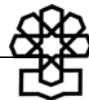


:





	:		:
--	---	--	---

- پیشگفتار..... ۴
- :
- - -
- ۱-۱-۱- تاریخچه..... ۷
- ۱-۱-۲- بستر اقتصادی..... ۷
- ۱-۱-۳- هدفها..... ۸
- ۱-۱-۴- ساختار سازمانی..... ۸
- ۱-۱-۵- استقلال..... ۹
- ۱-۱-۶- کارایی..... ۱۰
- - -
- ۱-۲-۱- جایگاه مشورتی اتاقها در برابر مسئولان..... ۱۱
- ۱-۲-۲- ارائه خدمات بنگاههای اقتصادی..... ۱۲
- اطلاع رسانی و مشورت دهی..... ۱۲
- بازرگانی بین المللی..... ۱۲
- ۱-۲-۳- روابط عمومی..... ۱۴
- - -
- ۱-۳-۱- اتاقهای بازرگانی پیرو قانون خصوصی..... ۱۵
- وضعیت قانونی و عضویت..... ۱۵
- درآمد..... ۱۵
- وظایف اصلی..... ۱۵
- ۱-۳-۲- اتاقهای بازرگانی پیرو قانون عمومی..... ۱۶
- عضویت اجباری..... ۱۶
- حق عضویت ثابت..... ۱۶



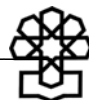
- ۱۷ - انتخاب سازمان‌ها در درون اتاق‌های بازرگانی.....
- ۱۷ - نظارت دولت.....
- ۱۸-۳-۱ - سود اقتصادی واگذاری وظایف به اتاق‌های بازرگانی.....
- ۱۸ - اداره دفترهای ثبت بازرگانی.....
- ۱۸ - راه‌اندازی آموزش‌های حرفه‌ای.....
- ۱۹ - اداره زیر ساخت‌ها.....
- ۱۹ - انتصاب متخصصان.....
- ۱۹ - اعطای پروانه کار به برخی حرفه‌ها.....
- ۲۰ - ارائه نظر تخصصی.....
- ۲۰ - دایر کردن بازارهای مبادله.....
- ۲۰-۳-۱ - تعامل اتاق‌های بازرگانی با نهادها و تشکل‌های دیگر.....
- ۲۰ - تشریح مساعی میان اتاق‌های بازرگانی.....
- ۲۰ - تشریح مساعی با تشکل‌های صنفی - اقتصادی.....
- ۲۱ - همکاری با دولت.....

..... :
.....
..... - -

- ۲۳-۱-۲ - تشکیل نخستین شورای بازرگانی.....
- ۲۳-۱-۲ - قضیه تحریم تنباکو.....
- ۲۵-۱-۳ - تخریب ساختمان نوساز بانک روس.....
- ۲۵-۱-۴ - چوب زدن بازرگانان.....
- ۲۶-۱-۵ - تشکیل اولین اتاق تجارت.....
- ۲۶-۱-۶ - قانون انحصار تجارت خارجی.....
- ۲۷-۱-۷ - اتاق بازرگانی بعد از شهریور ۲۰.....
- ۲۹-۱-۸ - ریاست وکیلی و تشکیل مؤسسه اعتباری دانشگاه.....
- ۲۹-۱-۹ - تشکیل اتاق صنایع و معادن.....
- ۲۹-۱-۱۰ - تشکیل اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران.....
- ۳۰-۱-۱۱ - اتاق پس از انقلاب.....

..... - -

- ۲-۲-۱ - قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن مصوب ۱۵ اسفند ماه ۱۳۶۹ و اصلاحات ۱۵ آذر ماه ۱۳۷۳.....
- ۳۲.....



۲-۲-۲- آیین‌نامه نحوه اداره و تشکیل جلسات شوراییعالی نظارت بر

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران ۳۸

۲-۲-۳- آیین‌نامه نحوه عضویت در اتاق‌های بازرگانی ۳۹

۲-۲-۴- آیین‌نامه تشکیل اتاق‌های مشترک بازرگانی و صنایع و معادن ۴۴

۲-۲-۵- اساسنامه اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن ایران و اتاق‌های مشترک ۴۵

.....



هدف از تدوین این گزارش ضرورت آگاهی علاقه‌مندان بر فلسفه وجودی و سیر تحول اتاق‌های بازرگانی در جهان و ایران است. گزارش در دو بخش مرتبط با هم تدوین شده است. بخش اول به پیدایش، تحول و ساختار اتاق‌های بازرگانی در کشورهای پیشرفته غرب می‌پردازد. مطالب این بخش بر گرفته از بررسی همه‌جانبه‌ای است که سال‌ها پیش، مرکز تجارت جهانی (ITC) و «انکتاد» تهیه کرده‌اند.

بخش دوم گزارشی کوتاه از تاریخچه تشکیل و تحول اتاق بازرگانی ایران، قوانین و مقررات مربوط، جایگاه اتاق در اقتصاد ملی و ضعف‌های آن، همراه با ارائه پیشنهادهایی برای بهره‌گیری هرچه بیشتر از این تشکل صنفی - اقتصادی و به بیان روشن‌تر کارفرمایی کشور است. تشکلی که بی تردید می‌تواند مؤثرترین عامل توسعه اقتصادی، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و کمک به کوچک‌تر شدن اندام دولت باشد. به هر حال امید است این گزارش دست مایه‌ای برای دست‌اندرکاران تهیه و تدوین قوانین مربوط و ایجاد امکان برای اظهار نظرهای سنجیده درباره اتاق و وظایف آن باشد.

o



:



گزارشی که در دست دارید، مبنی بر مطالعات جامع و همه جانبه در زمینه اتاق‌های بازرگانی در جهان و برگرفته از گزارشی است که سال‌ها پیش توسط «مرکز تجارت جهانی (ITC) و انکتاد» تهیه شده است. تهیه‌کنندگان، هدف از تهیه آنرا این گونه عنوان کرده‌اند:

اتاق‌های بازرگانی کشورهای رو به پیشرفت باید بتوانند نظام‌های گوناگون مربوط به اتاق‌های بازرگانی غرب (اساساً اروپای غربی) را مقایسه کنند و از اصول پایه‌ای آن‌ها آگاهی یابند. اتاق‌های بازرگانی باید با استفاده از این بررسی بتوانند با توجه به وضعیت و موقعیت مشخص خود نتایج لازم را به دست آورند. زیرا بهره‌گیری از این نظام‌ها مستلزم پیش شرط‌های معین است و به ندرت می‌توان آن‌ها را عیناً منتقل کرد. از این رو، این بررسی پیشنهادهایی برای کمک به اصلاح اتاق‌ها ارائه می‌دهد. گزارش حاضر بر نقش اتاق‌های بازرگانی در توسعه اقتصادی نواحی مورد عمل آن‌ها تأکید دارد و توسعه روابط بازرگانی خارجی و زیرساخت محلی را دارای اهمیت یکسان می‌داند.

تشویق به تجارت فعالیتی است که برای دولت‌ها، به‌ویژه برای سیاست بازرگانی بین‌المللی و نهادهای تخصصی - بازرگانی، مانند مؤسسات و سازمان‌های بازرگانی بین‌المللی زیرساخت تجاری را به وجود می‌آورد. با این حال اتاق‌های بازرگانی با توجه به تماس مستقیم خود با جامعه بازرگانی و آگاهی از نیازهای واقعی این جامعه، می‌توانند نقش مهمی در تشویق تجارت ایفا کنند. یک اتاق بازرگانی در سطح محلی، با ارائه خدمات گوناگون به جامعه بازرگانی، و به عنوان مشاور ویژه دولت، می‌تواند به تلاش‌های مشترک دولت و بخش خصوصی برای توسعه اقتصاد کمک کند.

اتاق‌های بازرگانی در اجرای نقش حمایتی و مبتنی بر همکاری خود باید در دو مورد فوق، به نحوی کارا عمل کنند. به منظور برجسته کردن این پیش شرط‌هاست که در این گزارش ساختار، هدف‌ها و روش‌های مجرب‌ترین اتاق‌های بازرگانی غرب مرور می‌شود، و به‌ویژه تشویق تجارت خارجی مورد تأکید قرار می‌گیرد.



- -

- - -

امروزه در تمامی کشورهای صنعتی غرب اتاق‌های بازرگانی و صنایع وجود دارد. تاریخچه طولانی این اتاق‌ها که قبل از پیدایش بازرگانی دریایی ونیزی وجود داشته‌اند، احتمالاً به سال ۱۵۹۹ میلادی برمی‌گردد. در آن زمان برای نخستین بار اصطلاح «اتاق بازرگانی» (Chamber of Commerce) در شهر «مارسی» به کار گرفته شد. در آن زمان در پی صدور فرمان‌های سلطنتی سال ۱۷۰۱-۲ اتاق‌های بازرگانی در سرتاسر فرانسه بر پا شد و پس از انقلاب فرانسه، در تمام اروپای غربی گسترش یافت. نقش اصلی این اتاق‌ها، مشورت با دولت در مسائل اقتصادی بود. هرچند این اتاق‌ها تا اواسط سده نوزدهم در همه شهرها و مناطق وجود نداشت، اما تقریباً در تمامی کشورهای اروپایی تأسیس شده بود. با آنکه نمونه اتاق فرانسه در دوره ناپلئون بر شماری از کشورهای همسایه اثر گذاشت، اما همه جا با آداب و رسوم ملی محل تطبیق داده شده. به همین دلیل است که امروزه اتاق‌های بازرگانی غرب از لحاظ ساختار و عملکرد با یکدیگر تفاوت‌های بسیار دارند. تفاوت‌های اصلی نیز از آنجا سرچشمه می‌گیرد که در تأسیس و اداره اتاق‌ها از قانون خصوصی پیروی شده باشد یا قانون عمومی. در بیش‌تر کشورهای اروپایی پیروی از قانون عمومی حکمفرما است: اتاق‌های بازرگانی مؤسساتی تحت قانون عمومی هستند و عضویت در آن‌ها برای تمام واحدهای اقتصادی ناحیه اجباری است. در جزایر بریتانیا و کشورهایی که تحت تأثیر سنت بریتانیایی هستند، و همچنین در کشورهای اسکانداویژی از قانون خصوصی پیروی می‌شود و مهم‌ترین عامل برای تأسیس اتاق بازرگانی تمایل و نیاز جامعه بازرگانی به همکاری در یک منطقه است. در هر یک از گروه بندی‌های اصلی، از لحاظ ساختارها و هدف‌ها تفاوت‌های بسیار وجود دارد، با وجود این، در تمام اتاق‌های بازرگانی غرب ویژگی‌های مشترکی به چشم می‌خورد. مهم‌ترین این ویژگی‌ها صلاحیت و شایستگی اتاق‌های بازرگانی در عهده‌دار بودن نمایندگی فعالان اقتصادی در داخل ناحیه مورد عمل آن‌ها است.

- - -

اتاق‌های بازرگانی در اروپای غربی تحت نظمی اقتصادی قرار دارند؛ نظمی که مبتنی بر ابتکار فردی کارآفرین خصوصی و استعداد او در نوآوری و رقابت در چارچوب قانونی است. طبیعتاً رهبران بازرگانی ناگزیرند در مسائل مشترک، تحت این نظم با یکدیگر همکاری کنند. این رهبران در وهله اول باید مسائل اصلی و مستقیم خود را حل کنند و بدیهی است که این کار از طریق یک سازمان مشترک آسان‌تر انجام می‌گیرد. افزون بر این، رهبران بازرگانی باید در تمام مسائل اقتصادی، به ویژه در گسترش اقتصاد داخلی و تجارت بین‌الملل با مقامات دولتی مشورت کنند.



- - -

نظربه این که اتاق‌های بازرگانی نماینده منافع مشترک یک گروه بین بخشی از رهبران بازرگانی هستند، به طور کلی نمایندگی منافع اقتصاد ملی را نیز بر عهده دارند. پس اتاق‌های بازرگانی آشکارا با انجمن‌ها و تشکل‌های حرفه‌ای که هر یک نماینده یک بخش (مانند فولاد، ساختمان، بیمه و مدیریت اراضی) یا یک فعالیت ویژه اقتصادی (مانند عمده‌فروش‌ها، مغازه‌دارها، نمایندگان فروش و فروشندگان) هستند و با مسائل ویژه یک گروه در ارتباطند، فرق دارند. اتاق‌های بازرگانی، تمامی بخش‌های اقتصاد را گرد می‌آورند و از منافع مشترک آن‌ها دفاع می‌کنند و تمامی اتحادیه‌ها را زیر چتر خود قرار می‌دهند.

به طور کلی اتاق‌های بازرگانی سه هدف اصلی را دنبال می‌کنند:

- نخست به عنوان سازمان‌های «خودیار» به برپایی نهادها و ارائه خدمات مورد نیاز جامعه بازرگانی اقدام می‌کنند.

- دوم، به عنوان نماینده اقتصاد منطقه در برابر مقامات رسمی، به عرضه خدمات کارشناسی، انجام بررسی‌ها و ارائه پیشنهادها دست می‌زنند؛
- سوم، تجارت بین‌المللی را تشویق می‌کنند.

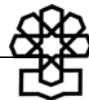
هدف اتاق‌ها در دفاع از منافع مشترک تمامی بخش‌های اقتصادی سبب می‌شود که از مطرح کردن منافع ویژه چشم‌پوشی‌نمایند. اتاق‌ها باید با دیدی کلی تمامی بخش‌ها و واحدهای گوناگون را در نظر داشته باشند، به این معنا که اتاق نه فقط باید مصالحه کند، بلکه باید باعث شود اقتصاد به طور متوازن در مسیر منافع عمومی توسعه یابد. به این دلیل اتاق‌های بازرگانی، خواه پیرو قانون عمومی و خواه خصوصی، نقش مهمی در حکومت‌ها ایفا می‌کنند. آن‌ها منافع اقتصادی متفاوت را به نفع همه سازگار می‌کنند.

- - -

اتاق‌های بازرگانی کشورهای غرب به طور کلی از واحدهای خصوصی تشکیل می‌شوند. هر چند واحدهای بخش دولتی در غرب از عضویت در اتاق‌ها مستثنی نیستند، ولی باید به شیوه رقابتی در چارچوب اقتصاد مبتنی بر بازار عمل کنند و به دنبال تسلط بر بخش خصوصی نباشند. به عنوان مثال چنین واحدهایی در بخش دولتی در آلمان غربی، فرانسه و لوکزامبورگ وجود دارند. به این دلیل، نظام‌های غربی اتاق‌های بازرگانی با اقتصادهای مختلط نیز قابل تطبیق اند.

نخستین ضرورت اتاق‌های بازرگانی آن است که تمامی بخش‌ها (بازرگانی، بانکداری، بیمه، حمل و نقل و خدمات) و واحدهای گوناگون را از نظر اندازه و وضعیت حقوقی در برگیرند. این تنها راه اطمینان بخشی است که یک اتاق بازرگانی می‌تواند در محدوده خودش نماینده واقعی اقتصاد باشد. به همین دلیل از آغاز سده بیستم، نام «اتاق بازرگانی» در تمام کشورها در سطحی گسترده به «اتاق بازرگانی و صنعت» تبدیل شده است.

دومین ویژگی اساسی اتاق بازرگانی، منطقه‌ای بودن ساختار آن است. به طور کلی، امروزه اتاق‌های بازرگانی در تمامی شهرهای مهم اقتصادی یک کشور وجود دارند و نیاز سرتاسر کشور را تأمین می‌کنند.



برای تضمین و تشویق تماس مستقیم میان اتاق و اعضای آن، این ساختار منطقه‌ای لازم است: زیرا فقط در یک محیط دقیقاً مشخص است که یک اتاق می‌تواند ابتکارهای لازم را بروز دهد. همچنین وجود اتاق باعث می‌شود ویژگی‌های منطقه‌ای به طور کامل در نظر گرفته شود. این ویژگی‌ها ممکن است به آسانی تحت الشعاع دیدگاه دیگر سازمان‌های بزرگ و کشوری قرار گیرد. اما باید متذکر شد که اصطلاح «اتاق بازرگانی» فقط در کشورهای خاصی از حمایت قانونی برخوردار است (در فرانسه و آلمان فدرال)، دفتر بین‌المللی اتاق‌های بازرگانی اقدامات قانونی معینی را برای جلوگیری از کاربرد نابجای این مفهوم به دولت‌ها پیشنهاد کرده است.

- - -

یک اتاق بازرگانی در صورتی می‌تواند به هدف‌های خود دست یابد که از دولت مستقل باشد. این نکته‌ای است که اغلب در جلسات دفتر اتاق بین‌المللی بر آن تأکید می‌شود. اتاق نباید جزئی از سیاست یا سازمان اداری دولت باشد، بلکه باید استقلال لازم را برای طرح عقاید و منافع جامعه بازرگانی داشته باشد. اتاق باید بتواند در مورد اولویت‌های خود در زمینه تأمین نیازهای منطقه زیر پوشش خود تصمیم بگیرد.

. جامعه

بازرگانی باید بتواند نمایندگان خود را در اتاق و به ویژه در مجمع عمومی و ارکان دیگر آن را انتخاب کند. این ارکان باید مورد اعتماد کامل اعضا و نماینده ساختار اقتصادی منطقه باشند.

افزون بر این، اتاق باید در انتخاب کارکنان خود آزاد باشد. ارکان انتخاب شده باید بر استخدام کارکنان نظارت اجرایی داشته باشند تا مطمئن شوند که تصمیم‌هایشان به درستی اجرا شده است.

سخن آخر آن که استقلال مالی برای اتاق ضرورت مطلق دارد. یک اتاق در صورتی می‌تواند به هدف‌های خود دست یابد که وجوه کافی در اختیار داشته باشد. اتاق‌ها باید حداقل دارای آن اندازه استقلال مالی باشند که بودجه خود را تنظیم کنند.

- - -

کارایی اتاق‌های بازرگانی در غرب به چند عامل بستگی دارد:

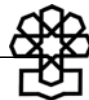
* یکم، ساختار سازمانی.

* دوم، همکاری نزدیک میان رهبران بازرگانی عضو و کارکنان تمام وقت اتاق‌ها. در اقتصادهای نو، به‌ویژه در بخش بازرگانی خارجی، رهبران بازرگانی به کمک کارکنان تمام وقت نیاز دارند تا از انبوه عظیم اطلاعات موجود استفاده و بر اساس آن تصمیم‌گیری کنند.

* سوم، عامل کارایی اتاق‌ها باید وجود خود رهبران بازرگانی باشد، یعنی آن‌ها باید تعلیمات و راهنمایی‌های خود را از طریق ارگان‌های مختلف به اتاق‌ها ارائه دهند.



همکاری میان اعضا و کارکنان دائمی نیز مجرای مطمئن و معتبری است تا نیازها و منافع ویژه جامعه بازرگانی به اطلاع اتاق برسد. بدین ترتیب، اتاق قادر خواهد شد از وضعیت اقتصادی منطقه و میزان توانایی و صلاحیت خود برای کمک به مقامات دولتی در تصمیم‌گیری درک کاملی به دست آورد. این پیوند میان جامعه بازرگانی و اتاق نتیجه‌ای است که در یک سازمان پویا به دست می‌آید. وضعیت متغیر اقتصادی که پیوسته مسائل و وظایف جدیدی را پدید می‌آورد، تحول در کار اتاق را الزام‌آور می‌سازد. فقط یک سازمان غیر بوروکراتیک می‌تواند به سرعت و با کارایی، نسبت به ضرورت‌های ناشی از اوضاع و احوال متغیر اقتصادی واکنش نشان دهد.



- -

اتاق‌های بازرگانی به دو دسته اصلی تقسیم می‌شوند: آن‌هایی که بر اساس قوانین عمومی و آن‌هایی که بر پایه قوانین خصوصی تأسیس شده‌اند. هر دو دسته نیز ساختارهای سازمانی مشابه و هدف‌های مشترک (کمک به توسعه اقتصادی) دارند و بسیاری از امور را با روش یکسان انجام می‌دهند. اما از لحاظ اولویت‌ها با هم تفاوت دارند، زیرا نیازهای منطقه تحت پوشش آن‌ها و دسترسی به منابع مالی و کارکنان آن‌ها با هم فرق می‌کنند.

- - -

یکی از هدف‌های اصلی اتاق‌های بازرگانی غرب آگاه کردن حکومت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی از مسائل اقتصادی و مشورت‌دهی در اقدامات و اتخاذ سیاست‌های اقتصادی و انجام مطالعات و ارائه پیشنهادهایی است که به رشد اقتصادی کمک کند. اتاق‌های بازرگانی قبل از همه با مسائل اقتصادی ناحیه خودشان سروکار دارند و در مسائلی همچون برنامه‌ریزی شهری، ایجاد نواحی صنعتی، سیستم‌های حمل و نقل و ساخت و اداره بندرها با مقامات محلی همکاری می‌کنند. اتاق‌های بازرگانی در تمامی کشورها برای مشورت‌دهی به مقامات دولت منطقه‌ای در مورد مسائل برنامه‌ریزی توسعه، ارتباطات، اداره اقتصاد و غیره، گروه‌بندی‌های ویژه‌ای به وجود آورده‌اند. برای مثال، فرانسه اتاق‌های بازرگانی منطقه‌ای دارد و آلمان غربی برای هر ایالت دارای اتحادیه اتاق‌های بازرگانی است که وظیفه‌اش پشتیبانی از منافع مشترک اتاق‌های بازرگانی یک منطقه در برابر دولت است.

با توجه به این‌که تمام تصمیمات اصلی سیاست اقتصادی در پایتخت‌ها گرفته می‌شود، همکاری میان اتاق‌های بازرگانی در سطح ملی اهمیت به سزایی دارد. در این سطح است که اتاق‌های بازرگانی می‌توانند از طریق اتاق مادر یا مجموعه اتاق‌ها در برابر مجلس و وزارتخانه‌های دولتی، در حوزه مسائل قانونگذاری و اداری که بر تمام بخش‌های بازرگانی و به ویژه بازرگانی بین‌المللی تأثیر دارد از طریق موضع مشترک اختیار کنند.

همکاری در سطح ملی از راه‌های گوناگونی صورت می‌گیرد. در کشورهای آن‌هایی که اتاق‌های بازرگانی با پیروی از قوانین عمومی تأسیس می‌شوند، دولت‌ها اغلب ملزم هستند پیش از تصمیم‌گیری‌های اقتصادی خاص، با این اتاق‌ها مشورت کنند. این الزام در فرانسه و لوکزامبورگ وجود دارد و در آلمان غربی در بسیاری از قوانین و مقررات گنجانده شده است. اتاق لوکزامبورگ در برابر مجلس حق ارائه پیشنهاد دارد و غالباً از این حق استفاده می‌کند.

باید دانست که اتاق‌های بازرگانی خود را با سیاست‌های مهم اقتصادی درگیر نمی‌کنند، به خصوص که در برخی کشورها، هیأت‌های مشورتی ویژه‌ای (شوراهای اجتماعی و اقتصادی) برای رسیدگی به این سیاست‌ها به وجود آمده‌اند.



- - -

دومین هدف اصلی همه اتاق‌های بازرگانی، به عنوان ابزارهای «خودیار»، ارائه خدمات به واحدهای بازرگانی منطقه است. برای اتاق‌هایی که تحت قانون خصوصی تأسیس شده‌اند، این فعالیت‌ها، نسبت به فعالیت‌های دیگر اولویت دارد. مهم‌ترین وظیفه اتاق تأمین اطلاعات کلی در موارد زیر است:

وضعیت اقتصادی، قوانین جدید داخلی و خارجی و موضوع‌های مهمی که بر فعالیت‌های روزمره مؤثراند. انتشار خبرنامه‌های ویژه برای آگاهی‌رسانی درباره تحولات جاری و برگزاری جلساتی برای دیدار و آگاهی از نظر اعضا.

اتاق‌های بازرگانی اغلب اطلاعات کلی و خدمات مشاوره‌ای خود را با خدمات تخصصی تکمیل می‌کنند، و گاه این خدمات به تفکیک بخش‌ها جنبه تخصصی‌تری پیدا می‌کند که هدفش تعیین کمبودهای یک بنگاه اقتصادی و برطرف کردن آن‌ها است. برخی اتاق‌ها برای این گونه فعالیت‌ها دفترهای ویژه‌ای ایجاد کرده‌اند. برای مثال، در آلمان غربی، فرانسه و ایتالیا، این فعالیت‌ها مستلزم استخدام شمار بسیاری کارکنان متخصص است. اینان به‌ویژه در دسترس بنگاه‌های تولیدی کوچک و متوسطی قرار می‌گیرند که ممکن است در موارد اقتصادی، مالیاتی و حقوقی از جمله کاربرد و انتقال فناوری به کمک نیاز داشته باشند.

در چند سال گذشته اتاق‌های بازرگانی آلمان غربی توصیه‌هایی در موارد زیر داشته‌اند: تأسیس بنگاه‌های اقتصادی، کمک به مدیران آینده و مشورت دادن به آن‌ها در مورد راه‌های گوناگون دستیابی به کمک دولت. چنین فعالیتی این باور را ایجاد می‌کند که یک اقتصاد سالم به بنگاه‌های اقتصادی جدید و تعادل میان شرکت‌های بزرگ، متوسط و کوچک نیاز دارد.

در برخی کشورهای صنعتی، دفترهای ویژه مذکور تا حد ادارات خدماتی مستقل گسترش یافته‌اند. خدمات مستقلی برای فعالیت در زمینه‌های گوناگون، از جمله برای انتقال فناوری وجود دارد. خدمات این اداره‌های خدماتی مستقل، مانند خدمات دفترهای ویژه، قبل از هر چیز در اختیار شرکت‌های کوچک و متوسط قرار می‌گیرد. در این موارد با وصول تقاضا، نمایندگان خدماتی فعالیت‌های این شرکت‌ها را مطالعه می‌کنند و توصیه‌هایی برای بهبود کار آن‌ها ارائه می‌دهند.

اتاق‌های بازرگانی برای رؤسای شرکت‌ها و مدیران اجرایی آن‌ها برنامه‌های آموزشی مدیریت ترتیب می‌دهند. این برنامه‌ها مشتمل بر دوره‌های آموزشی و تأسیس مدارس تخصصی است.

اضافه بر خدمات فوق، نهادهایی وجود دارند که در اصل برای خدمت به اقتصاد منطقه خاصی ایجاد شده‌اند ولی اغلب ناحیه بزرگتری را پوشش می‌دهند. در میان آن‌ها برجسته‌تر از همه «اتاق‌های تعاون» است که از طریق اعلان نیازها و همکاری میان واحدهای تولیدی را تشویق می‌کنند و «اتاق‌های بازیافت» که برای گرد آوردن واحدهای تولید کننده مواد بازیافتنی و واحدهای به کار برنده این مواد تشکیل می‌شوند. در جامعه اقتصادی اروپا، اتاق‌های بازرگانی در مورد استفاده از مواد بازیافتنی، با مطلع نگه داشتن یکدیگر از ذخایر و نیازهای اعضای خود، با یکدیگر همکاری دارند.



مهم‌ترین وظیفه روزمره اتاق‌های بازرگانی گسترش بازرگانی خارجی است. تمام اتاق‌های بازرگانی در غرب مجازند برای واحدهای تولیدی که در بازرگانی خارجی فعالیت دارند گواهینامه مبدأ صادر کنند و مدارک بازرگانی آن‌ها را گواهی نمایند. این اتاق‌ها درصددند کاغذبازی را در بازرگانی بین‌المللی به کم‌ترین و ساده‌ترین حد برسانند و تا حدودی هم موفق شده‌اند. اکنون بیش‌تر اتاق‌ها در پی استفاده از تجارت الکترونیکی هستند.

اتاق‌های بازرگانی تحت سیستم آ.ت.آ که دفتر بین‌المللی اتاق‌های بازرگانی آن را هماهنگ می‌کند. کارت‌های آ.ت.آ را صادر می‌کنند که ویژه معافیت موقت تجهیزات تخصصی صادراتی و نمونه‌های قیمت‌دار کالاهای نمایشگاهی از عوارض واردات است. اتاق‌های بازرگانی در برابر مسئولان گمرکی نیز نقش تضمین‌کننده را ایفا می‌کنند. برخی کشورها که سازمان‌های بازرگانی دولتی دارند نیز عضو این سیستم هستند.

اتاق‌های بازرگانی، غالباً واحدهای بازرگانی را در بازپرداخت وام‌هایشان یاری می‌دهند. طرف‌های علاقه‌مند می‌توانند از اتاق به عنوان محل تبادل نظر و مذاکره استفاده کنند، حتی در مواردی که اتاق هیچگونه قدرت قانونی در مورد اختلاف نداشته باشد دفتر بین‌المللی اتاق‌ها، شبکه‌ای بین‌المللی ایجاد کرده است که همکاری میان اتاق‌های بازرگانی آن سوی مرزها را تضمین می‌کند.

اتاق‌های بازرگانی با ارائه مشاوره به اعضای که دچار اختلاف شده‌اند و نیاز به داوری دارند، می‌توانند در مورد چگونگی انعقاد موافقتنامه‌های داوری و چگونگی انتخاب داوران به طرف‌ها کمک کنند. برخی اتاق‌ها (برای مثال هامبورگ) دیوان‌ها (یا مؤسسه‌ها)ی داوری ویژه خود را تأسیس کرده‌اند تا به سرعت و با کارایی اختلافات را حل و فصل کنند. اتاق باید از مقررات قانونی و دیگر مقررات رسمی صدور احکام آگاه باشد. در سطح بین‌المللی، طرفین اختلاف می‌توانند به دادگاه داوری اتاق بازرگانی بین‌المللی رجوع کنند.

هر چند فعالیت‌های مورد اشاره اهمیت دارند، اما وظیفه اصلی اتاق‌های بازرگانی در بازرگانی خارجی تأمین اطلاعات و ارائه مشاوره است که فعالیتی مهم و دشوار است. چرا که نه فقط مقررات داخلی، بلکه مقررات شرکای اصلی بازرگانی در عرصه‌های گمرکات، مبادله پولی، بازرگانی خارجی، تأسیس بنگاه‌های اقتصادی، مقررات روادید، و ویژگی‌های اصلی نظام‌های اقتصادی و قانونی آن‌ها را نیز در بر می‌گیرد. همچنین، اتاق‌های بازرگانی باید اطلاعاتی همچون نام و نشان واردکننده‌ها و صادرکننده‌هایی را که سعی در گسترش بازرگانی خود دارند تهیه کنند.

برای ارائه خدمات اطلاعاتی و مشاوره‌ای، اتاق‌های بازرگانی به کارکنان ماهر و کتابخانه‌های جامع نیاز دارند که در کشورهای صنعتی اغلب رایانه‌ای شده است. در وین، اتاق اقتصادی فدرال اتریش یک مرکز اطلاع‌رسانی تأسیس کرده است و در پادوآ (Padua) ایتالیا اتاق‌های بازرگانی با همکاری بانک‌های محلی یک مرکز اطلاع‌رسانی را اداره می‌کنند. اتاق‌های بازرگانی هلند درباره تمام واحدهای اقتصادی که در فهرست ثبت بازرگانی ملی قرار دارند اطلاعات مشروحی نگهداری می‌کنند. اتاق‌ها، در



کشورهای آلمان غربی، فرانسه، اسپانیا و سایر کشورها این قبیل مراکز را اداره و اغلب اتاق‌های منطقه‌ای را از نظر اطلاعات تأمین می‌کنند.

اتاق‌های بازرگانی در فرانسه و آلمان غربی به بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط خدمات مشاوره‌ای، به ویژه صادراتی، ارائه می‌دهند تا به آن‌ها برای گشایش بازارهای جدید کمک کنند. در اتریش، نمایندگان بازرگانی اتاق اقتصاد فدرال، اطلاعات و کمک‌های مربوط را در کشورهای میزبان ارائه می‌دهند. اتاق‌های مشترک نیز همین خدمات را انجام می‌دهند، ولی نظر به این‌که این موارد اساساً برای گسترش تجارت میان دو کشور انجام می‌شود، در این بررسی از آن‌ها بحث نمی‌کنیم.

با توجه به این‌که نمایندگی‌های تجاری ابزاری برای گسترش تجارت به شمار می‌آیند، اتاق‌های بازرگانی اطلاعات این بازارها را پخش می‌کنند و غرفه‌های مشترک تشکیل می‌دهند. اتاق‌های بازرگانی بعد از اتمام نمایندگی، برای بازرگانان سفرهایی به بازارهای مهم مورد نظر ترتیب می‌دهند. اتاق‌های بازرگانی برای انجام فعالیت‌های فوق به تماس‌های دائمی با اتاق‌های دیگر و سازمان‌دهندگان نمایندگی‌ها نیاز دارند.

- - -

همه اتاق‌های بازرگانی غرب با مطبوعات و صدا و سیما ارتباط دارند. هدف از چنین ارتباطاتی، پخش اطلاعات، اعلام موضع اتاق‌ها در مورد بعضی مسائل و تفهیم مشکلات بخش بازرگانی به مردم است.



- -

در این بخش تفاوت در سازمان و هدفهای اتاقهای بازرگانی ارائه خواهد شد.

- - -

اتاقهای بازرگانی در کشورهای زیر پیرو قانون خصوصی‌اند و بر این اساس ایجاد شده‌اند . انگلستان، ایالات متحده آمریکا، کانادا، ایرلند، استرالیا، زلاندنو، کشورهای اسکانندیناوی: دانمارک، نروژ، سوئد و فنلاند، و کشورهای اروپای غربی: بلژیک و سوئیس. خصوصیات مشترک این کشورها در زیر ارائه خواهد شد:

-

اتاق‌هایی که با قانون خصوصی تأسیس می‌شوند، سازمان‌ها یا انجمن‌های غیرانتفاعی هستند که عضویت در آنها اختیاری است. معمولاً در فهرست دفتر ثبت بازرگانی یا در دفتر ثبت انجمن‌ها قرار دارند. اعضای آنها از تمامی بخش‌های بازرگانی از جمله پیشه‌وران و شاغلان پیشه‌ها و حرفه‌های آزاد که فعالیت‌های اقتصادی انجام می‌دهند (مانند وکلا، حسابداران، متخصصان مالیات، مشاوران مدیریت) تشکیل می‌شوند. برخی اتاقهای بازرگانی در بلژیک و سوئیس از بخش کشاورزی هم عضو می‌پذیرند.

نظر به این‌که عضویت در اتاق اختیاری است، معمولاً تمام بنگاه‌های اقتصادی یک منطقه را در بر نمی‌گیرد، و از آنجا که قانون هم تأسیس آن را الزامی نمی‌داند، هر منطقه‌ای لزوماً یک اتاق ویژه نخواهد داشت. این سیستم عملاً می‌تواند به پیدایش شماری از اتاقهای بازرگانی بینجامد که ظرفیت کافی برای انجام تمامی فعالیت‌های برشمرده را ندارند و باید زمینه فعالیت‌های خود را به مسائل محلی محدود سازند.

-

درآمد اتاقهای بازرگانی که با قانون خصوصی تأسیس می‌شوند تا حد زیادی از حق عضویت اعضا تأمین می‌شود. به همین سبب در مواقعی اتاق در کسب درآمد با دشواری روبه‌رو می‌شود: بنابراین در این گونه اتاقها، بیش‌ترین حجم فعالیت مربوط به خدماتی است که در برابر پرداخت وجه به اعضا ارائه می‌شود.

-

به دلیل ماهیت درآمد اتاقهای پیرو قانون خصوصی، این گونه اتاقها بر خدمات بازرگانی بین‌المللی و گسترش صادرات تأکید دارند.

فعالیت‌های مشاوره‌ای برای مقامات دولتی غالباً اهمیت کم‌تری دارد، چرا که دولت معمولاً اجباری به مشاوره با اتاقهای مبتنی بر قانون خصوصی ندارد. کارایی و تأثیر گذاری آنها هنگام ارائه پیشنهادها بیش از اتاقهای مبتنی بر قانون عمومی به قدرت استدلال، شهرت و چندوچون نمایندگی اعضا از بخش بازرگانی بستگی دارد.



- - -

در قلمرو نظام قانون عمومی، اتاق‌های بازرگانی را دولت بر مبنای قوانین ملی برپا می‌کند و عضویت در آن‌ها اجباری است. برخی ویژگی‌های این نظام و برتری‌های آن در بندهای زیر بررسی می‌شود:

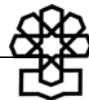
-

این امر که قانون، همه بنگاه‌های اقتصادی را ناگزیر از عضو شدن در اتاق بازرگانی می‌کند، اهمیت فوق‌العاده دارد، چرا که ورود تمامی بخش‌های بازرگانی، یعنی صنعت، بازرگانی، بانکداری، بیمه، حمل و نقل و خدمات دیگر را تضمین می‌کند. بر اساس قاعده‌ای کلی، بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی دولتی نیز در اتاق عضویت دارند، به ویژه هنگامی که به صورت شرکت‌های خصوصی عمل می‌کنند، اگر چه ماهیت دقیق عضویتشان ممکن است متفاوت باشد. در کشورهای اتریش، ایتالیا و هلند، پیشه‌وران نیز عضو اتاق‌های بازرگانی شمرده می‌شوند، در صورتی که در آلمان غربی و لوکزامبورگ آن‌ها در انجمن‌هایی تخصصی که با قانون عمومی تأسیس می‌شوند عضویت دارند. در ایتالیا، اتاق‌های بازرگانی، بخش کشاورزی را نیز در بر دارند.

بنابراین، امتیاز عضویت اجباری در این واقعیت نهفته است که به ایجاد اتاقی می‌انجامد که نماینده واقعی جامعه بازرگانی شمرده می‌شود. این ویژگی اهمیت و اعتبار زیادی به نظرات و پیشنهادهای اتاق می‌بخشد و بازتاب سیاست مشترکی است که پس از مشورت با تمام بخش‌های صنعت از جمله بنگاه‌های اقتصادی با اندازه‌های گوناگون و وضعیت‌های قانونی متفاوت به دست آمده است. افزون بر این، عضویت اجباری ضامن تماس و به‌ویژه نزدیکی با بنگاه‌های اقتصادی منطقه در کارهای روزانه است که منجر به کسب تخصص و بهبود خدمات می‌شود. بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط این تخصص را در اختیار دارند.

-

عضویت اجباری، هر بنگاه اقتصادی را ملزم به پرداخت حق عضویت به اتاق می‌کند. این حق عضویت، اغلب درصد معینی از مالیات بر منافع بنگاه اقتصادی است (این مالیات در فرانسه *La Taxe Professionnelle* و در اتریش و آلمان غربی *Gewebesteuer* نامیده می‌شود). این درصد سالانه را اتاق بر طبق نیازهای مالی خود تعیین می‌کند و باید از طرف وزارتخانه مسئول اتاق‌های بازرگانی تصویب شود. کل مبلغ دریافتی باید پاسخگوی بودجه سالانه اتاق باشد. در هلند، اتاق‌های بازرگانی هزینه خود را از وجوه جمع‌آوری شده از شرکت‌های ثبت‌شده در فهرست شرکت‌های تحت مدیریت اتاق تأمین می‌کنند. اتاق‌ها از جنبه مالی، به‌ویژه در زمینه مداخله دولت تا حد زیادی تفاوت دارند. در فرانسه و ایتالیا، بودجه اتاق‌ها را باید دولت تصویب کند. در برخی کشورها، وجوهی را که اتاق‌ها پیشنهاد و دولت تصویب می‌کند، مسئولان مالیاتی ملی یا منطقه‌ای جمع‌آوری می‌کنند و به اتاق‌ها می‌دهند. در کشورهای آلمان غربی، اتریش، لوکزامبورگ و هلند، اتاق‌های بازرگانی در مورد تعیین جزییات بودجه خود و جمع‌آوری مستقیم حق عضویت از اعضا آزادی عمل کامل دارند.



:

()

در مقابل، دولت نیز از بهبود خدمات اتاق‌ها بهره‌مند می‌شود، چون از تأمین آن‌ها بی‌نیاز خواهد شد و می‌تواند در زمینه کمک به انجام برخی هدف‌های اقتصادی خود به بخش خصوصی تکیه کند. به همین ترتیب به نفع همگان است که اتاق‌هایی که از تأمین مالی کافی برخوردارند، بتوانند هدف‌های جدیدی برای خود تعیین کنند و با همکاری دولت ابتکارات جدیدی را برای پیشبرد توسعه اقتصاد ارائه دهند. امنیت مالی اتاق‌ها اغلب باعث می‌شود تا آن‌ها طرح‌های آزمایشی را به عهده بگیرند.

از آنجا که عضویت اجباری سبب می‌شود مجمع عمومی، شامل تمام بنگاه‌های اقتصادی منطقه، به طور کلی کارآمد نباشد، این بنگاه‌ها نمایندگانی انتخاب می‌کنند که بعداً به صورت اعضای اتاق در می‌آیند. بدین ترتیب بنگاه‌ها به مفهوم وسیع‌تر، اعضای اتاق محسوب می‌شوند.

انتخابات یا به وسیله قانون و یا با توجه به قوانین اتاق با هدف اطمینان از عضویت مبتنی بر نمایندگی تنظیم می‌شود. در کشورهای آلمان غربی، اتریش، فرانسه و لوکزامبورگ، تمام بخش‌های مهم و تمام بنگاه‌های اقتصادی کوچک و بزرگ (از جمله آن‌هایی که در فهرست ثبت شرکت‌ها نیستند) باید در سازمان‌های اتاق نماینده داشته باشند. در هلند، سهم بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط در عضویت اتاق را قانون تعیین می‌کند. اعضای دائمی اتاق‌های آلمان غربی و فرانسه از طریق رأی‌گیری داخلی اعضای دیگری را انتخاب می‌کنند که بعداً وضعیت مشاوره‌ای را احراز می‌کنند. با این کار، از شرکت بازرگانان برجسته و با تجربه‌تر منطقه در اتاق اطمینان حاصل می‌شود.

مجمع عمومی اعضای اتاق به طور قانونی اختیار دارد رئیس و هیأت‌رئیس و در برخی کشورها (آلمان غربی، لوکزامبورگ و هلند) دبیر کل را انتخاب کند.

نتیجه طبیعی عضویت اجباری یا تعیین حق عضویت به وسیله قانون عمومی، نظارت دولت بر اتاق‌های بازرگانی است، که به طور کلی از طریق وزارت اقتصاد یا صنعت انجام می‌گیرد. این نظارت، استقلال اتاق‌های بازرگانی را محدود نمی‌کند. اگر چنین محدودیتی وجود داشته باشد، هدف از آن غالباً حصول اطمینان از احترام اتاق‌ها نسبت به مقررات کلی قانونی (قوانین عمومی) از جمله مقررات ناظر بر تعیین



بودجه و هزینه‌های واقعی است. نظر به این‌که اتاق‌های بازرگانی در غرب اعتبار فوق‌العاده‌ای دارند، از طرف دولت‌های‌شان به عنوان مشاوران شایسته مورد قبول هستند. هنگامی‌که شکایتی علیه اتاق مطرح می‌شود وزارتخانه ناظر حق ویژه نظارت خود را به کار می‌گیرد. اگر دریابد که اتاق واقعاً قانون را نقض کرده ممکن است برای آن دستورالعملی صادر کند. برای مثال وزارتخانه ناظر ممکن است خودداری اتاق از ارائه گواهینامه مبدأ را بررسی کند یا تخلف از قوانین داخلی انتخابات را مورد تحقیق قرار دهد.

- - -

ویژگی اتاق‌های بازرگانی پیرو قانون عمومی سبب می‌شود تا آن‌ها برخی وظایف اقتصادی را که معمولاً در اختیار دولت است به طور مستقل انجام دهند. پیوندهای نزدیکی که میان اتاق‌ها و جامعه بازرگانی وجود دارد، به اتاق‌ها امکان می‌دهد تا این وظایف را به‌ویژه به شکلی مؤثر و سریع و با حداقل تشریفات اداری و اغلب با هزینه کم انجام دهند. این کار مستلزم آزادی اتاق‌ها برای تصمیم‌گیری خود در چارچوب قانونی است و لازم نیست بیش از حد از طرف مقامات عمومی مورد کنترل قرار بگیرند. فعالیت‌های اصلی اتاق‌های بازرگانی به طور کلی عبارتند از:

-

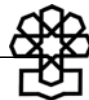
در هلند، اتاق‌های بازرگانی و صنعت، دفترهای ثبت بازرگانی را اداره می‌کنند و هزینه آن‌ها اصولاً از وجوه مطالبه شده برای این کار تأمین می‌شود. برای طبقه‌بندی واحدهای ثبت شده بازرگانی از سیستم رایانه‌ای استفاده می‌شود.

اتاق‌های بازرگانی در آلمان غربی و ایتالیا در مورد دفترهای ثبت بازرگانی تکالیف ویژه‌ای دارند. در آلمان غربی، اتاق‌ها وظیفه تقاضای ثبت از دادگاه‌های شهرستان را بر عهده دارند آن‌ها موظف‌اند در مورد ثبت اقدام و توصیه لازم را به دادگاه‌ها ارائه کنند. در ایتالیا، اتاق‌ها نشریات شرکت‌ها را که قانون تجویز کرده ثبت می‌کنند (مانند حساب‌های سالانه).

-

در کشورهای آلمان غربی، اتریش و لوکزامبورگ، اتاق‌های بازرگانی در عرصه‌های صنعت، بازرگانی و پیشه‌ها فعالیت‌های آموزشی انجام می‌دهند که قانون آن‌ها را تنظیم می‌کند. این فعالیت‌ها شامل آموزش عملی از طریق کارآموزی در واحدهای تولیدی مشخص، همراه با آموزش نظری در دانشکده‌های فنی است. اتاق‌های بازرگانی این دوره‌های کارآموزی را ثبت، شرایط مربیان و واحدهای کسب و کار را تأیید، و بر آموزش نظارت می‌کنند. آن‌ها در این زمینه مشاوره ارائه می‌دهند و در پایان دوره کارآموزی امتحان برگزار می‌کنند.

این نوع آموزش حرفه‌ای به پایین نگه‌داشتن سطح بیکاری جوانان به‌ویژه در آلمان کمک بسیار کرده است. اتاق‌های بازرگانی با موفقیت بنگاه‌های اقتصادی را به ایجاد دوره‌های کارآموزی تشویق کرده‌اند.



افزون بر این، تمام اتاق‌هایی که با قانون عمومی تأسیس شده اند به روسای شرکت‌ها و مسئولان اجرایی آموزش پیشرفته‌تر ارائه می‌دهند.

در آلمان، اسپانیا، فرانسه و ایتالیا، مراکز ویژه‌ای به همین منظور برپا شده است. این مراکز مدیران سطح میانی را که برای رشد اقتصاد اهمیت دارند آموزش می‌دهند. چون مدیرانی که در زمینه تجارت بین‌المللی کار می‌کنند به مهارت‌های زبانی نیاز دارند، بسیاری از اتاق‌های بازرگانی دوره‌های زبان‌آموزی نیز ترتیب می‌دهند و نتایج را از طریق امتحانات رسمی گواهی می‌کنند. بیش‌تر اتاق‌ها فهرستی از مترجمان را برای استفاده، از جمله در دادگاه‌ها، در اختیار دارند.

یکی از ویژگی‌های اتاق‌های بازرگانی فعالیت آن‌ها در توسعه زیرساخت‌های منطقه‌ای و حجم عظیم سرمایه ثابتی است که برای این منظور اداره می‌کنند. این اتاق‌ها تقریباً تمام فرودگاه‌ها، بسیاری از بندرهای ماهیگیری، تسهیلات جهانگردی، مراکز پر رفت و آمد جاده‌ها و برخی هتل‌ها را اداره می‌کنند. اتاق‌های پیرو قانون عمومی (مانند اتاق‌های آلمان و ایتالیا) برخی پروژه‌های مشترک را سازماندهی و اداره می‌کنند، از جمله مراکز خودکار داده‌پردازی، مراکز آزمایش مواد، آرشیوها یا موزه‌های اقتصادی، انبارهای کالا، سیلواها یا تأسیسات بندری. مشارکت مالی خود اتاق‌ها در این پروژه‌ها غالباً محدود است. در اسپانیا، اتاق‌های بازرگانی مجبورند ۷۵ درصد درآمد حاصل از حق عضویت خود را در پروژه‌هایی که به نفع جامعه بازرگانی است به کار برند. از این رو در ساختن بندرها و جاده‌های ارتباطی، مراکز آموزشی و غیره شرکت دارند.

اتاق‌های بازرگانی در آلمان حق انتصاب متخصصان در تمام عرصه‌های اقتصادی و فنی را دارند. این متخصصان به حرفه خود ادامه می‌دهند ولی قبل از منصوب شدن، تخصص و صلاحیت آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. دادگاه‌ها، جامعه بازرگانی و برخی اوقات عموم مردم در موارد گوناگون می‌توانند با آن‌ها مشورت کنند. اتاق‌های بازرگانی فنلاند و سوئد که مبتنی بر قانون خصوصی هستند، اسامی شماری از متخصصان را به همین منظور ثبت کرده‌اند.

در بسیاری از کشورها برای اشتغال به کار در برخی حرفه‌ها به اجازه رسمی نیاز است. این اجازه بر اساس تخصص محرز داده می‌شود. در ایتالیا و آلمان اختیار اعطای این اجازه تا حد بسیار زیادی به اتاق‌های بازرگانی تفویض شده است. برای مثال در کشور آلمان اتاق‌های بازرگانی گواهی می‌کنند که راننده‌های تانکر یا کامیون‌های سنگین دیگری که محموله پرخطر حمل می‌کنند آزمایش‌های مورد نظر را با موفقیت گذرانده‌اند.



-
اغلب از اتاق‌های بازرگانی که بر اساس قانون عمومی تأسیس شده‌اند خواسته می‌شود تا در مورد برخی مسائل اقتصادی مورد بحث دولت‌ها و دادگاه‌ها نظر خود را ارائه دهند. یکی از نمونه‌های این نظرخواهی، در مورد رویه‌های بازرگانی است که تعیین آن در غرب به اتاق‌های بازرگانی واگذار شده است.

-
سرانجام، اتاق‌های بازرگانی در غرب بازار سهام و کالا دایر می‌کنند. امروزه، اتاق‌ها هنوز هم مسئول بازارهای کالا هستند و در مورد بازار سهام حق نظارت مشخص دارند (برای مثال، در آلمان و ایتالیا). در نروژ، اتاق اسلو، که اتاقی مبتنی بر قانون خصوصی است، اعضای بازار سهام را انتخاب و داوران را برای دیوان دآوری بازار سهام نامزد می‌کند.

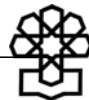
- - -

اتاق‌های بازرگانی که با قانون عمومی تأسیس شده‌اند به سبب تفویض برخی اختیارات اقتصادی به آن‌ها، زمینه عملکرد بسیار گسترده‌تری نسبت به اتاق‌های مبتنی بر قانون خصوصی دارند. افزون بر این، حق عضویت اجباری، به اتاق‌های پیرو قانون عمومی، امنیت مالی می‌بخشد و آن‌ها می‌توانند امکانات مشخصی را به اعضا ارائه دهند.

-
در غرب، یک سازمان مرکزی، تشریک مساعی اتاق‌های بازرگانی را در سطح ملی هماهنگ می‌کند. به این دلیل، سازمان‌های مرکزی در ایتالیا، فرانسه، اتریش و اسپانیا نهادهایی برآمده از قانون عمومی شمرده می‌شوند. در کشورهای دیگر، این سازمان‌ها به صورت نهادهای مبتنی بر قانون خصوصی عمل می‌کنند. این سازمان‌ها نه فقط کار اتاق‌ها را هماهنگ می‌کنند بلکه از منافع تمام اعضای خود که اتاق نمایندگی آن‌ها را در برابر دولت دارد دفاع می‌کنند. افزون بر این، این سازمان‌ها در سطح بین‌المللی همکاری دارند، برای نمونه در اروپا و برخی کشورهای دیگر اتاق‌ها از طریق مبادله اطلاعات و دانش فنی و پیشنهاد راه‌حل‌های مشترک برای مسائل مشترک، تجارت بین‌المللی را تشویق و تسهیل می‌کنند.

این تشریک مساعی در سطوح ملی، منطقه‌ای و بین منطقه‌ای ناشی از آن است که اتاق‌ها نمی‌توانند فقط تشویق و پیشبرد اقتصاد ناحیه تحت مسئولیت خود را در نظر داشته باشند. به دلیل وابستگی متقابل اقتصاد جهانی اتاق‌ها باید به نفع بنگاه‌های اقتصادی که نمایندگی‌شان را دارند و در سطح بالاتری به نفع اقتصاد ملی، همکاری کنند.

-
در تمام کشورها، اتاق‌های بازرگانی با تشکل‌های صنفی - اقتصادی تشریک مساعی می‌کنند. اتاق‌ها به مسائل مربوط به ماهیت عمومی و بین بخشی و تشکل‌های صنفی به مسائل مشخص بخشی رسیدگی



می‌کنند. در بازرگانی بین‌المللی، اتاق‌های بازرگانی با تشکل‌های صادراتی و وارداتی که با بازارهای مشخصی داد و ستد دارند، همکاری دارند.

-

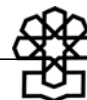
در پایان آنچه توجه به آن اهمیت زیادی دارد این است که اتاق‌های بازرگانی باید تماس و ارتباط خوبی با مقامات دولتی برقرار کنند، زیرا این امر به سود بنگاه‌های اقتصادی و تولیدی خواهد بود که اتاق‌ها نماینده آن‌ها هستند. واقعیتی که به طور کلی به سود کل اقتصاد است. با وجود این، ضرورت دارد اتاق‌ها را نه به عنوان بخشی از دولت، بلکه به صورت مشاورانی مستقل، هم برای دولت و هم برای جامعه بازرگانی، در نظر داشته باشیم. در این حالت است که، اتاق‌ها می‌توانند نقش میانجی‌های مستقل را به عهده بگیرند.

استقلال واقعی اتاق‌های بازرگانی موجب می‌شود در بسیاری از کشورهای غربی دولت‌ها از طریق سازمان‌های ملی برای مشارکت در تنظیم قوانین و مشاوره در مورد پروژه‌های پیشنهادی از آن‌ها دعوت کنند. چنین مشاوره‌ای هم به صورت مکاتبه و هم تماس‌های مستقیم شخصی با وزرا و کمیته‌های بازرگانی انجام می‌شود. بدین ترتیب، نظرهای جامعه بازرگانی برای مقامات عمومی آشکار می‌شود و در این صورت می‌توانند این نظرها را در تصمیم‌گیری خود دخالت دهند.

همچنین اتاق‌ها با ابتکارهای خود به نفع اقتصاد و با ارائه پیشنهادهای خود، دولت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند. البته کاملاً آشکار است که تأثیرگذاری اتاق‌های بازرگانی بر دولت تا حد زیادی به همکاری میان واحدهای بازرگانی و کارکنان اتاق‌ها، صلاحیت این کارکنان و توانایی مالی آن‌ها در انجام دادن خدمات گوناگون بستگی دارد.



:



این گفتار حاصل مطالعه و بررسی همه جانبه‌ای است که در زمینه چگونگی تأسیس و تحول اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران شامل تاریخچه تأسیس، تحول، قوانین و مقررات ضعف و قوت و در نهایت جایگاه آن در توسعه اقتصاد ملی به عمل آمده است و چکیده آن در چند بخش ارائه خواهد شد.

روشن است که آنچه خواهد آمد گفتاری کوتاه برای آشناسدن علاقه‌مندان به روند شکل‌گیری و تحول سازمان اتاق بازرگانی ایران و در نهایت جایگاه آن در اقتصاد ملی است. بنابراین، چنانچه نظر بر تصمیم‌گیری درباره تهیه یا اصلاح قانون اتاق باشد، این امر باید با بهره‌گیری از تجارب بازرگانان، صنعتگران و دست اندرکاران صنایع استخراجی (معدن) پر سابقه کشور و با یاری گرفتن از تجارب بین‌المللی انجام شود.

- -

- - -

میرزا حسین خان سپهسالار مردکاردان و میهن‌دوست دوران قاجار در سال ۱۲۸۸ هجری قمری (۱۲۵۰ شمسی) بنا به دستور ناصرالدین شاه از استانبول فراخوانده شد. وی ابتدا وزیر عدلیه و سپس صدر اعظم شد. یکی از کارهای اساسی او سامان دادن به هیأت وزرا و تشکیل وزارتخانه‌ها بود. از سال‌ها پیش، ناصرالدین شاه عده‌ای را به عنوان وزیر برگزیده بود، اما عملاً سررشته همه کارها در دست شخص شاه بود و وزرا نقش عامل اجرایی را داشتند. سپهسالار ۹ وزارتخانه تشکیل داد که یکی از آنها وزارت تجارت و زراعت بود. هر وزارتخانه در کار خود آزاد و در برابر صدر اعظم پاسخگو بود.

ده سال بعد میرزا عبدالوهاب نصیرالدوله در رأس وزارت تجارت قرار گرفت. بازرگانان که او را عامل بسیاری از نابسامانی‌های اقتصادی و منشأ بسیاری از گرفتاری‌های خود می‌دانستند، تحت رهبری حاج امین‌الضرب، در صدد عزل او برآمدند. برای تمرکز نیروی خویش و پیشبرد این هدف، خواستار اجازه تأسیس شورایی شدند که فقط بازرگانان در آن عضویت داشته باشند. هدف از تشکیل این شورا چنین عنوان شده بود: حمایت از منافع صنفی در برابر رقابت خارجی و مبارزه با فساد اداری و نظارت در امور بازرگانی ملی و حل و فصل دعاوی تجاری. در این پیشنهاد حتی به تأسیس بانک ملی، احداث کارخانه‌ها و ایجاد سازمان‌هایی برای نظارت بر کیفیت کالاهای صادراتی اشاره شده بود و بدین‌سان صنایع و خدمات وابسته به بازرگانی و امور استاندارد کالاهای صادراتی نیز مورد توجه قرار گرفته بود.

ناصرالدین شاه که این شورا را بی‌ضرر و حتی نافع تشخیص داده بود با آن روی موافقت نشان داد و در ۱۲ شوال ۱۳۰۱ هجری قمری (۱۲۶۲ شمسی) فرمان تشکیل این شوراها را در تهران و شهرهای بزرگ صادر کرد. بازرگانان امیدوار بودند از این پس دست کم در امور صنفی خود آزادی عمل به دست آورند. اما تردید نیست که در آن عصر استبداد که شاه و هر یک از وزرا و حتی نایبان محله، خود را قدرت مطلقه می‌دانستند کسی به بخش خصوصی اجازه نمی‌داد پا را از گلیم خود فراتر نهد. به این دلیل، این شوراها



مدت زیادی دوام نیاوردند و با مقاومت مقامات وزارت تجارت روبه رو شدند و حکام ولایات نیز که از طریق وضع عوارض سنگین بر تجار در آمدی هنگفت تحصیل می‌کردند، با شورای بازرگانی منطقه تحت نفوذ خود به مخالفت برخاستند. در نتیجه این شوراها که می‌توانستند منشأ آثار مثبتی در تجارت و صنعت کشور شوند، شکست خوردند. لیکن این مقاومت دستگاه دولت در برابر بخش خصوصی و تجار که در آن زمان نیز نیرویی قابل ملاحظه بودند و می‌توانستند مخالفین حکومت مطلقه را از نظر مالی تقویت کند نهایتاً به ضرر حکومت مطلقه تمام شد و عملاً تجار نیز مانند علما در ردیف مخالفین حکومت مطلقه قرار گرفتند و از هر فرصتی برای ضربه زدن به حکومت استفاده کردند.

بازار در ایران همواره نقشی عمده و گاه کلیدی در زندگی روزمره دولت‌ها داشته است. از مشخصات شهرهای ایران (و شهرهای اسلامی دیگر) داشتن یک مجموعه مرکزی است که مرکب است از: بازار، مسجد، کاروانسرا و معدودی مؤسسات صنعتی و خدماتی. این بافت هنوز هم در شهرهای اسلامی حفظ شده است.

در کشور ما سه عامل اصلی، بازاریان را به یکدیگر پیوند می‌دهد:

- عامل بسیار قوی مذهب.
 - گردآمدن زیر یک سقف و داشتن فرصت کافی برای تبادل نظر.
 - نزدیک بودن و لازم و ملزوم بودن مشاغل با یکدیگر، ضمن وجود رقابت جدی شغلی.
- رابطه فوق سبب شده که بازاریان با یکدیگر و با جامعه روحانیت رابطه تنگاتنگی داشته باشند و حتی در ساعات بیکاری نظر علما را بین خود به بحث بگذارند که برای جوان‌ترها در حکم یک نوع تربیت مکتبی و مذهبی تلقی می‌شود. از طرف دیگر جامعه بازاریان که به داشتن ایمان معروف هستند با پرداخت وجوهات شرعی و در موارد لزوم کمک‌های اضافی، روحانیت را در پیشبرد برنامه‌های مذهبی و سیاسی - مذهبی یاری رسانده و می‌رسانند و چون اغلب اهل مسجد هستند، عملاً رابطه آن‌ها با جامعه روحانیت بسیار نزدیک است. در نتیجه در موارد حساس، همه آن‌ها مانند یک پیکر واحد عمل می‌کنند.

- - -

برجسته ترین نمونه بارز همکاری بازاریان و علمای مذهبی، مسأله مخالفت با واگذاری امتیاز تنباکو به یک شرکت انگلیسی بود که از بهار سال ۱۲۷۰ هجری قمری (۱۲۳۲ شمسی) یعنی مدت کوتاهی پس از شکست تشکیل شورای تجارت بروز کرد.

بازرگانان به میانجیگری امین‌الدوله، ناخوشنودی خود را از واگذاری این امتیاز به گوش شاه رساندند، اما امین‌السلطان و شخص شاه، که خود قرارداد را بسته و از آن سود برده بودند، از این امر طفره رفتند. بازرگانان از تبریز و دیگر شهرها قیام کردند و به مراجع تقلید متوسل شدند و میرزای شیرازی که در نجف می‌زیست نخستین کسی بود که فتوای تحریم استعمال تنباکو را تا هنگامی که امتیاز و قرار داد پابرجا است صادر کرد. درکم‌تر از ۲۴ ساعت در تمام کشور مردم قلیان و چپق و دخانیات را کنار گذاشتند. گفته می‌شود ناصرالدین شاه نیز شخصاً تحریم را محترم شمرد و تا بعد از لغو امتیاز



کمپانی انگلیسی که میرزای شیرازی حکم رفع تحریم را صادر کرد، از کشیدن هر نوع دخانیات خودداری ورزید. طبیعی بود که این رویداد بازرگانان را به یکدیگر نزدیک‌تر و آن‌ها را برای احقاق حق خود به صورت جمعی و با استعانت از قدرت علمای مذهبی، راسخ‌تر ساخت. (این‌که پانصد هزار تومان از بانک شاهی قرض گرفتند و تاوان شرکت انگلیسی را دولت از این راه پرداخت کرد و سنگ بنای قرضه خارجی و واگذاری امتیازات بعدی فراهم شد مسأله‌ای است جداگانه که جای بحث آن در این جا نیست).

- - -

پس از قتل ناصرالدین شاه و به سلطنت رسیدن مظفرالدین شاه باز هم مردم ساکت ننشستند. بانک روس که به رقابت با بانک شاهی (بانک انگلیس در ایران) تأسیس شده بود قصد داشت ساختمان بزرگی در مرکز شهر بنا کند. برای این کار قبرستان متروکه‌ای خریداری شد. علما و بازرگانان ناخوشنودی خود را از این کار ابراز کردند و مراجع بزرگ فتوی دادند که گورستان مسلمانان را نمی‌توان خرید و به کفار واگذار کرد، هر چند سند خرید هم تنظیم کرده باشند. نتیجه آن که پس از یک مجلس روضه‌خوانی که در آن آقا شیخ محمود واعظ به منبر رفت، دوباره داستان گورستان مسلمانان و ساختمان بانک روس مطرح شد و سرانجام واعظ در میان گریه و شیون بسیار شنوندگان گفت: حالا که گورستان را خراب می‌کنند خوب است برای آخرین بار سری به قبر خویشان خود بزنیم و از منبر پایین آمد و پیشاپیش مردم به طرف گورستان حرکت کرد. مردم هم به دنبال او راه افتادند. حدود دویست نفر عمله و بنا که در حال کار بودند با دیدن انبوه جمعیت و با توجه به سوابق امر پا به فرار گذاشتند. عده‌ای از اهالی نیز به جمعیت خشمگین پیوستند و دسته جمعی تخریب بنای در حال ساخت بانک را آغاز کردند و در اندک مدتی آن‌را با خاک یکسان ساختند. می‌گویند مظفرالدین شاه دستور داد ۲۰ هزار تومان خسارت بانک را بپردازند و مزاحم علما و مردم نشوند. این پیروزی دیگری برای مردم، جامعه بازرگانان و روحانیان و عاملی مهم در افزایش همبستگی ملی بود.

- - -

اندک زمانی پس از ماجرای بانک روس و سپری شدن ماه رمضان، در تهران و شهرستان‌ها به علت جنگ بین روس و ژاپن و کاهش واردات قند (که در آن روزها از روسیه تأمین می‌شد) قیمت قند افزایش یافت. علاالدوله حکمران تهران بازرگانان قند را احضار کرد و به پای چند نفر چوب زد که چرا قند را گران کرده‌اند. از جمله این بازرگانان حاج سیدهاشم قندی، بازرگانی خوشنام بود که سه مسجد در تهران و بناهای دیگری نیز ساخته و وقف کرده بود. علاالدوله با تغییر از او پرسید چرا قیمت قند را گران کرده‌ای؟ او گفت: من قند را گران نکرده‌ام، به علت جنگ واردات کاهش یافته و قیمت‌ها بالا رفته است. علاالدوله گفت: باید نوشته بدهید و قند را به قیمت سابق بفروشید. سیدهاشم گفت: من نوشته نمی‌دهم. لیکن ۱۰۰ صندوق قند خودم را به شما پیشکش می‌کنم و دیگر هم به داد و ستد نمی‌پردازم. علاالدوله دستور داد او و یک نفر دیگر را به فلک بستند و چوب به پای آن‌ها زدند و به این هم اکتفا نکرد، فرزند سیدهاشم رانیز به



فلک بست. در کم‌تر از چند لحظه خبر به بیرون و به بازار درز کرد و بازرگانان برآشفته، مغازه‌ها را تعطیل کردند و روز بعد هم مغازه‌ها تعطیل شد. همین ماجرا سبب رفتن علما و بازرگانان و گروهی از مردم به حضرت عبدالعظیم و تحصن در آن جا و بروز آشوب در تهران شد.

بازرگانان هزینه تحصن‌کنندگان را به عهده گرفتند و ظرف یک ماهی که تحصن ادامه داشت اندک اندک برخواست مهاجرت‌کنندگان افزوده شد و تأسیس عدالتخانه نیز جزو خواسته‌های آن‌ها قرار گرفت. بالاخره مظفرالدین شاه به دلجویی علما برخاست و سرانجام با ارسال کالسکه‌های سلطنتی و دولتی و کالسکه‌های رجال و درباریان، بازاریان و مردم را با احترام به تهران و یک راست به حضور شاه آوردند و شاه شخصاً از آن‌ها دلجویی کرد و وعده تشکیل عدالتخانه داد (بعدها خواست مردم بازهم اوج گرفت و در نهایت به مشروطه منجر شد).

در هر صورت تمام این وقایع مهم تاریخی با کمک علما و بازاریان و با پشتیبانی عامه مردم - که قبل از آن به حساب نمی‌آمدند - صورت گرفت و طبعاً اتحاد بین جامعه بازرگانان را تقویت کرد و به آن‌ها نشان داد که در پرتو اتحاد و اتفاق می‌توانند خواسته‌های بزرگ ملی را به تحقق برسانند.

می‌دانیم که در مجالس اول و دوم بعد از استقرار مشروطیت، انتخابات جنبه صنفی داشت و گروهی از بازرگانان خوشنام به مجلس شورای ملی آن روز راه یافتند که زمینه را برای اصلاحات بعدی فراهم ساختند.

با این سابقه بسیار کوتاه و نقشی که جامعه بازرگانی کشور در مسائل ملی ایفا کرد اینک بهتر می‌توانیم به سوابق تشکیل اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران پی ببریم.

- - -

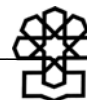
در ۱۶ مهرماه ۱۳۰۵ شمسی اولین اتاق تجارت ایران در وزارت بازرگانی در تهران تشکیل شد. ریاست این اتاق را حاج امین اصفهانی عهده‌دار بود. هیأت نمایندگان اتاق مذکور عبارت بودند از: حاج میرزا ابوظالب اسلامی، میرزا عبدالحسین نیکپور (فقیه التجار)، آقا میرزا علی محلوجی، و آقا شیخ حسین حریری.

به این ترتیب حاج امین اصفهانی اولین رئیس اتاق بازرگانی ایران محسوب می‌شود و از ۱۳۰۵ تا ۱۳۱۱ این سمت را داشت و پس از او این سمت به حاج حسین مهدوی معروف به امین‌الضرب واگذار شد (۱۳۱۲ شمسی) و سپس عبدالحسین نیکپور (از ۱۳۱۳ تا ۱۳۳۵ شمسی) به ریاست اتاق برگزیده شد.

قبل از این‌که این تاریخ را دنبال کنیم ضروری است پاره‌ای رویدادهای مهم اتاق و رویدادهای اقتصادی و بازرگانی کشور را که در کار بازرگانان و صاحبان صنایع کشور در این دوره تأثیر گذاشته مرور کنیم.

- - -

در سال ۱۳۱۰ دولت با وضع قانون خاصی انحصار و نظارت بر تجارت خارجی کشور را در دست گرفت. این امر خشم و نگرانی و بدگمانی تجار را برانگیخت و آن‌ها تلاش کردند تا این قانون را لغو کنند. دولت به



تلافی، اتاق‌های بازرگانی موجود را به حال تعلیق درآورد و سعی کرد اعضای این اتاق‌ها را در سازمان جدیدی که ایجاد کرده بود و به آن اعتبار قانونی دائمی بخشیده بود، متمرکز سازد. یک سال قبل از این واقعه، یعنی در مهرماه ۱۳۰۹ مجلس تأسیس ۳۶ اتاق جدید را در شهرهای بزرگ تصویب و تعداد نمایندگان آن‌ها بسته به اهمیت تجاری آن شهر، بین ۶ تا ۱۵ نفر تعیین کرده بود. پس از گذشت پنج سال، و رفع حالت تعلیق از اتاق‌ها، در ۱۳۱۴ دولت شماره اتاق‌ها را به ۱۶ تقلیل داد و نظارت خود را بر فعالیت آن‌ها شدت بخشید. مقرر شد که تجار اسامی افراد مورد نظر خود را در هر اتاق تعیین کنند و به وزارت بازرگانی بفرستند و دولت از آن میان یک سوم را برای فعالیت در هیأت‌رئیس‌ه اتاق انتخاب کند. به این ترتیب انتخاب هیأت نمایندگان اتاق‌ها دو مرحله‌ای و نهایتاً در دست دولت بود. وزیر بازرگانی یا نماینده او می‌توانستند در جلسات و تصمیم‌گیری‌های اتاق‌ها شرکت کنند و در این صورت ریاست جلسه با وزیر یا نماینده او بود.

در سال ۱۳۱۲ اداره کل تجارت مجمعی با شرکت نمایندگان اتاق‌های کشورهای کشور تشکیل داد که هدف آن کمک به بازرگانان در زمینه سیاست دولت و جلب همکاری آنان بود. این امر یکسال پس از آن روی داد که مجلس ناچار شد، برای جلوگیری از شدیدتر شدن وقفه‌ای که در اثر قانون انحصار تجارت خارجی در کشور پدید آمده بود، به دولت اجازه دهد حق خود را در انحصار تجارت خارجی برای بعضی اقلام به بخش خصوصی واگذار کند و از همین جا یکنوع سهمیه‌بندی در تجارت خارجی به وجود آمد. هیأت نمایندگان اتاق تهران می‌توانستند در تعیین سهمیه تجار و اعطای جواز واردات مداخله نمایند. البته معایب این امتیازدهی بر کسی پوشیده نیست. کم‌ترین اثر آن این بود که بسیاری از بازرگانان شهرستانی برای گرفتن سهمیه به تهران مهاجرت کردند و چانه‌زنی برای گرفتن سهمیه بیشتر، امری عادی شده بود. این امر سبب شد که امور تجاری هرچه بیشتر در تهران متمرکز شود که اثرات سوء آن را امروز هم شاهد هستیم.

ذکر این نکته از بدیهیات است که در چنین فضایی، آنان که با صاحب منصبان دولتی ارتباطی نزدیک‌تر دارند، بهره بیشتری می‌برند، زیرا که حتی اگر تقسیم‌کنندگان سهمیه افرادی کاملاً سالم و صالح باشند، گاه مجبورند از دستورات مقامات دولتی اطاعت کنند. به هر صورت نظام سهمیه‌بندی نارضایی گسترده‌ای بین بازرگانان متوسط بازار ایجاد کرد.

- - -

جنگ جهانی دوم و رویدادهای پس از آن (دوستی و همکاری ایران و آلمان و وجود جاسوسان فرضی آلمان در ایران که بهانه متفقین برای تصرف ایران و رساندن نیرو و تجهیزات نظامی به اتحاد جماهیر شوروی سابق بود) سقوط رضا شاه را به همراه داشت. رویداد سال ۱۳۲۰ شمسی که از سوم شهریور ماه آغاز و تا ۲۵ شهریور ماه با جانشینی شاه جدید خاتمه یافت، از جمله تحولات دامنه‌دار کشور محسوب می‌شود. اما آنچه به این بحث مربوط می‌شود این است که این حوادث، به بسیاری از بازاریان - که از امتیازهای دولت به نمایندگان اتاق تهران محروم شده بودند - نیرو بخشید تا با استفاده از خلع قدرت



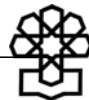
مرکزی، بر ضد هیأت نمایندگان اتاق تهران و عبدالحسین نیکپور رئیس آن اتاق وارد عمل شوند. این گروه مخالف که رهبری آن‌ها را محمدرضا خرازی و حاج شیخ احمد سیگاری به عهده داشتند، خواستار تعطیل بازار شدند. آن‌ها می‌خواستند دولت از دخالت در امور تجارت خودداری کند و برای این منظور پیشنهاد کردند انتخاب نمایندگان اتاق در یک مرحله انجام شود. نتیجه این تلاش‌ها آن شد که قانون جدیدی به نام «قانون تشکیل اتاق بازرگانی» به تصویب رسید. در نتیجه یک مصالحه، خرازی به نیابت رئیس اتاق تن در داد و شخص نیکپور همچنان در مقام ریاست اتاق باقی ماند و هیأت نمایندگان اتاق را با قدرتی کم و بیش موازی، اداره کردند. نیکپور با حمایتی که علی‌الظاهر یا واقعاً از بازاریان می‌کرد، تبلور قدرت بخش خصوصی محسوب می‌شد و در دو انجمن سیاسی بازار، یعنی اتحادیه بازرگانان و اتحادیه اصناف بازار، گرداننده امور محسوب می‌شد. اما در عمل این هر دو فعالیت نیز بخشی از فعالیت او در اتاق بازرگانی تهران بود. دلیل این ادعا این است که اتحادیه بازرگانان، که در ۱۳۲۲ تشکیل شده بود، سرانجام در سال ۱۳۲۸ به اتاق بازرگانی تهران پیوست (اتحادیه اصناف تهران نیز عملاً یک سازمان سیاسی بود که برای مقابله با نفوذ حزب توده در بین بازاریان به وجود آمده بود).

به تدریج به سال‌هایی نزدیک می‌شویم که قدرت سیاسی مخالف (اپوزیسیون) در کشور شکل و قدرت گرفت. در این سال‌ها دو قدرت سیاسی مخالف دولت در کشور وجود داشت که هر دو در حد خود نیرومند بودند، یکی حزب توده بود که در بین بازاریان، که مردمی‌متدین بودند، هرگز نتوانست نفوذ درخور توجهی به دست آورد. خاصه که اتحادیه اصناف بازار نیز به شدت در برابر اقدامات آن‌ها عکس‌العمل نشان می‌داد. قدرت مخالف (اپوزیسیون) دوم بازاریان متوسط تحت رهبری سیاسی دکتر محمد مصدق بود که آن روزها به شدت از سوی آیت الله کاشانی پشتیبانی می‌شد و همراهی این دو رجل ملی، سیاسی و مذهبی مصدق را به نخست‌وزیری کشور رساند.

به هر صورت مصدق از این‌که معدودی افراد، به نام بازرگان و عضو هیأت‌رئیس‌ه اتاق تهران از مناسبات خود با مقامات دولتی استفاده کرده و جواز واردات را عملاً بین خود تقسیم می‌کردند، به مخالفت و اعتراض برخاست و همین امر به او در میان بازاریان موقعیت استثنایی کم‌نظیری بخشید.

برای مثال در مجلس چهاردهم مصدق به واگذاری امتیاز قماش، به گروهی از تجار با نفوذ، اعتراض و از وزارت دارایی انتقاد کرد. هیأت‌رئیس‌ه اتاق نیز از عملکرد دولت جانبداری و حمایت کرد و در این میان بازرگانان متوسط‌الحال به جانبداری از مصدق برخاستند. در نتیجه در سال ۱۳۲۸ زمینه ایجاد جبهه ملی با کمک بازاریان متوسط‌الحال و روشنفکران و دانشجویان غیر کمونیست فراهم شد که یکی از شعبات آن جامعه بازرگانان و اصناف و پیشه‌وران تهران بود. این‌ها با نیکپور و هیأت‌رئیس‌ه اتاق و عناصر فاسد در وزارت بازرگانی وقت مبارزه‌ای بی‌وقفه داشتند.

با این همه، در پایان دوره چهارم اتاق (در اوایل سال ۱۳۳۰) کابینه مصدق پذیرفت انتخابات دوره بعدی اتاق را برگزار کند. یکسال بعد، مصدق با استفاده از اختیارات تام خود از مجلس، لایحه قانونی افزایش نمایندگان اتاق تهران را از ۱۵ نفر به ۳۰ نفر تهیه کرد و به این ترتیب نمایندگان اتحادیه‌های اصناف، پیشه‌وران، صنایع، شرکت‌های حمل و نقل، بیمه، بانک ملی و وزارت اقتصاد نیز به عضویت



هیأت نمایندگان اتاق درآمدند. پس از سقوط دکتر مصدق که طی کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ صورت گرفت کابینه جدید زاهدی، انجمن بازرگانان، اصناف و پیشه‌وران را غیر قانونی اعلام کرد. هیأت نمایندگان اتحادیه در آذر ماه ۱۳۳۲ انتخاب شد.

در دی‌ماه ۱۳۳۳ مجلس قانون جدیدی تصویب کرد و بلافاصله انتخابات اتاق تهران برگزار شد. گروه قدیمی مجدداً نفوذ خود را در هیأت‌مدیره اتاق تثبیت کرد. به این ترتیب اتاق به صورت سازمان مستقل بخش خصوصی عمل می‌کرد که در تنظیم سیاست اتاق نقشی فعال داشت، اما پس از برکناری زاهدی از نخست وزیری در ۱۳۳۴ سیاست‌های نظام به رویارویی با اتاق انجامید. در اسفندماه ۱۳۳۵ نیکپور رئیس وقت اتاق به نفع متحد خود ابوالحسن صادقی، که سال بعد بر اثر سکت قلبی درگذشت، کنار رفت.

- - -

در سال ۱۳۳۶ علی وکیلی از بازرگانان تبریز به ریاست اتاق بازرگانی تهران رسید. او تا سال ۱۳۴۳ دو دوره ریاست اتاق را به عهده داشت. وی مؤسسه اعتباری دانشگاه را تأسیس کرد که به دانشجویان مستعد بی بضاعت بدون درخواست وثیقه مالی وام شرافتی می‌داد.

- - -

تا سال ۱۳۴۱ فقط اتاق بازرگانی در کشور فعالیت داشت، اما از مدتی پیش از آن، زمزمه تشکیل اتاق صنایع و معادن نیز به گوش می‌رسید، خاصه آنکه صنایع جدیدی در حال شکل‌گیری بود و گروهی نیز به بهره‌برداری از معادن، متمایل شده بودند.

در سال ۱۳۳۶ پیش نویس طرح اتاق صنایع و معادن ایران تقدیم مجلس شد، اما سناتور نیکپور که تشکیل این اتاق را عامل تضعیف‌کننده اتاق بازرگانی می‌دانست، با آن به مخالفت برخاست. در سال ۱۳۴۰ تعدادی از صاحبان صنایع، دولت را زیر فشار قرار دادند تا نسبت به تشکیل اتاق صنایع و معادن اقدام کند. به این ترتیب، ابتدا اتحادیه صاحبان صنایع را به وجود آوردند و بالاخره در آبان‌ماه ۱۳۴۱ اتاق صنایع و معادن با عضویت هیأت مؤسسی مرکب از ۳۰ تن از کارخانه‌داران و معدن‌داران کشور تشکیل شد. هزینه اتاق صنایع و معادن در بدو تأسیس سه پنجم از ۱/۵ درصد درآمد مشمول مالیات بازرگانان بود که این درصد قبلاً به موجب قانون اتاق‌های بازرگانی به این اتاق‌ها تعلق می‌گرفت و جالب آنکه تعداد کثیری از بازرگانان و صاحبان صنایع و معادن عضویت هر دو اتاق را داشتند.

اتاق صنایع و معادن به انتشار یک نشریه دوماهانه پرداخت. قانون تشکیل اتاق صنایع و معادن در ۱۳۴۳ به تصویب مجلس رسید و از همین تاریخ اتاق صنایع و معادن تشکیل شد.

روابط دو اتاق خوب و دوستانه بود و در کنفرانس‌های سالانه اتاق‌های بازرگانی نیز که هر سال در یکی از شهرستان‌ها تشکیل می‌شد صاحبان صنایع و معادن نیز حضور می‌یافتند و اغلب از سخنرانان بودند.



- - -

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران در اسفند سال ۱۳۴۸ از ادغام دو اتاق بازرگانی و اتاق صنایع و معادن ایران به وجود آمد. ضمناً با ادغام دو اتاق، سهم اتاق از درآمد مشمول مالیات بازرگانان و صاحبان صنایع و بهره‌برداران معادن از ۱/۵ در هزار به ۳/۵ در هزار افزایش یافت.

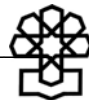
در آغاز دوره دوم، مجموع اعضای اتاق ایران، شعبه تهران به ۷۰۷۰ نفر و در ۲۰ شعبه دیگر به ۱۸۲۵ نفر رسید. در قانون ادغام اتاق‌ها تعداد اعضای هیأت نمایندگان اتاق ایران ۷۲ نفر پیش‌بینی شده بود که ۳۵ نفر نماینده اتاق تهران، ۲۰ نفر نماینده سایر اتاق‌ها، و ۱۷ نفر نماینده ۲۵ اتحادیه‌های تولیدکنندگان و صادرکنندگان و واردکنندگان وابسته به اتاق بودند.

در این سال‌ها، تا زمانی که ابتدا ناآرامی‌ها و بعد اعتصابات منجر به پیروزی انقلاب آغاز شد، دولت با وجود رشد سریع بخش خصوصی، بر امور اتاق ایران اشراف کامل داشت. اتاق نیز در همه زمینه‌های اقتصادی، بازرگانی، صنعتی، معدنی و حتی کشاورزی به دولت نظر مشورتی می‌داد.

در برنامه‌های عمرانی سهمی قابل توجه به بخش خصوصی داده شده بود و در جامعه گروه متوسطی در حال رشد بود، زیرا نه فقط اشتغال کامل وجود داشت بلکه اشتغال زاید نیز به چشم می‌خورد و علاوه بر نیروی کار داخلی حدود یک و نیم میلیون نیروی کار خارجی در کشور مشغول فعالیت بودند که از جمله می‌توان به خدمه و رانندگان فیلیپینی - سریلانکایی و غیره اشاره کرد. بسیاری از واحدهای تولیدی در دو یا حتی سه نوبت (شیفت) کار می‌کردند. افزایش سریع درآمد دولت از نفت در سال‌های ۱۹۷۳ و ۱۹۷۴ به دولت امکان هر نوع دست و دلبازی داده بود. ناگفته نماند که همین امر عاملی برای ایجاد فساد اداری و بی بند و باری شد.

- - -

دگرگونی نظام اجرایی کشور که به گونه‌ای سریع انجام پذیرفت سبب شد که نه فقط در آخرین روزهای رژیم گذشته، بلکه تا مدتی پس از انقلاب نیز گروه‌های انبوهی از سرمایه‌داران، صاحبان صنایع، کارخانه‌داران، بهره‌برداران معادن، مقامات اداری و حتی بسیاری از مردم عادی در سطح تکنیسین و یا کارمند عادی دولت، کشور را ترک کنند و به خارج بروند. بیش‌ترین کارخانه‌ها و واحدهای تولیدی مصادره شد و آن‌ها که به بانک‌ها مقروض بودند، تحت پوشش بانک‌ها، دولت و سازمان‌ها و نهادهای برخاسته از انقلاب قرار گرفتند و تعدادی از نمایندگان آن‌ها به عضویت هیأت نمایندگان اتاق درآمدند. در سال ۱۳۵۷ بلافاصله پس از پیروزی انقلاب، به فرمان رهبر انقلاب هیأتی اداره امور اتاق را در دست گرفتند. این هیأت عبارت بودند از آقایان: حاج آقا طرخانی، مهندس علینقی سید خاموشی، اسدالله عسگراولادی، میرمحمدصادقی، میرفندرسکی، محمد علی نوید و ابوالفضل احمدی. در اولین انتخاباتی که پس از مأموریت کمیته منتخب امام در اتاق، صورت گرفت مهندس علینقی خاموشی به سمت ریاست اتاق ایران و ریاست اتاق تهران انتخاب شد و در چهار دوره انتخابات ادواری با رای اعضای اتاق به عنوان رئیس اتاق‌های تهران و ایران انتخاب شد.



در سال ۱۳۵۹ شورای انقلاب قانونی را تصویب کرد که بر اساس آن به وزیران بازرگانی و صنایع و معادن اختیار داده شد نصف منهای یک نفر از اعضای هیأت نمایندگان را انتخاب کنند و نصف به علاوه یک نفر نیز از طریق انتخاب مستقیم از طرف بخش خصوصی انتخاب شوند.

در تاریخ ۱۵ اسفند ماه ۱۳۶۹ مجلس شورای اسلامی قانون جدید اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران را در ۳۲ ماده و ۱۹ تبصره تصویب کرد که در تاریخ ۶ فروردین ماه ۱۳۷۰ به تصویب شورای نگهبان رسید. با آنکه آیین‌نامه اجرایی این قانون را باید وزارت بازرگانی تنظیم می‌کرد، این کار عملی نشد و اجرای قانون در پاره‌ای زمینه‌ها معلق ماند. با وجود این، اتاق بازرگانی تا جایی که مجاز بود به فعالیت خود ادامه داد و هیأت نمایندگان و هیأت‌رئیس خود را انتخاب کرد. با تغییر وزیر بازرگانی، لایحه اصلاح قانون تشکیل اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن در پانزدهم آذر ماه ۱۳۷۳ به تصویب رسید که متن آن در ادامه این بخش ملاحظه خواهد شد.

در این‌جا باید یادآور شد که در سال‌های بعد از انقلاب با توجه به شور و هیجان پس از انقلاب و جو حاکم بر جامعه مبنی بر دولتی کردن همه فعالیت‌ها و جهت‌گیری‌های ویژه دولت وقت در این زمینه، به ویژه حمایت دولت از اقتصاد متمرکز دولتی، اتاق بازرگانی با تلاش نمایندگان منتخب رهبری توانست با سعی و گاه فداکاری موجودیت خود و موقعیت بخش خصوصی را حفظ کند و رفته رفته به مقامات دولتی و جامعه بقبولاند که پیشرفت هر جامعه‌ای در گرو داشتن بخش خصوصی قوی و نظام اقتصاد آزاد و دادن نقش رهبری و ارشاد و نظارت به سازمان‌های دولتی است. اتاق با تهیه برنامه اول و دوم و سوم توسعه اقتصادی یک دم از دفاع از بخش خصوصی و اقتصاد آزاد باز نماند و در همه موارد و گاه بیش از وظایف خود به عنوان مشاور صدیق و نه دنباله‌رو طرفداران اقتصاد متمرکز دولتی دولت و مجلس را در توسعه اقتصادی متعادل کشور یاری و همراهی کرده است.



- -

بررسی قوانین و مقررات حاکم بر فعالیت‌های اتاق که اهم آن‌ها در پی خواهد آمد نشان می‌دهد که ذهنیت حاکم بر تهیه و تدوین قوانین و مقررات مورد اشاره، ناشی از نظام اقتصاد متمرکز دولتی جاری در کشور است. واقعیتی که در چنین شرایطی هم قابل فهم است و هم عکس آن تعجب برانگیز، و در هر حال غیر ممکن.

با مرور قانون تشکیل اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران مصوب سال ۱۳۶۹ و اصلاحات سال ۱۳۷۳ و سایر مقررات حاکم بر اتاق ملاحظه می‌شود که به طور کلی و اصولی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران از آغاز و قبل از انقلاب به دلایل گوناگون مانند نوپا بودن بخش خصوصی (که از شکل‌گیری آن مدت کوتاهی بیش نمی‌گذشت، دولت‌های وقت برای کمک به شکل‌گیری سریع بخش خصوصی و تشکیل یا تقویت اتاق بازرگانی و صنایع و معادن گاهی حتی در امور اتاق دخالت می‌کردند) رفته رفته قدرتی مستقل به دست آورده است. اما سال‌های بعد از انقلاب به دلیل حاکمیت اقتصاد متمرکز دولتی بر تمامی شئون اقتصادی کشور، با همه تلاش‌هایی که برای حفظ اتاق به عمل آمد، ساختار و سازمان آن بر طبق قانونی که تهیه و به تصویب رسید از هیچ یک از الگوهای دوگانه عمومی و خصوصی مورد پیروی اتاق‌های بازرگانی دیگر کشورهای جهان پیروی نمی‌کند.

قانون‌های مصوب و آیین‌نامه اجرایی آن به شرح زیر است:

۱. قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران مصوب سال ۱۳۶۹ با اصلاحات سال ۱۳۷۳.
۲. آیین‌نامه نحوه اداره جلسات شورای عالی نظارت بر اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۷۴/۷/۱.
۳. آیین‌نامه نحوه عضویت در اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۷۴/۷/۱.
۴. آیین‌نامه تشکیل اتاق‌های مشترک بازرگانی و صنایع و معادن ایران مصوب ۱۳۷۸/۸/۲۳. و برخی دستورالعمل‌های دیگر که در این جا از ذکر آن‌ها خودداری خواهد شد.

- - -

- به منظور کمک به فراهم آوردن موجبات رشد و توسعه اقتصاد کشور، تبادل افکار و بیان آرا و عقاید مدیران صنعتی، معدنی، کشاورزی و بازرگانی به موجب وظایف و اختیارات این قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران تأسیس می‌شود.
- اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران مؤسسه‌ای غیر انتفاعی است که دارای شخصیت حقوقی و استقلال مالی است.



- مرکز اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران که در این قانون «اتاق ایران» نامیده می‌شود، در تهران است.
- حوزه فعالیت اتاق شهرستان محدود به حدود تعیین شده در قانون تقسیمات کشوری است و اتاق شهرستان‌ها دارای شخصیت حقوقی بوده و در امور اداری و مالی خود بر اساس مقررات مربوطه مستقل می‌باشند.
- تأسیس اتاق در شهرستان‌ها منوط به داشتن حداقل ۵۰ عضو است.
- تهران مانند سایر شهرستان‌ها دارای اتاق مستقل بوده و حوزه فعالیت و شرح وظایف آن با بقیه اتاق‌ها یکسان است.
- نحوه و میزان کمک مالی اتاق ایران به اتاق شهرستان‌ها منوط به تصویب هیأت‌رئیس اتاق ایران است.

- وظایف و اختیارات اتاق ایران عبارت است از

- (ایجاد هماهنگی و همکاری بین بازرگانان و صاحبان صنایع و معادن و کشاورزی در اجرای قوانین مربوطه و مقررات جاری مملکتی.
- (ارائه نظر مشورتی در مورد مسائل اقتصادی کشور اعم از بازرگانی، صنعتی و معدنی و مانند آن به قوای سه‌گانه.
- (همکاری با دستگاه‌های اجرایی و سایر مراجع ذی‌ربط به منظور اجرای قوانین و مقررات مربوط به اتاق.
- (ارتباط با اتاق سایر کشورها و تشکیل اتاق‌های مشترک و کمیته‌های مشترک با آن‌ها بر اساس سیاست‌های کلی نظام جمهوری اسلامی ایران.
- (تشکیل نمایندگی‌های تخصصی و بازرگانی داخلی و خارجی با کسب مجوز از وزارت بازرگانی و شرکت در سمینارها و کنفرانس‌های مربوط به فعالیت‌های بازرگانی، صنعتی، معدنی و کشاورزی اتاق در چارچوب سیاست‌های نظام جمهوری اسلامی ایران.
- (کوشش در راه شناسایی بازار کالاهای صادراتی ایران در خارج از کشور و تشویق و کمک به مؤسسات مربوطه جهت شرکت در نمایندگی‌های بازرگانی داخلی و خارجی.
- (تشویق و ترغیب سرمایه‌گذاری داخلی در امور تولیدی بالخصوص تولید کالاهای صادراتی که دارای مزیت نسبی باشند.
- (تلاش در جهت بررسی و حکمیت در مورد مسائل بازرگانی داخلی و خارجی اعضا و سایر متقاضیان از طریق تشکیل مرکز دآوری اتاق ایران طبق اساسنامه‌ای که توسط دستگاه قضایی تهیه و به تصویب مجلس شورای اسلامی خواهد رسید.



(ایجاد و اداره مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی به منظور انجام وظایف و فعالیت‌های اتاق.
 (صدور کارت عضویت طبق آیین‌نامه اتاق ایران جهت تکمیل مدارک صدور کارت بازرگانی.
 (تشکیل اتحادیه‌های صادراتی و وارداتی و سندیکاهاى تولیدی در زمینه فعالیت‌های بازرگانی، صنعتی، معدنی و خدماتی طبق مقررات مربوط.
 (دائر کردن دوره‌های کاربردی در رشته‌های مختلف بازرگانی، صنعتی، معدنی و خدماتی متناسب با احتیاجات کشور.
 (تهیه، صدور، تفریغ و تأیید اسنادی که طبق مقررات بین‌المللی به عهده اتاق ایران است با هماهنگی وزارت بازرگانی.
 (تشکیل اتاق‌های مشترک با کشورهای دوست با هماهنگی وزارتین بازرگانی و امور خارجه.

- ارکان اتاق ایران عبارت است از:

(شورای عالی نظارت،
 (هیأت نمایندگان،
 (هیأت رئیسه،

- ارکان اتاق شهرستانها عبارت است از:

(هیأت نمایندگان،
 (هیأت رئیسه،

- شورای عالی نظارت بر اتاق ایران از اشخاص زیر تشکیل می‌شود:

وزاری بازرگانی، امور اقتصادی و دارایی، صنایع، معادن و فلزات کشاورزی، رئیس مؤسسه استاندارد و رئیس و دو نایب رئیس اتاق ایران.

ریاست شورای عالی نظارت با وزیر بازرگانی است.

- وظایف شورای عالی نظارت عبارت است از:

(بررسی و تصویب آیین‌نامه مربوط به نحوه عضویت در هر یک از اتاق‌ها و تعیین حدود آن به پیشنهاد هیأت رئیسه.

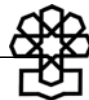
(سیاست‌گذاری و تعیین خط‌مشی‌های کلی اتاق‌ها و نظارت عالی بر اجرای صحیح آن‌ها در قالب قوانین و مقررات مربوطه.

(رسیدگی به پیشنهادات و شکایات اتاق‌ها در خصوص کیفیت فعالیت و نحوه بهبود امور آن‌ها.

(انحلال اتاق‌ها طبق ماده ۱۰.

(تعیین هیأت رئیسه موقت حداکثر به مدت ۳ ماه برای اتاق‌هایی که قادر به انجام وظایف خود نبوده با اعلام تاریخ انتخابات جدید.

(استماع گزارش عملکرد و اخذ تصمیم درباره نظرات ارائه شده توسط اتاق ایران.



- شورای عالی نظارت حداقل سالی دو بار تشکیل جلسه می‌دهد. نحوه تشکیل جلسات و رسمیت یافتن آن‌ها طی آیین‌نامه‌ای خواهد بود که به تصویب شورای عالی نظارت می‌رسد.
- موارد و شرایط ابطال عضویت بر اساس آیین‌نامه‌ای خواهد بود که به پیشنهاد هیأت‌رئیس به تصویب شورای عالی نظارت خواهد رسید.
- اتاق‌ها به دلایل ذیل با اعلام شورای عالی نظارت به صورت موقت یا دائم تعطیل و یا منحل می‌شوند:

- ۱- از دست دادن حد نصاب اعضای اتاق.
 - ۲- عدم شرکت اعضا در کاندیدا شدن و قبول مسئولیت در اتاق.
۱. به موجب «قانون اصلاح قوانین و مقررات مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران» مصوب سیزدهم خرداد ماه ۱۳۷۶ رئیس مؤسسه استاندارد نیز در شورای عالی نظارت بر اتاق ایران عضویت خواهد داشت.
- با اعلام انحلال از طرف شورای عالی نظارت هیأتی مرکب از ۳ نفر به انتصاب آن شورا مشخص شود تا بر اساس آیین‌نامه‌ای که به تصویب شورا می‌رسد مطابق قوانین جاری انحلال شرکت‌ها نسبت به مایملک و تعهدات مالی اتاق مذکور عمل نمایند.

- هیأت نمایندگان اتاق ایران:
هیأت نمایندگان اتاق ایران از منتخبین اتاق‌های سراسر کشور و نمایندگان اتحادیه‌ها و سندیکاهای وابسته به اتاق تشکیل می‌شود.
- در اولین جلسه، هیأت نمایندگان اتاق مربوطه برای مدت چهار سال انتخاب و به اتاق ایران معرفی می‌شوند.
- هر اتاقی که کم‌تر از ۱۵۰ عضو داشته باشد یک نفر نماینده و اتاق که بیش از ۱۵۰ عضو داشته باشد برای هر ۱۰۰ عضو یک نفر نماینده خواهد داشت.
- از هر اتحادیه و سندیکای وابسته به اتاق ایران یک نفر انتخاب و معرفی می‌شود.
- عضویت در هیأت نمایندگان اتاق ایران افتخاری است.
- تعداد هیأت نمایندگان اتاق تهران ۶۰ نفر است که به ترتیب ذیل برای مدت ۴ سال انتخاب می‌شوند:

۲۰ نفر به انتصاب وزراء با ترکیب ۱۰ نفر از وزارت بازرگانی، ۸ نفر از وزارت صنایع و ۲ نفر از وزارت معادن و فلزات. ۴۰ نفر از بین اعضای اتاق تهران با ترکیب ۲۰ نفر از بخش بازرگانان، ۱۶ نفر از بخش صنعتگران و ۴ نفر از بخش معدن.



- تعداد هیأت نمایندگان اتاق سایر شهرستانها ۱۵ نفر است که ۶ نفر از بخش بازرگانی، ۶ نفر از بخش صنعت و ۳ نفر از بخش معدن اتاق مربوطه برای مدت ۴ سال انتخاب می‌شوند.

- در صورت عدم داوطلب پذیرفته شده در هر بخش، از داوطلبان موجود بخش‌های دیگر انتخاب می‌شوند.

- عضویت در هر اتاق منوط به داشتن کارت عضویت معتبر از اتاق مربوطه خواهد بود.

- انتخابات هر یک از اتاق‌ها در یک روز انجام می‌شود و انتخابات سراسر کشور ظرف مدت یک ماه پایان می‌پذیرد.

- اتاق ایران مکلف است دو ماه قبل از پایان هر دوره انتخابات هیأت نمایندگان دوره بعد را برگزار کند.

- برای انجام انتخابات نمایندگان اتاق تهران و شهرستانها، یک انجمن نظارت بر انتخابات مرکب

از یک نفر نماینده از وزارت بازرگانی به معرفی وزیر بازرگانی و ۴ نفر نمایندگان اتاق ایران به

معرفی رئیس اتاق تشکیل می‌گردد.

این انجمن برای انجام انتخابات اتاق شهرستانها هیأتی را که کم‌تر از سه نفر نباشد متشکل از یک نفر

نماینده وزارت بازرگانی و مابقی از اعضای خوشنام اتاق بازرگانی شهرستان مربوطه انتخاب خواهد کرد

و انجمن مذکور به وسیله آگهی در یکی از جراید کثیرالانتشار تاریخ شروع انتخابات و خاتمه آن و شرایط

انتخابات را به اطلاع اعضای اتاق‌های مربوطه خواهد رسانید.

- وظایف و اختیارات هیأت نمایندگان اتاق ایران عبارت است از:

(انتخاب اعضای هیأت رئیسه.

(بررسی و تصویب بودجه اتاق و تفریح بودجه.

(بررسی و اظهار نظر نسبت به گزارشات و پیشنهادات کمیسیونها و سایر واحدهای اتاق و اتخاذ

تصمیم نسبت به آنها در محدوده اختیارات محوله.

(تشکیل کمیسیونهای مشورتی به تعداد مورد نیاز و نیز انتخاب اعضای آنها از بین خود.

- تهیه و پیشنهاد آیین‌نامه‌های اجرایی این قانون به شورای عالی نظارت جهت اتخاذ تصمیم حداکثر به

مدت دو ماه پس از تشکیل اتاق ایران و نیز پیشنهاد اصلاحات بعدی آیین‌نامه با رعایت تبصره ۲

ماده ۱۵. (۱)

- اعضای هیأت رئیسه اتاق ایران ۷ نفر و هر کدام از شهرستانها ۵ نفر است که در اولین جلسه

هیأت نمایندگان برای مدت ۴ سال انتخاب می‌شوند.

- به منظور اداره امور اجرایی اتاق بر اساس قوانین و مقررات و آیین‌نامه‌های مربوطه، رئیس اتاق

یک نفر را به عنوان دبیرکل به هیأت رئیسه پیشنهاد می‌نماید، که پس از تصویب هیأت رئیسه، زیر

نظر رئیس انجام وظیفه نماید.



- تعویض دبیر کل به پیشنهاد رئیس و تصویب هیأت‌رئیس خواهد بود.
- ۱- طبق ماده ۱۰ قانون اصلاح موادی از قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۷۳/۹/۱۵ ماده ۱۵ قانون حذف گردیده و لذا عبارت «با رعایت تبصره ۲ ماده ۱۵» زاید است.
- وظایف و اختیارات هیأت‌رئیس اتاق ایران عبارت است از:
- (اجرای مصوبات شورای عالی نظارت و هیأت نمایندگان.
- (بررسی و تأیید پیشنهادات و گزارشات کمیسیون‌های اتاق و گزارش آن به هیأت نمایندگان و شورای عالی نظارت حسب مورد.
- (انتخاب نمایندگان اتاق برای شرکت در مجامع رسمی داخلی یا بین‌المللی و تعیین حدود کار و فعالیت‌های آن‌ها و هزینه‌های مربوطه.
- (بررسی و تأیید بودجه و تفریح بودجه سالیانه که از طرف دبیرکل تهیه می‌گردد و پیشنهاد آن به هیأت نمایندگان جهت تصویب.
- وظایف و اختیارات هیأت‌رئیس اتاق شهرستان‌ها به شرح ذیل است:
- (اجرای مصوبات هیأت نمایندگان و شورای عالی نظارت.
- (بررسی و تأیید پیشنهادات و گزارشات کمیسیون‌ها و ارائه آن به هیأت نمایندگان.
- (انتخاب نمایندگان اتاق شهرستان‌ها برای شرکت در مجامع رسمی داخلی.
- (بررسی گزارش بودجه و تفریح بودجه سالیانه و پیشنهاد آن به هیأت نمایندگان جهت تصویب.
- درآمد اتاق ایران از محل‌های زیر تأمین خواهد شد:
- (حق عضویت سالانه طبق آیین‌نامه‌ای که به پیشنهاد هیأت‌رئیس و به تصویب هیأت نمایندگان اتاق خواهد رسید.
- (از محل اجرای قانون نحوه تأمین هزینه‌های اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران مصوب یازدهم آبان ماه یکهزار و سیصد و هفتاد و دو مجلس شورای اسلامی .
- درآمد اتاق طبق ضوابطی که به پیشنهاد هیأت‌رئیس و به تصویب هیأت نمایندگان می‌رسد به مصرف خواهد رسید.
- در کلیه قوانین و مقرراتی که ذکری از اتاق بازرگانی تهران یا اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران شده باشد، اتاق ایران جانشین آن خواهد بود.
- آیین‌نامه‌های اجرایی این قانون در سطح کشور و نیز ضوابط و مقررات کلی ناظر بر وظایف و اختیارات اتاق شهرستان‌ها یا هیأت نمایندگان اتاق ایران و تصمیماتی که به این ترتیب تصویب می‌شود، برای هیأت‌رئیس و سایر ارکان لازم‌الاجرا است.
- کلیه دارایی‌ها، اموال منقول و غیر منقول، تعهدات و دیون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن به اتاق ایران منتقل خواهد شد.



- از تاریخ تصویب این قانون کلیه قوانین مغایر لغو و انتخابات جدید اتاق‌ها بر اساس این قانون انجام خواهد پذیرفت.

- به منظور تأمین هزینه‌های ضروری اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران وزارت امور اقتصادی و دارایی مکلف است علاوه بر وصول مالیات‌های مقرر معادل سه در هزار درآمد مشمول مالیات دارندگان کارت بازرگانی را به عنوان سهم اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن ایران وصول و به حساب درآمد عمومی کشور واریز نماید. همه ساله معادل صد در صد وجوه واریزی فوق از محل اعتباری که به همین منظور در قانون بودجه کل کشور منظور می‌شود در اختیار اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن قرار خواهد گرفت. حکم این ماده نسبت به عملکرد سال مالی منتهی به اسفند ماه ۱۳۷۱ به بعد جاری خواهد شد.

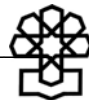
قانون فوق مشتمل بر ماده واحده در جلسه علنی روز سه شنبه مورخ یازدهم آبان‌ماه یکهزار و سیصد و هفتاد و دو مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۱۳۷۲/۸/۱۹ به تأیید شورای نگهبان رسیده است.

- - -

//

اولین اجلاس «شورای عالی نظارت بر اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران» در ۱۳۷۴/۷/۱ به استناد تبصره ۱ ماده ۹ قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران مصوب اسفند ماه ۱۳۶۹ و اصلاحیه قانونی مصوب ۱۳۷۳/۹/۱۵ مجلس شورای اسلامی، در راستای فراهم آوردن موجبات اجرای ماده ۹ قانون مذکور و همچنین تسهیل در برگزاری جلسات و تصمیم‌گیری‌ها، آیین‌نامه نحوه اداره و تشکیل جلسات را به شرح زیر تصویب نمود:

- شورای عالی نظارت حداقل سالی دوبار تشکیل جلسه می‌دهد.
- ریاست جلسات شورای عالی نظارت با وزیر بازرگانی است.
- وزرای عضو شورای عالی نظارت می‌توانند قائم مقام یا یکی از معاونان خود را برای شرکت در جلسات شورای عالی انتخاب و به صورت کتبی به رئیس شورای عالی معرفی نمایند.
- رئیس اتاق ایران به عنوان دبیر شورای عالی نظارت است و اداره دبیرخانه شورای عالی نظارت را بر عهده خواهد داشت.



- دبیرخانه در اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران مستقر خواهد شد و جلسات شورای عالی نظارت در دفتر رئیس شورای عالی تشکیل می‌گردد.
- دبیرخانه شورای عالی نظارت عهده‌دار وظایف زیر است:
 - الف) دریافت و بررسی و ارزیابی طرح‌ها و پیشنهادهای در زمینه وظایف شورای عالی نظارت.
 - ب) تعیین اولویت طرح‌ها و پیشنهادهای واصله و زمان‌بندی و تنظیم برنامه کار و ارائه آن به ریاست شورای عالی نظارت.
 - پ) هماهنگی و تنظیم جلسات و برگزاری منظم و مرتب جلسات.
 - ت) تهیه صورتجلسات شورای عالی نظارت و ارسال آن برای اعضای شورا برای امضا از طریق ریاست شورا.
 - ث) پیگیری اجرای مصوبات و تنظیم و ارائه مرتب گزارش‌های مربوط، به ریاست شورای عالی نظارت.
 - ج) رئیس شورای عالی نظارت می‌تواند تغییرات لازم را در دستور جلسه اعمال و تعیین اولویت نماید.
- جلسات شورای عالی نظارت، با دعوت رئیس شورای عالی با ذکر دستور جلسه، ساعت و تاریخ آن تشکیل و حداقل یک هفته قبل از تشکیل به اطلاع اعضا رسانیده می‌شود.
- جلسات شورای عالی نظارت با حداقل شش نفر از اعضا تشکیل خواهد شد.
- مصوبات با اکثریت آرا در جلسه نافذ بوده و در صورت تساوی آرا رای آن دسته که متضمن رای رئیس شورا باشد معتبر خواهد بود.
- مصوبات شورای عالی پس از امضای رئیس شورای عالی نظارت از طریق دبیر شورا جهت اجرا ابلاغ خواهد شد.
- جلسات فوق‌العاده شورای عالی نظارت که متضمن دستور و تاریخ آن است بنا به تقاضای رئیس شورای عالی نظارت و یا با تقاضای رئیس اتاق (که به تأیید رئیس شورای عالی نظارت رسیده باشد) و یا حداقل با تقاضای کتبی سه نفر از اعضا ظرف مدت یک ماه تشکیل می‌گردد.
- این آیین‌نامه شامل ۱۰ ماده و ۲ تبصره و ۶ بند به تصویب رسید.

- - -

//

در اجرای مفاد بند الف و تبصره ۲ ماده ۹ قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران مصوب پانزدهم اسفند ماه ۱۳۶۹ و اطلاعیه مصوب پانزدهم آذرماه ۱۳۷۳ آن، شورای عالی نظارت بر اتاق ایران نحوه عضویت در اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن و موارد تعلیق یا لغو عضویت را به شرح زیر در جلسه مورخ ۱۳۷۴/۷/۱ تصویب نمود.



- شرایط عضویت

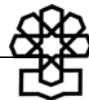
اشخاص حقیقی یا حقوقی که در ایران به امور بازرگانی، صنعتی، معدنی و خدمات وابسته به این نوع فعالیت‌ها اشتغال دارند، می‌توانند با رعایت شرایط زیر به عضویت اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن درآیند.

-

- ۱-۱-۱ داشتن حداقل ۲۳ سال شمسی.
- ۱-۱-۲ داشتن برگ پایان خدمت نظام وظیفه یا برگ معافیت برای آقایان مشمول.
- ۱-۱-۳ ارائه مدارکی از قبیل مجوز تأسیس و بهره‌برداری، پروانه کسب، سند مالکیت، اجاره‌نامه محل کسب به عنوان دلیل اشتغال به امور بازرگانی، صنعتی، معدنی و خدمات وابسته، یا ارائه مدرک تحصیلی دانشگاهی در زمینه‌های مزبور.
- ۱-۱-۴ تأیید صلاحیت اخلاقی، تجربی، مالی متقاضی توسط دو تن از دارندگان کارت عضویت اتاق یا کارت بازرگانی با سه سال سابقه یا تأیید دو نفر از اعضای هیأت نمایندگان اتاق ذی‌ربط.
- ۱-۱-۵ امضای تعهدنامه موضوع ماده ۲ آیین‌نامه.
- ۱-۱-۶ گواهی نداشتن سوء پیشینه.
- ۱-۱-۷ گواهی ثبت در دفتر تجارتي از حوزه مربوط.
- ۱-۱-۸ داشتن محل کار با ارائه مدارک مثبت و ارائه تغییرات بعدی به اتاق بازرگانی و صنایع و معادن.
- ۱-۱-۹ دو قطعه عکس تمام رخ 4×6 جدید.
- ۱-۱-۱۰ تصویر شناسنامه.
- ۱-۱-۱۱ پرداخت حق عضویت.

-

- ۱-۲-۱ کارت عضویت اشخاص حقوقی که در زمینه موضوع فعالیت اتاق به امور اقتصادی اشتغال دارند، بنا به درخواست متقاضی به نام مدیرعامل یا رئیس هیأت‌مدیره صادر خواهد شد.
- ۱-۲-۲ گیرنده کارت باید حایز شرایط مندرج در بندهای ۱/۱/۱، ۱/۱/۲ و ۱-۱-۶ باشد و تعهدنامه موضوع ماده ۲ آیین‌نامه را به نمایندگی از سوی شخص حقوقی امضا نماید.
- ۱-۲-۳ گواهی ثبت در دفتر تجارتي از حوزه مربوط.
- ۱-۲-۴ دو قطعه عکس تمام رخ 4×6 گیرنده کارت.
- ۱-۲-۵ تصویر شناسنامه گیرنده کارت.
- ۱-۲-۶ تصویر مدرک تأسیس و آخرین تغییرات به شرح اعلان مندرج در روزنامه رسمی.
- ۱-۲-۷ پرداخت حق عضویت.



- اشخاص حقوقی که در شهرستان‌ها دارای شعب هستند، می‌توانند برای مدیر شعبه مربوط درخواست عضویت در اتاق شهرستان را بنمایند.
مدیر شعبه نیز باید حامی همان شرایطی باشد که برای عضویت مدیر عامل یا رئیس هیأت‌مدیره لازم است.
- اتباع خارجی اعم از حقیقی یا حقوقی که مجوز قانونی برای فعالیت اقتصادی در ایران داشته و حایز شرایط عضویت در اتاق باشند، به جای تصویر شناسنامه گیرنده کارت، تصویر گذرنامه او را ضمیمه سایر مدارک خواهند نمود.
- تعهدنامه

کلیه متقاضیان عضویت یا تجدید عضویت در اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران موظفند تعهدنامه زیر را امضا نمایند:

اینجانب (شخص حقیقی یا حقوقی) متقاضی عضویت در اتاق بازرگانی و صنایع و معادن شهرستان بدینوسیله اعلام و تعهد می‌نمایم.

۱. شایستگی اخلاقی و اجتماعی و مالی لازم برای استفاده سالم از کارت عضویت و بهره‌گیری از خدمات اتاق و همکاری با آن را دارا هستم.
۲. در اشتغال به فعالیت‌های بازرگانی، تولیدی و خدماتی همواره خداوند متعال را ناظر بر اعمال خود دانسته و رعایت امانت و اخلاق حسنه و عرف و شئون تجاری را در عملیات و معاملات خود نموده و به پیمان‌ها و قراردادهای و رعایت قوانین مقرر پایبند خواهم بود.
۳. در جهت حل و فصل دوستانه و مسالمت‌آمیز کلیه اختلافاتی که در جریان یا بر اثر عملیات یا معاملات تجاری این‌جانب به وجود آید، نهایت کوشش را خواهم نمود.
۴. از هر فعل یا ترک فعلی که به امنیت اقتصادی داخلی یا خارجی کشور لطمه بزند و اعتبار جمهوری اسلامی ایران را خدشه‌دار نماید پرهیز خواهم نمود.
۵. مساعی خود را برای تقویت جایگاه اتاق و مشارکت در بهبود و پیشبرد امور آن به کار خواهم بست.
۶. در صورت تخلف از مفاد این تعهدنامه، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران حق تصمیم‌گیری در مورد تعلیق یا لغو عضویت یا محروم نمودن این‌جانب از خدماتی را که توسط اتاق ارائه می‌شود خواهد داشت و پیامدهای آن را می‌پذیرم.

امضا و مهر

- تعداد و مدت اعتبار کارت عضویت

۳-۱ هیچ شخص حقیقی یا حقوقی نمی‌تواند بیش از یک کارت عضویت داشته باشد، مگر در مواردی که شخص حقیقی علاوه بر دریافت کارت عضویت برای خود به عنوان نماینده یک شخصیت حقوقی نیز به عضویت اتاق درآید.



کارت‌هایی که طبق تبصره ۱ ماده یک برای شعبات اشخاص حقوقی صادر می‌گردد، تضاعف کارت تلقی نمی‌شود.

۲-۳ مدت اعتبار کارت عضویت یکسال است که با تقاضای عضو با شرایط عضویت، قابل تمدید خواهد بود.

- تعلیق و لغو عضویت

عضویت اشخاص حقیقی یا حقوقی در اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن با وقوع شرایط زیر بسته به مورد به حال تعلیق در می‌آید و یا لغو می‌گردد.

۱. تصمیمات مراجع قضایی به تعلیق یا لغو عضویت اشخاص حقیقی یا حقوقی در اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن.

۲. سلب یکی از شرایط عضویت.

۳. نقض مفاد تعهدنامه موضوع ماده ۲ آیین‌نامه و ارتکاب تخلفات مغایر شئونات و اخلاق تجاری.

- رسیدگی و اتخاذ تصمیم در موارد ۲ و ۳ فوق با کمیسیون موضوع ماده ۵ آیین‌نامه خواهد بود.

۲- اتاق‌های بازرگانی صنایع و معادن موظفند که تصمیمات موضوع بند یک را اجرا و مراتب را به اتاق ایران اعلام نمایند.

- کمیسیون

موارد پیش‌بینی شده در ماده ۴ و شکایاتی که علیه اعضا اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن در زمینه ارتکاب تزویر و دسیسه در معاملات، پیمان‌شکنی، رقابت مکارانه، نقض عرف و آداب داد و ستد و پایمالی اخلاق تجاری مطرح می‌گردد، در کمیسیون ویژه‌ای به شرح آتی مورد رسیدگی قرار می‌گیرد. تخلفات و شکایات مربوط به اعضا نخست در یک هیأت سه‌نفره داورى متشکل از داوران منتخب طرفین اختلاف و داور منصوب هیأت‌رئیس اتاق مربوط مورد رسیدگی و مورد حل و فصل قرار می‌گیرد و در صورت عدم موافقت طرفین اختلاف با تشکیل هیأت داورى و یا بی نتیجه ماندن رسیدگی داورى، پرونده یا شکایت برای رسیدگی به کمیسیون ارسال می‌گردد.

-

کمیسیون از دو نفر اعضای هیأت‌رئیس اتاق ایران (ترجیحاً از نواب رئیس) به انتخاب هیأت‌رئیس اتاق ایران، دبیرکل اتاق ایران، یکی از اعضای هیأت‌رئیس اتاق شهرستان مربوط، و سرپرست امور حقوقی اتاق ایران تشکیل می‌شود.

کمیسیون در نخستین جلسه خود نسبت به تعیین رئیس و نایب رئیس کمیسیون برای یک دوره

تصدی شش‌ماهه اقدام خواهد نمود. تمدید این دوره بلامانع است.



-
چنانچه عضو متهم به ارتکاب تخلف تبرئه نگردد، تصمیمات کمیسیون می‌تواند به تناسب تخلف انجام شده شامل اخطار و توبیخ کتبی، محرومیت از تمام یا برخی از خدمات اتاق، تعلیق یا لغو عضویت باشد. با لغو عضویت در اتاق چنانچه عضو خاطی کارت بازرگانی داشته باشد، نسبت به ابطال کارت وی اقدام لازم به عمل آمده و مراتب جهت تأیید به آگاهی وزارت بازرگانی خواهد رسید. تلاش مؤثر عضو خاطی در جهت جبران خسارات زیان دیده و کسب رضایت او می‌تواند از موجبات لغو یا تخفیف تصمیمات کمیسیون باشد.

-
دبیر کل اتاق ایران گزارش وقوع تخلف و یا شکایات رسیده را که از طریق اتاق شهرستان مربوط به وی اعلام می‌گردد، بررسی می‌نماید و بدو در صدد حل و فصل مسالمت‌آمیز اختلاف بر می‌آید. چنانچه تلاش او در مدت معقول بی نتیجه بماند، پرونده تخلف یا شکایت را تشکیل و موضوع را جهت رسیدگی و اتخاذ تصمیم به اطلاع کمیسیون می‌رساند.

۵-۳-۱ سرپرست امور حقوقی اتاق صورتجلسه مذاکرات و تصمیمات کمیسیون را تحریر می‌نماید و آن را به امضا حاضران در جلسه می‌رساند. متعاقباً بر اساس مفاد صورتجلسه، متن ماشین شده تصمیم تهیه می‌گردد و جهت ابلاغ اقدام به امضا دبیر کل اتاق می‌رسد.
۵-۳-۲ تصمیمات با اکثریت آرا اعضای کمیسیون اتخاذ می‌گردد. به هر حال اعتبار هر تصمیم به وجود رای حداقل یکی از اعضای هیأت‌رئیس اتاق ایران که در کمیسیون عضویت دارد، منوط خواهد بود.

۵-۳-۳ حق رای عضو کمیسیون، قابل تفویض به اعضای دیگر نیست.

۵-۳-۴ تصمیمات کمیسیون قطعی و لازم‌الاجرا است.

۵-۳-۵ کمیسیون از عضو متهم به ارتکاب تخلف و همچنین شاکی و شهود و مطلعین برای حضور در جلسه رسیدگی جهت استماع اظهارات آنان و اخذ توضیح دعوت می‌کند. چنانچه هر یک از اصحاب دعوی یا شهود و مطلعین به هر دلیل حضور نیابند، کمیسیون می‌تواند لدی‌الاقضاء بر پایه مدارک و دلایل موجود تصمیم‌گیری نماید.

-
دبیرخانه کمیسیون در محل امور حقوقی اتاق ایران مستقر است و جلسات رسیدگی بنا به دعوت رئیس کمیسیون و یا دبیر کل تشکیل می‌گردد.



//

- - -

در اجرا بند «ن» ماده ۵ قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۶۹/۱۲/۱۵ با اصلاحیه ۱۳۷۳/۹/۱۵، شورای عالی نظارت بر اتاق ایران در جلسه مورخ ۱۳۷۸/۸/۲۳ خود، آیین‌نامه تشکیل اتاق‌های مشترک بازرگانی و صنایع و معادن را به شرح زیر تصویب نمود.

۱. اتاق‌های مشترک برای تشویق و توسعه روابط و مبادلات عامل‌های اقتصادی ایرانی و خارجی تشکیل می‌شوند و به نحوی عمل خواهند کرد که به رشد و تقویت همکاری‌های اقتصادی دو کشور کمک نمایند.

۲. کلیه اشخاص حقیقی یا حقوقی ایرانی و خارجی که در ارتباط با مبادلات اقتصادی فی‌مابین ایران و کشور خارجی خاص فعالیت داشته و دارند می‌توانند به عضویت اتاق‌های مشترک درآیند.

۳. اعضای ایرانی اتاق مشترک باید قبلاً به عضویت یکی از اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن ایران پذیرفته شده و عضویت آن‌ها معتبر باشد.

۴. اتاق‌های مشترک وابسته به اتاق ایران هستند، اما در قبال اعمال و تعهدات خود دارای مسئولیت حقوقی و مالی مستقل می‌باشند.

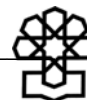
۵. شخصیت‌هایی که در تحقق اهداف اتاق مشترک و پیشرفت مناسبات اقتصادی جمهوری اسلامی ایران و کشور مقابل خدمات فوق‌العاده انجام داده و یا ممکن است در آینده منشا خدمات ارزنده گردند، با تصویب هیأت‌مدیره می‌توانند به عضویت یا ریاست افتخاری اتاق مشترک پذیرفته شوند.

۶. متقاضیان تشکیل اتاق مشترک، می‌توانند از اتاق ایران درخواست چنین امری را بنمایند. پیشنهاد تشکیل اتاق مشترک در جلسه هیأت‌رئیس اتاق ایران مطرح می‌شود و در صورت تصویب، اقدام به تشکیل آن می‌گردد. چنانچه تقاضایی برای تشکیل اتاق مشترک نشده باشد، اما هیأت‌رئیس یا هیأت نمایندگان اتاق ایران وجود آن را ضروری بدانند، اتاق ایران رسماً اقدام به تشکیل اتاق مشترک خواهد نمود. در صورتی که کشور مقابل دارای سیستم اتاق مشترک باشد تشکیل این اتاق منوط به تشکیل آن در کشور مقابل است در موارد خاص نظر هیأت‌رئیس اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران مجری خواهد بود.

۷. ارتباط با اتاق سایر کشورها و تشکیل اتاق‌های مشترک و کمیته‌های مشترک با آن‌ها بر اساس سیاست‌های کلی نظام جمهوری اسلامی ایران و با هماهنگی وزارتین بازرگانی و امور خارجه خواهد بود.

۸. با اعلام موافقت اصولی هیأت‌رئیس اتاق ایران برای تشکیل اتاق مشترک، امور حقوقی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران اساسنامه اتاق مشترک را بر اساس نمونه پیوست این آیین‌نامه تهیه و با همکاری امور بین‌الملل اتاق، تحت نظر رئیس اتاق ایران اقدام به تشکیل مجمع عمومی موسسین و انتخاب هیأت‌مدیره و ثبت مصوبات اتاق مشترک خواهد نمود.

۹. تعداد موسسین حداقل ده شخص (اعم از حقیقی یا حقوقی) بوده و هیأت‌مدیره می‌تواند از میان آنان انتخاب شود. پذیرش متقاضیان عضویت در اتاق مشترک پس از ثبت اتاق شروع خواهد شد.



۱۰. مرکز اتاق‌های مشترک در تهران خواهد بود و عنداللزوم با تأیید اتاق ایران می‌توانند در داخل یا خارج کشور اقدام به تأسیس شعبه یا نمایندگانی نمایند.
 ۱۱. تصویب و اصلاح اساسنامه یا انحلال اتاق مشترک، منوط به تأیید اتاق ایران خواهد بود.
 ۱۲. مجامع عمومی اتاق مشترک با اطلاع و نظارت اتاق ایران تشکیل می‌شوند. نمایندگان امور بین‌الملل و امور حقوقی اتاق ایران در کلیه این مجامع به عنوان ناظر حضور خواهند داشت و گزارش تصمیمات اتخاذ شده را به اطلاع رئیس اتاق ایران خواهند رساند.
 ۱۳. در امور بین‌الملل اتاق ایران، واحدی تحت عنوان دبیرخانه اتاق‌های مشترک تشکیل می‌شود که نظارت بر عملکرد اتاق‌های مشترک و ایجاد هماهنگی بین آن‌ها در ارتباط با تشکیل مجامع عمومی و معرفی نماینده برای حضور در گردهمایی‌ها را برعهده خواهد داشت. دبیرخانه موظف است گزارش‌های ۶ ماهه در خصوص فعالیت اتاق‌ها و پیشرفت‌ها و مشکلات آن‌ها را تهیه و جهت بررسی و اتخاذ تصمیم به هیأت‌رئیس اتاق ایران تقدیم نماید.
 ۱۴. چنانچه عملکرد اتاق مشترک به تشخیص اتاق ایران خلاف اهداف و مواد اساسنامه باشد و تذکرات اتاق ایران به هیأت‌مدیره مؤثر واقع نشود، اتاق ایران راساً مجمع عمومی مربوط اعم از عادی یا فوق‌العاده را برای اصلاح خط مشی اتاق یا انحلال آن دعوت خواهد کرد.
- اساسنامه اتاق‌های مشترک مطابق اساسنامه نمونه زیر تهیه خواهد شد. تغییراتی که اساسنامه هر یک از اتاق‌های مشترک ممکن است حسب ضرورت پیدا کند، نباید به گونه‌ای باشد که مواد اصلی اساسنامه نمونه را نقض نماید. تشخیص این امر با اتاق ایران خواهد بود.

- - -

:

- ۱- اتاق بازرگانی و صنایع معادن ایران و ... که از این پس در این اساسنامه اتاق مشترک نامیده می‌شود مؤسسه‌ای است غیر تجاری و غیر انتفاعی که صرفاً برای توسعه روابط بازرگانی و صنعتی بین ایران و ... تأسیس یافته است.
- ۱-۱ اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و ... با توجه به ماده پنج قانون اتاق بازرگانی و صنایع معادن جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۶۹/۱۲/۱۵ با اصلاحات بعدی که از این پس در این اساسنامه اتاق مشترک خوانده می‌شود، وابسته به اتاق ایران است معهداً در قبال اعمال خود دارای مسئولیت حقوقی و مالی مستقل است.
- ۱-۲ اتاق مشترک دارای تابعیت ایرانی است و مکاتبات و محاورات آن به زبان فارسی و عنداللزوم به انگلیسی و یا ... خواهد بود.
- مرکز اتاق مشترک در ایران، تهران، واقع است و هیأت‌مدیره پس از کسب موافقت اتاق ایران اختیار تغییر مرکز اتاق را دارد.

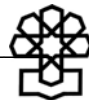


- ۲-۱ مدت فعالیت اتاق مشترک از تاریخ تشکیل نامحدود است.
- اتاق مشترک بر حسب ضرورت و با تصویب مجمع عمومی و تأیید اتاق ایران می‌تواند شعب و یا نمایندگی‌هایی در ایران و در کشور ... تأسیس کند.
- اتاق مشترک دارای مه‌ری به زبان فارسی و ... به نام اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و ... است.

:

- در اجرای اهداف پیش‌بینی شده در ماده یک این اساسنامه، اتاق مشترک به امور زیر مبادرت می‌ورزد:

- ۵-۱ کوشش در جهت گسترش ارتباط و تحقق دیدگاه‌های صاحبان صنایع و بازرگانان ایرانی و ... در زمینه تجارت، صنعت، خدمات، کشاورزی، معدن و سایر امور مربوطه.
- ۵-۲ مطالعه و بررسی به منظور فراهم آوردن زمینه‌های لازم برای سرمایه‌گذاری‌های صنعتی و بازرگانی و معدنی و کشاورزی در دو کشور.
- ۵-۳ جمع‌آوری و ارزیابی اطلاعات آماری و سایر مطالب سودمند در مورد مسائل بازرگانی - صنعتی و اقتصادی دو کشور و قرار دادن این اطلاعات در اختیار متقاضیان ایرانی و ... و همکاری با سازمان‌ها و مقامات صلاحیت‌دار ایران و ... به منظور تشویق و توسعه روابط اقتصادی بین دو کشور.
- ۵-۴ گسترش مبادله هیأت‌های نمایندگی و اقتصادی بین دو کشور.
- ۵-۵ انتشار بولتن اطلاعاتی در زمینه توسعه روابط اقتصادی بین ایران و ... حاوی قوانین و مقررات اقتصادی دو کشور و سایر مطالب مورد علاقه مشترک و انتشار مجله و کتاب و جزوات و نرم‌افزار.
- ۵-۶ مشارکت در برپایی و اداره نمایشگاه‌ها و سایر فعالیت‌های مشابه در چارچوب قوانین مربوط و کمک به مؤسسات، سازمان‌ها و اشخاص حقیقی و حقوقی ایرانی و ... علاقه‌مند به شرکت در نمایشگاه‌ها و بازارهای مکاره بین‌المللی که در ایران و ... یا کشورهای ثالث برگزار می‌شود.
- ۵-۷ تشکیل و اداره سخنرانی‌ها، گردهمایی‌ها و همایش‌ها در زمینه توسعه روابط اقتصادی بین دو کشور.
- ۵-۸ همکاری و تشریک مساعی با اتاق‌های مشابه در کشور.
- ۵-۹ کوشش در جهت حل اختلافات ناشی از روابط اقتصادی بین اشخاص حقیقی و حقوقی ایرانی و ... از طریق مصالحه و در صورت عدم توفیق، تشویق طرفین اختلاف به رفع اختلافات از طریق مرکز داوری اتاق ایران.
- ۵-۱۰ اداره امور اتاق نیز با رعایت مقررات این اساسنامه و با همکاری نزدیک با مقامات رسمی، سازمان‌ها و مؤسسات ایرانی و ...
- ۵-۱۱ انجام سایر اقداماتی که برای نیل به اهداف فوق ضروری است یا به آن‌ها مربوط باشد.



:

- اشخاص حقیقی و حقوقی ایرانی و ... که مفاد این اساسنامه را بپذیرند، با رعایت ضوابط آیین‌نامه مربوطه می‌توانند به عضویت اتاق مشترک درآیند. اعضای ایرانی اتاق مشترک باید قبلاً به عضویت یکی از اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن ایران پذیرفته شده باشند.

۶-۱ اشخاص حقیقی و یا حقوقی ایرانی یا ... واجد شرایط عضویت در اتاق مشترک که در ایران مقیم نیستند می‌توانند درخواست عضویت غیر مقیم بنمایند. مشروط به این‌که از اتاق ... ایران مستقر در کشور ... یا در صورت عدم دسترسی به این اتاق از یکی از اتاق‌های بازرگانی ... معرفی‌نامه اخذ و ارائه نمایند.

۶-۲ اعضای غیر مقیم دارای حق رای بوده و می‌توانند حق رای خود را در مجامع عمومی کتباً واگذار نمایند.

- اعضای اتاق مشترک را اعضای عادی (به شرح مندرج در ماده ۶) و اعضای افتخاری تشکیل می‌دهند.

۷-۱ شخصیت‌هایی که در تحقق اهداف اتاق و پیشرفت مناسبات اقتصادی ایران و ... خدمات فوق‌العاده‌ای انجام داده و یا می‌توانند در آینده منشا خدمات ارزنده‌ای در این مورد باشند، به عضویت افتخاری اتاق دعوت می‌شوند.

۷-۲ اعضای افتخاری بنا به پیشنهاد یکی از اعضای هیأت‌مدیره و با تصویب هیأت‌مدیره به عضویت پذیرفته می‌شوند. اعضای افتخاری دارای حق رای نیستند، اما حق اظهار نظر مشورتی دارند و از پرداخت حق عضویت معاف می‌باشند.

- کلیه اعضای عادی دارای حقوق و وظایف یکسان هستند و حق عضویت سالانه خود را یکجا پرداخت می‌کنند.

- هر یک از اعضای عادی در کلیه مجامع عمومی یک رای دارند و در صورت لزوم می‌توانند نمایندگی یک شخص را برای مشارکت در رأی‌گیری در مجمع عمومی عهده دار شوند. نماینده مکلف است قبل از رسمیت یافتن جلسه مجمع عمومی معرفی‌نامه معتبر خود را به رئیس هیأت‌مدیره تسلیم نماید تا حق حضور در جلسه را بیابد.

- جزییات شرایط قبول عضویت در اتاق مشترک طی آیین‌نامه‌ای که به تصویب هیأت‌مدیره می‌رسد اعلام می‌شود.

ماده ۱۱- جز در صورت کناره‌گیری از عضویت اتاق مشترک که باید طی نامه کتبی حداقل یک ماه قبل از پایان سال جاری به دبیرخانه اتاق واصل گردد، هر عضو موظف به پرداخت حق عضویت سال بعد است.

- عضویت اتاق مشترک علاوه بر لزوم پرداخت حق عضویت سالانه متضمن قبول کلیه مقررات این اساسنامه و آیین‌نامه‌های مربوطه است.

- هیأت‌مدیره می‌تواند در ارتباط با اعضا به علل زیر به عضویت آن‌ها خاتمه دهد:



- ۱۳-۱ امتناع از عدم پرداخت حق عضویت در موعد مقرر و عدم توجه به دو بار اخطار کتبی اتاق در این زمینه به فاصله ۳۰ روز.
- ۱۳-۲ فوت شخص حقیقی یا انحلال شخص حقوقی عضو اتاق.
- ۱۳-۳ عدم رعایت مقررات اساسنامه و مصوبات مجامع عمومی و هیأت‌مدیره و نادیده گرفتن مصالح و شئون اتاق و عدم توجه به تذکرات هیأت‌مدیره در این مورد.
- ۱۳-۴ خاتمه عضویت مجوزی برای استرداد حق عضویت پرداخت شده است.
- ۱۳-۵ اتاق ایران عنداللزوم به اختلافات فیما بین متقاضیان عضویت اعضا با اتاق رسیدگی می‌کند و نظر آن برای طرفین لازم‌الاجرا خواهد بود.

:

ماده ۱۴- ارکان اتاق عبارتند از:

- مجمع عمومی ،
- هیأت‌مدیره،
- بازرسان،

:

- مجمع عمومی اتاق مشترک ممکن است به صورت عادی یا فوق‌العاده تشکیل شود.
- ۱۵-۱ مجمع عمومی عادی سالانه حداقل سالی یک بار ظرف مدت چهارماه پس از پایان سال مالی و در صورت لزوم به طور فوق‌العاده تشکیل می‌شود.
- ۱۵-۲ حداقل ۱۵ روز قبل از تشکیل هر مجمع عمومی ، دستور جلسه و محل و تاریخ و ساعت تشکیل جلسه مجمع باید کتباً بوسیله پست سفارشی و یا دورنویس به اطلاع اعضای اتاق برسد و مراتب طی همین زمان در روزنامه کثیرالانتشاری که اطلاعیه‌ها و آگهی‌های اتاق در آن منتشر می‌شود چاپ و آگهی شود.
- ۱۵-۳ مجمع عمومی عادی با حضور حداقل نصف به علاوه یک مجموع اعضای دارنده حق رای رسمیت می‌یابد اگر عده اعضا در جلسه اول کمتر از نصف به علاوه یک مجموع اعضای دارنده حق رای باشند و بالنتیجه جلسه مذکور حائز اکثریت نگردد، مجمع عمومی ۱۵ روز بعد با دعوت مجدد با هر تعداد عضو که حضور یابند رسمیت خواهد داشت. دعوت دوم نیاز به آگهی در روزنامه کثیرالانتشار نخواهد داشت.
- ۱۵-۴ تصمیمات مجامع عمومی عادی اتاق مشترک با اکثریت نسبی آرای دارنده حق رای حاضر معتبر و نافذ است.
- ۱۵-۵ مجمع عمومی فوق‌العاده در صورتی رسمیت خواهد داشت که حداقل دو سوم مجموع اعضای دارنده حق رای اتاق در مجمع حضور داشته باشند و تصمیمات آن در صورتی معتبر خواهد بود



که لااقل به تصویب دو سوم اعضای دارنده حق رای حاضر در جلسه برسد. چنانچه در جلسه اول مجمع عمومی فوق‌العاده حد نصاب لازم حاصل نشود، مجمع عمومی فوق‌العاده با دعوت مجدد، با حضور هر تعداد از اعضا تشکیل شده و تصمیمات آن با رای دو سوم اعضای حاضر در جلسه معتبر خواهد بود.

- وظایف مجمع عمومی عادی

- ۱۶-۱ استماع و بررسی گزارش هیأت‌مدیره و گزارش بازرس درباره فعالیت‌های اتاق مشترک در سال مالی قبل و بررسی ترازنامه و تصویب آن.
- ۱۶-۲ بررسی بودجه سالانه پیشنهادی و تصویب آن.
- ۱۶-۳ انتخاب اعضای هیأت‌مدیره.
- ۱۶-۴ انتخاب بازرس اصلی و بازرسی علی‌البدل.
- ۱۶-۵ تعیین روزنامه کثیرالانتشار برای درج آگهی‌ها و اطلاعیه‌های اتاق.
- ۱۶-۶ بحث و بررسی درباره خط مشی آینده اتاق مشترک و موارد دیگری که در صلاحیت مجمع عمومی عادی است.

- وظایف مجمع عمومی فوق‌العاده

- ۱۷-۱ اصلاح و تغییر اساسنامه
 - ۱۷-۲ اتخاذ تصمیم نسبت به انحلال اتاق مشترک و انتخاب هیأت تصفیه.
- مجامع عمومی عادی و فوق‌العاده را در هر موقع می‌توان به وسیله هیأت‌مدیره بنا به تصمیم آن هیأت یا به درخواست حداقل یک سوم اعضای دارنده حق رای اتاق مشترک یا به درخواست یا وفق ماده ۳۹ اساسنامه به دعوت رئیس اتاق ایران یا بازرس طبق ضوابط این اساسنامه تشکیل داد.
- نماینده یا نمایندگان اتاق ایران در مجامع عمومی عادی و فوق‌العاده اتاق حضور خواهد یافت و بدون حق رای عنداللزوم نظرات مشورتی خود را مطرح خواهد کرد.
- مجمع عمومی را هیأت‌رئیس‌های مرکب از یک رئیس و دو ناظر که از میان اعضای حاضر در مجمع انتخاب خواهند شد اداره خواهد کرد. یک منشی که می‌تواند عضو اتاق مشترک نباشد صورت مذاکرات و تصمیمات را تنظیم و به امضای هیأت‌رئیس و خود خواهد رساند.
- ثبت مصوبات مجمع عمومی و تصمیمات هیأت‌مدیره اتاق، چنانچه نیاز به ثبت داشته باشد، توسط اتاق ایران انجام خواهد شد.

:

- هیأت‌مدیره توسط مجمع عمومی عادی برای دو سال انتخاب می‌گردد. هیأت‌مدیره مرکب از ۵ تا ۹ عضو است که از بین اعضای اتاق انتخاب می‌گردند. علاوه بر اعضای اصلی، مجمع عمومی



- دو نفر را به عنوان اعضای علی‌البدل هیأت‌مدیره انتخاب و معین خواهد کرد. انتخاب مجدد اعضای هیأت‌مدیره بلامانع است.
- ۲۲-۱- اعضای هیأت‌مدیره باید دارای اطلاعات و تجربه کافی در زمینه مبادلات و همکاری‌های بازرگانی ایران و ... باشند.
- ۲۲-۲- هیأت‌مدیره از بین اعضا یا خارج آن یک مشاور حقوقی مسلط به زبان انگلیسی قوانین بازرگانی دو کشور خواهد داشت.
- به استثنای اموری که به موجب مفاد صریح این اساسنامه و یا طبق قانون در صلاحیت مجامع عمومی است هیأت‌مدیره کلیه اختیارات لازم را جهت اداره امور اتاق با حق تفویض آن به یک یا چند نفر از اعضای هیأت‌مدیره دارا بوده و در انجام وظایف زیر نیز دارای اختیارات و صلاحیت خاص است.
- ۲۳-۱- انتخاب یک نفر به عنوان رئیس هیأت‌مدیره و دو نفر به عنوان نایب رئیس هیأت‌مدیره.
- ۲۳-۲- انتخاب یک نفر خزانه‌دار از بین اعضای هیأت‌مدیره.
- ۲۳-۳- تعیین دبیر اتاق مشترک.
- ۲۳-۴- قبول اعضای جدید اتاق مشترک و خاتمه دادن به عضویت اعضا، با رعایت مفاد اساسنامه.
- ۲۳-۵- تهیه گزارش درباره فعالیت‌های اتاق مشترک و تسلیم آن به مجامع عمومی .
- ۲۳-۶- تعیین اعضای دبیرخانه و وظایف و حقوق آنان طبق پیشنهاد دبیر.
- ۲۳-۷- تهیه ترانزنامه و برآورد بودجه سالیانه و پیشنهاد آن به مجمع عمومی اتاق همراه گزارش حسابرسی بازرس که باید حداقل یک هفته قبل از تشکیل مجمع در دسترس اعضای اتاق قرار گیرد.
- ۲۳-۸- تعیین کمیسیون‌های مورد احتیاج اتاق مشترک و انتخاب اعضای هر یک و تعیین وظایف اختیارات هر کمیسیون و انتخاب مشاوران برحسب ضرورت.
- ۲۳-۹- طرح هرگونه دعوی اعم از حقوق و کیفری در مراجع ذیصلاح قضایی، دفاع و پاسخگویی به هرگونه دعوی علیه اتاق مشترک در کلیه مراحل رسیدگی و با اختیار تام مستقلاً یا از طریق انتخاب وکیل و یا وکلای دادگستری با حق تفویض تمام و یا قسمتی از اختیارات مطروحه در مواد ۶۲ و ۶۳ قانون آیین دادرسی مدنی به وکلای منتخب و عنداللزوم عزل وکلای موصوف و ارجاع امور حکمیت به اتاق ایران.
- ۲۳-۱۰- افتتاح هر نوع حساب بانکی اعم از جاری و پس‌انداز و ثابت در بانک‌ها و عنداللزوم اخذ تسهیلات بانکی و عقد قراردادهای.
- ۲۳-۱۱- دریافت اعتبار و قبول کمک‌های بلاعوض .
- ۲۳-۱۲- تعیین و تصویب حق عضویت سالانه.
- ۲۳-۱۳- کلیه نامه‌های صادره از طرف اتاق مشترک باید به امضای رئیس هیأت‌مدیره برسد مگر در مواردی که حق امضای خود را به یکی دیگر از اعضای هیأت‌مدیره یا دبیر تفویض نموده باشد.



- در صورتی که یک یا چند نفر از اعضای هیأت‌مدیره استعفا و یا فوت نمایند یا چنانچه قادر به انجام وظایف خود نباشند، جانشین آن‌ها از میان اعضای علی‌البدل در هیأت‌مدیره تعیین و انتخاب مجدد هیأت‌رئیس انجام می‌شود.
- جلسات هیأت‌مدیره حداقل یک بار در ماه طبق دعوت کتبی رئیس هیأت‌مدیره تشکیل می‌شود.
- جلسات هیأت‌مدیره با حضور اکثریت اعضا رسمیت خواهد داشت و تصمیمات با اکثریت آرا حاضران اتخاذ می‌شود. در صورت تساوی آرا نظر طرفی که رای رئیس هیأت‌مدیره را دارد، ملاک عمل قرار خواهد گرفت.
- خزانه‌دار اتاق مشترک برای مدت دو سال انتخاب می‌شود و وظیفه او نظارت بر نگهداری و اداره دارایی‌ها و امور مالی اتاق و سرپرستی کلیه عملیات حسابداری خواهد بود که از طرف هیأت‌مدیره در این مورد اقدام خواهد نمود. خزانه‌دار در تاریخی که هر سال تعیین می‌شود طرح اولیه بودجه پیشنهادی سال بعد را تهیه و به هیأت‌مدیره تسلیم می‌کند و در فواصلی که هیأت‌مدیره تعیین می‌نماید گزارشی از وضع مالی اتاق تهیه و در اختیار هیأت‌مدیره قرار خواهد داد.

:

- مجمع عمومی عادی سالانه برای هر سال مالی یک نفر را به عنوان بازرس اصلی و یک نفر را به عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب می‌نماید. بازرس اتاق گزارش خود را در رابطه با اقدامات و عملیات مالی اتاق مشترک، حداکثر سی روز بعد از پایان سال مالی جهت طرح و تصویب در مجمع عمومی عادی سالانه به هیأت‌مدیره تسلیم می‌کند.

:

- آیین‌نامه‌های اتاق مشترک در ارتباط با امور مالی، اداری، انتخابات و غیره توسط کمیسیون‌های اتاق مشترک تنظیم و پیشنهاد می‌شوند و پس از تصویب هیأت‌مدیره قابل اجرا می‌باشند. در صورتی که کمیسیون‌های مربوط به هر دلیل تشکیل نیابند، هیأت‌مدیره رسماً اقدام به این امر خواهد نمود.

:

- هیأت‌مدیره پیشنهادهای مربوط به اصلاح اساسنامه را بررسی می‌کند و پس از اخذ موافقت اتاق ایران، جهت تصمیم‌گیری در مجمع عمومی فوق‌العاده، مطرح می‌نماید.



:

- دبیرخانه اتاق مشترک عهده‌دار امور اداری و مجری مصوبات هیأت‌مدیره است و سرپرستی آن را دبیر بر عهده دارد. کلیه مکاتبات اتاق مشترک از طریق دبیرخانه به عمل می‌آید. دبیر باید حتی‌الامکان دارای تحصیلات دانشگاهی بوده و ضمن تسلط بر زبان انگلیسی از تجربه و سابقه کافی در زمینه مدیریت برخوردار باشد. دبیر به صورت تمام وقت و به طور موظف انجام وظیفه می‌کند و مکلف است مساعی خود را منحصراً در جهت تأمین اهداف و حفظ منافع اعضای اتاق مشترک معطوف نماید. حقوق و مزایای وی به پیشنهاد رئیس و تصویب هیأت‌مدیره تعیین می‌گردد. هیأت‌مدیره همچنین شرح وظایف دبیر را تعیین و به ایشان ابلاغ می‌نماید.

- دبیر در موارد زیر اقدام می‌کند:

- ۳۲-۱ تشکیل دبیرخانه و اداره امور آن بر اساس مصوبات هیأت‌مدیره .
- ۳۲-۲ استخدام و اخراج کارکنان دبیرخانه با تأیید هیأت‌مدیره.
- ۳۲-۳ انجام وظیفه به عنوان دبیر در جلسه هیأت‌مدیره و تهیه صورتجلسات مربوطه.
- ۳۲-۴ تهیه گزارش‌های لازم برای هیأت‌مدیره.

:

- اتاق مشترک برای انجام وظایف مربوطه هزینه‌های خود را از منابع زیر تأمین می‌کند.

- ۳۳-۱ حق عضویت سالانه اعضای عادی حقیقی و حقوقی.
- ۳۳-۲ دریافت اعتبار و قبول کمک‌های بلاعوض.
- ۳۳-۳ وجوهی که بابت ارائه خدمات دریافت می‌دارد.
- ۳۳-۴ کمک‌های اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

:

- سال مالی اتاق مشترک یک دوره دوازده ماهه است که اول فروردین هر سال شروع و پایان اسفند ماه همان سال خاتمه می‌یابد. اولین سال مالی از تاریخ تشکیل اتاق شروع و در پایان اسفند همان سال خاتمه می‌پذیرد.

- کلیه چک‌ها، اسناد مالی و تعهدآور و قراردادهای اتاق مشترک در صورتی معتبر است که توسط رئیس یا یکی از نواب رئیس هیأت‌مدیره و خزانه‌دار امضا شده باشد و به مهر اتاق مشترک نیز ممهور گردد.

:

- فعالیت اتاق مشترک بنا به تصمیم مجمع عمومی فوق‌العاده و موافقت اتاق ایران خاتمه می‌یابد و انحلال آن اعلام می‌گردد.



- با اتخاذ تصمیم درباره انحلال، مجمع عمومی فوق‌العاده هیأتی مرکب از دو عضو هیأت‌مدیره اتاق مشترک و یک عضو ناظر از اتاق ایران انتخاب و به آنان مأموریت خواهد داد که به تصفیه امور اتاق مشترک بپردازند. هرگونه مازاد دارایی که ممکن است پس از تصفیه دیون و مطالبات باقی بماند، در اختیار اتاق ایران قرار خواهد گرفت.

:

- چنانچه برخی از مفاد اسین اساسنامه نیاز به تفسیر داشته باشد، این امر توسط اتاق ایران صورت می‌پذیرد و نظر اتاق ایران لازم‌الاتباع است.
 - چنانچه عملکرد اتاق مشترک به تشخیص اتاق ایران خلاف اهداف و مواد اساسنامه باشد و تذکرات اتاق ایران به هیأت‌مدیره مؤثر واقع نشود، اتاق ایران راساً از مجمع عمومی مربوط عم از عمومی یا فوق‌العاده برای اصلاح خط مشی اتاق یا انحلال آن دعوت خواهد کرد.
- مفاد این اساسنامه از تاریخ تصویب شورای عالی نظارت بر اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران لازم‌الاجرا بوده و اتاق‌های مشترک که قبلاً تشکیل گردیده‌اند مکلفند ظرف مدت شش ماه با نظر واحد حقوقی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران اساسنامه قبلی را با این اساسنامه تطبیق داده و موارد مربوطه را اصلاح نمایند.



چنانچه بر این باور درست باشیم که اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران می‌تواند در کوچک کردن اندام دولت، ایجاد بخش خصوصی به معنای واقعی کلمه، و در نهایت توسعه اقتصادی کشور جایگاه ویژه‌ای داشته باشد باید توجه داشت که همانگونه که در آغاز شرح قانون و مقررات حاکم بر فعالیت‌های اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران اشاره شد، سازمان، ساختار و به‌طور کلی قانون و مقررات مورد اشاره با هیچ یک از الگوهای دوگانه پیرو قوانین خصوصی و عمومی رایج در جهان که در بخش اول عنوان شد همخوانی ندارد. الگوی موجود الگویی ویژه و برآمده از درون اقتصاد متمرکز دولتی است که بارآور کاستی‌های بسیار است.

بنابراین به مصداق این اندرز حکیمانه که «پیش از آن‌که به فکر امری از امور دولت باشید، به فکر خود دولت باشید» ما هم پیش از آن‌که به فکر امری از امور اقتصاد ملی باشیم باید به فکر خود اقتصاد و به دنبال تغییر نظام حاکم بر اقتصاد کشور باشیم. دست کم باید پذیرای این واقعیت انکارناپذیر باشیم که قانون و آیین‌نامه‌های حاکم بر فعالیت‌های اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران با توجه به ذهنیتی که در تهیه و تدوین آن‌ها مؤثر بوده است، به‌ویژه جو حاکم بر جامعه، باید به گونه‌ای سنجیده و در راستای خطوط زیر مورد بازنگری اساسی و اصلاح قرار گیرد:

- مشخص شود اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران پیرو کدام یک از الگوهای دوگانه عمومی و خصوصی است. در صورتی که پیرو هیچ‌یک از آن‌ها نیست آیا به دور از سازمان و ساختار اتاق‌های بازرگانی موجود در سایر کشورها دارای الگویی ویژه است و چنانچه پاسخ مثبت باشد این الگو کدام است؟

- نقش دخالت‌آمیز دولت از طریق شورایی نظارت بر اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران به نقش نظارت‌کننده و نگهبان قانون اتاق و سیاست‌های جاری دولت تبدیل شود.

- دولت از دخالت در امور داخلی اتاق ایران و از جمله نصب نماینده در هیأت نمایندگان مطلقاً منع شود و از آنجا که اتاق تنها مؤسسه قانونی غیر دولتی و سخنگوی کلیه بنگاه‌های اقتصادی است شرکت‌های دولتی نیز می‌توانند همانند سایر شرکت‌ها در اتاق مشارکت داشته باشند؛ البته به عنوان شرکت و نه دولت.

- اتاق ایران در برگیرنده کلیه تشکل‌های تولیدی اعم از تولید کالا یا خدمات شود.

اتاق ایران به عنوان نماینده بخش خصوصی در کنار دولت در کلیه مجامع تصمیم‌گیری مانند شورای اقتصاد، شورایی کار، شورایی اشتغال، شورایی پول و اعتبار، شورایی بانک‌ها، شورایی جلب سرمایه‌های خارجی، شورایی بورس، شورایی مناطق آزاد تجاری، شورایی برنامه ریزی و استخدامی کشور و ... نقش فعال و تعیین‌کننده داشته باشد. بدیهی است در این صورت کل آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مربوط نیز باید بر این اساس اصلاح شوند.



:

: شکل‌گیری و تحول اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن در جهان و ایران

: جهانبخش محبی‌نیا عضو محترم
کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی
: عباس مخبر - عبدالرضا حسنی

: بررسی‌های اقتصادی
: دکتر امیر هوشنگ امینی
: دکتر محسن مهرآرا
: مسعود صوفی‌مجیدپور

:

اتاق بازرگانی (Chamber of Commerce)

:

۱. قوانین و مقررات حاکم بر فعالیت‌های اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران.
۲. اساسنامه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و اتاق‌های مشترک.
۳. آیین‌نامه‌های مربوط به اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران.