



تهیه شده در:

معاونت اقتصادی

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

فروردین ماه ۱۳۹۵

# بررسی مسائل روز اقتصاد ایران

همکاران این شماره:

ناظر: منیره امیرخانلو

گزارش شماره ۱: زهرا محمدی مزرعه شاهی

گزارش شماره ۲: آیدا ابونبی - سارا پارسی

## فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱	گزارش شماره ۱: مطالعات تطبیقی تامین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط در جهان؛ تجربه تایلند .....
۳۵	گزارش شماره ۲: مدل‌های مختلف فعالیت اتاق‌های بازرگانی .....

گزارش شماره ۲:

## مدل‌های مختلف فعالیت اتاق‌های بازرگانی

### خلاصه مدیریتی:

یک جزء مهم در مطالعه نهاد اتاق، طبقه‌بندی مدل‌های سازمانی و حقوقی اتاق‌های بازرگانی است چرا که شناسایی کارآمدترین اشکال سازمانی و قانونی اتاق بازرگانی، کارآمدی اتاق در انجام مأموریت خود به‌عنوان سازمان حمایت از منافع جامعه کسب‌وکار را افزایش می‌دهد.

هرچند اتاق‌های بازرگانی دنیا از حیث مأموریت و نقش شباهت‌های زیادی دارند، ولی از برخی ابعاد دارای تمایزاتی هستند که این تمایزات می‌تواند بر تفاوت عملکردی آنها تاثیر گذار باشد. از این روی مطالعه مدل‌های مختلف اتاق‌های بازرگانی در کشورهای مختلف، گذشته از شباهت‌های موجود می‌تواند تفاوت‌های ساختاری و کارکردی آنها را نیز به خوبی نشان دهد. این تفاوت‌ها از ابعاد گوناگونی مانند رابطه با دولت، ساختار سازمانی، منابع درآمدی و غیره قابل بررسی و مقایسه است.

یکی از اهداف این گزارش، بررسی نحوه تعامل اتاق‌ها با دولت در مدل‌های مختلف فعالیت اتاق‌های بازرگانی بوده تا مشخص شود رابطه اتاق با دولت تا چه حد می‌تواند بر کارکردهای اتاق تاثیر گذارد.



در این گزارش اتاق‌ها براساس ۵ مدل مختلف طبقه‌بندی شده و به ویژگی‌ها و اشکالات هر کدام به تفصیل پرداخته می‌شود. این ۵ مدل شامل مدل حقوقی و سازمانی عمومی، آنگلو ساکسون، قاره‌ای، آسیایی و اوراسیایی است. در مدل عمومی، اتاق سازمانی غیرانتفاعی (یا یک سازمان با مدیریت دولتی) است که بر اساس قانون عمومی برای حمایت از منافع اقتصادی دولت و سازمان‌های بازرگانی فعالیت می‌کند. در این مدل اتاق‌ها را سازمانی مستقل نمی‌دانند و آن را ادارات دولتی به حساب می‌آورند.

در مدل آنگلو ساکسون، اتاق یک سازمان غیرانتفاعی تحت قانون خصوصی است که به دنبال حفاظت از منافع کارآفرینان، بر اساس عضویت داوطلبانه می‌باشد. در این مدل نظارت دولتی بر اتاق و جایگاه مشورتی اتاق برای دولت وجود نداشته و درآمدی هم از جانب قانون برای اتاق‌ها منظور نمی‌شود که سبب استقلال کامل اتاق از دولت است.

مدل آسیایی شامل اتاق‌هایی می‌شود که تحت قانون عمومی به‌عنوان سازمان غیرانتفاعی و غیردولتی شکل گرفته‌اند و به ترویج و توسعه اقتصادی منطقه تحت پوشش فعالیت‌های اتاق و حفاظت از منافع کارآفرینان می‌پردازند. در این مدل، اتاق جایگاه مشورتی برای دولت داشته و بخشی از درآمدهای اتاق هم توسط قانون مشخص می‌شود و به همین دلیل نظارت و دخالت نسبی دولت در امور اتاق امری بدیهی است.

یک اتاق با مدل اوراسیایی، یک سازمان غیردولتی غیرانتفاعی با عضویت داوطلبانه شرکت‌ها و کارآفرینان می‌باشد که تحت قانون عمومی، برای حفاظت از منافع اعضای آن طراحی شده است. مزیت مهم مدل اوراسیایی استقلال اتاق از حاکمیت در تصمیم‌گیری‌ها و انتخابات اتاق است.

اتاق‌ها با مدل قاره‌ای، سازمان‌های کارآفرینی غیرانتفاعی‌ای هستند که بر اساس قوانین ملی شکل گرفته‌اند. این اتاق‌ها به‌منظور محافظت از منافع اقتصادی دولت و حمایت از کارآفرینان طراحی شده‌اند و عضویت فعالان اقتصادی در آن‌ها اجباری است. دخالت نسبی دولت در امور اتاق به دلیل وابستگی به درآمدهای عمومی و جایگاه مشورتی اتاق برای دولت از ویژگی‌های این مدل است.

به نظر می‌رسد که اتاق ایران با توجه به ویژگی‌های برشمرده برای مدل‌های مختلف در زیر مجموعه مدل قاره‌ای قرار می‌گیرد. شاید بتوان برخی از مشکلات اتاق‌ها در ایران را مربوط به ماهیت و ذات ایجاد اتاق در مدل قاره‌ای توصیف کرد. پرداخت حق عضویت‌های اجباری یا اخذ مالیات به سود اتاق برای تامین مالی این نهاد سبب ایجاد عدم انگیزه کافی برای اتاق در جذب اعضای جدید است. منتقدان این روش تا بدانجا پیش رفتند که مدیریت اتاق را به هزینه کنترل نشده درآمد اتاق به نفع اشخاص و گروه‌های کسب و کار نزدیک به خودشان متهم کردند.



از دیگر سو رابطه اتاق و دولت هم در این مدل از پیچیدگی خاصی برخوردار است. گرچه دولت حق دخالت در امور اتاق‌ها را به اندازه مدل عمومی ندارد اما به دلیل ماهیت تاسیس اتاق توسط قانون عمومی، جایگاه مشورتی اتاق برای دولت و وابستگی اتاق به درآمد عمومی دخالت دولت در امور اتاق امری اجتناب ناپذیر به نظر می‌رسد. مطالعات در دیگر کشورها نشان می‌دهد که در اتاق‌هایی با مدل قاره‌ای ۷۵ تا ۸۰ درصد از کسب و کارها در انتخابات اتاق آشکارا مشارکت نمی‌کنند که نشان از عدم اعتماد آنها به این مدل است. بسیاری از کسب و کارها اتاق‌های قاره‌ای را نه نماینده بخش خصوصی بلکه صدای دولت به شمار می‌آورند.

#### ۱- مقدمه

اشکال مدرن اتاق‌های بازرگانی در دوران ناپلئون بوجود آمد و در طی سال‌های ابتدایی قرن نوزدهم (بین ۱۸۰۲ تا ۱۸۰۴) حدود ۱۷۶ اتاق بازرگانی در سرزمین‌های تحت حکومت فرانسه فعالیت داشتند. در آن زمان، پیوستن به این سازمان‌های ناحیه‌ای (منطقه‌ای) برای صاحبان کسب و کار در یک حوزه جغرافیایی معین یا ناحیه الزامی بوده است. مهمترین وظیفه این اتاق‌ها، گردآوری و ایجاد هماهنگی بین دیدگاه‌های فعالین کسب و کار در زمینه مقررات اقتصادی و تعرفه‌ها در تعامل با دولت بوده است. علاوه بر آن این اتاق‌ها اطلاعات و آمار مرتبط با تجارت و صنعت را جمع‌آوری می‌کردند. البته اتاق‌های بازرگانی دوره ناپلئون خودگردان نبوده و توسط یک کارمند دولتی اداره می‌شدند و به عنوان یک نهاد فرادولتی پشتیبان دولت تلقی می‌شدند.

یک جزء مهم در مطالعه نهاد اتاق، طبقه‌بندی مدل‌های سازمانی و حقوقی اتاق‌های بازرگانی است چراکه شناسایی کارآمدترین اشکال سازمانی و قانونی اتاق بازرگانی، کارآمدی اتاق در انجام مأموریت خود به‌عنوان سازمان حمایت از منافع جامعه کسب و کار را افزایش می‌دهد. مدل سازمانی و قانونی اتاق‌های بازرگانی از کشوری به کشور دیگر با توجه به قانون و سنت‌های آن کشور متفاوت می‌باشد ولی به‌طور کلی اتاق‌های بازرگانی دارای ویژگی‌هایی هستند که آن‌ها را از دیگر انجمن‌های تجاری غیرانتفاعی متمایز می‌کند که برخی از این ویژگی‌ها عبارت‌اند از:

- ۱- اتاق‌ها، سازمان‌های چندبخشی هستند که اعضای خود را بدون محدودیت می‌پذیرند.
- ۲- اتاق‌ها به یک منطقه جغرافیایی خاص، خدمات ارائه می‌دهند.
- ۳- به‌عنوان یک قاعده، سازمان‌هایی بانام اتاق‌های بازرگانی، اتاق‌های بازرگانی و صنعت، و ترکیبات دیگر با کلمه "اتاق"، به‌وسیله قوانین یا سنت‌های ملی محافظت می‌شوند.

- ۴- اگرچه اتاق‌ها به‌عنوان صدای جامعه کسب‌وکار عمل می‌کنند (به‌عنوان مثال، به حمایت از واحدهای کسب‌وکار و ترویج قانون به نفع آن‌ها می‌پردازند) ولی اهداف سیاسی را دنبال نمی‌کنند (به‌عنوان مثال، آن‌ها در انتخابات سیاسی شرکت نمی‌کنند و یا اعضای خود را برای مواضع سیاسی نامزد نمی‌کنند).
- ۵- اتاق‌ها در بسیاری از کشورها وظایف عمومی بر عهده‌دارند (به‌عنوان مثال، ثبت شرکت یا ارائه خدمات آموزشی مرتبط با کسب و کار به اعضا)
- ۶- در بسیاری کشورها سیستم اتاق‌ها با شاخه‌های محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی به‌صورت سلسله‌مراتبی بوده به گونه‌ای که هر سطح از سیستم اتاق مطابق با یک سطح از دولت است.
- ۷- بسته به وجود قوانین ملی در اتاق‌های بازرگانی، اشکال سازمانی و حقوقی اتاق‌ها - عضویت اجباری یا داوطلبانه و یا عضویت شرکت‌های بزرگ یا کوچک و متوسط - متفاوت است. در منشور اتاق‌ها این امکان وجود دارد که در پذیرش عضو بر اساس جنسیت، مذهب و ملیت، محدودیت وجود داشته باشد.
- با توجه به ویژگی‌های منصوب به اتاق‌ها، مدل‌های مختلف فعالیت اتاق‌های بازرگانی در کشورهای دنیا با اشاره به ویژگی‌ها و اشکالات هر مدل ارائه می‌شود.

## ۲- مدل عمومی:

اتاق‌هایی که بر اساس مدل حقوقی و سازمانی عمومی تاسیس می‌شوند سازمانی غیرانتفاعی (یا یک سازمان با مدیریت دولتی) هستند که بر اساس قانون عمومی برای حمایت از منافع اقتصادی دولت و سازمان‌های بازرگانی فعالیت می‌کند. متفکران غربی مدل عمومی را به عنوان یک سیستم حقوقی و سازمانی مستقل نمی‌بینند و چنین اتاق‌هایی را ادارات دولتی به حساب می‌آورند.

### ۲-۱- ویژگی‌های مدل عمومی:

۱. نظارت قانون عمومی: زمانیکه حاکمیت، اتاق‌ها را به عنوان واحدی از ادارات دولتی تاسیس می‌کند، فعالیت آن‌ها بر اساس مصوبات قانون عمومی تنظیم می‌شود.
۲. ایجاد ماهیت عضویت توسط مقامات رسمی: عضویت در مدل عمومی فاکتور تعیین کننده‌ای نیست چرا که هدف اتاق در ابتدا حمایت از منافع اقتصادی دولت و نه اعضای آن است.
۳. حمایت از نام اتاق: در این مدل نیازی به حمایت از نام و اعتبار اتاق به عنوان یک سازمان مستقل و انحصاری نیست چرا که فعالیت‌های آن توسط دولت و در جهت اهداف از پیش تعیین شده تنظیم می‌شود.



۴. تنظیم حوزه ارضی فعالیت اتاق: حوزه اختیارات اتاق عموماً منطبق با تقسیمات اداری و ارضی کشوری مشخص می‌شود.

۵. مدیریت دولتی: دولت علاوه بر کنترل، ابزارهایی برای تغییر قانونی هیات رئیسه اتاق هم در این مدل دارد. اتاق‌های بازرگانی چین، کوبا و ویتنام تحت هدایت حزب کمونیست این کشورهاست. در ایتالیا، وزارت صنعت، بازرگانی و صنایع دستی این مسئولیت را به عهده دارد.

۶. وظایف عمومی: تقریباً همه اتاق‌های با سیستم دولتی، تجارت بین‌المللی را سازماندهی کرده و از صادرات و واردات حمایت می‌کنند.

۷. جایگاه مشورتی برای دولت: منطقی است که این اتاق‌ها که ادارات دولتی محسوب می‌شوند، مطالعات و تحقیقات مرتبط با منافع دولتی انجام دهند.

۸. تامین مالی عمومی: منبع اصلی تامین مالی این اتاق‌ها از بودجه دولت است که شامل مالیات‌های اجباری به سود اتاق یا مشارکت در برنامه‌های دولتی است.

۹. سلسله مراتب بین اتاق‌ها: اتاق‌های محلی تابع اتاق‌های استانی و آنها هم تابع اتاق ملی هستند. فقط یک اتاق ملی به عنوان حاکم وجود دارد.

۱۰. نظارت دولتی: نظارت دولت در این مدل علاوه بر عملکرد، شامل انتخابات و قراردادهای ملاقات روسای اتاق هم می‌شود.

## ۲-۲- اشکالات مدل عمومی:

- محدودیت حوزه فعالیت اتاق بوسیله قانون عمومی
  - کاهش انگیزه کارآفرینان برای مشارکت در فعالیت‌های اتاق به دلیل عضویت اجباری
  - وابستگی به دولت و نقض اصل تفکیک قوا در مدیریت اتاق به دلیل مدیریت دولتی
  - محدودیت در انتخاب ماموریت و خدمات به دلیل وظایف عمومی محول شده
  - وابستگی به دولت به دلیل تامین مالی از سوی آن
  - تقویت نقش اتاق ملی و تابعیت اتاق‌های پایین‌تر از اتاق‌های بالاتر به دلیل سلسله مراتب اتاق‌ها
  - دخالت دولت در امور اتاق‌ها به دلیل نظارت دولتی
- در جدول زیر کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل عمومی به تفکیک قاره‌ها ارائه شده‌اند.



جدول شماره ۱: کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل عمومی

آفریقا	الجزایر- مصر - جیبوتی - لیبی - موریتانی - صحرای غربی
اروپا	آلبانی - بلاروس - ایتالیا - سن مارینو
آسیا	افغانستان - کمبوج - چین - عراق - کره شمالی - لائوس - لبنان - عربستان - سوریه - ویتنام
آمریکای لاتین	کوبا

### ۳- مدل انگلوساکسون:

مدل انگلوساکسون مدلی مبتنی بر عضویت داوطلبانه و بدون وجود قانون عمومی برای اتاق بازرگانی است. در این مدل وظیفه عمومی برای اتاق بازرگانی تعریف نشده است و هیچ حکم قانونی نیز مبنی بر پرداخت اجباری برای حمایت از آن وجود ندارد. در واقع اتاق به عنوان شخص حقوقی در زمینه های برابر با دیگر انجمن ها و اتحادیه ها، ثبت می شود.

لذا می توان اتاق با مدل انگلوساکسون را، یک سازمان غیرانتفاعی تحت قانون خصوصی دانست که به دنبال حفاظت از منافع کارآفرینان، بر اساس عضویت داوطلبانه است. این مدل تحت عناوین مدل انگلوساکسون، انگلیسی- آمریکایی یا قوانین خصوصی شناخته می شود و در ابتدا در مستعمرات انگلیس در سراسر جهان شکل گرفت. امروزه این مدل در بیشتر کشورهای انگلیسی زبان مانند ایالات متحده، بریتانیا، و استرالیا دیده می شود.

### ۳-۱- ویژگی های مدل انگلوساکسون:

۱. تحت نظارت قانون خصوصی: در این مدل عملکرد اتاق بر اساس مقررات پذیرفته شده برای سازمان های غیرانتفاعی است.
۲. عضویت اختیاری: دولت هیچ گونه تضمینی برای درآمدهای ناشی از حق عضویت ندارد چرا که علاقه مند به ایجاد یک سازمان غیرانتفاعی داوطلبانه است.
۳. عدم وجود قانون حمایت از نام اتاق: قانون خصوصی به هر شخصی اجازه ایجاد انجمن ها یا اتاق های بازرگانی را می دهد.
۴. آزادی در انتخاب حوزه ارضی فعالیت ها: موسس یک اتاق بازرگانی در این مدل می تواند منطقه فعالیت خود را بدون مشورت با دولت یا اتاق های دیگر انتخاب کند.
۵. خودگردانی: بر اساس قانون خصوصی، کسب و کارها می توانند سازمان خود را ایجاد کرده و سپس مقررات مرتبط را پذیرفته، هیات رئیسه را انتخاب، هزینه های عضویت را ایجاد و برنامه های داخلی خود را اجرا کنند.



۶. عدم وجود سلسله مراتب میان اتاق‌ها: یک کسب و کار محلی، عضو اتاق استانی یا اتاق ملی نیست. برای عضویت در اتاق‌های بزرگتر نیازمند درخواست مجدد است که بسیار هم دردسرساز است. در کشورهای آسیایی بیش از یک اتاق ملی وجود دارد. به طور مثال مالزی ۵ اتاق ملی، سری لانکا ۳ و نپال ۲ اتاق ملی دارد. ولی در بیشتر کشورهای صنعتی دارای مدل آنگلوساکسون مانند استرالیا، آمریکا، انگلیس، دانمارک و... فقط یک اتاق ملی وجود دارد.

۷. عدم وجود وظایف عمومی: نداشتن وظایف عمومی در این مدل سبب محدودیت منابع درآمدی اتاق و همچنین عدم ارتباط نزدیک با اعضا از طریق انجام این وظایف می‌شود. اما در برخی از کشورها مانند هند و سوئیس و انگلیس و اروگوئه وظایفی که به طور سنتی با اتاق‌هاست از جمله صدور گواهی مبدا و کارنه تیر انجام می‌شود.

۸. نداشتن جایگاه مشورتی برای دولت: اتاق‌ها در این مدل تعهدی برای مشاوره به حاکمیت ندارند.

۹. استقلال مالی اتاق‌ها: درآمد اصلی اتاق‌ها، حق عضویت و حمایت مالی واحدهای کسب و کار است.

۱۰. عدم وجود نظارت دولتی: نبود قانون و وظایف عمومی، اتاق‌ها را از نظارت و مدیریت دولتی بی‌نیاز کرده است.

### ۳-۲- اشکالات مدل آنگلوساکسون:

- توجه به منافع بخش خصوصی و شرکت‌ها بدون درگیر شدن در منافع کلی جامعه به دلیل وجود قانون خصوصی
  - کمبود اعضا به دلیل عضویت اختیاری
  - نقش ضعیف‌تر اتاق‌ها در کشور به دلیل عدم حمایت از نام اتاق
  - رقابت ساختگی در ارائه منافع کسب و کارها به دلیل آزادی در انتخاب حوزه فعالیت
  - عدم وجود یک درآمد مستمر تولید شده از وظایف عمومی به دلیل تعیین نشدن چنین وظایفی برای اتاق
  - محدودیت درآمدهای ناشی از حق عضویت و نیاز به جستجو برای ارائه خدمات جدید به منظور بهبود وضعیت مالی به دلیل استقلال مالی اتاق‌ها
  - عدم وجود سلسله مراتب در توزیع وظایف اتاق‌ها، ایجاد دردسر برای کسب و کارها به دلیل اجبار به عضویت همزمان در چندین اتاق
- در جدول زیر کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل آنگلوساکسون به تفکیک قاره‌ها ارائه شده‌اند.



## جدول شماره ۲: کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل آنگلو ساکسون

اقیانوسیه	استرالیا- فیجی- گوام- کیریباتی- جزایر مارشال- میکرونزی- نیوزیلند- پالاو- پاپوا گینه نو- جزایر سلیمان - تونگا- تووالو <sup>۱</sup> - ساموآ
آسیا	آذربایجان- برونئی- هندوستان- اسرائیل- قزاقستان- مالزی- مالدیو- سری لانکا- ازبکستان
آفریقا	بوتسوانا- برونئی- گینه استوایی <sup>۲</sup> - گابن- گامبیا- گینه- گینه بیسائو- لسوتو- لیبیا- موریس- مالاوی- موزامبیک- نیجریه- رواندا- سائوتومه و پرنسیپ <sup>۳</sup> - سیشل <sup>۴</sup> - سوازیلند- سومالی- سیرا لئون- آفریقای جنوبی- تانزانیا- زامبیا- زیمبابوه
اروپا	بلژیک- بلغارستان- دانمارک- استونی- بریتانیای کبیر- ایرلند شمالی- ایسلند- لتونی- لیختن اشتاین- مالت- موناکو- نروژ- سوئیس
آمریکا	آرژانتین- آنتیگوآ و باربودا- باهاما- باربادوس- بلیز- شیلی- دومینیکا- گرانادا- گویان- جامائیکا- سنت کیتس و نویس <sup>۵</sup> - سنت لوسیا- سنت وینسنت و گرنادینها <sup>۶</sup> - ترینیداد و توباگو- ایالات متحده- ونزوئلا

## ۴- مدل آسیایی

این مدل شامل اتاق‌هایی می‌شود که تحت قانون عمومی به‌عنوان سازمان غیرانتفاعی و غیردولتی شکل گرفته‌اند و به ترویج و توسعه اقتصادی منطقه تحت پوشش فعالیت‌های اتاق و حفاظت از منافع کارآفرینان می‌پردازند. در این مدل از اتاق‌ها عضویت برای فعالان در برخی از گروه‌های شرکتی<sup>۷</sup> اجباری می‌باشد. ژاپن، اولین کشوری بود که این مدل ترکیبی عضویت در اتاق بازرگانی را برگزید.

هدف اصلی در ایجاد این نوع اتاق‌های بازرگانی متحد کردن تلاش‌های مقامات و سرمایه‌های بزرگ، در تجارت بین‌المللی در حال توسعه و ترویج کسب‌وکارهای کوچک بوده است. این مدل ترکیبی از برخی ویژگی‌های مدل آنگلو ساکسون و مدل قاره‌ای است. از طرفی مدل قاره‌ای را لیبرال‌تر از مدل عمومی و مدل آسیایی را لیبرال‌تر از مدل قاره‌ای در نظر می‌گیرند.

## ۴-۱- ویژگی‌های مدل آسیایی:

۱. تحت نظارت قانون عمومی: کارکردهای اتاق‌ها در مدل آسیایی بر اساس قانون عمومی تعیین می‌شود.
۲. عضویت ترکیبی: یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد مدل آسیایی، رویکرد متفاوت نسبت به کسب و کارهای مختلف در زمینه اختیاری یا اجباری بودن عضویت است. به طور مثال برای بنگاه‌های کوچک و متوسط، عضویت اختیاری و برای شرکت‌های بزرگ اجباری است.
۳. حمایت از نام اتاق: کسی حق استفاده از نام اتاق یا ترکیبی شامل اتاق را ندارد.

<sup>۱</sup> Tuvalu<sup>۲</sup> Equatorial Guinea<sup>۳</sup> Saõ Tomé and Príncipe<sup>۴</sup> Seychelles<sup>۵</sup> Saint Kitts and Nevis<sup>۶</sup> Saint Vincent and the Grenadines

7 Enterprise Groups



۴. تنظیم حوزه ارضی فعالیتها: قانون اتاق حوزه فعالیت آن را منطبق بر تقسیم بندی های استانی و منطقه ای کشوری مشخص می کند که تنها با موافقت وزارتخانه ناظر قابل تغییر است.
۵. حاکمیت محدود: در این مدل، وظایف حاکمیتی اتاق از جمله انتخاب هیات رئیسه و تصمیم گیری درباره امور داخلی بر عهده خود اتاق است.
۶. وظایف عمومی: قانون، وظایف عمومی از جمله تایید گواهی مبدا را بر عهده اتاق گذاشته که سبب ایجاد درآمد هم می شود.
۷. جایگاه مشورتی برای دولت: مطابق قانون، دولت موظف به مشورت با اتاق در رابطه با امور مربوط به توسعه اقتصادی است.
۸. تضمین نسبی منابع مالی: تنها یک پنجم درآمدهای اتاق در این مدل، از محل حق عضویت تامین می شود. باقی آن از وظایف عمومی یا مشارکت در فعالیتهای بازرگانی تامین می شود. نمونه های دیگری هم از حمایت مالی از اتاقها در این مدل وجود دارد. به طور مثال در اندونزی، همه شرکتها و اتحادیهها بوسیله اتاق بازرگانی و صنایع این کشور معتبر شناخته می شوند. این رویه که نوعی ثبت غیرمستقیم عضویت است، حمایت مالی از اتاق هم به شمار می رود.
۹. سلسله مراتب اتاقها: در مدل آسیایی، عضویت کسب و کارهای عضو اتاقهای استانی در اتاق ملی اجباری است.
۱۰. نظارت دولت: با توجه به تعیین وظایف عمومی برای اتاقها، نظارت دولت بر چنین فعالیتهایی ضروری است.

#### ۴-۲- اشکالات مدل آسیایی:

- دامنه محدود فعالیت های اتاق به دلیل مشخص شدن آن توسط قانون
  - آزادی محدود در انتخاب ماموریت و خدمات به دلیل وظایف عمومی محول شده از سوی قانون
  - دخالت دولت در امور اتاق به دلیل نقش نظارتی اش
  - وابستگی به دولت به دلیل تامین مالی عمومی
- در جدول زیر کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل آسیایی به تفکیک قاره ها ارائه شده اند.

#### جدول شماره ۳: کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل آسیایی

آسیا	بنگلادش - بوتان - اندونزی - ژاپن - کویت - نپال - پاکستان - سنگاپور - تایلند
اروپا	مقدونیه - مولداوی



## ۵- مدل اوراسیایی

یک اتاق با مدل اوراسیایی، یک سازمان غیردولتی غیرانتفاعی با عضویت داوطلبانه شرکت‌ها و کارآفرینان می‌باشد که تحت قانون عمومی، برای حفاظت از منافع اعضای آن طراحی شده و به ترویج و توسعه اقتصادی منطقه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، می‌پردازد.

مدل اوراسیایی نزدیک به مدل آنگلوساکسون است چراکه عضویت در آن داوطلبانه است، برخلاف مدل آسیایی که در آن عضویت برای برخی از گروه‌های شرکتی، الزامی است. از طرفی بین این مدل و مدل قاره‌ای نیز شباهت‌هایی در برخی ویژگی‌ها از جمله وظایفی که تحت قانون عمومی بر عهده آنها گذاشته می‌شود؛ قلمرو فعالیت‌ها و نقش‌های واگذار شده توسط دولت، وجود دارد. اولین نشانه‌های شکل‌گیری مدل اوراسیایی در آمریکای شمالی و کشور کانادا دیده شد.

### ۵-۱- ویژگی‌های مدل اوراسیایی:

۱. تحت نظارت قانون عمومی: کارکردهای اتاق‌ها در مدل اوراسیایی بر اساس قانون عمومی تنظیم می‌شود.
۲. عضویت اختیاری: ماهیت عضویت در این مدل منطبق با مدل آنگلوساکسون است.
۳. حمایت از نام اتاق: کسی حق استفاده از نام اتاق یا ترکیبی شامل اتاق را ندارد. بر طبق قانون کانادا استفاده غیرقانونی از نام اتاق، جریمه‌ای معادل ۵۰۰ دلار دارد.
۴. تنظیم حوزه ارضی فعالیت‌ها: قانون کشوری، حوزه ارضی فعالیت اتاق را منطبق بر تقسیم بندی‌های استانی و منطقه‌ای کشوری مشخص می‌کند.
۵. خودگردانی: مزیت مهم مدل اوراسیایی استقلال اتاق از حاکمیت در تصمیم‌گیری‌ها و انتخابات اتاق است.
۶. وظایف عمومی: قانون، وظایف عمومی از جمله تایید گواهی مبدا، داوری اختلافات بازرگانی و حل و فصل منازعات در دادگاه‌ها را بر عهده اتاق گذاشته که سبب ایجاد درآمد هم می‌شود.
۷. عدم وجود نقش مشورتی برای دولت: قانون اتاق، حق حمایت از منافع اعضاء اتاق را برای این نهاد تضمین کرده است. اما دولت الزامی برای گرفتن نظرات اتاق در مورد پیش نویس قوانین و مقررات ندارد.
۸. استقلال مالی: حق عضویت تنها ۵ تا ۱۰ درصد از درآمد اتاق را تشکیل می‌دهد. اتاق‌ها در این مدل به دلیل عضویت اختیاری، منبع ثابت درآمدی ندارند. به طور مثال منابع درآمدی اتاق سوئد به شرح زیر است:

- حق عضویت: ۱۰ تا ۵۰ درصد
- گواهی مبدا: ۱ تا ۱۰ درصد
- صدور کارنه تیر: ۰ تا ۱۰ درصد



- آموزش کسب و کار: ۰ تا ۱۰ درصد
- کنفرانس‌های کسب و کار: ۰ تا ۵ درصد
- یافتن شریک تجاری: ۰ تا ۵ درصد
- انتشارات: ۰ تا ۳ درصد
- مشاوره حقوقی: ۰ تا ۱ درصد
- تبلیغات: ۰ تا ۲ درصد
- فعالیتهای بازرگانی ۱۰ تا ۳۰ درصد

۹. سلسله مراتب اتاق‌ها: در این مدل، سلسله مراتب سه گانه میان اتاق‌ها وجود نداشته و اتاق استانی و محلی حقوق برابر با اتاق ملی دارند.

۱۰. عدم نظارت دولت: مانند مدل انگلوساکسون، اتاق‌های اوراسیایی هم از نظارت دولت، بی نیاز هستند.

#### ۵-۲- اشکالات مدل اوراسیایی:

- نیاز به جستجو برای منابع درآمدی بیشتر به دلیل عضویت اختیاری
  - در برخی از کشورها: اصل مدیریت یک فرد در مدیریت کلی اتاق به دلیل خودگردانی
  - کاهش توانایی اتاق در حمایت قانونی از منافع کسب و کارها به دلیل فقدان جایگاه مشورتی برای دولت
- در جدول زیر کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل اوراسیایی به تفکیک قاره‌ها نشان داده شده‌اند.

جدول شماره ۴: کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل اوراسیایی

آسیا	ارمنستان - قبرس - گرجستان - قرقیزستان - میانمار - مغولستان - فیلیپین - تاجیکستان - ترکمنستان
آفریقا	آنگولا - کنیا - کنگو - اوگاندا
اروپا	مجارستان - لیتوانی - لهستان - رومانی - روسیه - اسلواکی - سوئد - اوکراین - چک - فنلاند
آمریکا	برزیل - کانادا - کلمبیا - کاستاریکا - دومینیکن - السالوادور - گواتمالا - هائیتی ۱ - هندوراس - مکزیک - نیکاراگوئه - پاناما - پاراگوئه - اروگوئه



## ۶- مدل قاره‌ای:

اتاق‌ها با مدل قاره‌ای، سازمان‌های کارآفرینی غیرانتفاعی‌ای هستند که بر اساس قوانین ملی شکل گرفته‌اند. این اتاق‌ها به منظور محافظت از منافع اقتصادی دولت و حمایت از کارآفرینان طراحی شده‌اند و عضویت فعالان اقتصادی در آن‌ها اجباری است.

این مدل تا حد زیادی شبیه مدل عمومی است و تفاوت عمده آن در انتخاب یا انتصاب نهادهای حاکم<sup>۱</sup> اتاق نهفته است. به گونه‌ای که در مدل عمومی، انتصاب و یا انتخاب نهادهای حاکم با مشارکت مقامات دولتی صورت می‌پذیرد ولی در مدل قاره‌ای اعضای اتاق، بدنه حاکم را انتخاب می‌کنند. در مرز بین مدل عمومی و مدل قاره‌ای، اتاق اتریش قرار می‌گیرد که در آن عضویت مستقیم وجود ندارد. مالیات اضافه از کسب و کارها به منظور حمایت از اتاق اخذ می‌شود، اما این اتاق از مزیت استقلال نسبی برخوردار است، چرا که اعضای هیات رئیسه را خود انتخاب کرده و تصمیم‌گیری‌های اتاق هم با خودشان است که شباهت زیادی به اتاق ایران دارد. کشور آلمان را زادگاه اصلی مدل قاره‌ای می‌دانند.

### ۶-۱- ویژگی‌های مدل قاره‌ای:

۱. تحت نظارت قانون عمومی: کارکردهای اتاق‌ها در مدل قاره‌ای بر اساس قانونی است که جزئیاتی نظیر حقوق و وظایف، نحوه عضویت، روش‌های انتخاباتی هیات رئیسه و سیستم مدیریت اتاق را مشخص می‌کند.
۲. عضویت اجباری: در این مدل به کسب و کارها حق رای داده می‌شود تا به عنوان عضو اتاق انتخاب شوند. این حق رای، کسب و کارها را ملزم می‌کند تا در انتخابات شرکت کنند تا بتوانند به عنوان عضو اتاق انتخاب شوند.
۳. محدودیت حاکمیت داخلی: برخلاف مدل عمومی در مدل قاره‌ای، اتاق تا حدودی از استقلال برخوردار است و حق انتخاب هیات رئیسه خود را دارد. اما در عین حال، تاثیر دولت بر فعالیت‌های اتاق عامل تعیین کننده‌ای است.
۴. وظایف عمومی: اتاق‌ها در مدل قاره‌ای به دلیل اینکه نیاز به جذب اعضای جدید ندارند همه تلاش‌شان در جهت ایجاد زیرساخت‌های خدماتی برای کسب و کارهای منطقه خود است. علاوه بر آن برخی از اتاق‌ها در این مدل به طور مستقیم در صنعت، بازرگانی، حمل و نقل و خدمات درگیر هستند. در فرانسه و بورکینافاسو مسئولیت مدیریت بنادر، فرودگاه‌ها، راه‌آهن و ترانزیت گمرک با اتاق است.

1 governing bodies



۵. جایگاه مشورتی: دولت نیازمند نظر مشورتی اتاق برای انجام کلیه فعالیت‌هایی است که ممکن است بر کسب و کارها تاثیر بگذارد. این الزام به مشورت با اتاق‌ها در قانون فرانسه و لوکزامبورگ وجود دارد در حالیکه در قانون آلمانی چنین اجباری نیست و دولت بر اساس عرف از اتاق مشورت می‌گیرد.

۶. تضمین تامین مالی توسط دولت: منبع اصلی تامین مالی اتاق‌ها یا از طریق مقررات دولت برای حق عضویت یا اخذ مالیات از شرکت‌ها به سود اتاق‌های بازرگانی و صنایع است. کسب و کارها در اتریش، فرانسه و اسپانیا حق عضویت پرداخت نمی‌کنند و به جای آن بخشی از مالیات‌ها به اتاق منتقل می‌شود.

۷. سلسله مراتب بین اتاق‌ها: سیستم اتاق ملی<sup>۱</sup> به عنوان حاکم، ساختارهای منطقه‌ای و مدیریتی کشوری هماهنگ با سطوح حکومتی را در اتاق‌ها تکرار می‌کند. در این مدل، قانون این فرصت را در اختیار اتاق‌ها قرار می‌دهد که به اتاق‌های بخشی با حوزه فعالیت خاص به طور مثال اتاق بازرگانی، صنعت، کشاورزی و یا صنایع دستی تقسیم شوند. اما چنین تقسیم بندی در میان کشورهای خاورمیانه وجود ندارد چرا که همه بخش‌ها تحت یک اتاق واحد جمع می‌شوند.

۸. نظارت دولتی: فعالیت‌های اتاق در این مدل تحت نظارت و توجه چند وزارتخانه به طور همزمان است.

۹. حفاظت از نام اتاق: هیچ کس حق استفاده از کلمه یا ترکیبی شامل "اتاق" را ندارد.

۱۰. تنظیم حوزه فعالیت‌ها: قانون تاسیس اتاق، حوزه فعالیت اتاق‌ها را مشخص می‌نماید.

## ۶-۲- اشکالات مدل قاره‌ای:

- دامنه محدود فعالیت‌های اتاق به دلیل مشخص شدن آن توسط قانون
  - انگیزه ضعیف برای مشارکت کارآفرینان در امور عمومی به دلیل عضویت اجباری در اتاق
  - وابستگی به دولت و نقض قاعده کلی تفکیک قوا به دلیل محدودیت در حاکمیت داخلی هیات رئیسه اتاق
  - آزادی محدود در انتخاب ماموریت و خدمات به دلیل وظایف عمومی محول شده از سوی قانون
  - وابستگی به دولت به دلیل تامین مالی عمومی
  - دخالت دولت در امور اتاق به دلیل نقش نظارتی‌اش
- در جدول زیر کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل قاره‌ای به تفکیک قاره‌ها ارائه شده‌اند.

<sup>۱</sup> National chamber



## جدول شماره ۵: کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل قاره‌ای

اقیانوسیه	وانواتو <sup>۱</sup>
آسیا	بحرین- اسرائیل- اردن- عمان- فلسطین- قطر- کره جنوبی- ترکیه- امارات متحده عربی- یمن و ایران
آفریقا	بنین <sup>۲</sup> - بوركینافاسو- کپ ورد <sup>۳</sup> - کامرون- چاد- کومور <sup>۴</sup> - کنگو- ساحل عاج- اریتره <sup>۵</sup> - اتیوپی- غنا- ماداگاسکار- مالی- مراکش- نامیبیا <sup>۶</sup> - نیجر- سنگال- سودان- توگو <sup>۷</sup> - تونس- جمهوری آفریقای مرکزی
اروپا	آندورا- اتریش- بوسنی و هرزگوین- کرواسی- فرانسه- آلمان- یونان- لوکزامبورگ- هلند- پرتغال- صربستان و مونته‌نگرو- اسلوونی- اسپانیا
آمریکا	بولیوی- اکوادور- گوادلوپ <sup>۸</sup> - پرو- سورینام <sup>۹</sup>

## ۷- نتیجه‌گیری:

هرچند اتاق‌های بازرگانی دنیا از حیث ماموریت و نقش شباهت‌های زیادی دارند، ولی از برخی ابعاد دارای تمایزاتی هستند که این تمایزات می‌تواند بر تفاوت عملکردی آنها تاثیر گذار باشد. از این روی مطالعه مدل‌های مختلف اتاق‌های بازرگانی در کشورهای مختلف، گذشته از شباهت‌های موجود می‌تواند تفاوت‌های ساختاری و کارکردی آنها را نیز به خوبی نشان دهد. این تفاوت‌ها از ابعاد گوناگونی مانند رابطه با دولت، ساختار سازمانی، منابع درآمدی و غیره قابل بررسی و مقایسه است.

مدل قانونی و ساختاری عمومی با ظهور آزادسازی اقتصادی و دموکراسی به شدت رو به افول گذاشت. امروزه فرانسه که خود بنیانگذار این سیستم بود مدل فعالیت اتاق خود را به مدل قاره‌ای تغییر داده است. نگاهی به اتاق‌های کشورهایی که سیستم عمومی دارند به خوبی نشان می‌دهد که اتاق‌های موفق دنیا و اقتصادهای توسعه یافته با ساختار سیاسی دموکراسی از این الگو تبعیت نمی‌کنند. سیستم پدرسالاری که به دلیل نظارت کامل و کنترل همه جانبه دولت ایجاد می‌شود، انگیزه کسب و کارها را برای اقدام به نفع جامعه و دولت از بین می‌برد. کاهش آزادی در تصمیم‌گیری که حتی شامل انتخاب بدنه اجرایی اتاق هم می‌شود سبب شده که بنگاه‌های اقتصادی در خانه خود تبدیل به مهمان شوند.

چالش بزرگ مدل آنگلو ساکسون و مدل اوراسیایی کمبود اعضا است چرا که کسب و کارها به صورت معمول علاقه‌ای برای مشارکت در یک گروه جمعی را نداشته، البته در آنصورت سازمانی هم برای دفاع از منافع آنها

- 1 Vanuatu
- 2 Benin
- 3 Cape Verde
- 4 Comoros
- 5 Eritrea
- 6 Namibia
- 7 Togo
- 8 Guadalupe
- 9 Suriname





وجود ندارد. از دیگر سو نداشتن جایگاه مشورتی برای دولت، اتاق‌ها را به یک سازمان غیرانتفاعی قراردادی، تنزل می‌دهد. اما فراوانی مدل انگلوساکسون در بین اتاق‌های بازرگانی سراسر دنیا با حضور ۷۲ کشور از مجموع ۱۹۴ کشور در دنیا (مدل قاره‌ای با ۴۹ و اوراسیایی با ۳۷ کشور در جایگاه بعدی هستند) نشان از محبوبیت این مدل در دنیا و در میان فعالان بخش خصوصی دارد.

به نظر می‌رسد که اتاق ایران با توجه به ویژگی‌های برشمرده برای مدل‌های مختلف در زیر مجموعه مدل قاره‌ای قرار می‌گیرد. البته این ویژگی‌ها به این معنی نیست که همه کشورهایی که دارای سیستم قاره‌ای هستند کلیه این ویژگی‌ها را دارا می‌باشند. به طور مثال ایران برخی از این ویژگی‌ها از جمله عضویت اجباری را ندارد و فعالان کسب و کار در ایران به طور داوطلبانه عضو اتاق می‌شوند. اما شاید بتوان برخی از مشکلات اتاق‌ها در ایران را مربوط به ماهیت و ذات ایجاد اتاق در مدل قاره‌ای توصیف کرد. پرداخت حق عضویت‌های اجباری یا اخذ مالیات به سود اتاق برای تامین مالی این نهاد سبب ایجاد عدم انگیزه کافی برای اتاق در جذب اعضای جدید است. منتقدان این روش تا بدانجا پیش رفتند که مدیریت اتاق را به هزینه کنترل نشده درآمد اتاق به نفع اشخاص و گروه‌های کسب و کار نزدیک به خودشان متهم کردند.

از دیگر سو رابطه اتاق و دولت هم در این مدل از پیچیدگی خاصی برخوردار است. گرچه دولت حق دخالت در امور اتاق‌ها را به اندازه مدل عمومی ندارد اما به دلیل ماهیت تاسیس اتاق توسط قانون عمومی، جایگاه مشورتی اتاق برای دولت و وابستگی به درآمد عمومی دخالت دولت در امور اتاق امری اجتناب ناپذیر به نظر می‌رسد. مطالعات در دیگر کشورها نشان می‌دهد که در اتاق‌هایی با مدل قاره‌ای ۷۵ تا ۸۰ درصد از کسب و کارها در انتخابات اتاق آشکارا مشارکت نمی‌کنند که نشان از عدم اعتماد آنها به این مدل است. بسیاری از کسب و کارها اتاق‌های قاره‌ای را نه نماینده بخش خصوصی بلکه صدای دولت به شمار می‌آورند.



## پیوست

### مالزی: نمونه موفق رابطه دولت و بخش خصوصی برای توسعه مالزی

از آنجاییکه یکی از اهداف این مطالعه، بررسی رابطه اتاق‌ها با دولت بوده است، در این پیوست به بررسی تجربه کشور مالزی که اتاق آن تحت مدل آنگلو ساکسون فعالیت کرده و در زمینه ایجاد ارتباط میان دولت و بخش خصوصی نیز موفق عمل کرده، پرداخته خواهد شد.

دولت مالزی با پی بردن به منافی که یک کشور می‌تواند از همکاری نزدیک بین دولت و بخش خصوصی به دست آورد، در سال ۱۹۸۳ مفهوم جدیدی را به ادبیات توسعه اقتصادی کشور خود معرفی کرد: "مالزی در قالب یک شرکت"<sup>۱</sup>. این مفهوم در حالی که بیانگر یک رویکرد جدید نسبت به توسعه کشور مالزی است، خواستار همکاری بیشتر بخش خصوصی و دولت است و کشور مالزی را به صورت یک "شرکت"<sup>۲</sup> یا "واحد تجاری"<sup>۳</sup> در نظر می‌گیرد که دولت و بخش خصوصی به‌طور مشترک مالک آن هستند. فلسفه این مفهوم در این است که همکاری دولت و بخش خصوصی برای موفقیت توسعه اقتصادی کشور، عاملی کلیدی محسوب می‌شود. منطق همکاری نزدیک دولت و بخش خصوصی در این نکته است که بین دولت و بخش خصوصی وابستگی ذاتی متقابلی وجود دارد. بخش خصوصی بازاری و اقتصادی کشور را تشکیل می‌دهد در حالی که دولت چارچوب و جهت اصلی سیاست‌گذاری را تعیین می‌کند تا شرایط را برای فعالیت مناسب بخش خصوصی فراهم آورد. هرچه موفقیت بخش خصوصی بیشتر باشد، تعداد بنگاه‌های خصوصی تجاری بیشتر خواهد شد، فرصت‌های اشتغال بیشتر خواهد شد و درآمد دولت افزایش خواهد یافت.

برپایه خط‌مشی "مالزی در قالب یک شرکت" خدمات کشوری مالزی به‌منظور تسهیل توسعه بخش خصوصی، چهار اقدام اصلی زیر را بر عهده دارد:

#### • تقویت ارتباطات کاری دولت و بخش خصوصی

دولت مالزی نقش اصلی در ترویج امر مشورت و همکاری دولت و بخش خصوصی را برعهده داشته است و بدین منظور سه مکانیزم ساختاری را وضع کرده است که عبارتند از: تشکیل هیات‌های مشورتی<sup>۴</sup>، ترغیب به برگزاری جلسات گفتگو در سطوح مختلف تشکیلات دولت و انجام فعالیت‌های مشترک رسمی و غیررسمی. به همین منظور در دستگاه خدمات دولتی، چند هیات مشورتی تشکیل شده است. در بالاترین سطح، "کمیته مقامات رسمی مالزی در قالب یک شرکت"<sup>۱</sup> قرار دارد که مرکب از رده‌های بالای وزارت‌خانه‌ها و ادارات دولتی

<sup>1</sup> Malaysia Incorporated

<sup>2</sup> Corporate

<sup>3</sup> Business Entity

<sup>4</sup> Consultative Panels



مربوطه، روسای بخش خصوصی مانند روسای اتاق‌های بازرگانی و صنایع و دیگر انجمن‌های کسب و کار، سازمان‌های غیردولتی<sup>۲</sup> و رسانه‌های گروهی است. ذکر این نکته ضروری است که تشکیل چنین هیات‌های مشورتی طبق بخشنامه شماره ۹ توسعه، الزامی است.

بازتاب تشکیل این هیات‌ها نشان می‌دهد که نقشی اصلی در جریان آزاد اطلاعات بر عهده آنها بوده و مسیر همکاری و تفاهم بیشتر دولت و بخش خصوصی را هموار نموده‌اند. به‌عنوان مثال، انجمن‌های کسب و کار نظیر اتاق بین‌الملل بازرگانی و صنایع مالزی<sup>۳</sup> و اتحادیه تولیدکنندگان مالزی<sup>۴</sup> نسبت به مسائل مربوط به تجارت، کسب و کار و سرمایه‌گذاری واکنش اساسی نشان داده‌اند که این امر موجب شده است دولت دست به یک سلسله اصلاحات اجرایی مفید برای بخش خصوصی بزند.

#### • بهبود کیفیت خدمات ارائه شده دولت به بخش خصوصی

دولت به بررسی نظام‌های اجرایی و رویه‌هایی می‌پردازد که نیازمند رفع قوانین و مقررات دست و پاگیر و زائد<sup>۵</sup> و کاهش رویه‌های بوروکراسی و تشریفات اداری است که اغلب مانعی برای فعالیت‌های موثر بخش خصوصی محسوب می‌شوند. بدین منظور برنامه‌های گوناگونی برای اصلاح تشکیلات اداری معرفی شده است که برخی از آنان عبارتند از تسهیل مقررات و قوانین، یا بهبود خدمات پیشخوان<sup>۶</sup>، اجرای قرارداد ارباب‌رجوع<sup>۷</sup>، رسمی کردن فرهنگ انجام کارها در محیط کار بدون استفاده از کاغذ یا استفاده معقول از کاغذ و اجرای مجموعه استانداردهای ایزو ۹۰۰۰ می‌باشد.

#### • در میان گذاشتن اطلاعات و انتشار آن

دولت به این نکته پی برده است که برای آنکه بخش خصوصی بتواند به درک کافی از جنبه‌های گوناگون، قوانین، مقررات، رویه‌ها و فرآیندها برسد که با اداره دولت مرتبط است و نیز شناختی از انواع خدماتی پیدا کند که مراکز دولتی ارائه می‌دهند، باید جریان آزاد اطلاعات را برای بخش خصوصی امکان‌پذیر سازد. گام بزرگی را که کشور مالزی برای ارائه اطلاعات جامع مربوط به دولت برداشته بود، انتشار کتاب پرداختن به خدمات کشوری مالزی<sup>۸</sup> بود. این کتاب که برای اولین بار در سال ۱۹۹۳ منتشر گردید، شامل اطلاعات بسیار مهم مربوط به خدمات کشوری است که بخش خصوصی به آن نیاز داشت.

<sup>1</sup> Malaysia Inc. Officials' Committee

<sup>2</sup> Non-Governmental Organization (NGO)

<sup>3</sup> Malaysian International Chamber of Commerce and Industry (MICCI)

<sup>4</sup> Federation of Malaysian Manufacturers (FMM)

<sup>5</sup> Red Tape

<sup>6</sup> Counter Services

<sup>7</sup> Client's Charter

<sup>8</sup> Dealing with the Malaysian Civil Service



دولت مالزی همچنین تاسیس شبکه یکپارچه ارتباطات از راه دور دولتی<sup>۱</sup> را تصویب کرده است تا شبکه‌ها و کانال‌های جریان اطلاعات را یکپارچه سازد. این شبکه که قادر به پیوند دادن سیستم‌های اداری در سطوح فدرال، ایالتی و بخشی به طور الکترونیکی است، به ستون تشکیلات دولتی کارآمد و موثرتری تبدیل خواهد شد.

• **بالا بردن درک دولت از مفهوم "مالزی در قالب یک شرکت"**

عامل مهم دیگری که به اجرای موفقیت‌آمیز خط‌مشی مالزی در قالب یک شرکت کمک کرده است، تضمینی بوده است که خدمات کشوری داده است مبنی بر این‌که کارکنان دولت اهمیت همکاری با بخش خصوصی را درک می‌کنند. برپایه مفهوم مالزی در قالب یک شرکت، برنامه‌های آموزشی گوناگونی سازمان‌دهی شده است که اکثر آنها را موسسه ملی مدیریت بخش عمومی<sup>۲</sup> اداره می‌کند. سایر موسسات آموزشی دولتی نیز در برنامه‌های آموزشی خود طرحی را بر اساس مالزی در قالب یک شرکت قرار داده‌اند.

۸- منابع:

1 Organizational and Legal Models of Chamber, Victor I. Fedotov, Center for International Private Enterprise, April 2007

2 Public-Private Sector Cooperation for Development in Malaysia, MUHAMMAD RAIS BIN ABDUL KARIM, Malaysian Administrative, Modernization and Management Planning Unit (MAMPU) Prime Minister's Department, Kuala Lumpur, Malaysia

<sup>1</sup> Government Integrated Telecommunications Network (GITN)

<sup>2</sup> National Institute of Public Administration (INTAN)