



مجری نباشد. به همین دلیل، اکنون با واگذاری بازار به اصناف، در این راستا قدم برمی داریم، زیرا تنظیم بازار مهمترین وظیفه وزارت بازرگانی، در تمام دوره‌ها و در سراسر جهان می‌باشد. بنابراین، تلاش ما بر این است که دولت از حوزه اجرا خارج و به جایگاه نظارت بازگردد و وظیفه اجرا را به اصناف بسپارد. در واقع، برای بازگرداندن دولت به جایگاه نظارتی خود باید امور اجرایی را به اصناف واگذار کنیم. تأمین، ذخیره‌سازی و نگهداری و توزیع، سه مرحله تنظیم بازار است که در گذشته توسط اصناف انجام می‌شده و اکنون هم می‌تواند انجام شود.

اقتصاد ایران: آیا اصناف، آمادگی و صلاحیت لازم برای قبول مسؤلیت تنظیم بازار را دارند؟
اصناف و کسبه محل، مورد اعتماد و محل مشورت مردم می‌باشند، به طوری که این قشر در ساخت و نگهداری اماکن مذهبی، مدارس، رفع مشکلات محله‌ها و غیره همیشه پیش قدم بوده‌اند. ما معتقدیم که اصناف می‌توانند این مسؤلیت را انجام دهند، چرا که در گذشته این وظیفه را به خوبی انجام داده‌اند. بنابراین، بسترهای لازم و تجربه اجرای این مسؤلیت را دارند. البته اصناف طبیعتاً به این دلیل که حدود هفت دهه از انجام چنین مسؤلیتی دور بوده‌اند، به سرعت نمی‌توانند وارد کار شوند لذا باید به یک سری ابزار مجهز شوند که ما به این قدم، «توانمندسازی اصناف» می‌گوییم. به هر حال، اصناف قشر قابل اعتمادی هستند و در تمام فراز و نشیب‌های سال‌های انقلاب، بعد از انقلاب و دوران جنگ تحمیلی همواره یار دولت بوده‌اند. بیشترین کمک‌های نقدی به جبهه در دوران جنگ تحمیلی توسط همین گروه‌ها تأمین می‌شد. حتی هم‌اکنون نیز با وجودی که سطح زندگی بخش قابل توجهی از اصناف هم سطح کارمندان دولت است، اما همچنان بیشترین وجوهات شرعی را این گروه می‌پردازند، چرا که بسیار به مذهب و فرامین آن مقید هستند. کلام اصلی این که اصناف، گروهی قابل اعتماد و پاینده به نظام و انقلاب هستند و قابلیت و توانایی بالقوه‌ای دارند که باید به فعلیت برسد.

اقتصاد ایران: تحت این تفکر، آیا اصناف محور سیاست‌گذاری قرار می‌گیرند؟
در این جریان، اصناف به عنوان مجری سیاست‌های دولت وارد عمل می‌شوند. در واقع، دولت (وزارت) ◀

«دولت حامی اصناف است، نه بنکداران بازاری!»

گفت‌وگوی ماهنامه «اقتصاد ایران» با آقای محمدصادق مفتاح، معاون توسعه بازرگانی داخلی وزارت بازرگانی

اقتصاد ایران: مگر هدف از تشکیل تعاونی‌هایی نظیر تعاونی‌های یاد شده، حمایت از مصرف‌کننده نیست؟
نه، این طور نیست! دولت حمایت از مصرف‌کننده را در ایجاد شبکه‌ای موازی با شبکه موجود دید، نه بهینه کردن و تعامل با آن شبکه. در یک کلام، دولت به این مجموعه با دید رقابت و عدم تعامل نگاه کرد. تأسیس و تشکیل فروشگاه‌های عرضه مستقیم کالا نیز با همین هدف دنبال شد. اما در دولت نهم در نظر داریم فضای تقابل را به تعامل تبدیل کنیم و این امر را ضرورت حکومت داری می‌دانیم، چرا که معتقدیم دو عنصر بازرگانی و اقتصاد داخلی مانند سایر نقاط دنیا باید با هم تعامل داشته باشند. بزرگترین دلیل ما برای توجه به اصناف، آشتی دادن دو عنصر مهم بازرگانی داخلی یعنی دولت و بازار است، نه چیز دیگر. ما این هدف را یک کار استراتژیک تعریف کرده‌ایم.

اقتصاد ایران: این تقابل اثرات مخرب شدیدی، هم بر مصرف‌کننده و هم بر تولیدکننده گذاشته و روابط و نقش‌ها و جایگاه‌ها را پیچیده‌تر نموده است؟
بله، کاملاً درست است. در نظام مارکسیستی، عنصر غیردولتی از بین رفت، ولی از دیدگاه مکتبی و بنیان‌های اقتصادی، ما نه توانستیم و نه خواستیم که این کار را انجام دهیم و در مقابل، دولت عمده سعی خود را بر حذف و نادیده گرفتن این رقیب قدرتمند صرف نمود. اما این رقیب همواره در کنار دولت، حاضر بوده و تأثیرگذار هم بوده است، چرا که ما بالغ بر دو میلیون واحد صنفی در سطح کشور داریم که هفت میلیون اشتغال ایجاد کرده‌اند. لذا اصناف در اقتصاد و بازرگانی کشور نقش مهمی بازی می‌کنند. اغتشاش در قیمت‌ها که عارضه و مشکل کنونی اقتصاد کشور است، ریشه در همین مسأله دارد، زیرا زمانی که شما با شخصی قهر می‌کنید نخستین چیزی که از دست می‌دهید، کنترل و نظارت بر آن شخص است. متأسفانه در برنامه چهارم توسعه برای تمامی اقشار و گروه‌ها حتی اقشار با سهم بسیار کم در اقتصاد ملی، هدف‌گذاری شده است، اما از اصناف قدرتمند که سهم ۱۷ درصدی محصول ناخالص داخلی دارند، صحبتی نشده است. متأسفانه ترکیبی از کج‌فهمی و بدبینی سیاسی در کنار دیدگاه‌های چپ اقتصادی که با رنگ و لعاب اسلامی توسط برخی از طیف‌ها وارد کشور گردید، اصناف را یک گروه و مشرب سیاسی قلمداد می‌کند و همین مسأله موجب موضع‌گیری این گروه شد.

اقتصاد ایران: برای افزایش تعامل و ارتباط دولت با اصناف، تاکنون چه راهکارهایی را مدنظر قرار داده‌اید؟
نظارت یکی از راهکارهای معمول است. اما این نظارت زمانی باید صورت گیرد که فرد ناظر، خود

آقای محمدصادق مفتاح از شهریور ۱۳۸۴ یعنی همزمان با آغاز کار دولت نهم، علاوه بر معاونت توسعه بازرگانی داخلی وزارت بازرگانی، مدیریت شرکت بازرگانی دولتی ایران را هم بر عهده داشت. وی از اردیبهشت امسال، تمامی وقت و انرژی خود را بر بهبود وضعیت بازرگانی داخلی کشور متمرکز کرده است.

مفتاح که ریاست هیأت مدیره سازمان گسترش خدمات بازرگانی را طی سال‌های ۶۵ تا ۷۸ تجربه کرده، قبل از پست کنونی، معاونت بازرگانی سازمان صدا و سیما را در سال‌های ۷۸ تا ۸۴ عهده‌دار بود. وی همچنین تجربه مدیریت برخی از شرکت‌ها و سازمان‌های تابعه وزارت بازرگانی را در سابقه فعالیت‌های دولتی خود ثبت کرده است. در ادامه، گفت‌وگوی «اقتصاد ایران» را با معاون وزیری که گفت‌وگو با او از تسلطی قابل ذکر بر حوزه مدیریتش خبر می‌دهد، می‌خوانید.

اقتصاد ایران: آقای مفتاح! جنابعالی همواره تأکید بر حمایت از اصناف به عنوان واقعی‌ترین نماد بخش خصوصی کشور داشته‌اید! تعریف شما از اصناف نماد بخش خصوصی چیست؟ مکانیزم‌های تعامل دولت با این گروه، چگونه عمل می‌کنند؟
در بازار داخلی، دو بازیگر اصلی یعنی دولت و بدنه بازار حضور دارند. البته منظور از بازار، بازار سنتی و قدیمی نیست، بلکه بازار در اینجا به هر شبکه‌ای گفته می‌شود که در آن، امر توزیع صورت بگیرد. در این میان، ارتباط و تعامل بین دولت و اصناف به عنوان دو بازیگر مطرح و سهم هر یک، سرمنشأ بسیاری از تئوری‌های خرد است. به طور مثال، در سوسیالیسم اروپایی، سهم دولت از این تعامل ۶۵ درصد و سهم بازار ۳۵ درصد است. برعکس در سیستم کاپیتالیسم، دولت حدود ۲۰ درصد و بازار و بخش خصوصی ۸۰ درصد سهم دارند. بنابراین می‌بینیم در تمامی تئوری‌های اقتصاد خرد - چه تئوری‌های چپ و چه تئوری‌های راست - سهم دولت و بازار مبتنی بر تعامل میان این دو عنصر تعریف شده، نه تقابل و رقابت. اما متأسفانه در کشور ما به دلیل کج‌سلیقگی‌ها - که به ویژه بعد از انقلاب در برخی از طرز تفکرها تشدید شده است - این دو بازیگر اصلی بازار، به رقابت با یکدیگر پرداخته‌اند. در نتیجه این تقابل، دولت به اصناف بی‌اعتماد شده و پس از آن مجبور گردید در تقابل با اصناف گام بردارد. راه‌اندازی تعاونی‌های کارمندی که در آن خرید برای عموم آزاد است، تعاونی‌های مصرف محلی و سازمان میادین میوه و تره‌بار، از جمله نمونه‌ها و گواهی این مدعا تلقی می‌شوند.

با بانک‌ها و بیمه‌ها

● **بانک ملت** در راستای تسهیل امور بانکی پزشکان، نوع جدیدی از کارت‌های خود را با عنوان ملت کارت پزشکان وارد بازار پولی کشور کرد. به گزارش روابط عمومی بانک ملت، این کارت‌ها مغناطیسی و دارای رمز است و خرید سریع و آسان از فروشگاه‌های معتبر طرف قرارداد شبکه بانکی، از مهمترین مزایای آن محسوب می‌شود.

● از اول مهر ماه امسال، سپرده‌های کوتاه مدت ویژه سه ماهه و نه ماهه و بلندمدت ۱۸ ماهه به لیست سپرده‌های بانک سامان اضافه شده است. به گزارش روابط عمومی بانک سامان، برای اولین بار در بین بانک‌های کشور، سپرده کوتاه مدت ویژه سه ماهه با نرخ روز شمار ۱۴/۵ درصد و بلندمدت ۱۸ ماهه با نرخ روز شمار ۱۶/۸ درصد با قابلیت پرداخت سود ماهانه در کلیه شعب بانک سامان قابل افتتاح می‌باشد. این گزارش می‌افزاید: سپرده کوتاه مدت ویژه نه ماهه با نرخ روز شمار ۱۶/۳ درصد و قابلیت دریافت سود ماهانه آن، از دیگر سپرده‌های جدید بانک سامان است.

● **بانک رفاه** به عنوان نخستین بانک ایرانی موفق شد گواهی‌نامه تعهد به تعالی بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت EFQM را کسب کند. این گواهی‌نامه ویژه سازمان‌هایی است که حرکت به سمت تعالی را آغاز کرده‌اند و دریافت آن از سوی بانک، آغازگر جنبش سرآمدی در نظام بانکی است.

● سرپرستی‌های بیمه آسیا به منظور ارائه خدمات مطلوب به بیمه‌گذاران و در جهت تمرکززدایی و اجرای سیاست‌های منطقه‌ای، به ۱۳ سرپرستی افزایش یافت. علی‌ساعتی، معاون برنامه‌ریزی، شعب و نمایندگی‌های بیمه آسیا بیان این مطلب و اشاره به سیاست تمرکززدایی در بیمه آسیا گفت: با تشکیل سرپرستی‌های جدید، هموطنان جهت انجام امور بیمه‌ای خود، نیازی به حضور در مرکز ندارند و می‌توانند با مراجعه به این سرپرستی‌ها و شعبه‌های زیرمجموعه آن از خدمات بیمه آسیا بهره‌مند شوند.

● تعداد پایانه‌های فروش **بانک اقتصاد نوین** از مرز یکصد هزار دستگاه گذشت. به گزارش روابط عمومی بانک اقتصاد نوین، گسترش پایانه‌های فروش به عنوان یکی از ابزارهای بانکداری نوین از مردادماه سال گذشته در دستور کار بانک اقتصاد نوین قرار گرفت و این بانک توانست در مدت حدود ۱۳ ماه، تعداد پایانه‌های فروش خود را به یکصد هزار دستگاه برساند. این در حالی است که این بانک تا مرداد سال گذشته حتی یک پایانه فروش نیز راه‌اندازی نکرده بود.

● مدیرعامل **بانک پاسارگاد** گفت: بانک‌های خصوصی با نرخ سود ۱۳ درصد به ارائه تسهیلات می‌پردازند و کاهش نرخ سود بانکی در روند پرداخت وام به مردم هیچ تغییری به وجود نیاورده است. آقای مجید قاسمی افزود: بعضی افراد در مقابل بانک‌های خصوصی جبهه‌گیری می‌کنند و می‌خواهند عملکرد آنها را زیر سؤال ببرند در حالی که واقعیت غیر از این است.

ریشه در رقابتی کردن بازار دارد، یعنی بازار از طریق خود کنترلی اداره می‌شود. روش دیگر نظارت نیز که بخش کوچکی را شامل می‌شود، نظارت فیزیکی است. در این روش، با فرد متخلف برخورد مستقیم می‌شود. در واقع، علاوه بر این که می‌بایست از مکانیزم خود کنترلی برای نظارت بر بازار استفاده کرد، باید بر فعالیت بانکداران هم نظارت مستقیم و فیزیکی صورت گیرد.

اقتصاد ایران: مهمترین موانع نظارت بر بانکداران کدامند؟

مهمترین مشکل و مانع این است که بازار ما، رها شده و افسار گسیخته است. یکی از راه‌های کنترل بازار، ایجاد مرجع و رهبر برای آن است. ما دو میلیون واحد صنفی داریم که هر کدام برای خودشان تصمیم می‌گیرند. از سوی دیگر، اصناف به دلیل فقدان مرجع و رهبری که در مواقع لازم به آن مراجعه کنند، مانند موجی هستند که هر لحظه به سمتی می‌روند و مهمترین معضل اقتصاد کشور ما، توده‌ای عمل کردن اصناف و نداشتن مرجع واحد است. به عنوان نمونه، با شنیدن شایعه گرانی کالاها، اصناف توزیعی به احتکار پرداخته و موجب کمبود عرضه در بازار می‌شوند. راه حل رفع این معضل این است که اصناف در خصوص مسایل بازار، تصمیم‌گیری سازمان یافته و یکپارچه داشته باشند. در این حالت، بانکدار نیز مجبور می‌شود خودش را با قیمت‌های بازار تطبیق دهد، زیرا با بالا نگه داشتن قیمت‌ها، مشتری خود را از دست می‌دهد. مشکل دیگر، سرمایه‌گذاری‌های کوچک و خرد در امر توزیع می‌باشد، زیرا ما شرکت‌ها یا عناصر مالی توانمند در امر توزیع نداریم و جای خالی آنها به شدت احساس می‌شود. به همین دلیل هم توزیع در دست شرکت‌های کوچک و خرده پا است که منافع لحظه‌ای و کوتاه مدت دارند.

عوامل پخش خرد و پراکنده باعث می‌شوند که پیوند منطقی و مناسبی بین تولید و توزیع و بازخورد آن وجود نداشته باشد. از سوی دیگر، لایه‌های متعدد عمده فروش و خرده فروش در بازار باعث می‌شوند که تولیدکننده اطلاعات لازم را در مورد بازار مصرف و سلاقی مشتری به دست نیاورده و نتواند بازار را به درستی بشناسد و همین عامل باعث کندی بازتاب سلاقی مصرف‌کنندگان به تولیدکننده می‌شود.

اقتصاد ایران: و کلام آخر در رابطه با بازار!

ما باید تمام امکانات و پتانسیل‌های موجود در اقتصاد کشور را جهت ایجاد تعامل بین بخش‌های مختلف از جمله اصناف، بانکداران، بنگاه‌های دولتی و دولت به کار ببریم که این کار جز از طریق برداشتن فضای خصومت و دشمنی و رسیدن به یک تعامل مبتنی بر اعتماد و بازگرداندن دولت به جایگاه نظارت امکان‌پذیر نیست و این، پیام اصل ۴۴ نیز می‌باشد.

اقتصاد ایران: متشکریم. ■

بازرگانی) در زمینه بازار، سیاست‌گذاری می‌کند و اصناف به اجرای این سیاست‌ها و عملی کردن برنامه‌های پردازند.

اقتصاد ایران: با این تعریف، شرکت‌های خصوصی کوچک که در جهان بین‌المللی نماد بخش خصوصی هستند، در کجا قرار می‌گیرند؟

اصناف و شرکت‌های خصوصی هیچ منافاتی با یکدیگر ندارند، به ویژه این که اصل ۴۴ قانون اساسی، نفی دولتی بودن اقتصاد است و با نفی دولت نیز فضای خصوصی باز و گسترده‌تر می‌شود. این فضای خصوصی هم یک فضای تام است که شرکت‌ها، اصناف و بنگاه‌ها را در برمی‌گیرد. به عنوان مثال، زمانی که شما می‌خواهید برنج وارد کنید، کسبه نمی‌توانند این کار را انجام دهند. بنابراین، واردات توسط تجار و شرکت‌های معروف و نام و نشان دار انجام می‌شود و یا برای صادرات، شرکت‌های بزرگ اقدام می‌کنند. بنابراین، فعالیت اصناف و شرکت‌ها با یکدیگر منافاتی ندارند.

اقتصاد ایران: غالباً هر وقت صحبت از اصناف می‌شود، ذهن‌ها به سوی بازار معطوف می‌شود.

اصناف در تقسیم‌بندی بازار کجا قرار می‌گیرند؟

ما دو عنصر در بازار داریم که گاهی با هم اشتباه می‌شوند. کسی که در بازار به کار خرید و فروش مشغول است، صنف محسوب نشده و تنها یک بانکدار است. بخش اعظم فعالان بازار تهران، بانکدار هستند، نه صنف. البته بانکدار یک بخش ضروری بازار بوده و لذا نمی‌توانیم آن را از چرخه اقتصاد کشور حذف کنیم. اما متأسفانه بانکداران به صورت افسار گسیخته رها شده‌اند. زیاده‌خواهی و فضای بازی که دولت در اختیار این گروه قرار داده، هم به مصرف‌کننده و هم به تولیدکننده فشار می‌آورد. فاصله زیاد قیمت تولید تا قیمت مصرف، نتیجه عملکرد این قشر است که در نهایت باعث می‌شود یک کالا، گران به دست مصرف‌کننده برسد. به همین دلیل، باید پل نظارتی بالای سر بانکدار زده شود. در مقابل، مهمترین مزیت صنف، پایین نگه داشتن قیمت است، زیرا در این حالت فروش بالا می‌رود.

اقتصاد ایران: برای نظارت بر بانکداران، چه اقدامی اندیشیده شده است؟

برای این کار، تشکل‌های تولیدی را به تشکل‌های توزیعی متصل کرده‌ایم. برای مثال، در نوروز سال گذشته برای پایین نگه داشتن قیمت میوه از همین روش استفاده کردیم. بدین ترتیب، قیمت میوه بدون تغییر ماند و توانستیم ۷۵ میلیون تن میوه را با بهترین قیمت در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهیم.

اقتصاد ایران: در این شیوه، نظارت چگونه صورت می‌گیرد؟

در این شیوه، نظارت به دو روش انجام می‌شود. در نوع اول، نظارت خود به خودی برقرار است که