

MAHAN BUSINESS SCHOOL

MAHAN BUSINESS SCHOOL



تغییر اندیش در تربیت

اقتصاد

MAHAN BUSINESS SCHOOL

و تصمیمات سرمایه گذاری

Farid
Esmaeelian

Management and Consultanta
Master of Economics
DBA in Financial Management

MAHAN BUSINESS SCHOOL





سازمان مدیریت صنعتی
مشاوره آموزش تحقیق



بانک صنعت و معدن
Bank of Industry & Mine



شرکت مدنی و صناعی کارگر
SHARKAT MADANI VA SANAYI-E-KAR



کروز KROUSE



MAHAN BUSINESS SCHOOL
ماهان Business School



کسبی



خات پارس KHAT-E-PARDIS



سبز رویتن
مدرسه کودکان کار



سازمان نظام مهندسی
معدن
Iranian Mining Engineering Organization



بایمرسازان
شرکت تخصصی خدمات و تجهیزات آستر



مکتب خونه
آکادمی آنلاین تخصصیها



ROYA
TOTAL WALL & FLOOR COATING SOLUTIONS



کارابیز
Karabiz



NEZA
Where Strategic Commerce Begins



برگاسو



APADANA



SKILLInno



خانه زیماننا
کسیونگر



تهر
دانشگاه



LIOIREN



DARYAN SALAMAT
PHARMA GROUP



ARAL



کاروان
موسسه آموزش و مشاوره
مکتب و کتابخانه



شرکت مدنی و صناعی کارگر



شرکت پتروشیمی



شرکت پتروشیمی



هوب تمر



NEW SAFE



FormPoosh
Design and Production
1971



شرکت مدنی و صناعی کارگر



شرکت مدنی و صناعی کارگر



آکادمی فروش دیدار



NIKAN BUSINESS ACADEMY



شرکت پخش فرینام شیمی
Green Shimi Production Distribution Company



KADEK
شرکت طراحی و تولیدی فلزات ایران جنوب



هینا



سوان
seuan



GOLBARG TRAVEL



تدبیر حساب



هلدینگ احمدخانی

اهداف کلی

- آشنایی با مفاهیم اصلی اقتصاد
- اقتصاد مدیریت، بازار، قیمت و ساختار هزینه ای بنگاه ها
- آموزش مفاهیم اقتصاد کلان و کاربرد آنها در بستر اقتصاد ایران
- آشنایی با مدیریت سرمایه و ارزیابی فرصت های اقتصادی





مفاهیم

تعریف علم اقتصاد، کمیابی و هزینه فرصت، مفهوم ارزش حقیقی و اسمی و ...

اقتصاد خرد

عرضه و تقاضا، سازوکار تعیین قیمت
کشش قیمتی تقاضا، کشش درآمدی و کشش هزینه
آشنایی با انواع بازارها و استراتژی های رقابتی
قیمت گذاری و استراتژی های قیمتی
ساختار هزینه ای و تصمیم گیری بنگاه ها

اقتصاد کلان

GDP، رشد اقتصادی و چرخه های تجاری
تورم، نقدینگی و استراتژی های بهینه
سیاست های پولی و سیاست های مالی
نرخ ارز و شناسایی عوامل موثر بر آن

سرمایه گذاری

آشنایی با اصول مدیریت سرمایه
ارزیابی فرصت های سرمایه گذاری

موضوعات درس اقتصاد و سرمایه گذاری



مرکز آمار ایران



بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

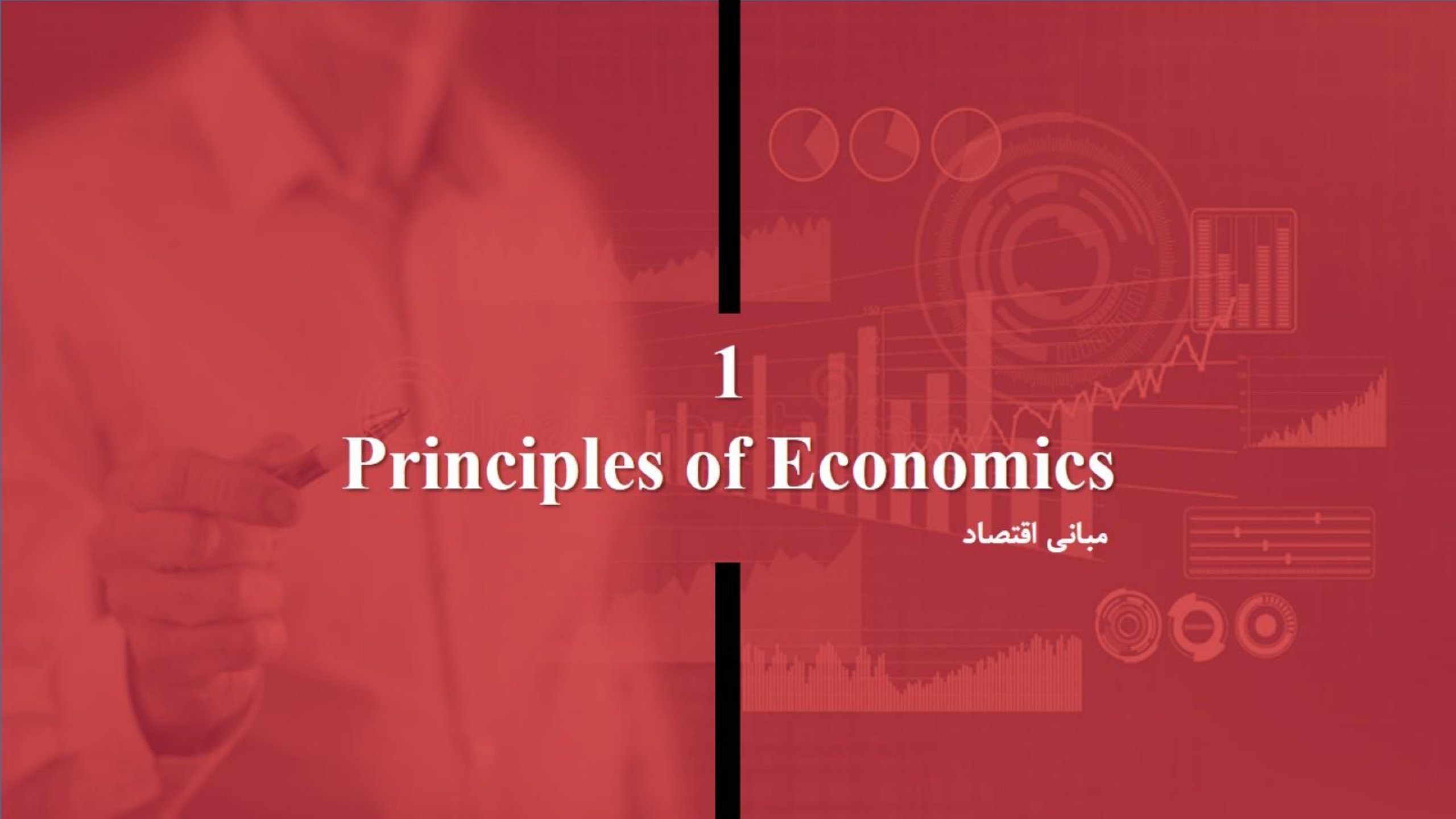


اتحاد بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران



ما درباره چه چیزی حرف می زنیم؟

۱. هزینه اقتصادی تصمیمات ما چقدر است؟
۲. قیمت ها چگونه در اقتصاد شکل می گیرند؟
۳. کالاها و خدماتمان را گران تر بفروشیم یا ارزان تر؟
۴. حداکثر سود یک بنگاه در کدام نقطه است؟
۵. استراتژی های قیمتی و غیر قیمتی در کدام بازارها کار می کنند؟
۶. کف قیمت محصول و نقطه تعطیلی بنگاه کجاست؟
۷. در قیمت گذاری از چه راهبردهایی می توانیم بهره ببریم؟
۸. عناصر پیش بینی دوره های رونق و رکود چیست؟
۹. ساختار تورم اقتصاد ایران چگونه تصمیمات مالی ما را تغییر می دهد؟
۱۰. برندگان و بازندگان چرخه های اقتصاد چه کسانی هستند؟
۱۱. منطق پول چیست و نرخ بهره حقیقی چه اثر بر تصمیمات ما دارد؟
۱۲. اقتصاد در وضعیت انبساط است یا انقباض؟
۱۳. افزایش قیمت ارز تا کجاست و آیا الگویی برای پیش بینی دارد؟
۱۴. اقتصاد ایران به چه سمت و سویی می رود؟
۱۵. چگونه یک ایده سرمایه گذاری را از منظر اقتصادی ارزیابی کنیم؟
۱۶. ساختار کلی تشکیل یک سبد دارایی چه فرآیندی دارد؟

The background is a red-tinted collage. On the left, a person in a white shirt is writing on a document with a pen. On the right, there are various economic charts and graphs, including bar charts, line graphs, and pie charts. A large circular logo with text in Persian is also visible. The overall theme is economics and business.

1

Principles of Economics

مبانی اقتصاد



تخصیص بهینه امکانات و عوامل
تولید کمیاب (محدود) به تولید
کالاها و خدماتی است که بتواند
خواسته ها و نیازهای نامحدود
بشر را تامین کند. کانون توجه
دانش اقتصاد بر این است که
عوامل اقتصادی چگونه رفتار و
تعامل می کنند و اقتصادهای
مختلف چگونه کار می کنند.

Economics



دو ماه قبل مالک یک نمایشگاه فروش خودرو طرح پاداش مدیر فروش خود را تغییر داد.

بر اساس طرح قبلی به مدیر فروش ماهانه ۶۰ میلیون تومان پرداخت می شد و در طرح فعلی ۲ درصد از قیمت فروش هر خودرو را دریافت می کرد. طی دو ماه گذشته فروش خودرو ۴۰ درصد افزایش یافت ولی حاشیه سود به طور قابل ملاحظه ای کاهش یافت.

توصیه شما به مالک این بنگاه معاملات خودرو چیست؟





هزینه فرصت هر چیز، بهترین چیزی است که برای به دست آوردن، از دست داده اید. منابع محدود هستند و اگر منابع به کاری اختصاص یابد طبیعتاً از منفعتی که با تخصیص آن به بهترین کار دیگر کسب می کردیم بی بهره می شدیم.

بنابراین اولین چیزی که مدیران باید آن دریابند، این است که هیچ چیز رایگان نیست. حتی وقتی یک ناهار مجانی که دعوت می شوید!

Opportunity Cost





عامل تعیین کننده در ورود یا عدم ورود به یک طرح سرمایه
گذاری چیست؟

با توجه به مفهوم هزینه فرصت تحلیل کنید:

۱. هزینه فرصت یک تصمیم داخلی نظیر تولید یک محصول جدید یا اضافه کردن یک خدمت جدید به سبد محصولات یک بیزینس را تحلیل کنید
۲. هزینه فرصت چگونه یک **تصمیم سرمایه گذاری** را متاثر می کند؟
۳. هزینه های حسابداری و اقتصادی چه نسبتی با هم دارند؟

Trade-off



Debt Versus Equity



Savings
versus
Spending



Economic Growth
Versus Environment
Raw Material
Consumption
versus
Environmental
Sustainability



Risk Versus Reward



Leisure versus Work



ECONOMICS



**Nominal
Value**

=

The Value of
Something
Today

**Real
Value**

=

The Value of
Something after
Accounting for
Inflation

ارزش اسمی هر آمار اقتصادی
به این معنی است که این آمار بر
حسب قیمت‌های واقعی موجود در
آن زمان اندازه‌گیری می‌شود.
ارزش واقعی به همان آمار پس
از تعدیل تورم اشاره دارد. به طور
کلی، این ارزش واقعی است که
مهم‌تر است.

رشد حقیقی

در مقابل

رشد اسمی

سود حقیقی

در مقابل

سود اسمی

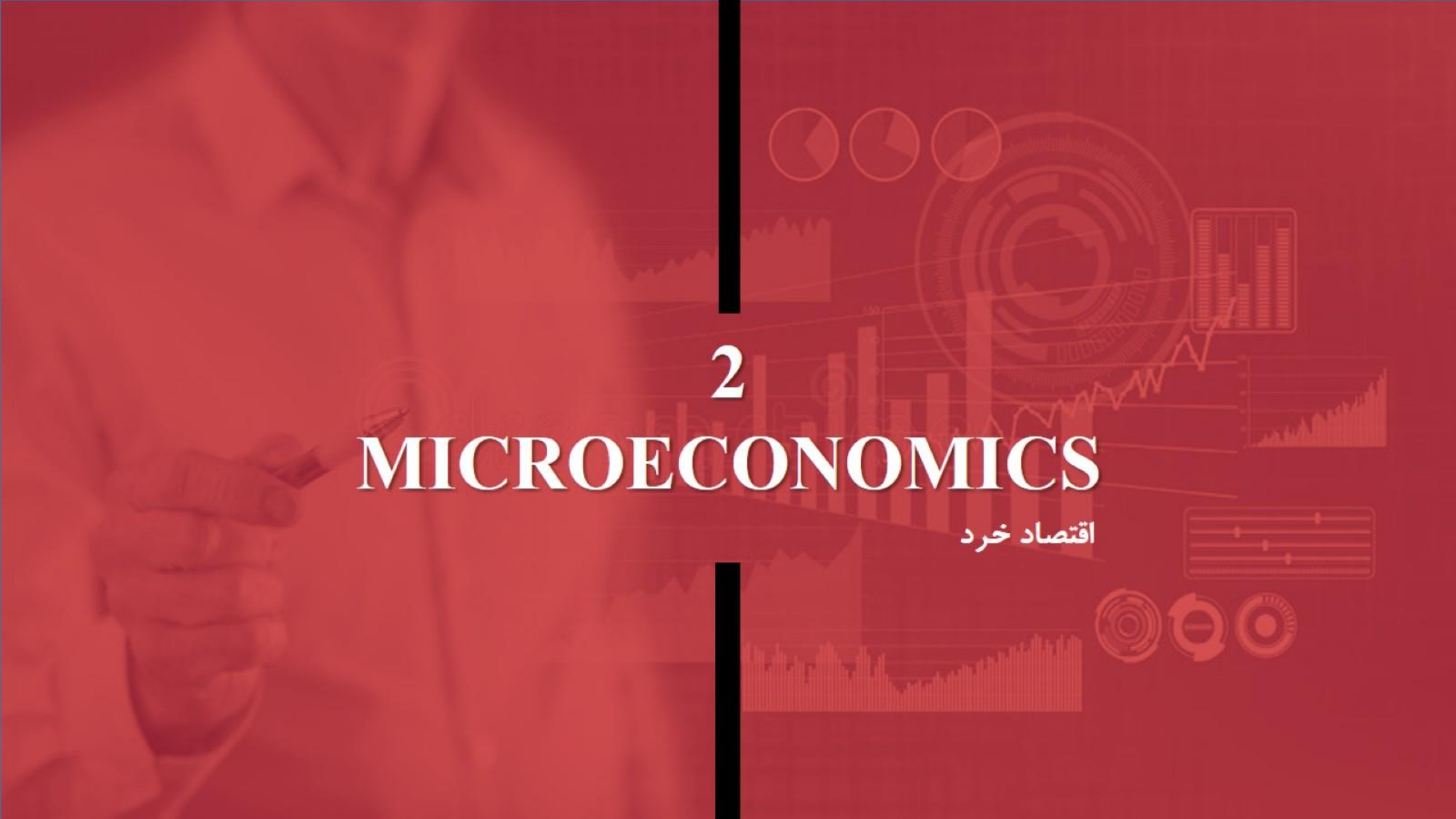
GDP حقیقی

در مقابل

GDP اسمی



تفاوت نگاه اقتصادی و حسابداری به هزینه؟



2

MICROECONOMICS

اقتصاد خرد

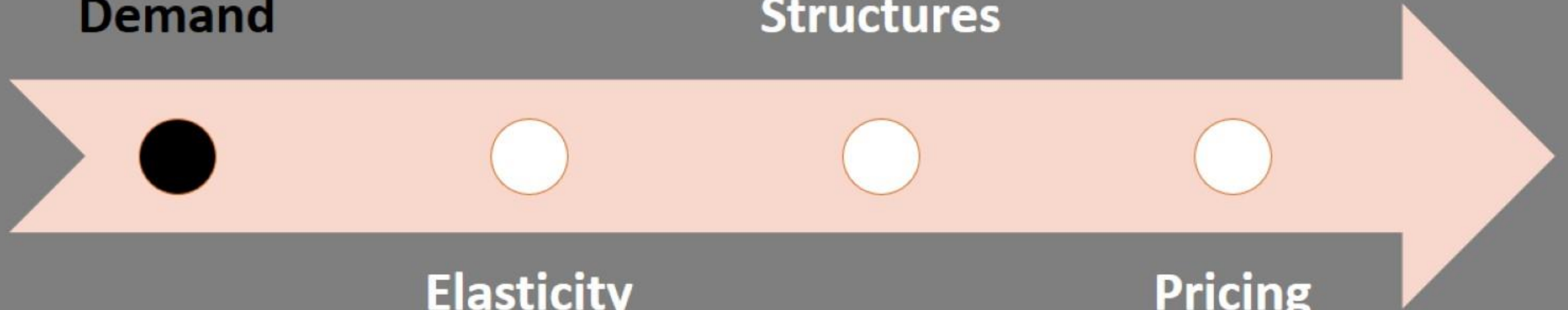


**Supply &
Demand**

**Market
Structures**

Elasticity

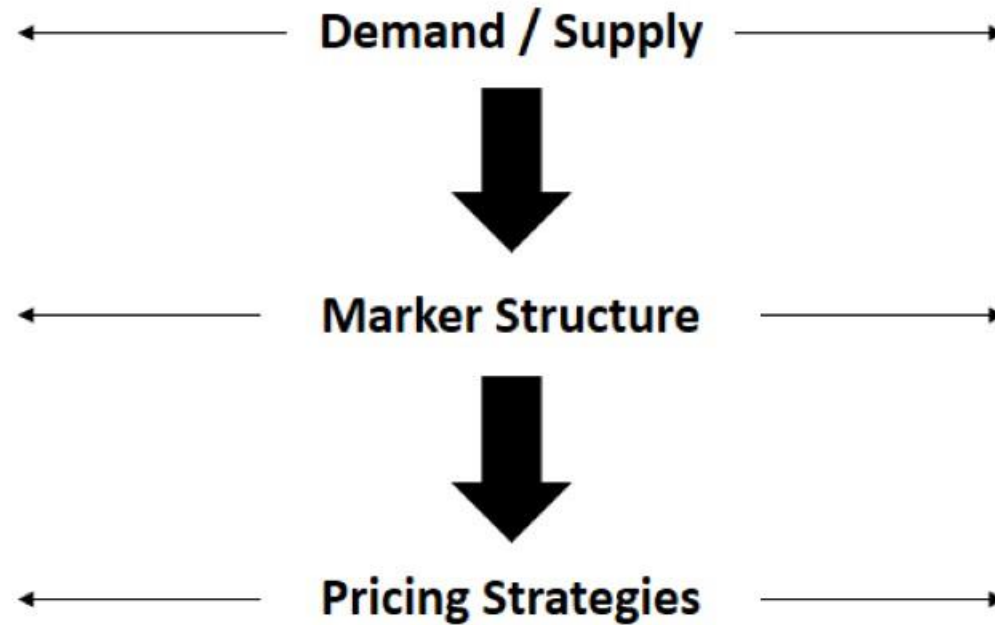
Pricing



Market



Market Analysis Process





شما مدیر یک شرکت تولید کننده نوشابه های بدون قند هستید
و در عین حال شرکت های داخلی و خارجی زیادی مانند کوکاکولا، پپسی، زمزم و
... در این بازار هستند. فرض کنید مجلس به دلایلی تصمیم گرفته است تا بر شکر
وارداتی مالیات ۲۰ درصدی وضع کند.
اما در این میان شرکت های بزرگ تولید کننده با تبلیغات شدید سعی می کنند تا
مصرف کنندگان را متقاعد کنند که محصولات آنها بهتر از نوشابه های بدون قند
است.

**تاثیر این اتفاقات بر عرضه، تقاضا و در نهایت قیمت نوشابه های بدون قند
را تفسیر کنید.**





۱. رشد قیمت سهام و به طور کلی بازار بورس در برخی از دوره ها ناشی از چیست؟
۲. چرا قیمت ارز در خلال سالهای ابتدا و انتهای دهه ۹۰ دچار افزایش شدید شد؟
۳. جهان در سال ۲۰۲۲ با تورم شدید به خصوص در حوزه مواد غذایی مواجه شد؟ علت چه بود؟
۴. چرا ایجاد مانع برای واردات، منجر به افزایش قیمت کالاهای مشابه داخلی می شود؟
۵. چرا تبلیغات تا این سطح در دنیای امروز مهم است؟
۶. برخی می گویند تاکسی های اینترنتی می تواند به افزایش سطح دستمزدها منجر شود. نظر شما چیست؟



Supply

قیمت نهاده (هزینه ها)

مقررات و قوانین

فناوری

بنگاه ها (رقبا)

مالیات ها

انتظارات عرضه کنندگان

و ...

Demand

درآمد

تبلیغات و سلیقه مصرف کنندگان

قیمت کالاهای جانشین

قیمت کالاهای مکمل

جمعیت

انتظارات خریداران

و ...



روغن آفتابگردان غنچه

عرضه

- واردات دانه و روغن خام
- نرخ ارز نیمایی
- سیاست‌های حمایتی دولت
- قیمت جهانی روغن خام
- ظرفیت کارخانه‌های داخلی

تقاضا

- درآمد خانوارهای کم‌درآمد
- قیمت سایر روغن‌ها
- تبلیغات برند
- افزایش جمعیت
- افزایش قیمت سایر کالاهای مصرفی



روغن زیتون ارگانیک

عرضه

- میزان تولید داخلی زیتون
- هزینه‌های بسته‌بندی و گواهی ارگانیک
- محدودیت واردات
- هزینه‌های حمل‌ونقل
- میزان زمین‌های زیتون‌کاری

تقاضا

- سطح آگاهی مردم درباره سلامت
- درآمد طبقه متوسط به بالا
- قیمت روغن‌های سالم دیگر
- مد و ترند مصرف سالم
- تبلیغات در فضای مجازی



ملک در منطقه ۲۲ تهران

عرضه

- پروژه‌های انبوه‌سازی
- محدودیت زمین قابل ساخت
- مقررات شهرداری و پروانه ساخت
- تورم ساخت و مصالح
- فروش واحدهای نیمه‌کاره

تقاضا

- درآمد طبقه متوسط
- تبلیغات شهرک‌های جدید
- نرخ اجاره در مناطق دیگر
- دسترسی به حمل و نقل عمومی
- قیمت نسبی نسبت به سایر مناطق



ملک در منطقه یک تهران

عرضه

- محدودیت ساخت و ساز در بافت قدیم
- هزینه‌های بسیار بالای ساخت
- تمایل پایین فروشندگان
- زمین‌های بزرگ با کاربری خاص
- مقررات سختگیرانه شهرداری

تقاضا

- درآمد افراد ثروتمند
- تمایل به پرستیژ و کلاس اجتماعی
- سرمایه‌گذاری برای حفظ ارزش دارایی
- نرخ تورم انتظاری
- محدودیت عرضه باعث افزایش اشتیاق خرید



دلار آمریکا

عرضه

- صادرات نفت و گاز
- منابع ارزی دولت (دسترسی به منابع ارزی)
- فروش ارز در بازار متشکل ارزی
- روابط بین‌المللی و تحریم‌ها
- میزان ذخایر ارزی بانک مرکزی

تقاضا

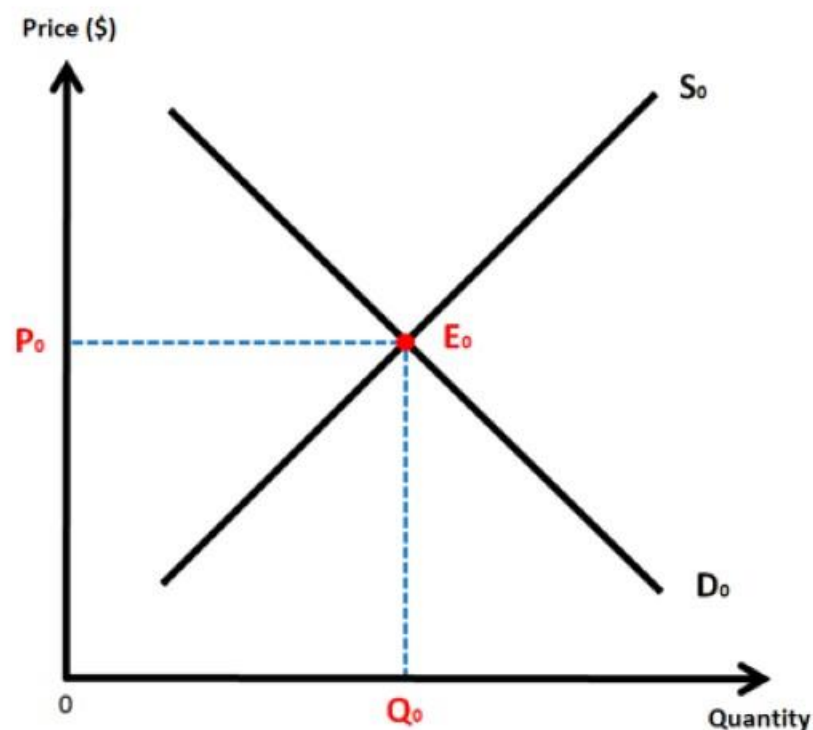
- تقاضای واردکنندگان کالا
- سفرهای خارجی
- سرمایه‌گذاری برای حفظ ارزش پول
- انتظارات تورمی
- خروج سرمایه از کشور



تورم / بازار طلا / بازار ارز / بازار سهام / بازار خودرو

و یا بازار یک محصول یا خدمت را

از منظر عرضه و تقاضا تحلیل کنید



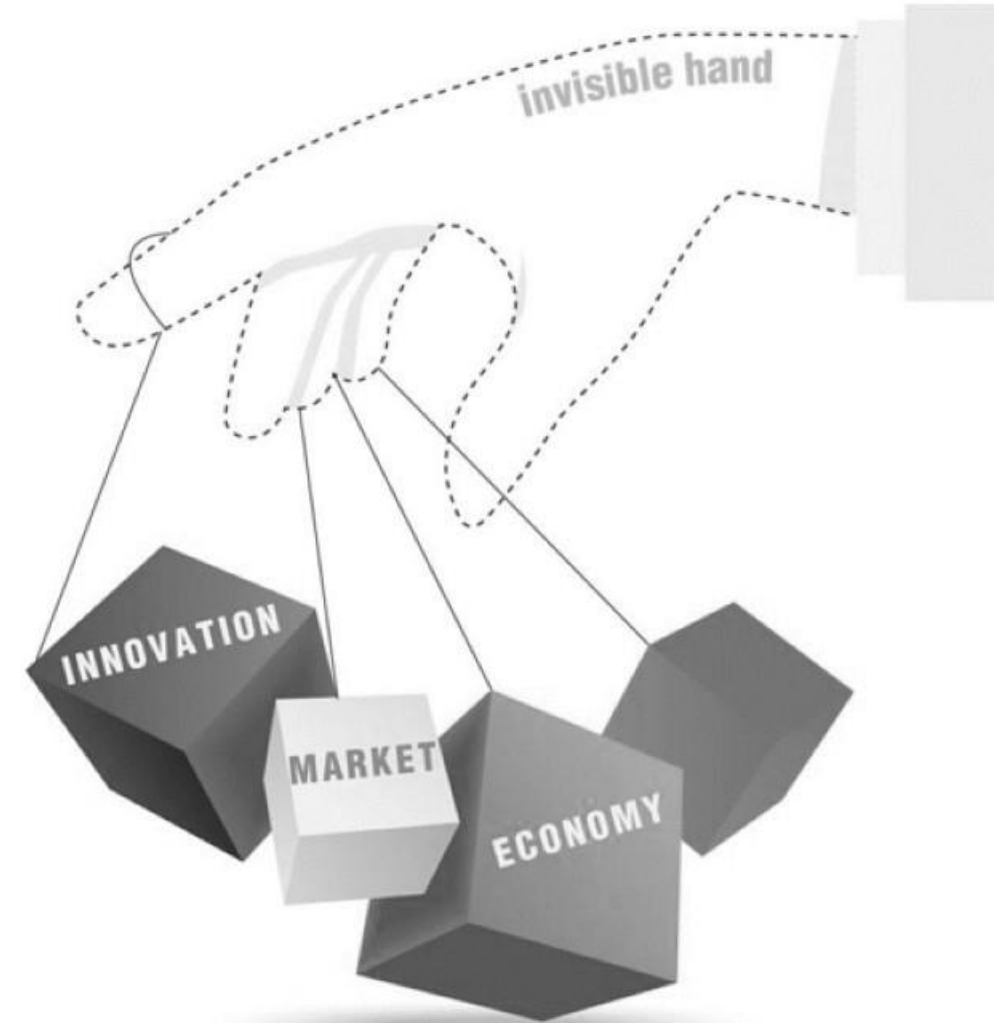
Supply & Demand

لطیفه های بی شماری درباره عرضه و تقاضا وجود دارد که بیانگر اهمیت زیربنایی این مفهوم در اقتصاد را نشان می دهد. جمله معروفی است، "به یک طوطی مفهوم عرضه و تقاضا را یاد بدهید تا از او یک اقتصاددان بسازید".

دلیل چنین ادعایی این است که فهم عرضه و تقاضا انسان را قادر می سازد تا **چگونگی تعیین قیمت ها را درک کند و همین طور آن چیزی است که سبب می شود قیمت تغییر کنند.** در تصمیم گیری کسب و کار، درک اینکه قیمت ها چگونه تعیین می شوند تقریباً به معنای همه چیز است.

در اقتصاد مبتنی بر بازار تصمیم گیری ها بر اساس
فعالیت میلیونها خانوار و میلیونها بنگاه شکل می گیرد و
هر کدام تلاش می کنند بهینه ترین تصمیم را بگیرند و
به این ترتیب است که بازار را بهترین ساز و کار برای
تنظیم قیمت ها می دانند.

آدام اسمیت پدر علم اقتصاد در مورد ساز و کار بازار
می گوید که گویی همه چیز توسط یک **دست نامرئی**
راهنمایی می شوند.

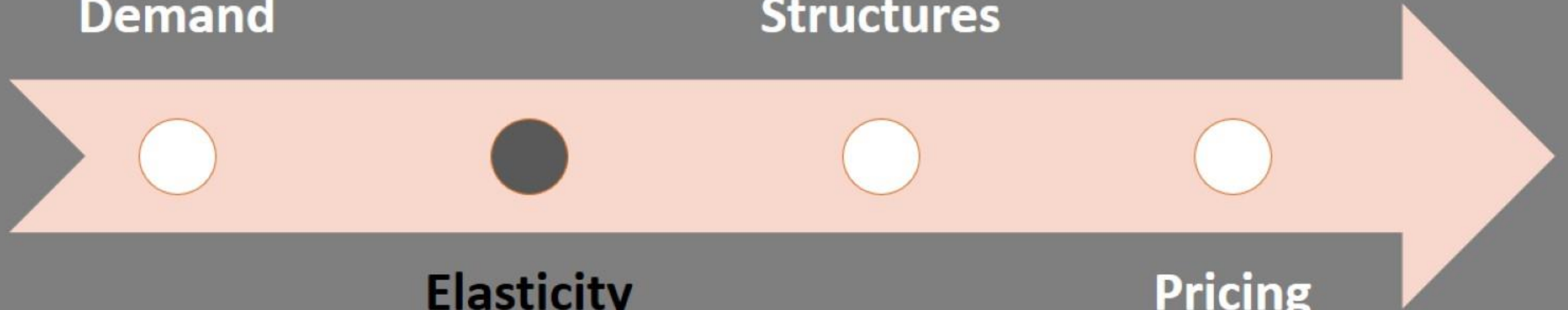


**Supply &
Demand**

**Market
Structures**

Elasticity

Pricing



کاهش هزینه
به تولید



کاهش هزینه در تولید
بکاهش هزینه می شود یا خیر؟

کاهش
درآمدی
تقاضا



اگر هزینه کلان است
چه اثر بر مصرف کالاها دارد
دارند؟

کاهش قیمتی
تقاضا

کاهش هزینه در تولید

اگر کاهش قیمت دارد یا خیر؟

شما مدیر یک آژانس تبلیغاتی نوآور هستید

که اخیراً یک محصول دیجیتالی جدید (مثلاً یک نرم افزار مدیریت تبلیغات) را به بازار عرضه کرده است. برآورد تیم مارکتینگ این است که این محصول با کشش قیمتی تقاضای بالا مواجه است؛ به این معنی که مشتریان نسبت به تغییرات قیمت حساسیت زیادی نشان می دهند. با وجود عملکرد نسبتاً خوب تیم فروش و افزایش مشتریان، شرکت همچنان نتوانسته است هزینه های اولیه سرمایه گذاری خود را پوشش دهد و به سوددهی برسد. مدیرعامل شرکت از تیم خود خواسته است استراتژی های ممکن برای بهبود وضعیت مالی را بررسی کنند.

- اگر شما مشاور این شرکت بودید، چه پیشنهاداتی می دادید؟
- آیا شرکت باید قیمت محصول را افزایش دهد؟ کاهش دهد؟ یا راه دیگری انتخاب کند؟ چرا؟
- به نظر شما، این شرکت چگونه می تواند از اطلاعات مربوط به کشش قیمت تقاضا برای تصمیم گیری را به دست بیاورد؟





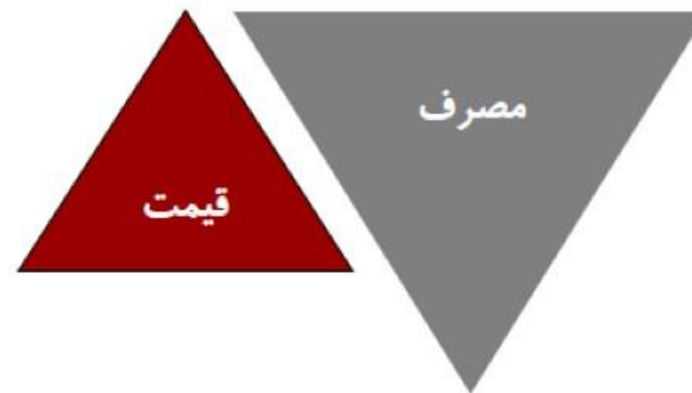
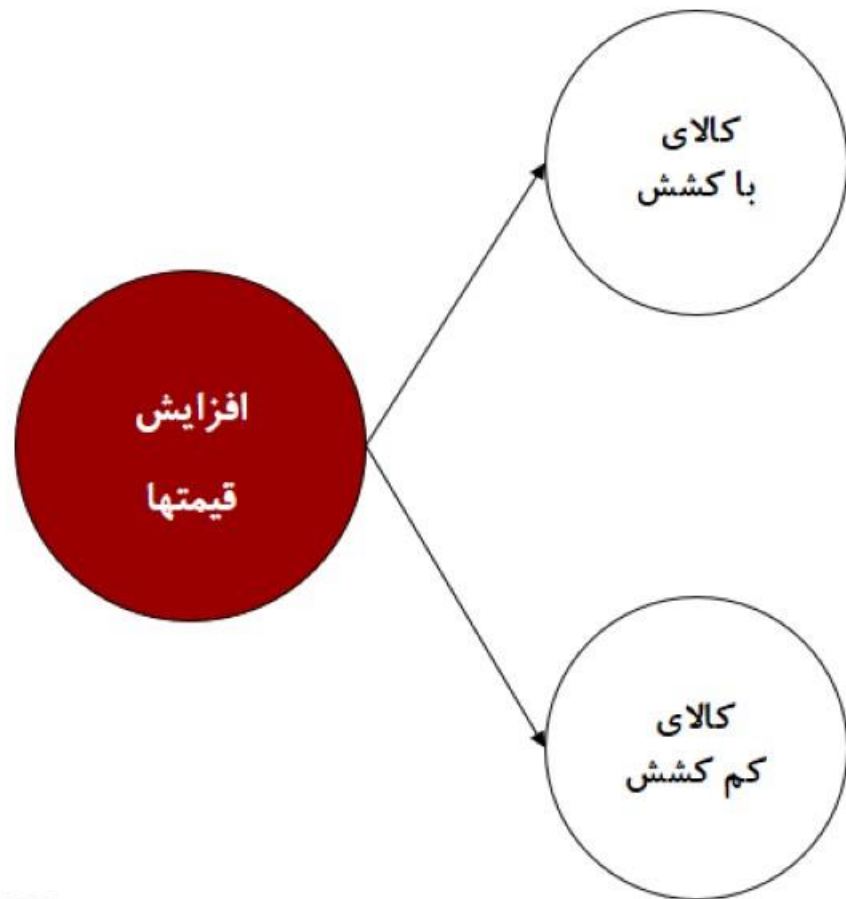
PED Formula =
$$\frac{\text{\% Change in Quantity Demanded}}{\text{\% Change in Price}}$$




$PED > 1$

$PED < 1$

کدام عوامل بر کشش قیمتی یک کالا تاثیر گذار است؟



X



✓

سال ۲۰۱۶ دوره رونق شرکت قهوه سازی استارباکز بوده است و درآمد ۹ درصد افزایش یافت و ۱۰۳۵ فروشگاه جدید قهوه افتتاح شد. دپارتمان مارکتینگ کشتش درآمدی تقاضا را حدود ۱/۵ تا ۲ برآورد کرده است و برای سال آینده ترس از ظهور رکود و کسادى وجود دارد.

استارباکز این پیش بینی را خبری بد و شرکت عمده فروشی G.R این را خبری خوب برای خود می داند.



Income Elasticity of Demand Formul



Income Elasticity of Demand = $\frac{\text{Percentage Change in Quantity Demanded (\%)}}{\text{Percentage Change in Consumers Real Income}}$



$IED > 0$

$IED < 0$

$$\text{Cost elasticity of production} = \frac{\text{Percentage change of costs}}{\text{Percentage change of production}}$$

↑ < 1 → نقصان داری تولید ✓

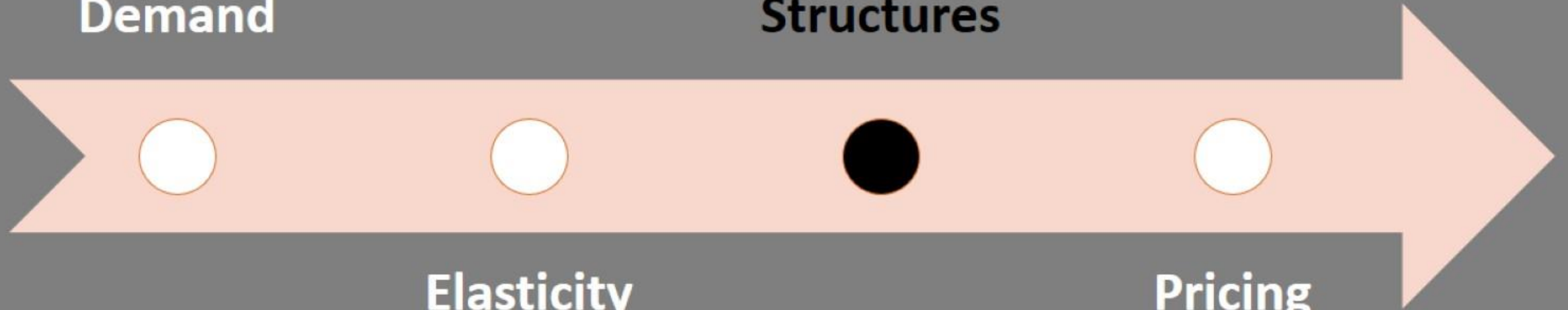
↓ > 1 → نقصان داری تولید ✗

**Supply &
Demand**

**Market
Structures**

Elasticity

Pricing



یک شرکت دارویی در مورد یکی از محصولات خود در حال تصمیم گیری در مورد سطح تولید و قیمت گذاری است و با این چهار گروه از پیشنهادها روبروست:

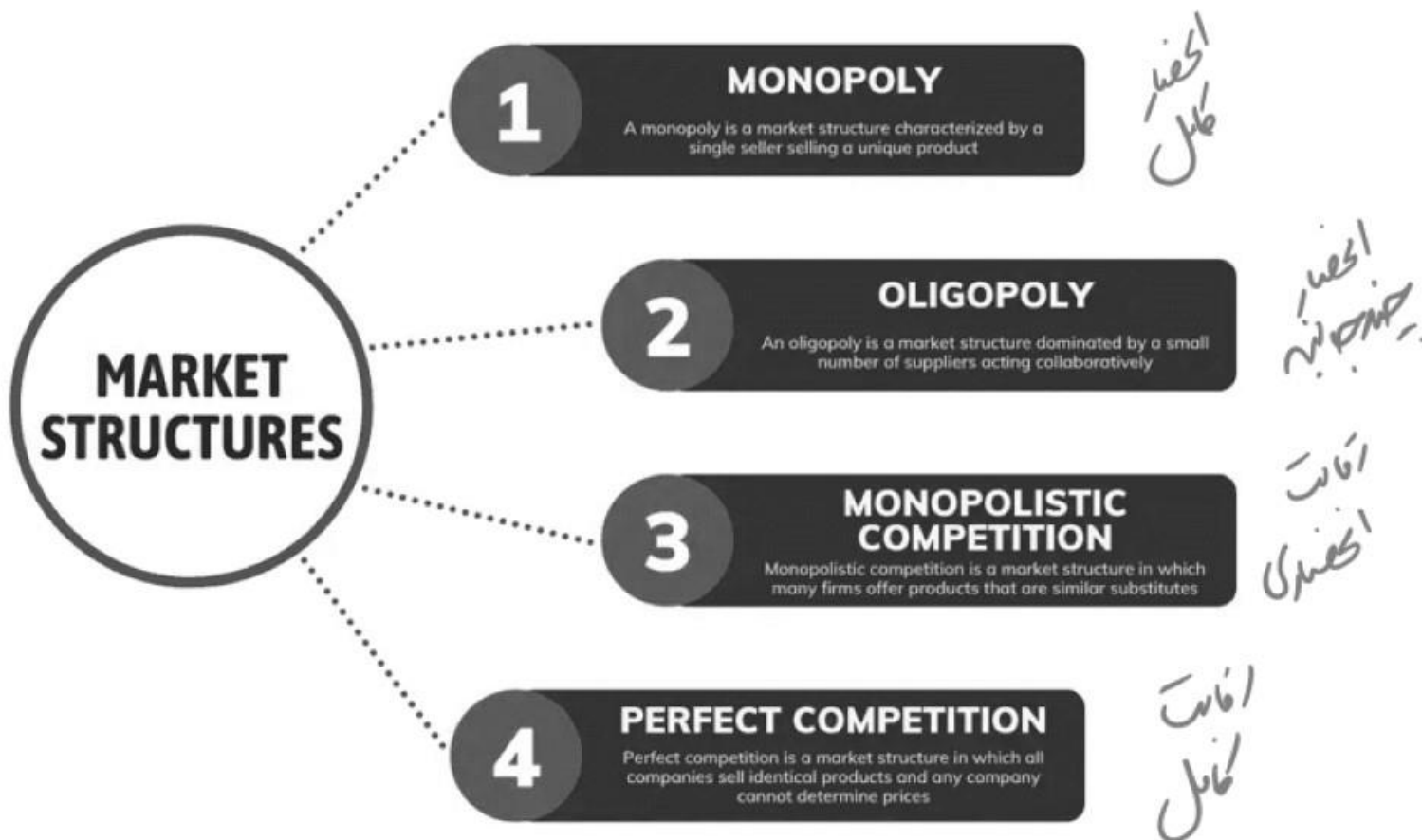
شرکت باید تولید خود را تا جایی افزایش دهد که هزینه نهایی با قیمت بازار برابر شود و سود اقتصادی بلندمدت نزدیک به صفر خواهد بود.

شرکت باید به واکنش رقبای خود توجه کند. اگر رقبای قیمت‌ها را کاهش دهند، ممکن است مجبور به کاهش قیمت شود (مدل قیمت‌گذاری منحنی شکست). همچنین همکاری ضمنی یا کارتل می‌تواند به حداکثرسازی سود برای همه شرکت‌ها کمک کند.

شرکت می‌تواند برای محصول خود قیمت بالاتری از هزینه نهایی تعیین کند، اما باید به رقابت در تبلیغات، کیفیت، و تمایز محصول توجه کند. استراتژی تمرکز بر تبلیغات و برندینگ است تا سود کوتاه‌مدت افزایش یابد.

شرکت باید سطح تولید و قیمت را به گونه‌ای تنظیم کند که سود کل حداکثر شود. با این حال، باید به تقاضای بازار و احتمال مداخله دولت (در صورت تعیین قیمت‌های غیرمنصفانه) توجه کند.





ساختار بازارها و
فضای تصمیم گیری

حالا موضوع یک شرکت خدمات گردشگری است که تورهای داخلی و خارجی برگزار می‌کند. این شرکت در حال بررسی استراتژی قیمت‌گذاری و سطح ارائه خدمات خود برای فصل جدید است. مدیرعامل شرکت از شما خواسته است، با توجه به ساختار بازار که شرکت در آن فعالیت می‌کند، بهترین استراتژی را پیشنهاد دهید.

شرکت می‌تواند قیمت بالاتری برای تورهای خود تعیین کند، اما باید بر متمایزسازی خدمات تمرکز کند. این کار می‌تواند از طریق ارائه بسته‌های خلاقانه، تبلیغات قوی و ارتقای تجربه مشتری انجام شود. هدف جذب مشتریانی است که حاضرند برای خدمات باکیفیت‌تر هزینه بیشتری پرداخت کنند.

شرکت باید با دقت رفتار رقبای خود را تحلیل کند. اگر رقبا تخفیف‌های چشمگیری ارائه دهند، شرکت نیز ممکن است مجبور به کاهش قیمت شود. همکاری یا ایجاد ائتلاف با رقبا (مانند قراردادهای همکاری یا تنظیم نرخ استاندارد) می‌تواند به بهبود وضعیت مالی کمک کند. ارائه خدمات نوآورانه نیز یک مزیت رقابتی ایجاد می‌کند.

شرکت نمی‌تواند قیمت را بالاتر از قیمت بازار تعیین کند و باید هزینه‌های خود را بهینه کند تا در بلندمدت سود کسب کند. بهترین استراتژی، بهبود بهره‌وری و کاهش هزینه‌های ارائه خدمات است.

شرکت می‌تواند قیمت بالایی تعیین کند که تقاضا را حفظ کرده و سود کل را حداکثر کند. با این حال، باید به حساسیت مشتریان نسبت به قیمت و احتمال ورود رقبا یا مداخله قانونی توجه داشته باشد. کیفیت خدمات و حفظ رضایت مشتری برای حفظ موقعیت انحصاری حیاتی است.



ساختار بازارها و استراتژی های قیمت گذاری

ساختار بازار	ویژگی ها (خلاصه)	استراتژی کسب و کارها
رقابت کامل	تعداد زیاد فروشنده، محصول همگن، ورود و خروج آزاد	حداقل سازی هزینه بهره‌وری بالا قیمت‌پذیری (پذیرش قیمت بازار)
انحصار کامل	تنها یک فروشنده، بدون جانشین نزدیک، موانع ورود بالا	قیمت‌گذاری بهینه برای بیشینه‌سازی سود تبعیض قیمتی در صورت امکان کنترل عرضه
رقابت انحصاری	فروشنده‌گان زیاد، محصول متمایز، آزادی ورود و خروج	برندینگ و تبلیغات برای ایجاد تمایز نوآوری در خدمات یا بسته‌بندی تمرکز بر وفاداری مشتری
انحصار چندجانبه (الیگوپولی)	تعداد کم فروشنده، تعامل استراتژیک، موانع ورود متوسط تا بالا	تحلیل رفتار رقبا (نظریه بازی‌ها) تشکیل کارتل یا تبانی (در صورت نبود قانون رقابت) تبلیغات سنگین نوآوری برای پیشی گرفتن از رقبا

انحصار کامل

- یک بنگاه و نبود رقیب
- کالا جایگزین نزدیک ندارد
- ورود و خروج با مانع روبروست



- صنایع نظامی
- راه آهن
- بنزین
- فروشگاه اقساطی مواد غذایی



- انحصارگری طبیعی
- انحصارگری قانونی
- انحصارگری دولتی
- انحصارگری ثبتي

Strategies

استراتژی های قیمتی،

بر اساس کشش قیمتی

رقابت با تبلیغات،

تبلیغات مطلوب است و به همین دلیل شرکت دیرز برای الماس تبلیغ می کند

استراتژی مطلوب سود آوری،

افزایش منطقی قیمت ها، تبلیغات، حفظ قدرت انحصار،



بازار انحصار چندجانبه

تعامل با بقیه رقبا

- تعداد اندک بنگاهها
- ورود و خروج با مانع روبروست



- اپراتورهای تلفن همراه
- شرکت های هواپیمایی
- خودروسازی ها
- هایپرمارکت های اقساطی لوازم خانگی
- کافی شاپ های گیت خروجی فرودگاه

Strategies

استراتژی های قیمتی،

رقابت با تبلیغات،

استراتژی مطلوب سود آوری،

استراتژی رقابت قیمتی مطلوب نیست

تبلیغات مطلوب است هم از جهت قیمت بالاتر و هم از جهت میزان فروش

نوآوری، تبلیغات، حفظ موقعیت صرفه به مقیاس بنگاه



بازار رقابت انحصاری

برعکس بازار قبل باید نگران خودت باشی

- مواد غذایی و شرکت های لبنیات
- رستوران ها
- آرایشگاه ها
- و ...



- تعداد زیاد بنگاهها
- کالاها نزدیک به هم
- ورود و خروج آسان بنگاه ها

Strategies

قیمت گذاری بر اساس میزان کشش پذیری به دلیل وجود جانشین های نزدیک

استراتژی های قیمتی،

تبلیغات مطلوب است هم از جهت قیمت بالاتر و هم از جهت میزان فروش

رقابت با تبلیغات،

ایجاد تمایز در محصول، تمرکز به کاهش کشش پذیری قیمتی، تبلیغات، نوآوری،

استراتژی مطلوب سود آوری،

رقابت کامل

- تعداد زیاد بنگاه ها
- کالاهای کاملا همگن
- ورود و خروج آزاد



- گندم
- طلا (سکه طلا)
- بنزین (جایگاه های سوخت)
- و ...

Strategies

استراتژی های قیمتی،

بنگاه قیمت پذیر است و تقاضا کاملا با کشش

قیمت بازار (قیمت بالاتر به معنی خروج و قیمت پایین تر به معنی زیان است)

رقابت با تبلیغات،

صرفا با هدف افزایش فروش و نه فروش به قیمت بالاتر

استراتژی مطلوب سود آوری،

بهینه سازی و کمینه سازی هزینه ها، بهره وری، تمرکز بر ایجاد موقعیت صرفه به مقیاس

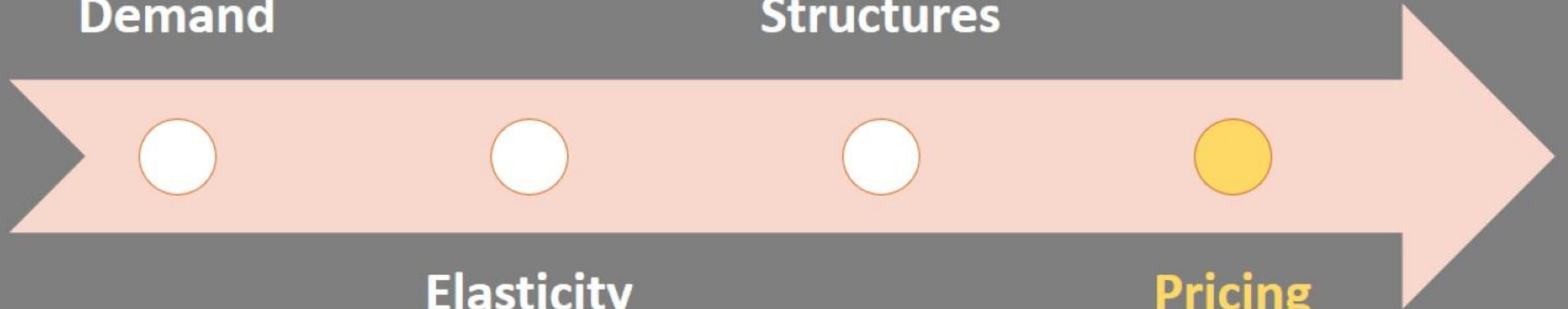
- کدام بازار برای یک تولیدکننده مطلوب تر است؟
- آیا می توان در یک بازار با ساختار رقابتی کامل، انحصاری عمل کرد؟
- کشش قیمتی در هر کدام از بازارها چه وضعیتی دارد ؟
- استراتژی قیمت گذاری در هر کدام از بازارها چه تفاوتی با دیگری دارد؟
- در کدام بازار امکان اعمال تبعیض قیمتی وجود دارد؟
- استراتژی های بازاریابی در کدام بازارها حیاتی تر به حساب می آید؟

**Supply &
Demand**

**Market
Structures**

Elasticity

Pricing





استراتژی های
قیمت گذاری



شما مدیر یک شرکت داروسازی کوچک هستید که دو سال پیش مجوز انحصاری تولید و فروش یک دارو را دریافت کرده اید.

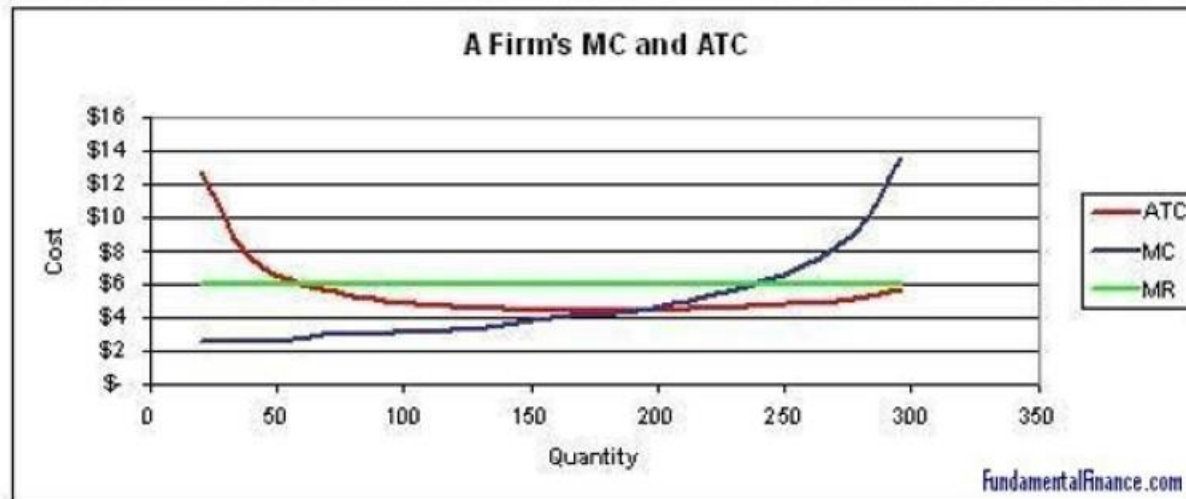
با وجود فروش بسیار خوب ۱۲۵ میلیون دلاری در سال گذشته و هزینه نهایی اندک تولید (حدود ۲۵ سنت) شما هنوز به سودآوری نرسیده اید و علت هم هزینه سرمایه گذاری ۱ میلیارد دلاری بوده است که صرف تحقیق و مجوز FDA شده است. قیمت فعلی هر قرص در حال حاضر یک دلار است.

توصیه شما چیست؟ کاهش قیمت به صلاح است یا خیر و اگر هست تا چه عددی این شرکت می تواند کاهش قیمت داشته باشد؟





Bakers (Labor)	Cakes (Q)	Total Revenue (TR)	Marg. Rev. $MR=\Delta TR/\Delta Q$	Fixed Cost (FC)	Variable Cost (VC)	Total Cost $TC=FC+VC$	Avg. TC $ATC=TC/Q$	Marginal Cost $MC=\Delta TC/\Delta Q$
1	19.53	\$ 117	\$ 6.00	\$ 200	\$ 50	\$ 250	\$ 12.80	\$ 2.56
2	38.16	\$ 229	\$ 6.00	\$ 200	\$ 100	\$ 300	\$ 7.86	\$ 2.68
3	55.90	\$ 335	\$ 6.00	\$ 200	\$ 150	\$ 350	\$ 6.26	\$ 2.82
4	72.80	\$ 437	\$ 6.00	\$ 200	\$ 200	\$ 400	\$ 5.49	\$ 2.96
6	104.17	\$ 625	\$ 6.00	\$ 200	\$ 300	\$ 500	\$ 4.80	\$ 3.19
8	132.50	\$ 795	\$ 6.00	\$ 200	\$ 400	\$ 600	\$ 4.53	\$ 3.53
10	157.99	\$ 948	\$ 6.00	\$ 200	\$ 500	\$ 700	\$ 4.43	\$ 3.92
13	191.36	\$ 1,148	\$ 6.00	\$ 200	\$ 650	\$ 850	\$ 4.44	\$ 4.49
16	219.44	\$ 1,317	\$ 6.00	\$ 200	\$ 800	\$ 1,000	\$ 4.56	\$ 5.34
20	249.61	\$ 1,498	\$ 6.00	\$ 200	\$ 1,000	\$ 1,200	\$ 4.81	\$ 6.63
25	277.32	\$ 1,664	\$ 6.00	\$ 200	\$ 1,250	\$ 1,450	\$ 5.23	\$ 9.02
30	295.78	\$ 1,775	\$ 6.00	\$ 200	\$ 1,500	\$ 1,700	\$ 5.75	\$ 13.55



استراتژی اول قیمت گذاری:
قیمت گذاری بر مبنای هزینه نهایی

$P > MC$ ✓
 $P < MC$ ✗



نقطه تعطیلی یا توقف تولید یا ارائه خدمات یک
بنگاه کجاست؟



استراتژی دوم قیمت گذاری، قیمت گذاری به روش هزینه بعلاوه سود معین

مورد استقبال است چون:

- ساده بودن مدل قیمت گذاری
- از منظر پیش بینی پذیری بنگاه ها ریسک کمتری دارند

اما چند ضعف مهم هم دارد
این روش قیمت گذاری

$$P = ATC \times (1 + \text{سود معین})$$

در گام اول بنگاه هزینه های تولید یک محصول را
محاسبه می کند (بهای تمام شده) و در گام بعد
سود معین خود را به آن اضافه می کند



استراتژی سوم قیمت گذاری،
قیمت گذاری بر اساس راهبردهای افزایش سود بیشتر



Price
Discrimination

1



Two Part
Pricing

2



Block Pricing

3



Bundling
Pricing

4

انواع استراتژی های قیمت گذاری

تبعیض قیمتی

قیمت بلیت سینما یا هواپیما برای دانشجویان، سالمندان و عموم متفاوت است. این استراتژی سود را با فروش به گروه هایی که با قیمت یکسان خرید نمی کردند، افزایش می دهد. هدف گرفتن حداکثر سود از تمایل افراد به پرداخت است.

قیمت گذاری دو بخشی

باشگاه ورزشی: پرداخت حق عضویت + هزینه هر بار ورود یا کلاس. این روش مشتری را با قیمت اولیه پایین جذب کرده و سپس از مصرف بیشتر درآمد کسب می کند.

قیمت گذاری بلوکی

بسته های دستمال کاغذی
این استراتژی مشتریان را به خرید بیشتر تشویق کرده و سود را از مصرف کنندگان سنگین افزایش می دهد.

قیمت گذاری ترکیبی (باندلینگ)

مجموعه نرم افزار آفیس یا مک دونالد و یا آب میوه های ترکیبی
این روش فروش محصولات کمتر محبوب را با ترکیب آن ها با محصولات پرفرمدار افزایش می دهد. هدف ایجاد یک بسته ارزشمند از نظر مشتری و در عین حال پر سود است.



استراتژی **چهارم** قیمت گذاری،
کاهش قیمت به قصد نبردهای تجاری

قیمت گذاری نفوذی

با قیمت نازل و در بازاری با کشش
و با هدف افزایش فروش

سن آمد ام !

قیمت گذاری محدود کننده

قیمتی که ورود برای بنگاه های دیگر
را غیر ممکن کند

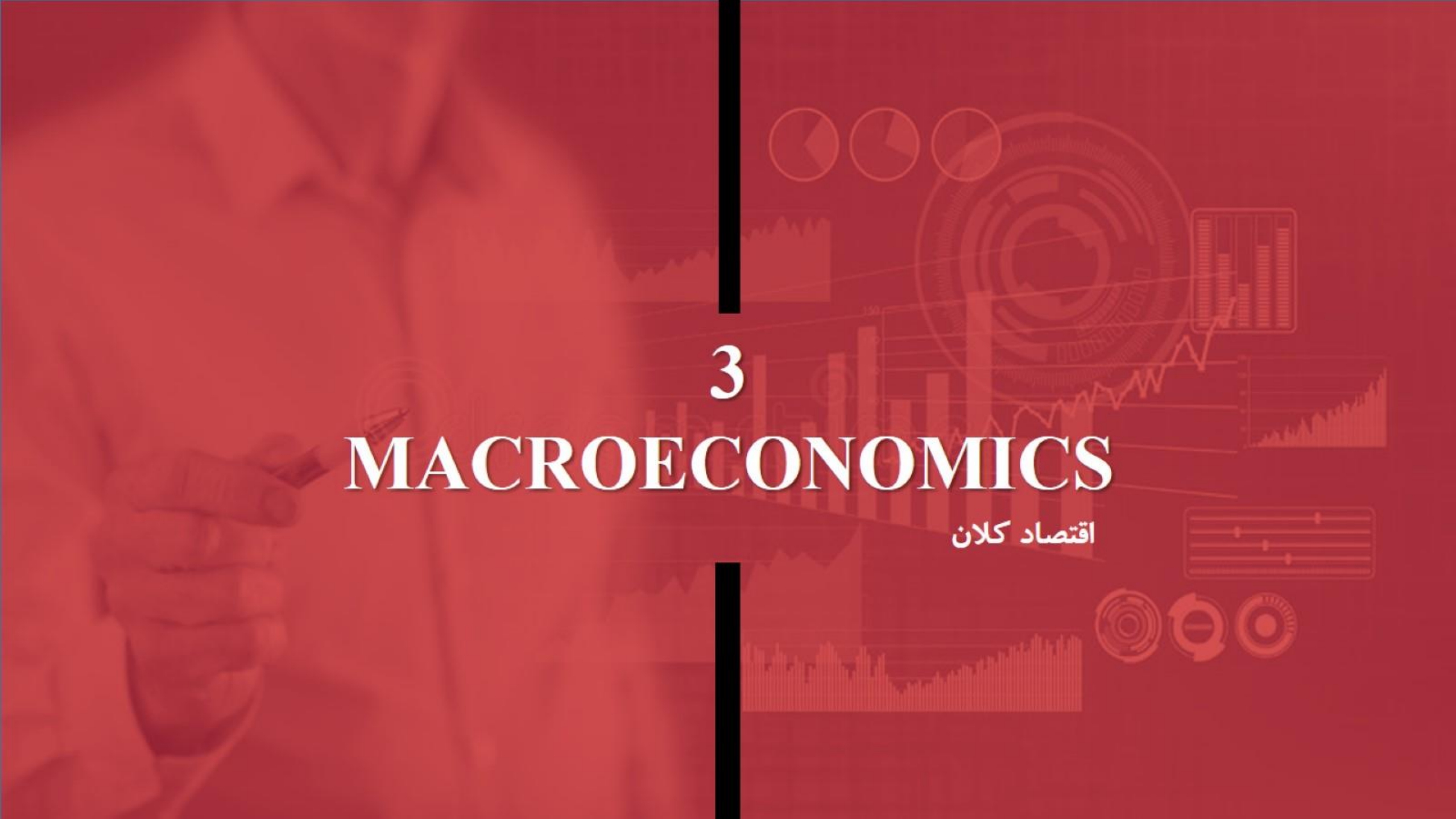
وارد نشوید !

قیمت گذاری غارتی

قیمتی برای بیرون کردن رقبا

بزنید بیرون !





3

MACROECONOMICS

اقتصاد کلان

نرخ ارز

سیاست های پولی

تورم

تولید ناخالص داخلی

تراز پرداخت

نرخ بهره و سرمایه گذاری

نقدینگی

رشد اقتصادی

سیاست های مالی

چرخه های تجاری

MACROECONOMICS

رکود تاریخی صنعت

☞ شماره روزنامه: ۶۳۴۰ ☞ تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۴/۲۹

☞ شماره خبر: ۴۱۹۷۴۶۸ ☞ صنعت و معدن

دنیای اقتصاد : شاخص مدیران خرید بخش صنعت، در خرداد امسال عدد ۴۲.۱ را ثبت کرد؛ این پایین‌ترین رقم از زمان انتشار داده‌های شامخ در مهرماه سال ۱۳۹۷ تاکنون است. در سال‌های گذشته بخش صنعت در نتیجه «مشکلات اساسی در تامین انرژی»، «دشواری در دسترسی به منابع مالی»، «پیچیدگی‌های تامین مواد اولیه»، «چالش‌های استخدام نیروی کار» و ده‌ها معضل دیگر، روزهای سختی را سپری کرد. با این حال طی ماه‌های اخیر، این

افزایش شاخص قیمت‌ها رکورد می‌شکند؟

برآورد تورم تا پایان سال

☞ شماره روزنامه: ۶۴۷۲ ☞ تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۷/۷

☞ شماره خبر: ۴۲۴۰۷۳۹ ☞ اقتصاد کلان

دنیای اقتصاد : بررسی‌های «دنیای اقتصاد» نشان می‌دهد که نرخ تورم در مسیر ثبت بالاترین سطح تاریخی خود قرار گرفته است. اگر روند تورم در سه‌ماه پایانی سال مشابه سه ماه اخیر ادامه یابد، تورم نقطه‌ای تا پایان سال به حدود ۵۵.۶ درصد خواهد رسید. همچنین در سناریویی که رفتار تورم در ماه‌های پایانی مشابه آذرماه باشد، نرخ تورم حتی می‌تواند به ۵۶ درصد برسد که رکوردی تاریخی است. در سناریوی خوش‌بینانه‌تر نیز اگر الگوی تورم سه‌ماهه پایانی

آزیر قرمز رشد نقدینگی

☞ شماره روزنامه: ۶۳۷۵ ☞ تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۶/۱۱

☞ شماره خبر: ۴۲۰۹۳۵۱ ☞ سیاست گذاری

دنیای اقتصاد : آمار کل‌های پولی بهار ۱۴۰۴ که توسط بانک مرکزی منتشر شده، نشان می‌دهد نرخ رشد نقدینگی به بیشترین مقدار ۲۶ ماه اخیر رسیده‌است. نقدینگی در خرداد رشد نقطه‌ای ۳۲.۴ درصد را ثبت کرده که بالاتر از هدف‌گذاری بانک مرکزی است. بررسی‌ها نشان می‌دهد استفاده دولت از تنخواه‌گردان خزانة و استقراض از بانک مرکزی حدود یک‌سوم رشد نقدینگی از آغاز سال تا پایان بهار را رقم زده است. اقتصاددانان هشدار می‌دهند رشد

تورم رکورد شکست

☞ شماره روزنامه: ۶۳۹۵ ☞ تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۷/۶

☞ شماره خبر: ۴۲۱۶۰۰۰ ☞ اقتصاد کلان

دنیای اقتصاد : نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه در شهریورماه سال جاری با رسیدن به ۴۵.۳ درصد، بیشترین سطح ۲۸ ماه اخیر را ثبت کرد. بررسی‌های «دنیای اقتصاد» نشان می‌دهد در صورت تداوم روند نیمه نخست سال، نرخ تورم تا پایان سال به حدود ۴۸ درصد خواهد رسید. در این میان، گروه خوراکی‌ها فشار قابل‌توجهی بر سفره خانوار وارد کرده است؛ به‌گونه‌ای که تورم نقطه‌به‌نقطه این گروه در شهریور به ۵۷.۵ درصد رسیده و قیمت «نان» به‌عنوان اصلی‌ترین

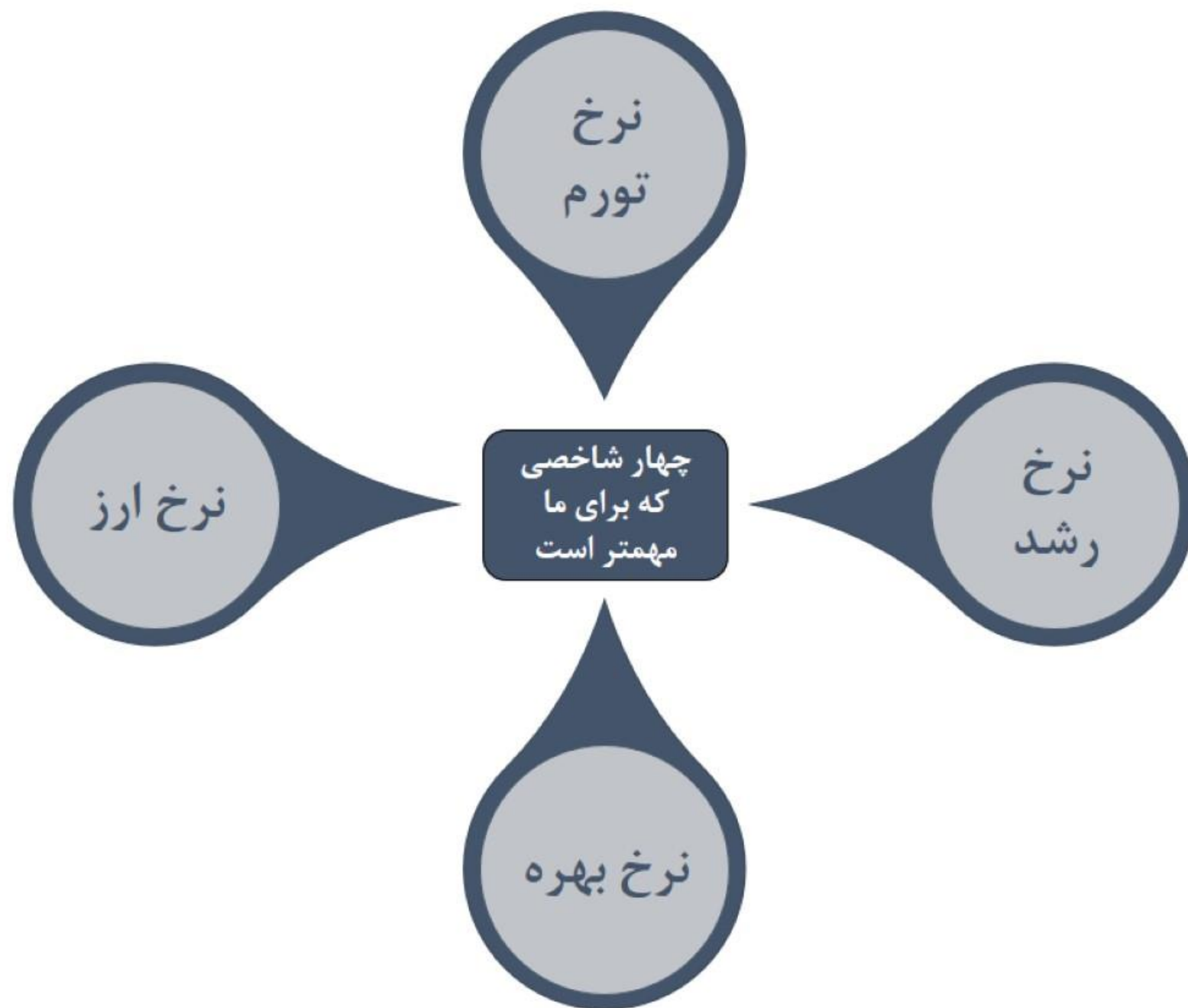
کاهش سطح واقعی تولید ناخالص داخلی پس از نیم‌دهه؛

رشد اقتصادی متوقف شد

☞ شماره روزنامه: ۶۳۹۱ ☞ تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۷/۱

☞ شماره خبر: ۴۲۱۴۷۳۹ ☞ سیاست گذاری

دنیای اقتصاد : در بهار ۱۴۰۴ اقتصاد ایران پس از چهارسال‌ونیم بار دیگر رشد منفی را تجربه کرد. طبق اعلام مرکز آمار، نرخ رشد اقتصادی این فصل نسبت به مدت مشابه سال قبل منفی ۰.۱ درصد بوده است. این اتفاق زنگ خطری برای ورود دوباره اقتصاد کشور به شرایط رکودی مشابه دهه ۹۰ است؛ دهه‌ای که بانک جهانی آن را «دهه از دست رفته» اقتصاد ایران نامید. تحلیل‌ها نشان می‌دهد



■ به مجموع ارزش کالاها و خدمات نهایی تولید شده در طی یک دوره معین (معمولا یکسال) در درون کشور (داخل مرزهای یک کشور) گفته می شود.

■ به عبارتی ما وقتی از GDP حرف می زنیم، می خواهیم بدانیم در طول یک سال، چند ریال یا چند تومان یا چند دلار در کل کشور، کالا و خدمت فروخته شده است.

■ یکی از مهمترین متغیرهایی است که در تجزیه و تحلیل ها و ارزیابی های اقتصاد کلان از آن استفاده می شود و معیار محاسبه رشد اقتصادی است.

تولید ناخالص داخلی

Gross Domestic Product





اجزای تولید ناخالص داخلی

$$\text{GDP} = C + I + G + NX$$

تولید
ناخالص
داخلی

مصرف
خانوارها

سرمایه
گذاری

مخارج
دولتی

خالص صادرات



نرخ بهره، نرخ مالیات، تحریم و ...

هر کدام چه اثری می تواند بر تولید ناخالص داخلی و رشد اقتصادی داشته باشد؟



یک گزارش از شرایط تولید ناخالص داخلی را پیدا کنید



اسکناس و مسکوک ▾

نظام‌های پرداخت و زیرساخت ▾

نظارت ▾

آمار و داده‌ها ▾

قوانین و مقررات ▾

نشریات و پژوهش‌ها ▾

سیاست پولی ▾

درباره بانک ▾

[صفحه نخست](#) [» نشریات و پژوهش‌ها](#) [» نماگرهای اقتصادی](#)

نماگرهای اقتصادی

[» نشریات و پژوهش‌ها](#)[- نماگرهای اقتصادی](#)

۱۴۰۴ ▾

- نماگرهای اقتصادی شماره ۱۲۰، سه ماهه اول سال ۱۴۰۴

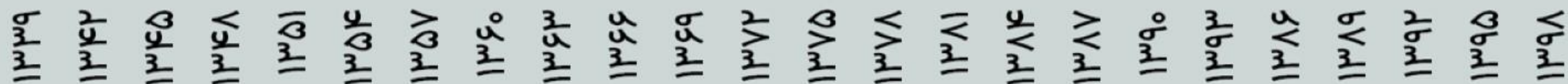
تعداد بازدیدها: ۸۹۹,۹۵۳



چرا تولید ناخالص داخلی مهم است؟

رشد اقتصادی ایران

درپنج اپیزود



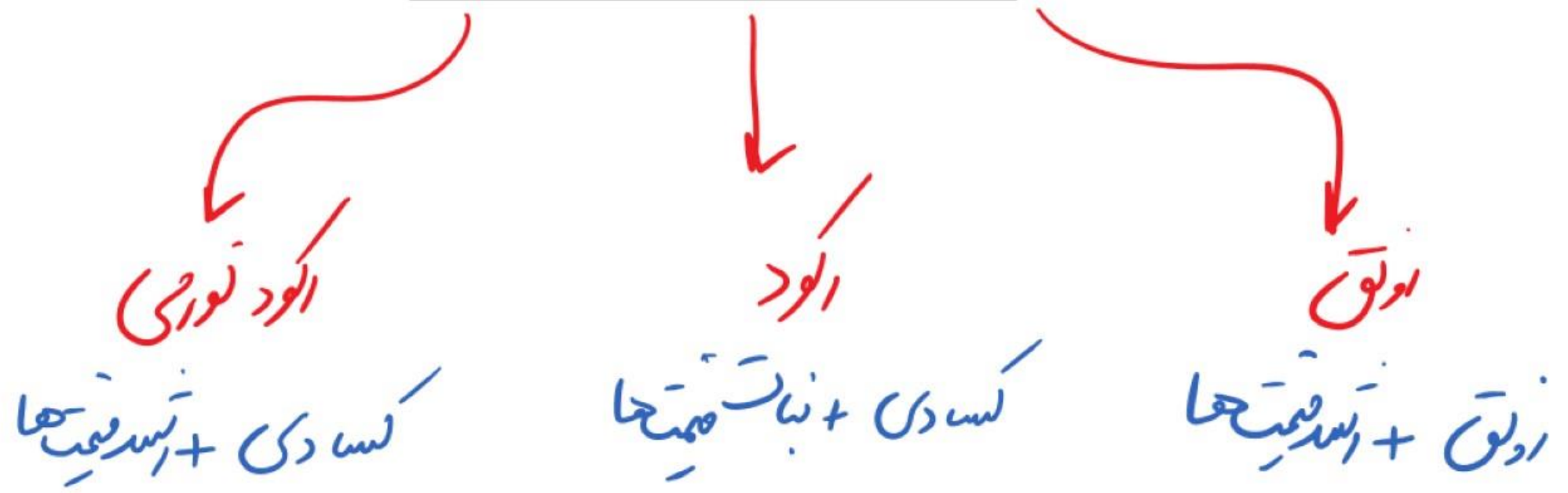
سال ۲۰۱۶ دوره رونق شرکت قهوه سازی استارباکز بوده است و درآمد ۹ درصد افزایش یافت و ۱۰۳۵ فروشگاه جدید قهوه افتتاح شد. دپارتمان مارکتینگ کسش درآمدی تقاضا را حدود ۱/۵ تا ۲ برآورد کرده است و برای سال آینده ترس از ظهور رکود و کسادى وجود دارد.

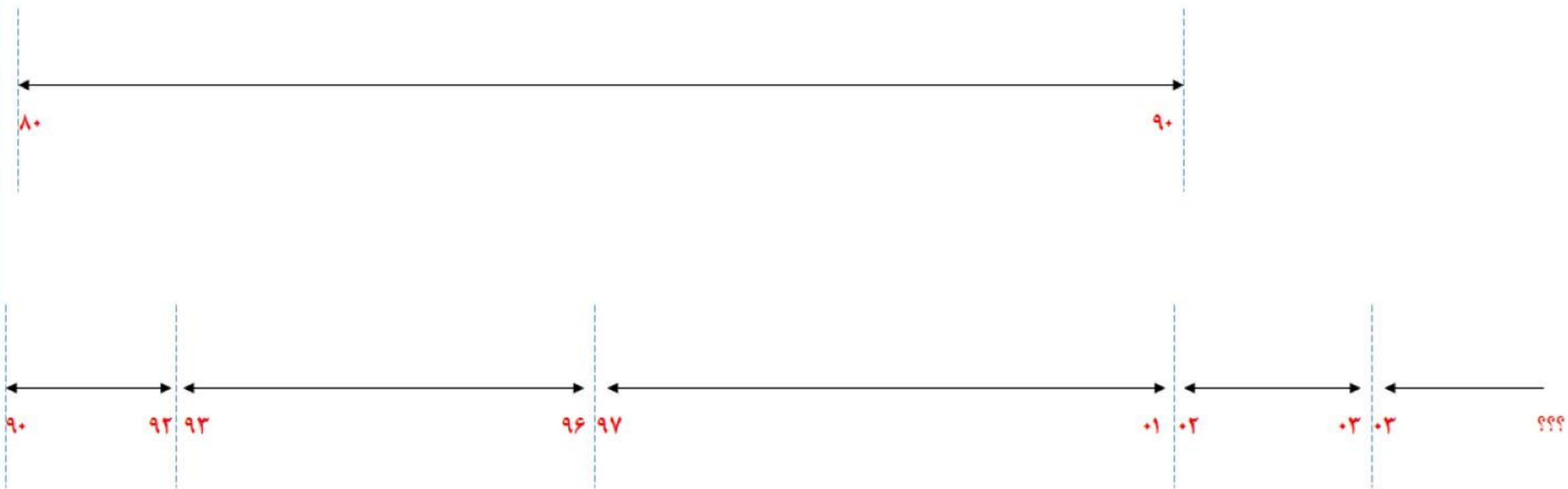
استارباکز این پیش بینی را خبری بد و شرکت عمده فروشی G.R این را خبری خوب برای خود می داند.





چرخه های تجاری

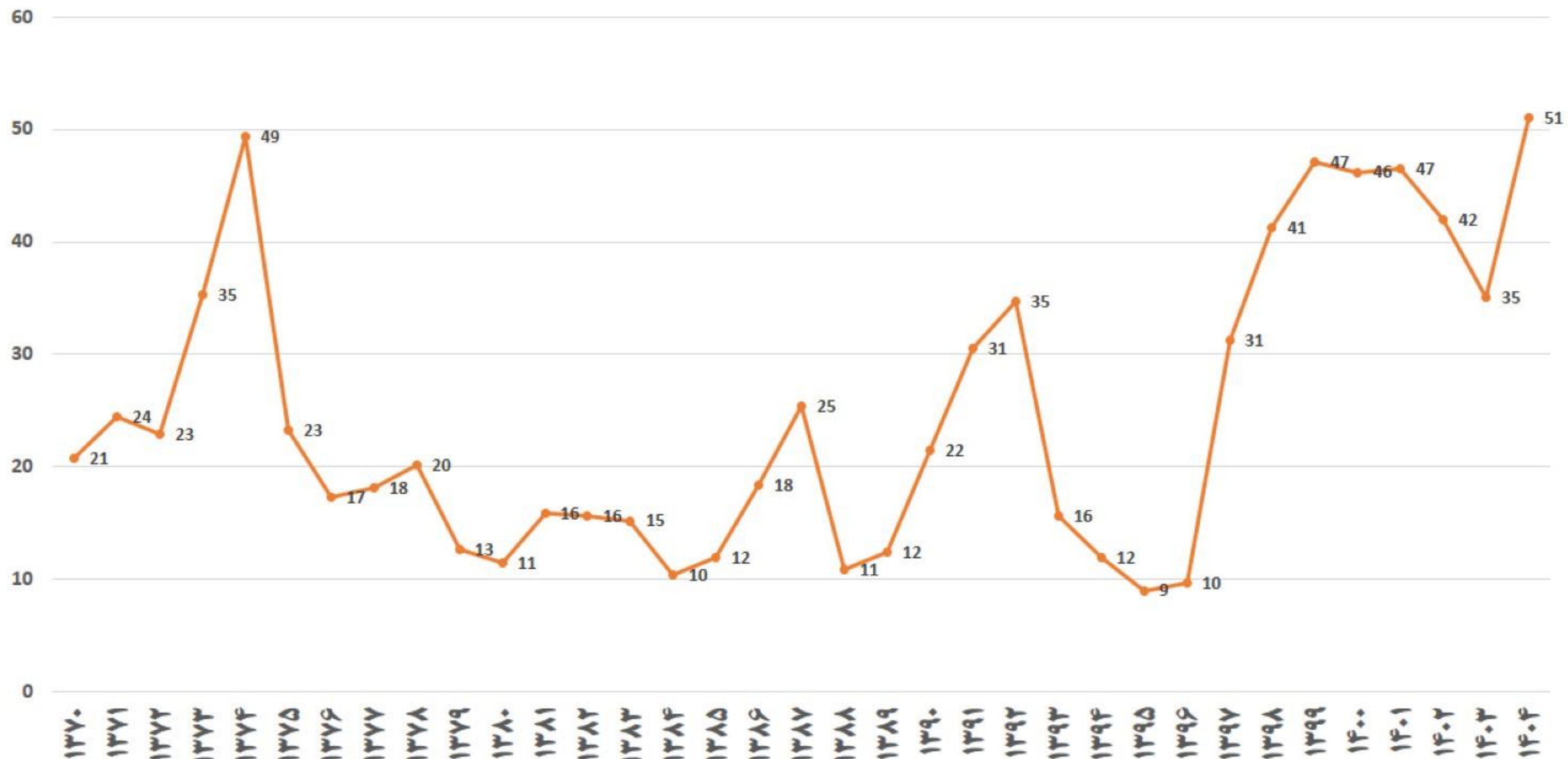


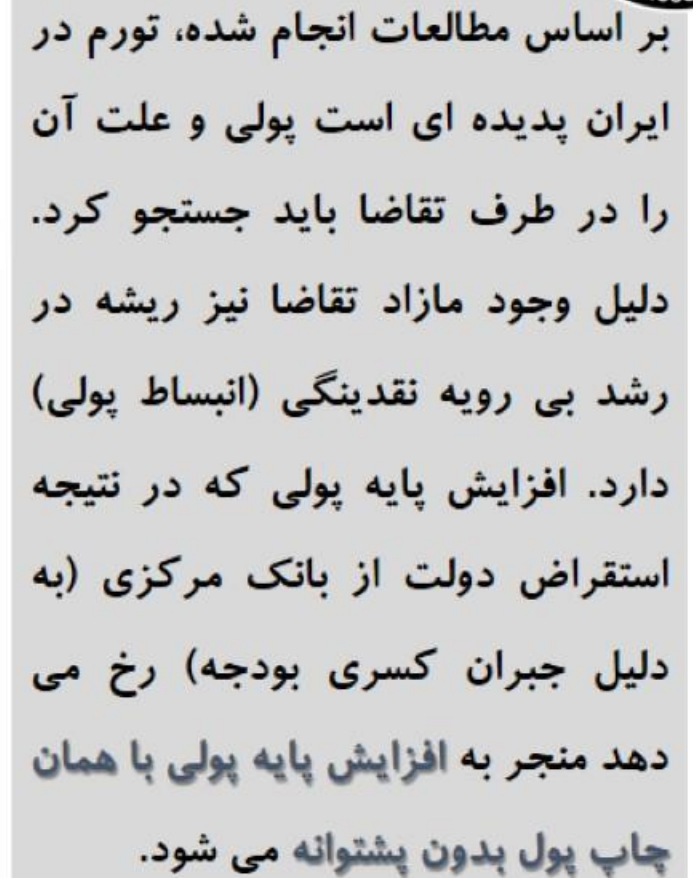


- علت اصلی شکل گیری چرخه ها؟
- تحلیل عملکرد بیزینس ها در چرخه ها؟
- تحلیل بازارها در چرخه ها؟
- پیش بینی از آینده ؟



نرخ تورم در ۳۵ سال گذشته





نقدینگی

سپرده های مدت دار + سپرده های جاری + اسکناس و مسکوک = نقدینگی

پول

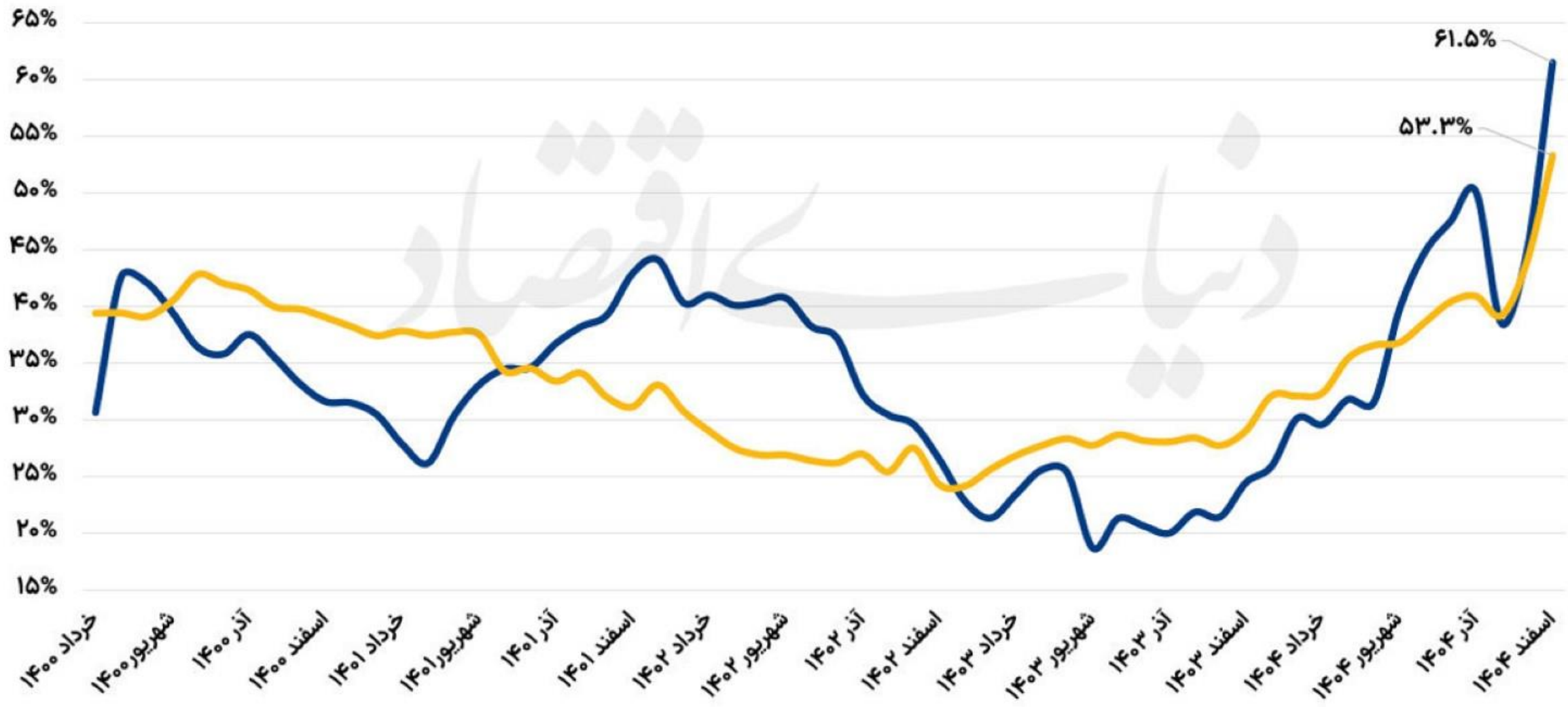
شبه

پول

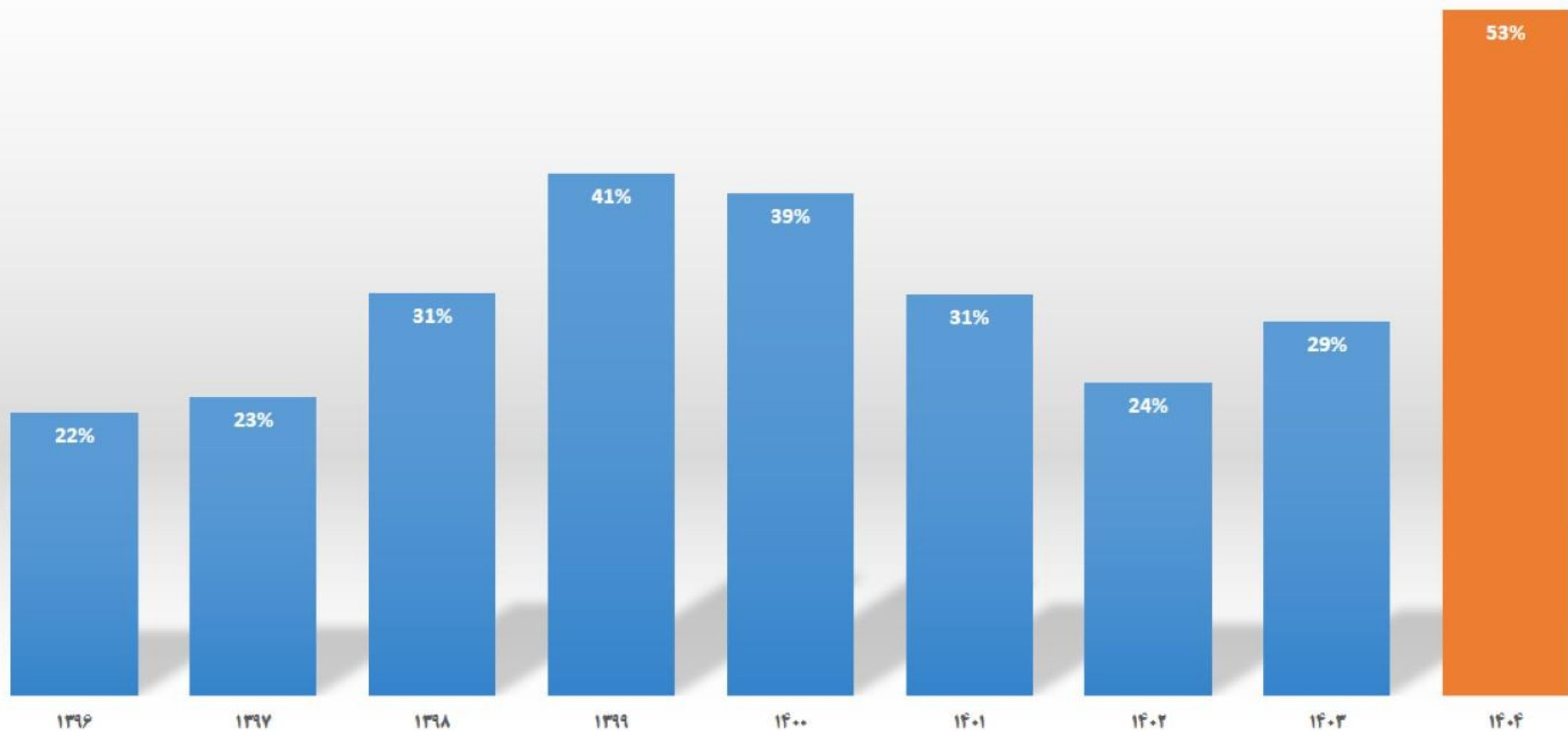
متغیرهای پولی و اعتباری (مانده در پایان دوره) (۱)							
(هزار میلیارد ریال)							
نقدینگی	کل سپرده های بخش غیر دولتی	سپرده های غیر دیداری (شبه پول)	سپرده های دیداری	اسکناس و مسکوک در دست اشخاص	پول	پایه پولی (۲)	
			(ارقام داخل پرانتز درصد تغییرات نسبت به اسفند سال قبل)				
۴۸۳۲۴/۴	۴۷۴۶۰/۱	۳۸۴۵۸/۶	۹۰۰۱/۵	۸۶۴/۳	۹۸۶۵/۸	۵۹۸۱/۱	۱۴۰۰
(۳۹/۰)	(۳۹/۵)	(۳۸/۱)	(۴۵/۸)	(۱۷/۶)	(۴۲/۸)	(۳۲/۷)	
۶۳۳۷۶/۸	۶۲۱۵۰/۷	۴۷۰۷۹/۹	۱۵۰۷۰/۸	۱۲۲۶/۱	۱۶۲۹۶/۹	۸۵۴۸/۰	۱۴۰۱
(۳۱/۱)	(۳۱/۰)	(۲۲/۴)	(۶۷/۴)	(۴۱/۹)	(۶۵/۲)	(۴۲/۹)	
۷۸۷۷۴/۵	۷۷۳۰۵/۷	۵۹۶۲۸/۱	۱۷۶۷۷/۶	۱۴۶۸/۸	۱۹۱۴۶/۴	۱۰۹۲۱/۳	۱۴۰۲
(۲۴/۳)	(۲۴/۴)	(۲۶/۷)	(۱۷/۳)	(۱۹/۸)	(۱۷/۵)	(۲۷/۸)	
۱۰۱۶۵۹/۵	۹۹۸۶۸/۲	۷۵۳۴۲/۲	۲۴۵۲۶/۰	۱۷۹۱/۳	۲۶۳۱۷/۳	۱۳۵۹۴/۳	۱۴۰۳
(۲۹/۱)	(۲۹/۲)	(۲۶/۴)	(۳۸/۷)	(۲۲/۰)	(۳۷/۵)	(۲۴/۵)	

رشد نقطه به نقطه پایه پولی و نقدینگی

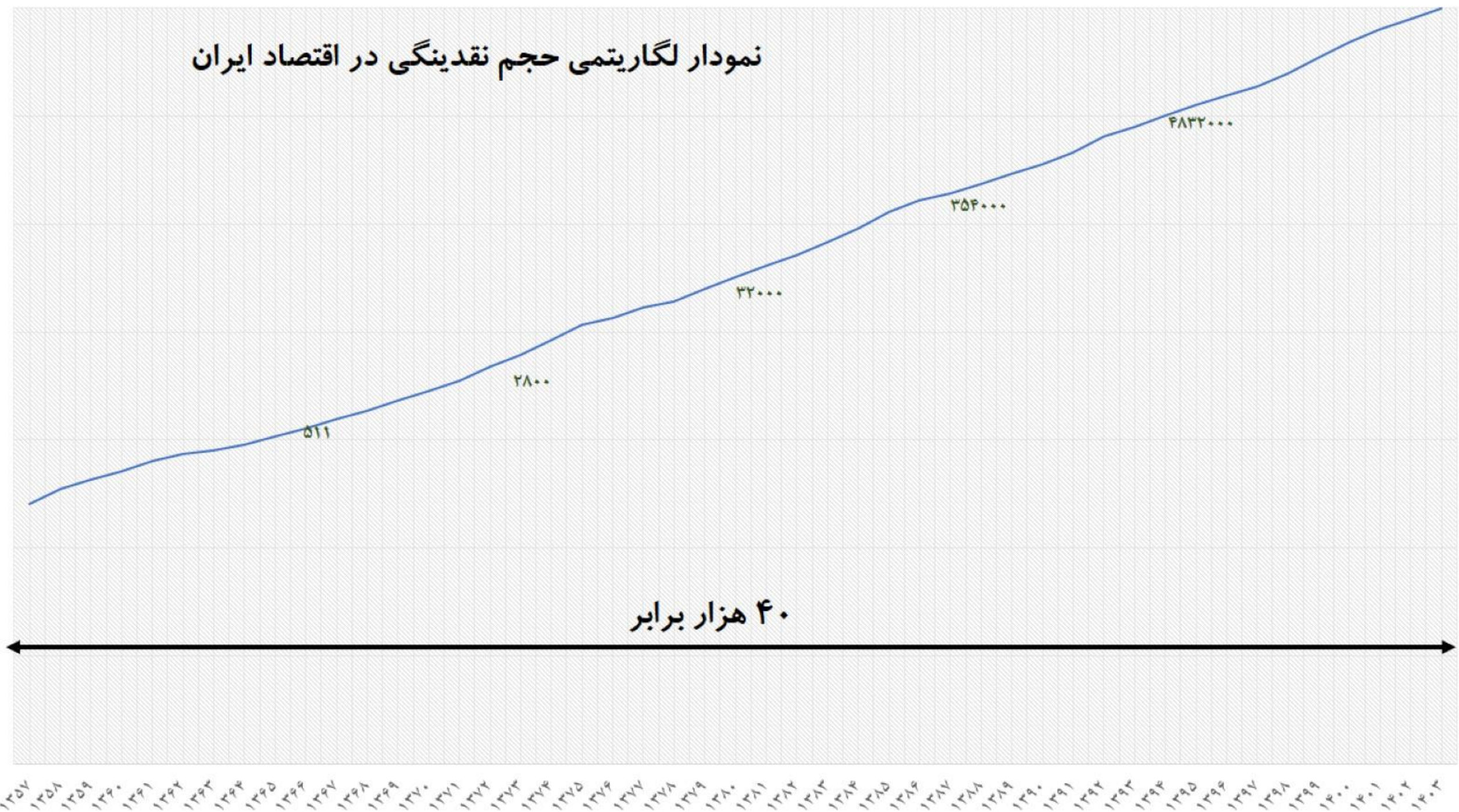
رشد نقطه به نقطه نقدینگی — رشد نقطه به نقطه پایه پولی



رشد نقدینگی از ۱۳۹۶ الی ۱۴۰۴
ecotab_farid



نمودار لگاریتمی حجم نقدینگی در اقتصاد ایران





استراتژی های متبنی بر فضای تورم

انتظارات تورمی
و استراتژی
سرمایه گذاری
های ثابت

کم ریسک شدن
تامین مالی
اهرمی

بازیگری در خلق
نرخ بهره حقیقی

مدیریت سرمایه
در گردش و
بازی بین اجزای
آن

کاهش قدرت
خرید

$$\text{Real Interest Rate} = \text{Nominal Interest Rate} - \text{Inflation Rate}$$



“تأمين مالی جمعی” (Crowd Funding)



اوراق خزانہ اسلامی



صندوق درآمد ثابت،
رقیب جدی سپرده بانکی



افزایش نرخ بهره

چه تاثیری بر کامودیتی ها، دارایی ها و قدرت پول دارد؟



نرخ بهره، نرخ بهره بین بانکی و نرخ اوراق مشارکت چه ارتباطی
با هم دارند؟

افزایش سهم درآمدهای مالیاتی در بودجه ۱۴۰۴



سهم مالیات از مجموع منابع عمومی دولت



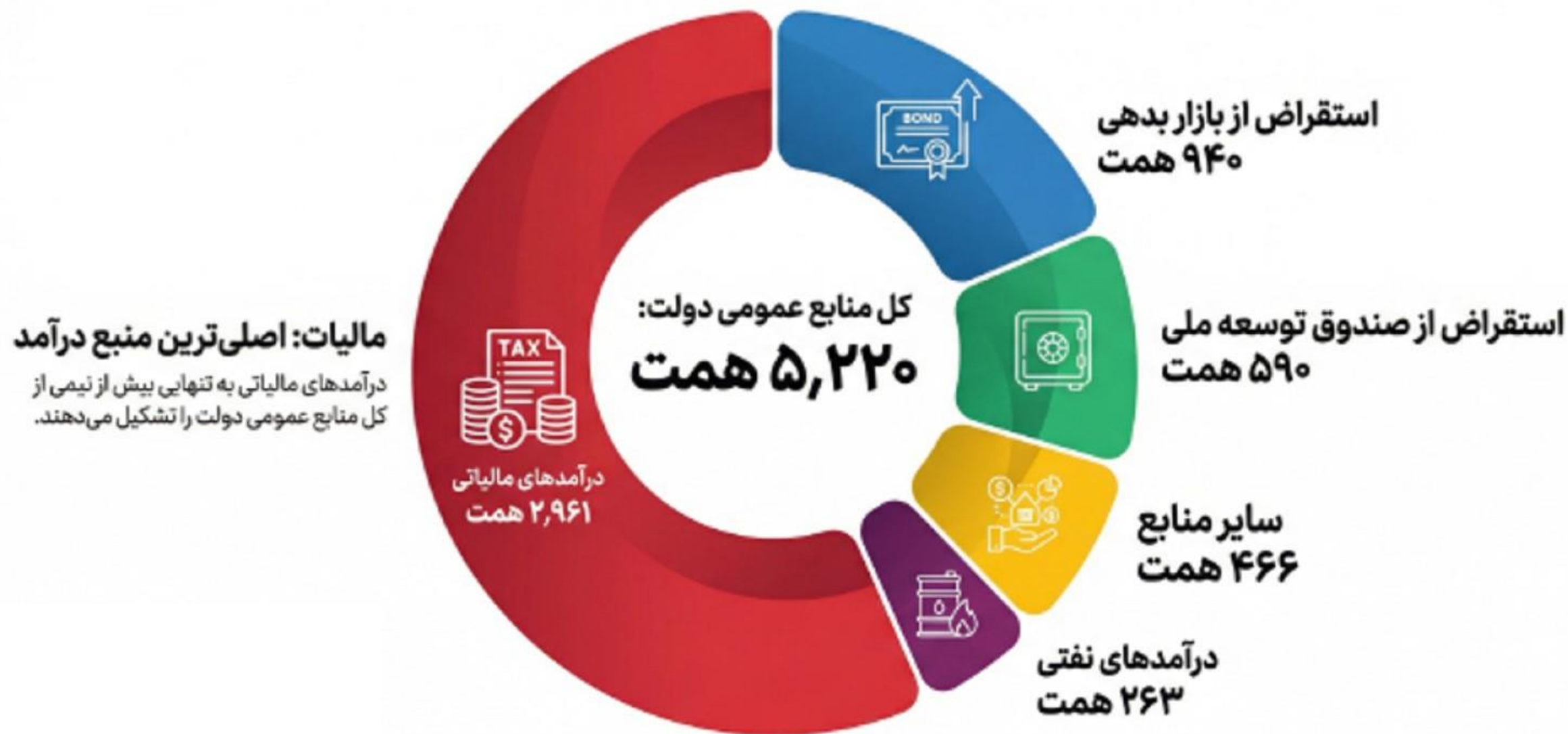
تفاوت لایحه و قانون درآمدهای مالیاتی در سال ۱۴۰۴



مجموع منابع عمومی دولت اقلام فرابودجه‌ای را شامل می‌شود.

درآمدهای مالیاتی در سال ۱۴۰۳ تا پایان بهمن‌ماه محاسبه شده است. ارقام به همت (هزار میلیارد تومان) است.

منابع بودجه ۱۴۰۵ دولت (ترکیب منابع عمومی)



← کف قیمت **دلار** برای امسال ۲۲۰ تومن خواهد بود

← کف قیمت **طلا** با فرض اونس ۴۰۰۰ دلاری ۲۱ میلیون تومان خواهد بود

← قیمت **ملک** متناسب با تورم ساخت و ساز رشد خواهد کرد هر چند با رکود معاملاتی

← **تورم** سالیانه حدود ۸۰ درصد برآورد می شه

← بازار **سهام** در محدوده های فعلی (۴۸۰۰) برای خرید جذاب هست اما ریسک جنگ مانع از خرید میشه

← سود **سپرده های بانکی و صندوق های درآمد ثابت** رشد خواهند کرد (همین الان هم استارتش خورده) و سود صندوق های درآمد ثابت کف ۴۵ درصد رو خواهد داد

توافق پایدار

عدم توافق

← **دلار** عقب نشینی می کنه و قیمتی می ریزه؛ اما کف دلار پایین تر از ۱۴۰ تومان نخواهد بود ولی در هر صورت تورم به جای خودش هست و در ادامه دلار رو به قیمت های فعلی و حتی شاید بالاتر تا پایان سال برگردونه؛

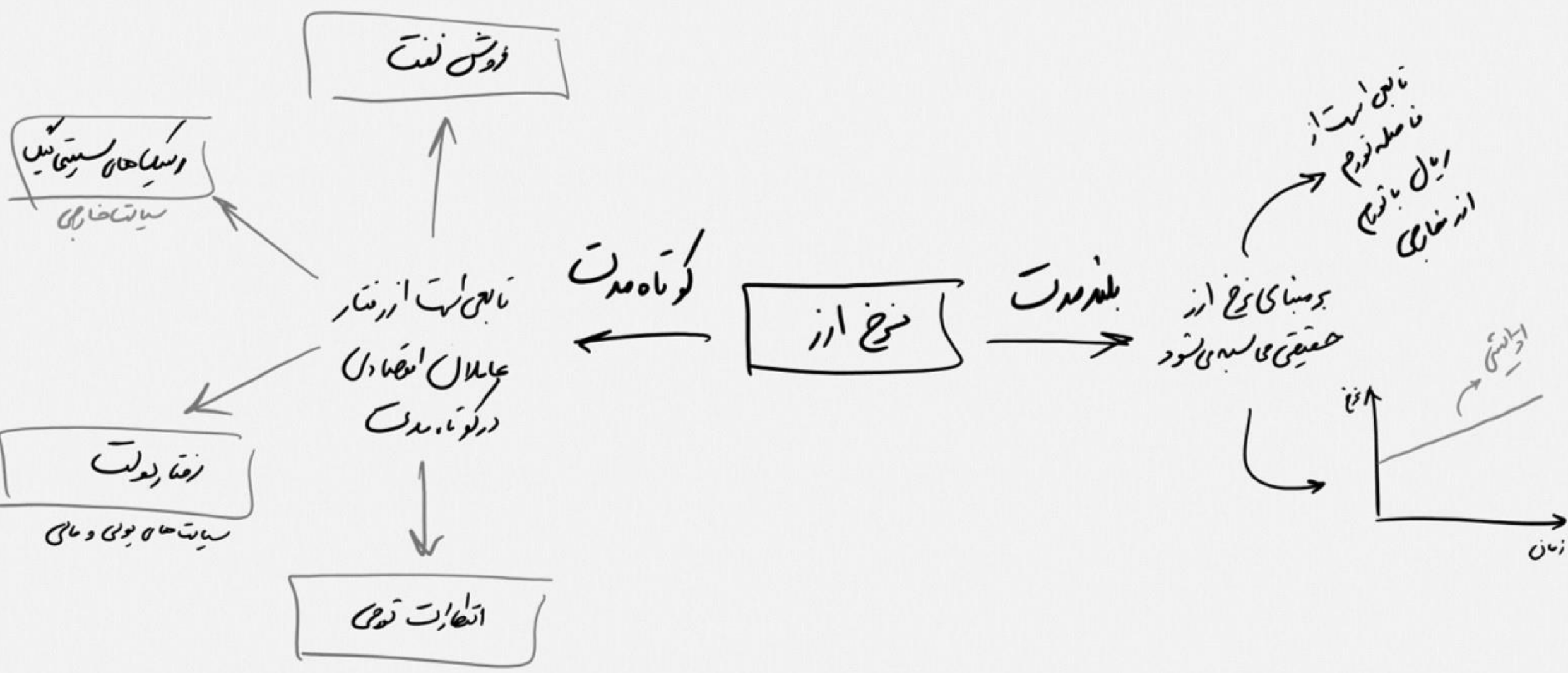
← **طلا** به دنبال دلار می ریزه و در اکثر پیش بینی ها قیمت جهانش رشد قابل توجهی نخواهد داشت؛ بنابراین در دوگانه طلا و ارز؛ قطعی نمیشه گفت طلا

← **ملک** از توافق و رشد اقتصادی سود می بره، کاهش قیمت ارز تا حدی اثر تورمی افزایش قیمت متریال رو مهار می کنه اما در نهایت می تونه به پناهگاه پول تبدیل بشه و ورود پول و رونق معاملات رو تجربه کنه؛ در کل ملک جذاب خواهد بود

← **بازار سهام** به جز اون بحث ۴۲ شرکت و نماد آسیب دیده در جنگ که تکلیفشون معلوم نیست؛ در کل ورود پول خوبی رو تجربه خواهد کرد و می تونه ورود پلکانی بخشی از پولتون رو به خودش اختصاص بده.

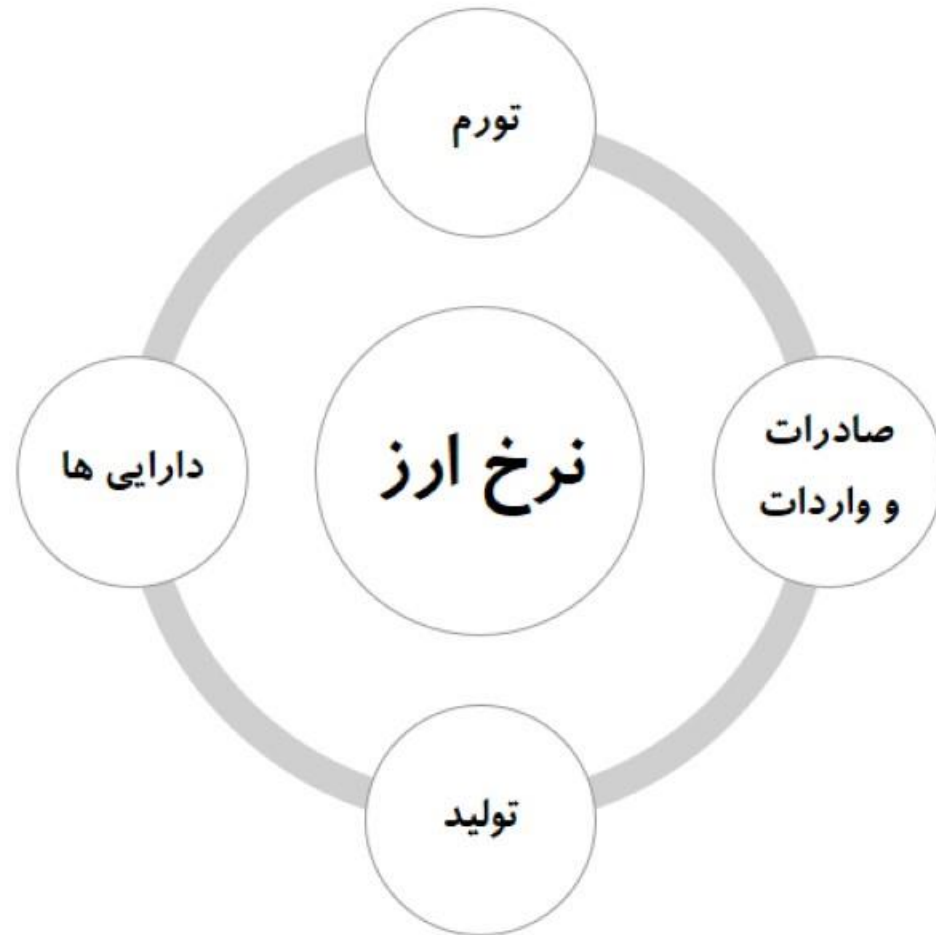
← **تورم** در نتیجه خلق پول کم سابقه این ماهها و یکی دو سال گذشته همچنان مسئله اصلی اقتصاد خواهد بود و در نهایت موتور رشد قیمت ارز، کاهش قدرت خرید، گرون موندن استقراض پول و ... بنابراین بازگشت به مسیر متعادل اقتصادی سالها زمان میبره

← **پول** برای قرض کردن برای کسب و کارها همچنان کم و گرون خواهد بود و هزینه فرصت پول بالا



نرخ ارز

نرخ ارز یکی از متغیرهای کلیدی در اقتصاد هر کشور است که حلقه اتصال اقتصاد داخلی و اقتصاد جهانی است. نرخ ارز نسبت مبادله پولی داخلی به پول خارجی است و عدد آن تابع ساز و کار عرضه و تقاضا در بازار است.





نرخ ارز حقیقی (روند بلندمدت نرخ ارز)

در تحلیل های اقتصادی بین نرخ ارز اسمی و نرخ ارز حقیقی باید تفکیک قائل شد. نرخ ارز حقیقی همان چیزی است که اثر تورم را از شاخص حذف می کند. به بیان دیگر نرخ ارز حقیقی از خارج کردن تورم نسبی میان ایران و کشور و طرف مبادله از نرخ ارز اسمی مشخص می شود.

$$\text{Real exchange rate} = \frac{\text{Nominal exchange rate} * \text{Domestic price index}}{\text{Foreign price index}}$$

- چرا تحریم اقتصادی منجر به افزایش قیمت ارز می شود؟
- چرا خلق نقدینگی می تواند یکی از ریشه های افزایش قیمت ارز در بلندمدت باشد؟
- به نظر شما اگر فردا صبح قیمت ارز بشود ۵۰ هزار تومان چه اتفاقی می افتد؟





4

Investment Management

مدیریت سرمایه گذاری

Investment

سرمایه گذاری از دید کلی عبارت است از صرف نظر از عایدات امروز به **امید** دریافت عایدات **بیشتر در آینده**.

بنابراین سرمایه گذاری از عبارت است تعادل بین دو مولفه : **ریسک و بازده**

ریسک در حقیقت پتانسیل محقق نشدن انتظارات شما از یک تصمیم است. یا به یک بیان دیگر ریسک سرمایه‌گذاری، احتمال کمتر بودن سود سرمایه‌گذاری نسبت به سود مورد انتظار است.

ریسک

بازده

بازدهی را می‌توان پاداشی تعریف کرد که سرمایه‌گذار در قبال تحمل سطح مشخصی از ریسک و در بازه زمانی معینی به دست می‌آورد؛ از درآمدهای جاری تا افزایش قیمت دارایی

Risks

ریسک سیستماتیک

مربوط به وقایع کلان اقتصادی، تحولات سیاسی و... بوده و مرتبط با صنعت یا شرکت خاصی نیست. بارزترین ویژگی این نوع از ریسک، غیر قابل پیش بینی بودن آن است زیرا مربوط به رخدادهای مهم و بزرگ در سطح کشور یا جهان می باشد که عموماً نتایج و تأثیرات نهایی این امور قابل پیش بینی و محاسبه نیستند.

**Systematic
Risk**

ریسک غیر سیستماتیک

به آن دسته از ریسک هایی که بتوان با استفاده از برخی روش ها از آنها اجتناب کرد، ریسک های غیر سیستماتیک یا قابل اجتناب می گویند. این ریسک ها معمولاً به عوامل کلان اقتصادی وابسته نبوده و ناشی از خصوصیات خاص شرکت ها هستند. این ریسک ها اغلب منشأ درونی دارند و علت بروز آن، به داخل شرکت ها مربوط است.

**Unsystematic
Risk**

VS

Return

بازدهی حاصل از سرمایه گذاری
در دو شکل حاصل می شود:

۲ / بازده نقدی
عبارتست از کل عایدی
نقدی که سرمایه گذاری
در هر دوره به دست می
آورد

۱ / بازده قیمتی که
عبارتست از میزان
تغییرات در قیمت
دارایی ها

Risks & Return

در حالت معمول، بین بازدهی و ریسک رابطه مستقیم وجود دارد؛ پذیرش ریسک بالاتر می تواند به کسب بازدهی های بالاتر منجر شود (سرمایه گذاری در بورس) و در مقابل انتخاب ریسک کمتر تا حد زیادی انتظار بازدهی را کاهش می دهد (سپرده گذاری در بانک)



Time Value of Money

$$\text{Present Value (PV)}_{t=0} = \frac{\text{Future Value (FV)}}{(1 + r)^n}$$

- r = Discount Rate (Rate of Return)
- n = Number of Periods

$$\text{Future Value (FV)} = \text{PV} \times (1 + r)^n$$

- PV = Present Value
- r = Interest Rate (%)
- n = Number of Compounding Periods

تورم باعث می شود تا قدرت خرید پول در طول زمان کاهش یابد. یعنی یک میلیون تومان سال گذشته بیش از یک میلیون امروز ارزش دارد و به بیان دقیق تر قدرت خرید پول در طول زمان کاهش می یابد و این به این معناست که پول در طول زمان ارزش متفاوتی از گذشته خود دارد و این یعنی:

پول دارای ارزش زمانی است

Discount Rate

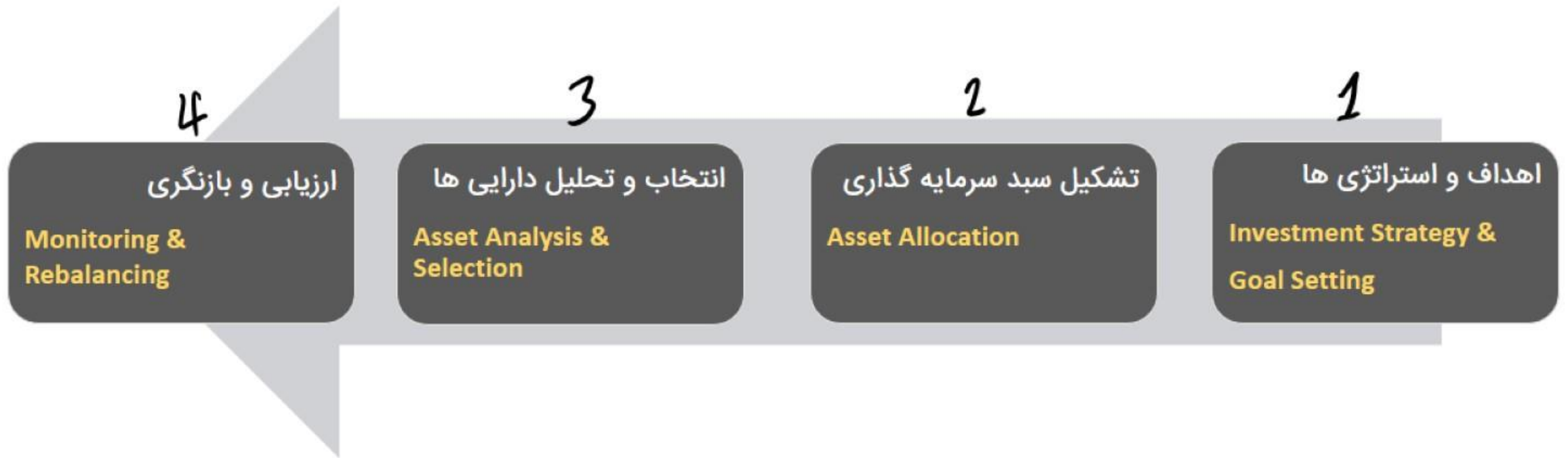
نرخ تنزیل در یک طرح سرمایه گذاری یا یک جریان مالی برای محاسبه ارزش فعلی هزینه ها و درآمدهای پیش بینی شده برای سال های آتی طرح مورد استفاده قرار میگیرد و معمولا معادل حداکثر نرخ سود بدون ریسک (نرخ سود سپرده بلند مدت بانکی و یا اوراق مشارکت) می باشد. البته برخی کارشناسان معتقدند نرخ تنزیل، رقم بالا باضافه چند درصد برای پوشش ریسک سرمایه گذاری می باشد.

نرخ تنزیل همان میزان افتی است که پول در طول زمان دارد

و دقیقا به همین دلیل برای هر فرد می تواند عدد متفاوتی باشد؛

چرا که افراد به روش های مختلفی می توانند از پول خود پول دریاورند استفاده کنند

Investment Management Process



Step1:

Investment Strategy & Goal Setting

(Capital Appreciation)
(Income Generation)
(Capital Preservation)
(Balanced Growth & Income)
(Specific Event Funding)

(Active Management)
(Passive Management)
(Growth Strategy)
(Income Strategy)
(Conservative Strategy)
(Diversification Strategy)

- رشد سرمایه
- ایجاد درآمد ثابت
- حفظ سرمایه
- تنوع و تعادل
- آمادگی برای رویداد خاص

- سرمایه‌گذاری فعال
- سرمایه‌گذاری منفعل
- استراتژی رشد
- استراتژی درآمد
- استراتژی محافظه‌کارانه
- استراتژی متنوع‌سازی

Step2: Asset Allocation

تخصص، تجربه و
علاقه فردی

افق زمانی

اندازه سرمایه

نقد شوندگی مورد
انتظار

بازدهی مورد انتظار

ریسک پذیری پول

ترجیحات و ارزشها

سن
(مرحله زندگی)

ساختار سرمایه

شرایط اقتصاد کلان
و بازارها

Step3: Asset Analysis

بازدهی نقدی

بازدهی قیمتی

ریسک

نقد شوندگی

B

- املاک و مستغلات
- تجاری، مسکونی، زمین، صنعتی
- صندوق املاک و مستغلات

A

- سپرده های بانکی
- صندوق درآمد ثابت
- اوراق خزانه
- تامین مالی جمعی

D

- بازار سهام
- صندوق های در سهام

C

- طلا (آب شده و سکه)
- صندوق های طلا
- ارزشهای مرجع خارجی

Step4: Monitoring & Rebalancing

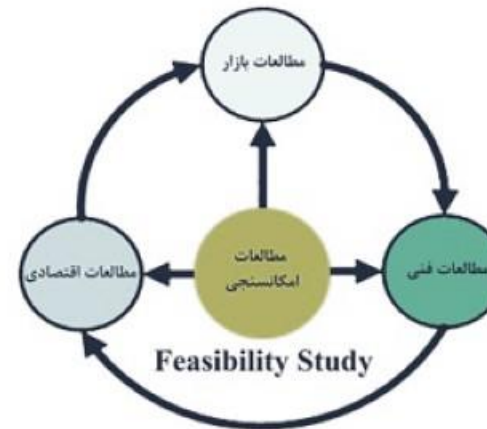
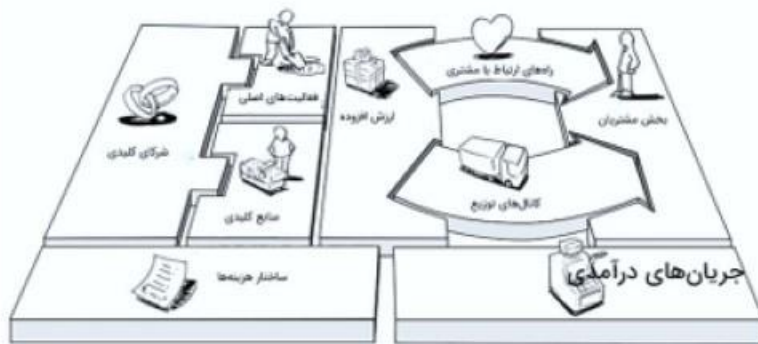
- مدیریت و تبدیل سود
- بررسی فاصله از نسبت های اولیه
- تحلیل ریسک های سیستماتیک



5

Investment Decisions & Financing

تصمیمات سرمایه گذاری و تامین مالی

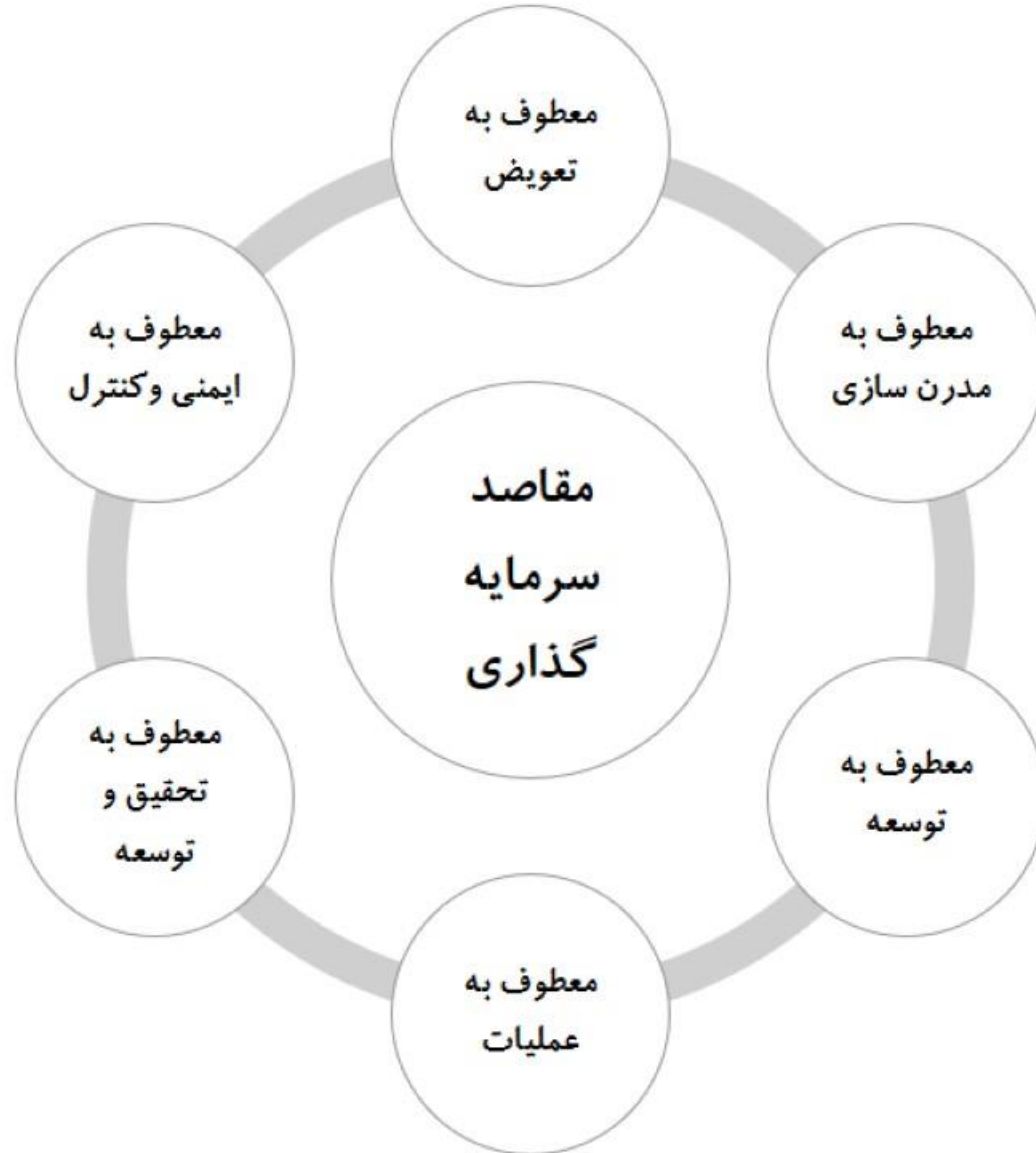


تصمیمات سرمایه گذاری

- یک طرح سرمایه گذاری توجیه اقتصادی دارد یا نه
- کدامیک از گزینه های سرمایه گذاری مطلوب تر هستند
(اولویت بندی)



سرمایه گذاری روی دارایی های ثابت





شاخص های ارزیابی

دوره بازگشت سرمایه **PBP**

مدت زمانی است که کل سرمایه گذاری انجام شده، توسط درآمدهای حاصل از طرح، بازگشت پیدا می کند.

نرخ بازده داخلی **IRR**

بیانگر سود سرمایه گذاری است و چنانچه از نرخ تنزیل بالاتر باشد؛ طرح از توجیه اقتصادی برخوردار است

میزان سرمایه گذاری **Investment**

جمع سرمایه گذاری ثابت، هزینه های پیش از تولید و همچنین سرمایه در گردش مورد نیاز است



ارزش زمانی پول

تورم باعث می شود تا قدرت خرید پول در طول زمان کاهش یابد. یعنی یک میلیون تومان سال گذشته بیش از یک میلیون امروز ارزش دارد و به بیان دقیق تر قدرت خرید پول در طول زمان کاهش می یابد و این به این معناست که پول در طول زمان ارزش متفاوتی از گذشته خود دارد و این یعنی:

پول دارای ارزش زمانی است

بنابراین یک از مهمترین پارامترها در تصمیمات مالی و سرمایه گذاری، در نظر گرفتن ارزش زمانی پول است. برای درک ارزش پول در حال و آینده از دو مفهوم **ارزش حال** و **ارزش آینده** استفاده می شود.



نرخ تنزیل:

نرخ تنزیل در یک طرح سرمایه گذاری یا یک جریان مالی برای محاسبه ارزش فعلی هزینه ها و درآمدهای پیش بینی شده برای سال های آتی طرح مورد استفاده قرار میگیرد و معمولا معادل حداکثر نرخ سود بدون ریسک (نرخ سود سپرده بلند مدت بانکی و یا اوراق مشارکت) می باشد. البته برخی کارشناسان معتقدند نرخ تنزیل، رقم بالا با اضافه چند درصد برای پوشش ریسک سرمایه گذاری می باشد.

نرخ تنزیل همان میزان افتی است که پول در طول زمان دارد

و دقیقا به همین دلیل برای هر فرد می تواند عدد متفاوتی باشد؛

چرا که افراد به روش های مختلفی می توانند از پول خود پول دریاورند استفاده کنند



ارزش حال / ارزش آینده

ارزش حال:

ارزش کنونی میزان پولی است که در آینده به دست ما می رسد و مبنای جریانهای نقدی
تنزیل شده آینده است.

$$\text{Present Value (PV)}_{t=0} = \frac{\text{Future Value (FV)}}{(1 + r)^n}$$

- r = Discount Rate (Rate of Return)
- n = Number of Periods



جدول جریانات نقد (Cash Flow)

این جریانات شامل وجوه نقد ورودی به پروژه و وجوه نقد خروجی از آن می باشد که مربوط به برنامه ریزی مالی، بازده کل سرمایه گذاری و بازده صاحبان حقوق پروژه می باشد.

جدول جریانات نقد تنزیل شده (Discounted Cash Flow)

جهت احتساب ارزش زمانی پول، بایستی ارزش فعلی وجوه آتی محاسبه شود که این از طریق تنزیل این وجوه با استفاده از نرخ تنزیل تعریف شده انجام می پذیرد.

ارزش فعلی خالص (NPV)

$$NPV = \sum_{n=0}^N \frac{C_n}{(1+r)^n}$$

بیانگر تفاضل ارزش فعلی کلیه درآمدهای طرح
(حاصل از فروش محصول یا خدمت) و هزینه های
طرح (کلیه منابع مصرف شده) می باشد. ارزش خالص
فعلی غیرمنفی در نرخ تنزیل (هزینه فرصت سرمایه)
بیانگر اقتصادی بودن پروژه از این منظر می باشد.



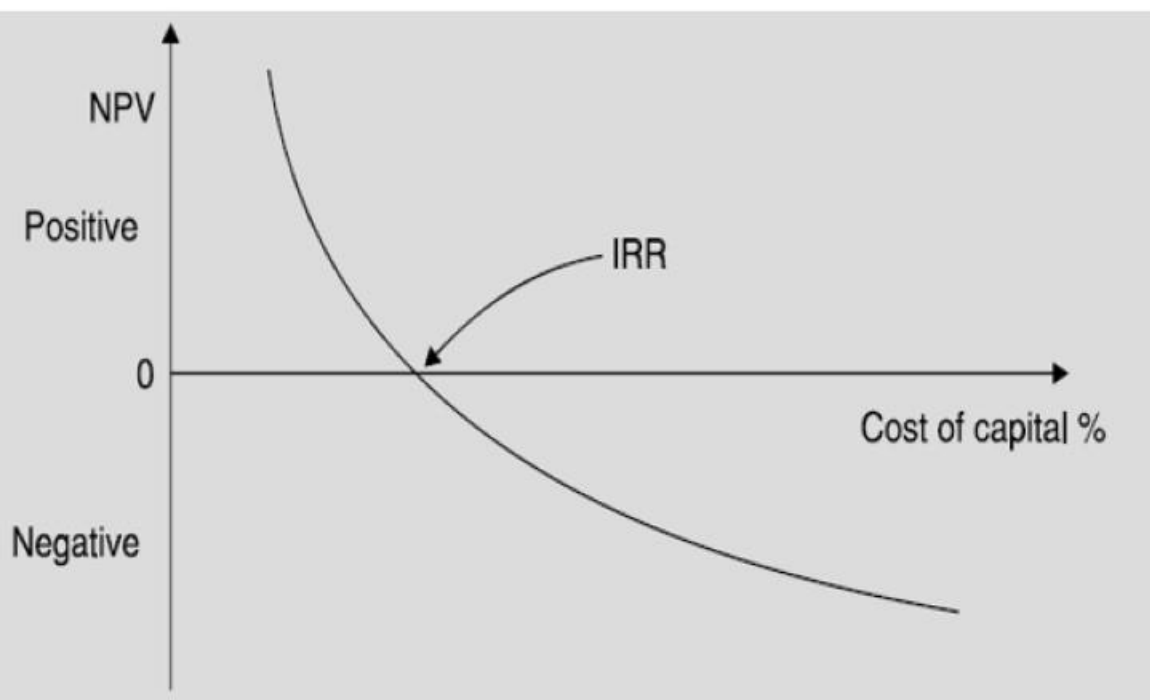
ارزش فعلی خالص سهامداران

از طریق کسر کردن کل سرمایه پرداختی تنزیل شده از سود سهام پرداختی تنزیل شده بدست می آید. اگر این NPV برای دوره زمانی برنامه ریزی سهامداران مثبت باشد، این سرمایه گذاری پاسخگوی بازده مورد انتظار آنها خواهد بود.

نرخ بازده داخلی (IRR)

نرخی است که در آن، ارزش فعلی جریانات
نقدی خروجی، برابر با ارزش فعلی جریانات
نقدی ورودی پروژه می گردد و عبارت دیگر
در آن نرخ، NPV صفر میشود.

این نرخ نشانگر سوددهی واقعی پروژه است.





نرخ بازده داخلی سهامداران (IRRE)

نرخ بازده داخلی سهامداران، بازگشت سرمایه نقدی تخصیص داده شده به طرح توسط سرمایه گذاران را به دست می دهد.

از نگاه سرمایه گذار، سود سهام دریافت شده به عنوان منافع سرمایه گذار و سرمایه نقدی تخصیص داده شده به عنوان هزینه سرمایه گذار لحاظ می شود.

دوره بازگشت سرمایه (PBP)

بیانگر تفاضل ارزش فعلی کلیه درآمدهای طرح (حاصل از فروش محصول یا خدمت) و هزینه های طرح (کلیه منابع مصرف شده) می باشد.

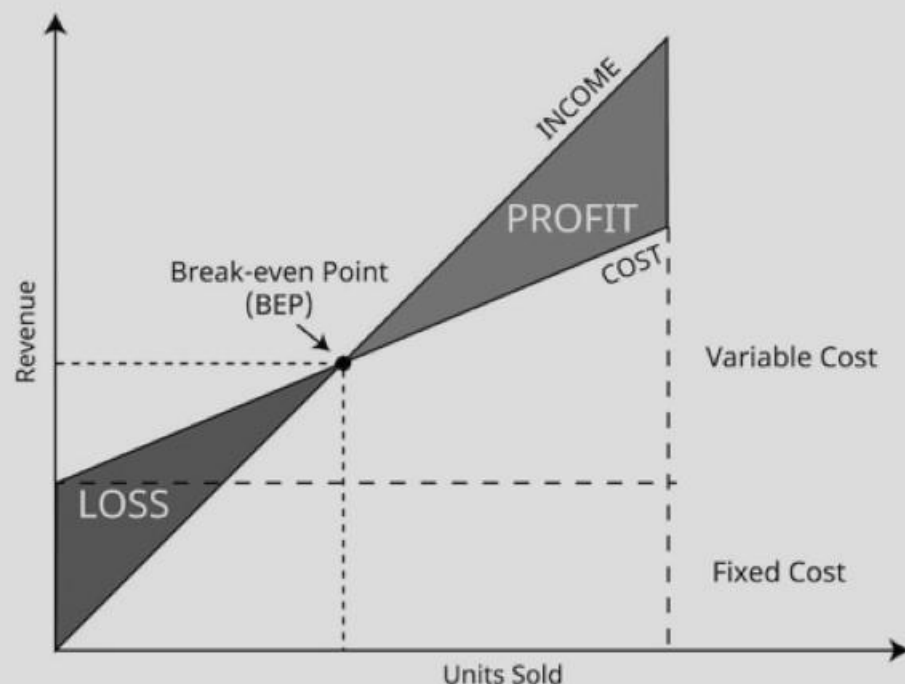


دوره بازگشت سرمایه متحرک (Dynamic PBP)

مدت زمانی است که کل سرمایه گذاری انجام شده، توسط درآمدهای حاصل از طرح ، (با توجه به ارزش زمانی آنها) بازگشت پیدا می کند. توجه ویژه ای به مسئله ارزش زمانی پول می نماید و به این مطلب صحنه می گذارد که “پول امروز ارزش بیشتری از همین میزان پول در آینده خواهد داشت.”



نقطه سربسر طرح (B-E)



در نقطه سربه سر، درآمد فروش به طور کامل قادر به پوشش هزینه های ثابت و متغیر می باشد و چیزی به نام سود برای واحد تجاری باقی نمی ماند. واحد تجاری زیرنقطه سربه سر با زیان رو به روست و بالای آن نقطه سودده خواهد بود .

نقطه سربه سرمیتواند در قالب حجم فروش، درآمد و یا درصد ظرفیت به کار گرفته شده، عنوان گردد .