هواپیماها و اتوبوس‌های برزیلی در راه ایران

بلومبرگ در گزارشی به نقل از مقامات ارشد دولتی ایران می‌نویسد: «شرکت‌های برزیلی نظیر امبرائر و مارکوپولو، که در تلاش‌اند قراردادهای چند میلیارد دلاری برای فروش هواپیما و اتوبوس به ایران منعقد کنند، به دنبال مدیریت کردن تحریم‌های مالی باقی‌مانده از طرف دولت آمریکا علیه تهران هستند.» در این گزارش آمده است که مهدی رونق، از مقامات ارشد وزارت امور خارجه ایران، که تا همین اواخر معاون سفیر ایران در برازیلیا بود، گفته است که شرکت هواپیماسازی امبرائر پیشرفت خوبی در مذاکرات برای فروش دست‌کم ۲۰ فروند هواپیمای ای۱۹۵ به‌ارزش بیش از یک میلیارد دلار به ایران داشته است. شرکت اتوبوس‌سازی مارکوپولو هم در حال مذاکره برای تامین بخشی از ۲۷ هزار دستگاه اتوبوس مورد نیاز ایران است.

دورخیز مراکز تجاری ایران برای رقابت با دبی و ترکیه

ایران دومین سرانه هزینه‌های مصرفی در خاورمیانه را دارد

هرچند تحریم‌های تجاری آنگونه که ایرانی‌ها انتظار داشتند به طور کامل رفع نشده اما شرکت‌های متعدد خرده‌فروشی خارجی شروع به بررسی جدی بازار ایران کرده‌اند

● آزاده افتخاری ●
● مترجم ●

افتتاح پرشتاب مراکز خرید لوکس و بزرگ در تهران و دیگر شهرهای بزرگ ایران از چشم رسانه‌های بین‌المللی پنهان نمانده و توجه بسیاری از رسانه‌های معتبر از جمله وال‌استریت ژورنال را به خود جلب کرده است. این روزنامه آمریکایی در تازه‌ترین گزارش خود به رونق ساخت‌وساز مراکز خرید مدرن در ایران پرداخته و پیش‌بینی می‌کند که احتمال تبدیل شدن ایران به یکی از قطب‌های خرید منطقه‌ای وجود دارد. قطب‌هایی مانند دبی و ترکیه که از سال‌ها پیش نام خود را به‌عنوان مراکز خرید بزرگ و قابل‌دسترس برای تمامی اقشار به ثبت رسانده‌اند.

وال‌استریت ژورنال با اشاره به علاقه زیاد مردم ایران به استفاده از کالاهای لوکس می‌نویسد: «این روزها سروصدای ساخت‌وساز، در منطقه‌ای بزرگ در شمال شهر تهران، یعنی جایی که جدیدترین مرکز خرید بزرگ پایتخت در آن واقع شده، به گوش می‌رسد. پروژه‌های ساخت‌وساز مراکز تجاری در تهران بخشی از موج ایجاد شده در سراسر ایران در زمینه ساخت مراکز خرید بزرگ است که همزمان با لغو تحریم‌ها، چهره‌ای جدید به بخش خرده‌فروشی بازار ایران بخشیده است.»

به گفته بوریس پلنر، اقتصاددان ارشد موسسه پلنت ریتیل در فرانکفورت، مرکز خریدی که هم‌اکنون در شمال غرب تهران، در حال احداث است یکی از ۳۰۰ مرکز خریدی است که در حال حاضر در سراسر کشور ساخته می‌شوند.

مراکز خرید جدید تهران برخی در حد و اندازه مراکز خرید کوچک و برخی در اندازه مراکز خرید متوسط متمرکز بر برندهای لوکس ساخته شده‌اند که در آن‌ها فواره‌های موزیکال، باغ‌های مرکزی، هتل و مراکز نمایشگاهی نیز دیده می‌شود. بسیاری از جمعیت ۸۰ میلیون نفری ایران از طرفداران مراکز خرید بزرگ هستند. انواع لباس، کفش و دیگر کالاها را می‌توان در این مراکز خرید پیدا کرد و بر اساس جدیدترین بررسی بانک مرکزی ایران، آن‌ها حدود ۱۷ درصد هزینه‌های مصرفی خانوارهای شهری را جذب خود می‌کنند. پلنر می‌گوید: «طبقه متوسطی در ایران داریم که پول دارد و کنجکاو است برندهای مختلف را امتحان کند و دارای سبک زندگی مدرن است.»

در دوران تحریم، ایرانیان متمول به دلیل کاهش ارزش ریال و افزایش تورم از نگهداری پول نقد خودداری می‌کردند. این گرایش به تبدیل سرمایه به ملک و از جمله مراکز خرید کمک کرده است. اما تعداد زیادی از این مراکز خرید ابتدایی بودند و کالاهای تولید داخل یا کالاهای وارداتی از کشورهایی نظیر چین و ترکیه را می‌فروختند که در دوران تحریم همچنان مشتاق تجارت با ایران بودند. یکی از برندهایی که حضوری قوی در مراکز خرید اخیرا ساخته‌شده در ایران دارد، برند آل سی وایکیکی ترکیه است که در مراکز خرید پالادیوم و هایپراستار تهران و سیتی‌استار اصفهان شعبه دارد.

■ جذب مشتریان ترکیه و دبی

توسعه‌دهندگان مراکز خرید بزرگ امیدوارند، به‌ویژه پس از توافق هسته‌ای سال گذشته، تقاضا برای مراکز خرید مدرن وجود داشته باشد. این توافق که موجب لغو تحریم‌ها علیه ایران شد، از ماه ژانویه اجرایی شده است.

هرچند تحریم‌های تجاری آنگونه که ایرانی‌ها انتظار داشتند به طور کامل رفع نشده و بانک‌ها همچنان در همکاری با ایران تعلل دارند، اما شرکت‌های متعدد خرده‌فروشی خارجی شروع به بررسی جدی بازار ایران کرده‌اند. روبرتو کاوالی، برند مد و لباس ایتالیایی، اولین فروشگاه خود را در ماه فوریه در ایران افتتاح کرد.

لغو تحریم‌ها خبری خوب برای سرامی، صنعتگر و سرمایه‌گذار ایرانی، بود که با هزینه‌ای یک میلیارد دلاری بزرگ‌ترین مرکز خرید ایران را با نام سیتی‌سنتر در اصفهان احداث کرده است. سرامی در این باره گفت: «لغو تحریم‌ها مسیر را برای ورود برندهایی که قبلا نمی‌توانستند وارد بازار ایران شوند هموار می‌کند.» سرامی افزود: «اگر آن‌ها همچنان به توسعه خود ادامه دهند، مراکز خرید ایرانی می‌توانند مشتریانی را جذب کنند که قبلا به مراکز خرید کشورهای دیگر نظیر دبی یا ترکیه می‌رفتند.»

برخی شرکت‌های خرده‌فروشی غربی، از جمله شرکت اسپانیایی منگو، از قبل در ایران فعال بوده‌اند، اما برندهای بزرگ خارجی هنوز وارد ایران نشده‌اند و این مسئله موجب سفر ایرانیان متمول به خارج از کشور برای خرید می‌شود. سرامی گفت: «می‌خواهم همان کاری را که در دبی و ترکیه انجام‌شده در ایران انجام دهم. ترکیه تاریخی غنی دارد، ما هم تاریخی غنی در ایران داریم. آنچه ما به آن نیاز داریم مراکز خرید است.»

نمای نزدیک

> این روزها سروصدای ساخت‌وساز، در منطقه‌ای بزرگ در شمال شهر تهران، یعنی جایی که جدیدترین مرکز خرید بزرگ پایتخت در آن واقع شده، به گوش می‌رسد. پروژه‌های ساخت‌وساز مراکز تجاری در تهران بخشی از موج ایجاد شده در سراسر ایران در زمینه ساخت مراکز خرید بزرگ است که همزمان با لغو تحریم‌ها، چهره‌ای جدید به بخش خرده‌فروشی بازار ایران بخشیده است.

■ سرانه هزینه کالاهای مصرفی

این در حالی است که بیشترین تعداد مراکز خرید جدید در تهران ساخته شده و یا در دست احداث هستند. پایتخت ایران حدود ۸ میلیون نفر جمعیت دارد و سرانه هزینه‌های مصرفی در سال گذشته به طور متوسط ۴ هزار و ۳۰۰ دلار بوده است که مشابه متوسط این سرانه در خاورمیانه است. اما هزینه‌های مصرفی تهران‌نشین‌ها متمرکز شده است. در صورتی که سرانه هزینه‌های مصرفی به ازای هر کیلومتر مربع از مساحت تهران محاسبه شود، ایران پس از ژوهانسبورگ، دومین سرانه هزینه‌های مصرفی در خاورمیانه و آفریقا را دارد.

کارشناسان می‌گویند، تمایل تهرانی‌ها به کالاهای لوکس آن‌ها را به سوی مراکز خرید جدید جذب می‌کند. به اعتقاد آن‌ها، ایرانیان سبک زندگی مدرن را می‌پسندند و به فرم‌های مینیمالیستی علاقه‌ای ندارند. به بیان دیگر ایرانی‌ها می‌خواهند از طریق ساختمان‌های عظیم و لوکس امپراتوری و ثروت خود را به نمایش بگذارند.

اما نکته عجیب این است که با وجود آغاز به کار مراکز خرید گران‌قیمت در ایران، اجناس اغلب فروشگاه‌ها همچنان از کشورهای خارجی از جمله ترکیه و دبی خریداری می‌شوند. برخلاف ترکیه که در ابرفروشگاه‌های خود محصولات تولید داخل را به فروش می‌رساند، فروشگاه‌های لوکس تهران محل فروش تولیدات خارجی است که اغلب از طریق ترکیه وارد می‌شوند.

در مقابل دیدگاه‌های مثبتی که در مورد رشد قارچ‌گونه مراکز خرید لوکس مطرح می‌شود، برخی ناظران نیز انتقادهایی را بیان می‌کنند و معتقدند تعداد این مراکز بیش‌ازحد در حال زیاد شدن است. یکی از عوامل موثر در رونق ساخت مراکز خرید حرکت جریان سرمایه به سوی بخش ساخت‌وساز است و پیش‌بینی می‌شود این روند دست‌کم در آینده نزدیک ادامه داشته باشد.

■ قطب منطقه‌ای

این در حالی است که کسب‌وکارهای نوپای تجارت الکترونیک ایرانی مانند دیجی‌کالا و بامیلو، که مجموعه‌ای از محصولات الکترونیکی لوازم‌خانگی و پوشاک را به فروش می‌رسانند، نیز می‌توانند به عامل دیگری برای رقابت مراکز خرید داخلی تبدیل شوند. تحلیلگران می‌گویند، پس از توافق هسته‌ای امید به ثبات و رونق اقتصادی ایران افزایش یافته و به نظر نمی‌رسد سرمایه‌گذاران و خرده‌فروشان بین‌المللی بتوانند در مقابل وسوسه سرمایه‌گذاری در بازار مصرفی ایران مقاومت کنند. به این ترتیب در صورتی که ایران درهای خود را به روی جامعه بین‌المللی باز کند و از ثبات سیاسی و اقتصادی برخوردار باشد، بازیگر بزرگ بعدی در منطقه خاورمیانه خواهد بود. بازیگری که می‌تواند نقش سنتی دبی یا ترکیه را به‌عنوان قطب خرید منطقه به چالش بکشد.

وال‌استریت ژورنال در گزارش دیگری با اشاره به تمایل سرمایه‌گذاران خارجی به حضور در بخش ساخت‌وساز ایران می‌نویسد: «فعالان بخش املاک و مستغلات پروژه بزرگ جدید خود را یافته‌اند: ایران. این کشور که زمانی به‌واسطه برنامه‌های هسته‌ای‌اش هدف شدیدترین تحریم‌های بین‌المللی قرار داشت، اکنون در حال ورود دوباره به اقتصاد جهانی است. اکنون هتل‌سازان و سازندگان املاک تجاری از اروپا و خاورمیانه در تلاش‌اند تا از گشایش درهای ایران بیشترین استفاده را ببرند.»

● در یچه ●
● منبع: وال‌استریت ژورنال ●

کمبود دفاتر مدرن تجاری در ایران

توافق هسته‌ای دروازه‌های ایران برای تجارت و جذب سرمایه‌های خارجی را باز کرد اما این رشد با مانعی جدید مواجه شده و آن کمبود فضای دفترهای تجاری با کیفیت و مقرون‌به‌صرفه است. تهران که یک کلان‌شهر است برخلاف کلان‌شهرهای دیگر در جهان مانند لندن یا منهتن منطقه‌ای ویژه ساختمان‌های تجاری و اداری ندارد. تعداد برج‌های مدرن با دفاتر تجاری محدود است و شرکت‌های خارجی ناگزیرند از دفاتر تجاری موجود در مراکز خرید استفاده کنند. در این بین برخی به استفاده از واحدهای مسکونی و تغییر کاربری آن‌ها و تبدیل آن‌ها به واحدهای تجاری روی آورده‌اند تا هم کیفیت آن‌ها مطابق استانداردها باشد و هم اجاره و یا خرید آن‌ها مقرون‌به‌صرفه باشد. کارشناسان می‌گویند دفاتر تجاری که در آن‌ها استانداردهای روز جهان رعایت شده باشد بسیار محدود است. کمبود فضای تجاری مشکل بزرگی برای شرکت‌های فعال در عرصه انرژی، بهداشت، خرده‌فروشی و ساخت‌وساز و دیگر فعالان اقتصادی است که امیدوار بودند از لغو تحریم‌های ایران بیشترین سود را ببرند. در حالی که صندوق بین‌المللی پول نرخ رشد ۴ درصدی را برای سال جاری در ایران پیش‌بینی می‌کند، حسن روحانی، هدف جذب سالیانه ۵۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی را دنبال می‌کند. اما جذب این سرمایه‌ها به تقویت زیرساخت‌ها نیاز دارد که تامین فضای تجاری مورد نیاز از جمله آن‌ها به شمار می‌رود. البته برخی شرکت‌های قدیمی‌تر در ایران مانند بریتیش پترولیوم از مدت‌ها پیش دفاتر تجاری مورد نظر خود را در مکان‌های مناسبی در تهران یافته‌اند. اما شرکت‌های خارجی جدیدتر در این زمینه دچار مشکل هستند. از سوی دیگر اغلب فضاهای تجاری با مشکل پایین بودن سرعت اینترنت، طراحی داخلی ناهمگون و خدمات نگهداری ضعیف مواجه هستند. برج‌های تجاری معروف که با کیفیت بهتری ساخته شده‌اند نیز بسیار گران هستند و شرکت‌های خارجی کوچک‌تر با بنیه مالی کمتر توان پرداخت هزینه‌های اقامت در این برج‌ها را ندارند. کارشناسان می‌گویند محدودیت فضاهای تجاری پیشرفته و مطابق استانداردهای جهانی در ایران گواهی بر این مدعاست که سال‌ها تحریم و فاصله گرفتن از جامعه بین‌المللی بر صنعت ساخت‌وساز ایران تاثیرگذار بوده است. یکی دیگر از دلایل کمبود فضاهای تجاری در ایران، تمایل به سرمایه‌گذاری در ساخت‌وساز واحدهای مسکونی است. در سال‌های تحریم، مردم سرمایه‌های خود را به سوی بازار مسکن هدایت کردند که ریسک کمتری داشت. میزان سرمایه‌گذاری در ساخت‌وساز مسکونی به‌مراتب بیشتر از بخش تجاری بود و همین امر به کاهش تعداد واحدهای تجاری و افزایش شمار واحدهای مسکونی منجر شد. همچنین کم‌هزینه‌تر بودن تغییر کاربری واحدهای مسکونی به واحدهای تجاری موجب شده برخی از این طریق کسب درآمد کنند و واحدهای مسکونی خود را با قیمتی بسیار بیشتر به شرکت‌ها اجاره دهند. بسیاری از تحلیلگران بر این باورند که استرس موجود در بازار دفاتر تجاری درنهایت به از راه رسیدن موج تازه‌ای از سرمایه‌گذاری در ساخت‌وساز تجاری منجر می‌شود. در صورتی که اقتصاد ایران پس از توافق هسته‌ای رونق بگیرد، این سرمایه‌گذاری‌ها نیز افزایش می‌یابد. اکنون با بازبرقراری شریان‌های ارتباطی با غرب، انتظار می‌رود فاز جدید توسعه فضاهای تجاری در ایران مطابق با استانداردهای کمی و کیفی بین‌المللی پیش برود. حتی برخی پروژه‌های ساخت‌وساز واحدهای تجاری جدید با کمک شرکت‌های خارجی معتبر اجرا می‌شود که به ارتقای کیفیت این ساختمان‌ها کمک می‌کند. به این ترتیب می‌توان انتظار داشت نسل جدید ساختمان‌های تجاری در ایران تحولی چشمگیر را تجربه کند.

* مطالب انتخاب شده از منابع خارجی الزاما بیان کننده دیدگاه‌های «آتیه‌نو» نیست

فرم اشتراک
هفته نامه آتیه‌نو

دوستدار محترم آتیه‌نو، شما می‌توانید برای اشتراک و دریافت هفته‌نامه، فرم زیر را تکمیل و براساس جدول مندرج هزینه اشتراک خود را پرداخت کنید.

نام ونام‌خانوادگی:
کدملی:
تحصیلات و شغل:
نوع اشتراک:
تعداد هفته‌نامه درخواستی:

آدرس پستی:
کد پستی:
تلفن ثابت:
تلفن همراه:

مشترک گرامی، لطفا پس از تکمیل فرم فوق، وجه اشتراک مورد نظر را به حساب جاری ۱-۱۱۰۱۱۰-۸۶۱-۱۰۱۵ بانک سرمایه شعبه کارگر شمالی(کد ۱۰۱۵) به نام موسسه فرهنگی و هنری آهنگ آتیه واریز و فیش واریزی را به همراه فرم تکمیل‌شده به شماره فکس ۸۸۵۱۷۰۸۷۰-۰۲۱ ارسال کنید. شروع ارسال نشریه حداکثر ۱۵ روز بعد از دریافت مدارک خواهد بود. هرگونه انتقاد و پیشنهادی را با شماره ۹-۸۸۵۱۷۰۸۸-۰۲۱ در میان بگذارید.
آدرس: تهران، خیابان احمد قصیر، خیابان دوازدهم، شماره ۲۲، طبقه همکف، بخش توزیع

تهران
■ سه ماهه: ۱۵ هزار تومان
■ شش ماه: ۳۰ هزار تومان
■ یکساله: ۶۰ هزار تومان

شهرستان
■ سه ماهه: ۱۶ هزار تومان
■ شش ماه: ۳۲ هزار تومان
■ یکساله: ۶۴ هزار تومان