

متأسفانه کمتر دوره‌ای وجود دارد که اتاق به‌طور ساختاری و سازمانی موفق عمل کرده باشد و هیأت رئیسه و رئیس اتاق نیز خیلی علاقه‌مند نبودند که دبیرخانه‌ای که شاید از خودشان قوی‌تر بوده، در کنار خود داشته باشند؛ از این رو، سعی کردند ساختار اتاق همیشه در سایه هیأت رئیسه آن قرار بگیرد

سید حمید حسینی، فارغ‌التحصیل دکترای رشته مدیریت سیستم‌ها، در سال ۱۳۷۳ از دانشگاه تربیت مدرس است. او یکی از بنیانگذاران اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفتی است که در سال ۱۳۸۰ تأسیس شد و به مدت چهار سال نیز ریاست این اتحادیه را برعهده داشت و از سال ۱۳۸۱ به عضویت هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع و معادن تهران و ایران درآمد. او در دوره سوم حضور خود در قامت نماینده بخش خصوصی به سمت خزانه‌دار اتاق تهران انتخاب شد.

در این گفت‌وگو با نگاهی به تاریخچه اتاق بازرگانی، تلاش داشتیم تا تغییر و تحولات آن و نقش اتاق بازرگانی در اقتصاد و کشور را مورد بررسی قرار دهیم و به برخی جنبه‌های اتاق، از جمله درآمدها و هزینه‌کردها، عملکرد و اثرگذاری آن بپردازیم. همچنین مروری داشتیم بر چالش‌هایی که اتاق بازرگانی با آنها روبه‌رو است که به نظر می‌رسد آن را از مسیر خود دور کرده و برخی ابهاماتی که در رابطه با آن وجود دارد بیان شد و در انتها نیز از آسیب‌شناسی از این نهاد و راهکارهایی که می‌تواند آن را بهره‌ور کند، صحبت به میان آمد.

اتاق بازرگانی در چه سالی تأسیس شده و ساختار آن چیست؟ هدف از تأسیس آن چه بوده و اختیارات آن تا چه حدی است؟

اتاق بازرگانی نهادی ۴۰۰ ساله است؛ یعنی پس از انقلاب صنعتی و شکل‌گیری شرکت‌ها، بخش خصوصی تا حدودی میدان‌دار عرصه اقتصادی دنیا شد. به مرور آنها احساس کردند که برای هماهنگی فعالیت‌های اقتصادی و چانه‌زنی با دولت، به نهادی نیاز دارند که بخش تجاری و اقتصادی را نمایندگی کند؛ بنابراین اتاق‌های بازرگانی در دنیا شکل گرفت.

سابقه تشکیل اتاق بازرگانی در کشور ما به ۱۳۰ سال قبل و همزمان با مشروطه بازمی‌گردد. اولین نهاد مدنی ایران «انجمن تجار» بود که به آن مجلس «وکلاي تجار» نیز گفته می‌شد. با توجه به اینکه در این زمان دولت قاجار در حال دادن امتیازات زیادی به خارجی‌ها بود، اینها در این مقطع با دولت چانه‌زنی می‌کردند که بتوانند حقوق خود را حفظ کنند. قانون اتاق برای اولین بار در سال ۱۳۲۰ در مجلس تصویب شد.

اتاق‌های بازرگانی در دنیا چندین نسل دارند؛ ابتدا هدف از تشکیل آنها ایجاد قدرت چانه‌زنی با دولت بود اما در ادامه وظایف آنها افزایش و اتاق‌های نسل دوم و سوم شکل گرفت. اتاق‌های نسل دوم به سمت تجارت خارجی و صادرات و واردات رفتند و نسل سوم نیز به سمت شبکه‌سازی و بازاریابی رفتند.

ساختار اتاق‌های بازرگانی به چه صورت است و چگونه عمل می‌کنند؟

اتاق‌های بازرگانی در دنیا ساختار متفاوتی دارند. اتاق بازرگانی برخی کشورها وابسته به دولت است، مثلاً در بسیاری از کشورهای اروپایی همچون اتریش و آلمان، اتاق‌های بازرگانی مجموعه‌هایی زیر نظر وزارتخانه‌های مربوطه هستند و تقریباً ساختار دولتی دارند؛ هرچند که دولت در اتاق نیست اما بر آنها نظارت داشته و به آنها مأموریت می‌دهد، از طرفی تمام فعالان اقتصادی باید عضو اتاق‌ها شوند. اتاق بازرگانی در آمریکا و انگلیس قانون ندارد، یعنی نه وابسته به دولت هستند و نه قانون

خاصی در مجلس برای آن وجود دارد. برای مثال تعدادی از افراد دور هم جمع می‌شوند و اتاق‌های بازرگانی تشکیل می‌دهند. در آمریکا هراتی برای خود اتاق بازرگانی دارد ولی اتحادیه اتاق بازرگانی دارند و گاهی اوقات دور هم جمع می‌شوند.

در برخی از کشورها دولت به اتاق بازرگانی نظارت می‌کند اما توسط بخش خصوصی اداره می‌شود. کشورهایی مثل ایران و ترکیه به این نحو هستند. با اینکه مجلس قانون اتاق را تصویب کرده اما ساختار خود را داشته، بودجه‌بندی به آن معنا که مستقیم از دولت چیزی بگیرد، ندارد اما دولت سیاستگذاری کلی و خط‌مشی‌ها را اعمال می‌کند. اتاق مدیریت و نمایندگان خود را دارد اما شورای نظارتی که عمدتاً وزیرا هستند، امور حاکمیتی اتاق را نظارت و مدیریت می‌کنند.

پس از انقلاب در سال ۶۳ یا ۶۴ قانون اتاق دستخوش تغییراتی جزئی شد. در مأموریت‌های اتاق تفاوتی ایجاد نشد، اما در نحوه انتخابات تغییر صورت گرفت و بعد از آن، اولین انتخابات اتاق بازرگانی برگزار شد و اخیراً دهمین دور انتخابات اتاق بازرگانی برگزار شده است. البته در سال‌های اول انقلاب، انتخابات برگزار نشد و نماینده‌های سابق امام اتاق را اداره می‌کردند. بعداً با فشارهای دولت مهندس موسوی مجبور شدند انتخاباتی را برگزار کنند و پس از آن نیز مجلس لایحه قانون اتاق را داد و قانون اتاق به روز شد.

نهاد اتاق بازرگانی مانند دیگر نهادها در کشور فرازونشیب‌هایی را تجربه کرده و در دوره‌هایی روی فضای اقتصادی کشور تأثیر داشته و در مواردی مؤثر نبود. متأسفانه کمتر دوره‌ای وجود دارد که اتاق به‌طور ساختاری و سازمانی موفق عمل کرده باشد و هیأت رئیسه و رئیس اتاق نیز خیلی علاقه‌مند نبودند که دبیرخانه‌ای که شاید از خودشان قوی‌تر بوده، در کنار خود داشته باشند؛ از این رو، سعی کردند ساختار اتاق همیشه در سایه هیأت رئیسه آن قرار بگیرد.

سازگار اجرائی اتاق بازرگانی در ایران به چه صورت است؟

کارهای اجرائی اتاق بازرگانی باید توسط مدیران آن انجام گیرد و دبیر اتاق باید آنقدر قدرتمند باشد که در چارچوب کارها را جلو ببرد، ولی از این نظر اتاق‌ها متأسفانه در کارایی که امری سازمانی است، موفق نبودند اما در اثربخشی که به منتخبین برمی‌گردد، گاهی اوقات اثربخش بوده‌اند.

در دوره نهان‌اندی و حضور نمایندگان، سازمان اتاق، کارا و بهره‌ور نبود که بتواند مشارکت اعضا را تجمیع کند و پاسخگوی ابهامات موجود درباره عملکرد اتاق باشد. در اتاق بازرگانی صنعتگر و معدن‌کار که ممکن است تعارض منافع داشته باشند، حضور دارند. هر کسی از جمله صادرکننده و واردکننده از زاویه خودشان نگاه می‌کنند.

آیا اتاق بازرگانی اساسنامه دارد؟ اتاق بازرگانی چه وظایف، مأموریت و کارکردهایی دارد؟

وظایف و اختیارات اتاق‌های بازرگانی عموماً کارکردی است تا مأموریتی. در مجلس هفتم و هشتم، یک سری وظایف به آن سپرده شد و در قانون اتاق نیز، تمام اختیارات در نظر گرفته شده است. به طوری که قرار بود در برنامه برای اتاق بودجه در نظر بگیرند و در شورای خصوصی سازی و دیگر حوزه‌های مرتبط نماینده داشتند. از طرفی موضوع حمایت‌تشریح‌ها و کارکنان به عنوان بازوهای اجرائی اتاق