

تولید فولاد ایران ۱۱ درصد افزایش یافت

- انجمن جهانی فولاد اعلام کرد

به نقل از روزنامه دنیای اقتصاد : براساس آمار انجمن جهانی فولاد، تولید فولاد ایران با افزایش ۱۱ درصدی به ۱۷ / ۸۹ میلیون تن رسید. به گزارش خبرگزاری فارس و براساس آخرین گزارش انجمن جهانی فولاد، میزان تولید فولاد ایران در فاصله ماه‌های ژانویه تا ماه مه به ۸ میلیون و ۱۵۹ هزار تن رسیده که حدود ۹۴۴ هزار تن نسبت به مدت مشابه سال گذشته با افزایش همراه بوده است. علاوه بر این، آمارهای انجمن جهانی فولاد حاکی از این است که تولید فولاد خام ایران در ماه مه ۱ / ۶۲ میلیون تن بوده که در مقایسه با ماه قبل از آن که ۱ / ۵۶ میلیون تن بود، افزایش داشته است. بر اساس آمارهای انجمن جهانی فولاد سال گذشته تولید فولاد خام ایران ۱۷ / ۸۹ میلیون تن بوده که نسبت به سال ۲۰۱۵، به میزان ۱۱ درصد افزایش داشته است.

در آخرین گزارش انجمن جهانی فولاد درخصوص ۶۷ کشور عضو این انجمن آمده بود که در سال ماه مه سال ۲۰۱۷، شاهد تولید ۱۴۳ میلیون و ۳۰۰ هزار تن فولاد خام بودیم که به نسبت مدت مشابه سال قبل از آن ۲ درصد رشد را نشان می‌دهد. در ماه مه تولید چین با ۱ / ۸ درصد رشد به ۷۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تن رسید و همچنین ژاپن با ۱ / ۰ درصد رشد به نسبت سال قبل از آن ۹ میلیون تن فولاد تولید کرده بود. در این گزارش آمده که درصد استفاده شده از ظرفیت نصب شده در ماه مه برابر با ۷۱ / ۸ درصد بوده که کمترین حد از ماه فوریه تاکنون محسوب می‌شود. این مطلب نشان دهنده افزایش ظرفیت در جهان در کنار رشد عدم استفاده از آن است یعنی ماه مه بخش بزرگ‌تری از امکانات تولید بلااستفاده باقی مانده بود. به نظر می‌رسد بخشی از افزایش قیمت‌ها در بازارهای جهانی در روزهای اخیر را بتوان به این ویژگی مرتبط دانست هرچند که رشد بهای سنگ آهن و بهبود نسبی قیمت‌ها در بازارهای آتی در شرق آسیا نیز به این رشد قیمت‌ها کمک کرده است.

روزشمار بهبود در بازار فولاد

- نشانه‌های مثبتی از بهبود بازار فولاد در حال تحقق است

به نقل از روزنامه دنیای اقتصاد : شواهد کلی از بازار فولاد نشان دهنده رشد گام به گام و مطلوب قیمت هاست که می‌تواند چهره این بازار را با محوریت شرق آسیا بهبود بخشد. رشد نسبی تقاضا و افزایش فعالیت‌های تجاری، رشد بهای سنگ آهن و زغال سنگ و امید به افزایش بیشتر تقاضا در کشورهای اسلامی را می‌توان از این قبیل موارد به شمار آورد.

رشد قیمت میلگرد در چین

به گزارش پایگاه خبری فولاد ایران رشد قیمت در بازارهای فیوچرز و افزایش قیمت بیلت در بازار داخلی چین قیمت میلگرد را در این کشور صعودی کرده است. تمایل به خرید نیز بالا رفته است، البته از آنجایی که فصل رکود تقاضاست فعالان بازار تردید دارند روند صعودی با این قدرت ادامه داشته باشد. در نقاط مختلف چین قیمت میلگرد در بازار نقدی ۳ تا ۹ دلار در هر تن بالا رفته و ۵۰۳ تا ۵۲۱ دلار شده است. بیلت نیز در بازار داخلی ۳ دلار رشد روزانه داشته و ۴۷۴ دلار در هر تن درب کارخانه با ۱۷ درصد مالیات بر ارزش افزوده شده است.

بازار واردات بیلت جنوب شرق آسیا فعال شد

روزهای اخیر قیمت بیلت در بازار واردات جنوب شرق آسیا رشد خوبی داشته است چرا که خریداران فیلیپینی پس از چند هفته غیبت خریدهای خوبی داشتند. معاملات اخیر اغلب در حدود ۴۳۵ دلار در هر تن سی اف آر بوده است. به گزارش metal bulletin؛ فیلیپین از هند یک محموله بیلت در ۴۳۵ دلار خرید. بازار داخلی چین رونق دارد و عملاً بازار صادرات آن فعالیت زیادی ندارد. وقتی چین بیلت صادراتی پیشنهاد نمی‌دهد، مشخص است بازار رونق دارد. متوسط قیمت بیلت وارداتی در بازار جنوب شرق آسیا ۴۱۵ تا ۴۲۳ دلار در هر تن سی اف آر شده است.

بازار ورق چین رو به بالا

برای سومین بار در یک هفته قیمت ورق گرم صادراتی چین بالا رفته، چراکه قیمت در بازار داخلی نیز افزایشی است. متوسط قیمت متال بولتن برای ورق گرم صادراتی چین ۵ تا ۱۰ دلار نسبت به هفته قبل بالا رفته و ۴۵۰ تا ۴۶۰ دلار در هر تن فوب است. پس از افزایش قیمت هفته قبل فعالیت بازار صادرات ورق چین خیلی کم شد، معاملاتی در تناژ محدود در ۴۵۰ تا ۴۵۵ دلار در هر تن فوب شنیده شده است. چند هفته اخیر جو بازار داخلی ورق چین بهبود چشمگیری داشته، چراکه موجودی بازار با سرعت بیشتر کاهش یافت، در نتیجه کارخانه‌های زیادی صادرات را کم کردند چون بازار داخلی سوددهی بهتری برایشان دارد.

آرامش نسبی در بازار ورق ترکیه

روزهای گذشته تقاضای ورق در بازار داخلی ترکیه مطلوب بوده، ولی در بازار صادرات آن ضعیف بوده است. در بازار داخلی ورق گرم در ۴۸۵ تا ۴۹۵ دلار در هر تن درب کارخانه فروخته شد و قیمت پیشنهادی اولیه ۴۹۰ تا ۴۹۵ دلار بود. ورق سرد نیز ۵۹۰ تا ۶۰۰ دلار است. ضمناً ورق گرم صادراتی ترکیه ۴۷۰ تا ۴۸۰ دلار در هر تن فوب است، ولی اروپایی‌ها به دنبال خرید در ۴۵۰ تا ۴۶۰ دلار هستند.

تقاضای جهانی فولاد امسال ۳ درصد بالا می‌رود

به گزارش platts؛ موسسه بانکی مورگان استنلی در جدیدترین گزارش فصلی خود پیش بینی کرده تقاضای جهانی فولاد امسال تا ۳ درصد بالا رفته و به یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون تن برسد و سال ۲۰۱۸ نیز رشد یک درصدی خواهد داشت و به ۱/۶۲

میلیارد تن افزایش می‌یابد. همچنین میزان تولید جهانی فولاد سال جاری ۳ درصد بالا می‌رود و به ۱/۶۵ میلیارد تن می‌رسد و برای سال آینده نیز رشد یک درصدی خواهد داشت و به ۱/۶۷ میلیارد تن می‌رسد. میانگین نرخ بهره‌وری صنایع فولاد جهان امسال ۸۶ درصد برآورد شده که ۱۱ درصد از سال ۲۰۱۶ بالاتر است و سال آینده نیز به ۸۹ درصد می‌رسد. مورگان استنلی برآورد کرده امسال میانگین قیمت فولاد در چین ۴۴۰ دلار در هر تن و در اروپا و آمریکا به ترتیب ۵۳۹ و ۶۵۷ دلار باشد. سال ۲۰۱۸ طبق پیش‌بینی‌ها قیمت فولاد چین به ۴۷۰ دلار می‌رسد، ولی در اروپا به ۴۵۵ دلار تنزل خواهد داشت. در آمریکا نیز سال آینده قیمت فولاد تا ۲۲ دلار ارزان‌تر شده به ۶۳۵ دلار خواهد رسید.

مزیت‌های سرکوب شده در بازارهای جهانی

- چکیده گفت‌وگوی «دنیای اقتصاد» با فعالان صنایع پایین‌دستی پتروشیمی

به نقل از روزنامه دنیای اقتصاد: پس از تشکیل زنجیره ارزش محصولات پتروشیمی، تامین مواد اولیه بخش پایین‌دستی این صنعت همواره از مشکلات اصلی و مهم بوده و هست. البته در حال حاضر این موضوع تا حدی تعدیل شده و هماهنگی مناسب‌تری میان بخش پایین دست و بالا دست این صنعت به وجود آمده است. قبل‌تر مجتمع‌های پتروشیمی بخش عمده‌ای از محصولات خود را صادر و بخش محدودتری از تولید خود را در بازارهای داخلی عرضه می‌کردند و در مقابل این عملکرد اظهار می‌کردند که آنها هم برای ادامه حیات باید بتوانند تامین مالی کرده و این تامین مالی را از راه صادرات امن تر و ایمن تر می‌دانستند و در مقابل تولیدکنندگان پایین‌دستی بخش صنعت پتروشیمی که به امید فعالیت در کشوری که ذخایر هیدروکربوری زیادی دارد، بنگاه‌ها و واحدهای تولیدی تخصصی را ایجاد کرده‌اند و این در حالی است که تامین مواد اولیه برای آنها به کابوسی بدل شده است. در این میان با همت شورای رقابت (صرف نظر از مشکلاتی که در خصوص این شورا وجود دارد)، با همکاری دفتر پایین دست پتروشیمی و بورس کالای ایران تعامل منطقی تری میان بخش بالادست و پایین دست آن به وجود آمد و پاره‌ای از مشکلات که در این خصوص وجود داشت، تا حدی حل شد. بحث دومی که شاید طی این سال‌ها به آن توجه کمتری شد، مباحث مربوط به واردات محصولات نهایی بخش پایین دست پتروشیمی است؛ محصولاتی که با وجود این تعداد واحد تولیدی وارد کشور شده و در بازارهای داخلی به فروش می‌رسند.

با توجه به اینکه ایران یکی از بزرگ‌ترین دارندگان ذخایر گازی است و با توجه به تعداد پتروشیمی‌ها و مجتمع‌های پایین‌دستی که در زنجیره ارزش وجود دارد، این سوال پیش می‌آید که چرا بخش بزرگی از بازارهای صادراتی ما در قلمرو رقیبان ماست؟

طی سال‌های گذشته بخش عمده‌ای از بازارهای پتروشیمی عراق (به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین شرکای تجاری ایران) در دست تولیدکنندگان ایرانی بود و به عبارتی ایران یکی از بزرگ‌ترین تامین‌کنندگان این بازارها به شمار می‌آید. علاوه بر این تولیدکنندگان ایرانی توانسته بودند سهم زیادی از بازارهای افغانستان و جنوب شرق آسیا را از آن خود کنند، اما با رصد کردن بازارهای داخلی در شرایط فعلی شاهدیم که بخش بزرگی از سهم ما در بازارهای داخلی از بین رفته و ما به بخش محدودی از این سهم قانع شده ایم، از طرفی بخش قابل توجهی از محصولات وارداتی بخش پایین دست که توانایی تولید آنها در واحدهای داخلی وجود دارد، در بازارهای کشورمان به فروش می‌رود. فعالان پایین‌دست این صنعت اظهار می‌کنند که شروع این اتفاق با تحریم‌های کشورهای غربی علیه ایران همراه شده و فشار تحریم‌ها سبب شد که این بازارها از بین بروند. آنها بر این باورند که این تحریم‌ها باعث شده که نتوانیم هم گام با دانش فنی، تکنولوژی و مدیریت بازارهای جهانی پیش برویم و این امر سبب تضعیف قدرت ما در شرایط فعلی شده است. بیش از یک سال از توافق هسته‌ای ایران و کشورهای ۵+۱ می‌گذرد و با علم بر این موضوع که در برخی کشورها مشکلاتی درخصوص روابط بانکی و گشایش‌های اعتباری وجود دارد، تحرک و تلاشی را از این بخش برای هم گام شدن با رقیبان خود نمی‌بینیم. وقتی به مقایسه کیفیت و قیمت محصولات تولید داخلی با هم‌تایان خود می‌پردازیم می‌بینیم که این محصولات از کیفیت مناسبی برخوردار نبوده یا کیفیت بسته بندی این محصولات به گونه‌ای است که پس از بارگیری از فرم اصلی و اولیه خود خارج شده و زمانی که به دست مشتری می‌رسد وضعیت خوبی ندارند.

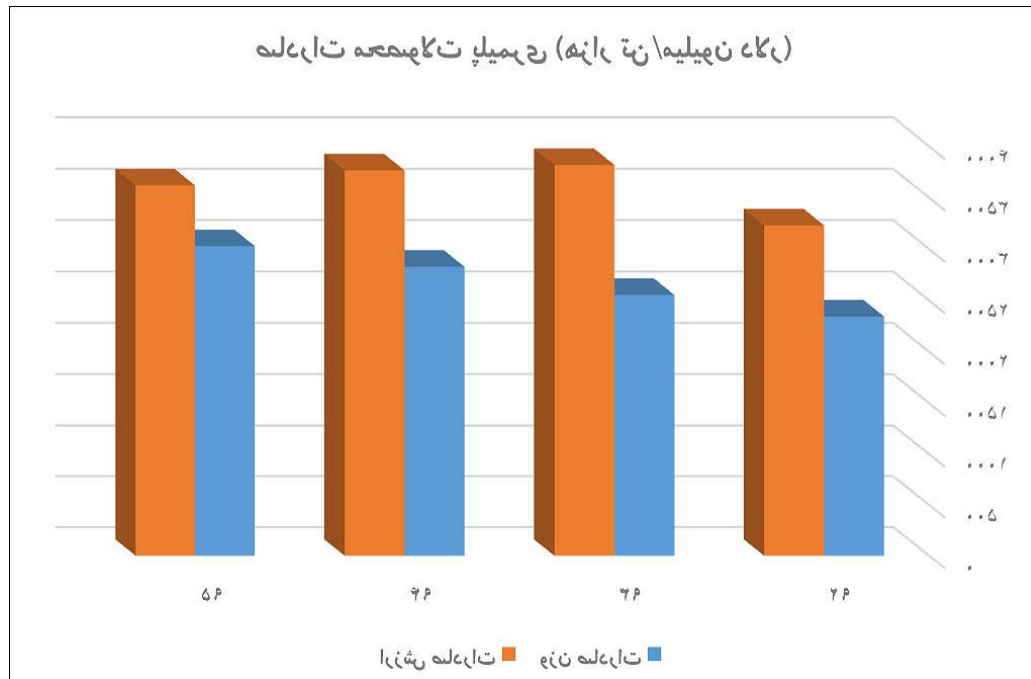
با رصد این واحدها و بررسی روند عملکرد آنها شاهدیم که این واحدها روش‌های سنتی که از سال‌ها قبل داشتند را دنبال می‌کنند و واحدهای (R&D تحقیق و توسعه) این واحدهای تولیدی یا فعالیتی ندارند یا این بخش برای آنها تعریف نشده است. این در حالی است که رقیبان ما از هر موقعیتی برای پیشرفت، نوآوری و تولید محصولات خود از دانش روز دنیا استفاده کرده و به دنبال رشد و جهش لحظه‌ای هستند و این طبیعی است که تولیدکنندگانی که از روش‌های سنتی استفاده می‌کنند، نمی‌توانند شانه به شانه آنها حرکت کرده و خود را با عملکرد آنها هماهنگ سازند. برای مثال بررسی عملکرد کشوری همچون ترکیه نشان می‌دهد با وجود اینکه در این کشور مجتمع پتروشیمی وجود ندارد اما توانسته با استفاده از ابزارهای متفاوت مواد اولیه محصولات نهایی خود را وارد کرده و با استفاده از سیاست‌های متفاوت محصولات با کیفیتی را تولید کند. به‌عنوان مثال در کشورهای اسکانديناوی شرکت‌های زنجیره‌ای وجود دارند که ظروف مخصوص انجماد و توزیع ماهی تولید می‌کنند. این شرکت‌ها به جای آنکه ظروف را به کشورهای غذایی دریایی دارند، صادر کنند رفته رفته هدف را روی کشورهای آسیایی گذاشته و بر کشورهای حوزه خلیج فارس متمرکز شده و به دنبال بازار این کشورها هستند. این یکی از روش‌هایی است که تولیدکنندگان بخش پایین دست ترکیه از آن بهره برده و به بازارهای صادراتی خود جان بخشیده‌اند. بازاریابی بحث دیگری است که درخصوص صادرات همه کالاها وجود دارد. در دنیای کنونی بازاریابی مناسب و دادن تسهیلات به مشتریان یکی از ارکان اصلی فروش محصولات است؛ امری که درخصوص فروش محصولات صادراتی بخش پایین صنعت پتروشیمی نادیده گرفته شده و متأسفانه تولیدکنندگان زنجیره ارزش صنعت پتروشیمی به بازارهای صادراتی و سنتی بسنده کرده‌اند و در نگه داشتن سهم خود در این بازارها هم ناکام مانده‌اند.

حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی مورد جدایی‌ناپذیر از بحث بازاریابی است. تامین و فراهم آوری ابزارهای مهم و موثر در بازاریابی و ارتباطات تجاری، مرکز تبادل اطلاعات، دانش فنی، کارکردها و ابزارهای مربوط به توسعه گردشگری و اشتغال ملی، افزایش مبادلات بازرگانی خارجی، توسعه همکاری‌های اقتصادی، ارتقای سطح صادرات و تولیدات، افزایش درآمد عمومی، ایجاد و فراهم آوری زمینه‌های لازم برای برقراری رقابت‌های سالم داخلی و بین‌المللی، بسترسازی برای انتقال فناوری و دانش روز، اثر بخشی در کاهش هزینه‌های تجاری، افزایش بازده سرمایه برای مشارکت‌کنندگان در نمایشگاه‌ها (در مقایسه با سایر ابزارهای بازاریابی) (برای حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان داخلی از جمله مزایای حضور در نمایشگاه‌ها است. این در حالی است که ده‌ها و شاید صدها مزیت دیگر در خلال برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی برای تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان وجود دارد که در نهایت می‌تواند منجر به ارتقای صنایع و همچنین ایجاد رضایتمندی در میان مشتریان و مصرف‌کنندگان شود. شاهد این مدعا حرکت اخیر انجمن ملی پلاستیک ایران درخصوص برگزاری نمایشگاه در افغانستان است. کشوری که به خاطر ناآرامی‌ها از دید صادراتی فعالان این صنعت خارج شد و با برگزاری این نمایشگاه، بازاری ۳۰ میلیون نفری که حداقل می‌تواند ۲۰۰ تا ۳۰۰ میلیون دلار را در صنایع پلاستیک عاید ما کند. به این ترتیب فارغ از مشکلاتی که در این صنعت وجود دارد و همه بر آن واقف هستیم، انتظار می‌رود تولیدکنندگان بخش پایین دست صنعت پتروشیمی برنامه‌های بلند مدت برای تولید، صادرات و رشد و نمو این بخش از صنعت داشته باشند و بتوانند همگام با تکنولوژی و دانش فنی روز دنیا گام بردارند.

در این رابطه کارشناسان معتقدند نقش بازاریابی صنعتی در صنایع پتروشیمی به‌عنوان یک اصل باید مورد بازنگری قرار گیرد. این نوع بازاریابی از منظر علمی به‌عنوان آن دسته از عملکردها و فعالیت‌های تجاری و بازرگانی تعریف شده‌است که فرآیندهای مبادله را بین تولیدکنندگان و مشتریان سازمانی تسهیل می‌کند. ماهیت بازاریابی صنعتی را می‌توان، خلق ارزش برای مشتریان به وسیله ارائه کالاها و خدماتی دانست که نیازهای سازمانی و اهداف آنها را تحقق می‌بخشد. طبق تعریفی جامع، فرآیند کشف، ترجمه خواسته‌های مشتریان صنعتی و نیازها و الزامات آنها به محصولات و خدمات ویژه برای ارتباط موثر شیوه‌های توزیع، قیمت‌گذاری، خدمات پس از فروش، متقاعد کردن بیشتر و بیشتر مشتریان برای استفاده مستمر از این محصولات و خدمات را بازاریابی صنعتی می‌نامیم. این نوع بازاریابی در مقایسه با بازاریابی مصرفی تفاوت‌هایی دارد که اینگونه می‌توان به آن اشاره کرد. اول اینکه گرچه در بازاریابی صنعتی همانند بازاریابی کالاهای مصرفی، نیاز به شناخت بازارهای هدف و تشخیص نیاز این بازارها و طراحی محصولات و خدمات مناسب برای تأمین خواسته‌های بازار وجود دارد، ولی باید توجه کرد که در مقایسه با بازاریابی مصرفی، بازاریابی صنعتی در حوزه مدیریت عالی قرار دارد.

در بازاریابی صنعتی محصولات پتروشیمی توجه به این نکته ضروری است که نقش خصوصیات و ویژگی‌های محصول در این نوع بازاریابی خیلی مهم و حیاتی است و عرضه‌کنندگانی که خصوصیات مورد نظر مشتریان را تامین نکنند مورد انتخاب قرار نخواهند گرفت. در مقایسه با بازاریابی مصرفی، قیمت در بازاریابی صنعتی نقش جداگانه‌ای دارد. در بعضی موارد، مشتریان صنعتی حاضرند قیمت بیشتری دهند، ولی در عوض از تحویل به موقع و کیفیت محصولات خدمات اطمینان حاصل کنند و حتی در موارد دیگری مثل مناقصه‌های خرید نقش قیمت پراهمیت‌تر می‌شود. در بازاریابی صنعتی، بازاریاب باید به این نکته واقف باشد که تقاضای کالاهای صنعتی از تقاضای مصرف‌کننده نهایی ناشی می‌شود، یعنی تقاضا برای یک محصول بستگی به نحوه استفاده

از آن در ارتباط با محصولات دیگر دارد. گاهی بازاریاب صنعتی سعی می‌کند با تبلیغات، تقاضای مشتری نهایی را تحریک کند تا تقاضا برای کالاهای صنعتی خود را افزایش دهد.



ادامه عرضه بی‌رویه اتیلن در بازار آسیا

به نقل از روزنامه دنیای اقتصاد: اشباع بازار اتیلن به دلیل عرضه بی‌رویه از سوی فروشندگان آسیایی و غیرآسیایی اتفاق افتاده است. به گزارش «نیپنا» به نقل از پایگاه اینترنتی آی‌سی‌آی‌اس (ICIS)، به دنبال عرضه بی‌رویه اتیلن، قیمت اسپات این محصول در شمال شرق آسیا به پایین‌ترین سطح در حدود یک سال و نیم گذشته رسیده است. همچنین فعالان بازار پیش‌بینی می‌کنند که با وجود افزایش تقاضا از سوی چین، وضعیت اشباع بازار در نیمه دوم سال جاری میلادی همچنان ادامه یابد.

براساس این گزارش در تاریخ پنجم ژوئن امسال قیمت واردات برای محموله‌های ارسالی اواخر ژوئن و آغاز ژوئیه بر مبنای CFR شمال شرق آسیا در ادامه هفت هفته روند نزولی ۹۳۵ دلار به ازای هر تن تعیین شد. این گزارش می‌افزاید: میزان صادرات اتیلن

از جنوب شرق آسیا به شمال شرق این قاره در ماه مارس رشد قابل ملاحظه‌ای را نشان می‌دهد. البته در نیمه دوم ماه مه امسال نیز به دنبال راه‌اندازی مجدد مجتمع کراکر شرکت اکسان موبیل در سنگاپور با ظرفیت تولید یک میلیون تن در سال، مازاد عرضه این محصول تشدید شد. از طرفی بروز پاره‌ای از مشکلات فنی در مجتمع‌های پتروشیمی تعدادی از مجموعه‌های پتروپالایشی ژاپن، کره جنوبی و تایوان در فاصله اواخر ماه مه تا ژوئن امسال به این وضعیت دامن زد، از این رو بسیاری از تولیدکنندگان اتیلن آسیا، بارگیری محموله‌های خود برای ماه ژوئن را به ژوئیه موکول کردند. عمده این تولیدات روانه بازار چین می‌شود.

اعلام عدم برگشت مالیات برارزش افزوده واحدهای صادراتی به انجمن ملی پلاستیک

به نقل از روزنامه دنیای اقتصاد : کمیسیون صادرات انجمن ملی پلاستیک از شرکت‌هایی که بیش از یک ماه از بررسی فصلی دفاتر مالیاتی آنها گذشته و موفق به اخذ مبلغ برگشت مالیات بر ارزش افزوده نشده‌اند خواست تا برای تسریع در این روند، تا ۱۲ تیر اقدامات لازم را صورت داده و نتایج آن را به انجمن ملی اعلام کنند. به گزارش خبرگزاری اینپیا، پیرو جلسه میز کالایی شیمیایی و پتروشیمی انجام شده در تاریخ ۲۸ خرداد با حضور رئیس سازمان توسعه تجارت، موضوع عدم دریافت مالیات برارزش افزوده صادرکنندگان صنعت پلاستیک، طرح و مورد توافق قرار گرفته است. بر همین اساس، کمیسیون صادرات انجمن ملی پلاستیک طی اطلاعیه‌ای از صادرکنندگان خواست در صورتی که بیش از یک ماه از بررسی فصلی دفاتر مالیاتی آنها گذشته و موفق به اخذ مبلغ برگشت مالیات بر ارزش افزوده نشده‌اند برای تسریع در این روند، تا ۱۲ تیرماه اقدام کنند.

آغاز سیکل کوتاهمدت صعودی

- روند معاملات بازار آتی سکه زیر سایه فاکتورهای جهانی بررسی شد

به نقل از روزنامه دنیای اقتصاد: بازار معاملات آتی با توجه به دو روز تعطیلی پایان ماه مبارک رمضان، هفته منتهی به ۹ تیر را با حجم اندک ۲۰ هزار و ۱۵۸ معامله به پایان رساند و انتظار می‌رود در هفته پیش رو با توجه به تحرکاتی که در بازار طلا و دلار ایجاد خواهد شد و تا حدودی نیز در بازار دلار شروع شده بازار آتی با تلاطم آغاز به کار کند. پیش‌بینی‌ها حکایت از آن دارند که در هفته‌های آینده و در هفته پیش رو، بازار آتی سیکل کوتاهمدت صعودی را آغاز می‌کند و تقاضای فیزیکی دلار و افزایش قیمت آن نیز می‌تواند چاشنی این روند صعودی باشد؛ علاوه بر اینکه احتمال افزایش قیمت طلا تا ۱۲۹۵ دلار در کوتاهمدت تقریباً حتمی است.

با توجه به دو عامل افزایش تقاضای فیزیکی برای بازار دلار و افزایش ۴۵ دلاری در قیمت جهانی طلا می‌توان گفت یک سیکل کوتاهمدت برای بازار آتی از امروز آغاز می‌شود، اما همچنان خط مقاومت ۱۳۰۰ دلاری، خط محکمی برای طلای جهانی است و طلا در بازار جهانی برای آغاز روند صعودی مدت‌دار و ادامه‌دار نیاز دارد از رقم ۱۳۰۰ دلار عبور کند، طبیعتاً بازار ایران هم به دلیل اینکه متأثر از بازار جهانی است، حداقل تا قیمت ۱۲۹۵ دلار که قیمت طلا افزایش پیدا کند، بازار آتی هم با افزایش روبه‌رو می‌شود. می‌توان پیش‌بینی کرد که برای نماد آتی اسفندماه بتوانیم حداقل تا تراز یک میلیون و ۴۰۰ هزار تومان شاهد افزایش در قیمت باشیم، سایر نمادها نیز طبیعتاً با افزایش قیمت طلا و دلار به‌صورت همگرا تأثیر مثبت خواهند پذیرفت، اما به دلیل اینکه همیشه سفته‌بازان، سوداگران و نوسان‌گیران روی آخرین ماه مانور داده و معامله می‌کنند، نماد اسفندماه از تلاطم بیشتری در معاملات برخوردار خواهد بود؛ در این زمینه پیشنهاد می‌شود کسانی که در بازار معامله می‌کنند سعی در شناسایی و مشخص کردن محدوده ضرر خودشان کنند. کماکان مهم‌ترین خط حمایتی برای طلا ۱۲۴۰ دلار است و مهم‌ترین مقاومت در این بازار همچنان ۱۳۰۰ دلار است و در هفته‌های آینده این باند تنگ‌تر خواهد شد.

لایه‌های زیرین بازار طلای جهانی

فرزان سهرابی تحلیلگر و تکنیکالیست بازار آتی در تشریح و تبیین بازار جهانی طلا و قبل از وارد شدن به این مقوله به موارد کلان و مهمی که روی قیمت طلا تأثیر خواهند گذاشت اشاره کرده و می‌گوید: در ارتباط با اقتصاد آمریکا باید به مواردی اشاره کنیم که می‌تواند در تعیین ارزش دلار اثر مستقیم داشته باشد و طبیعتاً ارزش دلار، ارزش طلا را می‌تواند جابه‌جا کند. به گفته وی از جمله این موارد کاهش نرخ بیکاری تا ۴ درصد در آمریکا است که باعث افزایش دستمزدها و طبیعتاً باعث افزایش مجدد تورم از انتهای ۲۰۱۷ است. از سویی آغاز سیاست انقباضی بانک مرکزی آمریکا (فدرال رزرو) از سپتامبر ۲۰۱۷ را می‌توان آغازی بر افزایش ارزش دلار دانست، اما اینکه این روند افزایشی نسبت به سایر ارزها برتری داشته باشد، نیاز به دلایل دیگری برای برابری ارزش دلار در برابر سایر ارزها دارد که آن دلایل تعیین‌کننده را باید در این موارد جست‌وجو کرد:

۱- بانک مرکزی انگلیس: به نظر می‌رسد این بانک به کاهش سیاست‌های تسهیلی که قبل از این در زمینه ایجاد رشد و اشتغال بوده علاقه دارد و افزایش نرخ بهره را در سیاست‌های خود گنجانده است.

۲- بانک مرکزی اروپا و ماریو دراگی طی هفته گذشته در رابطه با کاهش سیاست‌های تسهیلی اطلاعاتی داده‌اند و با این تفاسیر بانک مرکزی اروپا هم علاقه خود برای کاهش سیاست‌های حمایتی را اعلام کرده که این موضوع را هم می‌توان زمینه‌ساز افزایش نرخ بهره دانست.

وی ادامه می‌دهد: با جمع‌بندی این دو نکته باید گفت، آغاز این سیاست‌ها از طرف بانک‌های مرکزی اروپا، انگلیس، آمریکا و بانک مرکزی ژاپن می‌تواند زمینه‌ساز تلاطم در بازارهای ارز باشد که این تلاطم در بازار طلا تبدیل به عاملی برای تعیین یک روند بلندمدت برای افزایش یا کاهش قیمت می‌شود که در ارتباط با دلایل افزایش آن باید چند نکته را ذکر کرد که با استناد به این دلایل بتوان جمع‌بندی کرد که احتمال افزایش قیمت را خواهیم داشت. در این رابطه اولاً نباید فراموش کرد که این افزایش‌ها به راحتی شروع نخواهد شد و به راحتی هم ادامه پیدا نخواهد کرد، طبیعتاً پس از یک دوره متلاطم آغاز خواهد شد که این تلاطم به بازار سکه و آتی نیز منتقل خواهد شد. وی در ادامه به دلیل دیگر تلاطم در بازار جهانی اشاره کرده و می‌گوید: یکی دیگر از دلایلی که برای تایید این تلاطم باید به آن اشاره کرد طرح خدمات درمانی ترامپ است که جایگزین طرح خدمات درمانی اوباما شده و دارای افزایش هزینه ۲۰ درصدی نسبت به طرح اوباما است، بنابراین ترامپ برای اجرای طرح خود نیاز به افزایش سقف بدهی دارد که به منظور رسیدن به این هدف نیاز به دریافت مجوز از کنگره خواهد داشت. در واقع آن نکته‌ای که در این تحلیل برجسته می‌شود افزایش سقف بدهی است، اما از طرف دیگر افزایش سطح استقراض به علاوه توان آمریکا به بازپرداخت سود تسهیلات دریافتی از کشورهایی مانند عربستان، امارات و چین (به‌عنوان بزرگ‌ترین خریداران اوراق قرضه آمریکا) فشار مضاعفی بر آمریکا وارد می‌کند.

در این رابطه پیش‌بینی می‌شود در انتهای سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ شاهد تسریع در نرخ رشد اقتصادی آمریکا نباشیم، در این رابطه رشد GDP آمریکا همچنان در ۲/۲ درصد متمرکز خواهد بود. از طرفی به دلیل افزایش استقراض، آمریکا علاقه به تحریک تقاضا در بازار نفت دارد. در این رابطه آمریکا و روسیه عضو اوپک نیستند و معمولاً فروش این کشورها خارج از مصوبات اوپک است و هیچ‌گونه محدودیتی برای فروش ندارند، بنابراین با توجه به افزایش استقراض و بدهکار شدن اقتصاد آمریکا، پیش‌بینی می‌شود تحریک تقاضا به ایجاد ناامنی در خاورمیانه و خلیج فارس به‌عنوان قطب تولید نفت خام در دنیا منجر شود. در واقع آمریکا به دنبال رسیدن به هدف افزایش قیمت نفت، با عربستان قراردادهای تسلیحاتی و نظامی امضا کرده تا به آغاز این هدف نزدیک شود و علاقه دارند قیمت نفت را عمداً و با ایجاد ناامنی در خلیج فارس افزایش دهند. با این تفاسیر و تحلیل‌هایی که روی قیمت نفت گفته شد، باید گفت نفت مبنای پیش‌بینی این تحلیل نیست، بلکه مبنای پیش‌بینی این است که افزایش سطح بدهی‌ها در آمریکا می‌تواند به کاهش ارزش دلار کمک کند، مضاف بر اینکه سیاست‌هایی که آمریکا برای ایجاد ناامنی در خاور میانه در پیش گرفته و هر روز در پی گسترش آن است، می‌تواند طلا را در سبد سرمایه‌گذاران به‌عنوان کالای ایمن درخشان‌تر از قبل کند.

رشد ۳ برابری تولید کلزا

به نقل از روزنامه دنیای اقتصاد : معاون برنامه ریزی و امور اقتصادی وزارت جهاد کشاورزی از افزایش ۳ برابری تولید در کشور تا ۲۰۰ هزارتن کلزا در سال زراعی جاری خبر داد. به گزارش خبرگزاری صداوسیما، دکتر عبدالمهدی بخشنده گفت: توسعه کشت کلزا از برنامه های مصوب اقتصاد مقاومتی است و با برنامه ریزی مناسب و پیگیری وزارت جهاد کشاورزی خوشبختانه کشت کلزا در کشور در سال جاری سه برابر شده است. وی اظهار کرد: به منظور کاهش وابستگی کشور به واردات روغن، توسعه کشت کلزا از برنامه های مصوب اقتصاد مقاومتی است و با برنامه ریزی مناسب و پیگیری وزارت جهاد کشاورزی خوشبختانه کشت کلزا در کشور در سال جاری سه برابر شده است. بخشنده با بیان اینکه عملکرد کلزا در گذشته یک و نیم تن در هکتار بوده، خاطر نشان کرد: برنامه ریزی وزارت جهاد کشاورزی در تامین بذر مناسب با عملکرد بالا و همچنین حمایت دولت از کشت کلزا و از طریق خرید تضمینی با قیمت منصفانه باعث شده که شاهد افزایش سطح زیرکشت و افزایش عملکرد این محصول در هکتار باشیم به گونه ای که با بازدیدها و پیش بینی کارشناسان میزان عملکرد کلزا در هکتار به بیش از ۶ تن می رسد. تاکنون ۱۴۰ هزار تن تولید شده و بیش از ۷۵ درصد پول کلزا کاران پرداخت شده است. کیفیت دانه ها و عملکرد مزارع بازدید شده بسیار خوب بوده به گونه ای که در اکثر مزارع کشور حدود پنج تا شش تن در هکتار عملکرد گزارش شده است.

«دریافت ۷۲ ساعته پول» تجربه شیرین گندمکاران در بورس کالا

– پیش بینی کارشناسان از اجرای طرح قیمت تضمینی گندم

به نقل از روزنامه دنیای اقتصاد : براساس مصوبه هیات وزیران و ابلاغ آن از سوی معاون اول رئیس جمهوری، امسال سیاست قیمت تضمینی گندم به جای خرید تضمینی در چهار استان اجرایی می شود که کارشناسان عملیاتی شدن این طرح از طریق بورس کالای ایران را مورد بررسی قرار داده اند. به گزارش سنا؛ حسن رضایی پور، کارشناس ارشد بخش کشاورزی گفت: دولت از سال های دور برای تشویق تولیدکنندگان به کشت گندم، خرید این کالا را مانند دیگر کالاهای مورد حمایت تضمین می کند.

وی افزود: این کالای استراتژیک به جهت میزان تولید و وسعت سطح زیر کشت اهمیت زیادی برای اقتصاد کشاورزی داشته و در راستای کسب رضایت حداکثری تولیدکنندگان و بهینه کردن حمایت هرچه بهتر دولت از کشاورزان تصمیم بر اجرای آزمایشی طرح قیمت تضمینی در چهار استان کشور از طریق بورس کالا گرفته شد. این کارشناس بازار به چهار عامل لزوم اجرای طرح قیمت تضمینی گندم با همکاری نهادهای مرتبط اشاره کرد و گفت: نخست اینکه ماده ۲ آیین نامه ماده ۳۳ قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی دارای ۴ تبصره است که تبصره ۳ و ۴ اشاره به عدم موازی‌کاری در اجرای خرید تضمینی و قیمت تضمینی به صورت همزمان است. رضایی‌پور درخصوص عامل دوم گفت: از آنجا که متولی خرید تضمینی تاکنون شرکت بازرگانی دولتی ایران بوده و قیمت تضمینی و مکانیزم گواهی سپرده کالایی گندم با مشارکت بورس کالا تاکنون انجام نشده است، بدیهی است قبل از اجرای همگانی طرح به صورت پایلوت برای رفع مشکلات احتمالی و آماده کردن بسترهای موردنیاز و تعریف سازوکارهای مناسب باید طرح در اندازه‌های کوچک‌تر اجرا می‌شد که در این زمینه چهار استان انتخاب شدند.

وی با ابراز تعجب از مطرح شدن بحث غیرقانونی بودن عرضه گندم در بورس، اظهار کرد: در صورت برداشت از غیرقانونی بودن طرح قیمت تضمینی با استناد به تبصره سوم ماده ۳ می‌توان با استناد به تبصره ۴ همین ماده غیرقانونی بودن خرید تضمینی (سیستم سنتی) را استنباط کرد. در اکثر نظرسنجی‌های انجام شده در مورد ذرت و جو که در سال گذشته در سراسر کشور این محصول از طریق بورس کالا مستقیماً به بازار مصرف عرضه شد، به دلیل دریافت حدود ۷۰ درصد وجه کالا در کمتر از ۷۲ ساعت، رضایت کشاورزان ملموس بود. تاخیر پرداخت مابه‌التفاوت (حدود ۲۰ درصد ارزش کالا (باید از سوی دولت انجام می‌شد که بنابه دلایل مشخص کمی با تاخیر مواجه شد. از طرفی خریداران این محصول نیز به دلیل حذف واسطه‌ها و انجام خرید مستقیم رضایت بیشتری را نسبت به سیستم حواله‌ای و مزایده‌ای سابق ابراز داشتند. رضایی‌پور در پایان گفت: امسال نیز گندمکارانی که محصولاتشان را از طریق بورس کالا به فروش برسانند، طعم دریافت ۷۲ ساعته عمده پولشان را خواهند چشید.

مقاومتی طبیعی در مقابل تغییر

سید محمود حسینی‌پور، کارشناس بازار کشاورزی نیز در این باره گفت: طبق ماده ۳۳ قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی عرضه محصولات کشاورزی در بورس کالا براساس قانون بوده و موجب افزایش بهره‌وری شده و منافع فراوانی برای دولت و کشاورزان داشته است. این کارشناس بازار با بیان اینکه به‌طور طبیعی در اوایل راه‌اندازی هر طرح جدیدی، مشکلاتی بروز می‌کند که به مرور با آگاهی دست‌اندرکاران مرتفع می‌شود که اجرای آزمایشی قیمت تضمینی گندم در چند استان و عرضه تدریجی کالاها همگی در همین راستا هستند. حسینی‌پور با تأکید بر اینکه وجوه محصولات کشاورزانی که در بورس کالا معامله می‌شود، ظرف کمتر از ۷۲ ساعت به حسابشان واریز می‌شود، گفت: امسال هم گندمکاران این اتفاق شیرین را تجربه خواهند کرد که حدود دو سوم پولشان را سه روزه از بورس دریافت می‌کنند. همچنین مابقی وجوه کشاورزان یعنی اختلاف قیمت تضمینی دولت با نرخ تابلوی بورس، باید در اسرع وقت از سوی دولت پرداخت شود تا طرح قیمت تضمینی گندم با رضایت کامل گندمکاران اجرایی شود. این کارشناس به معاملات جو در بورس کالا اشاره کرد و گفت: قیمت رقابتی جو نیز با آگاهی بیشتر خریداران و انجام معاملات مشتقه رو به افزایش و قیمت تعادلی خواهد گذاشت. وی در پایان اظهار کرد: مساله مهم فعلی درخصوص اجرای

سیاست قیمت تضمینی به جای خرید تضمینی، مقاومت برخی افراد در به کارگیری ابزارهای جدید است که بررسی تاریخی اجرای همه پروژه‌های جدید در بستری سنتی، نشان‌دهنده همین موضوع است که این مقاومت در اوایل شروع به کار بسیاری از محصولات نیز دیده می‌شود ولی به تدریج با روشن شدن مزایای فراوان طرح و استفاده از مکانیزم‌های شفاف بورس، فعالان بازار جذب آن خواهند شد.

اختصاص ۹ هزار میلیارد ریال تسهیلات به خرید تضمینی محصولات کشاورزی

به نقل از روزنامه دنیای اقتصاد : هیات وزیران با اختصاص ۹ هزار میلیارد ریال تسهیلات بانکی برای خرید تضمینی محصولات کشاورزی موافقت کرد. به گزارش «ایرنا» این تصمیم به پیشنهاد وزارت جهاد کشاورزی در جلسه ۳۱ خرداد هیات دولت به تصویب رسیده و اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس‌جمهوری چهارم تیر برای اجرا به دستگاه‌های اجرایی مربوطه ابلاغ کرده است. براساس این تصویب‌نامه، بانک مرکزی موظف است در اجرای تبصره (۵) ماده واحده قانون تضمین خرید محصولات اساسی کشاورزی - مصوب ۱۳۶۸ - مبلغ ۹ هزار میلیارد ریال تسهیلات از طریق بانک‌های عامل برای خرید تضمینی و توافقی محصولات کشاورزی در اختیار سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران قرار دهد.

همچنین سازمان برنامه و بودجه کشور موظف است نسبت به تضمین اصل و سود تسهیلات اقدام کند. تضمین دولت نافی وظایف بانک‌ها برای وصول مطالبات ناشی از اعطای تسهیلات نیست و سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران موظف است نسبت به بازپرداخت به موقع تسهیلات در سررسید مقرر از محل فروش محصولات خریداری شده و ضرر و زیان دریافتی اقدام کند. این مصوبه به استناد ماده (۳۶) قانون الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۲) مصوب ۱۳۹۳ در دولت تهیه و تصویب شده است. براساس ماده ۳۶ این قانون، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مکلف است در قالب ایجاد خط اعتباری مستقل از طریق بانک عامل، تسهیلات لازم را برای خرید گندم و محصولات اساسی و استراتژیک کشاورزی تولید داخلی به میزان اعتباری که با پیشنهاد وزارت جهاد کشاورزی و تصویب هیأت وزیران تعیین می‌شود، قبل از شروع فصل برداشت در اختیار مباحثان و کارگزاران (خریداران بخش‌های خصوصی و تعاونی) معرفی شده از سوی وزارت جهاد کشاورزی قرار دهد.

مباحثان و کارگزاران موظفند تسهیلات مذکور را در موعد مقرر بازپرداخت کنند. قیمت خرید محصولات کشاورزی مشمول قانون خرید تضمینی با در نظر گرفتن قیمت تمام‌شده اعم از هزینه‌های تولید هر محصول و سود متعارف و معقول همه ساله از سوی شورای اقتصاد تعیین و برای اجرا ابلاغ می‌شود.