه قرار گیرد، ضمن اینکه باید از بهترین تکنولوژی‌های اطلاعات هم برای گسترش شبکه ارتباطی بین اعضاء استفاده کامل کند.

پنجمین استراتژی: کمک و ترغیب ارکان حکومت به منظور بهبود فضای اقتصادی در جهت توسعه بخش خصوصی و حمایت از کارآفرینی

د

است که در این زمینه ضرورت انجام تحقیقات پیوسته علمی وجود دارد. این مهم باید با استفاده از مراکز مطالعاتی درون اتاق و مراکز مطالعاتی داخل کشور به گونه‌ای انجام پذیرد که بتواند مسأله توسعه بخش خصوصی و حمایت از کارآفرینی را به دغدغه حکومت و جامعه تبدیل کند. برنامه دیگری که می‌توان برشمرد، این است که مشکلات فعالان اقتصادی به صورت پیوسته شناسایی و نظرها و تجارب آنها به صورت راهکار اجرایی در زمینه بهبود فضای اقتصادی عرضه شود تا از این هزینه‌های تصمیم‌گیری‌های دولت کاهش پیدا کند. برنامه سومی که در تحقق این استراتژی ضرورت می‌یابد، ایجاد تعامل مستمر و دائمی در زمینه توسعه بخش خصوصی و حمایت از کارآفرینی در سطوح مختلف تصمیم‌گیران دولت، مجلس و نظام قضایی است. در این زمینه استفاده از صاحب نظران و تهیه نظرات مشورتی و ارائه تحلیل‌های توسعه بخش خصوصی و حمایت از کارآفرینی در ارکان حکومتی باید مورد توجه قرار گیرد. از سوی دیگر، یکی از وظایفی که در این چارچوب می‌توان برشمرد، کمک به رشد اتاق‌های استان‌ها است به گونه‌ای که بتوانند به عنوان رکن مشورتی حکومت در هر استان تبدیل شوند که زمینه بهبود فضای اقتصادی کشور فراهم شود. در ادامه این موضوع، برنامه‌ای که قابل توصیه است، شناخت سیاست‌های توسعه بخش خصوصی و کارآفرینی در سایر کشورها است که این امر با انجام یک سلسله مطالعات تطبیقی امکان پذیر است تا نتایج آن را به حکومت ارائه کند.

استراتژی شماره شش: کمک به ارتقاء سطح دانش و توانایی مدیران اقتصادی کشور است. این نکته مهمی است که در دنیای زندگی می‌کنیم که همه فعالیت‌ها، دانش بنیان باشد. این روزها، هیچ تصمیمی بدون اتکاء به دانش و خرد و فهم متعالی امکان‌پذیر نیست. طبیعتاً دانایی محور شدن تشکل‌های اقتصادی عضو و غیر عضو اتاق، یکی از وظایف اصلی اتاق خواهد بود. آشنا ساختن مدیران و سرمایه‌های انسانی که در مدیریت اقتصادی کشور حضور دارند و همچنین باید خود اعضاء اتاق را با توسعه اقتصادی آشنا کرده و به تشریح سیاست‌ها، راهبردها و چشم‌انداز توسعه کشور اقدام کنند. انجام تحقیقات و بررسی‌های علمی در مورد منابع انسانی مؤثر در عرصه‌های مدیریت اقتصادی و شناسایی شاخص‌های عملکردی مدیران اقتصادی در این حوزه و ارائه نتایج به مراجع کشور از جمله موضوعاتی است که ذیل همین استراتژی، اتاق عهده‌دار آن است. در مسیر تحقیق همین استراتژی موضوع ساماندهی و برگزاری دوره‌های آموزشی مناسب به عهده اتاق تلقی می‌شود. براساس نیازهای آموزشی به طور پیوسته می‌باید توسط اتاق، نیازسنجی شده. حاصل این برنامه‌ها باید منجر به ارتقاء قابلیت‌های مدیران شود. برگزاری سمینارها و کنفرانس‌ها در عرصه فعالیت‌های اقتصادی هم از جمله موضوعاتی است که ذیل همین استراتژی قابل تصور است.

هفتمین استراتژی که می‌توانیم بگوییم: مسأله تشویق سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی و همچنین گسترش مشارکت عامه مردم در فعالیت‌های اقتصادی است. این موضوع مهمی است زیرا در تمامی برنامه‌های کشور، پیش‌بینی شده و اتاق هم موظف به ایفای نقش خود است. برای تحقق این استراتژی،

گ

ضرورت دارد ساماندهی فعالیت‌ها و مشاوره اقتصادی بانک‌های اطلاعاتی متنوعی که در زمینه‌های مختلف اقتصادی وجود دارند، صورت پذیرد. همچنین دسترسی سرمایه‌گذاران و کلیه علاقمندان به فعالیت‌های اقتصادی را به اطلاعات تسهیل کند. هات:

دوره هفت ماهه و تغییر ساختار سازمانی اتاق

❖ اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران این روزها در انتظار هفتمین دوره انتخاباتش است. اتاق که آرام آرام جایگاه واقعی خود را به عنوان پارلمان بخش خصوصی و قدرتمندترین حلقه ارتباط میان دولت و صاحبان بخش خصوصی در حوزه تجارت، صنعت و معدن به دست آورده، در طول ۴ سال گذشته حضور پررنگی در عرصه‌های مختلف تصمیم‌سازی‌ها از جمله تدوین برنامه پنجم توسعه و نیز شورای پول و اعتبار داشته است. اکنون که به تدریج به زمان انتخابات اتاق‌های بازرگانی نزدیک می‌شویم، فعالین اقتصادی و تشکل‌های صنعتی و اقتصادی تلاش می‌کنند حضوری فعال‌تر از گذشته در این عرصه داشته باشند.

به همین دلیل میزگردی با موضوع بررسی عملکرد اتاق در طول ۴ سال گذشته و نیز نحوه جلب مشارکت بیشتر اعضای اتاق و تشکل‌های صنعتی در محل سندیکای صنعت برق ایران برگزار شد که دکتر سید حمید حسینی، عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران و رییس اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفت و گاز و پتروشیمی، دکتر شمس اردکانی، رییس کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و رییس هیات مدیره اتحادیه صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی و صنایع انرژی، مهندس محمد پارسا، رییس هیات مدیره سندیکای صنعت برق ایران و مهندس صالحی، عضو هیات مدیره و دبیر سندیکا میهمانان آن بودند.

■ مهندسی سیاسی راد:

مسئله اصلی شماره آینده ماهنامه ستبران، انتخابات اتاق و تاثیر آن بر بنگاه‌های صنعتی است. مسأله اصلی بسیاری از بنگاه‌هایی که از آن‌ها نظر سنجی شده این است که اهمیت اساسی انتخابات اتاق برای شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی چیست؟ به همین دلیل تلاش ما در طول این میزگرد این است که علاوه بر بحث و تبادل نظر درباره اهمیت اتاق، این مسأله را نیز روشن کنیم که جایگاه واقعی اتاق و وظایف و مأموریت‌های آن در پیشبرد سیاست‌های اقتصادی و توسعه‌ای بنگاه‌های اقتصادی چیست؟ سؤال کلیدی من این است که چرا انتخابات اتاق مهم است؟

■ دکتر حسینی:

اهمیت انتخابات اتاق بازرگانی در حقیقت در گرو اهمیت قابل توجه این نهاد است. اتاق بازرگانی تنها ارگان بخش خصوصی کشور است که وجه قانونی قدرتمندی دارد. اتاق به این دلیل که قانون تصویب شده توسط مجلس شورای اسلامی دارد، نسبت به سایر تشکل‌های بخش خصوصی کاملاً متمایز است. خصوصی‌ترین نهاد دولتی و دولتی‌ترین نهاد خصوصی است. اتاق بازرگانی و صنایع و معادن با پشتوانه و بر مبنای مصوبات قانونی تشکیل شده و رسماً مسئولیت مشاوره سه قوه را بر عهده دارد. حضور نسبتاً موفق اتاق در طول دو سال اخیر در فضای اقتصادی کشور در نهایت منجر به پررنگ شدن نقش اتاق در قانون پنجم توسعه شد. در حقیقت ما شاهد بودیم که در این قانون اهمیت قابل توجهی برای اتاق بازرگانی و صنایع و معادن قائل شده‌اند.

در طول دو سال گذشته چندین مسئولیت کلیدی به اتاق‌های بازرگانی واگذار شد که تا پیش از این دولت عهده دار آن‌ها بود. یکی از مباحث کلیدی که به اتاق سپرده شده، بحث بهبود فضای کسب و کار است. بر همین اساس مجلس، تدوین لایحه برای بهبود فضای کسب و کار را به اتاق بازرگانی سپرد. در حال حاضر مجلس علاوه بر مشارکت دادن اتاق در ۱۰ ماده قانونی، زمینه‌های لازم برای حضور نمایندگان اتاق در مجمع عمومی بانک مرکزی، شورای پول و اعتبار و صندوق توسعه ملی را نیز فراهم کرد.

بر مبنای مصوبات مجلس شورای اسلامی، اتاق همچنین در رفع موانع تولید و پایش اصل ۴۴ مسئولیت‌های تازه‌ای را عهده دار شده است. در حال حاضر شرایط بودجه‌ای اتاق هم با گذشته متفاوت است. تا پیش از این اتاق با همه شعباتش رقمی بالغ بر ۱۵ میلیارد تومان بودجه داشت اما در پیش بینی ما این است که با وجود مصوبه کنونی مجلس مبنی بر تخصیص یک هزارم میزان فروش شرکت‌های عضو به اتاق‌ها، بودجه سالانه اتاق‌های بازرگانی ممکن است به ۱۰۰ تا ۱۵۰ میلیارد تومان برسد.

یکی از اصلی‌ترین نقاط ضعف بخش خصوصی در مقابل دولت، بدنه کارشناسی آن بود. در حقیقت توان کارشناسی بخش



به تدریج ما را به نسل دوم اتاق‌ها نزدیک می‌کند. ما در تعامل با مجلس شورای اسلامی و تدوین قانون برنامه بودجه به موفقیت‌های قابل توجهی دست یافتیم و در نهایت به دلیل اعمال نظرهای اتاق، برنامه تصویب شده در مجلس با آنچه که توسط دولت ارائه شده بود، تفاوت‌های قابل توجهی داشت.

در حال حاضر پیشنهادی در مجلس مطرح شده که بر مبنای آن باید سی نفر از فعالین اقتصادی کشور به نمایندگان مجلس افزوده شود. به این ترتیب که اتاق‌های بازرگانی، تشکل‌ها و اصناف، با مکانیزمی مختص به خود، افرادی را برگزیده و به مجلس شورای اسلامی معرفی کنند. از دیدگاه من، اینکه مجلس پذیرفته به این دلیل که کار اقتصادی انجام نداده و با مسائل و مشکلات و نیازهای بنگاه‌های صنعتی کشور ناآشناست، نیاز به نمایندگانی از این حوزه دارد، یک دستاورد بزرگ برای بخش اقتصاد و صنعت کشور است. به طور قطع فضای اقتصادی کشور با چنین دستاوردهایی تغییر خواهد کرد. ما باید به سمتی حرکت کنیم که فضا برای ورود اعضای هیات نمایندگان اتاق بازرگانی به مجلس فراهم شود.

فراوش نکنید که یکی از مشکلات اساسی امروز ما این است که نمایندگان مجلس مسائل و مشکلات اصلی بخش صنعت را به خوبی درک نمی‌کنند، چرا که فضایی که ما در حال فعالیت در آن هستیم، با نوع دانش و حوزه فعالیت آن‌ها تفاوت‌های اساسی دارد. در همین راستا نقش اتاق‌های بازرگانی بسیار کلیدی است، چرا که فضای لازم را برای حضور قانونی، مستمر و تاثیرگذار بخش خصوصی در تصمیم‌سازی‌های کشور فراهم می‌کند.

لذا باید تلاش کنیم که افرادی خوش فکر، تحصیلکرده، علاقمند به بخش خصوصی و شایسته در این انتخابات حضور یافته و در نهایت به عنوان اعضای هیات نمایندگان برگزیده شوند.

■ مهندس سیاسی راد:

آقای مهندس شایان؛ به نظر می‌رسد کمیسیون تشکل‌های اتاق بازرگانی در عبور از نسل اول اتاق‌های بازرگانی به سمت اتاق‌های نسل دوم و فعال کردن تشکل‌های عضو اتاق و وارد کردن آن‌ها به تصمیم‌گیری‌های اتاق و سایر ارگان‌ها، تاثیر بسزایی داشته است. دیدگاه شما در این خصوص چیست؟

خصوصی علیرغم تمام توانمندی‌هایش نمی‌توانست با ارگان‌هایی مانند مرکز پژوهش‌های مجلس با ۱۵ تا ۲۰ میلیارد تومان بودجه سالانه، رقابت کند. این مساله در مورد وزارتخانه‌های مختلف هم صدق می‌کرد. چرا که آن‌ها با اتکا به بودجه دولتی خود بدنه کارشناسی عظیم و قدرتمندی را ایجاد کرده بودند که قدرت جمع آن در بخش خصوصی و حتی اتاق‌های بازرگانی به دلیل محدود بودن منابع مالی امکان پذیر نبود. بنابراین اتاق تنها به ارائه نظرات تجربی بسنده می‌کرد. اما با این مصوبه مجلس، این ظرفیت در اتاق ایجاد خواهد شد.

لذا با توجه به فرصت‌هایی که برای حضور اتاق در حوزه تصمیم‌سازی کلان کشور ایجاد شده، اهمیت و ضرورت مشارکت اعضا در انتخابات آن مشخص می‌شود. تاکید می‌کنم که با وجود حضور فعال اتاق در بخش‌هایی که برای صاحبان بنگاه‌های اقتصادی اهمیت قابل توجهی دارد، این تشکل باید جایگاه افرادی شایسته و کارآمد باشد. کسانی باید به اتاق راه یابند که بتوانند از ظرفیت و پتانسیل ایجاد شده، به خوبی استفاده کنند. وقتی افراد شایسته به هیات نمایندگان راه یابند، به طور قطع افرادی شایسته نیز در راس اتاق به عنوان هیات ریسه قرار خواهند گرفت و در نهایت به ارتقای جایگاه اتاق کمک خواهند کرد. مشکل کنونی ما این است که متأسفانه هنوز هم در اتاق‌های نسل اولی متوقف شده‌ایم. در دنیا اتاق‌های بازرگانی سه نسل را پشت سر گذاشته‌اند. در نسل اول، اتاق‌ها با توجه به فضای اقتصادی کشورها به دنبال تعامل با دولت بودند. اتاق‌های نسل دوم اما بدل شدن به تشکل تشکل‌ها را مد نظر قرار می‌دهند و تلاش می‌کنند که تشکل‌های عضو خود را به بازیگران اصلی صحنه‌های اقتصادی تبدیل کنند. اتاق‌های نسل سوم به دنبال مسئولیت‌های اجتماعی، شامل محیط زیست، حقوق بشر و... هستند.

به عنوان مثال اتاق بازرگانی فرانسه به دنبال تعامل با دولت این کشور نیست. شاید دولت به دنبال تعامل با اتاق باشد اما اتاق این مساله را به عنوان یکی از مسئولیت‌ها و ضرورت‌های خود مد نظر قرار نمی‌دهد. این دولت است که برای تدوین و پیاده‌سازی سیاست‌های کلان اقتصادی و بازرگانی و صنعتی خود از اتاق‌های بازرگانی کمک می‌گیرد.

ما اگر چه هنوز به دلیل شرایط اقتصادی کشور، به فضای اتاق‌های نسل سوم نزدیک نشده‌ایم، اما به تدریج از نسل اول اتاق‌های بازرگانی هم فاصله می‌گیریم. جهشی که در طول سال‌های اخیر در اتاق‌های بازرگانی کشور رخ داده

■ مهندس شایان:

همانطور که آقای دکتر اشاره کردند، اتاق تشکل تشکل‌های بخش خصوصی در حوزه‌های صنعت، تجارت، معدن و... است. لذا هر چه حضور و مشارکت مدیران متخصص این حوزه‌ها با اتاق بیشتر باشد، به طور قطع موفقیت‌ها و توانمندی‌های اتاق بیشتر خواهد شد. در طول دو سال اخیر در اتاق بازرگانی کارهای بسیاری انجام شده و کمیسیون تشکل‌ها هم از این قاعده مستثنی نیست. یکی از کارهایی که کمیسیون انجام داد این بود که تفکر پیدایش سیستم تشکلی را در اتاق بازرگانی ایجاد کرد و ما امیدواریم که با همکاری هیات نمایندگان و تشکل‌های عضو اتاق بتوانیم این تفکر را پیاده کنیم. مساله‌ای که تا امروز با آن مواجه بوده‌ایم این است که تشکل‌های عضو اتاق، فارغ از توان عملیاتی، تعداد اعضا و میزان فعالیتشان از یک ارزش مساوی برای اتاق برخوردارند.

ما در کمیسیون تشکل‌ها تلاش کردیم این تفکر را تغییر دهیم و نتیجه آن باز دیده‌های هیات ریسه اتاق از تشکل‌های عضو این نهاد و آشنایی با فعالیت‌ها و پتانسیل‌های آن‌ها بود. در همین راستا جلسات متعددی نیز با روسای تشکل‌ها برگزار و شرایط حوزه‌های مختلف صنعت کشور بررسی شد. ما امیدواریم که این روند در دوره بعدی هیات ریسه اتاق بازرگانی باز هم به شکل جدی دنبال شود. چراکه هر چه اتاق قوی‌تر باشد می‌تواند به قدرتمند و پویا شدن بخش خصوصی کشور کمک بیشتری کند.

امروز بخش خصوصی با مسائل و مشکلات متعددی روبرو است و اگر اتاق حضور قوی‌تری در حوزه‌های تصمیم‌سازی کشور داشته باشد به طور قطع بخش خصوصی می‌تواند امید بیشتری به حل مشکلات خود داشته باشد. به همین دلیل هم ما باید تلاش کنیم که حضور فعال‌تری در انتخابات اتاق داشته باشیم و با برقراری ارتباطات و تعامل‌های سازنده با سایر تشکل‌های عضو اتاق و ایجاد نوعی همدلی میان صاحبان بخش خصوصی در حوزه‌های مختلف، افرادی شایسته و کارآمد را در راس اتاق‌های بازرگانی تهران و شهرستان‌ها قرار دهیم.

تاکید می‌کنم که نباید فقط به اتاق تهران بسنده کنیم، چراکه با یک گل بهار نمی‌شود. همه اتاق‌ها باید هیات ریسه و هیات نمایندگان کارآمد و شایسته داشته باشند تا در نهایت نتیجه تلاش‌ها و تصمیم‌گیری‌های آن‌ها در قالب فعالیت‌های اتاق ایران نمود پیدا کرده و برای بخش خصوصی کارساز واقع شود و صنعت، تجارت و اقتصاد کشور را به سمت پویایی سوق دهد.

■ مهندس سیاسی راد:

آقای دکتر حسینی؛ شما بر این مساله تاکید می‌کنید که اتاق به دلیل جایگاه و نقش پراهمیتش، بر سرنوشت همه بنگاه‌های اقتصادی ما تاثیرگذار است. این نکته، مساله تازه‌ای برای اتاق محسوب نمی‌شود. در حقیقت اتاق بازرگانی در طول سی سال گذشته هم نقشی تعریف شده در قانون داشته و به عنوان مشاور قوای سه‌گانه کاملاً پذیرفته شده بوده است. حتی تا پیش از تغییرات ایجاد شده در قانون برنامه پنجم، اتاق بازرگانی در بیش از ۶۰ شورای مشترک با دولت و مجلس به عنوان ناظر و یا یکی از اعضای اصلی ایفای نقش می‌کرده است.

مساله اینجاست که علیرغم نقش اتاق، تنها ۱۰ درصد از صاحبان صنعت برق در انتخابات دوره گذشته آن، حضور داشتند و این امر نشان می‌دهد که انتخابات اتاق برای ۹۰ درصد از فعالین این صنعت، از اهمیت چندانی برخوردار نبوده است. سؤال من این است که چه مساله‌ای سبب شده که بنگاه‌های اقتصادی ما نسبت به تاثیر قابل توجه اتاق در حوزه تصمیم‌گیری‌های کلان کشور، آشنایی چندانی ندارند و یا برای آن اهمیت چندانی قائل نیستند؟

■ دکتر حسینی:

دیدگاه من این است که برای پاسخ به این سؤال باید نقدی بر عملکرد سی ساله اتاق

داشته باشیم. اولین مساله‌ای که با آن مواجه بوده‌ایم این است که در طول سال‌های پس از انقلاب، گردش اطلاعات صحیحی در اتاق‌های بازرگانی وجود نداشته است. عدم حضور فعال رسانه‌ها در اتاق یکی از اصلی‌ترین خلاءها در فعالیت‌های اتاق‌های بازرگانی بوده که در نهایت به مختل شدن گردش اطلاعات در این نهادها منجر شده است.

یکی دیگر از مشکلاتی که به تضعیف جایگاه اتاق در میان فعالین اقتصادی منجر شده، نبود گردش قدرت در این نهاد بوده است. ثابت ماندن افرادی که در راس اتاق قرار داشتند برای یک دوره ۲۴ ساله، به تدریج انگیزه اعضای اتاق برای حضور فعال در انتخابات را از میان برد.

تا چند سال گذشته اتاق بازرگانی خود را نماینده بخش خصوصی نمی‌دانست، بلکه خود را نماینده نظام برای کنترل بخش خصوصی تلقی می‌کرد. فقدان ارتباط با مجلس و تشکل‌ها، یکی دیگر از مشکلات اتاق بود. در حقیقت اتاق نتوانسته بود از پتانسیل‌های خود به خوبی استفاده کند و با مجلس و دولت ارتباط نظام‌مندی داشته باشد و نقش خود را به عنوان مشاور قوای سه‌گانه ایفا کند. امروز هیچ کس منکر این مساله نیست که اتاق نتوانسته تعامل فعالی با تشکل‌های عضو خود برقرار کند.

البته هنوز هم فضای تشکلی اتاق، فضای بسته‌ای است. ما به جای اینکه از ایجاد تشکل‌های جدید استقبال کنیم، گاه حتی سد راه آن‌ها می‌شویم. هنوز این تفکر در بخش خصوصی ما پذیرفته شده نیست که برای توسعه کشور نیازمند افزایش کمی تشکل‌ها هستیم تا در مرحله بعد بتوانیم آن‌ها را از نظر کیفی ارتقا داده و به بنیان‌های توسعه‌ای کشور بدل کنیم. این روندی است که در همه کشورهای توسعه یافته دنیا دنبال شده است.

اتاق‌های بازرگانی به دلیل محدود بودن منابع بودجه‌ای خود، فاقد تیم‌های کارشناسی برای انجام کارهای تحقیقاتی بوده‌اند و همین مساله به تضعیف جایگاه آن‌ها منجر شده بود. به همین دلیل هم اتاق‌ها به ناگزیر تنها می‌توانستند از توان تجربی اعضای خود بسنده کنند و اظهار نظرهای کارشناسی نمی‌کردند. این بود که در اتاق پیشینه طرح یا لایحه‌ای تدوین نشده بود و تنها کاری که اتاق‌ها می‌توانستند انجام دهند این بود که پس از تصویب یک قانون نسبت به عواقب و نتایج آن اعتراض کرده و یا هشدار دهند. اما حضور فعال اتاق در تدوین قانون برنامه پنجم نشان داد که این نهاد به تدریج در حال فاصله گرفتن با فضای است که تا پیش از این در آن قرار داشت.

تا چند سال پیش اتاق تهران به صورت مستقل فعالیت مشخصی نداشت و در اتاق ایران ادغام شده بود، در صورتی که اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران با وجود تعداد قابل توجه اعضای خود، پتانسیل قابل توجهی دارد که در حال حاضر به خوبی از آن استفاده می‌کند.

ارتباط اتاق با اعضای خود بسیار ضعیف بوده و هنوز هم نتوانسته راهکار مناسبی برای برقراری یک ارتباط فعال با اعضای خود پیدا کند. اتاق باید از هر طریقی از جمله، ارتباط الکترونیکی، کاریابی و یا گردهمایی با اعضای خود تعاملی سازنده و موثر برقرار کند. اتاق هنوز نتوانسته از پتانسیل هزاران عضو خود به خوبی استفاده کند و این مساله ناشی از ضعف اتاق در برقراری ارتباط با اعضایش است.

■ مهندس سیاسی راد:

فکر نمی‌کنید برقراری این ارتباط میان اتاق و صاحبان بخش خصوصی وظیفه تشکل‌ها است؟



■ دکتر حسینی:

ابتدا باید اتاق بازرگانی، در معادلات و فعالیت‌های خود از مشارکت تشکل‌ها استفاده کند تا در مرحله بعد آن‌ها به حلقه‌ای برای اتصال اتاق به بنگاه‌های اقتصادی تبدیل شوند. هنوز هم اتاق نتوانسته تشکل‌ها را به عنوان نمایندگان بخش خصوصی در حوزه‌های مختلف در تصمیم‌سازی‌ها و فعالیت‌های خود، دخیل کند. هنوز هم ما نتوانسته‌ایم مدیران اتاق را قانع کنیم که صدور کارت بازرگانی برای شرکت‌ها را منوط به تایید تشکل‌های آن‌ها کنند.

تنها در این صورت است که بنگاه‌های اقتصادی به این نتیجه می‌رسند که تشکل‌ها در اتاق دارای جایگاه مشخصی هستند. اما متأسفانه تا امروز این دیدگاه در اتاق بازرگانی پذیرفته نشده است. هنوز هم گردانندگان اتاق نپذیرفته‌اند که باید بخشی از امتیازات خود را به تشکل‌های عضو داده و اعطای کارت بازرگانی را مشروط به تایید تشکل‌ها کنند. تا به این ترتیب همه بنگاه‌های اقتصادی به عضویت تشکل‌های فعال در آمده و فعالیت‌های تشکلی را در کشور توسعه دهند.

تاکید من این است که اتاق و نظام در موقعیت‌های زیادی می‌توانند با دخیل کردن تشکل‌ها و مشروط کردن ارائه خدماتشان به عضویت بنگاه‌های اقتصادی در انجمن‌ها و سندیکاها، به شکل‌گیری و تقویت آن‌ها کمک کنند. اما این تفکر تا امروز به وجود نیامده و اتاق هنوز هم تمایل چندانی به واگذاری برخی از امتیازات خود به تشکل‌های عضو ندارد. مساله دیگری که باید مد نظر قرار دهیم این است که اتاق نتوانسته از ظرفیت‌های قانونی خود در شورای پول و اعتبار، گمرک و سایر نهادها و ارگان‌هایی که بر اساس قانون، اتاق را در تصمیم‌گیری‌های خود دخیل می‌کنند، به خوبی استفاده کند. من امسال برای اولین از طرف اتاق تهران به عنوان نماینده بخش خصوصی در کمیسیون‌های مالیاتی مشارکت کردم. در نهایت توانستیم با جلسات متعددی که در طول سه ماه و با حضور نمایندگان حدود سی تشکل برگزار شد، ضرایب مالیاتی ۱۶ تشکل را کاهش دهیم. در حقیقت تشکل‌هایی که در این جلسات حضور یافتند

دکتر حسینی: اتاق و نظام در موقعیت‌های زیادی می‌توانند با دخیل کردن تشکل‌ها و مشروط کردن ارائه خدماتشان به عضویت بنگاه‌های اقتصادی در انجمن‌ها و سندیکاها، به شکل‌گیری و تقویت آنها کمک کنند

و توانستند استدلال‌های منطقی خود را به درستی ارائه دهند، در نهایت از میزان ضرایب مالیاتی شرکت‌های عضو خود کاستند.

باور من این است که افرادی که باور تشکلی دارند و برای انجام امور مرتبط با صنف خود پیگیری‌های مستمر انجام می‌دهند، می‌توانند در این حوزه به نتایج مورد نظر تشکل خود دست یابند و اتاق در صورتی که از پتانسیل‌های قانونی خود استفاده کند، می‌تواند به خوبی تشکل‌ها را در این زمینه یاری دهد.

اتاق در بسیاری از حوزه‌های مرتبط با فعالیت‌های بنگاه‌های اقتصادی بخش خصوصی حضور فعال داشته باشد اما به نظر می‌رسد در بسیاری از این حوزه‌ها نتوانسته کار خود را به خوبی انجام دهد. هر چند شرایط کنونی آن نسبت به گذشته بهتر است اما هنوز هم ظرفیت‌های بسیاری در اتاق وجود دارد که از آن استفاده نشده است.

انحصاری که در شوراهای مشترک وجود دارد پای فعالین اقتصادی را برای مشارکت در اتاق سست کرده است. فراموش نکنید که هنوز هم

برخی از مشکلاتی که در اتاق وجود داشت، حل نشده و انتقادی که ما نسبت به آقای دکتر نهایندیان داریم این است که در طول این مدت نتوانسته خلاءهای موجود در اتاق را به صورت کامل پر کند.

نکته دیگری که از اهمیت قابل توجهی برخوردار است این است که در طول سه دهه فعالیت اتاق‌های بازرگانی، متأسفانه اتاق‌های شهرستان‌ها نقش قابل توجهی در اتاق ایران و تصمیم‌گیری‌های آن نداشته‌اند. مواردی که به آن اشاره کردم، انتقاداتی است که به فعالیت سه دهه‌ای اتاق وارد است و برخی از آن‌ها هنوز هم برطرف نشده‌اند. در حقیقت این مسائل عامل کم شدن گستره مشارکت اعضا در انتخابات اتاق محسوب می‌شوند و نباید انتظار داشته باشیم که در طول یک یا دو دوره به صورت کامل برطرف شوند. رفع مشکلاتی که ریشه‌ای سه دهه‌ای دارند، قطعاً به زمان زیادی نیاز دارد.

■ مهندس شایان:

من فکر می‌کنم که باید این مساله را هم در نظر بگیریم که بسیاری از صنایع از همان ابتدا برای ایجاد و ثبت تشکل به وزارت کار مراجعه می‌کردند. آن‌ها از جایگاه و امتیازات اتاق آگاهی نداشتند و همین مساله به ایجاد فاصله‌ای عمیق میان صنعتگران و اتاق منجر شده است.

به عنوان مثال، سندیکای صنعت ساختمان به عنوان یکی از قدیمی‌ترین تشکل‌های کشور، در وزارت کار به ثبت رسیده و با این ارگان در ارتباط بوده است، تا اینکه چندی پیش به عضویت کمیسیون تشکل‌ها درآمد. این مساله نشان می‌دهد که حتی تشکل‌های بزرگ هم از امتیازات عضویت در اتاق بازرگانی مطلع نیستند.

دیدگاه من این است که این مشکل ریشه‌ای فرهنگی دارد و ما برای حل آن نیاز به فرهنگ سازی داریم. تنها در صورت انجام فرهنگ سازی می‌توان انتظار داشت که صاحبان بنگاه‌های اقتصادی و صنعتی اتاق را به عنوان نماینده خود در تصمیم‌گیری‌های کلان کشور قبول کرده و در فعالیت‌های مختلف آن مشارکت کنند.

ما باید مشارکت تشکل‌های برقی را که در ارگان‌های دیگر به ثبت رسیده‌اند و اعضای آن‌ها کارت بازرگانی دارند، جلب کنیم و با ایجاد نوعی همدلی در میان صاحبان صنعت برق، تلاش کنیم در این حوزه افرادی با کفایت و شایسته و معتقد به فعالیت‌های تشکلی در اتاق برگزیده شوند.

■ دکتر حسینی:

در آخرین جلسه اتاق تهران قرار بر این گذاشته شد که برای اطلاع رسانی بیلبوردهایی در سطح تهران نصب شده و در روزنامه‌ها آگهی‌هایی درج شود. به علاوه ما نیز در قالب جمعیت تحول طلبان بیانیه‌ای صادر کرده و دعوتنامه‌هایی برای حضور فعال‌تر اعضا ارسال کرده‌ایم. ما به عنوان یکی از فراکسیون‌های اتاق تا حد امکان تلاش می‌کنیم که انتخابات به صورت فعال‌تر و با حضور بیشترین تعداد اعضا برگزار شود اما این حرکت‌ها به تنهایی کارساز نخواهد بود. اتاق باید برای جلب مشارکت اعضا و انتخاباتی کردن فضای کنونی آن هزینه کند.

■ دکتر شمس اردکانی:

البته باید این مساله را مد نظر قرار داد که انتخابات اتاق بازرگانی یک انتخابات عمومی نیست و کاملاً مرتبط با قشر خاصی از افراد است. لذا باید تلاش کنیم با افرادی ارتباط برقرار کنیم و اطلاع رسانی را در حوزه‌هایی گسترش دهیم که اعضا حضور دارند. انتشار این اطلاعات در رسانه و از طریق که به همه مردم ارائه شود آنگاه نمی‌تواند کارساز باشد. لذا از دیدگاه من بهترین مسیر برای جلب مشارکت اعضا در انتخابات اتاق این است که تشکل‌ها که جمع فعالین اقتصادی در رشته‌های همگن محسوب می‌شوند، با همکاری یکدیگر، اعضای خود را برای حضور در انتخابات اتاق مجاب کنند.

ما هم بر این باوریم که باید تشکل‌ها در مورد این موضوع به صورت فعال با یکدیگر تعامل

داشته باشند و در نهایت لیستی از افراد شایسته و کارآمد خود به عنوان کاندیداهای اتاق تهیه کنند. به نظر می‌رسد انجام تبلیغات گسترده در محل تشکل‌های اقتصادی و صنعتی در کنار تبلیغات رسانه‌ای در روزنامه‌های اقتصادی می‌تواند کاملاً مثمر و واقع‌شود.

■ دکتر حسینی:

البته کار دیگری که می‌توان انجام داد این است که اتاق برای برگزاری الکترونیکی انتخابات برنامه ریزی کند. این کار برای جلب مشارکت صاحبان کسب و کارهای اقتصادی که به دلیل مشغله فراوان کاری نمی‌توانند برای رای دادن ساعت‌ها زمان صرف کنند، بسیار کارساز باشد. من معتقدم که اگر این کار انجام شود میزان مشارکت اعضای اتاق به اندازه قابل توجهی افزایش خواهد یافت.

■ مهندس شایان:

امروز بحث این است که اتاق باید بازوها و ابزارهای خود را نشان دهد. که بتواند با استفاده از آن‌ها ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های خود را نشان دهد. بسیاری از فعالین اقتصادی هنوز هم ضرورتی برای ایجاد تشکل‌ها احساس نمی‌کنند. به علاوه آن گروه از صاحبان بنگاه‌های اقتصادی که تشکلی ایجاد کرده‌اند، هنوز برای برقراری یک تعامل فعال با اتاق بازرگانی احساس نیاز نکرده‌اند.

■ مهندس صالحی:

به نظر می‌رسد پیش از هر چیز باید تغییراتی در ساختار سازمانی اتاق بازرگانی ایجاد کرد. علیرغم اینکه طی ۴ سال گذشته افرادی با تفکرات جدید اقتصادی توانستند تغییراتی در اتاق ایجاد کنند اما هنوز این تحولات در اتاق بازرگانی نهادینه نشده است. هنوز هم بسیاری از پتانسیل‌های اتاق بازرگانی برای مشارکت در تصمیم‌سازی‌های کلان کشور، ناشناخته باقی مانده و از آن‌ها هیچ استفاده‌ای نشده است. لذا به نظر می‌رسد هیات نمایندگان جدید اتاق بازرگانی در اولین گام خود باید در اندیشه بازنگری ساختار سازمانی اتاق باشند.

■ دکتر حسینی:

من هم با این دیدگاه موافقم. به نظر می‌رسد اتاق بیش از هر چیز به یک بخش مجزا برای سازماندهی به تشکل‌های عضو خود نیاز دارد. در حقیقت برقراری یک ارتباط فعال با تشکل‌های عضو اتاق، کاری است که نمی‌تواند در قالب یک کمیسیون انجام شود و نیاز به یک ساختار سازمانی مجزا دارد. لذا باید در اتاق برای این مساله چاره اندیشی شود.

■ مهندس شایان:

البته این مساله را نمی‌توان انکار کرد که در اتاق، وقت و هزینه بسیاری برای بهبود فضای کسب و کار بنگاه‌های صنعتی و اقتصادی کشور صرف می‌شود. به هر حال ۳۵۰ نفر از مدیران کارآمد بنگاه‌های اقتصادی کشور وقت خود را صرف حضور در جلسات اتاق می‌کنند.

مساله این است که اعضای هیات نمایندگان اتاق وقت زیادی را صرف شنیدن گزارش عملکرد اتاق در حوزه‌های مختلف می‌کنند اما متأسفانه در جلسات آن‌ها تصمیم‌گیری خاصی انجام نمی‌شود. لذا به نظر می‌رسد یکی دیگر از مواردی که باید در دوره بعدی مد نظر قرار



اعضا بلکه بر مبنای گردش مالی و تعداد نیروی انسانی شاغل در آن‌ها سنجیده شود. به این ترتیب می‌توان تشکل‌های مختلف را در فدراسیون‌ها و کنفدراسیون‌ها سازماندهی کرد و در نهایت آن‌ها را به سمت اتاق‌های بازرگانی هدایت کرد. به این ترتیب اتاق نماینده کنفدراسیون‌هایی می‌شود که در لایه‌های مختلف خود فدراسیون‌ها، انجمن‌ها و اتحادیه‌ها و سندیکاها و در نهایت بنگاه‌های اقتصادی را جای داده است.

مشکلی که در حال حاضر در مورد نحوه برگزاری انتخابات اتاق با آن مواجهیم این است که هر فردی با هر میزان فعالیت اقتصادی با داشتن کارت بازرگانی، یک حق رای خواهد داشت. مساله این

مهندس شایان: نمایندگان اتاق‌ها و تشکل‌های مختلف باید بتوانند در جلسات خود علاوه بر شنیدن گزارش عملکرد هیات ریسه و روسای کمیسیون‌های مختلف، به یک جمع بندی و تصمیم نهایی برسند و این امر نیازمند ایجاد تغییراتی در ساختار اتاق و جایگاه هیات نمایندگان آن است

است که در این ساختار یک فعال اقتصادی با شرکتی که گردش مالی سالانه آن بالای ۵ میلیارد دلار است و کسی که بدون هیچ فعالیتی تنها کارت بازرگانی خود را تمدید کرده، برابری می‌کنند، چراکه هر دو یک حق رای دارند.

سؤال من این است که صنایعی که بخش قابل توجهی از تولید ناخالص ملی کشور را در دست دارند، در اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران چند نماینده دارند؟ در شرایطی که توزیع نمایندگان اتاق در حوزه‌های مختلف بر مبنای سهم صنعت و تجارت در اقتصاد کشور نیست، اتاق نمی‌تواند وظیفه خود را به عنوان نماینده بخش خصوصی به خوبی انجام دهد.

اتاق زمانی می‌تواند نماینده بخش‌های مختلف باشد که نمایندگان حوزه‌های مختلف را متناسب با سهم آن‌ها در اقتصاد ملی در خود جای دهد. تا زمانی که ساختار اتاق به شکلی تغییر نکند، ما هر چه تلاش کنیم نمی‌توانیم به اندازه سهمان در اقتصاد ملی کشور، نماینده در اتاق داشته باشیم و جایگاه واقعی خود را در پارلمان

گیرد، تغییر جایگاه هیات نمایندگان است. نمایندگان اتاق‌ها و تشکل‌های مختلف باید بتوانند در جلسات خود علاوه بر شنیدن گزارش عملکرد هیات ریسه و روسای کمیسیون‌های مختلف، به یک جمع بندی و تصمیم نهایی برسند و این امر نیازمند ایجاد تغییراتی در ساختار اتاق و جایگاه هیات نمایندگان آن است.

■ دکتر شمس اردکانی:

به نظر می‌رسد اگر اعضای هیات نمایندگان اتاق دیدگاه‌ها و نظرات خود را در قالب مصوباتی به اتاق ارائه کنند، حضور و نقش آن‌ها پررنگ‌تر خواهد شد. اما متأسفانه ما در طول ۴۱ جلسه هیات نمایندگان در این دوره نتوانستیم مصوبه‌ای به اتاق ارائه دهیم. تا زمانی که این اتفاق رخ ندهد، اتاق نمی‌تواند در جایگاه پارلمان بخش خصوصی به خوبی ایفای نقش کند.

■ مهندس پارسا:

هدف ما این است که تجربه خود را در سندیکای صنعت برق ایران برای مدیریت تشکلی، در قالب محیط‌های بزرگ‌تر نهادینه کرده و وزن تصمیم‌گیری‌های تشکلی را واقعی کنیم. به همین دلیل بود که طی دو سال اخیر تلاش کردیم با فعال کردن یک گروه تحقیقاتی، این مساله را بررسی کنیم که آیا تشکل‌های حوزه انرژی اعم از برق، آب، نفت، گاز و پتروشیمی باید به عضویت اتاق در بیایند تا هر یک از این تشکل‌ها به صورت مجزا نماینده‌ای در هیات نمایندگان اتاق داشته باشد؟

در این بررسی‌ها به این مساله نیز پرداخته شد که تشکل‌های عضو اتاق می‌توانند بر اساس فاکتورهای مختلف دسته بندی شوند. به عنوان مثال گردش مالی یک تشکل اقتصادی که تنها یک نماینده در اتاق دارد، ممکن است سالانه رقمی بالغ بر ۵ میلیارد دلار باشد، در حالی که انجمن دیگری با ترنور ۱۰۰ میلیون دلار هم می‌تواند یک نماینده به اتاق معرفی کند. این مساله نشان می‌دهد که در ساختار اقتصادی اتاق، وزن گروه‌ها مد نظر قرار نگرفته است.

دیدگاه من این است که قدرت تشکل‌ها نه تنها بر اساس تعداد



■ مهندس شایان:

اگر روندی را که در کشورهای توسعه یافته دنبال شد، بررسی کنید، خواهید دید که این صنایع بودند که در روند توسعه خود، تشکل‌ها را ایجاد کردند و پس از مدتی با ایجاد اتاق‌های بازرگانی، انجمن‌ها و سندیکاهای خود را قدرت بخشیدند که توانستند در تصمیم‌سازی‌های کلان دولت‌هایشان دخیل شوند.

اما ما نتوانستیم تشکل‌های اقتصادی و صنعتی کشورمان را تا این اندازه رشد دهیم. در حقیقت روندی که برای ایجاد تشکل‌های اقتصادی در سطوح مختلف در ایران طی شده از بالا به پایین بوده است. به این معنا که در ابتدا اتاق بازرگانی تاسیس شد و پس از آن صنایع به فکر ایجاد تشکل‌هایی مستقل افتادند. به همین دلیل هم ما هنوز نتوانسته‌ایم تشکل‌ها را به گونه‌ای سازماندهی کنیم که در تصمیم‌سازی‌های کلان کشور تاثیرگذار واقع شوند.

بنگاه‌های اقتصادی باید نسبت به ایجاد تشکل‌های قدرتمند احساس نیاز کنند و در کنار آن تشکل‌ها باید تعامل با اتاق و مشارکت با آن را یک ضرورت بدانند و در نهایت اتاق بازرگانی تغییر و تدوین قوانین جدید برای توسعه صنایع و رشد بنگاه‌های اقتصادی را به عنوان اصلی‌ترین وظیفه خود مد نظر قرار دهد.

■ دکتر شمس اردکانی:

یادآوری می‌کنم که چارچوب اقتصاد ما دولتی است، اگر چه اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ به منظور خصوصی‌سازی نوید قدرت گرفتن بخش خصوصی و حرکت اقتصاد کشور به سمت اقتصاد آزاد را می‌دهد اما در شرایط کنونی ما با ساختاری دولتی در اقتصاد کشورمان مواجه هستیم. اینکه امروز ما به جای خصوصی‌سازی با واگذاری بدون اصول بنگاه‌های دولتی به نهادهای عمومی مواجهیم که مبنای مشخصی ندارد، نشان می‌دهد که اتاق بازرگانی به عنوان پارلمان بخش خصوصی هنوز نتوانسته در بسیاری از عرصه‌های سیاست‌گذاری اقتصادی کشور، قدرتمند ظاهر شود. دیدگاه من این است که اجرای صحیح اصل ۴۴ تنها با نظارت و حضور قدرتمند اتاق امکان‌پذیر است و اگر اتاق نتواند نقش خود را در این زمینه به درستی ایفا کند، ما هرگز به خصوصی‌سازی واقعی و بخش خصوصی قدرتمندی دست نخواهیم یافت. در حقیقت اگر تشکل‌ها، نهادهای قدرتمندی بودند می‌توانستند در مورد نحوه واگذاری و حتی خریداران بنگاه‌های اقتصادی، اعمال نظر کرده و از ورود افراد غیر متخصص به

بخش خصوصی پیدا کنیم.

امیدواریم افرادی که در این دوره به اتاق راه می‌یابند، تلاش کنند با تغییر سازماندهی‌ها و ساختار این نهاد، اتاق را در جایگاه حقیقی خود قرار دهند و بخش خصوصی را بر مبنای سیاست‌های نظام و اصل ۴۴ قانون اساسی در اقتصاد کشور نهادینه کنند، چرا که تنها در این صورت است که اتاق می‌تواند به عنوان نماینده بخش‌های مختلف اقتصاد بر اساس سهم آن‌ها در تولید ناخالص ملی کشور باشد.

مهندس پارسا: هدف ما این است که تجربه خود را در سندیکای صنعت برق ایران برای مدیریت تشکلی، در قالب محیط‌های بزرگ‌تر نهادینه کرده و وزن تصمیم‌گیری‌های تشکلی را واقعی کنیم

مساله دیگری که باید مد نظر قرار داد این است که بر اساس مبانی اقتصاد کلان، اتاق‌ها موتور توسعه کشورها هستند. البته اینکه امروز به تشکل‌ها فرصت داده شده تا برنامه‌های توسعه‌ای خود را به اتاق ارائه دهند، نشان می‌دهد که در این نهاد گام‌های بلندی در این جهت برداشته شده اما هنوز هم این مساله مطرح است که این تشکل‌ها، تا چه اندازه برنامه‌های تدوین شده برای توسعه بخش خصوصی واقعی را ارائه داده‌اند؟

آیا اتاق نسبت به تشکل‌های عضو خود و پتانسیل‌های موجود در حوزه‌های متفاوت صنعت و اقتصاد اشراف کامل دارد؟ اتاق تا امروز چه بررسی‌هایی بر روی چشم انداز ۲۰ ساله کشور و رسیدن به اقتصاد آزاد و ۱۴۰ میلیارد دلار صادرات انجام داده است؟ سهم ما در حوزه انرژی از این میزان صادرات در پایان چشم انداز ۲۰ ساله باید ۶۰ میلیارد دلار باشد اما من به جرات می‌توانم بگویم که در صورتی که اتاق به عنوان پارلمان بخش خصوصی در جایگاه واقعی خود قرار گیرد و از فعالین این حوزه در تصمیم‌سازی‌های کلان کشور دفاع کند، ما می‌توانیم به رقمی دو برابر برنامه ریزی شده در پایان چشم انداز ۲۰ ساله برسیم.

■ مهندس صالحی:

از دیدگاه من بخش خصوصی باید به اتاق به عنوان فرصتی برای حضور جدی‌تر خود در تصمیم‌سازی‌های اقتصادی توجه کند.

پروسه واگذاری‌ها جلوگیری کنند.

مساله‌ای که به نظر می‌رسد گردانندگان اتاق بازرگانی از آن غافل شده‌اند، این است که شرایط امروز ما با ۱۰ سال پیش تفاوت‌های قابل توجهی دارد و به همین دلیل اتاق باید به دنبال اهداف و برنامه ریزی‌های جدیدی باشد.

ما امروز برای تبدیل شدن کشور به اقتصاد اول منطقه هدف گذاری کرده‌ایم و برای دستیابی به این مهم ناگزیریم میزان تولید ناخالص داخلی و ارزش افزوده کشور را افزایش دهیم و راه‌های رسیدن به این فاکتورها را شناسایی و البته از سایر رقبا حفظ کنیم. بدل شدن به بزرگ‌ترین قدرت اقتصادی منطقه تنها در صورتی امکان پذیر است که ما اقتصادی داشته باشیم که نفت اصلی‌ترین سرمایه آن باشد نه یکی از اقلام مصرفی آن. به هر حال نقش اتاق به عنوان پارلمان بخش خصوصی برای رسیدن به موقعیتی که آن را شرح دادم، بسیار کلیدی است. در گام اول باید ساختار اتاق را دگرگون و آن را بر مبنای وزن تشکلهای و بنگاه‌ها تدوین کرد. ما می‌توانیم این مساله را در قالب یک پیشنهاد به اتاق ارائه کرده و پیگیری‌های لازم برای اجرایی شدن آن را انجام دهیم.

■ مهندس صالحی:

به نظر می‌رسد خواسته‌ها و انتظارات فعالین بخش خصوصی از اتاق بازرگانی هم در طول این ۴ سال تغییر کرده است و این مساله نشان می‌دهد که علیرغم انتقادات موجود، اتاق در طول این ۴ سال عملکرد قابل قبولی داشته است. تغییر نوع مطالبات اعضا از اتاق نشان دهنده رشد فعالیت‌های آن است. هر چند اگر تغییر ساختاری که درباره آن سخن گفته شد، صورت پذیرد به طور قطع اتاق عملکرد بهتری خواهد داشت.

اینکه امروز ما اتاق را یک فرصت مناسب برای حل مشکلات و مسائل و هموار شدن مسیر توسعه صنعت برق کشور می‌دانیم نشان می‌دهد که اتاق در این دوره به خوبی به وظایف خود عمل کرده است. اتاق در طول ۴ سال گذشته، دوران تحول خود را پشت سر گذاشته و به تدریج به دوران تثبیت و توسعه وارد می‌شود.

■ مهندس شایان:

من کاملا با آقای مهندس صالحی موافقم. ۴ سال پیش حتی ما هم در سندیکای صنعت برق ایران، تمایل زیادی برای مشارکت در انتخابات نداشتیم. اما امروز برای اتاق به عنوان ارگانی تاثیرگذار اهمیت قابل توجهی قائلیم و همین مساله نشان می‌دهد که اتاق به خوبی توانسته به وظایفش عمل کرده و اعتماد اعضای خود را جلب کند. ۴ سال پیش حضور یک نماینده از سندیکا در اتاق برای آن کفایت می‌کرد اما امروز ما در سندیکا مطالبات و انتظاراتی از اتاق به عنوان پارلمان بخش خصوصی داریم که نشان می‌دهد بیش از گذشته روی آن حساب باز کرده‌ایم و این مساله کاملا ناشی از عملکرد ۴ ساله اتاق است.

■ مهندس سیاسی راد:

آقای مهندس پارسا؛ برنامه‌های سندیکا در این فرصت باقیمانده تا انتخابات اتاق، برای این مهم چیست؟

دکتر شمس اردکانی: در گام اول باید ساختار اتاق را دگرگون و آن را بر مبنای وزن تشکلهای و بنگاه‌ها تدوین کرد. ما می‌توانیم این مساله را در قالب یک پیشنهاد به اتاق ارائه کرده و پیگیری‌های لازم برای اجرایی شدن آن را انجام دهیم

■ مهندس پارسا:

پیش از هر چیز یادآوری می‌کنم که عملکرد اتاق در دوره گذشته به شکلی بود که فعالین بخش خصوصی را پس از سی سال به مشارکت فعال در انتخابات ترغیب کرده است. اما مشکل اینجاست که هنوز بسیاری از تشکلهای صنعتی بر این باورند که اتاق، تشکلی متعلق به بازرگانان و تجار است. بنابراین ما در گام اول ناگزیریم فعالین بخش خصوصی و صاحبان صنایع را متقاعد کنیم که بخش صنعت برای دستیابی به توسعه باید پارلمان داشته باشد و امروز ما شرایط مساعدی برای قدرتمند کردن اتاق بازرگانی به عنوان پارلمان بخش خصوصی داریم.

اگر روند خصوصی سازی به درستی دنبال شود و واگذاری‌های نادرستی که تا امروز انجام شده، اصلاح شود، می‌توانیم در اتاق برنامه‌هایی را تدوین کنیم که در یک دوره ۲۰ ساله ایران را به یکی از قدرتمندترین کشورهای دنیا تبدیل کند. باور من این است که کشور ما ظرفیت تبدیل شدن به یکی از ۱۰ اقتصاد برتر دنیا را دارد، البته دستیابی به این هدف نیازمند زمینه سازی‌های بسیاری است که اتاق می‌تواند نقش تعیین کننده‌ای در آن‌ها داشته باشد.

سندیکای صنعت برق ایران در طول چند سال گذشته به عنوان تشکلی با بیش از ۳۵۰ عضو، آقدر قدرت نداشت که بتواند مطالبات و خسارت دیرکرد اعضای خود که در حقیقت حق الناس بوده را از دولت بگیرد. این مساله نشان می‌دهد که تشکلهای اقتصادی در ایران هنوز هم از قدرت اندکی برخوردارند و در کنار آن اتاق هم نتوانسته به خوبی نقش خود را به عنوان پارلمان بخش خصوصی ایفا کند. چرا که اگر اتاق در این زمینه حضور قدرتمندی داشت می‌توانست تشکلهای خود را به گونه‌ای هدایت کند که حق خود را از دولت بگیرند. اگر اتاق بازرگانی به عنوان یک اتاق فکر خوب به دولت مشاوره دهد، قطعاً بسیاری از مشکلات بخش خصوصی حل خواهد شد. اتاق با یک ساختار بسیار قوی و پیشرفته می‌تواند در تصمیم سازی‌های دولت مداخله کرده و پیشنهادات خود را ارائه دهد تا در نهایت مصوبات دولت، علاوه بر همراهی با منافع ملی با منافع صاحبان بخش خصوصی هم منافاتی نداشته باشد و موافقی را که بر سر راه توسعه اقتصاد کشور وجود دارد، از میان بردارد.

■ مهندس سیاسی راد:

آقای دکتر: از دیدگاه شما اتاق بازرگانی با وجود ساختار سیاسی و اقتصادی کشور می‌تواند مطالبات و انتظارات تشکلهای و صاحبان بخش خصوصی را برآورده کند؟

■ دکتر شمس اردکانی:

اتاق بازرگانی، تشکلی تشکلهای است و این مساله به این معناست که در مرحله اول بررسی‌ها و مشخص کردن نیازها و شناسایی نقاط ضعف بر عهده تشکلهای عضو اتاق است. نتایج این بررسی‌های تخصصی به اتاق سپرده می‌شود تا پیگیری‌های نهایی با ریزنی‌های اتاق با دولت و مجلس و سایر نهادهای تاثیرگذار و تصمیم گیر انجام شود.

هدف ما این است که به اقتصاد اول منطقه تبدیل شویم و این مهم جز با توسعه تولید و رشد صنایع امکان پذیر نیست. بنابراین صاحبان صنایع و تشکلهای تولید گران و تشکلهای صادراتی باید موانع و راهکارها را شناسایی کرده و به اتاق ارائه دهند و پس از آن پیگیری و به ثمر رسیدن کار را به اتاق بازرگانی بسپارند.



اعضا به فکر خوب رای بدهند

گفتگو با محمد پارسا، رئیس هیات مدیره سندیکای صنعت برق

■ بحث هایی در باره ائتلاف سندیکای صنعت برق با تشکل های دیگر وجود دارد، آیا این بحث ها به نتیجه رسیده است؟

بحث های زیادی برای ائتلاف شده است. به هر حال اگر اهداف برخی تشکل ها نزدیک به ما باشد، فرقی نمی کند. ائتلاف بکنیم یا نکنیم، ما به کاندیداهای آنها رای می دهیم. توصیه خود من به اعضا این است که به فکر خوب، فارغ از اینکه این فکر خوب از چه کسی و متعلق به چه تشکل و گروهی است، رای بدهد.

■ مهمترین برنامه ها و اولویت های شما چیست؟

مهمترین برنامه من این است که بتوانیم از ظرفیت های موجود در اتاق برای تعامل با دولت و سایر نهادهای تصمیم گیرنده استفاده کنیم. بتوانیم فکرها و ایده های خوب را در قالب اتاق به عنوان بازوی مشورتی مجلس و دولت پیشنهاد دهیم. پیشنهادهایی برای رشد خصوصی سازی، رشد بنگاهها و تولید تاخالص ملی ارائه بدهیم تا بتوانند سهم خودشان را از بازار داخل و خارج افزایش بدهند.

■ ارزیابی شما از عملکرد اتاق بازرگانی چیست؟

دوره های گذشته خوب نبوده اما بتدریج بهتر شده است. وضعیت اتاق نسبت به دوره های پیش از آن بهتر شده است اما هنوز اتاق بازرگانی از وضعیت اتاق آرمانی فاصله دارد.

■ یعنی فکر می کنید که تشکل ها بتوانند در اتاق جایگاه مناسبی پیدا کنند و در تصمیم گیری های اقتصادی تاثیر بگذارند؟

اگر تشکل ها زیر ساخت های اتاق را تشکیل ندهند، اتاق نماینده بخش صادرات، صنعت و تجارت نخواهد بود. در واقع زیر ساخت های اتاق باید از تشکل ها تشکیل شود. من فکر می کنم این ظرفیت را می توان در اتاق از طریق مشارکت فعال در آن ایجاد کرد.

■ نقش سندیکای صنعت برق به عنوان تشکل در انتخابات اتاق بازرگانی چیست؟

سندیکای برق به عنوان تشکلی که کار منسجم گروهی و سازمانی انجام داده است، باید همه را تشویق کند که مشارکت فعال در انتخابات اتاق داشته باشند و اعضای آن باید به کاندیداهایی رای بدهند که فکر می کنند این کاندیداها با تفکر خوب و خلاق بازوی خوبی برای بنگاههای اقتصادی کشور و نیز برای دولت و مجلس باشند. یعنی هر دو طرف را بتوانند تغذیه فکری بکنند.



■ انگیزه شما از شرکت در انتخابات چیست؟

انگیزه من این است که در وهله اول سعی کنیم مشارکت اعضا را بیشتر کنیم. اگر مشارکت اعضا را بیشتر کردیم، اعضا می روند به تفکر خوبی که می تواند شکل اتاق را تغییر دهد رای می دهند. حالا ممکن است آن تفکر خوب مال من نباشد، پیش دیگران باشد، مهم این است که اعضا بیایند و این فکر خوب را پیدا کنند و به آن رای بدهند. من آمدم، چون فکر کردم من عضوی از سندیکای برق هستم و با بودن من در میان نامزدها، برخی از کسانی که من را می شناسند می آیند و رای می دهند و در این میان به کسان دیگری که شایسته هستند هم رای می دهند.

■ گویا تعداد زیادی از اعضای سندیکا در این انتخابات شرکت نکرده اند؟

بله. متأسفانه سندیکا در این زمینه فعالیت خوبی نداشته که بتواند تعداد زیادی از اعضایش را ترغیب کند که کاندیدا شوند. این نقص سندیکا و خودمان بوده که به اندازه کافی نتوانستیم تبلیغ کنیم تا افراد بیشتری از همکارانمان در شهرستان ها و تهران کاندیدا شوند.

■ برای جبران آن، می توانید اعضا را به مشارکت از طریق رای دادن تشویق کنید.

بله. رای دادن خوب است اما به نظر من اعضا باید رای را به تفکرات خوب بدهند، چه این فرد در سندیکای صنعت برق باشد و چه در تشکل دیگری باشد. در واقع باید با چشم باز سعی کنند ببینند که چه کسی ایده خوب دارد و می تواند در اتاق تاثیر گذار باشد و چه کسی می تواند بهتر منافع بنگاههای خصوصی را تامین کند، به او رای بدهند.

تشکل‌ها فرصت انتخابات را از دست ندهند

گفتگو با یحیی آل اسحاق، رئیس اتاق تهران

از اقدامات در همه حوزه های اقتصادی، سیاسی و حرفه ای است. مثلا وقتی ماهواره ای به هوا فرستاده می شود، هزاران فرمول باید عملیات خود را انجام دهند تا این موشک بتواند پرتاب شود. ۷۰ درصد اقتصاد ما دولتی است و هزاران رابطه باید شکل بگیرد تا این میزان را بتدریج به بخش خصوصی منتقل کنیم. باید قوانین، ضوابط روحیه و وجدان عمومی همه باید مهیا شود. درست است که طولانی شده است اما نباید انتظار داشته باشیم که سرعت بعد از ریل و قبل از ریل را یکسان بگیریم. اگر سرعت قبل از ریل، ۲ است، سرعت بعد از ریل ۱۰ است، نمی توان انتظار داشت سرعت قبل از ریل برابر با سرعت بعد از ریل باشد. من فکر می کنم، فرآیند خصوصی سازی تازه روی ریل آمده است و از این به بعد می توانیم با سرعت بیشتری حرکت کنیم.

■ دولت حدود ۹۰۰۰۰ میلیارد تومان به بخشهای مختلف بدهی دارد و تعویق این دیون به بخش خصوصی آسیب جدی می زند، اتاق تهران برای این مطالبات چه کرده است؟

اتفاقا یکی از کارهایی که در این دوره انجام دادیم، همین موضوع است. من در تمامی جلسات صبحانه با وزرا و در تمامی مکاتبات رسمی با روسای قوا و بویژه رئیس جمهوری یکی از مواردی که مطرح می کردم، مطالبات بخش خصوصی بوده. من واقعا معتقدم یکی از آسیب هایی که بخش خصوصی می بیند، همین دیون پرداخت نشده ی آنها توسط دولت است. ۶۰۰۰ میلیارد تومان این بدهی ها فقط مطالبات صنعت برق از وزارت نیرو است و حدود ۳ تا ۴ میلیارد از وزارت راه است. من برای این موضوع محکم ایستاده ام. شاهد و مدرک هم داریم، مکاتباتش موجود است. همه آقایان از جمله آقای صالحی در سندیکای صنعت برق از ریز اقدامات اتاق اطلاع دارند. استدلال من این است که هر پیمانکاری که از دولت طلبکار است به ۱۰ واحد تولیدی دیگر بدهکار است و تا زمانی که دولت این پول را ندهد، آنها هم نمی توانند بدهی خودشان را صاف کنند. همچنین این پیمانکاران وام بانکی دارند و نمی توانند دیون بانکی شان را هم پرداخت کنند، حتی در اداره واحد خودشان هم به لحاظ اقتصادی به مشکل خورده اند.

نظام بانکی با جریمه و بهره، بالاخره دیون خودش را زنده می کند و از فعالان صنعت می گیرد اما دولت پول اینها را نمی دهد. این ظلم مضاعف به صنعت است، اینکه دولت دین خودش را پرداخت نکند اما بانک ها وام های خودشان را با بهره و نیز جریمه دیرکرد از صنعتگر بگیرند. ما از دولت بارها خواستیم که بدهی های خودش را به بخش خصوصی پرداخت کند.

■ دولت چه جوابی داده است؟

ما از دولت پرسیدیم که چرا بدهی هایش را پرداخت نمی کند، آیا واقعا با بخش خصوصی تضاد دارد و می خواهد برخورد کند و یا می خواهد اما نمی تواند پرداخت کند. در نشست هایمان با وزارت نیرو این موضوع را بررسی کردیم، وزارت نیرو می گوید در ردیف بودجه، محلی برای پرداخت این پول ندارد، بنابراین این بوده که از



یحیی آل اسحاق رئیس اتاق تهران، در آستانه انتخابات اتاق های بازرگانی ایران و تهران به سوالات ستبران در باره فعالیت های اتاق در دوره ریاستش پاسخ می دهد. او معتقد است اتاق جای کار سیاسی نیست و بنابراین تشکل ها حق و در عین حال وظیفه دارند که وارد گود شوند.



■ بر اساس اصل ۴۴، هر ساله باید ۲۰ درصد (یا ۱۰ درصد) از تصدی گری دولت کم شود و به بخش خصوصی واگذار کند، اما در عمل این اتفاق نیفتاده است، اتاق در این زمینه چه کرده است؟

اینکه سرعت این واگذاری متناسب نیست حرف درستی است. رقم و عددش هم وجود دارد. در واقع از ۱۵۰ میلیارد دلار که باید دولت سالانه واگذار می کرد، حداکثر ۵۰ میلیارد دلار واگذار شده است. حالا ضریب واگذاری به بخش خصوصی خودش هم حرف دیگری است. در واقع اگر بخواهیم به این کار انتزاعی نگاه کنیم، سرعت، کیفیت و نسبتش مناسب نبوده است اما اگر مدیریتی به این کار نگاه کنیم، باید پرسید کاری که انجام شده است، از نظر مدیریتی هم مشکل داشته است، می توانست بهتر از این بشود. چرا سرعتش کند است؟ آیا اتاق بازرگانی به وظایفش عمل کرده است؟ اینها سوالاتی است که می تواند مطرح شود. اگر بخواهیم واقعی نگاه کنیم باید در نظر داشته باشیم که این تغییر و تحول، تحولی عظیم است، ظاهرش، واگذاری است اما برآیند مجموعه ای

محل یارانه ها این پول را بدهد اما هنوز پول یارانه ها را نیز به این وزارت خانه پرداخت نکرده اند. قرار شد برای این موضوع فکری بکنند، دولت می توانست به بودجه اش متمم اضافه کند اما باید برای آن منابع در نظر بگیرد و گر نه در مجلس گیر می کند. مجلس باید در این موضوع به دولت کمک کند، اگر مجلس بگوید این موضوع به آنها ربطی ندارد و دولت هر کاری میخواهد بکند، این را می توان گفت که برخوردی سیاسی با مشکلات اقتصادی است. واقعیت آن است که نظام ۹۰۰۰۰ میلیارد تومان به مردم بدهکار است و مجلس هم وظیفه دارد برای پرداخت بدهی ها به دولت کمک کند. من در حضور برخی مجلسیان این موضوع را توضیح دادم و به رئیس کمیسیون یادآوری کردم که این موضوع اضطراب است. فعلا قول داده اند که دولت پیشنهادش را ببرد مجلس، آنها حمایت خواهند کرد.

راه دیگر این است که برای جبران بدهی ها تسهیلات، بانکی در اختیار بخش خصوصی بگذارند. اما بانک ها پول ندارند که بدهند. به هر حال باید به بانک ها در قالب طرح هدفمندی یارانه ها و یا ارائه تسهیلات کمک کرد تا بتوانند آنها هم دیون خود را پرداخت کنند. اما سرمایه بانک ها هم کم است. بانک مرکزی برای بانک های خصوصی امریه صادر کرده است که باید به سرمایه شان اضافه کنند و گر نه آنها را به موسسه مالی - اعتباری تبدیل می کند. در بانک های دولتی باید مجمع بانک این سرمایه را به آنها اضافه کند، مجمع هم باید برود و از مجلس مصوبه بگیرد. دولت لایحه ای را به مجلس برده است که ۱۵ هزار میلیارد تومان سرمایه بانک های دولتی اضافه کند و منابع آن را نیز مشخص کرده است اما مجلس مخالفت کرده است. استدلال مجلس این است این کار موجب افزایش نقدینگی و در نتیجه تورم می شود. این حرف درست است اما از طرف دیگر هم باید برای این مشکل بتوان راه حلی پیدا کرد که بخش خصوصی که بخشی از ملت است، خفه نشود. من در جلساتی که با کمیسیون های مجلس داشتیم، مفضلا برایشان توضیح دادم و گفتم که در تعارض بین این دو فعلا به دلیل وضعیت رکودی که حاکم شده است به مردم فشار می آورد. بهتر است مجلس این لایحه دولت را برای کمک به این شرایط تصویب کند اما محل خرج این پول را معین کند تا از تورم جلوگیری شود. مثلا بیاورند این پول بابت پرداخت بدهی ها است تا در همان بخشی که باید، مصرف شود. برود. بخش عمده ای از فعالیت های اتاق، مکاتبات رسمی و صحبت با مقامات و دولت و مجلس درباره مطالبات بوده است.

■ امیدی وجود دارد که این تلاش ها به نتیجه برسد؟

بله. دولت در متمم بودجه اش این موضوع را آورده است و فکر می کنم مجلس هم حتما همکاری لازم را می کند.

■ کشور ما از لحاظ محیط کسب و کار در آمار و ارقام منتشر شده در جایگاه خوبی قرار ندارد، اتاق تهران به عنوان نماینده بخش خصوصی از دولت خواسته است تا فکری برای بهبود فضای کسب و کار بکند؟

واقعیت این است که فضای کسب و کار فعلی متناسب ما نیست. در برخی شاخص ها مثل رشد توسعه انسانی و یا وضع برخی قوانین ما پیشرفت های خوبی داشتیم اما به طور کلی هنوز فضای کسب و کار در شرایط فعلی خوب نیست. اما در این رابطه کاری که اتاق تهران کرده است که این بحث را داغ نگهداشته است. آنقدر اتاق تهران در این باره با مقامات صحبت کرده است که سرانجام مسئولیت تدوین قانون فضای کسب و کار بر عهده اتاق افتاده است. اتاق پیش نویس این قانون را تهیه کرده است که اقدام ارزشمندی است. این پیش نویس در کمیسیون های مجلس در دست بررسی است و قرار است بعد از بررسی در کمیسیون ها به صحن علنی مجلس برود.

■ رابطه اتاق تهران با تشکل ها و نیز نقش تشکل ها در سیاست سازی ها به نظر شما چگونه است؟

این یک بحث ریشه ای است. اعتقاد من این است که اگر قرار است اقتصاد از دست دولت به دست مردم داده شود، این وسط یک سری نهادهایی قرار

می گیرند که هماهنگ کننده، پشتیبانی کننده و بررسی کننده مشکلات هستند که همان تشکل ها هستند. اتاق بازرگانی، تشکل تشکل هاست. بنابراین هسته فنی و ریشه اصلی در اقتصادی که بخش خصوصی در آن نقش اصلی را داشته باشد، تشکل ها هستند، اگر تشکل های قوی نداشته باشیم، بقیه کارهایی که می کنیم پایه اش متزلزل است. من از روز اولی که به اتاق آمدم، یکی از اهدافم تقویت عملی تشکل های بخش خصوصی بوده است. ۱۳۰ تشکل در حوزه ی کار ما وجود دارد و برخی از آنها خیلی ضعیف هستند هم از لحاظ مالی و هم از لحاظ جا و مکان و همچنین حضور در صحنه. من از وظایف خودم دانستم که برای تقویت بنیان های این تشکل ها کار کنم. مثلا در بودجه اسامال و همچنین پارسال ما مبلغ خوبی برای این کار یعنی کمک به بنیه تشکل ها اختصاص دادیم.

در ساختار اتاق هم کارهایی کردیم. قبل از انتخابات، فراخوان دادیم و از تمامی تشکل ها برای شرکت در انتخابات اتاق دعوت کردیم تا فعالانه در انتخابات شرکت کنند. این اتاق برای تشکل هاست و خود تشکل ها باید این را ترجمه عملیاتی کنند، ترجمه عملیاتی یعنی اینکه در انتخابات ثبت نام کنند، در هیئت رئیسه و سایر ارکان تصمیم گیری حضور داشته باشند. خوشبختانه از ۱۴۵ نفری که در این انتخابات شرکت کردند، ۹۰ نفرشان از تشکل ها هستند. فرصت ها مثل ابرها هستند، اگر در این ۲۰ روز باقیمانده، انتخابات اولویت تشکل ها نباشد، این فرصت مثل ابر از دست می رود.

همچنین اقدامات خوبی برای مقابله با انحصار شده است، مثلا رای وکالتی لغو شده است، البته هیئت نظارت این کار را کرده است اما ما هم حمایت کردیم چون واقعا از خرید و فروش رای جلوگیری می کند. تشکل ها هم باید نگذارند افرادی که دلسوز نیستند سرکار بیایند. الان وقت کار است و باید هر اختلاف و مشکلی دارند را کنار بگذارند کنار و سر افراد مورد نظر توافق کنند.

ما هم به عنوان اتاق وظیفه بستر سازی داشتیم که فکر می کنم انجام دادیم. در تمامی جلسات صبحانه با دولتی ها و وزرا، من هر بار از یک تشکل و یا گروه دعوت می کردم تا بیایند و خودم جز یکی دو دقیقه صحبت نمی کردم تا تمامی وقت را در اختیار تشکل ها بگذارم که رو در رو با مقام مربوطه صحبت کنند و خواسته ها و مشکلات شان را در میان بگذارند.

حتی در آستانه انتخابات اتاق، هزینه ی هنگفتی برای برنامه تلویزیونی دادیم و در اختیار گروه های مختلف گذاشتیم. اما باید این همکاری و به اصطلاح مهربانی هر دو سری و عزیزان تشکل ها اتاق را معارض خود نبینند.

■ ارزیابی شما از انتخابات اتاق چیست؟

من ارزیابی مثبتی دارم، اینکه تشکل ها ۹۰ نفر در میان ثبت نام شوندگان دارند، نوید انتخابات داغی را می دهد. انتخابات اتاق بحث روز شده است و این یعنی اینکه ما موفق شدیم، اهمیت این نهاد و همچنین مشارکت در آن را جا بیندازیم. کسانی که در این انتخابات انتخاب می شوند، به نحوی در حاکمیت حضور دارند مثلا در شورای پول و اعتبار و در صندوق توسعه ملی بنابراین نباید کاندیداها حسی را برای دولت بوجود بیاورند که گویی در معارضه با دولت قرار دارند، طبیعتا در چنین شرایطی حاکمیت واکنش نشان می دهد. ما باید نشان دهیم که حرفه ای و صنفی عمل می کنیم و حاضریم حتی با وجود اختلاف در دیدگاه های سیاسی در زمینه های اقتصادی و حرفه ای با دولت کار کنیم. باید بنا را بر تعامل بگذاریم.

■ با ائتلاف تشکل ها موافق هستید؟

من با هر چیزی که باعث تقویت موقعیت تشکل ها در انتخابات شود، موافقم.

■ می خواهید تشکل ها اسم شما را در لیست بگذارند؟

خیر. ضمن تشکر از دوستان، من واقعا نمی خواهم در فهرست گروه خاصی باشم.

■ ولی اسمتان در لیست خاصی قرار دارد؟

دوستان خودشان لطف کردند و گذاشتند، از من هم نپرسیدند.

اتاق باید چتر همه تشکل‌ها باشد



گفتگو با محمدرضا بهزادیان، رئیس سابق اتاق تهران

■ آقای بهزادیان مثل اینکه شما رد صلاحیت شدید؟

بله من مشترک دائمی رد صلاحیت هستم. البته هنوز به من ابلاغ نشده است، ولی ابلاغ هم می‌کنند و من هم اعتراضی می‌کنم و نتیجه‌ای نمی‌دهد و تمام.

■ از گروه تحول خواهان افراد زیادی شرکت نکردند، یعنی گفته می‌شود گروه شما ریزش داشته، این درست است؟

خیر، این موضوع درست نیست. در واقع خبری که منتشر شده، واقعی نیست. به نظر می‌رسد خبر می‌خواست بگوید چون عنصر تندرویی (یعنی من) در این جمع وجود دارد، دیگران نیامدند. اما واقعیت این است که ایرادی که در قانون انتخابات است، یعنی شرایط انتخاب شوندگان باعث شد که برخی نتوانند بیایند. شرایط انتخاب شوندگان باید در روزنامه اعلام شود. اما در اتاق این کار را نمی‌کنند و در عوض شرایط را شفاهی می‌گویند که باید مثلاً ۳ سال کارت بازرگانی داشته باشید و ... مطابق شرایطی که گفته شد برخی از جمله آقای شمس اردکانی فکر کردند که چون کارت بازرگانی شان شش ماهه است، نمی‌توانند در انتخابات شرکت کنند و ثبت نام نکردند. در صورتی که روی کاغذی که روی دیوار اتاق ثبت نام چسبانده شده بود و شرایط را در آن درج کرده بودند، نوشته شده بود که کسانی که یک دوره عضو اتاق بودند، می‌توانند در انتخابات اتاق ثبت نام کنند.

این را بنده به اطلاع آقای شمس و نیز مهندس مهرعلیزاده رساندم اما دیگر دیر شده بود. به هر حال همه دوستان ما به استثنای این دو نفر در انتخابات شرکت کرده‌اند.

■ ارزیابی شما از عملکرد اتاق چگونه است؟
به نظر من اتاق در دوره گذشته و با مدیریت فعلی عملکرد خوبی نداشته است.

■ شما با آقای نهایندیان در دوره گذشته ائتلاف کردید، اگر به نظر شما کاندیدای مناسبی برای مدیریت اتاق نبودند، چرا با آنها ائتلاف کردید؟
ما دنبال فرصت بودیم. از تغییر خاموشی تا آمدن نهایندیان؛ این خودش یک فرصت بود. فرصت تغییر و جابجایی گروهی که سالها بر اتاق حاکم بودند و انحصاری به وجود آمده بود. در واقع ما به دنبال متزلزل کردن بنیاد آن سیستم و تغییر در مدیریت گروه خاصی بودیم که حاصل شد و اگر نه قطعاً مدیریت نهایندیان معضلات بیشتری برای اتاق داشته است. خاموشی بالاخره سابقه بیست و

چند ساله کار اقتصادی داشت اما نهایندیان کارمند دولت و استاد دانشگاه است و به همه موضوعات از نگاه آکادمیک نگاه می‌کند. ما منکر علم نیستیم اما علم اقتصاد به تنهایی بدون فعالان اقتصادی که استخوان در این راه خرد کرده‌اند، نمی‌تواند کاری از پیش ببرد.

■ نقش سندیکای صنعت برق را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

کاری که سندیکای صنعت برق در این دوره برای تشکل‌ها کرد باید اتاق ایران در دوره‌های قبل و این دوره می‌کرد. در واقع این اتاق ایران است که باید چتر تشکل‌ها باشد. تشکل نباید برای محل جلسه، سالن کنفرانس درجه در باشد. اتاق بازرگانی که سالانه ۲۰ میلیارد تومان هزینه می‌کند باید سالن هایش در اختیار تشکل‌ها باشد، هر روز و هر ساعت. به تشکل‌های ضعیف از لحاظ بودجه‌ای کمک کند تا حداقل پابگیرند و نمایندگان حقوقی اتاق در انتخابات درونی تشکل‌ها حاضر باشند برای مثال تشکل‌هایی هستند که یک انتخابات برای انتخاب هیئت مدیره برگزار می‌کنند، بعد چهارسال سر اینکه در انتخابات تقلب شده با هم دعوا می‌کنند و به هیچ کار دیگری نمی‌رسند. اما اتاق باید به عنوان ناظر بیرونی در امور تشکل‌ها حاضر باشد. اعضای سندیکا به جای همه ما و به جای اتاق برای تشکل‌ها زحمت زیادی کشیدند و به همین دلیل حضور سندیکا در انتخابات اتاق بسیار اهمیت دارد.

■ انگیزه شما از شرکت در انتخابات چیست؟
من به اتاق بازرگانی علاقه دارم و علاقه داشتم و تا اتاق بازرگانی حداقل به پایه‌ی اتاق‌های بازرگانی امروز دنیای مدرن یا آنچه قبل از انقلاب بود برنگردد، دست بردار نیستم حتی اگر داخل اتاق جایی نداشته باشم. ما باید دنبال اتاق چابک و پویا باشیم. اتاق لازم نیست از پول مردم در طرح مسجد سازی شرکت کند بلکه باید مامن ویران شده بخش خصوصی و کارخانجات تعطیل شده را نجات بدهد. ما اتاق باز می‌خواهیم، اتاقی می‌خواهیم که بخش خصوصی بتواند متن جلسات اتاق و چانه زنی‌های میان خودش و دولت را همزمان روی شبکه اینترنت منتشر کند و اعضا نیز این امکان را داشته باشند که نظر همزمان خود را ارسال کنند. اقتصاد در پرتو این مبادله اطلاعات اصلاح می‌شود.

به جزیره‌ای عمل کردن تشکل‌ها پایان دهیم

گفتگو با مهندس ابوالحسن خلیلی

واحدی بکنیم. این اولویت به سرانجام مناسب نمی رسد مگر اینکه بازیگران تشکلی بخش خصوصی بهتر عمل کنند. شاید یکی از ضعف‌های اتاق در دوره‌های قبل، عدم حضور تشکل‌ها در حوزه کلان‌فعالیت‌های اتاق بوده است. بنا بر این کار جمعی که ما به مثابه تشکل‌ها داعیه‌اش را داریم، باید در بخش خصوصی ساری و جاری کنیم و در اتاق بازرگانی ایران ضمن نزدیک کردن خود به مرکز تصمیم‌گیری کلان و تاثیرگذاری بر آن، از این فعالیت‌ها نتیجه مناسب بگیریم.

■ ارزیابی شما از عملکرد اتاق بازرگانی ایران و یا شهرستان‌ها چیست؟
یکی از اتفاقات بسیار مثبتی که در چهار سال قبل در مجموعه اتاق‌های کشور افتاد، حضور چهره‌های جدید، افکار جدید و ایجاد پشتوانه علمی برای نظریه‌های عملی بخش خصوصی بود که می‌توان گفت بزرگترین دستاورد اتاق در ۴ سال گذشته بوده است. اتفاق دیگر انتخاب آقای محمد مهدی راسخ به سمت معاون وزیر بازرگانی و رئیس سازمان توسعه و تجارت بود. این انتخاب که یک نفر از بخش خصوصی به عنوان مدیر دولتی انتخاب شود، نشان دهنده فضای تعامل بخش خصوصی با دولت است. این دستاورد اتاق بود. در واقع گام‌های اول و مناسب و مستحکمی برای ایجاد ساختار تشکیلاتی قوی برداشته شده است. اما اینها ابتدای کار است، قدر مسلم حضور افکار تشکلی می‌تواند به این موضوع سامان بهتری بدهد و شرایط و خواسته‌ها را به وضوح بتواند بیان کند و باعث شود تا سیاست‌هایی که تدوین می‌شود بتدریج واقع بینانه تر گردد.

■ نقش سندیکای صنعت برق ایران به عنوان یکی از تشکل‌های اتاق بازرگانی در این انتخابات چیست؟
یکی از کارهای بسیار مثبت اتاق در ۴ سال گذشته، فراهم کردن شرایط ظهور سندیکای صنعت برق بود. اتاق در واقع با این عمل، خواست تا ضرورت حضور خرد جمعی را به تصویر بکشد. نمایندگان سندیکای صنعت برق در جلسات بخش دولتی و خصوصی با پشتوانه خاص سازمانی حضور پیدا کرده و با زبان و دیدگاه علمی مباحث صنفی خود را بیان کردند. نمود بیرونی فعالیت‌های سندیکا و رفتار نمایندگان این تشکل این بود که اگر بخش خصوصی در قالب تشکلی سعی کند رفتارهایش را سامان دهد و تقاضاهایش را مطرح کند، می‌تواند روی تدوین سیاست‌ها تاثیر گذار باشد. وقتی سندیکا به این شدت و قدرت می‌تواند در صنعت برق حضور پیدا کند، باید در اتاق هم حضور داشته باشد زیرا می‌تواند تاثیر مثبتی در تعامل میان بخش خصوصی و اتاق با دولت بگذارد.



■ جناب خلیلی، بفرمائید چه دلیل و انگیزه خاصی باعث نامزدی شما در انتخابات اتاق بازرگانی ایران شده است؟

طبیعتاً هر کسی که در صحنه‌ی اقتصاد کشور فعالیت می‌کند و نوع فعالیتش به گونه‌ای ساماندهی شده است و به اصطلاح در چارچوب تشکل صورت می‌گیرد، نگاه بلندی به موضوعات مرتبط با اقتصاد بخش خصوصی دارد و نمی‌تواند از کنار موضوع مهمی چون اتاق بازرگانی به راحتی بگذرد، خصوصاً اینکه در برنامه پنجم توسعه سعی شده است بخش خصوصی که اتاق بازرگانی نمایندگی آن را برعهده دارد در تصمیم‌گیری کلان، نقش پررنگ‌تری را برای خود رقم بزند و در واقع بازیگری تاثیرگذار در سیاست‌گذاری‌ها باشد. با توجه به اینکه ما هم به نمایندگی از صنعت غذا فعالیت‌های متمرکزی داریم، حضور در انتخابات اتاق می‌بایست مهم باشد و برای مشارکت آماده باشیم.

■ برنامه‌ها و اولویت‌هایتان برای پس از انتخاب شدن چیست؟

عموماً تشکل‌های خصوصی، صحنه اقتصادی کشور را همانند پازل تصور می‌کنند. برای نقش آفرینی باید این تکه‌های جدا از هم پازل را به هم نزدیک کنند. اتاق ایران یکی از جاهایی است که می‌تواند محل مناسبی برای چیدمان درست پازل‌های اقتصادی کشور در کنار یکدیگر باشد.

بنا بر این در برنامه کاری، اولویت ما این است که به بی‌نظمی و جزیره‌ای عمل کردن دستگاه‌های تشکل‌ها در اتاق بتوانیم پایان دهیم و آن را تبدیل به نقش

❖ موضوع انتخابات اتاق‌های بازرگانی ایران که قرار است در اسفند ماه سالجاری برگزار شود، همانطور که انتظار می‌رفت در این روزها تبدیل به یکی از بحث‌های مهم در میان محافل و بنگاه‌های اقتصادی شده است.

در خصوص مسائل مربوط به برگزاری انتخابات اسفند ماه اتاق بازرگانی، به سراغ دکتر علی شمس اردکانی، از چهره‌های شناخته شده اقتصاد انرژی در ایران رفته ایم. رییس کمیسیون انرژی اتاق ایران درباره برگزاری بهتر این انتخابات توصیه‌هایی را متذکر شده اند که با هم می‌خوانیم:

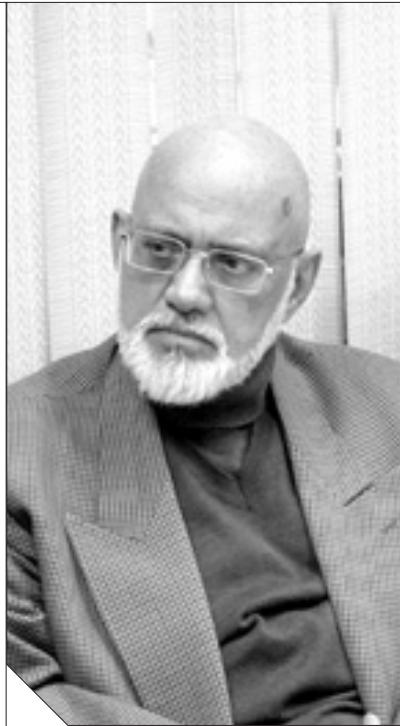


■ آقای دکتر! لطفا در ابتدا اهمیت اتاق بازرگانی را برای بنگاه‌های اقتصادی و صنعتی تشریح فرمایید. پیش از هر چیز باید یادآوری کنم که استفاده از نام «اتاق بازرگانی» تنها در لفظ صحیح است. چون در حقیقت نام اصلی و قانونی اتاق بازرگانی، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران است. البته این عنوان هم به تنهایی کافی نیست. چون اتاق بازرگانی، فعالیت‌های بخش‌های کشاورزی، حمل و نقل و... را هم در بر می‌گیرد. اما از طرفی هم اگر بگوییم اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی و حمل و نقل و... به قول اهل ادبیات، دچار زیاده‌گویی و اطناب می‌شویم که آنهم صحیح نیست.

پس در افواه عمومی می‌گویند اتاق بازرگانی یا اتاق ایران... با این توصیف، باز هم به نظر می‌رسد اصطلاح اتاق ایران بهتر و صحیح‌تر باشد. برای این که وقتی می‌گویند اتاق، این کلمه در حقیقت ترجمه انگلیسی Chamber یا به زبان فرانسوی Chambre است. حوزه فعالیت اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، در رابطه با بنگاه‌ها، یی است که فعالیت اقتصادی می‌کنند و ممکن است خصوصی یا دولتی باشند. یعنی فعالیت اقتصادی آنها جنبه ملی و بین‌المللی دارد. پس من پیشنهاد می‌کنم در اصلاحیه قانون نام رسمی «اتاق» بشود «اتاق ایران»، که در برگزیده انواع فعالیت‌های اقتصادی و تشکلی باشد.

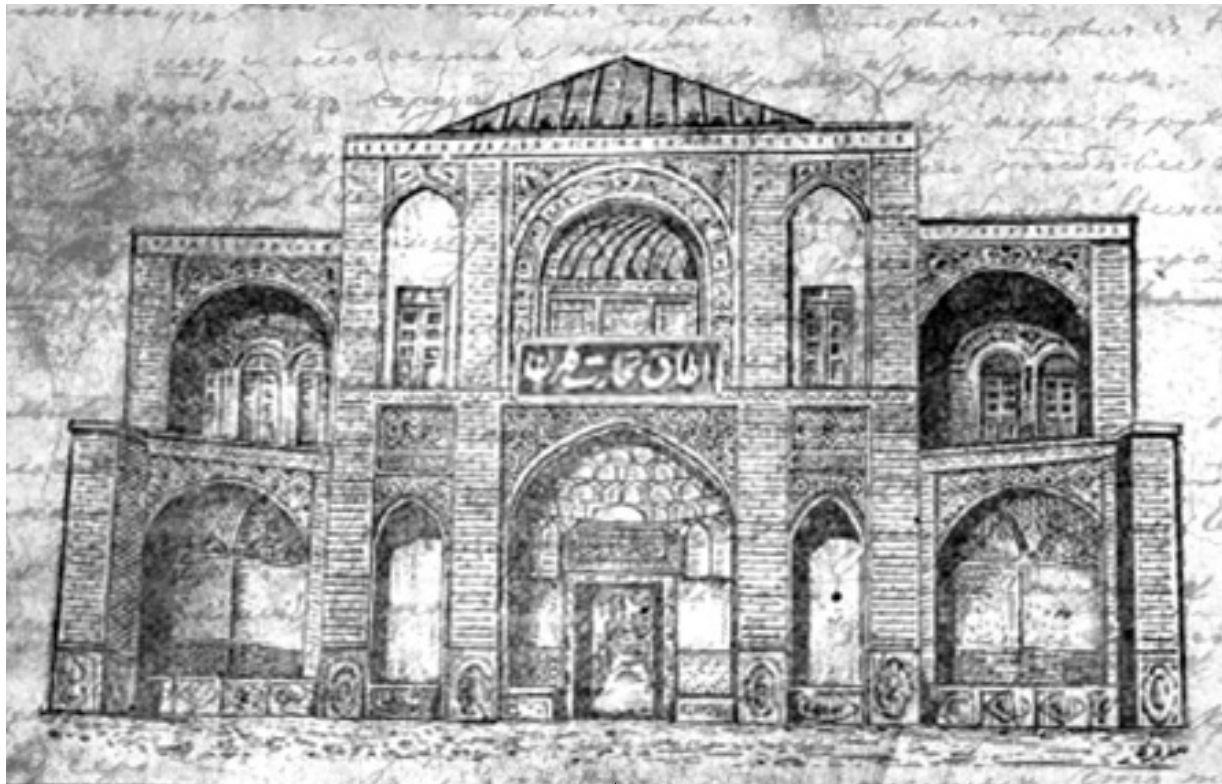
یکی از ویژگی‌های اصلی اتاق بازرگانی این است که اتاق بازرگانی تنها مؤسسه یا سازمان ملی به شمار می‌رود که می‌تواند و یا حق دارد با هر سه قوه موجود در کشور رایزنی کند. لذا در مجلس شورای اسلامی وقتی قانونی مطرح می‌شود، طرح یا لایحه آن را برای اتاق بازرگانی هم می‌فرستند و نمایندگان اتاق ایران را نیز برای حضور در جلسات و ارائه نظرات نمایندگان اتاق دعوت می‌کنند. به این ترتیب فعالان اقتصادی ایران در رایزنی قانونگذاری حضور دارند و به صورت یک همایش مدنی، وصول به اهداف ملی را دنبال می‌کنند. اما وقتی ما از دید یک بنگاه اقتصادی نگاه می‌کنیم، این سؤال مطرح می‌شود که یک بنگاه اقتصادی چرا فعالیت می‌کند؟! یا این که تلاش بنگاه‌های اقتصادی برای سودآوری چه ربطی به فعالیت مدنی دارد؟!

در دنیای امروز، همه پذیرفته اند که شما زمانی سود می‌کنید که همگان سود می‌کنند و این در اصطلاح یعنی برد-برد، لذا وظیفه اتاق بازرگانی این است که طوری عمل کند تا فرایندهای اقتصادی بین بنگاه، دولت، شرکت‌ها، اتحادیه‌ها و... تبدیل به شرایط برد-برد شود تا هم کشور به اهداف توسعه‌ای برسد و هم سطح تولید ملی بالا برود و اشتغال آفرینی افزایش پیدا کند. لذا همه کسانی که نگران اشتغال و تولید ملی هستند، نگاهی هم به اتاق بازرگانی دارند و می‌بایست به اتاق بازرگانی به عنوان جایگاهی که می‌تواند در مباحث اقتصادی و فرایند ملی و بین‌المللی کشور، شرایط برد-برد را «ارائه دهد»، توجه کنند. این که می‌گوییم، «ارائه بدهد» به این دلیل است که اتاق در مسائل اقتصاد ملی، بازوی اجرایی ندارد. چه از دیدگاه اقتصاد کلان و چه از منظر اقتصاد خرد. یعنی اتاق‌های بازرگانی نه می‌توانند کسب و کار کنند و نه می‌توانند در اجرائیات اقتصادی کشور بطور مستقل دخالت کنند. در آنجا هم دعوت می‌شوند، نظر می‌دهند و رایزنی می‌کنند.



اتاق بازرگانی؛ پارلمان بخش خصوصی کشور است

گفت و گو با دکتر علی شمس اردکانی، رییس کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران



است؛ در حال حاضر، ۳۳ اتاق در کشور وجود دارد که در بین آنها وزن چند اتاق بالاتر از بقیه است. در رأس همه، اتاق تهران است که شاید در برگیرنده حدود نصف فعالیت های اقتصادی - غیر دولتی ایران است. بعد از آن اتاق های اصفهان، تبریز، مشهد، اهواز، شیراز، کرمانشاه و... است.

در روز انتخابات یعنی در چهار اسفند ماه امسال، در هر کدام از این اتاق ها یک هیأت نمایندگان انتخاب می کنند که در حقیقت تصمیم گیری های آن اتاق را برای یک دوره چهار ساله بر عهده دارند. هیأت نمایندگان در هر اتاقی، همانند پارلمان آنجاست که توسط اعضاء انتخاب می شوند. تعداد منتخبین اتاق تهران، ۴۰ نفر است و کوچکترین اتاق ها پنج نفر، عضو هیأت نمایندگان دارند به این ترتیب دارندگان کارت بازرگانی و کارت عضویت اتاق های ایران، بر حسب تعداد اعضا بین ۵ تا ۴۰ نفر حق رأی دارند.

بزرگترین هیأت نمایندگان، مربوط به اتاق تهران است و اتاق های اصفهان و چند شهر دیگر ۱۵ تایی هستند. بعضی از اتاق ها هم ۵ نماینده دارند. بزرگترین هیأت نمایندگان در اتاق ایران، متعلق به اتاق تهران است، که چهل عضو منتخب و بیست عضو دولتی دارد. این هیأت نمایندگان ها بر حسب قانون اتاق جمع می شوند و هیأت نمایندگان اتاق ایران را تشکیل می دهند. بخشی از منتخبین اتاق ها عضو هیأت نمایندگان اتاق ایران هستند و بخش دیگرش نمایندگان تشکلی هستند که در اتاق ایران ثبت شده اند، که از هر تشکل فعال هم یک نماینده در هیأت نمایندگان اتاق ایران حضور خواهد داشت.

■ **تعداد نمایندگان تشکل ها در هیأت نمایندگان اتاق ایران چند نفر است؟**

حدود ۸۰ نماینده از میان تشکل ها در هیأت نمایندگان اتاق ایران حضور دارند. بدون شک این تعداد، نقش و اهمیت تشکل ها و نمایندگان آنها را به خوبی نشان می دهد.

■ **با این توصیفات از دیدگاه جنابعالی وظیفه و جایگاه اصلی اتاق یا همان اتاق بازرگانی چیست؟**

اتاق وظیفه دارد که نظراتش را به بخش های مختلف کشور ارائه کند و تصمیماتش را که در واقع بیان نقطه نظرات فعالان اقتصادی کشور است در جامعه نشر و توسعه بدهد و از طریق جراید و ارکان حکومتی آنها را پیگیری کند. اتاق بازرگانی، همچنین در موارد اختلاف، وظیفه ساماندهی و داوری میان بازرگانان و فعالان اقتصادی را بر عهده دارد. اتاق باید بتواند فرم های اسناد معاملات را هم بررسی کند و مثلاً عقود و قراردادهای بانکی و ضمانت نامه ها را بصورت متحدالشکل به تصویب برسانند. همانطور که مثلاً فرم های حمل و نقل و اسناد اعتبار ضمانت ها برای معاملات بین المللی توسط اتاق بازرگانی بین المللی تهیه می شود که بطور متحدالشکل بین همه کشورها در داد و ستدهای فرامرزی از این فرم ها استفاده می شود. مثلاً هر کس بخواهد LC گشایش کند، از فرم UCP600 که متحدالشکل بین همه بانک ها و بنگاه ها جاری است، یا برای صدور ضمانت نامه های عندالمطالبه از فرم جدید بنام URDG225 استفاده می شود.

به این ترتیب شاید بتوانیم اینطور استدلال کنیم که اصحاب فعالیت های اقتصادی در کشور، همانند یک خانواده هستند و مرکز این خانواده که بطور بی طرفانه به آنها، خدماتی ارائه می کند، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران است. همه اینها دلایلی است که اهمیت و جایگاه حضور فعالین اقتصادی را در انتخابات اتاق بازرگانی نشان می دهد.

■ **معمولاً انتخابات اتاق بازرگانی چگونه و بر چه مبنایی انجام می شود؟**

ارگان اصلی تصمیم گیری در اتاق ایران، هیأت نمایندگان اتاق ایران است که متشکل از نمایندگان هیأت های نمایندگان اتاق های ایران در سرتاسر کشور

■ نقش اساسی هیأت‌نمایندگان اتاق چیست؟

هیأت‌نمایندگان، مسائل عام اقتصادی کشور را بررسی می‌کند. با تشکیل هیأت‌نمایندگان اتاق، بر حسب فعالیت‌های موضوعی که بنگاه‌ها دارند، در اتاق ایران، کمیسیون‌هایی تشکیل می‌شود که اعضای هیأت‌نمایندگان - که در رشته‌هایی همگن، فعال هستند - در آنجا جمع می‌شوند و درباره موضوعات خاصی که مورد نظر هر کمیسیون است، بحث و بررسی می‌کنند. در نتیجه این بحث و تبادل نظرها آنها مسائلی را به هیأت‌نمایندگان اتاق و هیأت‌ریسه آن منتقل می‌کنند و معمولاً برای مباحث تخصصی، هم همین کمیسیون‌ها انتخاب می‌شوند. به طور مثال، کمیسیون انرژی اتاق ایران که ما اخیراً نام آن را کمیسیون انرژی و محیط زیست گذاشته ایم و با مسؤلیت اینجانب برای نخستین بار در اتاق ایران در دوره اخیر نمایندگان ایجاد شده است. یا کمیسیون صنعت که از کمیسیون‌های فعال به شمار می‌روند.

البته ما بر حسب موضوع اقتصاد کلان، شاهد فعالیت کمیسیون‌هایی نظیر: کمیسیون بازرگانی، کمیسیون امور بانکی و... در اتاق بازرگانی هستیم. لذا کمیسیون‌های اتاق در حقیقت اتاق‌های فکر اتاق ایران محسوب می‌شوند.

■ ارزیابی شما از وضعیت فعلی اتاق به لحاظ تعاملی که با تشکل‌ها دارند و انجام وظایف و تعهداتی که بر عهده دارند، چیست؟

بخشی از این موضوع مربوط به قانون است. طبق قانون اتاق بازرگانی ایران، تشکل‌های اقتصادی می‌توانند بصورت تشکل‌های موضوعی، کارفرمایی و... در اتاق ثبت نام کنند. لذا ما تشکل‌هایی داریم با نام اتحادیه صادرکنندگان خشکبار، یا اتحادیه صادرکنندگان گل و گیاه و... این نوع اتحادیه‌ها موضوعی هستند و بر حسب موضوع فعالیتشان به اتاق می‌آیند. اما بخش دیگر این قضیه منوط به این خواهد بود که یک تشکل، چقدر تحرک و پویایی داشته باشد.

در ایران بهترین نوع تشکل، تشکلی است که رقاباتی را در یک زمینه یا موضوعی خاص با همدیگر به اصطلاح جمع کند، مانند سندیکای صنعت برق ایران. بنابراین کسانی که در رشته‌های مربوط به هم و نزدیک به هم کار می‌کنند در یک تشکل، گرد هم می‌آیند. این تشکل‌ها چنانچه دقت لازم را نداشته باشند و مباحث و موضوعات مشترک خود را بر طبق منافع مشترک پیش نبرند، خیلی زود آن حالت رقابتی، درون‌نشان ظهور و بروز پیدا می‌کند، بطوریکه تشکل از فعالیت مدنی خود دور می‌افتد. تردیدی نیست تشکل‌هایی که فعالیت‌های عمومی و جمعی خود را به خوبی انجام می‌دهند، قدرت پیدا می‌کند. این گونه تشکل‌ها در اتاق بازرگانی، بسیار تأثیرگذار خواهند بود.

منظورم این است که اگر یک تشکلی در سازماندهی خود فعال و منسجم نباشد، به طور حتم از امکاناتی که در دنیا یا در کشور هست هم نمی‌تواند استفاده کند. این هم افزایش و تجمیع آراء می‌تواند موجب افزایش قدرت تشکل‌ها بشود. بنابراین ما می‌توانیم بگویم که در بعضی از زمینه‌ها که تشکل‌ها خوب فعالیت می‌کنند در حقیقت موفقند و از امکانات اتاق می‌توانند استفاده کنند و این بستگی به نوع تعاملات آنها دارد.

■ از نظر جنابعالی ضرورت حضور و مشارکت بنگاه‌های اقتصادی در انتخابات اسفند ماه چیست؟

همانطور که قبلاً هم گفتم، اتاق‌ها در حقیقت وسیله‌ای هستند برای تسهیل داد و ستد، تسهیل رفع اختلاف، تسهیل ارتباط بین جامعه و بازرگانان، تسهیل روابط بین دولت، مجلس، قوه قضائیه در کشور و نیز با جامعه بازرگانی بین‌المللی که

در آن بعد دیگری از فعالیت اتاق به نام اتاق‌های مشترک پدیدار خواهند شد. همانطور که می‌دانید، ارتباط بین‌المللی ما یکی از طریق کمیته ایرانی (ICC) است و دیگری از طریق اتاق‌های مشترک که در کشورهای هم‌جهت به وجود می‌آید. به همین دلیل است که بنگاه‌های اقتصادی باید با همدیگر هماهنگ باشند و تعامل داشته باشند تا بتوانند شرایط عمومی را برای فعالیت‌های اقتصادی مساعد و هموار کنند.

دستیابی به این هدف، نیازمند ایجاد یک تأسیس مدنی و همکاری مدنی است تا اگر اختلافی به ویژه در زمینه تجاری پیش بیاید، این اختلاف به نحو معقولی برطرف شود.

این روال در سطح بین‌المللی هم به همین صورت است. اتاق‌های بازرگانی در سرتاسر دنیا یک مقررات عمومی بین‌المللی دارند که معمولاً توسط سازمانی به نام اتاق بازرگانی بین‌المللی ICC وضع می‌شود. مثل مقررات مربوط به LC، مقررات مربوط به حمل و نقل، یا مقررات مربوط به ضمانت‌نامه‌ها و... چون این مقررات متحدالشکل هستند، خیلی راحت برای بازرگانان، بانک‌ها، مؤسسات حمل و نقل و... قابل مراجعه و پیگیری است و این خود از بروز بسیاری از اختلافات جلوگیری می‌کند.

■ در پایان چه توصیه‌ای برای برگزاری بهتر و حضور مؤثر بنگاه‌های اقتصادی در این انتخابات دارید؟

هر تغییری، به زمان نیاز دارد. زیرا وضع موجود، مولود زمانهایی است که بر مردمان و جامعه گذشته است. بقول شیخ اجل:

سعدی نشسته بر دل، مهری به روزگاران

بیرون نمی‌توان کرد الا به روزگاران

نکته‌ای که در اینجا به نظر می‌رسد این است که ما باید تلاش کنیم تا در ایران تفکر کارجمعی را به شکل مطلوبتری توسعه بدهیم. البته تحرک و فعالیت‌های مدنی در کشور ما نسبت به بعضی از کشورهای سابقه‌بیشتری دارد. ایران در آسیا، اولین کشوری بوده که مردم در آن، نهضت انقلاب مشروطه را بوجود آورده‌اند. نهضت مشروطه خواهی ایران، نه تنها از انقلاب‌های ژاپن و روسیه هم جلوتر بوده، بلکه بر نهضت استقلال طلبی در هند هم تأثیر گذاشته و منجر به ایجاد حزب کنگره در دهه ۲۰ میلادی شده است.

لذا من فکر می‌کنم حضور مؤثر بنگاه‌های اقتصادی را در تشکل‌های مدنی باید به دست زمان سپرد. بنگاه‌های اقتصادی باید حضور در نهادهای مدنی را تجربه کنند. دستیابی به این امر مهم، نیازمند زمان و فرصت مناسب است. زیرا به زور نمی‌توان فرد یا افرادی را به انجام کار مدنی و تشکلی واداشت.

همچنین بویژه به جوانان و بانوانی که در بخش‌های بازرگانی فعالیت می‌کنند اما تا به حال همکاری آنها در اتاق بازرگانی کم‌رنگ بوده، توصیه می‌کنم که تحرک و فعالیت خود را در این زمینه توسعه بدهند. انشاءاله در دوره جدید اتاق، ما بتوانیم در کنار اتاق ایران یک اتاق فعال جوانان و یک اتاق فعال بانوان هم داشته باشیم.



حضور قدرتمند برقی هادر انتخابات اتاق بازرگانی



نام شهر	نام و نام خانوادگی	نام شرکت
اراک	غلام عباس عباسی	یاسان
اصفهان	علی صفر نور اله	صفا نیکو
اهواز	منصور پور حسین	انتقال نیروی خوزستان
تهران	مسعود حجت	ایران ترانسفو
	عوض محمد پارسا	صانیر
	حمید رضا صالحی	اپیل
زنجان	محمد کبیری	ایران ترانسفو
	ولی اله بیات	پارس سویچ
	علی یگانه فرد	سرمایه گذاری کارکنان صنعت برق در منطقه زنجان و قزوین
شیراز	لاله زمانی	تابان نیرو
قزوین	سید علی عاملی	کنتور سازی ایران
کرج	ناصر شایان	آران انرژی
	امیر وسمه ای	تابش تابلو
کرمان	ناصر حیدری نسب	کرمان تابلو
مشهد	مهدی معین تقوی	اتانیر
	محسن شادمان	صانع شرق



با بسته شدن پرونده ثبت نام نامزدهای هفتمین دوره انتخابات سراسری اتاق های بازرگانی کشور، کاندیداهای این دوره از انتخابات اتاق تهران و شهرستان اعلام شدند. این بار سندیکای صنعت برق ایران در کنار جمعی از اعضایش، برای حضور در صحنه ای به پا خاسته اند که سرنوشت صنعتی و اقتصادی آنها را رقم خواهد زد. زیرا با توجه به تأکید ویژه برنامه پنجم توسعه و اصل ۴۴ قانون اساسی به حضور توانمند بخش خصوصی در همه حوزه ها؛ کار بزرگی در حال وقوع است.

فعالان بخش خصوصی در حوزه صنعت برق همگی بر این باورند که باید با مشارکت همه فعالان حوزه اقتصادی و صنعتی، به رشد بخش خصوصی اقدام کرد.

مدیران شرکت های عضو سندیکای صنعت برق ایران از دلایل حضور خود در انتخابات و برنامه های آینده این اتاق می گویند.

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

ولی اله بیات

مدیر عامل شرکت پارس سویچ
نامزد انتخابات اتاق زنجان

متولد: ۱۳۳۲



منصور پورحسین
رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل شرکت انتقال نیروی
خوزستان
نامزد انتخابات اتاق اهواز

رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل شرکت انتقال نیروی

خوزستان

نامزد انتخابات اتاق اهواز

تحصیلات:

لیسانس مهندسی صنایع از دانشگاه علم و صنعت ایران

سوابق شغلی:

• شرکت پارس سویچ:

■ سرپرست قطعه‌سازی از ۱۳۶۴ تا ۱۳۶۵

■ مدیر تولید و برنامه‌ریزی کارخانه از ۱۳۶۵ تا ۱۳۷۰

■ معاونت پروژه انتقال دانش فنی HV کلیدهای فشار قوی از ABB و مدیر واحد قراردادها از سال ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۶

■ معاونت تولید و برنامه‌ریزی و امر پیمانها از ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۱

■ معاونت بازرگانی، فروش و امور پیمانها از ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۳

• شرکت توسعه معادن روی ایران:

■ معاونت طرح و برنامه و مدیر کمیته فنی از ۱۳۸۳ تا اردیبهشت ۱۳۸۴

• شرکت راهان توان:

■ مسئول طرح و توسعه از ۱۳۸۴ تا مهر ۸۵

• شرکت فیبر فشرده پارسیان:

■ مدیر پروژه تولید MDF با ظرفیت ۶۵۰ متر مکعب در روز و با سرمایه گذاری ۴۲۲۳۰۰۰۰ یورو + ۳۰۰ میلیارد ریال از ۱۳۸۴ تا مهر ۸۵

• شرکت پارس سویچ:

■ مدیر عامل از مهر ماه ۱۳۸۵ تا کنون

■ مشاوره در طراحی، اجرا و نظارت چند شرکت صنعتی در زنجان

در حال حاضر:

■ عضو هیأت مدیره شرکت صنعت روی زنگان (از شرکتهای تحت پوشش شرکت توسعه معادن روی ایران).

■ عضو هیأت مدیره شرکت صانع روی با ظرفیت ۶۰۰۰ تن در سال (پروژه در حال راه‌اندازی).

■ عضو هیأت مدیره سیمان خمسه در زنجان (پروژه).

اهداف:

انعکاس موضوع، ضرورت اطلاع از شرایط رقابتی رقبای خارجی و تفاوت این شرایط در کشورمان که فعالان اقتصادی و تولید کنندگان را در معرض اتهام غیر رقابتی بودن قرار داده است.

برنامه‌ها:

تأکید بر آنالیز هزینه های تولید و فعالیت اقتصادی در ایران، برنامه ریزی برای تحقیق هزینه های مشابه در کشورهای متفاوت و رقیب، برنامه ریزی بمنظور برطرف شدن تفاوت های فوق یا جبران تفاوت ها با پیشنهاد اصلاح قوانین و بخشنامه ها و مقررات

بدین ترتیب می توان امیدوار بود که بستر حضور رقابتی در عرصه های تولید و فعالیت های اقتصادی فراهم شود.

تحصیلات:

- دارای مدرک مهندسی برق

- دارای مدرک فوق لیسانس از مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت (MBA)
سوابق شغلی:

- رئیس تعمیرات ایستگاه های برق معاونت انتقال نیرو ناحیه شمال خوزستان
۱۳۷۵/۶/۲۴

- مدیر امور انتقال نیرو ناحیه شمال خوزستان ۱۳۷۵/۱۲/۵

- رئیس کمیته تحقیقات از طرف شرکت برق منطقه ای خوزستان ۱۳۸۵/۱/۵
بمدت دو سال

- عضو اصلی هیات مدیره و نماینده سهام شرکت تعمیرات نیروگاه های سازمان آب و برق خوزستان ۱۳۸۱/۳/۱۹ بمدت دو سال

- نماینده سهام شرکت نصب و تعمیرات نیروگاه های حرارتی خوزستان
۱۳۸۳/۹/۱۷ بمدت دو سال

- کارشناس رسمی دادگستری

- رئیس هیئت مدیره گروه انرژی دانیال (صاد)

- رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل شرکت تعمیر و نگهداری انتقال نیرو خوزستان از تاریخ ۱۳۸۱/۴/۱ تا کنون.

اهداف:

۱- بستر سازی مناسب برای ایجاد رقابت آزاد در کلیه زمینه های بازرگانی و صنعتی.

۲- ایجاد ارتباطات سالم اقتصادی، به منظور تسریع در رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال در سطح استان و کشور بواسطه مبادله آزاد کالا در سطح استان و کشور.

۳- کمک در رفع موانع برای جذب سرمایه های کوچک و بزرگ و هدایت سرمایه ها در جهت شکوفایی هر چه بیشتر اقتصاد استان و کشور.

۴- ایجاد حمایت های لازم از بازار مبادله کالا و خدمات و جریان سرمایه و مبارزه با مفاسد و تخلفات بازرگانی.

برنامه‌ها:

۱- ارائه راهکار های مناسب با دستگاه های اجرایی و قانونگذاری به منظور تسهیل امور جاری اقتصادی استان و کشور.

۲- شناسایی توانمندی های اقتصادی و مزیت های نسبی در سایر بخش های نادیده در سطح استان و ارائه آن به دستگاه های اقتصادی.

۳- توسعه و راه اندازی انواع نمایشگاه های صنعتی، معدنی و کشاورزی.

۴- برگزاری سمینار ها و کنفرانس ها به منظور ایجاد تسهیلات لازم در جهت توسعه روابط اقتصادی.

۵- ایجاد روابط نزدیک بین بخش خصوصی و دولتی و ایجاد همگرایی بیشتر جهت تسریع در توسعه اقتصادی استان و کشور.

۶- ایجاد زمینه مناسب در جهت توسعه روابط اقتصادی استان با شهر ها و استانها و کشور های همسایه.

مسعود حجت

عضو هیأت مدیره شرکت ایران ترانسفو

نامزد انتخابات اتاق تهران

متولد: ۱۳۲۳



تحصیلات:

کارشناسی ارشد پیوسته - رشته مهندسی برق، دانشکده فنی دانشگاه تهران

• سوابق و فعالیت های شغلی و مهندسی:

■ کارشناس مطالعات شبکه از سال ۱۳۴۸ تا ۱۳۵۶

■ رییس اداره طرح های جامع برق از سال ۱۳۵۶ تا ۱۳۵۹

■ مدیر کل دفتر برنامه ریزی برق از سال ۱۳۵۹ تا ۱۳۷۰

■ قائم مقام معاونت امور برق وزارت نیرو و شرکت توانیر از سال ۱۳۷۰ تا

۱۳۷۴

■ رییس هیأت مدیره و مدیر عامل شرکت برق منطقه ای خراسان از سال ۱۳۷۴

تا ۱۳۷۶

■ قائم مقام معاونت امور برق وزارت نیرو و شرکت توانیر از سال ۱۳۷۶ تا

۱۳۸۵

■ رییس هیأت مدیره و مدیر عامل شرکت مدیریت شبکه برق ایران از سال

۱۳۸۵ تا ۱۳۸۸

■ مشاور حوزه معاونت برق و انرژی وزارت نیرو و عضو هیأت مدیره

شرکت های صنایع، ایران ترانسفو و شرکت های آب و برق کیش از سال

۱۳۸۸ (پس از باز نشستگی) تا کنون

• فعالیت های مهندسی:

■ عضو هیأت مدیره شرکت ایران ترانسفو به مدت ۱۵ سال

■ عضو هیأت مدیره شرکت کنتور سازی ایران به مدت ۳ سال

■ رییس هیأت مدیره شرکت سرمایه گذاری ساتکاب به مدت ۴ سال

■ عضو هیأت مؤسس مرکز تحقیقات نیرو

■ عضو هیأت مؤسس کمیته ملی مطالعات برق ایران

■ عضو هیأت مؤسس سیگره شاخه ایران

■ انتشار حدود ۲۰ مقاله منتشره در کنفرانس های مختلف و مشارکت در ترجمه

IEC ایران و فرهنگنامه صنعت برق

• فعالیت های جنبی:

■ مجری طرح تحقیقات در صنایع و سیستم برق کشور

■ مشارکت در تأسیس مرکز تحقیقات نیرو و پژوهشگاه نیرو (عضو هیأت

مؤسس، هیأت مدیره و هیأت امانا)

■ مشارکت در ایجاد و توسعه تعدادی از صنایع در صنعت برق کشور مانند:

ایران ترانسفو، کنتور سازی، مقره، پراق آلات خطوط انتقال (شرکت در تهیه

گزارشات توجیهی، مذاکرات و عضو حقوقی هیأت مدیره)

• عضویت در انجمن ها و کمیته های انتقال برق:

■ عضو هیأت امنای پژوهشگاه نیرو (حدود ۷ سال)

■ عضو کنفرانس بین المللی سیگره فرانسه - Distinguished Mem-

BER

■ رییس کمیته برق شورای پژوهش های علمی کشور

■ عضو اجرایی شورای تحقیقات برق وزارت نیرو (حدود ۱۰ سال)
■ عضو هیأت مدیره انجمن مهندسين برق و الکترونیک ایران از بدو تأسیس تا سال ۱۳۸۶

عضو برجسته انجمن مهندسين برق و الکترونیک ایران

■ عضو هیأت اجرایی کنفرانس بین المللی برق از بدو تأسیس

■ عضو هیأت اجرایی کنفرانس شبکه های توزیع نیرو و از بدو تأسیس

■ عضو هیأت داوران کنفرانس های مختلف صنعتی و دانشگاهی برق کشور

■ منتخب اولین جشنواره انتخاب چهره های درخشان علم و صنعت ایران

■ مهندس برجسته سال ۱۳۸۵ در زمینه مدیریت مهندسی برق

اهداف:

مهمترین هدفم از حضور در انتخابات اتاق بازرگانی، تلاش برای پیشرفت و

توسعه صنایع کشور به خصوص صنعت برق است.

برنامه ها:

به عقیده من موضوعی که ما اکنون باید به آن توجه کنیم، اجرای اصل ۴۴ قانون

اساسی و توجه به موضوع خصوصی سازی، مطابق منویات مقام معظم رهبری

است. در این خصوص شرکت هایی که با صنعت برق ارتباط دارند، چه در امر

تولید، چه در زمینه های انتقال، توزیع و... نیازمند ایجاد شرایط مناسب برای

رشد و توسعه در سطح ملی و بین المللی هستند.

لاله زمانی

مدیر صادرات شرکت تابان نیرو

نامزد انتخابات اتاق شیراز

متولد: مرداد ماه ۱۳۵۸



تحصیلات:

۱- کارشناسی مدیریت بازرگانی دانشگاه شیراز

۲- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی شاخه مالی MBA- FINANCIAL

SYDNEY - AUSTRALIA

۳- Negotiation For Leadership دانشگاه هاروارد Kennedy

School

سوابق شغلی:

۱- مدیر بازرگانی شرکت تابان نیرو

۲- مدیر مالی شرکت World Wide Project Management

۳- Deputy Compliance Officer (Anti Money Laundering)

در شرکت Global Financial Services

اهداف:

اصلی ترین دلیل برای حضور در انتخابات اتاق بازرگانی، تلاش برای رفع

موانع و محدودیت هایی است که به لحاظ صنعتی در کشور وجود دارد. من فکر

می کنم که با حضور در اتاق بازرگانی و فعال کردن بخش هایی از صنعت که تا به

حال بطور جدی به آن پرداخته نشده، می توان به اهدافی که مد نظر است، دست

پیدا کرد و خدمات مورد نیاز را عرضه کرد.

برنامه‌ها:

شناساندن ظرفیت های صنایع کشور، به ویژه توانمندی های صنایع موجود در شیراز به منطقه خاورمیانه از جمله مهمترین برنامه هایی است که بنده در نظر دارم. زیرا با توجه به جایگاه بسیار بالایی که صنعت کشور به ویژه صنعت برق در کشور ما دارد، متأسفانه این ظرفیت ها به خوبی شناخته نشده است. بطوری که هنوز هیچکدام از شرکت های فعال صنعت برق که در شیراز اسقرار دارند، امکان و فرصت حضور و مشارکت در بازارهای خاورمیانه را بدست نیاورده اند. در مجموع باید بگویم که ما به صادرات فکر می کنیم.

محسن شادمان

مدیر عامل شرکت صانع شرق
نامزد انتخابات اتاق مشهد



سوابق علمی و مدیریتی:

- فوق لیسانس مهندسی برق
- سر مهندس شیفت بهره برداری نیروگاه مشهد
- مدیر عامل شرکت مهندسی نیرو آلات شرق
- معاون مهندسی شرکت بهو نیرو
- مدیر طرح های خاص شرکت مهام شرق
- مدیر عامل شرکت صانع شرق (صادر کننده نمونه استان خراسان)

اهداف:

با توجه به نقش مهمی که اتاق بازرگانی در اقتصاد ایران دارد و به دلیل تأثیراتی که این اتاق در صنایع مختلف دارد، ما نیز در بخش صنعت برق به این نتیجه رسیدیم که بهتر است، نقش مؤثرتری را در این خصوص ایفا کنیم و به این ترتیب نقش صنعت برق را در اتاق بازرگانی پررنگ تر کنیم. به همین منظور در انتخابات شرکت کردیم.

برنامه‌ها:

از دیدگاه ما موضوعاتی نظیر: بهای ارز، بحث تعرفه ها و... و ارائه گزارشات کارشناسی که توسط این اتاق می تواند به مسؤولین مختلف ارائه شود، از ارزش و اهمیت بالایی برخوردار است.

ناصر شایان

رئیس هیات مدیره شرکت آران انرژی
نامزد انتخابات اتاق کرج



سوابق علمی و مدیریتی:

- کارشناسی برق (الکترونیک)
- دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک)
- سال ۵۱ - ۵۴: کارشناس برق در شرکت مخابرات
- سال ۵۴ - ۶۰: مدیر عامل شرکت تکنوتاندر
- سال ۶۰ - ۸۰: قائم مقام مدیر عامل و عضو هیئت مدیره شرکت ایران سیبوک
- سال ۸۱ تاکنون: مدیر عامل 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
- عضو هیئت مدیره سندیکای صنعت برق ایران
- عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی
- عضو کمیسیون تشکل های اتاق بازرگانی

اهداف:

همانطور که می دانید اتاق بازرگانی در واقع، تشکل تشکل ها است و از طریق این اتاق، می توانیم اهداف صنفی تشکل سندیکا یعنی موضوعات و مسائل مطرح در صنعت برق را با انسجام بیشتری پیگیری کنیم، بنابراین بهتر است ما نیز در اتاق بازرگانی نماینده ای داشته باشیم تا بتوانیم کلیه مسائل این صنعت را پیگیری کنیم و از حق و حقوق اعضای سندیکا به نحو مطلوبتری دفاع کنیم.

برنامه‌ها:

اهدافی که ما تاکنون در سندیکای صنعت برق ایران پیگیری می کردیم، به طور حتم از طریق اتاق بازرگانی، با سرعت و جدیت بیشتری به نتیجه خواهد رسید.

حمیدرضا صالحی

دبیر و عضو هیئت مدیره سندیکای برق ایران
دبیر اتحادیه صادر کنندگان خدمات فنی و مهندسی و صنایع انرژی ایران
نامزد انتخابات اتاق تهران



سایر مسئولیت‌ها:

- عضو کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی و صنایع معادن ایران
- عضو اتاق مشترک بازرگانی و صنایع معادن ایران و عراق
- مدیر عامل شرکت اپیل
- عضو هیات امناء جامعه فارغ التحصیلان دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران)
- عضو انجمن بین المللی سیگره فرانسه
- عضو هیات مدیره انجمن برق و الکترونیک استان تهران

تحصیلات:

- کارشناسی مهندسی برق (قدرت) از دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران)

سوابق:

- مسئول اجرایی جامعه فارغ التحصیلان دانشگاه صنعتی امیرکبیر
- صاحب امتیاز و مدیر مسئول هفته نامه شورا
- مدیر پروژه پست فشارقوی نیروگاه سد کرخه
- مدیر پروژه پست فشارقوی نیروگاه سد گدارلندر (مسجد سلیمان)
- مدیر پروژه پستهای فشارقوی ۴۰۰ کیلوولت آبادان، ماهشهر، اهواز شمال غرب در شرکت مشانیر
- مدیر اجرای نمایشگاه تخصصی-صنعتی پلی تکنیک ۲۰۰۲
- دبیر جشنواره و نمایشگاه پلی تکنیک ۲۰۰۴
- مدیر عامل شرکت سرمایه گذاری مشانیر
- عضو هیات مدیره شرکت سرمایه گذاری مشانیر
- نائب رئیس هیات مدیره شرکت صباکار

اهداف:

همانطور که می دانید اتاق بازرگانی، ارگان بخش خصوصی و مشاور سه قوه است و امکان و اختیار لازم را برای تغییر و اصلاح قوانین به ویژه در نهادهایی که در اتاق بازرگانی عضویت دارند، مانند: شوراها، عالی پول و اعتبار، شورای عالی صادرات، هیأت عالی واگذاری و... خواهد داشت.

لذا به این نتیجه رسیدیم که این ظرفیت خوب می تواند ارتقاء پیدا کند و صنعت برق نیز به عنوان صنعتی که بخش عمده و مهمی از اقتصاد کشور را شامل می شود می تواند از این ظرفیت استفاده کند.

از سوی دیگر، امروز اعضای سندیکای صنعت برق ایران با بیش از ۳۴۰ عضو از گروه پیمانکاران، سازندگان، مشاوران و قریب به ده میلیارد دلار گردش مالی، نیازمند آن است که تا حد ممکن از ظرفیت های اتاق بازرگانی برای رسیدن به اهداف خود کمک بگیرد. بدین لحاظ وظیفه خود دانستیم تا برای حفظ و صیانت از منافع بخش خصوصی و نیز ارتقای ظرفیت های موجود در این بخش در انتخابات آینده اتاق شرکت کنیم.

همانطور که طی چند سال اخیر با تعاملی که با اتاق بازرگانی داشتیم، تلاش می کردیم تا مسیرهایی را برای احقاق حقوق اعضا پیمان پیدا کنیم.

برنامه ها:

با توجه به اهمیت و ضرورت ارتقای موقعیت اتاق بازرگانی، من فکر می کنم اتاق بازرگانی در دوره آینده می بایستی تغییرات بسیار مهمی را در خود، البته با حفظ چارچوب های اتاق، فراهم کند. بحث آزاد شدن سیستم گردش اطلاعات، توسعه ارتباط اتاق با اعضا و پاسخگو کردن اتاق به ذینفعان درونی و همچنین تقویت توان چانه زنی اتاق در مواجهه با ذینفعان بیرونی از جمله تغییراتی است که تنها در یک ساختار سازماندهی شده در درون اتاق تجلی پیدا خواهد کرد.

اتاق بازرگانی با توجه به این که در طول چهار سال گذشته توانست تحولات مهمی را به ویژه در نوع نگاه به مدیریت اتاق ایجاد کند، موجب شد جمع کثیری از فعالان اقتصادی از جمله صنعتگران و تولید کنندگان به آن اعتماد کنند. اکنون مهمترین نیاز و انتظاری که اعضای اتاق از این نهاد دارند، تلاش برای پاسخگویی به مطالبات اعضای تشکل هاست که به دلیل این که این موضوع، مشکل بسیاری از اصناف به شمار می رود، سازمانی منسجم و پر ظرفیت مثل اتاق می تواند به این انتظار پاسخ دهد. با به پایان رسیدن چهار سال از فعالیت اتاق اکنون امیدواریم دوران گذار تمام شده و با ارتقاء سازمان، زمینه های پاسخگویی به مطالبات اعضا فراهم شود و به مرحله تثبیت برسیم.

از سوی دیگر، با توجه به این که فعالان صنعت از مسیر تشکل ها می توانند به اتاق راه پیدا می کنند، لذا تشکل ها باید نقش بسیار پررنگ تری در آینده اتاق داشته باشند.

در این خصوص همانطور که قبلا هم گفتم یکی از مهمترین برنامه ها و محورهای فکری که باعث حضور در انتخابات اتاق بازرگانی شده ایجاد زمینه های مؤثر و مناسب برای پیگیری مطالبات اعضای سندیکا خواهد بود. برای دستیابی به این هدف از دیگه من سازمان اتاق، نیازمند افرادی است که بتوانند روحیه کار مشارکت جویانه را در بین اعضای تشکل های درون اتاق نظیر: کمیسیون ها، کمیته ها و کارگروه ها ترویج بدهند و اتاق را به عنوان یک نهاد دولتی در نظر نداشته باشند. این افراد باید بروکراسی اتاق را تا حد امکان پایین بیاورند و در نهایت منجر به این بشوند که یک عضو، صنعتگر یا یک تاجر بتواند از ظرفیت های بیشتری که اتاق می تواند برای آنها ایجاد کند، استفاده کند

و احساس بسیار خوبی را برای ادامه فعالیت آنها به وجود بیاورد. ما امیدواریم سازمان اتاق آینده بر محور توانمندی های تشکل ها به وجود بیاید.

همچنین از جمله فعالیت های زیر ساختی که می تواند در بهبود عملکرد اتاق نقش زیادی داشته باشد و خود ما در سندیکا نتایج آن را به خوبی مشاهده کرده ایم، ارائه سرویس های حقوقی به اعضا است. این سرویس های حقوقی می تواند منجر به این شود که قشر عظیمی از صنعتگرها و تولید کنندگان دیگر به دادگاه ها مراجعه نکنند و مسائل حقوقی خود را در بخش های مختلف صنعت و بازرگانی، در درون تشکل خود حل کنند. البته توجه به زیرساخت های حقوقی و مدیریتی اتاق، می بایست بر پایه مطالعه و پژوهش باشد. همانطور که ما در سندیکای صنعت برق ایران حدود سه سال، به طور اساسی به مطالعه و پژوهش در زمینه الگوهای موجود در این خصوص پرداختیم، به طور حتم اتاق بازرگانی در این زمینه به موفقیت های چشمگیری دست پیدا خواهد کرد.

نکته دیگر: بحث افزایش میزان نقش تشکل های اقتصادی در نحوه مدیریت تشکل های اتاق بازرگانی است. متأسفانه این موضوع تاکنون به لحاظ قانونی مورد توجه جدی و اساسی قرار نگرفته است.

نگاهی که تا الان در این خصوص وجود داشته، این بوده که رأی یک تاجر یا شخص حقیقی با رأی نمایندگان تشکل ها مساوی است که این هم یکی دیگر از مشکلاتی است که می بایست حل شود. زیرا اعضای تشکل هایی که بیش از سه سال عضو اتاق بوده اند و اکنون دارای حق رأی هستند در هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، رأیشان با رأی یک فرد حقیقی برابر است. لذا می بایستی اصلاحاتی انجام شود که رأی تشکل ها که بر گرفته از شرکت های بزرگ و کارخانجات و تولیدات و مجموعه ای از صنعتگران یک رشته تخصصی هست، متفاوت باشد و این نیازمند آن است که میزان رأی تشکل ها را بالا ببریم. یعنی در کلیه تصمیم گیری هایی که در اتاق می شود، نقش تشکل ها را در حوزه مربوطه و تخصصی محترم بشماریم. بطور مثال برای تصمیم گیری در حوزه انرژی، تشکل های مربوط در جلسات تصمیم گیری حضور مؤثر داشته باشند.

علاوه بر این ما می بینیم که در انتخابات اتاق های بازرگانی مشترک یا کمیسیون های اتاق، جایگاهی برای تشکل های مربوطه و فعال دیده نشده است. لذا لازم است که در همه تشکل های درون اتاق، مثل اتاق های مشترک، کمیسیون های مرتبط و کمیته ایرانی ICC که اتاق بسیار مهمی است و دیگر کمیته های ویژه ای که درون اتاق تشکیل می شود، از هر سندیکا و تشکل حائز اهمیت و ذی نفوذ که استانداردهای لازم را در کشور داشته باشند، دعوت شود تا نماینده آنها در این تشکل ها و کمیسیون ها و کارگروه ها حضور یابند تا بتوانند به نمایندگی از کل تشکل های فعال در کشور، تصمیم های بهتری را در اتاق بازرگانی اتخاذ کنند. اگر بخواهم در یک جمله اتاق آینده را ترسیم کنم به نظر میرسد که چهار سال آینده با حضور تشکل های اقتصادی در نحوه مدیریت و اداره اتاق، ما شاهد یک رویه جدیدی در اتاق بازرگانی و تقویت بخش خصوصی کشور باشیم که این در نهایت منجر به افزایش قدرت تعامل بخش خصوصی با دولت خواهد شد.

علی صفر نوراله
مدیر عامل شرکت صفانیکو
نامزد انتخابات اتاق اصفهان



تحصیلات:

کارشناسی ارشد مهندس برق (قدرت) دانشگاه تهران

سوابق شغلی و علمی:

- مدیر عامل شرکت بین المللی توسعه دلتا صفا (۱۳۸۷ به بعد)
- رئیس هیئت مدیره شرکت صفانیکو سپاهان
- مدیر عامل شرکت صفانیکو سپاهان (۱۳۸۷-۱۳۷۴)

۱۳۷۴-۱۳۶۳

(۱۳۶۳)

■ کارشناس طراحی و مهندسی پست های فشار قوی برق منطقه ای اصفهان (۱۳۶۱-۱۳۶۳)

■ کارشناس طراحی و مهندسی برق منطقه ای اصفهان (۱۳۶۱-۱۳۵۸)

■ تألیف کتاب طراحی پست های فشار قوی

■ تألیف کتاب کاربرد خازن و رله در شبکه ها

■ تألیف کتاب محاسبات عملی اتصال کوتاه

■ تألیف کتاب مبانی حفاظت سیستم ها و قدرت

اهداف:

با توجه به قدمت چندین ساله اتاق بازرگانی که بعنوان پارلمان بخش خصوصی شناخته شده و یک NGO به رسمیت شناخته شده از طرف دولت می باشد، بنابراین این پارلمان جایگاه کلیه صنعتگران، سرمایه گذاران، مبتکران و کارآفرینان بخش خصوصی می باشد. اتاق می تواند به پایداری، رشد و توسعه ملی کمک قابل توجهی کند و به نظر می رسد تا حال، اتاق توانسته نقش خود را در اقتصاد ایران ایفاء کند. بهمین دلیل حضور در جمع فوق می تواند سبب اثرگذاری لازم در تصمیم سازی های مربوطه باشد.

علاوه بر این وظیفه هر فعال اقتصادی است که با توجه به پیاده سازی اصل ۴۴، قانون هدفمند کردن یارانه ها، نیاز به رشد اقتصادی کشور نسبت به ادای دین خود اقدام کند. بنا به دلایل فوق بر خود واجب دانستم که در این فعالیت ملی و اقتصادی اساسی و حیاتی کشور حضور یابم و بتوانم بیشتر مثمرتر بوده و به شکوفایی اقتصاد و رشد آن در کشور کمک کنم.

به دلایل فوق متعهد می گردم تا جهت رسیدن به اهداف اتاق با توجه به نیازهای کشور در شرایط فعلی کوشا بوده و کلیه سعی و کوشش خود را جهت تحقق آنها بکار برم.

برنامه ها:

اهم برنامه های اینجانب، جهت تحقق خواسته های بخش خصوصی به شرح زیر است:

- ۱- شناخت پتانسیل و نیازهای بخش خصوصی در استان
 - ۲- سعی در ایجاد امکانات برای بکارگیری این پتانسیل ها
 - ۳- ایجاد امکانات جهت تجمع پتانسیل ها و ایجاد سینرژی لازم جهت رشد اقتصادی کشور و به دنبال آن رشد بخش خصوصی
 - ۴- آموزش بخش خصوصی جهت افزایش راندمان، توسعه، مدیریت انرژی، حضور در بازار جهانی، رقابت پذیری لازم.
- برنامه ریزی برای حضور فعال در بازارهای جهانی و امکان رقابت پذیری در آن

بطوریکه به اهداف صادراتی کشور دست یابیم.

۵- حضور فعال و بی وقفه در کمیسیون های مختلف اتاق، بطوریکه بتوان در تصمیم سازی مثمرتر بود.

۶- شناخت فرصت های سرمایه گذاری و پیگیری انجام آن توسط سرمایه گذاران داخلی و خارجی.

۷- شناخت بازارهای هدف در خارج از کشور و تشویق اعضای جهت حضور در آنها.

۸- تهیه اطلاعات لازم جهت رشد اقتصادی، مدیریت و رشد فنی اعضای و حضور فعالتر آنها در بازارهای داخلی و خارجی.

۱۰- پیگیری و شناسایی امکانات لازم برای خصوصی سازی، فعالیت های اقتصادی، سرمایه گذاری، ایجاد امنیت اقتصادی برای بخش خصوصی.

۱۱- پیگیری و شناسایی امکانات برای گردهمایی های منظم و مرتب اعضای جهت تبادل افکار، تصمیم سازی، بازاریابی، ایجاد کار برای اعضای و حل مشکلات و معضلات آنها.

۱۲- پیگیری برای استفاده از کارشناسان و خبرگان سرمایه گذار بانک، بیمه، دارایی، مالیات، مدیریت انرژی، مشاوران مدیریت و سرمایه گذاری و غیره و استقرار آنها در محل اتاق جهت استفاده اعضا.

۱۳- همکاری و همکاری با NGO های صادراتی تجهیزات و خدمات مهندسی جهت رشد و ارتقاء کیفی و کمی صادرات.

۱۴- شناسایی و همکاری با کلیه NGO های فعال استان و یا ایجاد NGO های لازم جهت هم افزایی و رشد امکانات خدماتی برای بخش خصوصی و رشد کمی و کیفی تولیدات آنها.

۱۵- ایجاد بانک های اطلاعاتی گوناگون، ایجاد امکانات بازاریابی برای ورود به بازارهای جهانی، کاهش وابستگی بخش خصوصی به امکانات دولتی، ایجاد روحیه اعتماد به نفس در مدیران بنگاه ها، آگاه کردن اعضا با آخرین پدیده های تکنولوژی جهت توسعه، ارتقاء کیفیت کالاها و خدمات رقابت پذیری در بازار جهانی.

غلام عباس عباسی

مدیر کارخانه و مدیر عامل شرکت سازه های

فلزی یاسان

نامزد انتخابات اتاق اراک

متولد: ۱۳۳۵



سوابق شغلی:

- رییس هیئت مدیره و مدیرعامل پنج شرکت تولیدی- صنعتی و بازرگانی شامل: (سازه های فلزی یاسان، شرکت برفره، شرکت چکش، شرکت ایفا صنعت و شرکت بازرگانی رویان فرآیند) از سال ۱۳۵۹ تا کنون
- عضویت در هیئت مدیره تشکل های صنعتی از قبیل خانه ی صنعت و معدن استان مرکزی و انجمن گالوانیزه کاران و کارگروه های مختلف

در حال حاضر:

- مدیر کارخانه و رییس هیأت مدیره شرکت سازه های فلزی یاسان (تولید کننده ی برجهای انتقال نیرو)

اهداف:

با در نظر گرفتن تجربیات چندین ساله در امر صنعت و عضویت در تشکل های صنعتی و اجتناب از بی تفاوتی در سرنوشت بخش خصوصی و دفاع و صیانت از بخش صنعت از اقدامات اساسی بوده و با توجه به سوابق طولانی صنعتی و حضور در چندین شرکت و تشکل صنعتی، خود را مکلف به حضور در تشکل ها می دانم و با توجه به این که استان مرکزی یکی از مهم ترین قطب های صنعتی کشور می باشد بر خود لازم دیدم که با کاندیدا شدن در انتخابات اتاق بازرگانی صنایع و معادن استان، در صورت برگزیده شدن، با تکیه بر تجارب و سوابق صنعتی همفکران خود و توانمندی های آنان، شاهد رشد و توسعه صنعتی و اقتصادی استان باشم.

از طرف دیگر با توجه به اصل ۴۴ قانون اساسی که ضرورت حضور بیش تر و مؤثر تر بخش خصوصی را در تعیین سرنوشت خود و کمک به تصمیم گیری ها و تصمیم سازی ها در بخش دولتی دارد، تلاش دارم با حضور خود در اتاق بازرگانی صنایع و معادن که یکی از تشکل های مهم کشور می باشد، زمینه سرعت بخشیدن به اصل ۴۴ را فراهم آورم.

برنامه ها:

- به معنی واقعی، تولید ملی را افتخار ملی می دانم و هدف تقویت تولید ملی را با تمام وجود پیگیری خواهم کرد.
- تلاش برای بهبود فضای کسب و کار و تقویت جایگاه بخش خصوصی به جهت توجه به نظرات آنان در مراجع مختلف تصمیم گیری و قانون گذاری را برای خود یک تعهد و التزام می دانم.
- برای بهبود بخشیدن به کیفیت تولیدات داخلی واردات انواع کالاهای با کیفیت خارجی بایستی در قالب یک برنامه ریزی صحیح سامان دهی شود.
- با برنامه ریزی مناسب از طرف بخش خصوصی و با حمایت قاطع اتاق بازرگانی صنایع و معادن، دولت بستر های مناسب صادرات را بیش از پیش مهیا کند.
- پیگیری و به نتیجه رسانیدن گشایش اعتبار اسنادی داخلی از طرف کارفرمایان دولتی جهت حمایت از پیمانکاران و سازندگان داخلی.

مدیر کل نظارت و ارزیابی وزارت نیرو ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۱

مشاور فنی شرکت توانیر ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۲

معاون مهندسی سازمان توسعه برق ایران ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۳

مجری طرح های نیروگاه های سیکل ترکیبی سازمان توسعه برق ایران ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۵

مدیر عامل و عضو هیأت مدیره شرکت ایران ترانسفو ۱۳۸۵ تا کنون

اهداف:

۱- ارتقای جایگاه اتاق بازرگانی با ایجاد پویایی و افزایش توان کارشناسی و قدرت تصمیم گیری

۲- فراهم آوردن زمینه های سرمایه گذاری جدید

۳- تعامل و حمایت از صنعتگران به خصوص صنایع کوچک و متوسط

برنامه ها:

- ۱- پس از چند سال خدمت و تجربه در صنعت برق کشور، احساس می شود که می بایستی با ایجاد انگیزه و رایزنی و دعوت از صنعتگران این رشته زمینه های بیشتری را برای فعالیت و حضور مؤثر تر آنها در اتاق بازرگانی فراهم آورد.
- ۲- برقراری ارتباط و تعامل هر چه بیشتر حوزه صنعت با دانشگاه در راستای شناسایی و پرورش و تأمین نیروهای متخصص مورد نیاز در استان
- ۳- حمایت و تقویت هسته علمی (تحقیق و پژوهش های کاربردی) به عنوان شرط اول توسعه استان برای شناخت نقاط ضعف و قدرت صنایع
- ۴- حمایت و تقویت صنایع کوچک و متوسط و تشویق برای ایجاد کسب و کار جدید
- ۵- کمک در رفع موانع تولید و فعالیت صنایع مختلف
- ۶- حمایت و تقویت در توسعه صادرات غیر نفتی

مهدی معین تقوی

مدیر عامل شرکت اتانیر

نامزد انتخابات اتاق مشهد



اهداف:

صنعت برق یکی از صناعی است بخش خصوصی در آن حضور پر رنگ و موفق داشته است، لیکن در مهمترین تشکل بخش خصوصی و به عبارتی پارلمان بخش خصوصی که همان اتاق بازرگانی می باشد کمتر حضور داشته و یا اساساً نماینده ای نداشته است. لذا حضور نمایندگان بخش خصوصی صنعت برق در اتاق بازرگانی یک وظیفه صنفی می باشد و مسلمانان جهت پربار کردن تصمیمات و اقدامات اتاق بازرگانی تأثیر گذار خواهد بود.

برنامه ها:

با توجه به پتانسیل های فراوانی که در اتاق های بازرگانی وجود دارند و امکان استفاده از این پتانسیل ها در سطوح بالای تصمیم گیری و در راستای توسعه بخش خصوصی و اصل ۴۴ قانون اساسی به خوبی وجود دارد، حضور در اتاق بازرگانی، فرصت مناسبی است که می توان دغدغه های بخش خصوصی را مطرح و پس از بررسی، موضوع را به همراه راهکارهای قابل اجرا به مقامات

محمد کبیری اصفهانی

مدیر عامل و عضو هیأت مدیره شرکت ایران ترانسفو

نامزد انتخابات اتاق زنجان

متولد: ۱۳۳۹



تحصیلات:

فوق لیسانس رشته انرژی در آلمان - سال ۱۳۶۰ تا ۱۳۶۵

فوق لیسانس رشته الکترونیک در آلمان - سال ۱۳۶۵ تا ۱۳۶۹

دکتری رشته برق و قدرت در آلمان - سال ۱۳۶۹ تا ۱۳۷۴

مشاغل و سمت های قبلی:

استادیار دانشگاه شهید عباسپور ۱۳۷۴ تا کنون

کارشناس انرژی وزارت نیرو ۱۳۷۴ تا ۱۳۷۵

مدیر عامل سازمان انرژی های نو ۱۳۷۵ تا ۱۳۷۷

ذیصلاح منتقل کرد. بدیهی است که با تعامل سازنده ای که فیما بین اتاق بازرگانی و مقامات ذیصلاح در قوای سه گانه و خصوصا دولت محترم وجود دارد، امکان اجرایی کردن پیشنهادات سازنده کاملا محتمل است. لذا برنامه اصلی اینجانب استفاده از این پتانسیل کار آمد و اثر گذار در رفع موانع پیش روی اجرای کامل اصل ۴۴ قانونی اساسی و سایر مشکلات و دغدغه های بخش خصوصی (بخصوص صنعت برق) در راستای توسعه ملی می باشد.



امیر و سمه ای
مدیر عامل شرکت تابش تابلو
نامزد انتخابات اتاق کرج

اهداف:

همانگونه که مستحضر هستید، استان جدید البرز با پتانسیل های بسیار بالا در زمینه های تولیدی و بازرگانی، در حال شکل دهی سازمان های وابسته خود است و بالطبع آن اتاق بازرگانی این استان در حال تأسیس می باشد. از طرفی وجود کارخانه های معظم صنایع غذایی و ماشین سازی در این استان، دورنمای بدست آوردن حداکثر کرسی های این نهاد را برای صنایع فوق الذکر ایجاد کرده است. لذا بمنظور حضور در سازمان فوق و اظهار نظر و دفاع از حقوق و مسائل صنعت برق، اینجانب تصمیم به شرکت در انتخابات فوق را دارم.

برنامه ها:

با توجه به اولین حضور اینجانب در اتاق بازرگانی استان البرز و تازه تأسیس بودن این اتاق برنامه اصلی، همسو شدن با برنامه ها و فعالیت های نمایندگان صنعت برق در سایر اتاق های استان ها و بخصوص تهران است.



سید علی عاملی
مدیر عامل و عضو هیأت مدیره
شرکت کنتور سازی ایران
نامزد انتخابات اتاق قزوین

اهداف:

از اهم مأموریت های اتاق بازرگانی و صنایع و معادن، کمک به نظام اقتصادی کشور، ارتقای جایگاه بخش خصوصی، کمک به بالنده های تفکر اقتصادی جامعه و حضور مردم در اقتصاد فرا معیشتی، ارائه مشورت و مشارکت در فرایند تصمیم سازی ها و تصمیم گیری های اقتصادی ارکان حکومت و هدایت و ساماندهی تشکل یافتن فعالان اقتصادی کشور است. به اعتقاد اینجانب تمامی اعضای اتاق های بازرگانی سراسر کشور بایستی در این زمینه کوشا باشند و تنها استفاده کننده از مزایای عضویت نباشد، حال چه عضو معمولی اتاق باشند و یا عضو هیأت های نمایندگی یا هیأت مدیره.

برنامه ها:

صنعت برق، یکی از صنایع قدرتمند فعال در ایران است، از این منظر اجزای این صنعت در کشورمان در بخش های تولید انرژی، توزیع انرژی، بهینه سازی مصرف، اندازه گیری و... در مقایسه با کشورهای منطقه از جمله صنایع شاخص و معتبر می باشند که همپای فناوری روز دنیا گام برداشته اند. با این وجود حضور صنایع ایران در حوزه برق در بازارهای منطقه چندان رضایت بخش نیست.

از این روی برنامه های اینجانب برای دستیابی به مأموریت های اتاق، تلاش برای تسهیل هر چه بیشتر صادرات صنعت برق به بازارهای منطقه است. البته لازم به ذکر است که شرکت کنتور سازی ایران، هر چه به شخصه و چه در قالب سندیکای صنعت برق ایران، فعالیت قابل توجهی در عرصه توسعه صادرات داشته است.

کنتور سازی ایران یکی از اعضای فعال کمیته توسعه صادرات سندیکای صنعت برق ایران است و نماینده این شرکت در هیأت مدیره کمیته عضویت دارند. این کمیته تلاش بسزایی در افزایش صادرات اعضای سندیکا صورت داده و بزرگترین دستاورد این کمیته تشکیل «اتحادیه صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی و تولیدات حوزه انرژی ایران» بوده است که ان شاء الله ثمرات تشکیل این اتحادیه روز بروز آشکارتر می شود.

با توجه به این سوابق، کنتور سازی در صورت حضور در ارکان تصمیم ساز اتاق بازرگانی، به منظور تحقق هر چه مستحکم تر مأموریت های اتاق بازرگانی، ایجاد بسترهای مناسب برای تقویت جایگاه منطقه ای صنعت برق ایران و توسعه صادرات این صنعت را دنبال خواهد کرد.

اتاق هفتم بازمی شود

کمک به توسعه نظام اقتصادی کشور، کمک به ارتقای جایگاه بخش خصوصی، کمک به ایجاد فضای مساعد کارآفرینی و رفع موانع کسب و کار، کمک به ارتقای جایگاه جهانی ایران در حوزه اقتصاد، کمک به بالنده سازی تفکر اقتصادی جامعه و حضور مردم در اقتصاد فرامعیشتی و همگی تنها بخش کوچکی از ماموریت هایی است که اتاق بازرگانی به عنوان بزرگترین تشکل بخش خصوصی ایران، دنبال می کند.

اما ظاهراً آنچه ما در گفت و گوهای خود با شرکت های عضو سندیکای صنعت برق ایران عایدان شد این نتیجه را می رساند که اتاق بازرگانی علیرغم تشکل تشکل ها بودنش به جز بخش سنتی و بازرگانی نتوانسته خواسته های دیگر بخش ها را محقق سازد. این اتاق با هر عملکردی که پیش از این داشته، مثبت یا منفی، در آستانه یک تحول بزرگ است. هفتمین انتخابات اتاق بازرگانی امسال در تاریخ چهارم اسفند ماه برگزار خواهد شد. اما اینکه افراد منتخب چه کسانی باید باشند، چه اهدافی را باید دنبال کنند و... سوالاتی بود که از شرکت های عضو سندیکا پرسیده شد. این پرسش و پاسخ ها به صورت کامل در ذیل آمده است:

۱. به عقیده شما چه افرادی و با چه ویژگی هایی صلاحیت برگزیده شدن در انتخابات آتی اتاق بازرگانی را دارند؟
۲. مهمترین اولویتها و برنامه های نامزدهای انتخابات مذکور چه باید باشد؟
۳. اعضای سندیکا در این انتخابات چه نقشی می توانند داشته باشند؟
۴. نقش سندیکای صنعت برق ایران به عنوان یکی از تشکل های اتاق بازرگانی در این انتخابات چیست؟
۵. ارزیابی شما از عملکرد اتاق بازرگانی ایران (و یا اتاق شهرستان های مربوطه) چیست؟
۶. از دیدگاه شما فعالیت های اتاق بازرگانی تا چه اندازه می تواند روی کسب و کار شرکت ها تاثیر گذار باشد؟

مهندس مهدی معین تقوی،
مدیر عامل شرکت اتانیر

اتاق بازرگانی ایران

در دوره اخیر عملکرد خوبی داشته است

۱- با توجه به اینکه اتاق بازرگانی نماینده بخش خصوصی است، لذا افرادی صلاحیت برگزیده شدن را دارند که به مسائل بخش خصوصی واقف و به طور واقعی نماینده بخش خصوصی باشند.

۲- مهمترین اولویت ها و برنامه های نامزدها باید در جهت رفع مشکلات زیر بنایی که در مقابل بخش خصوصی (و طبعاً اقتصاد پویای مورد انتظار) وجود دارد، باشد. بنابراین حضور فعال در ریشه یابی مشکلات و پیشنهاد و یا تدوین دستورالعمل ها و حتی لوایح از اولویتهای کاری اتاق بازرگانی می تواند باشد.

۳- حضور فعال اعضای سندیکا در انتخابات اتاق بازرگانی می تواند در راستای ورود نمایندگان صنعت برق به عنوان یکی از فعال ترین بخش های خصوصی کشور به اتاق بازرگانی که مهمترین تشکل بخش خصوصی است، تأثیر بسزایی داشته باشد.

۴- سندیکای صنعت برق باید نسبت به اطلاع رسانی به تمامی اعضا، خصوصاً اعضای که معمولاً حضور کم رنگی در اجتماعات دارند، اقدام کند تا امکان حضور حداکثری اعضا برای انتخاب نمایندگان صنعت برق برای ورود به اتاق بازرگانی بیشتر فراهم شود.

۵- در مجموع اتاق بازرگانی ایران در دوره اخیر فعالیت خوبی داشته است.

۶- با توجه به ضرورت و گستردگی ارتباطات داخلی و خصوصاً بین المللی که مورد نیاز تمامی شرکتهای است، نقش اتاق بازرگانی بیش از پیش تأثیر گذار خواهد بود.

مهندس مهدی هدشی،

مدیر امور برنامه ریزی و کنترل پروژه آدرخش انتقال نیرو

وضعیت درآمد و پویایی شرکت ها

نشانگر عملکرد اتاق بازرگانی است

۱- از جمله ویژگی های فردی که باید در انتخابات برگزیده شود می توان به داشتن آگاهی کامل به مشکلات و بحران های موجود، داشتن زمان کافی برای پیگیری مسائل شرکت های عضو سندیکا و داشتن سوابق موفقیت در گذر از بحران های گذشته صنعت برق اشاره کرد.

۲- این فرد باید شناسایی بحران های موجود و ارائه راهکارهای گریز از آن را در راستای حفظ بازار فعلی، تعیین چشم انداز حداقل ۵ ساله شرکت های عضو سندیکا و ارائه راهکار در جهت کسب بازار و درآمدهای جدید در اولویت کارهای خود قرار دهد.

۳- در راستای برگزاری هر چه بهتر انتخابات، اعضای سندیکا می توانند با ارائه الگوهای رفتاری خود در نحوه مواجهه با مشکلات و ایجاد جو همفکری و تعامل نسبت به تبدیل تهدیدهای همه جانبه به فرصت های طلایی کمک کنند. بدیهی است ایجاد فرصت های برابر برای اعضا به بقای همه آن ها کمک خواهد کرد.

۴- مهمترین نقش سندیکا در این انتخابات جمع آوری نظرات اعضا است که خوشبختانه این اقدام انجام شده است. در مرحله بعد دسته بندی نظرات و استفاده بهینه از نظرات اعلام شده باید مد نظر سندیکا باشد.

۵- اگر بخواهیم یک ارزیابی کلی از عملکرد اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران داشته باشیم این نکته باید عنوان شود که وضعیت درآمد و پویایی شرکت ها نشانگر عملکرد اتاق بازرگانی خواهد بود.

۶- تاثیر فعالیت های اتاق بازرگانی بر کسب و کار شرکت ها در نام اتاق نهفته

است. بخش مهمی از کسب و کار شرکت‌ها در صنعت برق، حتی شرکت‌های خدماتی، موارد مرتبط با تامین کالا است که توقع اعضا از اتاق بازرگانی ارائه پیشنهاد و راهکارهای جدید برای جایگزینی روش‌های نوین تجاری با توجه به اوضاع اقتصادی کشور است.

مهندس مرتضی مرادی مطلق،

مدیر عامل شرکت آدا

فعالیت اتاق باید فارغ از تعلقات حزبی و گروهی باشد

۱- از آنجا که کار اتاق‌های بازرگانی اساساً یک فعالیت اجتماعی و اقتصادی است و نفع شخص یا گروه خاصی نباید در این فعالیت لحاظ شود، افراد برگزیده باید فارغ از تعلقات حزبی و گروهی با دید جامع نگر منافع تمامی گروه‌های فعال اقتصادی را در همه زمینه‌ها مد نظر داشته که این امر مستلزم استقلال فکری و کاری اعضای برگزیده است که عمدتاً فعالان بخش خصوصی فارغ از این تعلقات خاص می‌توانند بر این مهم تمرکز کنند.

نکته بعدی اشراف برگزیدگان بر مسائل و واقعیت‌های اقتصادی و سیاسی روز، در داخل و خارج از کشور است. همچنین داشتن قدرت چانه‌زنی سیاسی و اقتصادی با تصمیم‌گیرندگان دولتی که بتواند منافع بخش خصوصی و هم منافع اقتصادی کشور را مبتنی بر واقعیت‌های روز تأمین و فراهم کند و داشتن سابقه فعالیت‌های اقتصادی و سیاسی روشن و مثبت از دیگر شاخص‌های فرد برگزیده است.

۲- مهمترین اولویت اعضای برگزیده باید تلاش در جهت حل مسائل جاری اقتصادی با توجه به وضعیت سیاسی کشورمان باشد. رایزنی با دولت برای راهکارهای عملی به منظور خنثی‌سازی اثرات تحریم‌ها بر شرکت‌های تولیدی و صادراتی، اهتمام بر توسعه اقتصادی کشور در تمام زمینه‌ها، حل مشکلات بانکی و پولی واردکنندگان و صادرکنندگان و ایجاد زمینه و بستر مناسب برای ادامه بنگاه‌های اقتصادی همزمان با موضوع هدفمند کردن یارانه‌ها نیز از جمله اولویت‌های مهم افراد برگزیده خواهد بود.

۳ و ۴- سندیکای برق ایران به عنوان یک نهاد فعال اقتصادی و صنعتی که اعضای پر شمار آن حضور جدی و مستمر در تمامی عرصه‌های این صنعت به عنوان یکی از مهمترین زیرساخت‌های توسعه اقتصادی دارند، نقش تعیین‌کننده‌ای در این زمینه ایفا می‌کنند. واضح است که توسعه زیرساخت‌های حیاتی و صنعتی یک کشور که یکی از مهمترین آنها صنعت برق است نقش ویژه‌ای در توسعه اقتصادی کشور دارد و سندیکای صنعت برق ایران که مهمترین شرکت‌های فعال در این صنعت را در عضویت خود دارد، با حضور پر رنگ خود در انتخابات اتاقهای بازرگانی می‌تواند در تعیین سرنوشت چهار سال پیش روی این صنعت نقش مهمی ایفا کند.

۵- متأسفانه قسمت عمده‌ای از فعالیت‌های اتاق ایران یا سایر اتاق‌ها تاکنون متأثر از فعالیت‌های سیاسی، حزبی و گروهی بوده و از مهمترین رسالت خود که همانا کمک به توسعه متوازن اقتصادی کشور و ایجاد رشد و پویایی در این خصوص است کمی دور مانده که در این مجال، اگر منتخبان از بخش خصوصی و دولتی با تعامل مثبت در یک مسیر مشترک گام بردارند و تمام تلاش خود را در جهت حل مشکلات بنگاه‌های اقتصادی متمرکز کنند، خیلی از مشکلات موجود مرتفع خواهد شد.

۶- اتاقهای بازرگانی و کمیسیون‌های مختلف فعال در آنها به عنوان نمایندگان تمامی بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی، سخنگوی مشکلات این شرکت‌ها و منعکس‌کننده مسائل مبتلابه آنها هستند. همچنین اتاق بازرگانی به عنوان یک نهاد تأثیرگذار در تدوین سیاست‌های کلان اقتصادی کشور، هم به نمایندگی از بخش خصوصی و هم بخش دولتی، نقش به‌سزایی در شکل‌گیری چارچوب اقتصاد کشور که قلب تپنده حیات یک کشور است، ایفا می‌کند.

امید است انتخابات آتی در فضایی آرام و دور از جبهه‌گیری‌های سیاسی و حزبی با سلامت برگزار شود و افراد اصلح و دلسوز به نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران انتخاب شوند.

مهندس محمود بیات،

مدیر عامل شرکت برسان

توجه به حل مشکلات تولید و خصوصی سازی به طور عملی و نه شعاری

۱- افرادی صلاحیت انتخاب شدن را دارند که ضمن احاطه کامل بر قوانین تجاری داخلی و خارجی، در تعاملی منطقی و مثبت با ارگان‌های قانونگذاری و اجرایی قرار داشته باشند و از سیاسی بازی بازرگانی کشور حتی الامکان به دور باشند. همچنین حل مشکلات تولید و خصوصی سازی را به طور عملی و نه شعاری در دستور کار داشته و توان انجام آن را هم داشته باشند.

۲- اولویت اصلی افراد منتخب باید تکیه بر صادرات کشور به منظور ارتقای توان تولیدکنندگان و رشد کیفی محصولات داخلی و در جهت رقابت سالم در بازارهای مصرف باشد که در این راستا تدوین دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های تشویقی از طریق مجاری قانونی و حقوقی باید در دستور کار قرار گیرد. همچنین در راستای خصوصی سازی نیز، این اتاق می‌تواند باعث همکاری و هم‌اندیشی بین همه نخبگان اقتصادی از طریق جذب آنها و همفکری با آنان شود.

۳ و ۴- در این انتخابات سندیکا به عنوان تشکیلی برای تولیدکنندگان، پیمانکاران و مشاوران صنعت برق باید حضوری فعال، از طریق معرفی کاندیداهای صالح برای حفظ منافع اعضا داشته باشد.

۵- در خصوص ارزیابی عملکرد اتاق بازرگانی چون به صورت مقایسه‌ای عملکرد دوره‌های مختلف این اتاق در دسترس نیست فعلاً روی این موضوع نمی‌توان اظهار نظر روشنی کرد. اما آنچه از نوشته‌های مطلعین امر بر می‌آید، تاکنون این اتاق نتوانسته به عنوان پارلمان بخش خصوصی نقش اصلی و پررنگی در تعامل با صاحبان حرف و کار فرمایان و کارآفرینان به شیوه تماس نزدیک برقرار کند و صرفاً با ارتباط با بازار سنتی و تجارت مربوطه، به رفع موارد و مشکلات آن پرداخته که این امر به معنی نفی بخش خصوصی به طور همه‌جانبه و تأثیر کم‌رنگ در سطح پیشرفت کسب و کار است.

۶- ایجاد تغییرات در نگرش اتاق‌ها از طریق مشارکت همگانی و در نظر گرفتن همه دیدگاه‌های تولیدکنندگان، کارآفرینان و ... ایجاد انگیزه در همه اعضا می‌تواند انتخابات را هدفمند و بستر مناسبی را برای پیشرفت اقتصاد کشور و رفاه و عدالت همگانی فراهم آورد.

مهندس ولی اله بیات،
مدیر عامل شرکت پارس سوئیچ

انتخاب شوندگان از فرصتی برخوردار نمی شوند بلکه مسئولیتی را می پذیرند

- ۱- در انتخابات پیش روی اتاق بازرگانی باید افرادی با تجربه عملی، دانش کاربردی و با احساس مسئولیت نسبت به مسائل و مشکلات فعالان اقتصادی، آشنا به مقررات بازرگانی بین المللی و ترجیحاً آگاه به اختلاف مقررات و مزیت های رقبا با کشور ایران برگزیده شوند.
- ۲- از جمله اموری که فرد منتخب باید در دستور کار خود قرار دهد عبارتند از: آگاهی یافتن از مزیت های رقبا، شناخت ضعف های مقرراتی و قوانین خودی، اطلاع رسانی از این تفاوت ها به اعضا و مقامات دولتی و سازمان های مرتبط، استدلال ضرورت و درخواست برطرف کردن ضعف ها و توجه به توانمندی ها، تلاش در اطلاع یافتن از مقررات زائد و دست و پاگیر احتمالی و پیشنهاد برطرف کردن آن و تلاش در استدلال ضرورت سهل تر شدن فرآیند فعالیت های اقتصادی برای مسئولان تصمیم گیر.
- ۳- امیدوارم در این انتخابات اعضای سندیکا بتوانند از منافع عمومی دفاع کنند و به دنبال منافع شخصی و سازمانی نبوده و خدای ناکرده اقدامات غیر همسو با منافع عمومی انجام ندهند.
- ۴- به نظر اینجانب در این میان سندیکا باید ضمن آگاهی دادن به وظایف فرد منتخب این نکته را نیز متذکر شود که انتخاب شوندگان از فرصتی برخوردار نمی شوند بلکه مسئولیتی را می پذیرند.
- ۵- تاکنون فعالیت ها و نقطه نظرات اتاق ایران قابل قبول بوده است و امیدوارم تمام اتاق های استان ها نیز در این مسیر همسو بوده باشند.
- ۶- فعالیت های اتاق های بازرگانی در صورتی که از طرف دولت مردان پذیرفته شوند می توانند منشاء تحول جدی باشند که البته شرط پذیرفته شدن هم می تواند ترجیح منافع عمومی و مصالح کشور به منافع شخصی، گروهی یا شرکتی باشد.

مهندس پیام باقری،
مدیر عامل شرکت پارسان

اتاق، محل تعامل بخش خصوصی و دولت است و نه تقابل

- ۱- با عنایت به اینکه رسالت اصلی اتاق، انعکاس صدای بخش خصوصی است و در واقع اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران پارلمان بخش خصوصی محسوب می شود لذا به نظر اینجانب افرادی باید وارد این عرصه شوند که در وهله نخست از روحیه کار گروهی برخوردار بوده و قادر به استفاده از تمام ظرفیت های موجود در بخش خصوصی به منظور دستیابی به اهداف باشند. این افراد همچنین باید ضمن دارا بودن تجربه مدیریت در هر دو بعد اقتصادی و اجرایی، با موانع و مشکلات پیش روی بخش خصوصی کاملاً آشنا بوده و از استراتژی مشخص و کاربردی برای رفع آن برخوردار باشند. عدالت محوری، آگاهی به مسائل روز دنیا، درک صحیح از شرایط بازار کسب و کار، دارا بودن انگیزه های صنفی و فرا بنگاهی، برخورداری از تخصص و تجربه، تحصیلات مکفی، اقتدار در تصمیم گیری، صداقت و امانتداری، مسئولیت پذیری و پاسخگویی و سرانجام

برخورداری از اعتقاد راسخ در امور از دیگر مشخصه های این افراد است.
۲- از آنجائیکه علیرغم پیگیری اصل ۴۴ همچنان بالغ بر ۷۵ درصد اقتصاد ما دولتی است و از طرف دیگر دولت با اخذ مبالغی از درآمد بخش خصوصی در قالب مالیات، به نحوی شریک بخش خصوصی محسوب می شود لذا به نظر می رسد اتاق، محل تعامل بخش خصوصی و دولت است و نه تقابل بلکه به طریقی اولی، اتاق باید در امور اقتصادی و اجرایی در مشورت و همکاری مستمر با قوای سه گانه و سایر دستگاه ها و نهادهای ذیربط باشد و در فرآیند تصمیم سازی نقشی موثر ایفا کند. در این مسیر اتاق باید با شناساندن قابلیت ها و توانمندی های بخش خصوصی ضمن جلوگیری از موازی کاری، خود را بیشتر درگیر مسائل اجرایی کند تا بدین ترتیب بخش دولتی با فراغ خاطر به نقش حاکمیتی خود بپردازد. پیگیری اجرای صحیح اصل ۴۴، ارائه طریق جهت برون رفت از تبعات تحریم، ارائه برنامه های راهبردی توسعه صادرات غیر نفتی، تلاش در جهت واقعی کردن ارز، مدیریت واردات، نظارت بر عملکرد اعضا به منظور ایجاد رقابت سالم و جلوگیری از رقابت مخرب در سطح ملی، منطقه ای و بین المللی، بها دادن به شایسته سالاری، تلاش در جهت بهبود فضای کسب و کار و ارتقای جایگاه اقتصادی کشور در منطقه و جهان از جمله مواردی هستند که انتظار می رود منتخبین در اولویت های کاری خود لحاظ کنند.

۳- تجربه نشان داده اعضای سندیکای صنعت برق ایران از درک بالایی در مسائل گروهی برخوردار هستند و متناسب با شرایط، عکس العمل مناسب را از خود بروز می دهند. در ارتباط با انتخابات اتاق نیز انتظار می رود همچون گذشته شاهد اتحاد و همدلی اعضا در این خصوص باشیم لیکن نکته شایان توجه، قرار دادن اعضا در مسیر مناسب برای حصول بهترین نتیجه است که البته این مهم باید قبل از فرارسیدن موعد انتخابات با تعریف هدف مشخص و معین صورت پذیرد تا در انطباق با آن نتیجه مطلوب حاصل شود.

۴- بالطبع سندیکای صنعت برق ایران به عنوان یک تشکل پیشرو و اثرگذار، می تواند نقش مهمی در انتخابات ایفا کند مشروط بر اینکه همانطور که پیشتر اشاره شد با تکیه بر اتحاد و همدلی که ذاتاً در سندیکا وجود دارد، نتیجه ای که باید از پیش تعریف شده باشد، حاصل شود. بدیهی است در چنین شرایطی، سندیکای صنعت برق ایران با توجه به وزن بالای خود می تواند در این انتخابات مؤثر و پررنگ ظاهر شود.

۵- کارنامه اتاق در ارتباط با عملکرد آن قابل قبول بوده است و ریل گذاری در مسیر صحیحی صورت پذیرفته لیکن به نظر می رسد لازم است متناسب با شرایط، همواره عملکرد گذشته ارزیابی شود و بهترین شیوه ها و راهکارها برای دستیابی به اهداف اتخاذ شوند و این امر باید به طور مستمر و همیشگی صورت پذیرد. البته شرط موفقیت اتاق، قرار دادن شرکت ها در مسیر اقتصاد پویا و ایجاد انگیزه های صنفی برای تحقق اهداف و همچنین توسعه فرهنگ تشکل گرایی است.

۶- طبیعتاً اینگونه باید پاسخ داد که فعالیتهای اتاق بازرگانی بر روی کسب و کار شرکتها تأثیر مستقیم دارد. توسعه توانمندی و ظرفیت سازمانی اتاق در تعامل و همکاری مستمر با ارکان مختلف قوای سه گانه، قطعاً منجر به تحکیم جایگاه آن به عنوان یک نهاد دانایی محور می شود و در چنین شرایطی فضای کسب و کار بخش خصوصی نیز رونق خواهد گرفت.

مهندس جواد احسانی،

رئیس هیات مدیره شرکت زاگرس تابلوی دی

عدم سیاستگذاری مشخص و نبود افراد متخصص و آگاه در اتاق های بازرگانی

- ۱- مهمترین ویژگی افرادی که در این انتخابات برگزیده می شوند این است که باید سوابق فعالیت ایشان در تخصص مربوطه باشد.
- ۲- به اعتقاد اینجانب مهمترین اولویت و برنامه نامزدهای انتخاباتی باید اولویت دادن به صادرات و گسترش فعالیت اتاق به خارج از مرزها باشد.
- ۳- با توجه به اینکه سندیکای صنعت برق یکی از بزرگترین تشکلهای سطح کشور است حضور پررنگ این افراد، نقش تعیین کننده ای در انتخابات خواهد داشت.
- ۴- با توجه به تخصصی بودن سندیکای صنعت برق ایران، این تشکل می تواند نقش رهبری اتاقهای بازرگانی را بر عهده گیرد.
- ۵- با توجه به عدم سیاستگذاری مشخص و تدوین شده در اتاقهای بازرگانی و نبود افراد متخصص و آگاه عملکرد خوبی از این اتاقها مشاهده نشده است.
- ۶- آینده کسب و کار و فعالیت شرکتهای می تواند در گرو اعمال سیاست های شفاف و مشخص و تدوین اساسنامه دقیق و منطبق با اهداف دراز مدت، باشد.

مهندس حسین احمدی زاده،

رئیس هیات مدیره شرکت صنایع روشنایی جهان نور

با توسعه بخش خصوصی، باید زمینه استقلال بیشتر اتاق را فراهم کرد

- ۱- به اعتقاد اینجانب منتخبین اتاق بازرگانی باید متدین، مدیر، مدبر، خوشنام، مسلط بر اقتصاد بازار و با تجربه کافی در امور اجرایی و اقتصادی کشور باشند.
- ۲- مهمترین اولویت ها و برنامه هایی که نامزدهای انتخابات باید مد نظر داشته باشند عبارتند از: اشتغال نیروی کار، جلوگیری از ورود بی رویه کالاهای نامرغوب (خصوصاً کالای چینی)، جلوگیری از کم اظهاری در گمرکات کشور، دریافت مطالبات سنگین و معوق از دواير دولتی، جلوگیری از تورم فزاینده و شدید، برطرف کردن موانع سختی رقابت با شرکت های بزرگ جهانی به لحاظ کیفیت و کسب بازار به خصوص با شرکت های چینی، استاندارد اجباری برای کالاهای وارداتی، برطرف کردن موانع و مشکلات صنایع پس از هدفمند سازی یارانه ها، پایین آوردن نرخ بهره بانکی و ارائه تسهیلات از سوی بانک ها، حمایت از انجمن ها و تشکلهای ایجاد فضای مناسب کسب و کار، کاهش مداخله دولت در بازار پول و سرمایه و استمهال بدهی ها.
- ۳- اعضای سندیکا می توانند نقش بسزایی در این انتخابات داشته باشند زیرا با حضور پر شور خود می توانند پتانسیل موجود در جایگاه فعلی سندیکا را که در دوره های قبلی کم رنگ بوده، پر رنگ تر و منسجم تر کرده و قدرت چانه زنی سندیکارا بالا ببرند.
- ۴- نقش سندیکای صنعت برق ایران به عنوان یکی از تشکلهای اتاق بازرگانی در این انتخابات، به جهت ساختار قوی و منسجم آن که متشکل از بیش از ۳۰۰ عضو تأثیر گذار در صنعت برق کشور است، غیر قابل انکار بوده و چشم انداز روشنی از حضور سندیکا در اتاق بازرگانی را می توان متصور شد.

۵- ارزیابی اینجانب از عملکرد اتاق این است که از آنجائیکه ساختار کلی اتاق متشکل از نمایندگان از سوی دولت هم بوده قطعاً در تصمیمات، این نمایندگان تأثیر گذار هستند، لذا باید با اصلاح ساختار اداری و مدیریتی و تنظیم انحصار و توسعه بخش خصوصی، زمینه سازی برای ایجاد استقلال بیشتر اتاق را فراهم کرد.

۶- فعالیتهای اتاق بازرگانی در روند کسب و کار شرکت ها تأثیر به سزایی می تواند داشته باشد زیرا با توجه به وضعیت کنونی اقتصاد ایران و آثار مشهود آن بر روند کسب و کار به ویژه صنایع، وضعیت به گونه ای است که انجام تحول اساسی و بنیادی در ساختار اقتصادی و سیاستهای اصلاحی مرتبط با آن ضروری است و این امر توسط تشکلهایی که در این اتاق حضور دارند امکان پذیر است. همچنین با بازنگری در حوزه های تصدی گری و شرکتهای دولتی و استقرار قواعد بازار، توسعه بخش خصوصی، اصلاح نظام مالی و امور مالیاتی و بانک و ارزی، رفع موانع تولید و روان سازی آن و رفع موانع تجارت خارجی با همت مسئولان قطعاً می توان فضای کسب و کار را رونق بخشید.

مهندس عباسعلی کثیری،

مدیر عامل شرکت کوشش برق اصفهان

سندیکا باید افراد اصلاح را برای انتخاب شدن به اعضا معرفی کند

- ۱- نظر اینجانب بر این است که فرد مورد نظر باید ضمن اعتقاد راسخ به نظام باید همواره دغدغه توسعه اقتصادی و شایسته محوری داشته باشد.
- ۲- با توجه به تصویب برنامه پنجم توسعه در مجلس شورای اسلامی بخش خصوصی و اتاق های بازرگانی دوره متحول شده ای را تجربه خواهند کرد بنابراین نامزدها باید در شوراهای عالی مانند شورای پول و اعتبار و یا صندوق توسعه مالی و ... نقش آوری کنند.
- ۳- سندیکای صنعت برق ایران به عنوان زبان گویای بخش خصوصی در صنعت برق می تواند بر روند قوانین و مقررات و صادرات و واردات در این بخش، نقش اساسی داشته باشد.
- ۴- سندیکای صنعت برق ایران به منظور حضوری موثر در این انتخابات باید علاوه بر بررسی سوابق کاندیدا، افراد اصلاح را برای انتخاب شدن به اعضا معرفی کند.
- ۵- با توجه به روند خصوصی سازی در کشور، اتاقهای بازرگانی به عنوان طلایه دار اقتصاد، گامهای بلندی باید در این راستا بردارند. در این میان نیز اجرای هدفمند کردن یارانه ها انگیزه بخش خصوصی را افزایش و محدودیت ها را کاهش خواهد داد. همچنین در دهه های سوم و چهارم انقلاب نگاه ها مسیر خود را پیدا کرده و دولت و بخش خصوصی هر کدام به عنوان مکمل، یکدیگر را یاری خواهند کرد.
- ۶- فعالیت اتاق بازرگانی هم اکنون می تواند در زمینه توسعه و توانمند سازی تشکلهای صادراتی و وارداتی، همکاری در تنظیم رژیم تجاری، زمینه سازی برای ایجاد نظام رتبه بندی تشکلهای صادراتی و آماده سازی برای پذیرش

تصدی امور اجرایی بسیار تأثیر گذار باشد.

مهندس صالحی، مدیر عامل شرکت نوآوران برق آریا

عملکرد اتاق بازرگانی تاکنون ضعیف بوده است

۱- دو ویژگی مهم افرادی که صلاحیت انتخاب شدن در هفتمین دوره انتخابات اتاق بازرگانی را دارند همانا مطلع و مقتدر بودن آن ها است.

۲- به طور حتم می توان گفت از جمله برنامه هایی که افراد برگزیده در انتخابات باید در دستور کار خود قرار دهند، حمایت از بخش خصوصی و منافع تشکل ها است.

۳ و ۴- به اعتقاد اینجانب در این انتخابات اعضای سندیکا باید حضور جدی و قوی در اتاق بازرگانی داشته باشند و در کنار آنها نیز سندیکای صنعت برق ایران نیز حمایت همه جانبه خود را از آنها دریغ نکند.

۵- تا کنون متاسفانه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن عملکرد قوی نداشته و می توان گفت که ضعیف بوده است.

۶- به طور کلی باید عنوان کرد که فعالیت موثر اتاق بازرگانی می تواند منجر به احیا اختیارات اصناف در تمامی امور مرتبط و اعمال آنها شود.

مهندس عباسی،

مدیر عامل شرکت یارادان صنعت

جنبه سنتی و بازرگانی اتاق به جنبه صنعتی و معدنی آن می چربد

۱- با توجه به تغییرات وسیع در فضای کسب و کار جهانی و به تبع آن تأثیراتی که در روابط اقتصادی داخلی داشته است، شایستگی کاندیداها باید علاوه بر روابط داخلی، شناخت روابط بین الملل را نیز در برگیرد. کسانی که امکان هدایت اتاق را در دست خواهند داشت، باید با شناخت و درایت بر امواج خروشان نابسامانی داخلی اعم از تورم و رکود، غلبه کنند و این تنها هنگامی رخ خواهد داد که اتاق های استانی و اتاق ایران علاوه بر حفظ شخصیت مستقل خود که قطعاً در شرایط تحریم، اعتبار خود را در راه گشایی مسیرهای اقتصادی تکمیل تر کرده است، مسیر توسعه اقتصادی مدنظر دولت را با همکاری و هم فکری با دولت مردان همواره تر کنند. صد البته این مهم تنها زمانی نمود خواهد داشت که دولت و شبه دولتیان با ۷۵ درصد مالکیت کشور نیز چنین خواهند.

۲- به طور قطع مهمترین برنامه ها و اولویت های افراد منتخب می تواند، الف- کمک به افزایش تولید ناخالص ملی با گره گشایی از کلاف سر در گم نرخ ارز، تورم و ... ب- اولویت ارتباط گیری با صنایع کوچک و متوسط به عنوان موتور محرک تمامی اقتصادهای پویای جهان و ج- مذاکرات با دولت جهت تغییر مشی اولویت دهی به ارتباط اقتصادی با دنیا براساس منافع ملی باشد.

۳- اعضای سندیکا با توجه به اینکه حدود ۵۰ هزار نفر از جمعیت فعال کشور را به طور مستقیم مشغول کار تولیدی مولد و سازنده کرده اند و با بازار کلان میلیارد ریالی درگیر هستند، قطعاً به عنوان نمایندگان صنعت برق خواهند توانست که نمایندگان دولت را بر اهمیت این صنعت و نقش کلیدی تولیدکنندگان داخلی بر رشد کنونی و آتی، قانع کنند تا در سیاست سازی آینده بازار تأثیراتی مثبت داشته باشند.

۴- در این میان سندیکا قطعاً خواهد توانست با حمایت از کاندیداهای مورد اعتقاد خود، تغییر فضای اتاق ایران را به سمت مطالبات بحق تولیدکنندگان داخلی سوق دهد. سندیکا می تواند جمع بندی نظرات حامیان تولید مولد منطقی داخلی را کانالیزه کرده و به گوش تمامی فعالان اقتصادی برساند و با تبادل نظرات تشکل های گوناگون، ائتلافی محکم جهت پیشرفت اقتصادی بر مبنای منافع جمیع فعالان بنا کند.

۵- بر اساس یک ارزیابی کلی از عملکرد اتاق بازرگانی و صنایع و معادن می توان گفت که الف- اگر چه اختلاف نظر در هر جمعی وجود دارد ولیکن اتاق ایران باید از باند بازی بدور باشد.

ب- گاهاً مشهود است که جنبه سنتی و بازرگانی اتاق به جنبه صنعتی و معدنی آن می چربد.

پ- اثر تحولات بین المللی در اتاق ایران بسیار دیر پایش شده و اتاق به عنوان سنسور اقتصادی جامعه، نظرات خود را صراحتاً به لایه های تأثیرگذار کشور منتقل نمی کند.

ت- ارتباط اتاق بازرگانی با صنایع کوچک و متوسط کمتر بوده و موازی کاری با سایر نهادهای مرتبط مانند خانه صنعت و معدن، کنفدراسیون صنایع، انجمن مدیران و ... بسیار رایج است.

د- به آموزش مدیران و فعالان تنها در حد مقررات صادرات و واردات بسنده شده و در رابطه با مدیریت استراتژیک فعالیتی صورت نپذیرفته است.

۶- اگر نهضت کاهش قیمت تمام شده را یک نهضت شعاری ندانیم و کاهش قیمت را به عنوان چماق بر سر تولیدکنندگان بلند نکنیم و تعمیم این نهضت را، منطقی شدن فضای کسب و کار تفسیر کنیم در تمامی پنج محور ارائه شده از سوی وزارت بازرگانی، نمایندگان اتاق های بازرگانی و اتاق ایران قطعاً حرفهایی برای گفتن داشته و تجربیات ارزشمندی را ارائه خواهند داد.

اعضای اتاق ها مشکلات قوانین را با گوشت و پوست خود احساس کرده اند و می دانند که تقاض تأثیر یک حرف و یا یک تصمیم نسنجیده را با از دست دادن بازارهای داخلی و خارجی باید بدهند. همچنین سرمایه گذاری از بین خواهد رفت و حداقل حفظ اشتغال موجود به خطر خواهد افتاد. قطعاً تلاش اتاق در به دور کردن فعالیت مولد جامعه از اقتصاد نفتی که اساس فعالیت غیر اقتصادی دولت های خام فروش ایران است، بسیار مثبت بوده و در حال حاضر که دولت تصمیم گرفته با حذف یارانه های پیدا و پنهان و رانت، شفافیت اقتصادی جامعه را بیشتر کند، همفکری اتاق با دولت (البته اگر دولت بخواهد) در نحوه باز توزیع یارانه صنعتی، اجرای اصل ۴۴، واقعی شدن نرخ ارز، ارائه آمارهای واقعی و هزاران زمینه دیگر حتماً منشاء خیر است و پاسخ گویی به نسل های آینده را راحت تر می کند.



يك گروه پنج نفره ليست ۴۰ نفره تشکل‌ها را اعلام می‌کنند

مدنظر است. همچنین داشتن تجربه مدیریتی در تشکل‌ها، تسلط به زبان خارجی، سابقه همکاری با نشریات اقتصادی و سابقه عضویت در هیات نمایندگان اتاق نیز از جمله شاخص‌های فردی مدنظر است. میرمحمد صادقی (رییس خانه معدن ایران)، شمس اردکانی (عضو اتحادیه صادرکنندگان صنایع انرژی)، محمد مرتضوی (رییس خانه صنعت و معدن تهران)، ناصر شایان (عضو سندیکای صنعت برق) و رجبی‌راد (عضو اتحادیه مبلان) اعضای گروه پنج نفره برای گزینش نامزدهای برگزیده هستند. انتخابات اتاق‌های بازرگانی همزمان در سراسر کشور چهارم اسفند امسال برگزار می‌شود. منبع: خبرگزاری دانشجویان ایران

یک گروه پنج نفره، فهرست نامزدهای مورد تایید تشکل‌ها در انتخابات آتی اتاق بازرگانی، صنایع و معادن تهران را تدوین می‌کند. به گزارش خبرنگار خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)، به دنبال جلسات مشترک تشکل‌های اتاق بازرگانی، گروه پنج نفره‌ای مامور شده‌اند تا براساس شاخص‌ها و صلاحیت‌های فردی و اجتماعی نامزدهای انتخابات آتی اتاق، ۴۰ نامزد برگزیده را از میان لیست‌های مختلف انتخاب کنند. اسامی نامزدهای منتخب طی فهرستی اعلام شده و مورد توافق تشکل‌های عضو اتاق در انتخابات آتی قرار خواهد گرفت. مقبولیت عام و دارا بودن وجهه انتخاباتی، قدرت بیان و تعامل بالا، مسوولیت‌پذیری اجتماعی، موفقیت شغلی و خوشنامی در حرفه و صنعت از معیارهای اجتماعی

ویژگی‌های یک انجمن کسب و کار موفق

سید علیرضا سیاسی راد

مقدمه:

نیازمند دارا بودن مهارت‌های خاصی هستند، آنان باید همیشه از نیازهای خاص و منافع اعضا آگاه باشند و به طور فعالانه ای به طرفداری از (منافع) آنان تفکر و اقدام نمایند. بر این اساس شیوه عمل و ارزیابی عملکرد انجمن‌های کسب و کار با ارزیابی سایر نهادها و سازمان‌های اجتماعی متفاوت است. در این مقاله تلاش می‌شود شاخص‌های موفقیت تشکل‌های اقتصادی به اجمال معرفی شود.

ویژگی‌های یک انجمن کسب و کار موفق

یک انجمن کسب و کار موفق دارای ویژگی‌های زیر است:

۱- تعداد زیادی عضو مصمم دارد که اکثراً در گروه SME ها جای می‌گیرند؛

۲- رهبری متعهد و صاحب بینش دارد؛

۳- ساختار مدیریتی آن دموکراتیک و کارآمد است؛

۴- منابع مالی، انسانی و مادی کافی دارد؛

۵- خدمات و حمایت‌های مناسبی عرضه می‌کند.

در ادامه معیارهای پنج‌گانه فوق را اجمالاً بررسی می‌کنیم.

عضویت: اولین و مهمترین عامل موفقیت یک انجمن کسب و کار، تضمین پایگاه عضویت سازمان است. از آنجا که این اعضا هستند که عمده هزینه‌های فعالیت‌ها را پرداخت می‌کنند، بنابراین موضوع عضویت به طور ویژه به انجمن‌هایی که داوطلبانه تشکیل و اداره می‌شوند، مربوط است. اما،

اداره تشکل اقتصادی عضو محور با اداره شرکت یا موسسه تجاری خصوصی متفاوت است. تشکل اقتصادی عضو محور شرکت مادر یا شرکت سهامی نیست که در آن اکثریت سهامداران درباره فعالیت‌ها، سرمایه‌گذاری، هزینه‌ها و غیره تصمیم‌گیری کنند.

همچنین تشکل اقتصادی عضو محور با حزب سیاسی که در آن نیز اکثریت در برابر اقلیت تصمیم‌گیری می‌کند، تفاوت دارد. هدف تشکل اقتصادی عضو محور پیشبرد منافع مشترک اعضا در برابر دولت، اتحادیه‌های کارگری، سازمان‌های مصرف‌کننده و دیگر گروه‌های ذینفع است.

تشکل اقتصادی عضو محور سازمانی است که متعلق به اعضای آن است: اعضا قلب و قوت سازمان هستند. این اعضا هستند که درباره فعالیت‌ها، مقام و توسعه سازمانی تصمیم‌گیری می‌کنند. نه دبیران کل یا رئیس به تنهایی. حتی وقتی که رئیس از جانب اعضا اختیار تام دارد، بایستی مرتباً فعالیت‌های سازمان به اعضا اطلاع داده شود و آنها (در فعالیت‌های سازمان) طرف مشورت قرار گیرند و در جریان فعالیت‌ها باشند.

مسئله اداره یک تشکل اقتصادی عضو محور با اداره یک شرکت متفاوت است، رهبران سازمان برای انجام این کار

در هر دو مدل انجمن ها (هم داوطلبانه و هم اجباری) تعهد اعضا به عنوان صاحبان تشکل، پایگاه سازمان را تشکیل می دهد. همچنین داشتن یک پایگاه محکم عضویت، برای به دست آوردن اعتبار و موقعیت سیاسی و نفوذ بر تصمیمات سیاسی ضروری است.

یک پایگاه عضویت قوی به عوامل زیر بستگی دارد:

- ۱) اندازه عضویت (تعداد بیشتر و بهتر)
- ۲) شمول (نسبت تعداد اعضا به غیر اعضا در یک منطقه مشخص و یا طبقه بندی صنعتی و)
- ۳) گوناگونی (میزان شمول زیر شاخه ها، تعداد اعضای کوچک، متوسط و بزرگ)
- ۴) موقعیت (وضعیت مالی و نفوذ سیاسی اعضا)
- ۵) سازمان یافتگی عضویت

رشد پایگاه عضویت، همچنین دارای اهمیت است، زیرا این عامل می تواند اطلاعات لازم را برای موفقیت و جذابیت سازمان فراهم کند. انجمن های جدیدی که به علت بروز مشکلات حاد ایجاد می شوند، از روند رشد سریعتری در جذب اعضای جدید به نسبت تشکل های قدیمی تر برخوردارند.

برای اینگونه انجمن ها داشتن فهرست به روز و کارآمد از اسامی و مشخصات اعضا، بسیار مهم است. وجود یک بانک اطلاعاتی جامع از شرکت ها، براساس سیاست های سازمان و واحد های اطلاعاتی حوزه کسب و کار، کمک بسیار شایانی به ارائه خدمات اطلاعاتی از سوی سازمان می کند. اما در کشورهای در حال توسعه، به طور عمومی، سازمان ها مستندات ناکافی و به روز نشده ای از وضعیت اعضای خود دارند. لذا اعضای غیر واقعی و بدهکار به سازمان مشخص نمی شوند. این مساله طراحی استراتژی های جذب اعضا و برنامه ریزی های مالی سازمان را با مشکلات جدی مواجه می کند. همچنین لازم است عضویت، طبقه بندی شده و دستور العمل هایی به شکل آیین نامه های انجمن تهیه شود. انجمن ها به دلیل تنوع در ساختار خود، اعضای متفاوتی دارند. آن اعضا مثلاً از اعضای فعال معمولی تا مادام العمر (دارای حق رأی) تا اعضای همکار و افتخاری (فاقد حق رأی) را در بر می گیرند. سهم یک شرکت در آن انجمن ها می تواند به طبقه بندی عضویت آن و یا اندازه اش بستگی داشته باشد.

رهبری: صرفنظر از اعضای متعهد، رهبری نیز جزو مهم ترین دارایی های یک تشکل اقتصادی است. به دلیل دشواری های گردهم آوردن اعضا، اکثر تصمیم گیری ها معمولاً به مقامات اجرایی (رئیس، نایب رئیس، دبیر کل و خزانه دار) و هیأت مدیره واگذار می شود. این رهبران سیاست های کلی و راهبردهای انجمن را تعیین نموده، بر کار دبیر خانه (در صورت وجود) و عملیات روزمره سازمان نظارت می کنند. علاوه بر این، ایشان نماینده تشکل در روابط با حکومت و سایر انجمن های کسب و کار هستند. به این دلیل حسن شهرت، دوراندیشی و تجربه اعضای هیأت مدیره در توفیق هر چه بیشتر انجمن نقش مهمی دارد.

یک رهبر شایسته از بینش بلندمدت و تمرکز بر امور برخوردار است و طبق یک برنامه راهبردی - شامل اهداف فعالیت ها و شاخص های عملکرد - عمل می کند. او اولویت های انجمن را به عنوان سندی مصوب تهیه کرده و مراقب اجرای آنهاست. برنامه ریزی موجب می شود که انجمن بتواند با تمرکز کامل عمل کرده و مشکلات گذار خود از یک مجموعه مدیریتی به مجموعه دیگر را به حداقل برساند. همچنین مدیران شایسته باید به افراد مورد احترام در جامعه کسب و کار - که قادر به برقراری ارتباط، سازش دادن و همکاری به نفع کل اعضا هستند - ارجح بگذارند.

مدیریت: چند مشخصه ساختاری معین وجود دارد که میزان مالکیت، سلطه، شفافیت و پاسخگویی یک انجمن را تعیین می کند. اکثر انجمن ها حداقل از لحاظ نظری ساختاری مردم سالارانه دارند که تضمین کننده مشارکت و مالکیت اعضای آنهاست. با این حال در عمل برخی ساختارها آنگونه که منظور بوده است کار نمی کنند. امکان دارد که قلیلی از اعضای ذی نفوذ (یا رئیس مجموعه) انجمن را برای اهداف شخصی خود به خدمت بگیرند.

به این ترتیب ساختار مدیریتی موفق برای یک انجمن کسب و کار باید:

- سازماندهی دموکراتیک داشته باشد: در این زمینه دو موضوع مشروعیت در میان اعضا و اثبات نمایندگی اعضا بسیار مهم است.

- آزاد باشد: انجمن ها نباید خود را مجموعه هایی بسته یا به شکل باشگاه های کار آفرینان ببینند بلکه همواره باید آماده جذب اعضای جدید باشند.

منابع: انجمن ها از لحاظ کمیت و کیفیت منابع موجود در آنها بسیار متنوع هستند. برخی از آنها مجموعه هایی کوچک، فاقد کارکنان حرفه ای و دفاتر دائمی هستند که فقط به دلیل تعهد مسؤولان افتخاری آنها دوام می آورند. اما برخی دیگر سازمان های بزرگتری هستند که بیش از ۱۰۰ نفر کارمند و دفاتر بزرگ دارند. بعضی از انجمن های فقیر کاملاً به یارانه های دولتی یا کمک های نقدی اعضای بزرگ وابسته اند. اما سایر انجمن ها برخلاف آنها به دلیل خدمات سودآور و دارایی های مفید خود از لحاظ مالی خودکفا هستند. در هر حال به نظر می رسد که دسترسی به حداقل منابع یکی از ویژگی های یک انجمن موفق است، زیرا حمایت موثر و تدارک خدمات به آن بستگی دارد.

انجمن ها منابع مالی خود را در درجه اول از محل حق عضویت اعضای خود به دست می آورند: اگر یک انجمن کسب و کار، در درآمدت نتواند مبالغی را که خرج می کند از درآمدهایش به دست آورد، به ناچار از میدان به در خواهد شد. پس انجمن ها باید در جستجوی راه های تأمین اعتبار فعالیت ها از خود، نوآوری به خرج داده و در بلند مدت به پایداری مالی برسند.

اقدامات مالی صحیح شامل ترکیبی از درآمدهای مختلف (حق عضویت اعضا، دستمزد خدمات، حامیان مالی، یارانه ها و فروش محصولات) است که تا حدی تعویض محل درآمدها در زمان های مختلف را ممکن می کند. علاوه بر این دستور العمل های شفاف و دقیق تضمین می کند که پول کافی برای تأمین هزینه های جاری انجمن وجود دارد. تعداد کارکنان و سوابق آموزشی و تحصیلی آنان و فضای اداری و تجهیزات دفتری را می توان شاخصی برای ظرفیت عملی یک انجمن دانست. با این حال کیفیت دبیرخانه و سازماندهی درونی آن نیز سهم مهمی در توفیق دارد. می توان انتظار داشت که این منابع با گسترش فعالیت های انجمن متحول شوند. جنبه دیگر در فرآیند نهادسازی همان تخصص کارکردی است: تقسیم شفاف وظایف بین اعضای هیأت مدیره و کارکنان حرفه ای، موجب ارتقای ظرفیت نهادی یک انجمن می شود.

حمایت گری و خدمات: آخرین جنبه مهم در ارزیابی وضعیت یک انجمن موفق، دامنه و برد فعالیت های آن است. شرکت ها انتظار دارند که منافع خاصی - خواه به شکل مستقیم از راه خدمات یا به شکل غیرمستقیم با سیاست های اقتصادی بهتر - پس از عضویت نصیب آنها شود. یک انجمن که ظرفیت کافی برای نمایندگی منافع اعضا و تدارک خدمات برای آنان دارد، در نظر اعضای فعلی و بالقوه جذاب تر جلوه می کند.

طیف گسترده ای از خدمات مفید در این زمینه وجود دارد.

حمایت های سیاستی یکی از نقش های اصلی انجمن هاست. با این حال نمایندگی قدرتمندانه منافع اعضا کار آسانی نیست و نیازمند تماس های مداوم با دستگاه های حکومتی است که مبتنی بر حسن شهرت و سوابق اقدامات آن انجمن باشد. علاوه بر این انجمن باید فرآیند نظارتی را فعالانه پیگیری کرده، در تدوین سیاست ها و کمیته های مربوط به آن شرکت کند. ظرفیت تشکیلاتی مشخصی نیز برای تهیه مقالات کارشناسی و برنامه های رسانه ای لازم است.

خدمات به شرکت ها - از قبیل مشاوره ها یا آموزش های حرفه ای - فواید بی واسطه تری برای اعضای هر انجمن دارد. انتخاب خدمات عرضه شده در نهایت به خواست اعضا، تجربیات انجمن، ظرفیت ها و منابع موجود بستگی دارد. معیارهای توفیق شامل دامنه عضویت (تعداد اعضا و میزان خدمات)، تنوع (خدمات و فعالیت های مختلف) و کارایی هزینه ای (درآمد حاصل شده در مقایسه با هزینه ها) هستند. ارزیابی رضایت یک عضو مسلماً مفیدترین ابزار برای سنجش آثار خدمات است.

