

## تأمین ۲ هزار تریلیون تومان یارانه سوخت در سال

به گفته «جواد اوچی» وزیر نفت کشورمان سالانه ۸۰ میلیارد دلار معادل ۲ هزار تریلیون تومان یارانه (براساس ارز نیمايي ۲۴ هزار تومان) به تأمین سوخت مایع و گاز در کشور اختصاص داده می‌شود که این موضوع متأسفانه ایران را به گفته آژانس بین‌المللی انرژی به رتبه نخست در زمینه تأمین یارانه انرژی در جهان تبدیل کرده است؛ آخرین ترانزنامه انرژی کشور شدت مصرف گاز را در ایران ۶.۴ برابر و نفت خام و فرآورده‌های نفتی را ۱.۴ برابر میانگین سرانه مصرف جهانی گزارش می‌کند، تنها در سال ۱۳۹۷ میزان بهره‌وری مصرف انرژی ۱۱.۱ درصد کاهش داشته که نشان‌دهنده اتلاف انرژی و همین‌طور یارانه‌هاست. ترانزنامه انرژی کشور برای سال ۱۳۹۷ (۲۰۱۹-۲۰۱۸) نشان می‌دهد که براساس تازه‌ترین اطلاعات موجود، سرانه مصرف نهایی انرژی ایران به ۱.۷ برابر میانگین جهانی رسیده است. در سال ۲۰۲۱ میلادی با در نظر گرفتن رشد مصرف انرژی در ایران و روند معکوس سرانه مصرف انرژی در جهان، این نسبت بیشتر نیز شده است. به گزارش شانا، وزارت نفت در چهار سال آینده قصد دارد با هوشمندسازی سامانه‌های گرمایش و سرمایش، مدیریت هوشمند کنترهای گاز ساختمان‌های مسکونی، سیستم‌های مدیریت انرژی در ساختمان‌ها (BEMS)، توسعه فناوری‌های نو گرمایش با کارایی انرژی بالا (بولپرها، پکیج‌های چگالشی، بخاری‌های رده برچسب انرژی A و B)، آبرگرمکن‌های دیواری (و...)، توسعه فناوری‌های پمپ‌های حرارتی گازسوز (GHP)، راه‌اندازی سامانه‌های تولید همزمان حرارت و توان (CHP)، ممیزی و بهینه‌سازی انرژی در ساختمان، طرح‌ها و ایده‌های خلاقانه و کاربردی کاهش مصرف سوخت در ساختمان‌های مسکونی، اداری، تجاری و تولید و توسعه مصالح و عایق‌های حرارتی نوین (مواد تغییر فاز دهنده (PCM)، عایق‌های نانو، شیشه‌های کم‌گسیل و...) به کاهش مصرف انرژی در کشور کمک کند. برای نمونه مهرماه سال ۱۳۹۹ بود که شرکت ملی گاز ایران در آیینی از طرح ملی بهینه‌سازی موتورخانه واحدهای مسکونی و تجاری رونمایی کرد و دستگاهی این شرکت چندین پیش‌گفت تعداد ۷ هزار و ۳۹۵ مشترک معادل ۹ هزار و ۱۶۵ واحد موتورخانه براساس مترمربع زیربنا بهینه شده است و ۱۲ هزار و ۷۷۱ مشترک در سامانه ملی اصلاح و بهینه‌سازی ثبت شده است.

### صرفه‌جویی میلیاردها لیتر سوخت

ارتقای کارایی ۶۰۰ هزار موتورخانه، برقی کردن ۱۰۰ هزار چاه کشاورزی، جایگزینی ۱۲۰ هزار تاکسی فرسوده، ۴۰۰ هزار موتورسیکلت برقی، جایگزینی ۶۵ هزار دستگاه کامیون و کشنده فرسوده، توسعه مترو کلانشهرها، بهره‌برداری از ۱۷ هزار اتوبوس دیزلی یا بی‌ان‌جی، گازرسانی به سیستان و بلوچستان و... طرح‌هایی هستند که با حمایت وزارت نفت در صورت اجرای کامل آنها میلیاردها لیتر سوخت صرفه‌جویی می‌شود. مقایسه این مکانیسم‌ها و تمهیدات با سازوکارها و تمهیدات مطرح در کشورهای موفق در زمینه صرفه‌جویی در مصرف انرژی نشان می‌دهد این سازوکارها در موارد قابل توجه مشابه انتهایی است که در کشورهای موفق با اتکا به آنها موفقیت‌های قابل توجه به‌دست آمده است، اما در ایران این سازوکارها در مرحله اجرا به دلایل متعددی از قبیل آماده نبودن زیرساخت‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و نبود دسترسی به بودجه کافی، نتایج موردنظر فائونگذار را به‌نیال نداشته‌اند.

## «ایران» از ادامه روند افزایشی صادرات نفت کشور گزارش می‌دهد

# پایداری افزایش ۴۰ درصدی صادرات نفت ایران

قراردادهای نفتی ایران به‌صورت مدت‌دار (ترم) هستند و ۳ ماه طول می‌کشد تا درآمد حاصل از نفتی که امروز فروخته می‌شود، وصول شود

### گروه اقتصادی، یک مقام آگاه در وزارت نفت

می‌گوید که «صادرات نفت ایران از آذرماه ۱۴۰۰ تقریباً به ثبات نسبی رسیده است و اگرچه هر ماه افزایش نسبی داشته اما روی کانال ۴۰ درصد افزایش نسبت به ابتدای دولت به پایداری رسیده است. به عبارتی دیگر، در هیچ ماهی صادرات نفت ایران نسبت به آذرماه کاهش نداشته است»

این مقام آگاه که تمایلی به ذکر نام خود در این گزارش نداشت، رقم صادرات نفت کشور را محرمانه دانست و تنها عنوان کرد که «صادرات نفت کشور (نفت خام و میعانات گازی) اکنون بسیار بالاتر از یک میلیون بشکه در روز (آخرین رقم اعلامی رسمی) شده است و در فروردین ماه نیز میزان صادرات فرآورده‌های نفتی از جمله گازوئیل (نفت گاز) نسبت به زمستان ۱۴۰۰ رشد داشته است.»

این درحالی است که اردیبهشت سال ۹۷ آمریکا به‌صورت یکجانبه توافق برجام را ترک کرد و از آن روز تحریم‌ها علیه کشور و صادرات نفت ایران دوباره قدرت گرفت. هرچند آمریکا به دنبال آن بود تا صادرات نفت ایران را به‌صورت کامل متوقف کند، اما این اتفاق

هیچ‌گاه نیفتاد. البته صادرات نفت کشور در آن سال‌ها شدت کم شد و ایران در دسترسی به درآمدهای نفتی خود نیز در دولت قبل ناکام بود. اما در دولت سیزدهم شرایط تغییر کرد و آن‌طور که مقامات آگاه و رسانه‌های بین‌المللی می‌گویند، صادرات نفت ایران افزایش قابل توجهی داشته و به بیشترین میزان از زمان تحریم‌های آمریکا رسیده است.

در این باره مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران می‌گوید: «با روی کار آمدن دولت سیزدهم در سال ۱۴۰۰، با وجود ادامه تحریم‌ها و کارشناسی چندباره آمریکا در احیای برجام، ایران توانست صادرات نفت خود را ۴۰ تا درصد افزایش دهد و پول فروش نفت را نیز کامل به کشور بازگرداند. موضوعی که نمتنها از سوی مقام‌های ایرانی بر آن تأکید شده، بلکه بسیاری از رسانه‌های غربی و امریکایی نیز بر این صحنه می‌گذارند.»

در همین حال سؤالی که این روزها از مسئولان کشور می‌شود این است که اگر صادرات نفت ۴۰ درصد افزایش داشته، چرا شاخص‌های اقتصادی بهبود نیافته است؟

مقام مطلع در وزارت نفت می‌گوید: «علاوه‌بر اینکه افزایش درآمدهای نفتی ایران از افول بیشتر شاخص‌های اقتصادی ممانعت کرده، توجه به یک نکته ضروری است؛ این نکته که قراردادهای نفتی ایران به‌صورت مدت‌دار (ترم) هستند و ۳ ماه طول می‌کشد تا درآمد حاصل از نفتی که امروز فروخته می‌شود، وصول شود. به عبارتی، نفت خامی که نرخ ۱۰۰ دلار در اسفند ماه فروخته شده، در خردادماه بر اقتصاد کشور اثر می‌گذارد.»

وی ادامه می‌دهد: «لذا برای درک تأثیر نفت ۱۰۰ دلار بر اقتصاد کشور باید خردادماه به سنجش شرایط پرداخت. اگرچه شاخص‌های اقتصادی تنها متأثر از درآمدهای نفتی نیستند.»

در این خصوص، نایب رئیس کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی نیز می‌گوید: «بخشی از افزایش درآمدهای حاصل از فروش نفت و گاز به تسویه بدهی‌های دولت قبل اختصاص یافته است.»

قاسم سعدی با بیان اینکه در این دولت شاهد افزایش فروش نفت و دریافت منابع حاصل از آن هستیم، ادامه می‌دهد: «مسأله اینجاست که به‌دلیل بدهی‌های به‌جا مانده از دولت قبل، بخشی از این درآمدها صرف بدهی‌های



## شرکت خلاق «کالا کوش کالا» با ایجاد یک بازارگاه آنلاین عرضه گزارش‌های بازار مشکل دسترسی به اطلاعات بازار برطرف کرده است

# سوبازار؛ پیشتاز در عرضه گزارش‌های بازار

مطهره میرشکاری  
نشان ایرانی برتر

شکست در بازار و کسب‌وکار جزو سخت‌ترین شکست‌های بشر بوده و هست، زیرا علاوه بر سرمایه مالی و اقتصادی بخشی از سرمایه اجتماعی فرد نیز در روند این شکست نابود می‌شود؛ اما بسیاری از این شکست‌ها با احاطه کامل به اطلاعات بازار و کسب‌وکار مورد نظر قابل پیش‌بینی و پیشگیری است؛ کاری سخت، هزینه‌بر و زمانبر که کارشناسان شرکت خلاق «کالا کوش کالا» با ایجاد پلتفرم «سوبازار» و عرضه گزارش‌های بازار برای همه صنایع، آن را آسان کرده‌اند.

هادی ورقایی، موسس و مدیرعامل شرکت خلاق «کالا کوش کالا» که دکترای داروسازی و مدیریت کسب‌وکار (MBA) دارد، می‌گوید: «حدود ۱۵ سال در بازار دارو و تجهیزات پزشکی ایران فعالیت داشتم و در این مدت متوجه شدم کمبود اطلاعات از مهم‌ترین مشکلات بازار کشور است و نیاز است مجموعه‌ای تخصصی روی اطلاعات بازار دارو و تجهیزات پزشکی کشور کار کند، همین شد که در سال ۹۸ شرکت «کالا کوش کالا» را تأسیس کردم.» ورقایی با اشاره به این که هدف شرکت «کالا کوش کالا» در شروع کار، تحقیقات بازار اختصاصاً در حوزه دارو و تجهیزات پزشکی بود، می‌افزاید: «آن زمان شرکت‌های تحقیقات بازار زیادی با تجربه بسیار بالا در ایران فعال بودند، که کارهای تخصصی خوبی انجام می‌دادند، بنابراین تصمیم گرفتم کار تحقیقات بازار را به سمت گزارش‌های آماده بازار سوق دهم؛ یعنی خود ما گزارش‌های در مورد اطلاعات بازار دارو و تجهیزات پزشکی در بازار را تهیه کردیم تا در بازار ایران و خارج به فروش برسانیم.»



باز برخی شرکت‌های واسطه در کشورهای دیگر آشنا شدیم که کار آن‌ها فقط فروش گزارش‌های بود. در واقع به عنوان بازارگاهی بودند که گزارش‌های بازار در آنجا قرار داده می‌شد و به صنایع مختلفی می‌فروختند. از آنجا که در ایران چنین امکان و بازارگاهی نبود که گزارش‌های بازار را عرضه کند، ایده اولیه «سوبازار» در شرکت شکل گرفت.»

### مزیت‌های «سوبازار»

ورقایی با تأکید بر اینکه «سوبازار» اولین مرکز عرضه گزارش‌های بازار در کشور است، عنوان می‌کند: «کارهای مقدماتی آن را از اوایل سال ۹۹ شروع کردیم و در اسفند همان سال پلتفرم «سوبازار» با آدرس سایت soobazar.com با هدف عرضه گزارش‌های بازار به فعالان تجاری کشور در هر صنعتی، شروع به کار کرد و امروز گزارش‌های بازار حدود ۲۸ صنعت، از جمله صنایع غذایی، دارو، لوازم خانگی و حتی نفت و گاز و... در آن عرضه می‌شود.» او می‌افزاید: «برای محقق کردن اهداف «سوبازار» نیاز به همکاری شرکت‌های تحقیقات بازار کشور داشتیم، لذا شروع به مذاکره و رایزنی با شرکت‌هایی کردیم که گزارش آماده در هر صنعتی دارند، که خوشبختانه اکثر آن‌ها با ما قرارداد بستند، همکاری شروع شد و گزارش‌های واردوب سایت «سوبازار» شد.»

### عضویت اولیه رایگان

مدیرعامل شرکت «کالا کوش کالا» با بیان اینکه عضویت اولیه در «سوبازار» هزینه‌ای ندارد و در قدم اول مخاطب می‌تواند دسته‌بندی‌ها و خلاصه گزارش‌های را دریافت کند؛ تأکید می‌کند: «گزارش‌های در «سوبازار» دو بخش است؛ گزارش‌های رایگان و گزارش‌هایی که برای فروش تحقیقات بازار عرضه کرده‌اند، که برای فروش است.

او توضیح می‌دهد: «گزارش‌های رایگان «سوبازار» را معمولاً ارگان‌هایی مثل مرکز پژوهش‌های مجلس یا سازمان برنامه و بودجه و... داخل ایران به‌صورت رایگان عرضه می‌کنند، که در سو بازار دسته‌بندی می‌شوند تا صنایع به راحتی گزارش‌های مورد نیاز خود را پیدا و دریافت کنند.» ورقایی ادامه می‌دهد: «طبقه‌بندی و استفاده از خلاصه گزارش‌های در سو بازار رایگان است، اما مخاطب برای دانلود گزارش‌ها باید در سطوح

### نقطه اتصال اطلاعات بازار

مدیرعامل شرکت «کالا کوش کالا» می‌گوید: «در کشور ما جایی که گزارش‌های بازار را عرضه کنند، جدید بود، لذا شروع کردیم به معرفی «سوبازار» به شرکت‌ها در هر صنعتی که این اطلاعات را نیاز داشتند. در واقع «سوبازار» را حلقه واسط و نقطه اتصال بین شرکت‌هایی که اطلاعات در مورد بازار تولید می‌کنند و شرکت‌هایی که این اطلاعات را نیاز دارند، تعریف و معرفی کردیم.»

### ثبت‌یک شرکت خلاق

ورقایی اضافه می‌کند: «بعد از شروع کار شرکت‌ها با «سوبازار» آن را به عنوان شرکتی که مدل کسب‌وکار خلاق دارد، به معاونت علمی ریاست جمهوری معرفی کردیم، که پس از بررسی، مورد تأیید قرار گرفت و شرکت «کالا کوش کالا» جزو شرکت‌های خلاق در ایران طبقه‌بندی شد.»

## آینده «سوبازار»

مدیرعامل شرکت «کالا کوش کالا» می‌گوید: «هدف اول ما در سو بازار افزایش گزارش‌های غیر رایگان است که بسیار با ارزش است؛ این افزایش هم از دو جنبه قابل توجه است. یکی اینکه ما ناشرهای بیشتری در ایران داشته باشیم و شرکت‌های بیشتری به سمت تهیه گزارش آماده بیایند. بنابراین بیشتر کار ما در «سوبازار» ترغیب شرکت‌ها به استفاده از گزارش‌های آماده است. در واقع شعار و هدف اصلی ما در سو بازار این است که شرکت‌های تجاری در ایران با هزینه خیلی کمتری به اطلاعات مورد نیازشان برسند. جزو اهداف دوم به بعد ما هم بحث عضویت و در واقع شناساندن تحقیقات بازار به تمام اقشار جامعه است.» ورقایی اضافه می‌کند: «اگر در آینده بازار ایران به آن بلوغ رسید که در کنار پروژه‌ها به تهیه گزارش‌های بازار هم بپردازد و ناشرهای خوبی داشته باشیم، آمادگی داریم گزارش‌های بازار را به نسخ انگلیسی تبدیل کنیم و در بازار بین‌الملل به شرکت‌هایی بفروشیم که به بازار ایران علاقه دارند؛ کاری که برای تجارت و اقتصاد ایران و هم در جذب سرمایه‌گذار خارجی و اشتغال‌زایی موثر و مفید است.»

مختلف حق عضویت (مبلغ ناچیزی در حدود ۱۵ هزار تومان) بپردازد و در سطح اول اصل گزارش و در سطوح بعدی تحلیل‌های کارشناسان بر گزارش‌های در دریافت کنند.»

مدیرعامل شرکت «کالا کوش کالا» می‌گوید: «یک بخش با شگوه ویژه هم در «سوبازار» تعریف شده است که اعضای آن علاوه بر دریافت این خدمات، برای رویدادهای تخصصی هم دعوت می‌شوند. همچنین اعضای باشگاه ویژه می‌توانند گزارش‌های غیررایگان را با مقداری تخفیف دریافت کنند.» وی با تأکید بر اینکه کار «سوبازار» تهیه گزارش نیست، اضافه می‌کند: «کار سو بازار تهیه یا تأمین محل یا پلتفرمی برای فروش این گزارش‌های و در واقع تجمیع‌کننده گزارش‌های از همه شرکت‌ها است. سو بازار تا به الان فقط با شرکت‌های حقوقی کار کرده است که اطلاعات آن‌ها کاملاً قابل استناد باشد.»

### بازاری بدون رقیب

ورقایی با بیان اینکه خوشبختانه یا متأسفانه مدل «سوبازار» در ایران رقیبی ندارد، اضافه می‌کند: «در ایران بازارگاهی برای گزارش‌های بازار نداریم، اما در کشورهای دیگر این مدل هست، به‌ویژه هند و آمریکا در این مورد خیلی قوی کار کرده‌اند. نزدیک‌ترین کار به این مدل در ایران، جایی است که ممکن است خود شرکت‌های تحقیقات بازار، گزارش‌های خود را بفروشند که این کار هم معمولاً با استقبال روبه‌رو نمی‌شود، زیرا یک شرکت هیچ‌گاه محصول شرکت دیگر را نمی‌فروشد؛ اما «سوبازار» فقط به عنوان واسطه بوده و همه شرکت‌ها می‌توانند

از این امکان برای فروش گزارش‌های خود استفاده کنند.»

### چالش‌های شروع یک بازار جدید

ورقایی توضیح می‌دهد: «از آنجا که «سوبازار» بازاری فروش ناشرها و شرکت‌های تولیدکننده گزارش‌های بازار است، برحسب نیاز یک تیم فروش قوی تشکیل دادیم که با همه صنایع ارتباط باشند و بتوانند این اطلاعات را برای صنایع به فروش برسانند.»

وی می‌افزاید: «عرضه «سوبازار» به عنوان یک کار نو و بدون تکرار، برای من یک ریسک بود و هنوز هم هست. یکی از مشکلات اولین بودن این بود که بسیاری از وقت و هزینه مجموعه ما صرف فرهنگ‌سازی شد، زیرا شرکت‌های تحقیقات بازار، در شروع کار به ما اعتماد نمی‌کردند و ما را رقیب خود می‌دانستند، بنابراین جلسات و وقت زیادی صرف شد تا شرکت‌ها متوجه شدند ما در «سوبازار» اصلاً کار تحقیقات بازار نمی‌کنیم، بلکه به دنبال ایجاد یک بازار برای فروش محصولات شرکت‌های تحقیقات بازار هستیم.»

### راه‌های ارتباط با این شرکت فناوری

www.soobazar.com	🌐
www.kalargroup.ir	🌐
soobazar	in
info@soobazar.com	@
soobazar.ir	📧
۰۲۱-۷۸۴۴۹۲۴۰	☎️