گزارش «فرصت امروز» از سرمایه‌گذاری در احداث یک نمایندگی بیمه

آینده‌سازان بدون آینده

عباس نعیم امینی

برای سرمایه‌گذاری در اخذ یک نمایندگی بیمه عموما به سرمایه زیادی نیاز ندارید همین که بتوانید یک دفتر کار در منطقه مناسب و مطابق با استانداردهای لازم داشته باشید کافی است. بنابراین در رابطه با این بخش کار نمی‌توان اظهارنظر قاطعی داشت پس هزینه‌های اجاره دفتر کار بسته به شهر و منطقه‌ای که در آن زندگی می‌کنید، متفاوت است. از بحث اجاره دفتر که بگذریم تنها هزینه‌ای که برای شما مترتب است هزینه‌های مربوط به تجهیز دفتر کار و یک سری لوازم اداری و راه‌اندازی سیستم نرم‌افزاری و سخت‌افزاری دفتر است که لااقل هزینه‌ای حدود ۲۰ تا ۳۰ میلیون برای‌تان دارد. مهم‌ترین نکته در اجاره برای راه‌اندازی یک دفتر نمایندگی بیمه این است که دفتر کار شما باید در منطقه‌ای تجاری یا اداری قرار داشته باشد و متراژ آن نباید کمتر از ۱۰ مترمربع باشد.

در حال حاضر طبق آیین‌نامه شماره ۷۵ نمایندگی، شرایط لازم جهت اخذ یک نمایندگی بیمه اعم از مدرک تحصیلی، سابقه کاری، عدم سوءپیشینه، داشتن مکان مناسب و. . . آورده شده است.

به لحاظ مدرک تحصیلی محدودیت خاصی وجود ندارد و افراد تقریبا از هر رشته و گرایشی می‌توانند برای اخذ نمایندگی بیمه اقدام کنند اما باید توجه داشته باشید که اولویت با رشته‌های مرتبط اعم از مدیریت بیمه، رشته‌های مالی و حسابداری، حقوق، مدیریت، اقتصاد و. . . است.

در قانون محدودیتی برای ورود افراد به لحاظ نوع رشته تحصیلی وجود ندارد ازاین رو سعی شده ضعف افراد متقاضی با رشته‌های غیرمرتبط با برگزاری دوره‌های آموزشی فشرده و تخصصی جبران شود. اما توصیه گروه سرمایه‌گذاری «فرصت امروز» به شما این است که اگر دانش فنی لازم را ندارید وارد بازار نشوید. بیمه یک فن و یک تخصص است. بنابراین افرادی که توان فنی و تخصص لازم را ندارند اطلاعات نادرست در اختیار مشتریان قرار می‌دهند و با این کار نه‌تنها به کسب‌وکار خود بلکه به صنعت بیمه آسیب می‌رسانند. از طرف دیگر داشتن روابط عمومی بالا و توانمندی برقراری ارتباط پویا با مشتریان و آشنایی با مهارت‌های بازاریابی و فروش مهم‌ترین اصول کاری در صنعت بیمه است. اساس صنعت بیمه بر پایه اطمینان بخشی و دادن آرامش خاطر به مشتری است از این رو مهم‌ترین ویژگی افراد توانمند در این صنعت برقراری ارتباط با مشتری و القای این حس اعتماد به مخاطبان است.

درخصوص اخذ مجوزهای لازم نیز مطابق با آیین‌نامه شماره ۷۵و ۷۵ شرایط اعطای پروانه نمایندگی بیمه، افراد متقاضی باید در آزمون بیمه مرکزی جهت اخذ نمایندگی شرکت کنند و حد نصاب قبولی را به دست آورند تابتوانند پروانه‌فعالیت نمایندگی را اخذ کرده و به تبع آن مجوزهای بعدی توسط شرکت بیمه‌گر موردنظر و براساس توانمندی و امکانات فرد و شرایط بازار در اختیار نمایندگان قرار می‌گیرند. فرآیند کسب مجوزها در صورت داشتن مدرک تحصیلی مرتبط و سابقه کاری در حدود ۶ ماه تا یک سال به طول می‌انجامد. در غیرایین صورت بسته به طول مدت دوره‌های آموزشی این زمان طولانی‌تر خواهد شد. درخصوص تامین نیروی کار نیز نگران نباشید چرا که برای گرداندن یک دفتر بیمه با یک تا دو نیروی کار کافی است اما برای اخذ نمایندگی حقوقی هم امکانات و فضای بیشتری نیاز دارید و هم نیروهای بیشتری را باید به کار بگیرید. در این صورت فضای کاری شما نباید کمتر از ۵۰ مترمربع‌باشد.

شرایط بازار مطلوب است

بیمه باید گفت که بسیاری از افراد تصور می‌کنند در بدو ورود به بازار می‌توانند از ارتباطات خود در جهت جذب مشتریان بالقوه استفاده کنند درصورتی‌که به هیچ‌وجه این اتفاق نخواهد افتاد چرا که اغلب افراد بیمه‌نامه‌های معتبر دارند و تا پایان زمان اعتبار این بیمه‌نامه نمی‌توانید این‌چنینی بار کنید. اگر به دنبال جذب مشتریان از میان نزدیکان خود هستید باید بدانیدکه دوستان و بستگان شما معمولا بیمه‌نامه معتبری دارند که ممکن است چند ماه تا انقضای زمان اعتبار آن باقی مانده باشد. بنابراین تا شش ماه اول عمدتا درآمد خاصی نخواهید داشت و تنها هزینه‌هاست که برای شما و کسب‌وکارتان در جریان است. نکته دیگری که در رابطه باشرایط بازار به آن توجه کنید این است که افرادی که با بیمه‌گر خاصی کار می‌کنند و از شرایط و خدمات ارائه شده رضایت دارند به‌راحتی بیمه‌گر خود را عوض نخواهند کرد. بنابراین کار به این سادگی‌ها هم که فکر می‌کنید پیش نخواهد رفت.

محمد تقوی یکی از متخصصان صنعت بیمه و رییس انجمن صنفی نمایندگان بیمه البرز در این خصوص در گفت‌وگو با «فرصت امروز» می‌گوید: علاوه بر توانمندی‌های فردی و تخصص اعتبار شرکت بیمه‌گر تاحد زیادی در جذب مشتریان این بازار گسترده موثر است. بنابراین اگر شما نماینده یک شرکت خوش نام قدیمی باشید طبیعتا بهتر از یک نماینده شرکت تازه‌کار اعتبار دارید و از این حیث می‌توانید مشتریان بیشتری داشته‌باشید.

وی ادامه می‌دهد: علاوه بر اینها بازاریابی و تبلیغات است که می‌تواند در فرآیند موفقیت یک شرکت بیمه یا حتی یک نمایندگی بیمه موثر باشد و تاثیر این عامل بسیار مشهود و ملموس است بنابراین اگر نام و خدمات یک شرکت بیمه مرتبا تکرار شود در روند اعتباردهی به آن شرکت بسیار موثر است و در این صورت مشتریان بیشتری هم به نمایندگی‌های شرکت مراجعه خواهند کرد.

تقوی می‌گوید: با توجه به اینکه نام شرکت که برای موفقیت در صنعت بیمه به‌عنوان یک اصل انکارناپذیر پذیرفته شده است. اهمیت شبکه فروش و نمایندگی‌ها و فعالیت این قشر در سودآوری و ادامه حیات شرکت‌های بیمه بر کسی پوشیده نیست. در سوی دیگر این معادله نمایندگان بیمه قرار دارند که همواره به‌عنوان یکی از مشاغل پر درآمد جامعه مورد توجه افراد بسیاری است اما این همه واقعیت نیست. از این رو در این گزارش به جنبه‌های مختلف سرمایه‌گذاری در راه‌اندازی یک نمایندگی بیمه می‌پردازیم.

شرایط بیمه‌گران برای جذب مشتری

تقوی درخصوص فضای رقابتی و تبلیغاتی صنعت بیمه می‌گوید: در شرایط فعلی بازار بسیاری از تبلیغاتی که در این عرصه توسط شرکت‌های مختلف انجام می‌شود اعداد و اطلاعات غیرواقعی را به مخاطبان ارائه کرده که عموما شرایط حداکثری کار را بیان می‌کنند و در قرارداد خود هم بندی را اضافه می‌کنند که شرکت بیمه‌گر تنها ۵ تا ۱۰ درصد کل مبلغ را تضمین می‌کند و مابقی در صورت تحقق و در شرایط مطلوب مورد تعهد بیمه‌گر است. متاسفانه وعده‌های غیرواقعی و تبلیغات غیراصولی و غیرحرفه‌ای چند سالی است که در صنعت بیمه جریان دارد و این مسئله در بلندمدت می‌تواند به شاخص اعتماد مشتریان به شرکت موردنظر یا حتی صنعت بیمه آسیب برساند.

توصیه‌های پایانی

تقوی در پایان می‌گوید: هرچند که فعالیت در صنعت بیمه کار آسانی به نظر می‌رسد اما تازه‌واردها باید توجه داشته باشند که این کار با سختی‌های خاص خود همراه است و افرادی که تخصص و دانش کافی در اختیار ندارند وارد بازار نشوند. وی ادامه می‌دهد، درست است که آینده صنعت بیمه بسیار روشن است و با روی کار آمدن دولت تدبیر و امید توجه بیشتری به صنعت بیمه صورت گرفته اما افرادی که به فعالیت در این صنعت تمایل دارند باید توانمندی لازم را به لحاظ فنی داشته باشند وهیچ تضمینی وجود ندارد که اگر نماینده‌ای موفق بوده شما هم در بازار موفق خواهید بود. در نظر داشته باشید که روابط عمومی بالا مهم‌ترین عامل موفقیت در بازار خواهد بود.

نبود امنیت شغلی بزرگ‌ترین تهدید بازار

امنیت شغلی یکی از موضوعات مهمی است که در هر صنفی و برای راه‌اندازی هرکسب‌وکاری در اولویت است. در شرایط فعلی نمایندگان بیمه گلایه‌هایی از امنیت شغلی و کاری خود دارند. تقوی ضمن تایید این مطلب عنوان می‌کند: به دلیل سوءمدیریت و شرایطی که در سال‌های اخیر اتفاق افتاد این وضعیت حاصل شد. وی می‌گوید: در سال‌های گذشته که شرایط آیین‌نامه ۲۸ حاکم بود اعتبار پروانه نمایندگی بیمه نامحدود بود و قراردادهای نمایندگی هر سه سال تمدید می‌شد اما متاسفانه به اسم خصوصی‌سازی و برای اینکه شرایط ورود متقاضیان جدید را به این بازار فراهم کنند آیین‌نامه ۵۷ شورای عالی بیمه جایگزین شد که مطابق آن مدت اعتبار نمایندگی و قراردادها سه سال شد. بر این اساس فعالیت نمایندگان بیمه در قالب همین قرارداد سه‌ساله بوده و در پایان این مدت شرکت اصلی به هر دلیلی نخواهد قرارداد را تمدید کند نماینده بیمه هیچ امنیتی نخواهد داشت و این بدترین خطر برای شبکه فروش خواهد بود یا به اعتباری می‌توان گفت نمایندگان بیمه‌ای آینده‌سازان بدون آینده هستند.

این کارشناس صنعت بیمه ادامه می‌دهد: در تمامی مشاغل یک امنیت شغلی برای فرد وجود دارد حتی در مشاغل آزاد حق سرقفلی به منظور تامین امنیت شغلی افراد در قانون پیش‌بینی شده اما در صنعت بیمه نمایندگان از این حق محرومند. البته در قانون بازخرید ارزش برتفوی دیده شده اما متاسفانه این بازخرید در اختیار شرکت‌های بیمه‌ای قرار دارد و با این عنوان که شرکت‌های بیمه‌ای می‌توانند این کار را انجام دهند. عمدتا شرکت‌های بیمه از این کار طفره می‌روند و شرط خلاف را مبنا قرار می‌دهند و زیر بار این مسئولیت نمی‌روند. به همین منظور و برای احیای حقوق نمایندگان اکثر شرکت‌های بیمه دارای انجمن نمایندگان هستند اما باز هم به دلیل اینکه این تشکل از خود نمایندگان انتخاب می‌شود اعتبار و جایگاه تشکل‌های صنفی در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌ها مشخص و قدرتمند نیست.

تقوی درخصوص مهم‌ترین فرصت‌های بازار می‌گوید: در حال حاضر وضعیت مناسبی در بازار وجود ندارد اما همواره در هر بازاری فرصت‌هایی در بازار هست که بتوان از آن استفاده کرد. اما مهم‌ترین عامل در این زمینه ارائه شیوه‌های نوین بازاریابی و فروش است و ارتباطاتی که فرد در اختیار دارد و همچنین روابط عمومی بالا می‌تواند تضمین‌کننده فروش و فعالیت شرکت‌های بیمه‌ای و به‌ویژه نمایندگان باشد.

نقطه شروع

مترجم: سارا گلچین

منبع investopedia.com

یک طرح سرمایه‌گذاری خوب

ابراهام لینکلن می‌گوید: «اگر شش ساعت برای ریز ریز کردن یک درخت به من فرصت داده شود، چهار ساعت اول آن را صرف تیز کردن تبر می‌کنم.»

تمام حرف این جمله در دو واژه خلاصه می‌شود: طراحی و برنامه‌ریزی.

برای اینکه از خود یک سرمایه‌گذار بسازید، باید ضعف‌ها و قدرت‌های‌تان را خوب بشناسید. در این میان زمان و تلاش هم حرف‌های مهمی برای گفتن دارند. چقدر زمان می‌گذارید؟ و چقدر اراده و پشتکار دارید؟ اینها شما را به سمت مسیر موفقیت در سرمایه‌گذاری می‌کشاند.

حال خوب است که شیوه تهیه یک طرح سرمایه‌گذاری خوب را یاد بگیرید که سرمایه‌گذاری‌تان اش شله قلمکار از آب در نیاید!

موارد لازم برای یک طرح سرمایه‌گذاری خوب:

ارزیابی از خود
شناخت کامل از دشته‌ها
ارزیابی منابع اطلاعاتی
باز ارزیابی انجام شده‌ها
لذت بردن از سفر در دنیای سرمایه‌گذاری

ارزیابی از خود

بهترین کار برای شروع سفر به دنیای سرمایه‌گذارها شناخت جایگاه فعلی خود است. باور خیلی‌ها این است که هر چه جوان‌تر باشید، ارادتان باید برای ریسک و خطر بیشتر باشد. در شروع کار نیازی نیست ۱۰۰درصد بودجه مصرفی‌تان در سرمایه‌گذاری جاری شود. اگر مثلا برنامه یا طرحی برای بازنشستگی دارید یا حسابی در جایی بازکرده‌اید، به آن پول‌ها نگاه چپ نکنید.

افق زمانی یا مقدار زمانی که برای رسیدن به پول نیاز دارید، بسته به اینکه چند ساله باشید، متفاوت است. اگر مثلا افق زمانی شما ۲۵ سال است، می‌توانید بیشترین ریسک را در این مسیر داشته باشید. البته نه ریسک‌های احمقانه و ژانگولری! حضور در چند بازار گوناگون به‌صورت همزمان یکی از ریسک‌های هوشمندانه است.

شناخت کامل از دشته‌ها

حالا که خمیرمایه را آماده کرده‌اید، نوبت بررسی دشته‌هاست. باید ببینید مواد اولیه در دسترس‌تان چه چیزهایی هستند تا براساس آن خوراک نهایی را آماده کنید.

با بررسی تازه‌ترین اظهارات و توضیحات درباره حوزه سرمایه‌گذاری خود، این مرحله را آغاز کنید و با برآورد مدت زمانی که می‌خواهید به پول برسید، ادامه دهید. این برآورد باید اعداد دقیقی داشته باشد، مثلا پس از چند روز، چند هفته یا چند ماه. طبیعتا هرچه سرمایه بزرگ‌تر باشد، زمان رسیدن به پولش هم بیشتر می‌شود. البته برآورد زمانی حین پیشرفت کار می‌تواند کم و زیاد شود.

ارزیابی منابع اطلاعاتی

برای رسیدن به آنالیزهای دقیق و اطلاعات کافی درباره حوزه یا حوزه‌های سرمایه‌گذاری خود واقعا به سرویس‌های اطلاعاتی قوی یا هزینه پول‌های هنگفت نیاز نیست. زنده باد اینترنت که برای همه چیز راه‌حل دارد، حتی اطلاعات و آنالیزهای دقیق. حتی اگر دسترسی به این اطلاعات نیازمند پرداخت پول باشد، ارزش هزینه کردن را دارد. توجه داشته باشید به سراغ وب‌سایت‌های معتبر برای کسب اطلاعات بروید، به هر صفحه و هر گفته‌ای در فضای مجازی اطمینان نکنید. ویژگی سایت‌های معتبر منبع اطلاعاتی خود را ذکر کرده و در بازه‌های زمانی مشخص داده‌های خود را به روز کنید.

باز ارزیابی انجام شده‌ها

خود را ملزم به ارزیابی پیشرفت‌ها کنید. این البته به معنای حساس شدن روی میزان دقیق بازگشت سرمایه نیست. باز ارزیابی انجام شده‌ها یعنی اینکه بدانید در کجاها درست رفته‌اید، در کجاها اشتباه کرده‌اید و به‌طورکلی چقدر پیشرفت داشته‌اید. همه اینها یعنی تجربه اندوزی از مسیر گذشته برای پیش رفتن در آینده.

لذت بردن از سفر در دنیای سرمایه‌گذاری

از همه این حساب و کتاب‌ها و ارزیابی‌ها که بگذریم، می‌رسیم به شیرین‌ترین و از زاویه‌ای مهم‌ترین بخش ماجرا: لذت بردن از سفر. باید بپذیرید که همواره در حال یادگیری هستید و این مهم‌ترین هدف یک سرمایه‌گذار حرفه‌ای است. خیلی چیزها برای ما یاد گرفتن وجود دارد و نمی‌شود در یک دوره شش ماهه یا یک ساله همه چیز را آموخت و یک سرمایه‌گذار حرفه‌ای کم اشتباه شد. جا دارد باز این جمله قدیمی را یادآوری کنیم که «این یک سفر است و نه مقصد.»

هنوز خیلی نگذشته از روزی که پا در سفر سرمایه‌گذاری گذاشته‌اید و بهترین راه برای اینکه از خطرهای این سفر جان به در ببرید، لذت بردن از مسیر و یادگیری و یادگیری و باز هم یادگیری است.

سرنخ

در سال عروس، عروس‌ها را شاد کنید

برگزاری مراسم عروسی همواره یکی از دغدغه‌ها و البته آرزوهای زوج‌های جوان بوده و هست، امروزه در کشور ما برآورد هزینه‌های عروسی آن‌چنان مبلغ هنگفتی می‌شود که برخی این مراسم زیبا و سنتی را کنار گذاشته و قضیه را با یک ماه عسل ساده حل‌وفصل می‌کنند، اما بزرگ‌ترها همیشه معتقدند هرچیزی سر جای خودش انجام شود بهتر است. لباس عروس و کت و شلوار دامادی شاید یکی از زیباترین لباس‌هایی باشد که اغلب افراد دوست دارند خود را در این لباس‌ها ببینند، اما معمولا به خاطر قیمت بالای لباس عروس، افراد سعی می‌کنند یک لباس ساده با پارچه‌ای نامرغوب تهیه کنند تا هزینه‌های‌شان خیلی بالا نرود، یک دلیل دیگر این عدم تمایل برای پرداخت مبلغی بالا این است که لباس عروس فقط به‌عنوان یک خاطره می‌ماند و عملا استفاده دیگری نمی‌تواند از آن کرد.

البته سال‌های پیش معمولا مزون‌های لباس عروس، لباس را به‌صورت اجاره در اختیار مشتری قرار می‌دادند، اگرچه امروز هم این امکان وجود دارد اما به دلیل اختلاف قیمت ناچیزی که در خرید و اجاره هست، عروس‌ها ترجیح می‌دهند که لباس را دست اول خریداری کنند، در واقع میانگین قیمت خرید لباس عروس در بازار امروز یک میلیون و ۲۰۰هزار تومان است. درحالی‌که اجاره همین لباس یک میلیون و ۱۰۰هزار تومان برای یک شب تمام می‌شود، به علاوه تنوع لباس‌های اجاره‌ای به‌شدت پایین است و معمولا شما چند گزینه بیشتر برای انتخاب ندارید، که همین مسائل فرد را وادار به خرید لباس عروس می‌کند و تا مدت‌ها بعد هم دغدغه جابه‌جایی و نگهداری آن را در خانه دارد و اما ما در این کلاف می‌خواهیم به شما پیشنهاد درست و حسابی برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار زیبا و زنانه بدهیم، در واقع شما با راه‌اندازی یک مزون بزرگ و مناسب، تنوع زیادی به لباس‌های عروس خود داده و تمام لباس‌ها را با قیمتی که معقول و مناسب این کار است فقط اجاره می‌دهید، که طبق بررسی‌های ما به طور میانگین اگر هر لباس را به ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان اجاره دهید، پس از دو بار اجاره، قیمت اصلی لباس برگردانده شده و پس از آن به ازای هر بار اجاره، سود مناسبی عایدتان می‌شود.

اگر می‌خواهید مبلغ سرمایه‌گذاری را هم بدانید، بدون در نظر گرفتن فضا، شما حدود ۲۰ میلیون تومان برای خرید اولیه ۳۰مدل لباس عروس و حدود ۱۰ میلیون هم برای دکور زدن فروشگاه و خرید یک سیستم ثبت سفارش نیاز دارید. همچنین لازم است که با یک خیاط حرفه‌ای لباس عروس و یک خشکشویی در ارتباط باشید که لباس‌ها را براساس سایز توسط خیاط دستکاری کنید و پس از هر بار اجاره به خشکشویی بسپارید تا مثل روز اول تحویل‌تان دهد. اگرچه این کسب‌وکار خیلی جدید و نو به نظر نمی‌آید، اما به دلیل اینکه هنوز هیچ فروشگاه با مزونی حداقل در تهران وجود ندارد که صرفا لباس عروس را به قیمت پایین و مناسب خود اجاره دهد، قطعا می‌توانید در این مسیر نخستین باشید و به خوبی در دل عروس‌ها برای خود جایی باز کنید.

خبر

تسهیل صدور ضمانت‌نامه بانکی در جهت حمایت از سرمایه‌گذاران

مدیرعامل صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون در تشریح برنامه سال ۹۴ صندوق گفت: طبق آمار میزان ضمانت‌های صادر در سال ۹۳ نسبت به سال ۹۲ با رشد ۶۰ درصدی روبه‌رو بوده که پیش‌بینی می‌شود این روند صعودی در خدمات‌دهی در سال ۹۴ ادامه‌دار باشد.

مهدی حسین‌نژاد در گفت‌وگو با تسنیم، درباره توفیقات حاصل شده در سال ۹۳ گفت: طراحی محصولات و خدمات جدید در راستای خروج غیرتورمی از رکود، انعقاد تفاهم‌نامه‌های مشترک با بانک‌ها و موسسات اعتباری، جلب همکاری تامین‌کنندگان عمده مواد اولیه به‌عنوان ذی‌نفع، تصویب بالغ بر سه هزار میلیارد ریال ضمانت‌نامه اعتباری، صدور بالغ بر یک هزار و پانصد میلیارد ریال ضمانت‌نامه اعتباری، افزایش مانده تعهدات صندوق به بیش از دو هزار و هفتصد میلیارد ریال از جمله موفقیت‌ها در سال ۹۳بوده است.

وی با تاکید بر اینکه روند صدور ضمانت‌نامه در سال گذشته در صندوق به یک روز رسیده است، گفت: برای مناطق محروم و شرکت‌های دانش‌بنیان تا ۸۰درصد تسهیلات ضمانت‌نامه صادر می‌شود.

حسین‌نژاد در بیان اهم فعالیت‌های صندوق افزود: تضمین اعتبارات و سرمایه‌گذاری‌ها، تعهدات، مطالبات و معاملات شرکت‌های تعاونی، تضمین اصل و سود تسهیلات اعطایی بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری (دارای مجوز رسمی از بانک مرکزی) به شرکت‌های تعاونی از مهم‌ترین موضوعات صندوق است.

وی در توضیح جلب همکاری تامین‌کنندگان عمده مواد اولیه به‌عنوان ذی‌نفع گفت: صندوق جهت حصول اهداف خود در عملی‌کردن ضمانت‌نامه‌های معاملات و ایجاد فضای مناسب برای گسترش سرمایه‌گذاری جدید و افزایش تولید در جهت تامین ثبات اقتصادی، سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ تامین‌کننده مواد اولیه تعاونی‌ها را جذب کرد. این تعاملات به صدور ضمانت نامه‌هایی منجر شده تا تعاونی‌ها بتوانند مواد اولیه مورد نیاز خود را با استفاده از تضمین صندوق تهیه کنند که مهم‌ترین آنها بورس کالای ایران، شرکت بازرگانی پتروشیمی و اتحادیه سراسری تعاونی‌های تامین نیازصنایع پایین دستی پتروشیمی، سازمان تعاون روستایی، شرکت پشتیبانی امور دام و اتحادیه سراسری فولاد و معدن ایران است.