

# پیام میدکو

روابط عمومی و امور بین الملل میدکو



شرکت گسترش و نوسازی معادن خاورمیانه

معرفی مجتمع مس چاه موسی



شماره ۳۵

شنبه ۲۸ اردیبهشت ماه ۱۳۹۸



## شرح فرآیند تولید در مجتمع مس چاه موسی



### موقعیت کارخانه

مجتمع مس چاه موسی یکی از پروژه های شرکت گسترش و نو سازی معادن خاورمیانه از زیرمجموعه های هلدینگ میدکو است که در استان سمنان، ۱۶۲ کیلومتری جنوب شرق دامغان ۱۲۵ کیلومتری جنوب غربی شهر ستان شاهرود و در ۱۳ کیلومتری شمال غرب روستای طرود واقع شده است و با ظرفیت تولید ۵۰۰ تن کاتد مس در سال در حال فعالیت می باشد. این منطقه در کمربند ولکانیکی چاه شیرین طرود در حاشیه شمالی زون ایران مرکزی واقع شده است و به لحاظ تقسیمات نقشه های زمین شناسی، در نقشه های زمین شناسی ۱۰۱۹۷۷۷۷ طرود و ۱۰۱۷۷۷۷۷ معلمان واقع شده است.

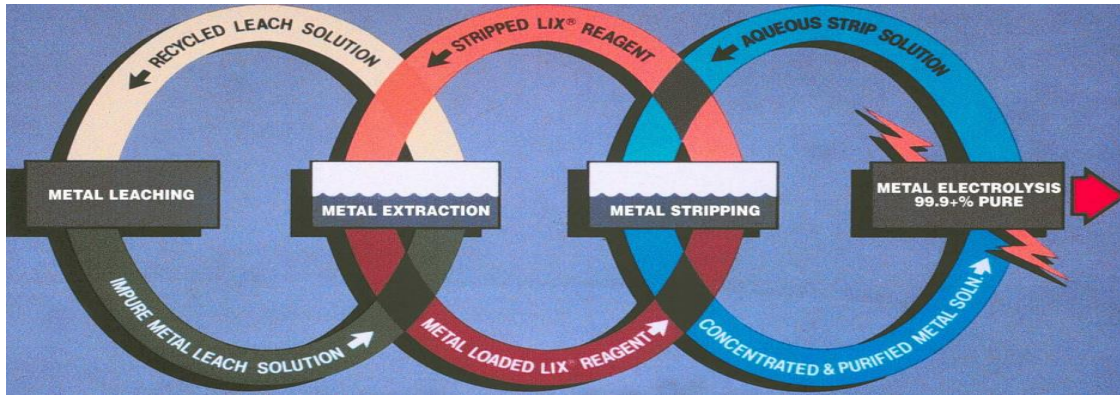
### تاریخ شروع تاسیس

پروژه احداث این کارخانه در فروردین سال ۱۳۸۹ شروع شده است.

### فرآیندهای اصلی کارخانه

با توجه به اینکه معدن مس چاه موسی از نوع مس اکسیدی می باشد، در این کارخانه از روش هیدرومتالورژی برای فرآوری سنگ مس استخراجی، استفاده می شود. فرآیند هیدرومتالورژی شامل سه بخش لیچینگ، استخراج با حلال و الکتروپینینگ می باشد. در بخش لیچینگ سنگ های دانه بندی شده در واحد خردایش، بر روی بستر هیپ شارژ شده و محلول اسیدی (اسید سولفوریک)، از طریق

لوله‌های دریپردار بر روی آن پاشش می‌شود و پس از نفوذ در داخل هیپ، مس موجود در سنگ‌ها حل شده و وارد محلول می‌شود. محلول حاصل از این مرحله به بخش استخراج با حلال پمپ می‌شود و فرآیند تخلیص و تغلیظ بر روی آن صورت می‌گیرد. سپس محلول تغلیظ شده به بخش الکترووینینگ فرستاده می‌شود و در آنجا بوسیله جریان برق، یون‌های مس موجود در محلول بر روی صفحات کاتدی رسوب می‌کند و در نهایت ورق‌های مسی با خلوص ۹۹/۹۹۵٪ تولید می‌شود.



تکنولوژی مورد استفاده

تکنولوژی این کارخانه شامل استخراج با حلال (Solvent Extraction) و الکترووینینگ (Electrowinning) است. تجهیزات به کار رفته در تکنولوژی استخراج با حلال میکسر ستلر و تجهیزات مورد استفاده در الکترووینینگ شامل سلول‌های الکترووینینگ (آند و کاتد) و رکتیفایر است.

کشور سازنده تکنولوژی

تکنولوژی و تجهیزات به کار رفته در کارخانه ساخت کشور چین می‌باشد.

مواد اولیه مصرفی

مواد اولیه مصرفی در جدول زیر آورده شده است.

مقدار مصرف	نوع ماده اولیه
۹۵۰۰ تن با عیار ۰/۷٪	سنگ اکسیدی دانه بندی شده
۵۵۱۰ تن	اسید سولفوریک
۲۰۷۶۰ متر مکعب	آب
۲۴۵۰ کیلوگرم	استخراج کننده
۱۲۴ متر مکعب	نفت
۱۶۵ کیلوگرم	سولفات کبالت
۲۱۷۰ کیلوگرم	سولفات آهن
۱۰۰ کیلوگرم	گوآر

### محصولات نهایی و تناژ

محصول نهایی کارخانه مس کاتدی است، که با ظرفیت نامی ۵۰۰ تن در سال با عیار ۹۹/۹۹۵٪ در حال تولید است.

کاربرد محصولات در زنجیره فولاد

در تهیه فولاد کربنی (حداکثر مقدار مورد استفاده ۰/۰۶٪) و فولاد آلیاژی (نیکل، کروم، مولیبدن، منگنز، سیلیکون و مس از مهمترین عناصر آلیاژی بکار رفته در تولید فولاد آلیاژی هستند) از مس استفاده می‌شود.

### کاربرد مس در سایر صنایع

مهمترین موارد مصرف فلز مس به ترتیب اهمیت عبارتند از:

صنایع برق و الکترونیک، صنایع ساختمانی، صنایع کالاهای مصرفی، صنایع تولید ماشین آلات صنعتی، صنعت حمل و نقل و صنایع نظامی.

لازم به ذکر است که ورقه‌های کاتدی بیشتر در کوره‌های ذوب مورد استفاده قرار می‌گیرد و سپس از مذاب آن برای تولید لوله مسی، پروفیل مس، سیم مسی، و ... استفاده می‌شود.

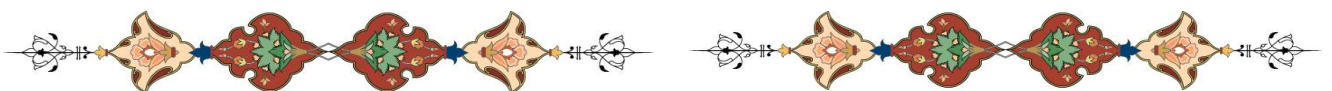
میزان مصرف مس در صنایع مختلف در جدول زیر آورده شده است.

نوع مصرف	درصد مصرف مس	درص عیار مورد نیاز
صنایع الکترونیک	۵۰-۶۱	۹۹/۹۹
صنایع ساختمانی	۱۶-۲۱	۹۹/۹۹
ماشین آلات	۹-۱۴	۹۹/۶
حمل و نقل	۵-۱۰	۹۹/۷۵
صنایع نظامی	۱-۴	۹۹/۹۹
سایر مصارف	۳-۵	۸۰-۹۹/۹۹

### حدود مصرف در داخل کشور

جدول زیر جایگاه ایران در مصرف مس پالایش شده در سال ۲۰۱۷ را نمایش می‌دهد.

مصرف	هزار تن مس محتوی			آسیا		دنیا	
	دنیا	آسیا	ایران	رتبه	درصد	رتبه	درصد
مصرف مس پالایش شده	۲۲،۸۲۰	۱۶،۳۵۳	۱۳۴	۱۳	۰،۸	۲۴	۰،۶



دکتر سعید فیلسوفیان: مدیر روابط عمومی و امور بین الملل میدکو

## روابط عمومی و اخلاق مداری

ذی اثران خود دارند؟ اگر پاسخ این سوال مثبت می باشد نقش روابط عمومی به عنوان یکی از ارکان سازمان غیر قابل انکار می باشد.

روابط عمومی نحوه صحیح مدیریت چرخه اطلاعات، بین یک سازمان با عموم مردم را شکل می دهد و رابطی است میان یک سازمان و مخاطبان آن، امروزه به دلیل سرعت گسترش پارامترهای مدرن و تحولات مداوم فن آوری، رسانه های اجتماعی، ارتباطات، نیاز به داشتن روابط عمومی آن هم روابط عمومی ای که مدام در حال تغییر و بروز شدن می باشد بیش از پیش احساس می شود، با شکل گیری شبکه های اجتماعی و نزدیک شدن دنیا به یک دهکده جهانی روز به روز شاهد تغییر در سلیق و علایق و نیازها و خواسته های افراد هستیم و در این میان برای حفظ روابط میان سازمانها و عموم و ایجاد اعتماد در میان مردم، روابط عمومی یک عنصر حیاتی است و می تواند برای ساختن روابط تفاهم آمیز با کارکنان، مشتریان، سرمایه گذاران، رأی دهندگان و عموم مردم به کار رود. تقریباً هر سازمانی که با افکار عمومی سروکار دارد و نیازمند آرایه ی تصویر روشنی از خود نزد آن است، گونه ای از روابط عمومی را به خدمت می گیرد.

کارکرد روابط عمومی یک عملکرد اخلاقی است و بین روابط عمومی و اخلاق یک رابطه نزدیک و تنگاتنگ وجود دارد و رعایت و پایبندی به اصول اخلاقی یکی از ویژگی های بارز روابط عمومی است و به دنبال همین موضوع باید نقش گسترده تری را برای اخلاق در روابط عمومی متصور شویم اخلاق در روابط عمومی از اهمیت زیادی برخوردار است چرا که اطلاع رسانی درست به مردم و مدیران سازمان و بیان واقعیت ها از عوامل موثر در تصمیم گیری و تصمیمات صحیح مقدمه رشد جامعه است.

اخلاق، شخصیت، مسوولیت، اعتماد، شفافیت و مسوولیت اجتماعی در حال حاضر مهمترین موضوعاتی هستند که اهداف اصلی روابط عمومی را شکل می دهند.



دنیای ما دنیای سازمانها هست و گرداننده اصلی این گردونه انسانها هستند آنانند که به کالبد سازمان ها جان می بخشد و تحقق هدفها را میسر می سازند، بدون انسان سازمان بی معنی است و مدیریت امری موهوم. امروزه اخلاق حرفه ای یکی از مسایل اساسی همه جوامع بشری و از جمله سازمان ها می باشد.

اخلاق، عبارت است از قواعد ارزشی و هنجاری یک جامعه که در رفتار افراد آن انعکاس می یابد. اینکه چگونه اصول اخلاقی را بر موارد خاص اعمال کنیم، همان اخلاق کاربردی است که شامل اخلاق اقتصادی، اخلاق پزشکی، اخلاق محیط زیست، اخلاق در سازمان و مدیریت و اخلاق در روابط عمومی می باشد.

حال یک سوال فراگیر در رابطه با اخلاق کسب و کار این است که آیا کسب و کارها، تعهد و الزامی به عنوان یک عامل اخلاقی در ارتباط با



ایجاد شخصیت اخلاقی و رفتار مسوولانه از وظایف روابط عمومی است تا بتواند اعتماد ذی نفعان و مردم را نسبت به آنچه به منافع مشترک هر دو مربوط می‌شود را بدست بیاورد، رعایت اخلاق در روابط عمومی باعث انسجام می‌شود و به سازمانها این اجازه را می‌دهد که برای شناخت انتظارات، گفتگو با ذی اثران، حل مشکلات و ایجاد روابط بلند مدت راحت‌تر اقدام کنند.

امروزه اخلاق و صداقت در روابط عمومی، توصیه به اخلاق و یکپارچگی در اقدامات به عنوان یک جز از مدیریت عالی روابط عمومی و ادبیات مدیریت ارتباط با تمرکز بر ویژگی‌های ارتباطی از صفات عالی و متغیرهای رابطه‌ی سازمانی شناخته می‌شود که اکثر آنها سازه‌ها و زیرساخت‌های اخلاقی است. اعتماد، رضایت، تعهد، احترام، مسوولیت پذیری و فرهنگ، همه و همه در اخلاق ریشه دارد و اخلاق مداری به رابطه‌ای تبدیل شده برای به وجود آمدن اعتماد متقابل بین مردم و سازمانها.

روابط عمومی در مسایل کلیدی ظرفیت پاسخگویی به چالشهای اساسی اجتماعی، زیست‌محیطی، سیاسی و فرهنگی را دارد و یک حس قوی از اخلاق و نحوه‌ی اخلاقی رسیدن به تصمیمات می‌تواند چشم انداز حرفه‌ای حرفه روابط عمومی را ارتقا دهد و روابط عمومی امروزه فرصتی است برای احیای ارزشهای اخلاقی کم رنگ شده؛ باید در اینجا خاطر نشان ساخت که روابط عمومی در یک سازمان آژانس تبلیغاتی آن سازمان نیست و باید اخبار و اطلاعاتی را ارائه دهد که درست و صحیح باشد روابط عمومی سازمان می‌تواند با عملکرد و نظرسنجی مناسب تعامل سازنده و مفید درون سازمانی و برون سازمانی را ایجاد کرده و آن را به نحو احسن تفسیر و تبیین کند.

اصل اعتماد سازی نخستین و مهمترین اصل روابط عمومی به شمار می‌رود که باید اساس فعالیت‌های روابط عمومی قرارگیرد. روابط عمومی به عنوان ترجمان عقل یک سازمان باید انتقال دهنده دیدگاه و نظرات گروه‌های هدف و مخاطب به سازمان و ترجمان دیدگاه‌ها و نظرات سازمان به مخاطبان باشد. کنترل جریان‌ها و رفتارهای علیه سازمان و جهت دهی مثبت به آنها از وظایف مهم روابط عمومی است، روابط عمومی سازمان می‌تواند با عملکرد و نظرسنجی مناسب تعامل سازنده و

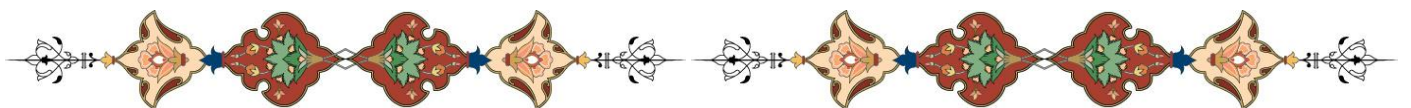
مفید درون سازمانی و برون سازمانی را ایجاد کرده و آن را به نحو احسن تفسیر و تبیین کند. با تاکید بر لزوم بررسی مؤلفه‌های تاثیرگذار بر روابط عمومی، تقویت نقاط قوت و پوشش نقاط ضعف با نگاه استراتژیک، روابط عمومی سازمان باید راهکارهای عملی برای تحقق اهداف سازمان را ترسیم کند. در جهت تقویت روابط عمومی باید شبکه داخلی اطلاع رسانی خبرگزاری‌ها را فعال کرد چنانچه روابط عمومی‌ها روابط استراتژیک و ارگانیک داشته باشند می‌توانند درپیشبرد اهداف سازمان‌ها گام‌های مؤثری بردارند. همچنین بر اصل علم محوری و پژوهش محوری و اصل مدیریت زمان در روابط عمومی باید تأکید کرد و اگر فعالیت‌های روابط عمومی بر اساس شناخت جایگاه سازمان در افکار مخاطبان، تقویت ارتباط با افراد، نهادها و رسانه‌های گروهی، مساعدت به سازمان در وصول به اهداف، نفوذ در افکار عمومی و تغییر شناختها، مساعدت به ارتقای اندیشه‌های انقلابی را از اهداف مهم فعالیت روابط عمومی می‌توان برشمرد و با اشاره به نقاط ضعف حاکم بر فعالیت روابط عمومی سازمان‌ها و شناخت محدود برخی از مسؤولان از نقش روابط عمومی در سازمان، عدم شناخت و آگاهی از روند تغییر و تحول رویکردهای اجتماعی، عدم وجود مراکز تحقیقاتی و علمی جهت پشتیبانی نظری و علمی از روابط عمومی از مهمترین مشکلاتی است که باید راهکارهای علمی و عملی برای رفع آنها ارائه کرد. راه اندازی روابط عمومی الکترونیک، راه اندازی اتاق خبر و خبرنامه سازمان، راه اندازی ارتباطات گویای سازمان و مجله الکترونیک، راه اندازی مرکز مانیتورینگ و شبکه اطلاع رسانی به کارکنان سازمان از جمله مواردی هستند که در ارتقای فعالیت روابط عمومی نقش بسزایی خواهند داشت. روابط عمومی در معرفی سازمان و تشکیلات و هموار کردن راه‌های طی نشده نقش بسزایی بر عهده دارد و زمانی که روابط عمومی یک سازمان به شکل موفق عمل کند آن سازمان در دستیابی به اهداف مورد نظر موفق خواهد بود و روابط عمومی یک سازمان باید از هر فرصتی برای تقویت نقاط قوت و پوشش نقاط ضعف استفاده کند و روابط عمومی‌ها به دلیل پوشش دهی قشر عظیمی از مخاطبان مسوولیت سنگینی را بر دوش دارند باید نحوه تعامل و ارتباط با مغزهای بالقوه و بالفعل مخاطبان بخصوص جوانان را طبق اصول و به شکل برنامه ریزی شده صورت داده تا در راستای اهداف کشور فعالیت کنند که این تعامل و ارتباط باید به شکل سازنده و توسط روابط عمومی محقق شود.

روابط عمومی در مسایل کلیدی ظرفیت پاسخگویی به چالشهای اساسی اجتماعی، زیست‌محیطی، سیاسی و فرهنگی را دارد و یک حس قوی از اخلاق و نحوه‌ی اخلاقی رسیدن به تصمیمات می‌تواند چشم انداز حرفه‌ای حرفه روابط عمومی را ارتقا دهد و روابط عمومی امروزه فرصتی است برای احیای ارزشهای اخلاقی کم رنگ شده؛ باید در اینجا خاطر نشان ساخت که روابط عمومی در یک سازمان آژانس تبلیغاتی آن سازمان نیست و باید اخبار و اطلاعاتی را ارائه دهد که درست و صحیح باشد روابط عمومی سازمان می‌تواند با عملکرد و نظرسنجی مناسب تعامل سازنده و مفید درون سازمانی و برون سازمانی را ایجاد کرده و آن را به نحو احسن تفسیر و تبیین کند.

اصل اعتماد سازی نخستین و مهمترین اصل روابط عمومی به شمار می‌رود که باید اساس فعالیت‌های روابط عمومی قرارگیرد. روابط عمومی به عنوان ترجمان عقل یک سازمان باید انتقال دهنده دیدگاه و نظرات گروه‌های هدف و مخاطب به سازمان و ترجمان دیدگاه‌ها و نظرات سازمان به مخاطبان باشد. کنترل جریان‌ها و رفتارهای علیه سازمان و جهت دهی مثبت به آنها از وظایف مهم روابط عمومی است، روابط عمومی سازمان می‌تواند با عملکرد و نظرسنجی مناسب تعامل سازنده و

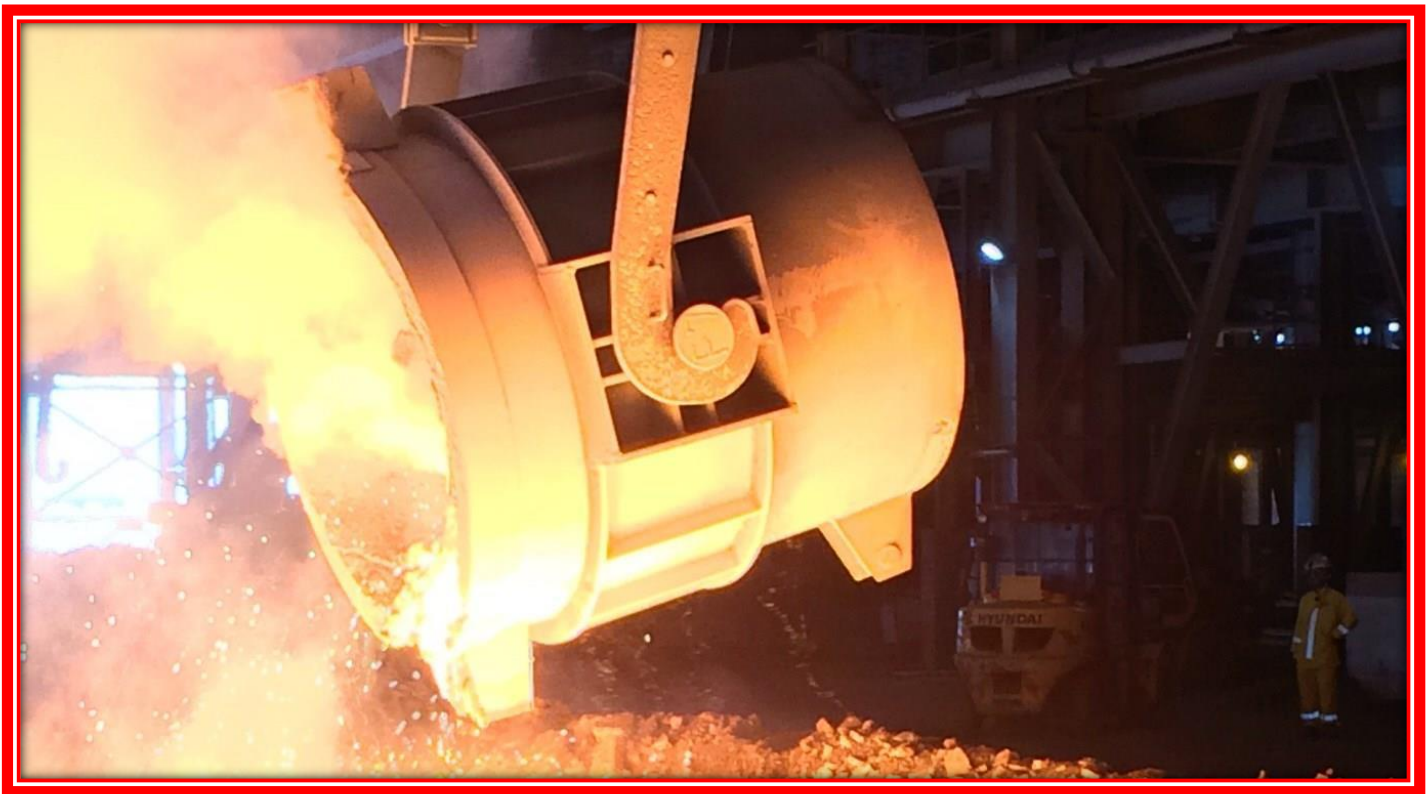
مفید درون سازمانی و برون سازمانی را ایجاد کرده و آن را به نحو احسن تفسیر و تبیین کند. با تاکید بر لزوم بررسی مؤلفه‌های تاثیرگذار بر روابط عمومی، تقویت نقاط قوت و پوشش نقاط ضعف با نگاه استراتژیک، روابط عمومی سازمان باید راهکارهای عملی برای تحقق اهداف سازمان را ترسیم کند. در جهت تقویت روابط عمومی باید شبکه داخلی اطلاع رسانی خبرگزاری‌ها را فعال کرد چنانچه روابط عمومی‌ها روابط استراتژیک و ارگانیک داشته باشند می‌توانند درپیشبرد اهداف سازمان‌ها گام‌های مؤثری بردارند. همچنین بر اصل علم محوری و پژوهش محوری و اصل مدیریت زمان در روابط عمومی باید تأکید کرد و اگر فعالیت‌های روابط عمومی بر اساس شناخت جایگاه سازمان در افکار مخاطبان، تقویت ارتباط با افراد، نهادها و رسانه‌های گروهی، مساعدت به سازمان در وصول به اهداف، نفوذ در افکار عمومی و تغییر شناختها، مساعدت به ارتقای اندیشه‌های انقلابی را از اهداف مهم فعالیت روابط عمومی می‌توان برشمرد و با اشاره به نقاط ضعف حاکم بر فعالیت روابط عمومی سازمان‌ها و شناخت محدود برخی از مسؤولان از نقش روابط عمومی در سازمان، عدم شناخت و آگاهی از روند تغییر و تحول رویکردهای اجتماعی، عدم وجود مراکز تحقیقاتی و علمی جهت پشتیبانی نظری و علمی از روابط عمومی از مهمترین مشکلاتی است که باید راهکارهای علمی و عملی برای رفع آنها ارائه کرد. راه اندازی روابط عمومی الکترونیک، راه اندازی اتاق خبر و خبرنامه سازمان، راه اندازی ارتباطات گویای سازمان و مجله الکترونیک، راه اندازی مرکز مانیتورینگ و شبکه اطلاع رسانی به کارکنان سازمان از جمله مواردی هستند که در ارتقای فعالیت روابط عمومی نقش بسزایی خواهند داشت. روابط عمومی در معرفی سازمان و تشکیلات و هموار کردن راه‌های طی نشده نقش بسزایی بر عهده دارد و زمانی که روابط عمومی یک سازمان به شکل موفق عمل کند آن سازمان در دستیابی به اهداف مورد نظر موفق خواهد بود و روابط عمومی یک سازمان باید از هر فرصتی برای تقویت نقاط قوت و پوشش نقاط ضعف استفاده کند و روابط عمومی‌ها به دلیل پوشش دهی قشر عظیمی از مخاطبان مسوولیت سنگینی را بر دوش دارند باید نحوه تعامل و ارتباط با مغزهای بالقوه و بالفعل مخاطبان بخصوص جوانان را طبق اصول و به شکل برنامه ریزی شده صورت داده تا در راستای اهداف کشور فعالیت کنند که این تعامل و ارتباط باید به شکل سازنده و توسط روابط عمومی محقق شود.

اصل اعتماد سازی نخستین و مهمترین اصل روابط عمومی به شمار می‌رود که باید اساس فعالیت‌های روابط عمومی قرارگیرد. روابط عمومی به عنوان ترجمان عقل یک سازمان باید انتقال دهنده دیدگاه و نظرات گروه‌های هدف و مخاطب به سازمان و ترجمان دیدگاه‌ها و نظرات سازمان به مخاطبان باشد. کنترل جریان‌ها و رفتارهای علیه سازمان و جهت دهی مثبت به آنها از وظایف مهم روابط عمومی است، روابط عمومی سازمان می‌تواند با عملکرد و نظرسنجی مناسب تعامل سازنده و



کاهش سطح تجارت فروآلیاژها با آغاز جنگ تجاری چین-آمریکا

هند سهم ۳۱ درصدی در صادرات جهانی فروسیلیکومنگنز دارد

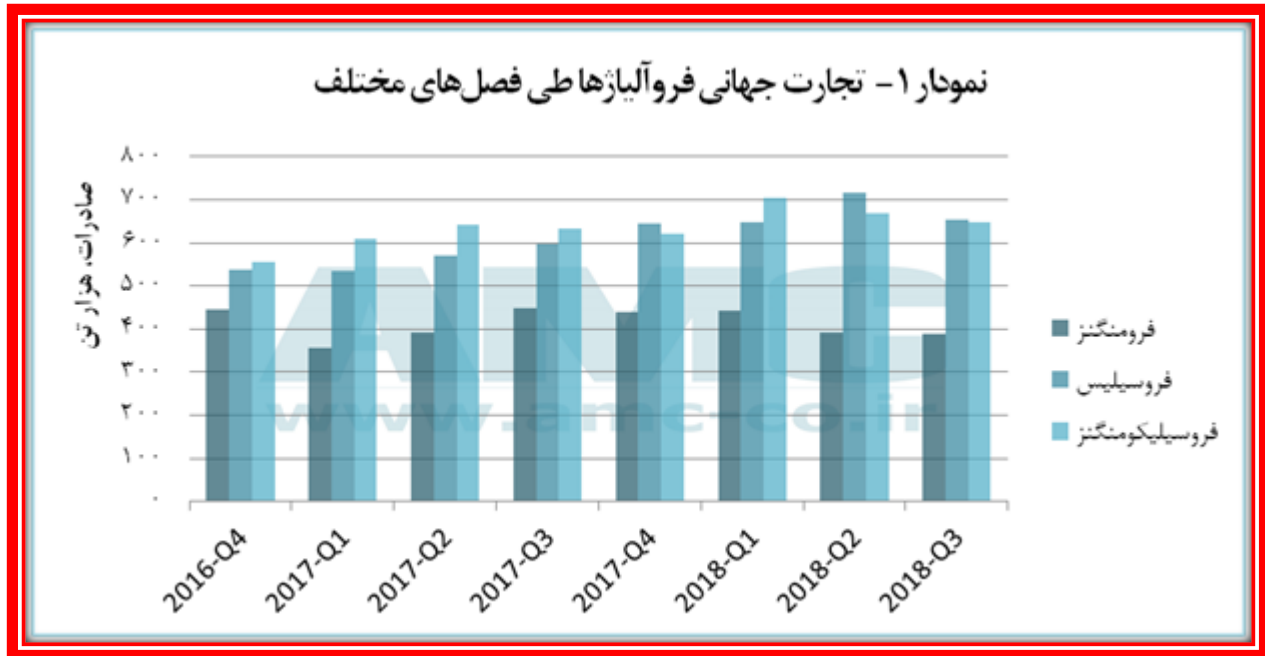


**اخبار فلزات:** مواد خام فولادسازی بخش مهمی از زنجیره تامین فولاد را تشکیل می‌دهند. فروآلیاژها از جمله مواد خام فولادسازی هستند که در ذوب و آلیاژسازی فولاد مورد استفاده قرار می‌گیرند. حجم صادرات این محصولات به ندرت به یک میلیون تن می‌رسد. چین به‌عنوان بزرگ‌ترین مصرف‌کننده و تولیدکننده محصولات فولادی دنیا در بازار این محصولات نیز نقش ویژه‌ای ایفا می‌کند. در سال ۲۰۱۸ و از ماه مارس با آغاز جنگ تجاری چین و آمریکا، همانند سایر محصولات فلزی و غیر فلزی، بازار صادرات فروآلیاژها نیز با کاهش روبه‌رو شد.

به گزارش «پایگاه خبری-تحلیلی فلزات آنلاین» فروآلیاژها یکی از مواد خام اساسی صنایع فولادسازی به حساب می‌آیند. فرومگنز با ۲ تعرفه تجاری در تجارت جهانی مطرح است که وجه تمایز این ۲ در کربن محتوی است؛ یکی حاوی بیشتر از ۲ درصد کربن و دیگری کمتر یا مساوی ۲ درصد است. همین موضوع در مورد فروسیلیس‌ها نیز صدق می‌کند، با این تفاوت که تمایز ۲ تعرفه تجاری در میزان محتوی سیلیسیوم (یکی بیش از ۵۵ درصد سیلیسیوم و دیگری کمتر یا مساوی ۵۵ درصد) است. مطالعه سالانه بازار فروآلیاژها در سال منتهی به زمستان ۲۰۱۸ نشان می‌دهد، حجم صادرات فروسیلیس، فرومگنز و فروسیلیکومگنز در ۳ ماهه ابتدایی سال ۲۰۱۸، نسبت به بازه زمانی مشابه سال پیش از آن ۱۴ درصد رشد داشت. تجارت فروآلیاژها به صورت دوره‌های ۳ ماهه (فصلی) طی پاییز ۲۰۱۶ تا تابستان ۲۰۱۸، در نمودار ۱ نمایش داده شده است. طبق نمودار



در بازه مورد مطالعه از ۳ ماهه پایانی سال ۲۰۱۷ تا ۳ ماهه سوم سال ۲۰۱۸، روند تجارت این فروآلیاژها متغیر و همواره بیشتر از ۱.۷ میلیون تن بود. بیشترین صادرات این محصولات در بازه مورد مطالعه، در زمستان ۲۰۱۸ با حجم حدود ۱.۸ میلیون تن گزارش شده است. همچنین مجموع صادرات فروسیلیس، فرومنگنز و فروسیلیکومنگنز در بازه مورد مطالعه نسبت به بازه مشابه پیشین ۹ درصد رشد داشت



هند در تجارت فرومنگنز و فروسیلیکومنگنز یکی از بزرگترین صادرکنندگان دنیا به حساب می‌آید، با این وجود در زمینه تجارت فروسیلیس به عنوان یک کشور صادرکننده مهم مطرح نیست. آفریقای جنوبی و کره جنوبی دیگر کشورهای مهم در زمینه صادرات فرومنگنز هستند. چین نیز به عنوان بزرگترین تولیدکننده و مصرف‌کننده محصولات فولادی دنیا در زمینه صادرات فروسیلیس رتبه اول دنیا را در اختیار دارد. کشورهای روسیه، هلند و نروژ نیز به عنوان نمایندگان اروپا در بازار صادرات جهانی فروسیلیس ایفای نقش می‌کنند. به طور میانگین در بازه نمایش داده شده در نمودار ۱، هند ۳۱ درصد صادرات جهانی فروسیلیکومنگنز را به خود اختصاص داده است و دیگر کشورهای مطرح در این زمینه گرجستان، نروژ و هلند هستند. آمریکا به عنوان بزرگترین واردکننده فروسیلیکومنگنز دنیا، واردات این محصول را در ۳ ماهه دوم سال ۲۰۱۷ نسبت به ۳ ماهه نخست ۲۰۱۷، حدود ۳۶ درصد افزایش داد که موجب افزایش سطح تجارت فروسیلیکومنگنز جهانی در این فاصله زمانی شد. مالزی نیز در صادرات تمامی محصولات مورد مطالعه همواره بین ۵ کشور نخست با بیشترین حجم صادرات قرار داشته است.

گفتنی است طی بازه زمانی پاییز ۲۰۱۷ تا بهار ۲۰۱۸ روند صعودی صادرات فروسیلیس چین به عنوان بزرگترین صادرکننده فروسیلیس دنیا موجب رشد صادرات جهانی این محصول شد ولی با آغاز جنگ تجاری آمریکا و چین صادرات فروسیلیس این کشور کاهش یافت که تنزل حجم صادرات جهانی در ۳ ماهه سوم ۲۰۱۸ نسبت به دوره زمانی ۳ ماهه پیش از آن در نمودار ۱ مشاهده می‌شود.





## نمای کلی بازار

شرح	۱۸ اردیبهشت	۲۵ اردیبهشت	اختلاف	درصد
شاخص کل	۲۱۱,۳۴۴	۲۱۱,۰۱۸	(۳۲۶)	-۰.۱۵%
شاخص صنعت	۱۸۹,۷۳۵	۱۸۹,۵۶۷	(۱۶۸)	-۰.۰۹%
شاخص ۵ شرکت هائتر	۸,۸۴۷	۸,۷۳۷	(۱۱۰)	-۱.۲۴%
شاخص ۳۰ شرکت بزرگ	۱۰,۱۳۶	۹,۸۹۴	(۲۴۲)	-۲.۳۸%
شاخص کلزات اساسی	۱۵۴,۴۸۱	۱۵۲,۵۲۳	(۱,۹۵۸)	-۱.۲۷%
شاخص کانه مای کلزی	۶۴,۶۸۲	۶۲,۰۶۶	(۲,۶۱۶)	-۴.۰۴%
شاخص فرابورس	۲,۶۰۶	۲,۵۸۳	(۲۳)	-۰.۸۵%
ارزش بازار بورس (میلیارد ریال)	۸,۱۱۱,۳۵۲	۸,۰۸۵,۵۴۴	(۲۵,۷۸۸)	-۰.۳۲%
ارزش بازار فرابورس (میلیارد ریال)	۱,۵۰۵,۸۳۲	۱,۴۵۷,۸۷۰	(۴۷,۹۶۲)	-۳.۱۹%
ارزش کل بازار (میلیارد ریال)	۹,۶۱۷,۱۸۳	۹,۵۴۳,۴۱۴	(۷۳,۷۶۹)	-۰.۷۷%

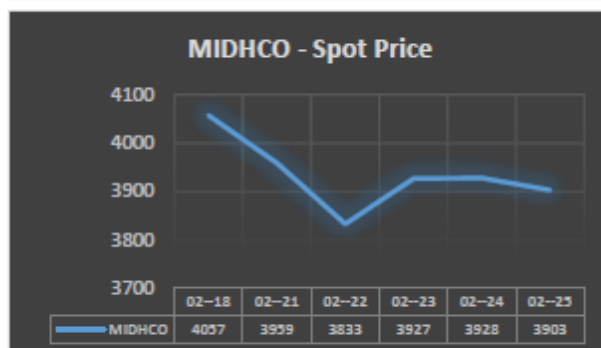
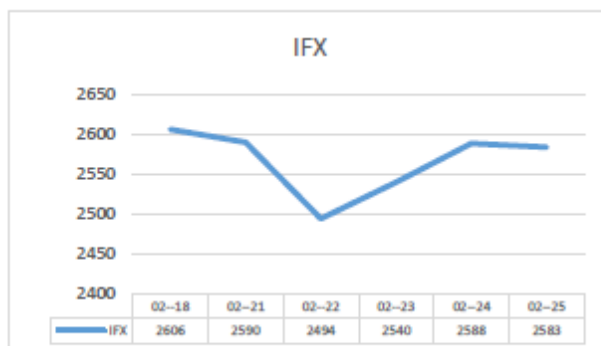
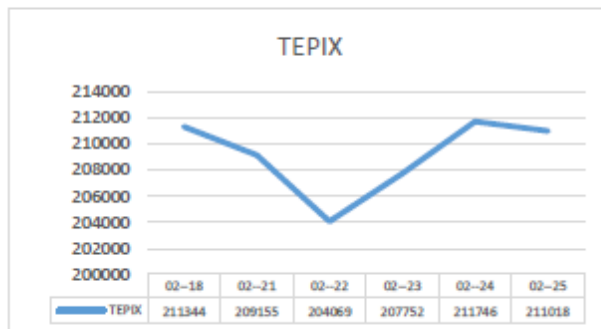
سایه ترس و تردید کاملاً بازار را احاطه نموده است. اگرچه از لحاظ متغیرهای اقتصادی بازار تا رسیدن به سقف قیمتی خود قاصه‌ی معناداری دارد، اما سایر عوامل سیاسی و به تازگی نظامی مسیر بازار را ناهموار می‌نماید. بازار پی از ریزش ابتدای هفته در میانه راه تغییر مسیر داد و با حرکت در روند مثبت بخشی از کاهش خود را جبران نمود. با توجه به منابع مالی وارد شده به بازار و بالا رفتن عدد ارزش روزانه معاملات اهالی بازار می‌بایست به کاهش و افزایش‌های چند هزار واحدی شاخص عادت کنند. برآیند معاملات این هفته را می‌توان در دو نکته خلاصه نمود. اول احتیاط بازار جهت مقابله با اتفاقات منفی احتمالی (که فشار عرضه‌ها را افزایش می‌دهد) و دوم سمت مخالف این دیدگاه که با توجه به تغییراتی که در مقیاس بازار و همچنین مفروضات اساسی سود و زیان شرکت‌ها ایجاد شده است، ریزشی را در میان مدت برای بازار پیش‌بینی نمی‌نماید (بخش تقاضا را تقویت می‌نماید). دو گروه مورد توجه بازار در این روزها گروه بانک و خودرو هستند. یکی به دلیل شایعات تسعیر ارز و دیگری به دلیل افزایش میزان و نرخ فروش محصولات مورد توجه بازار قرار گرفته و حجم پول قابل توجهی به نمادهای این دو گروه وارد شده است.

## تأثیرات جنگ تجاری چین و آمریکا بر اقتصاد جهان



جنگ تجاری نتیجه باقوه حمایت‌گرایی از تولیدات داخلی است. یک سری کشورها علیه کشوری که موانع تجاری مانند تعرفه و سهمیه اعمال می‌کند، اقداماتی تلافی‌جویانه انجام می‌دهند. این ماجرا می‌تواند یک رشته پاسخ‌های تلافی‌جویانه باشد که تنش‌های جهانی را تشدید می‌کند. کشوری با اعطای یارانه‌های دولتی به یک محصول موجب ارزان‌تر شدن آن نسبت به تولید سایر اعضا و یا یک عضو رقیب شود. آمریکا به دنبال اعمال سیاست حمایت‌گرایی از تولیدات داخلی، به اعمال تعرفه بالاتر بر واردات از چین پرداخت. یکی از شاخصه‌های حمایت‌گرایی یکجانبه اقتصادی، مداخله دولت در اقتصاد است که این موضوع دقیقاً در تضاد با اصول اقتصاد آزاد قرار دارد. تنش تجاری میان چین و آمریکا به عنوان دو اقتصاد بزرگ جهان از زمانی که ترامپ در سال ۲۰۱۷ به قدرت رسید، افزایش یافته است و اگرچه چین سهم کوچکی از واردات فولاد آمریکا را به خود اختصاص می‌دهد، اما

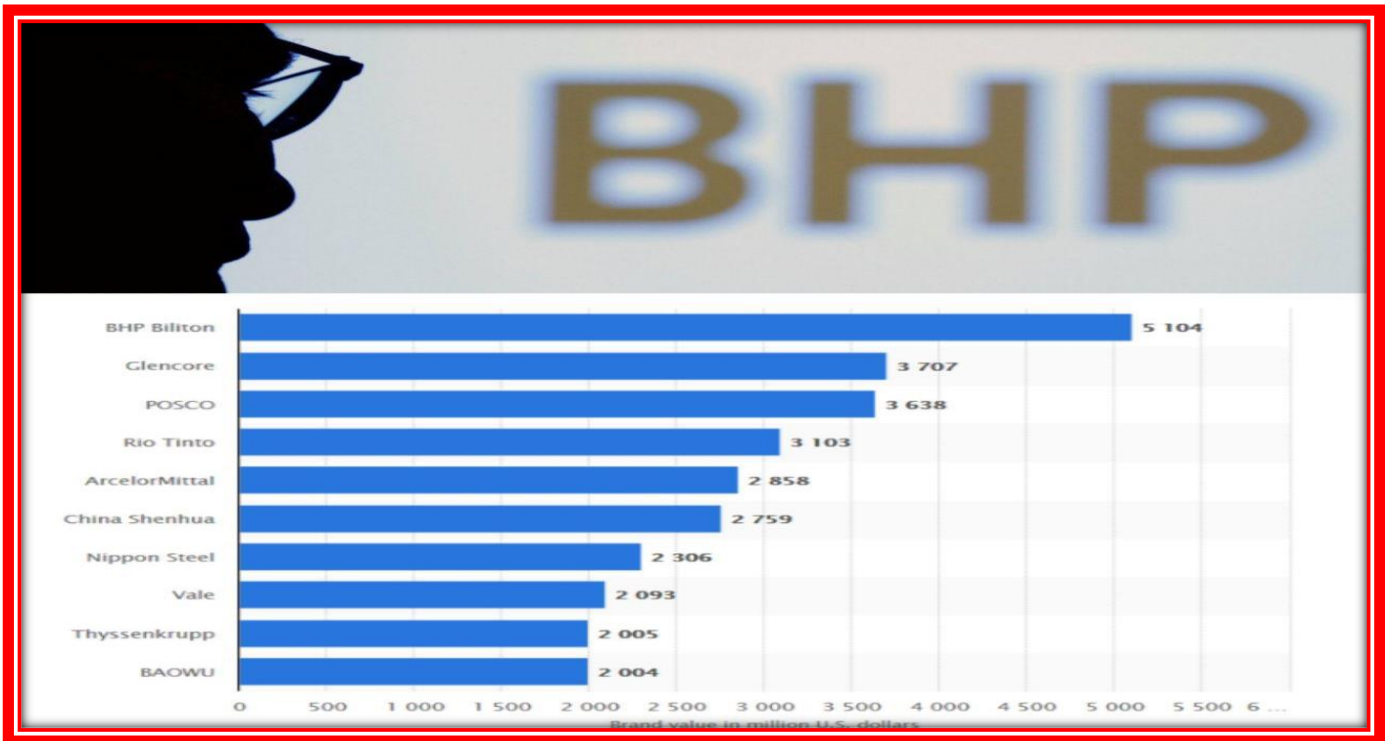
گسترش صنعت عظیم این کشور به اشباع جهانی بازار فولاد و تأثیرگذاری بر قیمت‌ها کمک کرده است. در این جنگ تجاری، زیان‌های سیاسی برای دولت ترامپ بیشتر از زیان‌هایی خواهد بود که به حزب کمونیست چین وارد خواهد شد. این امر حاصل تفاوت در ساختار سیاسی دو کشور است. این جنگ محدود به قلمرو اقتصادی دو کشور نخواهد بود. با توجه به هم‌تیدی اقتصاد بین‌الملل بی‌شک دیگر کشورها به ویژه غربی تحت تأثیر این جنگ قرار خواهند گرفت. در زمینه اقتصاد بین‌الملل چنانچه تنش‌های تجاری میان آمریکا و چین حل نشوند شاهد سقوط تجارت جهانی خواهیم بود؛ در نتیجه مقررات بین‌المللی که طی چندین سال کار ایجاد شده‌اند کارایی خود را از دست خواهند داد و اقتصاد جهانی دچار هرج و مرج خواهد شد و از همه مهم‌تر آمریکا امکان کسب درآمدهای هنگفت در بازار چین را از دست خواهد داد. چین نیز ناگزیر به پرداخت بهای سنگینی در تقابل تجاری با آمریکا خواهد بود. بدیهی است هر کدام از این رخدادها با برهم زدن تعادل اقتصاد جهانی دیگر کشورهای جهان را نیز به طور ناخواسته درگیر این جهگ خواهد نمود. تأثیرپذیری ایران از این اتفاقات با توجه به حجم بالای مرادوات اقتصادی ایران با کشور چین قابل توجه خواهد بود. چین اولین شریک تجارت خارجی ایران است و در دو زمینه‌ی صادرات انرژی و واردات کالا حجم بالایی از معاملات (حتی در دوره تحریم) بین دو کشور برقرار می‌باشد.



واحد سرمایه کلزی و تاسن مالی

سهم عوئجی

## معرفی یکی از بزرگترین شرکت های معدنی جهان بی اچ پی بیلیتون از زمان تاسیس تاکنون



به گزارش معدن نیوز، این شرکت تولیدکننده کامودیتی های مختلف از قبیل سنگ آهن، زغال سنگ متالورژیکی، مس و اورانیوم است. بخش های مختلف این شرکت عبارتند از نفت، مس، سنگ آهن و زغال سنگ. این شرکت در بخش نفت در زمینه اکتشاف، توسعه و تولید نفت و گاز مشغول است.

در بخش مس نیز در معادن مس، نقره، سرب، روی، مولیبدن، اورانیوم و طلا مشغول به فعالیت می باشد. در بخش سنگ آهن هم در استخراج و معدنکاری سنگ آهن کار می کند و اما در بخش زغال سنگ در استخراج زغال متالورژیکی و زغال حرارتی به فعالیت خود ادامه می دهد.

بی اچ پی یکی از بزرگترین شرکت های استخراج معادن و منابع معدنی جهان است که تقریباً ۱۰۰ هزار کارمند در بیش از ۲۵ کشور جهان دارد. این شرکت در ملبورن استرالیا مستقر است و در بورس اوراق بهادار استرالیا به عنوان شرکت سهامی عام (BHP) با نماد بی اچ پی بیلیتون شناخته می شود و در بورس اوراق بهادار لندن و بورس اوراق بهادار ژوهانسبورگ به عنوان یک شرکت خصوصی و سهامی خاص (PLC) مطرح است.

فعالیت های معدنی این شرکت عمدتاً در استرالیا و آمریکا واقع شده است.

در سال ۲۰۱۷ این شرکت درآمد سالیانه خود را ۴۳٫۶ میلیارد دلار اعلام کرد که در مقایسه با درآمد ۵۹ میلیارد دلاری در سال ۲۰۰۸ کاهش داشته است.

این شرکت به عنوان یکی از بزرگترین شرکت های معدنی در سراسر جهان، تا اواخر سپتامبر ۲۰۱۸ سرمایه گذاری بالغ بر ۴۴,۰۷ میلیارد دلار در بازار داشت که همین سرمایه گذاری عظیم، بی اچ پی را به یکی از بازیگران اصلی و پیشرو جهان در بخش معدن مبدل کرد.

براساس اعلام Statista "فهرست و بیستی از ارزش های تجاری این شرکت برتر معدنی جهان در سال ۲۰۱۸ ارائه می شود:

فعالیت ها:

فعالیت در حوزه آلومینیوم: بی اچ پی بلیتون هفتمین تولیدکننده برتر آلومینیوم جهان است که فعالیت هایی از قبیل تولید بوکسیت، فرآوری بوکسیت برای تولید آلومینا و همچنین ذوب فلز آلومینیوم را انجام می دهد. شرکت های حوزه آلومینیوم بی اچ پی شامل پالایش و ذوب Alumar در برزیل با مالکیت ۳۶ تا ۴۰ درصد، معدن بوکسیت Boddington و واحد فرآوری Worsley در استرالیا با مالکیت ۸۶ درصد، کارخانه ذوب MozaC در موزامبیک با مالکیت ۴۷,۱ درصد، کارخانه های ذوب Bayside و Hillside در آفریقای جنوبی با مالکیت ۱۰۰ درصد و واحد Mineração Rio do Norte برزیل با مالکیت ۱۴,۸ درصد می باشد

فعالیت حوزه فلزات پایه: تولید فلزات پایه بی اچ پی شامل مس، نقره، سرب و روی می باشد. معدن Escondida در شیلی بزرگترین تولیدکننده مس در جهان است. شرکت های حوزه فلزات پایه شامل Antamina در پرو با مالکیت ۳۳,۷۵ درصد، Pinto Valley در آمریکا، Spence در شیلی، Cerro Colorado در شیلی و Cannington در استرالیا هر یک با مالکیت ۱۰۰ درصد و نیز Escondida در شیلی با مالکیت ۵۷,۵ درصد می باشند.

فعالیت های حوزه نیکل: بی اچ پی بلیتون چهارمین تولیدکننده برتر نیکل در جهان است که در زمینه تولید و فروش بریکت های نیکل، پودرها و گرانول و فرونیکل و نیز نیکل مات و کنسانتره نیکل فعال است. واحدهای نیکل این شرکت شامل Cerro Matoso در کلمبیا و NickelWest در استرالیا می باشند.

فعالیت های حوزه سنگ آهن: فعالیت های سنگ آهن بی اچ پی در غرب استرالیا و برزیل متمرکز است که سنگ آهن فاین و لامپ تولید می کند. معدن Whaleback در غرب استرالیا بزرگترین معدن روباز جهان است و بیش از ۵ کیلومتر طول و تقریباً ۱,۵ کیلومتر عرض دارد. بیش از هزار کیلومتر زیرساخت های زیلی و تاسیسات بندری این معدن را به شش معدن مجاور متعلق به بی اچ پی بلیتون متصل می کند.

فعالیت بی اچ پی در سامارکو برزیل نیز بیش از ۲۱ میلیون تن گندله و یک میلیون تن کنسانتره تولید می کند.





MIDHCO



میدکو

شرکت مادر تخصصی (هلدینگ)

توسعه معادن و صنایع معدنی خاور میانه (سهامی عام)

MIDDLE EAST MINES &  
MINERAL INDUSTRIES  
DEVELOPMENT HOLDING CO.

شعار میدکو:

توسعه ما از معدن آغاز می شود

هدف میدکو:

ارتقاء ارزش سهام سهامداران

رضایت ذینفعان، ارتقاء رتبه جهانی



www.midhco.com