

تحریم‌ها و تاثیر آنها بر موضوع برندینگ



کیوان جعفری طهرانی / رییس امور بین‌الملل انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان سنگ آهن ایران

یکی از موضوعاتی که سبب شده ایران در برندینگ کالای معدنی موفق نباشد، مسئله تحریم‌های ۱۰ سال اخیر است. این تحریم‌ها تاثیر منفی بسیاری بر توسعه تجارت ایران گذاشته و سبب خودداری بسیاری از شرکت‌های خارجی برای عقد قرارداد با ایران به دلیل احتمال اعمال جریمه‌های سنگین امریکا و اتحادیه اروپا شده است. از زمان وقوع برجام که مرداد ۱۳۹۴ اتفاق افتاد، پیشرفت‌های خوبی برای حضور شرکت‌های سرمایه‌گذار خارجی در ایران شد، حتی شرکت برجسته و سویسی گلنکور که در زمینه تجارت مواد معدنی و معدنکاری جزو ۱۵ شرکت برتر جهان است، برای حضور در فعالیت‌های اکتشافی و استخراجی و تاسیس کارخانه فرآوری در معدن دولتی سرب و روی مهدی‌آباد اعلام آمادگی کرد که با مشارکت شرکت پیمانکاری مبین (شرکت ایرانی) در این مناقصه برنده شد. از سوی دیگر شرکت ترفایگورا که مشابه گلنکور یک شرکت معتبر و در زمینه تجارت مواد معدنی و کالاهای فله (کامودیتی) فعال است به تازگی برای حضور در ایران ابراز علاقه کرده است. ظرف یک سال گذشته صحبت‌ها و نشست‌های متعددی در زمینه حضور شرکت‌های خارجی از کره جنوبی، ژاپن و چین تا کشورهای اروپایی برای حضور در صنایع معدنی ایران انجام شده و البته لازم به ذکر است حضور حتمی آنها منوط به برداشت قطعی تحریم‌ها خواهد بود، همچنانکه شاهد هستیم تمدید تحریم‌ها سبب عقب‌نشینی موقتی این شرکت‌ها شده که این خود به ضرر توسعه فعالیت‌های معدنی و تجاری کشور است. افروز بهرامی مدیرکل دفتر سرمایه‌گذاری خارجی وزارت صنعت، معدن و تجارت در ۲۹ آذر ۱۳۹۵ به خبرگزاری آنا گفت: در بیان راهکارهای افزایش سرمایه‌گذاری خارجی اقداماتی مانند ترسیم چهره درست و مناسب از ایران در عرصه‌های بین‌المللی از طریق تبلیغات موثر و استفاده از ظرفیت دیپلماسی خارجی موجود، بهبود شاخص‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری به ویژه کاهش ریسک سرمایه‌گذاری، بهبود فضای کسب و کار و توسعه بازارهای مالی در جذب سرمایه‌گذاران خارجی بسیار موثر است و از سوی دیگر یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های سرمایه‌گذاران خارجی، ضریب همراهی نظام بانکی است و باید هر چه سریع‌تر با انطباق نظام بانکی ایران با استانداردهای بین‌المللی و از بین بردن نبود انطباق‌ها و تطبیق مقررات و ضوابط بانکی با شرایط بین‌المللی و ایجاد حاکمیت شرکتی، روابط بانکی کشور در عرصه جهانی به حالت عادی درآید.

آوریل ماه خوبی برای صادرات سنگ آهن ایران نیست

آوریل ۲۰۱۷ (۱۲ فروردین تا ۱۰ اردیبهشت) ماه خوبی برای صادرات سنگ‌آهن ایران پیش‌بینی نمی‌شود، اما در مقایسه با ماه یادشده، در ماه آینده میلادی شرایط مناسب‌تری برای سنگ‌آهن وجود خواهد داشت. به گزارش چیلان کیوان جعفری طهرانی، رییس امور بین‌الملل انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان سنگ‌آهن ایران با بیان این نکته که به علت حجم بالای صادرات سنگ‌آهن هماتیت از هندوستان، وضعیت خوبی برای صادرات سنگ‌آهن ایران متصور نیست گفت: ماه آوریل به علت حجم بالای صادرات سنگ‌آهن هماتیت از هندوستان که از سپتامبر (شهریور) سال گذشته و بعد از توقف ۶ ساله دوباره آغاز شده است، بازار خوبی برای سنگ‌آهن ایران نیست، ولی از اواخر این ماه تا اوایل مه یعنی هفته دوم اردیبهشت امسال که باران‌های شدید موسمی در هندوستان آغاز می‌شود و تا اواسط ماه اوت (اواخر مرداد) ادامه می‌یابد، صادرات سنگ‌آهن از هندوستان متوقف می‌شود و در نتیجه وضعیت بازار سنگ‌آهن در ماه مه بهتر از آوریل خواهد بود. وی درباره پیش‌بینی قیمت سنگ‌آهن هم اظهار کرد: درباره افت قیمت سنگ‌آهن باید گفت حدود ۹۰ درصد آن تاکنون اتفاق افتاده و در طول ماه مارس در مجموع ۱۵ تا ۱۵/۵ دلار کاهش قیمت داشته‌ایم. جعفری طهرانی افزود: قیمت واقعی هر تن سنگ‌آهن در طول چند ماه آینده بین ۷۸ تا ۸۳ دلار است و در حال حاضر در اوایل ماه آوریل در همین محدوده فعلی یعنی ۷۹ دلار با توالرس ۲ دلاری نوسان می‌کند.

اخبار کوتاه

- مجموع ارزش بازار ۵۰ شرکت بزرگ معدنی جهان در پایان ۳ ماه نخست سال جاری میلادی به ۸۴۲ میلیارد دلار رسید.
- به گزارش رویترز در بیشتر سخنرانی‌های کنفرانس جهانی مس ۲۰۱۷ در شیلی درباره آینده بازار مس اظهار خوش‌بینی شده و قیمت این فلز در چشم‌انداز پیش رو نیز افزایشی پیش‌بینی شده است.
- رادیو کانادا گزارش داد: هیات تجاری استان کبک کانادا اوایل مه سال جاری میلادی به ایران می‌آید. منبع: ماین نیوز

معدن بین‌الملل

کاهش هزینه‌های معدنکاری مس در سومین سال متوالی

موسسه پژوهشی سی‌آریو در آخرین گزارش خود، از کاهش هزینه‌های نقدی با احتساب درآمدهای ناشی از محصولات جانبی در سال گذشته خبر داد. به گزارش مس پرس، پس از اینکه هزینه‌های یادشده در سال ۲۰۱۳م به بیشترین سطح خود رسید، برای ۳ سال متوالی روندی نزولی را در پیش گرفت. براساس برآوردهای سی‌آریو، در سال گذشته، هزینه‌های نقدی با احتساب درآمدهای ناشی از محصولات جانبی در معادنی با مقیاس میانگین، کاهش ۱۳ درصدی را نسبت به سال پیش از آن و ۲۰ درصدی را در مقایسه با سال ۲۰۱۳م رقم زد. این مسئله حاکی از سریع‌ترین نرخ کاهش سالانه در حداقل ۲۵ سال گذشته

نشان می‌دهد که در این سطوح قیمتی، حدود ۱۱درصد از ظرفیت معدنی مس با جریان نقدی منفی مواجه می‌شود و با در نظر گرفتن قیمت‌های مشاهده‌شده در ۱۵ ژانویه ۲۰۱۶ یعنی ۴هزار و ۳۱۱ دلار بر تن، این رقم به ۱۵درصد افزایش می‌یابد؛ البته میانگین قیمت مس در ماه دسامبر، ۵هزار و ۶۶۶ دلار بر تن، کمتر از ۷درصد از ظرفیت معدنی مس را با مشکل منفی بودن جریان نقدی روبه‌رو می‌کند. به‌طور کلی صنعت مس در سال گذشته در مقایسه با سال ۲۰۱۵م به‌مراتب تعطیلی معادن را به دلیل قیمت‌های پایین، کمتر تجربه کرد. این مسئله در نتیجه کاهش هزینه‌ها و همچنین پایداری شرایط قیمتی مس در این دوره است.

سایه تاریک الماس‌های مصنوعی بر معادن



شرکت‌های استخراج‌کننده الماس طبیعی از حضور الماس‌های مصنوعی در بازار بیمناکند و این دغدغه را دارند که الماس‌های مصنوعی به جای جواهر گرانبهای اصل معامله شوند؛ چنین اتفاقی اعتماد مشتریان آنها را تهدید می‌کند. در همین راستا شرکت‌های استخراج‌کننده الماس مانند «دی‌پرز» برای محافظت از صنعت خود وارد عمل شده‌اند. به گزارش **ماین نیوز** به نقل از ماینینگ تکنولوژی، کاترین ادیسون مانی که به خرید و فروش الماس در شرکت «ریلی‌آنتارس»، فروشنده الماس‌های طبیعی و الماس ساخته شده در آزمایشگاه مشغول است، در این باره می‌گوید: تشخیص تفاوت دو نوع الماس با چشم غیرمسلح ممکن نیست و نیاز به تجهیزات پیچیده دارد.

الماس‌های آزمایشگاهی از نظر گوهرشناسی با الماس‌های طبیعی همسان هستند، هر دو ساختار کریستالی دارند و از نظر ویژگی‌های شیمیایی، میزان درخشندگی و ویژگی فیزیکی مانند یکدیگرند، تنها منشأ شکل‌گیری و قیمت آنهاست که با یکدیگر تفاوت دارد. بریلی‌آنتارس الماس‌های آزمایشگاهی را با قیمتی در طیف ۳۷۵ تا ۱۱۰ هزار دلار بسته به اندازه، برش و کیفیت آن می‌فروشد و قیمت الماس‌های معدنی که به طور قانونی و اخلاقی فروخته می‌شود از ۵۰۰ تا ۲ میلیون دلار است، همین قیمت پایین‌تر است که نسل‌های نوبی را که به دنبال خرید ارزان هستند به الماس‌های مصنوعی جذب کرده و کلابرداران را امیدوار کرده با اعمال نیزنگ‌های درخور بتوانند الماس‌های مصنوعی را به عنوان الماس طبیعی بفروشند.

الماس‌های طبیعی در حرارت زیاد و فشار بالا در میانه زمین و در طول میلیاردها سال پیش از آنکه کشف و حفاری شوند، شکل گرفته‌اند، در حالی که الماس‌های کاشته شده در آزمایشگاه در طول چندین روز یا چند هفته ایجاد می‌شوند. این نوع الماس‌ها کمی بیش از ۶۰ سال پیش و در دهه ۱۹۵۰ میلادی به وجود آمدند و در میانه دهه ۱۹۹۰ میلادی و با تولید کریستال‌های بزرگ‌تری از آن که برای ساخت جواهر مناسب بودند، ظهور و بروز پیدا کردند. فشار زیاد، دمای زیاد و رسوب شیمیایی بخار، رایج‌ترین فنون ساخت آن هستند که توسعه این فنون و فرآیندها به پایین آمدن هزینه تولید الماس‌های مصنوعی انجامیده است.

در میان انواع الماس‌های مصنوعی برخی از آنها ممکن است به دلیل ویژگی‌های ظاهری مانند ناسرگی، واکنش‌های فرسوسانس و ویژگی‌های رشد به آسانی بوسیله یک میکروسکوپ شناسایی شوند، اما برای شناسایی بسیاری از آنها نیاز به تجهیزات پیشرفته علمی است. روسل شور تحلیلگر ارشد در نهاد گوهرشناسی امریکا در این باره می‌گوید: برخی تولیدکنندگان الماس مصنوعی از راهکارهایی برای مبهم‌سازی شاخصه‌های تمایز دو نوع الماس استفاده می‌کنند و این امر باعث می‌شود تشخیص الماس طبیعی از مصنوعی نیاز به آزمایش‌های پیچیده داشته باشد. به هر حال، در بخش صنعتی حضور الماس‌های

تنها راه‌حل باقی‌مانده، آزمایش است و جنگ با فناوری به وسیله فناوری؛ در همین زمینه آزمایشگاه پژوهشگاه موسسه گوهرشناسی امریکا محافظتانی به شمار می‌آیند در برابر آن گروهی که نمی‌خواهند طبیعت خود را آشکار کنند. این موسسه در سال گذشته میلادی یک سرویس تجزیه و تحلیل میلی برابرا پرکرد تا الماس حاضر در این طبقه را بیازماید، شرکت معدنی دی‌پرز نیز در سپتامبر ۲۰۱۶ (شهریور ۱۳۹۵) ابزار جدیدی به نام «فوزیو» ایجاد کرد. فوزیو یک ابزار آزمایشی جامع است که می‌تواند قطعات الماس طبیعی صیقل داده شده را تجزیه و تحلیل و تعیین کند که آیا آنها دربردارنده مصنوعات حاصل از فن فشار و حرارت زیاد هستند یا نه؟ هر الماسی که مصنوعی بودن آن تشخیص داده شود، برای آزمایش بیشتر به مرکز بین‌المللی پژوهش و درجه‌بندی الماس دی‌پرز فرستاده می‌شود و در آنجا فوزیو مصنوعات حاصل از رسوب شیمیایی بخار، شبه الماس‌ها یا هر گونه سنگ پرداخت شده را از الماس طبیعی غربال می‌کند.

در جریان این تحلیل‌ها سنگ‌های بی‌رنگ یا نزدیکی به بی‌رنگ ۰/۰۳ قیراطی و سنگ‌هایی به اندازه یک سوم یک نقطه یا ۰/۹ میلی‌متری به اندازه یک قیراط روی یک صفحه و در حالی که در معرض اشعه ماوراء بنفش هستند، بررسی می‌شوند. علاوه بر ابزار یادشده، نمونه‌های دیگری از ابزارها هستند که در شناسایی الماس مصنوعی به کمک استخراج‌کننده‌ها آمده‌اند که از جمله آنها ناظر الماس آلروسا، ام‌اس‌کرین متعلق به شرکت بلژیکی اچ‌آردی و ابزار ای‌ام‌دی متعلق به دی‌پرز است. گولد، مدیر روابط رسانه‌ای در گروه کارخانه‌های دی‌پرز می‌گوید: ما به عنوان پیش‌تازان صنعت الماس در برابر مشتریان، کارمندان، شریکان و در نهایت مصرف‌کنندگان خود مسئول هستیم و باید از ارزش منابع طبیعی محدود خود در برابر فعالیت‌های متقلبانه محافظت کنیم.

تنها راه‌حل باقی‌مانده، آزمایش است و جنگ با فناوری به وسیله فناوری؛ در همین زمینه آزمایشگاه پژوهشگاه موسسه گوهرشناسی امریکا محافظتانی به شمار می‌آیند در برابر آن گروهی که نمی‌خواهند طبیعت خود را آشکار کنند. این موسسه در سال گذشته میلادی یک سرویس تجزیه و تحلیل میلی برابرا پرکرد تا الماس حاضر در این طبقه را بیازماید، شرکت معدنی دی‌پرز نیز در سپتامبر ۲۰۱۶ (شهریور ۱۳۹۵) ابزار جدیدی به نام «فوزیو» ایجاد کرد. فوزیو یک ابزار آزمایشی جامع است که می‌تواند قطعات الماس طبیعی صیقل داده شده را تجزیه و تحلیل و تعیین کند که آیا آنها دربردارنده مصنوعات حاصل از فن فشار و حرارت زیاد هستند یا نه؟ هر الماسی که مصنوعی بودن آن تشخیص داده شود، برای آزمایش بیشتر به مرکز بین‌المللی پژوهش و درجه‌بندی الماس دی‌پرز فرستاده می‌شود و در آنجا فوزیو مصنوعات حاصل از رسوب شیمیایی بخار، شبه الماس‌ها یا هر گونه سنگ پرداخت شده را از الماس طبیعی غربال می‌کند.

در جریان این تحلیل‌ها سنگ‌های بی‌رنگ یا نزدیکی به بی‌رنگ ۰/۰۳ قیراطی و سنگ‌هایی به اندازه یک سوم یک نقطه یا ۰/۹ میلی‌متری به اندازه یک قیراط روی یک صفحه و در حالی که در معرض اشعه ماوراء بنفش هستند، بررسی می‌شوند. علاوه بر ابزار یادشده، نمونه‌های دیگری از ابزارها هستند که در شناسایی الماس مصنوعی به کمک استخراج‌کننده‌ها آمده‌اند که از جمله آنها ناظر الماس آلروسا، ام‌اس‌کرین متعلق به شرکت بلژیکی اچ‌آردی و ابزار ای‌ام‌دی متعلق به دی‌پرز است. گولد، مدیر روابط رسانه‌ای در گروه کارخانه‌های دی‌پرز می‌گوید: ما به عنوان پیش‌تازان صنعت الماس در برابر مشتریان، کارمندان، شریکان و در نهایت مصرف‌کنندگان خود مسئول هستیم و باید از ارزش منابع طبیعی محدود خود در برابر فعالیت‌های متقلبانه محافظت کنیم.

ساخت یک کارخانه سیمان جدید در نیجریه تا ۲ سال آینده

۶۵درصد از سهم بازار سیمان نیجریه را در دست دارد و در سال گذشته میلادی از رشد ۵/۷درصدی نیاز بازار به سیمان خبر داده بود. این شرکت به تازگی صادرات سیمان خود را به کشور همسایه یعنی غنا هم آغاز کرده است. در شرایطی که بازار سیمان در نیجریه رو به افزایش تقاضا است هدف از ساخت این کارخانه جدید پاسخ به نیاز بازار داخلی و همچنین بازار مناطق شمالی نیجریه عنوان شده است. راه‌اندازی این کارخانه موجب ایجاد اشتغال

خواهند کرد. براساس گزارش نشریه «ورلد سمنت» ساخت این کارخانه نزدیک به ۲۵ماه به طول خواهد انجامید و کار اجرایی آن در سال جاری میلادی و دو سال دیگر به بهره‌برداری خواهد رسید. فاصله این کارخانه تا کارخانه سیمان «دانگوت» ۱۰ کیلومتر و تا کارخانه سیمان شرکت «لافاز» ۱۴ کیلومتر است، این در حالی است که فول سیمان نیجریه یعنی شرکت سیمان «دانگوت» اکنون

یک کارخانه سیمان جدید از سوی شرکت سیمان «ساوتپورت» در ایالت اوگون نیجریه در جنوب غرب این کشور و در نزدیکی کارخانه‌های متعلق به سیمان «دانگوت» و سیمان شرکت «لافاز» ساخته خواهند شد. به گزارش سیمان خبر، این کارخانه سیمان در سال ۳/۸میلیون تن سیمان تولید خواهد کرد و بر اساس بررسی‌های انجام شده، معادن آهک مجاور این کارخانه ذخیره معادل نیاز ۴۰سال از کارخانه سیمان را تامین

بیشتر در منطقه برای کارگران ماهر و غیرماهر محلی خواهد شد. مقرر شده که انرژی مورد نیاز این کارخانه از طریق سوخت گازوئیل و گاز تامین شود که خود این موضوع به دلیل گرانی و هزینه‌های بالای انرژی، یکی از چالش‌های پیش‌رو برای سرمایه‌گذار به شمار می‌رود. البته به تازگی تعدادی از کارخانه‌های متعلق به گروه سیمان «دانگوت» در نیجریه به سمت استفاده از زغال‌سنگ به‌عنوان سوخت اصلی کارخانه حرکت کرده‌اند.