خبر

طرح کاهش اسکناس جدی‌تر شد

جمع‌آوری ۲هزار میلیارد تومان اسکناس

■ **ایسنا:** پس از اعلام بانک مرکزی مبنی بر برنامه کاهش سه‌میلیاردی اسکناس، جدیدترین آمارهای این بانک نشان می‌دهد که این سیاست وارد فاز اجرایی شده است. میزان اسکناس و مسکوک در دست اشخاص از ۲۲/۵ هزارمیلیارد تومان در سال ۸۹ به ۲۰/۱هزارمیلیارد تومان در آذرماه سال ۹۰ کاهش یافت. این کاهش در حالی بوده که تا پیش از این طی دهه اخیر هرگز میزان اسکناس و مسکوک در دست مردم روند نزولی نداشته است. بر این اساس میزان اسکناس و مسکوک در دست مردم در سال ۸۱ بیش از ۳/۴هزارمیلیارد تومان، در سال ۸۲ بیش از ۳/۸ هزارمیلیارد تومان، در سال ۸۳ بیش از ۴/۴هزارمیلیارد، در سال ۸۴ بیش از پنج هزارمیلیارد تومان، در سال ۸۵ بیش از ۶/۱ هزارمیلیارد تومان، در سال ۸۶ بیش از ۷/۹ هزارمیلیارد تومان، در سال ۸۷ بیش از ۱۵/۷ هزارمیلیارد تومان و در سال ۸۸ بیش از ۱۹/۲ هزارمیلیارد تومان بوده است. علاوه بر این، کاهش اسکناس و مسکوک در دست مردم در شرایطی بوده که میزان نقدینگی کشور طی سال ۸۹ تا آذر ماه سال ۹۰ از ۲۹۴ هزارمیلیارد تومان به ۳۲۵ هزارمیلیارد تومان افزایش یافته است. از سوی دیگر مراجعه به آمارهای اسکناس و مسکوک نزد بانک‌ها نشان می‌دهد که این میزان برخلاف میزان اسکناس‌های در دست مردم روندی صعودی داشته است. بر این اساس در فصل نخست سال ۹۰ میزان اسکناس و مسکوک نزد بانک‌ها در حالی به ۸/۳ هزار میلیارد تومان رسیده که این رقم در پایان سال ۸۹ بیش از ۶/۱هزار میلیارد تومان و در سال۸۸ نیز ۳/۸ هزار میلیارد تومان بود. به نظر می‌رسد کاهش ۲/۴ هزار میلیارد تومانی میزان اسکناس و مسکوک در دست مردم طی سه فصل نخست سال ۹۰ با افزایش ۲/۲هزار میلیارد تومانی میزان اسکناس و مسکوک نزد بانک‌ها طی فصل نخست سال ۹۰ بی‌ارتباط نبوده است. با وجود این، جمع‌کردن پول از دستان مردم و حفظ آنها نزد بانک‌ها می‌تواند یکی از راه‌های تسهیل کننده‌ای باشد که در آینده بانک مرکزی تعدادی از اسکناس‌ها را معدوم و در مجموع برنامه کاهش اسکناس عملی شود. طبق اعلام مدیر اداره بررسی‌ها و سیاست‌های اقتصادی بانک مرکزی در حال حاضر در حالی سرانه هر برگ اسکناس در ایران ۹۵ برگ است که این میزان در سال ۱۳۵۶ سرانه ۱۵ برگ بود. به‌زعم پیمان قربانی، سرانه اسکناس در کشوری مثل ترکیه زیر ۱۵ برگ و در حوزه یورو این رقم ۴۰ برگ است و این در شرایطی است که بخش عمده‌ای از اسکناس‌های یورو خارج از حوزه جغرافیایی این واحد پولی است. طبق اعلام مدیر اداره بررسی و سیاست‌های بانک مرکزی هم‌اکنون تعداد اسکناس‌های موجود هفت میلیارد برگ است که بانک مرکزی قصد کاهش‌دادن آن را دارد. این در حالی است که شهریورماه سال گذشته دبیرکل بانک مرکزی اعلام کرده بود که بیش از هشت میلیارد قطعه اسکناس در کشور وجود دارد و سالانه ۷۰۰ میلیون قطعه خارج می‌شود. با توجه به گلایه‌های مقامات بانکی به نظر می‌رسد بانک مرکزی برنامه کاهش اسکناس را در پیش گرفته و گویا با کاهش یک میلیاردی اسکناس، بانک مرکزی این برنامه خود را وارد فاز اجرایی کرده است. آمارهای جدید بانک مرکزی نیز تایید می‌کند که میزان اسکناس‌های در دستان مردم کاهش یافته است. مدیر اداره بررسی‌ها و سیاست‌های بانک مرکزی در مورد برنامه بانک مرکزی گفته بود: در گام اول هدف بانک مرکزی این است که هفت میلیارد برگ اسکناس در گردش را به حدود چهار میلیارد برگ کاهش دهد. برنامه دقیقی در سازمان تولید اسکناس و مسکوک در بانک مرکزی دیده شده و هدف این است که در یک زمان مشخص سرانه اسکناس‌ها را به حدود چهار میلیارد برگ برسانیم و از ظرفیت خالی ایجاد شده برای چاپ اسکناس‌های جدید استفاده کنیم.

کاهش ۱۲ لیتری مصرف آب ایرانی‌ها بعد از هدفمندی

■ **ایسنا:** درحالی که نزدیک به ۲۰ماه از آغاز اجرای هدفمندی یارانه‌ها در کشور می‌گذرد، سرانه مصرف آب ایرانی‌ها ۱۲ لیتر در شبانه روز کاهش یافته است. با اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها و افزایش قیمت حامل‌های انرژی در کشور، بیشترین توجه به افزایش قیمت گاز، برق و بنزین معطوف شد و آب همچنان سهم چندانی از هزینه‌های سبد انرژی خانواده‌ها را به خود اختصاص نمی‌داد. این درحالی است که قیمت آب از لحاظ درصدی بیشترین افزایش را نسبت به قیمت‌های پیشین خود تجربه کرده بود، تا جایی که میانگین متوسط قیمت این حامل انرژی در سطح کشور رشدی بیش از صد درصد داشت. در حال حاضر بررسی میزان مصرف آب در کشور و مقایسه آن با زمان مشابه پارسال نشان می‌دهد که میزان سرانه مصرف آب در مقایسه با زمان مشابه سال گذشته، به طور متوسط به ازای هر نفر ۱۲ لیتر در شبانه روز کاهش داشته است. درحالی که مسوولان وزارت نیرو دلایل این کاهش را همکاری مردم در صرفه‌جویی در مصرف آب، تاثیر قانون هدفمندی یارانه‌ها، اقدام‌های فنی مدیریت مصرف توسط شرکت‌های آب و فاضلاب و اقدام‌های فرهنگی انجام شده اعلام کرده‌اند در زمان کنونی حدود ۱۲ لیتر در شبانه روز معادل حدود سه‌درصد کاهش در مصرف آب رخ داده است. کاهش سه درصدی مصرف آب درحالی اعلام شده که حدود یک سال پس از هدفمندی یارانه‌ها، مسوولان بخش برق کشور از کاهش ۱۰درصد مجموع مصرف انرژی خبر داده بودند. این درحالی است که سرانه مصرف آب در میان ایرانی‌ها کماکان نسبت به کشورهای دیگر بالاتر است و در برخی موارد می‌توان شاهد بود که سرانه مصرف مردم ایران نزدیک به دوبرابر سرانه مصرف متعارف در دنیاست.

نمایندگی‌های بیمه، برق‌آسا افزایش می‌یابند

بیم از قارچ بیمه‌ها

مهدی دل‌روشن: آنقدر زیاد شده‌اند که کار ما را سخت کرده‌اند؛ به هر گوشه‌ای که نظری می‌افکنی، تابلوی یکی از آنها را مشاهده می‌کنی! لازم هم نیست که زیاد، دست به جیب شوند؛ یک کامپیوتر، چند صندلی و احتمالا یک چای‌ساز! بله. حالا شما، صاحب یک نمایندگی بیمه با کد معتبر هستید! رقابت، شروع می‌شود. ورود شما را به یک بازار فوق اشباع شده، خوش‌آمد می‌گوییم. در طول سه، چهار سال اخیر آنقدر نمایندگی‌های بیمه، افزایش یافته‌اند که حداقل حساب و کتاب آنها از دست مردم، در رفته است. از سوی دیگر، شرکت‌های بیمه نیز مانند تیم‌های فوتبال، به نوبت متولد می‌شوند و هر کدام از آنها نیز در سراسر کشور به یارگیری، اقدام می‌کنند. شاید از یک نظر، تعدد نمایندگی‌ها و البته شرکت‌های بیمه، یک بازار رقابتی را به وجود بیاورد، اما تکلیف من و شما برای انتخاب یک برند و متعاقب آن یک نمایندگی درست و درمان چیست؟ معیار انتخاب درست یک نمایندگی پاسخگو و مطلوب کدام است؟ آیا اصطلاحا زیاد شدن دست در بازار بیمه، منجر به ضرردهی شده است؟! چندی پیش بود که فرشباف ماهریان (رییس کل سابق بیمه مرکزی) در یک همایش بیمه‌ای، پرده از آمار جالب‌توجهی برداشت؛ وی آمار داده بود که تعداد نمایندگی‌های بیمه ظرف مدت دو سال، سه برابر شده است: «تفویض اختیار بیمه مرکزی برای انتخاب نمایندگان به شرکت‌های بیمه موجب شد تا طی دو سال تعداد نمایندگی‌های بیمه از تعداد هشت‌هزارو۵۰۰ نمایندگی به ۲۰هزار نمایندگی افزایش یابد.»در حال حاضر، ۷۲/۵درصد از سهم بازار بیمه کشور در دست نمایندگان و کارگزاران بیمه‌ای است و تنها ۲۷/۵درصد از فروش بیمه‌نامه‌ها، در شعب شرکت‌ها، اتفاق می‌افتد. شاید همین عدد بزرگ ۷۲/۵درصد، خیلی‌ها را برای ورود به این بازار ترغیب کند. اشتیاقی که به انفجار نمایندگی‌ها در بازار بیمه، منجر شده است.

راه و رسم نماینده شدن!

هر ورودی، قوانین خاص خود را دارد؛ نمی‌شود همین‌طوری به بازار تجارت وارد شد. همین موضوع باعث شده تا بیمه مرکزی به عنوان ناظر اصلی در بازار بزرگ بیمه کشور، یکسری قوانین و قواعد اولیه را در نظر بگیرد که به مثابه یک فیلتر عمل کند و سرلوحه نمایندگی‌ها باشد. «ارایه بهترین کیفیت در خدمات، تکریم حقوق مشتریان، ساده‌سازی و شفافیت جریان بازاریابی بیمه از اصول اولیه تدوین آیین‌نامه تنظیم امور نمایندگی و واگذاری تمام امور» بخشی از قواعد اولیه‌ای است که در شورای‌عالی بیمه، به تصویب رسیده است. البته اخباری که بعضا در بین مردم، نقل و قول می‌شود این است که این قوانین حرفه‌ای توسط بعضی از نمایندگی‌های آماتور، نقض می‌شود و نارضایتی‌هایی را به وجود آورده است. «محمد ن» که رییس یکی از شعب بیمه‌ای در کشور است در گفت‌وگو با ما می‌گوید: افزایش بی‌رویه نمایندگی‌ها، رقابتی ناسالم را در بازار بیمه به وجود آورده که این موضوع به کاهش شدید در شبکه فروش، انجامیده است. وی می‌افزاید: «تصمیمی که برای کاهش سهمیه صدور بیمه‌نامه‌های شخص ثالث، اتخاذ شد، نمایندگان را از حداقل‌های درآمدی، محروم کرد؛ این ماجرا نهایتا به بروز برخی از رفتارهای غیرحرفه‌ای در بازار گسترده بیمه کشور، منجر شد. به عبارت دیگر، وقتی نمایندگی‌ها، دست‌شان از صدور بیمه‌نامه محبوب(!) و دم دستی شخص ثالث کوتاه شد، چاره را در تخریب یکدیگر و راه انداختن یک دوئل نماینده‌کشی دیدند!»

یک تجارت دوئلی و فیس تو فیس!

صنعت بیمه، یکی از تجارت‌های فیس تو فیس به حساب می‌آید؛ مساله‌ای که باعث شده تا همه چیز به صورت رو در رو، انجام شود و اصطلاحا بیمه‌گذار و بیمه‌گر، سنگ‌های خود را، آنلاین و فیس تو فیس، وا بکنند. همین موضوع، باعث شده تا قانونگذار، حق فروش خدمات بیمه‌ای را در انحصار شرکت‌ها، نمایندگی‌ها و کارگزاران رسمی بیمه، تعریف کند. در این بین، به دلیل تاثیرگذاری (influence) مزیت رو در رو که محاسنی چون متقاعد کردن و مجاب کردن مشتری را به دنبال دارد، شرکت‌های بیمه از این مزیت نسبی، استفاده کردند و شبکه فروش کارگزاری و نمایندگی خود را روز به روز، توسعه دادند. البته این توسعه شبکه‌ای (Networking Development) خیلی هم برای شرکت‌های بیمه، آمد داشت چراکه نهایتا باعث شد، نزدیک به ۸۰درصد از تراکنش‌ها و فروش‌ها در همین بخش، صورت بگیرد. رقابت‌ها اما در بازار نمایندگی‌های بیمه آنقدر داغ شد که نیاز به داشتن دانش برای ماندن و موفق بودن را بیش از پیش، برجسته کرد. مردم عادی شاید برای خرید کالاها به راحتی به بازار بیایند اما کارخانجات و کسب و کارهای متوسط و بزرگ، راه نمی‌افتند که به بازار بیایند! این به آن معناست که باید نمایندگی‌ها، به دنبال بازاریابی باشند. کار نمایندگی‌های بیمه یکی از کارهای حرفه‌ای و تخصصی به حساب می‌آید؛ چیزی مثل یک کار مهندسی! البته فرآیند فروش، خودش یک کار مهندسی است. بسیاری از مردم، اطلاعات کاملی از خدمات بیمه‌ای ندارند و باید به نوعی توسط کارگزارشان، توجیه شوند. این کارگزاران درست مثل یک وکیل عمل می‌کنند و قانون و قواعد شرکت متبوع خود را برای مشتری مربوطه تشریح می‌کنند.

از سوی دیگر، جدای از آنکه پیدا کردن مشتری، کار سختی است، اما مشکل‌تر از آن حفظ و نگهداری مشتری است؛ همه ما می‌دانیم که بیمه‌نامه، سند خوشحالی در روزهای سیاه است. زمانی که با اتومبیلت، خودرو شخص دیگری را، تخریب کرده‌ای، یا خدای نخواسته، سلامت یک انسان را به خطر انداخته‌ای یا شاید هم بدتر از آن؛ اینجاست که دلت را به برگه‌ای خوش می‌کنی که در جیب داری. روشن است که وقتی شرکت بیمه‌ای که از آن، خدمتی را خریداری کردی، نتواند خوب ظاهر شود، همه چیز به هم می‌ریزد. در این زمان، جایگاه نمایندگان بیمه، اهمیت می‌یابد؛ در واقع اگر نمایندگی طرف حساب شما، حرفه‌ای بوده و شما را خوب توجیه کرده باشد و مثلا خیلی شفاف از تعهدات شرکت متبوع خود در قبال شما، تعریف کرده باشد، شما دچار مشکل نمی‌شوید؛ اما اگر نمایندگی مربوطه، آماتور باشد، آن وقت است که دنیا به دور سر شما، می‌چرخد و افسوس آن را می‌خورید که چرا به یک غیرحرفه‌ای، اطمینان کرده‌اید.

بیمه در مدار ۳۷۰ درجه!

چندی پیش بود که مسوولان بیمه مرکزی از شناسایی ۳۷۰ چالش مهم در صنعت بیمه خبر دادند و عنوان کردند برنامه‌ریزی‌های مربوطه برای رفع این چالش‌ها، صورت گرفته است. قطعا در این چالش‌ها، افزایش قارچ‌گونه نمایندگی‌های شرکت بیمه نیز شناسایی شده است؛ یکی از موضوعاتی که در مورد افزایش بی‌رویه نمایندگی‌های بیمه، مهم است این است که باید از لحاظ محدودیت جغرافیایی، سازوکاری تعیین شود. یک کارشناس بیمه که سابقه فعالیت در نمایندگی فروش را دارد، در گفت‌وگو با ما می‌گوید: «وقتی، دست در بازار بیمه زیاد شده، نمایندگی مجبور است که اخلاق حرفه‌ای را کنار بگذارد و به هر حربه‌ای متوسل شود تا فروش خود را بالا ببرد. در غیراین صورت مجبور است تا اجاره مغازه خود را از جیب بگذارد؛ تازه این در مقابل هزینه برق، تلفن، گاز، آب و تبلیغات، ناچیز است.»«م. ت» که کارگزار یکی از شرکت‌های بیمه خصوصی است، ادامه می‌دهد: «شرکت مدام به ما فشار می‌آورد که اگر گردش مالی شما در ماه از کف تعیین شده، پایین‌تر باشد، کد نمایندگی از شما، سلب می‌شود. در این بین، کسی که به‌هزار امید و آرزو دفتر نمایندگی راه انداخته، روی درآمدش حساب کرده و زندگی‌اش از همین مجرا، تامین می‌شود، مجبور است برای بقا و ماندن در بازار از هزار و یک ترفند استفاده کند. تخریب نمایندگی‌های رقیب، تنها بخشی از ماجراست.»

مسوول دیگر یکی از نمایندگی‌های بیمه نیز می‌گوید: «گاهی وقت‌ها، مجبور هستیم ناخواسته رقبای تازه‌وارد خود را نزد مشتریان، زیر سوال ببریم تا بیمه‌نامه، صادر کنیم وگرنه باید کد نمایندگی را تحویل شرکت دهیم؛ آنقدر دست در بازار نمایندگی‌های بیمه زیاد شده که صبح که بیدار می‌شویم می‌بینیم که دو جین نمایندگی جدید، اضافه شده است! این یعنی کاهش میزان فروش.»

حرف آخر

روشن است که باید سازوکار و قواعدی برای اعطای نمایندگی‌های بیمه، تعریف شود چراکه اگر وضعیت به همین منوال پیش برود، معلوم نیست که چه بلایی بر سر شبکه فروش این بازار بیاید. شرکت‌های بیمه باید با همفکری یکدیگر، یک کف حداقلی و یک سقف حداکثری برای اعطای نمایندگی، در نظر بگیرند تا این بازار در حالت سودآور، باقی بماند.

طرح: کیوان زرگری، شرق

تکانه‌های نرخ ارز و افزایش قیمت در بازارخودرو

فارس: نوسان نرخ ارز و توقف فروش نقدی برخی خودروها باعث افزایش ۱۵۰ هزار تا ۴/۵میلیون تومانی قیمت خودروهای داخلی و رشد یک تا پنج میلیون تومانی قیمت خودروهای خارجی در بازار شد.

این روزها قیمت هر دستگاه ۲۰۶ تیپ ۲ با افزایش دو میلیون و ۳۰۰ هزار تومانی در بازار به ۲۱ میلیون تومان رسیده و هر دستگاه پژو ۲۰۶ تیپ ۵ نیز با رشد دو میلیون تومانی، ۲۴/۵ میلیون تومان معامله می‌شود.

همچنین هر دستگاه پژو ۲۰۶ تیپ ۶ با ۲/۵ میلیون تومان افزایش این روزها ۳۰ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان در بازار خرید و فروش می‌شود و قیمت هر دستگاه پژو ۲۰۶ صندوق‌دار مدل V20 با ۱/۵ میلیون تومان افزایش به ۲۰ میلیون تومان رسیده است.

در مورد پژو ۲۰۷ نیز می‌توان به افزایش دو میلیون تومانی قیمت این خودرو اشاره کرد به طوری که در حال حاضر این خودرو با قیمت ۳۱ میلیون تومان در بازار معامله‌می‌شود.

در کنار افزایش قیمت محصولات ۲۰۶، قیمت پژو ۴۰۵ نیز با افزایش یک میلیون و ۷۰۰ هزار تومانی طی روزهای اخیر به ۱۷ میلیون تومان رسیده و هر دستگاه پژو پارس نیز با رشد یک میلیون و ۸۰۰ هزار تومانی، حدود ۲۱ میلیون تومان در بازار آزاد خرید و فروش می‌شود.

قیمت تندر ۹۰ مدل E2 ایران خودرو هم این روزها با رشد ۷۰۰ هزار تومانی همراه است به طوری که این خودرو در بازار آزاد ۱۹ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان معامله می‌شود.

هر دستگاه سمند ال‌ایکس نیز با افزایش ۸۰۰ هزار تومانی به قیمت ۱۷/۵ میلیون تومان به خریداران عرضه می‌شود. در مورد محصولات سایپا نیز می‌توان به افزایش ۹۰۰هزار تومانی قیمت تندر ۹۰ مدل E2 اشاره کرد به طوری که در حال حاضر این خودرو با قیمت ۲۰ میلیون تومان در بازار عرضه می‌شود.

قیمت مگان نیز با دو میلیون تومان افزایش به ۴۴/۵میلیون تومان و قیمت ماکسیما با ۴/۵ میلیون تومان افزایش به ۶۰ میلیون تومان رسیده است.

همچنین قیمت هر دستگاه تیانا از ۸۰ میلیون و ۴۱۰ هزار تومان طی روزهای اخیر به ۸۴ میلیون تومان افزایش یافته است.

محصولات پراید نیز از افزایش قیمت‌ها مستثنا نبوده و در حال حاضر هر دستگاه سایپا ۱۱۱ با ۱۵۰ هزار تومان افزایش به قیمت ۱۰ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان، هر دستگاه سایپا ۱۳۱ و سایپا ۱۳۲ با افزایش ۲۰۰ هزار تومانی به ترتیب ۹/۵ میلیون و ۱۰ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان خرید و فروش می‌شوند.

هر دستگاه تیبا نیز با افزایش ۵۰۰ هزار تومانی، با قیمت ۱۴ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان معامله می‌شود.

در مورد قیمت خودروهای خارجی نیز می‌توان به افزایش دو میلیون تومانی قیمت یاریس هاچبک اشاره کرد، در حال حاضر این خودرو در بازار ۴۸ میلیون تومان خرید و فروش می‌شود.

همچنین هر دستگاه اسپورتیج از محصولات شرکت کیا با دو میلیون تومان افزایش قیمت همراه بوده و در حال حاضر ۹۲ میلیون تومان خرید و فروش می‌شود.

در مورد قیمت مزدا ۲ هم می‌توان به افزایش یک میلیون تومانی اشاره کرد به طوری که در حال حاضر این خودرو ۳۸/۵ میلیون تومان معامله می‌شود. قیمت هر دستگاه مزدا ۳ نیز با دو میلیون تومان افزایش، این روزها به ۶۵ میلیون تومان رسیده است.

هر دستگاه هیوندای I20 نیز با ۱/۵میلیون تومان افزایش قیمت، ۴۳/۵ میلیون تومان خرید و فروش می‌شود و در مورد قیمت هیوندای I30 نیز می‌توان به افزایش دومیلیون تومانی و عرضه این خودرو با قیمت ۵۴ میلیون تومان در بازار اشاره کرد.

قیمت هر دستگاه آزرا گرانجو نیز با افزایش پنج میلیون تومانی به ۱۱۱ میلیون تومان رسیده و هر دستگاه جنسیس با رشد سه میلیون تومانی با قیمت ۱۱۹ میلیون تومان خرید و فروش می‌شود.

سوناتا نیز با افزایش قیمت دو میلیون تومانی همراه بوده و هم‌اکنون هر دستگاه از این خودرو ۸۳ میلیون تومان خرید و فروش می‌شود.

گذر

جزییاتی از بررسی تخلفات ارزی بانک‌ها

■ **ایسنا:** معاون نظارتی بانک مرکزی با بیان جزییاتی از بررسی بانک مرکزی از مصارف ارزی بانک‌ها گفت: مواردی داریم که بانک‌ها تخلف کرده‌اند و اسامی آنها منتشر و با آنها به این صورت برخورد می‌شود که یا باید جریمه این کار خود را پرداخت کنند یا اینکه ارز را پس دهند. ابراهیم درویشی در مورد بررسی بانک مرکزی از مصارف ارزی بانک‌ها عنوان کرد: نتایج این بررسی‌ها تا پایان هفته منتشر خواهد شد و کل آن انحراف‌ها از بانک‌ها خارج می‌شود. اگر موردی را به ما معرفی کنند یا دستورالعملی را به ما ابلاغ کنند ما آن را پیگیری خواهیم کرد. وی ادامه داد: نزدیک دو ماه است که ۸۰ نفر را فرستادیم تا ارزی را که بانک‌ها سال گذشته دادند کنترل کنند و فکر می‌کنم تا آخر این هفته گزارشی منتشر شود و هر بانکی که تخلف داشته باشد را خواهیم خواست تا در این مورد توضیحاتی بدهد. معاون نظارتی بانک مرکزی متذکر شد: بانک متخلف یا باید جریمه این کار خود را بدهد یا اینکه ارز را پس دهد. درویشی در ادامه با بیان اینکه گزارش‌ها در حال نهایی‌شدن است، در پاسخ به این سوال که آیا تخلف بانکی احراز شده است؟ توضیح داد: مواردی داریم که برای بانک‌ها تخلف بوده است. دیکته ننوشته غلط ندارد. این یعنی تخلف هست و این موضوع تا پایان هفته اعلام می‌شود و اسامی بانک‌های متخلف را اعلام می‌کنیم.

تراز بازرگانی ایران با ۹۲ کشور مثبت شد

■ **مهر:** تراز بازرگانی ایران در نیمه اول سال ۲۰۱۲ از بین ۱۷۹ کشور طرف تجاری، با ۹۲ کشور مثبت و با ۸۷ کشور دیگر به نفع طرف مقابل بوده است. گمرک جمهوری اسلامی ایران اعلام کرد: در نیمه اول سال ۲۰۱۲ از بین ۱۷۹ کشور طرف تجاری با ایران، تراز بازرگانی با ۹۲ کشور مثبت و با ۸۷ کشور دیگر به نفع طرف مقابل بوده است. طبق آمار منتشره از سوی دفتر فناوری اطلاعات و ارتباطات پنج کشور طرف معامله با بیشترین تراز تجاری مثبت به ترتیب کشورهای عراق، افغانستان، هند، اندونزی و پاکستان بوده است. براساس این گزارش، کسری تراز تجاری ایران با کشورهای طرف معامله طی مدت مزبور بیش از دو میلیارد دلار بهبود یافته است. این گزارش می‌افزاید: در شش ماهه نخست سال ۲۰۱۲ میلادی کسری تراز تجاری ایران ۱۲ میلیارد و ۳۹۷ میلیون دلار بوده. این درحالی است که این رقم در مدت مشابه سال ۲۰۱۱ به میزان ۱۴ میلیارد و ۹۹۹ میلیون دلار بود.