

دنیای

ماهنامه تحلیلی حوزه سرمایه‌گذاری • ۷۴ صفحه
شهریور ۱۴۰۴ • شماره ۱۰۶ • قیمت: ۵۰۰,۰۰۰ تومان

WORLD OF INVESTMENT

سرمایه‌گذاری



عضو هیات مدیره «هینزا شیمی»

ناترازی انرژی

زمان تولید را طولانی‌تر کرده است

Board Member of Hinza Chemical

Energy imbalance has lengthened production time

عضو مجلس إدارة شركة هینزا للکیمیاویات

أدى اختلال توازن الطاقة إلى إطالة مدة الإنتاج

با آثار و گفتاری از:

محمد محیاپور

طاهره سلیمانی

سالار اسدی

زینب حبیبی تبار

محسن موسوی

حمید عظیمی

علی جهانی

مختار ناصری

جمیل صیدی مرادی

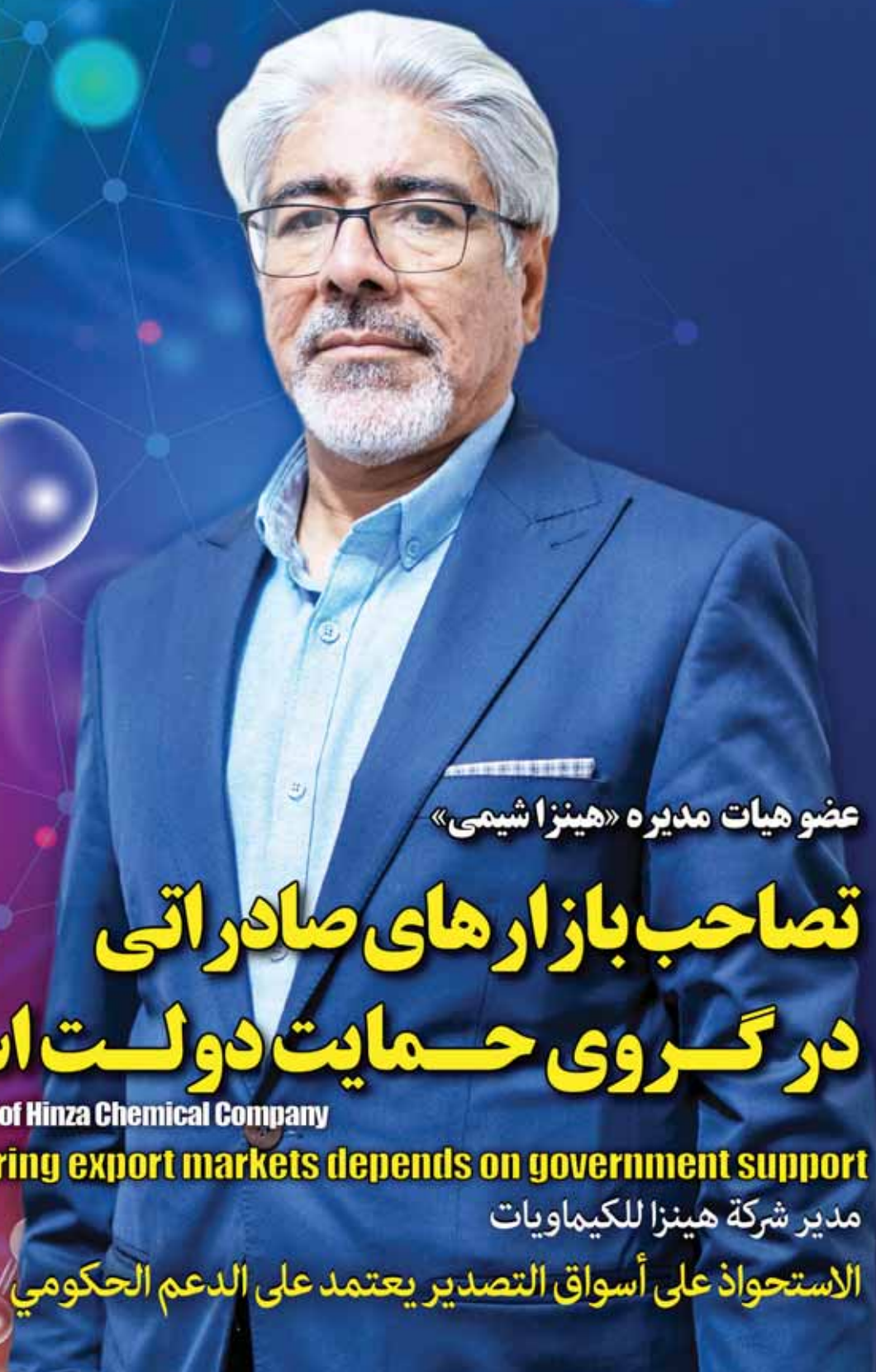
کامیار صفی نژاد

حسین زمانی ابیانه

دنیای

WORLD OF INVESTMENT

رشد سرمایه گذاری



عضو هیات مدیره «هینزا شیمی»

تصاحب بازارهای صادراتی در گروی حمایت دولت است

Director of Hinza Chemical Company

Capturing export markets depends on government support

مدیر شرکت هینزا للکیمایات

الاستحواذ على أسواق التصدير يعتمد على الدعم الحكومي

AIDLUBE®

ALWAYS IN MOTION

تولید روانسازهای خودرویی و صنعتی



تکنولوژی روز آلمان



SPECIALTY LUBRICANTS



GERMAN TECHNOLOGY

021-41292000
www.aidlube.ir



شرکت روغن موتور قطران کاوه صادرات به ۶۰ کشور جهان



شرکت روغن موتور قطران کاوه با بیش از سه دهه تجربه در تولید انواع روانکارهای صنعتی و خودرویی، حضور پررنگی در بازارهای بین‌المللی دارد. این شرکت محصولات خود را به بیش از ۶۰ کشور در پنج قاره صادر می‌کند و همواره در تلاش است تا با ارائه محصولاتی با کیفیت بالا و مطابق با استانداردهای جهانی، رضایت مشتریان بین‌المللی خود را جلب نماید. قطران کاوه سالانه بیش از ۱۳۰۰ کانستینر انواع روغن موتور، روغن دنده، روغن هیدرولیک، گریس، ضدیخ و مکمل‌های روغن را به کشورهای مختلف صادر می‌کند. از جمله بازارهای اصلی صادراتی این شرکت می‌توان به کشورهای آفریقایی، خاورمیانه، آسیای مرکزی، اروپای شرقی و جنوب شرق آسیا اشاره کرد. این شرکت با بهره‌گیری از آزمایشگاه‌های مجهز و پیشرفته، سیستم‌های کنترل کیفیت سخت‌گیرانه و استفاده از مواد اولیه مرغوب، محصولاتی تولید می‌کند که در سخت‌ترین شرایط آب‌وهوایی و عملکردی، کارایی و دوام بالایی دارند. همچنین حضور مستمر در نمایشگاه‌های بین‌المللی و همکاری با شرکای تجاری معتبر، زمینه‌ساز توسعه هرچه بیشتر برند قطران کاوه در بازارهای جهانی شده است.

کیفیت برتر، استانداردهای بین‌المللی و شبکه توزیع گسترده، رمز موفقیت ما در بازارهای جهانی است.

INTEGRAL EshtoGen Qatrun Carpie ELIT Oil

WITH MORE THAN
40 YEARS
OF EXPERIENCE
OUR SUCCESS
EXPORT TO

60

COUNTRIES
IN THE WORLD WIDE



Tehran Office : No.11, 28 th St. ,Seyed Jamaledin Assadabbadi Ave.
Tehran - Iran
Tel : +98 21 88716022 Fax : + 98 21 88716133

www.ghatrankaveh.com

WE ARE THE
FIRST CUSTOMER OF OUR
OWN PRODUCT



+98 21 22952242

+98 912 811 5530

Info@Pardismotoroil.com

Pardismotoroil.com

شرکت روغن موتور پردیس ، سهامی خاص ، در سال 1382 در استان کرمان -شهرستان رفسنجان تأسیس شد . این شرکت با تکیه بر دانش و تجربه کارشناسان متخصص خود ، انواع روغن موتور ، روغن دنده ، روغن هیدرولیک ، روغن صنعتی ، ضد یخ و ضد جوش را با بالاترین سطح کیفیت و مطابق با استانداردهای ملی و بین المللی تولید و به بازار عرضه می نماید.

ما فتی سید الجم

هفته دفاع مقدس گرامی باد

۸ سال پایداری ۱۲ روز استواری

مقام معظم رهبری:

فداکاری های هشت سال دفاع مقدس توانست یک نظام الهی و معنوی و متکی بر تفکر و اندیشه درست و برخاسته از ایمان را تحکیم کند.





شرکت مجتمع فولاد خراسان

KHORASAN STEEL COMPLEX COMPANY

طلایه دار تکنولوژی نوین در صنعت فولاد کشور



هفته دولت

ویاد و خاطره شهیدان رجایی و باهنر
کرامی باد

سایت: www.KSCCO.ir

ایمیل: Info@KSCCO.ir



دورنگار: ۳ و ۵۱۴۲۴۵۳۳۳۱

صندوق پستی: ۴۸۸



تلفن: ۰۵۱۴۱۵۲۰۰۰۰

کیلومتر ۱۵ جاده نیشابور به شهر فیروزه



روابط عمومی

گہرزمین؛ ستون استوار توسعه ایران زمین

The Powerhouse of Iran's Industrial and Mining Sector



شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر

توسعه باور ماست



01. کسب عنوان «صادر کننده نمونه ملی» سال ۱۴۰۳
02. کسب عنوان «گروه کار نمونه ملی» در سی و ششمین جشنواره ملی امتنان از نخبگان جامعه کار و تولید
03. حائز تندیس بلورین از جایزه ملی تعالی سازمانی
04. کسب رتبه هفتم گروه شرکت های فلزات آهنی در بین ۱۰۰ شرکت برتر ایران در همایش IMI100
05. کسب مدال طلا در جشنواره بین المللی اختراعات نورمبرگ آلمان
06. کسب مدال طلا در جشنواره بین المللی اختراعات رومانی
07. ثبت دو اختراع و انتخاب آنها به عنوان طرح های منتخب در جشنواره نوآوری برتر ایرانی دانشگاه شریف
08. دریافت تندیس و عناوین برتر برای سه طرح توسعه پایدار در رویداد ملی تولید مسئولانه و بهره وری
09. کسب تندیس «واحد برتر صنعتی» در گروه فلزات اساسی از بیست و دومین جشنواره ملی تولید ملی افتخار ملی
10. کسب تندیس زرین از جشنواره ملی صنعت سلامت محور
11. دریافت تندیس جایزه ملی فولاد ایران به خاطر اجرای طرح های فناورانه و بومی سازی در زنجیره تولید آهن و فولاد
12. تندیس فناوری و نوآوری پیشرو در جشنواره کشوری حمایت از تولید ملی
13. دریافت عنوان «گروه کار نمونه استانی» در جشنواره استانی امتنان از نخبگان جامعه کار و تولید
14. دریافت تندیس زرین رضایتمندی در اجلاس ملی رضایتمندی مشتری
15. دریافت عنوان واحد صنعتی نمونه استان و واحد برتر تحقیق و توسعه استان
16. دریافت نشان درجه یک اقتصاد مقاومتی جشنواره استانی اقتصاد مقاومتی

شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر
GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.
روابط عمومی و امور بین الملل





Sirjan Jahan Steel Company

**The largest producer of steel ingots and rebar
in the southeast of the country**

www.sjsco.ir

Phone: +98034-41423625 - +98034-31257600
Fax: +98034-42273805

Factory address: Sirjan, 50th km of Shiraz Road
left side of the road, next to Gol Gohar Mining and Industrial Company



شرکت بابک مس ایرانیان

I R A N I A N B A B A K C O P P E R C O

IBCCO

تولید کننده کاتد مسی به روش تانک بیولیچینگ و انواع لوله مسی به روش Cast&Draw



کد پستی: ۱۴۶۸۹۳۶۳۸۱

تهران، شهرک غرب، بلوار دادمان، خیابان فخار مقدم، کوچه گلبرگ چهارم شرقی، پلاک ۱۲

تلفن مستقیم فروش: داخلی ۹۱۵ تا ۹۲۰ - ۹۱۰۷۰۸۰۰ (۰۲۱)

www.ibcco.midhco.com

marketing&sales@ibcco.midhco.com



شرکت اوراسیا اینترنشنال
تامین کننده عمیق ترین دستگاه حفاری فول هیدرولیک
تا عمق ۳۸۰۰ متر ساینز NQ
نمایندگی انحصاری ایران - ۵۳۵۵ ۲۰۰ ۹۱۲

EURASIA GEO 1500

EURASIA GEO 900

www.eurasia-co.com / ceo@eurasia-co.com
Istanbul, World Trade Center / Cell: +90 530 3008657



Tensioner & Idler

پیک افروز غرب

PEYKA FROOZ GHARB



peykafrooz



www.peykafrooz.com



شرکت واریان فارمد

در سال ۱۳۸۸ به عنوان یک شرکت دانش بنیان و یکی از شرکت های تابعه گروه صنعتی گلرنگ، بر پایه یک بستر تحقیقاتی و پژوهشی قدرتمند و با بهره گیری از توان علمی بالای اعضای خود آغاز به کار کرد. هدف اصلی این شرکت، تولید فرآورده های دارویی با سطح دانش فنی بالا و کیفیتی هم تر از با محصولات خارجی، همراه با قیمتی رقابتی است.

سامانه In Situ Forming یکی از پیشرفته ترین روش های نوین دارورسانی است و شرکت واریان فارمد از محدود شرکت های دارویی در جهان است که این فناوری پیشرفته را در تولید دارو به کار گرفته است. واریان فارمد با ثبت اختراع ساخت تریپتورلین استات با استفاده از فناوری In Situ Forming، اولین و تنها سازنده این دارو با این تکنولوژی در دنیاست. این دستاورد به عنوان برگ زرینی از افتخارات این شرکت همچنان درخشان باقی مانده است.

شرکت واریان فارمد با بهره گیری از توانایی بالا و تکیه به سرمایه انسانی خویش، توانسته برای اولین بار داروهایی را در داخل کشور تولید نماید که علاوه بر اقدام در راستای تولید ملی از خروج ارز نیز جلوگیری نماید، این داروهای شامل: بوپرونورفین کانرلیکس، واریوپتیل، لوپرومر، واریوتاید، پیرومول، مارکووار، رویواکائین می باشد



شرکت طب اکسیر بارمان در سال ۱۳۹۹ با هدف ایجاد بستر مناسب جهت انجام تحقیقات نوین در حوزه تولید محصولات دارویی و مکملهای غذایی، گیاهی و رژیمی و محصولات آرایشی و بهداشتی و تجهیزات پزشکی در راستای خدمت رسانی به هموطنان عزیز توسط گروهی از متخصصین صنعت تاسیس گردید.

هرچند در اوایل دوره تاسیس، مسیر توسعه و تعالی شرکت، همزمان با شیوع بیماری کرونا گردید اما تیم اجرایی شرکت با سعی و تلاش مستمر در مسیر رسیدن به اهداف گام برداشتند و طی چهار سال گذشته، شرکت طب اکسیر بارمان در حوزه های زیر فعالیت داشته است :

- ۱- تولید محصولات نوین مکملهای گیاهی
- ۲- واردات انواع تجهیزات پزشکی مصرفی
- ۳- تحقیقات پیش از تولید انواع محصولات بهداشتی با مواد اولیه طبیعی
- ۴- تحقیقات پیش از تولید محصولات دانش بنیان
- ۵- اخذ مجوز صادرات انواع محصولات دارویی و فراورده های مکمل
- ۶- واردات انواع داروهای فوریتی

در حال حاضر **شرکت طب اکسیر بارمان** با تمرکز در حوزه های :

- واردات تجهیزات پزشکی مصرفی (انواع ست سرم، انواع میکروست، انواع آنژیوکت، انواع اسکالپ وین و انواع دستکس جراحی و لاتکس و ...)
- فعالیت در حوزه واردات داروهای فوریتی
- تحقیقات پیش از تولید محصولات مکمل غذایی و آرایشی و بهداشتی
- دانش بنیان سعی دارد، رسالت خود در تامین بازار هدف را به بهترین شکل ممکن اجرا نماید.

طب اکسیر بارمان در نظر دارد، در مسیر پیش رو و در جهت خدمت رسانی بهتر به هموطنان با شرکت های:

- توزیع کننده تجهیزات پزشکی مصرفی (جهت اعطا نمایندگی فروش)
- شرکت های تولید کننده انواع تجهیزات مصرفی (جهت تولید قراردادی)
- شرکت های تولید کننده انواع محصولات آرایشی و بهداشتی (جهت تولید قراردادی) شروع به همکاری نماید.

تهران، یوسف آباد، خیابان اسد آبادی، بین
خیابان ۶۳ و ۶۵، پلاک ۴۸۵، واحد ۴۸

www.teb-exir.com
info@teb-exir.com
tebexir.barman

۰۲۱ ۸۶ ۱۹ ۴۴ ۵۰
۰۲۱ ۸۶ ۱۹ ۴۴ ۶۰





پوشاک

لا ع ساز
تولیدکننده انواع منسوجات نیافته



راه و
ساختمان



خودرو



فیلتراسیون
و ایزولاسیون



کالای خواب



مبلمان



کیف و
کفش

تهران، خیابان سهروردی
جنوبی، پلاک ۲۰۲، طبقه دوم
کد پستی: ۱۵۷۸۷۶۴۴۱۶

۰۲۱ - ۴۴ ۷۵۶ ۰۰۰

۰۲۱ - ۸۸ ۸۴۳ ۰۹۰

۰۲۱ - ۸۸ ۳۰۵ ۴۲۰



پزشکی و
بهداشتی



LAEISAZ



info@laeisz.com



WWW.LAEISAZ.COM

OYAZ
TEXTILE

کیفیتی به بزرگی یک راز

بزرگترین تولید کننده انواع پارچه های رو مبلی و پرده ایی



دفتر مرکزی: تهران، میدان آرژانتین، خیابان احمد قصیر، کوچه نهم، پلاک 7
کارخانه: قرچک، کمربندی جنوبی، شهرک صنعتی قرچک، بلوار صنعت، پیشرفت 2
• ۲۱-۸۸۵۵۶۲۵۰ •
• ۲۱-۳۴۲۶۱۰۰۰ •



مدیر عامل شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر

گاز؛ فرصتی برای تولید آهن اسفنجی که به تهدید تبدیل شد

۴۸

۳۰

مدیر فروش بیمه‌های زندگی «شرکت بیمه البرز»

«فروش به هر قیمت»

صنعت بیمه

رافلج می‌کند



۲۲

مدیر عامل و نایب رئیس هیات مدیره «تامین

سرمایه امید» تاکید کرد

لزوم اتصال هوشمند

سرمایه‌ها به نوآوری

و رشد پایدار



۳۴

مدیر درمان «بیمه سامان»

«بیمه سامان» در ردیف اول

فروشندگان درمان خانواده

قرار دارد



۲۶

مدیر عامل صرافی رمز ارزی «بیت‌بین»

عنوان کرد

نگاه دولت به صرافی‌های

رمز ارزی فرصت‌گونه

باشد، نه تهدیدمحور



سرمایه‌گذاری

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:
دکتر مرتضی فغانی

قائم مقام مدیر مسئول:
رضا فغانی

سر دبیر:
فرهاد امیرخانی

مدیر هنری:
سعیده نیکبخت

مدیر بازرگانی:
سارا نظری

ویراستار:
المیرا اکرمی

مترجم:
سعید عدالت‌جو

عکاس:
میثم مافی

اعضای هیات علمی:

- دکتر بهمن آرمان: اقتصاددان
- دکتر امید کریمیان: عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- مسعود برهمین: رئیس اتاق بازرگانی ایران و آفریقا
- دکتر بهرام شکوری: رئیس انجمن مس ایران
- مهندس حسن کریمی سنجر: مدیر ارشد صنعت خودرو
- دکتر عزیز الله عصری: مدیر ارشد حوزه معدن
- مهندس مهدی حکیمیان: کارشناس ارشد حوزه سرمایه گذاری و اقتصاد
- مهندس آرش محبی نژاد: مدیر انجمن تخصصی صنایع همگن قطعه سازان خودرو
- مهندس احمد رویایی: مدیر ارشد صنعت خودرو
- دکتر جمشید حمزه زاده: رئیس جامعه هتلداران کشور
- دکتر علی اصغر عنایتی: نماینده داور مجلس شورای اسلامی
- دکتر غلامعلی جعفرزاده اینی: نماینده داور مجلس شورای اسلامی
- دکتر محمد دامادی: نماینده داور مجلس شورای اسلامی
- دکتر اسفندیار سیفی: رئیس انجمن تولید کنندگان و صادر کنندگان طلا و جواهر استان تهران
- دکتر سیف الله نیک نامی: رئیس انجمن فناوری دیجیتال و هوشمند سازی ایران
- دکتر محمدعلی جلیلیان: مدیر ارشد صنعت پتروشیمی
- دکتر سید رضایعی: عضو هیات رییسه اتاق بازرگانی ایران و روسیه
- کریم بیگی: رئیس جامعه هتلداران استان اصفهان
- دکتر حسین عرفانی مقدم: کارشناس ارشد امور حقوقی
- مهندس سید محمد مقدسی: عضو هیات مدیره جامعه متخصصین نساجی
- مهندس علی همتی: عضو هیات مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی پوشاک ایران
- دکتر امیر حامد رضایی: مشاور و تحلیل گر بازاریابی و بازرگانی بین الملل
- دکتر مهدی کریمی تفرشی: رئیس کار گروه کسب و کارهای سازمان ملل - یونسکو

گروه دبیران:

سید قاسم قاری، عرفان فغانی
سعید عدالت‌جو، محمد جعفری، احمد رضا صباغی
مینا افتخاری، سهیلا زمانی، المیرا اکرمی

برای دریافت نسخه پستی الی ماهنامه به پایگاه خبری زیر مراجعه فرمایید:
www.dsarmaye.ir

نشانی:

تهران، خیابان شهید مفتاح
کوچه مرزبان نامه، پلاک ۲۷، واحد ۳

کد پستی: ۱۵۸۸۸۶۳۴۴

تلفن: ۳۷-۸۸۸۶۴۸۳۵-۰۲۱

واحد بازرگانی: ۸۸۸۶۴۸۲۶-۰۲۱

دورنگار: ۸۸۸۶۴۷۲۰-۰۲۱

پست الکترونیک: D.sarmayeh@gmail.com

لیتوگرافی، چاپ و توزیع: شرکت خاتمنو
تلفن: ۷۷۸۱۳۳۴۹



عضو هیات مدیره «شرکت بازرگانی جام جهان نما اسدی» تاکید کرد

افزایش فروش و کاهش

هزینه‌ها با استفاده از

پلتفرم‌های تجارت الکترونیک



عضو هیات مدیره «هینزا شیمی»

تصاحب بازارهای صادراتی

در گروی حمایت

دولت است

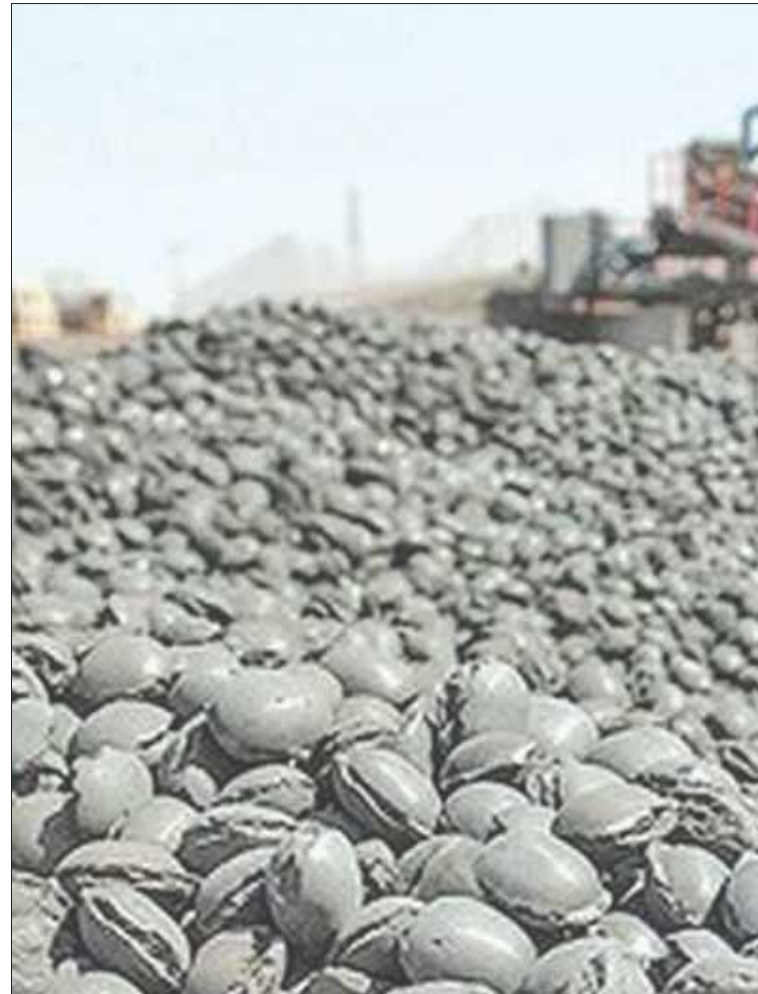


مدیر عامل «شرکت میهن پوشان پارس»

سعی ما بر

بومی سازی الگوهای

پوشاک است



۳۷

رئیس هیات مدیره «شرکت پدیده تبار»

مطرح کرد

تسهیل مرادوات اقتصادی

با استفاده از ظرفیت‌های

فرهنگی



۳۸

مدیر عامل «شرکت بازرگانی جام جهان نما

اسدی» بیان کرد

دیجیتالی شدن فرآیندهای

تجاری با کمک شرکت‌های

دانش بنیان





دکتر مرتضی فغانی - عضو اتاق بازرگانی تهران

آثار مکانیسم ماشه بر صنعت و تجارت ایران

یادداشت

از زمان خروج آمریکا از برجام، کشورهای اروپایی شامل فرانسه، آلمان و بریتانیا به تعهدات خود در قبال ایران عمل نکردند و در نهایت در سپتامبر ۲۰۲۵ مکانیسم ماشه را علیه کشورمان فعال کردند و به این ترتیب، تحریم‌ها از ماه اکتبر اجرایی خواهد شد. این اقدام، در حالی که تحریم‌های یک‌جانبه آمریکا از سال ۲۰۱۸ برقرار است، دور جدیدی از فشارهای اقتصادی بر ایران تحمیل می‌کند.

ادعا شده این تحریم‌ها شامل ممنوعیت تجارت تسلیحاتی، بازرسی محموله‌ها و محدودیت‌های مالی است که هرچند تحریم‌های نفتی را مستقیماً باز نمی‌گرداند، اما اثرات روانی و دیپلماتیک شدیدی بر اقتصاد کشورمان دارد. تحلیل‌ها نشان می‌دهد که اجرایی شدن مکانیسم ماشه می‌تواند رشد اقتصادی ایران را به زیر ۲ درصد برساند و تورم را به بیش از ۴۳ درصد افزایش دهد، در حالی که منابع ارزی محدودتر شده و دسترسی به بازارهای جهانی سخت‌تر می‌شود.

بر مبنای آمار موجود، در اقتصاد ایران حدود ۲۵ درصد تولید ناخالص داخلی (GDP) به نفت و پتروشیمی وابسته است؛ بنابراین این اقتصاد ملی از محدودیت صادرات ضربه می‌خورد. در سال ۲۰۲۴، صادرات نفت ایران به رکورد ۵۸۰ میلیون بشکه رسید که بخش عمده آن یعنی ۵۳۳ میلیون بشکه معادل ۹۱ درصد کل صادرات، به کشور چین ارسال شد. این حجم، معادل ۱.۵ میلیون بشکه

در روز (bpd)، حدود ۵۳ میلیارد دلار درآمد ایجاد کرد؛ با این حال، فعال‌سازی مکانیسم ماشه می‌تواند این روند را معکوس کند. گزارش‌های روترز پیش‌بینی می‌کنند که تحریم‌های جدید، صادرات نفت ایران را به زیر یک میلیون بشکه در روز برساند؛ مشابه کاهشی که از ۲.۲ میلیون بشکه به کمتر از یک میلیون بشکه در سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۴ شد. همچنین در سال ۲۰۲۵ وزارت خزانه‌داری آمریکا بیش از ۵۰ کشتی و نهاد را با ادعای ارتباط با «ناوگان سایه» ایران تحریم کرد که این امر هزینه‌های حمل‌ونقل را بین ۳۰ تا ۳۰ درصد افزایش داده و درآمدهای نفتی ایران را سالانه ۵۰ میلیارد دلار کاهش خواهد داد. نتیجه اینکه منابع ارزی دولت محدودتر شده و کسری بودجه از ۴ درصد GDP در ۲۰۲۴ به ۷ تا ۶ درصد در ۲۰۲۵ می‌رسد، که در نهایت تورم را تشدید می‌کند.

علاوه بر این، صادرات پتروشیمی به عنوان دومین منبع درآمد غیرنفتی که در سال ۲۰۲۴ حدود ۱۰ میلیارد دلار بوده، نیز تحت تاثیر قرار می‌گیرد. ایران برنامه‌ریزی کرده بود که تولید محصولات پتروشیمی را از ۷۵ به ۸۳ میلیون تن و صادرات را از ۳۰ به ۳۴ میلیون تن در سال مالی ۲۰۲۵-۲۰۲۴ افزایش دهد، اما تحریم‌های جدید، ممنوعیت واردات تجهیزات دوگانه استفاده و محدودیت‌های بانکی، این هدف را مختل می‌کند. اتحادیه اروپا نیز در سال جاری میلادی مدعی شد تحریم‌های جدیدی بر فروش قطعات موشکی و پهنای اعمال کرده که زنجیره تامین پتروشیمی را مختل می‌سازد. در گزارش وزارت خارجه آمریکا هم ادعا شده است که شرکت‌های هندی، اماراتی و ترکیه‌ای، بیش از ۲۲ میلیون دلار محصولات پتروشیمی ایرانی را در ۲۰۲۵-۲۰۲۴ خریداری کردند، اما تحریم‌های ثانویه این تجارت را ۴۰ درصد کاهش می‌دهد. با محدود شدن درآمدهای نفتی و پتروشیمی، ذخایر ارزی ایران از ۲۶ میلیارد دلار در اواخر ۲۰۲۴ به کمتر از ۲۰ میلیارد دلار در ۲۰۲۵ سقوط می‌کند، که دسترسی دولت به منابع برای پارانها و سرمایه‌گذاری‌های عمومی را کاهش می‌دهد.

همچنین این محدودیت‌ها مستقیماً بر رشد صنعت تاثیر می‌گذارد. در بهار ۲۰۲۵، بخش صنعت و معدن (به جز نفت و گاز) رشد منفی ۱.۲ درصدی را در مقایسه با ۱.۳ درصد در سال گذشته تجربه کرد. این مساله، تحریم‌های وارداتی، دسترسی به ماشین‌آلات و مواد خام را ۲۴ درصد گران‌تر کرده و تولید صنعتی را مختل می‌سازد. علاوه بر این، بحران انرژی، صنایع وابسته مانند فولاد و سیمان را تحت فشار قرار داده است. در همین حال، تجارت خارجی نیز با مشکل مواجه خواهد شد. تراز تجاری ایران در سال ۲۰۲۳ با ۹۷.۴ میلیارد صادرات و ۶۰.۳ میلیارد دلار واردات، مازاد ۳۱.۳ میلیارد دلاری داشت، اما در سه ماهه چهارم ۲۰۲۴ به کسری ۹۳۴ میلیون دلاری رسید. این محدودیت‌ها، زنجیره تامین را مختل کرده و هزینه‌های تولید را ۲۰ درصد افزایش می‌دهد، که در نهایت منجر به کاهش رقابت‌پذیری تجارت می‌شود.

در مجموع، اجرایی شدن مکانیسم ماشه می‌تواند اقتصاد ایران را با چرخه‌ای از رکود، رشد تورم، تعطیلی کارخانه‌ها، افزایش بیکاری و انزوای مواجه کند؛ چرا که درآمدهای نفتی و پتروشیمی و منابع دولت محدود شده و رشد صنعت کاهش می‌یابد. بنابراین در صورت عدم اتخاذ سیاست‌هایی برای حمایت از فعالان اقتصادی، خانوارها و همچنین تلاش برای حل اختلافات سیاسی، معیشت میلیون‌ها ایرانی تحت تاثیر قرار خواهد گرفت و بحران‌ها و تنش‌های اجتماعی و امنیتی افزایش خواهد یافت. ■

گذرگاه زنگزور تهدید اقتصادی یا فرصت دیپلماسی

یادداشت



دکتر فرهاد امیرخانی - سردبیر

چند سالی است که کشورمان ایران به واسطه کریدور شمال - جنوب و به دلیل جنگ روسیه و اوکراین، مورد توجه تمامی ذی‌نفعان از جمله تجار و بازرگانان کشورهای نظیر روسیه، بلاروس، ارمنستان، آذربایجان، ترکمنستان، ازبکستان، قرقیزستان، هندوستان، چین و ... قرار گرفته است.

یکی از حلقه‌های حیاتی این کریدور در شاخه غربی، که کشورمان را به کریدورهای سرزمین‌های شمالی متصل می‌کند، گذرگاه زنگزور است. ساخت و بهره‌برداری از این گذرگاه، هفدهم مردادماه امسال طی موافقت‌نامه بین دو کشور جمهوری آذربایجان و ارمنستان، به مدت ۹۹ سال به ایالات متحده آمریکا واگذار شد.

اهمیت گذرگاه زنگزور بر کسی پوشیده نیست؛ این گذرگاه یک نقطه ترانزیتی کلیدی برای کشورمان محسوب می‌شود که امکان دسترسی به بازارهای جهانی از جمله حوزه قفقاز و کشورهای آسیایانه را فراهم می‌کند. ارتباطات تجاری، ظرفیت‌های حمل و نقل، موضوعات امنیتی در مرزهای شمالی و همچنین وجود فرصت‌های اقتصادی، بخش کوچکی از ظرفیت‌هایی هستند که در این منطقه وجود دارد.

بر اساس آمارهای گمرک، قبل از امضای موافقت‌نامه بین سه کشور، حجم تجارت زمینی ایران با کشورهای قفقاز و روسیه نسبت به مدت مشابه سال گذشته بیش از ۲۵ درصد رشد داشته است که با افزایش تردد کامیون‌ها و دیگر محموله‌های صادراتی، این گذرگاه با ظرفیت درآمد حدود یک و نیم تا ۲ میلیارد دلار، بیش از ۵۰۰ میلیون دلار درآمد، برای کشورمان ایجاد کرده است.

هر چند این گذرگاه از منظر اقتصادی برای کشورمان اهمیت ویژه‌ای دارد و در حال حاضر این ظرفیت اقتصادی با تهدید مواجه شده، اما آنچه هم‌اکنون این نگرانی‌ها را تشدید کرده، حضور آمریکا و ناتو در این گذرگاه استراتژیک و نزدیک به مرزهای کشورمان است که با به کنترل گرفتن آن، عملاً بخشی از کریدور شمال - جنوب ایران و شرق - غرب کشور ناکارآمد خواهند شد.

به این ترتیب، گذرگاه سیونیک یا مسیر جدید «ترامپ برای صلح و رفاه بین‌المللی» که تا پیش از این با عنوان گذرگاه زنگزور یاد می‌شد، دیگر

صرفاً یک گذرگاه معمولی یا طرح اقتصادی یا ترانزیتی نخواهد بود؛ بلکه از این پس، پروژه‌ای با پیامدهای ژئوپلیتیکی و امنیتی بسیار عمیق خواهد شد که با احداث و بهره‌برداری از آن، زمینه خفگی ژئوپلیتیکی ایران در شمال غرب، تضعیف نقش ترانزیتی کشورمان، حذف ایران از پروژه‌هایی مانند کمربند و جاده و مسدودسازی مسیرهای دسترسی کشورمان به اروپا فراهم می‌شود.

هم‌اکنون تغییرات نوینی در منطقه در حال شکل گرفتن است که تا پیش از این خبری از آن وجود نداشت. معادلات سیاسی جدیدی در چهار سوی ایران در حال روی دادن است که مدیریت این تغییرات نه به عهده بخش خصوصی، بلکه جزو وظایف مسئولان محسوب می‌شود. به همین جهت لازم است تا مسئولان بیش از گذشته در این معادلات منطقه‌ای حضور پیدا کرده و به دور از بهانه‌های مختلف، تلاش کنند تا در این نظم جدید ژئوپلیتیکی منطقه نقش آفرینی داشته باشند.

در حال حاضر به نظر می‌رسد، همچون سایر تهدیدهایی که کشورمان را دربر گرفته‌اند، فرصت‌ها در دل تهدیدها کم نیستند. قطعاً هم‌اکنون با دیپلماسی هوشمند، پیگیر و موثر، می‌توان از دل همین تهدیدها، فرصت‌هایی را به دست آورد و با تعامل شایسته با بازیگران اصلی و استفاده از ظرفیت‌های منحصر به فرد کریدوری و مرزی ایران، امنیت اقتصادی و آینده باثبات‌تری را در این بخش از منطقه، برای کشورمان رقم زد. ■



دکتر مهدی صفی - دانشیار پژوهشگاه رنگ

از ایده تا بازار راه دشوار تبدیل علم به ثروت در ایران

یادداشت مهمان

در اقتصاد مدرن، مسیر خلق ثروت دیگر از زمین و منابع طبیعی نمی‌گذرد، بلکه از دانش و فناوری می‌گذرد. کشورهایی که زودتر فهمیدند «علم» می‌تواند به جای نفت، موتور رشد اقتصادی باشد، امروز اقتصادهای نوآور و پایدار دارند. ایران نیز با پشتوانه عظیم پژوهش‌های دانشگاهی و نیروی انسانی متخصص، در آستانه چنین تحولی است؛ به شرط آنکه سرمایه‌گذاران جسورانه‌تر به میدان بیایند.

بخش بزرگی از یافته‌های پژوهشی در دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های کشور ظرفیت بالای تجاری‌سازی دارند، اما چون نگاه اقتصادی به آنها وجود ندارد، در مرحله پایان‌نامه یا گزارش متوقف می‌شوند. این همان نقطه‌ای است که سرمایه‌گذاران هوشمند می‌توانند وارد شوند و از «دانش خام» ارزش اقتصادی بسازند. در واقع، پژوهش برای کسانی که نگاه بلندمدت دارند، معدن فرصت‌های پنهان است.

اما چگونه می‌توان از ظرفیت علمی کشور برای سرمایه‌گذاری سودآور بهره گرفت؟

۲۰

ماهیانه دنیای سرمایه‌گذاری
شماره ۴، ۱۳۹۴
شماره ۱۰۶

۱. شناسایی فناوری‌های آماده بازار

هر پژوهشی قابل سرمایه‌گذاری نیست. باید سطح بلوغ فناوری (TRL) را شناخت و سراغ طرح‌هایی رفت که از مرحله آزمایشگاهی گذشته و به نمونه نیمه‌صنعتی یا پایلوت رسیده‌اند. همکاری مستقیم با پژوهشگاه‌ها و دفاتر انتقال فناوری (TTOs) بهترین راه برای شناسایی چنین فرصت‌هایی است.

۲. تحلیل اقتصادی و نرخ بازگشت سرمایه (ROI)

سرمایه‌گذاری علمی هم باید با محاسبه سود و زیان همراه باشد. هر پروژه پژوهشی اگر بازریابی دقیق بازار، هزینه توسعه و زمان بازگشت سرمایه تحلیل شود، می‌تواند بازدهی چندبرابری ایجاد کند. بسیاری از ایده‌ها سودآورند، اما چون شاخص اقتصادی روشنی برای آنها تعریف نشده، از چشم سرمایه‌گذاران پنهان می‌مانند.

۳. ورود به اکوسیستم سرمایه‌گذاری خطرپذیر (Venture Capital)

ماهیت پژوهش با ریسک همراه است، اما همین ریسک، سرچشمه نوآوری است. صندوق‌های جسورانه مشترک میان صنعت و دانشگاه می‌توانند با تقسیم ریسک، مسیر مالکیت فناوری و سود بلندمدت را برای سرمایه‌گذاران باز کنند. در دنیا، همین مدل‌ها مسبب تولد شرکت‌های چندمیلیارد دلاری فناوری شده‌اند.

۴. حضور در شتاب‌دهنده‌ها و مراکز نوآوری

شتاب‌دهنده‌ها پلی میان ایده و بازار هستند. سرمایه‌گذاری در این فضا به معنی مشارکت در فرآیند خلق محصول است، نه خرید نتیجه نهایی. چنین مشارکتی، نظارت بر روند توسعه را آسان‌تر و بازده سرمایه را شفاف‌تر می‌کند.

۵. حمایت از مالکیت فکری و پتنت‌ها

ثبت اختراع، سپری برای حفاظت از سرمایه علمی است. سرمایه‌گذاری روی طرح‌های پتنت‌پذیر، در واقع خرید سهمی از آینده بازار است. در ایران هنوز این حوزه ظرفیت بالایی برای رشد و سودآوری دارد.

۶. ایجاد شبکه ارتباطی میان دانشگاه، صنعت و سرمایه

بدون ارتباط موثر میان پژوهشگران و فعالان اقتصادی، ایده‌ها در آزمایشگاه می‌مانند و سرمایه‌ها در بانک‌ها می‌خوابند. ایجاد شبکه سه‌جانبه میان پژوهش، صنعت و سرمایه‌گذار، کلید تبدیل علم به ثروت است.

در سال‌های اخیر، نمونه‌های موفقی در کشور دیده شده است. شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه‌های نانو، دارو و رنگ توانسته‌اند از دل پژوهش‌های علمی به بازار صادراتی برسند. وجه مشترک همه آنها، نگاه اقتصادی از ابتدای مسیر پژوهش بوده است. در نهایت، سرمایه‌گذاری بر علم نگاهی کوتاه‌مدت نمی‌طلبد، بلکه آینده‌نگری و صبر می‌خواهد؛ همان‌طور که نفت خام بدون پالایش سودی ندارد، دانش نیز بدون سرمایه‌گذاری ارزش اقتصادی پیدا نمی‌کند.

اگر سرمایه‌گذاران ایرانی پژوهش را به عنوان منبع خلق ثروت ببینند، اقتصاد کشور از مرحله وابستگی به منابع، به مرحله تولید ارزش از دانش خواهد رسید. آینده از آن کسانی است که زودتر دریابند پژوهش، مطمئن‌ترین و پربازده‌ترین دارایی برای سرمایه‌گذاری است. ■



گفت و گوی اختصاصی با محسن موسوی

در این بخش می‌خوانیم:

- لزوم اتصال هوشمند سرمایه‌ها به نوآوری و رشد پایدار
- «بیمه سامان» در ردیف اول فروشندگان درمان خانواده قرار دارد
- نگاه دولت به صرافی‌های رمزارزی فرصت‌گونه باشد، نه تهدیدمحور

مدیرعامل و نایب رئیس هیات مدیره «تامین سرمایه امید» تاکید کرد

لزوم اتصال هوشمند سرمایه‌ها به نوآوری و رشد پایدار

عرفان فغانی

در عصری که هوش مصنوعی و رقابت سازنده، نبض نوآوری در بازار سرمایه را در دست گرفته‌اند، شاهد تحولی بنیادین در نحوه اتصال سرمایه‌ها به فرصت‌های رشد هستیم. رویکردهای جدید با ارائه خدمات یکپارچه و هوشمند، فراتر از چارچوب‌های سنتی نهادهای مالی عمل می‌کنند و خود را به عنوان سکوهایی کارآمد برای هدایت منابع مالی به سمت پروژه‌های سودآور و مولد معرفی می‌کنند. این تحول، دسترسی سرمایه‌گذاران به طیف وسیعی از فرصت‌ها، از جمله سبدهای اختصاصی، گرافاندینگ و انواع صندوق‌های سرمایه‌گذاری را تسهیل کرده است. در همین راستا، گفت‌وگویی با محسن موسسوی، مدیرعامل و نایب رئیس هیات مدیره «تامین سرمایه امید» تر تیب داده‌ایم. وی فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت مالی از دانشگاه بهشتی بوده و پیش از این، سابقه عضویت در هیات مدیره شرکت‌های سرمایه‌گذاری و کارگزاری را در کارنامه خود داشته است. همچنین، در شرکت‌های پالایشی، پتروشیمی و هلدینگ‌های مختلفی از جمله سرمایه‌گذاری اهداف و تاپیکو نیز حضور داشته و در حال حاضر، عضو هیات مدیره یک شرکت فولادی است. مشروح این مصاحبه در ادامه از نظر شما می‌گذرد.

بورس، هم به تامین مالی آنها کمک کنیم و هم سهامداران خرد به راحتی بتوانند شرکت‌های مختلف را برای سرمایه‌گذاری مقایسه و انتخاب کنند.

در ۳ سال اخیر، چه اقداماتی برای معرفی شرکت‌ها به بورس انجام داده‌اید و چه برنامه‌هایی برای آینده دارید؟

در ۳ سال اخیر، فعالیت‌های ما به شدت افزایش یافته است. سال گذشته، ۵ شرکت را به بورس معرفی کردیم که مهم‌ترین آن‌ها شرکت «آلومینا» بود و آخرین شرکت دولتی بود که پذیرش کردیم. همچنین، اولین شرکت بیمارستان خصوصی به نام «مهرام» را پذیرش کردیم و این یک دستاورد منحصر به فرد حتی در سطح خاورمیانه است که یک بیمارستان به عنوان یک شرکت سهامی عام پذیرفته شده و سهام آن معامله می‌شود. برای امسال نیز شرکت‌های متعددی را در دست پیگیری داریم که سهام خود را در بورس عرضه کنند که مهم‌ترین و بزرگ‌ترین آن‌ها «شستان»، سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی نیروهای مسلح است و ما فکر می‌کنیم بزرگ‌ترین عرضه می‌تواند باشد. علاوه بر آن، «گروه مالی مهرگان» نیز در دست اقدام است که عرضه بزرگی خواهد بود و ما تقریباً همه کارهای مرتبط با ورود آن به بورس را نهایی کرده‌ایم. در سال‌های گذشته نیز تعداد ۷ شرکت را پذیرش و وارد بورس کردیم که این روند ادامه دارد. فکر می‌کنیم امسال نیز بتوانیم با توجه به ملاحظات مربوط به بازار، تعداد شرکت‌های بیشتری را نسبت به سال‌های گذشته وارد بورس کرده و سهام آن‌ها را عرضه کنیم؛ البته اگر بازار کشش داشته باشد.

لطفاً در مورد پروژه‌هایی که با شرکت «سوخست سبز زاگرس» و «طلوع فولاد پارس» نیز داشته‌اید، توضیح‌حاتی ارائه دهید.

ما پروژه «شرکت سوخت سبز زاگرس» را به اتمام رساندیم و امسال نیز «طلوع فولاد پارس» را با ناماد «فطلوع» پذیرش کردیم. شرکت سهامی عام پروژه به این صورت است که سهامداران فعلی شرکت‌ها نتوانسته‌اند به نسبت سهام خود هزینه کنند و به پیشرفت فیزیکی مطلوب‌تری برسند. سهامداران جدید نیز به نسبت قدر و سهم خود اضافه شده و از سهم گروه قبلی کاسته می‌شود. به عنوان مثال، شرکتی که ۵ هزار میلیارد تومان توسط سهامداران قبلی سرمایه‌گذاری شده و اکنون قرار است ۲ هزار میلیارد تومان از سرمایه جدید توسط سهامدار جدید تامین شود که به نسبت ۲ به ۷ و ۵ به ۷، سهامدار اضافه می‌شود.



شرکت «تامین سرمایه امید» از چه زمانی در بازار سرمایه حضور دارد و چه ویژگی‌هایی باعث تمایز آن می‌شود؟

شرکت «تامین سرمایه امید» از سال ۱۳۹۰ در شرکت‌های پذیرفته شده سازمان بورس لیست شده است. این نکته حائز اهمیت است که یک شرکت تامین سرمایه، که خدمات مختلف تامین مالی و سرمایه‌گذاری را ارائه می‌دهد، خود نیز به شفافیت قائل بوده و از ابتدا با پذیرش در بورس، تمام اطلاعات مالی و هزینه‌ها و درآمدهای خود را به صورت کامل افشا کرده باشد. این اقدام می‌تواند الگویی برای شرکت‌هایی باشد که قصد ورود به بورس یا فرابورس را دارند و به دنبال شفافیت در عملکرد خود هستند.

«تامین سرمایه امید» از چه راه‌های دیگری در جهت توسعه بازار سرمایه فعالیت داشته است؟

تامین سرمایه امید از سال‌های دور نقش تسهیل‌گری برای ورود شرکت‌ها به بورس را ایفا کرده و تلاش داشته تا با افزایش عمق بازار و تعداد شرکت‌های پذیرش شده در هر صنعت، به توسعه بازار کمک کند. اغلب شرکت‌هایی که هم خانواده ما بوده و در گروه ما قرار داشته‌اند، توسط «تامین سرمایه امید» پذیرش شده‌اند و ما همچنان به خصوص در شرکت‌های معدنی فعال هستیم و تلاش می‌کنیم تا با وارد کردن آنها به



تاکنون دومین پذیرهنویسی را نیز با موفقیت انجام داده‌ایم و محدودیت‌ها و معذوریت‌هایی که وجود داشته را نیز رفع کرده‌ایم. برای امسال نیز در تلاش هستیم تا اگر شرایط بازار مناسب باشد، حداقل ۳ شرکت دیگر را که پذیرش گرفته‌ایم، از جمله «اندیمشک زاگرس»، «گوهر زمین» و «شرکت ساختمانی صابو» را نیز به این مرحله برسانیم. این روش بسیار سودمند است و اولویت دولت نیز بوده که ما توانسته‌ایم آن را اجرایی کنیم و یکی پس از دیگری، شرکت‌ها را در لیست عرضه می‌آوریم. البته اگر شرایط بازار مساعد باشد، می‌توانیم این روند را تسریع کنیم.

ورود شرکت‌ها به بازار سرمایه چه تاثیری بر عمق و ارزش بازار خواهد داشت؟

پذیرش شرکت‌ها در بازار، قطعاً عمق بازار را بیشتر می‌کند. هرچقدر تعداد شرکت‌ها بیشتر شود، ارزش بازار نیز افزایش پیدا می‌کند و مردم می‌توانند به راحتی از بین آنها انتخاب کنند. ما تلاش کرده‌ایم که با روش‌های مختلف و ابزارهای گوناگون، شرکت‌هایی را که هم سهامداران آنها تمایل دارند و هم به نظر ما به لحاظ اقتصادی می‌توانند سود مستمر و تکرار شونده‌ای داشته باشند و سود با کیفیتی ارایه دهند، به سطح تابلوهای بورس و فرابورس برسانیم.

«تامین سرمایه امید» در حوزه تامین مالی پروژه‌ها و شرکت‌های مختلف چه دستاوردهایی داشته است؟

در سال‌های گذشته «تامین سرمایه امید» با تمرکز بر تامین مالی پروژه‌ها و شرکت‌های مختلف، به نحو احسن عمل کرده و بیشترین تعداد تامین مالی از طریق انتشار اوراق، اعم از اوراق اجاره و اوراق قرض الحسنه، انجام شده است. یکی از بزرگ‌ترین انتشار اوراق ما، مربوط به ۲ بانک بزرگ و معظم کشور یعنی بانک سپه و بانک ملی بود که هر کدام با انتشار ۲۵ هزار میلیارد تومان اوراق قرض الحسنه، توانستند منابع مالی را مدیریت کرده و به دولت بازگردانند تا دولت مجدداً در این بانک‌ها سرمایه‌گذاری و افزایش سرمایه دهد که این خود یک دستاورد مهم محسوب می‌شود؛ چرا که تنها برای این دو بانک بزرگ توانستیم ۵۰ هزار میلیارد تومان از این طریق به منابع آنها تزریق کنیم.

علاوه بر این، در صنایع مختلف از جمله داروسازی، نفت و گاز، پتروشیمی و شرکت‌های معدنی نیز تامین مالی انجام داده‌ایم. کوچک‌ترین اوراق ما در سال گذشته ۸۰ میلیارد تومان و بزرگ‌ترین اوراق ما ۴ هزار میلیارد تومان برای توسعه آهن و فولاد گل گهر بوده است. در مجموع سال گذشته، توانستیم برای شرکت‌های مختلف به صورت سندیکایی اوراق منتشر کنیم و این روند را با موفقیت ادامه دهیم. امسال نیز این روند ادامه یافته و تا امروز، ۸ شرکت را تامین مالی کرده‌ایم. آخرین مورد که برای ما نیز جذاب بود، تامین مالی از طریق انتشار اوراق کوچک و متوسط بود که با این نام سازمان بورس، توانستیم از طریق «شرکت مدیریت دارایی مرکزی» برای «کویر» تا ۱۵۰ میلیارد تومان اوراق منتشر کنیم. ویژگی این اوراق، سهولت و سرعت در انتشار آنهاست و امکان آن از جمله ضامن، متعهد پذیرهنویس و بازارگردان کاملاً اختیاری است.

صندوق‌های سرمایه‌گذاری تحت مدیریت «تامین سرمایه امید» چه ویژگی‌هایی دارند و چه خدماتی به سرمایه‌گذاران ارایه می‌دهند؟

ما در سال گذشته با تلاش فراوان، یکی از صندوق‌های خود را به صندوق درآمد ثابت قابل معامله در بازار (ETF) تبدیل کردیم که با نماد «آسان» شناخته می‌شود. همچنین، «صندوق گنجینه مهر» ما در حال تلاش برای متنوع‌سازی سبد و ارایه خدمات بیشتر به سرمایه‌گذاران، البته با موافقت سازمان بورس است. در بخش سهامی، دو صندوق قابل معامله داریم؛ «صندوق بذر امید آفرین» که در سهام سرمایه‌گذاری کرده و

سرمایه‌گذاران می‌توانند در بازده آن شریک شوند و «صندوق نوید انصار» که به صورت صدور و ابطالی است. علاوه بر این، ۲ صندوق درآمد ثابت دیگر تحت عنوان «گنجینه امید ایرانیان» و «امید انصار» داریم که بازدهی نسبتاً خوبی را به سرمایه‌گذاران خود پرداخت می‌کنند. این صندوق‌ها بدون ریسک بوده، مشمول مالیات نمی‌شوند و سرمایه‌گذاران هر زمان که بخواهند می‌توانند منابع خود را برداشت کنند و سود آن‌ها به صورت روز شمار پرداخت می‌شود. ما همچنین یک صندوق کالایی مبتنی بر طلا به نام «زرافشان امید» داریم که بازدهی مناسبی داشته و منابع خوبی را جذب کرده است. این صندوق با نماد «زر» قابل معامله بوده و ترکیب آن تقریباً ۷۰ درصد شمش و ۳۰ درصد سکه طلا است. سرمایه‌گذاری که به نرخ ارز یا طلا حساس هستند، می‌توانند با خرید واحدهای سرمایه‌گذاری این صندوق، خود را پوشش دهند.

نقش «تامین سرمایه امید» در انتشار اوراق دولتی چیست و چه میزان از این اوراق را منتشر کرده‌اید؟

ما در انتشار اوراق دولتی نقش فعالی داشته‌ایم؛ سال گذشته حدود ۵۶۵ هزار میلیارد تومان اوراق دولتی را برای نهادهای مختلف به صورت سندیکایی تامین مالی کردیم. در سال ۱۴۰۲ نیز ۵۰ هزار میلیارد تومان این کار را انجام دادیم و در سال جدید نیز با ۵۵ هزار میلیارد تومان شروع کرده‌ایم که پیش‌بینی می‌کنیم این عدد تا ماه‌های آینده به ۶۰ هزار میلیارد تومان برسد. هدف ما این است که به نهادهای دولتی کمک کنیم تا به منابع مالی مورد نیاز خود دست یابند.

شناخت بازار سرمایه از صنعت تامین سرمایه و تلاش‌های شما برای معرفی و توسعه این صنعت چیست؟

صنعت تامین سرمایه، هم از نظر تعداد تامین سرمایه‌های پذیرفته شده و هم از نظر خدماتی که در حدود ۱۶ تا ۱۶ سال گذشته ارایه داده، در صنایع مختلف شناخته شده است. این شناخت به دلیل انجام تامین مالی‌های متنوع در شرکت‌های گوناگون و آوردن شرکت‌های متعدد به بورس و تامین مالی آنها از طریق ابزارهای مختلف حاصل شده است. ما فکر می‌کنیم شناخت بازار نسبت به تامین سرمایه‌ها کافی است و برای جا افتادن بیشتر این صنعت، تلاش می‌کنیم تا هم ابزارها و نهادهای جدیدی را به بازار معرفی کنیم و هم بخش سیدگردانی خود را فعال سازیم. مادر «تامین سرمایه امید»، ۳ سبد اختصاصی تشکیل داده‌ایم که بیش از ۱۵ هزار میلیارد تومان منابع جذب کرده‌ایم و این کار را برای افراد حقیقی و حقوقی انجام می‌دهیم. همچنین، در حال آماده‌سازی زیرساخت‌های IT خود برای پذیرش مشتریان بیشتر در بخش سیدگردانی هستیم. در واقع هر چه تخصصی‌تر نگاه کنیم، مردم بیشتر از خدمات تامین سرمایه‌ها منتفع خواهند شد.

اقدامات «آکادمی امید» و سایر فعالیت‌های فرهنگی و آموزشی شما برای توسعه فرهنگ سرمایه‌گذاری چیست؟

ما با راه اندازی «آکادمی امید» و انتشار کتاب‌های مختلف در زمینه معرفی بازار سرمایه، روش‌های ارزش‌گذاری و ارزیابی، در تلاش هستیم تا فرهنگ سرمایه‌داری و سرمایه‌گذاری را توسعه دهیم. فعالیت‌های «آکادمی امید» به طور نسبی آغاز شده و اولین همایش تقدیر از اساتید بازار سرمایه را برگزار کردیم که شروعی برای فعالیت‌های آکادمی ما بود. در تلاش هستیم تا دوره‌های تخصصی با همکاری دانشگاه‌ها و نهادهای اقتصادی برگزار کنیم و فرهنگ‌سازی و نشر دانش در بازار سرمایه را ترویج دهیم. سال گذشته ۵ کتاب مختلف از جمله «ارزش‌گذاری» و «حسابرسی داخلی» را منتشر کردیم و همچنین فصل نامه‌هایی را منتشر می‌کنیم که تاکنون هشتمین شماره آن منتشر شده است.



صنعت تامین سرمایه، هم از نظر تعداد تامین سرمایه‌های پذیرفته شده و هم از نظر خدماتی که در حدود ۱۶ تا ۱۶ سال گذشته ارایه داده، در صنایع مختلف شناخته شده است. این شناخت به دلیل انجام تامین مالی‌های متنوع در شرکت‌های گوناگون و آوردن شرکت‌های متعدد به بورس و تامین مالی آنها از طریق ابزارهای مختلف حاصل شده است.

مهم‌ترین چالشی که شرکت‌های تامین سرمایه با آن روبرو هستند، نوسانات نرخ ارز و تورم شدید در کشور است. از آنجایی که فعالیت تامین سرمایه‌ها با ریال است، با افزایش تورم، قدرت پول کاهش پیدا می‌کند. به عنوان مثال، شرکتی که ۱۰ سال پیش ۱۰ میلیون دلار داشته، امروز با وجود افزایش ارزش ریال، تامین مالی این مبلغ به مراتب سخت‌تر شده است

علاوه بر این، در حال توسعه زیرساخت‌های IT خود برای ارائه خدمات از طریق یک اپلیکیشن هوشمند هستیم. اولین دستیار با کمک هوش مصنوعی را توسعه داده‌ایم که در سایت «تامین سرمایه امید» قابل دسترسی است و کاربران می‌توانند سوالات اقتصادی خود را از آن بپرسند. همچنین، سایت‌های خود را هوشمند می‌کنیم و در اپلیکیشن بانک سپه، تمامی خدمات خود از جمله ایجاد سبد اختصاصی، خرید واحدهای صندوق و تشکیل زیرساخت‌ها برای تامین مالی شرکت‌ها یا سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران از طریق کرافاندینگ را ایجاد می‌کنیم. مجوز «امید کرافاند» را نیز سال گذشته از فرابورس دریافت کردیم و در بخش تامین مالی، حتماً شرکت‌های کوچک و متوسط از این ابزار استفاده خواهیم کرد و در حال برنامه‌ریزی برای ارائه نرخ‌های منطقی‌تر و پایین‌تر نسبت به بازار هستیم.

مهم‌ترین چالش‌های صنعت تامین سرمایه در ایران چیست و چگونه با آنها مقابله می‌کنید؟

مهم‌ترین چالشی که شرکت‌های تامین سرمایه با آن روبرو هستند، نوسانات نرخ ارز و تورم شدید در کشور است. از آنجایی که فعالیت تامین سرمایه‌ها با ریال است، با افزایش تورم، قدرت پول کاهش پیدا می‌کند. به عنوان مثال، شرکتی که ۱۰ سال پیش ۱۰ میلیون دلار برای تامین مالی نیاز داشته، امروز با وجود افزایش ارزش ریال، تامین مالی این مبلغ به مراتب سخت‌تر شده است. شاید تامین سرمایه به تنهایی نتواند چنین ارقامی را تامین مالی کند و این مساله باعث می‌شود که پول در اختیار ما سال به سال قدرت خود را از دست داده و خدمات ما کم‌رنگ‌تر شود. برای مثال، ۳ سال پیش منابع در اختیار ما ۵۰۰ میلیون دلار ارزش داشت، اما امروز با وجود اینکه ریال ما ۲۰ برابر شده، این عدد به ۲۵۰ میلیون دلار رسیده است؛ یعنی قدرت پول ما با وجود افزایش، کاهش چشمگیری داشته است که قطعاً این مساله در بلندمدت به صنعت آسیب خواهد زد.

تاثیر نرخ بهره و نوسانات آن بر صنعت تامین سرمایه چگونه است؟

تورم و نرخ بهره تاثیر مستقیمی بر صنعت تامین سرمایه دارند. هرچه نرخ بهره نوسان کند یا رو به بالا باشد، صنعت را بیشتر به چالش می‌کشد. سال گذشته، بانک مرکزی نرخ سپرده را به یکباره به ۳۰ درصد رساند که این امر باعث شد مادر «تامین سرمایه امید» با چالش‌هایی مواجه شویم. با توجه به اینکه نرخ اوراق ما پایین‌تر بود، مجبور شدیم آن‌ها را باز خرید کنیم و در یک ماه حدود ۲۰۰ میلیارد تومان سود خالص خود را از دست دادیم. در نتیجه، افزایش و نوسانات نرخ بهره کاملاً بر صنعت تاثیر گذار است و پاشنه آشیل وضعیت فعلی اقتصاد ما نیز همین موضوع است. بنابراین اگر چاره‌اندیشی نشود، با چالش‌های جدی در ماه‌های آینده مواجه خواهیم بود.

مزیت رقابتی «تامین سرمایه امید» در مقایسه با سایر نهادهای مشابه چیست و چه عواملی به موفقیت شما کمک کرده است؟

ما معتقدیم رقابت در صنعت تامین سرمایه، سازنده است و به نفع کل صنعت و مشتریان تمام می‌شود. هرچه خدمات بیشتری ارائه دهیم، شرکت‌های بیشتری را پذیرش کنیم، منابع بیشتری را در صندوق‌هایمان جذب کنیم و تامین مالی بیشتری برای شرکت‌ها و نهادهای انجام دهیم، سودآوری بالاتری را رقم خواهیم زد. با توجه به تعداد محدود تامین سرمایه‌ها، همکاری و رقابت سازنده میان ما وجود دارد. این همکاری به گسترش خدمات و کمک به پروژه‌هایی که دولت یا بخش خصوصی به تنهایی قادر به تکمیل آن‌ها نیستند، کمک می‌کند. منابع جذب شده

در صندوق‌های تامین سرمایه، بخش عمده‌ای را به سرمایه‌گذاری در پروژه‌ها اختصاص داده و به توسعه صنعت و افزایش درآمد بخش‌های مختلف کشور کمک کرده است. این سرمایه‌گذاری‌ها هم در ارزآوری و هم در ایجاد درآمد و اشتغال تاثیر مستقیم داشته‌اند. تامین سرمایه‌ها توانسته‌اند جای خالی بانک‌ها را در سال‌های گذشته پر کنند، به صنعت کمک کنند و حتی از نهادهای دولتی و خود دولت برای تامین مالی پروژه‌ها و جبران بخشی از هزینه‌ها یاری رسانند که این نشان‌دهنده پتانسیل بالای رشد در صنعت تامین سرمایه است.

مزیت اصلی خود را سهامداری می‌دانیم که در بخش معدن فعال هستند. اینکه بانک سپه سهامدار ماست، یک مزیت محسوب می‌شود که می‌توانیم از طریق آن در جذب منابع بهره ببریم. همچنین، ایجاد سهولت در خرید برای مردم از طریق سایت یا اپلیکیشن موبایل، امکان خرید و فروش آسان تمامی صندوق‌های این مجموعه و برداشت آنی منابع، بدون محدودیت در سود و زیان، از دیگر مزیت‌های ماست. ما موریت سال گذشته ما با باز تعریف شده است تا به صورت یک سامانه جامع، تمامی خدمات خود را از جمله ایجاد سبد، خرید و کرافاندینگ، تامین مالی از طریق کرافاندینگ و سرمایه‌گذاری در صندوق‌ها را ارائه دهیم.

چگونه از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی برای بهبود خدمات خود استفاده می‌کنید و برنامه‌های شما برای توسعه صندوق‌های سرمایه‌گذاری و معرفی ابزارهای نوین چیست؟

ما اولین دستیار هوشمند را با استفاده از هوش مصنوعی راه‌اندازی کرده‌ایم و در تمامی سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی خود فعال خواهیم کرد. این دستیار به سرمایه‌گذاران کمک می‌کند تا با طرح سوالات خود، پاسخ‌های درست و فیلتر شده را دریافت کنند و این امر سرمایه‌گذاری آن‌ها را تسهیل می‌کند. ما برنامه‌ریزی کرده‌ایم تا صندوق پروژه نیز تاسیس کنیم. پس از موفقیت یکی از صندوق‌ها در جذب منابع، قصد داریم از این ابزار در بخش انرژی، به ویژه تولید برق، استفاده کنیم. همچنین، در تلاش هستیم تا در سال‌های آتی، صندوق‌های متنوع‌تری از جمله صندوق‌های اهرمی و صندوق‌های صندوق نیکوکاری را با اخذ موافقت اصولی از سازمان بورس ارائه دهیم تا بتوانیم از این نهادهای بهره کافی را به مشتریان خود برسانیم.

چشم‌انداز شما برای بازار سرمایه در ۵ سال آینده چیست و چه فرصت‌ها و چالش‌هایی را پیش‌بینی می‌کنید؟

چشم‌اندازی که برای خود ترسیم کرده‌ایم، تبدیل شدن به سکویی است که سرمایه‌گذار و سرمایه‌پذیر را به راحتی و در اسرع وقت به هم متصل کرده و منابع سرمایه‌گذاران را برای سرمایه‌گذاری در پروژه‌ها استفاده کنیم. ترسیم چشم‌انداز ۵ ساله برای بازار سرمایه دشوار است، زیرا ابهامات زیادی در وضعیت اقتصادی آنی کشور وجود دارد. با این حال، معمولاً بازار سرمایه در بلندمدت بازدهی بالاتری نسبت به نرخ تورم ارائه می‌دهد و اگر سرمایه‌گذاران صبر داشته باشند، می‌توانند جلوتر از تورم حرکت کنند. با وجود وضعیت فعلی، مسیر بازار سرمایه از گذشته تا امروز پر بار بوده و بازدهی خوبی برای سرمایه‌گذاران داشته است. با توجه به ریسکی که سرمایه‌گذاران می‌پذیرند، انتظار بازدهی بیشتر نیز منطقی است و من آینده روشنی را برای بازار سرمایه در سال‌های آتی می‌بینم. شرکت‌های بسیار خوبی در صنایع مختلف از جمله نفت و گاز، پتروشیمی، معدنی، نیروگاهی و خودرویی در بازار سرمایه پذیرش شده‌اند. بازار سرمایه میزبان بهترین شرکت‌هاست و اگر اقتصاد کشور مسیر درستی را طی کند، بازار سرمایه مکان مناسبی برای سرمایه‌گذاری خواهد بود و شاهد اتفاقات مثبتی خواهیم بود. ■

نگاهی به بازارهای اوراق بهادار در کشورهای خلیج فارس

عملکرد مثبت بورس خلیج فارس در سپتامبر ۲۰۲۵

مهدیه شهسواری



کویت (شاخص کل سهام): این شاخص با افزایش اندک، برتری منطقه‌ای خود را با بازدهی سالانه ۱۹.۵ درصد حفظ کرد که توسط عرضه‌های اولیه در فناوری و بیمه پشتیبانی شد. در ابتدای ماه ۰.۲ درصد افت کرد، اما با جریان‌های خارجی بهبود یافت.

عمان (MSX30): این شاخص ۰.۱ درصد افزایش یافت و به ۵,۱۳۳.۶ واحد رسید که توسط بخش صنعتی (۰.۴+ درصد) هدایت شد. بازدهی سالانه ۱۳.۲ درصد بود با نسبت P/E پایین ۱۰.۲ و تمرکز بر انرژی‌های تجدیدپذیر.

بحرین (شاخص BHB): این شاخص ۰.۱ درصد افت کرد و به ۱,۹۲۳.۴ واحد رسید با زیان‌هایی در GFH (۳.۵- درصد). نسبت P/E آن ۱۱.۷۷ بود با تمرکز بر خدمات مالی.

به طور کلی می‌توان گفت در سپتامبر ۲۰۲۵ عملکرد بازارها متفاوت بود، با جهش چشمگیر TASI در پایان ماه، DFM به دلیل فشار بر بخش املاک افت کرد. شاخص MSCI GCC به طور کلی ۰.۷ درصد رشد ماهانه داشت که توسط عرضه‌های اولیه (۲۵ درصد در نیمه اول سال) حمایت شد. حجم معاملات در برخی بازارها تا ۴۰ درصد افزایش یافت و جریان‌های ورودی خارجی خالص برای ۶ فصل متوالی ادامه داشت. افزایش بازارهای جهانی MSCI EM (۶.۵+ درصد) تأثیر مثبتی داشت، اگرچه افت قیمت نفت محدودیت‌هایی ایجاد کرد.

در ماه سپتامبر این بازارها با چالش‌های کلیدی زیر مواجه شدند:

نوسانات نفت: ارتباط ۰.۴۱ با شاخص MSCI World و پیش‌بینی مازاد تولید در سال ۲۰۲۶.

ژئوپلیتیک: افزایش ۳۲ درصد در نوسانات به دلیل جنگ غزه.

تجارت جهانی: تنش‌های آمریکا-چین و کاهش ۱۱.۶ درصد در EBITDA در ۳ ماهه دوم به دلیل فشارهای تورمی.

تمرکز بخشی: تسلط بخش مالی (۵۷ درصد) خطر رکود جهانی را افزایش می‌دهد.

در مورد چشم‌انداز آینده می‌توان گفت این چشم‌انداز به طور کلی مثبت است و اصلاحات ساختاری مانند رؤیه ۲۰۳۰ عربستان و دبی ۲۰۴۰ تنوع را به سمت فناوری و انرژی‌های تجدیدپذیر تقویت می‌کنند. جذب سرمایه از طریق عرضه‌های اولیه (۵۳ درصد در سال ۲۰۲۴) و ارتباط پایین بازارهای نوظهور (۰.۵۲) ادامه دارد. انتظار می‌رود رشد اندکی در سال ۲۰۲۵ وجود داشته باشد، با چالش‌های کوتاه‌مدت ناشی از تعرفه‌ها، اما تمرکز بر آسیا (به‌ویژه چین به عنوان شریک اصلی امارات) ثبات را تقویت و همچنین ESG و فناوری رشد را هدایت خواهند کرد.

به طور کلی می‌توان گفت علی‌رغم چالش‌ها، با تعادل بین ریسک‌های جهانی و اصلاحات محلی، بازارهای بورس کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس در سپتامبر ۲۰۲۵ انعطاف‌پذیری نشان دادند. این بازارها به‌ویژه برای تنوع بخشی از غرب، با نیاز به تقویت تنوع برای رشد پایدار، فرصتی برای سرمایه‌گذاری نوظهور هستند. ■

بازارهای اوراق بهادار در کشورهای شورای همکاری خلیج فارس (GCC) در سپتامبر ۲۰۲۵ عملکردی عموماً مثبت داشتند که این عملکرد ناشی از انتظارات کاهش نرخ بهره ایالات متحده، افزایش تمایل جهانی به ریسک‌پذیری و اصلاحات محلی مانند کاهش محدودیت‌های مالکیت خارجی در عربستان سعودی بوده است. با این حال، این بازارها تحت تأثیر نوسانات قیمت نفت و تنش‌های ژئوپلیتیکی در خاورمیانه، به‌ویژه جنگ در غزه قرار گرفتند که این امر ارتباط بین ریسک‌های ژئوپلیتیکی و نوسانات بازار را تا ۳۲.۲۸ درصد افزایش داد. ارزش کل بازارهای خلیج فارس تا پایان نیمه اول سال ۲۰۲۵ به حدود ۲.۳۷ تریلیون دلار رسید که نسبت به سال قبل ۱۷۴ میلیارد دلار افزایش داشت. این گزارش بر عملکرد ماهانه بازارهای اصلی، شاخص‌ها، چالش‌ها و چشم‌انداز هاتمرکز دارد بر اساس داده‌ها، تا پایان سپتامبر ۲۰۲۵ تهیه شده است.

بازارها و شاخص‌های اصلی

کشورهای خلیج فارس ۶ بازار اصلی دارند که در ماه سپتامبر عملکرد متفاوتی از خود نشان دادند:

عربستان سعودی (تداول - TASI): شاخص اصلی TASI در ۲۴ سپتامبر با ۵ درصد افزایش، بزرگ‌ترین جهش روزانه از سال ۲۰۲۰ را تجربه کرد که ناشی از گزارش‌هایی درباره کاهش سقف مالکیت خارجی از ۴۹ درصد به ۵۰ درصد بود. این امر می‌تواند جریان‌های ورودی خالص ۱۰ میلیارد دلاری از شاخص‌های MSCI و FTSE را جذب کند. این شاخص در ۱۱,۵۰۳ واحد بسته شد، بالاترین سطح از ماه مه ۲۰۲۵ و بازدهی ماهانه مثبتی را به ثبت رساند؛ اگرچه به دلیل کاهش قیمت نفت، بازدهی سالانه آن ۹ درصد کاهش یافت. بخش مالی پیش‌تاز بود و شرکت‌هایی مانند آرامکو و الراجحی سودهایی کسب کردند.

بازار مالی دبی - (DFMGI): شاخص این بازار ۳.۷ درصد افت کرد و به ۵,۸۳۹.۶ واحد رسید که بازدهی سالانه را به ۱۳.۲ درصد کاهش داد، اما همچنان یکی از قوی‌ترین بازارهای خلیج است. بخش املاک تحت فشار بود و شرکت‌های ۰.۷ درصد افت کرد. اما عرضه اولیه ALEC Holdings با جمع‌آوری ۷ میلیارد درهم، موفقیت‌آمیز بود. ارزش بازار به ۹۹۵ میلیارد درهم رسید که ۹.۷ درصد رشد نیمه‌ساله داشت.

امارات (بازار اوراق بهادار ابوظبی - ADXGI): این شاخص با رشد اندک، بازدهی سالانه‌ای حدود ۷.۳ درصد داشت که توسط سودهای قوی در بانک‌هایی مانند بانک اول ابوظبی پشتیبانی شد. در برخی روزها به دلیل تنش‌ها افت کرد، اما نسبت P/E بالایی در ۲۳.۵۲ حفظ کرد.

قطر (شاخص QE): این شاخص ۰.۷ درصد افزایش یافت و به ۱۱,۳۰۷.۹ واحد رسید که توسط بخش‌های بانکی (۱.۲+ درصد) و صنعتی (۰.۸+ درصد) حمایت شد. بانک دوچه (۴.۴+ درصد) سودهایی کسب کرد، در حالی که بانک اسلامی قطر ۲.۶ درصد داشت. بازدهی سالانه با تمرکز بر گاز و خدمات مالی ۱.۰۹ درصد بود.

بازارهای اوراق بهادار در کشورهای شورای همکاری خلیج فارس (GCC) در سپتامبر ۲۰۲۵ عملکردی عموماً مثبت داشتند که این عملکرد ناشی از انتظارات کاهش نرخ بهره ایالات متحده، افزایش تمایل جهانی به ریسک‌پذیری و اصلاحات محلی مانند کاهش محدودیت‌های مالکیت خارجی در عربستان سعودی بوده است.

مدیرعامل صرافی رمزارزی «بیت پین» عنوان کرد

نگاه دولت به صرافی‌های رمزارزی فرصت‌گونه باشد، نه تهدیدمحور

احمد رضا صباغی

افزایش کشمکش میان قانونگذاری و اعتماد کاربران تا فرصت‌های پنهان در دل تحریم‌های ظالمانه، فعالان حوزه رمزارز در ایران را با چالش‌های نفس‌گیری روبرو کرده است. اما سوال این است که چه عاملی سبب شده تا این صنعت نوظهور، با وجود تمام موانع، همچنان به رشد خود ادامه دهد و به فرصتی طلایی برای اقتصاد کشور تبدیل شود؟ برای پاسخ به این پرسش، گفت‌وگویی با علی جهانی، مدیرعامل صرافی رمزارزی «بیت پین» انجام شده که مشروح آن در ادامه آمده است.

باتیم از مایشگاه بلاکچین دانشگاه صنعتی شریف که در دانشکده برق مستقر بودند و دکتر مداحی آن را اداره می‌کردند، آشنا شدیم. این تیم‌های تک‌ترین کارهای بلاکچین در ایران را انجام می‌داد و ما با آنها همکاری داشتیم و یک مدرسه تابستانی بلاکچین را راه‌اندازی کردیم. هدف اولیه ما در سال ۱۳۹۸، کار در حوزه توکنایزیشن و به طور مثال توکنایز کردن سهام یا ملک بود. در همان زمان، مجموعه‌هایی مانند «ققنوس» هم روی توکنایزیشن طلا و امثال آن کار می‌کردند و ما هم به دنبال همین نوع فعالیت‌ها بودیم.

علت تغییر مسیر از توکنایزیشن به سمت ایجاد یک صرافی رمزارزی چه بود؟

ما مسیر توکنایزیشن را ادامه دادیم و حتی راه‌حل‌های خوبی در این زمینه داشتیم، اما با بزرگ‌تر شدن و درک بهتر بازار در سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹، متوجه شدیم که این شروع مناسبی نیست و نمی‌تواند به یک بیزینس با تاثیرگذاری زیاد بر مردم و بازار تبدیل شود. همچنین این موضوع را دریافتیم که تمام فعالیت‌های موفق در حوزه بلاکچین و رمزارز، با تاسیس یک صرافی آغاز می‌شوند. صرافی، نقطه شروعی است که به شما اجازه می‌دهد به متولوژی، توکن، NFT، دیفای و غیره برسید. به عبارت دیگر، کلمه (Exchange) آن (XX) اولیه است که شما را قادر می‌سازد کارهای بزرگ‌تری انجام دهید.

مزیت رقابتی «بیت پین» نسبت به سایر صرافی‌های فعال در بازار چیست؟

نقطه قوت ما این بود که خودمان از کاربران صرافی‌های بزرگ دنیا بودیم؛ بنابراین می‌دانستیم که در فضای جهانی چه اتفاقاتی رخ می‌دهد و صرافی‌های خارجی چه نیازهایی از مخاطب را شناسایی و رفع می‌کنند و این در حالی بود که هنوز بسیاری از صرافی‌های ایرانی به سراغ این نیازها نرفته بودند. زمانی که در سال ۱۴۰۰ در «بیت پین» آغاز به کار کردیم، شاید صرافی‌های موجود روی هم رفته ۱۰ تا ۱۵ کوین پشتیبانی می‌کردند، ولی ما در زمان تاسیس «بیت پین»، با ۳۰ کوین شروع کردیم. همچنین، آن زمان شبکه‌های مهمی مانند «بایننس اسمارت» (BSC) در صرافی‌های



ایده و هدف ایجاد «بیت پین» چگونه در ذهن شما شکل گرفت؟

ما تقریباً از سال ۱۳۹۲ در حوزه اقتصاد دیجیتال فعال بودیم و در شرکت‌های IT و استارت‌آپ‌ها حضور داشتیم. در نمایشگاه الکامپ سال ۱۳۹۵ استارت‌آپ‌های جدیدی حضور داشتند که به دنبال جذب سرمایه بودند؛ از همان زمان مادر این فضا حضور داشتیم، تا اینکه در سال ۱۳۹۵ بنده و جناب مردانی (هم‌بنیان‌گذار بیت پین) به سرمایه‌گذاری در حوزه رمزارز و بلاکچین علاقمند شدیم. در آن زمان، کارهای بزرگی در صنعت بلاکچین قابل انجام بود و اولین بازیگران حوزه رمزارز ایران به تازگی در حال ظهور بودند. حتی بنده در سال ۱۳۹۶ در نمایشگاه بورس، بانک و بیمه درباره بیت کوین سخنرانی کردم.

شما به عنوان فارغ‌التحصیل دانشگاه صنعتی شریف، چه دیدگاهی برای شروع یک کسب‌وکار داشتید؟

فارغ‌التحصیلان دانشگاه صنعتی شریف، حس خاصی دارند که باید «طرحی نو در اندازند»؛ یعنی علاقه‌ای به تکرار کارهای دیگران ندارند. در سال ۱۳۹۷



ایرانی پشتیبانی نمی‌شدند و عموماً کار مزد تراکنش‌ها بالا بود، ولی ما با پشتیبانی از این شبکه‌ها و تنوع بالا، عمل‌انیزی از مخاطب ایرانی را شناسایی و پاسخ دادیم که در آن زمان در صرافی‌های فعال در بازار، به این نیازها پاسخ داده نشده بود.

در حال حاضر این مجموعه چه تعداد پرسنل و کاربر دارد و از نظر شرایط کاری تخصصی تیم «بیت‌پین» را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

ورود رسمی «بیت‌پین» به بازار در فروردین سال ۱۴۰۰ اتفاق افتاد، اما اقدامات زیرساختی از تیرماه سال ۱۳۹۹ آغاز شده بود. در حال حاضر این صرافی بیش از ۲۵۰ نفر پرسنل و بیش از ۵ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر کاربر در ایران دارد. بیشتر فعالیت‌هایی که کار را با ما شروع کردند و هم‌اکنون هم در تیم فنی ما حضور دارند، فارغ‌التحصیل رشته برق، به خصوص دکتری مخابرات دانشگاه صنعتی شریف هستند. نکته مهم اینجاست که رشته برق به دلیل نزدیکی به نرم‌افزار، سخت‌افزار و به خصوص رمزنگاری (در بخش مخابرات)، افراد متخصص را به حوزه بلاکچین و رمزارز جذب می‌کند و جذابیت این حوزه، به‌ویژه برای حل مسایل پیچیده و‌های تک، دلیل اصلی جذب این افراد است.

با توجه به وقوع جنگ ۱۲ روزه اخیر و امکان وقوع مجدد آن، لطفاً چشم‌اندازی از بازار رمزارزها برای سرمایه‌گذاران و تریدرها ارائه دهید؟

اگرچه ممکن است جنگ اخیر بر بازار تاثیر بگذارد، اما چشم‌انداز بازار رمزارزها را بسیار فراتر می‌بینم. حجم بازار رمزارزها در دنیای نزدیک به ۴ تریلیون دلار است که این عدد تقریباً ۳ درصد از حجم بازار سهام دنیاست. صدها سال است که بازار سهام فعالیت دارد، اما بیت‌کوین، به عنوان قدیمی‌ترین رمزارز جهان، در سال ۲۰۰۹ میلادی به بازار جهانی معرفی شده است. این موضوع نشان می‌دهد که ما در ابتدای راه پذیرش رمزارزها در ذهن سرمایه‌گذاران هستیم. رمزارز بیت‌کوین به تهای، پس از انویدیا، مایکروسافت، اپل و گوگل، پنجمین دارایی پرارزش دنیاست. امسال حجم سرمایه‌گذاری نهادی در حوزه رمزارزها رشد چشمگیری داشته است؛ به طوری که از ۹۰ میلیارد دلار در سال گذشته به ۲۳۵ میلیارد دلار در سال جاری رسیده است که تقریباً ۲۵ برابر افزایش را نشان می‌دهد. این عدد، بسیار بزرگ‌تر از سرمایه‌هایی است که در ایران بودجه‌بندی می‌شوند.

در مقایسه با بودجه‌های کلان کشورها، سرمایه‌گذاری نهادی در رمزارزها از چه جایگاهی برخوردار است و چرا سرمایه‌گذاران آمریکایی تاثیر مهمی بر بازار دارند؟

به طور متوسط، ۵ درصد سبد سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران آمریکایی کریپتو کارنسی است. سرمایه‌گذاران بزرگ و کلان دنیا، به‌ویژه در آمریکا، مسیر سرمایه‌گذاری را مشخص می‌کنند. در شرایطی که بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاران آمریکایی تمایل دارند در هر قیمتی بیت‌کوین و اتریوم خریداری کنند، این موضوع نشان‌دهنده یک روند مثبت و آینده‌دار و چشم‌انداز روشن برای بازار رمزارز است، زیرا آنها برای این بازار آینده‌ای متصور هستند. ۲۰۰ میلیارد دلار عدد بسیار بزرگی است و حتی اگر بخواهیم با بودجه کشورهایی مانند ایران مقایسه کنیم، این رقم قابل توجه است.

صندوق‌های ETF بیت‌کوین که اخیراً در آمریکا راه‌اندازی شده‌اند، چه تغییری برای بازار رمزارزها ایجاد کرده‌اند؟

اتفاقی که در آمریکا افتاد، بسیار مهم است. ETF (Exchange Traded Fund) صندوقی است شبیه صندوق‌های بورسی، که با خرید سهام آن، شما به صورت غیرمستقیم مالک بیت‌کوین شده و از عواید آن بهره‌مند می‌شوید. این موضوع نشان می‌دهد که بازار رمزارزها در کنار بازار سهام در حال حرکت است. این بازار یک رقیب برای بورس‌های سنتی مانند بورس نیویورک است. این‌طور نیست که بازار رمزارزها یک بازار گذرا باشد؛ بلکه یک بازار بالغ بوده و در حال ایجاد هم‌راستایی با بازارهای سنتی‌تر است.

با وجود اینکه بازار رمزارزها کوچک‌تر از بازارهای سنتی است، چه نکته مهمی در آن وجود دارد؟

هر چند که بازار رمزارزها از نظر سنی بسیار جوان‌تر و از نظر حجم کوچک‌تر از بازارهایی مانند بورس نیویورک است، اما نکته مهم این است که حدود ۵ درصد از سبد سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران بزرگ در آمریکا به حوزه رمزارزها اختصاص یافته است. این سرمایه از کجا می‌آید؟ در واقع افراد به جای اینکه پول خود را در ملک، طلا یا سهام بگذارند، به سمت رمزارزها می‌آورند. این روند نیز رو به رشد است، زیرا رمزارز یک صنعت نوظهور است که هر روز بیشتر در بین مردم نهادینه می‌شود و کاربردها و چشم‌اندازهای آن روشن‌تر می‌شود.

نظر شما درباره رم‌دارایی به عنوان یک کلاس دارایی جدید چیست و با توجه به این تعریف، چه توصیه‌ای برای توزیع سرمایه دارید؟

به نظر بنده این کلاس دارایی (رم‌دارایی) ۲۰ یا ۳۰ سال پیش وجود نداشته، اما اکنون وجود دارد و به نظر می‌رسد که جایگاه خود را به تدریج در ذهن و زندگی همه مردم دنیا پیدا خواهد کرد. بنابراین، عقلانی است که اگر کسی می‌خواهد سرمایه‌گذاری کند، سرمایه‌اش را در کلاس‌های دارایی مختلف پخش کند؛ یعنی فقط سهام و ملک نداشته باشید، بلکه دلار، طلا و رمزارز هم داشته باشید. فردی که تخصص کافی در یک حوزه سرمایه‌گذاری ندارد، نباید اصطلاحاً تمام تخم‌مرغ‌هایش را در یک سبد بگذارد. البته اگر تخصص فردی، بازار ملک باشد و بتواند برج بسازد، طبیعی است که در همان حوزه فعالیت می‌کند، همان‌طور که طلافروش‌ها در کار خود متخصص هستند، اما برای عموم مردم، این توزیع مهم است.

به عنوان مثال، در حال حاضر بازار ملک در ایران نقدشوندگی پایینی دارد و ممکن است کسی برج‌های زیادی ساخته باشد، ولی پول نقد در جیبش نباشد، اما بازار رمزارزها این‌طور نیست. شما نصف شب هم بخواهید، می‌توانید پول خود را نقد کرده و فردا از آن استفاده کنید. این نقدشوندگی باعث می‌شود که افراد، حتی کسانی که در بازارهای دیگر فعال نیستند یا دانش زیادی ندارند، بخشی از سرمایه خود را در این بازار کنند. البته اینکه چه بخشی از پول خود را وارد بازار رمزارز، طلا یا ملک می‌کنید، بستگی به میزان ریسک‌پذیری شما دارد. نوسانات زیاد در بازار رمزارزها، باعث می‌شود برخی فکر کنند این بازار نابود می‌شود یا خارج از کنترل است. این اتفاق می‌افتد چون این بازار جدید و پرنوسان است.

این کلاس دارایی (رم‌دارایی) ۲۰ یا ۳۰ سال پیش وجود نداشته، اما اکنون وجود دارد و به نظر می‌رسد که جایگاه خود را به تدریج در ذهن و زندگی همه مردم دنیا پیدا خواهد کرد. بنابراین، عقلانی است که اگر کسی می‌خواهد سرمایه‌گذاری کند، سرمایه‌اش را در کلاس‌های دارایی مختلف پخش کند

خود صرافی‌هاست. من دوست دارم قانونی وجود داشته باشد، اما قانونی که نیازهای ما و نیاز مخاطب را درک کند و نظر ما را هم بپرسد. در حال حاضر، بانک مرکزی تنها نهادی است که قدم جلو گذاشته و گفته قانون گذاری می‌کنم، زیرا نهاد دیگری در مملکت نیست که بگوید من این کار را انجام می‌دهم. بانک مرکزی قدرت دارد و این کار را می‌کند. هیچ کشوری در دنیا رمزارز را در بانک مرکزی نگه‌داری نمی‌کند، زیرا این دو مقوله جداگانه هستند، دو مبحث جداگانه که اصلاً ربطی به سیستم بانکی کشور ندارد که شما بخواهید رمزارز را در گوله کنید.

من فکر می‌کنم باید یک نهاد زیرمجموعه وزارت امور اقتصادی و دارایی باشد تا با نظارت این وزارتخانه، بر حوزه رمزارزها نظارت کند. این نهاد تشکیل شده است و اعضای صنف و افرادی از وزارت اقتصاد، بورس و بانک مرکزی، باید در آن نهاد نماینده داشته باشند. دغدغه‌های ارزی، پولشویی در این حوزه وجود دارد، اما به هر حال باید نهادی باشد که نیاز این صنف را درک کرده و متوجه شود که این صنف یک فرصت برای کشور است. ما باید بتوانیم بگوییم که یک قانون توسعه محور ایجاد شده است. انتظار من این است که حاکمیت و رگولاتور این حوزه را به چشم فرصت ببیند. این یک فرصت و برای مردم ایران است و نباید به دیدگاه تهدید گونه به حوزه رمزارزها نگاه شود.

صرافی‌های ایرانی چه تفاوت‌ها و چالش‌هایی در مقایسه با صرافی‌های خارجی دارند؟

مادر شرایطی در حال فعالیت هستیم که از هیچ یک از دسترسی‌های اولیه‌ای که صرافی‌های خارجی دارند، برخوردار نیستیم. زیرساخت صرافی‌های خارجی روی سرویس‌های غولی مانند آمازون، گوگل و کلود کار می‌کنند که پایدار و مطمئن هستند، ولی مادر ایران، روی زیرساخت‌های داخلی سرویس می‌دهیم که طبیعتاً ممکن است پایداری کمتری داشته باشند. صرافی‌های خارجی به نقدینگی بزرگ و سرمایه‌گذاران بین‌المللی وصل هستند، ولی ما به دلیل تحریم‌ها، فقط به صورت داخلی فعالیت می‌کنیم و حتی نمی‌توانیم به اتباع خارجی سرویس دهیم. صرافی‌های خارجی با بنیانگذاران کوین‌ها و پروژه‌ها (مانند چارلز هاسکینسون کاردانو) ارتباط مستقیم دارند. وقتی یک کوین جدید لیست می‌شود، با هم مذاکره می‌کنند، بازارسازی می‌کنند و حتی از آن کوین سهم می‌گیرند. این در حالی است که ما هیچ کدام از این ارتباطات را نداریم. ما یک صنعت مهجور هستیم که با تمام این عدم دسترسی‌ها، مشغول فعالیت در داخل کشور هستیم و نیاز مخاطب ایرانی را شناسایی و برطرف می‌کنیم.

وضعیت فعلی و چشم‌انداز آینده کاربران ایرانی در حوزه رمزارز چگونه است؟

حدود ۲۰ میلیون نفر در ایران در صرافی‌های رمزارز فعالیت می‌کنند و همگام با مردم دنیا در این حوزه پیش می‌روند. این یک عدد فوق‌العاده است و نشان می‌دهد مردم ما از تکنولوژی روز دنیا استقبال می‌کنند، اما اگر همین روند کنونی ادامه پیدا کند، سال آینده تعداد کاربران فعال کاهش خواهد یافت. این کاهش نه به دلیل خروج از کشور، بلکه به دلیل مهاجرت به پلتفرم‌های خارجی

در ادبیات مالی، شاخصی به نام (Volatility) یا تلاطم وجود دارد که در رمزارزها بالاست. دواژه کلیدی در مدیریت مالی وجود دارد: ریسک و ریوارد به معنی پاداش و بازده است و هر چقدر انتظار ریسک بیشتری داشته باشید، می‌توانید انتظار پاداش بیشتری هم داشته باشید. ریسک به معنای عدم قطعیت و نوسان سرمایه در رمزارزها بیشتر است. ممکن است امروز بخرید و فردا ۵ درصد افت کند، اتفاقی که شاید در دارایی‌های دیگر کمتر رخ دهد. این ریسکی که شما بابت عدم قطعیت تحمل می‌کنید، به احتمال زیاد منجر به عوایدی می‌شود، اما به فردی که این ریسک را تحمل نکرده، این عواید نمی‌رسد.

شخصاً تا چه حد ریسک‌پذیر هستید و با توجه به نوسانات بازار، توصیه کلی شما برای سرمایه‌گذاران چیست؟

من خودم هر چه دارایی دارم، رمزارز است. اصلاً امکان ندارد یک نفر ریسک‌پذیر نباشد و صرافی رمزارزی داشته باشد. به قول معروف، این نوساناتی که بیت‌کوین دارد به یکباره ۱۰ هزار تا می‌ریزد و به یکباره ۱۵ هزار تا صعود می‌کند، سبب می‌شود تا افراد تحمل نوسان‌ها را داشته باشند. کل صحبت من این است که هر کسی به هر میزانی که می‌خواهد سرمایه‌گذاری کند، یک بخشی از سرمایه خود را به این حوزه اختصاص دهد؛ حالا یک نفر ریسک‌پذیر است و کل سرمایه‌اش را رمزارز می‌کند و یک نفر ریسک‌پذیر نیست و می‌گوید من بلد نیستم که حداقل ۵ درصد از سرمایه خود را تبدیل به رمزارز کند، زیرا رمزارزها آینده درخشانی خواهند داشت. اتفاقی که قرار است در ۱۰ یا ۲۰ سال آینده در این بازار رخ دهد، یک اتفاق بزرگ است. به نظر من، کسی نیست که در این حوزه سرمایه‌گذاری نکند و در سال‌های آینده پشیمان نباشد.

با توجه به اتفاقاتی مانند هک کیف پول مشتریان در برخی صرافی‌ها در زمان وقوع جنگ ۱۲ روزه تحمیلی، پیش‌بینی شما برای موضوع ایجاد کیف پول سخت‌افزاری و امنیت دارایی کاربران چیست؟

مهم‌تر از اینکه اعتماد کاربر به این صرافی خدشه‌دار شود یا نشود، مساله اعتماد کاربر به کل اکوسیستم صرافی‌های رمزارز ایران مطرح است. به هر حال، این صرافی ایرانی نماد بازار بوده و این اتفاق برای آن رخ داده است. می‌خواهم بگویم اثر این اتفاق صرفاً این نیست که بگویید حالا این صرافی ایرانی مشکلی پیدا کرده و کاربران به «بیت‌پین» یا صرافی دیگری بروند و از آن استفاده کنند. در کل این صرافی ایرانی با عودت دادن مبالغ به کیف پول مشتریان، دوباره اعتماد را به کاربران ایرانی بازگرداند.

پیشنهاد شما برای قانون‌گذاری در حوزه صرافی‌های رمزارزی ایرانی چیست؟

به طور کلی هیچ‌کس از بی‌قانونی استقبال نمی‌کند؛ چرا من باید از بی‌قانونی استقبال کنم، در حالی که به دلیل همین بی‌قانونی، هم اکنون ۹ ماه است در گاه‌های صرافی بنده بسته است؟ من نمی‌توانم از مشتری پول بگیرم، زیرا مرجعی وجود ندارد که به آن استناد کنم و بگویم چرا در گاه صرافی بنده را بسته‌اند. بانک مرکزی هم می‌گوید به شما کاری ندارم، پس اول به ضرر

حدود ۲۰ میلیون نفر در ایران در صرافی‌های رمزارز فعالیت می‌کنند و همگام با مردم دنیا در این حوزه پیش می‌روند. این یک عدد فوق‌العاده است و نشان می‌دهد مردم ما از تکنولوژی روز دنیا استقبال می‌کنند، اما اگر همین روند کنونی ادامه پیدا کند، سال آینده تعداد کاربران فعال کاهش خواهد یافت



مزیت «بیت پین»
این است که
چیزهایی را آورد که
مخاطب نیاز داشت
و بقیه نداشتند؛ مانند
تنوع شبکه، تنوع
کوین و ابزارهای
معاملاتی حرفه‌ای
که البته در شرایط
کنونی بسیاری
از صرافی‌های
رمزارزی از آن
بی‌بهره هستند

ندارد. مزیت «بیت پین» این است که چیزهایی را آورد که مخاطب نیاز داشت و بقیه نداشتند؛ مانند تنوع شبکه، تنوع کوین و ابزارهای معاملاتی حرفه‌ای که البته در شرایط کنونی بسیاری از صرافی‌های رمزارزی از آن بی‌بهره هستند. مهم‌ترین موضوع برای کاربر این است که خیالش راحت باشد که صرافی امن است، به تعهداتش عمل می‌کند، پولش را به موقع پس می‌دهد و نقدشوندگی درستی دارد.

شاید برایتان جالب باشد، کارمزدها برای کاربران ایرانی کمتر از آن چیزی که فکر می‌کنید، اهمیت دارد، اما با این وجود، «بیت پین» در معاملات پلتفرمی تقریباً کمترین کارمزد را دارد. حتی برای سطوح بالای معاملاتی، کارمزد صفر درصد داریم و این به خاطر آن است که حضور شمادر صرافی برای ما ارزشمند است، اما در مورد جذب کاربرانی که اعتقادی به رمزارز ندارند، این یک چالش بزرگ است؛ اما از طریق آکادمی بیت پین (Wayvitron Academy) و فعالیت‌های آموزشی گسترده‌ای که قبلاً هم اشاره کردم، سعی داریم آگاهی بخشی کنیم. هدف ما آموزش است و اینکه مردم با مفاهیم رمزارز آشنا شوند، بدانند که چیست و چه کاربردی دارد. می‌خواهیم مردم بفهمند که دارایی لمس نشدنی می‌تواند واقعی و ارزشمند باشد و این کار یک فرآیند طولانی مدت است و ما هر روز در تلاشیم تا این مفاهیم را برای عموم مردم روشن‌تر کنیم.

و سخن آخر؟

بزرگترین آرزو و خواسته بنده این است که حاکمیت به حوز رمزارز به چشم یک فرصت نگاه کند و با ما همکاری متقابل داشته باشد. این حوزه پتانسیل عظیمی برای کشور و مردم دارد و با حمایت و همکاری، می‌توانیم از این فرصت نهایت بهره‌رایی ببریم و ریسک‌ها را به حداقل برسانیم. بی‌توجهی و عدم حمایت از اکوسیستم داخلی، فقط باعث مهاجرت کاربران به پلتفرم‌های خارجی و از دست رفتن این فرصت برای کشور خواهد شد؛ پس بیایید این کشتی را با هم به ساحل مقصود برسانیم. ■

خواهد بود. نباید اکوسیستم داخلی را خفه کرد، «بیت پین» را می‌توان خفه کرد، اما تقاضا و تکنولوژی راه خودش را پیدا می‌کند. کاربران ایرانی، ریسک‌پذیرترین کاربران دنیا هستند و آنها به دنبال کوین‌های ناشناخته‌ای می‌روند که فکر می‌کنند یک شبه راه صد ساله را طی کرده و سود بالایی کسب خواهند کرد؛ حتی اگر کارمزد بالایی هم بپردازند، برایشان مهم نیست. بیت کوین برای آنها یک ابزار سرمایه‌گذاری امن تلقی می‌شود، اما جذابیت کوین‌های پرنوسان و شت کوین‌ها برای کاربران ایرانی خیلی بیشتر است. این بدان معنا نیست که ما کارمزد را هر شکلی که دوست داریم بگذاریم، اتفاقاً ما کمترین کارمزد را در بین صرافی‌ها داریم، اما می‌خواهیم بگوییم که کارمزد تنها معیار تعیین‌کننده انتخاب صرافی نیست. کاربر موضوعاتی فراتر از کارمزد می‌خواهد؛ تنوع کوین، تنوع شبکه، نقدشوندگی بالا، امنیت، پشتیبانی خوب، سایت پایدار و ابزارهای معاملاتی حرفه‌ای، موضوعاتی هستند که یک صرافی را متمایز می‌کنند.

در مورد آکادمی بیت پین (Wayvitron Academy) و فعالیت‌های آموزشی آن توضیح دهید.

حدود ۳ سال است که آکادمی بیت پین فعالیت می‌کند که در واقع ویترون آموزشی ما محسوب می‌شود. مادر این آکادمی به صورت جامع مقالات، اخبار، تحلیل‌ها، ویدئوها و ویدئوهای آموزشی را آموزش می‌دهیم. هدف ما این است که هم افرادی که در این حوزه هستند را به روز نگه داریم و هم کسانی که با این حوزه آشنا نیستند را آموزش دهیم تا مفهوم رمزارز و سرمایه‌گذاری را برای آنها روشن کنیم. آکادمی «بیت پین» ماهانه حدود ۲ میلیون کاربر یونیک را میزبانی می‌کند که رقم بزرگی است. ما یک نشریه تخصصی هم داریم که موضوعات تخصصی رمزارز را پوشش می‌دهد. این مجله هم به صورت آنلاین در قالب PDF و هم به صورت چاپی منتشر می‌شود و به طور میانگین، حدود ۶۰ تا ۷۰ هزار نفر در ماه مخاطب آن هستند.

آکادمی «بیت پین» در زمان‌های خاص، مانند دوران جنگ، چه آموزش‌هایی ارائه کرده است؟

در زمان‌های خاص و بحرانی، آموزش‌های ما متناسب با نیاز مخاطب تغییر می‌کند. مثلاً در زمان جنگ، آموزش‌های ما به سوی امنیت نگهداری دارایی‌ها متمرکز شد و به مخاطبان یاد دادیم که اگر نمی‌خواهند کوین خود را در صرافی نگه دارند، چطور از کیف پول سخت‌افزاری استفاده کنند، چگونه دارایی‌هایشان را به صورت امن در خانه نگه دارند و با چه روشی، موبایل و لپ‌تاپ خود را امن کنند. ما آموزش دادیم که در زمان ترس، کوین خود را زیر قیمت نفروشند و وقتی اتفاقات نگران‌کننده افتاد، عده‌ای شروع به فروش کردند، ما به آنها گفتیم نفروشید، اگر هم نگرانید، از کوین خودتان بردارید و از آن نگهداری کنید. این جنس آموزش‌ها در آکادمی بیت پین اتفاق می‌افتد.

مزیت‌های رقابتی «بیت پین» نسبت به سایر صرافی‌ها چیست و برای جذب کاربرانی که اعتقادی به رمزارز ندارند، چه اقداماتی انجام می‌دهید؟

در ادبیات استراتژی، موضوعی به نام مزیت رقابتی پایدار داریم که قابل تقلید نیست، اما در حوزه صرافی‌های رمزارز، این مفهوم به آن معنای مطلق وجود

مدیر فروش بیمه‌های زندگی «شرکت بیمه البرز»

«فروش به هر قیمت»

صنعت بیمه را فلج می‌کند

محمد جعفری

در دنیای پیچیده خدمات مالی، صنعت بیمه با ماهیتی منحصر به فرد شناخته می‌شود؛ تعهد به حمایت در برابر ریسک‌های پیش‌بینی‌ناپذیر. اما این تعهد چگونه محک می‌خورد و اعتبار یک شرکت بیمه در نگاه مشتری، چه زمانی به اوج یا حضيض می‌رسد؟ پاسخ در یک نقطه عطف کلیدی نهفته است؛ لحظه مواجهه بیمه‌گذار با خسارت. این مرحله، که فراتر از یک تراکنش ساده مالی است، محک واقعی تجربه مشتری و چگونگی ایفای نقش شبکه فروش حرفه‌ای است. در این برهه حساس، عدم تطابق وعده‌ها با واقعیت فرآیندهای پرداخت خسارت، می‌تواند به سرعت منجر به فرسایش اعتماد عمومی و آسیب جدی به اعتبار صنعت شود. در مقابل، مدیریت اثربخش و شفاف این فرآیند، نه تنها وفاداری مشتریان موجود را تضمین می‌کند، بلکه راه را برای رشد پایدار و ارایه خدمات متناسب‌تر هموار می‌سازد. با توجه به این موضوع با مختار ناصری، مدیر فروش بیمه‌های زندگی «شرکت بیمه البرز» گفت‌وگویی داشتیم. وی در طول سال‌ها فعالیت در این صنعت، محصولات مختلف بیمه‌ای را در حوزه بیمه‌های زندگی طراحی کرده و این محصولات، در چندین شرکت بیمه راه‌اندازی شده‌اند. وی در کنار طراحی محصول، تلاش کرده تا شبکه فروش این شرکت‌ها را نیز آموزش داده و آنها را در حوزه فروش بیمه‌های زندگی توانمند کند. مشروح این گفت‌وگو در ادامه آمده است.

فروش، که ریزش آن یکی از آفت‌های این صنعت است، باید سه گام مهم را در نظر داشته باشیم.

همراهی تیم، یکی از این گام‌هاست؛ نیروهای فروش همیشه باید بدانند که ما همراهشان هستیم و هر زمان که نیاز داشته باشند، به آنها کمک خواهیم کرد. تعریف اهداف بلندمدت، از دیگر گام‌ها به شمار می‌آید؛ برای تیم خود اهدافی بلندمدت تعریف کنیم، اهدافی که افراد قدم به قدم به سمت آنها پیش بروند و برای رسیدن به آن اهداف بلندمدت تلاش کرده و با انگیزه پیش بروند. اگر افراد تیم، هدف بلندمدت نداشته باشند و صرفاً هدف فروش باشد، خیلی زود بی‌انگیزه خواهند شد. حال این اهداف می‌توانند رشد جایگاهی یا رشد درآمدی باشند. افراد باید با هدف رشد جایگاه، انگیزه لازم برای تلاش را داشته باشند، این اهداف باعث می‌شود تا در تیم بمانند و با شبکه فروش همراهی کنند.

وجود ابزارهای خاص آن شبکه، از سایر گام‌ها محسوب می‌شود؛ شبکه‌های فروش باید شرایط و امکاناتی در اختیار داشته باشند و آن را به عنوان وجه تمایز خود در اختیار تیم قرار دهند که آن امکانات در خارج از آن شبکه وجود نداشته باشند و زیر مجموعه نتوانند به دست بیاورند؛ این ابزارها باعث می‌شود که تیم همواره با ما بمانند.

می‌توانید چند مثال از این ابزارهای منحصر به فرد برای حفظ تیم فروش ذکر کنید؟

تجربیات داخلی تیم، یکی از مثال‌هاست؛ تجربیاتی که در داخل تیم وجود دارد و افراد در خارج از تیم نمی‌توانند آن تجربیات را به دست آورند یا به دست آوردن آنها برایشان هزینه بسیار بالایی چه به لحاظ مالی و چه به لحاظ زمانی دارد. این باعث می‌شود که آنها بمانند و تیم برای آنها منطقی نباشد.

وجود یک نرم‌افزار اختصاصی، از دیگر مثال‌هاست؛ با توجه به توسعه



به نظر شما، دو قدم اساسی برای داشتن یک تیم فروش موفق و با انگیزه چیست؟

برای داشتن یک تیم فروش موفق، دو قدم اساسی و مستمر باید برداشته شود؛ آموزش و انگیزش تیم فروش. آموزش ۲۰ درصد کار ماست، اما انگیزه ۸۰ درصد کار را تشکیل می‌دهد. برای حفظ یک تیم فروش خوب باید بر اساس آن ۸۰ درصد، به طور مستمر افراد را آموزش داده و به آنها انگیزه داد. مهم‌ترین عامل نگهداری تیم فروش، انگیزه دادن است. تیم فروش را راهنمایی کنید؛ افرادی که در تیم شما هستند و برای موفقیت خود تیم آمده‌اند، نیاز به انگیزه دارند. حتماً باید این افراد به طور مستمر پیگیری شوند، حتی به صورت روزانه برای آنها برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری شود و در اجرا به آنها کمک کرد تا به اهداف خود برسند. به طور کلی برای حفظ بلندمدت انگیزه و ماندگاری تیم



۳۰

شماره ۴۳ • شماره ۱۰۶
ماهنامه دنیای سرمایه‌گذاری

فضای مجازی و هوش مصنوعی، وجود یک نرم افزار اختصاصی که مختص تیم ما باشد و امکاناتی را در اختیار افراد قرار دهد و فروش و مدیریت کردن تیم را تسهیل کند، می تواند برگ برنده مهمی برای نگه داشتن تیم باشد.

مثال دیگری که می توانم مطرح کنم، تخفیفات و اختیارات ویژه است؛ اختیارات و تخفیفاتی که یک شبکه فروش می تواند داشته باشد و این اختیارات در خارج از شبکه ما وجود نداشته باشد. این موضوع موجب می شود که افراد با انگیزه به خاطر این امکانات در تیم ما بمانند و همکاری کنند. به عنوان مثال، یک شبکه فروش ما کارت های تخفیفی طراحی کرده بود که مشتریان می توانستند از طریق آن، تخفیف مازاد دریافت کنند. این کارت ها هم برای فروش بیشتر و هم برای حفظ و نگهداری تیم و تشویق آنها برای فروش بیشتر تاثیر بسزایی داشت.

در مورد آموزش تیم فروش صحبت کردید؛ آموزش هایی که ارایه می دهید را به چند دسته تقسیم می کنید؟

آموزش ها را با توجه به نوع آموزش و سطح آن به سه دسته تقسیم می کنم؛ آموزش های فنی بیمه نامه، آموزش های رشد فردی و آموزش های توسعه کسب و کار. در آموزش های فنی بیمه نامه، در قدم اول آموزش های مربوط به شناخت محصول و شیوه فروش آن را ارایه می دهیم؛ یعنی تیم فروش هم با نحوه فروش و هم با شرایط محصول آشنا خواهد شد.

آموزش های رشد فردی هم مهم ترین و اصلی ترین قدم آموزش ماست. در کنار آموزش فنی و فروش بیمه نامه، پرورش افراد را از نظر شخصیتی مدنظر داریم. اگر پرورش شخصیتی نماینده به درستی انجام نگیرد، آموزش های ما هیچ تاثیری در تغییر روند فروش شبکه فروش نخواهد داشت و در اصل بر اساس این پرورش است که آموزش در وجود فرد به معرفت تبدیل می شود و فرد می تواند به درستی آن را در زندگی اش به کار بگیرد. بنابراین باید بیشترین زمان را بر آموزش های رشد فردی افراد بگذاریم و اگر این قسمت به درستی انجام شود، قطعاً در سطوح دیگر کمترین مشکل و دغدغه را خواهیم داشت.

در مورد آموزش های توسعه کسب و کار، به عنوان قدم سوم، نماینده پس از توانمند شدن یاد می گیرد که چگونه کسب و کار خود را توسعه دهد و خدمات دهی متفاوتی برای مشتریان خود طراحی و پیاده کند.

در مورد رویکرد خدمت رسانی به جای فروش در صنعت بیمه صحبت کردید؛ لطفاً این مفهوم را بیشتر توضیح دهید.

همیشه باید یادمان باشد که اولویت افرادی که آموزش می دهیم، فروش نباشد، بلکه خدمت رسانی درست در کارشان باشد. رسالت اصلی شان فروش نباشد، بلکه خدمت رسانی، ایجاد حال خوب و کمک به دیگران باشد. مهم ترین هدف یک شبکه فروش باید این باشد که حس همیشه در کنار مشتری بودن را به آنها بدهد. در واقع هدف از مشاوره دادن به مشتریان فروش نیست، بلکه هدف ارایه یک خدمت و همراهی دائمی است. در بحث آموزش نیز همیشه به نمایندگان خود می گوئیم

که کار شما شکار نیست، کار شما شبیه کشاورزی است. در شکار، یک لحظه نیاز مان تامین و تمام می شود، اما در کشاورزی، بذر می کاریم، آن را نگهداری می کنیم، آفت هایش را می گیریم و تلاش می کنیم تا محصول به بار بنشیند.

یک نماینده خوب باید با چنین دیدگاهی با مشتریان خود تعامل کند؛ یعنی به او نشان دهد که من آمده ام یک خدمت مناسب ارایه دهم و همیشه در کنار ت هستم. اگر این رویکرد را به درستی پیش ببریم، قطعاً میزان ریزش مشتریان بسیار کاهش می یابد. نمایندگان موفق ما دقیقاً این فرمول را یاد گرفته اند و در کار خود مورد استفاده قرار می دهند و همین باعث می شود که مشتریان با آنها حال خوبی داشته باشند و با اعتمادی که به آنها دارند، به راحتی با یک تماس، بیمه نامه های خود را تمدید کنند و به سراغ شرکت یا نماینده دیگری نروند.

به نظر شما فضای مجازی و ابزارهای دیجیتال چه تاثیری بر موفقیت یک شبکه فروش دارند؟

فضای مجازی و ابزارهای دیجیتال تاثیر بسیار مهمی بر کسب و کار و موفقیت ما دارند. یک شبکه موفق باید بتواند از فضای مجازی برای بازاریابی و فروش و از ابزارهای مناسب برای توسعه کسب و کار و افزایش مشتریان خود استفاده کند. یکی از بهترین نرم افزارهایی که می تواند به موفقیت یک شبکه فروش کمک کند، سیستم مدیریت فروش است. این نرم افزار به نمایندگان کمک می کند که بسیاری از کارهایشان را در ساده ترین حالت ممکن انجام دهند؛ از صدور بیمه نامه آنلاین و لحظه ای گرفته تا ارتباط با مشتری و مدیریت حساب ها. یک نرم افزار مناسب می تواند اطمینان خاطر شبکه فروش را تامین و تضمین کند و زمان آنها را برای فروش و ارتباط مناسب با مشتریان آزاد کند. این نرم افزارها برای صرفه جویی در زمان و مدیریت بهتر شبکه فروش در سطوح مختلف، بسیار مفید هستند.

به طور کلی بیمه های زندگی در ایران به چند بخش تقسیم می شوند؟

اگر بخواهیم با دید نیاز مشتری بیمه نامه های زندگی را تقسیم بندی کنیم، بیمه های زندگی به دو بخش تقسیم می شوند. بخش اول، بیمه نامه هایی هستند که پوشش های بیمه ای در آن اهمیت دارند و این بیمه نامه دغدغه هایی مانند فوت، بیماری های خاص یا از کار افتادگی که همگی ریسک هایی هستند که ممکن است در طول زندگی برای افراد پیش بیاید را پوشش می دهد.

بخش دوم مربوط به بیمه نامه هایی است که بخش سرمایه گذاری و حفظ ارزش پول در آن نقش اصلی را دارد. با توجه به شرایط تورم زایی که در کشور مان وجود دارد، هر گونه سرمایه گذاری، چه در حوزه بیمه و چه خارج از آن، باید بتواند ارزش پول افراد را حفظ کند. اگر مشتری بتواند از طریق نوع سرمایه گذاری، ارزش پول خود را حفظ کند، نه تنها سرمایه گذاری خود را در آن حوزه افزایش خواهد داد، بلکه دیگران را نیز به انجام این کار ترغیب خواهد کرد. در واقع، دید کنونی اکثر مردم به بیمه های زندگی به عنوان یکی از ابزارهای سرمایه گذاری و حفظ

یکی از بهترین نرم افزارهایی که می تواند به موفقیت یک شبکه فروش کمک کند، سیستم مدیریت فروش است. این نرم افزار به نمایندگان کمک می کند که بسیاری از کارهایشان را در ساده ترین حالت ممکن انجام دهند؛ از صدور بیمه نامه آنلاین و لحظه ای گرفته تا ارتباط با مشتری و مدیریت حساب ها

عامل موفقیت بیمه‌های زندگی در سال‌های اخیر و جایگاه سوم آن در صنعت بیمه، پس از بیمه‌های درمان و ثالث، مدیون شبکه‌های فروش جدید صنعت بیمه است و نه شبکه فروش سنتی. آن دسته از شبکه‌های فروش که در سال‌های اخیر توسط شرکت‌های بیمه ایجاد شده‌اند، با توجه به ساختار فروش شبکه‌ای که دارند، توانسته‌اند یک شبکه گسترده از افراد را جذب و تربیت کنند. افراد تربیت شده نیز خود افراد جدید را جذب و تربیت می‌کنند و این شیوه باعث توسعه چشمگیر شبکه فروش و به تبع آن فروش این بیمه نامه شده است. در این ساختار افراد در لایه طبقاتی مدیریتی و فروش قرار دارند و هر لایه زیرمجموعه‌های خود را مدیریت می‌کند و به نوعی آموزش، توانمندسازی و بهبود شبکه خود را بر عهده دارد.

با توجه به ساختار شبکه‌ای فروش در بیمه‌های زندگی، چه چالش‌هایی در زمینه آموزش و کنترل وجود دارد و راهکار چیست؟

هرچقدر عمر یک تیم شبکه‌ای بیشتر و لایه‌ها بیشتر شوند، نظارت و کنترل لایه‌های بالا بر لایه‌های پایین‌تر کمتر و ارتباط و تعامل آنها ضعیف‌تر می‌شود. یکی از آفت‌های اصلی این وضعیت، عدم کنترل و اطلاع لایه‌های بالاتر از نحوه عملکرد لایه‌های پایین‌تر بوده و احتمال اینکه کنترل فروش از دست مدیران فروش خارج شده و نماینده‌ها فروش به هر قیمت داشته باشند، وجود دارد. لذا برای اطمینان از آموزش صحیح و فروش درست در تمام لایه‌های شبکه‌های فروش، بهترین راهکار این است که آموزش‌ها از رأس سازمان صورت بگیرد و افرادی که در رأس هستند، مسئولیت آموزش تمام لایه‌های پایینی را بر عهده بگیرند. البته با توسعه شبکه‌ها، این کار به صورت فیزیکی سخت و تا

ارزش سرمایه مطرح است که باید بتواند در کنار سایر روش‌ها مانند طلا، بورس و املاک، به حفظ ارزش سرمایه افراد کمک کند. بنابراین شرکت‌های بیمه نیز باید بتوانند با تمرکز بر مدیریت صحیح سرمایه افراد و با نگاه به رقبا در بازار، نیاز و دغدغه مشتریان خود را به درستی پاسخ دهند.

شرکت‌های بیمه هنگام طراحی محصولات جدید، به چه نکات مهمی توجه می‌کنند؟

شرکت‌های بیمه در طراحی محصولات جدید در کنار مدیریت ریسک‌های خود و تشکیل یک سبد ریسک مناسب متشکل از رشته‌های مختلف بیمه‌ای، به دنبال افزایش هرچه بیشتر سهم خود از بازار بیمه باشند تا بتوانند ضمن افزایش مشتریان خود خسارت‌های مناسبی نیز پرداخت کرده و در کنار حفظ رضایت مشتری، سودآوری شرکت را تضمین کنند.

رقابت در بازار بیمه‌های زندگی، به خصوص در بخش سرمایه‌گذاری، چگونه است؟

همه کسب و کارها باید به رقبای خود توجه کنند و صنعت بیمه نیز از این قاعده مستثنا نیست. محصول بیمه زندگی دو جنبه دارد؛ پوشش‌های بیمه‌ای و سرمایه‌گذاری. اگر تاکید ما روی فروش پوشش بیمه‌ای باشد، رقابت چندانی با سایر رقبای خود در خارج از صنعت بیمه نخواهیم داشت؛ زیرا فروش پوشش بیمه‌ای مختص شرکت‌های بیمه است. اما اگر محصول که طراحی و به بازار عرضه می‌شود به گونه‌ای باشد که روی سرمایه‌گذاری تاکید دارد، قطعاً باید به سایر حوزه‌های سرمایه‌گذاری مانند طلا، بورس، صندوق‌های سرمایه‌گذار و حتی سپرده‌های بانکی نیز توجه کرد. مشتریان هنگام خرید ما را با سایر محصولات بازار مقایسه می‌کنند تا بهترین منافع را برای خود تأمین کنند. بنابراین اگر می‌خواهیم در بخش سرمایه‌گذاری جذاب باشیم، محصول ما باید به گونه‌ای باشد که بتواند با سایر رقبای بازار رقابت کرده و مشتری را به سمت خود جذب کند.

یکی از مزایای مهم بیمه‌های زندگی که کمتر به آن توجه شده، معافیت مالیاتی است. لطفاً در این مورد توضیح دهید.

بله، درست است. یکی از امتیازات بیمه‌های زندگی، بهره‌مندی از معافیت‌های مالیاتی است. افرادی که این بیمه‌نامه را خریداری می‌کنند، مشمول معافیت مالیات بر درآمد مستقیم می‌شوند و این خود یکی از برتری‌های این محصول نسبت به سایر سرمایه‌گذاری‌ها است. در حالی که سرمایه‌گذاری در طلا، بورس، بانک و امثالهم معافیت مالیاتی ایجاد نمی‌کند، بیمه‌نامه زندگی طبق قوانین مواد ۱۳۶ و ۱۳۷ قانون مالیات‌های مستقیم به عنوان هزینه‌های قابل قبول مالیاتی، درآمد مشمول مالیات مشتری را کاهش می‌دهد.

در سال‌های اخیر، بیمه‌های زندگی به عنوان سومین محصول بیمه‌ای از نظر سهم در برتفوی صنعت بیمه مطرح شده‌اند. علت این رشد چشمگیر چیست؟

یکی از امتیازات بیمه‌های زندگی، بهره‌مندی از معافیت‌های مالیاتی است. افرادی که این بیمه‌نامه را خریداری می‌کنند، مشمول معافیت مالیات بر درآمد مستقیم می‌شوند و این خود یکی از برتری‌های این محصول نسبت به سایر سرمایه‌گذاری‌ها است



حدودی غیر ممکن است. اما با ایجاد زیرساخت‌های فناوری اطلاعات مناسب مانند نرم‌افزارها و ابزارهایی که قبلاً ذکر شد، این اتفاق می‌تواند به سادگی رخ دهد. می‌توان ارتباط بین لایه‌ها را تسهیل کرد و کنترل توسط لایه‌های بالاتر را بهبود بخشید. آموزش‌های آنلاین، فیلم‌های ضبط‌شده، متن‌های آماده و شیوه‌های متنوع دیگر می‌توانند به انتقال آموزش درست به افراد در لایه‌های پایین کمک کنند. این روش‌ها باعث می‌شوند مفهوم «فروش به هر قیمت» کم‌رنگ شود. در شبکه‌های فروش چند لایه، معمولاً افراد محصول را ابتدا برای خود و نزدیکانشان پیشنهاد می‌دهند؛ لذا اگر آموزش به درستی انجام پذیرد، قطعاً ماندگاری بیمه‌نامه‌ها بیشتر و رضایتمندی کاملی در شبکه فروش وجود خواهد داشت.

سنجش رضایت مشتری در بیمه‌های زندگی چگونه باید انجام شود و چه ابزارهایی برای آن پیشنهاد می‌کنید؟

سنجش رضایت مشتریان بیمه‌های عمر به روش سنتی، ارزیابی درستی به دست نمی‌دهد. برای ارزیابی واقعی رضایتمندی مشتریان، نیاز به یک نرم‌افزار مناسب داریم. این نرم‌افزار می‌تواند بخشی از سیستم داخلی شرکت باشد یا به صورت مستقل عمل کند.

به عنوان مثال، بیمه مرکزی قسمتی برای شکایات مشتریان دارد که هر از گاهی آمار شکایات‌ها را اعلام می‌کند؛ مانند اینکه فلان شرکت در حوزه بیمه درمان یا اتومبیل بیشترین شکایت را داشته است. ما باید ابزار و نرم‌افزار درستی برای سنجش رضایت مشتری داشته باشیم که در راستای مشتری‌مداری و خدمت‌رسانی درست عمل کند، نه فروش به هر قیمت. مشتریان باید به سادگی بتوانند با شرکت‌ها ارتباط برقرار کنند و از شکایات خود نتیجه و خروجی مناسبی بگیرند. این امر قطعاً تأثیر

بسیاری در رضایتمندی مشتریان خواهد داشت. شرکت‌های بیمه نیز باید این رسالت را به درستی عمل کنند و زیرساخت‌هایی ایجاد کنند تا مطمئن شوند که شبکه فروش آنها به درستی عمل می‌کند.

با توجه به تمامی مواردی که گفته شد، نقطه عطف تجربه مشتری با شرکت‌های بیمه چه زمانی است و این تجربه چه تأثیری بر وفاداری مشتری و آینده صنعت بیمه دارد؟

دقیقاً همین‌طور است که شما اشاره کردید! تجربه واقعی و عمیق مشتری با شرکت بیمه و شبکه فروش، درست زمانی خودش را نشان می‌دهد که مشتری به خسارت برمی‌خورد. اگر در زمان بروز خسارت، مشتری ببیند که شرکتی که از آن بیمه خریده و شبکه‌ای که بیمه‌نامه را به او فروخته، هم برخورد مناسبی دارند و هم خسارت را به موقع و با کمترین دغدغه پرداخت می‌کنند، این تجربه به شدت بر وفاداری او تأثیر می‌گذارد و حس بسیار خوبی نسبت به صنعت بیمه پیدا خواهد کرد. اما اگر این اتفاق نیفتد و مشتری در زمان نیاز، با بی‌مسئولیتی یا عدم شفافیت مواجه شود، نتیجه‌ای جز بی‌اعتمادی و حتی تنفر و انزجار از شرکت بیمه و نمایندگان آن نخواهد داشت. به همین دلیل، شرکت‌های بیمه باید بدانند که مشتریان، ولی نعمت و سرمایه‌های اصلی آنها هستند و حق با مشتریان است که انتظار داشته باشند دغدغه‌هایشان به درستی رفع شود.

با توجه به اهمیت بالای رضایت مشتری در زمان خسارت و نقش شبکه فروش در آن، شرکت‌های بیمه باید چه اولویت‌هایی برای حفظ منافع بلندمدت خود و مشتریان خود در نظر بگیرند؟

این یک پیام مهم برای شرکت‌های بیمه است؛ درست است که سهام‌داران به دنبال فروش و درآمد هستند، اما برای حفظ منافع بلندمدت شرکت و مشتریان، قطعاً به یک شبکه فروش حرفه‌ای و توانمند نیاز داریم. اگر شبکه فروش، توانایی کافی برای عرضه صحیح محصولات را نداشته باشد، در نهایت آفت آن دامن‌گیر خود شرکت خواهد شد که باعث نارضایتی مردم می‌شود.

این ضعف در شبکه فروش می‌تواند از دو جنبه باشد. عدم آگاهی در زمان فروش، یکی از این جنبه‌هاست؛ به این معنا که ممکن است نمایندگان در زمان فروش، به درستی محصول را نشناسند یا نتوانند آن را به شکل صحیح به مشتری معرفی کنند. آرایه اطلاعات نادرست، جنبه دوم محسوب می‌شود؛ در مواردی حتی ممکن است اطلاعاتی به مشتری داده شود که واقعی نیست و در زمان خسارت، منجر به نارضایتی شدید مشتریان ما شود. بنابراین، شرکت‌های بیمه باید اولویت اول خود را بر آموزش درست و صحیح نمایندگان بگذارند. اگر این آموزش‌ها به درستی و بر اساس اصول انجام شود، قطعاً در آینده شرایط رشد توانمندتری خواهیم داشت، رضایتمندی بیمه‌گذاران بیشتر خواهد بود و می‌توانیم بسیار بهتر در صنعت بیمه رشد کنیم و سرویس‌های مناسب‌تر و بهتری ارائه دهیم. این رویکرد به معنای پرهیز از «فروش به هر قیمت» است. ■

درست است که سهام‌داران به دنبال فروش و درآمد هستند، اما برای حفظ منافع بلندمدت شرکت و مشتریان، قطعاً به یک شبکه فروش حرفه‌ای و توانمند نیاز داریم. اگر شبکه فروش، توانایی کافی برای عرضه صحیح محصولات را نداشته باشد، در نهایت آفت آن دامن‌گیر خود شرکت خواهد شد که باعث نارضایتی مردم می‌شود



مدیر درمان «بیمه سامان»

«بیمه سامان» در ردیف اول فروشندگان درمان خانواده قرار دارد

عارف فغانی

صنعت بیمه به ویژه در حوزه درمان، با چالش‌ها و فرصت‌های بی‌شماری روبروست. حال با توجه به این چالش‌ها، این سوالات مطرح است که چگونه می‌توان در این مسیر پرفراز و نشیب، خدمات را بهینه کرد، از تقلب‌ها پیشگیری به عمل آورد و سهم بازار را با ارائه محصولاتی نوآورانه گسترش داد؟ در گفت و گوی اختصاصی با جمیل صیدی مرادی، مدیر درمان «بیمه سامان» این پرسش‌ها را مورد بحث و بررسی قرار دادیم. همچنین این مساله را بررسی کردیم که چگونه تحلیل‌های آماری بر پایه داده‌های واقعی، به عنوان قطب‌نمای شرکت‌های بیمه عمل می‌کند تا هم بهینه‌سازی پرداخت خسارت‌ها ممکن شود و هم خدمات ویژه‌ای برای بیماران خاص فراهم آید. در کنار این‌ها، نقش نرم‌افزارهای بیمه‌گری و پلیکیشن‌های کاربرپسند در شفاف‌سازی تعهدات و ارتقای تجربه مشتری مورد بررسی قرار گرفت. مشروح این گفت و گورا در ادامه می‌خوانید.

در وضعیت فعلی صنعت بیمه، رشته بیمه‌های درمان به عنوان یک راه ورود و ابزاری کلیدی برای شرکت‌های بیمه گر جهت جذب تمامی امور بیمه‌ای مشتریان شناخته می‌شود. بنابراین، لازم است که مدیر بیمه‌های درمان علاوه بر اشراف کامل بر حوزه بیمه‌های درمان، بتواند با توجه به نیازهای بیمه‌گذار، سایر نیازهای بیمه‌ای او را نیز شناسایی کند. هماهنگی با همکاران و برگزاری جلسات موثر با بیمه‌گذاران، می‌تواند به جذب سایر پرتفوی‌ها کمک شایانی کند.

یکی از چالش‌های اصلی بیمه‌های درمان، بحث زیان‌دهی است. در این خصوص توضیح می‌دهید.

بله، اگر به سوابق تاریخی رشد بیمه‌های درمان در صنعت بیمه مراجعه کنیم، متوجه می‌شویم که بالای ۹۰ درصد سال‌ها و از زمانی که این رشته جزو سبد محصولات بیمه‌ای قرار گرفته، همواره زیان‌دهی بالایی داشته و عموماً صنعت بیمه هنوز نتوانسته زیان‌دهی این رشته را در حد مطلوبی پایین نگه دارد. این موضوع بسیار تعیین کننده است.

با توجه به این چالش، مدیر بیمه‌های درمان چگونه می‌تواند در مذاکره با مشتریان موفق عمل کرده و مشتری را به سمت شرکت خود جذب کند؟

برای مواجهه با چالش زیان‌دهی، مدیر بیمه‌های درمان باید شناخت مناسبی از نرخ ارائه خدمات در مراکز درمانی و همچنین نیازهای واقعی بیمه‌گذار داشته باشد. او باید با تحلیل خساراتی که در پرتفوی خودش به وجود آمده، بتواند در زمان مذاکره با مشتریان، توصیه‌های دقیق و کارشناسی ارائه دهد تا مشتری مجاب شود که امور بیمه‌ای خود را نزد آن شرکت بیمه گر متمرکز کند.

نقش واحد مدیریت امور قراردادهای بهبود وضعیت بیمه‌های درمان چیست؟

در شرکت‌های بیمه، دیپارتمانی به نام مدیریت امور قراردادها وجود دارد که وظیفه اصلی آن، عقد قرارداد با مراکز ارائه‌دهنده خدمات درمانی است. این



لطفاً در ابتدا اشاره‌ای به سوابق تحصیلی و حرفه‌ای خود در صنعت بیمه داشته باشید.

بنده فارغ‌التحصیل رشته آمار بیمه در مقطع کارشناسی ارشد از دانشگاه علامه طباطبائی تهران هستم و فعالیت خود را از سال ۱۳۹۱ در صنعت بیمه آغاز کردم. پس از یک سال تجربه در نقش کارشناس بیمه‌های زندگی، وارد شرکت «بیمه تعاون» شدم و طی حدود ۷ سال، مسئولیت‌های متعددی را بر عهده داشتم که آخرین آن، معاونت مدیریت‌های اشخاص در حوزه‌های زندگی، درمان و حوادث بود. اواخر سال ۱۳۹۷ به «بیمه سامان» پیوستم؛ مدتی به عنوان رئیس اداره مشغول به کار بودم و سپس حدود سه و نیم سال مدیریت شعب تخصصی بیمه‌های زندگی را بر عهده داشتم. از ابتدای سال ۱۴۰۱ نیز به عنوان مدیر درمان در شرکت «بیمه سامان» مشغول به فعالیت هستم.

با توجه به جایگاه بیمه‌های درمان در صنعت بیمه، در حال حاضر این رشته چه نقشی ایفا می‌کند و مدیران این حوزه با چه الزاماتی روبرو هستند؟





کشف تقلب یک
فرآیند ضروری
در شرکت‌های
بیمه است، زیرا
تراکنش‌های مالی
خسارت‌ها اعداد
بسیار بزرگی هستند.
حتی یک درصد
کوچک در کشف
تقلب و جلوگیری
از آن، می‌تواند بار
مالی قابل توجهی
را از دوش شرکت
بیمه بردارد و
تأثیر بسزایی در
سودآوری و ثبات
مالی شرکت داشته
باشد

مثال می‌توانیم متوجه شویم که در کدام مرحله تأخیر، پیچیدگی یا مشکلی وجود دارد. با تکنیک‌های فرآیند کاوی، فرآیندها را بهینه می‌کنیم، نقاط ضعف را بهبود می‌بخشیم، نقاط قوت را تقویت کرده و جایی که لازم است، اصلاحات لازم را اعمال می‌کنیم تا به نتایج بهتری دست یابیم و سرعت عمل را افزایش دهیم.

کشف تقلب چه اهمیتی در صنعت بیمه دارد؟

کشف تقلب یک فرآیند ضروری در شرکت‌های بیمه است، زیرا تراکنش‌های مالی خسارت‌ها اعداد بسیار بزرگی هستند. حتی یک درصد کوچک در کشف تقلب و جلوگیری از آن، می‌تواند بار مالی قابل توجهی را از دوش شرکت بیمه بردارد و تأثیر بسزایی در سودآوری و ثبات مالی شرکت داشته باشد.

چگونه از تحلیل داده‌ها و آمار برای مدیریت ریسک و بهینه‌سازی پرداخت خسارت استفاده می‌کنید؟

در شرکت «بیمه سامان»، با کمک همکاران واحد مدیریت اکچوئری و تحلیل داده، سعی داریم که توزیع‌های آماری خسارت را برای هر پوشش، هم از لحاظ تعداد مراجعات و هم از لحاظ مبلغ هر خدمت، مورد بررسی قرار دهیم. به عنوان مثال، خدمت ویزیت بسیار پر کاربرد است و درصد بالایی از بیمه‌شده‌ها حتماً از آن استفاده می‌کنند. آخرین تحلیل ما نشان داد که پارامتر تعداد مراجعه در این پوشش از یک توزیع هندسی تبعیت می‌کند. با برآورد پارامترها، میانگین و انحراف از معیار آن، می‌توانیم قبل از پرداخت خسارت، رسیدگی ویژه‌ای به موارد مشکوک داشته باشیم و در عین حال، ویزیت‌هایی که در محدوده نرمال قرار دارند را بدون سخت‌گیری خاصی پرداخت کنیم.

این تحلیل‌ها چه کاربردهای دیگری دارند؟

این تحلیل‌ها به ما کمک می‌کنند تا پوشش‌های دیگر را نیز بررسی کنیم. مثلاً اگر فردی بیماری خاصی دارد و نیاز به مراقبت مداوم دارد، او را در لیست VIP خود قرار داده و خدمات بهینه‌ای به او ارائه دهیم. از سوی دیگر، اگر فردی قصد سوءاستفاده یا تقلب را داشته باشد، بتوانیم جلوی تقلب و تخلف احتمالی در این حوزه را بگیریم.

واحد با عقد قرارداد با مراکز با کیفیت، می‌تواند ضمن تشویق مراجعان به استفاده از این مراکز، حتی در مواردی با توجه به فراوانی مراجعه، تخفیف نیز دریافت کند که این موضوع به کنترل هزینه‌ها کمک می‌کند.

چطور می‌توان بیمه‌گذاران را تشویق کرد که به مراکز درمانی طرف قرارداد مراجعه کنند؟

می‌توانیم با بیمه‌شده‌ها و بیمه‌گذاران مطرح کنیم که اگر همکاران آنها به سمت مراکز طرف قرارداد ما مراجعه کرده و خدمات مدنظر خود را دریافت کنند، از وارد شدن هزینه‌های غیر واقعی و مازاد جلوگیری می‌شود که این امر به نفع هر دو طرف است.

آیا استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند به واحد مدیریت امور قراردادها کمک کند؟

بله قطعاً. واحد مدیریت امور قراردادها می‌تواند از درگاه‌های نوینی که برای تسویه صورت حساب‌ها فراهم شده است، استفاده کند و صورت حساب‌ها را در مدت زمان کمتری با مراکز درمانی تسویه کند. این سرعت در تسویه، خود یک مزیت رقابتی مهم برای مراکز درمانی است که بتوانند سریع‌تر به حق‌الزحمه خود برسند. نرخ این خدمات نیز توسط وزارت بهداشت ابلاغ می‌شود و شرکت‌های بیمه بر اساس آن اقدام به قرارداد می‌کنند.

در زمینه ارائه خدمات و کاهش پیچیدگی‌ها برای بیمه‌شدگان، چه راهکارهایی پیشنهاد می‌دهید؟

می‌توانیم با استفاده از ابزارهایی که امکان دریافت هزینه‌ها را از مشتری فراهم می‌کنند، به سمت ارائه خدماتی راحت‌تر و سریع‌تر حرکت کنیم. بیمه‌شده‌ها را نباید درگیر پیچیدگی‌های تحلیل و جمع‌آوری مدارک کنیم. با استفاده از بسترهای آنلاین، می‌توانیم بلافاصله پس از ارائه خدمت توسط مرکز، صورت حساب را دریافت کنیم.

فرآیند ارزیابی خسارت در آینده چه تغییری خواهد کرد؟

با استفاده از سیستم‌های آنلاین، می‌توانیم از جمع‌آوری مدارک، ارسال آنها توسط بیمار به شرکت بیمه و ارزیابی دستی پرهیز کنیم. خود فرآیند ارزیابی نیز به صورت هوشمند و آنلاین انجام خواهد شد. به نظر من، در آینده نزدیک بسیاری از مشاغل و شیوه‌های کاری مانند ارزیابان خسارت دگرگون می‌شوند. ممکن است در بسیاری از خدمات، با توجه به اینکه صورت حساب‌ها به صورت پارامتری و سیستمی صادر می‌شوند، شرکت‌های بیمه آن پارامترها را دریافت کرده و بر اساس کد خدمت و قیمت مصوب، هزینه را به صورت سیستمی و بدون حضور یک کارشناس ارزیابی کنند. مبلغ قابل پرداخت تشخیص داده شده، سقف قرارداد لحاظ می‌شود و مانده سقف اعتبار بیمه‌شده نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

با توجه به پیچیدگی فرآیندهای بیمه‌ای، چگونه می‌توان آن‌ها را بهینه کرد؟

با استفاده از ابزارهایی مانند داده کاوی (Data Mining) و فرآیند کاوی (Process Mining)، می‌توانیم فرآیندهای موجود، به ویژه در حوزه رسیدگی به خسارت را تحلیل کنیم. بر اساس رکوردهای ثبت شده در سیستم خسارات، نقاط ضعف و قوت فرآیندها شناسایی می‌شوند. به عنوان



برای ارتباط با مشتری و افزایش رضایتمندی بیمه‌شدگان چه اقداماتی انجام می‌دهید؟

در شرکت «بیمه سامان»، زمانی که نام بیمه‌شده‌ها در نرم‌افزار بیمه‌گری ثبت می‌شود، عموماً یک پیامک خوش‌آمدگویی برای آنها ارسال می‌کنیم. همچنین در اپلیکیشن اختصاصی ما، تمام تعهدات بیمه‌نامه‌ای که افراد جزو بیمه‌شدگان آن هستند، قابل مشاهده است. به عنوان مثال، افراد می‌توانند سقف تعهدات پوشش دندانپزشکی خود یا اعضای خانواده‌شان را ملاحظه کرده و به شرایط عمومی و خصوصی و سایر موارد دسترسی داشته باشند. این شفافیت و دسترسی آسان به اطلاعات، تجربه کاربری را بهبود می‌بخشد.

آیا بیمه‌های درمان نیز مانند بیمه‌های اموال یا ریسک‌های بزرگ، تحت تاثیر روندهای جهانی قرار می‌گیرند؟

خیر، بیمه‌های درمانی عموماً مانند بیمه‌های اموال یا ریسک‌های بزرگ در پالایشگاه‌ها نیستند که نیاز به انتقال ریسک به خارج از کشور یا شرکت‌های بزرگ دنیا داشته باشند. این بیمه‌ها در حدود ظرفیت نگهداری خود شرکت‌های بیمه قرار می‌گیرند و از این جهت مایه‌ی تحت‌تاثیر روندهای جهانی نیستیم.

پس عمده‌ترین موضوعی که می‌تواند بر فعالیت شما در رشته درمان تاثیر بگذارد، چیست؟

عمده‌ترین موضوعی که می‌تواند روی فعالیت ما در رشته درمان تاثیر بگذارد، نوسان نرخ ارز و افزایش قیمت تجهیزات پزشکی و داروهاست. چرا که ما وقتی بیمه‌نامه را صادر می‌کنیم تا انتهای اعتبار بیمه‌نامه تغییری در حق بیمه ایجاد نمی‌کنیم و با همان حق بیمه کار را ادامه می‌دهیم، اما گاهی اوقات قرار داده‌ها به گونه‌ای هستند که بخشی از خدمات در سال جاری و بخشی دیگر در سال بعد ارایه می‌شود. این موضوع باعث می‌شود وقتی تعرفه خدمات در سال بعد تغییر می‌کند، ما از تامین مالی این خدمات عقب بقیسیم. از طرف دیگر، حتی در طول همان سال جاری نیز به خاطر تحریم‌ها یا اتفاقاتی که می‌تواند بر قیمت تمام شده تجهیزات پزشکی، داروها و خدمات اثر بگذارد، مصونیت نخواهیم داشت و در این حوزه‌ها دچار زیان خواهیم شد.

برای کنترل هزینه‌ها و نظارت بر خدمات و در مورد بیمه‌شده‌هایی که به مراکز غیر طرف قرارداد مراجعه می‌کنند، چه ابزارهایی در اختیار دارید؟

عمده این موارد را می‌توانیم در دو دسته قرار دهیم، یکی نظارت بر مراکز طرف قراردادمان و دیگری نظارت بر خساراتی که بیمه‌شده بدون مراجعه به مراکز طرف قرارداد ما خدمت مدنظر را دریافت کرده و مطالبه خسارت خود را از ما دارد. برای هر کدام از اینها، ابزارهای متفاوتی داریم؛ به عنوان مثال، فرآیندهای ممیزی و ارزیابی که از صورت حساب‌های مراکز به عمل می‌آوریم، تا حدی می‌تواند به کنترل این مسایل کمک کند. در حوزه بیمه‌شده‌هایی که به صورت مستقیم به مراکز غیر طرف قرارداد مراجعه می‌کنند، دست ما یک مقدار خالی‌تر است؛ زیرا با آن مرکز هیچ داد و ستد یا تعاملی نداریم و صرفاً باید با بررسی مستندات که به ما ارایه داده‌اند یا در

شرکت «بیمه سامان»
به عنوان یکی
از اولین
شرکت‌هایی که در
حوزه بیمه‌های
درمان به بازار
محصولات خانواده
ورود کرد، بیشتر از
۸ سال است که
در این حوزه
فعالیت می‌کند
و کماکان این
خدمت را
ارایه می‌دهد

سامانه ما بارگذاری کرده‌اند، نسبت به بررسی آن هزینه و اطمینان از واقعی بودن صورت حساب اقدام کنیم.

در کل، با توجه به قابلیت‌هایی که در نرم‌افزار ثبت خسارت می‌توان تعریف کرد، امکان کنترل این موارد تا حد زیادی وجود دارد. به عنوان مثال، در نسخ دارویی حتی می‌توانیم قوانینی تعریف کنیم که اقلامی که در آن نسخه تجویز شده‌اند، در صورت تداخل دارویی، مشکوک شناخته شده و بیشتر بررسی شوند تا علت آن مشخص شود. اینها عموماً در روتین‌ها و موتورهای قواعدی که شرکت‌های بیمه می‌توانند در اختیار داشته باشند، خلاصه می‌شود.

«بیمه سامان» چه نقشی در توسعه بیمه‌های درمان خانواده و انفرادی داشته است؟

شرکت «بیمه سامان» به عنوان یکی از اولین شرکت‌هایی که در حوزه بیمه‌های درمان به بازار محصولات خانواده ورود کرد، بیشتر از ۸ سال است که در این حوزه فعالیت می‌کند و کماکان این خدمت را ارایه می‌دهد. این اقدام بسیار مهم بود، چرا که به طور کلی بیمه‌های درمانی تکمیلی عمدتاً توسط کارفرماها، ادارات، کارخانه‌ها، شرکت‌ها و سازمان‌ها برای پرسنل و اعضای خانواده‌شان خریداری می‌شد و عموم افرادی که خویش‌فرما بودند یا حتی در بنگاه‌های کوچک تجاری فعالیت می‌کردند، از داشتن این خدمات محروم بودند. «بیمه سامان» این جسارت را به خرج داد و اکنون حدود ۸ سال است که در این حوزه مشغول ارایه خدمات به این دسته از هموطنان است.

وضعیت بیمه‌های درمان خانواده و انفرادی در بازار کنونی چگونه است و جایگاه «بیمه سامان» در این حوزه کجاست؟

همانطور که اشاره کردم، ما سال‌ها به صورت انحصاری، تنها شرکتی بودیم که محصول بیمه‌نامه درمان خانواده و انفرادی یا گروه‌های کوچک و متوسط را در صنعت بیمه ارایه می‌دادیم. اکنون حدود ۱۴ شرکت دیگر نیز به این حوزه ورود کرده‌اند، اما با توجه به پیچیدگی‌ها و بار خسارتی که این رشته می‌تواند داشته باشد، متأسفانه ۲ شرکت امسال اعلام کردند که ارایه این محصول را متوقف کرده‌اند و تعداد محدودی از شرکت‌ها در این حوزه فعالیت می‌کنند. هرچند آمار رسمی وجود ندارد، اما با تعامل و ارتباطی که با شرکت‌های ارایه‌دهنده این محصولات داریم، «بیمه سامان» با اختلاف قابل توجهی در ردیف اول قرار دارد و رقبا در خصوص این محصول، در رتبه‌های بعدی هستند. ■

رئیس هیات مدیره «شرکت پدیده تبار» مطرح کرد

تسهیل مراودات اقتصادی با استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی

ثمانه نادری

یکی از موضوعات مورد توجه در عرصه اقتصادی، توجه به ظرفیت‌های فرهنگی و آموزشی و استفاده درست از آن است و در این میان، ورود فناوری‌های نوین و ایده‌های جدید موجب راه‌اندازی کسب و کارها، شرکت‌ها و همچنین تحول بخشی در عرصه آموزشی شده که آن هم‌پهلو با رشد کسب و کارهایی است که به خدمات این شرکت‌ها نیاز دارند و از آن در راستای تحقق اهداف علمی و پژوهشی استفاده می‌کنند. به توجه به این موضوع با دکتر زینب حبیبی تبار، رئیس هیات مدیره «شرکت پدیده تبار» گفت‌وگویی داشتیم. وی در مقطع دکترای تخصصی در رشته مدیریت رسانه و دکترای حرفه‌ای مدیریت کسب و کار تحصیل کرده و هم‌اکنون به عنوان مشاور انجمن‌های دوستی ایران و سایر کشورها، عضو انجمن ملی زنان کار آفرین و فعال در حوزه زنان، مشاور در راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای نوپا، مشاور کسب و کارها در بهره‌برداری از هوش مصنوعی، IT و بازاریابی فعالیت دارد. مشروح این مصاحبه از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

به عنوان سوال نخست، اشاره‌ای به عمده فعالیت‌های خود داشته‌باشید.

بنده از سال ۱۳۸۵ به عنوان پژوهشگر با مراکز پژوهشی مختلف همکاری داشته‌ام که از جمله آن‌ها می‌توان به مرکز مطالعات مدیریت و بهره‌وری دانشگاه تربیت مدرس، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و برخی از دانشگاه‌ها اشاره کرد. حدود ۲۰ سال نیز در یکی از شرکت‌های نفتی زیرمجموعه شرکت (O1) به عنوان کارشناس بهره‌وری، سیستم‌ها و مشاور مدیر عامل در امور منابع انسانی مشغول به کار بوده‌ام. همچنین تجربه مدیریت روابط عمومی و امور بین‌الملل در یکی از شرکت‌های زیرمجموعه شستا طی بازه یک ساله و سوابق زیادی در زمینه تدریس دانشگاهی و دوره‌های MBA و DBA را در کارنامه خود دارم.

چه موضوعی شما را به تاسیس «شرکت پدیده تبار» ترغیب کرد و این شرکت چه تأثیری بر صنعت مورد فعالیت خود گذاشته است؟

در اواخر سال ۱۳۹۱ که بنده همچنان به عنوان مشاور مدیر عامل در امور منابع انسانی در شرکت توسعه نفت و انرژی قشم مشغول بودم، از روزمرگی فعالیت‌ها و تکراری بودن آن‌ها خسته شدم؛ تا اینکه پس از مدتی بنده و تمام اعضای خانواده به این فکر افتادیم که یک محیط و کسب و کاری متخصص یا توانایی‌ها و علایق مان تاسیس کنیم. همین موضوع سرآغاز تاسیس این شرکت خانوادگی از نوع شرکتی با مسئولیت محدود شد. از آنجایی که هر یک از اعضای خانواده در رشته‌ای تحصیل کرده بودند، تلاش شد تا با تکیه بر توانایی‌های موجود، وارد صنعت آموزشی شویم که شرکت‌های سرآمد و بزرگی در آن مشغول به فعالیت بودند؛ از همین رو به مدت ۶ ماه به پژوهش رو آوردیم که نتیجه آن در صنعت آموزش منجر به ابداع و خلق رویکرد سمیتئاتر (semitheater) شد.

مهم‌ترین برنامه‌ها و فعالیت‌های این شرکت به چه دستاوردهایی منتهی شده است؟

۱۱ سال است که رویکرد پژوهشی، مشاوره، آموزشی و فرهنگی از سوی «شرکت پدیده تبار» به این صنعت اضافه شده است. این شرکت در واقع ابداع‌کننده رویکرد سمیتئاتر است که به عنوان یک رویکرد جدید ثبت شده و کتاب و مقالات علمی-پژوهشی، ISI، علمی و ترویجی بسیاری نیز در خصوص آن تألیف شده است. این شرکت از سوی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نیز در جشنواره کار و کارآفرینی این وزارتخانه در سال ۱۳۹۵ مورد تقدیر قرار گرفته و به عنوان یکی از شرکت‌های اثرگذار و کارآفرین برتر مطرح شده است.

در مواجهه با چالش‌های مدیریتی، چه استراتژی‌هایی به شما کمک کرده تا شرکت را در مسیر موفقیت نگه دارید؟

نگاه‌بنده به عنوان یک تحصیل‌کرده حوزه کسب و کار و مدیریت، نگاه مدیریت اقتضایی است و به توسعه ناپایدار، بیش از توسعه پایدار باور دارم. باید پذیریم که برنامه‌ها و اهداف ما تحت تأثیر تحولات و تغییرات روز قرار داشته و استراتژی‌ها در بازه‌های چندساله قابل اجرایی شدن نیستند، بلکه باید بر مبنای استراتژی توسعه ناپایدار برنامه‌هایی نهایتاً ۶ ماهه و یک‌ساله تدوین کرد و هر روز نیز در حال رصد آن بود؛ در غیر این صورت از سرعت قطار تحول و تکامل فناوری عقبی می‌مانیم. بلوغ در مساله‌سازی مانندی و اجزای بدن انسان است و فرقی چندانی با هم ندارد؛ در این اساس باید متناسب با شرایط حرکت کرد؛ این نوع نگاه در «شرکت پدیده تبار»، تاب‌آوری آن را در برابر بحران و مشکلات افزایش داده است.

چگونه از تجربیات خود به عنوان مشاور انجمن‌های دوستی ایران برای ایجاد همبستگی فرهنگی و اقتصادی استفاده کرده‌اید؟

در هر یک از این انجمن‌ها، افراد کسب و کارها توانایی حضور دارند؛ این حال بندگان به عنوان یک چشم‌نظاره‌گر از بیرون بر فعالیت‌های انجمن نظارت دارم و دائماً در حال بررسی شرایط هستیم تا روند همکاری‌ها به منظور تحقق اهداف انجمن تسهیل شود؛ چرا که ماهیت انجمن‌های دوستی بر انجام فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی متمرکز است. از همین رو در صدد هستیم تا با نگاه به ایران زیبا و کشورهایی که در هر یک از آن‌ها انجمن دوستی در حال شکل‌گیری است، بستری برای کمک به نهادهای دولتی، فرهنگ‌سازی، بالفعل کردن توانمندی‌های کشور از طریق فستیوال‌های مختلف و صنعت گردشگری فراهم کنیم. بنده به عنوان بخش خصوصی که سال‌ها در حوزه پژوهشی فعالیت دارم، در صدد همکاری با انجمن‌های مختلف هستیم تا آن‌ها بتوانند با برنامه‌های عملیاتی شده به فعالیت‌های خود بپردازند.

چه اقداماتی را برای افزایش نقش زنان در تجارت و مدیریت بین‌المللی ضروری می‌دانید؟

باید اذعان داشت که ۴۰ سال آینده را در نظر بگیریم؛ چرا که این صندلی هادائیم در حال تغییر است و نسل Z طی ۴۰ سال آینده جای ما را خواهد گرفت. طبیعتاً برای این نسل که با مقوله تبعیض جنسیتی سازگاری ندارد، آگاه شدن، کسب تجربه، سفرهای شگفت‌انگیز و انجام هر چیزی که کارهایش را ترساند، آگاهی یا عدم تناسب با تکنولوژی‌های روز افزایش پیدا کند. قطعاً با گذشت زمان تمام سازمان‌ها و نهادهای دچار تحولاتی شده و ربات‌ها وارد کار می‌شوند که همین موضوع جنسیت را به حاشیه می‌برد؛ به همین دلیل افراد فعال در آینده باید از هوش مصنوعی، متاورس و... مطلع بوده و نسبت به آن اطلاعات بسیار جالبی را جمع‌آوری کرده باشند تا از تکنولوژی روز به خوبی بهره‌گیرند. ■



«شرکت پدیده تبار»
ابداع‌کننده رویکرد
سمیتئاتر است که به
عنوان یک رویکرد
جدید، ثبت شده
و کتاب و مقالات
علمی-پژوهشی،
ISI، علمی و
ترویجی بسیاری
نیز در خصوص آن
تألیف شده است

مدیرعامل «شرکت بازرگانی جام جهان نما اسدی» بیان کرد

دیجیتالی شدن فرآیندهای تجاری با کمک شرکت‌های دانش بنیان

المیرا اکرمی

«شرکت بازرگانی جام جهان نما اسدی» از اوایل دهه ۸۰ در تهران شروع به فعالیت کرد. این شرکت در ابتدا با هدف شناخت بازارهای داخلی و سپس در اوایل سال ۱۳۹۳ با هدف تسهیل تجارت بین‌المللی و ارائه خدمات صادرات مواد غذایی ایرانی به بازارهای جهانی تاسیس شد و تمرکز آن بر کیفیت محصولات و ایجاد اعتماد متقابل در مشتریان بین‌المللی قرار گرفت. این شرکت با برند «آریا لاین» فعالیت کرده و در صادرات محصولات غذایی ممتاز مانند چای اصیل ایرانی، خشکبار، زعفران، خرما و فرآورده‌های ارگانیک به کشورهای اروپایی پیشرو بوده و هم‌اکنون نماینده چند شرکت توزیع مواد غذایی در اروپا است. به منظور آشنایی بیشتر با فعالیت‌های این شرکت، گفت‌وگویی با دکتر طاهره سلیمانی، مدیرعامل «شرکت بازرگانی جام جهان نما اسدی» انجام داده‌ایم که مشروح آن به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

خریداری کرده و حاشیه سود بیشتری داشته باشند. موضوع دیگر کمک به ارتباط مستقیم بین تولیدکننده و خریدار است که شفافیت بیشتری را در قیمت‌گذاری، کیفیت محصولات و شرایط معامله به همراه دارد. این اعتمادسازی می‌تواند به توسعه روابط بلندمدت بین طرفین کمک کند. مورد دیگر، حذف واسطه‌ها به معنی کوتاه‌تر شدن زنجیره تامین است که باعث می‌شود تا فعالان اقتصادی در کوتاه‌ترین زمان ممکن به محصولات مورد نظر دسترسی پیدا کرده و فروش مستقیم این فرصت را فراهم می‌کند که محصولات بر اساس نیازها و استانداردهای خاص مشتری سفارشی شود. این موضوع به ویژه در صادرات اهمیت زیادی دارد؛ چراکه بازارها و مشتریان، نیازهای مختلف دارند و همین موضوع باعث می‌شود تا فروش بدون واسطه شرکت‌ها، به کنترل بهتر بر قیمت‌ها و کیفیت‌ها منجر شود که این امر توان رقابت‌پذیری محصولات ایرانی را در بازارهای جهانی افزایش می‌دهد. این شیوه فروش، نه تنها هزینه‌ها را کاهش داده، بلکه ارتباط مستقیمی بین تامین‌کنندگان و مصرف‌کنندگان ایجاد می‌کند که در نهایت به رشد اقتصادی و ارتقای جایگاه محصول ایرانی در بازار بین‌المللی منجر می‌شود.

به عنوان تامین‌کننده مواد غذایی و صادرات آن به دیگر کشورها، چه اقداماتی به منظور تسهیل ارتباط با شرکت‌ها و خریداران خارجی انجام داده‌اید؟

«شرکت بازرگانی جام جهان نما اسدی»، برای تسهیل ارتباط با شرکت‌ها و خریداران خارجی، رویکردهای جامعی اتخاذ کرده که شامل چندین اقدام کلیدی و هدفمند است که یک مورد آن، حضور در نمایشگاه‌ها و رویدادهای بین‌المللی می‌شود که با حضور منظم در نمایشگاه‌های تجاری و صنعتی مرتبط با مواد غذایی در اروپا و سایر نقاط جهان، فرصت‌های شبکه‌سازی مستقیم را با خریداران خارجی ایجاد کرده است. این نمایشگاه‌ها به ما این امکان را داده تا محصولات ایرانی را به‌طور مستقیم معرفی کرده و اعتماد مشتریان بالقوه خود را جلب کنیم.

مورد دیگر، راه‌اندازی سایت چندزبانه و وب‌سایت رسمی به زبان‌های مختلف از جمله انگلیسی، فارسی و سایر زبان‌های مورد نیاز است تا دسترسی خریداران خارجی به اطلاعات، خدمات، محصولات و توانمندی‌های شرکت را به‌سادگی انجام دهد. این وب‌سایت شامل کاتالوگ‌های دیجیتال است که



«شرکت بازرگانی جام جهان نما اسدی» چه خدماتی را ارائه می‌دهد و چه اهدافی را دنبال می‌کند؟

خدمات این شرکت شامل مدیریت زنجیره تامین، تطبیق با استانداردهای بین‌المللی و پشتیبانی کامل از مشتریان در تمام مراحل واردات و صادرات است. هدف ما معرفی فرهنگ و طعم ایرانی به جهان است. یکی از اهداف مهم «شرکت بازرگانی جام جهان نما اسدی»، فروش بدون واسطه است که به فعالان اقتصادی کمک می‌کند تا با کاهش هزینه‌های اضافی ناشی از حضور واسطه‌ها به قیمت‌های رقابتی دست یابند. این روش، شفافیت بیشتری در زنجیره تامین مواد غذایی ایجاد کرده و ارتباط مستقیم بین تولیدکننده و خریداران را تقویت کرده است. در نتیجه، ضمن ایجاد اعتماد بین طرفین فرصت‌های بیشتری برای توسعه پایدار فراهم کرده که در چرخه اقتصادی کشورمان اهمیت زیادی دارد.

فروش بدون واسطه با کمک این شرکت، چه کمکی به فعالان اقتصادی خواهد کرد؟

فروش بدون واسطه یکی از مزیت‌های کلیدی «شرکت بازرگانی جام جهان نما اسدی» است و از طریق آن می‌توان به فعالان اقتصادی به‌منظور کاهش هزینه‌ها کمک کرد. حذف واسطه باعث شده تا هزینه‌های اضافه مانند حق‌العمل کاری واسطه‌ها و کارمزدهای جانبی کاهش پیدا کند که این موضوع به خریداران این امکان را می‌دهد تا محصولات را با قیمت بهتر

اطلاعات تماس و... را نیز در خود دارد. فعالیت دیگر ما حضور در شبکه‌های اجتماعی به ویژه در پلتفرم حرفه‌ای مانند لینکدین است که بستری برای معرفی شرکت خواهد بود. با اشتراک گذاری محتوای تخصصی و برقراری ارتباط مستقیم با تصمیم‌گیرندگان کلیدی در صنعت عمل می‌کنیم. این فعالیت‌ها، نه تنها آگاهی از برند ما را افزایش می‌دهد، بلکه کانالی برای تعامل سریع و حرفه‌ای ما است. از سوی دیگر، ما یک تیم حرفه‌ای بازاریابی و مذاکره بین‌المللی داریم. تیم‌های داخلی ما متشکل از کارشناسان با تجربه در زمینه صادرات و بازاریابی و ارتباطات بین‌المللی است که قادر به عمیق‌سازی فرهنگ‌ها و نیازهای بازارهای مختلف و با ایجاد ارتباطات موثر، به خریداران خارجی کمک می‌کنند.

علاوه بر این، استفاده از پلتفرم‌های هوشمند نیز بخش دیگری از فعالیت‌های این شرکت است که از جمله آن، نرم‌افزارهای مدیریت بازاریابی مثل CRM برای مدیریت حرفه‌ای و ارتباط و پیگیری درخواست‌ها است. همچنین از ایمیل، جلسات ویدیویی آنلاین و... نیز استفاده می‌شود. یکی از نکات مهم مورد توجه ما، ایجاد دفاتر یا داشتن نمایندگان محلی در بازارهای هدف به منظور نزدیک شدن به مشتریان در این بازارها یا تعیین دفتر یک نمایندگی است که به عنوان پل ارتباطی بین ما و خریداران شرکت عمل کرده و به مشتریان خدمات مستقیمی ارائه می‌دهد؛ یعنی قبل از اینکه به طور کلی وارد بازار کشوری شویم، قطعاً مطالعات خاصی در آن زمینه انجام داده و در تلاش هستیم تا یک ارتباط قوی با آن کشور داشته باشیم و فردی را پیدا کنیم که شرکت ما را به مشتریان آن منطقه معرفی کند.

یکی از موضوعات مطرح‌شده در خصوص مواد غذایی، ضرورت رعایت برخی از استانداردهای بهداشتی و مرتبط با سلامت است. در این زمینه چه تدابیری اتخاذ کرده‌اید؟

این شرکت در ابتدای تأسیس خود، استانداردهای بهداشتی و سلامت را به عنوان یکی از اصول کلیدی در فرآیند صادرات مواد غذایی در نظر گرفته و برای اطمینان از کیفیت محصولات و تطابق آن با استانداردهای جهانی، یک سری اقدامات انجام داده که یک مورد آن، ارتباط با تولیدکنندگان معتبر است. در برخی از موارد حتی اگر مجبور به خرید از شرکتی هستیم که بررسی‌های کافی را انجام نداده، خودمان این کار را انجام می‌دهیم. به طور کلی تلاش ما بر این است تا تنها با تولیدکنندگانی همکاری داشته باشیم که دارای گواهی نامه‌های معتبر بهداشتی و سلامت مانند HECPP با ایزوهای مختلف و استانداردهای ملی و بین‌المللی باشند.

همچنین توجه زیادی به کنترل کیفیت داریم؛ بدین معنی که تمام محصولات را پیش از بسته‌بندی و ارسال در آزمایشگاه‌های معتبر مورد آزمایش و ارزیابی قرار می‌دهیم تا از تطابق با استانداردهای بهداشت جهانی و کشور مقصد اطمینان حاصل کنیم؛ چرا که این امر موجب عدم بازگشت محصولات ما می‌شود. مورد دیگر در ارتباط با محصولات، است که با بسته‌بندی و شرایط خاصی باید صادر شود، مانند محصولات تازه و منجمد که در آن تمام مراحل ذخیره‌سازی، حمل و نقل و بسته‌بندی با رعایت دقیق استانداردهای بهداشتی انجام شده و به منظور حمل آن از کانتینرهای یخچال دار استفاده می‌شود. در تلاش هستیم تا مطالعه زیادی در ارتباط با استانداردهای بین‌المللی داشته باشیم. به همین دلیل تیم تخصصی ما همواره قوانین و مقررات کشورهای مقصد را بررسی و اطمینان حاصل می‌کند که محصولات ما با الزامات آن کشور از نظر کیفیت بهداشتی و ایمنی مطابقت داشته باشد.

موضوع دیگر، آموزش به تولیدکنندگان و کارکنان است، بر همین اساس «شرکت جام جهان نما اسدی» دوره‌های آموزشی ویژه‌ای را برای برخی

از تولیدکنندگان و کارکنان برگزار می‌کند تا آنها با استانداردهای بهداشتی جهانی و الزامات کشورهای مقصد آشنا شده و در همه مراحل تولید و صادرات آن را رعایت کنند. این موضوع باعث می‌شود تا این شرکت اعتماد مشتریان بین‌المللی خود را جلب کرده و به عنوان نماینده شایسته‌ای برای محصولات با کیفیت و سالم ایرانی شناخته شود. در برخی از موارد، شرکت‌هایی که قصد خرید از ایران داشته و اطلاعات زیادی در زمینه واردات ندارند، شخصاً به آنها آموزش خاص می‌دهیم تا طرف معامله کمتر آسیب ببیند. همچنین به طرف ایرانی اعتماد کرده و وارد عرصه تجارت شود.

تا چه اندازه بازار داخل در تامین مواد غذایی خود کفا شده است؟

به منظور پاسخگویی به این سوال، نیازمند بررسی تولیدات داخلی کشور هستیم. بازار داخلی ایران در زمینه تامین مواد غذایی به ویژه در بخش‌هایی با ظرفیت کشاورزی و اقلیمی کشور تا حد زیادی به خود کفایی رسیده است. به عنوان مثال، ایران در زمینه محصولات کشاورزی یکی از تولیدکنندگان عمده محصولاتی همچون خرما، پسته، گندم، سیب‌زمینی، میوه‌های مختلف و... است. تولید این محصولات، نه تنها نیاز بازار داخل را تامین کرده، بلکه ایران را به عنوان صادرکننده مهم به ویژه در زمینه صیفی‌جات مطرح کرده است.

کشورمان در ارتباط با محصولات پروتئینی مانند گوشت، تخم مرغ و لبنیات نیز به خود کفایی نسبی رسیده و حتی گاهی اوقات این محصولات را به کشورهای منطقه نیز صادر می‌کند. در خصوص برخی از محصولات مانند دانه‌های روغنی، روغن خوراکی، شکر و نهادهای دامی، به واردات وابسته هستیم که این وابستگی به دلیل کمبود منابع آب و محدودیت زمین‌های قابل کشت برای این محصولات و نیاز به بذرهایی اصلاح شده با عملکرد بالا است. در این بین، گاهی اوقات چالش‌هایی برای ما وجود دارد که از جمله آن تغییرات آب و هوایی، اقلیمی، محدودیت منابع آبی و خشکسالی است که از موانع اصلی توسعه پایدار کشاورزی در کشور به شمار می‌رود. مساله دیگر، به زیرساخت‌های مامربط است. در برخی از مواقع با کمبود فناوری‌های مدرن مواجه هستیم و همچنین ضعف‌هایی در زنجیره تامین مواد غذایی داریم؛ یعنی در این زمینه به خود کفایی نرسیده‌ایم.

دستیابی به خود کفایی کامل، مستلزم انجام چه اقداماتی است؟

دسترسی به خود کفایی کامل، مستلزم استفاده از تکنولوژی‌های نوین کشاورزی و تقویت صنایع فرآوری و استفاده از ماشین‌آلات خاص است. در برخی از کشورها برای کشت برخی از محصولات از گلخانه استفاده می‌شود، اما ما هنوز تمایل به شیوه‌های سنتی داریم. به عنوان مثال، محصولی مانند زعفران در بسیاری از کشورها، در گلخانه‌هایی با طبقات زیاد کشت شده و از یک محیط کوچک بهره‌برداری زیادی می‌شود، ولی ما هنوز از کشت سنتی بهره‌می‌گیریم. البته کمبود سرمایه کشاورزان نیز در این زمینه موثر بوده است.

اگر دولت با سیاست‌هایی مانند اعطای یارانه یا سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های کشاورزی به بخش خصوصی کمک کند، تأثیر بسیار زیادی در افزایش خود کفایی ایران خواهد داشت. با تقویت زنجیره صادرات می‌توان نقش مهمی در بهبود وضعیت مواد غذایی داخلی ایجاد کند. به طور کلی بازار داخلی ایران در بسیاری از محصولات کشاورزی و مواد غذایی به خود کفایی رسیده، اما همچنان برای کاهش وابستگی در برخی از اقلام وارداتی و افزایش پایداری تولید داخلی، نیازمند سرمایه‌گذاری در تکنولوژی، مدیریت منابع و بهره‌وری است.

اگر دولت با سیاست‌هایی مانند اعطای یارانه یا سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های کشاورزی به بخش خصوصی کمک کند، تأثیر بسیار زیادی در افزایش خود کفایی ایران خواهد داشت یا با تقویت زنجیره صادرات می‌تواند نقش مهمی در بهبود وضعیت مواد غذایی داخلی ایجاد کند

آموزش و مشاوره‌های تخصصی در تجارت به ویژه برای شرکت‌هایی که در عرصه بین‌المللی فعالیت دارند، حیاتی است. این خدمات باعث ارتقای دانش و مدیریت موثر تر، کاهش ریسک‌ها و افزایش موفقیت‌ها در بازارهای هدف شده و در نهایت این رویکرد در بلندمدت منجر به رشد پایدار و ارتقای جایگاه آنها در بازارهای داخلی و جهانی می‌شود

با توجه به تخصصی شدن حوزه تجارت، ارایه آموزش‌ها و مشاوره‌ها در این حوزه تا چه اندازه ضرورت دارد؟

در دنیای پیچیده امروز، آموزش و مشاوره در حوزه تجارت بین‌المللی از ضروریات است. این آموزش‌ها می‌تواند به فعال اقتصادی کمک کند تا با اصول بازاریابی جهانی، مدیریت زنجیره تامین و قوانین صادرات و واردات آشنا شود. بنده هم در این زمینه خدمات مشاوره‌ای و آموزشی رایج همکاران و شرکای تجاری ارایه می‌دهم. قوانین و مقررات تجارت بین‌المللی مانند تعرفه‌ها، استانداردها و الزامات گمرکی، پیچیده و متغیر است. آموزش تخصصی به فعالان اقتصادی کمک خواهد کرد تا قوانین را بهتر درک کرده و به صورت موثرتری در بازارهای جهانی فعالیت کنند. مهارت مذاکره، مدیریت زنجیره تامین و استراتژی‌های بازاریابی جهانی از جمله مواردی است که در آموزش‌های تخصصی تقویت می‌شوند. علاوه بر این، آموزش موجب پیشگیری از اشتباهات پرهزینه می‌شود. اشتباه در انتخاب بازار هدف، تنظیم قراردادها یا حمل و نقل بین‌المللی می‌تواند هزینه‌های سنگینی را به همراه داشته باشد. مشاوره‌های تخصصی، تجربه و دانش کارشناسان را در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهد تا از اشتباهات جلوگیری کنند؛ در غیر این صورت ممکن است که سقوط شرکت‌ها در پی داشته باشد.

آموزش‌های تخصصی در زمینه تحلیل رقبا و شناسایی مزیت‌های رقابتی به شرکت‌ها کمک می‌کند که در بازارهای پر رقابت بین‌المللی جایگاه ویژه‌ای را کسب کنند. تجارت جهانی مدام در حال تغییر است؛ از پیشرفت فناوری گرفته تا تغییرات ژئوپلیتیکی و اقتصادی، آموزش‌های مستمر و مشاوره‌های اقتصادی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا با این تغییرات هماهنگ شده و راه‌حل‌های مناسبی را پیدا کنند. آموزش و مشاوره‌های تخصصی در تجارت به ویژه برای شرکت‌هایی که در عرصه بین‌المللی فعالیت دارند، حیاتی است. این خدمات باعث ارتقای دانش و مدیریت موثر تر، کاهش ریسک‌ها و افزایش موفقیت‌ها در بازارهای هدف شده و در نهایت این رویکرد در بلندمدت منجر به رشد پایدار و ارتقای جایگاه آن‌ها در بازارهای داخلی و جهانی می‌شود.

حضور استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان در عرصه تجارت تا چه اندازه چشمگیر است؟

حضور این شرکت‌ها در عرصه تجارت به ویژه در سال‌های اخیر، بسیار چشمگیر بوده و نقش مهمی در تحول و نوآوری در این زمینه ایفا کرده است. استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان با ارایه راه‌حل‌های خلاقانه، تکنولوژی‌های پیشرفته و مدل‌های کسب و کار نو و جدیدی که به وجود آورده‌اند، روند سنتی تجارت را به چالش کشیده و تغییرات مثبتی را در جهان به وجود آورده‌اند. دلیل اهمیت شرکت‌های دانش‌بنیان در تجارت آن است که یک سری نوآوری در محصولات و خدمات دارند. این شرکت‌ها با استفاده از فناوری‌های جدید، محصولات و خدمات نوینی عرضه کرده که نیازهای متغیر بازار را بهتر پاسخ می‌دهد. برای مثال استفاده از اسنپ و هوش مصنوعی در خیلی از موارد باعث شده تا تجارت جهانی دگرگون شود. علاوه بر آن، دیجیتال شدن تجارت هم نقش مهمی داشته؛ یعنی شرکت‌های دانش‌بنیان در دیجیتال شدن فرآیندهای تجاری نقش به‌سزایی داشته‌اند. یک سری از اپلیکیشن‌های مدیریتی و کسب و کاری، سیستم‌های پیشرفته‌ای را به وجود آورده‌اند که موجب شده، تعاملات بین‌المللی، سریع‌تر و ساده‌تر شود. در برخی از موارد استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان باعث کاهش هزینه تولید و افزایش بهره‌وری شده‌اند. بسیاری از کارها اتوماتیک شده و استفاده از سیستم‌های هوشمند مدیریتی موجب شده تا نمونه‌های

موفق در این زمینه شکل گرفته و گاه باعث ایجاد بازارهای جدید و ورود به بازارهای ناشناخته شود.

در برخی از موارد نیز راه‌حل‌های جدیدی برای انطباق با استانداردهای بین‌المللی در دسترس مشتریان جهانی قرار داده و می‌توان گفت که استانداردهای جدید سبب شفافیت زنجیره تامین در معاملات تجاری و افزایش اعتماد میان تولیدکنندگان، فروشندگان و مصرف‌کنندگان شده است. خوشبختانه کشورمان در این زمینه پیشرفت‌های زیادی کرده و دولت از نظر تسهیلاتی و زیرساختی به این شرکت‌ها کمک‌های زیادی کرده و باعث توسعه آن‌ها شده است؛ البته در این بین چالش‌هایی نیز وجود دارد. برای مثال، در برخی از موارد زیرساخت‌های مناسبی برای آن‌ها وجود ندارد. تحریم‌ها به برخی از آن‌ها آسیب‌های زیادی وارد کرده و این شرکت‌ها را به چالش کشانده است، ولی در برخی از زمینه‌ها تحریم‌ها موجب عمل کرده و موجب شده تا این شرکت‌ها خودشان را بهتر نشان دهند.

شرکت‌های دانش‌بنیان به دلیل تحریم، بیشتر از قبل عرض اندام کرده، محصولات جدیدی را وارد بازار کرده‌اند و همچنین در بخش‌های زیادی داشته‌اند. با گسترش فناوری و افزایش تقاضا برای خدمات نوآورانه، پیش‌بینی شده که نقش این شرکت‌ها در تجارت داخلی و بین‌المللی در آینده پررنگ‌تر شود. حضور شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها، نه تنها به رشد اقتصادی کمک می‌کند، بلکه موجب ارتقای جایگاه کشور در زنجیره ارزش جهانی می‌شود. تکنولوژی‌های جدیدی که توسط این شرکت‌ها به ویژه در زمینه تجارت و حمل و نقل ایجاد شده، قابل توجه است. با این تکنولوژی حتی می‌توان در منزل درجه‌دماي کانستنت‌های یخچال دار را بررسی کرد تا محصولات در مسیر آسیب نبینند.

وسخن آخر؟

در «شرکت بازرگانی جام جهان نما سدی» باور ما بر این است که ایران با داشتن منابع غنی و نیروی انسانی متخصص و محصولات با کیفیت، می‌تواند یکی از بازیگران اصلی تجارت بین‌المللی باشد. در همان ابتدا ما موریت ما فراتر از تجارت بوده و خود را متعهد به ایجاد پیوندهای مستحکم بین تولیدکنندگان ایرانی و بازارهای جهانی می‌دانیم. هدف ما این است که محصولات ایرانی از جمله مواد غذایی با کیفیت و استانداردهای جهانی به بهترین شکل به بازار بین‌المللی معرفی شوند. هر محصول، سفیری از فرهنگ و توانایی کشورمان است. با تقویت صادرات و ایجاد ارزش افزوده در زنجیره تولید، نه تنها به سودآوری و کسب و کار خود می‌اندیشیم، بلکه به رشد پایدار اقتصادی و اشتغال‌زایی جامعه کمک می‌کنیم. اصول مادر تجارت بر پایه شفافیت، اعتمادسازی و ایجاد روابط بلندمدت با شرکا استوار است. همچنین در تلاش هستیم تا با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، هوشمندسازی فرآیندهای تجاری و توسعه شبکه‌های ارتباطی خود به یکی از برترین شرکت‌های صادرکننده ایران تبدیل شویم.

همچنین در راستای مسئولیت اجتماعی، حمایت از تولیدکنندگان کوچک و متوسط را در اولویت قرار داده‌ایم. به تمام فعالان اقتصادی، تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی اعلام می‌کنیم که درهای همکاری با ما باز است. با همکاری و هم‌افزایی، زمینه‌ساز رونق اقتصادی و معرفی بهتر ایران در عرصه جهان خواهیم بود. این شرکت تنها یک شرکت بازرگانی نیست، بلکه نماینده‌ای از اراده و توانایی ایران در عرصه جهانی است. امیدواریم که با تداوم و حمایت‌ها، اعتمادها و تعاملات سازنده، قدم‌های بزرگ‌تری برای ارتقای جایگاه کشورمان در عرصه تجارت بین‌المللی برداریم؛ چرا که ایران ما شایسته بهترین‌هاست. ■

عضو هیات مدیره «شرکت بازرگانی جام جهان نما اسدی» تاکید کرد

افزایش فروش و کاهش هزینه‌ها با استفاده از پلتفرم‌های تجارت الکترونیک

محمد جعفری



ورود به بازارهای بین‌المللی یک فرآیند پیچیده و چالش‌برانگیز است، با این حال با برنامه‌ریزی دقیق، تلاش مستمر و انعطاف‌پذیری، می‌توان بر موانع موجود غلبه کرد و به موفقیت دست یافت

«شرکت بازرگانی جام جهان نما اسدی» با تکیه بر سال‌ها تجربه و دانش متخصصان خود، در زمینه‌های مختلفی از جمله مواد غذایی، گیاهان دارویی، مصالح ساختمانی و صادرات و واردات کالاهای مجاز فعالیت می‌کند و تمرکز اصلی آن، تأمین نیازهای بازار داخلی و خارجی و ایجاد ارتباطات تجاری پایدار با شرکای تجاری در سراسر جهان است. این شرکت در حوزه مواد غذایی، به عنوان یک تأمین‌کننده عمده، طیف گسترده‌ای از محصولات غذایی را برای مصرف‌کنندگان و صنایع غذایی فراهم می‌کند. همچنین در زمینه گیاهان دارویی، با بهره‌گیری از دانش سنتی و مدرن، به تولید و عرضه محصولات با کیفیت بالایی پرداخته و در بخش مصالح ساختمانی نیز، با ارائه محصولات با کیفیت و خدمات پس از فروش مناسب، به پروژه‌های ساختمانی مختلف کمک می‌کند. ماحصل گفت‌وگوی ماباد کتر سالار اسدی، عضو هیات مدیره «شرکت بازرگانی جام جهان نما اسدی» در ادامه از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

نمایشگاه‌ها، همایش‌ها و نشست‌های تجاری، فرصت‌های شبکه‌سازی و بردن تیم‌های تجاری به آن کشور و دعوت از تیم‌های تجاری ترک برای سفر به ایران، ایجاد ارتباط با شرکای تجاری ترک را فراهم می‌کند.

برای حفظ رقابت‌پذیری در بازار ترکیه، چه اقداماتی در زمینه قیمت‌گذاری و کیفیت محصولات یا خدمات انجام داده‌اید؟

حفظ رقابت‌پذیری در بازار پویا و پیر رقابت ترکیه، مستلزم اتخاذ استراتژی‌های دقیق و مبتکرانه در زمینه قیمت‌گذاری و کیفیت محصولات یا خدمات است. تعیین قیمت بر اساس ارزش درک شده محصول توسط مشتری، صرفاً نباید هزینه تولید شود و همچنین باید با اعمال تغییرات در قیمت‌ها بر اساس نوسانات بازار، فصل‌ها و تقاضای مشتریان، هزینه تولید را کاهش و محصول را با قیمت کمتری ارائه داد. اطمینان از رعایت استانداردهای جهانی و کیفیت عالی برای محصولات و خدمات ارائه شده، اهمیت زیادی دارد.

طراحی بسته‌بندی جذاب و مناسب می‌تواند بر تصمیم خرید مشتری تأثیر مثبت بگذارد و در نتیجه به ما این اجازه را می‌دهد تا قیمت بالاتری را برای محصول خود تعیین کنیم و یا با استفاده از ابزارهایی مانند کنترل کیفیت آماری و بازخورد مشتریان، می‌توان به‌طور مداوم کیفیت محصولات و خدمات خود را بهبود داد. از سوی دیگر، باید به نیازهای مشتری توجه بیشتری داشت. همچنین ایجاد کانال‌های ارتباطی قوی با مشتریان، کمک می‌کند تا نیازها و انتظارات آنها آگاه شده و در مقابل آنها پاسخگو باشیم.

برنامه‌های آینده شما برای توسعه همکاری‌ها با ترکیه و دیگر کشورها در منطقه چیست؟

شرکت ما به دنبال شناسایی محصولات و خدماتی است که تقاضای بالایی در بازار ترکیه و سایر کشورهای منطقه دارند. همچنین حضور در نمایشگاه‌ها و رویدادهای تجاری منطقه‌ای و بین‌المللی، فرصت خوبی برای معرفی محصولات و خدمات به مشتریان بالقوه و ایجاد ارتباط با شرکای تجاری جدید است. برگزاری جلسات و مذاکرات دوره‌ای با شرکای تجاری برای بررسی عملکرد گذشته و برنامه‌ریزی برای آینده بسیار مهم است.

از طرفی، استفاده از پلتفرم‌های تجارت الکترونیک برای فروش محصولات و خدمات به مشتریان در کشورهای مختلف می‌تواند به افزایش فروش و کاهش هزینه‌ها کمک کند. علاوه بر این، استفاده از بیمه‌های صادراتی برای پوشش ریسک‌های ناشی از نوسانات ارز، تحریم‌ها و سایر عوامل سیاسی و اقتصادی، می‌تواند به کاهش ریسک سرمایه‌گذاری کمک کند. ■

ارتباط «شرکت جام جهان نما اسدی» با اتاق ایران و ترکیه چگونه است و این تعاملات چه تأثیری بر فعالیت‌های شما داشته است؟

اتاق‌های بازرگانی مانند اتاق ایران و ترکیه معمولاً به عنوان پل ارتباطی بین بخش خصوصی و دولت عمل می‌کنند. آنها با تسهیل روابط تجاری، ارائه اطلاعات بازار، برگزاری رویدادهای تجاری و حمایت از شرکت‌ها در ورود به بازارهای جدید، نقش مهمی در توسعه تجارت بین‌المللی ایفا می‌کنند. معمولاً اتاق‌های بازرگانی به منابع گسترده‌ای از اطلاعات بازار دسترسی دارند که می‌تواند به شرکت‌ها در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و همچنین در یافتن شرکای تجاری بالقوه و ایجاد شبکه‌های تجاری کمک کند.

چالش‌های اصلی شما در ورود به بازارهای بین‌المللی، به‌ویژه ترکیه چه بوده و چگونه آنها را مدیریت کرده‌اید؟

ورود به بازارهای بین‌المللی، به‌ویژه بازار پویا و رقابتی مانند ترکیه، با چالش‌های متعددی همراه است. شرکت ما نیز در این مسیر با موانعی روبه‌رو شده است. به عنوان مثال، درک تفاوت‌های فرهنگی در زمینه ارتباطات تجاری، مذاکره و بازاریابی بسیار مهم است. همچنین تسلط بر زبان ترکی برای برقراری ارتباط موثر با مشتریان و شرکای تجاری ضروری است. هر کشوری قوانین و مقررات خاص خود را دارد که باید به دقت رعایت شود.

تطبیق محصولات با استانداردهای محلی نیز می‌تواند چالش‌برانگیز باشد. بازار ترکیه بسیار رقابتی است و شرکت‌های بسیاری در آن فعالیت می‌کنند؛ بنابراین برای موفقیت باید ارزش افزوده‌ای منحصر به فرد به مشتریان ارائه داد. به‌طور کلی ورود به بازارهای بین‌المللی یک فرآیند پیچیده و چالش‌برانگیز است، با این حال با برنامه‌ریزی دقیق، تلاش مستمر و انعطاف‌پذیری، می‌توان بر موانع موجود غلبه کرد و به موفقیت دست یافت.

نقش اتاق ایران و ترکیه در تسهیل فعالیت‌های تجاری «شرکت جام جهان نما اسدی» چیست و چه انتظاراتی از این نهاد دارید؟

اتاق ایران و ترکیه به عنوان پل ارتباطی میان بخش خصوصی دو کشور، نقش بسیار مهمی در تسهیل فعالیت‌های تجاری شرکت ما ایفا می‌کند. این نهاد با ارائه خدمات و حمایت‌های مختلف، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا به صورت موثرتر در بازار ترکیه فعالیت کنند و با ارائه اطلاعات دقیق و به‌روز در مورد بازار ترکیه، قوانین و مقررات تجاری و فرصت‌های سرمایه‌گذاری، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا تصمیمات آگاهانه‌تری اتخاذ کنند. این نهاد با برگزاری

عضو هیات مدیره «هینزا شیمی»

ناترازی انرژی زمان تولید را طولانی تر کرده است

سارا نظری

کامیار صفی نژاد، عضو هیات مدیره شرکت «هینزا شیمی» در دانشگاه امیر کبیر و در رشته مهندسی نساجی شاخه علوم و تکنولوژی رنگ تحصیل کرده است. وی در سال ۱۳۸۶ فارغ التحصیل شد و جزو افرادی بود که بعد از فارغ التحصیلی در صنعت نساجی، در بخش ماشین آلات مشغول به کار شد. صفی نژاد، ابتدا در «چیت ری» به عنوان سرپرست سفیدگری و رنگرزی و پس از آن در شرکت فرش سهند مشغول به کار شد و پس از آن در شرکت «پوریا» در بخش فروش و تحقیق و توسعه به فعالیت خود ادامه داد. وی از سال ۱۳۸۳ تا به امروز در شرکت «هینزا شیمی» مشغول به فعالیت است. آنچه در ادامه می خوانید، ماحصل گفت و گوی ما با کامیار صفی نژاد است.

ما معمولاً نیازهای صنعت نساجی را مورد بررسی قرار می دهیم و بر اساس آن، نمونه های خارجی را جمع آوری کرده و کاملاً آنالیز می کنیم. سپس با دانشی که درون شرکت داریم و با شناخت کامل از نحوه مصرف مواد، اقدام به مهندسی معکوس می کنیم تا خودمان این مواد را بسازیم. در این فرآیند، از تمام مراکز علمی داخلی استفاده کرده و نمونه های تولید شده توسط خودمان را نیز مجدداً آنالیز می کنیم تا از کیفیت اطمینان حاصل شود. هدف اصلی ما تولید محصول نهایی با کیفیت و قابل رقابت است.

ارتباط «هینزا شیمی» با مراکز علمی، تحقیقاتی و صنعتی داخلی و خارجی چگونه است و چه دستاوردهایی از این همکاری ها حاصل شده است؟

بسیاری از دوستان و همکاران ما در مراکز پژوهشگاه رنگ، پژوهشگاه شیمی و سایر مراکز علمی مشغول به کار هستند. این افراد که اغلب هم دوره ای های ما بوده اند و دارای مدرک دکترا هستند، در ایجاد ارتباطات علمی قوی با این مراکز به ما کمک می کنند. ما از این ارتباطات برای انجام آنالیزهای لازم بهره می بریم.

با توجه به نیاز روزافزون به مواد شیمیایی خاص در صنعت نساجی، «هینزا شیمی» چه برنامه ای برای تولید مواد شیمیایی با کاربردهای خاص و ارزش افزوده بالا و صادرات دارد؟

با شرایط فعلی، پاسخ به این سوال دشوار است. اگر قرار باشد ارزش حاصل از صادرات را با نرخ های پایین (مثلاً ۷۰ تومان به ازای هر دلار) به دولت بدهیم، تولید مواد شیمیایی با ارزش افزوده بالا و صادرات آن، چندان عقلانی به نظر نمی رسد. مگر اینکه تدبیری اندیشیده شود که ارزش حاصل از صادرات را بتوانیم به راحتی برای تامین مواد اولیه خودمان استفاده کنیم، بدون اینکه با بوروکراسی های اداری پیچیده ای روبرو شویم. اگر این موضوعات و چالش های صادراتی از سمت دولت برطرف شود، فکر می کنم کشورهای همسایه و کشورهای مستقل شده از شوروی سابق می توانند بازارهای هدف خوبی برای ما باشند.



با توجه به رقابت شدید در بازار مواد شیمیایی نساجی، «هینزا شیمی» چه استراتژی هایی برای حفظ و افزایش سهم بازار خود دارد؟

ما باید روی ارائه خدمات به مشتریان به گونه ای تمرکز کنیم که هم محصولات با کیفیت را با قیمت مناسب عرضه کنیم و هم از نظر سود، معامله برای هر دو طرف (خریدار و فروشنده) مقرون به صرفه باشد. همچنین، ارائه اطلاعات فنی در مورد نحوه مصرف مواد برای ما بسیار مهم است. بسیاری از تولیدکنندگان ممکن است در خصوص مصرف بهینه مواد شیمیایی اطلاعات کافی نداشته باشند. با ارائه مشاوره های فنی شفاف در مورد چگونگی مصرف، مراحل بعدی پس از استفاده از ماده و همچنین اتفاقاتی که ممکن است در صورت عدم استفاده صحیح رخ دهد، می توانیم مصرف کنندگان را ترغیب کنیم تا محصولات ما را بخرند. در واقع، ما به خریداران خود کمک علمی و فنی ارائه می دهیم.

«هینزا شیمی» چگونه برای دستیابی به سطوح بالای علمی و بومی سازی دانش در تولید مواد شیمیایی نساجی اقدام می کند؟





«هینزا شیمی» چه نقشی در توسعه پایدار صنعت نساجی ایران ایفا می کند؟

اگر «هینزا شیمی» بتواند با کیفیت بالا به تولید و بقای خود ادامه دهد و مصرف کنندگان مواد شیمیایی را به بهترین نحو تامین کند، از هر نظر به پایداری صنعت نساجی در ایران کمک خواهد کرد. در حال حاضر، این تنها کاری است که ما می توانیم انجام دهیم.

با توجه به شرایط اقتصادی کشور، «هینزا شیمی» چه چالش هایی را پیش رو دارد و چگونه برای مقابله با آنها برنامه ریزی کرده است؟

با گذشت زمان، مواد اولیه دائما گران تر می شوند و تامین مالی برای خرید آنها بسیار سخت شده است. با شرایط کنونی و قطعی آب، گاز و برق، شرکت هایی که توانسته اند سر پا بمانند، واقعا هنر کرده اند. در همین حال تامین منابع مالی بسیار دشوار شده؛ چرا که شرکت ما تقریبا همه چیز را باید نقدی خریداری کند و باید به طور میانگین بین ۲ تا ۳ ماه محصول را فروخته باشیم تا پول آن برگردد.

آینده صنعت نساجی و مواد شیمیایی را چگونه متصور هستید؟

زمانی نساجی پس از صنعت نفت، بزرگترین صنعت کشور بود. من فکر می کنم آینده بسیار خوبی برای صنعت نساجی وجود دارد، به شرطی که مسایل و مشکلات کنونی کشور تا حدودی مرتفع شوند.

لطفا در مورد محصول اصلی که تولید می کنید و دسته بندی های آن در بازار توضیح دهید.

ما در حال حاضر تنها شرکتی هستیم که هم رزین های پایه آب و هم مواد تعاونی نساجی را تولید می کنیم. رزین های ما بیشتر در فرش ماشینی، موکت و تکمیل پارچه ها استفاده می شوند. انواع مواد تعاونی (کمکی) بسیار گسترده هستند و شاید شامل بیشتر از ۱۵ سرگروه باشند که هر سرگروه به چندین شاخه دیگر تقسیم می شود. به جرات می توانم بگویم ۹۰ درصد مواد تعاونی را در داخل تولید می کنیم؛ از جمله آنتی استاتیک ها، نرم کننده های کاتیونیک، آنیونیک و سیلیکونی، دیسپرس کننده ها، صابون ها، ضد کف ها و عمق دهنده ها و مواد تعاونی به حدی متنوع و زیاد هستند که همیشه تعدادی از آنها را فراموش می کنیم. هر کدام از این گروه ها دارای زیر مجموعه های مختلفی هستند که تقریبا تمام آنها در سبدهای تولیدات ما قرار می گیرند.

و آیا نکته ای باقی مانده که بخواهید اشاره کنید؟

جدیدا اعلام کرده اند که برای دریافت پول نقد از دستگاه های خودپرداز (ATM)، بانک ها کارمزد می گیرند؛ یعنی برای دریافت پول خودت از بانک از طریق ATM باید هزینه پرداخت شود. این نوع تفکر را می توان به سایر مسایل نیز تعمیم داد؛ یعنی بدون سرویس صحیح دادن، از جیب مردم هزینه کردن و پاسخگو نبودن.

با اینکه شرکت «هینزا شیمی» سوابق بسیار خوبی در مورد وام دارد و هیچ گونه چک برگشتی ندارد و سند ملک مسکونی که در رهن بانک است، ۱۰ تا ۲۰ برابر ارزش وامی است که به ما می دهند، اما برای دریافت وام، باید طبق یک فرمول خاص رسوب پول در بانک داشته باشیم، البته هدف آنها از این کار، استفاده از رسوب پول و عدم پرداخت وام است، اما اگر سیستم پرداخت وام به نوعی تغییر کند، می تواند کمک بزرگی باشد.

یک نکته دیگر این است که ما پروانه بهره برداری را در سال ۱۳۸۹ گرفتیم، البرز نیز ۲ یا ۳ ماه قبل از این تاریخ تبدیل به استان شد. فاصله شهرک صنعتی اشتهارد از تهران ۱۲۰ کیلومتر بود و ما به امید معافیت مالیاتی صد درصد به مدت ۱۰ سال در این شهرک شروع به کار کردیم، اما به دلیل اینکه در شعاع مرکزیت کرج واقع شده بودیم، پس از تلاش های زیاد، فقط ۴ سال و ۶۰ درصد معافیت به ما دادند. این ها همه مشکلات سیستماتیکی هستند که تولید کننده را آزار می دهند و باین شرایط، نیاز به افزایش سرمایه وجود دارد. ما تا به حال ۳ مرتبه افزایش سرمایه داشته ایم و پول به شرکت تزریق کرده ایم تا بتوانیم از بانک وام بگیریم یا کمبود سرمایه ناشی از افزایش قیمت مواد اولیه را جبران کنیم.

در مورد افرادی که می توانند از نظر مالی به تیم شما پیوندند تا نیازی به مراجعه به بانک نداشته باشید، چه نظری دارید؟

معمولا این موضوع ابتدا بین خود سهامداران، مطرح و حل می شود؛ البته نه به این صورت که سهامدار جدید وارد شرکت شود، اما مواردی بوده که نیاز به سرمایه وجود داشته و باز هم بین سهامداران، مطرح و رفع شده است. در نهایت، با معضل ناترازی انرژی و قطعی برق روبرو هستیم. وقتی ۳ روز برق نداشته باشید، عملا از ۷ روز کاری، ۳ روز راز دست می دهید و باید در ۴ روز باقی مانده تولید داشته باشیم، ما این ناترازی را مدیریت کرده ایم، اما این به معنای کاهش تولید نبوده، بلکه به معنای طولانی تر شدن زمان تولید است. یعنی تولیدی که باید در مدت ۲ روز انجام شود، مجبور هستیم با هماهنگی خریدار، برای آن ۵ یا ۶ روز وقت بگذاریم.

بحث دیگری که مطرح است، به دلیل قطع برق نیاز به ژنراتور وجود دارد و گازوئیل نیز کمیاب است. بنابراین در یک لوپ افتاده ایم که نمی دانیم چه کاری انجام دهیم. اگر بخواهیم نیروگاه خورشیدی ایجاد کنیم، آن هم یک لوپ دیگر است. شرایط کار در این زمان را می توان به یک سراسیمگی تشبیه کرد که شیب آن روز به روز تندتر می شود و باین شرایط برای تولید آینده روشنی دیده نمی شود. ■

عضو هیات مدیره «هینزا شیمی»

تصاحب بازارهای صادراتی در گروی حمایت دولت است

مهدیه شهسواری

حسین زمانی ایبانه در سال ۱۳۶۷ از دانشگاه امیرکبیر در رشته مهندسی نساجی، شاخه علوم و تکنولوژی رنگ فارغ التحصیل شد. وی بلافاصله پس از فارغ التحصیلی، در صنعت نساجی مشغول به کار شد و فعالیت حرفه‌ای خود را از شرکت «سایار» آغاز کرد و حدود ۲ سال در این مجموعه مشغول کار بود. پس از آن، به صورت مستقل کار را ادامه داد و با همکاری یکی از دوستان خود، کارگاهی را راه اندازی کرد. این کارگاه تحت قالب شرکت «سبزال» بود و مواد کمکی نساجی را تولید می‌کرد و بعدها، تولید رزین‌های پایه آب را نیز به فعالیت‌های خود اضافه کرد. پس از تعطیلی شرکت «سبزال»، به همراه چند تن از دوستان خود، اقدام به راه اندازی شرکت «هینزا شیمی» در اشتهارد کرد. در حال حاضر، شرکت «هینزا شیمی» طیف وسیعی از مواد تعاونی (کمکی) مورد استفاده در صنایع نساجی از جمله مواد آنتی استاتیک، نرم کننده‌ها و انواع رزین‌هایی که برای پشت موکت و فرش ماشینی به کار می‌روند را تولید می‌کند. آنچه در ادامه آمده است، به گفت و گوی ما با این فعال صنعت نساجی اختصاص دارد.

شرکت «هینزا شیمی» را در سال ۱۳۸۰ تأسیس کردیم، اما بهره‌برداری از آن در سال ۱۳۸۶ آغاز شد. در حال حاضر ۱۸ سال از شروع فعالیت ما می‌گذرد و ۲ سال دیگر ۲۰ ساله خواهیم شد. ما می‌خواستیم خیلی رشد کنیم، ولی متأسفانه قدرت برنامه‌ریزی و اجرای آن از ما گرفته شده است. در کشور ما مشکلاتی مانند تهیه مواد اولیه تا تامین نقدینگی، انسان را از هدف خود دور می‌کند. ما خوشبختانه رشد داشته‌ایم، اما نه آن رشدی که مدنظرمان بود؛ شاید مثلاً ۶۰ درصد خواسته‌هایمان برآورده شده و ۴۰ درصد دیگر اصلاً محقق نشده است. متأسفانه به خاطر مشکلاتی که صنعتگران با آن درگیر هستند، نتوانستیم از ظرفیت کامل خودمان بهره‌برداری کنیم.

هدف ما این بود که بازار هدفمان صادرات باشد، اما به دلیل مشکلات ارزی که ایجاد می‌شود و هر روز مانی بر سر راه صنعتگر قرار می‌گیرد، رغبت چندانی برای این کار نشان ندادیم. در حال حاضر بیشتر روی بازار داخلی تمرکز کرده‌ایم. اگر مشتری خارجی هم برای خرید مراجعه کند، ترجیح می‌دهیم که فروش به صورت ریالی انجام شود، زیرا بازگرداندن ارز و تحویل آن به بانک مرکزی و درگیر شدن با مسایل آن، خودمضی برای صنعتگر است؛ بنابراین ما بیشتر در داخل کشور فعالیت می‌کنیم.

با توجه به سابقه فعالیت شرکت «سبزال»، چه تجربیات و درس‌هایی از آن دوران در تأسیس و توسعه «هینزا شیمی» به کار گرفته شد؟

تجربه‌ای که در «سبزال» داشتیم را در «هینزا شیمی» مورد استفاده قرار دادیم. از یک سو، بخشی از تولیدات «سبزال» را با همان دانش به «هینزا شیمی» منتقل کردیم و از سوی دیگر، در بحث بازاریابی و فروش، مشتریان خود در «سبزال» را در «هینزا شیمی» حفظ کردیم و ارتباطمان با آنها تقویت شد. در واقع، کار ما کاملاً بر پایه تجربه است و هر آنچه در «سبزال» داشتیم، به «هینزا شیمی» آوردیم. به همین دلیل، برخلاف بسیاری از شرکت‌های نوپا که ممکن است برای یافتن مشتری یا بهینه‌سازی محصول با چالش مواجه شوند، ما این مشکل را نداشتیم و با شناخت کامل از خریداران و تجربه‌ای که طی سال‌ها



به عنوان سوال نخست بفرمایید که اسم «هینزا» از کجا آمد و «هینزا شیمی» به چه معنی است؟

من اهل ایبانه هستم و «هینزا» نام منطقه‌ای در نزدیکی ایبانه است. گفته می‌شود که این منطقه در گذشته معبد میترا (پرستشگاه خورشید) بوده و بعدها مخفیگاه بی بی زبیده خاتون یا بی بی شهربانو بوده است. به هر حال، امروزه منطقه‌ای مقدس است. منطقه «هینزا» دره‌ای است که چشمه آب و معبدی در آن وجود دارد و اطراف آن باغ‌های زیادی قرار دارد. همچنین، نام «هینزا» شباهت زیادی به نام برند اروپایی «هائزا» دارد که در تولید مواد شیمیایی سابقه طولانی دارد. به همین دلیل، مناسب دیدیم که اسم شرکت را «هینزا شیمی» بگذاریم.

«هینزا شیمی» از چه سالی تأسیس شد و در این مدت، رشدی که برای این شرکت انتظار داشتید و اهدافی که تعیین کرده بودید، تا چه حد محقق شده و آیا رضایت بخش بود؟



تجربه‌ای که در «سبزال» داشتیم را در «هینزا شیمی» مورد استفاده قرار دادیم. از یک سو، بخشی از تولیدات «سبزال» را با همان دانش به «هینزا شیمی» منتقل کردیم و از سوی دیگر، در بحث بازاریابی و فروش، مشتریان خود در «سبزال» را در «هینزا شیمی» حفظ کردیم و ارتباطمان با آنها تقویت شد

کسب کرده بودیم، «هینزا شیمی» را با خیال راحت تاسیس کردیم و کار را ادامه دادیم.

با توجه به رقابت شدید در بازار مواد شیمیایی نساجی، «هینزا شیمی» چه استراتژی‌هایی برای حفظ و افزایش سهم بازار خود دارد؟

از دیدگاه ما، همیشه سود مالی مطرح نیست و گاهی اوقات رضایتمندی مشتری برای ما بسیار مهم‌تر است. حفظ مشتریانی که سال‌ها برای جذب آنها تلاش کرده‌ایم، اهمیت بالایی دارد. تلاش می‌کنیم تا مشتری از هر نظر، چه از نظر قیمت و چه از نظر کیفیت، راضی باشد. حتی اگر در مواردی قیمت ما بالاتر از رقبایمان باشد، از حاشیه سود خودمان کم می‌کنیم تا مشتری را حفظ کنیم.

لطفاً در مورد نوآوری‌های اخیر شرکت در زمینه تولید مواد شیمیایی نساجی توضیح دهید؛ چه محصول جدیدی در دست تولید دارید؟

ما در زمینه تولید نرم‌کن‌های سیلیکونی پیشرفت قابل توجهی داشته‌ایم. حدود یک سال است که روی این مواد کار کرده‌ایم و خوشبختانه به تولید انبوه رسیده‌ایم و مشتریان نیز از کیفیت آن رضایت داشته‌اند. در حال حاضر، تولید انواع ضد کف‌های سیلیکونی و غیر سیلیکونی را در دستور کار داریم و در مرحله آزمایشگاهی آن هستیم. این ضد کف‌ها کاربردهای وسیعی دارند، نه تنها در صنعت نساجی بلکه در صنایعی مانند نفت نیز مصرف می‌شوند. اگر بتوانیم تولید این محصولات را نیز به سرانجام برسانیم، می‌تواند بسیار مفید باشد.

در زمینه افزایش استانداردها و کیفیت مواد تولیدی، «هینزا شیمی» چه اقداماتی انجام داده است و چه برنامه‌هایی برای آینده دارد؟

برای هر ماده‌ای که تولید می‌کنیم، با توجه به مورد مصرف و شناخت ما از خط تولید مصرف‌کننده، یک استاندارد تعریف شده داریم. موادی که ما تولید می‌کنیم نباید به دستگاه یا پارچه آسیب بزنند و نباید مقاومت کششی پارچه را کاهش دهند. با این شناخت دقیق از خط تولید نساجی، برای هر ماده تولیدی، گزارش‌های کنترل کیفی دقیقی داریم که توسط مسئول کنترل کیفی تهیه و به دفتر ارایه می‌شود. ما سعی می‌کنیم همیشه در محدوده استاندارد که تعریف کرده‌ایم، باقی بمانیم.

علاوه بر این، اگر محصول ما مشابه خارجی داشته باشد، استانداردهای خارجی را نیز بررسی و سعی می‌کنیم نکات مهم آنها را در تولید خودمان رعایت کنیم. برخی از مواد، مانند رزین‌ها، استانداردهای مرجع خاصی دارند (مثلاً میزان سالیید، ویسکوزیته، PH و ...) که ما از آنها پیروی می‌کنیم، اما برای محصولاتی که خودمان بر اساس نیاز مشتری طراحی کرده‌ایم، استانداردهای داخلی تعریف می‌کنیم. به عنوان مثال اگر مشتری مشکلی را مطرح کند، ما برای او ماده‌ای با ویژگی‌های خاص طراحی می‌کنیم. در نهایت، محصول تولید شده به دانشگاه ارسال شده، تست می‌شود و پس از تایید نهایی، به مشتری تحویل داده می‌شود تا روی دستگاه آزمایش شود.

ارتباط «هینزا شیمی» با مراکز علمی، تحقیقاتی و صنعتی داخلی و خارجی چگونه است و چه دستاوردهایی از این همکاری‌ها حاصل شده است؟

در حال حاضر، تیم ما شامل دکترهای شیمی هستند که با مراکز

تحقیقاتی ارتباط نزدیکی دارند. از آنجا که دستگاه‌های آنالیز پیشرفته بسیار گران هستند و ما توان خرید همه آنها را نداریم، مواد خود را به این مراکز ارسال می‌کنیم. همچنین، تبادل اطلاعات خوبی بین کارشناسان ما و متخصصان مراکز تحقیقاتی صورت می‌گیرد.

با توجه به نیاز روزافزون به مواد شیمیایی خاص در صنعت نساجی، «هینزا شیمی» چه برنامه‌ای برای تولید مواد شیمیایی با کاربردهای خاص و ارزش افزوده بالا دارد؟

ما از هر ایده‌ای که بتواند بخشی از مشکلات صنعت نساجی را حل کند یا باری را از دوش تولیدکنندگان بردارد، استقبال می‌کنیم. البته گاهی اوقات با وجود تلاش ما، مجبور می‌شویم مواد مورد نیاز خود را از خارج تامین کنیم، اما تا جایی که امکان داشته باشد، ما نمونه‌های خارجی را آنالیز کرده و سعی می‌کنیم مشابه داخلی آن را تولید کنیم. در بسیاری از موارد موفق هم بوده‌ایم، هر چند ممکن است صد درصد کیفیت مشابه خارجی را نداشته باشد. این مساله اغلب به دلیل عدم دسترسی به مواد اولیه خاص در ایران است که مجبور به استفاده از جایگزین‌ها می‌شویم. با این حال، توانسته‌ایم نیاز مشتریان را برطرف کنیم و این رویکرد تولید بر اساس نیاز مشتری، تقریباً برای هر نوع کاری قابل اجراست.

آشماره کردید که در داخل، حدود ۵۰ درصد سهم بازار را دارید. آیا در حوزه صادرات نیز فعالیتی داشته‌اید؟

قبلاً برای صادرات به سوره اقدام کرده بودیم و حتی نماینده‌ای هم در آنجا تعیین کرده بودیم، اما با شروع فعالیت‌های داعش، این برنامه منتفی شد. در حال حاضر، بیشتر مشتریان ما از کشورهای همسایه مانند پاکستان و افغانستان، برای خرید به ایران می‌آیند و هیچ مشکلی در تسویه حساب ندارند؛ بنابراین فعلاً صادرات مستقیمی نداریم.

«هینزا شیمی» چه نقشی در توسعه پایدار صنعت نساجی ایران ایفا می‌کند؟

صنعت نساجی، صنعت بسیار بزرگی است و محصولات و موادی که مصرف می‌کند، بسیار وسیع هستند. شاید مواد شیمیایی ۱۰ درصد از کل کار صنعت نساجی را تشکیل دهند، یعنی بیشتر از الیاف، نخ، یا ماشین‌آلات و قطعات وارداتی استفاده می‌شود. شاید مواد تعاونی نساجی تنها ۵ درصد از این ۱۰ درصد را به خود اختصاص دهند؛ بنابراین، ما به اندازه این ۵ درصد می‌توانیم به قوام و پایداری صنایع نساجی کمک کنیم. بقیه مسایل به موضوعات دیگری مانند تامین الیاف، قطعات و ماشین‌آلات برمی‌گردد.

در پایان اگر نکته‌ای باقی مانده است، بفرمایید.

برای روبه جلو حرکت کردن، دولتمردان باید با صنعت مهربان‌تر باشند. من همیشه گفته‌ام اگر می‌خواهیم پیشرفت کنیم، باید تولید را از مالیات معاف کنیم. تمام فشارها را از تولیدکننده برداشته و از مالیات بر ارزش افزوده و مالیات بر عملکرد دوری کنیم. اگر واقعا قرار است، پیشرفت کنیم و بازارهای صادراتی را به دست بگیریم، باید دولت کاری کند که تولیدکننده با فراغ خاطر فعالیت کند. باید تولیدکننده از مالیات معاف شود. همچنین تولیدکننده از لحاظ تسهیلات بانکی واقعا در مضیقه است و بانک‌ها برای وام دادن، درخواست ملک ارزنده در تهران می‌کنند. حتی پس از معرفی ملک، باید چندین استعلام از تامین اجتماعی و دارایی گرفته شود؛ بنابراین اگر می‌خواهیم رشد کنیم، دولت باید با ما مهربان‌تر باشد. ■

اگر می‌خواهیم پیشرفت کنیم، باید تولید را از مالیات معاف کنیم. تمام فشارها را از تولیدکننده برداشته و از مالیات بر ارزش افزوده و مالیات بر عملکرد دوری کنیم. اگر واقعا قرار است، پیشرفت کنیم و بازارهای صادراتی را به دست بگیریم، باید دولت کاری کند که تولیدکننده با فراغ خاطر فعالیت کند

مدیرعامل «شرکت میهن پوشان پارس»

سعی ما بر بومی سازی الگوهای پوشاک است

مینا افتخاری

از زمانی که موضوع برند، اهمیت یافت و برندسازی به عنوان یک عنصر اطمینان بخش ضامن فروش محصولات قرار گرفت، بسیاری از تولیدکنندگان پوشاک با هدف ماندگاری در بازار و جلب اعتماد عمومی به این عرصه ورود کردند. اکنون در یک مرحله بالاتر، یک برند زمانی موفق است که نسبت به کیفیت خود پس از عرضه به مشتری پاسخگو باشد، از این رو نشانه مهم تولیدکنندگان مطرح در بازار، توجه به برندسازی و اعتمادسازی برای مشتریان است. برای بررسی بیشتر این موضوع با حمید عظیمی، مدیرعامل و صاحب «شرکت میهن پوشان پارس» با نام تجاری ONEBYONE، OBOCO گفت و گویی داشتیم که در ادامه مشروح آن از نظر تان می گذرد.

راه اندازی حدود ۸ شعبه در بخش سیستمونی نوزاد و بچه گانه شروع به کار کرد و در این بخش خسارت های زیادی متحمل شد. در آن دهه امکان ایجاد سیستم مارکت به صورت نرم افزاری وجود نداشت، به همین دلیل «شرکت میهن پوشان پارس» از خرده فروشی به بخش تامین آمد و در حال حاضر نیز دو شعبه بچه گانه دارد که یکی در خیابان فلسطین و دیگری در خیابان بهار است که در زمینه پوشاک مردانه زنانه هم فعالیت دارد.

توجه به عناصر و الگوهای کیفی تا چه میزان در اولویت این شرکت بوده است؟

از آنجایی که پدرم و بنده در بخش صادرات فعالیت داشته ایم، با برندهای بزرگ همکاری داریم و این همکاری به نوعی ما را وادار به رعایت یک سری از استانداردها و اصول در بحث کیفیت می کند، از این رو در فرآیند انجام تست های مختلف، ۱۵۰ استاندارد رعایت می شود تا کالاهای انتقال از گمرک کشورمان تا گمرک کشور مبدأ، با خطر بازگشت و یا عدم پذیرش روبه رو نشوند. همچنین استانداردهای ویژه پوشاک بچه گانه نیز مورد توجه قرار گرفته و از چاپ های پایه آب هم استفاده می شود. در ارتباط با مدل های پوشاک تولیدی نیز سعی ما بر بومی سازی الگوها بوده است. سیستم کدینگ این شرکت نیز مشابه آنچه که در کشورهای اروپایی وجود دارد، بر مبنای سن و وزن قرار دارد و در این صورت برای خرید این پوشاک سن و وزن بچه نیز در نظر گرفته می شود.

چه برنامه هایی برای صادرات در نظر گرفته اید؟

«شرکت میهن پوشان پارس» تا سال ۱۳۹۶ به کشورهای فرانسه، آلمان، ایتالیا و... صادرات داشته و همان طور که ذکر شد، سابقه صادرات آن به سال های پیش بازمی گردد، اما بعد از لغو برجام و بسته بودن ال سی، محدودیت هایی به وجود آمد و صادرات متوقف شد. البته در مواردی مانند نقدی و کش صادرات میسر است که بیشتر در خصوص کشورهای همچون عراق، افغانستان و... مطرح بوده و برای ما کاربردی ندارد.



در خصوص چگونگی ورود خود به صنعت پوشاک توضیح دهید.

همه خاندان پدری بنده در بخش پوشاک، بافندگی، نخ بافی، صادرات به کشورهای اروپایی و نساجی فعالیت داشته و پدرم نیز از سال ۱۳۴۰ در این عرصه مشغول به فعالیت بوده است. با توجه به این سابقه با اتمام تحصیلات، به عنوان نسل سوم این خاندان وارد حوزه پوشاک شدم که در ابتدا به صورت صنفی و بعد از آن به منظور ورود به عرصه رقابت با دیگر کشورها با احداث یک کارخانه در شهرک صنعتی عباس آباد، به صورت صنعتی درآمد. در این کارخانه صفر تا صد پوشاک از بافت، دوخت، گلدوزی، چاپ و... به صورت کامل انجام می شود و هم اکنون نیز محور فعالیت های آن در کنار تولید محصولات مردانه و زنانه، به تولید پوشاک بچه گانه اختصاص یافته که البته این بخش ماجراهای خاص خود را دارد.

شرکت «میهن پوشان پارس» چه تعداد شعبه و نمایندگی دایر کرده است؟

این شرکت بعد از احداث کارخانه در اواخر دهه ۸۰ که موضوع قاچاق به طور عجیبی رایج بود، در بخش ریتیل یا همان خرده فروشی با



ورود پوشاک قاچاق، پارچه‌های چینی و مقاومت کارخانه‌ها در برابر نو کردن تجهیزات چه تاثیری در روند تولید پوشاک داشته است؟

ایران با وسعت یک میلیون و ۸۷۳ هزار و ۹۵۹ کیلومتر مربع و مرزهای خشکی، دریایی، کوهستانی و... در معرض قاچاق کالا قرار گرفته و امکان مسدود کردن راه‌های آن تقریباً غیرممکن است، اما با راهکارهای زیادی می‌توان مانع از قاچاق کالاها و دست دوم شد. البته وزارت صمت در این خصوص اقداماتی مانند راه‌اندازی سامانه شناسه کالا انجام داده که موفق نبوده است. روند ورود کالاها و دست دوم به این صورت است که معمولاً در محصولات یک تولیدکننده خارجی، استانداردهای کیفی رعایت نشده و همین مساله باعث بازگشت آن از گمرک کشورهای اروپایی و فروش آن به صورت کیلویی به قاچاقچیان می‌شود که نمونه آن، همان کالاها و بی‌کیفیت چینی و بنگلادشی در بازار است که با قیمت بسیار ارزان عرضه شده و به تولیدکننده داخلی ضربه می‌زند.

چه راه‌هایی برای شناخت برندهای اصلی از تقلبی در بازار وجود دارد؟

در همه جای دنیا محصولات یک برند توسط فروشگاه‌ها و یا نمایندگی‌های تحت نظارت آن برند عرضه می‌شود؛ بدین معنی که اگر کسی قصد خرید از برندی خاص را دارد، باید به شعبات، نمایندگی‌ها و مراکز فروش تحت نظارت آن مراجعه کند، در غیر این صورت اگر یک محصول سر از فروشگاه‌های غیر مرتبط در بیاید، در اصل بودن آن باید شک کرد. البته قطعاً توقع نمی‌رود که یک محصول با قیمت بسیار ارزان عرضه شود، اما مشکل یا ایرادی نداشته باشد، با این حال در ارتباط با برندهای اصلی باید به گونه‌ای فرهنگ‌سازی شود تا مردم به درکی از برندشناسی و چگونگی عرضه کالاها و قاچاق در بازار برسند.

در حال حاضر به روزرسانی تجهیزات تولید پوشاک از چه اهمیتی برخوردار است؟

این موضوع بستگی به بازار مصرف دارد. البته برخی می‌گویند که کالای ایرانی بی‌کیفیت است، ولی بنده سخن آنان را نقض نمی‌کنم. معتقدم ما در سنجش این مساله باید به بازار مصرف طبقه متوسط به بالا نظر داشته باشیم که عمدتاً به موضوع کیفیت و رعایت استانداردها توجه ویژه‌ای دارد و همین موضوع مانع از آن می‌شود که تولیدکننده و یا فروشنده از درخواست و تقاضای مصرف‌کننده غافل باشد. از کالایی که به میزان ۷۰ درصد زیر قیمت بازار است و یا کالاها و دست دوم، توقع کیفیت نمی‌رود، اما فروشگاه‌های عرضه‌کننده کالاها و برندها باید نسبت به آن متعهد باشند. دیگر زمان این جمله که جنس فروخته شده پس گرفته نمی‌شود، گذشته و فروشنده باید نسبت به محصولش پاسخگو باشد.

موضوع تورم چه تاثیری بر فرایند سرمایه‌گذاری در بخش پوشاک به همراه داشته است؟

این موضوع تاثیر منفی بر سرمایه‌گذاری در عرصه پوشاک داشته است. به عنوان مثال، سودآوری در صنعت پوشاک قابل قیاس با سود سرمایه‌گذاری در بازارهایی مثل طلا، دلار، سکه و... نیست و همین موضوع صرفه اقتصادی بسیاری از فعالیت‌های تولیدمحور را پایین می‌آورد.



و سخن آخر؟

در کشور ما ظرفیت بسیار بالایی در زمینه نیروی کار جوان وجود دارد، اما متأسفانه بی‌توجهی‌ها موجب مهاجرت نیروی کار و بی‌انگیزگی آنها شده است. موضوع مهاجرت نیروی کار بسیار دردناک و غم‌انگیز است و دولت باید برای حل آن چاره‌ای داشته باشد، در غیر این صورت خروج این سرمایه‌های انسانی، هزینه‌های زیادی را به کشور و صنایع وارد می‌کند. ■

روند ورود کالاهای دست دوم به این صورت است که معمولاً در محصولات یک تولیدکننده خارجی، استانداردهای کیفی رعایت نشده و همین مساله باعث بازگشت آن از گمرک کشورهای اروپایی و فروش آن به صورت کیلویی به قاچاقچیان می‌شود

مدیرعامل شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر

گاز؛ فرصتی برای تولید آهن اسفنجی که به تهدید تبدیل شد

سارا نظری

و به کاهش تولید شمش و آهن اسفنجی، تشدید خام‌فروشی کنسانتره و گندله، افت صادرات فرآوری شده و در نهایت تهدید اشتغال و ظرفیت ارزآوری کشور منجر می‌شود.

صنعت فولاد حدود ۵ درصد از مصرف گاز طبیعی کشور را به خود اختصاص می‌دهد، اما در فصل سرد سال در اولویت قطع قرار می‌گیرد. کارخانه‌های آهن اسفنجی نخستین قربانی این محدودیت‌ها هستند؛ در حالی که سهم فولاد در اشتغال زایی و ارزآوری کشور بسیار فراتر از سهم مصرفی آن است. در ۲ سال گذشته قیمت گاز بیش از ۳ برابر شده و همراه با قطعی‌های مکرر، حاشیه سود تولیدکنندگان را به شدت کاهش داده و بسیاری از واحدها را به آستانه زیان‌دهی کشانده است.

مزیت گاز ارزان و سوق یافتن تولید آهن اسفنجی به سمت احیای مستقیم

محمد محیاپور، مدیرعامل شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر با اشاره به چالش‌های انرژی گفت: صنعت فولاد با مصرف روزانه ۵۰ میلیون مترمکعب گاز، تنها ۵ درصد از کل مصرف گاز کشور را به خود اختصاص داده که از این میزان، کارخانه‌های آهن اسفنجی ۳۰۷۵ درصد را مصرف می‌کنند؛ با این حال، صنعت مذکور نقش مهمی در اشتغال‌زایی و ارزآوری کشور ایفا می‌کند.

وی با اشاره به تأثیرات چالش‌های انرژی افزود: افزایش سالانه ناترازی انرژی و رشد نامتعارف قیمت گاز، هزینه‌های پنهانی مانند ترانزیت و مالیات بر ارزش افزوده آن به عنوان خوراک صنعتی، حاشیه سود زنجیره تولید فولاد، به‌ویژه تولید آهن اسفنجی را کاهش داده و بسیاری از تولیدکنندگان را به مرز زیان‌دهی رسانده است. به عنوان مثال، قیمت گاز در ۲ سال گذشته بیش از ۳ برابر افزایش یافته، در حالی که قیمت محصولات فولادی تغییر ناچیزی داشته است.

تبدیل گاز از فرصت به تهدید

مدیرعامل شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر با تشریح تاریخچه انتخاب فناوری میدرکس اظهار کرد: کارخانه‌های تولید آهن اسفنجی در ایران بر اساس فناوری میدرکس، که گاز محور است طراحی و احداث شدند. این انتخاب به دلیل دسترسی به گاز فراوان و ارزان قیمت در کشور صورت گرفت، اما افزایش نامتعارف قیمت گاز و قطعی‌های مکرر، این مزیت را به تهدیدی جدی تبدیل کرده و بسیاری از کارخانه‌ها را زیان‌ده کرده است.



صنعت فولاد ایران، که سال‌ها روی مزیت نسبی منابع انرژی به‌ویژه گاز طبیعی تمرکز کرده بود، این روزها با یک تضاد مواجه شده است؛ همان منبعی که زمانی عامل رقابت‌پذیری بود، حالا به دلیل ناترازی، سیاستگذاری نامناسب و تعرفه‌های بالا، به تهدیدی ساختاری برای تولید فولاد تبدیل شده است.

صنعت فولاد ایران به عنوان یکی از ستون‌های اصلی اقتصاد ملی، نقش کلیدی در اشتغال‌زایی، ارزآوری و توسعه صنعتی ایفا می‌کند، اما این صنعت در سال‌های اخیر با چالش‌های متعددی مواجه شده است که عمده‌ترین آن در تنگنای انرژی، به‌ویژه در حوزه گاز طبیعی دارد. صنعت فولاد در روش احیای مستقیم به شدت به گاز طبیعی وابسته است. این روش، که بیش از ۹۰ درصد تولید فولاد ایران را تشکیل می‌دهد، به دلیل دسترسی به گاز ارزان در گذشته انتخاب شده بود، اما امروزه با افزایش قیمت‌ها و قطعی‌های مکرر، به چالشی بزرگ تبدیل شده است.

افزایش نامتعارف قیمت گاز برای تولیدکنندگان آهن اسفنجی، تخصیص نامناسب و قطعی‌های مکرر در کنار هزینه‌های پنهانی مانند ترانزیت و مالیات بر ارزش افزوده، ترکیبی از فشارهای مالی را بر زنجیره تولید فولاد وارد کرده که پیامدهای آن فراتر از یک بخش صنعتی است.



محیاپور در ادامه افزود: حداقل ۳۰ درصد از تولید سالانه آهن اسفنجی به دلیل قطعی گاز متوقف می‌شود؛ این در حالی است که مجوز احداث این کارخانه‌ها بر اساس مزیت دسترسی به گاز صادر شده بود. اکنون این مزیت به مانعی برای ادامه فعالیت تبدیل شده و پروژه‌های توسعه‌ای صنعت متوقف شده‌اند.

وی با انتقاد از الزام احداث نیروگاه توسط واحدهای صنعتی گفت: اخیراً اعلام شده که کارخانه‌های صنعتی باید خود اقدام به احداث نیروگاه کنند، اما تامین گاز برای این نیروگاه‌ها نیز با چالش مواجه است. همچنین، هزینه‌های بالای احداث نیروگاه، بهای تمام‌شده تولید را به شدت افزایش داده و زیان‌دهی واحدهای تولیدی، به‌ویژه در بخش آهن اسفنجی را تشدید می‌کند.

مدیرعامل شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر در خصوص هزینه‌های اضافی تحمیل‌شده بر صنعت فولاد بیان کرد: گاز در کارخانه‌های آهن اسفنجی به‌عنوان خوراک و ماده اولیه مصرف می‌شود، اما با وجود این، ۱۵ درصد مالیات بر ارزش افزوده بر آن اعمال می‌شود که هیچ توجیه منطقی ندارد. از سوی دیگر، بدون در نظر گرفتن سرمایه‌گذاری‌های سنگینی که شرکت‌ها پیش‌تر در زیرساخت‌های گاز از جمله خطوط انتقال و ایستگاه‌های تقلیل فشار انجام داده‌اند، از سال گذشته هزینه‌های تازه‌ای تحت عنوان هزینه انتقال و توزیع گاز نیز از واحدهای فولادی دریافت می‌شود.

وی در ادامه افزود: این موضوع در کنار افزایش نامتعارف بهای گاز، به شکل چشمگیری هزینه تولید را بالا برده و در نهایت بسیاری از کارخانه‌های آهن اسفنجی را وارد مرحله زیان‌دهی کامل کرده است. محیاپور با اشاره به تأثیرات این چالش‌ها بر زنجیره تولید و صادرات گفت: افزایش ناترازی انرژی، تولید آهن اسفنجی و شمش را کاهش داده و در مقابل، صادرات کنسانتره و گندله را افزایش داده است. این روند به معنای خام‌فروشی مواد اولیه و کاهش ارزش افزوده برای کشور است.

ادامه این وضعیت، ایران را به واردکننده محصولات نظیر ورق خودرو، ورق لوازم خانگی و میلگرد تبدیل خواهد کرد.

بحران بهای تمام‌شده برای شرکت‌های تولیدکننده آهن اسفنجی

وی افزود: در حالی که از ابتدا کارخانه‌های آهن اسفنجی بر اساس مزیت گاز احداث شدند، اما این مزیت اکنون به تهدید تبدیل شده است. تغییرات ناگهانی در قیمت‌گذاری و قطعی گاز، برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت را مختل کرده و توسعه صنعت فولاد را متوقف ساخته است. در حال حاضر، بهای تمام‌شده تولید از قیمت فروش محصولات بالاتر است و حتی هزینه‌های جاری نیز تامین نمی‌شود. مدیرعامل شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر در خصوص مشکلات فصلی و موانع صادراتی اظهار کرد: در ۶ ماه نخست سال، تقاضای داخلی برای آهن اسفنجی وجود ندارد و بخش زیادی از این محصول در انبارها دپو شده است. با این حال، اعمال عوارض ۵ درصدی بر صادرات آهن اسفنجی، این صنعت را با چالش جدی مواجه کرده است؛ از همین رو این عوارض باید حذف شود.

محیاپور پیشنهادهای خود را برای برون‌رفت از این بحران ارایه کرد و گفت: برای احیای صنعت آهن اسفنجی، سه اقدام ضروری است؛ نخست، کاهش قیمت گاز برای تولیدکنندگان؛ دوم، حذف مالیات بر ارزش افزوده از گاز به‌عنوان ماده اولیه؛ سوم، اصلاح هزینه‌های ترانزیت گاز. این اقدامات می‌تواند فشار بر زنجیره تولید را کاهش دهد و از خام‌فروشی مواد اولیه جلوگیری کند.

مدیرعامل شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر تصریح کرد: همچنین، بازنگری در سیاست‌های انرژی، حمایت هدفمند از صنایع راهبردی و بهینه‌سازی مصرف گاز در سایر بخش‌ها، برای حفظ جایگاه صنعت فولاد ایران در بازار جهانی و حمایت از اشتغال و اقتصاد ملی ضروری است. ■

برای احیای صنعت آهن اسفنجی، سه اقدام ضروری است؛ نخست، کاهش قیمت گاز برای تولیدکنندگان؛ دوم، حذف مالیات بر ارزش افزوده از گاز به‌عنوان ماده اولیه؛ سوم، اصلاح هزینه‌های ترانزیت گاز



مجتمع فولاد خراسان پیش‌تاز در تحقق افزایش تولید

عرفان فغانی



مرداد ۱۴۰۴ برای
مجتمع فولاد
خراسان، ماهی
از رشد پایدار و
تمرکز بر بهینه
سازی فرآیندهای
تولیدی بود. یکی
از برجسته‌ترین
دستاوردها، ثبت
رکورد تولید ماهانه
در واحد گندله‌سازی
بود. واحد
گندله‌سازی با تولید
۹ هزار و ۵۵۶ تن در
این ماه، رکورد قبلی
را جابجا کرد و رشدی
۷ درصدی نسبت
به مرداد ۱۴۰۳
نشان داد

۵۰

شهریور ۱۴۰۴ • شماره ۱۰۶
ماهیانه دنیای سرمایه‌گذاری

اعتماد بازار به کیفیت محصولات شرکت است. علاوه بر این، صادرات به کشورهای همسایه مانند ترکمنستان و افغانستان افزایش یافت، که بخشی از استراتژی تنوع بخشی به بازارهای صادراتی بود.

از منظر زیست محیطی، مجتمع در مرداد دستاوردهای مهمی در کاهش آلایندگی‌ها ثبت کرد. اجرای پروژه پایل اضطراری بین کارخانه‌های احیای مستقیم و گندله‌سازی، مشکل تجهیزات را مرتفع ساخت و مصرف انرژی را ۱۵ درصد کاهش داد. این ابتکار، بخشی از تعهد شرکت به استانداردهای ISO ۱۴۰۰۱ بود و در رویدادهای بین‌المللی مانند نمایشگاه صنعت ساختمان قطر، به نمایش گذاشته شد. همچنین، گرامیداشت روز جهانی ایمنی و بهداشت حرفه‌ای با مشارکت فعال شرکت، منجر به قدردانی رییس علوم پزشکی نیشابور از فعالیت‌های فولاد خراسان در کنترل بیماری‌ها و حوادث شغلی شد. این رویداد، بیش از ۶۰ درصد کارکنان را درگیر برنامه‌های آموزشی ایمنی کرد.

در زمینه مسئولیت اجتماعی (CSR)، هدیه تجهیزات اتوماسیون به ارزش ۳.۵ میلیارد ریال به دانشکده علوم پزشکی نیشابور، یکی از اقدامات برجسته بود. این تجهیزات، برای تقویت سیستم‌های بهداشتی منطقه فیروزه و زبرخان اهدا شد و نشان دهنده تعهد شرکت به توسعه محلی است. دکتر غفوری، مدیرعامل این مجموعه تاکید کرد که فولاد خراسان همه‌توان خود را برای نیشابور و مناطق اطراف به کار گرفته است. علاوه بر این، صعود سه پله‌ای شرکت در فهرست ۱۰۰ شرکت برتر ایران، بر اساس گزارش‌های IMI-100، گواهی بر بالندگی اقتصادی مجتمع بود.

فعالیت‌های پژوهشی نیز در مرداد شتاب گرفت؛ گرامیداشت روز پژوهش با حمایت از مجمع علمی فولادسازان کشور، منجر به ارائه بیش از ۲۰ مقاله در زمینه بومی سازی فناوری شد. این رویداد، با سخنرانی دکتر سریع القلم بر نقش شرکت در ارتقای سطح جایزه ملی تعالی تاکید داشت. در مجموع، مرداد با تمرکز بر تولید پایدار و مسئولیت اجتماعی، پایه‌ای محکم برای شهریور فراهم کرد.

دستاوردها و فعالیت‌های شهریور ۱۴۰۴

شهریور ۱۴۰۴، ماهی از کوردشکنی‌های پی‌درپی و تکمیل زنجیره ارزش بود. برجسته‌ترین دستاورد، ثبت دومین رکورد ماهانه تولید گندله با ۱۰ هزار و ۲۱۰ تن بود که نسبت به رکورد قبلی مرداد، ۷ درصد رشد داشت. این موفقیت، در شیفیت ۱۲ ساعته با تولید ۳۶۷ تن محقق شد و نشان

مجتمع فولاد خراسان (KSCCO) به عنوان یکی از بزرگ‌ترین قطب‌های صنعتی شرق ایران و سومین تولیدکننده عمده فولاد خام در کشور، نقش محوری در زنجیره تامین مواد فولادی ایفا می‌کند. این مجتمع که در ۱۵ کیلومتری شمال غرب نیشابور واقع شده، با ظرفیت تولید سالانه بیش از ۱.۶ میلیون تن فولاد خام، ۲.۵ میلیون تن گندله و ۵۵۰ هزار تن مقاطع ساختمانی، به عنوان یکی از ارکان کلیدی اقتصاد مقاومتی و خودکفایی صنعتی عمل می‌کند.

علی‌رغم چالش‌های ناشی از نوسانات بازار جهانی فولاد، محدودیت‌های انرژی و تنش‌های ژئوپلیتیکی، در ماه‌های مرداد و شهریور ۱۴۰۴ (معادل آگوست و سپتامبر ۲۰۲۵)، مجتمع فولاد خراسان دستاوردهای قابل توجهی را به ثبت رساند. این گزارش بر اساس داده‌های رسمی از سایت شرکت، گزارش‌های بورسی و اخبار صنعتی، به بررسی فعالیت‌ها و دستاوردهای می‌پردازد. تمرکز اصلی بر رکوردهای تولیدی، رشد فروش، ابتکارات زیست محیطی، مسئولیت‌های اجتماعی و توسعه پروژه‌ها است. در مجموع، این دو ماه نمادی از اراده جمعی کارکنان و مدیریت کارآمد برای جهش تولید بود، که منجر به افزایش ۷ درصدی تولید در برخی واحدها و تقویت جایگاه شرکت در بورس کالا شد.

مرداد ۱۴۰۴ برای مجتمع فولاد خراسان، ماهی از رشد پایدار و تمرکز بر بهینه‌سازی فرآیندهای تولیدی بود. یکی از برجسته‌ترین دستاوردها، ثبت رکورد تولید ماهانه در واحد گندله‌سازی بود. طبق گزارش‌های رسمی، واحد گندله‌سازی با تولید ۹ هزار و ۵۵۶ تن در این ماه، رکورد قبلی را جابجا کرد و رشدی ۷ درصدی نسبت به مرداد ۱۴۰۳ نشان داد. این دستاورد، نتیجه تامین به موقع مواد اولیه از معادن سنگان و تجهیز خطوط تولید بود. امیررضا هیهات، سرپرست مجتمع، این موفقیت را جلوه‌ای از اراده استوار کارکنان، توصیف و تاکید کرد که این رکورد، ظرفیت بالقوه شرکت برای رسیدن به اهداف چشم‌انداز ۱۴۰۴ را برجسته می‌سازد.

در حوزه فروش، شرکت شاهد رشد چشمگیری بود. سرپرست معاونت فروش و بازاریابی اعلام کرد که فروش در بورس کالا ۲ برابر شده و تحقق ۲۳ درصدی از درآمد ۵ ماهه هدف‌گذاری شده، تحقق یافت. این رشد عمدتاً از تقویت فروش شمش فولادی ناشی می‌شود، که به ارزش ۷۴ هزار و ۶۷۹ تن معاملات در تالار صنعتی بورس کالا کمک کرد. بخش عمده این عرضه‌ها از سوی مجتمع فولاد خراسان انجام شد و نشان دهنده

دهنده بهینه سازی فرآیندهای احیا و گندله سازی بود. امیر رضا هیئات، این دستاورد را پشتوانه تامین مواد اولیه و تجهیز خطوط دانست و پیش بینی کرد که ظرفیت تولید سالانه به ۲.۵ میلیون تن برسد.

در واحد نورد، تلاشگران در ۳۰ شهریور با تولید ۵۵۵ تن میلگرد N28 به روش ترمکس (با ذوب ASTM)، رکورد جدیدی ثبت کردند. این دستاورد، برگ زرینی بر دفتر افتخارات شرکت افزود و کیفیت محصولات را برای بازارهای صادراتی تضمین کرد. فروش نیز ادامه روند صعودی مرداد را داشت؛ با عرضه ۹۵ هزار و ۶۳۷ تن در تالار صنعتی بورس کالا، شرکت ۶ درصد از کل میلگرد معاملات شده را تامین کرد. افزایش سرمایه ۱۱ هزار و ۱۰۰ میلیارد ریالی، بر اساس مصوبه هیات مدیره، زمینه ساز توسعه بیشتر شد و سهام فخاص را در بورس تقویت کرد.

پروژه های توسعه ای در شهر یور شتاب گرفت. نشست هم اندیشی برای تسریع کارخانه کنسالتره در خواف، جنبه ملی پروژه را برجسته کرد. نایب رئیس صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر، تاکید کرد که نگاه ما به فولاد خراسان، ملی است. این پروژه، با ظرفیت ۲.۵ میلیون تن تقلیل سبک آهن، زنجیره تولید را معزز تا محصول نهایی تکمیل می کند و وابستگی به واردات را کاهش می دهد. همچنین، تجدید گواهینامه های سیستم های مدیریتی یکپارچه (ISO 9001، 14001 و 45001) با موفقیت، استانداردهای جهانی شرکت را تایید کرد.

در حوزه CSR، اهداف خودروهایی عملیاتی به شرکت های وابسته مانند فولاد قائنات (۲ دستگاه)، فولاد میانه و زغال سنگ البرز مرکزی، بخشی از حمایت از زنجیره صنایع معدنی بود. این اقدام، بیش از ۵۰۰ شغل مستقیم، ایجاد و توسعه مناطق خراسان جنوبی را تقویت کرد. بازدید کارشناسان ایران خودرو از فرآیندهای جذب نیروی انسانی، نشاط سازمانی شرکت را برجسته کرد. همچنین، تجلیل از فولاد خراسان به عنوان صادر کننده برتر خراسان رضوی، با صادرات به ترکمنستان، دستاورد اقتصادی شهر یور را تکمیل کرد.

فعالیت های فرهنگی و ورزشی نیز پررنگ بود. تیم والیبال فولاد خراسان، نخستین نماینده نیشابور در لیگ دسته اول، رسماً شروع به کار کرد و سرمربی جدید منصوب شد. آیین معرفی پیشنهادهای برتر کارکنان، با تمرکز

بر بومی سازی، بیش از ۵۰ پیشنهاد عملی را اجرا کرد. فرارسیدن ۳۱ شهریور، با گرامیداشت هفته دفاع مقدس، تعهد شرکت به ارزش های ملی را نشان داد. در مجموع، شهر یور بار کوردهای تولیدی و توسعه ای، مجتمع راه سمت اهداف ۱۴۰۴ سوق داد.

به طور کلی می توان گفت در این مجتمع، مرداد و شهریور ۱۴۰۴، نه تنها رکوردهای عددی، بلکه نمادی از مدیریت یکپارچه و تعهد به پایداری بودند. رشد ۷ درصدی تولید گندله، در حالی محقق شد که بازار جهانی فولاد با مازاد عرضه روسیه و چین مواجه بود. این موفقیت، نتیجه سرمایه گذاری ۱۱ هزار و ۱۰۰ میلیارد ریالی در تجهیزات و آموزش بیش از ۵ هزار نفر از کارکنان است. از منظر اقتصادی، افزایش ۲ برابری فروش در بورس کالا، درآمد ۵ ماهه را ۳۳ درصد هدف گذاری شده محقق کرد و سهام فخاص را در فهرست ۱۰۰ شرکت برتر ایران سه پله ارتقا داد.

کاهش ۱۵ درصدی مصرف انرژی از طریق پروژه های بهینه سازی، مجتمع را به الگویی برای صنایع سنگین تبدیل کرد. نمایش این دستاوردها در رویدادهای بین المللی مانند نمایشگاه قطر، جایگاه صادراتی شرکت را تقویت کرد. مسئولیت اجتماعی، با اهدافی تجهیزات پزشکی و خودروهای عملیاتی، تاثیر محلی عمیقی داشت و بیش از یک هزار شغل غیرمستقیم ایجاد کرد. چالش هایی مانند محدودیت های انرژی، با بومی سازی فناوری (مانند روش ترمکس) مدیریت شد. این دستاوردها، همسو با رویای ۱۴۰۴ ایران برای تولید ۵۵ میلیون تن فولاد، سهم خراسان را از ۱۰ درصد فعلی به ۱۵ درصد افزایش می دهد.

در مجموع، ماه های مرداد و شهریور ۱۴۰۴، فصل درخشش مجتمع فولاد خراسان بود؛ از رکوردهای تولیدی گندله و میلگرد تا رشد فروش و ابتکارات CSR. این دستاوردها، حاصل تلاش جمعی بیش از ۵ هزار کارمند و مدیریت است که شرکت را به سومین قطب فولاد کشور تبدیل کرده است. با تکمیل پروژه کنسالتره سنگان، آینده ای روشن در انتظار است. این مجتمع نه تنها اقتصادی، بلکه اجتماعی و زیست محیطی عمل کرده و به اهداف ملی جهش تولید کمک شایانی می کند. از همین رو پیشنهاد می شود تمرکز بر صادرات دیجیتال و فناوری های سبز افزایش یابد تا پایداری تضمین شود. ■

ماه های مرداد و شهریور ۱۴۰۴، فصل درخشش مجتمع فولاد خراسان بود؛ از رکوردهای تولیدی گندله و میلگرد تا رشد فروش و ابتکارات CSR. این دستاوردها، حاصل تلاش جمعی بیش از ۵ هزار کارمند و مدیریت است که شرکت را به سومین قطب فولاد کشور تبدیل کرده است



الاختـيار

أكد الرئيس التنفيذي ونائب رئيس مجلس إدارة شركة أميد للاستثمار على ضرورة ربط رأس المال بذكاء من خلال الابتكار والنمو المستدام



صرح الرئيس التنفيذي لمنصة بيت بين لتداول العملات المشفرة ينبغي على الحكومة النظر إلى منصات تداول العملات المشفرة كفرصة لا كتهديد



مدير مبيعات تأمينات الحياة «لشركة البرز للتأمين»
«البيع بأي ثمن» يُعيق قطاع التأمين



المدير الطبي لشركة سامان للتأمين
تُعد شركة سامان للتأمين من أبرز شركات التأمين الطبي العائلي



رئيسة مجلس إدارة شركة بديده تبار
تسهيل المعاملات الاقتصادية باستخدام القدرات الثقافية



صرح الرئيسة التنفيذية لشركة «أسدي جم جهان نما للتجارة» بأن:
رقمنة العمليات التجارية بمساعدة الشركات القائمة على المعرفة



عضو مجلس إدارة شركة أسدي جم جهان نما التجارية يؤكد
أهمية زيادة المبيعات وخفض التكاليف من خلال منصات التجارة الإلكترونية



الرئيس التنفيذي لشركة جليهر لتطوير الحديد والصلب
الغاز: فرصة لإنتاج الحديد الإسفنجي تحولت إلى تهديد



عالم الاستثمار اختيار ذكي لدخول سوق الأعمال الإيرانية

تمتلك إيران، وهي دولة ذات حضارة تمتد لآلاف السنين وذات موقع جغرافي استراتيجي، العديد من الفرص والقدرات للاستثمار في النفط والغاز والمعادن والبنية التحتية الصناعية المختلفة. كما أن وجود مناخات متنوعة وآثار تاريخية غنية أضاف إليها عوامل جذب سياحي فريدة. بالإضافة إلى ذلك، أدى وصول إيران المريح والرخيص إلى أكثر من مليار شخص في العالم في البلدان المجاورة لها وعبر طريق الحرير، إلى خلق ميزة تصديرية خاصة لنا؛ لذلك، يمكن للدخول في مختلف القطاعات مثل الصناعة والخدمات والتجارة والشركات الجديدة أن يحقق أرباحًا ضخمة للمستثمرين. تسعى مجلة عالم الاستثمار إلى توفير نافذة جديدة واضحة في الاقتصاد الإيراني المتنامي، مليئة بالفرص المبتكرة، من خلال تقديم معلومات واضحة وصادقة كمستشار موثوق به. التواصل المباشر مع الشركات النشطة في بيئة الأعمال الإيرانية، لا سيما في مجالات الصناعة والطاقة والخدمات والنقل والمال والتمويل والتأمين، فضلاً عن الأعمال المبتكرة، والاستفادة من خبرة الخبراء جنبًا إلى جنب مع توظيف الصحفيين الشباب والمتحمسين والخبراء للتحقيق في القضايا من وجهة نظر الصناعيين ورجال الأعمال الإيرانيين، يعتبر المهمة الرئيسية لمجلة عالم الاستثمار.

تفخر «عالم الاستثمار» بأن أول مجلة إيرانية تصدر بثلاث لغات شهريًا باللغات الفارسية والإنجليزية والعربية يتم نشرها من قبل القطاع الخاص ويتم توزيعها على نطاق واسع في قطاع الأعمال الإيراني. القراء الأعزاء؛ نحن نقدر ثقتكم، جهودنا لتحسين وزيادة رضاكم باستمرار هي جزء من خارطة الطريق لهذه المجموعة لاستجابة بشكل أفضل لاحتياجات جمهورنا. قرائنا الأعزاء يمكنكم التواصل معنا لإدراج محتوكم وإعلاناتكم.

صاحب الامتياز والرئيس التنفيذي:

دكتور مرتضى فغانى

رئيس التحرير: فرهاد اميرخانى

المدير التجارى: سارة نظرى

المترجم: سعيد عدالت جو

اتصل بنا: شارع شهيد مفتح، زقاق مرزبان نامه، لوحة

رقم ٢٧، الوحدة الثامنة

رقم الهاتف: ٣٧-٨٨٦٤٨٣٥ +٩٨٢١

رقم الفاكس: ٧٢٠-٨٨٦٤٧٣٠ +٩٨٢١

الرمز البريدي: ١٥٨٨٦٦٣٤٤

رقم الهاتف المحمول: ٧٧٤٥٠٩١٣٧٧ +٩٨

البريد الإلكتروني: d.sarmayeh@gmail.com

للحصول على النسخة الكاملة من المجلة الشهرية، يرجى

الرجوع إلى موقع الأخبار التالي: www.dsarmaye.ir

آثار آلية الزناد على الاقتصاد الإيراني وهو الصناعة والتجارة



دكتور مرتضى فغاني
عضو غرفة التجارة طهران

منذ انسحاب الولايات المتحدة من الاتفاق النووي، لم تف الدول الأوروبية، بما فيها فرنسا وألمانيا والمملكة المتحدة، بالتزاماتها تجاه إيران، وفعلت أخيراً آلية الزناد ضد بلادنا في سبتمبر ٢٠٢٥، وبالتالي، سيبدأ تطبيق العقوبات اعتباراً من أكتوبر. هذا الإجراء، رغم العقوبات الأمريكية أحادية الجانب المفروضة منذ عام ٢٠١٨، يفرس

طبقة جديدة من الضغط الاقتصادي على إيران. يُزعم أن هذه العقوبات تشمل حظرًا على تجارة الأسلحة، وتفتيش الشحنات، وقيوداً مالية، والتي، وإن لم تُعيد فرض العقوبات النفطية بشكل مباشر، إلا أن لها آثاراً نفسية ودبلوماسية وخيمة على الاقتصاد. تُظهر التحليلات الاقتصادية أن تطبيق آلية الزناد قد يُخفض النمو الاقتصادي الإيراني إلى أقل من ٢٪، ويزيد التضخم إلى أكثر من ٤٣٪ في حين تصبح موارد النقد الأجنبي أكثر محدودة، ويصبح الوصول إلى الأسواق العالمية أكثر صعوبة. وفقاً للإحصاءات المتاحة، يعتمد الاقتصاد الإيراني على النفط والبتروكيماويات بنسبة ٢٥٪ تقريباً من الناتج المحلي الإجمالي، وبالتالي يتأثر الاقتصاد بقيود التصدير. في عام ٢٠٢٤، وصلت صادرات النفط الإيرانية إلى مستوى قياسي بلغ ٥٨٠ مليون برميل، ذهب الجزء الأكبر منها، أي ٥٣٣ مليون برميل أو ٩١٪ من إجمالي الصادرات، إلى الصين. وقد حقق هذا الحجم، الذي يعادل ١,٥ مليون برميل يوميًا، إيرادات بلغت حوالي ٥٣ مليار دولار؛ ومع ذلك، فإن تفعيل آلية إعادة القسرية قد يعكس هذا الاتجاه. وتتوقع تقارير رويترز أن العقوبات الجديدة ستخفض صادرات النفط إلى أقل من مليون برميل يوميًا، على غرار الانخفاض من ٢,٢ مليون إلى أقل من مليون برميل بين عامي ٢٠١١ و٢٠١٤. في عام ٢٠٢٥، فرضت وزارة الخزانة الأمريكية عقوبات على أكثر من ٥٠ سفينة وكيانًا يُزعم ارتباطهم بـ "أسطول الظل" الإيراني، مما أدى إلى رفع تكاليف الشحن بنسبة تتراوح بين ٢٠ و٣٠٪ وخفض عائدات النفط بمقدار ٥٠ مليار دولار سنوياً. نتيجة لذلك، ستصبح موارد الحكومة من النقد الأجنبي أكثر محدودة، وسيرتفع عجز الموازنة من ٤٪ من الناتج المحلي الإجمالي في عام ٢٠٢٤ إلى ٦-٧٪ في عام ٢٠٢٥، مما سيؤدي في النهاية إلى تفاقم التضخم. وفي الوقت نفسه، ستواجه التجارة الخارجية أيضًا صعوبات. فقد حقق الميزان التجاري الإيراني فائزًا قدره ٣١,٣ مليار دولار في عام ٢٠٢٣، مع ٩٧,٤ مليار دولار من الصادرات و٦٠,٣ مليار دولار من الواردات، لكنه وصل إلى عجز قدره ٩٣٤ مليون دولار في الربع الأخير من عام ٢٠٢٤. وستؤدي هذه القيود إلى تعطيل سلسلة التوريد وزيادة تكاليف الإنتاج بنسبة ٢٠٪، مما سيؤدي في النهاية إلى انخفاض القدرة التنافسية التجارية. وإجمالاً، قد يُعرض تطبيق آلية الارتداد السريع للاقتصاد الإيراني لدورة من الركود والتضخم والعزلة، حيث أن عائدات النفط والبتروكيماويات والموارد الحكومية محدودة، ويتباطأ النمو الصناعي. لذلك، ما لم تُعتمد سياسات لدعم الأسر وتوزيع مصادر الدخل، ومحاولة حل الخلافات السياسية، فستتأثر سبل عيش ملايين الإيرانيين. ■

ممر زنجزور؛ تهديد اقتصادي وفرصة دبلوماسية



فرهاد اميرخاني
رئيس التحرير

لسنوات عديدة، كانت بلادنا إيران محط أنظار جميع الجهات المعنية، بمن فيهم التجار ورجال الأعمال من دول مثل روسيا وبيلاروسيا وأرمينيا وأذربيجان وتركمانستان وأوزبكستان وقيرغيزستان والهند والصين وغيرها، وذلك بفضل ممر الشمال-الجنوب والحرب بين روسيا وأوكرانيا.

يُعد ممر زنجزور أحد الروابط الحيوية لهذا الممر في فرعه الغربي، والذي يربط بلادنا بممرات الأراضي الشمالية. وقد عُهد ببناء وتشغيل هذا الممر إلى الولايات المتحدة الأمريكية لمدة ٩٩ عامًا في ٧ أغسطس/آب من هذا العام بموجب اتفاقية بين جمهورية أذربيجان وأرمينيا. لا يخفى على أحد أهمية ممر زنجزور؛ إذ يُعد هذا الممر نقطة عبور رئيسية لبلادنا، حيث يوفر الوصول إلى الأسواق العالمية، بما في ذلك منطقة القوقاز والدول الآسيوية. الروابط التجارية، وقدرات النقل، والمشاكل الأمنية على الحدود الشمالية، بالإضافة إلى وجود فرص اقتصادية، ليست سوى جزء صغير من الإمكانيات المتاحة في هذه المنطقة.

ووفقًا لإحصاءات الجمارك، قبل توقيع الاتفاقية بين الدول الثلاث، نما حجم التجارة البرية لإيران مع دول القوقاز وروسيا بأكثر من ٢٥٪ مقارنةً بالفترة نفسها من العام الماضي. ومع زيادة حركة الشاحنات وشحنات التصدير الأخرى، حقق هذا الممر، الذي تبلغ طاقته الاستيعابية حوالي مليار ونصف إلى ملياري دولار، دخلًا لبلادنا تجاوز ٥٠٠ مليون دولار.

ورغم الأهمية الاقتصادية لهذا الممر لبلادنا، وتهديد هذه القدرة الاقتصادية حاليًا، إلا أن وجود الولايات المتحدة وحلف شمال الأطلسي (الناتو) في هذا الممر الاستراتيجي القريب من حدود بلادنا، والذي إذا تمت السيطرة عليه، سيؤدي عمليًا إلى إبطال فعالية جزء من الممر الشمالي الجنوبي لإيران والممر الشرقي الغربي للبلاد.

تشهد المنطقة حاليًا تغيرات جديدة لم تكن معروفة من قبل. تجري معادلات سياسية جديدة في جميع أنحاء إيران، وإدارة هذه التغييرات ليست مسؤولية القطاع الخاص، بل مسؤولية السلطات. لهذا السبب، من الضروري أن تكون السلطات أكثر حضورًا في هذه المعادلات الإقليمية من الماضي، وبعيدًا عن الأعداء المختلفة، أن تحاول لعب دور في هذا النظام الجيوسياسي الجديد في المنطقة. في الوقت الحاضر، يبدو أنه، كما هو الحال مع التهديدات الأخرى التي اجتاحت بلدنا، لا يوجد نقص في الفرص داخل التهديدات. بالتأكيد، من خلال دبلوماسية ذكية ومتسقة وفعالة، يمكننا الآن اغتنام الفرص من هذه التهديدات، ومن خلال التفاعل المناسب مع اللابعيين الرئيسيين واستخدام ممرات إيران الفريدة وقدراتها الحدودية، يمكننا خلق الأمن الاقتصادي ومستقبل أكثر استقرارًا لبلادنا في هذا الجزء من المنطقة. ■

الأداء الإيجابي لأسواق

الأسهم الخليجية في

سبتمبر ٢٠٢٥

حققت أسواق الأسهم في دول مجلس التعاون الخليجي أداءً إيجابياً بشكل عام في سبتمبر ٢٠٢٥ مدفوعة بتوقعات خفض أسعار الفائدة الأمريكية، وزيادة الإقبال العالمي على المخاطرة، والإصلاحات المحلية مثل تخفيف قيود الملكية الأجنبية في المملكة العربية السعودية. ومع ذلك، تأثرت هذه الأسواق بتقلبات أسعار النفط والتوترات الجيوسياسية في الشرق الأوسط، وخاصة الحرب في غزة، مما زاد من الارتباط بين المخاطر الجيوسياسية وتقلبات السوق بنسبة ٢٣,٢٨٪.

شهدت أسواق دول الخليج ستة أسواق رئيسية أداءً مختلفاً في سبتمبر؛ المملكة العربية السعودية (تداول - تاسي): شهد مؤشر تاسي الرئيسي أكبر قفزة يومية له منذ عام ٢٠٢٠، مرتفعاً بنسبة ٢٥٪ في ٢٤ سبتمبر، على خلفية تقارير عن خفض حد الملكية الأجنبية من ٤٩٪ إلى ١٠٠٪. ومن المتوقع أن يجذب هذا تدفقات صافية تتراوح بين ٩,٥ مليار دولار و ١٠ مليارات دولار من مؤشري MSCI و FTSE. أغلق المؤشر عند ١١,٥٠٣ نقطة، وهو أعلى مستوى له منذ مايو ٢٠٢٥، وحقق عائداً شهرياً إيجابياً؛ على الرغم من انخفاض عائدته السنوي بنسبة ٩,٦٪ بسبب انخفاض أسعار النفط. وتصدر القطاع المالي المشهد، حيث حققت شركات مثل أرامكو والراجحي أرباحاً.

سوق دبي المالي (DFMGI): انخفض المؤشر بنسبة ٢,٧٪ ليصل إلى ٥,٨٣٩,٦ نقطة، مما خفض عائدته السنوي إلى ١٢,٢٪. لكنه لا يزال أحد أقوى الأسواق في الخليج. وتعرض قطاع العقارات لضغوط، حيث انخفض سهم إعمار بنسبة ٠,٧٪. إلا أن الطرح العام الأولي لشركة أليك القابضة كان ناجحاً، حيث جمع ٧ مليارات درهم. وبلغت القيمة السوقية ٩٩٥ مليار درهم، بزيادة ٩,٧٪ في النصف الأول من العام. الإمارات العربية المتحدة (سوق أبوظبي للأوراق المالية - ADXGI): حقق المؤشر، مع زيادة طفيفة، عائداً سنوياً بلغ حوالي ٧,٣٪، مدعوماً بأرباح قوية في بنوك مثل بنك أبوظبي الأول. انخفض في بعض الأيام بسبب التوترات، لكنه حافظ على نسبة سعر إلى ربحية مرتفعة بلغت ٢٣,٥٢x.

قطر (مؤشر بورصة قطر): ارتفع المؤشر بنسبة ٠,٧٪ ليصل إلى ١١,٣٠٧,٩ نقطة، بدعم من قطاع البنوك (١,٢٠٪) والقطاع الصناعي (٠,٨٠٪). حقق سهم بنك الدوحة (٤,٤٠٪) مكاسب، بينما انخفض سهم مصرف قطر الإسلامي بنسبة ٢,٦٪. وبلغ العائد السنوي ١,٠٩٪، مع التركيز على قطاعي الغاز والخدمات المالية.

الكويت (مؤشر جميع الأسهم): حافظ المؤشر، مع ارتفاع طفيف، على ريادة الإقليمية بعائد سنوي بلغ ١٩,٥٪، مدعوماً بالطروحات العامة الأولية في قطاعي التكنولوجيا والتأمين. انخفض المؤشر بنسبة ٠,٢٪ في بداية الشهر، لكنه تعافى بفضل التدفقات الأجنبية. عُمان (MSX٣٠): ارتفع المؤشر بنسبة ٠,١٪ ليصل إلى ٥,١٣٣,٦ نقطة، بقيادة قطاع الصناعات (٠,٤٠٪). بلغ العائد السنوي ١٢,٢٪، مع نسبة سعر ربحية منخفضة بلغت ١٠,٢x، وتركيز على الطاقة المتجددة. البحرين (مؤشر بورصة البحرين): انخفض المؤشر بنسبة ٠,١٪ ليصل إلى ١,٩٢٣,٤، مع خسائر في سهم جي إف إنش (٢,٥٠٪). وبلغت نسبة سعر ربحية السهم ١١,٧x، مع التركيز على الخدمات المالية. ■

من الفكرة إلى السوق؛ الطريق الصعب لتحويل العلم إلى ثروة في إيران



د. مهدي صافي - أستاذ مشارك
في معهد أبحاث الألوان

في الاقتصاد الحديث، لم يعد طريق تكوين الثروة يمر عبر الأرض والموارد الطبيعية، بل عبر المعرفة والتكنولوجيا. الدول التي أدركت سابقاً أن «العلم» يمكن أن يكون محركاً للنمو الاقتصادي بدلاً من النفط، تمتلك اليوم اقتصادات مبتكرة ومستدامة. إيران، بدعمها الهائل للبحث الأكاديمي والموارد البشرية المتخصصة، على وشك تحقيق هذا التحول؛ شريطة أن يكون المستثمرون أكثر جرأة في الاستثمار في هذا المجال. يتمتع جزء كبير من نتائج الأبحاث في جامعات البلاد ومعاهدها البحثية بإمكانيات عالية للتسويق التجاري، وهنا تكمن أهمية مساهمة المستثمرين الأكاديميين في خلق قيمة اقتصادية من «المعرفة الخام». في الواقع، يُعد البحث منتجاً للفرض الخفية لمن لديهم رؤية بعيدة المدى. ولكن كيف يمكن استخدام القدرات العلمية للبلاد في استثمارات مربحة؟

١- تحديد التقنيات الجاهزة للسوق ليس كل بحث قابلاً للاستثمار. يجب فهم مستوى نضج التكنولوجيا (TRL) والبحث عن المشاريع التي تجاوزت مرحلة المخترع ووصلت إلى نموذج شبه صناعي أو تجريبي. يُعد التعاون المباشر مع معاهد البحث ومكاتب نقل التكنولوجيا (TTOs) أفضل طريقة لتحديد هذه الفرص.

٢- التحليل الاقتصادي وعائد الاستثمار (ROI) ينبغي أن يقترن الاستثمار العلمي بحساب الأرباح والخسائر. إذا حُلِّل أي مشروع بحثي بتقييم دقيق للسوق وتكاليف التطوير وعائد الاستثمار، فيمكن أن يُحقق عوائد متعددة. العديد من الأفكار مربحة، ولكن نظراً لعدم وجود مؤشر اقتصادي واضح لها، فإنها تبقى بعيدة عن أعين المستثمرين.

٣- دخول منظومة رأس المال الاستثماري ترتبط طبيعة البحث بالمخاطر، ولكن هذه المخاطر هي مصدر الابتكار. يمكن للصناديق المشتركة الجريئة بين الصناعة والأوساط الأكاديمية أن تفتح الطريق أمام امتلاك التكنولوجيا وتحقيق أرباح طويلة الأجل للمستثمرين من خلال تقاسم المخاطر. في العالم، أدت هذه النماذج نفسها إلى ولادة شركات تقنية بمليارات الدولارات.

٤- التواجد في مسرعات الأعمال ومراكز الابتكار تُعدّ مسرعات الأعمال جسراً بين الأفكار والسوق. الاستثمار في هذا المجال يعني المشاركة في عملية إنشاء المنتج، وليس شراء النتيجة النهائية. تُسهّل هذه المشاركة مراقبة عملية التطوير، وتُعزز شفافية عائد الاستثمار.

٥- حماية الملكية الفكرية وبراءات الاختراع يُعدّ تسجيل براءات الاختراع درعاً لحماية رأس المال العلمي. الاستثمار في التصميم القابلة للحصول على براءة اختراع هو في الواقع شراء حصة من مستقبل السوق. في إيران، لا يزال هذا المجال يتمتع بإمكانيات عالية للنمو والربحية.

٦- بناء شبكة تواصل بين الجامعات والصناعة ورأس المال بدون تواصل فعال بين الباحثين والناشطين الاقتصاديين، تبقى الأفكار في المختبرات، ويبقى رأس المال في البنوك. إن بناء شبكة ثلاثية الأطراف بين البحث والصناعة والمستثمرين هو مفتاح تحويل العلم إلى ثروة. في السنوات الأخيرة، شهدت البلاد أمثلة ناجحة. تمكنت الشركات القائمة على المعرفة في مجالات تكنولوجيا النانو والطب والدهانات من الوصول إلى سوق التصدير من خلال البحث العلمي. إذا اعتبر المستثمرون الإيرانيون البحث مصدراً لتكوين الثروة، فسينتقل اقتصاد البلاد من مرحلة الاعتماد على الموارد إلى مرحلة توليد القيمة من المعرفة. المستقبل لمن يُدركون مبكراً أن البحث هو أضمن أصول الاستثمار وأكثرها ربحية. ■

للاستثمار على ضرورة ربط رأس المال بذكاء من خلال الابتكار والنمو المستدام



في عصر يُحدث فيه الذكاء الاصطناعي والمنافسة البناءة نقلة نوعية في سوق رأس المال، نشهد تحولاً جذرياً في كيفية ربط رأس المال بفرص النمو. من خلال تقديم خدمات متكاملة وذكية، تعمل مناهج جديدة تتجاوز الأطر التقليدية للمؤسسات المالية، وتُقدم نفسها

كمصنات فعّالة لتوجيه الموارد المالية نحو مشاريع مربحة ومنتجة. في هذا الصدد، أجرينا مقابلة مع محسن موسوي، الرئيس التنفيذي ونائب رئيس مجلس إدارة شركة أميد للاستثمار. نقرأ مقتطفاتٍ من هذه المقابلة.

شركة أميد للاستثمار مُدرجة في سوق الأوراق المالية منذ عام ٢٠١١. من المهم أن نؤمن شركة تمويل رأس المال، التي تُقدم خدمات تمويلية واستثمارية مُتنوعة، بالشفافية وأن تُفصح بالكامل عن جميع معلوماتها المالية ونفقاتها وإيراداتها منذ بداية إدراجها في سوق الأوراق المالية. لعبت شركة أميد كإبتال للتمويل دوراً فاعلاً في تسهيل دخول الشركات إلى سوق الأسهم لسنوات عديدة، وسعت جاهدة إلى تطوير السوق من خلال زيادة عمقه وعدد الشركات المدرجة في كل قطاع. وقد تم قبول معظم الشركات التي كانت جزءاً من عائلتنا وضمن مجموعتنا من قبل أميد كإبتال للتمويل، وما زلنا ننشط، لا سيما في شركات التعدين، ونسعى جاهدين لمساعدتها على تمويل نفسها من خلال إدراجها في سوق الأسهم، وتسهيل مقارنة واختيار الشركات المختلفة للاستثمار على المساهمين الأفراد.

في السنوات الأخيرة، ركزت شركة أميد للاستثمار على تمويل مشاريع وشركات متنوعة، وكان أكبر عدد من عمليات التمويل من خلال إصدار السندات، بما في ذلك سندات الإجارة والقروض الحسن.

بالإضافة إلى ذلك، قدمنا أيضاً تمويلًا لمختلف القطاعات، بما في ذلك الصناعات الدوائية، والنفط والغاز، والبتروكيماويات، وشركات التعدين. في العام الماضي، وبجهد كبير، قمنا بتحويل أحد صناديقنا إلى صندوق استثماري متداول في البورصة (ETF)، والمعروف برمز "Asan". يسعى صندوق "مهر تريجر" التابع لنا إلى تنويع محفظتنا الاستثمارية وتقديم المزيد من الخدمات للمستثمرين، وذلك بالطبع بموافقة هيئة سوق الأوراق المالية.

يتمثل التحدي الأهم الذي تواجهه شركات تمويل رأس المال في تقلبات أسعار الصرف والتضخم الحاد في البلاد. وبما أن نشاط تمويل رأس المال يتم بالريال، فإن قوة المال تتراجع مع تزايد التضخم. يؤثر التضخم وأسعار الفائدة بشكل مباشر على قطاع تمويل رأس المال. فكلما زادت تقلبات أو ارتفاع أسعار الفائدة، زادت التحديات التي تواجه هذا القطاع.

أطلقنا أول مساعد ذكي يعمل بالذكاء الاصطناعي، وسنعمل على تفعيله على جميع مواقعنا الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي. ■

صرح الرئيس التنفيذي لمنصة بيت بين لتداول العملات

المشفرة

ينبغي على الحكومة النظر إلى منصات تداول العملات المشفرة كفرصة لا كتهديد



واجه ناشطو العملات المشفرة في إيران تحديات عديدة بسبب تزايد الصراع بين التشريعات وثقة المستخدمين، بالإضافة إلى الفرص الخفية في ظل العقوبات الجائرة. اطلعنا على أجزاء من مقابلة مع علي جهاني، الرئيس التنفيذي لمنصة بيت بين لتداول العملات المشفرة. دخلت بيت بين السوق رسميًا في أبريل ٢٠٢١، لكن إجراءات البنية التحتية بدأت في يوليو ٢٠٢٠. تضم هذه المنصة حاليًا أكثر من ٢٥٠ موظفًا وأكثر من ٥,٥ مليون مستخدم في إيران. معظم العاملين الذين بدأوا العمل معنا ويشاركون حاليًا في فريقنا الفني هم من خريجي مجال الكهرباء، وخاصةً حاملي شهادات الدكتوراه في الاتصالات من جامعة شريف للتكنولوجيا. النقطة المهمة هنا هي أن المجال الكهربائي، نظرًا لقربه من البرمجيات والأجهزة، وخاصة التشفير (في قطاع الاتصالات)، يجذب خبراء في مجال البلوك تشين والعملات المشفرة، وجاذبية هذا المجال، وخاصة لحل المشكلات المعقدة وعالية التقنية، هي السبب الرئيسي لجذب هؤلاء الأشخاص.

على الرغم من أن الحرب الأخيرة ربما أثرت على السوق، إلا أنني أرى آفاق سوق العملات المشفرة أبعد من ذلك بكثير. يبلغ حجم سوق العملات المشفرة في العالم ما يقرب من ٤ تريليون دولار، وهو ما يقرب من ٣٪ من حجم سوق الأسهم العالمية. تعمل سوق الأسهم منذ مئات السنين، ولكن تم طرح البيتكوين، باعتبارها أقدم عملة مشفرة في العالم، في السوق العالمية في عام ٢٠٠٩. وهذا يدل على أننا في بداية طريق قبول العملات المشفرة في أذهان المستثمرين.

أعتقد أنه يجب أن تكون هناك هيئة تابعة لوزارة الشؤون الاقتصادية والمالية للإشراف على قطاع العملات المشفرة تحت إشراف هذه الوزارة. تم تشكيل هذه المؤسسة، وينبغي أن يكون ممثلو النقابة وأفراد من وزارة الاقتصاد والبورصة والبنك المركزي فيها. أتوقع أن تنظر الحكومة والهيئة التنظيمية إلى هذا المجال كفرصة. هذه فرصة للشعب الإيراني، ولا ينبغي اعتبار مجال العملات المشفرة تهديدًا. أكاديمية بيت بي تعمل منذ حوالي ٣ سنوات، وهي في الواقع واجهة تعليمية لنا. في هذه الأكاديمية، نقدم مقالات شاملة وأخبارًا وتحليلات وندوات عبر الإنترنت ومقاطع فيديو تعليمية.

أمنيته ورغبته الكبرى هي أن تنظر الحكومة إلى مجال العملات المشفرة كفرصة وتتعاون معنا. يتمتع هذا المجال بإمكانات هائلة للبلاد والشعب، وبالدعم والتعاون، يمكننا تحقيق أقصى استفادة من هذه الفرصة وتقليل المخاطر. إن إهمال النظام البيئي المحلي وعدم دعمه سيؤدي فقط إلى هجرة المستخدمين إلى منصات أجنبية وفقدان هذه الفرصة للبلاد؛ لذا فلنبحر معًا إلى الشاطئ المنشود. ■

المدير الطبي لشركة سامان للتأمين

تعد شركة سامان للتأمين من أبرز شركات التأمين الطبي العائلي



يواجه قطاع التأمين، وخاصة في مجال الرعاية الطبية، تحديات وفرصاً لا حصر لها. والآن، في ظل هذه التحديات، يطرح السؤال: كيف يمكن تحسين الخدمات في ظل هذا المسار المضطرب؟ ناقشنا هذه الأسئلة وبحوثها في مقابلة حصرية مع جميل صيدي مرادي، المدير الطبي لشركة سامان للتأمين. نقرأ مقتطفات من هذه المقابلة.

في ظل الوضع الراهن لقطاع التأمين، يُعتبر التأمين الطبي مدخلاً وأداة رئيسية لشركات التأمين لجذب جميع احتياجات عملائها التأمينية. لذلك، من الضروري أن يكون مدير التأمين الطبي، بالإضافة إلى إلمامه التام بمجال التأمين الطبي، قادراً على تحديد احتياجات التأمين الأخرى وفقاً لاحتياجات المؤمن عليهم. إن التنسيق مع الزملاء وعقد اجتماعات فعالة مع المؤمن عليهم يساهم بشكل كبير في جذب محافظ تأمينية أخرى. نعم، إذا عدنا إلى السجلات التاريخية لنمو التأمين الصحي في قطاع التأمين، فسنجد أنه على مدار أكثر من ٩٠٪ من السنوات التي انقضت منذ إدراج هذا المجال ضمن محفظة منتجات التأمين، عانى هذا المجال من خسائر فادحة، ولم يتمكن قطاع التأمين عموماً من الحفاظ على خسائره عند المستوى المطلوب. وهذا أمر بالغ الأهمية.

باستخدام الأنظمة الإلكترونية، يمكننا تجنب جمع المستندات وإرسالها من قبل المريض إلى شركة التأمين، والتقييم اليدوي. كما ستتم عملية التقييم نفسها بذكاء وعبر الإنترنت. في رأيي، ستتغير العديد من الوظائف وأساليب العمل، مثل مقيمي المطالبات، في المستقبل القريب. باستخدام أدوات مثل استخراج البيانات واستخراج العمليات، يمكننا تحليل العمليات الحالية، وخاصة في مجال معالجة المطالبات. بناءً على السجلات المسجلة في نظام المطالبات، يتم تحديد نقاط الضعف والقوة في العمليات. في شركة سامان للتأمين، وبمساعدة زملائنا من وحدة الإدارة الاكتوارية وتحليل البيانات، نحاول دراسة التوزيعات الإحصائية، سواء من حيث عدد الزيارات أو حجم كل خدمة. على سبيل المثال، تُعد خدمة الزيارة شائعة الاستخدام، وتستفيد منها نسبة عالية من المؤمن عليهم. وبصفتها من أوائل الشركات التي دخلت سوق التأمين الصحي العائلي، تعمل شركة سامان للتأمين في هذا المجال منذ أكثر من ٨ سنوات، وتواصل تقديم هذه الخدمة. كانت هذه خطوة بالغة الأهمية، إذ كان التأمين الصحي التكميلي يُشتري بشكل رئيسي من قِبل أصحاب العمل والمكاتب والمصانع والشركات والمؤسسات لموظفيها وأفراد أسرهم، بينما حُرِمَ معظم العاملين لحسابهم الخاص أو حتى في الشركات الصغيرة من هذه الخدمات. وقد اتخذت شركة سامان للتأمين هذه الخطوة الجريئة، وتقدم خدماتها لهذه الفئة من المواطنين في هذا المجال منذ حوالي ٨ سنوات. ■

مدير مبيعات تأمينات الحياة «لشركة البرز للتأمين» «البيع بأي ثمن» يُعيق قطاع التأمين

في عالم الخدمات المالية المُعقّد، يُعرف قطاع التأمين بطبيعته الفريدة: التزامه بالحماية من المخاطر غير المتوقعة. إن المقياس الحقيقي لأداء شركة التأمين هو تجربة العميل ودور شبكة المبيعات الاحترافية. وإنطلاقاً من هذا، تحدثنا مع مختار ناصري، مدير مبيعات تأمينات الحياة. على مدار سنوات عمله في هذا القطاع، صمم ناصري منتجات تأمينية متنوعة في مجال تأمينات الحياة، وطُرحَت هذه المنتجات في العديد من شركات التأمين. بالإضافة إلى تصميم المنتجات، سعى أيضاً إلى تدريب شبكات مبيعات هذه الشركات وتمكينها في مجال مبيعات تأمينات الحياة. نقرأ أجزاءً من هذه المقابلة.

يُعد تدريب التطوير الشخصي أيضاً الخطوة الأهم والأهم في تدريبنا. بالإضافة إلى التدريب الفني وبيع بوالص التأمين، نُولي اهتماماً خاصاً بتطوير شخصية الأفراد. فإذا لم يُطوّر تدريبنا شخصية ممثل الشركة بشكل صحيح، فلن يُؤثّر على تغيير عملية البيع في شبكة المبيعات. من حيث المبدأ، يعتمد هذا التدريب على تحويل التعليم إلى معرفة لدى الفرد، ويمكنه تطبيقها بشكل صحيح في حياته. لذلك، يجب أن نخصص أكبر قدر من الوقت لتدريب الفرد على التطوير الشخصي، وإذا تم ذلك بشكل صحيح، فسنواجه بالتأكيد أقل قدر من المشاكل والمخاوف على المستويات الأخرى.

يعود نجاح التأمين على الحياة في السنوات الأخيرة، واحتلاله المركز الثالث في قطاع التأمين، بعد التأمين الصحي وتأمين الطرف الثالث، إلى شبكات المبيعات الجديدة في قطاع التأمين، وليس إلى شبكات المبيعات التقليدية. وقد تمكنت شبكات المبيعات التي أنشأتها شركات التأمين في السنوات الأخيرة، بالنظر إلى هيكل مبيعاتها، من جذب وتدريب شبكة واسعة من الأشخاص.

للحفاظ على المصالح طويلة الأجل للشركة والعملاء، نحتاج بالتأكيد إلى شبكة مبيعات محترفة وكفؤة. إذا لم تكن شبكة المبيعات تتمتع بالقدرة الكافية على توريد المنتجات بشكل صحيح، فستعاني الشركة نفسها في النهاية، مما يتسبب في استياء الناس.

يمكن أن يكون هذا الضعف في شبكة المبيعات من جانبين. يُعد نقص الوعي وقت البيع أحد هذه الجوانب؛ وهذا يعني أن ممثلي التأمين قد لا يعرفون المنتج جيداً وقت البيع، أو قد لا يتمكنون من تقديمه للعميل بشكل صحيح. أما الجانب الثاني، فهو تقديم معلومات غير صحيحة؛ ففي بعض الحالات، قد تُعطى معلومات غير صحيحة للعميل، مما قد يؤدي إلى استياء شديد من عملائنا عند حدوث الخسارة. لذلك، ينبغي على شركات التأمين إعطاء الأولوية القصوى للتدريب الصحيح والمناسب لممثليها. فإذا تم هذا التدريب بشكل صحيح ومبني على مبادئ راسخة، سنحظى بالتأكيد بطورف نمو أكثر فعالية في المستقبل، وسيشعر حاملو الوثائق بمزيد من الرضا، وستتمكن من النمو بشكل أفضل في قطاع التأمين، وتقديم خدمات أكثر ملاءمة وأفضل. ويعني هذا النهج تجنب «البيع بأي ثمن» ■



رئيسة مجلس إدارة شركة بديده تبار تسهيل المعاملات الاقتصادية باستخدام القدرات الثقافية



من القضايا المثيرة للقلق في المجال الاقتصادي الاهتمام بالقدرات الثقافية والتعليمية واستخدامها بشكل صحيح، والذي أدى بفضل إدخال التقنيات الجديدة والأفكار الجديدة إلى إطلاق الأعمال والشركات، وكذلك التحول في المجال التعليمي، وهو تحسين ظروف الشركات التي تحتاج إلى خدمات هذه الشركات واستخدامها لتحقيق الأهداف العلمية والبحثية. لدراسة هذه القضية بشكل أكبر، أجرينا محادثة مع الدكتورة زينب حبيبي تبار، رئيسة مجلس إدارة شركة بديده تبار. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

بما أن كل فرد من أفراد العائلة درس في مجال ما، حاولنا الدخول في صناعة التعليم، حيث كانت الشركات الرائدة والكبيرة نشطة، بالاعتماد على قدراتنا الموجودة، لذلك لجأنا إلى البحث لمدة ٦ أشهر، مما أدى إلى اختراع وإنشاء نهج شبه المسرح في صناعة التعليم.

منذ ١١ عامًا، أضافت شركة باديده تبار مناهج البحث والاستشارات والتعليم والثقافة إلى هذه الصناعة. هذه الشركة هي في الواقع مخترعة نهج الشركة شبه المسرحي. كما تم تكريمها من قبل وزارة التعاون والعمل والرفاهية الاجتماعية في مهرجان العمل وريادة الأعمال التابع للوزارة في عام ٢٠١٧ وتم تسميتها كواحدة من أكثر الشركات تأثيراً وريادة أعمال.

في كل من جمعيات الصداقة في إيران والدول الأخرى، يتمتع الأفراد والشركات بالقدرة على المشاركة. ومع ذلك، أراقب أيضًا أنشطة الجمعية من الخارج كمراقب وأراجع باستمرار الشروط لتسهيل عملية التعاون من أجل تحقيق أهداف الجمعية، لأن طبيعة جمعيات الصداقة تركز على القيام بالأنشطة الاجتماعية والثقافية. نحن نحاول توفير منصة لمساعدة المؤسسات الحكومية والثقافة وتحقيق قدرات البلاد من خلال المهرجانات المختلفة وصناعة السياحة، بالنظر إلى إيران الجميلة والبلدان التي يتم فيها تشكيل جمعية الصداقة.

في بلد مثل إيران، الذي يتمتع بقوة ثقافية وتاريخية وموارد طاقة هائلة، ويتمتع بتنوع ووفرة كبيرة، من الضروري توفير فرص أفضل للتعريف وتسهيل الأمور من أجل تعاون أكثر استدامة. وإذا تم توفير مساحة للتعريف بقدرات البلاد من خلال المهرجانات والفعاليات ودعوة السياح، فسيكون ذلك بمثابة أساس جيد للتعريف بالناس ومنصة جيدة للتأثير على القطاعات المختلفة وأساس لاكتشاف أوجه التشابه الثقافية بين البلدان، والأهم من ذلك، إجراء المعاملات الاقتصادية. ■

صرح الرئيسة التنفيذية لشركة «أسدي جم جهان نما

للتجارة» بأن:

رقمنة العمليات التجارية بمساعدة الشركات القائمة على المعرفة



بدأت شركة «أسدي جم جهان نما للتجارة» أعمالها في طهران في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين. تأسست الشركة في البداية بهدف فهم الأسواق المحلية، ثم بهدف تسهيل التجارة الدولية وتقديم خدمات تصدير الأغذية الإيرانية إلى الأسواق العالمية، مع التركيز على جودة المنتج وبناء الثقة المتبادلة بين العملاء الدوليين. وللتعرف على المزيد حول أنشطة الشركة، أجرينا مقابلة مع الدكتورة طاهرة سليمان، الرئيسة التنفيذية لشركة «أسدي جم جهان نما للتجارة». اطلعنا على أجزاء من هذه المقابلة.

تشمل خدمات الشركة إدارة سلسلة التوريد، والامتثال للمعايير الدولية، والدعم الكامل للعملاء في جميع مراحل الاستيراد والتصدير. هدفنا هو تعريف العالم بالثقافة والذوق الإيراني. ومن أهم أهداف «أسدي جم جهان نما للتجارة» البيع دون وسطاء، مما يساعد الشركات الاقتصادية على تحقيق أسعار تنافسية من خلال تقليل التكاليف الإضافية الناجمة عن وجود الوسطاء. لقد عززت هذه الطريقة شفافية سلسلة توريد الأغذية، وعززت التواصل المباشر بين المنتجين والمشتريين. ونتيجة لذلك، ومع تعزيز الثقة بين الطرفين، أتاحت المزيد من فرص التنمية المستدامة، وهو أمر بالغ الأهمية في الدورة الاقتصادية لبلدنا.

ويُعد استخدام المنصات الذكية جزءًا آخر من أنشطة الشركة، بما في ذلك برامج إدارة العملاء مثل نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) للإدارة الاحترافية والتواصل وتتبع الطلبات.

تكمن أهمية الشركات القائمة على المعرفة في مجال الأعمال في امتلاكها سلسلة من الابتكارات في المنتجات والخدمات. فقد طرحت هذه الشركات منتجات وخدمات جديدة تلبي الاحتياجات المتغيرة للسوق بشكل أفضل باستخدام تقنيات حديثة. على سبيل المثال، ساهم استخدام سناب شات والذكاء الاصطناعي في إحداث تحولات في التجارة العالمية في كثير من الحالات. بالإضافة إلى ذلك، لعبت رقمنة التجارة دورًا هامًا؛ حيث لعبت الشركات القائمة على المعرفة دورًا هامًا في رقمنة العمليات التجارية. وقد أدى عدد من تطبيقات الإدارة والأعمال إلى إنشاء أنظمة متقدمة جعلت التفاعلات الدولية أسرع وأسهل. وفي بعض الحالات، نجحت الشركات الناشئة والشركات القائمة على المعرفة في خفض تكاليف الإنتاج وزيادة الإنتاجية. وقد تألقت الشركات القائمة على المعرفة بشكل باهر. مع توسع التكنولوجيا وتزايد الطلب على الخدمات المبتكرة، من المتوقع أن يبرز دور هذه الشركات في التجارة المحلية والدولية مستقبلًا. ولا يقتصر دور الشركات القائمة على المعرفة والشركات الناشئة على المساهمة في النمو الاقتصادي فحسب، بل يُحسّن أيضًا مكانة الدولة في سلسلة القيمة العالمية. وتُعد التقنيات الجديدة التي تطورها هذه الشركات، لا سيما في مجالي التجارة والنقل، مُلفتة للنظر. فبفضل هذه التقنية، يُمكن حتى فحص درجة حرارة الحاويات المُبرّدة في المنزل لضمان عدم تلف المنتجات أثناء النقل. ■



عضو مجلس إدارة شركة أسدي جم جهان نما

التجارية يؤكد

أهمية زيادة المبيعات وخفض التكاليف من خلال منصات التجارة الإلكترونية

استناداً إلى سنوات الخبرة والمعرفة الواسعة لخبراتها، تعمل شركة أسدي جم جهان نما التجارية في مجالات متنوعة، تشمل الأغذية والنباتات الطبية ومواد البناء، وتصدير واستيراد السلع المرخصة، وينصب تركيزها الرئيسي على تلبية احتياجات السوق المحلية والأجنبية وبناء علاقات تجارية مستدامة مع شركاء تجاريين حول العالم. في مجال الأغذية، وبصفته مورداً رئيسياً، توفر الشركة مجموعة واسعة من المنتجات الغذائية للمستهلكين وقطاع صناعة الأغذية. كما تنتج الشركة وتورد منتجات عالية الجودة في مجال النباتات الطبية، مستخدمة المعارف التقليدية والحديثة. وفي قطاع مواد البناء، تدعم الشركة مشاريع البناء المختلفة من خلال توفير منتجات عالية الجودة وخدمات ما بعد البيع المناسبة. قرأنا مقتطفات من حديثنا مع الدكتور سالار أسدي، عضو مجلس إدارة شركة أسدي جم جهان نما التجارية.

يواجه دخول الأسواق العالمية، وخاصةً سوقاً ديناميكياً وتنافسياً مثل تركيا، العديد من التحديات. واجهت شركتنا أيضاً بعض العقبات خلال مسيرتها. فلكل دولة قوانينها ولوائحها الخاصة التي يجب اتباعها بدقة. قد يكون تكييف المنتجات مع المعايير المحلية أمراً صعباً أيضاً. فالسوق التركي تنافسي للغاية، وتعمل فيه العديد من الشركات؛ لذلك، لتحقيق النجاح، يجب تقديم قيمة مضافة فريدة للعملاء. بشكل عام، يُعد دخول الأسواق الدولية عملية معقدة وصعبة، ولكن بالتخطيط الدقيق والجهد المتواصل والمرونة، يُمكن التغلب على العقبات القائمة وتحقيق النجاح. تسعى شركتنا إلى تحديد المنتجات والخدمات الأكثر طلباً في السوق التركية ودول أخرى في المنطقة. كما نُمثل المشاركة في المعارض والفعاليات التجارية الإقليمية والدولية فرصة جيدة لعرض المنتجات والخدمات على العملاء المحتملين وبناء علاقات مع شركاء أعمال جدد. من المهم عقد اجتماعات ومفاوضات دورية مع شركاء الأعمال لمراجعة الأداء السابق والتخطيط للمستقبل.

من ناحية أخرى، يُمكن أن يُساعد استخدام منصات التجارة الإلكترونية لبيع المنتجات والخدمات للعملاء في مختلف البلدان على زيادة المبيعات وخفض التكاليف. بالإضافة إلى ذلك، يُمكن أن يُساعد استخدام تأمين الصادرات لتغطية المخاطر الناجمة عن تقلبات أسعار العملات والعقوبات وغيرها من العوامل السياسية والاقتصادية على تقليل مخاطر الاستثمار.

مدير شركة هينزا للكيماويات

الاستحواذ على أسواق التصدير يعتمد على الدعم الحكومي



في مقابلة مع حسين زماني أبيان، مدير شركة هينزا للكيماويات، نستعرض أنشطة الشركة والوضع العام لصناعة النسيج في البلاد، بالإضافة إلى تحدياتها وفرصها. نقرأ مقتطفات من هذه المقابلة. منذ تأسيسنا، كان هدفنا جعل الصادرات سوقنا المستهدف، ولكن بسبب مشاكل العملة، لم نحقق نجاحاً يُذكر في هذا الصدد. حالياً، نركز بشكل أكبر على السوق المحلية.

من وجهة نظرنا، الربح المالي ليس دائماً مشكلة، وأحياناً يكون رضا العملاء أهم بكثير بالنسبة لنا. إن الحفاظ على العملاء الذين سعينا لجذبهم لسنوات أمر بالغ الأهمية. نسعى جاهدين للحفاظ على رضا العملاء بكل الطرق، سواء من حيث السعر أو الجودة. حتى لو كانت أسعارنا أعلى في بعض الحالات من أسعار منافسينا، فإننا نخفض هامش ربحنا للحفاظ على عملائنا.

لقد أحرزنا تقدماً ملحوظاً في إنتاج مُلينات السيليكون. لقد عملنا على هذه المواد لمدة عام تقريباً، ولحسن الحظ وصلنا إلى مرحلة الإنتاج الضخم، وقد أبدى عملاؤنا رضاهم التام عن جودتها. نعمل حالياً على إنتاج أنواع مختلفة من مزيلات الرغوة المصنوعة من السيليكون وغير السيليكون، ونحن في مرحلة الإنتاج التجريبي. لهذه مزيلات الرغوة تطبيقات واسعة، حيث تُستخدم ليس فقط في صناعة النسيج، بل أيضاً في صناعات مثل النفط. إذا استطعنا إكمال إنتاج هذه المنتجات، فسيكون ذلك مفيداً للغاية.

لكل مادة نتجها، لدينا معيار محدد، يأخذ في الاعتبار حالة الاستخدام ومعرفةنا بخطط إنتاج المستهلك. بفضل هذه المعرفة الدقيقة بخطط إنتاج النسيج، نمتلك تقارير مراقبة جودة مفصلة لكل مادة منتجة، والتي يُعدها مسؤول مراقبة الجودة ويرفعها إلى المكتب. نسعى دائماً للبقاء ضمن نطاق المعايير التي حددناها.

يضم فريقنا حالياً أطباء كيميائي ذوي صلة وثيقة بمراكز الأبحاث. ونظراً لأن أجهزة التحليل المتقدمة باهظة الثمن ولا نستطيع تحمل تكاليف شرائها جميعاً، فإننا نرسل موادنا إلى هذه المراكز. كما أن هناك تبادلاً جيداً للمعلومات بين خرائنا وخبراء مراكز الأبحاث.

ليس لدينا الكثير من مياه الصرف الصحي، لكننا نعالج نفس الكمية باستخدام جهاز المعالجة الأولية لدينا، ثم نقلها إلى محطة معالجة المنطقة الصناعية. هناك، تُجرى مرحلة أخرى من المعالجة، وتُطلق مياه الصرف الصحي النهائية. لذا، نحرص قدر الإمكان على منح التلوث من دخول البيئة.

للمضي قدماً، ينبغي على الحكومة أن تكون أكثر لطفاً مع الصناعة. لطالما قلنا إنه إذا أردنا التقدم، فعلى إعفاء الإنتاج من الضرائب، وإزالة جميع الضغوط عن المنتج، وتجنب ضريبة القيمة المضافة وضريبة الأداء. إذا أردنا التقدم حقاً والسيطرة على أسواق التصدير، فعلى الحكومة أن تُمكن المنتج من العمل بحرية.

عضو مجلس إدارة شركة هينزا للكيماويات أدى اختلال توازن الطاقة إلى إطالة مدة الإنتاج



في مقابلة مع كاميار صفي نيجاد، أحد مديري شركة هينزا للكيماويات، ناقشنا استراتيجيات الشركة للاحتفاظ بالسوق ومشكلة الطاقة في قطاع الصناعة في البلاد. اطلعنا على أجزاء من هذه المقابلة.

يجب أن نركز على تقديم خدماتنا للعملاء بطريقة توفر منتجات عالية الجودة بأسعار معقولة، وتجعل الصفقة مربحة لكلا الطرفين (المشتري والبائع). كما أن توفير المعلومات الفنية حول كيفية استخدام المواد أمر بالغ الأهمية بالنسبة لنا.

عادةً ما ندرس احتياجات صناعة النسيج، وبناءً على ذلك، نجمع عينات أجنبية ونحللها بدقة. ثم، باستخدام خبرتنا في الشركة وفهمنا الكامل لكيفية استخدام المواد، نقوم بإجراء هندسة عكسية لتصنيع هذه المواد بأنفسنا. في هذه العملية، نستخدم جميع المراكز العلمية المحلية ونعيد تحليل العينات التي ننتجها لضمان جودتها. هدفنا الرئيسي هو إنتاج منتج نهائي عالي الجودة وتنافسي.

إذا استطاعت شركة هينزا للكيماويات الاستمرار في الإنتاج والبقاء بجودة عالية، وتزويد عملائها بأفضل المنتجات الكيميائية الممكنة، فسيديم ذلك صناعة النسيج في إيران بكل الطرق. هذا كل ما بوسعنا فعله حاليًا.

مع مرور الوقت، ترتفع أسعار المواد الخام، ويصبح تمويل شرائها صعبًا للغاية. في ظل الوضع الراهن المتمثل في نقص المياه والغاز والكهرباء، اتسمت الشركات التي نجحت في البقاء بكفاءة عالية.

في وقت من الأوقات، كانت صناعة النسيج أكبر صناعة في البلاد بعد صناعة النفط. اعتقد أن هناك مستقبلًا واعدًا جدًا لصناعة النسيج، شريطة أن تُحل القضايا والمشاكل الحالية في البلاد إلى حد ما.

نحن حاليًا الشركة الوحيدة التي تُنتج الراتنجات المائية وتُنتج التعاونيات النسيجية. تُستخدم راتنجاتنا بشكل رئيسي في السجاد المنسوج آليًا، والمفروشات، وتشطيب الأقمشة.

لقد تمكنا من إدارة هذا الخلل، لكن هذا لا يعني انخفاضًا في الإنتاج، بل زيادة في وقت الإنتاج. هذا يعني أن الإنتاج الذي يجب أن يُنجز في يومين، علينا أن نخصص له ٥ أو ٦ أيام، بالتنسيق مع المشتري. ■

الرئيس التنفيذي لشركة جلجهر لتطوير الحديد والصلب

الغاز: فرصة لإنتاج الحديد الإسفنجي تحولت إلى تهديد



تواجه صناعة الصلب الإيرانية، التي ركزت لسنوات على الميزة النسبية لموارد الطاقة، وخاصة الغاز الطبيعي، تناقضًا هذه الأيام؛ فالمورد نفسه الذي كان في السابق عاملاً في التنافسية أصبح الآن تهديدًا هيكليًا لإنتاج الصلب بسبب الاختلالات والسياسات غير الملائمة والرسوم الجمركية المرتفعة.

بصفته أحد الركائز الأساسية للاقتصاد الوطني، تلعب صناعة الصلب الإيرانية دورًا رئيسيًا في خلق فرص العمل، وتوفير النقد الأجنبي، والتنمية الصناعية، إلا أن هذه الصناعة واجهت تحديات عديدة في السنوات الأخيرة، تعود أساسًا إلى نقص الطاقة، وخاصة في مجال الغاز الطبيعي. تعتمد صناعة الصلب اعتمادًا كبيرًا على الغاز الطبيعي في طريقة الاختزال المباشر. وقد اختبرت هذه الطريقة، التي تمثل أكثر من ٩٠٪ من إنتاج الصلب في إيران، سابقًا لتوفر الغاز بأسعار معقولة، لكنها اليوم، مع ارتفاع الأسعار وانقطاعات التيار الكهربائي المتكررة، أصبحت تحديًا كبيرًا. إن الزيادة غير العادية في أسعار الغاز لمنتجات الحديد الإسفنجي، والتوزيع غير السليم، والانقطاعات المتكررة، إلى جانب التكاليف الخفية مثل ضريبة النقل والقيمة المضافة، قد فرضت مجموعة من الضغوط المالية على سلسلة إنتاج الصلب، والتي تتجاوز عواقبها قطاعًا صناعيًا واحدًا وتؤدي إلى انخفاض في إنتاج السبائك والحديد الإسفنجي، وتكثيف مبيعات المراكز الخام والكربات، وانخفاض الصادرات المصنعة، وفي نهاية المطاف تهديد للعمالة وقدرة البلاد على كسب النقد الأجنبي.

وفي إشارة إلى تحديات الطاقة، قال محمد محيايور، الرئيس التنفيذي لشركة جلجهر لتطوير الحديد والصلب: "إن صناعة الصلب، باستهلاك يومي يبلغ ٥٠ مليون متر مكعب من الغاز، تمثل ٥٪ فقط من إجمالي استهلاك الغاز في البلاد، حيث تستهلك مصانع الحديد الإسفنجي ٢٣,٧٥٪ منها؛ ومع ذلك، تلعب هذه الصناعة دورًا مهمًا في خلق فرص العمل وتوليد النقد الأجنبي للبلاد. وفي معرض حديثه عن آثار تحديات الطاقة، أضاف: "إن الزيادة السنوية في اختلال توازن الطاقة، والنمو غير الطبيعي في أسعار الغاز، والتكاليف الخفية مثل رسوم النقل وضريبة القيمة المضافة المفروضة عليه كمواد خام صناعية، قد قلصت هامش ربح سلسلة إنتاج الصلب، وخاصة إنتاج الحديد الإسفنجي، ودفعته العديد من المنتجين إلى حافة الخسارة. فعلى سبيل المثال، ارتفعت أسعار الغاز أكثر من ثلاثة أضعاف خلال العامين الماضيين، في حين لم تتغير أسعار منتجات الصلب إلا قليلًا". وأضاف: "في حين أن مصانع الحديد الإسفنجي بُنيت في الأصل على أساس ميزة الغاز، إلا أن هذه الميزة أصبحت الآن تهديدًا. فقد أدت التغييرات المفاجئة في أسعار الغاز وانقطاعات التيار الكهربائي إلى تعطيل التخطيط قصير وطويل الأجل، وأوقفت تطوير صناعة الصلب. حاليًا، تتجاوز تكلفة الإنتاج سعر بيع المنتجات، وحتى التكاليف العالية غير مغطاة".

وأكد: "كما أن مراجعة سياسات الطاقة، والدعم الموجه للصناعات الاستراتيجية، وتحسين استهلاك الغاز في القطاعات الأخرى، أمور أساسية للحفاظ على مكانة صناعة الصلب الإيرانية في السوق العالمية، ودعم التوظيف والاقتصاد الوطني". ■

فرم اشتراک سالیانه

● حقوقی

نام شرکت: نوع فعالیت: سال تاسیس:

● حقیقی

نام و نام خانوادگی:

نشانی کامل پستی:

.....

کد پستی ده رقمی: تلفن تماس:

دورنگار: تلفن همراه:

نشانی پست الکترونیک (ایمیل):

آیا تمایل به دریافت نسخه pdf ماهنامه از طریق پست الکترونیک را دارید؟

● خیر

● بله

به همراه ارسال نخستین شماره ماهنامه کد اشتراک شما اعلام خواهد شد.

واحد اشتراک: ۸۸۸۶۴۸۳۵ - ۰۲۱

سرمایه گذاری

۱. واریز مبلغ ۶,۰۰۰,۰۰۰ تومان به

حساب شماره: ۰۱۰۱۹۶۵۰۲۹۰۰۴

و یا شماره کارت: ۶۰۳۷-۹۹۷۳-۲۵۵۰-۹۳۱۴

و یا شماره شبدا: ۰۴-۰۲۹۰-۱۹۶۵-۰۰۱۰-۰۰۰۰-۰۱۷۰-۱۹۴۹

بانک ملی ایران به نام آقای مرتضی فغانی.

۲. ارسال تصویر فیش بانکی از طریق دورنگار به

شماره: ۸۸۸۶۴۷۲۰ - ۰۲۱

۳. هزینه ارسال مجلات با پست عادی به عهده ماهنامه

و هزینه پست سفارشی به عهده متقاضی می باشد.

۴. هزینه فوق برای اشتراک ۱۲ شماره از ماهنامه هر ماه

یک نسخه است.

دنیای

سرمایه گذاری

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت



www.dsarmaye.ir



d.sarmayeh@gmail.com



[donyaye_sarmaye](https://t.me/donyaye_sarmaye)



[@dsarmaye_ir](https://www.instagram.com/dsarmaye_ir)



WORLD OF INVESTMENT

CEO of Golgohar Iron and Steel Development Company Gas; an Opportunity for Sponge Iron Production That Turned into a Threat



Iran's steel industry, which had focused for years on the comparative advantage of energy resources, especially natural gas, is facing a contradiction these days; the same resource that was once a factor in competitiveness has now become a structural threat to steel production due to imbalances, inappropriate policies, and high tariffs.

As one of the main pillars of the national economy, Iran's steel industry plays a key role in job creation, foreign exchange, and industrial development, but the industry has faced numerous challenges in recent years, mainly rooted in energy shortages, especially in the field of natural gas. The steel industry is heavily dependent on natural gas in the direct reduction method. This method, which accounts for more than 90 percent of Iran's steel production, was chosen in the past due to access to cheap gas, but today, with rising prices and frequent outages, it has become a major challenge.

The unusual increase in gas prices for sponge iron producers, improper allocation, and frequent outages, along with hidden costs such as transit and value-added tax, have put a combination of financial pressures on the steel production chain, the consequences of which go beyond one industrial sector and lead to a decrease in ingot and sponge iron production, an intensification of raw concentrate and pellet sales, a drop in processed exports, and ultimately a threat to employment and the country's foreign exchange earning capacity.

Referring to energy challenges, Mohammad Mahiapour, CEO of Golgohar Iron and Steel Development Company, said: The steel industry, with a daily consumption of 50 million cubic meters of gas, accounts for only 5 percent of the country's total gas consumption, of which sponge iron factories consume 3.75 percent; However, the industry plays an important role in job creation and foreign exchange generation for the country.

Referring to the effects of energy challenges, he added: The annual increase in energy imbalance and the abnormal growth of gas prices, hidden costs such as transit and VAT on it as an industrial feedstock, have reduced the profit margin of the steel production chain, especially sponge iron production, and have brought many producers to the brink of loss. For example, gas prices have increased more than 3 times in the past 2 years, while the prices of steel products have changed little.

He added: While sponge iron factories were originally built based on the advantage of gas, this advantage has now become a threat. Sudden changes in gas pricing and outages have disrupted short-term and long-term planning and halted the development of the steel industry. Currently, the cost of production is higher than the selling price of products, and even current costs are not covered. He emphasized: "Also, reviewing energy policies, targeted support for strategic industries, and optimizing gas consumption in other sectors are essential to maintaining the position of Iran's steel industry in the global market and supporting employment and the national economy." ■

Khorasan Steel Complex

A Pioneer in Realizing Increased Production

Khorasan Steel Complex (KSCCO), as one of the largest industrial hubs in eastern Iran and the third largest crude steel producer in the country, plays a pivotal role in the steel supply chain. Located 15 kilometers northwest of Neyshabur, the complex serves as a key pillar of the resistance economy and industrial self-sufficiency with an annual production capacity of more than 1.6 million tons of crude steel, 2.5 million tons of pellets, and 550,000 tons of construction sections.

Despite the challenges posed by global steel market fluctuations, energy constraints, and geopolitical tensions, Khorasan Steel Complex recorded significant achievements in August and September 2025. This report examines the activities and achievements based on official data from the company's website, stock market reports, and industry news. The main focus is on production records, sales growth, environmental initiatives, social responsibilities and project development. Overall, these two months were a symbol of the collective will of employees and efficient management to leapfrog production, which led to a 7% increase in production in some units and strengthened the company's position on the stock exchange.

September 2025 was a month of sustainable growth for Khorasan Steel Complex and a focus on optimizing production processes. One of the most outstanding achievements was the monthly production record set by the pelletizing unit. According to official reports, the pelletizing unit broke the previous record by producing 9,556 tons this month, showing a growth of 7% compared to September 2024. This achievement was the result of timely supply of raw materials from Sangam mines and equipping production lines. The head of the complex, Amirreza Heyhat, described this success as a manifestation of the firm will of the employees and emphasized that this record highlights the company's potential capacity to achieve the goals of the 2025 vision.

In general, it can be said that at this complex, September 2025 was not only a numerical record, but also a symbol of integrated management and commitment to sustainability. The 7% growth in pellet production was achieved while the global steel market was facing a surplus supply from Russia and China. This success is the result of an investment of 11.1 trillion rials in equipment and the training of more than 5,000 employees. From an economic perspective, a 2-fold increase in sales on the commodity exchange, achieved the targeted 23% in 5-month income and promoted Fakhas shares three places in the list of the top 100 companies in Iran. ■



Energy imbalance has lengthened production time



In an interview with Kamyar Safinejad, one of the managers of Hinza Chemical, we discussed the company's market retention strategies and the energy issue in the country's industry. We read parts of this interview.

We must focus on providing services to customers in a way that both offers quality products at a reasonable price and makes the transaction profitable for both parties (buyer and seller). Also, providing technical information on how to use materials is very important to us.

We usually study the needs of the textile industry and based on that, we collect foreign samples and analyze them thoroughly. Then, with the knowledge we have within the company and with a complete understanding of how to use materials, we reverse engineer to make these materials ourselves. In this process, we use all domestic scientific centers and re-analyze the samples produced by us to ensure their quality. Our main goal is to produce a quality and competitive final product.

If Hinza Chemical can continue to produce and survive with high quality and provide its customers with the best possible chemical products, it will help the textile industry in Iran in every way. At present, this is all we can do.

Over time, raw materials are becoming more expensive and financing for their purchase has become very difficult. With the current situation of water, gas and electricity shortages, the companies that have managed to survive have been very capable.

At one time, textile was the largest industry in the country after the oil industry. I think there is a very good future for the textile industry, provided that the current issues and problems of the country are resolved to some extent. We are currently the only company that produces both water-based resins and textile co-operatives. Our resins are mostly used in machine-woven carpets, upholstery and fabric finishing.

We have managed this imbalance, but it does not mean a reduction in production, but rather a longer production time. This means that a production that should be done in 2 days, we have to spend 5 or 6 days on it, in coordination with the buyer.■

CEO of Mihan Pooshan Pars Company

We try to localize clothing patterns

A brand is successful when it is responsible for its quality after being delivered to the customer; therefore, the important sign of prominent manufacturers in the market is to pay attention to branding and building trust for customers. To investigate this issue further, we had a conversation with Hamid Azimi, CEO and owner of Mihan Pooshan Pars Company with the brand name ONE BY ONE, OBOCO. We read parts of this interview.

Since my father and I have been active in the export sector, we cooperate with big brands, and this cooperation in a way forces us to comply with a series of standards and principles in terms of quality, therefore, in the process of conducting various tests, 150 standards are observed. During the transfer from the customs of our country to the customs of the country of origin, the goods should not face the risk of return or non-acceptance. Also, the special standards of children's clothing are also taken into consideration and water-based prints are also used. In connection with the production clothing models, we have also tried to localize the patterns. The coding system of this company is also based on age and weight, similar to what exists in European countries, and in this case, the child's age and weight are also considered for buying this clothing.

Mihan Pooshan Pars Company exported to France, Germany, Italy, etc. until 2017, and as mentioned, its export lead goes back to the previous years, but now it is facing problems.

All over the world, the products of a brand are offered by stores or agencies under the supervision of that brand; This means that if someone intends to buy from a particular brand, he should go to the branches, agencies and sales centers under its supervision, however, in relation to the main brands, it should be cultured in such a way that people understand branding and how to supply smuggled goods in the market

I believe that in assessing this issue, we should consider the middle and upper class consumer market, which mainly pays special attention to the issue of quality and compliance with standards, and this issue prevents the producer or seller from being oblivious to the consumer's request and demand.

In our country, there is a very high capacity in the field of young workforce, but unfortunately, neglect has caused the migration of the workforce and them. The issue of labor migration is very painful and sad, and the government must have a solution to solve it, otherwise the departure of these human capitals will bring a lot of costs to the country and industries.■



Board Member of Asadi Jam Jahan Nama Trading Company Emphasizes Increasing Sales and Reducing Costs by Using E-Commerce Platforms



Relying on the years of experience and knowledge of its experts, Asadi Jam Jahan Nama Trading Company operates in various fields including food, medicinal plants, building materials, and export and import of licensed goods, and its main focus is to meet the needs of the domestic and foreign markets and establish sustainable business relationships with business partners around the world. In the field of food, as a major supplier, the company provides a wide range of food products to consumers and the food industry. It also produces and supplies high-quality products in the field of medicinal plants, utilizing traditional and modern knowledge, and in the building materials sector, it helps various construction projects by providing high-quality products and appropriate after-sales services. We read parts of our conversation with Dr. Salar Asadi, Board Member of Asadi Jam Jahan Nama Trading Company.

Entering international markets, especially a dynamic and competitive market like Turkey, comes with many challenges. Our company has also faced obstacles along the way. Each country has its own laws and regulations that must be carefully followed.

Adapting products to local standards can also be challenging. The Turkish market is very competitive and many companies operate in it; therefore, to succeed, you must offer unique added value to customers. In general, entering international markets is a complex and challenging process, however, with careful planning, continuous effort and flexibility, existing obstacles can be overcome and success can be achieved.

Our company seeks to identify products and services that are in high demand in the Turkish market and other countries in the region. Also, attending regional and international trade fairs and events is a good opportunity to introduce products and services to potential customers and establish connections with new business partners. It is important to hold periodic meetings and negotiations with business partners to review past performance and plan for the future.

On the other hand, using e-commerce platforms to sell products and services to customers in different countries can help increase sales and reduce costs. In addition, using export insurance to cover risks arising from currency fluctuations, sanctions, and other political and economic factors can help reduce investment risk. ■

Director of Hinza Chemical Company Capturing export markets depends on government support



In an interview with Hossein Zamani Abyaneh, Director of Hinza Chemical Company, we examine the activities of this company and the general situation of the country's textile industry, as well as the challenges and opportunities of this industry. We read parts of this interview.

From the beginning of our establishment, our goal was to make exports our target market, but due to currency problems, we did not have much success in this regard. Currently, we are focusing more on the domestic market.

From our point of view, financial profit is not always an issue, and sometimes customer satisfaction is much more important to us. Retaining customers that we have tried to attract for years is of great importance. We try to keep customers satisfied in every way, both in terms of price and quality. Even if in some cases our prices are higher than those of our competitors, we reduce our profit margin to retain customers.

We have made significant progress in the production of silicone softeners. We have been working on these materials for about a year and fortunately we have reached mass production and customers have also been satisfied with their quality. Currently, we are working on producing various types of silicone and non-silicone defoamers and we are in the laboratory stage. These defoamers have a wide range of applications, they are used not only in the textile industry but also in industries such as oil. If we can also complete the production of these products, it can be very useful.

For each material we produce, we have a defined standard, considering the use case and our knowledge of the consumer's production line. With this precise knowledge of the textile production line, we have detailed quality control reports for each material produced, which are prepared by the quality control officer and submitted to the office. We always try to stay within the standard range we have defined.

Currently, our team includes doctors of chemistry who are closely related to research centers. Since advanced analysis devices are very expensive and we cannot afford to buy all of them, we send our materials to these centers. Also, there is a good exchange of information between our experts and the experts of the research centers.

We do not have much wastewater, but we treat the same amount of wastewater with our pre-treatment device and then transfer it to the industrial estate treatment plant. There, another stage of treatment is also carried out and the final wastewater is released. So, as far as possible, we do not allow pollution to enter the environment.

To move forward, the government should be kinder to the industry. I have always said that if we want to progress, we should exempt production from taxes. Remove all the pressure from the producer and avoid VAT and performance tax. If we are really going to progress and take over the export markets, the government should make it so that the producer can operate freely. ■

Chairman of the Board of Directors of Padideh Tabar Company

Facilitating Economic Transactions Using Cultural Capacities



One of the issues of concern in the economic field is paying attention to cultural and educational capacities and their proper use, which, thanks to the introduction of new technologies and new ideas, has led to the launch of

businesses, companies, and also a transformation in the educational field, which is improving the conditions of businesses that need the services of these companies and use them to achieve scientific and research goals. To further examine this issue, we had a conversation with Dr. Zeinab Habibi Tabar, Chairman of the Board of Directors of Padideh Tabar Company. We are reading parts of this interview.

Since each member of the family had studied in a field, we tried to enter the educational industry, where leading and large companies were active, relying on our existing abilities, so we turned to research for 6 months, which resulted in the invention and creation of the semitheater approach in the education industry.

For 11 years, Padideh Tabar Company has added research, consulting, educational and cultural approaches to this industry. This company is actually the inventor of the company's semi-theater approach. It was also honored by the Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare at the Ministry's Labor and Entrepreneurship Festival in 2017 and was named one of the most influential and entrepreneurial companies.

In each of the friendship associations of Iran and other countries, individuals and businesses have the ability to participate. However, I also monitor the activities of the association from the outside as an observer and am constantly reviewing the conditions to facilitate the process of cooperation in order to achieve the goals of the association, because the nature of friendship associations is focused on carrying out social and cultural activities. We are trying to provide a platform to help government institutions, culture, and actualize the country's capabilities through various festivals and the tourism industry, looking at beautiful Iran and the countries in which the friendship association is being formed.

In a country like Iran, which is very strong in terms of culture, history, and energy resources, and has a wide variety and abundance, it is necessary to provide better opportunities for introduction and facilitate matters for more sustainable cooperation. If a space is provided to introduce the country's capacities through festivals, events, and inviting tourists, it will be both a good basis for introducing people and a good platform for influencing different sectors and a basis for discovering cultural similarities between countries, and most importantly, conducting economic transactions. ■

World of INVESTMENT

CEO of "Asadi Jam Jahan Nama Trading" stated

Digitalization of business processes with the help of knowledge-based companies

"Asadi Jam Jahan Nama Trading" started operating in Tehran in the early 2000s. The company was initially established with the aim of understanding domestic markets and then with the aim of facilitating international trade and providing Iranian food export services to global markets, and its focus was on product quality and creating mutual trust among international customers. In order to learn more about the activities of this company, we have conducted an interview with Dr. Tahereh Soleimani, CEO of "Asadi Jam Jahan Nama Trading". We read parts of this interview.

The company's services include supply chain management, compliance with international standards, and full support for customers at all stages of import and export. Our goal is to introduce Iranian culture and taste to the world. One of the important goals of "Asadi Jam Jahan Nama Trading" is sales without intermediaries, which helps economic operators achieve competitive prices by reducing additional costs caused by the presence of intermediaries. This method has created greater transparency in the food supply chain and strengthened direct communication between producers and buyers. As a result, while creating trust between the parties, it has provided more opportunities for sustainable development, which is very important in our country's economic cycle.

The use of smart platforms is also another part of the company's activities, including customer management software such as CRM for professional management and communication and tracking of requests.

The reason why knowledge-based companies are important in business is that they have a series of innovations in products and services. These companies have introduced new products and services that better meet the changing needs of the market by using new technologies. For example, the use of Snap and artificial intelligence has transformed global trade in many cases. In addition, the digitalization of trade has also played an important role; that is, knowledge-based companies have played a significant role in the digitalization of business processes. A number of management and business applications have created advanced systems that have made international interactions faster and easier. In some cases, startups and knowledge-based companies have reduced production costs and increased productivity. Knowledge-based companies have shone brightly. With the expansion of technology and the increasing demand for innovative services, it is predicted that the role of these companies in domestic and international trade will become more prominent in the future. The presence of knowledge-based companies and startups not only contributes to economic growth, but also improves the country's position in the global value chain. The new technologies created by these companies, especially in the fields of trade and transportation, are remarkable. With this technology, it is even possible to check the temperature of refrigerated containers at home so that products are not damaged on the way. ■



Life Insurance Sales Manager

«Alborz insurance»

“Selling at any cost” is crippling the insurance industry



In the complex world of financial services, the insurance industry is known for its unique nature; a commitment to protection against unpredictable risks. The true measure of an insurance company's performance is the customer experience and how its professional sales network plays its role. With this in mind, we spoke to Mokhtar Nasseri, the life insurance sales manager. Over the years of his work in this industry, he has designed various insurance products in the field of life insurance, and these products have been launched in several insurance companies. In addition to product design, he has also tried to train the sales networks of these companies and empower them in the field of life insurance sales. We read parts of this interview.

Personal development training is also the most important and main step in our training. In addition to technical training and selling insurance policies, we consider developing individuals in terms of personality. If the development of the representative's personality is not done properly, our training will have no effect on changing the sales process of the sales network. In principle, it is based on this training that education turns into knowledge in the individual and the individual can apply it correctly in his life. Therefore, we should spend the most time on the training of the individual's personal development, and if this part is done correctly, we will definitely have the least problems and concerns at other levels.

The success factor of life insurance in recent years and its third place in the insurance industry, after health and third-party insurance, is due to the new sales networks of the insurance industry and not the traditional sales network. Those sales networks that have been created by insurance companies in recent years, considering the sales structure of the network they have, have been able to attract and train a wide network of people.

To maintain the long-term interests of the company and customers, we definitely need a professional and capable sales network. If the sales network does not have sufficient capacity to properly supply products, the company itself will eventually suffer, causing dissatisfaction among the people.

This weakness in the sales network can be of two aspects. Lack of awareness at the time of sale is one of these aspects; meaning that representatives may not know the product properly at the time of sale or may not be able to introduce it correctly to the customer. Providing incorrect information is the second aspect; in some cases, information may even be given to the customer that is not true and can lead to severe dissatisfaction of our customers at the time of loss. Therefore, insurance companies should give their first priority to the correct and proper training of representatives. If this training is done correctly and based on principles, we will definitely have more capable growth conditions in the future, policyholders will be more satisfied, and we can grow much better in the insurance industry and provide more appropriate and better services. This approach means avoiding “selling at any price.”■

Medical Director of Saman Insurance

Saman Insurance is among the top family medical sellers



The insurance industry, especially in the field of medical care, is facing countless challenges and opportunities. Now, considering these challenges, the questions are how to optimize services in this turbulent path? We discussed and examined these questions in an exclusive interview with Jamil Seydi Moradi, Medical Director of Saman Insurance. We read parts of this interview.

In the current state of the insurance industry, the medical insurance field is known as an entry point and a key tool for insurance companies to attract all insurance matters of customers. Therefore, it is necessary that the medical insurance manager, in addition to having complete knowledge of the medical insurance field, be able to identify other insurance needs according to the needs of the insured. Coordination with colleagues and holding effective meetings with insureds can greatly help attract other portfolios.

Yes, if we refer to the historical records of the growth of health insurance in the insurance industry, we will find that over 90% of the years since this field was included in the insurance product portfolio, it has always had high losses and in general the insurance industry has not yet been able to keep the losses of this field at a desirable level. This is very decisive.

By using online systems, we can avoid collecting documents, sending them to the insurance company by the patient, and manual evaluation. The evaluation process itself will also be done intelligently and online. In my opinion, in the near future, many jobs and working methods such as claims assessors will be transformed.

By using tools such as Data Mining and Process Mining, we can analyze existing processes, especially in the area of claims handling. Based on the records recorded in the claims system, the weaknesses and strengths of the processes are identified.

At Saman Insurance, with the help of colleagues from the Actuarial Management and Data Analysis Unit, we try to examine the statistical distributions, both in terms of the number of visits and the amount of each service. For example, the visit service is very widely used and a high percentage of insured people definitely use it.

As one of the first companies to enter the family products market in the field of health insurance, Saman Insurance has been operating in this field for more than 8 years and continues to provide this service. This was a very important step, because in general, supplementary health insurance was mainly purchased by employers, offices, factories, companies and organizations for their personnel and family members, and most people who were self-employed or even worked in small businesses were deprived of having these services. Saman Insurance took this bold step and has been providing services to this group of compatriots in this field for about 8 years now.■

The CEO of the cryptocurrency exchange BitPin stated that the government should view cryptocurrency exchanges as an opportunity, not a threat



The increasing conflict between legislation and user trust, as well as hidden opportunities amid oppressive sanctions, has faced many challenges for cryptocurrency activists in Iran. We read parts of an interview with Ali

Jahani, CEO of the cryptocurrency exchange BitPin.

BitPin officially entered the market in April 2021, but infrastructure measures had begun in July 2020. Currently, this exchange has more than 250 employees and more than 5.5 million users in Iran. Most of the activities that started working with us and are currently in our technical team are graduates of the electrical field, especially PhDs in telecommunications from Sharif University of Technology. The important point here is that the electrical field, due to its proximity to software, hardware, and especially cryptography (in the telecommunications sector), attracts experts in the field of blockchain and cryptocurrencies, and the attractiveness of this field, especially for solving complex and high-tech problems, is the main reason for attracting these people.

Although the recent war may have affected the market, I see the prospects for the cryptocurrency market much further. The volume of the cryptocurrency market in the world is close to \$ 4 trillion, which is approximately 3% of the volume of the world's stock market. The stock market has been operating for hundreds of years, but Bitcoin, as the world's oldest cryptocurrency, was introduced to the global market in 2009. This shows that we are at the beginning of the path of accepting cryptocurrencies in the minds of investors.

I think there should be a subsidiary body of the Ministry of Economic Affairs and Finance to supervise the cryptocurrency sector under the supervision of this ministry. This institution has been formed and members of the guild and individuals from the Ministry of Economy, the Stock Exchange, and the Central Bank should be represented in that institution. My expectation is that the government and the regulator will see this area as an opportunity. This is an opportunity for the people of Iran, and the field of cryptocurrencies should not be viewed as a threat.

The BitPay Academy has been operating for about 3 years, which is actually our educational showcase. In this academy, we provide comprehensive articles, news, analyses, webinars, and educational videos.

My greatest wish and desire is that the government will see the field of cryptocurrencies as an opportunity and cooperate with us. This area has huge potential for the country and the people, and with support and cooperation, we can make the most of this opportunity and minimize the risks. Neglecting and not supporting the domestic ecosystem will only cause users to migrate to foreign platforms and lose this opportunity for the country; so let's sail this ship together to the desired shore. ■

Gulf Stock Markets in Focus Positive Performance of Gulf Stock Markets in September 2025

Stock markets in the Gulf Cooperation Council (GCC) countries performed generally positively in September 2025, driven by expectations of a US interest rate cut, increased global risk appetite, and local reforms such as the easing of foreign ownership restrictions in Saudi Arabia. However, these markets were affected by oil price volatility and geopolitical tensions in the Middle East, particularly the war in Gaza, which increased the correlation between geopolitical risks and market volatility by 32.28%.

The Gulf countries have 6 major markets that performed differently in September; Saudi Arabia (Tadawul - TASI): The main TASI index experienced its biggest daily jump since 2020, rising 5% on September 24, on reports of a reduction in the foreign ownership limit from 49% to 100%. This could attract net inflows of \$9.5 billion to \$10 billion from the MSCI and FTSE indices. The index closed at 11,503, its highest since May 2025, and posted a positive monthly return; although its annual return fell 9.6 percent due to the drop in oil prices. The financial sector led the way, with companies such as Aramco and Al Rajhi taking profits.

Dubai Financial Market (DFMGI): The index fell 3.7 percent to 5,839.6 points, reducing its annual return to 13.2 percent, but remains one of the strongest markets in the Gulf. The real estate sector was under pressure, with Emaar down 0.7 percent. But ALEC Holdings' initial public offering was a success, raising 7 billion dirhams. The market value reached 995 billion dirhams, up 9.7 percent in the first half of the year.

UAE (Abu Dhabi Securities Exchange - ADXGI): The index, with a slight increase, had an annual return of around 7.3%, supported by strong profits in banks such as First Abu Dhabi Bank. It fell on some days due to tensions, but maintained a high P/E ratio of 23.52x.

Qatar (QE Index): The index rose 0.7% to 11,307.9, supported by the banking (+1.2%) and industrials (+0.8%). Doha Bank (+4.4%) made gains, while Qatar Islamic Bank fell 2.6%. The annual return was 1.09%, with a focus on gas and financial services.

Kuwait (All Shares Index): The index, with a slight increase, maintained its regional lead with an annual return of 19.5%, supported by initial public offerings in technology and insurance. It fell 0.2% at the start of the month, but recovered with foreign flows.

Oman (MSX30): The index rose 0.1% to 5,123.6, led by the industrials sector (+0.4%). The annual return was 13.2%, with a low P/E ratio of 10.2x and a focus on renewables.

Bahrain (BHB Index): The index fell 0.1% to 1,923.4, with losses in GFH (-3.5%). Its P/E ratio was 11.7x, with a focus on financial services. ■



Dr. Mehdi Safi – Associate Professor at Color Research Institute

From Idea to Market; the Difficult Path of Turning Science into Wealth in Iran

In the modern economy, the path to wealth creation no longer passes through land and natural resources, but through knowledge and technology. Countries that realized earlier that “science” can be the engine of economic growth instead of oil have innovative and sustainable economies today. Iran, with its huge support of academic research and specialized human resources, is also on the verge of such a transformation; provided that investors are bolder in coming to the field. A large part of the research findings in the country’s universities and research institutes have a high potential for commercialization, and this is the point where smart investors can step in and create economic value from “raw knowledge.” In fact, research is a mine of hidden opportunities for those with a long-term view. But how can the country’s scientific capacity be used for profitable investment?

1-Identifying market-ready technologies Not every research is investable. You need to understand the technology maturity level (TRL) and look for projects that have moved beyond the laboratory stage and reached a semi-industrial or pilot model. Direct cooperation with research institutes and technology transfer offices (TTOs) is the best way to identify such opportunities.

2- Economic analysis and return on investment (ROI) Scientific investment should also be accompanied by calculating profits and losses. If any research project is analyzed with a careful assessment of the market, development costs, and return on investment time, it can generate multiple returns. Many ideas are profitable, but because a clear economic indicator has not been defined for them, they remain hidden from the eyes of investors.

3-Entering the venture capital ecosystemThe nature of research is associated with risk, but this risk is the source of innovation. Bold joint funds between industry and academia can open the path to technology ownership and long-term profits for investors by sharing risk. In the world, these same models have led to the birth of multi-billion dollar technology companies.

4-Presence in accelerators and innovation centers Accelerators are a bridge between ideas and the market. Investing in this space means participating in the process of creating a product, not buying the final result. Such participation makes monitoring the development process easier and the return on investment more transparent.

5-Protection of intellectual property and patents Patent registration is a shield for protecting scientific capital. Investing in patentable designs is, in fact, buying a share of the future of the market. In Iran, this field still has a high potential for growth and profitability.

6- Creating a communication network between universities, industry and capital Without effective communication between researchers and economic activists, ideas remain in the laboratory and capital sleeps in banks. Creating a three-way network between research, industry and investors is the key to turning science into wealth. In recent years, there have been successful examples in the country. Knowledge-based companies in the fields of nanotechnology, medicine, and paint have been able to reach the export market through scientific research. If Iranian investors see research as a source of wealth creation, the country’s economy will move from a stage of dependence on resources to a stage of value generation from knowledge. The future belongs to those who realize early that research is the safest and most profitable asset for investment.■

CEO and Vice Chairman of the Board of Directors of “Omid Investment” Company emphasized The need for smart connection of capital to innovation and sustainable growth



In an era where artificial intelligence and constructive competition have taken the pulse of innovation in the capital market, we are witnessing a fundamental transformation in the way capital is connected to growth opportunities. By

providing integrated and smart services, new approaches operate beyond the traditional frameworks of financial institutions and introduce themselves as efficient platforms for directing financial resources towards profitable and productive projects. In this regard, we had an interview with Mohsen Mousavi, CEO and Vice Chairman of the Board of Directors of “Omid Investment” Company. We read parts of this interview.

“Omid Investment” Company has been listed on the Stock Exchange since 2011. It is important that a capital financing company, which provides various financing and investment services, also believes in transparency and has fully disclosed all its financial information, expenses and revenues from the very beginning of its listing on the stock exchange. Omid Capital Financing has played a facilitating role for companies to enter the stock exchange for many years and has tried to help develop the market by increasing the depth of the market and the number of companies admitted in each industry. Most of the companies that were part of our family and were in our group have been admitted by Omid Capital Financing, and we are still active, especially in mining companies, and we try to help them finance themselves by listing them on the stock exchange and to make it easy for retail shareholders to compare and choose different companies for investment.

In the past years, “Omid Investment” Company has been operating well, focusing on financing various projects and companies, and the largest number of financings have been through the issuance of bonds, including Ijarah bonds and Qard-ul-Hasana bonds.

In addition, we have also provided financing in various industries, including pharmaceuticals, oil and gas, petrochemicals, and mining companies.

Last year, with great effort, we converted one of our funds into an exchange-traded fixed income fund (ETF), known by the symbol “Asan”. Also, our “Ganjane Mehr Fund” is working to diversify the portfolio and provide more services to investors, of course with the approval of the Stock Exchange Organization.

Inflation and interest rates have a direct impact on the financing industry. The more volatile or rising interest rates are, the more challenging the industry will be.

We have launched the first intelligent assistant using artificial intelligence and will enable it on all our sites and social networks.■

The effects of the snapback mechanism on Iran's economy and the growth of industry and trade



Dr. Morteza Faghani
Member of Tehran
Chamber of Commerce

Since the US withdrawal from the JCPOA, European countries including France, Germany and the UK have not fulfilled their commitments towards Iran and finally activated the snapback mechanism against our country in September 2025, and thus, the sanctions will be implemented from October. This measure, while unilateral US sanctions have been in place since 2018, imposes a new layer of economic pressure on Iran. It is claimed that these sanctions include a ban on arms trade, inspection of shipments and financial restrictions, which, although they do not directly restore oil sanctions, have severe psychological and diplomatic effects on the economy. Economic analyses show that the implementation of the snapback mechanism could reduce Iran's economic growth to below 2 percent and increase inflation to more than 43 percent, while foreign exchange resources become more limited and access to global markets becomes more difficult.

According to available statistics, Iran's economy depends on oil and petrochemicals for about 25 percent of its gross domestic product (GDP), and the economy is therefore hit by export restrictions. In 2024, Iran's oil exports reached a record 580 million barrels, the bulk of which, 533 million barrels or 91 percent of total exports, went to China. This volume, equivalent to 1.5 million barrels per day (bpd), generated about \$53 billion in revenue; however, the activation of the snapback mechanism could reverse this trend. Reuters reports predict that the new sanctions will reduce oil exports to below 1 million barrels per day, similar to the decline from 2.2 million to less than 1 million between 2011 and 2014. In 2025, the US Treasury Department sanctioned more than 50 ships and entities allegedly associated with Iran's "shadow fleet," raising shipping costs by 20 to 30 percent and cutting oil revenues by \$50 billion annually. As a result, the government's foreign exchange resources will become more limited, and the budget deficit will increase from 4 percent of GDP in 2024 to 6-7 percent in 2025, which will ultimately exacerbate inflation.

Meanwhile, foreign trade will also face difficulties. Iran's trade balance had a surplus of \$31.3 billion in 2023 with \$97.4 billion in exports and \$60.3 billion in imports, but reached a deficit of \$934 million in the fourth quarter of 2024. These restrictions will disrupt the supply chain and increase production costs by 20 percent, which will ultimately lead to a decrease in trade competitiveness.

Overall, the implementation of the snapback mechanism could expose the Iranian economy to a cycle of stagnation, inflation, and isolation, as oil and petrochemical revenues and government resources are limited and industrial growth slows down. Therefore, unless policies are adopted to support households, diversify, and also try to resolve political differences, the livelihoods of millions of Iranians will be affected. ■

Zangezur Corridor; Economic Threat and Diplomatic Opportunity



Farhad Amirkhani
Editor-in-Chief

For several years, our country Iran has been the focus of attention of all stakeholders, including traders and businessmen from countries such as Russia, Belarus, Armenia, Azerbaijan, Turkmenistan, Uzbekistan, Kyrgyzstan, India, China, etc., due to the North-South Corridor and the war between Russia and Ukraine.

One of the vital links of this corridor in the western branch, which connects our country to the corridors of the northern lands, is the Zangezur Corridor. The construction and operation of this corridor was entrusted to the United States of America for 99 years on August 7 of this year through an agreement between the two countries of the Republic of Azerbaijan and Armenia.

The importance of the Zangezur Corridor is not hidden from anyone; this corridor is considered a key transit point for our country, which provides access to global markets, including the Caucasus region and Asian countries. Trade connections, transportation capacities, security issues on the northern borders, as well as the existence of economic opportunities, are a small part of the capacities that exist in this region.

According to customs statistics, before the signing of the agreement between the three countries, the volume of Iran's land trade with the Caucasus countries and Russia had grown by more than 25 percent compared to the same period last year. With the increase in truck traffic and other export cargo, this crossing, with an income capacity of about one and a half to two billion dollars, has generated more than 500 million dollars in income for our country.

Although this crossing is of particular importance to our country from an economic perspective and this economic capacity is currently facing a threat, what has now intensified these concerns is the presence of the United States and NATO in this strategic crossing close to our country's borders, which, if controlled, will practically render part of the north-south corridor of Iran and the east-west corridor of the country ineffective.

New changes are currently taking shape in the region that were previously unheard of. New political equations are taking place in all four corners of Iran, and managing these changes is not the responsibility of the private sector, but rather the responsibility of the authorities. For this reason, it is necessary for the authorities to be more present in these regional equations than in the past and, far from various excuses, to try to play a role in this new geopolitical order of the region.

At present, it seems that, like other threats that have engulfed our country, there are no shortage of opportunities within the threats. Certainly, with intelligent, consistent, and effective diplomacy, we can now gain opportunities from these threats and, by properly interacting with the main players and using Iran's unique corridor and border capacities, create economic security and a more stable future for our country in this part of the region. ■



“World of Investment” A smart choice to enter the Iranian business market

Iran, a country with a civilization spanning thousands of years and with a strategic geographic location, has many opportunities and capabilities to invest in oil, gas, minerals and various industrial infrastructures. The presence of diverse climates and rich historical monuments added to it unique tourist attractions. In addition, Iran's convenient and cheap access to more than one billion people in the world in its neighboring countries and via the Silk Road, created a special export advantage for us; therefore, smart entry in various sectors like industry, services, trade and new companies can bring huge profits to the investors.

“World of Investment” seeks to provide a clear new window into the growing Iranian economy, full of innovative opportunities, by providing clear and honest information as a trusted advisor. Direct communication with companies active in the Iranian business environment, particularly in the fields of industry, energy, services, transportation, finance, finance and insurance, as well as innovative business, utilizing the expertise of experts along with hiring young, enthusiastic and expert journalists to investigate issues from the point of view of industrialists and entrepreneurs Iranians, considered the main task of the “World of Investment” magazine.

“World of Investment” is proud that the first Iranian magazine published in three languages per month in Persian, English and Arabic languages is published by the private sector and widely distributed in the Iranian business sector. Dear Readers; we value your trust, our efforts to continually improve and increase your satisfaction are part of this group's roadmap better respond to the needs of our audience.

Dear readers, you can contact us to include your content and advertisements.

Selected Topics In This Number



CEO and Vice Chairman of the Board of Directors of “Omid Investment” Company emphasized
The need for smart connection of capital to innovation and sustainable growth



The CEO of the cryptocurrency exchange BitPin stated that
the government should view cryptocurrency exchanges as an opportunity, not a threat



Life Insurance Sales Manager «Alborz insurance»
“Selling at any cost” is crippling the insurance industry



Medical Director of Saman Insurance
Saman Insurance is among the top family medical sellers



Chairman of the Board of Directors of Padideh Tabar Company
Facilitating Economic Transactions Using Cultural Capacities



CEO of “Asadi Jam Jahan Nama Trading” stated
Digitalization of business processes with the help of knowledge-based companies



Board Member of Asadi Jam Jahan Nama Trading Company Emphasizes
Increasing Sales and Reducing Costs by Using E-Commerce Platforms



CEO of Golgozar Iron and Steel Development Company
Gas; an Opportunity for Sponge Iron Production That Turned into a Threat

Concessioner and Chief Executive Officer:

DR. Morteza Faghani

Editor In Chief:

Farhad Amirkhani

Commercial Manager:

Sara Nazari

Translator:

Said Edalatjoo

Contact Us

Add: Unit 3 , No 27, Marzban Nameh
Alley, Shahid Mofatteh Ave. Tehran, Iran

Zip Code: 1588866344

Tel: +9821 -88864835-37

Fax: +9821 -88864720

To receive the full version of the monthly,
please refer to the following

news site: www.dsarmaye.ir

E-mail: d.sarmayeh@gmail.com

سرمایه‌گذاری منحصر به فرد

انواع صندوق‌های سرمایه‌گذاری



صرافخانه

این سرمایه‌گذاری ، به ثمر می‌شیند



صرافخانه

شرکت تضامنی صرافان
جواد ذکری دانا و شرکا

شماره ثبت: ۳۳۴۲۱۰





بانک صنعت و معدن

بانک پیشرفت و توسعه

تیم بانک دیجیتال بانک صنعت و معدن

تحوّلی در پیشرفت و توسعه



روابط عمومی و امور مشتریان

سامانه یکپارچه پاسخگویی: ۰۲۱-۸۴۹۸

www.bim-prd

www.bim.ir