



مرکز پژوهش‌های اتاق
ایران

مدل‌های مختلف اتاق‌های بازرگانی (ویرایش دوم)

مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

بهمن ماه ۱۴۰۰

مدل‌های مختلف اتاق‌های بازرگانی

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، 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 کسب‌وکار 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 بخشی می‌پذیرند.
 ۲. اتاق‌ها به یک منطقه جغرافیایی خاص، خدمات ارائه می‌دهند.
 ۳. به‌عنوان یک قاعده، سازمان‌ها 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 کسب‌وکار و ترویج قانون به نفع کسب‌وکار می‌پردازند) ولی اهداف سیاسی را دنبال نمی‌کنند (به‌عنوان مثال، آن‌ها در انتخابات 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، تأیید گواهی مبدأ یا آموزش کسب‌وکار برای اعضا)
 ۶. در بسیاری کشورها سیستم اتاق‌ها با شاخه‌های محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی به‌صورت سلسله مراتبی 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.
- برای مطالعه دقیق اتاق‌های بازرگانی در دنیا علاوه بر مدل فعالیت این سازمان، نگاهی به قانون اتاق در کشورهای مختلف نیز می‌تواند راهگشا باشد. اینکه اتاق‌های تحت یک نوع مدل فعالیتی در عمل چگونه در حال اداره سازمان

خود هستند، تنها با بررسی قانون این نهاد قابل فهم است. به طور مثال در بسیاری از کشورها گرچه مطابق طبقه‌بندی مرسوم، دولت حق نظارت و دخالت در امور اتاق‌ها را داراست اما قانون اتاق به شدت این حق را محدود و کمرنگ کرده است. مطالعه مدل‌های گوناگون فعالیت در کنار قانون اتاق‌ها دریچه‌ای است به سوی درک صحیح از نقش و جایگاه اتاق‌های بازرگانی در کشورهای مختلف که مدتی است این جایگاه در ایران به شدت مورد مباحثه قرار گرفته است.

۲. انواع طبقه‌بندی مدل‌های فعالیت اتاق‌های بازرگانی

مطالعات زیادی در دنیا در ارتباط با طبقه‌بندی مدل‌های اتاق‌های بازرگانی انجام شده است. یکی از اولین مطالعات منتشر شده در این خصوص گزارش هلمور رکر^۱ آلمانی بود. به نظر او کلیه ارکان سازمانی و حقوقی اتاق‌ها در قالب الگوی قانون عمومی و خصوصی قابل توصیف است. قانون عمومی در کشورهای قاره اروپا غالب است که اتاق‌های بازرگانی سازمان‌های عمومی هستند که توسط قانون ملی هر کشور تنظیم می‌شوند و عضویت در آنها برای همه شرکت‌ها اجباری است. قانون خصوصی در بریتانیا و کشورهای تحت تأثیر سنت‌های انگلیسی و کشورهای اسکاندیناوی مورد استفاده قرار گرفته است. در این کشورها مهم‌ترین عامل برای تأسیس یک اتاق خواسته و نیاز جامعه فعال کسب و کار در یک منطقه است. اتاق‌های تحت قانون خصوصی شامل استرالیا، بلژیک، کانادا، بریتانیا، فنلاند، دانمارک، ایرلند، نیوزیلند، نروژ، سوئد، سوئیس و ایالات متحده است. اتاق‌های تحت نظارت قانون عمومی شامل اتریش، فرانسه، آلمان، ایتالیا، لوکزامبورگ و هلند است.

همان‌طور که مشخص است این دسته‌بندی بسیار ابتدایی و فاقد بررسی کلیه کشورهای دارای اتاق بازرگانی است. در مطالعه دیگری دو نویسنده آلمانی مارکوس پیلگریمر و رالف مییر^۲ طبقه‌بندی دیگری از مدل‌های اتاق بازرگانی ارائه شده است. در این بررسی اتاق‌های تحت نظارت قانون خصوصی به نام مدل آنگلساکسون، اتاق‌های تحت قانون عمومی به نام مدل قاره‌ای و آنهایی که برخی ویژگی‌های هر دو مدل را دارا می‌باشند به نام مدل ترکیبی نام‌گذاری شدند. علاوه بر آن نویسندگان این گزارش در تفسیر آن بیان داشتند که یک مدل دیگر هم باید به این مطالعه افزوده شود: قبل از اصلاحات سیاسی و اقتصادی یک مدل دولتی از اتاق‌های بازرگانی در کشورهای کمونیست وجود داشت که در واقع شکلی از تقسیم‌بندی در میان وزارت تجارت خارجی این کشورها بود. به‌طور مثال در چین و ویتنام اتاق‌ها در واقع ادارات دولتی به شمار می‌روند. در این مطالعه هم اتاق‌های بازرگانی کشورهای مختلف در ۴ طبقه‌بندی فوق‌الذکر دسته‌بندی می‌شوند.

اکثر محققان این حوزه بر این باورند که تفاوت عمده مدل آنگلساکسون با مدل قاره‌ای در ۴ عنصر محوری زیر است:

- نحوه عضویت
- منابع درآمدی
- حجم خدمات ارائه شده توسط اتاق

^۱ Helmut Rehker

^۲ Markus Pilgrim and Ralf Meier

• رابطه با دولت

نویسندگان زیادی در نوشته‌های خود به این سه مدل استناد کرده‌اند که نشان می‌دهد این طبقه‌بندی سه‌گانه (آنگلوساکسون، قاره‌ای و ترکیبی) به خوبی جا افتاده است. در نهایت آخرین مطالعات انجام شده در این باب اتاق‌های بازرگانی را به ۵ گروه طبقه‌بندی می‌کند. در گزارش منتشر شده توسط ویکتور ودوتف روسی^۱ علاوه بر مدل آنگلوساکسون، قاره‌ای که از قبل وجود داشته است، مدل ترکیبی به دو نوع آسیایی و اوراسیایی تقسیم‌بندی شده و مدل عمومی یا دولتی نیز در برخی از کشورها به رسمیت شناخته شده است. این طبقه‌بندی نشان می‌دهد که طیف مدل‌های ساختاری و حقوقی اتاق‌ها گسترده‌تر از قبل بوده و دلیل این تنوع تکامل تدریجی اتاق‌ها در طول ۴۰۰ سال است. به دلیل به‌روز بودن و کامل تر بودن طبقه‌بندی اخیر مبنای اصلی گزارش حاضر این دسته‌بندی قرار گرفته است.

۲,۱. مدل عمومی (دولتی):

اتاق‌هایی که بر اساس مدل حقوقی و سازمانی عمومی تأسیس می‌شوند 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. متفکران غربی مدل دولتی را به عنوان یک سیستم حقوقی و سازمانی مستقل نمی‌بینند و چنین اتاق‌هایی را ادارات دولتی به حساب می‌آورند.

مدل عمومی یکی از اشکال سازمان‌دهی مدیریت دولتی اقتصاد است. در این مدل دولت حق ویژه‌ای نسبت به مدیریت اتاق، تعیین بودجه فعالیت‌های اتاق، تفویض وظایف عمومی و جبران خدمات کارمندان اتاق به عنوان کارمندان دولت دارد. علاوه بر آن در این مدل اتاق‌ها تحت نظارت مقامات رسمی بوده و به آنها گزارش می‌دهند. مضاف بر آن مدل عمومی برای حمایت از منافع اقتصادی دولت و نه منافع اقتصادی کسب و کارها ایجاد شده است.

باید در نظر داشت که اکثر متفکران غربی مدل عمومی یا دولتی را به عنوان یک سیستم حقوقی و سازمانی مستقل نمی‌بینند. از سوی دیگر اما شواهدی وجود دارد که مدل عمومی پایه و اساس اتاق‌های بازرگانی در سراسر جهان را بنا نهاده که در طول این سال‌ها دچار تحول و تکامل شده‌اند، به‌طور مثال فرانسه و آلمان از مدل عمومی به مدل قاره‌ای تغییر پیدا کردند. همچنین باید به این نکته اشاره شود که این مدل با همه سیستم‌های سیاسی به جز لیبرال دموکراسی قابلیت تطبیق دارد. دلیل آن هم این موضوع است که بسیاری از حکومت‌ها اتاق بازرگانی و صنایع به‌عنوان سازمان تابعه دولتی باشد.

۲,۱,۱. ویژگی‌های مدل عمومی:

۱. نظارت قانون عمومی: زمانی که حاکمیت، اتاق‌ها را به عنوان واحدی از ادارات دولتی تأسیس می‌کند، فعالیت آن‌ها بر اساس مصوبات قانون عمومی تنظیم می‌شود.

^۱ Victor I. Fedotov

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 هیئت رئیسه اتاق هم در این مدل دارد. اتاق‌های بازرگانی چین، کوبا و ویتنام تحت هدایت حزب کمونیست این کشورهاست.
۶. وظایف عمومی: تقریباً همه اتاق‌های با سیستم عمومی، 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. تأمین مالی عمومی: منبع اصلی تأمین 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 انتصابات روسای اتاق هم می‌شود که بزرگ‌ترین تفاوت مدل دولتی با سایر اشکال اتاق‌ها نیز است.

۲،۱،۲. اشکالات مدل عمومی:

معایب مدل عمومی بسیار واضح است. در یک نظام پدرسالار نظارت کامل و کنترل همه‌جانبه بر تمام اقشار جامعه - کارآفرینان، در این حالت - عزت انسان را پایین آورده و انگیزه فرد را برای انجام کارهای خوب به نفع دولت و جامعه کاهش می‌دهد. فقدان آزادی در تصمیم‌گیری شامل تعیین هیئت رئیسه اتاق، کارآفرینان را در خانه خود به یک مهمان تبدیل می‌کند. سایر معایب این مدل:

- محدودیت حوزه فعالیت اتاق بوسیله قانون عمومی
- کاهش انگیزه کارآفرینان برای مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی به دلیل عضویت اجباری
- وابستگی به دولت و نقض اصل تفکیک قوا در مدیریت اتاق به دلیل مدیریت دولتی
- محدودیت در انتخاب مأموریت و خدمات به دلیل وظایف عمومی محول شده
- وابستگی به دولت به دلیل تأمین 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 آورده شده‌اند.

جدول ۱- کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل عمومی

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

۲،۲. مدل انگلوساکسون:

مدل انگلوساکسون مدلی مبتنی بر عضویت داوطلبانه و بدون قانون برای اتاق بازرگانی می‌باشد. 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 به‌عنوان شخص حقوقی در زمینه‌های برابر با دیگر انجمن‌ها و اتحادیه‌ها، ثبت می‌شود. لذا می‌توان 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 می‌شود 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 می‌شود.

۲،۲،۱. ویژگی‌های مدل انگلوساکسون:

۱. تحت نظارت قانون خصوصی: در این مدل عملکرد اتاق بر اساس مقررات پذیرفته شده برای سازمان‌های غیرانتفاعی است.
۲. عضویت اختیاری: یکی از مهم‌ترین فاکتورهای شکل‌گیری سیستم انگلوساکسون همین عضویت اختیاری است. دولت‌ها معافیت‌های مالیاتی را بابت حق عضویت اعطا می‌کنند زیرا آنها علاقه‌مند به ایجاد سازمان‌های غیرانتفاعی داوطلب هستند.
۳. عدم وجود قانون حمایت از نام اتاق: قانون خصوصی به هر شخصی اجازه ایجاد انجمن‌ها یا اتاق‌های بازرگانی را می‌دهد.
۴. آزادی در انتخاب حوزه ارضی فعالیت‌ها: مؤسس یک اتاق بازرگانی در این مدل می‌تواند منطقه فعالیت خود را بدون مشورت با دولت یا اتاق‌های دیگر انتخاب کند.
۵. خودگردانی: بر اساس قانون خصوصی، کسب و کارها می‌توانند سازمان خود را ایجاد کرده و سپس مقررات مرتبط را پذیرفته، هیئت رئیسه را انتخاب، هزینه‌های عضویت را ایجاد و برنامه‌های 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 نیپال ۲ اتاق ملی دارد. ولی بیشتر کشورهای صنعتی دارای مدل آنگلو ساکسون 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 مبدأ 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 کسب و کارهاست.
 ۱۰. عدم وجود نظارت دولتی: نبود قانون و وظایف عمومی اتاق‌ها را از نظارت و مدیریت دولتی بی‌نیاز کرده است.
- ۲،۲،۲. اشکالات مدل آنگلو ساکسون:

- 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 جدیدی 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 آنگلو ساکسون به تفکیک قاره‌ها آورده شده‌اند.

جدول ۲- کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل آنگلو ساکسون

استرالیا- فیجی- گوام- کیریباتی- جزایر مارشال- میکرونزی- نیوزیلند- پالاتو- پاپوآ گینه نو- جزایر سلیمان - تونگا- تووالو ^۱ - ساموآ	اقیانوسیه
آذربایجان- برونی- هندوستان- اسرائیل- قزاقستان- مالزی- مالدیو- سری لانکا- ازبکستان	آسیا
بوتسوانا- بروندي- گینه استوایی ^۲ - گابن- گامبیا- گینه- گینه بیسائو- لسوتو- لیبیا- موریس- مالاوی- موزامبیک- نیجریه- رواندا- سائوتومه و پرنسیپ ^۳ - سیشل ^۴ - سوازیلند- سومالی- سیرا لئون- آفریقای جنوبی- تانزانیا- زامبیا- زیمبابوه	آفریقا

¹ Tuvalu

² Equatorial Guinea

³ Saõ Tomé and Príncipe

⁴ Seychelles

اروپا	بلژیک- بلغارستان- دانمارک- استونی- بریتانیای کبیر- ایرلند شمالی- ایسلند- لتونی- لیختن اشتاین- مالت- موناکو- نروژ- سوئیس
آمریکا	آرژانتین- آنتیگوا و باربودا- باهاما- باربادوس- بلیز- شیلی- دومینیکا- گرانادا- گویان- جامائیکا- سنت کیتس و نویس ^۱ - سنت لوسیا- سنت وینسنت و گرنادین‌ها ^۲ - ترینیداد و توباگو- ایالات متحده- ونزوئلا

۲,۳. 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 آن اجباری می‌باشد.

این مدل تا حد بسیاری شبیه مدل عمومی است و تفاوت عمده آن دو در انتخاب یا انتصاب نهادهای حاکم^۳ 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 هیئت رئیسه را خود انتخاب کرده و تصمیم‌گیری‌های اتاق هم با خودشان است. کشور آلمان را زادگاه اصلی این مدل می‌دانند.

۲,۳,۱. 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 هیئت رئیسه و سیستم مدیریت اتاق را مشخص می‌کند.
۲. عضویت اجباری: در این مدل به کسب و کارها حق رأی داده می‌شود تا به عنوان عضو اتاق انتخاب شوند. این حق رأی کسب و کارها را ملزم می‌کند تا در انتخابات شرکت کرده تا 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 هیئت رئیسه خود را دارد. اما در عین حال تأثیر 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. از جمله خدمات واگذار شده به اتاق‌ها می‌توان به خدمات مشاوره، کمک‌های فنی، تبلیغ و انتشار تکنولوژی‌های پیشرفته، آموزش‌های فنی حرفه‌ای، ارائه آمار و اطلاعات اقتصادی، ارزیابی کارشناسی (داوری تجاری)، تأیید امضای الکترونیک اشاره کرد. 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.

^۱ Saint Kitts and Nevis
^۲ Saint Vincent and the Grenadines
 3 governing bodies

۵. جایگاه مشورتی: دولت نیازمند نظر مشورتی اتاق برای انجام کلیه فعالیت‌هایی است که ممکن است بر کسب و کارها تأثیر بگذارد. این الزام به مشورت با اتاق‌ها در قانون فرانسه و لوکزامبورگ وجود دارد در حالیکه در قانون آلمان چنین اجباری نیست و دولت بر اساس عرف از اتاق مشورت می‌گیرد.
۶. تضمین تأمین مالی توسط دولت: منبع اصلی تأمین 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. روش‌های تأمین مالی: (۱) حق عضویت: ۳۰ تا ۸۰ درصد، (۲) مالیات‌ها، تأمین مالی از طریق وظایف عمومی واگذار شده به اتاق و یارانه‌ها: ۲۰ تا ۳۰ درصد، (۳) مشارکت در فعالیت‌های بازرگانی: ۵ تا ۱۰ درصد. (منابع درآمدی اتاق ترکیه: حق ثبت نام، حق عضویت سالانه، حق عضویت تجمیعی (معادل ۰,۵ درصد از درآمد ذکر شده در ترازنامه است که اساس اظهارنامه‌های مالیات بر درآمد را تشکیل می‌دهد زیرا درآمد بازرگانان و صنعتگران را نشان می‌دهد) فروش خدمات، هزینه‌های ارائه اسناد و مدارک، کمک‌ها و اعانه‌ها، سود مشارکت، درآمدهای سرمایه‌ای منقول و غیرمنقول، سود شرکت‌ها و موارد دیگر، سایر منابع درآمدی اتاق ترکیه را تشکیل می‌دهد.)
۷. سلسله مراتب بین اتاق‌ها: سیستم اتاق ملی^۱ 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 تقسیم‌بندی در میان کشورهای خاورمیانه وجود ندارد 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 تأسیس اتاق حوزه فعالیت اتاق‌ها را مشخص می‌نماید.

۲,۳,۲. اشکالات مدل قاره‌ای:

- پرداخت اجباری حق عضویت یا مالیات‌های اخذ شده به سود اتاق و فقدان انگیزه لازم برای مشارکت در انتخابات غیرمستقیم هیئت رئیسه (انتخابات هیئت نمایندگان) از جمله عمده‌ترین معایب این مدل است.
- 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 هیئت رئیسه اتاق
 - آزادی محدود در انتخاب مأموریت و خدمات به دلیل وظایف عمومی محول شده از سوی قانون
 - وابستگی به دولت به دلیل تأمین مالی عمومی
 - دخالت دولت در امور اتاق به دلیل نقش نظارتی اش

^۱ National chamber

در جدول زیر کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل قاره‌ای به تفکیک قاره‌ها آورده شده‌اند.

جدول ۳- کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل قاره‌ای

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

۲،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^{۱۰} اجباری می‌باشد. ژاپن اولین کشوری بود که این مدل ترکیبی عضویت در اتاق بازرگانی را برگزید.

هدف اصلی در ایجاد این نوع اتاق بازرگانی متحد کردن تلاش‌های مقامات و سرمایه‌های بزرگ در تجارت بین‌المللی در حال توسعه و ترویج کسب‌وکار کوچک بوده است. این مدل ترکیبی از برخی ویژگی‌های مدل انگلوساکسون و مدل قاره‌ای است. مدل قاره‌ای لیبرال‌تر از مدل عمومی است و مدل آسیایی را می‌توان لیبرال‌تر از مدل قاره‌ای در نظر گرفت.

۲،۴،۱ ویژگی‌های مدل آسیایی:

۱. تحت نظارت قانون عمومی: کارکردهای اتاق‌ها شامل شکل سازمانی، دستورالعمل‌های عضویت، قوانین انتخاباتی و قوانین مدیریت اتاق در مدل آسیایی بر اساس قانون تعیین می‌شود.
۲. عضویت ترکیبی: یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد مدل آسیایی رویکرد متفاوت نسبت به کسب و کارهای مختلف به منظور عضویت اختیاری و اجباری است. به طور مثال برای بنگاه‌های کوچک و متوسط عضویت

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

- اختیاری و برای شرکت‌های بزرگ اجباری است. یا در شکلی دیگر عضویت برای شرکت‌های درگیر در صادرات و واردات اجباری و برای سایر شرکت‌ها اختیاری است.
۳. حمایت از نام اتاق: کسی حق استفاده از نام اتاق یا ترکیبی شامل اتاق را ندارد.
۴. تنظیم حوزه ارضی فعالیت‌ها: قانون اتاق حوزه فعالیت آن را منطبق بر تقسیم‌بندی‌های استانی و منطقه‌ای کشوری مشخص می‌کند که تنها با موافقت وزارتخانه ناظر قابل تغییر است.
۵. حاکمیت محدود: این مدل از استقلال بیشتری نسبت به مدل قاره‌ای برخوردار است و وظایف حاکمیتی اتاق از جمله انتخاب هیئت رئیسه و تصمیم‌گیری درباره امور داخلی بر عهده خود اتاق است.
۶. وظایف عمومی: قانون، وظایف عمومی را بر عهده اتاق گذاشته که سبب ایجاد درآمد برای این نهاد می‌شود. در کشور ژاپن بر اساس قانون، ثبت اطلاعات مربوط به شرکت‌ها و حجم گردش مالی و خروجی کالا، از طرف دولت به اتاق واگذار شده است. از دیگر وظایف اتاق‌ها در ژاپن تأیید گواهی مبدأ و مشاوره به بنگاه‌های کوچک برای تأمین مالی، مالیات، اشتغال و حسابرسی است. قوانین ایران اتاق‌ها را ملزم به وظایفی از جمله ارتباط با هم‌تایان خود (سایر اتاق‌ها) در کشورهای دیگر، برگزاری نمایشگاه‌های تجاری در داخل و خارج از کشور (با مجوز از وزارت صنعت، معدن و تجارت)، تبلیغ کالاهای ایرانی در بازارهای خارجی و تأیید اسناد بین‌المللی می‌نماید. از دیگر وظایف عمومی مهم واگذار شده به اتاق‌ها در این مدل آموزش‌های فنی - حرفه‌ای است.
۷. جایگاه مشاوره برای دولت: مطابق قانون دولت موظف به مشاوره با اتاق در رابطه با امور مربوط به توسعه اقتصادی است.
۸. تضمین مالی نسبی: تنها یک‌پنجم درآمدهای اتاق از محل حق عضویت تأمین می‌شود. باقی آن از وظایف عمومی یا مشارکت در فعالیت‌های بازرگانی تأمین می‌شود. از آن جمله می‌توان به انواع مختلف ثبت، تأیید گواهی مبدأ، برگزاری دوره‌های ظرفیت‌سازی، برگزاری نمایشگاه و سازمان‌دهی برنامه‌های تجاری اشاره کرد. ذکر این نکته ضروری است که درآمدهای ناشی از فعالیت‌های تجاری شامل دریافت مالیات می‌شود، اما حق عضویت و یارانه‌ها از مالیات معاف هستند. نمونه‌های 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 می‌شوند. این رویه که نوعی ثبت غیرمستقیم عضویت است، حمایت مالی از اتاق هم به شمار می‌رود.
۹. سلسله مراتب اتاق‌ها: در مدل آسیایی عضویت 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. به طور مثال دولت ایران هیئت ویژه‌ای را برای مدیریت اتاق ملی این کشور ایجاد کرده است. شورای عالی نظارت مرکب از وزیر اقتصاد، صنعت، معدن تجارت، کشاورزی به همراه رئیس و دو تن از نواب رئیس اتاق است. جایگاه این شورا بالاتر از هیئت نمایندگان اتاق است و سیاست‌ها و جهت‌گیری‌های استراتژیک فعالیت‌های اتاق را تعریف می‌کند.

۲،۴،۲. اشکالات مدل آسیایی:

- دامنه محدود فعالیت‌های اتاق به دلیل مشخص شدن آن توسط قانون

- آزادی محدود در انتخاب مأموریت و خدمات به دلیل وظایف عمومی محول شده از سوی قانون
 - دخالت دولت در امور اتاق به دلیل نقش نظارتی‌اش
 - وابستگی به دولت به دلیل تأمین مالی عمومی
- در جدول زیر کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل آسیایی به تفکیک قاره‌ها آورده شده‌اند.

جدول ۴- کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل آسیایی

آسیا	بنگلادش- بوتان- اندونزی- ژاپن- کویت- نپال- پاکستان- سنگاپور- تایلند و ایران ^۱
اروپا	مقدونیه- مولداوی

۲,۵. 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 انگلوساکسون 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 دارد؛ قلمرو فعالیت‌ها و نقش‌های واگذار شده توسط دولت، وجود دارد. اولین نشانه‌های مدل اوراسیایی در آمریکای شمالی و کشور کانادا دیده شد.

۲,۵,۱. ویژگی‌های مدل اوراسیایی:

۱. تحت نظارت قانون عمومی: کارکردهای اتاق‌ها در مدل اوراسیایی بر اساس قانون تنظیم می‌شود.
۲. عضویت اختیاری: ماهیت عضویت در این مدل منطبق با مدل انگلوساکسون 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 آن را منطبق بر تقسیم‌بندی‌های 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 تأیید گواهی مبدأ، داوری اختلافات بازرگانی، حل و فصل منازعات در دادگاه‌ها را بر عهده اتاق گذاشته که سبب ایجاد درآمد هم می‌شود.

^۱ در این گزارش اشاره شده است که اتاق ایران کلیه ویژگی‌های اتاق‌ها در مدل آسیایی را داراست، اما به دلیل مشارکت دولت در انتصاب هیئت رئیسه و مدیریت اتاق، در مدل عمومی قرار گرفته است. به دلیل عدم صحت گزاره مطرح شده، طبقه‌بندی درست اتاق ایران همان مدل آسیایی است.

۷. عدم وجود نقش مشورتی برای دولت: قانون اتاق حق حمایت از منافع اعضای اتاق را برای این نهاد تضمین کرده است. دولت اما الزامی برای گرفتن نظرات اتاق در مورد پیش‌نویس قوانین و مقررات ندارد.

۸. استقلال مالی: حق عضویت تنها ۵ تا ۱۰ درصد از درآمد اتاق را تشکیل می‌دهد. اتاق‌ها در این مدل منبع ثابت درآمدی به دلیل عضویت اختیاری ندارند. به طور مثال منابع درآمدی اتاق سوئد به شرح زیر است:

- حق عضویت: ۱۰ تا ۵۰ درصد
- گواهی مبدأ: 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 سه‌گانه 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 بی‌نیاز هستند.

۲,۵,۲. 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 آورده شده‌اند (Fedotov, 2007).

جدول ۵- کشورهای دارای اتاق بازرگانی با مدل اوراسیایی

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

۳. مقایسه قانون اتاق‌های بازرگانی در کشورهای منتخب با ایران:

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی جمهوری اسلامی ایران مؤسسه ای غیرانتفاعی است که دارای شخصیت حقوقی و استقلال مالی می باشد.

ارکان اتاق ایران عبارت است از:

الف - شورای عالی نظارت

ب - هیئت نمایندگان

ج - هیئت رئیسه

شورای عالی نظارت بر اتاق ایران از اشخاص زیر تشکیل می شود:

وزرای صمت، امور اقتصادی و دارایی، کشاورزی، رئیس موسسه استاندارد و رئیس و دو نائب رئیس اتاق ایران. ریاست شورای عالی نظارت با وزیر صمت می باشد.

هیئت نمایندگان اتاق ایران نمایندگان منتخب هر یک از اتاق ها و نمایندگان اتحادیه ها و سندیکاهای وابسته به اتاق است که در اولین جلسه هیئت نمایندگان برای مدت ۴ سال انتخاب و به اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران معرفی می نمایند.

هر اتاقی که کمتر از ۱۵۰ عضو داشته باشد یک نفر نماینده و اتاقی 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 می شود. عضویت در هیئت نمایندگان اتاق ایران افتخاری است.

اعضای هیئت رئیسه اتاق ایران هفت نفر و هر کدام از شهرستان ها پنج نفر می باشد که در اولین جلسه هیئت نمایندگان برای مدت چهار سال انتخاب می شوند.

۳,۱. قطر

طبق قانون، اتاق تجارت و صنعت قطر که به "اتاق" شهرت دارد یک موسسه عمومی^۱ است. ارکان اتاق شامل مجمع عمومی، هیئت رئیسه و دفتر اجرایی است.

مجمع عمومی این اتاق مرکب از کلیه اعضای اتاق است که حق عضویت خود را پرداخت کرده اند. مجمع عمومی به دعوت رئیس اتاق سالی یک بار تشکیل جلسه داده و در مورد بودجه، گزارش حسابرسی نهایی و گزارش سالانه اتاق بحث می شود.

از سوی دیگر عضویت اشخاص عادی و حقوقی که در فعالیتهای صنعتی، بازرگانی و کشاورزی مشارکت دارند و شرکت یا شعبه آن در قطر واقع شده باشد، می توانند برای عضویت در اتاق قطر ثبت نام کرده و در گروه های مرتبط طبقه بندی شوند. شرایط عضویت در اتاق قطر:

- تابعیت قطر یا افراد خارجی داری مجوز فعالیت در موارد فوق الذکر (بازرگانی، صنعتی، کشاورزی)
- ثبت نام در ثبت تجاری^۲

^۱ public benefit establishment

^۲ commercial register

- دارای حداقل ۲۱ سال سن
 - متقاضی نباید به جرم اخلاقی محکوم شده باشد، مگر اینکه سه سال از اجرای مجازات گذشته باشد. در صورت عدم اجرای حکم، مدت سه سال از تاریخ صدور حکم گذشته باشد.
- هیئت رئیسه اتاق متشکل از هفده عضو است که توسط مجمع عمومی انتخاب می‌شوند و نمایندگان بخش‌های مختلف اقتصادی هستند. وزارت دارایی، اقتصاد و بازرگانی^۱ پس از در نظر گرفتن نظرات وزرای مربوطه، برای تعیین درصد اعضای نمایندگی این بخش‌ها مصوبه صادر می‌کند. مدت تصدی هیئت رئیسه چهار سال است.
- با دستور وزیر دارایی، اقتصاد و بازرگانی یا دستورالعمل هیئت رئیسه اتاق، عضویت عضو اتاق برخلاف موازین مربوطه لغو می‌شود. تصمیم لغو عضویت توسط کمیته‌ای به ریاست قاضی منصوب شده توسط وزیر و عضویت دو عضو دیگر اتاق منصوب شده توسط هیئت رئیسه صادر می‌شود. تصمیم کمیته نهایی خواهد بود.
- دفتر اجرایی^۲ شامل رئیس هیئت مدیره، معاون او و دبیر افتخاری صندوق است. دفتر اجرایی بر اجرای مصوبات هیئت رئیسه و دستگاه‌های اداری و مالی اتاق نظارت دارد.
- منابع درآمدی اتاق قطر:

- حق عضویت
- حق تأیید گواهی‌ها و مدارک
- درآمد ناشی از فروش کتاب و مجلات اتاق
- هزینه‌های داوری تجاری که با موافقت طرفین به اتاق ارجاع می‌شود
- هزینه‌های بررسی کالا و تهیه گزارشات مربوطه^۳

۳.۲. ترکیه

اتحادیه اتاق‌ها و بورس کالای ترکیه^۴ یک نهاد حقوقی عمومی^۵ است که دارای ماهیت یک سازمان عالی حرفه‌ای بوده و به منظور ایجاد یگانگی و هماهنگی میان اتاق‌ها و بورس کالاهای ترکیه تشکیل شده است. مقر TOBB در آنکارا است. باید یادآور شد که TOBB برخی وظایف را که به صورت سنتی به عهده وزارتخانه‌ها یا مؤسسات عمومی است، اما در چارچوب اهداف تأسیس و زمینه کاری مندرج در این قانون قرار می‌گیرد را نیز انجام می‌دهد.

ساختار و تشکیلات TOBB:

- مجمع عمومی^۶
- شوراهای اتاق و بورس کالا^۷

^۱ Ministry of Finance, Economy and Commerce

^۲ The executive office

^۳ <https://www.almeezan.qa/LawView.aspx?opt&LawID=22&language=en>

^۴ The Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey (TOBB)

^۵ public legal entities

^۶ General Assembly

^۷ Councils of the Chamber and Commodity Exchange

- هیئت رئیسه^۱
- هیئت عالی انضباطی^۲

مجمع عمومی متشکل از اعضای هیئت نمایندگان^۳ (معادل هیئت نمایندگان در اتاق ایران) است که رئیس کل اتاق را تعیین می‌کند و تعداد اعضای آن متغیر و در حدود ۱۵۰۰ نفر است. مدت نمایندگی ۴ ساله است. هر کدام از اعضای مجمع در یکی از اتاق‌های استانی یا منطقه‌ای این کشور ابتدا به عنوان نماینده انتخاب می‌شوند و سپس با توجه به تعداد اعضای هر یک از اتاق‌های استانی، نمایندگان بر حسب تعداد آرای بدست آمده‌شان به مجمع عمومی راه می‌یابند. شرایط کاندید شدن در اتاق‌های استانی و منطقه‌ای، برای احراز نمایندگی، صرفاً عضویت در اتاق و اشتغال به فعالیت‌های تجاری است.

هر اتاق و بورس کالا حداقل یک نماینده در مجمع عمومی دارد. این نماینده رئیس آن اتاق یا بورس کالا است. برای داشتن نمایندگان بیشتر در مجمع عمومی، تعداد اعضای درج شده در لیست انتخابات و حق اشتراک واقعی که توسط اتاق‌ها و بورس کالا به اتحادیه پرداخت می‌شود، مورد توجه قرار می‌گیرد. یکی از وظایف مهم مجمع عمومی انتخاب رئیس، اعضای اصلی و علی‌البدل هیئت رئیسه، اعضای شورای اتاق‌ها و بورس کالا و اعضای هیئت عالی انضباطی TOBB است.

هیئت رئیسه TOBB هم ۱۵ نفر است که برای یک دوره ۴ ساله انتخاب می‌شوند. هیئت عالی انضباطی هم مرکب از ۶ عضو از میان اعضای مجمع عمومی است که وظیفه این هیئت رفع ایرادات تنبیهات انضباطی است که برخلاف تصمیمات مجمع عمومی صورت گرفته و تصمیمات هیئت رئیسه در ارتباط با عدم شروع تحقیق در خصوص یک موضوع است. به منظور انتخاب شدن به عنوان اعضای اتاق، بورس کالا و TOBB، نامزدها باید شرایط زیر را داشته باشند:

- گذشت حداقل دو سال از ثبت نام در اتاق و بورس کالا، به جز اتاق‌های تازه تأسیس
- داشتن ۲۵ سال کامل در زمان انتخابات
- عدم ورشکستگی یا به دست آوردن مجدد اعتبار بعد از ورشکستگی
- عدم ارتکاب به جرائمی نظیر: جنایت، جرائم علیه امنیت کشور، جرائم علیه نظام قانون اساسی و عملکرد این سیستم، جرائم علیه دفاع ملی، حبس به مدت ۵ سال یا بیشتر، افشای اسرار دولتی و جاسوسی، اختلاس، فساد، رشوه‌خواری، سرقت، کلاهبرداری، جعل، سوءاستفاده، ورشکستگی متقلبانه، تقلب در مناقصه رسمی و قاچاق.

• پرداخت مالیات به دلیل درآمد تجاری یا صنعتی

برای اینکه یک اتاق در یک استان تأسیس شود لازم است که حداقل ۱۰۰۰ بازرگان یا صنعتگر یا کسانی که با تجارت دریایی سروکار دارند و در دفاتر ثبت تجاری ثبت شرکت کرده و شرایط مندرج در قانون را دارا می‌باشند، به صورت کتبی برای تأسیس اتاق درخواست بدهند. تصمیم‌گیری در ارتباط با این درخواست به عهده وزارت صنعت و تجارت است.

^۱ Board of Directors

^۲ Supreme Disciplinary Board

^۳ Delegates

لازم به ذکر است که در ترکیه صنعتگران توانایی تشکیل اتاق صنعت و بازرگانی حوزه دریایی توانایی تشکیل اتاق تجارت دریانوردی را دارند که قوانین مختص به خود را دارد.

بازرگانی که در دفاتر ثبت تجاری ثبت شرکت کرده‌اند و کلیه اشخاص حقیقی و مؤسسات حقوقی دارای عنوان بازرگان صنعتگر و دریایی مطابق ماده ۵ و کلیه شعب و کارخانه‌های آنها موظف‌اند در اتاق منطقه‌ای که در آن واقع شده‌اند، ثبت نام کنند. ثبت نام اعضای مربوط به گروه‌های شغلی باید در یک پایگاه داده الکترونیکی مشترک تشکیل شده در وزارت صنعت و تجارت و اتحادیه اتاق‌ها و بورس کالای ترکیه به روز باشد (قانون اتحادیه اتاق‌های بازرگانی و بورس کالای ترکیه) منابع درآمدی اتاق ترکیه

- حق ثبت شرکت
- حق عضویت سالانه
- حق عضویت تجمیعی: اتاق سالانه حق عضویت تجمیعی دریافت می‌کنند که معادل ۰,۵ درصد از درآمد ذکر شده در ترازنامه است که اساس اظهارنامه‌های مالیات بر درآمد را تشکیل می‌دهد زیرا درآمد بازرگانان و صنعتگران را نشان می‌دهد. سود بودجه بازرگانی نیز اساس اظهارنامه مالیات شرکت‌ها را تشکیل می‌دهد که بازرگانان و صنعتگران را شخصیت‌های حقوقی در نظر می‌گیرد.
- هزینه‌های دریافتی بابت خدمات ارائه شده: میزان و نرخ این هزینه‌ها برای گواهی و اسناد آماده شده بوسیله تعرفه‌های وضع شده مصوب بوسیله پیشنهادیه هیئت رئیسه تعیین می‌شود که در هر صورت نباید بیشتر از سقف تعیین شده برای حق عضویت سالیانه باشد.
- هزینه‌های ارائه اسناد و مدارک
- هزینه‌های چاپ و نشر
- کمک‌ها و اعانه‌ها (قانون اتاق ترکیه)

۳,۳. کره

در کره هر شخصی که تجارت یا صنعتی را اداره می‌کند (برای کسب درآمد تجاری)، که از این پس بازرگان و صنعتگر^۱ نامیده می‌شود، برای عضویت در اتاق بازرگانی و صنایع دارای صلاحیت است. سازمان‌ها و شرکت‌های غیرانتفاعی مرتبط با تجارت هم می‌توانند واجد شرایط عضو ویژه^۱ اتاق باشند.

صرف‌نظر از بند فوق، مقدار مالیات پرداختی مطابق با استانداردهای تعیین شده توسط فرمان ریاست جمهوری باید به حق واجد شرایط عضویت در یک اتاق بازرگانی و صنایع اضافه شود.

استانداردهای واجد شرایط بودن برای عضویت طبق بند بالا با توجه به نرخ تورم و سایر شرایط اقتصادی ممکن است هر سه سال یک بار اصلاح شود.

^۱ special membership

اتاق بازرگانی و صنایع کره^۱ با تأسیس حداقل ۵ اتاق بازرگانی و صنایع به عنوان پیش برنده (مروج)^۲ و با موافقت حداقل ۱۰ اتاق بازرگانی و صنایع تشکیل می‌شود، مجمع عمومی و مجوز آن توسط وزیر بازرگانی، صنعت و انرژی^۳ اعطا می‌شود. اتاق‌های بازرگانی و صنایع عضو ثابت اتاق بازرگانی و صنایع کره می‌شوند.

فدراسیون‌های ملی شرکت‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی که به تجارت و صنعت مشغول هستند، مؤسسات مربوط به آنها و سازمان‌های کارآفرینی تأسیس شده بر اساس نوع تجارت، می‌توانند اعضای ویژه اتاق بازرگانی و صنایع کره باشند. ارکان اتاق بازرگانی و صنایع کره:

- مجمع عمومی مشاوران^۴: این مجمع مرکب از نمایندگان و مشاوران مخصوص است. در این مجمع در خصوص رویه‌های عمومی تشکیل جلسات، وظایف رئیس اتاق، موارد مرتبط با هزینه عضویت و موارد مربوط به انتخاب متصدیان امور و مشاوران مخصوص تصمیم‌گیری می‌شود.
- نمایندگان و مشاوران ویژه^۵: نمایندگان باید روسای اتاق‌های بازرگانی و صنایع باشند و مشاوران ویژه از میان اعضای ویژه این اتاق‌ها انتخاب می‌شوند.
- متصدیان امور^۶: اتاق بازرگانی و صنایع کره باید یک رئیس، نواب رئیس، شورای دائمی و بازرسان را به عنوان متصدی داشته باشد. در چنین مواردی، تعداد این افراد (به‌استثنای رئیس) توسط اساسنامه تعیین می‌شود. اتاق بازرگانی و صنایع کره باید یک نایب رئیس ثابت داشته باشد. این افراد از میان کلیه اعضای مجمع عمومی در جلسه عمومی مشاوران انتخاب می‌شوند، در حالی که رئیس از میان نمایندگان انتخاب می‌شود.
- کمیته دائمی^۷: متشکل از رئیس، نواب رئیس، نایب رئیس دائم خواهد بود. از جمله وظایف این کمیته تدوین برنامه کاری و بودجه، تهیه و اصلاح قوانین حاکم بر سازمان، اداره پرسنل، حقوق و حسابداری است.
- دفتر اداری^۸: مسئول رسیدگی به امور اداری سازمان است.

مدت زمان کلیه مناصب فوق سه سال می‌باشد. منبع درآمد اتاق کره هم حق عضویت و خدمات ارائه شده توسط این اتاق است.^۹

۳,۴. ژاپن

عضویت در اتاق‌های بازرگانی و صنعت ژاپن به دو صورت اختیاری و اجباری است. شرایط عضویت اختیاری در اتاق‌های بازرگانی:

^۱ The Korea Chamber of Commerce and Industry

^۲ Promoters

^۳ Minister of Trade, Industry and Energy

^۴ General Meeting of Councillors

^۵ Delegates and Special Councillors

^۶ Officers

^۷ Standing Committee

^۸ Administrative Office

^۹ https://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=31978&type=new&key=

- صاحب صلاحیت بودن از نظر اتاق مربوطه جهت عضویت) در این صورت تأییدیه عضویت این افرا از طرف اتاق صادر می‌شود.

- پرداخت حق پذیرش و حق عضویت

شرایط عضویت اجباری:

بازرگانان و صنعتگران مشخص شده در حوزه هر اتاق بازرگانی، به بنگاه‌های اقتصادی بزرگ در حوزه استقرار آن اتاق گفته می‌شود که مقدار مالیات پرداختی یا سرمایه پرداخت شده آنها از مقداری معین (تعیین شده در جدول پیوست ماده ۷ قانون اتاق‌های بازرگانی و صنایع ژاپن)، فراتر باشد. این بنگاه‌ها موظف به ثبت نام در اتاق‌های بازرگانی هستند. این بنگاه‌ها بایستی در نشست‌های هیئت نمایندگان شرکت کنند، رأی دهند و به عنوان اعضاء اتاق تصمیم‌گیری نمایند. همچنین این بنگاه‌ها موظف به پرداخت حق عضویت هستند و در صورتیکه هزینه عضویت را پرداخت نکنند حق رأی از آنها گرفته خواهد شد.

برای تأسیس یک اتاق در ژاپن حضور ۳۰ فرد صاحب صلاحیت به عنوان پیش برنده لازم است. این افراد باید اساسنامه، برنامه تجاری، درآمد و بودجه را حداقل پانزده روز قبل از جلسه عمومی افتتاحیه، منتشر کنند. بعد از جلسه عمومی تقاضای تأسیس توسط افراد فوق به وزارت تجارت بین‌الملل و صنعت جهت تأیید ارسال می‌شود.

ساختار اتاق بازرگانی و صنعت ژاپن: بدنه اصلی این اتاق شامل رئیس اتاق، مجمع عمومی نمایندگان، یک مدیرعامل (دبیرکل)^۱ و دو یا سه حسابرس^۲ و یک کمیته اجرایی^۳ است. رئیس اتاق بالاترین مقام رسمی است که حداکثر ۴ نایب رئیس برای انجام وظایفش به او یاری می‌رسانند. رئیس نماینده اتاق است و ریاست امور آن را بر عهده دارد. مدیرعامل دبیرکل) با همراهی حداکثر چهار مدیر، برنامه‌های اتاق را مطابق با دستورات رئیس اتاق را کنترل و اجرا می‌کند.

حسابرسان نظارت و بازرسی امور جاری و حسابداری اتاق را به عهده داشته و نتایج خود را به مجمع عمومی گزارش می‌دهند. کمیته اجرایی برای حل و فصل مسائل فوری و ممکن است کمیته‌های دیگری را برای انجام امور خود ایجاد کند. در حالی که رئیس، نواب رئیس، حسابرسان و اعضای کمیته باید عضو اتاق باشند دبیرکل و مدیران از اعضای اتاق نیستند. این افراد توسط رئیس با موافقت مجمع عمومی و رئیس دبیرخانه اتاق منصوب می‌شوند.

مجمع عمومی نمایندگان بالاترین نهاد تصمیم‌گیری در اتاق ژاپن است که متشکل از نمایندگان منتخب از میان بازرگانان و صنعتگران و همچنین نمایندگانی از بخش‌های مختلف تجارت از میان اعضای اتاق است.

تعداد نمایندگان از ۳۰ تا ۱۵۰ در هر اتاق متغیر است، که معمولاً به مدت سه سال انتخاب می‌شوند. مجمع عمومی حداقل سالی یکبار تشکیل جلسه می‌دهد و باید کلیه موارد مهم مانند آئین‌نامه‌ها، اصلاحات، هزینه‌ها، بودجه و برنامه‌ها را تأیید و همچنین رئیس، اعضای کمیته و حسابرسان را انتخاب می‌کند.

اتاق‌های بازرگانی و صنعت ژاپن تحت نظارت وزارت تجارت بین‌الملل و صنعت ژاپن قرار دارند و باید صورت وضعیت مالی خود را به صورت سالیانه برای این وزارتخانه ارسال نمایند (Pilgrim & Meier 1995).

^۱ managing director

^۲ auditors

^۳ executive committee

در ارتباط با منابع درآمدی اتاق‌های بازرگانی ژاپن ضمن دریافت حق عضویت و فروش خدمات از برخی یارانه‌های دولتی نیز استفاده می‌کنند. هر عضو باید حق عضویت پرداخت کرده و در عین حال اتاق حق دارد که مبالغی را از تاجران و صنایع به عنوان حق ثبت بگیرد. دولت یارانه‌هایی برای فعالیت‌های خاص مانند کسب و کارهای کوچک و مشاوره آنها پرداخت می‌کند. به طور میانگین، یارانه‌های دولتی حدود یک پنجم بودجه اتاق را تأمین می‌کنند.

۳,۵. آلمان

انجمن اتاق‌های بازرگانی و صنایع آلمان^۱ یک شرکت حقوقی عمومی^۲ است که شامل ۷۹ اتاق بازرگانی و صنعت^۳ و ۵۳ اتاق‌های پیشه‌وری^۴ می‌شود. هر دوی این اتاق‌ها بر اساس قانون در امور قانون‌گذاری دولتی مشارکت دارند. از این رو این دو اتاق همزمان نماینده بنگاه‌های اقتصادی و دبیرخانه سیاست‌گذاری‌های عمومی هستند. عضویت در اتاق‌های بازرگانی و صنعت آلمان اجباری است. تمامی شرکت‌های فعال در آلمان به جز شرکت‌های پیشه‌وری، مشاغل حرفه‌ای آزاد، و کشاورزان باید در نمایندگی‌های محلی این تشکل عضو شوند. این تشکل نماینده ۳ میلیون بنگاه اقتصادی و ۳۲ میلیون کارمند است. این تشکل بزرگترین تشکل اقتصادی آلمان است. بسیاری از بنگاه‌های کوچک و متوسط هم در این تشکل عضو هستند و اهمیت این تشکل برای این بنگاه‌ها بسیار بالا است.

اتاق‌های بازرگانی و صنایع و اتاق‌های پیشه‌وری تحت نظارت وزارت اقتصاد این کشور فعالیت می‌کنند. اتاق‌های بازرگانی و صنایع آلمان در مسائل به غیر از منافع بازار کار نماینده فعالان اقتصادی در برابر دولت و کمیسیون اروپا است. گستردگی دامنه عضوگیری این تشکل باعث نفوذ سیاسی بالایی آن شده است. همچنین این گستردگی دامنه عضوگیری در کنار اصل عضویت اجباری باعث شده تا بنگاه‌های کوچک و متوسط در این تشکل جایگاه ویژه‌ای به دست آورند. این اتاق‌ها با تمرکز بر برنامه‌های سیاست‌های اقتصادی، آموزش و شبکه مشتریان به ارائه خدمات به اعضا می‌پردازند. علاوه بر این اتاق‌های بازرگانی و صنایع آلمان با تأسیس دفاتر مشاوره‌ای متعدد در زمینه توسعه تجارت خارجی و مدیریت به اعضا مشاوره می‌دهد. یکی دیگر از وظایف اصلی این اتاق‌ها در آلمان نمایندگی صنایع آلمان در خارج از کشور است. این نهاد بیش از ۱۲۰ اتاق توسعه تجارت خارجی را در سراسر جهان اداره می‌کند. دولت وظایف گسترده‌ای را بر دوش این اتاق‌ها گذاشته است. اتاق‌ها سیستم آموزش فنی حرفه‌ای را راه‌اندازی کرده گواهی صادر می‌کنند و شرکت‌هایی که استانداردهای محیط زیستی را رعایت می‌کنند را در سامانه جدیدی ثبت می‌کنند. علاوه بر این اتاق‌ها در زمینه‌های مختلف به سازمان‌های دولتی مشاوره می‌دهند، ثبت شرکت کرده و برای دادگاه‌های کاری داور انتخاب می‌کنند (تراکسلر و گرهارد ۱۳۹۷).

قانون اتاق آلمان یک چارچوب کلی در مورد سازمان داخلی اتاق‌ها ارائه کرده است. وزارت اقتصاد باید جزئیات باقیمانده در مورد سازمانی که بر اساس این آیین‌نامه ایجاد شده است، را تأیید کند. این آیین‌نامه وظایف مجمع عمومی، رئیس دبیرکل و کمیته‌های ویژه را تنظیم می‌کند.

تصمیم‌گیری در اتاق‌های آلمان بر اساس یک سیستم غیرمستقیم سازمان‌دهی شده است. اعضای اتاق هر چهار سال،

^۱ The Association of German Chambers of Commerce and Industry (Deutscher Industrie- und Handelskammertag, DIHK)

^۲ Public law corporation

^۳ Chambers of Commerce and Industry (IHK)

^۴ Chambers of Skilled Crafts (HWK)

نمایندگان را برای تشکیل مجمع عمومی انتخاب می‌کنند که سالی یک بار نشست برگزار می‌نمایند. این مجمع عمومی به طور متوسط ۶۵ نماینده دارد. صندلی‌ها با توجه به ساختار اقتصادی مناطق توزیع می‌شوند. اعضای مجمع هر دو سال یک بار رئیس اتاق را از میان خود انتخاب می‌کنند. مجمع همچنین وظیفه انتخاب دبیرکل را به عهده دارد. در حالی که کار اعضای هیئت نمایندگان و رئیس به صورت افتخاری است، دبیرکل تمام وقت است. رئیس کارکنان اتاق به طور متوسط ۸۰ کارمند را زیر نظر دارد. رئیس اتاق و دبیرکل به طور مشترک نمایندگی اتاق را به عهده دارند، با این حال، دبیرکل اتاق را اداره می‌کند. ۸۳ اتاق آلمان در سراسر کشور حدود ۶۵۰۰ نیروی متخصص را در استخدام خود دارند (Pilgrim & Meier 1995).

مهم‌ترین منبع درآمد در اتاق‌های بازرگانی آلمان حق عضویت اعضا است که حدود ۷۰ تا ۸۰ درصد از بودجه سالیانه آن را تأمین می‌کند. به طور معمول، حق عضویت براساس دو معیار محاسبه می‌شود که معیار اول، حق عضویت ثابت سالیانه است (حدود ۲۰۰ دلار) و معیار دوم، متغیری است که بر اساس حجم کسب و کار (میزان مالیات) تعیین می‌شود. مجموع این دو معیار میزان پرداخت حق عضویت سالیانه را نشان می‌دهد. البته این موضوع برای تمام اعضا یکسان نیست و در سال‌های اخیر اصلاحاتی در این معیارها صورت گرفته است. به عنوان مثال، یک بنگاه کوچک با ۱۰ کارمند ممکن است مبلغی حدود ۳۵۰ دلار بپردازد در حالی که این مبلغ برای یک بنگاه بزرگ با ۱۰۰۰ کارمند ممکن است ۶۰۰۰۰ دلار باشد. میزان حق عضویت سالانه توسط مجمع عمومی تعیین می‌شود. حدود ۲۰ تا ۳۰ درصد از بودجه اتاق از محل فروش خدمات تأمین می‌شود که عمدتاً شامل آموزش، صدور گواهینامه مبدأ، فروش اطلاعات اقتصادی و کسب و کار و غیره است. البته بسیاری از خدمات به طور رایگان یا با هزینه پایین عرضه می‌شوند و در واقع هزینه آنها از محل پرداخت حق عضویت تأمین می‌شود. اتاق‌های بازرگانی کمک مستقیمی از دولت (یارانه) دریافت نمی‌کنند.

۳,۶. فرانسه

عضویت در اتاق‌های بازرگانی و صنعت فرانسه برای تمام کسب و کارهایی که ثبت تجاری کرده‌اند، اجباری است. این ثبت نام شامل بنگاه‌های بخش صنعتی، تجاری و بازرگانی می‌شود. بخش‌های دیگر نظیر کشاورزی و کسب و کارهای کوچک، اتاق‌های جداگانه‌ای دارند که باید به عضویت آنها درآیند. در واقع در فرانسه سه اتاق اقتصادی مجزا وجود دارد: اتاق صنعت و بازرگانی، اتاق کشاورزی و اتاق پیشه‌وری. تعداد ۱۸۰ اتاق بازرگانی و صنعت محلی وجود دارد که هریک، یک منطقه جغرافیایی معین را مطابق قانون اتاق‌ها تحت پوشش قرار می‌دهند. مجمع اتاق‌های صنعت و تجارت^۱ شامل کلیه اتاق‌های صنعت است. درصد مشخصی از مالیات‌هایی که مالیات شغلی نامیده می‌شوند به مجمع اتاق‌های صنعت و بازرگانی اختصاص داده می‌شود و این نهاد هیچ‌گونه حق عضویتی دریافت نمی‌کند. قانون اتاق فرانسه وظایف هر ارگان درون اتاق را با جزئیات کامل تنظیم نموده است. مشابه مورد آلمان، تصمیم‌گیری در اتاق‌های بازرگانی فرانسه و صنعت بر اساس یک سیستم غیرمستقیم سازمان یافته است.

^۱ Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie (ACFCI)

اعضای اتاق، نمایندگانی را انتخاب می‌کنند که به آنها عضو منتخب نیز گفته می‌شود که به مدت شش سال خدمت می‌کنند و مجمع عمومی را شکل می‌دهند. علاوه بر نمایندگان منتخب، مجمع عمومی نیز متشکل از نمایندگان اتحادیه‌های کارفرمایی، اتحادیه‌های تجاری و مدیران دولتی است که این افراد فقط جنبه مشورتی دارند. در واقع فقط اعضای منتخب حق تعیین سیاست‌ها، رأی به بودجه یا انتخاب رئیس و سایر افراد اجرایی را دارند. رئیس اتاق هر ۳ سال یک بار از میان اعضا انتخاب می‌شود. برخلاف آلمان، مجمع عمومی دبیرکل را انتخاب نمی‌کند. وی توسط رئیس اتاق منصوب می‌شود. ۱۸۳ اتاق محلی و منطقه‌ای فرانسه حدوداً ۲۲۰۰۰ متخصص را استخدام کرده و به طور میانگین هر اتاق حدود ۱۲۰ پرسنل دارد (Pilgrim & Meier 1995).

مهم‌ترین منبع درآمد برای اتاق‌های بازرگانی فرانسه مالیات‌های ویژه‌ای است که توسط دولت اخذ شده و به اتاق بازرگانی داده می‌شود. این مالیات‌ها عملاً جای حق عضویت را می‌گیرند. دو نوع مالیات و عوارض در این زمینه وجود دارد. نوع اول، عوارضی است که بر مالیات عادی تجاری برای هر فعالیت تعلق می‌گیرد. نرخ این عوارض توسط مجمع عمومی سالانه اتاق تعیین می‌شود و می‌بایست توسط دولت تأیید شود. در حال حاضر مقدار آن حدود ۴ درصد از کل مالیات‌های تجاری فرانسه است و حدود ۳۰ درصد از بودجه اتاق‌های بازرگانی را تأمین می‌کند. نوع دوم مالیات آموزشی است. در فرانسه، بر اساس قانون تمامی شرکت‌های دارای ۱۰ کارمند یا بیشتر باید مالیات آموزشی معادل ۱ درصد از گردش مالی خود را بپردازند. درصدی از این مالیات به اتاق‌های بازرگانی و برای صرف در آموزش‌های حرفه‌ای پرداخت می‌شود. این پرداخت‌ها حدود ۲۰ درصد از بودجه اتاق‌های بازرگانی را تشکیل می‌دهند.

۳,۷. اتریش

در اتریش اتاق‌ها به عنوان نهادهایی که با قوانین عمومی اداره می‌شوند بر پایه عضویت اجباری بنا نهاده شده‌اند. دامنه عضوگیری، قدرت و مسئولیت اتاق و همچنین ساختار داخلی و تأمین مالی آن بر پایه اساسنامه است. در اتریش تقریباً برای تمامی گروه‌های ذی‌نفع در بخش‌های فعال اقتصادی (برای مثال کارمندان، کارفرمایان و همچنین طیفی از مشاغل آزاد مانند دکترها، وکلا و معماران اتاق‌های ویژه‌ای وجود دارد. هر نهاد حقیقی یا حقوقی که در دامنه عضوگیری یک اتاق قرار گیرد به عنوان اعضای قانونی آن اتاق شناخته می‌شود. اتاق‌ها با قوانین عمومی اداره می‌شوند زیرا بر اساس اساسنامه دو وظیفه اساسی به آنها نسبت داده شده است: نمایندگی منافع اعضایشان و مشارکت در کارکردهای تنظیم‌گری دولت. مورد دوم شامل مشارکت در تدوین و اجرا است. آنها از حق قانونی مشاوره در خصوص تمامی مسائلی که بر منافع اعضایشان تأثیر می‌گذارد در حوزه‌های وسیع تعریف شده شامل سیاست‌گذاری اقتصادی و اجتماعی با مقامات دولتی برخوردارند. در مسائل مشخص مانند جمع‌آوری آمار آنها به عنوان نهادهای عمومی عمل می‌کنند. این دو وظیفه اساسی اتاق‌ها را به عنوان واسطه‌های مهم بین جامعه مدنی و دولت که بر اساس قواعد اختیار در تصمیم‌گیری شکل گرفته است، مطرح می‌کند. بدین ترتیب نظام اتاق، تجلی سازمانی ترجیح اداره مسائل از طریق "خودمختاری" است. بدین معنا که نهادهای نمایندگی جامعه مدنی باید به صورت نظام‌مند در کارکرد دولت مشارکت کرده و بدین ترتیب این کارکردها می‌توانند حتی‌المقدور به منافع ذی‌نفعان نزدیک شوند.

از آنجایی که تمامی گروه‌های اجتماعی اقتصادی بوسیله ساختار موجود در اتاق‌ها پوشش داده شده است، بر اساس تحلیل تطبیقی اتریش صاحب جامع‌ترین نظام اداره مشارکتی است. در اتریش همچنین اتاق‌ها مستقیماً توانایی انعقاد توافق‌های

جمعی را دارند و این ظرفیت از طریق قانون به آنها اعطا شده است. در این کشور همچنین تشکل‌ها داوطلبانه بنگاه‌ها، از شرکت در مذاکرات جمعی خودداری کرده و این وظیفه را به عهده اتاق‌ها گذاشته‌اند و این بدین معنا است که اتریش یکی از معدود کشورهایی است که اتاق‌های فعالان اقتصادی، وظایف انجمن‌های کارفرمایی و بازرگانی را به طور توأمان به دوش می‌کشند.

اتاق اقتصاد فدرال اتریش^۱ در قله هرم اتاق‌های اقتصادی قرار دارد که خود بر پایه یک ساختار سازمانی دویعدی بنا شده است. یک بعد نشان‌دهنده تنوع حوزه نفوذ جغرافیایی اعضا است که در وجود ۹ اتاق اقتصادی برای ۹ ایالت معنا پیدا می‌کند. بعد دیگر ناظر بر ترکیب‌بندی اعضا بر اساس حوزه فعالیت آنها متناسب با هفت صنعت متفاوت است. اعضای هیئت نمایندگان از طریق انتخابات مستقیم برگزیده می‌شوند و کلیه اعضا حق رأی در این انتخابات را دارند. دیگر ارکان اتاق فدرال از طریق انتخابات غیرمستقیم انتخاب می‌شوند.

منابع درآمدی اتاق اتریش شامل حق عضویت شرکت‌های عضو (۸۵٪)، فروش خدمات (۴٫۲٪)، درآمدهای ناشی از دولت شامل قرارداد با نهادهای آن (۲٫۵٪) و مابقی از منابع دیگر مانند دریافت پول از زیرمجموعه‌های اتحادیه اروپا است (تراکسلر و گرهارد ۱۳۹۷).

۴. نتیجه‌گیری:

در سال‌های اخیر بارها وظایف، مسئولیت‌ها، درآمدها و جایگاه اتاق‌های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی در نظام جمهوری اسلامی ایران هم از سوی رسانه‌ها و هم از سوی مسئولین مورد سؤال قرار گرفته و بعضاً به چالش کشیده شده است. برآیند این نظرات نیز منجر به اعمال برخی تغییرات در ساختار و منابع درآمدی اتاق از جمله حرکت اتاق به سمت عضویت فراگیر و حذف چهار در هزار سود سالانه از منابع درآمدی اتاق شده است.

آنچه مسلم به نظر می‌رسد در حال حاضر اجماع کلی در سطح جامعه در ارتباط با ماهیت و کارکرد اتاق‌ها در ایران وجود ندارد و کلیه مباحثات پیرامون اتاق، به دلیل نبود تعریف درستی از جایگاه این نهاد دیرپا در کشور است. در واقع با توجه به نقش قدرتمند و سابقه طولانی اتاق‌های بازرگانی در دنیا مطالعه اتاق‌ها در سایر کشورها می‌تواند کمک شایانی به تبیین صحیح نقش و جایگاه اتاق در ایران نماید.

هرچند اتاق‌های بازرگانی دنیا از حیث مأموریت و نقش شباهت‌های زیادی دارند، ولی در برخی ابعاد دارای تمایزاتی هستند که این تمایزات می‌تواند بر تفاوت عملکردی آنها تأثیرگذار 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.

در حال حاضر و بر اساس آخرین مطالعات صورت گرفته ۵ مدل مختلف از اتاق‌های بازرگانی در دنیا در حال فعالیت می‌باشند که شامل مدل عمومی یا دولتی، آنگلو ساکسون، قاره‌ای، آسیایی و اوراسیایی است. اتاق در مدل عمومی یک

^۱ Austrian Federal Economic Chamber (WKO)

سازمان با مدیریت دولتی است که بر اساس قانون عمومی برای حمایت از منافع اقتصادی دولت و سازمان‌های بازرگانی فعالیت می‌کند. در واقع اتاق در این مدل شخصیت مستقل از دولت نداشته و به همین دلیل با ظهور آزادسازی اقتصادی و دموکراسی این مدل به شدت رو به افول گذاشت. امروزه فرانسه که خود بنیان‌گذار این سیستم بود مدل فعالیت اتاق خود را تغییر داده است.

مدل آنگلو ساکسون و مدل اوراسیایی با عضویت اختیاری، خودگردانی و استقلال در تأمین هزینه‌ها لیبرال‌ترین مدل اتاق‌های بازرگانی هستند اما از سویی چالش بزرگ این دو مدل کمبود اعضا است چراکه کسب و کارها به صورت معمول علاقه‌ای برای مشارکت در یک گروه جمعی را نداشته، ولی در آن صورت سازمانی هم برای دفاع از منافع آنها وجود ندارد. از دیگر سو نداشتن جایگاه مشورتی برای دولت، اتاق‌ها را به یک سازمان غیرانتفاعی قراردادی تنزل می‌دهد. اما فراوانی مدل آنگلو ساکسون 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 است.

مهم‌ترین مشکل مدل قاره‌ای و آسیایی دخالت دولت در امور اتاق به دلیل وابستگی مالی اتاق‌ها به دولت است. همچنین عدم نیاز به جذب اعضای جدید به دلیل تأمین مالی از سوی دولت پاشنه آشیل دیگر این مدل‌ها است. مطالعات نشان می‌دهد که ۷۵ تا ۸۰ درصد کسب و کارهای عضو اتاق در مدل قاره‌ای به طور منظم در انتخابات هیئت نمایندگان شرکت نمی‌کنند که نشانه عدم اعتماد کسب و کارها به این مدل است. منتقدین این مدل، اتاق‌ها را به مدیریت کنترل نشده درآمدها به سود اشخاص خاص متهم کرده و اعتقاد دارند که اعضای هیئت رئیسه اتاق به دنبال چانه‌زنی برای منافع خود و گروه‌های کسب و کار نزدیک به خود هستند.

این مطالعات تطبیقی یافته‌های سودمندی را در ارتباط با ساختار اتاق‌های بازرگانی در دنیا ارائه می‌نماید. به طور مثال ساختار دولتی با وجود حمایت همه‌جانبه دولت و تضمین منابع درآمدی، از سوی صاحبان کسب و کار با اقبال چندانی روبرو نشده است. نگاهی به اتاق کشورهای که سیستم دولتی دارند شامل مواردی نظیر الجزایر، مصر، جیبوتی، لیبی، افغانستان، چین، عراق، کره شمالی، لبنان، عربستان، سوریه و کوبا نیز به خوبی نشان می‌دهد که اتاق‌های موفق دنیا و اقتصادهای توسعه یافته با ساختار سیاسی لیبرال دموکراسی از این الگو تبعیت نمی‌کنند. سیستم پدرسالاری که به دلیل نظارت کامل و کنترل همه‌جانبه دولت ایجاد می‌شود، انگیزه کسب و کارها را برای اقدام به نفع جامعه کسب و کار 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.

درواقع مداخلات دولت در امور اتاق از جمله بزرگ‌ترین عامل نارضایتی فعالان اقتصادی است که در مدل قاره‌ای و آسیایی نیز به وضوح به چشم می‌خورد. همین موضوع نیز خود دلیل کم‌رنگ شدن نقش دولت در اتاق‌ها در مدل‌های قاره‌ای و آسیایی در طول زمان است. درواقع به جز مدل عمومی که در آن اتاق‌ها اساساً زیرمجموعه یک وزارتخانه هستند و نهاد مستقلی به شمار نمی‌روند، در سایر مدل‌های فعالیتی، دولت مداخلات خود را در اتاق‌ها به حداقل رسانده و این موضوع با بررسی قانون اتاق‌های بازرگانی در کشورهای مختلف به خوبی آشکار می‌شود.

مطالعه قانون اتاق‌ها در کشورهای قطر، ترکیه، کره، ژاپن، آلمان، فرانسه و اتریش نشان می‌دهد که اتاق‌ها در دنیای مدرن با تغییرات جدی مواجه شده و بیش از پیش به سمت الگوی نمایندگی صرف بخش خصوصی در حال حرکت می‌باشند. قانون این اتاق‌ها نمایانگر آن است که با وجودی که این اتاق‌ها تحت یک قانون عمومی تشکیل شده و اکثر آنها موسسه عمومی به شمار می‌روند اما هیئت نمایندگان و هیئت رئیسه این اتاق‌ها از طریق انتخابات و از سوی اعضای انتخاب می‌شوند که نمایندگان بخش‌های مختلف اقتصادی بوده و عزل و نصبی از سوی دولت در آنها وجود ندارد. علاوه بر آن نهاد نظارتی دولتی مشابه شورای عالی نظارت در اتاق ایران در این کشورها وجود ندارد و اتاق‌ها در این کشور به طور مستقیم به یک وزارتخانه پاسخگو بوده و تحت نظارت آن وزارتخانه فعالیت می‌کنند.

مهم‌ترین منابع درآمدی این اتاق‌ها نیز حق عضویت است، با این توضیح که عضویت برای کلیه شرکت‌ها در اتاق این کشورها اجباری است. در واقع به جز اتاق فرانسه و ژاپن که یارانه دولتی به نفع اتاق دریافت می‌شود، اتاق‌ها به سمتی حرکت می‌کنند که یارانه دولتی را حذف کرده و با تکیه بر درآمد ناشی از حق عضویت اداره امور خود را به عهده بگیرند. به طور مثال اتاق اقتصادی فدرال اتریش تا اواسط دهه ۱۹۹۰ با تکیه بر درآمدهای مالیات تجارت خارجی که بر واردات و صادرات کالا وضع شده بود اداره می‌شد که با الحاق اتریش به اتحادیه اروپا این مالیات لغو و به سمت افزایش حق عضویت برای درآمدزایی پیش رفت.

تلاش اتاق‌ها برای حذف یارانه‌های دولتی در واقع با هدف کاهش نقش دولت در امور اتاق صورت گرفته، چرا که وابستگی به درآمدهای دولتی مهم‌ترین نقطه اتصال اتاق به دولت و عامل اصلی مداخلات دولتی‌ها در این نهاد به شمار می‌رود.

شاید بتوان حرکت اتاق ایران به سمت عضویت فراگیر، حذف درآمد از طریق چهار در هزار سود سالانه و ارائه خدمات جذاب برای عضوگیری را تلاش قانون برای استقلال بیشتر اتاق‌ها از دولت در ایران دانست که در حال حاضر شائبه نفوذ دولت در آن پررنگ به نظر می‌رسد. در واقع اتاق ایران که با الگوی مدل آسیایی در حال فعالیت است از اشکالات این مدل به دور نمانده است. وابستگی به دولت به دلیل تأمین مالی و حق نظارتی دولت به دلیل وظایف عمومی تعریف شده برای اتاق از جمله بزرگترین مشکلات پارلمان بخش خصوصی است که همچنان لاینحل باقی مانده و دلیل اصلی صاحبان کسب و کار برای عدم عضویت داوطلبانه در آن است.

منابع لاتین

1. Fedotov ,Victor I. “Organizational and Legal Models of Chambers”, Center for International Private Enterprise, April 2007
2. <https://www.almeezan.qa/LawView.aspx?opt&LawID=22&language=en>
3. https://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=31978&type=new&key=
4. Pilgrim, M. & R., Meier,"*National Chambers of Commerce: A premier on the Organization and Role of Chamber Systems*", Center for International Private Enterprise (CIPE), 1995

منابع فارسی

۱. قانون اتحادیه اتاق‌های بازرگانی و بورس کالای ترکیه
۲. تراکسلر، فرانتس، هومر، گرهارد، "انجمن‌های کارفرمایی، اندازه بنگه‌ها و حکمرانی". ترجمه حمیدرضا پیش‌بهار، ناشر: شیرازه کتاب ما، تهران، ۱۳۹۷