

مزیت‌های استراتژیک صادرات دارو

صادرات دارویی توسط شرکت‌هایی مانند تیپیکو نه تنها منابع ارزی پایدار ایجاد می‌کند بلکه استانداردهای جهانی را به تولید داخلی تحمیل کرده و به ارتقای جایگاه علمی و صنعتی ایران در عرصه بین‌المللی کمک می‌کند



▲ نمونه داروهای تولیدی هلدینگ تیپیکو

صنعت داروسازی ایران طی سال‌های اخیر توانسته مسیر تازه‌ای در عرصه اقتصادی کشور بگشاید؛ مسیری که فراتر از تأمین نیاز داخلی، در پیچه‌های بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی راه روی شرکت‌های ایرانی باز کرده است. در حالی که بسیاری از کشورها برای تأمین امنیت دارویی خود، وابستگی شدیدی به واردات دارند، ایران با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، تربیت نیروی انسانی متخصص و بهره‌گیری از دانش پژوهشی بومی، توانسته خود را به بازیگری قابل توجه در بازار دارو تبدیل کند. این دستاورد نه تنها به خود کفایی منجر شده بلکه امکان حضور مستمر در بازارهای خارجی را نیز برای شرکت‌های دارویی فراهم کرده است.

از ابتدای سال ۱۴۰۴ تا پایان مردادماه، گروه دارویی در بازار سرمایه موفق شد ۱,۴۰۹ میلیارد تومان صادرات ثبت کند؛ آماری که نشان دهنده رشد ۴۵ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته است. سهم شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ تیپیکو وابسته به شستا ۵۸۷ میلیارد تومان (۴۲ درصد از کل صادرات) بوده است. این ارقام صرفاً آمار اقتصادی نیستند؛ بلکه نشانه‌ای روشن از جایگاه پررنگ تیپیکو در توسعه بازارهای خارجی و ارتقای اعتبار برندهای ایرانی در سطح جهانی به شمار می‌رود.

پیششاری در عرصه صادرات

جزئیات عملکرد شرکت‌های زیرمجموعه تیپیکو نشان می‌دهد که شرکت تولید مواد اولیه داروپخش (دتماد) با صادرات ۲۰۰ میلیارد تومان پیششار این حوزه است. تمرکز دتماد بر تولید مواد اولیه دارویی، نقش حیاتی در تأمین نیاز بازارهای منطقه‌ای و کشورهای همسایه ایفا می‌کند و آن را به یکی از بازوهای اصلی ارزآوری شستا بدل کرده است. این شرکت با تولید محصولاتی که در خط مقدم تأمین داروی کشورهای منطقه قرار دارند، توانسته اعتماد شرکای خارجی را نیز جلب کند. پس از آن، شیرین دارو

(دشیری) با صادرات ۱۴۶ میلیارد تومان جایگاه دوم را به خود اختصاص داده است. این شرکت با تمرکز بر تولید داروهای گیاه شیرین بیان و داروهای تخصصی مرتبط با سلامت دستگاه گوارش، در حال تثبیت حضور خود در بازارهای بین‌المللی است و با هر محموله صادراتی، برند ایرانی را در ذهن مشتریان خارجی حک می‌کند. در ادامه، داروسازی ابوریحان (دایور) با صادرات ۱۱۵ میلیارد تومان، توانسته جایگاه خود را در حوزه داروهای تخصصی حفظ کند. محصولات این شرکت در زمینه داروهای قلب و عروق و مکمل‌های تخصصی، نمونه‌ای از توانمندی علمی و تولیدی ایران در حوزه داروسازی پیشرفته است.

شرکت‌های دیگری چون پارس دارو (دپارس)، داروسازی فارابی (دفارا) و داروسازی اکسیر (دلر) نیز با صادرات به ترتیب ۵۷,۲۲ و ۱۷ میلیارد تومان، حضور مستمری در بازارهای خارجی دارند و سهم خود را در معرفی برند ایرانی به دنیا ایفا می‌کنند. در کنار آن، شرکت‌های کوچک‌تر نظیر دارویی ره‌آورد تأمین (دره‌آور)، داروسازی دانا (دانا) و شیمی دارویی داروپخش (دشیمی)، هر یک با یک میلیارد تومان صادرات، گرچه سهم اندکی در کل آمار دارند، اما نشانه‌ای از استراتژی بلندمدت برای گسترش فعالیت‌های صادراتی و حضور مستمر در بازار جهانی محسوب می‌شوند.

این مجموعه فعالیت‌ها نشان می‌دهد که تیپیکو تنها به افزایش ارقام صادرات بسنده نکرده، بلکه با توجه به تنوع شرکت‌ها و محصولات، توانسته ساختاری مستحکم و پایدار برای صادرات دارویی شکل دهد. این تنوع باعث می‌شود در شرایط تغییرات بازار یا قوانین بین‌المللی، جریان درآمدی شرکت‌ها به‌طور نسبی حفظ شود و ریسک کاهش صادرات کاهش یابد.

مزیت‌های استراتژیک صادرات دارویی

صادرات دارویی تیپیکو چندین مزیت کلیدی دارد که اثرات

آن را می‌توان در لایه‌های مختلف اقتصادی و استراتژیک مشاهده کرد. نخستین مزیت، تأمین پایدار منابع ارزی است. منابع ارزی حاصل از صادرات، در شرایط نوسانات اقتصادی داخلی، جریان نقدینگی مطمئنی ایجاد می‌کنند که به سرمایه‌گذاری در تولید داخلی و توسعه خطوط جدید تولید کمک می‌کند.

دومین مزیت، ارتقای اعتبار برندهای ایرانی در بازار جهانی است. حضور مستمر در بازارهای بین‌المللی و کسب رضایت مشتریان خارجی، به تدریج باعث می‌شود داروهای ایرانی به جایگاه قابل توجهی در کنار برندهای بین‌المللی برسند. این موضوع علاوه بر اثر اقتصادی، وجهه علمی و صنعتی ایران را نیز تقویت می‌کند.

مزیت دیگر، الزام شرکت‌ها به رعایت استانداردهای سخت‌گیرانه جهانی است. شرکت‌هایی که به صادرات می‌پردازند ناچارند کیفیت تولید خود را مطابق با معیارهای بین‌المللی نگه دارند. این فرآیند، نه تنها به افزایش کیفیت داروهای صادراتی می‌انجامد، بلکه داروهای عرضه‌شده در بازار داخلی نیز از استانداردهای بالاتری برخوردار می‌شوند. در واقع، بازار دارو به دلیل حساسیت‌های ایمنی و اثربخشی محصول، یکی از چالش‌برانگیزترین صنایع جهان است و دستیابی به صادرات میلیاردری در چنین شرایطی، نشانه توانمندی بالایی شرکت‌های ایرانی است.

علاوه بر این، صادرات موجب توسعه خطوط تولید و جذب سرمایه‌های تازه می‌شود. افزایش ظرفیت تولید برای پاسخ به تقاضای خارجی، به‌اشغال‌زایی گسترده و تثبیت صنعت داروسازی کمک می‌کند. همچنین، ورود به بازارهای متنوع، ریسک اتکا به یک بازار خاص را کاهش می‌دهد و ثبات بیشتری در درآمدزایی ایجاد می‌کند.

سطح کلان، این فعالیت‌ها به ارتقای جایگاه ایران در زنجیره جهانی دارو کمک می‌کنند. هرچه سهم ایران در بازارهای خارجی بیشتر شود، نفوذ اقتصادی و استراتژیک کشور نیز

تقویت می‌شود. در واقع، صادرات دارویی نه تنها به معنای درآمدزایی، بلکه ابزار تقویت قدرت صنعتی و علمی کشور در عرصه جهانی است.

تنوع محصولات و کاهش ریسک

یکی از عوامل اصلی موفقیت تیپیکو در صادرات، تنوع محصولات است. برخلاف صنایع دیگر که تمرکز صادراتی بر یک یا دو محصول است، شرکت‌های زیرمجموعه شستا با طیف گسترده‌ای از محصولات در بازارهای خارجی حضور دارند. بخش مهمی از این صادرات به مواد اولیه دارویی اختصاص یافته است. دتماد (تولید مواد اولیه داروپخش) با صادرات ۲۰۰ میلیارد تومان نشان داده است که ایران می‌تواند نقش کلیدی در تأمین مواد اولیه دارو در منطقه داشته باشد. این مواد اولیه، نه تنها برای تولید داروهای داخلی ضروری‌اند، بلکه برای کشورهای دیگر نیز اهمیت دارند و ایران را به بازیگری استراتژیک در زنجیره جهانی تأمین دارو تبدیل کرده‌اند. در کنار مواد اولیه، داروهای عمومی (ژنریک) سهم بزرگی از صادرات را تشکیل می‌دهند. این داروها با کیفیت مناسب و قیمت رقابتی، جایگزینی ارزشمند برای برندهای بین‌المللی محسوب می‌شوند و بازار کشورهای همسایه و منطقه را پوشش می‌دهند. همچنین، برخی شرکت‌ها بر تولید داروهای تخصصی و با فناوری بالا تمرکز دارند که علاوه بر ارزآوری بیشتر، ارزش افزوده بالاتری ایجاد می‌کنند. این موضوع نشان می‌دهد که صنعت داروسازی ایران تنها به تولید داروهای عمومی بسنده نکرده و توان رقابت در حوزه‌های پیچیده و تخصصی را نیز دارد. تنوع صادرات تنها به نوع محصول محدود نمی‌شود؛ شکل دارویی محصولات نیز طیف وسیعی دارد؛ از مواد اولیه و پودرهای دارویی گرفته تا قرص، کپسول، شربت و مکمل‌های تخصصی. این گستردگی به شرکت‌ها اجازه می‌دهد نیازهای متفاوت بازارهای هدف را پاسخ دهند و انعطاف‌پذیری بیشتری در برابر تغییرات تقاضا داشته باشند. مزیت دیگر این تنوع، کاهش ریسک صادرات است. اگر یک محصول به دلیل تغییرات قوانین یا نیاز بازار با کاهش تقاضا مواجه شود، محصولات دیگر جریان درآمدی شرکت‌ها را پایدار نگه می‌دارند. در نتیجه، تیپیکو و شرکت‌های زیرمجموعه، با ترکیبی از تنوع محصول، کیفیت بالا و حضور مستمر در بازارهای مختلف، ساختاری پایدار و مقاوم در برابر نوسانات بازار ایجاد کرده‌اند. حضور مداوم شرکت‌های زیرمجموعه تیپیکو در بازارهای خارجی، نشانه‌ای از استراتژی بلندمدت و توسعه‌ای صنعت داروسازی ایران است. این استراتژی نه تنها ارزآوری و اشتغال‌زایی ایجاد می‌کند، بلکه نقش ایران در زنجیره جهانی دارو را تقویت می‌کند. با تداوم این روند، می‌توان انتظار داشت که جایگاه داروهای ایرانی در بازارهای بین‌المللی بیش از پیش تثبیت شود و تیپیکو الگویی موفق برای سایر صنایع صادرات‌محور ایران گردد.

صنعت داروسازی ایران اکنون به نقطه‌ای رسیده است که توان رقابت جهانی و بهره‌گیری از فرصت‌های منطقه‌ای و بین‌المللی را دارد. تیپیکو با ترکیب تمرکز بر کیفیت، تنوع محصولات و توسعه بازارهای خارجی، نشان داده است که خودکفایی تنها گام ابتدایی است و گام بعدی، تثبیت برندهای ایرانی در عرصه بین‌المللی و خلق ارزش افزوده واقعی برای اقتصاد کشور است. این مسیر تصویری روشن از صنعتی ارائه می‌دهد که نه تنها از موانع داخلی عبور کرده، بلکه با نگاهی آینده‌نگر، حضوری پررنگ و پایدار در بازار جهانی یافته است.

کائوچوی طبیعی، دوده صنعتی و افزودنی‌های شیمیایی است که بخش عمده آن‌ها وارداتی است. محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها و مشکلات نقل و انتقال پول، گاهی تولیدکنندگان را با معضلاتی روبه‌رو می‌کند. با وجود این چالش‌ها، گروه صنعتی بارز توانسته با بهره‌گیری از فناوری، کیفیت محصول و توسعه صادرات، روند روبه‌رشد درآمد خود را ادامه دهد. موفقیت این شرکت در پنج‌ماهه نخست سال ۱۴۰۴ نشان می‌دهد که تمرکز بر نوآوری، همکاری با خودروسازان و استفاده بهینه از ظرفیت‌های داخلی می‌تواند زمینه‌رشد پایدار حتی در شرایط سخت اقتصادی را فراهم کند.

شرکت بتواند در دوره‌ای که صنعت تاپرسازی کشور با چالش‌های متعددی روبه‌روست، عملکردی موفق داشته باشد. با این حال، صنعت تاپرسازی ایران با مشکلات ساختاری مواجه است. وابستگی بخش مهمی از مواد اولیه و ماشین‌آلات به واردات، این صنعت را در برابر تغییرات نرخ ارز حساس کرده است. هرگونه افزایش نرخ ارز به سرعت در قیمت تمام‌شده محصولات نمایان می‌شود و حاشیه سود تولیدکنندگان را کاهش می‌دهد. بی‌ثباتی ارزی نیز مانع برنامه‌ریزی بلندمدت برای توسعه و سرمایه‌گذاری می‌شود.

علاوه بر این، تولید تاپر نیازمند مواد خاصی مانند



یادداشت

O P I N I O N



رسول قربانزاد

کارشناس بازار مسکن

شاخص استطاعت و مشکل خرید مسکن

در ادبیات علمی حوزه مسکن، شاخصی به نام «شاخص استطاعت» وجود دارد که نشان می‌دهد یک خانواده با درآمد متوسط چند سال طول می‌کشد تا بتواند صاحب‌خانه شود. در ایران این شاخص بین ۱۵ تا ۳۰ سال متغیر است، بسته به منطقه، سطح درآمد و قیمت مسکن. به عبارت دیگر، حتی اگر یک خانوار تمامی درآمد خود را بدون هیچ هزینه دیگری پس‌انداز کند، باز هم برای خرید یک واحد ۷۰ تا ۸۰ متری به این زمان نیاز دارد. این وضعیت نشان دهنده شکاف عمیق میان درآمد عمومی و قیمت مسکن است و ضرورت بازنگری در سیاست‌ها را برجسته می‌کند. طرح‌هایی مانند مسکن مهر و نهضت ملی مسکن تلاش کرده‌اند این فاصله را کاهش دهند، اما امروز نیازمند راهکارهای نوین هستیم. تجربه کشورهای مختلف نشان داده است که با اتخاذ سیاست‌های هدفمند می‌توان قیمت‌ها را به‌ویژه در بخش اجاره کنترل کرد. یکی از الزامات مهم، طراحی برنامه‌های مشخص برای ورود واحدهای تازه‌ساخت به بازار است. اگر سازندگان ملزم شوند پس از تکمیل واحدها، آن‌ها را به فروش یا اجاره عرضه کنند و هم‌زمان از اهرم‌های مالیاتی و نظارتی به‌صورت تسهیلگر بهره گرفته شود، بازگشت رونق و ترغیب سرمایه‌گذاران ممکن خواهد شد.

با این حال، اصلی‌ترین مشکل بازار مسکن در ایران کاهش «پتانسیل نقدشوندگی» است. زمانی که سازندگان به منابع مالی سریع و شفاف دسترسی نداشته باشند، ناچار به استفاده از روش‌های پریسک مانند پیش‌فروش می‌شوند که می‌تواند پروژه‌ها را با مشکلات جدی روبه‌رو سازد. راه‌اندازی سازوکارهای نوین مالی و تأمین سرمایه کارآمد می‌تواند این مشکل را کاهش دهد و مسیر تعادل بازار را هموار کند.

یکی از روش‌های نوآورانه، فروش متری مسکن است که ظرفیت بزرگی برای جذب سرمایه‌های خرد ایجاد می‌کند. در این روش، حتی سرمایه‌های کوچک مردم می‌توانند مانند آجرهایی در ساخت یک ساختمان به کار گرفته شوند و در نهایت تأمین مالی پروژه‌های بزرگ مسکونی را ممکن سازند. شکل‌گیری این ظرفیت نه تنها نقدشوندگی بازار را افزایش می‌دهد، بلکه منابع پایدار برای سازندگان نیز فراهم می‌کند.

بازار مسکن تحت تأثیر عوامل کلان اقتصادی قرار دارد. اقتصاد ایران تورمی است و نظام بانکی، خلق نقدینگی و نرخ ارز نقش هدایتگر بازار مسکن را برعهده دارند. علاوه بر این، تورم در بخش مسکن عمدتاً ناشی از رشد تقاضاست؛ عواملی مانند نوسانات نرخ ارز و طلا و جذابیت بازارهای موازی، سرمایه‌ها را به سمت مسکن هدایت می‌کنند و این بخش را به پناهگاه امن سرمایه تبدیل می‌نمایند. بازار مسکن ایران بطور سنتی دوره‌های رونق و رکود را تجربه کرده، اما در سال‌های اخیر نوعی «نرم‌شکنی» در این چرخه مشاهده می‌شود. ریسک‌های داخلی و خارجی، تحولات سیاسی و اقتصادی، پیش‌بینی آینده این بخش را دشوار کرده است. تا زمانی که ثبات نرخ ارز برقرار نشود و چارچوب مشخصی برای تورم تعریف نگردد، انتظار تعادل واقعی در بازار مسکن دور از دسترس خواهد بود و این بازار همچنان با نوسان و عدم قطعیت مواجه خواهد ماند.