

وزیر نفت برای شرکت در مجمع کشورهای صادرکننده گاز (GECF) به مسکوفرت

رایزنی زنگنه برای تعیین دبیرکل اوپک گازی



صادرات گاز طبیعی کشورهای عضو GECF (میلیارد مترمکعب)			
کشور	LNG	خط لوله	جمع کل
روسیه	۱۴	۱۹۰٫۸	۲۰۴٫۸
قطر	۱۰۴٫۴	۲۰	۱۲۴٫۴
الجزایر	۱۵٫۹	۳۷٫۱	۵۳
نیجریه	۲۳٫۷	۰	۲۳٫۷
بولیوی	۰	۱۶٫۱	۱۶٫۱
ترینیداد و توباگو	۱۴٫۳	۰	۱۴٫۳
ایران	۰	۸٫۴	۸٫۴
امارات متحده عربی	۷٫۴	۰	۷٫۴
لیبی	—	۴٫۴	۴٫۴
گینه	۴٫۳	۰	۴٫۳
مصر	۰٫۷	۰	۰٫۷
نروژ	۶٫۳	۱۰۹٫۸	۱۱۶٫۱
هلند	۰	۵۲٫۳	۵۲٫۳
قزاقستان	۰	۱۶٫۶	۱۶٫۶
عمان	۱۰٫۶	۰	۱۰٫۶
آذربایجان	۰	۸٫۸	۸٫۸
پرو	۵۵	۰	۵۵
جمع کل	۲۰۷٫۱	۴۶۴٫۳	۶۷۱٫۴

ناظر ۴۳٫۵ درصد) برآورد می‌شود. در میان این کشورها، روسیه، ایران و قطر بیشترین میزان تولید را دارند. همچنین تغییرات ۲۰ سال گذشته نشان‌دهنده افزایش بیش از ۱۲۰درصدی تولید گاز طبیعی در کشورهای مزبور است.

از نظر مصرف گاز طبیعی، مصرف کل جهان در سال ۲۰۱۶ چیزی معادل سه‌هزارو ۵۴۳ میلیارد مترمکعب بوده که از این میزان سهم کشورهای عضو و ناظر GECF معادل ۲۶ درصد است.

مقایسه تولید و مصرف گاز طبیعی در کشورهای مزبور نشان از



قادر شادی‌وند
کارشناس انرژی

بیژن زنگنه وزیر نفت در رأس هیئتی روز سه‌شنبه جهت شرکت در نوزدهمین نشست وزرای مجمع کشورهای صادرکننده گاز طبیعی (GECF) و به منظور تعیین دبیرکل جدید این مجمع به مسکو سفر کرده است. این مجمع را در دو دوره دوساله، دبیرکل ایرانی (دکتر عادل‌ی) اداره می‌کرد. مجمع کشورهای صادرکننده گاز طبیعی یا (GECF) در سال ۲۰۰۱ در تهران و با حضور وزرای انرژی ۱۰ کشور دارنده ذخایر عظیم گازی از جمله ایران، روسیه، قطر، ترکمنستان، نروژ، عمان، اندونزی، مالزی، برونئی و الجزایر تشکیل شد.

شکل‌گیری این مجمع درواقع پاسخی به نیازها و خلاهای موجود در بازار جهانی گاز بود؛ زیرا رقابت میان کشورهای صادرکننده گاز در سال‌های گذشته، تنها به نفع مصرف‌کنندگان و به قیمت‌های پایین گاز طبیعی منجر شده بود. در حقیقت افزایش تقاضا و رونق بازار جهانی گاز، کشورهای صادرکننده گاز را در جهت حداکثرکردن منافع خود، ناگزیر به سمت اتخاذ رویکرد هم‌گرایی و همکاری در میان خود. (به جای درپیش‌گرفتن رقابت‌های غیرضروری و مضر) سوق داد.

مهم‌ترین مأموریت این مجمع، حمایت از مکانیسم‌های ارتقای جایگاه و قدرت چانه‌زنی کشورهای صادرکننده گاز در برابر شرکت‌ها و کشورهای خریدار با تبادل دانش فنی، شفافیت اطلاعات قراردادهای فروش گاز و حمایت از سرمایه‌گذاری‌های مشترک ذکر شده است.

درحال‌حاضر اعضای مجمع صادرکنندگان گاز شامل ۱۹ کشور (با

احتساب هفت کشور از آنها به‌عنوان عضو ناظر) است. این کشورها عبارت‌اند از: ایران، روسیه، قطر، الجزایر، بولیوی، مصر، کینه، لیبی، نیجریه، ترینیداد و توباگو، امارات، ونزوئلا (اعضای ناظر؛ جمهوری آذربایجان، عراق، قزاقستان، هلند، عمان، پرو و نروژ).

وضعیت ذخایر، تولید و مصرف گاز طبیعی کشورهای عضو GECF
در سال ۲۰۱۶ کل ذخایر گازی جهان معادل ۱۸۶٫۶ تریلیون مترمکعب برآورد شده است که از این میزان سهم کشورهای عضو مجمع GECF برابر با ۱۱۵ تریلیون مترمکعب و معادل ۶۲ درصد کل ذخایر جهان است. سهم این مجتمع با احتساب ذخایر کشورهای ناظر، حدود ۶۷ درصد از کل ذخایر جهان است. در میان این کشورها، ایران، روسیه و قطر بیشترین ذخایر گازی را در اختیار دارند.

در ۲۰ سال گذشته نیز ذخایر گازی اثبات‌شده کشورهای عضو GECF افزایش چشمگیری داشته، درحالی‌که این شاخص در کشورهای مصرف‌کننده نظیر کشورهای عضو اتحادیه اروپا با کاهش روبه‌رو بوده است. در سال ۲۰۱۶ کل گاز طبیعی تولیدی جهان معادل سه‌هزارو ۵۵۱ میلیارد مترمکعب بوده است که بیشترین سهم از تولید مربوط به کشورهای عضو GECF و معادل ۳۶٫۶ درصد (با احتساب کشورهای همین رو تصمیم گرفتیم برای آشنایی بیشتر با یکی از انواع موفق کمپین‌های چریکی در ایران پای صحبت‌های او بنشینیم و از زیر و بم شکل‌گیری ایده تا اجرای ناکجامیری جویا شویم. راشا-شیدماهر درباره ملاک شکل‌گیری کمپین‌های تبلیغاتی اسنپ در این گفت‌وگو می‌گوید: «اسنپ همیشه به دنبال روش‌هایی نو برای برقراری ارتباط با کاربران است، راه‌هایی که بتواند تجربه کاربری جذاب و منحصربه‌فردی را برای آنها ایجاد کند».

شیدماهر در پاسخ به اینکه داستان ناکجامیری از کجا آغاز شد، ادامه می‌دهد: «بنای کار اسنپ، جابه‌جاکردن کاربران از نقطه‌ای به نقطه دیگر، براساس مبدأ و مقصدی است که از سوی مسافر تعیین می‌شود. ایده اصلی ما برای راه‌اندازی ناکجامیری از همین سنگ‌بنای اولیه شکل گرفت. در واقع به این فکر کردیم که اگر وارد بازی معکوس شویم و این بار مقصد را ما انتخاب کنیم، چه اتفاقی می‌افتد. به نظر می‌رسید این تغییر به ظاهر کوچک بتواند همچنان زیادی در مخاطب ایجاد کند و همین‌طور هم شد».

مدیر ارشد بازاریابی اسنپ درباره سابقه اجرای کمپینی مشابه ناکجامیری در دنیا تاکید می‌کند: «کمپین‌هایی با برخی ویژگی‌های مشابه، پیش از این در کشورهای دیگر اجرا شده است. اما آنچه امروز به نام ناکجامیری شناخته می‌شود، با مشارکت قریب به ۲۰ نفر از اعضای مجموعه اسنپ شکل گرفته است. وراای ایده کمپین، نکته حائز اهمیت در مورد فعالیت‌های اینچینی، محدودیت‌ها و پیچیدگی‌های اجرایی با این سبک و سیاق در ایران است که خوشبختانه به خوبی توانستیم در این چالش سربلند شویم و ایده ناکجامیری را اجرایی کنیم».

به‌طور کلی، کسب‌وکارهای موفق در کنار تمرکزی که بر درآمدزایی و فعالیت‌های اقتصادی خود دارند در پی جذب احساس

گذر

تراز تجاری کشور منفی ۳میلیارد دلارشد

● براساس کارنامه تجارت خارجی در نیمسال اول سال جاری، ۲۳٫۵ میلیارد دلار انواع کالا وارد کشور شد که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۱۵ درصد افزایش نشان می‌دهد. این در حالی است که صادرات غیرنفتی به ۲۳٫۵ میلیارد دلار کاهش یافته است. به گزارش کمرک ایران، کارنامه عملکرد تجارت خارجی کشور در نیمسال اول سال جاری منتشر شد. مجموع تجارت خارجی ایران با شش درصد رشد به ۴۴ میلیارد و ۱۳۹ میلیون دلار رسید و ارزش صادرات غیرنفتی ایران در شهریور سال جاری نسبت به مرداد یک و ۷۵ صدم درصد بهبود یافته و واردات کالا به ایران در سومین ماه از تابستان نسبت به ماه دوم ۱٫۱۲ درصد کاهش داشته است. حجم تجارت خارجی ایران در سال جاری تا ابتدای مهر نسبت به مدت مشابه سال قبل شش درصد بزرگ‌تر شده است. همچنین در شش‌ماهه اول سال جاری تشریفات کمرکی ۷۵ میلیون و ۸۳۰ هزار تن کالا در کمرکات کشور تماماً به‌صورت الکترونیکی و با کنترل کامل به روش هوشمند انجام شده که از این مقدار ۱۷ میلیون و ۱۹۵ هزار تن سهم واردات و ۵۸ میلیون و ۶۳۵ هزار تن سهم کالاهای صادراتی غیرنفتی بود. مجموع ارزش صادرات و واردات ایران در مدت یادشده به ۴۴ میلیارد و ۱۳۹ میلیون دلار رسید که این رقم شش درصد بیشتر از مدت مشابه سال ۱۳۹۵ است. مجموع تجارت خارجی ایران در شش‌ماهه نخست سال گذشته ۴۱ میلیارد و ۶۷۴ میلیون دلار بود.

۹هواپیمای فرانسوی در ایران

● سخنگو و مدیر روابطعمومی سازمان هواپیمایی کشوری با بیان اینکه تعداد هواپیماهای تحویل‌داده‌شده از فرانسه پس از توافق‌نامه برجام به ۹ فروند رسیده است، گفت: در اواخر فروردین‌ماه ۹۶ قرارداد ۲۰ فروند هواپیمای ۷۰ نفره فرانسوی - ایتالیایی ا‌ی‌تی‌آر در تهران به امضا رسید که چهار فروند آن قبل از این و دو فروند دیگر طبق تعهدات شرکت فرانسوی تحویل داده شد. رضا جعفرزاده افزود: هواپیماهای خریداری‌شده جدید، کوتاه‌برد و برای پوشش پروازهای داخلی به کار گرفته خواهد شد. این نوع هواپیماها مورد استفاده ۲۰ شرکت دیگر در دنیااست. در این قرارداد بر همکاری‌هایی در زمینه تولید قطعات و مباحث سخت‌افزاری و نرم‌افزاری نیز تاکید شده است.

مدیر ارشد بازاریابی اسنپ از ایده‌پردازی تا اجرای کمپین «ناکجامیری» می‌گوید

«ناکجامیری»، کمپینی که در روزگار تبلیغات کلیشه‌ای گل‌گرد

بود در بین پربحث‌ترین موضوعات توییتر قرار بگیرد. روزانه به‌طور متوسط هزار بار هشتک اسنپ در شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد که نشان از سطح توجه و احتمالاً سطح توقعات کاربران از اسنپ است و این وظیفه ما را سخت‌تر می‌کند».

از نظر مدیر ارشد بازاریابی اسنپ دو فاکتور کلیدی موفقیت یک کسب‌وکار را رقم می‌زنند. او دراین باره می‌گوید: «میزان نفوذ و محبوبیت یک برند در جامعه و توجه به اطلاعات و ارقام دو فاکتور مهم در موفقیت یک برند هستند. اسنپ توانسته است در بازه فعالیت خود حول این دو موضوع متمرکز باشد. این ایلپیکشن آنچنان با زندگی روزمره مردم عجین شده که در ادبیات آنها واژه اسنپ را جایگزین درست کرده است. این روزها زیاد شنیده می‌شود که

مردم به‌جای استفاده از عبارت «با درست میام» از «اسنپ می‌گیرم» استفاده می‌کنند. عرف‌شدن نام اسنپ در بین مردم نشان از محبوبیت و نفوذ این سامانه دارد. گاهی همین میزان محبوبیت ما را از بی‌مهری‌ها مصون نگه می‌دارد. پیش آمده است که اسنپ با موجی از انتقادات برنامه‌ریزی‌شده و اکثراً نادرست در شبکه‌های اجتماعی مواجه شده و مردم به ساختگی‌بودن انتقادات پی بردند و متوجه تبلیغات منفی هدفدار علیه اسنپ شدند. حتی در مواردی به‌صورت خودجوش در مقام پاسخ‌دهنده ظاهر شدند. با همه این اوصاف، بازخورد‌های مثبت و درصد بالای رشد اسنپ نشان می‌دهد که ما در اهمان ثابت‌قدمیم و نگرانی به دل راه نمی‌دهیم. ولی کماکان مصرانه و با روی باز از هرگونه انتقاد صحیح و مثبتی استقبال می‌کنیم. چراکه یکی از بهترین تیم‌های پشتیبانی را در کنار خود داریم که هر روز به بهترین نحو ممکن به امور کاربران رسیدگی می‌کنند».

اسنپ رانندگان را غافلگیر نمی‌کند؟

هلیکوپتری که فردی را به دل طبیعت می‌برد و او را به یک وعده غذای گرم میهمان

خبر

پایان ۴سال دبیرکلی ایران درمجمع GECF

● بررسی احراز چهارساله پست دبیرکلی GECF از سوی یک ایرانی، نشان می‌دهد اگرچه نماینده ایران دبیرکل خوبی برای مجمع جهانی کشورهای صادرکننده گاز بود اما ایران توانست از داشتن این جایگاه برای گسترش سهم خود در بازار جهانی گاز بهره‌چندانی نبرد.

به گزارش تسنیم چهار سال پیش در جریان برگزاری پانزدهمین نشست وزارتی مجمع کشورهای صادرکننده گاز «سیدمحمدحسین عادل‌ی» با رای اعضای این مجمع به‌عنوان دبیرکل مجمع جهانی کشورهای صادرکننده گاز انتخاب شد و با یک نوبت تمدید در مجموع چهار سال دبیرکل این مجمع جهانی بود. در چهار سال اخیر مجمع کشورهای صادرکننده گاز به‌نوعی پوست‌اندازی کرد و تلاش‌های مؤثری را برای تأثیرگذارشدن در بازار گاز جهان انجام داد. نقش دبیرکل ایرانی این مجمع در ساختارسازی‌های جدید و پررنگ‌کردن نقش این نهاد در بخش کارشناسی و مطالعات تجارت گاز جهان بسیار پررنگ بود. با این حال تا تبدیل‌شدن این مجمع به یک کارتل اقتصادی در تجارت جهانی گاز و تأثیرگذاری در سیاست‌گذاری‌ها و قیمت‌گذاری‌های بازارهای آتی جای کار بسیاری باقی مانده است. در مجموع می‌توان گفت عادل‌ی به‌عنوان یک دبیرکل نه‌تنها هیچ چیزی برای GECF کم نگذاشت، بلکه یک دبیرکل نمونه، آشنا به مسئولیت‌ها و یرتلاش بود. در این مدت سهم ایران از تجارت جهانی گاز از حدود دو درصد در سال ۹۲ به حدود یک درصد در ابتدای سال ۹۶ رسید. حیاتی‌ترین بخش در محقق‌شدن افزایش سهم هر کشور در تجارت جهانی گاز پس از افزایش ظرفیت‌های تولید، قدرت دیپلماسی و چانه‌زنی‌های منطقه‌ای و بین‌المللی است.

در مدت دبیرکلی نماینده ایران در GECF، دو قرارداد صادرات گاز با عراق به امضا رسید که عراق را با مجموع واردات روزانه حدود ۷۰ میلیون مترمکعب گاز در فصول گرم سال از ایران، به بزرگ‌ترین مشتری گازی کشور تبدیل می‌کرد و اجرایی‌شدن این دو قرارداد، سهم ایران را در تجارت جهانی گاز به حدود سه درصد می‌رساند اما پس از به‌تأخیرآفتادن‌های متعدد در آغاز این تجارت گازی، ۱۰ درصد از ظرفیت این دو قرارداد، یعنی صادرات روزانه حدود هفت میلیون مترمکعب تا امروز اجرایی شده است.