آسیا
روزنامه اقتصادی
Asia Financial Daily

دفتر کالای نفت تهران در کیش ۲۰ میلیون دلار سفارش خرید گرفت

دفتر نمایندگی شرکت پشتیبانی ساخت و تهیه کالای نفت تهران درجزیره کیش، پارسال حدود ۲۰ میلیون دلار تقاضای خرید همراه با فناوری برای ساخت در داخل کشور دریافت کرد.

مهندس محمد تقی امان پور مدیر عامل شرکت پشتیبانی ساخت و تهیه کالای نفت تهران اسرار امیدواری کرد که این میزان تقاضا تا پایان امسال به ۵۰ میلیون دلار برسد.

وی ضمن بیان این که ایجاد یک مرکز جهانی برای تجارت صنایع مربوط به نفت درجزیره کیش از جمله هدف های شرکت کالای نفت تهران است، افزود: دفتر نمایندگی شرکت در کیش وظیفه تامین کالا و نیازهای فوری صنعت نفت را بر عهده دارد و علاوه بر شناسایی منابع خارجی، صاحبان فناوری در صنعت نفت را به همکاری دعوت می کند.

وی با تاکید بر ضرورت احداث کارگاه های تعمیراتی و انبار برای صنایع مربوط به نفت درجزیره کیش افزود: تاسیس ۳ تا ۵ کارگاه و تعمیرگاه و نیز مراکز خدمات فنی صنعت نفت درجزیره کیش از برنامه های شرکت پشتیبانی ساخت و تهیه کالای نفت تهران است.

امان پور گفت: گسترش فعالیت دفتر نمایندگی جزیره کیش و ایجاد کارگاه های تعمیراتی با توجه به این که معافیت های مالیاتی و گمرکی در این زمینه بسیار موثر است موجب توسعه صنایع کشور می شود.

به گزارش شاپا شرکت پشتیبانی ساخت و تهیه کالای نفت تهران، در پی تصمیم هیات مدیره شرکت ملی نفت ایران برای تعطیل ساختن دفتر نمایندگی شارجه و در جهت سیاست کلی وزارت نفت برای کاهش فعالیت شرکت های مستقر در خارج و انتقال آن به داخل کشور، با توجه به مزایا و تسهیلات موجود در جزیره کیش، دفتر نمایندگی خود را در این جزیره تاسیس کرد.

بررسی جایگاه اتاق بازرگانی در یک پایان نامه دانشگاهی نشان می دهد:

مشکلات اتاق بازرگانی در حاکمیت تفکر دولتی و سنتی بر اقتصاد ایران ریشه دارد

برای نخستین بار در ایران، یک پایان نامه دانشگاهی به پژوهش و بررسی موضوع "جایگاه واقعی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن در اقتصاد کشور" پرداخته است.

در این تحقیق ۶۴۰ نفر از فعالان اقتصادی و مدیران بنگاه های اقتصادی، به عنوان جامعه آماری مورد بررسی و پرسش قرار گرفته اند. نتیجه تحقیق به اجمال نشان می دهد که مشکلات و نارسایی های این نهاد مهم اقتصاد و تجارت کشور، عمدتا در ساختار و تفکر دولتی حاکم بر اقتصاد ایران ریشه دارد و درصد کم تری از آن به تشکیلات درونی اتاق مربوط می شود.

با توجه به نقش و اهمیت پژوهش هایی از این قبیل در اصلاح تشکیلات و معیارهای سنتی اقتصادی و تجاری کشور در آستانه انتخابات هیات رئیسه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران با رحمان حسنی کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی که رهبری و هدایت این تیم پژوهشی را بر عهده داشته، گفت و گویی کرده ایم که از نظر خوانندگان "آسیا" می گذرد. با این امید که انعکاس این رویداد محققان، پژوهشگران و دانشجویان ما را به انتخاب چنین مسائلی به عنوان موضوع تحقیق و پژوهش خود، تشویق کند.

سمیرا مخملباف

بسه احتمال تعریفی از اتاق بازرگانی در اقتصاد کشورها ارائه دهید.

اتاق بازرگانی در تمام دنیا عبارت از یک موسسه اقتصادی غیر انتفاعی است که نماینده بخش های مختلف بازرگانی جامعه است و شامل بخش های عمده فروشی، خرده فروشی، بازرگانی خارجی، صنعت، صنایع دستی و بخش های خدماتی مانند حمل و نقل داخلی، بانکداری، بیمه و صیرفی می شود.

در برخی کشورها اتاق بازرگانی حتی نماینده گی بخش های کشاورزی و کشتیرانی را نیز عهده دار است.

وظایف اتاق بازرگانی شامل چه حیطه هایی می شود؟

وظایف اتاق بازرگانی در دو عرصه اقتصاد خرد و اقتصاد کلان تعریف می شود. وظایف خرد عبارت از مجموعه فعالیت هایی است که باید منجر به ارتقای بنگاه های اقتصادی و تجاری گردد. برخی از اساسی وظایف عبارتند از: هماهنگی فعالیت های شرکت ها و موسسات بازرگانی، حمایت و حفظ حقوق اعضا در بازار، تحقیق، جمع آوری اطلاعات به هنگام و ارائه آنها به اعضا، هماهنگی و سازماندهی تشکل های صنعتی، توسعه بازار، دفتری در قراردادها، تایید مدارک تجاری، آموزش، برپایی و حضور در نمایشگاه های تجاری، برقراری سمینار، تاثیرگذاری برقوانین کار، بیمه و مالیات و...

وظایف کلان اتاق بازرگانی هم مجموعه وظایف استراتژیکی است که منجر به تاثیر گذاری بر اقتصاد ملی می شود و به دو بخش درون مرزی و برون مرزی تقسیم می گردد.

در بخش درون مرزی وظیفه اتاق بازرگانی، کمک به تصحیح و بهبود سیاست های پولی و مالی، جذب و توسعه سرمایه گذاری داخلی و مساعدت به ایجاد اشتغال است.

در بخش بیرون مرزی هم اتاق بازرگانی وظیفه هدایت کمیسیون های اقتصادی متقابل با کشورها، تشویق و حمایت از سرمایه گذاری خارجی و انتقال تکنولوژی، توسعه صادرات و ارتباط با اتاق های بازرگانی دیگر کشورها را بر عهده دارد.

۶۴۰ نفر فعال اقتصادی که در تحقیق شما شرکت کردند، چه خصوصیاتی داشتند؟

از مجموع ۶۴۰ نفر شرکت کننده در تحقیقات این پایه نامه ۷۱/۹ درصد مدیر عامل و ۲۸/۱ درصد مدیران ارشد بنگاه های اقتصادی بودند. تحصیلات این گروه شامل ۱۰/۴ درصد دکترا، ۳۱/۹ درصد فوق لیسانس، ۴۸/۴ درصد لیسانس، ۱/۶ درصد فوق دیپلم و ۱۸ درصد دیپلم بود. میانگین سابقه کار این مدیران در بنگاه های اقتصادی هم ۲۵ سال بود.

همچنین ۲۷/۳ درصد پاسخ دهندگان در شرکت های با مسوولیت محدود، ۲۱/۱ درصد در شرکت های سهامی عام، ۵۰ درصد در شرکت های سهامی خاص و ۱/۶ درصد در شرکت های تعاونی فعال بودند.

۳۳/۳ درصد از این شرکت ها در بازرگانی داخلی، ۲۶/۶ درصد در بازرگانی خارجی و ۳۹/۱ درصد هم در بازرگانی داخلی و هم خارجی فعال بودند.

همچنین ۹۲/۲ درصد از ۶۴۰ نفر عضو اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران بوده و میانگین سال های عضویت آنان در اتاق ۲۳ سال بود.

مهم ترین یافته های تحقیق خود را به اختصار توضیح دهید.

براساس یافته های تحقیق مشخص شد که اتاق بازرگانی آن چنان که باید بر شاخص های اقتصادی کشور تاثیر گذار بوده است. این امر به ترتیب به ویژه در بسط و توسعه خصوصی سازی و وظایف کلان درون مرزی و برون مرزی اتاق و بسعه در فعالیت های تولیدی، بازرگانی و خدماتی آن کاملا مشهود است. البته اتاق در چند سال اخیر برای ایفای نقش خود در مجموعه اقتصاد کشور گام های مثبتی برداشته، اما آثار آن فعلا ناچیز و نامحسوس است.

از سوی دیگر پژوهش معلوم کرد که مشارکت اعضا در فعالیت های اتاق بازرگانی بسیار ضعیف است که این مساله در میزان رامزدی اعضا برای نمایندگی، مشارکت در فعالیت های اتاق و حضور در سمینارها و دوره های آموزشی اتاق کاملا مشهود است.

همین جا باید اعلام کنم که براساس این تحقیق، اعضا عموما از نحوه صدور کارت بازرگانی، روند رسیدگی به درخواست های آنان، صدور ویزا و دریافت اطلاعات رضایت نسبی دارند.

به اختصار توضیح دهید که این پژوهش، ضعف اتاق ایران را نتیجه چه عواملی می داند؟

نتایج تحقیق ۳۶ مورد را به عنوان علل ضعف اتاق ایران، شناسایی کرد که اهم آنها عبارتند از: حاکمیت تفکر دولتی و سنتی بر اقتصاد کشور، دخالت و توسعه در همه امور، بالا بودن ریسک سرمایه گذاری در کشور، نامطلوبی ساختار و تشکیلات اتاق، کمبود متخصص در بدنه اتاق، سیاسی بودن اتاق، کم توجهی به جایگاه اتاق و عدم درک نقش اتاق در گسترش تجارت و ایجاد کار، بافت فرسوده و ساختار قدیمی اتاق در حوزه سخت افزاری و نرم افزاری، نارسا بودن قانون عضویت در اتاق، ادغام اتاق بازرگانی ایران و تهران، ترکیب نامناسب تعداد هیات نمایندگان در اتاق های استان، ترکیب نامناسب هیات نظارت بر انتخابات، نامناسب بودن شیوه انتخابات و ...

آیا این تحقیق، ویژگی های یک اتاق بازرگانی نوین و پویا را هم مشخص کرد؟

براساس نظر خواهی از ۶۴۰ فعال اقتصادی، ۳۷ سخنرانی برای داشتن یک اتاق بازرگانی فعال و پویا و تاثیر گذار به دست آمد که سرفصل های آن عبارتند از: استقلال، قانونمندی، سطح کیفیت خدمات، ساختار دیناميک، جایگاه اتاق، مشارکت، سطح بهره وری و نوع اطلاع رسانی.

به احتمال زیاد بگوییم که یک اتاق بازرگانی [illegible] و ایفای نقش سرآمد در اقتصاد کشور باید به دولت وابسته نباشد، فعالیت سیاسی نکند، به اتاق های استان و شهرستان استقلال واقعی بدهد، از طرف اعضا تامین مالی شود، همه اعضای آن در برابر مقررات و فرصت ها برابر باشند، به تخصص و پژوهش و نوآوری اهمیت بدهد، روی تصمیم های کلان اقتصادی تاثیر بگذارد، با آموزش، اطلاعات اعضای خود را به روز نگاه دارد و با تجارت بین المللی ارتباط مستمر و رویه رشد داشته باشد.

نتایج این پژوهش نشان می دهد که حاکمیت تفکر دولتی و سنتی بر مجموعه اقتصاد کشور میل دولت ها به دخالت در همه امور تجاری و بازرگانی بالا بودن ریسک سرمایه گذاری در کشور ساختار و تشکیلات فرسوده و سیاست بازی، مهم ترین عوامل بازدارنده پویایی و تاثیر گذاری مطلوب اتاق بازرگانی و صنایع و معادن بر مجموعه اقتصاد کشور است

در تحقیق خودتان آیا تشکیلات و نقش اتاق های بازرگانی در کشورهای دیگر را هم بررسی کرده اید؟

بخش مهمی از این پژوهش به مطالعه و بررسی اتاق های بازرگانی کشورهای دیگر، مقایسه آن با اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و ضعف و قوت های آنها اختصاص دارد که در این میان اتاق های بازرگانی کشورهایی مثل کره جنوبی و مالزی می تواند برای ایران الگو و مدل مناسبی باشد که تحقیق به تفصیل به آنها پرداخته است.

چشم انداز

به صاحبان تجربه، ارج بنهیم

رحمان حسنی

تجربه، بزرگ ترین و گرانبهاترین سرمایه ای است که به سادگی و ارزان به دست نمی آید. بلکه باید برای کسب آن هزینه ها نمود. عمر آدمی مهم ترین هزینه چنین تجربه ای است که باعث می شود دیگران بدون صرف آن هزینه ها، از آن تجربه استفاده نمایند. تجربه را هیچ گاه نمی توان معادل هیچ مدرک و تخصصی قرار داد. چرا که برای کسب هر مدرک و تخصصی، صرف مدت زمان مشخص و معینی کفایت می کند، ولی کسب تجربه نیاز به گذشت زمان بسیار دارد و در واقع محدودیت زمانی نمی شناسد.

حضور مهندس علینقی خاموشی در اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران به مدت حدود دو دهه، انجام صدها سفر خارجی، ملاقات و مذاکره با هزاران کارشناس و متخصصان خبره، دیدار با سرمایه گذاران و اقتصاددانان داخلی و خارجی، عملکرد مثبت ایشان با همه تنگناها که عمدتا به بافت دولتی اقتصاد ایران بر می گردد و تلاش در جهت ارتقاء [illegible] بازرگانی و شکوفایی اقتصاد کشور، بخشی از [illegible] ردها و آثار ریاست وی در طول تصدی ایشان در این مقام خطیر بوده است. آیا می توان چنین تجارب و نتایج ارزنده ای را به سادگی نادیده گرفت و از نظر دور داشت؟ جواب هر فرد منطقی، به این سوال مطمئنا خیر است. چرا که هر کس با هر مدرک و تخصصی که وارد اتاق بازرگانی شود، هرگز نمی تواند به هیچ قیمتی چنین تجربه ارزنده و گرانقدری را با خود داشته باشد. به نظر نگارنده نادیده گرفتن شخصی با چنین تجربیات، ویژگی ها، توانمندی ها در دوره جدید فعالیت اتاق ایران، خیانت به اقتصاد کشور است.

چهره بین المللی خاموشی باعث برطرف شدن بسیاری از مشکلات بازرگانی و اقتصادی کشور با خارج از مرزها شده است. اتاق بازرگانی را می توان به پرنده ای تشبیه کرد که دو بال دارد که یک بال آن را تجربه و بال دیگر را تخصص تشکیل داده است. در صورتی که این دو بال با یکدیگر هماهنگ باشند، این پرنده به راحتی پرواز خواهد کرد. ترکیب تجربه ارزشمند و گرانقدر مهندس خاموشی و تخصص هیات نمایندگان جدید، قطعا منجر به ارتقا و افزایش بهره وری اتاق بازرگانی خواهد شد.

هیات نمایندگان جدید نباید خود را رقیب خاموشی بداند، بلکه باید به مثابه رفیق و همراه، از تجربیات ارزنده وی کمال استفاده را ببرد، که در این صورت اتاق بازرگانی به کارایی و اثربخشی لازم دست خواهد یافت.

امید است که با همکاری، هماهنگی و همدلی این سه ضلع اتاق بازرگانی، یعنی کاردانی و تجربه مهندس خاموشی، تخصص، همدلی و تلاش اعضا و همراهی نمایندگان دولت، در آینده ای نزدیک شاهد پویایی، نشاط و تاثیرگذاری این نهاد بزرگ اقتصاد کشور باشیم.

خاطرات اقتصادی (۱۲۸)

روسای اتاق های بازرگانی