٥٦ مليار ليرة تحصيلات العقاري من الديون المتعثرة في ثلاث سنوات

مدير العقاري لـ«الوطن»: قروض قد تصل إلى ٣ مليارات للعميل الواحد

عبد الهادي شباط

صرح المدير العام للمصرف العقاري مدين علي لـ«الوطن» أن ترميم رأسمال المصرف العقاري حتى ١٦ مليار ليرة بعد خسائر متراكمة على مدى عدد من السنوات السابقة سمح للمصرف برفع قيمة الإقراض للعميل الواحد مستقبلاً حتى ٣ مليارات ليرة بدلاً مما كان عليه الوضع السابق لترميم رأسمال المصرف حيث كانت لا تتجاوز قدرة المصرف على إقراض العميل الواحد أكثر من ٦٠٠ مليون ليرة.

وفي ملف القروض المتعثرة بين العلي أن إجمالي التحصيل من القروض المتعثرة وغير المتعثرة، الممنوحة بالليرة السورية تجاوز ٥٦ مليار ليرة على مدى السنوات الثلاث الماضية على حين تراجع عدد عمليات الجدولة في عام ٢٠٢٠ بسبب إنجاز قسم كبير منها في عام ٢٠١٩، وإحالة ما تبقى منها على القضاء ودوائر التنفيذ لعدم تجاوب واستجابة أصحابها للتسديد أو للجدولة بموجب القانون ٢٦ لعام ٢٠١٥.

واعتبر علي أنه رغم الظروف القاسية والصعبة التي تواجه عمل المصرف فهو حقق أرباحاً جيدة خلال العام الماضي بعد أن تم تشكيل المؤونات المطلوبة للديون المشكوك في تحصيلها. وتم إنجاز الربط بصورة نهائية مع الشركة السورية للمدفوعات الإلكترونية، وتم إطلاق الخدمة بالتنسيق والإشراف من مصرف سورية المركزي ووزارة المالية، وأن ذلك يساعد السلطات النقدية في التحكم بإدارة الكتلة النقدية والسيولة، وسيخفف من الحاجة للنقد كما سيخفف من إتلاف العملة بسبب الاستعمال، وسيساعد في الحد من بعض مظاهر الفساد والابتزاز التي قد يتعرض لها المواطن.

وأشار إلى أنه يتم العمل على رفع كفاءة العاملين لدى المصرف وزيادة مهاراتهم عبر برامج وخطط تدريب محلية وخارجية لتطوير عمل المصرف ورفع جودة الأداء لدى العاملين في تنفيذ المهام المصرفية المطلوبة منهم. بينما يجري على التوازي مراجعة النظام التقني لدى المصرف وصيانته وتحديث برامج العمل بما يتوافق مع متطلبات العمل المصرفي لدى العقاري وأن هناك دراسة لتجديد هذا النظام وفق المقتضيات والحاجة الفعلية.

ذلك إضافة إلى العمل على تطوير رؤية متكاملة لعمل المصرف تحقق على التوازي متطلبات المرحلة الحالية وتحقق مستلزمات العمل للمرحلة المقبلة التي ستكون المشروعات العقارية حاضرة فيها على نطاق واسع إضافة لتصويب الكثير من آليات العمل والتمويل مع الجمعيات السكنية بما يسهم في زيادة فاعلية الدور الحقيقي والفعلي لهذه الجمعيات.

وكان المدير العام بين في تصريح سابق لـ«الوطن» أن المصرف يتجه إلى تعديل ورفع سقف القرض السكني ليصبح بين ٣٠-٥٠ مليون ليرة بدلاً من السقف الحالي المعمول به ١٥ مليون ليرة وأن القرار ما زال قيد البحث والنقاش مع مجلس الإدارة.

ولفت أن هذا التعديل يأتي بسبب حالة التضخم التي أفقدت القرض السكني الحالي قيمته الشرائية في السوق وأن المصرف يبحث الاحتياجات للتمويل السكني وتلبية حاجة شريحة واسعة ممن يطلبون هذا النوع من القروض لكن على التوازي للمحددات والمعايير التي يعمل بها مجلس النقد والتسليف وحالة المخاطر لعمليات الإقراض، وأنه في حال إقرار سقف جديد لهذا المنتج المصرفي سيتم إقرار تعليمات تنفيذية خاصة به تشرح بالتفصيل إجراءات الحصول عليه، ويشار إلى أن المصرف العقاري يمنح تسعة أنواع من القروض العقارية هي السكنية، الإنمائية، الاستثمارية، قروض الشراء، قروض البناء، قروض الإكساء، قروض التدعيم وإعادة الإكمال، قروض الجمعيات، مساكن الاصطياف.

تصريح غريب من عضو غرفة تجارة دمشق

الحلاق لـ«الوطن»: التاجر يخسر حالياً وبعض التصريحات الحكومية أدت إلى قيام التجار بإغلاق محالهم

رامز محفوظ

كشف أمين سر اتحاد غرف التجارة السورية محمد الحلاق لـ«الوطن» بأن حركة البيع والشراء في الأسواق معدومة حالياً نتيجة ضعف القوة الشرائية للمواطن وعدم تناسب دخل المواطن مع الأسعار حالياً.

وبيّن بأن السؤال الذي يطرح نفسه حالياً لماذا وصلنا إلى هذه الحالة، لافتاً إلى أنه من وجهة نظرنا هناك عدة أمور وإجراءات اتخذتها الحكومة أدت منعكساتها إلى ضعف بيئة الأعمال ونتيجة لذلك لم يعد التجار يرغبون بالعمل، فضلاً عن أن ارتفاع المصاريف والأعباء أدى إلى ما نحن عليه الآن.

ولفت إلى أنه يجب اليوم تشجيع بيئة الأعمال وتشجيع الناس على النشاط الاقتصادي وعلى التوظيف وعلى الاستقرار الاقتصادي وهذه الأمور لم تتم ملاحظتها حالياً.

ونوه بأن عدم استقرار التشريعات تعتبر مشكلة حقيقية يواجهها اليوم قطاع الأعمال، مبيناً بأن الحل لمشكلة ارتفاع الأسعار حالياً ليس بيد قطاع الأعمال ولا بيد غرف التجارة.

وأكد أننا اليوم بحاجة لإعادة ترميم الثقة بين قطاع الأعمال والتشريعات الاقتصادية حتى يعرف الشخص ماذا يعمل وإعطاء مجال عال بالحرية في العمل.

وأشار إلى أننا منذ سنوات هناك اتجاه من الحكومة لترشيد الاستيراد وداعماً سعر الصرف يرتفع والأسعار توالي ارتفاعها، فعلى سبيل المثال ليتر الزيت النباتي في كل دول العالم سعره ما يقارب ٥ آلاف ليرة وأكد أننا اليوم سعره بحدود ١٠ آلاف ليرة.

ولفت إلى أن ارتفاع سعر الزيت النباتي اليوم سببه نفرد العاملين في قطاع الزيوت بالزيت النباتي، مشيراً إلى أن تخفيضه وتخفيض بقية السلع يتم عن طريق خلق المنافسة والتنافسية وكلما تم تعزيز التنافسية بشكل أكبر يتم الحصول على أسعار ارخص.

وتساءل لماذا سعر الزيت النباتي في كل دول الجوار ودول العالم أرخص من سورية.

وعن إغلاق بعض التجار محالهم التجارية خلال الفترة الحالية وعزوف البعض عن البيع بالتوازي مع تواصل ارتفاع سعر الصرف، بين الحلاق بأن الأسباب المباشرة لقيام التجار بإغلاق محالهم والعزوف عن البيع عدم استقرار التشريعات والتصريحات الحكومية بموضوع التهرب الضريبي أو الفوترة والتي أثرت بشكل سلبي في التجار حيث أصبح التاجر يفضل الجلوس في المنزل عن البيع والشراء إضافة لأسباب أخرى غير مباشرة أبرزها ضعف القوة الشرائية والذي يمنع بالنهاية دوران رأس المال بشكل جيد فضلاً عن تذبذب وعدم استقرار سعر الصرف.

وأكد الحلاق أن التاجر يخسر حالياً على الرغم من ارتفاع الأسعار بشكل يومي، موضحاً بأن تاجر الذهب على سبيل المثال يبيع اليوم أي قطعة ذهبية بسعر ومن ثم يقوم بشرائها مع ارتفاع سعر الصرف بسعر أعلى.

واستغرب الحلاق حالة الارتباك العامة الموجودة حالياً بين الناس، مبيناً أنه يجب ألا تكون موجودة وخصوصاً أن هناك استقراراً حالياً أكثر بكثير من الأوقات السابقة، لافتاً إلى أن بعض المواطنين الذين يعتبرون من أصحاب الدخول الجيدة يقومون حالياً بشراء أكثر من قطعة من صنف واحد من السلع خوفاً من غلائها في اليوم التالي وهذا الأمر وحالة الارتباك هذه تعتبر غير مبررة.

مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الاقتصاد

الشركات ورجال الأعمال معنيون بالمساهمة في تنمية المجتمعات

نادين عودة

تعد المسؤولية الاجتماعية ركناً أساسياً ومهماً في حياة المجتمعات، ومن دونها تصبح الحياة فوضى وتشيع شريعة الغاب حيث يأكل القوي الضعيف وينعدم التعاون وتغلب الأنانية والفردية.

الحديث عن المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال

المسؤولية الاجتماعية للشركات أو ما يوصف بمصطلح مشابه مواطنة الشركات أو العمل المسؤول المستمر، هي عبارة عن آلية تنظم وتضع القواعد الخاصة بمدى التزام الشركات بأخلاق المجتمع وتأثيرها الإيجابي فيه من أفراد وأصحاب مصلحة وجمهور عام إضافة إلى القوى العاملة في هذه الشركات بغية تحسين ظروف المعيشة أو خلق السبل لذلك أو تحسين ظروفهم الحياتية، عادةً ما توصف المسؤولية الاجتماعية بأنها عمل مستمر استباقي يؤدي إلى تحقيق نتائج في التنمية المستدامة.

انطلاقاً من مفهوم المواطنة يجب أن تعمل الشركات السورية على الاستثمار في هذا المفهوم والمقصود «مفهوم المواطنة» وبالتالي على كل شركة أن تضع سياستها الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية وهذا ما لا نشهده إلا في قلة قليلة من الشركات السورية ويمكن لنا أن نتبين أن الكثير لم يقم بأي خطوة تجاه المسؤولية الاجتماعية، فالغالبية من وجود سياسة المسؤولية الاجتماعية هو تفعيلها وليس تنسيقها، بالحقيقة تكمن الفجوة الحقيقية في الشركات غير المساهمة والمجموعات الكبيرة التي بزغت في ظل هذه الأزمة ولا نجد على موقعها الإلكتروني أي سياسة رسمية معتمدة من مجالس إدارتها أو خطة منشورة، حتى إننا نفاجئ بأننا لم نلمح ضمن ميزانياتها التقديرية وخططها للعام الحالي أي بند يشير للمسؤولية الاجتماعية وبالسؤال سيجيبك القائمون على هذه الشركات بأن هذا البند مدرج ضمن مصاريف التسويق والفرق في الحقيقة كبير بينهما رغم التشابه الحاصل بمفهوم التسويق المجتمعي.

أما على مستوى الأفراد فشهدنا نشاطاً للمسؤولية الاجتماعية للكثير من السوريين رغم ضعف ومحدودية الإمكانيات خلال السنوات الأخيرة وفي الحقيقة ترفع القبعة لهؤلاء والكثير منهم مجهولون.

المثلث الذهبي المعتمد عالمياً في المسؤولية الاجتماعية هو احترام الناس وأوضاعهم من عاملين أو مواطنين عاديين ومراعاة القوانين والأنظمة والأخلاق والالتزام بها وحماية البيئة وأود إضافة ضلعاً إضافياً وهي تحقيق التنمية ليصبح مربعاً ذهبياً ليتناسب مع الظروف السورية.

والمسؤولية الاقتصادية هي مجال مترابط يركز على تحقيق التوازن بين الممارسات التجارية والبيئية والخيرية وفي هذا السياق تحاول الشركات إيجاد حل يمكن أن يسهل نمو أعمالها ويحقق أرباحاً، من خلال إفادة المجتمع ومنفعة أفراده عبر المبادرات التي قدمها رجال الأعمال.

في عالم الاقتصاد تكون النيات بالأعمال حيث توصف هذه المبادرات بالآنية التي لا تحقق أياً من الصفات التالية: الاستباقية والاستمرارية والتحسين المستمر لظروف المعيشة والتي يقع معظمها في إطار الإعلان ولن نقول الدعاية لأن الفرق كبير بين أن يقوم المجتمع بمتابعتك لقيام شركتك بأنشطة مسؤولة اجتماعياً وبين أن نطلب ونطلق صفحات لتصوير المبادرة فالأول دعاية لكن الثاني إعلان لقاء حفنة من المساعدات، النيات بالأعمال أي الاستثمار الصحيح والطويل الأجل في مواطنة الشركات، في الحقيقة تفتقر معظم الشركات للمواطنة الصحيحة واقتصرت أعمال مواطنة الشركات على مبادرات كتوزيع السلل الغذائية التي أعلن عن بعضها ولم ينفذ على أرض الواقع إلا القليل.

فالمبادرات تنعكس على صيغة حصاد للأرباح على المدى القصير لكونها تشابه بطريقتها إلى حد كبير الإعلان، لذا من المطلوب الخروج من إطار الإعلان والانتقال إلى المسؤولية الاجتماعية الحقيقية باعتبارها مكوناً رئيسياً للدور الاقتصادي للشركات.

هل هذه المبادرات كافية؟

لا يمكن اعتبار المبادرات الحالية كافية لكنها جيدة فعلى الأقل حس المبادرة موجود، لكن ما يجعل أثر هذه المبادرات ضعيفاً هو اتسامها بالفردية والاستجابة اللاحقة للظروف على عكس المبادرات الاستباقية بالإضافة إلى افتقارها للتنظيم والتوجيه والمتابعة من قبل غرف التجارة أو الصناعة وغياب تقييم للنتائج والتصحيح والإرشاد المطلوب، فلم نشهد تقريراً موثقاً من الغرف المعنية عن حجم أو نتائج هذه المبادرات، فبقيت المبادرات كتخفيض الأسعار موضع شك بالنسبة لمصداقيتها وموضع تساؤل من المواطنين عن الأثر الذي أحدثته.

أما الأثر الطويل لهذه المبادرات فإن وجد فقد بقي في الظل، من يعمل في عالم الأعمال يدرك بأن أي عمل أو نشاط يجب النظر إليه على مستويين الأول قصير الأمد والثاني طويل الأمد وما نقوم به من مبادرات يقع ضمن فئة قصير الأمد فهل تركنا للمنظمات الأجنبية السيطرة على الخيار الإستراتيجي الطويل الأمد للمسؤولية الاجتماعية وعلى أهدافه التي ستنعكس أولاً وأخيراً على المجتمع السوري واقتصاده.

ما المطلوب من رجال الأعمال؟

بصراحة المسؤولية الاجتماعية مطلوبة من الجميع في ظل هذا الوباء وليس فقط رجال الأعمال لكن فيما يخص رجال الأعمال فنتمنى العمل على بناء نظم حقيقية شفافة للمسؤولية الاجتماعية والتركيز على الاستباقية والاستمرارية لنستطيع وصفها بمسؤولية اجتماعية حقيقية.

كما نتمنى الحرص على توخي المهنية في متابعة ما ينشر عن الأخبار المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية فقد تفاجأ بأن إحدى الجمعيات الخيرية نشرت على صفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي بياناً أكدت فيه أنه «انطلاقاً من مسؤوليتها الاجتماعية قامت بتوزيع سلل غذائية على العائلات السورية»، بصراحة هناك لغط واضح بين النشاط الاعتيادي لجمعية خيرية رخصت على هذا الأساس وبين المسؤولية الاجتماعية أو هناك استغلال لمصطلح المسؤولية الاجتماعية أو عدم كفاءة من القائمين على النشر.

المطلوب عدم النظر للمسؤولية الاجتماعية على أنها اقتطاع من أرباح الشركات فهذه النظرة قاصرة ولا تعبر عن الفكر الحديث لرجال الأعمال، كما أن التركيز على المسؤولية الاجتماعية على المدى الطويل له أيضاً نتائجه الواجب تحقيقها من تحسين صورة الشركة وزيادة إخلاص العملاء وزيادة الإنتاجية، فاليوم لا ينظر إلى الشركات فقط استناداً إلى نتائج أعمالها والمؤشرات المالية بل أيضاً من خلال سمعتها وصورتها ودورها المجتمعي.

التركيز الحقيقي يكون على أفعال المسؤولية الاجتماعية المهنية المساهمة في التنمية ورفع درجة الشفافية وإعادة النظر بالمنجز من الجمعيات التابعة لرجال وسيدات الأعمال فالكثير من هذه الجمعيات لم تقم بأي أعمال أكثر من الإعلان عن تأسيسها.

كما أنه بالمقابل نؤكد من منبرنا ضرورة استكمال الأطر القانونية المعنية بالمسؤولية المجتمعية لتنظيم هذا الموضوع على أن تشترك الغرف المعنية بذلك بالإضافة لخريطة طريق لإشراك القطاع الخاص في عملية التنمية استناداً للمسؤولية الاجتماعية وإطلاق بوابة الكترونية خاصة لتعزيز ثقافة المسؤولية الاجتماعية ولتقديم الإحصائيات والبيانات والتقارير والدراسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وأن نتبنى مؤشراً سورياً خاصاً لقياس مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية في الناتج المحلي الإجمالي على أن يسبق هذا المؤشر قانون يجرم الإعلان الأصفر كالإعلان عن تقديم المساعدات دون تنفيذها.

ومن الضروري أيضاً تأطير المسؤولية الاجتماعية الفردية والعمل التطوعي وقياس النتائج وإعداد الخطط لتحويل المبادرات الفردية إلى مشاريع حقيقية.

فالماضي السوري فيما يتعلق بموضوع المسؤولية المجتمعية كتأسيس جملة من التجار الدمشقيين لمشفى المواساة إضافة إلى عيادات غرفة تجارة دمشق وغيرها مشرق أكثر من الحاضر لجملة من الأسباب أهمها عدم الاستقرار في إيرادات الشركات السورية والجهل بالفرق بين التسويق وبين الواجب الاجتماعي.