

در سال ۱۳۶۳، مجلس «وکلاهی تجار» توسط حاج محمدحسین امین‌الضرب بنیان‌گذاری شد و تا سال ۱۳۰۵ نیز با همین نام به کار ادامه می‌داد. در ۱۶ مهرماه همین سال، این نهاد به «اتاق تجارت تهران» تغییر نام داد و برای اولین بار در فهرست تشکل‌های وزارت بازرگانی به ثبت رسید. در این دوره حاج امین اصفهانی ریاست اتاق تجارت تهران را برعهده داشت و حاج میرزا ابوطالب اسلامی، میرزا عبدالحسین نیکپور، فقیه‌التجار، آقا میرزا علی‌محلوی و آقا شیخ حسین حریری هیأت نمایندگان آن را تشکیل دادند. تا سال ۱۳۱۱ ریاست اتاق همچنان برعهده‌ی حاج امین اصفهانی بود. در انتخابات بعدی اتاق، حاج حسین مهدوی ریاست اتاق را به عهده گرفت. اما حضور حاج حسین مهدوی یکسال بیشتر دوام نداشت و سپس عبدالحسین نیکپور از سال ۱۳۱۳ تا سال ۱۳۳۵ به ریاست «اتاق تجار» انتخاب شد. در دوران ریاست نیکپور، اتاق تجار بار دیگر نام خود را تغییر داد و بر اساس عرف بین المللی، عنوان «اتاق بازرگانی» برای آن انتخاب شد.

تاریخچه اتاق بازرگانی

در سال ۱۳۶۳ هجری شمسی، جناب محمدحسن امین‌الضرب با جلب نظر ناصرالدین شاه، تشکلی را تحت عنوان مجلس وکلای تجار ایران تأسیس کرد که بیشتر یک تشکل اقتصادی سیاسی آن دوره محسوب می‌شد و با اساسنامه‌ای که به تأیید شاه وقت رسیده بود، مشروعیت قانونی داشت. اما در سال ۱۳۰۹ محمدعلی فروغی که نخستین وزیر اقتصاد ایران بود، با ارائه لایحه‌ای در مجلس شورای ملی، آن مجلس را تحت عنوان اتاق تجارت تحت نظارت دولت قرار داد.

بالاخره در ۷ دی ماه ۱۳۳۳ مجلس سنا به منظور تمرکز دادن افکار بازرگانان کشور و همکاری آنان با یکدیگر در تهران و شهرستان‌هایی که اهمیت بازرگانی داشتند اتاق‌های بازرگانی را در قالب قانون تأسیس کرد که این اتاق نیز با همان نگاه محمدعلی فروغی، بیشتر تحت سیطره و نظارت دولت و خصوصاً وزارت اقتصاد بود. اما با تصویب قانون تشکیل اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران در سال ۱۳۴۸، برای نخستین بار استقلال اتاق بازرگانی مورد نگاه مقنن و تأیید آن قرار گرفت. نهایتاً در سال ۱۳۶۹ قانون اتاق بازرگانی، صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران به تصویب رسید و بعد از آن با اصلاحات بعدی در سال ۱۳۷۳ مورد توجه نظام تقنینی کشور بوده است.

هدف از تشکیل اتاق بازرگانی

طبق آنچه در ماده ۱ قانون تشکیل اتاق بازرگانی آمده است، به منظور کمک به فراهم آوردن موجبات رشد و توسعه اقتصاد کشور، تبادل افکار و بیان آراء و عقاید مدیران صنعتی، معدنی، کشاورزی و بازرگانی و به موجب وظایف و اختیارات این قانون، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران تأسیس می‌شود.

در خصوص ساختار اتاق بازرگانی، رکن اساسی و بنیادین اتاق مطابق آنچه که در قانون آن عنوان شده، هیأت نمایندگان اتاق است. اما در ادوار مختلف، این اهمیت مورد بی‌توجهی قرار گرفته و متأسفانه با یک نگاه رئیس محور و مبتنی بر رویکرد نظام مدیریت ریاستی و البته بدون تأمین نظرو تصویب هیأت نمایندگان، ریاست

اتاق با مدیریتی واحد بر سیستم اجرایی، برنامه‌ها و سیاست‌های خود را دنبال نموده است و همین امر موجب شده که واحدهای اجرایی اتاق اعتنایی به مطالبات بحق اعضای هیأت نمایندگان و در راستای وظایف نمایندگی‌شان نداشته باشند و موضوعات صرفاً از مجرای ریاست اتاق مورد اجرا قرار گیرد.

ارتباط اتاق و بخش خصوصی اقتصاد

اما آیا اتاق بازرگانی نماینده واقعی بخش خصوصی در کشور است؟ به صراحت می‌توان گفت خیر! زیرا ماهیت اقتصاد کشور بیش از هر چیزی دولتی است؛ باین توضیح که طبق بیان ریاست محترم مجلس شورای اسلامی، ۸۰ درصد اقتصاد کشور دولتی است و بانک‌ها و بنگاه‌های بزرگ اقتصادی که نوعاً تحت عنوان خصولتی‌ها از آنها یاد می‌شود، درصد عظیمی از این ۲۰ درصد باقی‌مانده را در اختیار دارند. سؤال این است که کدام بانک خصوصی دارای یک عضو در هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی است؟ یا کدام شرکت بزرگ بیمه‌ای خصوصی کشور دارای نماینده در هیأت نمایندگان اتاق است؟

بنابراین، اتاق بازرگانی امروز تشکلی است که نمایندگی همان ۲۰ درصد اقتصاد بخش خصوصی را هم نمی‌تواند به اثبات برساند و از همین رو، میزان تأثیرگذاری تفکرات منبعث شده از سوی اتاق در تقنین قوانین و سیاست‌های اقتصادی اجرایی دولت‌های مختلف مشاهده نمی‌شود.

تناسب عملکرد اتاق بازرگانی با اهداف تعیین شده

وظایف اتاق بازرگانی در ماده ۵ قانون اتاق تصریح شده است. طبق ماده ۵، وظایف و اختیارات اتاق ایران عبارت است از:

- الف) ایجاد هماهنگی و همکاری بین بازرگانان و صاحبان صنایع، معادن و کشاورزی در اجرای قوانین مربوطه و مقررات جاری مملکتی.
 - ب) ارائه نظر مشورتی در خصوص لوایح و طرح‌های مربوط به اتاق.
 - ج) همکاری با دستگاه‌های اجرایی و سایر مراجع ذی‌ربط به منظور اجرای قوانین و مقررات مربوط به اتاق.
 - د) ارتباط با اتاق سایر کشورها و تشکیل اتاق‌های مشترک و کمیته‌های مشترک با آنها براساس سیاست‌های کلی نظام جمهوری اسلامی ایران.
 - ه) تشکیل و شرکت در سمینارها و کنفرانس‌های مربوط به اتاق ایران در چهارچوب سیاست‌های نظام جمهوری اسلامی ایران.
 - و) کوشش در راه شناسایی بازار کالاهای صادراتی ایران در خارج از کشور و تشویق و کمک به مؤسسات مربوطه جهت شرکت در نمایشگاه‌های بازرگانی داخلی و خارجی.
 - ز) تشویق و ترغیب سرمایه‌گذاری داخلی در امور تولیدی بالاخص تولید کالاهای صادراتی که دارای مزیت نسبی باشند.
 - ح) تلاش در جهت بررسی و حل و فصل مسائل بازرگانی داخلی و خارجی اعضا از طریق تشکیل مرکز داوری اتاق ایران که اساسنامه مرکز داوری مزبور به پیشنهاد وزارتخانه‌های بازرگانی و دادگستری به تصویب مجلس شورای اسلامی خواهد رسید.
 - ط) ایجاد و اداره مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی به منظور انجام وظایف و فعالیت‌های اتاق.
 - ی) صدور کارت عضویت طبق آیین‌نامه اتاق ایران.
- اتاق بازرگانی در خصوص بند «ج»، «ح» و «ی» عملکرد

اتاق بازرگانی امروز تشکلی است که نمایندگی همان ۲۰ درصد اقتصاد بخش خصوصی را هم نمی‌تواند به اثبات برساند و از همین رو، میزان تأثیرگذاری تفکرات منبعث شده از سوی اتاق در تقنین قوانین و سیاست‌های اقتصادی اجرایی دولت‌های مختلف مشاهده نمی‌شود