



تهیه شده در:
معاونت اقتصادی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران
خرداد ماه ۱۳۹۵

بررسی مسائل روز اقتصاد ایران

ناظر: نصیبه خیری

ترجمه: فرناز صفدری

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۲	خلاصه مدیریتی.....
۵	مقدمه.....
۷	فصل اول: نقش و اهداف اتاق‌های بازرگانی.....
۱۱	فصل دوم: منابع مالی اتاق‌ها.....
۱۴	فصل سوم: فعالیت‌های درآمدزا برای اتاق.....
۲۱	فصل چهارم: ملاحظات اصلی.....
۲۳	فصل پنجم: توسعه تجارت.....
۳۰	فصل ششم: خدمات مجاز.....
۳۴	فصل هفتم: انتشارات.....
۳۷	فصل هشتم: سمینارها و دوره‌های آموزشی.....
۴۰	فصل نهم: خدمات دفتری و اداری.....
۴۵	فصل دهم: خدمات متفرقه.....
۴۹	فصل یازدهم: ارائه خدمات ویژه به صورت گروهی به شرکت‌ها.....
۵۱	فصل دوازدهم: جمع‌بندی.....

روش‌های درآمدزایی اتاق‌های بازرگانی

خلاصه مدیریتی

اتاق‌ها با توجه به آنکه کانون فعالیت‌های بازرگانی و محل انتقال دغدغه‌های بخش خصوصی هستند، نقش غیرقابل انکاری در هموار ساختن مسیر توسعه اقتصادی دارند. اما اتاق برای ایفای نقش خود در این مسیر نیازمند تأمین منابع درآمدی لازم است. از سوی دیگر، رشد اقتصادی فرآیند پویایی دارد و به تبع نیازهای برآمده از جامعه، ایده‌های جدیدی برای آن خلق می‌شود که این ایده‌ها لازم است در خدمات اتاق مورد توجه واقع شوند. از این منظر، نوشتار حاضر بیش از آنکه نسخه‌ای محتوم و لایتغیر باشد، شرحی بر گزینه‌ها و امکانات پیش روی اتاق‌های بازرگانی است که اولویت‌بندی اجرای فعالیت‌های مطرح شده در نهایت، به ساختار هر اتاق و محیط نهادی آن بستگی خواهد داشت.

مطالعه حاضر، ترجمه یکی از گزارش‌های مرکز تجارت بین‌الملل است که در نتیجه همکاری‌های فنی این مرکز با اتاق‌های بازرگانی کشورها و اتاق بازرگانی بین‌المللی به رشته تحریر درآمده است. این گزارش که به روش‌های متنوع درآمدزایی اتاق‌ها می‌پردازد، در تمام سطوح اتاق‌ها اعم از کشوری، منطقه‌ای و شهری و تمام حوزه‌های کاری آنها اعم از خدمات، کشاورزی، صنایع، معادن و کشتیرانی کاربرد دارد. هدف از این مطالعه یافتن راه‌های بهبود خدمات اتاق‌ها است. اعضاء اتاق انتظار دارند در ازای پرداخت حق عضویت، خدمات دریافت نمایند. از سوی دیگر، کسانی که عضو اتاق نیستند نیز به اطلاعات مشابه نیاز دارند. در این حالت این پرسش مطرح می‌گردد که آیا اتاق وظیفه ندارد برای تحقق اهدافش در تأمین منافع کسب‌وکارها، به انتشار اطلاعات مرتبط

بپردازد؟ به‌منظور پاسخ‌گویی به این دوگانگی، اتاق باید میان انتشار اطلاعات روزمره و سایر خدماتی که باید در ازای آن وجه دریافت نماید مرزی قائل شود. هر اتاق باید بسته به شرایط و موقعیت خود چنین ملاحظاتی را در خدماتش رعایت نماید. در این گزارش که در دوازده فصل تدوین شده است، با توجه به ظرفیت‌های اتاق‌ها، طیف وسیعی از خدمات قابل عرضه به اعضا و غیر اعضا معرفی شده است. در **فصل نخست**، نقش و اهداف اتاق‌های بازرگانی تشریح شده است. مواردی چون نمایندگی جامعه کسب‌وکار، ارائه خدمات به اعضا، رابطه اتاق و دولت، محیط نهادی، و تسهیل تجارت مواردی هستند که نقش اتاق ذیل آنها مورد بررسی قرار گرفته است.

فصل دوم، به منابع مالی اتاق‌ها اختصاص یافته است که حق عضویت یا خدمات مجاز اتاق را به منظور درآمدزایی مورد بررسی قرار می‌دهد. اتاق‌ها برای تعریف منابع درآمدی جدید باید خدمات جدید ارائه دهند و در نهایت، تعریف تمامی این فعالیت‌ها با هدف بهبود خدمات‌رسانی اتاق‌ها در راستای تضمین منافع عمومی جامعه، تسهیل تجارت و کمک به توسعه اقتصادی کشور صورت می‌گیرد.

در **فصل سوم**، فعالیت‌های درآمدزای اتاق‌ها تعریف و دلایل نیاز به افزایش منابع درآمدی اتاق‌ها تشریح شده است. مواردی چون ضرورت تأمین نیروی انسانی متخصص، ارائه خدمات عمومی و تخصصی وسیع‌تر، افزایش توان رقابت در جذب اعضا، فعال‌سازی اتاق و فراگیر ساختن عضویت، گسترش پایه مالی اتاق و توزیع مخاطرات در این فصل مورد مطالعه قرار گرفته است.

فصل چهارم به مبحث محدودیت‌های قانونی اتاق‌ها در تعریف فعالیت‌های درآمدزا اختصاص یافته است. در واقع، در تعریف فعالیت‌های درآمدزا باید به ساختار حقوقی اتاق توجه نمود زیرا ممکن است از این جهت محدودیت‌هایی پیش روی اتاق‌ها باشد.

فصل پنجم، درآمد‌های اتاق را از منظر توسعه تجارت مورد مطالعه قرار می‌دهد. برگزاری نمایشگاه‌های تجاری و تبلیغاتی، اعزام و میزبانی هیئت‌های تجاری، ایجاد شبکه‌های اطلاعات یا انجام فعالیت‌های مرتبط با سرمایه‌گذاری، برخی از ظرفیت‌های اتاق را در این زمینه تشکیل می‌دهد.

فصل ششم، خدمات مجاز اتاق‌ها را برشمرده است. صدور گواهی مبدأ و گواهی تجزیه آزمایشگاهی یا اسناد صادرات، اعطای مجوزهای قانونی و صدور کارنه آ.ت.آ برخی از خدماتی هستند که پس از حق عضویت، مهم‌ترین منبع درآمدی بسیاری از اتاق‌ها به شمار می‌روند.



فصل هفتم، به مقوله انتشارات اتاق‌ها اشاره دارد. اتاق‌ها می‌توانند در ازای بسیاری از محصولات خود وجه دریافت نمایند.

فصل هشتم به سمینارها و دوره‌های آموزشی اشاره دارد که در برخی از اتاق‌ها منبع مهم درآمدی به شمار می‌روند.

فصل نهم به درآمدزایی اتاق از طریق ارائه خدمات دفتری و اداری می‌پردازد. این خدمات از اجاره فضای بلااستفاده در اتاق تا تبادل نیروی کار را دربرمی‌گیرد. خدمات ارسال تلکس و دورنگار گروهی، معرفی کارمندان دفتری به شرکت‌های متقاضی و مبادله نیروی کار برخی دیگر از خدمات تشریح شده در این بخش هستند. البته، دامنه این خدمات از محدوده امور اداری فراتر می‌رود و خدماتی چون مشاوره، داوری اختلافات تجاری و پژوهش را نیز در برمی‌گیرد.

فصل دهم به سرفصل خدمات متفرقه اتاق‌ها اختصاص یافته است. هر اتاق متناسب با شرایط محیطی خاص خودش، ممکن است برای خدمات مشخصی متقاضی بیشتری داشته باشد که این‌گونه خدمات به طور یکسان در مورد همه اتاق‌ها قابل ذکر نیست.

فصل یازدهم بر ارائه خدمات گروهی تمرکز یافته است. طرح‌های خدمات‌رسانی گروهی، برگزاری رخدادهای اجتماعی و اجرای برنامه‌های فرهنگی، برخی از فعالیت‌هایی هستند که در این فصل معرفی شده‌اند.

فصل دوازدهم به جمع‌بندی کل مباحث اختصاص یافته است. در مجموع، اتاق‌ها باید به‌گونه‌ای ظرفیت‌های خود را توسعه دهند که بتوانند در زمینه توسعه محصول، فناوری، سرمایه‌گذاری و بازاریابی برای شرکت‌های کوچک و متوسط و شرکت‌های بزرگ مؤثر واقع شوند. درعین حال، اتاق در جایگاه نهادی عضوپذیر باید اطمینان حاصل نماید که این خدمات و فعالیت‌ها با اهدافش تطابق دارد و با نیازسنجی دقیق، خدماتی را به فعالان اقتصادی ارائه دهد که تقاضای جامعه کسب‌وکار را تأمین نماید. از این رهگذر، دامنه و نوع خدمات ارائه‌شده باید بر اساس تقاضا تعیین شود. میزان تقاضا از سوی فعالان اقتصادی، قیمت خدمات ارائه شده را تعیین خواهد کرد. از اینرو، هیچ تعرفه مشخصی برای خدمات اتاق وجود ندارد. در واقع، میزان تقاضا و وجود سازمان‌های رقیب در ارائه خدمات مشابه آستانه قیمتی قابل‌پذیرش را تعیین خواهد کرد.

مقدمه

در طول دو دهه گذشته، توسعه تجارت به‌طور فزاینده‌ای در کشورهای در حال توسعه پیچیده و دشوار شده است. هنگامی که دولت‌ها در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ میلادی به ایجاد سازمان‌های توسعه صادرات اقدام نمودند، تنها تعداد محدودی از محصولات غیرسنتی صادراتی در دسترس بود. اما به تدریج، صنایع صادرات‌محور بسیاری تأسیس شدند، تقاضا در بازارها افزایش یافت و رقابت گسترش پیدا کرد. به موازات این تحولات، دولت‌ها در بسیاری از کشورهای در حال توسعه سیاست‌هایی اتخاذ کردند که بخش خصوصی را در توسعه اقتصاد ملی فعال سازند. در این راستا، اتاق‌های بازرگانی و دیگر سازمان‌های مرتبط با کسب‌وکار به نمایندگی از بخش خصوصی خود را موظف دانستند تقاضای رو به رشد تولیدکنندگان، صادرکنندگان و واردکنندگان را که سازمان‌های ملی توسعه تجارت به‌تنهایی نمی‌توانستند پاسخگوی آن باشند تأمین نمایند.

از اینرو در سال‌های اخیر، دولت‌ها در کشورهای در حال توسعه از سازمان‌های نماینده بخش خصوصی می‌خواهند در توسعه تجارت مشارکت نمایند. در سال ۱۹۸۷، گروه ۷۷ در نیویورک از اتاق‌های بازرگانی کشورهای در حال توسعه دعوت نمود در توسعه تجارت و سایر اشکال همکاری‌های اقتصادی بین کشورهای در حال توسعه نقش فعالانه‌تری ایفا نمایند. به این معنا، اتاق‌های بازرگانی برای ترویج همکاری در سطح بین‌المللی از موقعیت منحصربه‌فردی برخوردار هستند. اما چنانچه اتاق‌ها بخواهند نقش دوجانبه خود را به انجام برسانند، یعنی از یک‌سو، منافع و دیدگاه‌های جامعه کسب‌وکار را در برابر دولت نمایندگی کنند و از سوی دیگر، به طور مستقیم به ارائه خدمات به جامعه کسب‌وکار بپردازند و در توسعه تجارت نقش‌آفرینی کنند، باید از زیرساخت‌های لازم بهره‌مند باشند. به عبارت دیگر، دبیرخانه اتاق باید تعداد کافی نیروی انسانی آموزش‌دیده در اختیار داشته باشد و به تجهیزات روز برای ارتباطات سریع مجهز باشد.

از میان خدماتی که اتاق باید به جامعه کسب‌وکار ارائه دهد، خدماتی که به شرکت‌های کوچک و متوسط ارتباط می‌یابد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. توسعه و افزایش توان کسب‌وکارهای کوچک از جنبه‌های مهم توسعه اقتصادی در بیش از دو دهه بوده است. بنابراین، اتاق‌ها باید به‌گونه‌ای ظرفیت‌های خود را توسعه دهند که بتوانند در زمینه توسعه محصول، فناوری، سرمایه‌گذاری و بازاریابی به شرکت‌های کوچک و متوسط مشاوره دهند. از سوی دیگر، شرکت‌های کوچک و متوسط برای رقابت با محصولات در بازارهای ملی و بین‌المللی به دریافت مشاوره از اتاق نیاز دارند.



اتاق‌ها برای آنکه بتوانند کیفیت خدماتی را که به جامعه کسب‌وکار ارائه می‌دهند بهبود بخشند باید بتوانند منابع درآمدی خود را گسترش دهند. گزارش حاضر که به مطالعه راه‌های درآمدزایی اتاق‌ها می‌پردازد اهداف زیر را دنبال می‌کند:

- توصیف نقشی که اتاق می‌تواند در توسعه اقتصادی یک کشور بازی کند.
- تشریح خدماتی که اتاق می‌تواند ارائه دهد.
- تشریح فعالیت‌هایی که می‌تواند برای اتاق جنبه درآمدزایی داشته باشد و علاوه بر تأمین مالی به درآمد مازاد بیانجامد.
- تشریح نحوه ارائه و سازمان‌دهی خدمات به‌نحوی که تمایل کسب‌وکارها به عضویت در اتاق را بالا ببرد.

اتاق پیش از آنکه خدمات جدیدی ارائه دهد باید اطمینان حاصل نماید که این خدمات و فعالیت‌ها با اهدافش تطابق دارد و امکان‌سنجی دقیقی برای آن انجام دهد.

فصل اول:

نقش و اهداف اتاق های بازرگانی

به طور کلی، اتاق بازرگانی در مقام یک نهاد غیرانتفاعی با هدف تحقق کارکردهای مشخصی تأسیس شده است. کسانی که به چنین نهادی نیاز دارند خود را متعهد می‌دانند حق عضویت ثابتی را در فواصل زمانی مشخص برای استمرار فعالیت‌های اتاق پرداخت نمایند. با افزایش تقاضا برای خدمات اتاق، این نهاد باید پاسخگویی خود را در این زمینه تقویت کند. بدین منظور، اتاق باید بتواند منابع درآمدی خود را افزایش دهد و خدمات بیشتری را به جامعه کسب‌وکار ارائه نماید.

به طور کلی، کارکردهای زیر برای اتاق‌ها در نظر گرفته شده است:

- تعامل با دولت در حوزه‌های مرتبط با کسب‌وکار و سیاست‌های مؤثر بر آن
- ارائه اطلاعات مرتبط با توسعه تجارت، سرمایه‌گذاری و انتقال فناوری
- ارائه اطلاعات در خصوص قوانین و مقررات دولت و سایر مراجع ذی‌صلاح و تأثیرگذار بر کسب‌وکارها
- انتشار اطلاعات در خصوص توانمندی‌ها و حوزه‌های کاری کسب‌وکارها
- افزایش تعامل میان اعضا
- برگزاری نمایشگاه‌های تجاری
- اعزام یا میزبانی هیئت‌های تجاری
- ایجاد سازوکارهای حل و فصل اختلافات تجاری

نمایندگی جامعه کسب‌وکار

در جوامعی که دموکراسی پائینی دارند، دولت‌های ملی و محلی برای آگاهی یافتن از دیدگاه مردمی که بر آنها حکومت می‌کنند باید دارای سازوکاری نهادی باشند که اتاق این نقش را برای آنها ایفا می‌کند. نقش اتاق در

اقتصاد بازار این است که طیف کاملی از کسب و کارها و صنایع را نمایندگی نماید و به طور مقتدرانه و مستقل صدای تمام بخش های جامعه کسب و کار باشد.

ارائه خدمات به اعضا

اعضا اتاق خدمات مشخصی را از اتاق مطالبه می کنند. پس از اطلاع از خدمات مورد نیاز، کسب اطلاعات در ارتباط با حوزه های مرتبط با کسب و کار مانند قانون مالیات، نشان های تجاری، فهرست تأمین کنندگان و چگونگی صادرات در مرحله بعد قرار می گیرد.

- کیفیت خدمات ارائه شده برای شهرت اتاق بسیار حیاتی است. خدمات دارای کیفیت ضعیف، اتاق را در بخش خصوصی و همچنین در محافل دولت بدنام می سازد.
- اتاقها اغلب دارای یک کتابخانه حاوی آثار مرجع، راهنماها، مجلات تجاری و نشریات دولت هستند که برای استفاده در اختیار اعضا قرار می گیرد. علاوه بر این، هر یک از اتاقها در شبکه جهانی اتاق های بازرگانی، دسترسی سریع به اطلاعات بازرگانی به روز دارند که از این حیث، در مقایسه با سایر نهادها یا سازمان های دولتی توسعه تجارت، از موقعیت منحصر به فردی برخوردار هستند.
- اتاق همچنین، رابط اعضای داخلی و شرکت های خارجی است. به عبارتی، اتاق با ارائه خدمات به شرکت های خارجی زمینه های پیشبرد تجارت با اعضا خود را فراهم می آورد.

سایر وظایف اتاق

اتاق در انجام وظایفی که از سوی اعضا یا افراد غیر عضو از آن مطالبه می گردد، دارای جایگاه رسمی است که نباید با سایر وظایف آن به عنوان یک نهاد عضو پذیر تداخل یابد. از سوی دیگر، اتاق باید در انجام وظایف رسمی در ارتباط با طرف های عضو و غیر عضو بی طرف عمل کند.

رابطه اتاق و دولت

اتاق بازرگانی به طور مستقیم و غیرمستقیم با هدف خدمت به کل جامعه کار می کند. رفاه جامعه در نهایت به توانایی تولید کنندگان داخلی برای تولید کالاها، توانایی تأمین کنندگان برای فروش این کالاها و توانایی وارد کنندگان برای وارد کردن کالاهای خارجی به کشور بستگی دارد. اتاق و دولت در این مورد منافع مشترکی دارند. از سویی، تقریباً در تمام جهان دولت ها در توسعه تجارت مشارکت دارند. همچنین، بسیاری از کشورها



سازمان‌های توسعه تجارت ایجاد کرده‌اند که در راستای کمک به توسعه تولیدات داخلی به ترویج صادرات اشتغال دارند.

- تجربه بسیاری از کشورها نشان می‌دهد که همکاری سازمان‌های دولتی توسعه تجارت و اتاق‌ها به استفاده بهینه از منابع هر دو نهاد منتج می‌گردد. دانش اتاق از محیط کسب‌وکار در کنار منابع مالی و نیروی انسانی دولت به افزایش طرح‌های مشترک با تأثیرگذاری بیشتر می‌انجامد که از حمایت قوی جامعه کسب‌وکار برخوردار خواهد بود. این کار را می‌توان بدون از دست رفتن استقلال طرفین مدیریت نمود.
- اتاق‌ها در سرمایه‌گذاری‌های مشترک خود با سازمان‌های توسعه تجارت باید نگاه بلندمدتی را تعقیب نمایند. دلیل حمایت جامعه کسب‌وکار از اتاق‌ها تأمین منفعت فردی اعضا نیست، بلکه تضمین منافع عمومی جامعه است.

محیط نهادی

محیط نهادی هر اتاق با اتاق کشور دیگر متفاوت است. در برخی از کشورها، کسب‌وکارها به طرق مختلفی سازمان یافته‌اند. ممکن است انجمن‌های ویژه‌ای برای واردکنندگان، عمده‌فروشان، تولیدکنندگان، صادرکنندگان و فروشندگان وجود داشته باشد و این انجمن‌ها به نوبه خود به انجمن‌های کوچک‌تری تقسیم شوند. از آنجاکه اتاق باید در خدمت تمام کسب‌وکارهای جامعه هدف باشد، نباید هیچ بخشی از کسب‌وکار را از قلمرو کاری خود حذف کند. اتاق باید تمام بنگاه‌های تجاری در تمام اندازه‌ها، از بزرگ‌ترین شرکت تا کوچک‌ترین بنگاه با یک نفر را دربر بگیرد.

- در جوامعی که ساختار نهادی پیشرفته دارند، کسب‌وکارها می‌توانند در یک یا چند انجمن حضور پیدا کنند. در چنین جوامعی اتاق‌ها و بنگاه‌ها از بهترین فرصت برخوردار هستند تا به جای رقابت با یکدیگر، به همکاری و مشارکت بپردازند. در این شرایط، نقش اتاق بازرگانی این است که به منظور اجتناب از دوباره‌کاری و موازی‌کاری بین انجمن‌های مختلف، قراردادهای همکاری و مشارکت با تشکل‌ها و نهادهای رسمی منعقد نماید.
- علاوه بر عقد قراردادهای همکاری مشترک، همکاری در اعزام یا میزبانی هیئت‌های تجاری یا برگزاری دوره‌های بازرگانی مشترک می‌تواند از اقدامات ارزشمند اتاق‌ها باشد.

- اتاق باید با نگاهی فارغ از ملاحظات بخشی، تمرکز خود را بر خدمات و خروجی‌هایی معطوف کند که تمام جامعه کسب‌وکار را منتفع می‌سازد. این در حالی است که سایر سازمان‌ها و نهادها می‌توانند مروج نگاه‌های بخشی و تأمین‌کننده منافع بخش مشخصی از کسب‌وکارها باشند.

تسهیل تجارت

بسیاری از کشورها برای تسهیل تجارت، همکاری و هم‌افزایی مشترکی با یکدیگر دارند. به‌منظور به ثمر نشستن این تلاش‌ها لازم است بخش خصوصی و دولت، هر دو از رویه‌ها و معیارهای واحدی در تجارت بین‌المللی پیروی نمایند. نقش اتاق‌ها در این زمینه، اطلاع‌رسانی در خصوص اقدامات صورت‌گرفته در کشور، در راستای تسهیل تجارت و مشارکت‌جویی فعالانه در این‌گونه اقدامات و برنامه‌ها خواهد بود. علاوه بر این، اتاق‌ها می‌توانند به شناسایی موانع قانونی و اجرایی بپردازند و با نگاهی اصلاحی به تجمیع تغییرات موردنیاز اقدام نمایند. ممکن است اتاق برای تحقق این موارد از فرصت برگزاری سمینارها و کارگاه‌های کارشناسی با اهداف ذیل استفاده نماید:

- تشریح تسهیل تجارت و ایجاد محیط مناسب برای آن
- بحث و گفتگو در مورد مشکلات و راهکارهای احتمالی
- جمع‌آوری اطلاعات



فصل دوم:

منابع مالی اتاقها

اتاقها از نظر ساختار، تعداد اعضاء، تعداد کارکنان و گستردگی فعالیتها، تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای با یکدیگر دارند. کارکردهای اصلی اتاقها را می‌توان این‌گونه برشمرد:

- نمایندگی جامعه کسب و کار
- خدمات‌رسانی به اعضاء
- پیشبرد تجارت
- انجام وظایف رسمی و غیررسمی
- مدیریت داخلی

به‌منظور تحقق کارکردهای فوق، اتاقها باید منابع کافی در اختیار داشته باشند. پرداخت حقوق کارمندان، تأمین هزینه‌های اداری و هزینه‌های چاپ، به ترتیب عمده‌ترین هزینه اتاقها را تشکیل می‌دهند. اما اتاقها برای ایفای نقش فعالانه در جامعه نیاز به رشد دارند. بدین منظور، راه‌های درآمدی اتاقها در ادامه مورد مطالعه قرار گرفته است.

حق عضویت

حق عضویت بخش مهمی از درآمد اتاقها را تشکیل می‌دهد. به‌ویژه، چنانچه اتاق به‌موجب قوانین عمومی تأسیس شده باشد، اهمیت حق عضویت در منابع درآمدی آن بیشتر می‌شود. البته، برای اتاق‌هایی که در گروه مدل آنگلو ساکسون^۱ قرار می‌گیرند، این منبع تنها منبع درآمدی اتاق نیست. حق عضویت به‌طور معمول به‌صورت

^۱ - مدل آنگلو ساکسون بر پایه عضویت اختیاری شکل گرفته است و هیچ قانونی برای پرداخت‌های اجباری در حمایت از این نوع اتاقها وجود ندارد.

سالانه محاسبه می گردد که هم به صورت یکجا و هم به صورت قسطی قابل پرداخت است. روش های محاسبه حق عضویت، متنوع و به قرار زیر است:

- نرخ ثابت سالانه
- تعرفه با نرخ های متفاوت برای صنایع بزرگ، متوسط و کوچک، و یا برحسب تجارت، خدمات و حوزه فعالیت
- ساختار چند نرخ میبتنی بر گردش مالی سالانه (در برخی موارد ارزش واردات)
- ساختار چند نرخ میبتنی بر سهام (سهام + ذخایر)
- ساختار چند نرخ میبتنی بر تعداد کارکنان
- ساختار چند نرخ میبتنی بر درآمد مشمول مالیات
- نرخ های متفاوت برای گروه های مختلف عضویت
- ترکیبی از دو یا چند مورد از موارد فوق

در شرایطی که مبالغ دریافتی از حق عضویت کافی نباشد و اتاق ناچار باشد از حمایت های مالی موقت استفاده کند، می تواند مبلغی را به صورت عوارض اضافی وضع نماید. نکته اینجاست که اتاق باید مبلغی را تعیین نماید که پرداخت آن در توان اعضا باشد. از سوی دیگر، اعضا انتظار دارند در ازای پرداخت حق عضویت، خدمات دریافت کنند. انتشار کتابچه، بولتن و اطلاعات مرتبط با فعالان اقتصادی مانند اطلاعیه های دولت یا اطلاعیه در خصوص مقرره ها، فرصت ها و موقعیت های تجاری، برنامه زمانی نمایشگاه های تجاری در داخل و خارج کشور، و دسترسی به کتابخانه برخی از خدمات مفید اتاق ها به اعضا است.

اما کسانی که عضو اتاق نیستند نیز ممکن است به اطلاعات مشابهی نیاز داشته باشند. این پرسش مطرح می گردد که آیا فعالان اقتصادی غیر عضو نیز می توانند از این اطلاعات استفاده نمایند؟ در این حالت، چرا باید از اعضا حق عضویت دریافت نمود؟ آیا اتاق وظیفه ندارد برای تحقق اهدافش در تأمین منافع کسب و کارها، به انتشار اطلاعات مرتبط پردازد؟

- به منظور پاسخ گویی به این دوگانگی، اتاق باید میان انتشار اطلاعات روزمره و سایر خدماتی که باید در ازای آن وجه دریافت نماید، مرز قائل شود.

- برای نمونه، اعطای معرفی نامه برای اخذ ویزا باید تنها مخصوص اعضای باشد که در ازای پرداخت وجه، اشتراک دریافت می کنند. در مقابل، صدور گواهی مبدأ می تواند برای تمام اعضای اتاق انجام شود با این تفاوت که از اعضا هزینه کمتری دریافت می گردد.
- هر اتاق باید بسته به شرایط و موقعیت خود، ملاحظات فوق را در خدماتش رعایت نماید.

به طور کلی، منابع درآمدی اتاق ها را می توان در دو گروه سنتی و غیرسنتی دسته بندی نمود که دریافت حق عضویت در گروه نخست جای می گیرد و به گروه دوم نیز در فصل های بعدی به پرداخته خواهد شد.

سرمایه گذاری و جوه دریافتی

وجوه دریافتی اتاق ها معمولاً در قالب یک چرخه اتفاق می افتد. به این معنا که تاریخ دریافت حق عضویت ها معمولاً ثابت است، در حالی که بخش قابل توجهی از هزینه های مربوط به حقوق کارمندان، اجاره بها و غیره در فواصل منظم رخ می دهد. در نتیجه، زمان هایی وجود دارد که اتاق در نقطه اوج درآمدی قرار می گیرد. سرمایه گذاری محتاطانه و اندیشمندانه این بودجه می تواند به منبع درآمدی قابل توجهی برای اتاق بیانجامد. بسته به مقررات ملی حاکم بر سرمایه گذاری، اتاق باید تخصص خود را برای استفاده حداکثری از منابعش توسعه دهد.

هزینه برای خدمات مجاز

در بسیاری از کشورها، ارائه خدمات مشخصی به طور انحصاری به اتاق ها محول شده است. خدمات صدور گواهی مبدأ برای صادرات و صدور کارنه تیر، نمونه هایی از این موارد هستند. همچنین ممکن است وظیفه مجوز دهی به اشخاص حقیقی و حقوقی برای انجام تکالیف مشخصی به اتاق واگذار شده باشد که در این صورت اتاق می تواند هزینه ای بابت انجام آزمون های مرتبط و تشخیص صلاحیت متقاضیان دریافت نماید.

- در بیشتر کشورهایی که عضویت اتاق بازرگانی داوطلبانه است، هزینه های دریافتی بابت خدمات مجاز منبع درآمدی مکمل محسوب می شود. این گونه دریافتی ها نه تنها هزینه های اتاق را برای ارائه این خدمات پوشش می دهد، بلکه درآمد مازاد ایجاد می کند.
- در مقابل، هنگامی که اتاق خدمات تخصصی ارائه می دهد، می تواند وجه متفاوتی برای اعضا و فعالان اقتصادی غیرعضو در نظر گیرد. به عبارتی، اتاق با در نظر گرفتن تخفیف برای گروه اول، گروه دیگر را به عضویت در اتاق ترغیب می کند.

فصل سوم:

فعالیت‌های درآمدزا برای اتاق

تعریف فعالیت درآمدزا

فعالیت درآمدزا در این گزارش به فعالیتی اطلاق می‌گردد که توسط اتاق یا تحت لوای آن صورت می‌گیرد و به‌موجب آن، هزینه‌های انجام پاره‌ای از فعالیت‌ها تماماً از محل بودجه عمومی اتاق تأمین نمی‌گردد. این گزارش، به‌طور خاص به فعالیت‌های مرتبط با فراگیر ساختن حق عضویت پرداخته است. لفظ «فعالیت درآمدزا» نباید همراه با تعابیر مثبت یا منفی معنا گردد. تمام فعالیت‌ها و خدمات اتاق که با هدف تأمین منافع اعضاء و جامعه کسب‌وکار انجام می‌شود، دارای تأثیر مثبت بر شهرت و قدرت اتاق است.

دلایل و ملاحظات در خصوص نیاز به افزایش منابع درآمدی اتاق‌ها

منبع اصلی درآمد اتاق‌ها حق عضویت است؛ خواه عضویت در اتاق داوطلبانه باشد، خواه اجباری. با این حال، دلایل و استدلال‌هایی وجود دارد که اتاق‌ها باید به فکر منابع درآمدی مکمل باشند. این موارد در زیر مورد بحث قرار گرفته است.

ضرورت تأمین نیروی انسانی متخصص

اتاق برای آنکه بتواند به نحو شایسته‌ای منافع اعضایش را نمایندگی نماید و در راستای پیشبرد آنها تلاش کند، باید از نیروی کار مجرب در اجرای قوانین و مقررات تجاری بهره‌مند باشد. اما تنها در شرایطی که اتاق از منابع درآمدی کافی برخوردار باشد می‌تواند از متخصصین امر در این حوزه‌ها بهره‌جوید و نمایندگی جامعه کسب‌وکار را بر عهده گیرد.

ضرورت ارائه طیف وسیع‌تری از خدمات عمومی و تخصصی

محیط کسب‌وکار در سال‌های اخیر پیچیده‌تر شده است. به عبارت دیگر، قوانین و مقرراتی که صنایع و کسب‌وکارها باید در عرصه ملی و بین‌المللی رعایت کنند، افزایش یافته است. به‌موازات این امر، مطالبه جامعه



کسب‌وکار از اتاق جهت دریافت خدمات رو به فزونی است. اعضاء اتاق تمایل دارند علاوه بر دریافت خدمات عمومی، بابت خدمات تخصصی هزینه پرداخت کنند. اتاق برای ارائه خدمات تخصصی‌تر به متقاضیان این‌گونه خدمات و تأمین خدمات متنوع‌تر برای متقاضیان خدمات عمومی، نیازمند افزایش منابع درآمدی خود است.

افزایش توان رقابت در جذب اعضاء

در اتاق‌هایی که عضویت اتاق برای فعالان اقتصادی اختیاری است، اتاق باید برای جذب اعضاء با سایر نهادهای مرتبط با کسب‌وکار به رقابت بپردازد. بالطبع، بازرگانان به دنبال عضویت در نهادی هستند که بیشترین فایده در برابر هزینه را داشته باشد. با وجود آنکه عضویت هم‌زمان کسب‌وکارها در یک یا دو نهاد امری طبیعی است، در شرایط رکود و بحران اقتصادی این امر کمتر رخ می‌دهد. اتاق باید به منظور ارائه خدمات عمومی به همه بخش‌های کسب‌وکار، منابع عمومی درآمدش را گسترش دهد و در حوزه ارائه خدمات تخصصی با سایر نهادهای هم‌تای خود به رقابت بپردازد.

فعال‌سازی اتاق و فراگیر ساختن عضویت

شرکت‌ها تمایل دارند به عضویت اتاقی درآیند که فعال‌تر و شناخته‌شده‌تر باشد. در عین حال که میزان فراگیر بودن اتاق در جذب شرکت‌ها مؤثر است، اما توسعه اتاق نباید به عریض و طویل شدن آن از منظر تعداد کارمندان و حاکمیت دیوانسالاری بیانجامد.

گسترش پایه مالی اتاق و توزیع مخاطرات

اتاقی که صرفاً به دریافت حق عضویت یا حق‌الزحمه برای خدمات رایج متکی باشد، پایه مالی ضعیفی خواهد داشت. به عبارت دیگر، با تغییر مقررات کشور یا مواجهه با مضیقه‌های اقتصادی ممکن است این‌گونه منابع درآمدی اتاق محدود گردد. به‌طور مشابه، چنانچه اتاق به‌موجب قوانین عمومی تأسیس شده باشد و از حمایت مالی دولت بهره جوید، در دوره رکود اقتصادی منابع کمتری را دریافت خواهد نمود.

افزایش به رسمیت شناخته شدن و عمومیت یافتن اتاق

از آنجاکه اتاق نقش نماینده بخش خصوصی را بر عهده دارد، باید از شهرت و عمومیت لازم برخوردار باشد. فعالیت‌های درآمدزای اتاق به افزایش شهرت و عمومیت یافتن آن کمک می‌کند. هرچه اتاق فعالانه‌تر عمل کند، به میزان بیشتری از جانب دولت و سایر نهادهای دولتی به رسمیت شناخته خواهد شد.

تأمین تخصص و نیروی انسانی لازم جهت انجام فعالیت‌های درآمدزا

اتاق به منظور تأمین نیروی کافی جهت انجام فعالیت‌های درآمدزا و در عین حال، جلوگیری از بار مالی اضافی می‌تواند در قالب استفاده از نیروهای ثابت، تشکیل شوراهای، کمیته‌ها یا کارگروه‌های مختلف، مشاوران یا همکاری با سایر اتاق‌ها، توان تخصصی خود را در این زمینه افزایش دهد.

نیروی ثابت

تعداد نیروی کار اتاق می‌تواند از چند نفر تا چند صد نفر متفاوت باشد. طبیعی است که اتاق نیروی کار لازم برای انجام فعالیت‌های درآمدزا را از میان کارمندان فعلی خود انتخاب کند. اما چنانچه تمام کارمندان به‌طور صددرصدی مشغول به کار باشند، اتاق می‌تواند برای انجام این امور نیروی جدید بگیرد. البته، چنانچه نیروهای جذب‌شده توان مشارکت در فعالیت‌های جاری اتاق را داشته باشند، مخاطرات اتاق کاهش می‌یابد.

قرار دادن کارکنانی که به کارهای جاری و روزمره سازمان می‌پردازند در کنار نیروهای متخصص، به‌طور معمول سازمان را با مشکلات مدیریتی مواجه می‌سازد. چنانچه اتاق بزرگ و متشکل از چندین واحد باشد، انتقال کارکنان از یک بخش به بخش دیگر کمابیش امکان‌پذیر خواهد بود. با این حال، نیروی کار دارای مهارت‌های بسیار تخصصی، که متناسب با ارزش بازار از مهارت‌هایشان استفاده می‌شود، در فهرست کارکنان مشمول جابه‌جایی میان واحدها قرار نمی‌گیرند. اما به‌موجب این دوگانگی، آن دسته از نیروهای اتاق که در امور جاری و روزمره سازمان مشغول به فعالیت هستند با این تعارض مواجه می‌شوند که هم‌ردیفانشان در بخش‌های تخصصی به‌مراتب وضعیت بهتری دارند.

چنانچه اتاق با سایر سازمان‌ها در رقابت باشد، این مشکلات شکل پیچیده‌تری می‌یابند. نیروی کار متخصص ممکن است به دلیل آنکه کارفرما نمی‌تواند از توان او به نحو شایسته‌ای استفاده کند، متقاضی کار در سازمان‌های دیگر گردد. روشن است که مدیریت برای نگاهداشت هر دو طیف از کارمندان باید نظارت لازم بر عملکرد آنها را در تمامی بخش‌ها داشته باشد و با ارائه طرح‌های نوآورانه رضایت کارکنان را جلب نماید. به رسمیت شناختن شایستگی‌ها، تشویق‌های مالی و غیرمالی، سفرهای خارج از کشور و سایر مشوق‌ها، به ایجاد رضایت شغلی در کارمندان کمک خواهد کرد.

بر این اساس، برخورداری از سیاست‌های استخدام که با دقت کارشناسانه تدوین شده باشد برای اتاق ضروری است. پس از انتخاب دقیق کارمندان، فراهم کردن آموزش به‌منظور ایجاد انگیزه و حفظ آنها باید اولویت بعدی

اتاق باشد. فقدان انگیزه، عدم وجود رضایت شغلی و عدم وجود فرصت برابر برای ارتقاء، موجب می‌شود نیروها از فرصت حضور در اتاق به‌عنوان سکوی پرتاب استفاده نمایند.

شورای اتاق بازرگانی

شورای اتاق بازرگانی یا هر نهاد معادل و هم‌تراز آن، نماینده جامعه کسب‌وکار در منطقه است و اغلب شامل مدیران یا رؤسای شرکت‌ها می‌گردد. حضور این افراد در کنار یکدیگر، دانش کاملی از تمام بخش‌های کسب‌وکار اعم از بازرگانی، تجارت، صنعت، بانکداری و بیمه فراهم می‌آورد. اعضای حاضر در شورا انگیزه بالایی برای تقویت اتاق منطقه خود خواهند داشت. از آنجاکه عضویت در شورا افتخاری است، اعضا معمولاً بدون حقوق و مزایا برای اتاق کار می‌کنند. آنها ممکن است به سایر اعضای خدمات مشاوره ارائه دهند یا کارشناسان شرکت‌های خود را به‌عنوان مشاور در اختیار اتاق قرار دهند. بنابراین، بهتر است ترکیب شورا به‌گونه‌ای باشد که تمام بخش‌های مهم؛ شرکت‌های بزرگ، متوسط و کوچک؛ بانک‌ها؛ و سایر خدمات و حرفه‌ها را نمایندگی کند.

کمیته‌های اتاق بازرگانی

بسیاری از اتاق‌ها، کمیته‌هایی را برای پرداختن به موضوعات خاص تعیین می‌کنند. اعضای این کمیته‌ها را نیروهای توانمند و مجرب شرکت‌های عضو اتاق تشکیل می‌دهند. اعضای کمیته مانند اعضای شورا، برای ارائه خدمات مشاوره یا هر کمک دیگر به اتاق، به‌صورت فردی یا در قالب کمیته آمادگی کامل دارند.

کارگروه‌ها

اتاق ممکن است در حوزه‌های خاص کارگروه‌های ویژه‌ای تشکیل دهد. اعضای کارگروه‌ها متخصصان حوزه مربوطه هستند.

مشاوران راهبردی

تنها اتاق‌های خیلی بزرگ توان استخدام متخصصان و کارشناسان در تمام حوزه‌ها را دارند. همچنین، ارائه برخی از خدمات نیازمند سرمایه‌گذاری عظیم در تجهیزات مربوطه است. با این حال، شرکت‌های عضو اتاق در بسیاری از زمینه‌ها دارای نیروی متخصص هستند. اگر صاحبان یا مدیران ارشد این شرکت‌ها علاقه‌مند باشند اتاق را در صرفه‌جویی در منابع یاری دهند، می‌توانند متخصصان خود را به‌عنوان مشاور در چارچوب مشخص همکاری و در طول ساعات اداری در اختیار اتاق قرار دهند. فراهم آوردن امکان استفاده از منابع شرکت برای اعضای اتاق مانند فضای انبار، تسهیلات حمل‌ونقل و دفاتر خارج از کشور با دریافت هزینه کمتر، از جمله خدماتی است که شرکت‌ها می‌توانند در اختیار اتاق قرار دهند.



مشاوران مقطعی

اتاق می‌تواند برای ارائه برخی از خدمات مشاوره، به جای آنکه به نیروی کار تمام‌وقت متکی باشد، به صورت مقطعی از مشاوران شرکت‌های عضو خود استفاده کند. در واقع، اتاق می‌تواند برای ارائه خدمات مشاوره به مشتریان خود در حوزه‌های بازاریابی، صادرات و محیط کسب‌وکار، از مشاوران شرکت‌های عضو بهره‌جوید. بدین ترتیب، متقاضی با پرداخت مبالغ کمتری در مقایسه با خارج از اتاق، خدمات مشابه را دریافت خواهد کرد. همچنین، متقاضی در اولین مراجعه خود به اتاق، به خدمات موردنظر دسترسی می‌یابد و از متخصصان واجد شرایط بهره‌می‌گیرد. در مقابل، اتاق می‌تواند برای ارجاع مشتریان به مشاوران شرکت‌های عضو مبلغی را دریافت نماید.

قراردادهای همکاری مشترک

اتاق می‌تواند به‌منظور بسط و گسترش دامنه خدماتی که به مشتریان ارائه می‌دهد، با نهادها و سازمان‌های نظیر خود، به‌ویژه آن دسته از نهادهایی که برای جذب نیرو رقیب اتاق نیستند، وارد قرارداد همکاری شود. بر اساس مفاد قرارداد همکاری، طرفین قرارداد ممکن است توافق نمایند برخی از مزایای مخصوص نیروهای خود را برای اعضای نهاد مقابل فراهم آورند.

در این راستا، قراردادهای همکاری مشترک که با هدف افزایش سرمایه‌گذاری شکل گرفته‌اند در زمینه‌هایی مانند سرمایه‌گذاری مشترک و یا یافتن شرکای تجاری بسیار موفق خواهد بود. به‌طور کلی، اتاق‌هایی که در این قالب فعالیت می‌کنند می‌توانند با توجه به موقعیت جغرافیایی خود و شناخت محیطی، کمک‌های قابل ملاحظه‌ای در زمینه‌های داخلی و منطقه‌ای به طرف مقابل ارائه دهند.

همکاری مشترک اتاق‌های بازرگانی کشورها

همکاری متقابل اتاق‌های دو کشور، منفعت اعضای آنها را در پی خواهد داشت. برای نمونه، اتاق لندن در انگلستان ممکن است به اعضای اتاق بمبئی در هند خدمات ارائه دهد و بالعکس. علاوه بر این، با افزایش استفاده از شبکه‌های الکترونیکی، این امکان پیش روی اتاق‌ها قرار دارد که برخی از مزایا و خدمات را به‌طور رایگان با یکدیگر به اشتراک گذارند. در این نوع همکاری‌ها، اتاق‌های محلی و استانی از متخصصان اتاق بزرگ‌تر بهره بیشتری خواهند برد. یکی از مزایای این همکاری‌ها، دستیابی به اطلاعات بازار سایر کشورها است.

قیمت‌گذاری فعالیت‌ها

اتاق باید هزینه فعالیت‌های درآمدزا را پیش از آغاز آنها تعیین نماید. در برخی از کشورها، به‌ویژه در کشورهایی که اتاق بازرگانی به‌موجب حقوق عمومی اداره می‌شود، قیمت خدمات ممکن است توسط یک نهاد رسمی تعیین شود. هدف از قیمت‌گذاری فعالیت‌های درآمدزا در زیر تشریح شده است.

کسب درآمد

مازاد درآمدهای ناشی از فعالیت‌های درآمدزای اتاق موجب تقویت بنیه مالی اتاق می‌شود.

پوشش کامل هزینه‌ها

اتاق پس از پوشش هزینه‌ها، می‌تواند به ارائه خدماتی غیرمالی بپردازد. ارائه خدماتی که تقاضای بالایی برای آنها وجود دارد بر شهرت و محبوبیت اتاق می‌افزاید. نمونه‌ای از این خدمات عبارت است از: انتشار کتابچه‌ها و برگزاری دوره‌های آموزشی.

پوشش هزینه‌های ثابت

شایسته است اتاق هزینه فعالیت‌های ثابتی را که درآمدزا نیستند، تأمین نماید. این‌گونه فعالیت‌ها باید ماهیت عمومی داشته و منفعت کل جامعه کسب‌وکار را در پی داشته باشند.

بازاریابی برای خدمات

ذی‌نفعان خدمات اتاق به‌طور کلی در سه دسته جای می‌گیرند:

- **اعضاء:** اتاق باید خدمات خود را از طریق نشریات به اطلاع عموم، به‌ویژه اعضاء برساند.
- **افراد غیرعضو:** کسانی که عضو اتاق نیستند از طریق تبلیغ و آگهی باید در جریان خدمات اتاق قرار گیرند.
- **بازرگانان خارجی:** اتاق می‌تواند با استفاده از توزیع بروشور و کتابچه در مکان‌هایی چون هتل، فرودگاه و سفارت، خدمات خود را به اطلاع بازرگانانی که برای تجارت وارد کشور می‌شوند برساند.

معرفی خدمات جدید

اتاق نباید خدماتی را که قبلاً به رایگان در اختیار اعضا قرار می‌داده است اکنون با هدف درآمدزایی، با دریافت وجه ارائه دهد. در این راستا توجه به نکات زیر ضروری است:

- اتاق برای ایجاد درآمدهای جدید باید فعالیت‌های جدید تعریف نماید.
- اتاق برای جذب اعضا جدید باید خدمات آسان و سهل‌الوصولی تعریف و به‌صورت رایگان در اختیار افرادی که عضو اتاق نیستند قرار دهد.
- انجام فعالیت‌های درآمدزا باید از نظر مالی در بلندمدت برای اتاق میسر باشد.
- چنانچه فعالیت‌های درآمدزای اتاق بر میزان عضویت تأثیر منفی بگذارد، اتاق باید این فعالیت‌ها را مجدداً مورد ارزیابی قرار دهد و در صورت لزوم ترک نماید.
- خدمات پولی اتاق باید از کیفیت غیرقابل انکاری برخوردار باشد، زیرا شهرت اتاق در گرو آن است. بدین منظور، انتخاب کارشناسان و مشاوران کارآمد و شایسته ضروری است.
- دامنه و نوع خدمات ارائه‌شده باید بر اساس تقاضا تعیین شود.
- اتاق باید برای ارائه خدماتی که از طریق سایر سازمان‌ها قابل تأمین است دلایل موجهی داشته باشد؛ از جمله تقاضای اعضا و توانایی اتاق در ارائه خدمات با کیفیت بالاتر.

فصل چهارم: ملاحظات اصلی

محدودیت های قانونی

ساختار حقوقی و شاکله نهادی اتاق های بازرگانی از کشوری به کشور دیگر متفاوت است. در برخی از کشورها، تأسیس اتاق در قانون اجباری است. در برخی دیگر، اتاق ها انجمن هایی هستند که به طور داوطلبانه توسط بازرگانان ایجاد می شوند.

- در تعریف فعالیت های درآمدزا باید به ساختار حقوقی اتاق توجه نمود زیرا ممکن است از این جهت محدودیت هایی پیش روی اتاق باشد.
- انجام فعالیت های درآمدزا در قالب تأسیس و ثبت یک شرکت تابعه می تواند به اتاق کمک کند محدودیت های قانونی را پشت سر گذارد.

ارائه خدمات رایگان و مبتنی بر هزینه به اعضا

اتاق هایی که به موجب حقوق عمومی تأسیس شده اند می توانند در ازای ارائه خدمات به اعضا وجه دریافت نمایند. در حالی که اتاق هایی که تحت قانون خصوصی تأسیس شده اند می توانند در ازای ارائه خدمات هم به اعضا و غیر اعضا، وجه دریافت کنند.

- اتاق های ژاپن با وجود آنکه به موجب حقوق عمومی تأسیس شده اند، عضویت در آنها داوطلبانه است و بر این اساس می توانند به هر دو گروه اعضا و غیر اعضا خدمات ارائه دهند.
- اتاق هایی که به موجب حقوق خصوصی تأسیس شده اند، می توانند رقم متفاوتی را از غیر اعضا دریافت نمایند تا در آنها انگیزه عضویت ایجاد شود.

- خدماتی که با دریافت وجه به غیر اعضاء ارائه می‌شوند باید در ازای مبلغی انجام شوند که هزینه‌های اتاق را در این خصوص پوشش دهد. به عبارتی، بار مالی خدمات‌رسانی به غیر اعضاء نباید از محل هزینه‌های دریافتی از اعضاء تأمین شود. دریافت هزینه به‌علاوه ۱۵٪ رقم مناسبی خواهد بود.
- خدمات مبتنی بر هزینه برای تکمیل سایر خدمات به اعضاء ارائه می‌شوند. اما مرز میان خدمات رایگان و مبتنی بر هزینه چگونه باید تنظیم شود؟

- در اتاق لندن، اطلاعات عمومی در حوزه توسعه تجارت در اختیار همه اعضاء قرار می‌گیرد. اما در صورت نیاز به خدمات تخصصی‌تر، اعضاء می‌توانند با پرداخت وجه، اشتراک بسته‌های خدمات اختیاری مانند خبرنامه‌های بازارهای مشخصی را دریافت کنند.
- در اتاق بازرگانی استکهلم، خدمات مشاوره تا سقف زمانی مشخصی (معمولاً یک ساعت) به‌صورت رایگان به اعضاء ارائه می‌شود. پس از زمان تعیین‌شده، اعضاء باید مانند غیر اعضاء هزینه پرداخت نمایند.

- بسته‌های خدمات اختیاری به اتاق امکان می‌دهد خدمات خود را بر مبنای تقاضا تنظیم نماید.

ارائه خدمات به اعضاء و غیر اعضاء

در اتاق‌هایی که عضویت اختیاری است همیشه این پرسش مطرح می‌شود که آیا خدمات باید منحصرأً به اعضاء ارائه شود؟

- اتاق باید این مسئله را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد که ارائه خدمات به افراد غیر عضو چه تأثیری بر میزان عضویت در آن می‌گذارد.
- ارائه خدمات مبتنی بر هزینه به غیر اعضاء، در آنها انگیزه عضویت ایجاد می‌کند.
- جلب رضایت غیر اعضاء آنها را برای دریافت خدمات بیشتر و استفاده از مزایای خدمات رایگان مختص به اعضاء ترغیب می‌کند.

رقابت با کسب‌وکارها

اتاق نباید بابت خدماتی که سایر سازمان‌ها به‌صورت رایگان ارائه می‌دهند هزینه دریافت کند، مگر آنکه به درخواست اعضاء خدمات مشابه را در سطح کیفی بالاتری ارائه دهد. از طرفی، عرضه خدماتی که سایر بنگاه‌های تجاری عضو اتاق به‌صورت رایگان ارائه می‌دهند، برای اتاق منصفانه نیست.

فصل پنجم:

توسعه تجارت

توسعه تجارت برای اتاق‌های بازرگانی در کشورهای صنعتی همواره از اهمیت حیاتی برخوردار بوده است و آنها اغلب در این زمینه پیشگام بوده‌اند. اتاق‌های بازرگانی در برخی از کشورهای در حال توسعه نیز به همین میزان فعال هستند. با این حال، به تازگی در اکثر کشورهای در حال توسعه، اتاق‌ها در کنار سازمان‌های ملی توسعه تجارت، نقش معناداری در توسعه تجارت یافته‌اند. در بسیاری از کشورها، سازمان‌های توسعه تجارت سابقه طولانی ندارند و اتاق‌ها می‌توانند آنها را به‌طور مؤثری در ترویج صادرات یاری دهند. در این حالت، اتاق دارای مزیت‌های زیر است:

- دسترسی به شبکه جهانی اتاق‌های بازرگانی که دسترسی به بازارهای خارجی را میسر می‌سازد.
- حمایت اتاق‌ها از ترویج صادرات و واردات ابزار مهمی در همکاری‌های بین‌المللی و توسعه تجارت محسوب می‌شود.
- پیشرفت‌های حوزه فناوری، ارتباط بین اتاق‌ها را به‌طور بهینه‌ای در محیط مجازی ممکن ساخته است. در نتیجه، عرضه اطلاعات به‌صورت سریع‌تر و کارآمدتری انجام می‌شود.

اما سازمان‌های ملی توسعه تجارت مزایای دیگری دارند که به شرح زیر است:

- توسعه تجارت تنها دغدغه آنها است.
- حمایت مالی کافی از دولت دریافت می‌کنند.
- امکان دسترسی به شبکه‌ای از نمایندگان تجاری در سراسر جهان دارند.

باین حال، دولت‌ها به دلیل محدودیت‌های بودجه‌ای، به کاهش اعتبارات و کمک‌های مالی بلاعوض به سازمان‌هایی از این دست سوق یافته‌اند که این امر فرصت مناسبی را برای نقش‌آفرینی اتاق‌ها فراهم کرده است.

اعزام هیئت‌های تجاری

یکی از وظایف اتاق از دیرباز، اعزام یا میزبانی هیئت‌های تجاری بوده است. هیئت‌های تجاری به دو نوع افقی و عمودی تقسیم می‌شوند. هیئت‌های افقی متشکل از طیف متنوعی از نمایندگان کسب‌وکارها هستند و هیئت‌های عمودی حول تخصص واحدی شکل می‌گیرند؛ مانند مجموعه‌ای از بانکداران، تولیدکنندگان پوشاک یا تولیدکنندگان قطعات ماشین.

- هیئت‌های افقی تأثیر و خروجی محدودتری دارند.
- در هیئت‌های افقی اهمیت اهداف کمتر است و در نهایت به فعالیت روابط عمومی ختم می‌شوند.
- هیئت‌های عمودی یا متمرکز، با توجه به ملاحظات فوق از مطلوبیت بیشتری نسبت به هیئت‌های افقی برخوردار هستند.
- هیئت‌های عمودی از آنجاکه حول محور واحدی فعالیت می‌کنند، دیدگاه شفاف‌تری در مورد مأموریت خود، موضوعات مورد بررسی یا استفاده از فرصت‌ها دارند که به اهداف دقیق‌تر و منسجم‌تری می‌انجامد.
- هیئت‌های عمودی برای خریداران نیز مطلوبیت بیشتری دارند زیرا امکان یافتن شریک تجاری بالقوه میان هیئت‌های تخصصی و ویژه بیشتر است.
- صرف اعزام یا میزبانی هیئت‌های تجاری در بازارهایی که صنایع مختلفی در آن رقابت می‌کنند ثمربخش نخواهد بود. اتاق میزبان باید پیش از ورود هیئت‌های تجاری خارجی برنامه‌ریزی دقیقی با رعایت موارد ذیل داشته باشد:

۱. شناسایی سازمان‌های متناظر در کشور هدف
۲. برنامه‌ریزی برای گفتگوهای فردی و بازدید از کارخانه‌ها
۳. تنظیم برنامه زمانی برای جلسات، گفتگوهای فردی، برنامه‌های اجتماعی، ملاقات با سران و جلب حمایت بخش‌های مرتبط با کسب‌وکارها در وزارتخانه‌ها
۴. استفاده از مزیت تخفیف در سفرهای گروهی هنگام رزرو بلیط، هتل، جابه‌جایی بار، تهیه غذا و غیره

۵. ارائه پشتیبانی‌های لازم به معنای توجه به نیازهای هیئت در طول سفر، ارائه کتابچه‌هایی در

ارتباط با شرکت‌ها، محصولات یا اعضای حاضر در هیئت

۶. تبلیغات منسجم و ساختاریافته به‌طور مشترک با سازمان یا وزارتخانه متناظر در کشور

میزبان

۷. باید از اعضای حاضر در هیئت درخواست گردد تا در تأمین هزینه‌ها مشارکت نمایند. امکان

دریافت کمک مالی از دولت یا سایر مراکز نیز باید بررسی گردد. بودجه‌بندی برای اعزام یا

میزبانی هیئت‌های تجاری باید طوری برنامه‌ریزی شود که برای اتاق خالص مازاد داشته باشد.

از آنجاکه تجارت بین‌المللی در دنیای امروز اهمیت ویژه‌ای یافته است و به‌ویژه کشورهایی که علاقه‌مند به حمایت از صنعت و در نتیجه حل مشکلات مربوط به تراز پرداخت‌ها هستند، استفاده بهینه‌ای از این فرصت می‌کنند، عجیب نیست که نخست وزیر یا وزیر کابینه در رأس چنین هیئت‌هایی قرار گیرند. حضور این افراد حداقل در مراحل اولیه، حامل این پیام است که دولت اهتمام ویژه‌ای به امور کسب‌وکار دارد.

- همراهی کابینه دولت با نمایندگان تجاری کشورها به‌ویژه زمانی اتفاق می‌افتد که موضوعاتی چون سرمایه‌گذاری یا انتقال فناوری در بیانیه مأموریت هیئت باشد.
- حضور یکی از وزرای ارشد همراه با سایر مقامات به تسهیل کسب‌وکار کمک می‌کند و در شرایطی که سیاست‌های دولت محدودیت‌زا هستند، راه‌حل‌های فوری قابل اتخاذ خواهد بود.

میزبانی هیئت‌های تجاری

اتاق با دعوت از هیئت‌های خارجی به‌صورت هدفمند و متمرکز، می‌تواند به اهداف ذیل دست یابد:

- اعضای اتاق که از نظر تعداد چندین برابر تعداد حاضر در هیئت‌های اعزامی هستند، فرصت ملاقات و تعامل با هیئت‌های خارجی را می‌یابند.
- به محض شناسایی ظرفیت‌های مناسب، می‌توان با نشان دادن امکانات منطقه، زمینه‌های عقد قراردادهای تجاری را فراهم نمود.
- مهمان‌نوازی در کنار مذاکرات فشرده به حصول نتایج بهتری می‌انجامد.
- وارد ساختن مقامات دولتی در هر مرحله از مذاکرات در داخل کشور، آسان‌تر از زمانی است که هیئت تجاری به خارج اعزام می‌شود.

- تبلیغات مناسب در خصوص حضور هیئت‌های خارجی در اتاق، می‌تواند زمینه جذب اعضای جدید را به اتاق فراهم آورد.

نمایشگاه‌های تجاری و تبلیغاتی

اتاق می‌تواند به تنهایی یا به کمک گروهی از شرکت‌ها، اقدام به برگزاری نمایشگاه‌های تجاری نماید. فعالیت‌های مرتبط در این حوزه عبارت‌اند از: رزرو فضای نمایشگاه، رزرو بلیط و اقامت در هتل، راه‌اندازی میز اطلاعات در محل نمایشگاه، ارائه خدمات پشتیبانی مانند نیروی کار و خدمات ترجمه.

- اتاق می‌تواند در جلب حمایت‌های بودجه‌ای دولت یا سایر سازمان‌ها، جهت برگزاری نمایشگاه‌های تجاری، نقش واسطه‌گر را ایفا کند.
- اتاق می‌تواند گروهی از شرکت‌های متقاضی برپایی نمایشگاه را زیر چتر خود بگیرد و آنها را از مزایایی چون تخفیف در اجاره و هزینه‌های مشترک بهره‌مند سازد.
- بعضی از اتاق‌ها مدیریت برپایی نمایشگاه‌ها را بر عهده می‌گیرند. اتاق بیرمنگام یکی از این اتاق‌ها است که به ارائه تمهیدات برای برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی می‌پردازد. درآمد اتاق در این حوزه از محل اجاره‌بهای فضای نمایشگاه، هزینه‌های ورودی و نمایش تبلیغات تأمین می‌شود.

تلاش‌های مشترک جهت بازاریابی صادرات

با وجود آنکه صادرات واقعی در سطح فردی انجام می‌شود، توسعه صادرات یکی از مواردی است که اتاق‌ها تقریباً همیشه به آن اشتغال داشته‌اند. برخی از اتاق‌ها در راستای تعقیب استراتژی توسعه صادرات ملی، به تشکیل کنسرسیوم‌های صادراتی روی آورده‌اند.

- اتاق می‌تواند با تمرکز بر خطوط تولید، مناطق، بازارها و مکان‌های هدف، به شناسایی شرکت‌ها و سازمان‌های صادرات‌محور بپردازد.
- اتاق به لطف ارتباطات نهادی با سازمان‌های متناظر خود در منطقه هدف، می‌تواند مسئولیت رسیدگی به امور اداری، توسعه استراتژی بازاریابی و ارائه کمک‌های مفید به صادرکنندگان را به‌خوبی عهده‌دار شود.
- اتاق با انجام چنین فعالیت‌هایی می‌تواند حمایت مالی دولت و سایر مراکز توسعه‌ای را برای گسترش این طرح‌ها جلب نماید.



شبکه‌های اطلاعات

همکاری کسب‌وکارها در عرصه جهانی با هدف گرد هم آوردن تجار کشورهای مختلف صورت می‌گیرد. در عصر حاضر، طبقه‌بندی شرکت‌ها و سازمان‌های تخصصی بر اساس مرزهای فیزیکی کشورها امر درستی تلقی نمی‌شود. در واقع، پیشرفت‌های فناوری اطلاعات موجب شده است گردآوری و ذخیره اطلاعات به صورت داده‌های رایانه‌ای در همه جای دنیا امکان‌پذیر گردد.

- تقریباً همه کشورهای توسعه‌یافته دارای پایگاه داده‌ها هستند که دسترسی به آن با پرداخت مبلغی امکان‌پذیر می‌گردد. بسیاری از اتاق‌ها در موقعیتی قرار دارند که می‌توانند از طریق پیوستن به این شبکه‌ها مزایایی را برای اعضای خود فراهم آورند.

قراردادهای تجاری

دریافت و انتشار اطلاعات در خصوص فرصت‌های تجاری با سایر کشورها، یکی از بخش‌های لاینفک فعالیت اتاق‌ها است. به‌طور معمول، استعلام‌های اولیه در مورد کسب‌وکارها به پیشنهادات تجاری جدی‌تر می‌انجامد که به‌موازات آن درخواست برای خدمات اتاق افزایش می‌یابد.

- پاسخگویی اتاق به استعلام‌های تجاری که از خارج از کشور مطرح می‌گردد بر اعتبار اتاق به‌عنوان شریک تجاری بالقوه می‌افزاید.
- استعلام‌های مجدد از سوی طرف‌های تجاری گذشته به معنای تمایل آنها به همکاری تجاری است و در این موقعیت‌ها، اتاق می‌تواند فرصت عقد قرارداد را بین اعضاء و طرفین علاقه‌مند ایجاد نماید.
- ادامه پیگیری‌ها از جانب اتاق برای به ثمر رساندن قرارداد باید مشمول هزینه باشد تا اطمینان حاصل شود که طرفین در تصمیم خود جدی هستند.

کمیته‌های تجاری مشترک میان دو کشور

اتاق ممکن است به‌واسطه آن دسته از شرکت‌های عضو که به تجارت خارجی اشتغال دارند، وارد قراردادهای تجاری با نهادهای متناظر در کشورهای خارجی گردد. این کار ممکن است به اشکال مختلفی صورت گیرد:

- **تشکیل کمیته‌های تجاری مشترک:** اتاق‌های دو کشور با امضای قرارداد اقدام به تشکیل کمیته‌های مشترک می‌نمایند. در جلسات این کمیته‌ها، حوزه‌های سیاستی که باید مورد بررسی قرار گیرند به



بحث گذاشته می‌شوند. همچنین، دولت‌های هر دو کشور به‌طور رسمی در جریان پیشرفت‌های کمیته در پیشبرد تجارت و رفع موانع پیش رو قرار می‌گیرند.

- **امضای تفاهم‌نامه:** اتاق می‌تواند با یک سازمان در کشور دیگر تفاهم‌نامه امضاء کند. تشریفات رسمی امضای تفاهم‌نامه از تشکیل کمیته‌های تجاری کمتر است و نیاز به موافقت دولت ندارد. به‌موجب تفاهم‌نامه طرفین متعهد می‌گردند در راستای دستیابی به نتایج سودمند با یکدیگر همکاری کنند. پیشبرد اهداف تفاهم‌نامه در گرو دریافت حق عضویت و سایر پرداختی‌های اعضای خواهد بود.

معرفی نیروهای متخصص

در شمال اروپا طرحی به اجرا در آمده است که به‌موجب آن کارکنانی که تمایل دارند زمینه کاری خود را تغییر دهند یا مایل هستند پس از بازنشستگی به سایر سازمان‌ها خدمات مشاوره ارائه دهند، خود را به سازمان‌هایی معرفی می‌کنند. بدین ترتیب، نیروها می‌توانند به‌واسطه این سازمان‌ها در اختیار شرکت‌هایی قرار گیرند که تمایل دارند در مقابل پرداخت هزینه (معادل حقوق کارشناسان به علاوه هزینه) در طول یک دوره معین مشاوره تخصصی دریافت کنند. این کارشناسان معمولاً به‌طور هم‌زمان برای چند شرکت کار می‌کنند و تعداد ساعات معینی را به‌طور روزانه یا هفتگی به هر یک اختصاص می‌دهند.

- اتاق‌ها می‌توانند در صورت داشتن چنین نیروهایی، با دریافت وجه آنها را به سایر سازمان‌ها معرفی نمایند.
- اتاق بازرگانی و صنایع دهلی نو یک متخصص بهینه‌سازی انرژی را به خدمت گرفته است که در ازای دریافت هزینه به شرکت‌ها مشاوره می‌دهد.

فعالیت‌های مرتبط با سرمایه‌گذاری

کشورهای در حال توسعه به‌موازات پیشرفت در زمینه کاهش مقررات و نظارت‌ها، دریافته‌اند که باید تخصص کافی را در سطح بخش خصوصی پرورش دهند تا در فرآیند ترویج سرمایه‌گذاری مؤثر واقع شود. دولت‌ها آثار مثبت چنین برنامه‌هایی را در اتاق‌ها سنجیده‌اند و در زمینه تأمین بودجه موردنیاز برای فعالیت‌های مرتبط آمادگی لازم را دارند.

- اتاق‌ها می‌توانند تخصص و اطلاعات موردنیاز طرفین تجاری خارجی و شرکت‌های داخلی را فراهم آورند و در ازای ارائه این خدمات هزینه لازم را دریافت نمایند.

- با وجود آنکه درآمد اتاق از این فعالیتها قابل توجه نیست، اما ماهیت کار و اثرات آن بر وجهه اتاق و بر رفاه ملی نویدبخش است.
- اتاقهای مشترک در این حوزه موقعیت بسیار مناسبی دارند.
- در بلندمدت، تأثیر مثبت این خدمات در افزایش عضویت و رشد قدر و منزلت اتاق قابل مشاهده خواهد بود.

رویههای معاف از مالیات

در بسیاری از کشورها دولت اجازه می‌دهد گردشگران بدون پرداخت مالیات کالای داخلی را خریداری نمایند. در برخی از موارد این امتیاز تنها در فرودگاهها و مناطق مشابه وجود دارد. اما در موارد دیگر، کالاهای خریداری شده در صورتی که در نقطه عزیمت مانند فرودگاه یا بندر به خریدار تحویل داده شود از مالیات معاف می‌گردد. امکان استرداد مالیات پس از انجام صادرات نیز وجود دارد.

- در مواردی که در مقررات تصریح شده است کالا باید در منطقه مشخصی تحویل داده شود، اتاق می‌تواند ترتیبات معافیت از مالیات را مدیریت کند. برای نمونه، اتاق می‌تواند با استقرار سامانه‌ای در فرودگاه، کالاهای خریداری شده گردشگران را به آنها تحویل دهد. لازم است اتاق برای تأمین مالی این خدمات مبالغی را از فروشگاههایی که در این فرآیند منتفع می‌شوند دریافت نماید.
- اتاق بازرگانی باربادوس خدمات معافیت مالیاتی را در فرودگاه بین‌المللی و در بندر به گردشگران ارائه می‌دهد.

فصل ششم: خدمات مجاز

یکی از رایج‌ترین خدمات اتاق‌ها، صدور گواهی مبدأ و سایر اسناد صادرات است. این فعالیت پس از حق عضویت، مهم‌ترین منبع درآمدی بسیاری از اتاق‌ها به شمار می‌رود. با این حال، ارائه این خدمات مسئولیت بزرگی را به دنبال دارد و توانمندی اتاق در این زمینه باید به گونه‌ای باشد که جای هیچ نقدی را برای آن باقی نگذارد.

گواهی مبدأ و گواهی تجزیه آزمایشگاهی^۱

در بسیاری از کشورها، وظایف مشخصی به اتاق‌ها محول شده است. برای نمونه، صدور گواهی مبدأ که به‌طور معمول جزء وظایف مقامات گمرکی محسوب می‌شود، به اتاق واگذار گردیده است. با این حال، گواهی‌های مرتبط با نظام عمومی ترجیحات^۲ هنوز در بسیاری از موارد توسط مقامات گمرکی صادر می‌شود.

- اتاق‌هایی که مجاز به صدور گواهی مبدأ هستند باید در مورد صحت اظهارات و اسناد ارائه‌شده جهت صدور گواهی، اطمینان لازم را کسب نمایند. اتاق در ازای صدور این گواهی‌ها باید هزینه مقرر شده را دریافت نماید.
- اتاق‌ها باید در حفظ رونوشت اسناد صادر شده و شماره سریال ثبت آنها کوشا باشند.
- در کشورهایی که سازمان‌های دیگری مانند سازمان توسعه صادرات به صدور گواهی مبدأ می‌پردازند، وجود چنین رقاباتی اتاق را ترغیب می‌کند با ارائه خدمات سریع و کارآمد مزیت رقابتی خود را حفظ نماید.

^۱ - گواهی تجزیه آزمایشگاهی در مورد کالاهایی مانند دارو، مواد شیمیایی و غذایی صادر می‌شود که قرار است از کشوری صادر یا به آن وارد گردد.
^۲ - این نظام مبتنی بر حذف موانع تعرفه‌ای برای کشورهای در حال توسعه است و به صورت عمده در مورد محصولات کارخانه‌ای و نیمه‌کارخانه‌ای مشخص اعمال می‌گردد.



- گواهی تجزیه آزمایشگاهی برای برخی از کالاها مورد نیاز است. ابتدا، از کالاها نمونه گرفته می شود؛ یک آزمایشگاه معتبر آزمایش های لازم را انجام می دهد؛ و گواهی با ذکر مشخصات لازم در ازای پرداخت هزینه صادر می گردد. بسیاری از اتاق های واقع در مناطق بندری با ارائه این خدمات، درآمد قابل توجهی را کسب می کنند.
- چنانچه اتاق برای نخستین بار تصمیم به ارائه چنین خدماتی بگیرد، باید ابتدا تمامی هزینه های اولیه را محاسبه نماید.
- هزینه این خدمات باید به گونه ای میان اعضاء و غیر اعضاء متفاوت باشد که صادرکنندگانی که عضو اتاق نیستند به منظور صرفه جویی در هزینه های صدور گواهی انگیزه عضویت پیدا کنند.

پایش نرخ صادرات

- سهیمه صادرات برخی از کالاها ممکن است به موجب توافقات دوجانبه دولت محدود شده باشد. در عین حال، صدور اسناد صادرات خاص و وظیفه نظارت بر سهیمه بندی صادرات ممکن است به اتاق واگذار شده باشد.
- اتاق باید هزینه های لازم جهت صدور اسناد صادرات و انجام فعالیت های مرتبط را از صادرکنندگان اخذ نماید.

سایر اسناد صادرات

- اتاق های بازرگانی تأیید صحت اسناد مورد استفاده در تجارت بین الملل از جمله برگ خریدها، بیمه نامه ها و غیره را بر عهده دارند.
- اتاق می تواند هزینه های این فعالیت را از محل مبالغ پرداختی صادرکنندگان تأمین نماید.

کارنه آ.ت.^۱

صدور کارنه آ.ت. برای بسیاری از اتاق ها درآمدزا است و با اهداف اتاق در راستای تسهیل تجارت تطابق دارد. سه گروه عمده از اقلام کالایی که ماهیت موقتی دارند را می توان به موجب این سند بدون پرداخت عوارض گمرکی به کشور وارد کرد که عبارت اند از: نمونه هایی از اجناسی که فروشنده با خود به کشور حمل می کند و

^۱ - سند گمرکی تسهیل کننده ترانزیت و حمل و نقل بین المللی کالا

پس از پایان سفر به کشورش برمی گرداند؛ محصولاتی که برای ارائه یا استفاده در نمایشگاه به کشور وارد شده است؛ و تجهیزات حرفه‌ای.

- اتاق با صدور این سند، برای تجاری که به دنبال بازارهای خارجی برای محصولات خود می‌گردند، مزایایی را فراهم می‌آورد و در ازای آن مبلغی را دریافت می‌کند.

گواهی بازرسی

در برخی از کشورها، استانداردهای فنی یا کیفی خاصی برای واردات یا صادرات کالا مورد نیاز است. در بیشتر مواقع، بازرسی‌های مورد نیاز جهت بررسی میزان تطابق با استانداردها توسط مقامات دولتی یا شرکت‌های بازرسی مجاز انجام می‌شود.

- باین حال، اتاق می‌تواند با استخدام کارشناسان مرتبط اقدام به راه‌اندازی سامانه بازرسی نماید و در ازای ارائه خدمات مربوطه مبلغی را دریافت نماید.

اعطای مجوزهای قانونی

حفظ و توسعه شیوه‌های صحیح کسب‌وکار یکی از اهداف اتاق‌ها است. اتاق‌ها این کار را با اعطای مجوزهای قانونی به بنگاه‌هایی که استانداردهای مشخصی را در کسب‌وکار رعایت می‌کنند، انجام می‌دهند. این اختیار ممکن است بنابر حکم دولت، بر اساس سنت یا مطابق با تقاضای جامعه کسب‌وکار به اتاق واگذار شده باشد.

- برای نمونه، اتاق بازرگانی استکهلم به کارگزاران املاک و مستغلات مجوز قانونی اعطا می‌کند. این اتاق تجربه و دانش مراجعان را محک می‌زند و با بررسی رفتار بنگاه‌ها و کارگزاران به افراد واجد صلاحیت مجوزی پنج ساله اعطا می‌کند.

- اتاق استکهلم کمیته ویژه‌ای برای نظارت بر فعالیتهای نمایندگان مجاز دارد و می‌تواند در موارد تخلف، با صدور اخطار و هشدار، مجوز نماینده خاطی را باطل نماید. این اتاق همچنین، دارای یک هیئت‌مدیره ویژه برای نظارت بر امر مجوزدهی است، اما بسیاری از کارهای مقدماتی آن در دبیرخانه اتاق انجام می‌شود. اتاق استکهلم تأمین مالی این کار را با دریافت وجه برای صدور یا تمدید مجوز انجام می‌دهد. از آنجاکه اتاق با حکم دولت این وظیفه را عهده‌دار شده است، نرخ هزینه دریافتی را دولت تعیین می‌کند که ضمن پوشش تمام هزینه‌ها، حق‌الزحمه دبیرخانه را نیز دربر می‌گیرد.



- صدور مجوز برای سایر متخصصان نیز می تواند در اتاقها صورت گیرد. برای نمونه، اتاق مرکزی فنلاند وظیفه اعطای مجوز به حسابرسان و مترجمان را دارد.
- اتاق همچنین می تواند بنگاهها را بر اساس کیفیت خدمات رسانی، در فهرست پیشنهادی خود برای برگزاری نمایشگاه قرار دهد. بنگاهها بابت قرار گرفتن اسمشان در این فهرست باید هزینه ای را به اتاق بپردازند. سایر هزینه های مربوط به برگزاری نمایشگاه نیز توسط اتاق تعیین می شود.

فصل هفتم:

انتشارات

خبرنامه‌ها و بولتن‌هایی که در فواصل منظم صادر می‌شوند به‌طور رایگان در اختیار اعضاء قرار می‌گیرند. در این خبرنامه‌ها می‌توان به مسائل مختلفی پرداخت: اطلاعاتی‌های دولتی، تأثیر قوانین وضع‌شده، تصمیمات قضایی مرتبط با کسب‌وکارها، روند سرمایه‌گذاری، نماگرهای اقتصادی، داده‌های تطبیقی و تحلیل داده‌ها، رویدادهای مهم داخلی و خارجی، نمایشگاه‌های تجاری مهم، استعلام‌های تجاری، اطلاعاتی در خصوص فرصت‌های تجاری، فناوری‌های جدید یا فرصت‌های انتقال فناوری، و معرفی حوزه‌های همکاری. البته، لازم است کارها به صورت شفاهی ارائه شوند تا جذابیت آنها برای مطالعه افزایش یابد.

- درحالی‌که یک نسخه از خبرنامه‌ها و بولتن‌های اتاق به‌رایگان در اختیار اعضاء قرار می‌گیرد، دریافت نسخه‌های اضافی با پرداخت وجه امکان‌پذیر خواهد بود. این کار موجب می‌شود ارزش خرید محصول موردنظر برای اعضاء افزایش یابد.
- کیفیت بولتن‌ها موجب افزایش تقاضا و جذب درآمد بیشتر می‌شود.
- درج پیام‌های بازرگانی در خبرنامه‌ها منبع دیگر درآمدزایی برای اتاق است.
- منافع اعضای اتاق بسته به زمینه فعالیت آنها متفاوت است. دیدگاه صنایع بزرگ با دیدگاه شرکت‌های کوچک و متوسط متفاوت است. اما نیاز عمومی اعضاء تا سطح مشخصی در قالب یک نشریه واحد قابل تأمین است.
- با افزایش تنوع و تغییر در محیط پیرامون، اعضاء به دنبال مطالبی هستند که به‌طور مستقیم به نیازهای آنها پاسخ گوید. این نیازها را می‌توان در قالب نشریات و سایر شیوه‌های ارتباطی به‌صورت زیر تأمین نمود:

۱. **خلاصه‌های مدیریتی:** حاوی خلاصه‌ای از اطلاعات مورد نیاز مدیران که حتی الامکان در دو صفحه تهیه شده است. این خلاصه‌ها می‌تواند با تبلیغات یک‌خطی، منبع درآمدی باشند.

۲. **ماهنامه:** ماهنامه حاوی این مطالب است: جزئیات وقایع اقتصادی؛ بیانیه‌های اتاق و عکس‌العمل‌های دریافتی در صورت وجود؛ اطلاعیه جلسات با دولت، شخصیت‌های برجسته، هیئت‌های تجاری و غیره؛ مقالات کوتاه حاوی موضوعات روز؛ زندگی‌نامه شخصیت‌ها، تاریخ‌نگار رویدادهای آتی و غیره. ماهنامه اتاق از نظر کیفیت و نحوه ارائه، معرف اتاق خواهد بود زیرا در اختیار دولتمردان، سفارتخانه‌ها، متخصصان و روزنامه‌نگاران قرار می‌گیرد. فروش ماهنامه علاوه بر کمک به درآمدزایی، نام و آوازه اتاق را مطرح می‌سازد.

۳. **خلاصه مذاکرات حقوقی - قضایی و تصمیمات تقنینی:** پاسخ به پرسش‌های مجلس، اغلب حاوی اطلاعات باارزشی است. تصمیمات حقوقی مهم، برای اعضای که کسب و کارشان تحت‌الشعاع این تصمیمات قرار می‌گیرد حائز اهمیت است. نشریات حاوی چنین اطلاعاتی به دلیل تمرکز بر موضوعات ویژه، دارای ارزش کاربردی هستند و متقاضیان اغلب حاضرند بابت آن هزینه لازم را پرداخت نمایند.

۴. **ویژه‌نامه / تک‌نگاشت^۱:** به منظور پرداختن به مسائل روز و افزایش اطلاعات اعضاء و سایرین و همچنین، به بحث گذاشتن موضوعاتی که می‌تواند تصمیم‌سازی سیاست‌گذاران را تحت‌الشعاع قرار دهد، اتاق می‌تواند ویژه‌نامه‌هایی را به یک موضوع خاص اختصاص دهد. پشتوانه مالی این ویژه‌نامه‌ها، درج تبلیغات در آنها خواهد بود. البته، در مورد طرح‌های مشخصی، اتاق و سازمان‌های ذی‌نفع می‌توانند منابع مالی کافی را به این طرح‌ها اختصاص دهند.

۵. **واقع برگ^۲:** اطلاعات ارائه‌شده در این قالب، جزء خدمات تخصصی محسوب می‌شود که اتاق به گروه مشخصی از اعضاء ارائه می‌دهد. برای نمونه، تک‌برگ‌های اطلاعاتی در حوزه‌ای مانند ریخته‌گری می‌تواند جزئیات مفید و مختصری را به صورت فوری در اختیار فعالان این حوزه قرار دهد و آنها نیز تمایل خواهند داشت هزینه دریافت چنین اطلاعاتی را بپردازند.

¹ - monograph

² - fact sheet

۶. **کتابچه‌های راهنما:** این نوع محصولات برای پرداختن به مباحث شناخته‌شده‌ای مانند قانون و رویه‌های قضایی مرتبط با سرمایه‌گذاری، روش‌های حسابداری، اسناد صادرات و غیره کاربرد فراوانی دارند.

۷. **مجموعه مقالات آراء صاحب‌نظران در سمینارها و کارگاه‌های آموزشی:** گاهی اوقات، کتابچه‌ها یا ویژه‌نامه‌هایی که به‌عنوان پشتوانه علمی در یک کارگاه یا سمینار آموزشی ارائه می‌شوند مورد ارزیابی نقادانه‌ای قرار می‌گیرند و در نتیجه به تبادل آراء میان صاحب‌نظران می‌انجامند. به‌طور معمول، این تحلیل‌ها و کنکاش‌ها حاوی مطالب به‌روز و جدیدی هستند که شاید ارزش آنها از سمینار برگزارشده بیشتر باشد. با درج تبلیغات، این نوع محصولات می‌توانند به منبع مکمل درآمد اتاق تبدیل شوند.

۸. **دایرکتوری اعضاء / خدمات:** تهیه دایرکتوری اعضاء یا خدمات که یکی از فعالیت‌های ارزنده اتاق است موارد زیر را در بر می‌گیرد: اطلاعات موردنیاز شرکت‌ها؛ طبقه‌بندی اطلاعات بر اساس نوع فعالیت؛ به‌روزرسانی اطلاعات؛ غربال‌گری اطلاعات با هدف تبلیغات؛ و انتشار و توزیع اطلاعات. تهیه چنین بانک اطلاعاتی مستلزم تلاش گسترده و تعداد قابل‌توجهی نیروی کار است. اما در نهایت بازده ارزنده‌ای خواهد داشت. وجود چنین اطلاعاتی از اعضاء و خدمات مرتبط، تأثیر مثبتی در اذهان عمومی نسبت به کسب‌وکارها خواهد داشت. توصیه می‌شود اتاق‌هایی که در این زمینه تجربه کافی ندارند از مراکز تخصصی این امر بهره بگیرند. از سوی دیگر، کسب‌وکارهایی که به این اطلاعات نیاز دارند برای خریداری آن هزینه خواهند کرد.

فصل هشتم:

سمینارها و دوره‌های آموزشی

اتاق می‌تواند دوره‌های آموزشی که دارای ارزش کاربردی هستند را در حوزه‌های زیر برای فعالان کسب‌وکارها برگزار نماید:

- رایانه - از پایه تا پیشرفته؛
- مالیات - شیوه‌ها و روش‌ها؛
- توسعه منابع انسانی - جنبه‌های مختلف؛
- قوانین شرکت - شیوه‌ها و روش‌ها؛
- بیمه؛
- بانکداری و مدیریت مالی؛
- مالیات بر موارد خاص و رویه‌های گمرکی؛
- بازاریابی صادرات؛
- مدیریت کالا؛
- بهینه‌سازی مصرف انرژی؛
- محیط‌زیست؛
- استانداردهای بین‌المللی و سازمان بین‌المللی استاندارد؛
- ارتباطات و رسانه‌های ارتباطی؛
- بازاریابی و توزیع؛
- حمل‌ونقل - راه‌آهن، جاده، هوا و دریا؛
- قراردادها - قانون و اجرا.

طول مدت دوره‌های فوق ممکن است در قالب برنامه‌های نیم روزی یا دوره‌های هفتگی متغیر باشد. بر اساس مدت دوره می‌توان هزینه و سطح شرکت در آن را تعیین نمود.

کارگاه، سمینار و کنفرانس

اتاق در میان اعضای خود، مشتریان خاص این دست برنامه‌ها را دارد. موضوعیت داشتن مباحث، استفاده از اساتید متخصص و سرشناس، و ارائه مقالات مرتبط با موضوع می‌تواند علاقه‌مندی افراد را به شرکت در این برنامه‌ها افزایش دهد.

- مبلغ تعیین‌شده برای شرکت در سمینارها و کارگاه‌ها باید همه هزینه‌ها از جمله هزینه دعوت از سخنرانان، مقامات و شخصیت‌های سیاسی و دانشگاهی را پوشش دهد.
- شرکت در میزگردهای انتهای سمینار که با حضور کارشناسان جهت بحث و بررسی موضوعات مطروحه تشکیل می‌شود را می‌توان منوط به پرداخت هزینه آن نمود.

دوره‌ها و آزمون‌های بازرگانی

بعضی از اتاق‌ها اقدام به برگزاری دوره‌های مرتبط با کسب‌وکارها می‌نمایند و پس از اتمام دوره، آزمون‌های عملی و کاربردی لازم را به عمل می‌آورند. این دوره‌ها علاوه بر ارتقاء مهارت‌های شرکت‌کنندگان، با اعطای گواهی‌نامه، مهر تأییدی بر مهارت‌های کسب‌شده خواهد بود. بدیهی است که اتاق هزینه مقتضی را در ازای ارائه این خدمات، دریافت خواهد کرد.

- گواهی‌نامه‌هایی که از طرف اتاق صادر می‌گردد، دارای ارزش کاربردی ویژه‌ای برای فعالان اقتصادی است.
- از آنجاکه متقاضیان شرکت در چنین دوره‌هایی اغلب از اعضای اتاق هستند، اتاق مشکلی در تکمیل ظرفیت برای برگزاری دوره‌های آموزشی بازرگانی نخواهد داشت.
- اتاق لندن واحد ویژه‌ای برای برگزاری دوره‌های آموزشی مرتبط با کسب‌وکارها دارد. این اتاق در گذشته در برگزاری آزمون‌های بازرگانی دارای آوازه بود.
- اتاق بازرگانی بمبئی نیز آزمون‌های بازرگانی مشابهی را برگزار می‌کند که سالانه چند هزار دانشجو در آن شرکت می‌جویند.

آموزش‌های شغلی

بعضی از اتاق‌ها توجه ویژه‌ای به نیازهای فعلی و آینده صنایع در زمینه مهارت‌ها و آموزش‌های موردنیاز دارند. این اتاق‌ها در تعامل با صنعت، مبدع طرح‌های آموزشی مرتبط با کسب‌وکارها هستند و دوره‌های کاربردی را با هدف انتقال مهارت‌های خاص در سطوح بنگاهی برگزار می‌کنند. شرکت‌کنندگان در این دوره‌ها فرصت‌های شغلی بیشتری در بازار کار خواهند داشت.

- اتاق‌های آلمان به طور مشترک با واحدهای صنعتی این کشور اقدام به طراحی الگوهای کارآموزی در مناطق اطراف آلمان نموده‌اند. اتاق آلمان با این کار ضمن جلوگیری از هدررفت انرژی، مزیت حداکثری را برای جامعه به ارمغان می‌آورد.
- ساختار هزینه‌های دریافتی از محل این دوره‌ها می‌تواند بین اتاق‌ها متفاوت باشد. اما به‌طورقطع، توانایی واحدهای صنعتی در پرداخت هزینه‌ها و بهره‌برداری آنها از مهارت‌های آموزشی باید در تعیین مبالغ دریافتی مدنظر قرار گیرد.

فصل نهم:

خدمات دفتری و اداری

فضای اداری

اتاق‌های بازرگانی اغلب دارای دفاتر متمرکز هستند و می‌توانند فضای بلااستفاده خود را به‌طور موقت برای برگزاری جلسات اجاره دهند. شرکت‌هایی که دفاترشان در خارج از شهر است می‌توانند از چنین فضاهایی در اتاق برای ملاقات با صاحبان کسب‌وکار استفاده نمایند. به‌طور مشابه، بازرگانان خارجی که مایل به دیدار با کارآفرینان محلی هستند می‌توانند از اتاق بازرگانی به‌عنوان یک پایگاه استفاده کنند.

- اتاق می‌تواند فضایی را که به‌طور موقت مورد استفاده نیست جهت برگزاری کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌های موقت به شرکت‌های خارجی یا هیئت‌های تجاری اجاره دهد. در خصوص هیئت‌های تجاری، اتاق می‌تواند خدمات مرتبط مانند دعوت به شرکت‌های علاقه‌مند را به این هیئت‌ها ارائه دهد.
- دریافت اجاره‌بها سرمایه قابل توجهی برای اتاق نیست اما مدیریت آن برای اتاق آسان است.

خدمات ارسال تلکس و دورنگار گروهی

نظام ارتباطات دستخوش تحولات عظیمی شده است. تلکس و دورنگار روش‌های ارتباطی آنی هستند که محاسبه زمان و هزینه استفاده از آنها دشوار نخواهد بود. اتاق می‌تواند این امکانات را در اختیار اعضای خود قرار دهد تا آنها بتوانند به‌طور بهینه با گروه‌های کاری خود ارتباط برقرار نمایند.

- هزینه تأمین این خدمات برای اتاق ناچیز خواهد بود. اما اتاق می‌تواند از منافع حاصل از آن استفاده نماید.
- اتاق لندن و اتاق مهاراتا¹ (واقع در شهر پونا در هند) این خدمات را به‌طور عمومی ارائه می‌دهند.
- اتاق‌ها در کشورهای در حال توسعه از امکان خوبی برای ارائه این خدمات برخوردار هستند، زیرا بنگاه‌های کوچک و متوسط در این کشورها تمایل کمتری به سرمایه‌گذاری در چنین تجهیزاتی دارند.

¹ - Maharashtra



استعلام‌های بازرگانی

اتاق بازرگانی اروپایی فیلیپین در خصوص «استعلام خدمات بازرگانی» فعالیت‌هایی انجام می‌دهد و متناسب با نوع فعالیت هزینه دریافت می‌کند.

- اتاق برای ارائه این‌گونه خدمات باید هزینه تقریبی زمان و نیروی انسانی درگیر را برآورد کند.
- اعضای اتاق تمایل بالایی به دریافت خدمات سریع، قابل‌اعتماد و دقیق در این حوزه دارند.

کارمندان دفتری موقت

یکی از فعالیت‌های درآمدزا در اتاق‌های سوئد طرح معرفی منشیان موقت به سایر بنگاه‌ها و شرکت‌ها است. اتاق می‌تواند در شرایط مرخصی استعلاجی، مرخصی زایمان و در زمان بیشترین حجم کاری شرکت‌های عضو، نسبت به اشتغال موقت منشی در این شرکت‌ها اقدام نماید.

- در واقع، اتاق فهرستی از اسامی افرادی که تمایل خود را جهت اشتغال در سمت دفتردار یا منشی در سایر شرکت‌ها اعلام کرده‌اند تهیه می‌نماید و در ازای معرفی و اعزام این افراد وجهی از شرکت مربوطه دریافت می‌کند. در عوض، حقوق کار پاره‌وقت این نیروها بر عهده خود اتاق خواهد بود.
- اتاق بازرگانی استکهلم سالانه ۳۰۰۰ فرصت شغلی موقت را فراهم می‌آورد و فهرستی در حدود ۱۰۰۰ نفر را برای این کار در اختیار دارد.

مبادله نیروی کار

گاهی شرکت‌ها مجبور به تعدیل نیروهای خود می‌گردند. چنین شرکت‌هایی می‌توانند اطلاعات کارکنان خود را در اختیار اتاق قرار دهند. بدین ترتیب، اتاق با دریافت وجه، کارکنان واجد شرایط و باتجربه را به شرکت‌هایی که به آنها نیاز دارند معرفی می‌کند. اتاق با این اقدام، نیاز بنگاه‌ها به نیروی انسانی ماهر و نیاز افراد به اشتغال را تأمین می‌کند.

- اتاق در این طرح می‌تواند تخصص‌های مشخصی را به صورت موقت در اختیار شرکت‌ها قرار دهد و در ازای این کار وجه دریافت نماید.



مدیریت انجمن‌ها

اتحادیه‌های صنفی، بنیادها یا سازمان‌های اقتصادی کوچک‌تر ممکن است از منابع کافی جهت راه‌اندازی خدمات دفتری و حسابداری برخوردار نباشند. اتاق می‌تواند منابع خود را بر مبنای توافقنامه‌ای در اختیار این انجمن‌ها قرار دهد و با تعیین چارچوب خدمات، هزینه‌های آن را مشخص نماید.

- این خدمات عبارت‌اند از: تهیه و ارسال تفاهم‌نامه، اخذ حق عضویت و انجام امور دفتری.

خدمات ترجمه

شخصیت بین‌المللی اتاق، آن را در موقعیت عالی برای ارائه خدمات ترجمه بازرگانی به سازمان‌ها و افراد در هر دو سطح داخلی و خارجی قرار داده است. اتاق‌ها می‌توانند مستندات و متون مربوط به تجارت خارجی را از زبان خارجی به زبان مادری و بالعکس ترجمه نمایند و در اختیار متقاضیان قرار دهند. ترجمه مکاتبات و متون خبری باید در عرض ۲۴ ساعت در دسترس باشد.

مرکز ضبط آثار چندرسانه‌ای

اتاق منطقه ماهرآتا (واقع در شهر پونا در هند)، تجربه موفق در زمینه راه‌اندازی مرکز مجهز به ضبط ویدئو دارد. ضبط تبلیغات تجاری برای پخش از شبکه رادیویی یا ضبط برنامه‌های آموزشی با حمایت مالی شرکت‌ها و مؤسسات، نمونه‌ای از خدمات این مراکز است. فعالیت بسیاری از اتاق‌ها در این زمینه به موفقیت تجاری انجامیده است.

- اتاق با ارائه این خدمات، به تقویت وجهه خود به عنوان سازمانی پیشرو و نوین کمک می‌کند.
- در اتاق‌هایی که خارج از محدوده شهر قرار گرفته‌اند، ایجاد چنین مرکزی نیاز به سفر به خارج از محدوده را برای متقاضیان مرتفع می‌سازد.
- ایجاد امکانات جانبی مانند کتابخانه صوتی با موضوعات مرتبط با شرکت‌ها و بنگاه‌ها به توسعه برنامه‌های آموزشی آنها کمک می‌کند.
- اتاق مبلغی را در ازای استفاده فعالان اقتصادی از چنین خدماتی دریافت می‌دارد.

خدمات مشاوره

ارائه خدمات مشاوره در ارتباط با کسب‌وکارها در اتاق‌های بسیاری معمول است. اما در پاره‌ای از مواقع، نیاز فعالان اقتصادی از خدمات مشاوره عادی فراتر می‌رود و خواهان دریافت مشاوره‌های تخصصی می‌گردند. اتاق در

صورت ارائه خدمات مشاوره تخصصی می‌تواند از متقاضیان هزینه مطالبه نماید. برخی از خدمات تخصصی اتاق‌ها عبارت‌اند از:

- گردآوری آمار یا داده‌های تخصصی
- کمک به طراحی قراردادهای ویژه
- کمک به تهیه اظهارنظر فعالان اقتصادی در خصوص تصمیمات دولت
- مشاوره در ارتباط با اداره شرکت
- پژوهش در حوزه ویژه‌ای از کسب‌وکارها

پژوهش، بررسی و اظهارنظر

اتاق‌ها می‌توانند در حوزه‌های درخواستی کسب‌وکارها با دریافت هزینه به انجام پژوهش بپردازند. اتاق به دلیل دسترسی‌های خود می‌تواند با ارسال پرسشنامه، پژوهش‌های مورد نیاز را انجام دهد. البته، اتاق به‌منظور محافظت از اطلاعاتی که در دسترس دارد، منابع یا اطلاعات مشخصی را منتشر نخواهد کرد.

- اتاق بازرگانی استکهلم یکی از اتاق‌هایی است که در حوزه‌های مورد نیاز کسب‌وکارها به پژوهش می‌پردازد. به طور نمونه، یافته‌های پژوهشی این اتاق در حوزه‌هایی مانند نشان‌های تجاری، در نظرات هیئت مربوطه در اتاق انعکاس می‌یابد. در نمونه‌ای دیگر، پژوهش‌های این اتاق در خصوص قیمت‌های بازار داخلی در حوزه‌های مشخصی به اطلاع مقامات گمرکی خارجی می‌رسد تا مبنای ارزیابی‌های گمرکی قرار گیرد.

پژوهش به نمایندگی از طرف دولت

مقاماتی که متولی امور توسعه و برنامه‌ریزی جامعه هستند نیاز مبرم به اطلاعات دقیق در خصوص ساختار کسب‌وکارها دارند. اتاق‌ها با توجه به ارتباطات تنگاتنگی که با بخش کسب‌وکار و فعالان اقتصادی دارند می‌توانند پژوهش‌های این حوزه را بر عهده گیرند.

- اتاق استکهلم پژوهش‌های مرتبطی را برای مقامات محلی انجام می‌دهد.
- اتاق‌ها هزینه انجام چنین پژوهش‌هایی را به صورت توافقی دریافت می‌کنند.



نشان شایستگی

اتاقها ممکن است برای تقدیر از شرکتها به آنها نشان شایستگی اهدا کنند. شرکتها از چنین تقدیرهایی به شدت استقبال می‌کنند. به طور نمونه، در سال ۱۹۸۱ اتاق فنلاند ۲۲۰۰۰ نشان شایستگی به بنگاه‌های تجاری اعطاء نموده است.

مرکز داوری اختلافات تجاری

یکی از خدمات اتاق، برطرف ساختن اختلافات تجاری میان طرفین دعوا است. در بسیاری از توافقات تجاری، ماده‌ای ناظر بر این امر وجود دارد که معمولاً در چارچوب قواعد اتاق بازرگانی بین‌المللی اجرایی می‌گردد.

فصل دهم:

خدمات متفرقه

هر اتاق متناسب با شرایط محیطی خاص خودش، ممکن است برای خدمات مشخصی متقاضی بیشتری داشته باشد. میزان تقاضا از سوی فعالان اقتصادی، قیمت خدمات ارائه شده را تعیین خواهد کرد. از اینرو، هیچ تعرفه مشخصی برای خدمات اتاق وجود ندارد. در واقع، میزان تقاضا و وجود سازمان‌های رقیب در ارائه خدمات مشابه آستانه قیمتی قابل‌پذیرش را تعیین خواهد کرد.

باشگاه مدیران کسب‌وکارها

صاحبان کسب‌وکارها تمایل زیادی دارند هر از گاهی دور یکدیگر جمع شوند. برای این منظور، تشکلهایی تحت عنوان باشگاه مدیران شکل گرفته است. از آنجاکه این تشکلهای بر اساس کارکرد ایجاد می‌شوند، تشکلهایی مانند باشگاه مدیران صادرات، باشگاه مدیران طرح‌ها، باشگاه مسئولان خرید و باشگاه متخصصان خدمات اجتماعی می‌توانند در ارتباط با صنایع و کسب‌وکارها شکل گیرند.

- اتاق می‌تواند بخشی از فضای خود را به این کار اختصاص دهد و از اعضاء، ورودی و حق عضویت ماهانه دریافت نماید.
- افرادی که عضو اتاق نیستند اما تمایل دارند در این باشگاه‌ها شرکت نمایند می‌توانند با پرداخت هزینه بالاتر به این محافل بپیوندند.

زنان کارآفرین

تعداد زنانی که وارد دنیای کسب‌وکار می‌گردند هرروز رو به فزونی است. در کشورهای درحال توسعه، زنان جوان تحصیل کرده به بخش تولید و خدمات ورود یافته‌اند و بر شمار آنها هرروز افزوده می‌گردد. این کارآفرینان مشکلات واحدی دارند که رفع آنها مستلزم یاری و مساعدت اتاق‌ها است.



- اتاق می تواند خدمات حقوقی و فنی مشخصی به زنان کارآفرین ارائه دهد و در ازای آن هزینه دریافت نماید.
- اتاق می تواند برای زنان کارآفرین، محلی برای به اشتراک گذاری تجارب، تعامل با مقامات دولتی تحت لوای اتاق و ارتباط با سازمان ها و مراکز بین المللی باشد.

خدمات بندری

در حوزه بهره برداری از بنادر، بخش های بسیاری وجود دارد که بخش خصوصی یا نهادی مانند اتاق امکان ورود به آن را دارد. برای نمونه، در شبه قاره هند یکی از خدمات بندری که بر عهده اتاق قرار دارد اندازه گیری محموله های صادراتی به منظور محاسبه فضای مورد نیاز بار است. در سال های اخیر، بازرسی کانتینرهای حمل کالا و صدور گواهی نامه های مرتبط به فهرست فعالیت های اتاق افزوده شده است.

مدیریت مناطق صنعتی

در کشورهای در حال توسعه، اتاق ها به کمک دولت یا مقامات محلی به توسعه مناطق صنعتی می پردازند تا صنایع روبه رشد با دسترسی به زیرساخت های مورد نیاز مجال شکوفایی پیدا کنند. از سوی دیگر، اتاق می تواند با استفاده از نام خود در ارتباط با بانک ها، مقامات شهرداری یا استانداران حمایت خود را از فعالان این مناطق به عمل آورد.

- فعالیت اتاق در این زمینه شامل خریداری زمین، ارائه طرح، احداث جاده، تأمین آب و برق، و فروش تجهیزات زیر قیمت بازار خواهد بود. البته، تمامی اینها در قبال دریافت وجوه از پیش تعیین شده ای انجام می شود که در نگاه بلندمدت اتاق را منتفع خواهد ساخت.

مدیریت تأسیسات عمومی

در بعضی از کشورها، اداره تأسیسات عمومی مرتبط با تجارت و حمل و نقل کالا بر عهده اتاق قرار دارد. در فرانسه که اتاق به موجب حقوق عمومی تأسیس شده است، مدیریت بنادر و فرودگاه ها به اتاق واگذار شده است. در تعدادی از کشورهای در حال توسعه نیز، اتاق ها مدیریت انبارهای کالا را بر عهده دارند.

- مدیریت موزه، نمایشگاه، باغ وحش، شهر بازی و نمونه هایی از این دست در بعضی از کشورها به اتاق سپرده شده است و اتاق از محل فروش بلیط های ورودی، اجاره بها و تبلیغات عایدی خواهد داشت.



پروژه‌های پژوهشی به پشتوانه کمک‌های مالی

اتاق‌ها ممکن است ناگزیر به انجام فعالیت‌هایی باشند که منابع مالی آن را ندارند. یکی از این فعالیت‌ها، انجام پروژه‌های پژوهشی گسترده در بازه‌های زمانی مشخص برای تدوین چارچوب‌های سیاستی مؤثر بر عملکرد دولت است.

- اتاق می‌تواند منابع لازم برای چنین پروژه‌هایی را از طریق مراکز تأمین و سازمان‌های توسعه‌ای فراهم آورد. سازمان آمریکایی توسعه بین‌المللی^۱ یکی از این سازمان‌ها است که در زمینه حمایت از طرح‌های پژوهشی شهرت دارد. برخی از سازمان‌های توسعه‌ای در راستای تقویت پیوند صنایع و نهادهای پژوهشی فعالیت می‌کنند.
- بعضی از دولت‌ها به هیئت‌هایی که با هدف توسعه تجارت به خارج اعزام می‌شوند کمک‌های مالی می‌دهند.

بازسازی مناطق روستایی

در کشورهای در حال توسعه، شکاف عمیقی میان سطح زندگی مردم در مناطق متراکم شهری و جوامع روستایی وجود دارد. جوامع روستایی که از حداقل استانداردها در زمینه آموزش، بهداشت، و زیرساخت‌ها محروم هستند، به کمک اتاق برای بهبود شرایط زندگی خود نیاز دارند. اتاق می‌تواند با بسیج نیروی انسانی و مهیا ساختن منابع مالی لازم، دیدگاه مردم این مناطق را نسبت به آموزش و بهداشت تغییر دهد. در این راستا، اتاق می‌تواند گروه‌هایی را از روستائینی که تمایل دارند در این فعالیت‌ها به‌طور داوطلبانه مشارکت نمایند تشکیل دهد. تأمین آموزش ابتدایی یا کلاس‌های آموزشی بزرگسالان، حفظ بهداشت، ایجاد تسهیلات متداول برای زنان و ارائه کمک‌های پزشکی، چند نمونه از فعالیت اتاق‌ها در این زمینه است.

- اتاق برای انجام این رسالت نیازمند کمک‌های مالی دولت، بنیادهای خصوصی و امنایی، و نهادهای بین‌المللی است.

^۱ - United States Agency for International Development (USAID)

تنظیم خانواده و رفاه اجتماعی

طرح‌های مرتبط با تنظیم خانواده و رفاه اجتماعی به یکی از دغدغه‌های عصر حاضر تبدیل شده است. در این میان، تعدادی از اتاق‌ها با استخدام نیروهای متبحر و دریافت کمک‌های مالی از نهادهای توسعه‌ای رسالت خود را به انجام می‌رسانند.

- اتاق می‌تواند از شرکت‌های عضو خود که در این زمینه فعالیت می‌کنند بهره‌جوید تا از دسترسی کامل شهروندان به امکانات موجود اطمینان حاصل نماید.
- استفاده از نیروهای ماهر و واجد شرایط شرکت‌های عضو اتاق به منظور برگزاری جلسات در ادارات و محل کار شهروندان در راستای بحث و گفتگوی مباحث تنظیم خانواده می‌تواند یکی از فعالیت‌های اتاق باشد.
- بسیاری از شرکت‌ها به دلیل دست‌وپنجه نرم کردن کارکنان با مشکلاتی از قبیل اعتیاد به مواد مخدر، اعتیاد به الکل، بدهی، غیبت دائم، بی‌حالی و سستی ناشی از نگرانی‌ها، بهداشت ضعیف و غیره، بازده کمتری دارند. اقدام انضباطی صرف کمکی به حل این معضلات نمی‌کند. اتاق می‌تواند بخشی از نیروهای خود را به فعالیت در این زمینه بگمارد. در این شرایط، شرکت‌ها باید در راستای سرمایه‌گذاری روی نیروهای قابل و با استعداد خود، مبلغی به اتاق پرداخت نمایند تا اتاق از ظرفیت‌های درونی خود برای حل این مسائل استفاده کند.
- اتاق می‌تواند تحت لوای نام خود، متخصصان را گرد هم آورد و با تشکیل جلسات و به اشتراک‌گذاری تجارب مفید، گام مؤثری در زمینه رفاه اجتماعی بردارد. انجام چنین فعالیت‌هایی، ضمن تقویت جایگاه اتاق از منظر حسن نیت آن، کمک مالی سازمان‌های توسعه‌ای را جلب خواهد کرد.

فصل یازدهم:

ارائه خدمات ویژه به صورت گروهی به شرکتها

در بیشتر کشورها، بخش‌هایی از کسب‌وکارها از وجود سازمانی که از آنها در سطح سیاست‌گذاری حمایت کند بی‌بهره هستند. برای نمونه، در سوئد شرکت‌های خدماتی تحت پوشش هیچ سازمانی نیستند. از اینرو، بسیاری از شرکت‌های بزرگ خدماتی در سوئد، منافع خود را از طریق اتاق استکهلم دنبال می‌کنند. مطالعه بخش خدمات، گردش مالی و تعداد کارکنان این بخش، نظارت بر وضع قوانین مرتبط، برگزاری دوره‌های آموزشی مربوطه و مطالعه موانع صادرات خدمات، از اقدامات اتاق‌ها در این زمینه محسوب می‌شود.

- ارائه چنین خدماتی در قالب حق عضویت معمول نمی‌گنجد و اتاق باید از شرکت‌هایی که در فهرست دریافت خدمات گروهی قرار می‌گیرند وجه اضافه‌ای دریافت نماید.

مراسم و رخدادهای اجتماعی

در بسیاری از کشورهای دنیا، اتاق محل دیدار و تبادل آراء فعالان اقتصادی است. اتاق می‌تواند در راستای ایجاد فرصت تعامل میان اعضاء، اقدام به برگزاری مراسم اجتماعی مرتبط به صرف نهار یا شام نماید. همچنین، به‌منظور افزایش گرایش اعضاء به این مراسم، اتاق می‌تواند از مقامات سیاسی، سران دولت یا فعالان اقتصادی دعوت به عمل آورد در این مراسم شرکت نمایند و به ایراد سخنرانی بپردازند.

- چنین مراسمی، حکم باشگاه‌های کسب‌وکار را خواهند داشت و اتاق می‌تواند با تعیین وجه ثبت‌نام برای شرکت در این مراسم و رخدادها، هزینه‌های خود را پوشش دهد.

برنامه‌های فرهنگی

استفاده از این روش در کشورهای در حال توسعه که اتاق‌ها به روش‌های تأمین مالی متنوع‌تری متوسل می‌شوند، رواج بیشتری دارد. سازمان‌دهی برنامه‌های فرهنگی می‌تواند به جذب عامه مردم به اتاق کمک کند. کیفیت و مکان برگزاری مراسم فرهنگی در تعیین هزینه شرکت در این برنامه‌ها نقش خواهد داشت.



- اتاق می‌تواند با جذب تبلیغات از کسب‌وکارها و واحدهای صنعتی به‌منظور نمایش و عرضه در این برنامه‌ها به درآمدزایی خود کمک کند.

اجرای طرح‌های خدمات‌رسانی گروهی

اتاق می‌تواند برخی از خدماتی را که شرکت‌ها به‌موجب مقررات حقوقی کشور یا محیط کسب‌وکار قادر به انجام آن نیستند، به انجام رساند. اجرای طرح‌های گروهی از این دست، امکان استفاده از مزیت مقیاس را فراهم می‌آورد.

- طرح‌های بازنشستگی، بیمه و خرید جمعی خدمات برای ارائه گروهی به شرکت‌ها نمونه‌هایی از این دست هستند. شرکت‌ها در قالب طرح‌های گروهی هزینه‌های کمتری متحمل می‌شوند و اتاق نیز بر منابع درآمدی خود می‌افزاید.

الگوهای اعتباری و تضمین اعتبار

تعدادی از اتاق‌های سوئیس دارای هیئت‌هایی هستند که کار آنها تضمین وام‌های اعطایی بانک‌ها به بنگاه‌های کوچک و متوسط است. اتاق‌ها در ازای ارائه این خدمات مبلغی را دریافت می‌کنند.

فصل دوازدهم:

جمع بندی

در این گزارش، طیف وسیعی از فعالیتهای درآمدزای اتاقها شرح داده شده است. افزایش درآمدهای اتاق از یکسو، می تواند به بهبود کیفیت عملکرد اتاق بیانجامد و از سوی دیگر، ماهیت برخی از فعالیتهای با تحکیم نقش اتاق در جامعه، جایگاه آن را در نظر عموم برجسته تر می سازد که چنین امری خود زمینه ساز استقبال هرچه بیشتر فعالان اقتصادی از پیوستن به اتاق خواهد بود. با این حال، اتاق باید در فواصل زمانی مشخص به ارزیابی تمام فعالیتهای خود بپردازد و خدماتی که بازده خود را از دست داده اند شناسایی نماید. در گام بعدی، اتاق باید ضمن پالایش فعالیتهای کنونی، با ارائه خدمات جدیدتر، شخصیت حقوقی به روزتری برای خود ایجاد نماید. در این مسیر، اتاق هرگز نباید از پایش تقاضای فعالان اقتصادی غفلت ورزد زیرا در نهایت، تصمیم گیری در خصوص نوع و طیف فعالیتهای ارائه شده باید بر مبنای نیاز جامعه شکل گیرد. پس از شناسایی خدمات مورد نیاز، اتاق باید نظارت بر واحدهای خدمات رسان را در میان رؤس فعالیتهای خود قرار دهد تا انحرافی از مسیر اهداف صورت نگیرد. با این حال، ناگفته پیداست که انجام تمامی این امور در گرو بهره مندی اتاق از نیروهای ماهر و متخصص است. عدم توجه به چنین امری، در جابجایی های مکرر و هزینه بر نیروی کار نمود می یابد. در این حوزه نیز، اتاق باید نسبت به آموزش نیروهای خود توجه لازم را مبذول دارد. البته، بر اساس آنچه در این گزارش تشریح شده است برخی از خدمات اتاق ماهیت عمومی تری دارد و ارائه آن به همه افراد ممکن است، اما پاره ای از خدمات ماهیت تخصصی تری دارند که ضمن تقویت منابع درآمدی اتاق، به حسن شهرت آن کمک می کنند. در نهایت، اتاق باید نسبت به دریافت بازخورد از خدمات ارائه شده اهتمام ورزد و نظر فعالان کسب و کار را در این خصوص به طور مرتب جویا شود.

منبع

Income Generating Activities of Chambers of Commerce, (1993), Geneva.