پاسخ شرکت نفت و گاز پارس به گزارش «شرق»

• عکس: مهران ریاضی، فارس

شرکت نفت و گاز پارس در واکنش به گزارش «شادمانی برای دستاورد تکراری» که در تاریخ ۱۰ تیر ۱۴۰۲ در روزنامه «شرق» منتشر شد، نکاتی را ارسال کرده است که در ادامه می‌خوانید:

همان‌طور که پیش از این در چند جوابیه مجزا در پاسخ به گزارش‌های سریالی و البته با محتوای تکراری روزنامه شرق به موضوعات و مباحث مطرح‌شده درخصوص فاز ۱۱ پارس جنوبی پاسخ داده شده بود، این بار نیز لازم به توضیح است که فرایند نصب نخستین سکوی فاز ۱۱ پارس جنوبی نه‌فقط یک رویداد ساده، بلکه برای نخستین بار در خاورمیانه و به تبع آن در کشور اجرا شد و در مقیاس پروژه‌های گازی فراساحلی مشابه، فعالیتی منحصربه‌فرد و پیچیده بود که با همت متخصصان و کارشناسان شرکت ملی نفت ایران، شرکت نفت و گاز پارس و پیمانکاران این طرح با موفقیت به سرانجام رسید.

در توضیح بیشتر باید به این مسئله اشاره کرد که دانش برچیدن سازه‌های دریایی در دنیا با توجه به اهمیت پاکسازی و ایمن‌سازی محیط‌های دریایی در پایان دوره برداشت از مخازن هیدروکربوری، دانشی پیشرفته و تخصصی است که در دهه اخیر در حال توسعه توسط شرکت‌های پیشگام در صنعت فراساحل نفت و گاز است.

متخصصان شرکت ملی نفت ایران نیز برای نخستین بار و با بهره‌گیری از توان شرکت‌های داخلی در بخش فراساحل، با اقدام برای برچیدن سکوی ۱۲C پارس جنوبی که دوران افت فشار در چاه‌های این موقعیت را تجربه می‌کرد، در جهت ارتقا و بومی‌سازی این دانش تخصصی گام برداشتند و پس از اصلاح و با افزودن تجهیزات جدید بر مبنای طراحی فاز ۱۱ پارس جنوبی، با به‌کارگیری مجدد آن در موقعیت ۱۱B، عملیات برچیدن، انتقال و نصب از دریا به دریا را برای نخستین بار و بدون حضور شرکت‌های مشاور بین‌المللی اجرائی کرده و ضمن پرکردن خلأ ناشی از عدم ساخت سکو در سال‌های گذشته که معمولا حدود سه سال به طول می‌انجامد، هزینه توسعه این طرح را با به‌کارگیری یک سکوی در آستانه خروج از مدار تولید، کاسته و از تضییع بیت‌المال جلوگیری کردند.

نصب این سکو که گام اساسی در راستای تولیدی‌شدن و برداشت گاز از موقعیت مخزنی بلوک فاز ۱۱ پارس جنوبی به شمار می‌رود، پس از ۲۰ سال بلاتکلیفی و معطلی در همکاری با شرکت‌های خارجی، به نتیجه رسیده است که در شرایط مواجهه کشور با ناترازی گاز، دستاوردی بزرگ برای صنعت نفت ایران تلقی می‌شود و نادیده‌گرفتن یا کوچک‌شمردن این‌گونه موفقیت‌ها جز تضعیف روحیه و توانمندی متخصصان بومی و زبدگانِ این صنعت حاصل دیگری نخواهد داشت.

ادعای روال کُند عملیات حفاری

نگارنده در بخشی از گزارش خود بدون درنظرگرفتن اثرات ناشی از شرایط تحمیل‌شده تحریمی به پروژه و محدودیت در به‌کارگیری به‌روزترین ناوگان و تجهیزات حفاری به «روال کُند عملیات حفاری» در این طرح اشاره کرده است. لازم به یادآوری است همان‌طور که پیش‌تر نیز در پاسخ به گزارش دیگری در آن روزنامه توضیح داده شده بود، پس از آغاز به کار دولت سیزدهم و بررسی تعلل‌ها و ترک فعل‌های صورت‌گرفته درخصوص توسعه این فاز در دولت گذشته، در مهرماه ۱۴۰۱ بر اساس دستور ابلاغی، این طرح در صدر اولویت‌بندی طرح‌های توسعه‌ای وزارت نفت و شرکت ملی نفت ایران قرار گرفت و ضعف‌های آن واکاوی و شناسایی شد. بر همین اساس و به منظور جبران عقب‌ماندگی‌های بخش حفاری چاه‌ها، تغییراتی در مدیریت پیمانکار فرعی این طرح که متولی حفاری چاه‌ها بود، صورت گرفت و دکل حفاری مستقر در موقعیت فراساحلی این فاز با یکی از بهترین دکل‌های حفاری موجود در کشور جایگزین شد و فعالیت‌های حفاری چهار حلقه چاه فاز ۱۱ برای دستیابی به تولید زودهنگام با سرعت بیشتری از سر گرفته شد. ذکر این نکته ضروری است که محدودیت ناوگان حفاری دریایی در تأمین کالاها و تجهیزات به‌روز در شرایط تحریمی و همچنین محدودیت منابع مالی ازجمله مهم‌ترین دلایل تأخیرهای احتمالی در بخش حفاری این فاز است که شرکت ملی نفت ایران با تلاش مضاعف و اتخاذ تدابیر مدیریتی، خنثی‌سازی این محدودیت‌ها را بر فعالیت‌های اجرائی طرح‌های پارس جنوبی مدنظر قرار داده است تا با به‌کارگیری حداکثری ظرفیت‌های موجود در کشور، برداشت گاز از این موقعیت را محقق کند.

لازم به ذکر است به موازات اقدامات اجرائی و انجام مراحل پیش‌راه‌اندازی و راه‌اندازی سکوی ۱۱B فاز ۱۱ پارس جنوبی، عملیات تکمیلی چهار حلقه چاه موجود نیز به پایان خواهد رسید و این سکو تا پایان تابستان سال جاری در مدار تولید قرار می‌گیرد تا برداشت از مرزی‌ترین فاز پارس جنوبی که در طول دو دهه پیشرفتی از آن حاصل نشده بود، به جبران بخشی از ناترازی گاز کشور در فصول سرد سال کمک کند.

احداث ۱۵ کیلومتر خط لوله دریایی

گزارش‌نویس روزنامه شرق در بخش دیگری از متن خود، فاز ۱۱ پارس جنوبی را فاقد خطوط لوله انتقال گاز به پالایشگاه دانسته است؛ درحالی‌که باید به اطلاع نویسنده این متن رساند، عملیات لوله‌گذاری این طرح در بازه زمانی ۱۵ روز (ششم تا بیست‌ویکم مرداد ۱۴۰۱) انجام شده که یک رشته خط لوله ۳۲ اینچ دریایی گاز ترش و یک رشته خط لوله ۴.۵ اینچ تزریق منواتیلن گلایکول به طول تقریبی ۱۵ کیلومتر را به کیلومتر ۱۸ خط لوله دریایی سکوی پیشین ۱۲C متصل کرده و وظیفه انتقال گاز ترش سکوی ۱۱B را به پالایشگاه خشکی بر عهده دارد. عملیاتی که برنامه‌ریزی و اقدامات اجرائی آن تماما در دولت سیزدهم انجام شد و از نیازهای اساسی انتقال گاز از موقعیت دریایی این طرح به پالایشگاه خشکی به شمار می‌رود.

شیوه اطلاع‌رسانی نصب سکو در ادوار مختلف

درخصوص مقایسه شیوه اطلاع‌رسانی نصب سکو در ادوار مختلف، اصحاب رسانه به‌خوبی به این موضوع واقف هستند که شرکت نفت و گاز پارس در طول دوره‌های گذشته و در اغلب فرایندهای نصب سکوهای گازی پارس جنوبی، تلاش کرده تا با برگزاری تورهای رسانه‌ای، امکان بازدید میدانی خبرنگاران از مراحل نصب و فعالیت‌های فراساحلی در شرایط سخت آب‌وهوایی مرز آبی مشترک میان ایران و قطر را فراهم کند؛ بنابراین در هیچ دوره‌ای اطلاع‌رسانی نصب و راه‌اندازی سکوهای گازی پارس جنوبی به جهت اهمیت و جایگاه این بخش در افزایش سهم تولید گاز از میدان مشترک و تأثیر مستقیم در رشد اقتصادی کشور، به زعم نویسنده روزنامه شرق به ارسال «خبر یک‌خطی به رسانه‌ها» خلاصه نشده و تلاش شده مطابق با اهمیت این حوزه، اطلاع‌رسانی شود.

در فرایند نصب نخستین سکوی گازی فاز ۱۱ پارس جنوبی نیز تلاش شد تا مانند گذشته، امکان حضور خبرنگاران در موقعیت دریایی این طرح و گفت‌وگو با مسئولان مرتبط فراهم شود؛ اما به دلیل تسریع در عملیات نصب سکو مطابق با بازه زمانی کوتاه در شرایط آب‌وهوایی مساعد، این برنامه لغو و پوشش مراسم به صورت ویدئوکنفرانسی جایگزین آن شد.

نگارنده گزارش روزنامه شرق، در فرازی دیگر حضور مدیرعامل شرکت نفت ملی و وزیر نفت در این مراسم را اقدامی «عجیب» توصیف کرده که در شأن دولت نیست؛ درحالی‌که شایسته است به خاطر بیاورد که به دلیل جایگاه حائز اهمیت طرح‌های پارس جنوبی در اقتصاد ملی، پیش از این و در دولت پیشین نیز سابقه داشته است که سازه‌ای مانند جکت سرچاهی که به لحاظ وزنی، سازه‌ای سبک‌تر و در مقیاس پروژه، سهم کمتری از کل طرح را به خود اختصاص داده است، در ارتباط ویدئویی زنده و با دستور رئیس‌جمهوری و با حضور وزیر وقت نفت دولت دوازدهم به آب انداخته شد.

در پایان از اصحاب محترم رسانه دعوت می‌شود تا ضمن صیانت از منافع ملی، در جهت تقویت روحیه خادمان صنعت نفت اقدام کرده و از هرگونه تلاش در جهت جناح‌بندی‌های سیاسی در فعالیت‌های تخصصی و فنی این بخش پرهیز کنند.

مدیر بیمه‌های زندگی بیمه تعاون در ۱۰ سالگی این شرکت از مسیرهای پیش‌رو می‌گوید

گذر از دوران آزمون و خطا

• عکس: سهند تاکی، شرق

بیمه تعاون در آستانه ۱۰سالگی خود در قالب بیمه‌های زندگی، دو خدمت جدید به مشتریانش عرضه کرده است؛ خدمات منحصربه‌فردی که نشان از ورود این شرکت به دوران بلوغ دارد. بر اساس برنامه‌ریزی انجام‌شده در بیمه تعاون، قرار است این شرکت دائما خدمات جدید به مشتریانش عرضه کند. در شرایطی که افزایش شیب جمعیت به سمت پیری، زنگ خطری جدی را برای صندوق‌های بازنشستگی به صدا درآورده است، محمدحسین یوسفی، مدیر بیمه‌های زندگی بیمه تعاون، بر این باور است که بیمه‌های بازرگانی می‌توانند بحران پیری جمعیت و ورشکستگی صندوق‌های بازنشستگی را سروسامان دهند. به گفته او، اگر افراد در بیمه‌های بازرگانی سرمایه‌گذاری کنند، دوونیم برابر رقم پرداختی توسط صندوق‌های دولتی در ایام بازنشستگی دریافتی خواهند داشت. یوسفی ۱۰سالگی شرکت را دوران گذر از آزمون و خطا معرفی کرد.

محمدحسین یوسفی، مدیر بیمه‌های زندگی بیمه تعاون که به بهانه ۱۰ سال فعالیت این شرکت سخن می‌گفت، ورود شرکت بیمه زندگی به ۱۰سالگی را آغاز عبور از دوره خامی و گذر از دوران آزمون و خطا معرفی کرد.

او گفت: ثبات مدیریتی و تداوم این ثبات از ثمرات بلوغ شرکت است. جوان‌بودن بدنه شرکت، ما را به آینده امیدوار می‌کند و زمینه را برای ارائه طرح‌های نو فراهم خواهد کرد.

مدیر بیمه‌های زندگی بیمه تعاون با اشاره به اینکه هفته گذشته بیمه‌های مسئولیت در بیمه‌های زندگی توسط این شرکت ارائه شده است، بیان کرد: این خدمت منحصربه‌فرد بوده و در صنعت هم برای اولین بار توسط شرکت ما ارائه می‌شود. ما چهار بیمه از بیمه‌های مسئولیتی که وجود دارد و مشتریان زیادی را جذب می‌کند، در بیمه‌های زندگی خودمان گنجانده و با طرح‌های ویژه در اختیار بیمه‌گذارهای بیمه زندگی قرار می‌دهیم. یا برعکس کسی که بیمه‌های مسئولیت بگیرد، اگر هم‌زمان بیمه عمر هم از ما خریداری کند، می‌تواند از تخفیف ویژه استفاده کند.

وی درباره تأثیر پیرشدن جمعیت بر صنعت بیمه و لزوم جایگزینی صندوق‌های بازرگانی با صندوق‌های بازنشستگی برای پرداخت غرامت‌های بازنشستگی گفت: قطعا پرداخت مستمری برای زمان بازنشستگی می‌تواند از طریق صندوق‌هایی مانند بیمه‌های بازرگانی رخ دهد؛ چون محصولاتی به نام بیمه‌های زندگی دارند.

یوسفی افزود: در قسمتی از پوشش‌های بیمه‌های زندگی، بحث سرمایه‌گذاری گنجانده شده است. حتی در برخی شرکت‌ها علاوه بر اینکه افراد سرمایه‌گذاری می‌کنند، بحث مستمری، بازنشستگی و دریافت وجه بعد از اتمام بیمه را هم دارند. در کشور ما شیب جمعیتی به سمت کهنسالی و پیری می‌رود. بیمه‌های زندگی در کشوری مانند ژاپن تعریف شده است، ولی در ایران این‌گونه نیست. در گذشته یکی از پتانسیل‌های بزرگ کشور ما، جوانی جمعیت بود. این جوانی اکنون به سمت میانسالی آمده و مطمئن باشید ۱۰ سال دیگر مشکلات صندوق‌های بازنشستگی اجتماعی و بیمه‌های اجتماعی به‌مراتب شدیدتر از امروز خواهد شد. حتی زمزمه‌هایی هم دیده می‌شود؛ مثلا سن بازنشستگی تغییر کند یا سن بازنشستگی خانم‌ها را عوض کنند.

وی ادامه داد: اگر افراد همان حق بیمه‌ای را که به صندوق‌های بازنشستگی پرداخت می‌کنند، به بیمه‌های بازرگانی بدهند، تقریبا دو برابر بالاتر از آن رقمی که بخش دولتی قرار است به آنها مستمری پرداخت کند، دریافتی خواهند داشت. بیمه‌های بازرگانی می‌توانند سرمایه‌ای را که هر ماه توسط افراد مختلف وارد حساب‌های آن شرکت یا سازمان می‌شود، سرمایه‌گذاری کنند و بابت بازنشستگی افراد ارقامی بالاتر از صندوق‌های بازنشستگی پرداخت کنند؛ زیرا ما سود مشارکت پرداخت می‌کنیم و این سود، رقم بالایی خواهد شد.

مدیر بیمه‌های زندگی بیمه تعاون درباره دلیل سهم پایین بیمه زندگی در سبد خانوار ایرانی با وجود سابقه این بیمه یادآور شد: از طریق هرم مازلو این پدیده را می‌توان توضیح داد. در جامعه ما اول تأمین کف نیازهای فیزیولوژیک مطرح است. اگر شخص احساس کند نیازهای اولیه‌اش مثل خوراک و پوشاک تأمین نیست، به سمت رفع نیازهای طبقات بالاتر نمی‌رود. درحال‌حاضر بزرگ‌ترین مشکل، تورم و وضعیت اقتصادی جامعه است. تورم خودش یکی از دلایلی است که مانع رشد مناسب بیمه‌های زندگی در جامعه ماست.

نیاز به تبلیغ بیمه زندگی در رده‌های بالا

وی اضافه کرد: دومین اتفاق، فرهنگ خرید این بیمه‌نامه است. نسبت به ۲۰ سال پیش خیلی شرایط بهتر شده، ولی باز هم از کشورهای اطرافمان عقب هستیم. تورم، سطح زندگی و فرهنگ بیمه‌ای و احساس نیاز کردن در تمایل برای این پوشش بیمه‌ای تأثیرگذار است. این احساس نیاز به مسائل فرهنگی در کشور هم بازمی‌گردد. اگر از رده‌های بالا این نوع بیمه تبلیغ شود، بدون شک در اقبال مردم تأثیرگذار است. به‌عنوان مثال در همین کشورهای همسایه خودمان در هندوستان یا ترکیه، اگر بخواهید خانه‌ای را سند بزنید یا اجاره کنید، ملزم هستید بیمه‌نامه آتش‌سوزی، سیل، زلزله و آتشفشان را بخرید. در چنین شرایطی مطمئنا اگر فردا زلزله‌ای رخ دهد، علاوه بر اینکه کمک‌های دولتی در اختیار افراد خواهد بود، کمک‌های غیردولتی نیز تزریق خواهد شد.

یوسفی گفت: فرهنگ بیمه در کشورهای همسایه از بالا شکل گرفته و به یک الزام تبدیل شده است؛ بنابراین مردم مجبورند از این خدمت استفاده کنند. همین رویه اگر در بیمه‌های زندگی در پیش گرفته شود، مسلما تأثیرگذار است. مثلا افراد الزام داشته باشند هر بچه‌ای به دنیا می‌آید، برایش بیمه‌نامه زندگی خریداری کنند. در مقطعی این رویه در حال تبدیل‌شدن به عادت بود، اما متأسفانه جلوی آن گرفته شد؛ درصورتی‌که اگر بیمه زندگی خریداری شود، فرد بعد از ۳۰ سال رقم بزرگی در اختیار خواهد داشت و می‌تواند در دوران بازنشستگی از آن استفاده کند. اگر این فرهنگ جا بیفتد، نسل بعدی هم می‌خواهد از این بیمه‌نامه استفاده کند و خیلی راحت‌تر به سمت خرید آن می‌رود.

۲۵ درصد پرتفو متعلق به بیمه زندگی

او درباره تأثیر فعالیت شرکت‌های رقیب بر عملکرد بیمه تعاون یادآور شد: آن‌قدر روی این بیمه‌ها کار نشده است که هنوز برای فعالیت فضای خالی زیادی وجود دارد. درحال‌حاضر طبق آمار ۱۵ درصد جامعه بیمه‌نامه زندگی را دارند و ۸۵ درصد مردم تحت پوشش بیمه زندگی قرار نگرفته‌اند؛ بنابراین بازار ما خیلی بزرگ است.

مدیر بیمه‌های زندگی بیمه تعاون اضافه کرد: شرکت‌ها برای خودشان سیاست‌هایی دارند و بر اساس آن بازاریابی می‌کنند. عموما دنبال آن قسمت دست‌نخورده کیک هستند. ما هم برنامه‌ریزی‌هایی داریم و دنبال محصولات جدید هستیم. خدماتی که ارائه می‌دهیم، ازجمله خدمتی که در ابتدای صحبت درباره رونمایی آن صحبت کردم، بهانه‌ای می‌شود که مشتری‌های جدید را جذب کنیم.

وی سهم بیمه تعاون از کل صنعت بیمه را یک درصد اعلام کرد و گفت: در دو، سه سالی که شرکت بیمه تعاون روی بیمه‌های زندگی تمرکز کرده، حدود ۲۵ درصد پرتفوی کل شرکت، روی بیمه‌های زندگی متمرکز بوده است.

نیاز به فرهنگ‌سازی از رده‌های بالا

ایران در میان کشورهای درحال‌توسعه کمترین ضریب پوشش بیمه‌های زندگی را دارد. این مسئله راه شرکت‌های بیمه‌ای کشور برای توسعه این نوع بیمه را بسیار دشوار می‌کند. بااین‌حال، یوسفی بر این باور است که اگر بر بیمه‌های زندگی از رده‌های بالا تبلیغ شود، طی این مسیر سخت نخواهد بود.

وی افزود: برخی‌ها می‌گویند تبلیغ برای بیمه زندگی را باید از مدارس شروع کنیم. من نظر عکس آنها دارم؛ مدیر یک سازمان باید الزام کند که همکارانش بیمه‌نامه زندگی داشته باشند. این فرهنگ اگر از بالا به پایین باشد، خیلی راحت‌تر و سریع می‌توانیم در این حوزه رشد کنیم؛ اما اگر منتظر باشیم مدارس شروع کنند و بیمه زندگی را تبلیغ کنند یا سریالی ساخته شود که از بیمه بگوید، راه به جایی نمی‌بریم.

قیمت‌گذاری محصولات شرکت خصوصی، حق سهامدار است

سهامداران گروه بهمن نسبت به دخالت‌های بیرونی در تصمیم‌گیری‌های شرکت اعتراض کردند. شنبه ۲۴ تیرماه در مجمع سالانه عادی گروه بهمن، پس از ارائه گزارش مدیرعامل این شرکت درخصوص عملکرد فروش محصولات سواری بهمن‌موتور، سهامداران نسبت به دخالت‌های نهادهایی خارج از هیئت‌مدیره درخصوص قیمت‌گذاری محصولات بهمن‌موتور معترض شدند.

برخی حاضران در این نشست، قیمت‌گذاری محصولات را جزء حقوق و منافع سهامداران دانستند و دخالت‌های بیرون از هیئت‌مدیره را تضییع حقوق خود دانستند و از هیئت‌مدیره شرکت خواستار پیگیری حقوق ازدست‌رفته شدند.

یکی از حاضران در مجمع سالانه گروه بهمن، به تفاوت قیمت‌گذاری محصولات مشابه رقبا با بهمن‌موتور اعتراض کرد و خواستار تلاش هیئت‌مدیره برای ممانعت از تداوم این وضعیت تبعیض‌آمیز شد. سهامداران معتقدند قیمت‌گذاری دستوری منجر به از بین رفتن منافع آنها از سرمایه‌گذاری خود می‌شود که باید توسط هیئت‌مدیره پیگیری شود.

قیمت‌گذاری از حقوق سهامداران است

«قیمت‌گذاری می‌تواند در سود و زیان شرکت مؤثر باشد و به همین خاطر جزء حقوق سهامداران است و کسی نمی‌تواند غیر از سهامداران یا کسانی که آنها اجازه داده‌اند، در قیمت‌گذاری دخالت کند». این جملات را یکی از سهامداران معترض بیان می‌کند و نسبت به مداخلات در قیمت‌گذاری و دخالت برخی نهادها در روش‌های فروش انتقاد دارد. این سهامدار می‌گوید برخی نهادها با دخالت‌های خود به سرمایه‌گذاری‌های او آسیب زده و او را متضرر کرده‌اند. اشاره معترضان در این نشست به دو تصمیم اخیر دولت درخصوص قیمت‌گذاری دستوری و الزام خودروسازان به فروش محصولات سواری در سامانه یکپارچه بود. آنها معتقد بودند روش فروش خودرو در بورس کالا می‌تواند راهکاری میانه برای ایجاد تعادل در بازار و حفظ منافع سهامداران باشد.

«شرکت با سرمایه‌ای که از جانب سهامداران خصوصی به دست آورده، تولید می‌کند و خود را توسعه می‌دهد؛ بنابراین در بخش خصوصی کسی نباید نسبت به قیمت محصولات تصمیم‌گیری کند و این جزء حقوق سهامداران و سرمایه‌گذاران است». این گروه از سهامداران، قیمت‌گذاری محصولات در بخش خصوصی را حق سهامداران می‌دانستند.

جمشید ایمانی: برای حفظ حقوق سهامداران مخالف قیمت‌گذاری دستوری هستیم

«مخالفت ما با قیمت‌گذاری دستوری برای حفظ حقوق سهامداران است اما خود را ملزم به رعایت قانون می‌دانیم». جمشید ایمانی، رئیس هیئت‌مدیره گروه بهمن، با بیان این جمله افزود: «در شرایط فعلی قانون حاکم بر کشور محدودیت‌هایی اعمال می‌شود که آنها را رعایت خواهیم کرد». وی در همین رابطه به سهامداران اطمینان داد که این شرکت مدافع منافع سهامداران خود خواهد بود و در جلسات کارشناسی و تخصصی دلایل مخالفت با قیمت‌گذاری دستوری و محدودیت در روش‌های فروش را با مسئولان امر در میان گذاشته و این تلاش‌ها و مذاکرات ادامه دارد.