

# دروازه اقتصاد

و کارآفرینی



مجله عمومی اقتصاد، مدیریت و کارآفرینی

economicgate.ir تابستان و پاییز ۱۴۰۳ شمسی / قیمت: ۳,۰۰۰,۰۰۰ ریال

## تامین مالی؛ چالش بزرگ کسب و کارها

امین آذریان: راهکارهای نوین تامین مالی در حوزه هنر

توسعه بازار اولیه سبد سهامداران را متنوع می‌سازد

جنگل تامین مالی جمعی، میوه هم می‌دهد

روح سیزیف در تالار شیشه‌ای سرگردان است

هزار راه تامین مالی برای کوچک و متوسط‌ها

تامین مالی از طرق مبتنی بر دارایی

اسدی:

ایجاد بدهی خصوصی اوضاع  
تامین مالی را دگرگون میکند



صیدی:

بازی بقا در میدان  
اقتصاد ایران



پدیدار:

مشارکت، ۶۰ درصد مسیر  
تامین مالی است



هامونی و نموی روایت کردند:

درس‌هایی از تجربه مینا:  
راهکارهای گسترش صندوق  
پروژه در کشور



رحیمی:

آینده صنعت ساختمان  
در گرو شفافیت و نوآوری  
در تامین مالی



فرزادگان:

هزینه‌های واقعی ماندن در  
فهرست سیاه FATF چیست؟



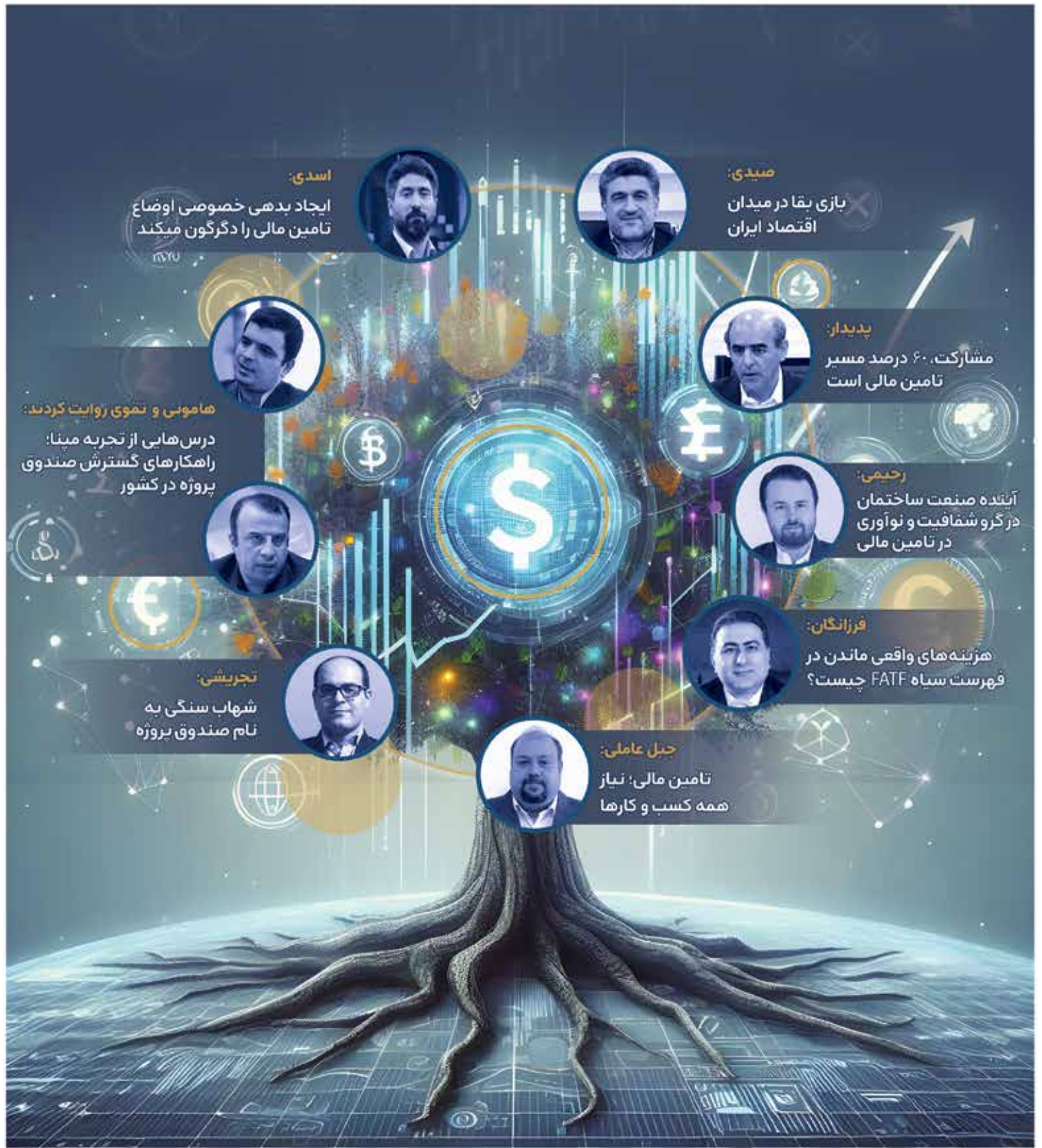
تجربیشی:

شهاب سنگی به  
نام صندوق پروژه

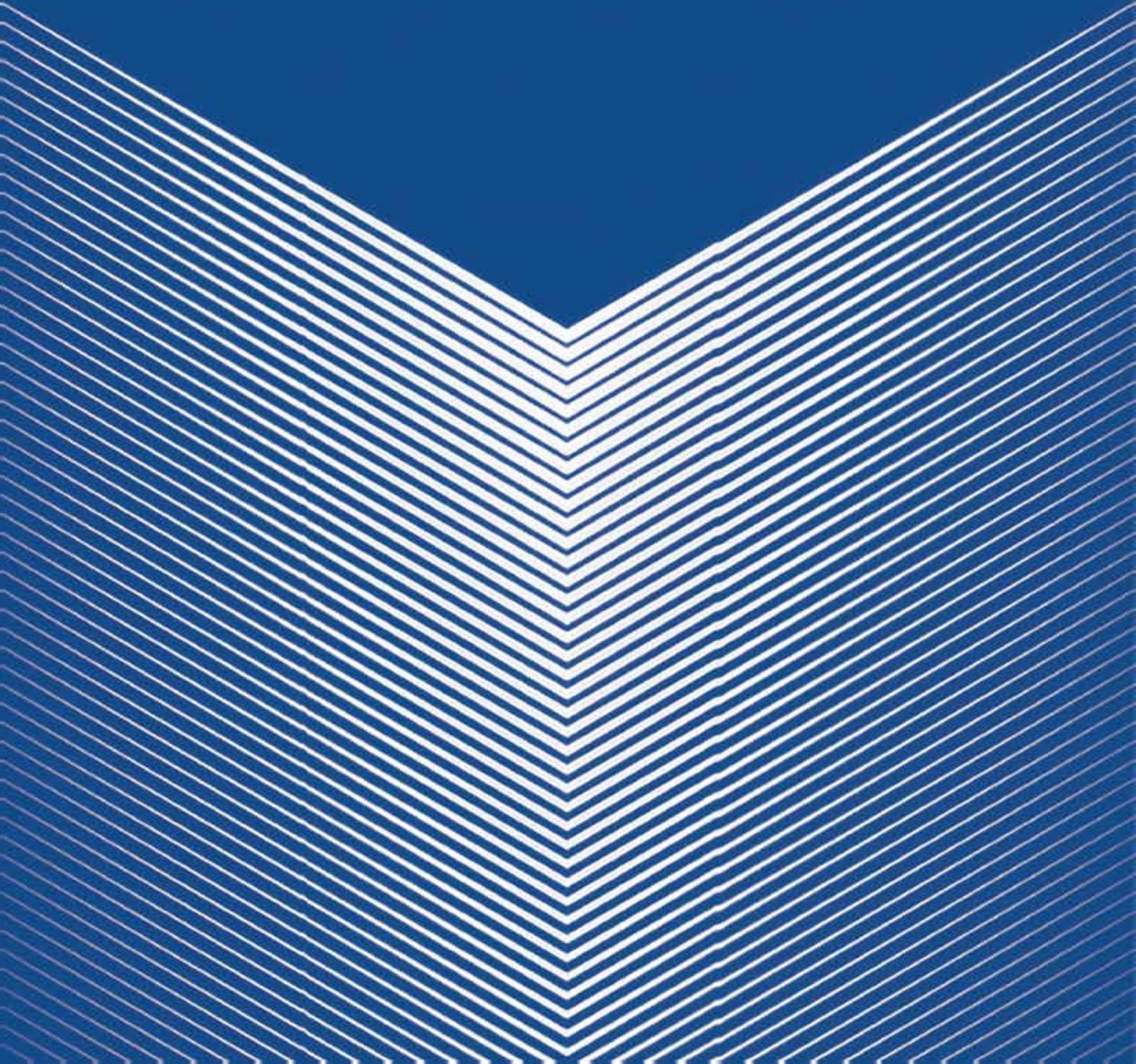


جبل عاملی:

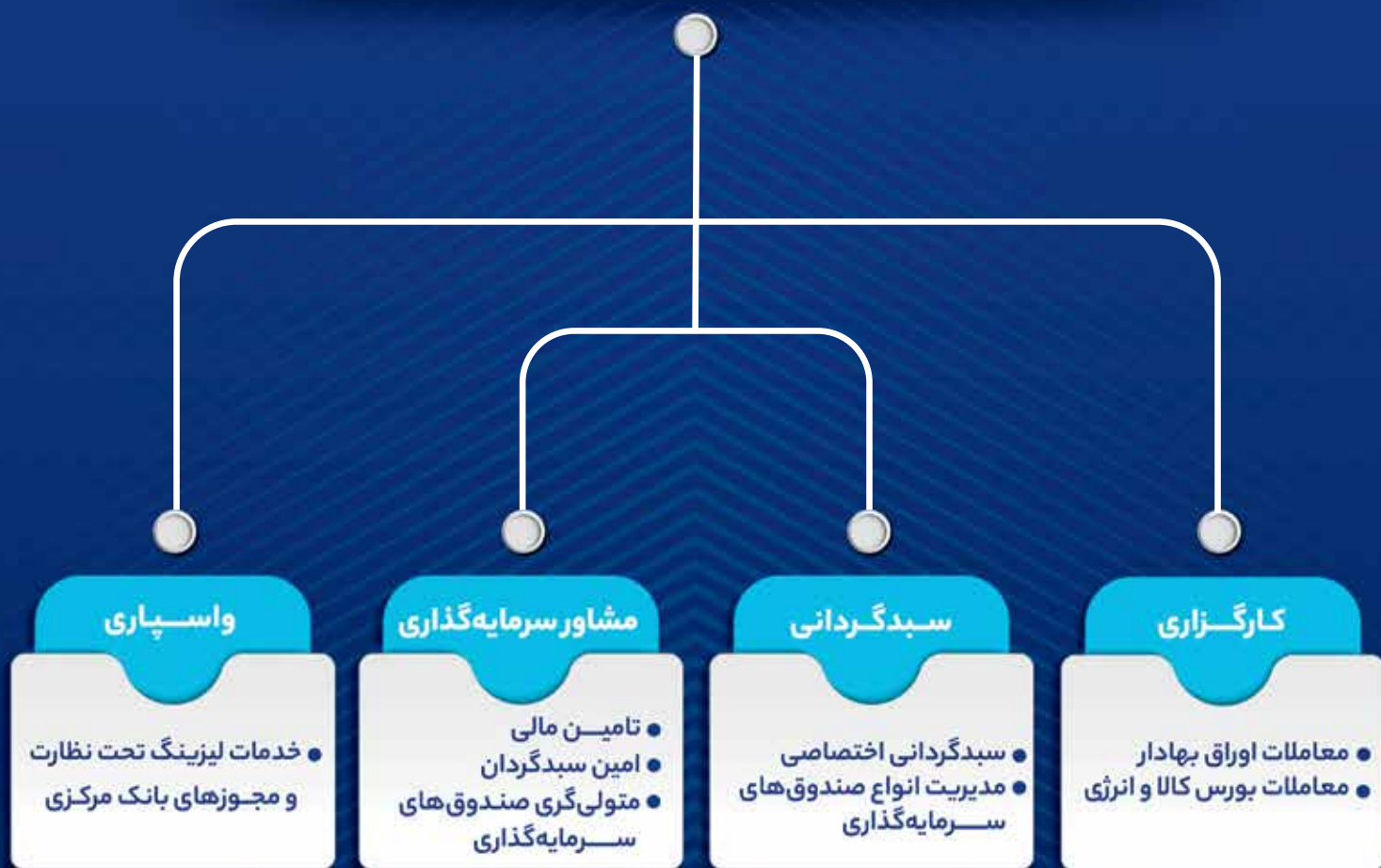
تامین مالی؛ نیاز  
همه کسب و کارها



# پاداش



## گروه خدمات بازار سرمایه پاداش



# پردازشگران پیشتاز در تکنولوژی های صنعت و معدن

عضو رسمی انجمن  
مشاوران مدیریت ایران



پردازشگران رشد آفرین  
PARDAZESHGARAN ROSHD AFARIN

برای بررسی امکان سنجی تکنولوژی های  
نوظهور مانند AR VR AI از طریق فرم داخل  
وبسایت اقدام کرده یا ایمیل ارسال کنید:

[www.pagarof.com](http://www.pagarof.com) [info@pagarof.com](mailto:info@pagarof.com)



## هوش مصنوعی



ارائه راه حل های خلاقانه  
رشد کسب و کار



توسعه و بهینه سازی  
کسب و کارها



حوزه واقعیت  
افزوده (AR)



حوزه واقعیت  
مجازی (VR)



شبیه سازی  
کسب و کارها



دیجیتال میابینینگ



هک رشد



تنها یک کلیک تا توزیع محتوا

[www.cdn.ir](http://www.cdn.ir)



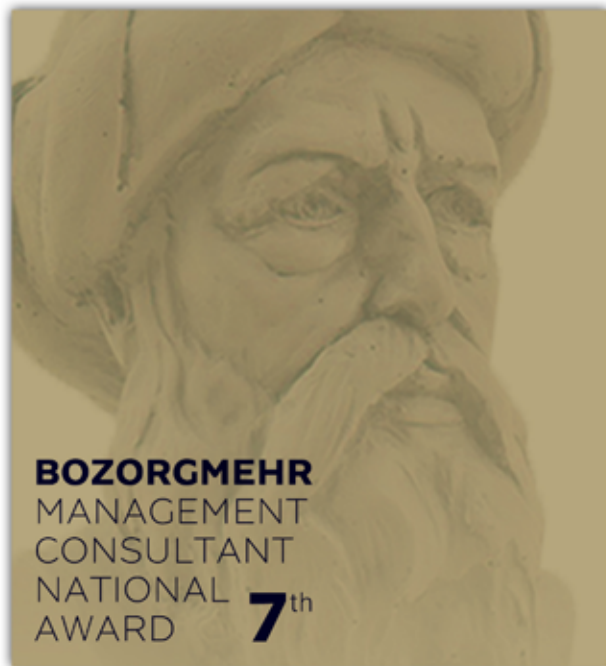
عصر داده‌های  
آی‌تد

 cloud.ir

 ۹۰۰۰۵۵۵۵



اسکن کنید



# هفتمین همایش مشاوران مدیریت ایران با رویکرد تحول دیجیتال و جایزه ملی بزرگمهر و ششمین همایش مشاوره به کسب و کار (C2B)

## ◀ در این رویداد چه خواهد گذشت؟

- ◀ معرفی پروژه‌های برتر مشاوره مدیریت و بهبود عملکرد سازمانی در سال گذشته
- ◀ بررسی تاثیر تحول دیجیتال بر حرفه مشاوره مدیریت
- ◀ سخنرانی مقامات و چهره‌های علمی در خصوص نقش مشاوره مدیریت در عصر دیجیتال
- ◀ برگزاری کارگاه‌های جانبی با محوریت تحول دیجیتال

## ◀ اهداف رویداد چیست؟

- ◀ ترویج و ارتقای نقش مشاوره مدیریت در صنعت
- ◀ انتقال تجارب و معرفی پروژه‌های موفق مشاوره مدیریت
- ◀ تقویت اکوسیستم مشاوره مدیریت در عصر دیجیتال
- ◀ مفاهیم بین‌دینفعان مشاوره مدیریت با محوریت تحول دیجیتال

## ◀ مخاطبان رویداد چه افرادی هستند؟

مشاوران مدیریت، مدیران، کارآفرینان، دانشجویان، محققان و متخصصان حوزه مدیریت و فناوری اطلاعات

## ◀ زمان و مکان همایش

- ◀ دوم بهمن ماه ۱۴۰۳ - سالن همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما - تالار خواجه نصیر
- ◀ سوم بهمن ماه ۱۴۰۳ - اتاق بازرگانی ایران



۶	بازی بقا در میدان اقتصاد ایران
۷	تامین مالی نیاز همه کسب و کارها
۸	روح سیزیف در تالار شیشه‌های سرگردان است
۱۰	مشارکت، ۶۰ درصد مسیر تامین مالی است
۱۲	تامین مالی از طرق مبتنی بر دارایی
۱۳	شفافیت نقدینگی و عدالت مزایای اقتصادی صکوک
۱۴	شرط لازم و کافی برای موفقیت تامین مالی از روش عرضه اولیه سهام
۱۶	توسعه بازار اولیه سبد سهامداران را متنوع می سازد
۱۸	نقش بانک‌ها در تامین مالی شرکت‌ها
۲۰	جنگل تامین مالی جمعی، میوه هم می دهد
۲۲	اثر برآیند در تامین مالی
۲۶	اقتصاد رفتاری و تأثیر آن بر تامین مالی خرد
۲۸	تمامی روش های تامین مالی در یک نگاه
۳۲	بانک‌ها، کاروانسراهای شاهراه های اتصال اقتصادی جوامع
۳۴	تأثیر رویکردها و عملکرد بانک‌ها در موفقیت صنایع دیگر
۳۶	نقش روانشناسی در شکل گیری نظریه های اقتصادی
۳۸	فیپورد؛ خانه ای در دل طبیعت
۴۴	ایجاد بدهی خصوصی اوضاع تامین مالی را دگرگون می کند
۴۶	هزینه های واقعی ماندن در فهرست سیاه FATF چیست؟
۴۸	تأثیر نوسانات بازار سرمایه بر تامین مالی شرکت‌ها در ایران
۵۰	تأثیر خودباوری بیش از حد بر تصمیم گیری های مالی
۵۲	آینده صنعت ساختمان در گرو شفافیت و نوآوری در تامین مالی
۵۴	چالش های کارایی در تامین مالی شرکت‌ها
۵۶	مالیات رفتاری و حباب های بازار
۵۸	مالیات رفتاری و تصمیمات سرمایه گذاری
۶۰	سوگیری های روان شناختی در بازار های مالی
۶۲	نظارت هوشمند به افزایش بهره‌وری و رشد کیفیت خدمات بانکی منجر می شود
۶۴	اقتصاد رفتاری، گریزگاه و تله های سواد مالی
۶۶	چشم انداز صنعت بانکداری جهانی از ۲۰۲۵ مه آلود می شود
۶۸	حرکت بانک هابر لبه تیغ رشد و بحران
۷۰	آینده صادرات به دیپلماسی اقتصادی نیاز دارد
۷۴	راهکار های نوین تامین مالی در حوزه هنر؛ از چالش ها تا فرصت‌ها
۷۶	انسان، اقتصاد و هنر کدامیک دیگری را دگرگون می کنند؟
۷۸	بلاکچین هنر را دگرگون می کند؟
۸۰	تامین مالی هنر به مثابه رسالت اجتماعی
۸۲	هنر دیجیتال و هنر کلاسیک: فاصله معنوی و فاصله اقتصادی آن‌ها
۸۴	سرمایه گذاری در هنر با هدف ارتقا اقتصاد محلی
۸۶	نگرش نوین در سرمایه گذاری های فرهنگ و هنر
۸۸	وقتی فرهنگ اقتصاد را دگرگون می کند
۹۰	تامین مالی فرهنگ ضروری و پریپیچ و تاب
۹۲	نگاهی به ابعاد جدید تامین مالی در دنیای هنر
۹۴	آیا بازار هنر می تواند با بازار سرمایه همراه شود؟
۹۶	چالش های تامین مالی هنر، از سقوط تا صعود
۹۸	تحلیل روابط بین تامین مالی و نوآوری هنر
۱۰۰	نیاز هنر به توسعه زنجیره تامین
۱۰۲	زیر ذره بین تحلیل
۱۰۸	درس هایی از تجربه مینا؛ راهکارهای گسترش صندوق پروژه در کشور
۱۱۰	شهاب سنگی به نام صندوق پروژه
۱۱۲	هزار راه تامین مالی برای کوچک و متوسط‌ها
۱۱۴	چهره اقتصاد در ۱۰۰ سال آینده
۱۱۶	اقتصاد رفتاری چیست و چه اهمیتی دارد؟
۱۱۸	جستاری بر سرمایه گذاری بازنشستگی
۱۲۰	تلفیق دو جهان در نگاه استادانه جعفر مرعشی
۱۲۲	انطباق پذیری شناختی، کلید موفقیت در دنیای آینده
۱۲۴	۵ روند تأثیرگذار بر اقتصاد مرکز داده
۱۲۶	تحولات بازار های مالی در ایران در محور فناوری
۱۳۰	بانکداری در عصر اینترنت اشیا
۱۳۲	آینده فین تک به هوش مصنوعی گره خورده است
۱۳۵	زیست پذیری و عدالت؛ دو رکن اصلی توسعه پایدار
۱۳۶	معرفی کتاب



## دروازه اقتصاد

و کارآفرینی

### دوفصلنامه دروازه اقتصاد

شماره مجوز: ۹۲۱۴۷  
شماره ۲  
پاییز و زمستان ۱۴۰۳

قیمت: ۳۰۰۰۰۰۰۰ ریال

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:  
محمدحسین جبل عاملی

سر دبیر:  
سمیرا ابراهیمی

طراح و صفحه‌آرا:  
مسعود قدرت‌نما

طراح جلد:  
سیدبابک شمس

چاپخانه:  
اوج نیلی

هیات تحریریه:  
محمدحسین جبل عاملی  
سمیرا ابراهیمی  
سمانه غفوری روزبهانی  
پویادبیری مهر  
نیره چاوشی  
کاظم کوکرم  
امیرحسین ثقه‌الاسلامی

تماس با ما:  
شماره تماس:  
۰۲۱۲۲۳۴۶۲۹۳

ایمیل:  
info@economicsgate.com  
تارنما:  
/https://economicsgate.com

آدرس فضای مجازی:  
@economicsgate

# بازی بقادر میدان اقتصاد ایران

سرمقاله

حجت‌الاصیدی  
رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار



مالی زیرساختی می‌تواند گامی مؤثر در این راستا باشد. اما فراتر از این اقدامات، بازار سرمایه نیازمند بازنگری جدی در ساختارها و سیاست‌های خود است. بازاری که با شفافیت بیشتر، اعتمادسازی و توسعه ابزارهای مالی نوین، می‌تواند نقشی کلیدی در رشد اقتصادی و تأمین مالی ایفا کند.

اقتصاد ایران، با در اختیار داشتن ظرفیت‌های بالقوه متنوع در حوزه‌های مختلف صنعتی، کشاورزی، معدنی و انرژی، از پتانسیل بالایی برای دستیابی به رشد پایدار و تقویت جایگاه خود در عرصه اقتصاد جهانی برخوردار است. با این حال، بهره‌برداری از این ظرفیت‌ها مستلزم تدوین و اجرای راهبردی جامع برای حل چالش‌های ساختاری و تقویت بازار سرمایه است.

بازار سرمایه، به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین ارکان تأمین مالی در اقتصاد مدرن، نقشی بی‌بدیل در تسریع رشد سرمایه‌گذاری و جلب منابع مالی داخلی و خارجی ایفا می‌کند. این در حالی است که نبود شفافیت کافی، سیاست‌گذاری‌های متناقض و عدم اعتماد عمومی به این بازار، آن را از مسیر اصلی خود منحرف کرده‌است.

برای بازگشت به مسیر رشد سرمایه‌گذاری، باید شفافیت به‌عنوان یک اصل بنیادین در تمامی بخش‌های بازار سرمایه رعایت شود. شفافیت اطلاعاتی، از انتشار گزارش‌های مالی دقیق تا ارائه چشم‌انداز روشن از وضعیت شرکت‌ها و عملکرد نهادهای مالی، می‌تواند اعتماد عمومی را جلب کرده و مشارکت سرمایه‌گذاران خرد و کلان را افزایش دهد. در کنار این مسئله، اصلاح سیاست‌گذاری‌ها نیز امری ضروری است. سیاست‌هایی که باید بر مبنای اصول حرفه‌ای، ثبات بلندمدت و هماهنگی با واقعیت‌های اقتصادی تدوین شوند، می‌توانند زمینه‌ساز رشد پایدار بازار سرمایه شوند.

جلب مشارکت عمومی، کلید اصلی در توسعه بازار سرمایه و تقویت پایه‌های اقتصادی کشور است. فرهنگ‌سازی مناسب برای تشویق عموم مردم به سرمایه‌گذاری در بازار سهام، افزایش آگاهی‌های مالی و ایجاد انگیزه از طریق مشوق‌های مالیاتی یا ابزارهای نوین سرمایه‌گذاری، از جمله اقداماتی هستند که می‌توانند دامنه مشارکت را گسترش دهند. بدون شک، حضور گسترده‌تر سرمایه‌گذاران نه‌تنها به تأمین مالی پروژه‌های زیرساختی و تولیدی کمک می‌کند، بلکه به رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و کاهش وابستگی به منابع درآمدی نفتی نیز منجر خواهد شد.

بنابراین، تدوین و اجرای یک برنامه راهبردی جامع که بر مبنای شفافیت، اصلاح سیاست‌ها و جلب مشارکت عمومی استوار باشد، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای احیای بازار سرمایه و بازگشت به مسیر رشد پایدار در اقتصاد ایران خواهد بود.

بازار سرمایه ایران، به‌عنوان یکی از ارکان اصلی تأمین مالی در اقتصاد، در سال‌های اخیر با چالش‌های متعددی مواجه بوده که تأثیرات عمیقی بر روند توسعه اقتصادی کشور گذاشته است. یکی از مهم‌ترین مسائل، کاهش نرخ تشکیل سرمایه است. این موضوع چالش‌ساز اکنون به سطحی رسیده که نه تنها رشد اقتصادی را محدود کرده، بلکه حتی پاسخگوی نیازهای استهلاکی نیز نیست. در حالی که کشورهای منطقه در مسیر رشد سرمایه‌گذاری حرکت کرده‌اند، اقتصاد ایران با نرخ منفی تشکیل سرمایه روبرو است که خود زنگ خطری جدی برای آینده اقتصادی کشور به‌شمار می‌رود.

در حال حاضر سهم بازار سرمایه در تشکیل سرمایه، در بهترین حالت، به یک پنجم محدود شده است؛ رقمی که نشان‌دهنده ضرورت توجه به تقویت نقش نهادهای مالی، ناشران و شرکت‌های بورسی در این فرآیند است. اما این محدودیت تنها بخشی از مشکلات بازار سرمایه است. بی‌اعتمادی گسترده‌ای که میان سهامداران و فعالان این بازار وجود دارد، مانعی جدی بر سر راه توسعه آن به‌شمار می‌رود. این بی‌اعتمادی ناشی از چند عامل اصلی است: ناطمینانی‌های اقتصادی و سیاسی، شرایط خاص منطقه‌ای و رفتار سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران که گاه با تصمیمات غیرمنسجم خود بر قیمت اوراق و عملکرد بازار تأثیرات منفی برجای می‌گذارند.

بازار سرمایه، به دلیل ماهیت حساس خود نسبت به هرگونه تغییرات اقتصادی و سیاسی واکنش نشان می‌دهد. در چنین شرایطی، رفتار اقتصاد حقیقی نیز عاملی مهم در افزایش یا کاهش این ناطمینانی‌هاست. هرگاه اعتماد عمومی به بازار سرمایه دچار خدشه شود، نه‌تنها جریان ورود سرمایه به این بازار مختل می‌شود، بلکه بسترهای لازم برای تأمین مالی بلندمدت نیز آسیب می‌بیند. این امر ضرورت تفکیک نقش نظام بانکی و بازار سرمایه را بیش از پیش آشکار می‌کند؛ چرا که تأمین مالی کوتاه‌مدت باید به نظام بانکی و تأمین مالی بلندمدت به بازار سرمایه سپرده شود. در این میان، رعایت اصول حرفه‌ای توسط ناشران بورسی، می‌تواند تأثیر بسزایی در کاهش ریسک‌ها و افزایش بازدهی داشته باشد.

از سوی دیگر، یکی از چالش‌های مهم تأمین مالی در اقتصاد ایران، نرخ بالای تأمین مالی است که ناشی از عواملی همچون نرخ بازده بدون ریسک و شرایط کلان اقتصادی است. این نرخ بالا، فشار سنگینی بر نگاه‌های اقتصادی وارد کرده و توان رقابت آن‌ها را به‌شدت کاهش داده است. تلاش‌ها برای رسیدن به یک نرخ تعادلی، در کنار استفاده از ابزارهای نوین مالی، می‌تواند بخشی از این مشکل را برطرف کند.

در لایحه بودجه ۱۴۰۴ نیز به دلیل شرایط انقباضی، نیاز به منابع جدید برای تأمین مالی حس می‌شود. اقدامات پیشنهادی مانند اعمال معافیت‌های مالیاتی و تقویت ابزارهای تأمین



# تأمین مالی نیاز همه کسب و کارها



سخن مدیر مسئول

محمد حسین جبل عاملی



## اهمیت بازار سرمایه در تأمین مالی کسب و کارها

بازار سرمایه می‌تواند نقش کلیدی در تأمین مالی و رشد اقتصادی ایفا کند. از طریق ابزارهای مالی متنوعی که در این بازار وجود دارد، کسب و کارها می‌توانند به منابع مالی دست یابند و در عین حال سرمایه‌گذاران نیز از فرصت‌های سرمایه‌گذاری بهره‌مند شوند. در این شماره از «دروازه اقتصاد»، تلاش کرده‌ایم تا به تحلیل عمیق‌تری از ساختار بازار سرمایه و روش‌های تأمین مالی در این بازار بپردازیم.

بازار سرمایه در ایران هنوز به پختگی و کارایی لازم برای پشتیبانی از تمامی نیازهای تأمین مالی دست نیافته و همچنان چالش‌های متعددی از جمله شفافیت، نقدینگی پایین و محدودیت‌های قانونی بر آن تأثیرگذار است. اما با این وجود، نقش این بازار در تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی روزبه‌روز پررنگ‌تر می‌شود. به همین دلیل، در این شماره تلاش کرده‌ایم تا ابزارها و راهکارهای تأمین مالی موجود در بازار سرمایه را با دقت بررسی کنیم و نقاط قوت و ضعف این مسیرها را شناسایی نماییم.

## تأمین مالی؛ دغدغه‌ای مشترک برای تمامی صنایع

مسئله تأمین مالی به‌طور گسترده تمامی صنایع و بخش‌های اقتصادی را تحت‌الشعاع قرار داده است. در حوزه‌هایی مانند صنایع نفت و گاز، فولاد، معادن، پتروشیمی و حتی صنایع غذایی، تأمین مالی پروژه‌ها و ادامه فعالیت‌ها به چالشی اساسی تبدیل شده است. بسیاری از این صنایع نیازمند سرمایه‌گذاری‌های کلان هستند و نبود دسترسی به منابع مالی کافی، می‌تواند به رکود در این صنایع منجر شود و اقتصاد کشور را با چالش‌های بیشتری روبه‌رو کند.

در بخش دیگری از این شماره، به‌طور ویژه به بررسی راهکارهایی پرداخته‌ایم که می‌تواند به صنایع مختلف کمک کند تا از بحران‌های مالی فعلی عبور کنند. این راهکارها شامل استفاده از ابزارهای نوین تأمین مالی مانند اوراق بدهی، افزایش شفافیت مالی و بهره‌گیری از راهکارهای نوآورانه برای جذب سرمایه می‌شود. همچنین به مزایا و چالش‌های استفاده از این ابزارها برای کسب و کارهای بزرگ و کوچک نیز اشاره کرده‌ایم.

## نگاه به آینده

امید است که با پرداختن به مسئله تأمین مالی و بررسی راهکارهای موجود، بتوانیم در جهت بهبود شرایط اقتصادی کشور و رفع مشکلات موجود، نقشی مثبت ایفا کنیم. در شرایطی که اقتصاد کشور نیازمند حمایت‌های مالی و اصلاحات ساختاری است، استفاده از بازار سرمایه و ابزارهای نوین مالی می‌تواند راهگشای بسیاری از مشکلات موجود باشد. هدف ما در «دروازه اقتصاد» این است که با ارائه اطلاعات دقیق و علمی، به خوانندگان خود کمک کنیم تا تصمیمات مالی و سرمایه‌گذاری آگاهانه‌تری بگیرند و در مسیر توسعه پایدار اقتصادی گام بردارند.

در پایان، بار دیگر از تمامی همراهان و خوانندگان گرامی به خاطر اعتماد و همراهی‌شان تشکر می‌کنم و امیدوارم که این شماره از نشریه بتواند به شما در درک بهتر و شفاف‌تر از چالش‌های تأمین مالی و فرصت‌های موجود در بازار سرمایه کمک کند. با آرزوی اقتصادی پایدار و آینده‌ای روشن برای همگان.

در ابتدا، مایلیم از تمامی همراهان و خوانندگان گرامی به خاطر بازخوردهای مثبت و سازنده‌ای که درباره شماره اول نشریه «دروازه اقتصاد» با محوریت اقتصاد دیجیتال ارائه دادند، تشکر کنم. بدون شک، استقبال شما از این شماره و تحلیل‌ها و گزارش‌های آن، ما را در بهبود کیفیت و ارائه محتوای کاربردی و تخصصی مصمم‌تر کرد. نظرات و پیشنهادات شما گواهی بر اهمیت و نیاز جامعه به تحلیل‌های دقیق و علمی در حوزه‌های اقتصادی است و ما را بر آن داشت تا تلاش‌های بیشتری برای بهبود محتوای نشریه انجام دهیم.

در شماره نخست، با محوریت اقتصاد دیجیتال و نگاهی به انقلاب دیجیتال و نوآوری‌های فناورانه، به بررسی پدیده‌هایی پرداختیم که در حال تغییر و تحول بنیادین ساختار اقتصادی و صنعتی جهان هستند. فناوری‌های دیجیتال در حال ایجاد تغییرات گسترده‌ای در کسب و کارها و مدل‌های اقتصادی هستند و ما در تلاشیم تا مخاطبان خود را در جریان این تحولات سریع و اساسی قرار دهیم.

اما امروز که در دومین شماره به سر می‌بریم، لازم است توجه بیشتری به وضعیت اقتصادی کشور داشته باشیم. حال اقتصاد ایران خوب نیست. این جمله ساده اما پرمعنا بیانگر وضعیت کنونی است که در آن قرار داریم. شرایط پیچیده اقتصادی، تأثیرات گسترده‌ای بر کسب و کارها، کارآفرینان و تمامی فعالان اقتصادی کشور گذاشته است. وضعیت اقتصادی ایران با چالش‌های مختلفی روبروست: از نوسانات ارزی و محدودیت‌های تجاری گرفته تا تورم بالا و کاهش قدرت خرید مردم. این شرایط اقتصادی، بسیاری از بنگاه‌ها و شرکت‌ها را در تأمین مالی مورد نیاز خود با دشواری‌های عمده‌ای روبرو کرده است.

## چالش‌های تأمین مالی در شرایط فعلی

در شرایطی که اقتصاد ایران با مشکلات متعدد دست‌به‌گریبان است، تأمین مالی به یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌های مدیران و صاحبان کسب و کار تبدیل شده است. این موضوع نه تنها برای کسب و کارهای نوپا و استارت‌آپ‌ها، بلکه برای بنگاه‌های اقتصادی بزرگ و باسابقه نیز بسیار حیاتی است.

تأمین مالی، ابزاری است که به کسب و کارها امکان می‌دهد تا بتوانند پروژه‌های خود را به پیش ببرند، نیروی کار خود را حفظ کنند و به توسعه محصولات و خدمات جدید بپردازند. اما متأسفانه در شرایط کنونی، دسترسی به منابع مالی و سرمایه برای بسیاری از کسب و کارها سخت و دشوار شده است.

یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های کنونی، تأمین مالی از منابع داخلی و استفاده از ابزارهای مالی موجود در بازار سرمایه است. در بسیاری از کشورها، بازارهای سرمایه نقش مهمی در تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی ایفا می‌کنند. این بازارها به عنوان پل ارتباطی بین سرمایه‌گذاران و کسب و کارها عمل کرده و امکان دسترسی به منابع مالی پایدار را برای توسعه و رشد کسب و کارها فراهم می‌کنند. اما در ایران، با وجود رشد نسبی بازار سرمایه و افزایش آگاهی عمومی از این بازار، هنوز موانع زیادی بر سر راه استفاده کارآمد و گسترده از ظرفیت‌های آن وجود دارد.

# روح سیزیف در تالار شیشه‌ای سرگردان است

سر دبیر

سمیرا ابراهیمی



نرخ بهره بالا، سرعت سقوط سنگ را بیشتر می‌کند  
نرخ تأمین مالی، یکی از مؤلفه‌های اصلی هر بازار اقتصادی است که تأثیر مستقیم بر موفقیت و شکست سرمایه‌گذاری‌ها دارد. در حال حاضر، نرخ بهره در ایران به دلیل مشکلات اقتصادی و تورم بالا، به شدت افزایش یافته است. این امر باعث شده که هزینه تأمین مالی برای شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران به شدت بالا برود. شرکت‌ها برای به دست آوردن منابع مالی از بانک‌ها یا بازار سرمایه مجبور به پرداخت بهره‌های بالا هستند، که این امر به نوبه خود موجب افزایش هزینه‌ها و کاهش توانایی آن‌ها برای سرمایه‌گذاری و رشد می‌شود.

در بازار سرمایه، این وضعیت باعث شده است که سرمایه‌گذاران تمایل کمتری به خرید سهام شرکت‌ها نشان دهند و به جای آن ترجیح دهند که منابع خود را در دیگر بازارها، همچون ارز یا مسکن، سرمایه‌گذاری کنند. همین امر باعث ایجاد کاهش اعتماد اجتماعی و افزایش بی‌ثباتی در بازار شده است. در شرایطی که نرخ بهره بالا و عدم قطعیت اقتصادی حاکم است، سرمایه‌گذاران اغلب احساس می‌کنند که به رغم تلاش‌های مستمرشان، مانند سیزیف، به نتیجه‌ای نخواهند رسید و از همین رو از سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه منصرف می‌شوند.

## نسخه‌ای برای بهبود

با توجه به وضعیت موجود، به نظر می‌رسد که تنها راه بهبود شرایط، ایجاد ثبات و کاهش هزینه‌های تأمین مالی از طریق بازار سرمایه است. این امر نیازمند همکاری‌های میان دولت، بانک مرکزی و بخش خصوصی است تا از یک سو نرخ بهره کاهش یابد و از سوی دیگر، شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران بتوانند منابع مالی مورد نیاز خود را با شرایط بهتری تأمین کنند.

اولین گام در این مسیر، کاهش نرخ بهره است. کاهش نرخ بهره می‌تواند تأثیر مستقیمی بر هزینه تأمین مالی داشته باشد و به سرمایه‌گذاران این امکان را بدهد که بدون نگرانی از پرداخت بهره‌های بالا، به سرمایه‌گذاری در بازارهای مختلف بپردازند. این امر موجب جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به بازار سرمایه ایران خواهد شد و در نتیجه، می‌تواند باعث بهبود وضعیت مالی شرکت‌ها و افزایش اعتماد عمومی شود.

گام بعدی، تقویت شفافیت و ایجاد قوانین پایدار است. شفافیت در بازار سرمایه، به معنای ایجاد شرایطی است که سرمایه‌گذاران بتوانند با اطمینان بیشتری وارد بازار شوند. این امر می‌تواند با افزایش نظارت بر عملکرد بازار و ارائه اطلاعات دقیق و به‌موقع به سرمایه‌گذاران محقق شود. همچنین، ایجاد قوانین پایدار و عدم تغییر مداوم در سیاست‌های اقتصادی و مالی می‌تواند اعتماد را در میان سرمایه‌گذاران تقویت کند.

نهایتاً، ایجاد نهادهای مالی و ابزارهای تأمین مالی جدید می‌تواند راهی برای کاهش فشار بر شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران باشد. ابزارهایی نظیر اوراق قرضه و تأمین مالی جمعی می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا منابع مالی مورد نیاز خود را با هزینه‌های کمتر به دست آورند و در عین حال، سرمایه‌گذاران از بازدهی مناسب بهره‌مند شوند.

## پایان بازی سیزیف؟

اگر شرایط کنونی بازار سرمایه ایران ادامه یابد و نرخ تأمین مالی همچنان در سطح بالا باقی بماند، وضعیت مشابه افسانه سیزیف ادامه خواهد داشت و سرمایه‌گذاران، همان‌طور که سیزیف به قله نمی‌رسد، از رسیدن به اهداف مالی خود ناتوان خواهند بود. تنها راه برای پایان دادن به این بازی بی‌پایان و رسیدن به قله موفقیت، کاهش نرخ بهره، ایجاد ثبات در قوانین و تقویت شفافیت در بازار سرمایه است. تنها در این صورت است که بازی سرمایه‌گذاران در بازار ایران می‌تواند به نتیجه‌ای پربازده و پایدار برسد.

سیزیف، پادشاه اسطوره‌ای که محکوم به بالا بردن سنگی عظیم به بالای کوه بود و هر بار که به قله می‌رسید، سنگ دوباره به پایین می‌غلتید، دچار خشم خدایان شده بود. این تلاش بی‌ثمر اسطوره‌ای، سیزیف را در صدر جدول نامیدان جهان قرار داده است. اما احتمالاً این صدر نشینی، قبل از نگاه به بازار سرمایه ایران رقم خورده است. در اقتصاد ایران، سرمایه‌گذاران بورس نیز همچون سیزیف، هر روز تلاش می‌کنند تا به قله موفقیت برسند، اما در بسیاری از مواقع، به دلیل موانع اقتصادی و تصمیمات نادرست، نتیجه‌ای جز افتادن دوباره به پایین نمی‌بینند.

بازار سرمایه ایران، در سال‌های اخیر، شاهد بی‌ثباتی‌های زیادی بوده است که همواره باعث ایجاد وضعیت‌هایی مشابه افسانه سیزیف شده است. از تورم افسارگسیخته گرفته تا تغییرات ناگهانی در نرخ ارز و سیاست‌های اقتصادی، و هر بار تلاش کرده تا سنگ خود را به بالای کوه ببرد و به یک نقطه تعادل برسد، اما بیشتر اوقات، سرمایه‌گذاران با نوسانات شدید مواجه شده‌اند و همان‌طور که سیزیف مجبور است سنگ را دوباره پایین بیاورد، سرمایه‌گذاران نیز هر بار که به موفقیت نزدیک می‌شوند، شاهد سقوط بازار و کاهش ارزش دارایی‌های خود بودند.

در این میان نرخ تأمین مالی در ایران، به‌ویژه پس از بحران‌های اقتصادی و تغییرات ارزی، به شدت افزایش یافته است. سرمایه‌گذاران و شرکت‌ها برای تأمین مالی پروژه‌های خود باید با هزینه‌های بالا و شرایط دشوار روبه‌رو شوند. این وضعیت باعث شده است که در شرایط فعلی بازار، اطمینان و اعتماد اجتماعی به شدت کاهش یابد و سرمایه‌گذاران ترجیح دهند که به جای ورود به بازارهای پرریسک، دارایی‌های خود را در دیگر بازارها یا حتی خارج از کشور سرمایه‌گذاری کنند. در این شرایط، همان‌طور که سیزیف مجبور است سنگ را دوباره بالا ببرد، تلاش‌های سرمایه‌گذاران برای تأمین مالی و دست‌یابی به سود بیشتر، بیشتر از آنکه به نتیجه‌ای پایدار برسد، به یک بازی بی‌پایان و بی‌ثمر تبدیل شده است.

حال اگر با ذره بین نظریه بازی به این وضعیت نگاه کنیم، شاهد آن هستیم که بازیکنان (سرمایه‌گذاران و شرکت‌ها) به انتخاب استراتژی‌های مختلف می‌پردازند و هدف آن‌ها دستیابی به بیشترین سود ممکن است. اما در شرایطی بازار سرمایه ایران، جایی که تصمیمات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی به طور مستقیم بر رفتار بازیکنان اثر می‌گذارد، بازی به یک پیچیدگی بی‌پایان تبدیل می‌شود. مهمترین کلیدواژه‌هایی که اکنون می‌توان به توصیف این وضعیت پرداخت، بازی‌های غیرهم‌زمان و عدم قطعیت است. در این نوع بازی‌ها، بازیکنان به دلیل عدم اطلاعات کامل از تصمیمات سایر بازیکنان، نمی‌توانند استراتژی‌های بهینه را اتخاذ کنند و معمولاً باید با وضعیت‌هایی روبه‌رو شوند که در آن‌ها تصمیمات دیگران به طور مستقیم بر نتایج آن‌ها تأثیر می‌گذارد. در بازار سرمایه ایران، به‌ویژه در شرایطی که نوسانات اقتصادی و نرخ بهره بالا است، سرمایه‌گذاران ناچارند که با عدم قطعیت‌های فراوانی مواجه شوند و تصمیماتی بگیرند که نتیجه آن همیشه مشخص نیست. همین امر باعث می‌شود که در بسیاری از مواقع، تصمیمات سرمایه‌گذاران به شکست و ضرر منتهی شود.

به‌عنوان مثال، سرمایه‌گذاران در ایران می‌دانند که نرخ بهره بالا و تورم موجب افزایش هزینه‌ها و کاهش ارزش پول می‌شود، اما در عین حال، آن‌ها نمی‌توانند به راحتی از بازار خارج شوند، زیرا این تصمیم ممکن است باعث کاهش شدید قیمت‌ها شود. بنابراین، این بازی با انتخاب‌هایی پیچیده روبه‌رو است که هر بازیکن در آن، به‌طور هم‌زمان تحت تأثیر تصمیمات سایر بازیکنان قرار می‌گیرد. در این شرایط، همان‌طور که سیزیف هیچ‌گاه به قله نخواهد رسید، سرمایه‌گذاران ایرانی نیز در بسیاری از مواقع احساس می‌کنند که هر تلاش جدید برای تأمین مالی یا سرمایه‌گذاری، به نتیجه‌ای مشابه منتهی می‌شود.

# پایه برای نجات اقتصاد



سعید اسلامی بیدکلی  
عضو هیئت علمی دانشگاه  
علامه طباطبائی

مدتهاست که درباره سهم تأمین مالی از طریق بازار سرمایه (در مقابل بانک) در اقتصادها صحبت می‌شود و از مزایا و معایب بازار پایه یا بانک پایه بودن اقتصاد گفته می‌شود. بسیاری از کارشناسان هم به لزوم افزایش سهم بازار سرمایه در تأمین مالی اقتصاد اشاره کرده‌اند. علاوه بر این که بازار پایه یا بانک پایه بودن اقتصاد عامل اصلی رونق و رشد نیست، طی ده‌های گذشته سیاست‌گذاران اقتصادی ایران بدون توجه به تئوری‌های اساسی اقتصاد تصمیم‌گیری کرده‌اند و بسیاری از تکنیک‌های امروزی ناشی از نگاه غیرعلمی و بی‌توجهی به مبانی علم اقتصاد است. ذکر این مقدمه ضروری بود تا درک بهتری از روی‌آوری امروز اقتصاد ایران به تأمین مالی از طریق بازار سرمایه داشته باشیم. در سال‌های نخستین پس از انقلاب، تأمین مالی پروژه‌های زیرساختی بر دوش بودجه بود و حتی برداشت‌های از شبکه بانکی هم در نهایت به کسری بانک‌ها منجر و به بودجه تحمیل می‌شد. پس از آن، تأمین مالی اقتصاد ایران -به‌ویژه تأمین مالی پروژه‌های بزرگ- سال‌های طولانی بر عهده بانک‌ها بود و البته داستان کسری بانک‌ها و تحمیل ناترازی آن‌ها به بودجه همچنان ادامه داشت. برخی از ریشه‌های داستان ادامه‌دار رشد نقدینگی و تورم ساخت‌یافته اقتصاد ایران در همین سیاست‌هاست.

طی یک دهه گذشته، شبکه پولی کشور با مشکلات بسیاری مواجه بوده و البته بازار سرمایه هم رشد و نفوذ بیشتری داشته است. در همین زمان ابزارهای متنوع بدهی ایجاد شده و رشد کرده و بازار بدهی از اندازه قابل توجهی برخوردار شده است. از این رو تأمین مالی (چه از طریق ابزارهای مالکیتی و چه از طریق ابزارهای بدهی) از طریق بازار سرمایه مورد توجه دولت‌ها و بنگاه‌ها قرار گرفته است. البته نباید فراموش کنیم که فرهنگ و ذهنیت بانک‌پایگی در سیاست‌گذاری ما همچنان پررنگ است.

اکنون به‌دلیل تعددی که بخشی هم از روی ناچاری بوده است، تأمین مالی از طریق بازار سرمایه مورد توجه دولت و بنگاه‌های اقتصادی قرار گرفته است. منابع بودجه‌ای برای سرمایه‌گذاری بسیار محدود است و البته امکان استفاده از این منابع در بخش خصوصی وجود ندارد، شبکه پولی با انجماد نقدینگی و سیاست‌های انقباضی (در جهت کنترل تورم) مواجه است و ابزارهای متنوع بدهی در بازار سرمایه می‌تواند نیازهای متعدد بنگاه‌ها (به‌ویژه بنگاه‌های بزرگ) را تأمین کند. در این راستا بسیاری از کارشناسان معتقدند که باید تأمین مالی‌های بزرگ را به بازار سرمایه سپرد و بانک‌ها تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط را برعهده بگیرند. اما نباید اشتباهات سیاستی سال‌های گذشته را تکرار کنیم و این تنها مسیر باقی مانده برای رشد و توسعه کشور را هم زمین‌گیر کنیم. از این رو لازم است ابزارهای سیاستی لازم برای افزایش کارایی را به کار بگیریم و مسیرهای توسعه بازار سرمایه را محدود نکنیم.

تأمین مالی از بازار سرمایه و البته توسعه آن الزاماتی هم دارد. بهبود متغیرهای کلان اقتصادی کشور از مهمترین اقداماتی است که دولت باید طی سال‌های آتی مدنظر قرار دهد. اقتصاد ورشکسته نمی‌تواند بازار سرمایه پویا و رو به رشدی داشته باشد. برای مثال اگر ناترازی‌های روزافزون انرژی، بنگاه‌های مهم اقتصادی کشور را با چالش مواجه کند، سرمایه‌گذاری این بنگاه‌ها توجیه‌پذیر نخواهد بود. همچنین دولت به‌عنوان یکی از بزرگترین استفاده‌کنندگان منابع بازار، باید برنامه خود را برای انتشار اوراق اعلام کند و به آن برنامه پایبند باشد. همچنین باید سهم بخش خصوصی از تأمین مالی بازار بدهی حفظ شود. این روزها نرخ بهره بالا (که مدت‌هاست گریبان اقتصاد ایران را گرفته) یکی از مشکلات بزرگ بازار سرمایه و بنگاه‌هایی است که از طریق انتشار اوراق بدهی تأمین مالی می‌کنند. نرخ بالای بهره باعث شده که تأمین مالی بسیار پرهزینه باشد و ممکن است که تأمین مالی‌های ایجاد می‌کند (که باید به تشکیل سرمایه ثابت در بنگاه‌ها بی‌انجامد) را متوقف کند.

بنگاه‌ها نیز باید به شفافیت بیشتر و گزارش‌دهی منظم عادت کنند. شفافیت اطلاعاتی از مهمترین الزامات بازارهای سرمایه در دنیا است. اوراق بدهی متنوع از مهمترین امکانات بازار سرمایه است که حتی بنگاه‌هایی که در بازار پذیرفته نشده‌اند نیز می‌توانند از آن استفاده کنند. پذیرش شرکت‌ها در بورس، نیازمند حد بالایی از شفافیت و گزارش‌گری است، اما انتشار اوراق و تأمین مالی از بازار سرمایه هم نیازمند درجاتی از شفافیت است که بسیاری از بنگاه‌ها از آن بی‌بهره‌اند. پذیرش شرکت‌ها در بورس امکان تأمین مالی از طریق ابزارهای مالکیتی (مثلاً افزایش سرمایه) را ایجاد خواهد کرد.

توسعه نهادهای مالی - به‌عنوان ارکان اصلی فرایند تأمین مالی - از مهمترین نیازهای بازار سرمایه است. اگرچه پس از فراز و فرود ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ بازار سرمایه تعداد نهادهای مالی افزایش یافت و کیفیت مدیریتی آن‌ها نیز تا حدی ارتقا پیدا کرد، اما خلاقیت و نوآوری در ابزارهای مالی همچنان اندک است و البته که نهاد ناظر و ارکان بازار سرمایه هم در این مورد نقشی اساسی ایفا می‌کنند. بی‌تردید توسعه ابزارهای متنوع مالی طیف وسیع‌تری از سرمایه‌گذاران با درجات ریسک‌پذیری مختلف را جذب بازار خواهد کرد و این مهم امکان تجهیز منابع از بازار سرمایه را افزایش خواهد داد. طراحی ابزارهای متنوع مالی یکی از مهمترین حوزه‌های مهندسی مالی است که امروزه توسعه بسیاری یافته است.

سخن بسیار است اما کوتاه این که بی‌دقتی در طراحی مکانیزم‌های بازار، بی‌توجهی به ریزساختارهای آن و عدم توجه به مبانی علمی می‌تواند بازار سرمایه را هم با مشکلات بسیاری مواجه کند و به بی‌اعتمادی فعالان اقتصادی و سرمایه‌گذاران لطمه دیگری وارد کند.

# مشارکت، ۶۰ درصد مسیر تامین مالی است

در جهانی که تامین مالی به عنوان یکی از ارکان اساسی توسعه اقتصادی و پیشرفت صنعتی شناخته می‌شود، اهمیت ایجاد اعتماد و مشارکت در این فرآیند هرگز بیش از این برجسته نبوده است. رضا پدیدار، رئیس کمیسیون توسعه پایدار، محیط زیست و استاندارد اتاق بازرگانی ایران در گفت و گو با دروازه اقتصاد، به اهمیت نقش اعتمادسازی و ایجاد مشارکت‌های استراتژیک در موفقیت برنامه‌های تامین مالی پرداخته است. او معتقد است که بدون اعتماد و همکاری مؤثر بین بخش‌های مختلف اقتصادی، روند تامین مالی با چالش‌های جدی مواجه خواهد شد. پدیدار بر این باور است که ایجاد یک محیط اعتماد آور و مشارکتی، نه تنها باعث تسهیل در جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی می‌شود، بلکه مسیر توسعه پایدار و رشد اقتصادی کشور را هموار می‌کند. در ادامه مصاحبه، رضا پدیدار به چگونگی ایجاد اعتماد و مشارکت به عنوان دو عنصر کلیدی در استراتژی‌های تامین مالی پرداخته و راهکارهایی برای تقویت این ابعاد در سیستم اقتصادی کشور ارائه می‌دهد.

آماري بود که بنده به دست آوردم به عبارتی ۸۸ درصد از شرکت‌های دانش بنیانی که تاسیس شده‌اند از بین رفته‌اند. زیرا نگاه مدیریت علمی در آنها وجود نداشته است. علم است که موازنه را برای شما برقرار می‌کند.

نکته بعدی که بسیار مهم تلقی می‌شود، نگاه تطبیقی است. ما باید به سمت انطباق یا تطبیق برویم. باید به این موضوع فکر کنیم که اگر قدمی برمی‌داریم، چقدر تطبیق پیدا می‌کند. به عنوان مثال اگر می‌خواهیم تا سر کوزه برویم تطبیق پیدا می‌کند که با ۱۰۰ قدم برویم یا باید با ۱۰۰۰ قدم رفت.

انطباق نسبت به معیارهای محتوایی به این صورت است که به طور مثال چند ساعت به یک نقطه می‌توانید نگاه کنید. بسیاری از افراد هستند که درجایی نشستند و به نقطه‌ای خیره شده‌اند و فکر می‌کنند. افرادی که نمی‌دانند بر این باور هستند که فرد دیوانه شده، اما برعکس در حال درست کردن انطباق فکری است.

انطباق فکری در شما انرژی ذخیره می‌کند و خوب است که در هر مقطعی برای خود ذخیره سازی انرژی انجام دهید. انطباق فکری شامل نگاه کردن، صحبت کردن، مطالعه و راه رفتن و تعمق است.

کاری که پزشکان می‌کنند تا با آزمایش‌های فراوان اجزای سلولی شما را پیدا کنند یک نوع انطباق است. همین موضوع را در زندگی اجتماعی باید اجرا کنیم. اگر این تطابق شکل بگیرد فرآیندی در انسان شکل می‌گیرد که به آن اعتماد می‌گویند.

## جناب پدیدار انطباق مواردی که فرمودید از نگاه علمی تا توسعه شکل گرایانه را با موضوع تامین مالی شرح می‌دهید؟

بحث اصلی اعتماد است. تا اعتماد ایجاد نشود نمی‌توانید گام بعدی را بردارید. زیرا اعتماد نقطه را ایجاد می‌کند تا تامین خود فکر می‌کنید که در اینجا نام آن را مشارکت می‌گذاریم. برای تامین مالی باید از این مسیر حرکت کرد. تامین مالی فرآیندی است که باید منتهی به مشارکت شود. مشارکت توسط یک نفر انجام نمی‌پذیرد از دو نفر به بالا است.

زمانی که مشارکت در حال شکل‌گیری است، ابعاد این مشارکت باید جاناندازی ذهنی شود و طرفین باید به این ابعاد شناخت پیدا کنند تا گام آخر برایشان شفاف سازی شود. زمانی که شفافیت ایجاد شد می‌توان گفت شما گام بزرگی را در مسیر توسعه فکری، فردی و کاری برداشته‌اید.

جناب آقای پدیدار اگر بخواهیم از شما یاد بگیریم

مقوله است. بستر سازی ذهنی اولین گام‌های حرکت را برای شما ایجاد می‌کند و وقتی شما حرکت کردید به مدار توسعه می‌رسید.

## در این مسیر توسعه، شکل‌گیری نهادهای تشکلی چه جایگاهی دارند؟

شکل‌گیری نهادهای تشکلی در ایران به سال ۱۳۳۰ به بعد بر می‌گردد. این ایده راهگشا در ابتدا به صورت پراکنده انجام می‌شد و به دلیل نوساناتی که در کشور وجود داشت، همیشه به نتیجه مطلوب نمی‌رسید. طی این مسیر در دهه ۵۰ گام بزرگی برداشته شد و یک سری تشکلهای در ابتدا در پایتخت و سپس در برخی از استان‌ها شکل گرفتند. گام بعدی این تشکلهای بعد از جنگ یعنی از حدود سال ۶۷ شکل گرفت و در حال حاضر حدود ۱۶ هزار و پانصد تشکل در کشور وجود دارد.

متأسفانه از این ۱۶ هزار و پانصد تشکل تنها ۴۰۰ تشکل عضو اتاق بازرگانی تهران هستند و در سایر شهرستان‌ها نیز این تعداد آنها کمتر از ۳۰۰ عضو است. یعنی کمتر از ۵ درصد از تشکلهای کشور، عضو اتاق بازرگانی هستند.

## تامین منابع آنها به چه صورت است؟

حق عضویت از اعضا می‌گیرند و آنهایی که عضویت اتاق‌های بازرگانی را دارند، کمک مالی به صورت بلاعوض دریافت می‌کنند. اگر بخواهیم عمیق‌تر فکر کنیم لازمه آن این است که برای نهادهای تشکلی و انجمن‌هایمان بستر سازی کنیم. این بستر سازی را از مدار توسعه باید به دست آورد.

مطلبی را به تازگی نوشته‌ام هنوز به چاپ نرسیده است با عنوان اینکه توسعه را جدی بگیرید. در متن آمده است چرا یک سری از کشورها توسعه پیدا کرده‌اند اما یک سری توسعه پیدا نکرده‌اند؟

این موضوع به دلیل این است که توسعه یک امر اتفاقی نیست بلکه چیزی است که باید پیش‌بینی کرد. چیزی که بر پیش‌بینی شما حاکم است مدیریت علم است. پس خواهشا در نوشتار خودتان دانش علمی را مبنا توسعه قرار دهید.

جوان‌های بسیاری به دنبال رشد و توسعه در صفحات مجازی هستند اما پس از نهایتاً ۶ ماه به شکست می‌رسند. به طور مثال آمارهایی که در ثبت شرکت‌ها وجود دارد، نشان می‌دهد شرکت‌های دانش بنیان که اکنون فعال هستند، یک دوازدهم تعداد به ثبت رسیده است و این فاجعه را نشان می‌دهد.

فکر می‌کنم این آمار شما خوش بینانه است.

تامین منابع برای انجام فعالیت‌های اقتصادی، یکی از بزرگترین موضوعاتی است که نگاه‌های خرد و کلان با آن مواجه‌اند و بیراه نیست اگر بگوییم موضوعی است که مسیر توسعه را همراه با دست‌انداز کرده است. به نظر شما در این مسیر، جایگاه تامین مالی کجاست و در کجای راه قرار داریم؟

یکی از مسائل مهم زیربنایی در کشور رشد و توسعه است. اگر از منظر شخصی، گروه، اجتماع و جامعه‌نگاهی بیندازیم و بخواهیم به دوام آن بیندیشیم مسیرش را باید در رشد و توسعه قرار دهد.

من از سال ۱۳۷۵ که مسئولیت داشتم و چندین تشکل را ایجاد کرده‌ام، همیشه به این موضوع می‌اندیشیدم که نباید درجا زد. باید هر روز به یک فکر جدید باشیم و به راه جدیدی بیندیشیم. ممکن است آن مسیر که در ذهن ما در ابتدا به صورت نقطه شکل می‌گیرد تا نتیجه برسد، خیلی طولانی شود اما طولانی شدن آن مهم نیست. ما باید برای تمام فرآیند ذهنی (به دلیل گستردگی و بی‌انتهایی) سپس فرآیند فکری، اندیشه کنیم و تدبیر بیندیشیم. ذهن بسیار گسترده است و باید همیشه به آن نگاهی انداخت که تا چه حد می‌توان کارها را پیش برد. برای افرادی که می‌گویند هیچ وقت کاری نمی‌توانند انجام دهند، آنالیز ذهن را توضیح می‌دهم که ذهن را باید باز کرد تا حرکت شکل بگیرد. ذهن می‌تواند به شما کمک کند تا کلمات را تکمیل کنید. کتاب مدیریت رفتار سازمانی من که در دانشگاه تهران تدریس می‌کردم و طبق درخواست‌ها به چاپ مجدد نیز رسید نیز در همین





از مدل کسب و کار تا مسیر زندگی موازی با کسب و کار را باید هم از شما وقت بگیریم و هم برنامه ریزی داشته باشیم. اما زمانی که اسم شما به میان می آید بیشتر به یاد حوزه نفت و گاز می افتیم که اطلاعات بیشتری دریافت کنیم. با توجه به اینکه موضوع ما در حال حاضر تامین مالی است چند نکته را مطرح کردم که به سوال اصلی برسم. از یک مغازه ساده سرو قهوه در میدان ونک تا پتروشیمی بزرگی در سواحل جنوبی کشور مشکل مالی برای تاسیس دارند و هرکدام با یک روش هایی می توانند تامین مالی خود را انجام دهند. برای آخرین پتروشیمی کشور یا پالایشگاه شهید سلیمانی درگیر پیدا کردن سرمایه گذار خارجی بودیم. حل این چالش ها به چه صورت است؟ چه میزان تامین مالی نیاز است؟

تامین مالی را بنده از کوچک به بزرگ شروع می کنم یعنی فرد، گروه، جامعه. یک فرد برای خودش نحوه تامین مالی زندگی خود را پیش بینی کند. اولین موضوع مهم قابلیت و توانایی او است و اینکه چه میزان می تواند از توانایی های خودش استفاده کند تا در بازار عرضه کند. مورد بعدی فرآیندی است که باید جریان اعتماد برای خودش ایجاد کند وقتی خواسته های خود را مطرح کرد شرایطی به وجود بیاید که مشارکت صورت بگیرد.

آکسفورد بر این عقیده است که مشارکت، ۶۰ درصد از مسیر تامین مالی را جلو برده است. به عبارتی من و شما تصمیم می گیریم که شریک شویم وقتی این اعتماد شکل می گیرد یعنی ۶۰ درصد فرآیند تامین درست شده است و مابقی آن فیزیکی است.

وقتی شما به ادبیات مشارکت تسلط پیدا کنید فرآیند تامین شروع می شود. شما وقتی به فکر تامین مالی می افتید، نباید منتظر یک توصیه نامه برای دریافت تسهیلات از بانک باشید. شاید در کوتاه مدت بتواند برخی از مشکلات را حل کند، اما قطعاً تامین مالی نیست. یکی از چالش های بزرگی که بعد از جنگ ما در کشور با آن مواجه شدیم، ساده انگاری است. این ساده انگاری باعث شده است تا سراغ رانت و یا مسیر های غلط برویم. بر همین حساب رشوه وارد کشور شد و بین ۱۰ کشور اول در رابطه با پرداخت رشوه قرار گرفتیم.

برای مسیر تامین مالی ابتدا باید بستر سازی انجام شود سپس نحوه مشارکت به صورت شفاف تبیین شود. برای شکل گیری و تداوم نیز از همان اول اصول اطمینان در فرآیند کار را باید داشته باشیم.

زمانی که این بستر سازی ها از هر لحاظ رفتاری، اجرایی، عملیاتی و ... اتفاق بیفتد تامین مالی به راحتی انجام می پذیرد.

### حال روش اجرا و عملیات و قوانین و مقررات در کشور چیست؟

در نظام بانکی و پولی کشور روش تامین مالی برای اشخاص حقیقی بسیار محدود است و برای اشخاص حقوقی با سپردن تعهد است. که این تعهد، تعهد مدیران از طریق سفته و چک و یا تعهد ملموس مانند ملک، تجاری و یا حساب ارزی و واگذاری حقوق و امتیاز از زندگی خانواده و شرکت و ... است.

### نقش بازار سرمایه در این چرخه را چگونه تعریف می کنید؟

بازار سرمایه ما امروزه خود را در این سطح قرار نداده است و بر این تصور هستیم که متأسفانه اکنون فاصله ای بین مردم و جایگاه واقعی بازار سرمایه شکل گرفته است که باید با فرهنگ سازی مناسب، این فاصله پر شود. فاصله به وجود آمده به دلیل عدم اطمینان و حصول اطمینان از رسیدن به سود واقعی است. اگر این فاصله پر شود، سرمایه خرد مردم جمع آوری شده و به بازار سرمایه وارد می شود و حجم مبلغ بالا، قشر سرمایه گذار تشکیل می دهد که خود قدرت دارد. در قدم بعدی ابزارهای بازار سرمایه پیشنهاد می دهد که با

زمانی که مشارکت در حال شکل گیری است، ابعاد این مشارکت باید جاناندازی ذهنی شود و طرفین باید به این ابعاد شناخت پیدا کنند تا گام آخر برایشان شفاف سازی شود. زمانی که شفافیت ایجاد شد می توان گفت شما گام بزرگی را در مسیر توسعه فکری، فردی و کاری برداشته اید

منابع تامین شده می خواهد نفت بخرد، طلا بخرد و یا مواد اولیه بخرد و یا واردات و صادرات را تسریع کند.

ما در جامعه ای هستیم که شاخصه های اقتصادی دائماً در حال تغییر و نوسان است و به همین دلیل هیچگاه نمی توانید به ضریب اطمینان در بازار سرمایه برسید. بزرگترین مشکل این تغییرات، نداشتن ثبات اقتصادی است و همین بی ثباتی باعث می شود که شما در صورت داشتن سرمایه به طور مثال در بانک، علاقمند به تزریق آن در بازار سرمایه نباشید. زیرا موضوع عدم کاهش ارزش پول، دغدغه جدی به شمار می رود که با توجه به تورم موجود در جامعه و سن افراد، متزلزل و شکننده می شود.

در واقع اکنون ابزارهای بازار سرمایه؛ آن هم با ضریب اطمینان قابل اتکا، برای طیف سنی ۱۸ تا ۵۴ سال که قدرت ریسک دارند، می تواند جذاب باشد.

بنابراین تا زمان فراهم نشدن اعتماد در این بازار، شاهد هیچ تغییر و اتفاقی نخواهید بود. گام اول در بازار سرمایه اعتماد و گام دوم تامین منابع است.

# تامین مالی از طرق مبتنی بر دارایی



**مصطفی امام دوست**  
**مدیر عامل سیدگردان**  
**سرزمین**

تامین مالی شرکت‌ها از محل بدهی یا حقوق صاحبان سهام انجام می‌گیرد. تامین مالی از محل حقوق صاحبان سهام به معنی فروش سهام شرکت (به سهامداران فعلی یا به یک سرمایه‌گذار جدید) به منظور تزریق منابع مالی به شرکت است. این موضوع کنترل کسب و کار شرکت را لزوماً دستخوش تغییر نمی‌کند، زیرا سرمایه‌گذار جدید می‌تواند سهام اقلیت را در اختیار بگیرد.

شرکت‌های بورسی و غیربورسی هر دو با این روش می‌توانند منابع جمع‌آوری کنند. این منابع می‌تواند از سرمایه‌گذاران فعلی شرکت، دوستان و خانواده، سرمایه‌گذاران حرفه‌ای یا عرضه اولیه عمومی (IPO) جمع‌آوری شود.

افزایش سرمایه (آورده نقدی، سلب حق تقدم و ...) از این محل تامین مالی می‌کنند. مزیت اصلی تامین مالی از محل حقوق صاحبان سهام این است که به شرکت‌ها منبع تامین مالی جایگزین برای بدهی را ارائه می‌دهد، بویژه در خصوص شرکت‌های استارت‌آپی که ممکن است واجد شرایط دریافت وام‌های بزرگ بانکی نباشند، می‌توانند از این روش، برای تامین مالی خود استفاده کنند. در این مورد، تامین مالی سهام به عنوان ریسک کمتر از تامین مالی بدهی در نظر گرفته می‌شود، زیرا شرکت مجبور نیست بدهی خود به اعتباردهندگان را بازپرداخت کند. تامین مالی سهام همچنین مزایای خاصی را برای مدیریت شرکت فراهم می‌کند، چرا که برخی از سرمایه‌گذاران مایل به مشارکت در عملیات شرکت هستند و انگیزه شخصی برای کمک به رشد شرکت دارند.

برخی از مهم‌ترین مزایای افزایش سرمایه از محل حقوق صاحبان سهام به شرح زیر است:

- در این روش تعهدی برای بازپرداخت پول وجود ندارد و بار مالی اضافی بر شرکت تحمیل نمی‌شود.
- در صورت ورود سرمایه‌گذاران جدید در شرکت منجر به شکل‌گیری ارتباط و افزایش تماس‌های تجاری شرکت می‌گردد.
- در مقابل می‌توان به معیبه‌ی نیز اشاره کرد:
- در صورت ورود سرمایه‌گذاران جدید منجر به کاهش مالکیت و کنترل شرکت می‌گردد.

- بر خلاف هزینه بهره بدهی، هیچ سپر مالیاتی را ایجاد نمی‌کند.
- در بلندمدت، تامین مالی سهام به عنوان یک نوع تامین مالی پرهزینه تر از بدهی در نظر گرفته می‌شود. به این دلیل است که سرمایه‌گذاران به نرخ بازده بالاتری نسبت به وام‌دهندگان نیاز دارند. سرمایه‌گذاران در هنگام تامین مالی یک شرکت ریسک بالایی را متحمل می‌شوند و بنابراین انتظار بازدهی بالاتری دارند.

بطور کلی، نمی‌توان در خصوص بهترین روش تامین مالی (بدهی یا حقوق صاحبان سهام) بدون در نظر گرفتن شرایط شرکت و کسب و کار اظهار نظر کرد. به عنوان نمونه در خصوص شرکت‌های استارت‌آپی که در بیشتر مواقع از منظر اعتباری وضعیت مناسبی ندارند، بهترین گزینه تامین مالی از محل حقوق صاحبان سهام است ولی در خصوص شرکت‌های بالغی که از منظر اعتباری وضعیت مناسبی دارند و می‌توانند با نرخ مناسبی از بازار بدهی تامین مالی کنند، تامین مالی از بدهی، گزینه مناسبی است.

**مزیت اصلی تامین مالی از محل حقوق صاحبان سهام این است که به شرکت‌ها منبع تامین مالی جایگزین برای بدهی را ارائه می‌دهد، بویژه در خصوص شرکت‌های استارت‌آپی که ممکن است واجد شرایط دریافت وام‌های بزرگ بانکی نباشند، می‌توانند از این روش، برای تامین مالی خود استفاده کنند.**

تامین مالی حقوق صاحبان سهام به ویژه در مرحله راه اندازی یک شرکت به منظور تامین مالی دارایی‌ها و هزینه‌های عملیاتی اولیه اهمیت فراوان دارد و سرمایه‌گذاران جدید به امید دریافت سود سهام یا فروش سهام با قیمت بالاتر، در تامین مالی شرکت مشارکت می‌کنند. سرمایه‌گذاران معمولاً روی بلندمدت تمرکز می‌کنند بدون اینکه انتظار بازگشت فوری سرمایه خود را داشته باشند. این موضوع به شرکت اجازه می‌دهد تا جریان نقدی حاصل از عملیات خود را به جای تمرکز بر بازپرداخت بدهی و بهره، دوباره برای رشد کسب و کار خود سرمایه‌گذاری کند.

شرکت‌های غیربورسی علاوه بر استفاده از راهکار افزایش سرمایه، عموماً این روش تامین مالی را از طریق مشارکت سرمایه‌گذاران خصوصی (فرشته)، پلتفرم‌های تامین مالی جمعی یا عرضه اولیه سهام شرکت (IPO) انجام می‌دهند. شرکت‌های بورسی نیز عمدتاً از طریق انواع روش‌های





## کلینیک استانداردسازی کسب و کارها با تیم مجرب و حرفه‌ای خود آماده‌گی دارد در زمینه‌های زیر خدمات مشاوره ارائه می‌کند:

◀ عرضه یابی سازمانی (بازاریابی، فروش و مالی، منابع انسانی)

◀ تحقیقات مصرف کننده بر اساس نورومارکتینگ

◀ ارزیابی بلوغ دیجیتال سازمان

◀ مشاوره و تهیه گزارشهای طرح توجیه فنی، مالی و اقتصادی واحدهای تولیدی

◀ تدوین نظام مدیریت فرآیند در سازمانها

◀ استقرار نظامهای مدیریت بر اساس استانداردهای مدیریت

◀ مشاوره، طراحی و استقرار سیستم ارزیابی سازمانی مبتنی بر اجرای برنامه‌های

عملیاتی

◀ مشاوره، طراحی و استقرار مکانیزم Design Thinking

◀ مشاوره، طراحی و استقرار مکانیزم چابکی سازمانی

◀ مشاوره، طراحی و استقرار سازمان بازاریابی، برندینگ

◀ مشاوره، طراحی و استقرار سازمان فروش

◀ مشاوره، طراحی و استقرار مکانیزم خدمات پس از فروش

◀ مشاوره، طراحی و استقرار سیستم «مدیریت و بازاریابی خدمت» مختص کسب و

کارهای خدماتی

◀ مشاوره، طراحی و استقرار سیستم برندینگ سازمانی

◀ مشاوره، طراحی و استقرار وب سایت سازمان، فروش و ... و اپلیکشن فروش کالا

◀ مشاوره، طراحی و استقرار سازمان ویزیتوری

◀ مشاوره، طراحی و استقرار مکانیزم زنجیره تامین

◀ مشاوره، طراحی و استقرار سازمان توزیع کالا (پخش مویرگی)

◀ خدمات مشاوره، طراحی و پیاده سازی فرآیندهای (مالی، حسابداری، حسابرسی،

مالیاتی) و همکاری در پیاده سازی نرم افزارهای ERP

◀ مشاوره، طراحی و استقرار سیستم مالی فروش اقساطی کالا و خدمات

◀ مشاوره طراحی و استقرار فرآیند تامین اعتبار از بانکها در قالب سرمایه در

گردش و سرمایه ثابت

◀ تدوین نقشه تحول دیجیتال

**1** جلوگیری از نوسانات شدید قیمت سهام  
صندوق‌های بازارگردانی با خرید و فروش  
مداوم سهام، از نوسانات شدید قیمتی که ممکن  
است به دلیل اخبار، رویدادهای بازار یا سایر عوامل  
ایجاد شود جلوگیری کرده و به ثبات قیمت سهام  
کمک می‌کنند. این امر به سرمایه‌گذاران اطمینان  
خاطر می‌دهد که سرمایه‌گذاری آن‌ها در معرض  
ریسک‌های ناشی از نوسانات شدید قیمتی قرار  
نخواهد گرفت.

# شرط لازم و کافی برای موفقیت تامین مالی از روش عرضه اولیه سهام



صادق توکلی

کارشناس بازار سرمایه

بازارگردانی در بورس‌های مختلف جهان با وجود تفاوت‌هایی در جزئیات، اصول کلی یکسانی دارد. هدف اصلی بازارگردانی در همه جا، ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضای سهام و افزایش نقدشوندگی بازار و در نتیجه ایجاد یک بازار فعال و پویا برای آن سهام یا بازار است. این کارکرد به معنای جلوگیری از روند صعودی و نزولی سهام نبوده و این مسئولیت صرفاً در راستای افزایش نقدشوندگی و حجم معاملات است. اما نحوه اجرای آن و ابزارهای مورد استفاده در هر بورس ممکن است متفاوت باشد. نکته قابل توجه در خصوص بازار سرمایه تغییرات سریع آن است. از آنجا که بازارهای مالی بسیار پویا هستند، مقررات بازارسازی باید به گونه‌ای طراحی شود که بتوانند با تغییرات سریع بازار سازگار شوند.

در بازار سرمایه ایران، قانون بازارگردانی به طور مشخص در دستورالعمل‌های سازمان بورس و اوراق بهادار تشریح شده است. بر اساس این دستورالعمل‌ها، شرکت‌هایی که قصد عرضه اولیه سهام (IPO) دارند، موظف هستند که یک بازارگردان به مدت حداقل ۲ سال برای سهام خود معرفی کنند. در واقع، بازارگردانی به عنوان یک عامل مهم برای موفقیت یک IPO محسوب می‌شود و نهایتاً نقش مهمی در توسعه و رشد بازار سرمایه ایفا می‌کند. از آنجا که بسیاری از فعالان خرد و حقیقی بازار سرمایه که به واسطه رشد بازار سرمایه در سال‌های ۱۳۹۷ الی ۱۳۹۹ وارد این بازار شده‌اند و عمده این اشخاص در عرضه اولیه شرکت‌ها مشارکت می‌کنند، نقش بازارگردانی قوی در سهام شرکت‌های عرضه اولیه شده جهت ایجاد حس اعتماد در اشخاص مذکور با توجه به اینکه عمده این اشخاص منابع نسبتاً محدودی دارند و بیشتر در معرض آسیب ناشی از نوسانات هیجانی بازار سرمایه هستند، بیش از پیش به چشم می‌آید. لذا مفهوم بازارگردانی به ویژه در زمان عرضه اولیه سهام شرکت‌های جدید که معمولاً در روزهای پس از IPO با تقاضای هیجانی همراه است و پس از متعادل شدن روند قیمتی عرضه‌های زیادی را تجربه می‌کند از اهمیت قابل ملاحظه‌ای برخوردار می‌باشد.

از مهمترین مزایای بازارگردانی برای سرمایه‌گذاران و بازار سرمایه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:



**2** افزایش نقدشوندگی سهام  
این صندوق‌ها با ایجاد بازاری فعال برای سهام، به سرمایه‌گذاران امکان می‌دهند تا سهام خود را به راحتی خرید و فروش کنند. این امر به ویژه برای سرمایه‌گذاران خرد که حجم معاملات کمتری دارند، از اهمیت بالایی برخوردار است.

**3** جذب سرمایه‌گذار  
با ایجاد اطمینان خاطر در سرمایه‌گذاران، صندوق‌های بازارگردانی به جذب سرمایه‌گذاران جدید به بازار کمک می‌کنند. این امر به شرکت‌های تازه وارد به بازار سرمایه امکان می‌دهد تا سرمایه مورد نیاز خود را برای توسعه و رشد کسب‌وکار جذب کنند. سرمایه‌گذاران بلندمدت تمایل بیشتری به سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی دارند که سهام آن‌ها توسط صندوق‌های بازارگردانی پوشش داده می‌شود.

**4** کاهش ریسک سرمایه‌گذاری  
حضور صندوق‌های بازارگردانی در بازار، ریسک سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌های تازه وارد را کاهش می‌دهد. زیرا این صندوق‌ها با ایجاد یک بازار فعال و پویا، از کاهش شدید قیمت سهام در صورت بروز مشکلات جلوگیری می‌کنند.

**5** ارتقای وجهه شرکت  
حضور صندوق‌های بازارگردانی نشان‌دهنده شفافیت و سلامت مالی شرکت است. صندوق‌های بازارگردانی می‌توانند با ایجاد بازارهایی با عمق بالا، امکان انجام معاملات بزرگ را فراهم کنند. سهم و اندازه بازارسازان (Market Makers) در کل بازار بورس جهانی به عوامل مختلفی از جمله نوع بازار، حجم معاملات و مقررات حاکم بر آن بستگی دارد و به طور دقیق قابل اندازه‌گیری نیست. مسئولیت بازارسازی در بازارهای مالی پیشرفته برعهده نهاد ثالثی است که به آن بازارساز (Market Maker) گفته می‌شود و این نهاد به صورت مستقل عمل کرده و ارتباطی با نهاد ناشر و سهامدار ندارد. در بازار سرمایه ایران نیز طبق آخرین اطلاعات ارائه شده در وبسایت فیپیران، اندازه کل صندوق‌های بازارگردانی در بورس اوراق بهادار تهران در تاریخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۶ حدود ۲۰۷ همت بود که با توجه به اندازه بازار بورس و فرابورس که در تاریخ مذکور برابر با ۹,۹۵۳ همت بوده، نسبت اندازه صندوق‌های بازارگردانی به ارزش کل بازار سرمایه حدود ۲,۱ درصد است.

تجربه سال‌های رکودی بازار سرمایه ایران پس از مردادماه ۱۳۹۹ نشان می‌دهد صندوق‌های بازارگردانی به دلیل عدم برخورداری از وجوه نقد لازم جهت ایفای نقش خود نتوانسته‌اند تأثیرات لازم را در نقدشوندگی بازار سرمایه داشته باشند. در انتهای مردادماه ۱۳۹۹ اندازه صندوق‌های بازارگردانی حدود ۳۵ همت بوده که با توجه به ارزش بازار بورس و فرابورس در تاریخ مذکور که حدود ۸,۳۹۰ همت بوده، نسبت اندازه صندوق‌های بازارگردانی به ارزش کل بازار سرمایه در آن تاریخ ۰,۴ درصد بوده است.

افزایش این نسبت از ۰,۴ درصد به ۲,۱ درصد نشان می‌دهد بخشی از سیاست سازمان بورس و اوراق بهادار به عنوان نهاد نظارتی طی سالیان گذشته معطوف به افزایش قدرت صندوق‌های بازارگردانی بوده که این عامل می‌تواند منجر به افزایش اطمینان خاطر سهامداران از افزایش نقدشوندگی بازار سرمایه نسبت به سال‌های رکودی بازار سرمایه پس از مرداد ۱۳۹۹ شود.

شایان ذکر است با توجه به اینکه سهام مورد معامله در بازارهای مختلف بورس و فرابورس دارای حجم مبنا بر اساس فرمولی مشخص بوده و بعضاً ایراداتی به تناسب بین حجم مبنا با درصد سهام شناور و سابقه تاریخی معاملات و دامنه نوسان هر سهم مطرح می‌باشد، ایجاد تناسب بهینه بین همه این عوامل و در کنار آن وجود صندوق‌های بازارگردانی با تعهدات روزانه متناسب، می‌تواند به طور معناداری منجر به افزایش نقدشوندگی بازار سرمایه در شرایط مختلف رونق و رکودی گردیده و پویایی بازار سرمایه را به طور چشمگیری افزایش دهد.



# توسعه بازار اولیه سبد سهامداران را متنوع می سازد

پذیره نویسی سرمایه اولیه واسپاری عصر اعتماد، یکی از مهمترین اخبار مربوط به تامین سرمایه بنگاه ها بود که در اواخر بهار سال جاری، توجه رسانه های اقتصادی و به ویژه بورسی را به خود جلب کرد. این پذیره نویسی به میزان ۴۰ درصد از سهام شرکت سهامی عام واسپاری عصر اعتماد، وابسته به گروه انتخاب را به خود اختصاص داد و با قیمت اسمی هر سهم ۱۰۰ تومان از روز چهارشنبه ۳۱ مرداد ماه در فرابورس آغاز و با استقبال کم نظیر سرمایه گذاران طی ۳ روز کاری در دوشنبه ۵ شهریور به اتمام رسید و بدین ترتیب کل سرمایه ثبتی شرکت طبق برنامه تامین شد. از مجموع ۴ میلیارد سهام آماده واگذاری، ۲.۵ میلیارد سهم معادل ۶۱.۵ درصد توسط ۳۲۶۷۰ سهامدار حقیقی و ۱.۵ میلیارد سهم معادل ۳۸.۵ درصد توسط ۱۰۸ سهامدار حقوقی خریداری شده و بدین ترتیب واسپاری عصر اعتماد با طی موفقیت آمیز این مرحله، گام نهایی خود در راستای اخذ مجوز فعالیت از بانک مرکزی و آغاز به کار رسمی را برداشت. برای آشنایی بیشتر با روند تامین مالی بنگاه ها از محل پذیره نویسی با دکتر ابراهیم ابراهیمی، مشاور گروه انتخاب و فعال بازارهای پولی و مالی به گفت و گو نشستیم.

**در کشورهای پیشرفته، بورس محلی برای تشکیل سرمایه است. به نوعی عموم مردم با یکدیگر تامین مالی مشترکی انجام می دهند و یک کسب و کار تشکیل می شود و یا کسب و کارها با طریق تامین مالی از بازار سرمایه، خود را توسعه می دهند. اما در ایران چون بازار اولیه به اندازه کافی رشد نکرده، این روند ضعیف است**



## در تامین مالی از طریق پذیره نویسی، چه اتفاقی برای شرکت رخ می دهد؟

تامین مالی بنگاه ها از طریق ۲ ابزار بدهی و دارایی قابل انجام است. ابزار بدهی نرخ سود مشخص دارد و وابسته به عملکرد نیست. در این روش شرکت ها بر اساس مبلغی که تضمین می کنند، باید پرداخت انجام دهند و ربطی به عملکرد آنها ندارد. روش دوم از طریق دارایی شرکت ها انجام می شود که به طور کلی به سهام شرکت ارتباط دارد. این روش یا به صورت عرضه سهام قابل انجام است و یا از طریق افزایش سرمایه از محل سلب حق تقدم صورت می گیرد و یا این که پذیره نویسی سهام شرکت انجام می شود. در دسته دوم عملکرد شرکت مهم تر است زیرا کسی که سهام می خرد و در افزایش سرمایه یا پذیره نویسی شرکت می کند، برای مهم است که عملکرد شرکت چه بوده و انتظارات آینده برای وی مهم می شود.

در کتب مالی بارها ذکر شده که پذیره نویسی سهام، گران ترین نوع تامین مالی است زیرا افرادی که مشارکت می کنند، در بلندمدت در سود شرکت شریک می شوند. مکانیزم های این روش، طولانی تر از استفاده از اوراق بدهی است. انجام این فرایند در ایران مستلزم آن است که نهادهای ناظر بر هر رسته فعالیت، ابتدا اجازه و تایید انجام پذیره نویسی برای شرکت ارائه دهند. به طور مثال بانک ها و لیزینگ ها باید از بانک مرکزی باید مجوز بگیرند. بنابراین وجود نهاد ناظر

غیر از سازمان بورس، این فرآیند را زمان بر می کند، به طوری که ممکن است چندین ماه تا یک سال زمان ببرد.

اما اگر شرکت از لحظه صفر فعالیت خود سهامی عام باشد و یا سهامی عام پروژه باشد، سازمان بورس تنها نهاد ناظر بر این فرآیند است و این کار با سرعت بیشتری پیش می رود. البته این شرط در زمانی صدق می کند که مجوز شرکت مانند شرکت های تامین سرمایه نیاز به مجوز از شورای عالی بورس نداشته باشد.

بخش پراهمیت دوم، مربوط به موفقیت پذیره نویسی است. این موفقیت در وهله اول به تجربه و اعتماد سازی موسسان در صنعت بستگی دارد. عامل دوم نیز وجود بازار ثانویه فعال است. یعنی اگر رکود در بازار حاکم باشد، پذیره نویسی سخت تر انجام می شود زیرا استقبال مردم در بازار کمتر خواهد بود و پذیره نویسی دیرتر صورت می گیرد. اهمیت این موضوع به حدی است که شاید یک پذیره نویسی را در کمتر از یک روز به سرانجام برساند و یا حتی این روند را به شکست منتهی کند.

## که البته این مشکل با در نظر گرفتن الزام رکن متعهد پذیره نویسی رفع شده است. درست می گویم؟

بله دقیقاً. اما متعهد هم در یک بازه زمانی باید آن سهام را واگذار کند. اگر باز هم بازار ثانویه فعال نباشد، نمی تواند سهام را بفروشد و عملاً مثل این است که از یک صندوق

از مجموع ۴ میلیارد سهام آماده  
واگذاری، ۲.۵ میلیارد سهم معادل  
۶۱.۵ درصد توسط ۳۲،۶۷۰  
سهامدار حقیقی و ۱.۵ میلیارد  
سهم معادل ۳۸.۵ درصد توسط  
۱۰۸ سهامدار حقوقی خریداری  
شده و بدین ترتیب واسپاری عصر  
اعتماد با طی موفقیت آمیز این  
مرحله، گام نهایی خود در راستای  
اخذ مجوز فعالیت از بانک مرکزی و  
آغاز به کار رسمی را برداشت

بخشی به سبد سرمایه گذاران را نیز انجام می‌دهد.

### شرکت‌ها با داشتن چه شرایطی می‌توانند از طریق پذیره‌نویسی تامین مالی کنند؟

در قانون شرایط خاصی پیش‌بینی نشده است. در ابتدا نیاز به یک برنامه کسب و کار است که در آن سابقه موسسان محرز شده باشد. البته این موضوع قضاوتی است. همچنین اگر نیاز به مجوز از نهاد قانون‌گذار خاصی باشد، باید گرفته شود. این موضوع کف سرمایه‌ای ندارد اما در سازمان بورس، یک نگاه قضاوتی به این موضوع وجود دارد.

### برای تامین مالی لیزینگ اعتماد، به جز پذیره نویسی چه راه‌هایی وجود داشت و چرا مسیر پذیره نویسی طی شد؟

در ابتدای راه، ۲ راهکار وجود داشت. اول آن که با سرمایه ۶۰ درصدی فعلی که موسسان آورده بودند، لیزینگ تاسیس می‌شد و سپس با استفاده از ابزارهای بدهی، وارد مراحل بعدی تامین مالی می‌شدیم. نهایتاً پس از ۲ تا ۳ سال، درخواست پذیرش در بورس یا فرابورس صورت می‌گرفت که پس از پذیرش، بخشی از تامین مالی از طریق دارایی در آنجا انجام شود. ولی وقتی به صورت سهامی عام تاسیس شد، عملاً یکی از آن‌ها زودتر برداشته شد و اکنون می‌توانیم پذیرش در بورس یا فرابورس را ظرف بازه زمانی مشخصی طی کنیم. ضمن این که تامین مالی از طریق ابزار دارایی می‌تواند سال بعد هم رخ دهد و مانعی وجود ندارد. اما وقتی به صورت سهامی خاص باشد، در واقع تامین مالی از طریق دارایی را محدود کرده‌ایم. اما اکنون راحت تر است. پس تاسیس به صورت سهامی عام استفاده از ابزارهای بدهی و دارایی را سهل الوصول کرده‌است. نرخ بازگشایی این پذیره‌نویسی، تابع شرایط بازار است. با توجه به این که لیزینگ خیلی زود منابع را در جریان عملیات خود مصرف می‌کند، پیش‌بینی می‌شود در ۳ ماهه اول فعالیت خود، سود منطقی را به سرمایه‌گذاران اعطا کند.

سرمایه‌گذاری خصوصی تامین مالی کرده‌است. نکته بعدی مهم در فرآیند پذیره‌نویسی، این است که پول در چه کسب و کاری وارد می‌شود.

اگر کسب و کار پروژه‌ای و سرمایه بر باشد، نیاز به سرمایه‌گذاری با نگاه بلندمدت دارد اما اگر این کسب و کار به سمت بازرگانی پیش برود، سرمایه‌گذاری با نگاه کوتاه‌مدت‌تر نیز به استقبال آن می‌روند و احتمال جذب منابع بیشتر می‌شود. زیرا مردم به دنبال آن هستند که پول زود برگردد. در غیر این صورت باید بازارگردانی فعال روی سهم وجود داشته باشد که ریسک سرمایه‌گذاری به سهامداران منتقل نشود.

### وقتی پذیره نویسی انجام می‌شود، افزایش سرمایه باعث توسعه بازار اولیه می‌شود. این موضوع در توسعه اقتصادی کشور چه تاثیری دارد؟

در کشورهای پیشرفته، بورس محلی برای تشکیل سرمایه است. به نوعی عموم مردم با یکدیگر تامین مالی مشترکی انجام می‌دهند و یک کسب و کار تشکیل می‌شود و یا کسب و کارها با طریق تامین مالی از بازار سرمایه، خود را توسعه می‌دهند. اما در ایران چون بازار اولیه به اندازه کافی رشد نکرده، این روند ضعیف است. از سوی دیگر شاهد آن هستیم که در زمان رشد بازار ثانویه، عرضه اولیه‌های محدودتری داشتیم و توجه جدی به بازار اولیه نمی‌شود. زمانی که بازار در رکود است، به محض ارائه یک عرضه اولیه، هجوم‌های افکار عمومی علیه بورس و فرابورس شکل می‌گیرد، زیرا مسیر پول را از سمت و سوی بازار سهامی که عمق کمی دارد، به سمت یک عرضه جدید می‌برد. اما این هجوم‌ها درست نیست، زیرا بورس محلی برای تشکیل سرمایه است. بنابراین تشکیل بازار اولیه ضروری و حیاتی است و به بزرگ شدن بخش واقعی اقتصاد نیز کمک می‌کند، زیرا یک بیزنس را توسعه می‌دهد و یا خلق می‌کند و جذابیت بیشتری برای کسب و کارها کمک ایجاد می‌کند. البته به تنوع شرکت‌ها نیز کمک کرده که در نهایت تنوع



# نقش بانکها در تأمین مالی شرکتها

پر واضح است که بانکها نقشی حیاتی در اقتصاد ایفا می‌کنند. آن‌ها با تسهیل تراکنش‌های مالی، ارائه اعتبار و تخصیص مؤثر منابع و مدیریت ریسک، به رشد اقتصادی کمک می‌کنند. اگرچه بانکها فعالیت‌های اقتصادی زیادی انجام می‌دهند، اما به صورت کانونی آن‌ها واسطه‌هایی هستند که جریان‌های مالی را از قرض دهندگان به متقاضیان وام به حرکت در می‌آورند. مقداری که بابت دریافت سرمایه پرداخت می‌کنند و مقداری که بابت ارائه خدمات وام می‌گیرند، هر دو نرخ بهره نام دارد و تفاوت این نرخ بهره‌هاست که جریان اصلی درآمدی بانک را به وجود می‌آورد. با قدرت گرفتن جایگاه بازارهای سرمایه در اقتصاد ایران و ورود مردم از اقشار مختلف به این بازارها، بانکها به تنوع بیشتری در فعالیت‌های مالی رسیده‌اند، جایگاه شاخص‌تری در اقتصاد کلان پیدا کرده‌اند و به مهم‌ترین جریان برای رشد صنایع و کمک به همراهی با انقلاب‌های صنعتی چهارم و پنجم تبدیل شده‌اند.

بانکها همچنین میانجی‌هایی در انتقال سیاست‌های پولی، یکی از مهم‌ترین ابزارهای دولت برای دستیابی به رشد اقتصادی بدون تورم، هستند. بانک مرکزی عرضه پول را در سطح ملی کنترل می‌کند، در حالی که بانکهای دیگر جریان پولی را در بازارهایی که در آن فعالیت می‌کنند تسهیل می‌بخشند.

در چشم‌اندازهای کسبوکارها، تأمین مالی حیاتی‌ترین عنصر برای رشد و پایداری ایده‌های توسعه‌ای است. خواه یک استارت‌آپ باشد که به دنبال راهاندازی‌های اولیه و پاگرفتن است، کسبوکاری کوچک که اهداف مقیاس‌گیری در سر دارد، یا یک شرکت بزرگ که به دنبال سرمایه‌گذاری در پروژه‌های جدید یا حتی جهانی شدن است، دسترسی به منابع مالی رکن موفقیت تمام این استراتژی‌هاست.

شرکتها گزینه‌های مختلفی برای تأمین مالی دارند، گزینه‌هایی چون تأمین مالی از اشخاص حقیقی و سرمایه‌گذاران خطرپذیر، سازمان‌های دولتی، بازارهای مالی، سایر شرکتها با اهداف مشابه کسبوکاری و یا دریافت وام از بانکها. به طور سنتی، بانکها به عنوان ستون فقرات تأمین مالی کسبوکارها به حساب می‌آیند. بخصوص، بانکها در بازار سرمایه ایران تنها واسطه‌هایی هستند که تعریف اوراق بهادار برای تجمیع سرمایه شرکتها را ممکن می‌سازند.

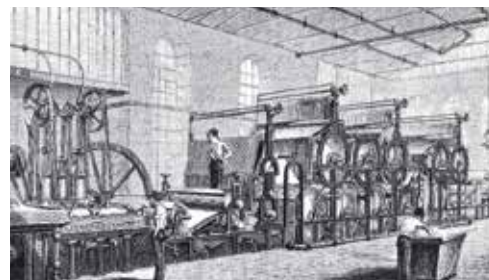
## بانکها و انقلاب‌های صنعتی

خاستگاه سیستم‌های بانکداری به بین‌النهرین و حدود ۲۰۰۰ سال قبل از میلاد برمی‌گردد، جایی که اولین شکل شناخته‌شده از اعطای وام ردیابی شده‌است. در واقع، تمام تحولات اقتصادی کلان و آنچه به مفهوم صنعت و همکاری ساختار یافته برای ارگان‌های صنعتی در ذهن جامعه‌های بشری است، به نوعی به تخصیص سرمایه و حضور بانکها وابسته است.

انقلاب صنعتی اول که در سال‌های ۱۷۶۰ تا ۱۸۳۰ رخ داد، تمام و کمال متأثر از سیستم بانکداری انگلیس و وام‌هایی است که به کارخانه‌های اروپایی برای ورود ماشین‌ها به عملیات اعطا شده بود. انقلاب صنعتی دوم که در دهه ۷۰ قرن نوزدهم رخ داد محصول شکل گرفتن سیستم‌های اقتصادی قوی و فرانچایز شدن بانکهای بزرگ در اروپا و آمریکا و نفوذ قدرت سرمایه‌گذاری آن‌ها به کشورهای آسیایی بود. انقلاب صنعتی سوم نیز که با فوران قدرت تجهیزات الکتریکی و الکترونیکی آغاز شد به شدت از سرمایه‌گذاری بانکهای بزرگ، تازه‌واردان و موسسات بیمه‌ای در صنایع الکترونیک تأثیر گرفته بود.

در انقلاب صنعتی چهارم و توسعه همه‌جانبه فناوری در آن، بانکها حتی نقشی پررنگ‌تر داشتند. سلیکون‌ولی و سایر مکان‌های توسعه تکنولوژی در نقاط مختلف جهان به کانون‌های ایده و کارآفرینی بدل شده‌اند و همه آن‌ها برای شروع و توسعه فعالیت‌های خود بیشتر از هر چیزی به سرمایه اولیه و پشتیبان مالی نیاز دارند. تقریباً ۸۰ درصد این سرمایه یا به صورت مستقیم و با سرمایه‌گذاری بانکها محقق شده‌اند یا اینکه بانکها نقشی واسطه در انتقال این سرمایه‌ها را داشته‌اند و در واقع می‌توان گفت که بانکها، موتور محرک تمام جریان‌های سرمایه‌گذاری در فناوری‌های مختلف با اهدافی چون دیجیتالی‌سازی، هوشمندسازی و خودکارسازی بوده‌اند.

بانکها حتی سرمایه‌گذاران اصلی در شرکت‌های فین‌تک و فناوری‌محوری هستند که امروزه سهم قابل توجهی از تراکنش‌های آنلاین، اقتصاد دیجیتال، ارزهای دیجیتال و سرمایه‌گذاری در صنایع دیگر را به خود اختصاص داده‌اند.



در انقلاب صنعتی چهارم و توسعه همه‌جانبه فناوری در آن، بانکها حتی نقشی پررنگ‌تر داشتند. سلیکون‌ولی و سایر مکان‌های توسعه تکنولوژی در نقاط مختلف جهان به کانون‌های ایده و کارآفرینی بدل شده‌اند و همه آن‌ها برای شروع و توسعه فعالیت‌های خود بیشتر از هر چیزی به سرمایه اولیه و پشتیبان مالی نیاز دارند. تقریباً ۸۰ درصد این سرمایه یا به صورت مستقیم و با سرمایه‌گذاری بانکها محقق شده‌اند یا اینکه بانکها نقشی واسطه در انتقال این سرمایه‌ها را داشته‌اند و در واقع می‌توان گفت که بانکها، موتور محرک تمام جریان‌های سرمایه‌گذاری در فناوری‌های مختلف با اهدافی چون دیجیتالی‌سازی، هوشمندسازی و خودکارسازی بوده‌اند.

## انواع خدمات تأمین مالی بانکها

بانکها در نقاط مختلف جهان و البته در ایران، گزینه‌های تأمین مالی متنوعی را برای رفع نیازهای مختلف کسب و کارها ارائه می‌کنند. این گزینه‌ها را می‌توان در قالب تأمین مالی کوتاه مدت، بلندمدت و تخصصی طبقه‌بندی کرد. هر کدام از این شیوه‌ها اهداف مختلفی را دنبال می‌کنند، ویژگی‌های متنوع و الزامات قانونی خاص خود را دارند. موارد زیر نمونه‌هایی از شیوه‌های تأمین مالی بانک برای کسب و کارها و تأمین سوخت لازم برای استراتژی‌های کوتاه و بلندمدت آن‌ها هستند.

### تأمین مالی کوتاه مدت

**خطوط اعتبار:** این شیوه از تأمین مالی بانک برای کسب و کارها نوعی وام انعطاف‌پذیر است که امکان برداشت‌های مکرر از یک مقدار مشخص سرمایه را فراهم می‌کند. شرکت‌های متوسط از این شیوه تأمین مالی برای مدیریت نوسانات جریان‌های نقدینگی و پوشش هزینه‌های عملیاتی کوتاه مدت بهره می‌گیرند. نرخ بهره و میزان این وام نیز از ارتباط مستقیمی با اعتبار و عملکرد مالی شرکت دارد.

**اعتبار تجاری:** اعتبار تجاری یک پرداخت علی‌الحساب از جانب بانک، با کمترین مراحل بوروکراسی اداری، به شرکت در جهت واکنش سریع آن به یک فرصت سرمایه‌گذاری یا خرید تجهیزات حیاتی صنعتی است. بخصوص، شرکت‌هایی که در بازار بورس فعالیت می‌کنند معمولاً از کارگزارهای بانکی برای تأمین سرمایه موقت و نیاز ناگهانی خود بهره می‌گیرند تا بتوانند وضعیت‌های پیش‌بینی نشده در معاملات سهام را مدیریت کنند.

### تأمین مالی بلندمدت

**مشارکت در سرمایه‌گذاری:** بسیاری از بانک‌ها حاضرند با شرکت‌ها در صنایع مختلف فعالیت‌های صنعتی مشترک انجام دهند. در این شیوه از تأمین مالی، شرکت (یا شخصی که به دنبال تأسیس شرکت و شروع کسب و کار است) طرح کسب و کاری خود را به بانک ارائه می‌دهد و بانک تصمیم می‌گیرد که در برنامه تولیدی یا خدماتی آن شرکت کند یا نه.

**وام‌های بلندمدت:** اکثر بانک‌ها به شرکت‌های کوچک و بزرگ وام‌های بلندمدت ارائه می‌کنند. بسیاری از این وام‌ها در برنامه‌های دولتی در توسعه عملیات صنعتی نشأت می‌گیرند و از جانب دولت نیز حمایت می‌شوند. این وام‌ها معمولاً دوره بازپرداخت طولانی‌تری دارند و تعیین نرخ بهره آن‌ها و شیوه پرداخت نیز پیچیده‌تر است.

### تأمین مالی اختصاصی

**تأمین مالی پروژه‌ها:** شرکت‌های صنعتی برای تأمین مالی پروژه‌های خود سراغ بانک‌ها می‌روند. دلیل نام‌گذاری این شیوه از تأمین مالی این است که در اینجا یک پروژه خاص منشا تقاضا برای سرمایه است و شاید حتی خود شرکت نیز توانایی تأمین مالی آن را داشته باشد، فقط می‌خواهد از بانک به عنوان یک بیمه و استراتژی تنوع در شیوه‌های مدیریت ریسک خود بهره بگیرد.

**تأمین مالی ساختار یافته:** تأمین مالی ساختار یافته شامل ابزارهای مالی کم و بیش پیچیده‌ای است که برای انتقال ریسک‌های سرمایه‌گذاری از کسب و کارها به استخرهای سرمایه‌گذاری مانند بورس اوراق بهادار استفاده می‌شود. در این شیوه، بانک معمولاً یک واسطه و تضمین‌کننده برای تحقق تعهدات از جانب دوطرف معاملات است. تقریباً تمام شرکت‌های بزرگ از این شیوه برای جذب سرمایه و واگذاری شیوه دریافت آن و ارتباط با سرمایه‌گذاران، از قدرت بانک بهره می‌برند.



## چالش‌های پیش روی بانکها

یکی از بزرگترین چالش‌ها برای سیستم بانکی ایران، و متناظر با وضعیت بازارهای سرمایه، تأثیر سهام آن‌ها بر وضعیت بازار سهام و نارضایتی جمعی از وضعیت این بازارهاست. بانک‌ها نه تنها در این بازارها سهام خود را عرضه کرده‌اند، بلکه با ارائه تسهیلات سرمایه‌گذاری به سایر شرکت‌ها و معامله‌گران بورس، تأثیر دوچندانی بر وضعیت بازار سرمایه می‌گذارند. بنابراین هر لغزش در بازار سرمایه به انتقاد تندی از سیستم بانکی منجر می‌شود.

چالش بعدی مختص بانک‌های خصوصی و نیمه‌خصوصی است. بزرگترین مشکل این بانک‌ها وجود موانع از جنس قوانین ملی و سوء مدیریت در نظارت بر پیاده‌سازی برخی از برنامه‌های توسعه‌ای در اقتصاد و صنایع است. بانک‌های دولتی غالباً توسط دولت پشتیبانی می‌شوند و در مواجهه با بحران‌های اقتصادی از پشتوانه دولت برای عبور از چالش بهره می‌گیرند؛ اما انواع خصوصی باید از تمام پستی و بلندی‌ها به تنهایی عبور کنند، انتقادات جمعی را پذیرا باشند و همچنان بر تعهدات خود پایبند بمانند.

فین‌تک‌های حوزه مالی و تازه‌واردان چابک صنعت بانکداری دیجیتال چالش دیگر برای سیستم بانکی هستند. با همه‌گیر شدن فناوری‌های دیجیتال، تعداد و محبوبیت سیستم‌های پرداخت، سرمایه‌گذاری آنلاین بر روی اموال دیجیتال بیشتر می‌شود و همین امر باعث کمبود سرمایه در بخش بانکداری سنتی می‌گردد. به همین دلیل است که اکثر بانک‌ها زیرساخت‌هایی برای فعالیت در این جنبه‌های بانکداری دیجیتال تعریف کرده‌اند. با این حال، مدیریت فناوری همیشه یک چالش است و بانک‌های ایرانی هنوز به منابع مدیریتی و مهارتی لازم برای پیشبرد موثر این عملیات دیجیتال دسترسی ندارند.

در نهایت، موانعی چون تحریم‌های اقتصادی باعث شده‌اند که سیستم بانکی نتواند از تمام پتانسیل و فرصت‌های درآمدزایی خود در خارج از مرزهای کشور بهره بگیرد. همین امر باعث می‌شود که بانک نتواند تسهیلات لازم را به شرکت‌های صنعتی واگذار کند و مشارکت بیشتری در توسعه تجاری آن‌ها داشته باشد. علاوه بر این، بانک‌های ایرانی امکان چندانی در ورود به بازارهای سرمایه خارجی، سرمایه‌گذاری در آن‌ها و توسعه فعالیت‌های صنعتی خود به خارج از مرزها را ندارند.

علاوه بر اینکه شرکت‌ها می‌توانند به صورت مستقیم از بانک‌ها تسهیلات دریافت کنند، بانک‌ها عامل اصلی در تجمع سرمایه برای این شرکت‌ها از کانال‌های دیگری چون بازارهای سرمایه‌اند. همچنین، بانک‌های ایرانی فقط محدود به ارائه وام به مشتریان نیستند و اکثر آن‌ها شریکان تجاری شرکت‌ها در صنایع مختلف به حساب می‌آیند. این نفوذ همه‌جانبه سیستم بانکی در عملیات صنعتی همچنان که جریان سرمایه‌گذاری پویا و قابل‌کنترلی تعریف کرده، چالش‌هایی را برای اقتصاد ایران به بار می‌آورد که اکثراً محصول ضعف در مدیریت سیستم بانکی و یا وجود موانع زیاد بر سر راه فعالیت بانک‌های خصوصی و غیر خصوصی برای حضور پررنگ‌تر در صنعت است.

## بازار سرمایه ایران و نقش محوری بانکها

منظور از بازار سرمایه تمام بازارهای مالی است که در آن خریداران و فروشندگان یکدیگر را ملاقات می‌کنند تا به معامله انواع سهام، اوراق بهادار، جفت ارزها و دیگر دارایی‌های مالی بپردازند. در ایران، تقریباً تمام انواع بازارهای سرمایه وجود دارد؛ از بازار بورس گرفته تا بازار خرید و فروش ارز، کالا و اوراق بهادار، معامله‌گر می‌تواند سرمایه خود را به هر سمتی که راغب باشد سوق دهد. وقتی حرف از مشاوره مالی به میان می‌آید، بانک‌ها باتجربه‌ترین عامل برای تمام شرکت‌ها به حساب می‌آیند. با هزاران مورد سرمایه‌گذاری که طی سال‌ها برای مشتریان خود از صنایع مختلف بررسی کرده‌اند، آن‌ها به جنبه‌های مختلف کسب و کار، نیازهای سرمایه‌گذاری آن و قوانین مرتبط واقف‌اند. بانک‌ها حتی سیستم‌های پیش‌بینی قابل اعتمادی برای موفقیت سرمایه‌گذاری، برای خود یا برای شرکت مشتری خود، در اختیار دارند و از بزرگترین پایگاه‌های داده مرتبط بهره می‌گیرند.

موسسات مالی شبیه یک بازار معامله‌داری و نقل و انتقال پول‌اند و امکان تخصیص بهینه سرمایه و منابع را فراهم می‌کنند. اکثر بانک‌های ایرانی علاوه بر فعالیت‌های بانکداری، بیمه‌های اختصاصی و زیرمجموعه‌های مستقل در صنایع دیگری چون فین‌تک و بروکرهای سرمایه‌گذاری در بازارهایی چون مسکن دارند. به همین دلیل، دامنه فعالیت آن‌ها به هیچ وجه محدود به فعالیت وام دادن و تخصیص سرمایه به مشتریان نیست. در واقع همین گستردگی و تنوع در فعالیت‌های تجاری است که امکان لازم را به بانک برای سرمایه‌گذاری در عملیات صنعتی سایر شرکت‌ها داده است. در بورس ایران، بانک‌ها واسطه‌های تجاری در تعریف قراردادهای مشتقات مالی‌اند. انواع اوراق بهادار توسط بانک‌ها تنظیم و تراکنش‌های مرتبط با آن‌ها توسط بانک تضمین می‌شوند. علاوه بر این، بانک‌ها جزء سرمایه‌گذاران اصلی (حقوقی‌ها) در اکثر سهام شرکت‌های دیگرند. بنابراین، آن‌ها بررسی مستمری از رفتار سرمایه‌گذاران و نوسانات سهام دارند و مشاوره‌های دقیقی به شرکت‌های عرضه‌کننده سهام ارائه می‌کنند.

بانک‌ها همچنین وزنه‌های سنگینی در بازار بورس ایران به حساب می‌آیند و سهام آن‌ها جزء انواع با مشارکت میلیونی و گران‌ش قابل توجهی در بازار سرمایه است. تمام شاخص‌های بورس ایران متأثر از نوسانات سهام بانک‌ها هستند و همین امر بر تأثیر دوچندان بانک بر بازار سرمایه ایران تأکید می‌کند. در نتیجه، بانک‌ها شبیه رودخانه‌هایی از سرمایه و استراتژی‌های سرمایه‌گذاری هستند که دریای اقتصاد ایران را تغذیه می‌کنند و بیشترین تأثیر را بر تأسیسات آن دارند.

اگرچه بازارهای سرمایه خود مسیرهای متفاوتی از بانک در تأمین سرمایه برای شرکت‌های ایرانی هستند، اما بدون فعالیت بانک‌ها در آن‌ها هیچ امکانی برای دریافت سرمایه از جانب شرکت‌ها بدون حفظ استقلال عملیاتی برای آن‌ها وجود نخواهد داشت. حتی اگر دولت تمام جریان‌های تجمع و توزیع سرمایه بین صنایع را به عهده بگیرد، باز هم به یک سیستم آگاه به سرمایه‌گذاری، توزیع و تضمین بازپرداخت سرمایه نیاز دارد، که خود دوباره به ورود بانک به جریان سرمایه‌گذاری منجر می‌شود.

مدیرعامل گروه خدمات بازار سرمایه سهم آشنا از تامین مالی جنگل آسفالت می گوید؛

# جنگل تامین مالی جمعی، میوه هم می دهد



واژ حمایت‌های مالی مستقیم مردم بهره‌مند شوند. به عبارتی، هنرمندانی که در گذشته با مشکلات جدی در تامین منابع مالی مواجه بودند، اکنون می‌توانند با استفاده از پلتفرم‌های تامین مالی جمعی، به راحتی پروژه‌های خود را به مرحله اجرا برسانند و به‌طور مستقیم با طرفداران و علاقه‌مندان خود ارتباط برقرار کنند.

علاوه بر این، تامین مالی جمعی به سرمایه‌گذاران نیز این امکان را می‌دهد که در پروژه‌هایی که به آن‌ها علاقه‌مندند، سرمایه‌گذاری کنند و از سودهای بالقوه بهره‌مند شوند. به این ترتیب، این روش نه تنها به هنرمندان کمک می‌کند تا به منابع مالی دسترسی پیدا کنند، بلکه به سرمایه‌گذاران نیز فرصتی برای مشارکت در پروژه‌های خلاقانه می‌دهد.

با این حال، این روش نیز با چالش‌هایی روبه‌رو است. یکی از این چالش‌ها، نیاز به جلب اعتماد سرمایه‌گذاران و ارائه طرح‌های توجیهی قوی است. این فعال حوزه تامین مالی جمعی بر این نکته تاکید می‌کند که برای موفقیت در این زمینه، هنرمندان و کارآفرینان باید توانایی ارائه ایده‌های خود را به‌طور مؤثر داشته باشند و بتوانند به سرمایه‌گذاران اطمینان دهند که سرمایه‌گذاری آن‌ها در پروژه، به نتیجه خواهد رسید. در نهایت، با توجه به روند رو به رشد تامین مالی جمعی در ایران و همچنین در سطح جهانی، به نظر می‌رسد که این روش می‌تواند به‌عنوان یک ابزار مؤثر برای توسعه فرهنگ و هنر در کشور ما عمل کند. این مصاحبه به بررسی این موضوعات و نیز آینده تامین مالی جمعی در ایران می‌پردازد و ما را با ابعاد مختلف این روش آشنا می‌کند.

در دنیای امروز، تامین مالی جمعی (کرافاندینگ) به‌عنوان یک ابزار کارآمد در حوزه‌های مختلف، به‌ویژه هنر و فرهنگ، توجه بسیاری را جلب کرده است. این روش نه تنها به سرمایه‌گذاران فرصت می‌دهد تا در پروژه‌های خلاقانه و نوآورانه مشارکت کنند، بلکه به هنرمندان و تولیدکنندگان این امکان را می‌دهد که با استفاده از منابع مالی جمعی، ایده‌های خود را به واقعیت تبدیل کنند.

تامین مالی جمعی به‌عنوان یک رویکرد نوین، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه و به‌خصوص در ایران، در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته است. در سال‌های اخیر، پیشرفت فناوری و گسترش دسترسی به اینترنت، این روش به‌عنوان یک جایگزین برای روش‌های سنتی تامین مالی، مانند وام‌های بانکی و انتشار اوراق بهادار، به‌طور فزاینده‌ای محبوب شده است. این تحول به هنرمندان و کارآفرینان این امکان را می‌دهد تا به منابع مالی دسترسی پیدا کنند که به راحتی از طریق کانال‌های سنتی ممکن نیست.

در این مصاحبه با شهریار شه‌میری، مدیرعامل هولدینگ سهم آشنا به بررسی تجربه تامین مالی سریال جنگل آسفالت پرداختیم تا درباره تجربیاتش در تامین مالی پروژه‌های هنری و صنعتی، چالش‌ها و فرصت‌ها، و آینده این روش در ایران بیشتر بدانیم. این فعال حوزه تامین مالی جمعی بر این باور است که این ابزار می‌تواند به‌ویژه در حوزه‌های هنری، که معمولاً در دریافت حمایت‌های مالی با مشکلاتی مواجه هستند، تحول‌آفرین باشد.

وی به این نکته اشاره می‌کند که تامین مالی جمعی به هنرمندان این فرصت را می‌دهد که پروژه‌های خود را بدون نیاز به وابستگی به نهادهای مالی بزرگ و پیچیده، به مرحله اجرا درآورند. این امر به آن‌ها امکان می‌دهد که ایده‌های خلاقانه و نوآورانه خود را در معرض دید عمومی قرار دهند



● موضوع تأمین مالی در جهان، موضوع جدیدی است که پس از بحران های مالی سال ۲۰۰۸ با جدیت بیشتری پیگیری شد. همچنین در ایران از سال ۱۳۹۷ این موضوعات مطرح شدند و در نهایت در سال ۱۳۹۹ اولین مجوزها صادر شدند. با این وجود، برخی حوزه‌ها مانند هنر و به‌ویژه سینما همچنان با مشکل تأمین سرمایه مواجه هستند. شما به عنوان یکی از پیشگامان تأمین مالی جمعی در حوزه هنر، می‌توانید توضیح دهید که چگونه وارد این عرصه شدید؟ چه دلایلی داشت و چه نتایجی برای شما به همراه داشت؟

▲ تأمین مالی جمعی (کرافاندینگ) در ابتدا در سطح جهانی با خیریه‌ها شروع شد. یعنی این روش بیشتر برای پروژه‌های چریکی و غیرانتفاعی استفاده می‌شد، اما به مرور زمان به پروژه‌های سودآور و حتی شرکت‌هایی که به‌صورت سهامی عمل می‌کردند، گسترش یافت. در ایران نیز این نیاز به‌شدت احساس می‌شد. هرچند برخی پلتفرم‌ها با امکانات و توانمندی‌های خودشان شروع به کار کرده بودند، اما چون بحث‌های مالی مطرح بود و نظارت و حساسیت نهادهای قانون‌گذار وجود داشت، این حوزه تا سال ۱۳۹۷ به‌صورت جدی فعال نبود.

اگرچه فعالیت‌های مرتبط از سال ۹۷ شروع شد، اما واقعاً بخش عمده پروژه‌های تأمین مالی جمعی در همین یکی دو سال اخیر به ثمر رسیده است. اکنون شاهدیم که این روند با سرعت زیادی رو به جلو حرکت می‌کند. در شرایط فعلی اقتصادی ایران، می‌توان گفت که تأمین مالی جمعی یکی از بهترین و سریع‌ترین روش‌ها برای نگاه‌های اقتصادی است. با توجه به اینکه طبق آخرین ابلاغیه، هر طرح تا سقف ۵۰ میلیارد تومان می‌تواند از این روش بهره‌مند شود، این فرآیند بسیار سریع‌تر از انتشار اوراق مشارکت یا اخذ وام‌های بانکی انجام می‌شود.

در سال‌های اخیر، چندین ابلاغیه از سوی کارگروه تأمین مالی جمعی صادر شده و همچنان شاهد اصلاحات و پیشرفت در قوانین مرتبط هستیم. این حوزه همچنان در حال رشد است و با بزرگ‌تر شدن بازار، نیاز به قوانین و مقررات بیشتری احساس خواهد شد. اساس این نوع تأمین مالی به تضمین اصل سرمایه سرمایه‌گذار مربوط می‌شود، هرچند سود تضمین نمی‌شود. نقش سکوی عامل که طرح‌ها را بررسی می‌کند بسیار مهم است و نیاز به طرح‌های توجیهی و دقیق برای موفقیت پروژه‌ها وجود دارد. نظارت مستمر نیز باید انجام شود تا در دوره‌های سه‌ماهه یا شش‌ماهه روند پروژه‌ها بررسی و شفافیت حفظ شود.

در حوزه هنر، به‌ویژه بازار سرمایه، همواره ابزارهای مالی کارآمدی وجود نداشتند و این بخش مغفول مانده بود. اما با تأمین مالی جمعی، این بخش نیز توانسته به منابع مالی دسترسی پیدا کند. تولید محتوا با کیفیت و نقدینگی مورد نیاز برای شروع پروژه‌های هنری، به‌ویژه فیلم و سریال از چالش‌های اصلی این حوزه است. برای مثال، برخی شرکت‌ها مثل نماوا، ابتدا با سرمایه‌گذاری در فیلم و سریال‌هایی که توسط دیگران تولید شده بود، وارد بازار شدند. اما با تجربه‌ای که به‌دست آوردند، به این نتیجه رسیدند که اگر خودشان منابع مالی تأمین کنند و از ابتدا به تولید محتوا بپردازند، هزینه تمام‌شده به مراتب کمتر خواهد شد.

● بنابراین شما با شروع تأمین مالی سریال جنگل آسفالت، این حوزه متروک را فعال و پویا کردید؟

▲ بله دقیقاً. هرچند پیش از آن تأمین مالی جمعی برای فیلم بخارست انجام شده بود، اما از پویایی لازم برخوردار نبود و بخش کمی از منابع را تأمین کرده بود. اما نماوا با توثیق سهامی که شرکت شاتل، یعنی سهامدار عمده برای تضمین این طرح ارائه کرد، توانست تأمین مالی ۱۵ میلیارد تومانی را انجام دهد.

● چه عاملی باعث شد که شما وارد حوزه تأمین مالی جمعی در بخش هنر شوید؟ به نظر شما، آیا این نوآوری دارای مزایای پنهانی است که هنوز به‌طور کامل شناخته نشده‌اند؟

▲ تأمین مالی جمعی واقعاً یک ابزار کارآمد است. نکته اینجاست که شما می‌توانید از این ابزار در تمام حوزه‌ها، نه فقط هنر، به‌خوبی بهره‌برداری کنید. اما مثلاً در حوزه هنر، دریافت وام بانکی بسیار دشوارتر است. یک شرکت که نیاز به تأمین سرمایه در گردش دارد، شاید بتواند با ارائه اسناد و مدارک معتبر به بانک به‌راحتی وامی دریافت کند یا از امتیازاتی بهره‌مند شود، اما در تولید محصولات هنری این مسیر به این سادگی نیست. شما نمی‌توانید با همان راحتی در حوزه هنر اوراق منتشر کنید یا وام سرمایه در گردش بگیرید.

بنابراین، تأمین مالی جمعی در این حوزه‌ها بهترین روش و انفرادی است که می‌تواند رخ دهد و به‌راستی جایگزینی مناسبی برای روش‌های سنتی تأمین مالی به‌شمار می‌آید.

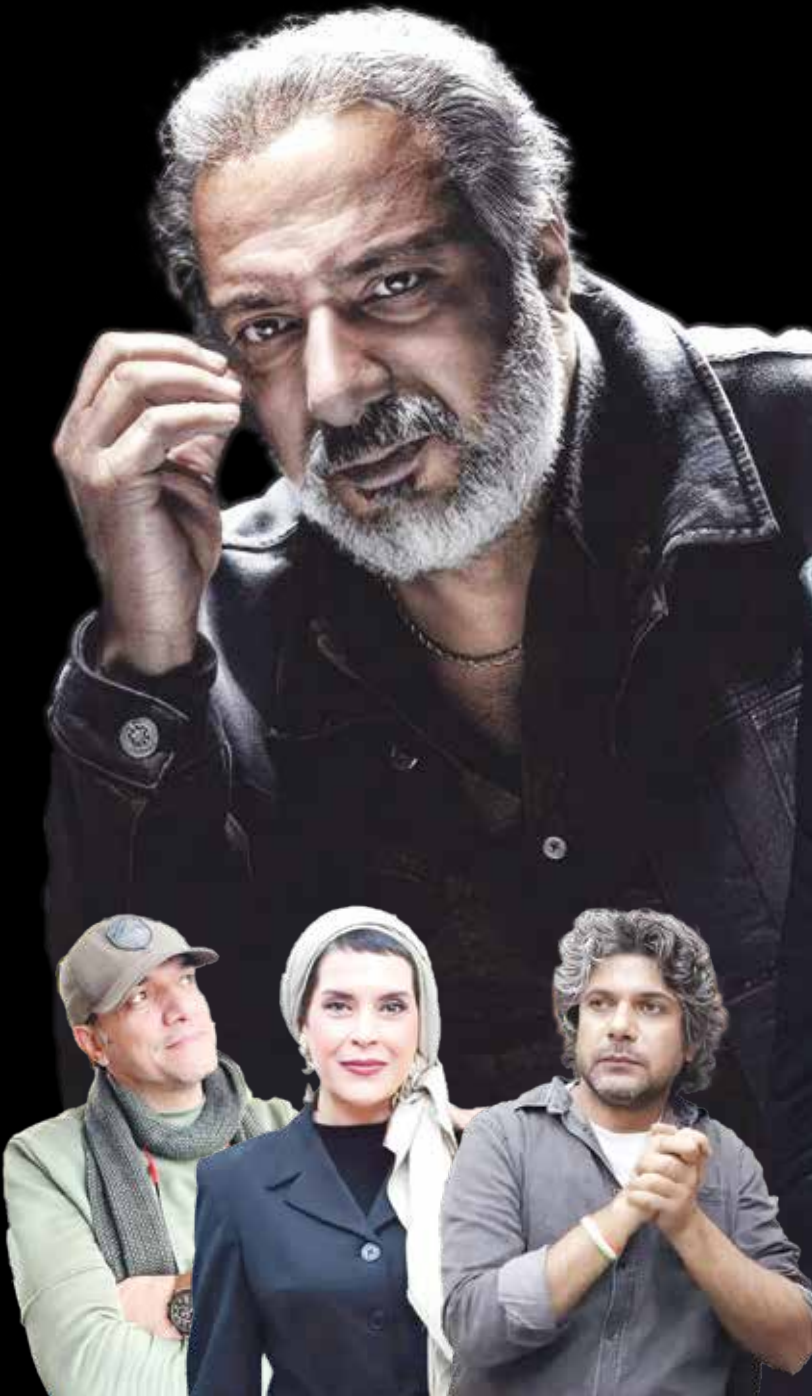
● آیا بعد از اجرای این پروژه، پیگیری‌های لازم را برای جذب پروژه بعدی انجام می‌دهید؟ در حال حاضر پروژه هنری خاصی در دست دارید؟

▲ ما در حال حاضر روی طرح دوم هم فکر می‌کنیم. البته بحث نرخ بهره هم برای ما اهمیت زیادی دارد. طرح اول ما موفق بود و ما در کنار آن در حال بررسی انتشار اوراق به روش‌های دیگر هم هستیم. اگر نرخ مناسب و پروژه مناسب برای ما به‌وجود بیاید، احتمالاً به زودی پروژه دوم را آغاز خواهیم کرد که شامل تولید یک فیلم جدید خواهد بود.

آخرین پروژه‌ای که با موفقیت به پایان رساندیم، مربوط به ساخت آشیانه هواپیمای شرکت پارسان در فرودگاه پیام بود. این پروژه به‌صورت کرافاندینگ انجام شد. یکی از جذابیت‌های این روش این است که علاوه بر سرمایه‌گذاری مالی، می‌توان به سرمایه‌گذاران مزایای دیگری هم ارائه کرد. برای مثال، در طرح آشیانه هواپیما، علاوه بر سود ۴۰ درصدی که برای سرمایه‌گذاران در نظر گرفته شد، امتیازات دیگری مانند تخفیف در دوره‌های آموزش خلبانی و پروازهای تفریحی رایگان برای برندگان قرعه‌کشی ارائه شد. این کار جذابیت بیشتری برای سرمایه‌گذاران ایجاد کرد.

در گذشته نیز طرح‌های دیگری در حوزه‌های مختلف داشتیم؛ مثلاً پروژه‌های دارویی، صنعتی. حتی با شرکت جاباما برای ساخت اقامتگاه نیز مشارکت کردیم. در این پروژه‌ها به‌جای اینکه گذشته پلتفرم‌ها اقامتگاه‌های دیگران را اجاره کنند، خود جاباما اقدام به ساخت اقامتگاه کرد که به دلیل حاشیه سود بالاتر، برایشان توجه اقتصادی بیشتری داشت.

همچنین با برندهایی مانند خانمی که یک سایت بزرگ فروش لوازم آرایشی است، همکاری داشتیم که توانستند از طریق تأمین مالی جمعی، سودآوری خوبی کسب کنند و پروژه‌هایشان را به نتیجه برسانند. بنابراین می‌توان گفت قطعاً بسیاری از استارت‌آپ‌ها می‌توانند از این ابزار برای حل مشکلات خود استفاده کرده و به توسعه بازار خود کمک کنند.



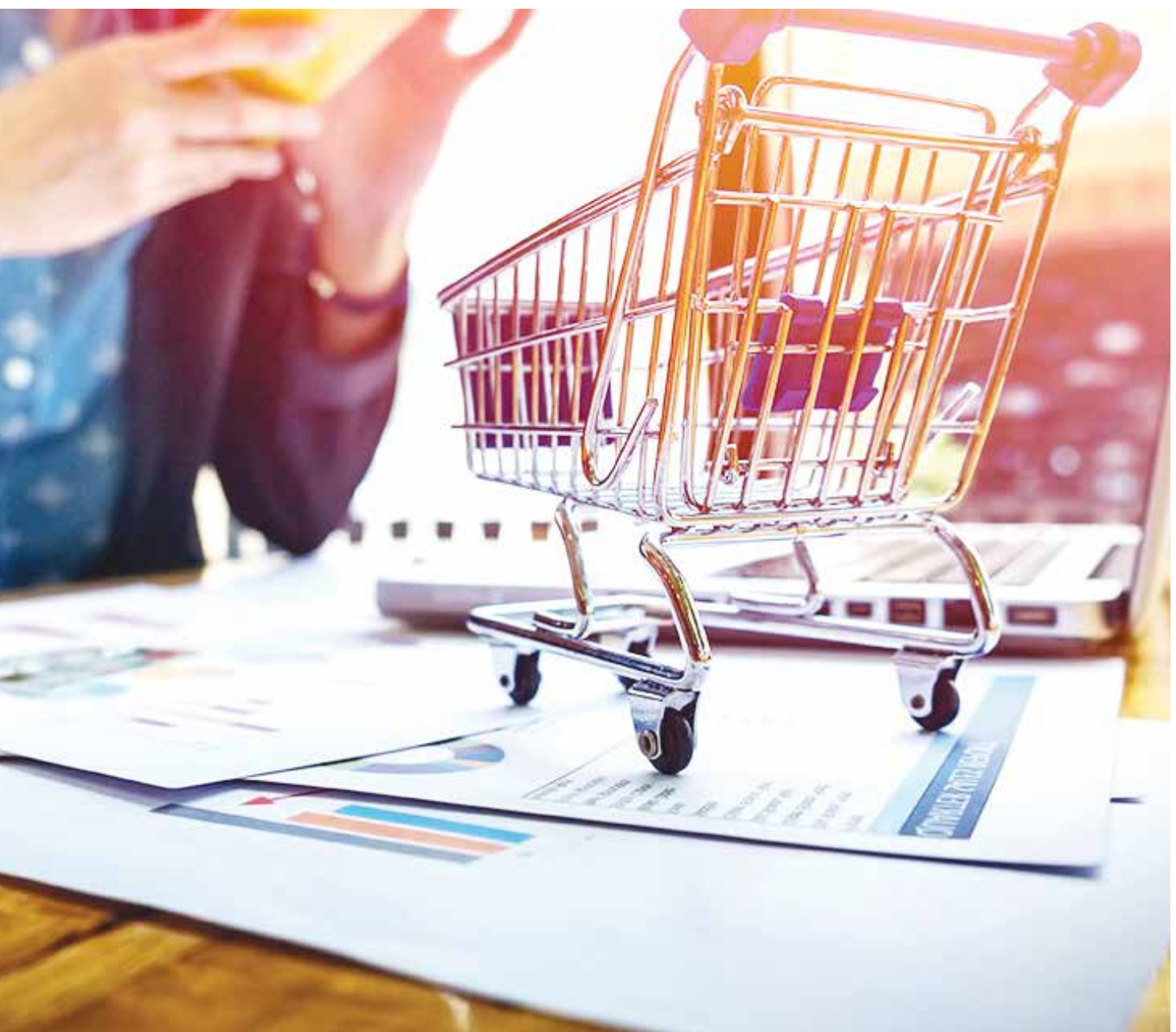
# اثر برندینگ در تأمین مالی

برندینگ امروز به عنوان یک دارایی استراتژیک و منبع مزیت رقابتی، نقش حیاتی در رشد و موفقیت سازمان‌ها ایفا می‌کند. برند نه تنها شناسنامه و هویت یک سازمان است، بلکه در بازارهای جهانی به عنوان یکی از عوامل اصلی تمایز و عامل کلیدی در جذب منابع مالی و ایجاد اولویت در میان رقبا عمل می‌کند. در واقع، برندهای قوی قدرت جذب سرمایه‌گذاران بیشتری دارند و سازمان‌هایی که از برند معتبر و شناخته‌شده برخوردارند، نه تنها راحت‌تر به تأمین مالی دست می‌یابند بلکه از هزینه‌های کمتری در فرآیند تأمین منابع مالی بهره‌مند می‌شوند. در این یادداشت ابعاد مختلف نقش برندینگ در تأمین مالی و ایجاد اولویت برای سازمان‌ها از جمله اثرات برندینگ بر جلب اعتماد سرمایه‌گذاران، بهبود جریان‌های نقدی، کاهش هزینه‌های تأمین مالی، و ایجاد تمایز رقابتی مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد. برندینگ به طور مستقیم و غیرمستقیم به ایجاد اعتماد در میان مشتریان و سرمایه‌گذاران کمک می‌کند. برند قوی به دلیل اعتبار بیشتری که در بین مخاطبان ایجاد می‌کند، توانایی سازمان را در جذب سرمایه‌گذاران به شدت افزایش می‌دهد. برند قوی می‌تواند به عنوان یک ضمانت غیررسمی برای سرمایه‌گذاران عمل کند و سرمایه‌گذاران تمایل دارند در شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که توانایی بازپرداخت سرمایه و سوددهی پایدار داشته باشند. این اعتماد به برند، تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران را تحت تأثیر قرار داده و موجب می‌شود تا سازمان‌ها اولویت بالاتری نسبت به رقبای کمتر شناخته‌شده داشته باشند.



محمد حسین جیل‌عاملی

عضو هیات علمی سازمان  
مدیریت صنعتی و مشاور  
بین‌المللی برند CMC





در فرآیند تأمین مالی، سازمان‌ها اغلب به دنبال جذب منابع مالی برای اجرای پروژه‌ها و طرح‌های توسعه‌ای خود هستند. سرمایه‌گذاران در این فرآیند به دنبال اطمینان از توانایی و پایبندی سازمان به بازپرداخت سرمایه و سوددهی پایدار هستند. برندی‌نگ قوی می‌تواند به سرمایه‌گذاران این اطمینان را بدهد که سازمان در طولانی‌مدت قادر به ایجاد ارزش و پایبندی به تعهدات خود خواهد بود. این امر موجب می‌شود که سرمایه‌گذاران با اطمینان بیشتری به تأمین مالی شرکت‌ها با برند معتبر بپردازند.

یکی از تأثیرات مهم برندی‌نگ، افزایش تقاضا برای محصولات و خدمات سازمان است. سازمان‌هایی که دارای برند معتبر و شناخته‌شده‌ای هستند، به دلیل تقاضای بالاتر برای محصولات و خدمات خود، جریان‌های نقدی پایدارتری دارند. این جریان‌های نقدی پایدار نه تنها به سازمان اجازه می‌دهد تا به طور مستمر سرمایه‌گذاری‌های جدید انجام دهد، بلکه به جذب سرمایه‌گذاران جدید نیز کمک

می‌کند. به عبارت دیگر، برند قوی به سازمان این امکان را می‌دهد که از طریق درآمدهای پایدار و جریان‌های نقدی قوی، منابع مالی خود را بهبود بخشد و در نتیجه به توسعه و رشد بیشتری دست یابد.

از دیگر مزایای برندی‌نگ قوی، کاهش هزینه‌های تأمین مالی است. سازمان‌هایی که برند قوی دارند، معمولاً از توانایی بیشتری برای جذب سرمایه با نرخ بهره پایین‌تر برخوردارند. این به دلیل اعتماد بیشتر بازار به این شرکت‌هاست و سرمایه‌گذاران و بانک‌ها ترجیح می‌دهند به شرکت‌هایی که برند قوی و سابقه موفق‌تری دارند، با هزینه کمتر اعتبار و سرمایه اعطا کنند. هزینه‌های تأمین مالی برای سازمان‌ها اهمیت بالایی دارد، زیرا کاهش این هزینه‌ها به معنای افزایش سودآوری و امکان سرمایه‌گذاری بیشتر در رشد و توسعه است. سازمان‌هایی که از برند قوی برخوردارند، به دلیل توانایی در جذب سرمایه با نرخ بهره‌های کمتر، می‌توانند از منابع بیشتری برای تقویت جایگاه خود در بازار استفاده کنند و در نتیجه به رشد سریع‌تری دست یابند.

برندی‌نگ به عنوان ابزاری برای ایجاد تمایز رقابتی و اولویت در بازار نیز شناخته می‌شود. در دنیای امروز که رقابت در بسیاری از صنایع شدید است، تمایز به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت سازمان‌ها شناخته می‌شود. برند قوی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا در میان رقبا به راحتی شناخته شوند و بتوانند مشتریان و سرمایه‌گذاران بیشتری را به خود جذب کنند. سرمایه‌گذاران و شرکای تجاری اغلب به دنبال سازمان‌هایی هستند که در زمینه برندی‌نگ موفق عمل کرده و توانایی تمایز را رقبا را دارند. این تمایز به ویژه در صنایع با رقابت بالا اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. برند قوی به مشتریان و سرمایه‌گذاران اجازه می‌دهد تا با شناخت دقیق از ارزش‌ها و ویژگی‌های منحصر به فرد سازمان، آن را از سایر رقبا متمایز کنند. این توانایی تمایز از رقبا، به سازمان کمک می‌کند تا اولویت بالاتری را در ذهن مشتریان و سرمایه‌گذاران به دست آورد و در بازارهای رقابتی موفق‌تر عمل کند. علاوه بر این، برند قوی می‌تواند به سازمان کمک کند تا مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند که به سادگی قابل تقلید توسط رقبا نباشد.

برای درک بهتر تأثیر برندی‌نگ در تأمین مالی و ایجاد اولویت، بررسی نمونه‌هایی از برندهای موفق جهانی می‌تواند بسیار مفید باشد. برندهایی مانند اپل، کوکاکولا و مایکروسافت نمونه‌هایی از برندهای موفق هستند که توانسته‌اند با استفاده از قدرت برندی‌نگ، جذب سرمایه‌گذاران و تأمین منابع مالی را بهبود بخشند. برند اپل به دلیل شهرت و اعتبار بالای خود در جهان، توانسته است به یکی از پرطرفدارترین و موفق‌ترین برندهای جهانی تبدیل شود. این برند با ایجاد یک هویت قوی و معتبر، نه تنها توانسته است در میان رقبا به عنوان گزینه اصلی انتخاب شود بلکه به دلیل اعتبار و ارزش بالای خود، توانسته است منابع مالی زیادی را نیز به خود جذب کند. از سوی دیگر، کوکاکولا نیز به عنوان یکی از برندهای قدیمی و معتبر در بازارهای جهانی، به دلیل قدرت برند خود، همواره توانسته است سرمایه‌گذاران زیادی را جذب کند و به راحتی از بازارهای مختلف تأمین مالی نماید.

یکی از جنبه‌های مهم در برندی‌نگ برای تأمین مالی، توانایی سازمان در ارائه یک داستان برند قوی

و همسو با ارزش‌های مشتریان است. داستان برند باید به گونه‌ای باشد که مخاطبان به راحتی بتوانند با آن ارتباط برقرار کنند و این ارتباط به ایجاد اعتماد در میان مشتریان و سرمایه‌گذاران منجر شود. داستان برند علاوه بر اینکه باید جذاب و قابل درک باشد، باید به گونه‌ای نیز باشد که ارزش‌ها و تعهدات سازمان را به وضوح بیان کند. این ارتباطات مؤثر میان برند و مخاطبان، موجب ایجاد اعتماد و اطمینان در میان سرمایه‌گذاران می‌شود و در نهایت به سازمان کمک می‌کند تا به راحتی منابع مالی مورد نیاز خود را تأمین کند.

یکی دیگر از استراتژی‌های موفق در برندی‌نگ، سرمایه‌گذاری در تجربه مشتری است. برند قوی به شدت وابسته به تجربه مثبت مشتریان است و سازمان‌هایی که به طور مؤثر تجربه مثبت برای مشتریان خود فراهم می‌کنند، می‌توانند اعتماد بیشتری از سوی سرمایه‌گذاران و تأمین‌کنندگان مالی جلب کنند. سرمایه‌گذاران به دنبال اطمینان از این هستند که سازمان قادر به ارائه محصولات و خدماتی با کیفیت بالا و مطابق با انتظارات مشتریان است. بنابراین، سرمایه‌گذاری در بهبود تجربه مشتری می‌تواند به عنوان یک ابزار استراتژیک برای تقویت برند و در نتیجه تسهیل در تأمین مالی عمل کند.

استفاده از تکنولوژی‌های نوین نیز به عنوان یکی دیگر از راهکارهای مؤثر در تقویت برند و تأمین مالی شناخته می‌شود. در دنیای امروز، سازمان‌هایی که از تکنولوژی‌های روز مانند هوش مصنوعی، واقعیت مجازی و ابزارهای دیجیتال استفاده می‌کنند، نه تنها می‌توانند تجربه مشتری را بهبود دهند بلکه می‌توانند ارتباطات خود را با مشتریان و سرمایه‌گذاران به طور مؤثرتری برقرار کنند. این ارتباطات مؤثر به تقویت برند سازمان کمک کرده و موجب می‌شود که سازمان به عنوان یک برند معتبر و نوآور در بازار شناخته شود. برندهایی که با استفاده از تکنولوژی‌های نوین تجربه مثبت و همواری را برای مشتریان خود ایجاد می‌کنند، می‌توانند در بازارهای رقابتی به اولویت بیشتری دست یابند و سرمایه‌گذاران بیشتری را به خود جذب کنند.

در نهایت، برندی‌نگ به عنوان یک دارایی استراتژیک و غیر قابل جایگزین، تأثیرات گسترده‌ای بر تأمین مالی و ایجاد اولویت برای سازمان‌ها دارد. سازمان‌هایی که از برند قوی و معتبر برخوردارند، می‌توانند با شرایط کمتر و با شرایط بهتری منابع مالی خود را تأمین کنند و به رشد و توسعه بیشتری دست یابند. برند قوی به سازمان اجازه می‌دهد تا در بازارهای رقابتی به عنوان یک گزینه اصلی مطرح شود و به عنوان یک دارایی استراتژیک، به ایجاد تمایز و اولویت برای سازمان کمک می‌کند. سرمایه‌گذاری در برندی‌نگ نه تنها به بهبود جایگاه سازمان در بازار کمک می‌کند بلکه به عنوان یکی از عوامل کلیدی در جذب سرمایه‌گذاران و تأمین منابع مالی عمل می‌کند. در نتیجه، برندی‌نگ به عنوان یک ابزار استراتژیک و ضروری برای موفقیت مالی و رشد پایدار سازمان‌ها شناخته می‌شود و سازمان‌هایی که به اهمیت و نقش برندی‌نگ در تأمین مالی و ایجاد اولویت پی برده‌اند، می‌توانند در دنیای کسب و کار امروز موفق‌تر و رقابتی‌تر عمل کنند.

موارد توسعه دهنده برای داشتن یک برند جهت جذب سرمایه مالی را می‌توان اینطور ارزیابی کرد:

**سازمان‌هایی که  
برند قوی دارند،  
معمولاً از توانایی  
بیشتری برای جذب  
سرمایه با نرخ بهره  
پایین‌تر برخوردارند.  
این به دلیل اعتماد  
بیشتر بازار به این  
شرکت‌هاست و  
سرمایه‌گذاران و  
بانک‌ها ترجیح  
می‌دهند به  
شرکت‌هایی که  
برند قوی و سابقه  
موفق دارند، با  
هزینه کمتر اعتبار و  
سرمایه اعطا کنند**



## ارتباط برندینگ و فرهنگ سازمانی در تأمین مالی

تأثیر برندینگ تنها به جذب مشتریان یا سرمایه‌گذاران بیرونی محدود نمی‌شود. یک برند قوی به شکل عمیقی با فرهنگ سازمانی داخلی نیز در ارتباط است. برندهای موفق اغلب دارای فرهنگ سازمانی قوی و همسویی بین ارزش‌های برند و ارزش‌های کارکنان هستند. سازمان‌هایی که برندینگ قوی دارند، به کارکنان خود حس افتخار و تعلق به سازمان را القا می‌کنند و این امر باعث افزایش انگیزه و بهره‌وری کارکنان می‌شود. این همسویی به طور غیرمستقیم بر عملکرد سازمان تأثیر گذاشته و موجب بهبود بهره‌وری و در نتیجه بهبود موقعیت سازمان در جذب منابع مالی می‌شود.

## نقش شفافیت در برندینگ برای تأمین مالی

شفافیت یکی از جنبه‌های مهم در برندینگ است که اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش می‌دهد. سازمان‌هایی که در برندینگ خود بر شفافیت تأکید دارند و اطلاعات مالی، اهداف و ارزش‌های سازمان را به طور دقیق و صادقانه ارائه می‌دهند، سرمایه‌گذاران بیشتری را جذب می‌کنند. به عنوان مثال، برندهای معتبر جهانی مانند مایکروسافت و تسلا به دلیل شفافیت و صداقت در عملکردهای مالی و گزارش‌دهی، اعتماد بیشتری از سوی بازارهای سرمایه‌گذاری دارند. شفافیت به سرمایه‌گذاران نشان می‌دهد که سازمان توانایی اجرای وعده‌ها و پایبندی به تعهدات مالی خود را دارد.

## نقش نوآوری در برندینگ و تأمین مالی

نوآوری یکی از عوامل اساسی در تقویت برندینگ و در نتیجه تأمین مالی است. سازمان‌هایی که به نوآوری‌های مستمر در محصولات و خدمات خود می‌پردازند، معمولاً برند قوی‌تر و جذاب‌تری برای سرمایه‌گذاران دارند. برندهایی مانند اپل و آمازون از طریق نوآوری و به‌روزرسانی مداوم محصولات خود، توانسته‌اند نه تنها مشتریان بیشتری جذب کنند بلکه سرمایه‌گذاران نیز به دلیل پتانسیل بالای این برندها در رشد و سوددهی، تمایل بیشتری به سرمایه‌گذاری در این شرکت‌ها دارند. نوآوری نشان‌دهنده توانایی سازمان در ایجاد تغییرات مثبت و پیشرفت در بازار است که این امر خود، اعتماد سرمایه‌گذاران را جلب می‌کند.

## استفاده از تأثیرات اجتماعی و اخلاقی برندینگ در جلب سرمایه‌گذاران

سرمایه‌گذاران امروزی نه تنها به دنبال سودآوری هستند، بلکه ارزش‌های اخلاقی و مسئولیت اجتماعی سازمان نیز برای آن‌ها اهمیت دارد. برندهای موفق امروزه با درک این نکته تلاش می‌کنند تا از طریق اقدامات مسئولانه مانند حفظ محیط‌زیست، رعایت حقوق بشر، و حمایت از تنوع و شمول اجتماعی، خود را به عنوان برندهای اخلاقی و پایبند به مسئولیت اجتماعی معرفی کنند. این نوع برندینگ اجتماعی می‌تواند تأثیر عمیقی بر جذب سرمایه‌گذارانی داشته باشد که به سرمایه‌گذاری پایدار و اخلاقی توجه دارند.

## تحلیل روندهای جهانی در برندینگ و تأثیر آن بر تأمین مالی

با گسترش جهانی‌سازی و پیشرفت تکنولوژی، برندینگ نیز تحت تأثیر روندهای جهانی قرار گرفته است. سازمان‌ها در حال حاضر از ابزارهای دیجیتال و تکنولوژی‌های نوین مانند بازاریابی دیجیتال، هوش مصنوعی، و تحلیل داده‌ها برای تقویت برند خود استفاده می‌کنند. این روندها به سازمان‌ها امکان می‌دهد که با استفاده از تکنولوژی‌های مدرن، در جذب سرمایه‌گذاران و تأمین مالی بهتر عمل کنند. برای مثال، برندهای پیشرو از طریق داده‌کاوی، نیازها و ترجیحات سرمایه‌گذاران را شناسایی و به طور هدفمند آن‌ها را جذب می‌کنند.

## ایجاد تعادل میان ارزش برند و واقعیت‌های مالی

یکی از چالش‌های برندینگ، ایجاد تعادل میان ارزش برند و واقعیت‌های مالی است. گاهی اوقات سازمان‌ها در تلاش برای بهبود تصویر برند، هزینه‌های بیشتری صرف می‌کنند که ممکن است تأثیر منفی بر سودآوری داشته باشد. بنابراین، سازمان‌ها باید در استفاده از منابع برای تقویت برند خود، به دقت توجه کنند تا تعادلی میان ارزش برند و سلامت مالی سازمان برقرار شود. این تعادل به سرمایه‌گذاران نشان می‌دهد که سازمان نه تنها به برندسازی قوی اهمیت می‌دهد بلکه توانایی مدیریت منابع مالی خود را نیز دارد.

## تحلیل اقتصادی و مالی برندهای پیشرو و تأثیر برندینگ بر نرخ بازدهی سرمایه‌گذاری

اندازه‌گیری و ارزیابی ارزش برند به سازمان‌ها کمک می‌کند تا به شکلی دقیق‌تر تأثیر برندینگ بر تأمین مالی و جلب اعتماد سرمایه‌گذاران را بررسی کنند. معیارهایی مانند ارزش ویژه برند، آگاهی از برند، وفاداری مشتری و تصویر برند می‌توانند به عنوان شاخص‌های کلیدی در ارزیابی تأثیر برندینگ بر جذب منابع مالی و تأمین مالی استفاده شوند. ارزیابی دقیق ارزش برند به سازمان این امکان را می‌دهد که نقاط قوت و ضعف برند خود را شناسایی کرده و استراتژی‌های بهبود را بر اساس نتایج ارزیابی‌ها تنظیم کند.

## بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر برندینگ و تأمین مالی

شبکه‌های اجتماعی به یکی از ابزارهای حیاتی در تقویت برندینگ و جلب توجه سرمایه‌گذاران تبدیل شده‌اند. برندها می‌توانند از طریق محتوای خلاقانه، فعالیت‌های تعاملی و پاسخگویی در شبکه‌های اجتماعی، برند خود را بهبود بخشیده و اعتماد بیشتری از مخاطبان خود جلب کنند. حضور فعال در پلتفرم‌های اجتماعی نه تنها به تقویت برند کمک می‌کند، بلکه به جذب سرمایه‌گذاران جوان و دیجیتالی نیز منجر می‌شود که به سرمایه‌گذاری در شرکت‌های فعال و نوآور علاقه‌مند هستند. سازمان‌هایی که به خوبی از شبکه‌های اجتماعی برای تقویت برندینگ خود استفاده می‌کنند، می‌توانند به تأمین مالی آسان‌تری دست یابند.

## اهمیت اندازه‌گیری و ارزیابی ارزش برند برای بهبود تأمین مالی

می‌توان با تحلیل نرخ بازدهی سرمایه‌گذاری در برندهای معتبر به اهمیت برندینگ در تأمین مالی و جذب سرمایه‌گذاران پی برد. برندهای معتبر معمولاً نرخ بازدهی سرمایه‌گذاری بالاتری دارند که این موضوع به دلیل اطمینان بیشتر سرمایه‌گذاران به این برندهاست. این بازدهی بالا موجب می‌شود که سرمایه‌گذاران به دلیل نرخ بازدهی مناسب و اطمینان به برند، تمایل بیشتری به سرمایه‌گذاری در آن‌ها داشته باشند. به عنوان مثال، برندهای شناخته‌شده مانند گوگل و آمازون توانسته‌اند نرخ بازدهی مناسبی به سرمایه‌گذاران خود ارائه دهند که این امر خود نشان‌دهنده نقش برندینگ در افزایش ارزش سهام و جذب منابع مالی بیشتر است.

## بررسی تأثیر طولانی‌مدت برندینگ بر پایداری تأمین مالی

برندینگ قوی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا در طولانی‌مدت تأمین مالی پایدار داشته باشند. برندهای معتبر معمولاً از جذب مداوم سرمایه‌گذاران برخوردارند و این موضوع به آن‌ها اجازه می‌دهد تا با اطمینان بیشتری به برنامه‌های بلندمدت خود بپردازند. تأمین مالی پایدار برای سازمان‌هایی که به دنبال رشد و توسعه مستمر هستند، امری حیاتی است و برندینگ می‌تواند به عنوان یک ابزار استراتژیک در دستیابی به این هدف عمل کند. برندینگ نه تنها در تأمین مالی ابتدایی نقش دارد، بلکه به جذب سرمایه‌گذاران جدید و حفظ سرمایه‌گذاران قبلی نیز کمک می‌کند.

## اهمیت اندازه‌گیری و ارزیابی ارزش برند برای بهبود تأمین مالی

تأمین مالی جمعی انقلابی در تأمین مالی پروژه‌های فرهنگی ایجاد کرده، دسترسی به منابع را به شکلی منصفانه‌تر بازتعریف می‌کند و به خالقان آثار فرهنگی و هنری اجازه می‌دهد ارتباط نزدیک‌تری با مخاطبان خود برقرار کنند. پلتفرم‌هایی چون Kickstarter و Patreon به ابزارهای تأمین مالی حیاتی برای نقاشان، عکاسان، فیلم‌سازان، موسیقی‌دانان، فعالان حوزه تئاتر و دیگر سازندگان محصولات فرهنگی تبدیل شده‌اند. به گفته مدیر Kickstarter، از زمان شروع فعالیت آن‌ها توانسته‌اند بیشتر از ۵ میلیارد دلار برای پروژه‌های خلاقانه جمع‌آوری کنند و به بیشتر از ۲۰۰ هزار پروژه خدمات مالی دهند. Patreon در گزارش سالانه خود اعلام کرده که درآمد فعالان حوزه فرهنگ از این پلتفرم سالانه بیشتر از ۱۰۰ میلیون دلار است. با استفاده از شبکه‌های مختلف اجتماعی، خالقان آثار هنری ارتباط بسیار نزدیک‌تری با مخاطبان برقرار و برای پشتیبانی از پروژه‌های خود ذهنیت و سرمایه لازم را جذب می‌کنند. این شیوه از تأمین مالی برای پروژه‌های فرهنگی امیدوارکننده‌ترین شیوه در توسعه پایدار صنعت فرهنگ و هنر، سازگاری آن با تغییرات اجتماعی و ذائقه افراد، و حفظ حس خلاقیت و شور در سازندگان این آثار است.

# اقتصاد رفتاری و تأثیر آن بر تأمین مالی خرد

# FINANCE



سمانه غفوری روزبهرانی  
پژوهشگر و  
کارشناس ارشد اقتصاد

اقتصاد رفتاری به عنوان یکی از شاخه‌های نوظهور علم اقتصاد، با ترکیب اصول روانشناسی و رفتار انسان‌ها در مواجهه با مسائل اقتصادی، سعی دارد توضیح دهد که چرا و چگونه افراد تصمیمات اقتصادی می‌گیرند و این تصمیمات چطور ممکن است از فرضیات راسیونال (عقلانی) که در مدل‌های اقتصادی کلاسیک به کار می‌روند، منحرف شوند. این حوزه از علم اقتصاد با مطالعاتی که بر اساس تجزیه و تحلیل روانشناختی و اجتماعی صورت می‌گیرد، مفاهیمی را معرفی می‌کند که به‌طور غیررسمی و غیررسمی در تصمیمات اقتصادی و مالی افراد تأثیرگذار هستند. در این مقاله، قصد داریم به بررسی ارتباط اقتصاد رفتاری و تأمین مالی خرد پرداخته و بررسی کنیم که چگونه این رشته می‌تواند تأثیرات عمیقی بر نحوه تعامل با وام‌دهی خرد، توسعه برنامه‌های مالی و ارتقاء تصمیمات مالی صحیح در جوامع مختلف بگذارد.

تأمین مالی خرد به عنوان یک ابزار اساسی در توسعه اقتصادی به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه شناخته می‌شود. این نوع تأمین مالی به افراد کم‌درآمد و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک این امکان را می‌دهد تا به منابع مالی دسترسی پیدا کنند و نیازهای مالی روزمره یا پروژه‌های کوچک خود را تأمین کنند. اما برخلاف مدل‌های مالی سنتی، موفقیت تأمین مالی خرد صرفاً به اصول مالی و اقتصادی بستگی ندارد. در حقیقت، درک درست از رفتار افراد در زمینه‌های مالی و ارائه محصولات و خدمات مالی بر اساس نیازها و انگیزه‌های واقعی آن‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این زمینه، اقتصاد رفتاری نقش بسزایی ایفا می‌کند.

در تأمین مالی خرد، افراد معمولاً به دلیل عدم دسترسی به خدمات مالی سنتی از منابع مالی محدود خود بهره می‌برند. به همین دلیل، تصمیمات مالی آن‌ها باید با دقت و درک صحیحی از اصول اقتصادی گرفته شود. یکی از چالش‌های بزرگ در این زمینه، رفتارهای ناپایدار و اغلب احساسی است که می‌تواند به تصمیم‌گیری‌های غلط در حوزه تأمین مالی خرد منجر شود. اقتصاد رفتاری به ما کمک می‌کند تا این رفتارها را شناسایی کرده و برای آن‌ها راهکارهایی به منظور بهبود وضعیت مالی افراد ایجاد کنیم.

یکی از جنبه‌های کلیدی در اقتصاد رفتاری، مفهوم «تعصب» است. تعصب به تمایل افراد به اتخاذ تصمیمات

غیرمنطقی یا نامناسب به دلیل تأثیرات روانشناختی و اجتماعی اشاره دارد. این تعصبات می‌توانند در تصمیمات مالی افراد تأثیرگذار باشند. برای مثال، ممکن است افراد به دلیل تعصبات زمانی یا احساسات آنی، تمایل بیشتری به مصرف منابع مالی به‌جای پس‌انداز یا سرمایه‌گذاری داشته باشند. این رفتارها به‌ویژه در حوزه تأمین مالی خرد مشکل‌آفرین می‌شوند. زمانی که افراد وام‌هایی را دریافت می‌کنند و از آن‌ها استفاده می‌کنند، احتمالاً تحت تأثیر عوامل روانی قرار می‌گیرند و منابع مالی خود را به‌طور نادرست یا غیرمؤثر مصرف می‌کنند. این موضوع می‌تواند باعث بروز مشکلات جدی مانند افزایش بدهی‌ها و عدم توانایی در بازپرداخت وام‌ها شود.

با این حال، یکی از اصول بنیادین در اقتصاد رفتاری، اهمیت انگیزه‌ها در تصمیم‌گیری‌های مالی است. اقتصاد رفتاری می‌گوید که افراد در برخی مواقع حتی وقتی که منابع مالی کافی دارند، تحت تأثیر تصمیمات احساسی یا اجتماعی به مصرف یا قرض گرفتن بیشتر می‌پردازند. به عبارت دیگر، انگیزه‌های اجتماعی، روانی و حتی فرهنگی می‌توانند بر تصمیم‌گیری‌های مالی تأثیرگذار باشند. یکی از پدیده‌های جالب در این زمینه، «پدیده تأیید اجتماعی» است. تأیید اجتماعی به تمایل افراد به پیروی از رفتارهای دیگران اشاره دارد. این پدیده در تأمین مالی خرد می‌تواند موجب شود که افراد بدون نیاز واقعی به وام، تنها به دلیل مشاهده رفتار مشابه در دیگران، تصمیم به

دریافت وام بگیرند.

این پدیده نه تنها به تصمیمات مالی غیرعقلانی می‌انجامد، بلکه می‌تواند در برخی موارد به بروز مشکلات مالی جدی منجر شود. برای مثال، برخی افراد به دلیل فشار اجتماعی یا تمایل به همگام شدن با جامعه، ممکن است تصمیم به دریافت وام بگیرند، حتی اگر وضعیت مالی آن‌ها اجازه چنین تصمیمی را نمی‌دهد. این امر می‌تواند به ایجاد بدهی‌های بزرگ و در نهایت بحران‌های مالی منجر شود. بنابراین، در طراحی برنامه‌های تأمین مالی خرد باید به دقت به عوامل روانشناختی و اجتماعی که بر تصمیم‌گیری‌های افراد تأثیر دارند، توجه کرد.

اقتصاد رفتاری همچنین به این نکته اشاره می‌کند که افراد معمولاً در تصمیمات مالی خود، از اطلاعات ناقص یا غلط استفاده می‌کنند. این موضوع به دلیل محدودیت‌های شناختی انسان‌ها و ناتوانی در پردازش حجم زیادی از اطلاعات پیچیده ایجاد می‌شود. در تأمین مالی خرد، این محدودیت‌های شناختی می‌توانند به تصمیمات مالی اشتباه و عدم درک صحیح از شرایط وام منجر شوند. به عنوان مثال، بسیاری از افرادی که در برنامه‌های تأمین مالی خرد شرکت می‌کنند، ممکن است نتوانند به‌درستی نرخ بهره و هزینه‌های بازپرداخت وام‌ها را درک کنند. این امر ممکن است باعث شود که آن‌ها در پایان دوره وام، با بدهی‌های سنگینی مواجه شوند و نتوانند به موقع بدهی‌های خود را تسویه کنند.



# MICROF

درست‌تر هدایت می‌کند. در تأمین مالی خرد، این مفهوم می‌تواند به شکل طراحی ساده‌تر فرآیندهای وام‌دهی و انتخاب گزینه‌های مختلف برای مشتریان باشد. به عبارت دیگر، می‌توان با فراهم کردن گزینه‌های مناسب و شفاف به مشتریان، آن‌ها را به تصمیمات مالی بهتری سوق داد. این امر به‌ویژه در زمینه انتخاب‌های مختلف برای پس‌انداز، پرداخت اقساط و دریافت وام‌های خرد مهم است.

یکی دیگر از مباحث مهم اقتصاد رفتاری در تأمین مالی خرد، مفهوم «خودکنترلی» است. افراد معمولاً در زمینه مسائل مالی دچار مشکلات خودکنترلی می‌شوند و به‌راحتی تحت تأثیر احساسات و نیازهای آنی خود، تصمیمات مالی نادرستی می‌گیرند. در این زمینه، استفاده از ابزارهای اقتصادی می‌تواند به افراد کمک کند تا تصمیمات بهتری بگیرند. برای مثال، بسیاری از مؤسسات مالی از برنامه‌های پس‌انداز اجباری یا وام‌های تحت نظارت برای کمک به افراد در مدیریت بهتر منابع مالی خود استفاده می‌کنند.

در نهایت، اقتصاد رفتاری می‌تواند به ایجاد راهکارهایی کمک کند که به افزایش تأثیر تأمین مالی خرد منجر شود. با درک دقیق‌تر از رفتارهای انسان‌ها و تحلیل عواملی که بر تصمیمات مالی تأثیر دارند، می‌توان برنامه‌های بهتری برای حمایت از افراد و کسب‌وکارهای کوچک طراحی کرد. این برنامه‌ها می‌توانند به توسعه اقتصادی، کاهش فقر و ارتقاء سطح رفاه افراد کمک کنند.

به همین دلیل، اقتصاد رفتاری به مؤسسات مالی و سازمان‌های تأمین مالی خرد پیشنهاد می‌کند که به مشتریان خود اطلاعات دقیق و شفاف درباره شرایط وام‌ها ارائه دهند. همچنین آموزش و افزایش سواد مالی افراد در این زمینه اهمیت زیادی دارد. آموزش‌های مالی می‌توانند به افراد کمک کنند تا درک بهتری از مفاهیم مالی داشته باشند و تصمیمات هوشمندانه‌تری در مورد مصرف و پس‌انداز منابع خود بگیرند. این امر می‌تواند به کاهش خطرات ناشی از بدهی‌های سنگین و بحران‌های مالی کمک کند.

علاوه بر این، اقتصاد رفتاری می‌تواند به طراحی برنامه‌های تشویقی و انگیزشی کمک کند تا افراد را به اتخاذ تصمیمات مالی بهینه‌تر سوق دهد. برای مثال، مؤسسات تأمین مالی خرد می‌توانند از پاداش‌ها و مشوق‌های مالی کوچک برای ترغیب مشتریان به بازپرداخت به‌موقع وام‌ها استفاده کنند. تحقیقات نشان می‌دهند که حتی پاداش‌های کوچک و متناوب می‌توانند تأثیر زیادی در رفتارهای مالی افراد داشته باشند. این مشوق‌ها می‌توانند به افراد انگیزه دهند که وام‌های خود را به‌موقع بازپرداخت کنند و از این طریق، نرخ نکول وام‌ها را کاهش دهند.

یکی از ابزارهای مهم در اقتصاد رفتاری، «معماری انتخاب» است. معماری انتخاب به طراحی محیط‌های تصمیم‌گیری گفته می‌شود که افراد را به اتخاذ تصمیمات

**تأیید اجتماعی به تمایل افراد به پیروی از رفتارهای دیگران اشاره دارد. این پدیده در تأمین مالی خرد می‌تواند موجب شود که افراد بدون نیاز واقعی به وام، تنها به دلیل مشاهده رفتار مشابه در دیگران، تصمیم به دریافت وام بگیرند.**

**این پدیده نه تنها به تصمیمات مالی غیرعقلانی می‌انجامد، بلکه می‌تواند در برخی موارد به بروز مشکلات مالی جدی منجر شود**

# تمامی روش‌های تامین مالی در یک نگاه

تأمین مالی به روش صحیح، مانع از آن می‌شود که از منبع اشتباه سرمایه‌ای دریافت کنید و یا بخشی از شرکت خود را به دلیل بازپرداخت معوق از دست بدهید؛ در مقابل پایه مالی محکمی برای شما فراهم می‌شود تا تضمین‌کننده بودجه کافی برای بیزینس شما باشد.

در همین راستا، توجه به این نکته ضروری است که تأمین مالی با هدف گسترش کسب‌وکار، با پیچیدگی‌های بسیاری همراه است و انتخاب روش تأمین مالی متناسب با شرایطی که در آن قرار دارید حائز اهمیت است.

تأمین مالی، تداعی‌کننده مفهوم ارزش زمانی پول در پروژه‌های سرمایه‌گذاری است و موجب به حرکت درآمدن چرخ‌های اقتصاد می‌شود. تأمین مالی به روش‌هایی اشاره دارد که یک کسب‌وکار برای حفظ و رشد عملیات خود استفاده می‌کند. در واقع این روش شامل بدهی و سرمایه است که برای انجام سرمایه‌گذاری‌های سرمایه‌ای، خرید و به طور کلی حمایت از تجارت استفاده می‌شود.

بنابراین، تأمین منابع مالی مناسب یکی از اصلی‌ترین علل موفقیت شرکت‌ها است و برخورداری از منابع مالی، تضمین‌کننده عملکرد مؤثرتری برای آن بیزینس خواهد بود. چرا که بیزینس‌ها به پشتوانه آن می‌توانند در محصولاتی که امکان سرمایه‌گذاری در آن وجود ندارد را خریداری کرده و یا به تملک خود درآورند.

اگر در رؤیای رشد کسب‌وکار خود هستید، فارغ از این که یک شرکت بزرگ را مدیریت می‌کنید و یا کسب‌وکار کوچکی دارید، نحوه



معصومه یزیدپور  
کارشناس تأمین مالی

## معیارهای انتخاب تأمین مالی

بهترین ابزار تأمین مالی با توجه به ساختار شرکت، پروژه و منبع تأمین‌کننده مالی متفاوت است و انتخاب آن با در نظر گرفتن معیارهای زیر امکان‌پذیر است:

۱. ریسک و بازده
۲. حجم سرمایه‌گذاری (تأمین مالی)
۳. بازه زمانی منابع تأمین مالی
۴. در دسترس بودن منابع

### ● ریسک و بازده

برای کاهش ریسک تأمین مالی، باید مصارف وجوه تأمین مالی مشخص شده و با توجه به ریسک محل مصرف، منبع تأمین مالی انتخاب شود. در مقابل مفهوم ریسک، مفهوم بازده قرار دارد که در تأمین مالی حائز اهمیت است، وقتی از بازده در تأمین مالی استفاده می‌کنیم، منظورمان سود و بهره‌ای است که انتظار داریم از محل شرکت تازه تأسیس و یا پروژه مد نظر کسب نماییم. نرخ بازده مورد انتظار هر منبع مالی با ریسک آن منبع رابطه مستقیمی دارد و هر چه منبع مالی، ریسک بیش‌تری را در مقابل پروژه تعریف شده بپذیرد، به تناسب بازدهی بیش‌تری را نیز بپذیرفته است.

### ● حجم سرمایه‌گذاری (تأمین مالی)

شناخت قدرت منابع در تأمین مالی بسیار مهم است. به عبارت دیگر، همسویی ظرفیت‌سنجی منابع تأمین مالی با میزان سرمایه مورد نیاز شرکت، یک معیار مهم برای انتخاب روش تأمین مالی مورد نیاز است.

### ● بازه زمانی منابع تأمین مالی

هر کدام از ساختارهای منابع تأمین مالی، بازه زمانی مختص به خود را دارد که با توجه به محل مصرف وجوه مالی، منبع تأمین آن را انتخاب می‌کنند.

### ● در دسترس بودن منابع

امکان‌پذیری و در دسترس بودن ابزارهای مالی، برای برنامه‌ریزی‌های مرتبط با تأمین منابع مالی حائز اهمیت است و باید به آن توجه داشت.





## معیارهای انتخاب تأمین مالی

به حد اکثر رساندن سود و بازده هر کسب و کار و بیزینسی مهم ترین خواسته سهامداران آن است، بنابراین تصمیم گیری در مورد نحوه تأمین مالی و مصرف عایدی ناشی از آن، بسیار مهم

است. اگر به دنبال رشد کسب و کار خود هستید، شناخت روش تأمین مالی مناسب با نیاز بیزینس شما یک اصل اساسی است. به صورت کلی، دو نوع اصلی تأمین مالی برای شرکتها وجود

دارد:

۱. تأمین مالی از منابع داخلی شرکت (ابزارهای مبتنی بر سرمایه)
۲. تأمین مالی از منابع خارج از شرکت (ابزارهای مبتنی بر بدهی)

### ● تأمین مالی از منابع داخلی شرکت (ابزارهای مبتنی بر سرمایه)

به تأمین مالی از محل منابع داخلی، روش سرمایه‌ای و یا حقوق صاحبان سهام می‌گویند. در این روش، سرمایه مورد نیاز شرکت از محل حقوق صاحبان سهام تأمین می‌شود و سرمایه‌گذاران شرکت در زمره مالکان و صاحبان آن قرار می‌گیرند.

تأمین منابع مالی مورد نیاز یک بیزینس از طریق منابع مالی داخلی، موجب سهامدار شدن سرمایه‌گذاران در کسب و کار آن شرکت می‌شود. در نتیجه سرمایه‌گذاران صاحب بخشی از درآمدهای آتی شرکت نیز خواهند بود که در این صورت، سرمایه‌پذیر نگران بازپرداخت سرمایه یا پرداخت سود به سرمایه‌گذار نیست. استفاده از این روش در سال‌های ابتدایی شکل‌گیری یک کسب و کار نسبت به سایر روش‌های تأمین مالی کم‌هزینه‌تر است.

- ابزارهای تأمین مالی مبتنی بر حقوق صاحبان سهام از طریق روش‌های متفاوتی حاصل می‌شوند که عبارتند از:

- ▶ تأمین مالی از طریق افزایش سرمایه
- ▶ تأمین مالی از طریق صندوق پروژه
- ▶ تأمین مالی به کمک صندوق‌های زمین و ساختمان
- ▶ تأمین مالی از طریق صندوق جسورانه
- ▶ تأمین مالی از طریق ادغام و تملیک
- ▶ تأسیس شرکت جدید (عرضه اولیه سهام)

### ● تأمین مالی از طریق افزایش سرمایه:

یکی از روش‌های تأمین مالی شرکت‌ها افزایش سرمایه است. شرکت‌ها در راستای توسعه فعالیت‌های خود، حفظ یا افزایش قدرت و توان رقابتی شرکت در برابر سایر رقبا و بهبود و اصلاح ساختار مالی، اقدام به افزایش سرمایه می‌کنند. اگر شرکتی قصد افزایش سرمایه داشته باشد، باید سهام جدیدی منتشر کرده و آن را در بین سرمایه‌گذاران و سهامداران به فروش برساند تا مبلغ مورد نیاز برای افزایش سرمایه و تأمین مالی شرکت را به دست آورد. این افزایش سرمایه به روش‌های مختلفی صورت می‌پذیرد که تفاوت این روش‌ها در محل تأمین منابع مالی افزایش سرمایه است.

به صورت کلی می‌توان ۴ روش سود انباشته، مطالبات و آورده نقدی، صرف سهام و تجدید ارزیابی درایی‌ها را به عنوان روش‌های افزایش سرمایه در تأمین مالی یک پروژه یا یک کسب و کار معرفی کرد.

### ● تأمین مالی از طریق صندوق پروژه:

در این نوع از روش تأمین مالی، بستری توسط سازمان بورس و اوراق بهادار فراهم می‌شود که هدف آن جمع‌آوری سرمایه‌های خرد و تخصصی به یک پروژه تعریف شده در اساسنامه صندوق است. معمولاً این نوع از تأمین منابع مالی در پروژه‌های مرتبط با تولید، ساخت و بهره‌برداری مورد استفاده قرار می‌گیرد.

### ● تأمین مالی به کمک صندوق‌های زمین و ساختمان:

این صندوق، اولین نهاد مالی است که با هدف تأمین سرمایه لازم برای اجرای پروژه‌های ساختمانی، بازار سرمایه و مسکن را به یکدیگر پیوند می‌زند. تأمین منابع مالی در این روش، از طریق جمع‌آوری سرمایه‌های خرد و کلان در ابتدای پروژه و سپس تقسیم سود حاصل از فروش واحدهای ساختمانی تکمیل شده بین سرمایه‌گذاران صندوق شکل می‌گیرد.

### ● تأمین مالی از طریق صندوق جسورانه:

صندوق جسورانه یا خطرپذیر، یک صندوق سرمایه‌گذاری مشترک است که سرمایه مورد نیاز خود را از طریق شرکت‌ها و صندوق‌ها جذب کرده و آن را در طرح‌های نوآورانه سرمایه‌گذاری می‌کند. این نوع از روش تأمین مالی، بازدهی و ریسک بالایی برای سرمایه‌گذاران به همراه دارد.

### ● تأمین مالی از طریق ادغام و تملیک:

در بعضی موارد، مؤسسان شرکت و شرکای آن با هدف تأمین و جذب منابع مالی، به صورت شخصی اقدام کرده و سرمایه مورد نیاز شرکت را به پروژه تزریق می‌کنند و با توجه به آورده‌ای که برای تأمین سرمایه فراهم کرده‌اند، سهام جدید دریافت کرده و درصد مالکیت خود را افزایش خواهند داد.

### ● تأسیس شرکت جدید (عرضه اولیه سهام):

در این روش، با عرضه بخشی از سهام شرکت به صورت عام، سرمایه مورد نیاز سرمایه‌گذاران تأمین می‌شود. تمامی مراحل این نوع تأمین منابع مالی توسط سازمان بورس و اوراق بهادار صورت می‌پذیرد.

### ● تأمین مالی با استفاده از ابزارهای مبتنی بر بدهی

به تأمین مالی از هر محلی که خارج از شرکت و سهامداران آن باشد، تأمین مالی خارجی و یا تأمین مالی مبتنی بر بدهی می‌گویند. چرا که در تمامی روش‌های تأمین مالی خارجی، در نهایت شرکت بدهکار می‌شود.

تأمین مالی از طریق بدهی زمانی اتفاق می‌افتد که یک شرکت محصولاتی با درآمد ثابت مانند اوراق قرضه و ... را با هدف کسب سرمایه مورد نیاز، به سرمایه‌گذاران بفروشد. در واقع، خریداران اوراق قرضه منتشر شده، وام‌دهندگانی هستند که سرمایه مورد نیاز پروژه را تأمین کرده‌اند که در تاریخ مشخصی باید بازپرداخت شود.

استفاده از روش تأمین منابع مالی بدهی در صورتی که بنگاه اقتصادی از اعتبار و اندازه مناسبی برخوردار باشد؛ توصیه می‌شود چرا که می‌تواند با انتشار اوراق بدهی به طور مستقیم از بازار سرمایه، منابع مالی مورد نیاز خود را تجهیز نماید.

ابزارهای تأمین مالی مبتنی بر بدهی از طریق روش‌های متفاوتی حاصل می‌شوند که عبارتند از:

- ▶ تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق مشارکت
- ▶ تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق اجاره
- ▶ تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق مرابحه
- ▶ تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق رهنی
- ▶ تأمین منابع مالی از طریق انتشار گواهی کالایی
- ▶ تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق استصناع (سفارش ساخت)
- ▶ تأمین منابع مالی از طریق انتشار گواهی سپرده خاص
- ▶ تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق مضاربه
- ▶ تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق منفعت
- ▶ تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق خرید دین
- ▶ تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق سلف موازی استاندارد کالایی

تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق مشارکت: با توجه به این امر که درصد سود تعیین شده برای اوراق مشارکت بالاتر از سود بانکی است، بنابراین شرکت‌هایی که مجاز به انتشار اوراق مشارکت هستند، متعهد به سوددهی خواهند بود. این اوراق، از طریق عرضه‌ی عمومی در اختیار سرمایه‌گذاران قرار می‌گیرد.

تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق اجاره: در این روش، شرکتی که به دنبال تأمین مالی است، بخشی از دارایی خود را که شامل ماشین‌آلات و تجهیزات، ساختمان، زمین و وسایل حمل‌ونقل است را به شرکت سرمایه‌گذار اجاره می‌دهد و به این ترتیب، دارایی‌ها در قالب اجاره در اختیار آن شرکت قرار می‌گیرد و اجاره دریافتی در قالب سهام و اوراق بهادار در بورس به فروش می‌رسند و افرادی که این اوراق را خریداری کرده‌اند، در مالکیت دارایی سهیم خواهند شد.

تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق مرابحه: مرابحه قرارداد فروشی است که فروشنده به واسطه آن، قیمت تمام شده یک کالا که شامل موارد زیادی از جمله، هزینه نگهداری و حمل‌ونقل است را محاسبه و با لحاظ درصدی سود ثابت به مشتری اعلام می‌نماید. به این ترتیب، خریداران به صورت مشاع مالک دارایی حاصل از قرارداد مرابحه می‌شوند.

تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق رهنی: در این روش، تأمین منابع مالی مورد نیاز از طریق فروش اقساطی و اجاره به شرط تملیک که قابلیت تبدیل به اوراق بهادار را دارند، صورت می‌پذیرد.

تأمین منابع مالی از طریق انتشار گواهی کالایی: در این روش، امکان تأمین منابع مالی و اخذ تسهیلات به پشتوانه گواهی کالایی صادر شده میسر است. گواهی سپرده کالایی اوراق بهاداری است که

نشان‌دهنده‌ی مالکیت صاحب آن بر مقدار معینی کالا است. این گواهی مورد تأیید انبارهای بورس و دارای قبض انبار استاندارد خواهد بود.

تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق استصناع (سفارش ساخت): تأمین منابع مالی مورد نیاز در این روش از طریق، تعهد ساخت و تحویل دارایی در مقابل دریافت مبلغی معین در زمان آینده حاصل می‌شود.

تأمین منابع مالی از طریق انتشار گواهی سپرده خاص: این گواهی سپرده، امکان بازخرید قبل از سررسید در شعب بانک‌ها را فراهم می‌کند. به همین واسطه سرمایه‌پذیر می‌تواند برای دریافت تسهیلات بانکی از گواهی سپرده به‌عنوان وثیقه استفاده کرده و منابع مالی مورد نیاز کسب‌وکار خود را فراهم نماید.

تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق مضاربه: تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق مضاربه به این صورت است که سرمایه‌پذیر پس از تخمین میزان سرمایه مورد نیاز، اقدام به انتشار اوراق مضاربه یکسان و قابل انتقال به دیگران می‌کند و این اوراق را براساس قرارداد مضاربه به افراد حقیقی و حقوقی ارائه می‌نماید. سپس با استفاده از وجوه حاصل از فروش اوراق به فعالیت‌های خود می‌پردازد و در نهایت، در پایان هر سال مالی، سود حاصل بین شرکت سرمایه‌پذیر و دارندگان اوراق توزیع می‌شود.

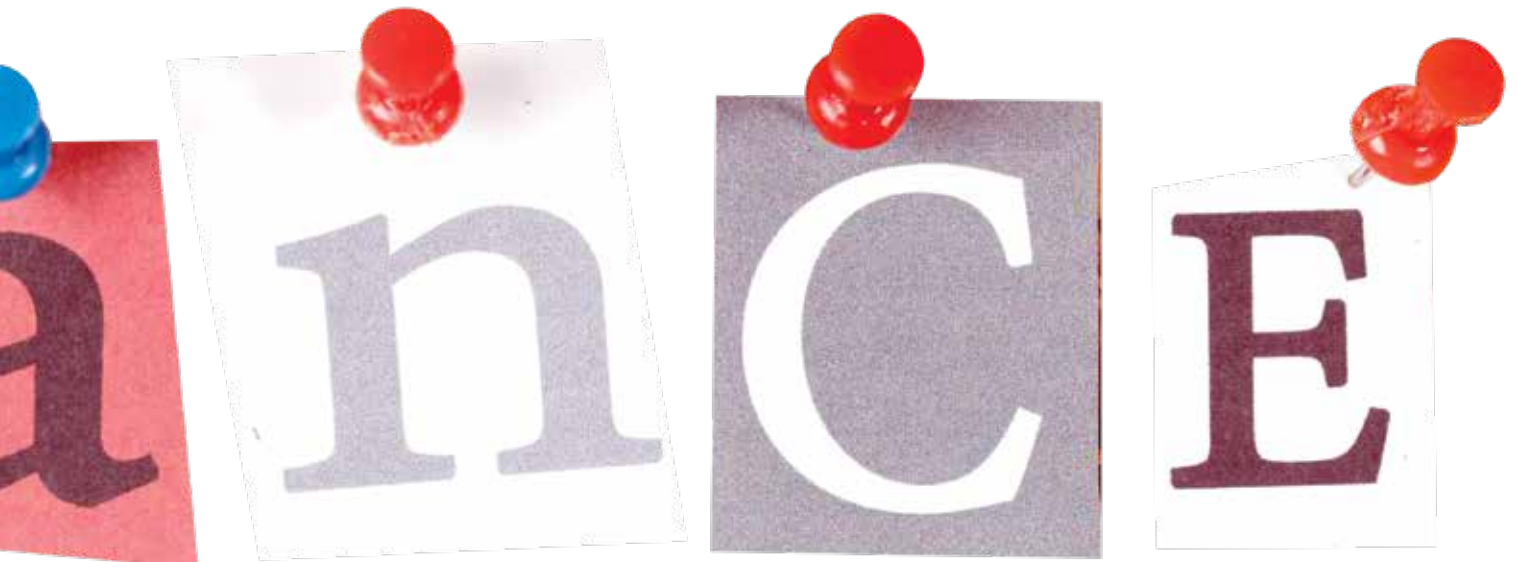
تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق منفعت: اوراق منفعت، یکی از منعطف‌ترین ابزارها برای تقویت تأمین مالی بدهی در بازار سرمایه ایران به حساب می‌آید. این اوراق، ابزاری برای تأمین منابع مالی مورد نیاز بنگاه‌های اقتصادی مانند بهره‌برداران دارایی‌های زیرساختی از جمله آزادراه‌ها، نیروگاه‌ها، تصفیه‌خانه‌ها، قطارهای شهری و ... است.

تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق خرید دین: در انتشار اوراق مبتنی بر بدهی، منابع لازم از طریق انتشار اوراق در بازار سرمایه جذب شده و مشابه تسهیلات مالی، مبلغ آن به مجموع بدهی‌های شرکت اضافه می‌گردد.

تأمین منابع مالی از طریق انتشار اوراق سلف موازی استاندارد کالایی: وجوه حاصل از فروش اوراق سلف موازی استاندارد این امکان را به ناشر می‌دهد که از آن برای تأمین مالی سرمایه‌گذاری‌های مختلف از طریق پیش‌فروش بخشی از محصول در آینده بهره‌برداری کند. در واقع، تأمین مالی به روش انتشار اوراق سلف موازی استاندارد، این امکان را به صاحبان کسب‌وکار و شرکت‌های تولیدکننده می‌دهد تا به صورت نقدی دارایی خود را پیش‌فروش کنند و در زمان مشخص در آینده آن را تحویل دهند.

بعد از درک مفهوم تأمین مالی، شناخت معیارهای انتخاب و معرفی روش‌های تأمین مالی، لازم است تا با مزایا و معایب هر کدام از مدل‌های تأمین مالی آشنا شویم.

**اگر در رؤیای رشد کسب‌وکار خود هستید، فارغ از این که یک شرکت بزرگ را مدیریت می‌کنید و یا کسب‌وکار کوچکی دارید، نحوه تأمین مالی به روش صحیح، مانع از آن می‌شود که از منبع اشتباه سرمایه‌ای دریافت کنید و یا بخشی از شرکت خود را به دلیل بازپرداخت معوق از دست بدهید؛ در مقابل پایه مالی محکمی برای شما فراهم می‌شود تا تضمین‌کننده بودجه کافی برای پیزینس شما باشد**







## مزایای روش تأمین منابع مالی از طریق بدهی

۱. برخورداری از معافیت مالیاتی: سرمایه‌پذیر برای تأمین مالی از طریق بدهی، مجبور به بازپرداخت بهرهای است که به عنوان هزینه کسب‌وکار از مالیات کسر می‌شود. در واقع به دلیل عدم دخالت سود وام اخذشده در محاسبات مالیاتی، شرکت‌ها مالیات کم‌تری پرداخت می‌کنند.

۲. حفظ مالکیت و سود باقی‌مانده سهامداران: پس از بازپرداخت وام، هیچ ارتباطی بین سرمایه‌پذیر و وام‌دهنده موجود نخواهد داشت و همین امر موجب حفظ مالکیت سهامداران اصلی می‌شود. بنابراین وام‌دهنده در سود باقی‌مانده نیز شریک نخواهد بود.

۳. کاهش هزینه‌های تأمین مالی از طریق بدهی: با توجه به این امر که تأمین منابع مالی از طریق بدهی، امکان تأمین مالی بلندمدت برای شرکت‌ها را در مبالغ بسیار بالا فراهم می‌آورد، موجب افزایش نقدینگی و ایجاد پشتوانه دارایی شده و به همین دلیل نیز ریسک و هزینه‌های تأمین مالی کاهش می‌یابد.

## مزایای روش تأمین منابع مالی از طریق حقوق صاحبان سهام

۱. عدم تضمین بازپرداخت سرمایه یا پرداخت سود سهام: بزرگترین مزیت این روش این است که سرمایه‌پذیر مجبور به بازپرداخت پول دریافتی از سرمایه‌گذاران نیست و در صورت ورشکستگی، بدهکار سرمایه‌گذاران خود نخواهد بود چرا که آن‌ها بخشی از مالکان شرکت به حساب می‌آیند.

۲. افزایش نقدینگی پروژه: در روش تأمین مالی از طریق حقوق صاحبان سهام، نیازی به تخصیص نقدینگی برای پرداخت سود منظم وجود ندارد. به همین دلیل پول نقد بیشتری برای هزینه‌های عملیاتی در دسترس خواهد بود.

۳. افزایش جذابیت برای وام‌دهندگان: با توجه به این امر که راهاندازی یک کسب‌وکار به زمان نیاز دارد، سرمایه‌گذاری در پروژه‌ای که بخشی از مسیر رشد و تکامل خود را طی کرده است برای سرمایه‌گذاران بسیار جذاب خواهد بود.

## معایب روش تأمین منابع مالی از طریق حقوق صاحبان سهام

۱. از دست دادن بخشی از مالکیت: تأمین مالی از طریق حقوق صاحبان سهام به معنی واگذاری مالکیت بخشی از شرکت است. هر چه ریسک سرمایه‌گذاری بیشتر باشد، سرمایه‌گذار سهام بیشتری را طلب می‌کند.

۲. مشارکت در سود باقی‌مانده: با توجه به این که سرمایه‌گذار بخشی از سهام شرکت را خریداری کرده است، بنابراین در سود باقی‌مانده نیز شریک خواهد بود.

۳. هزینه تأمین بالاتر نسبت به هزینه بدهی: به طور معمول، تأمین مالی از طریق حقوق صاحبان سهام، به دلیل نرخ بهره بالاتر، نسبت به روش بدهی برای سرمایه‌گذار گران‌تر خواهد بود.

## معایب روش تأمین منابع مالی از طریق بدهی

۱. کاهش جریان‌های نقدی: تأمین منابع مالی مورد نیاز از طریق بدهی، موجب می‌شود تا پرداخت بدهی به هزینه‌های ماهانه یک کسب‌وکار اضافه گردد و همین امر جریان‌های نقدی آن بیزینس را محدود می‌کند.

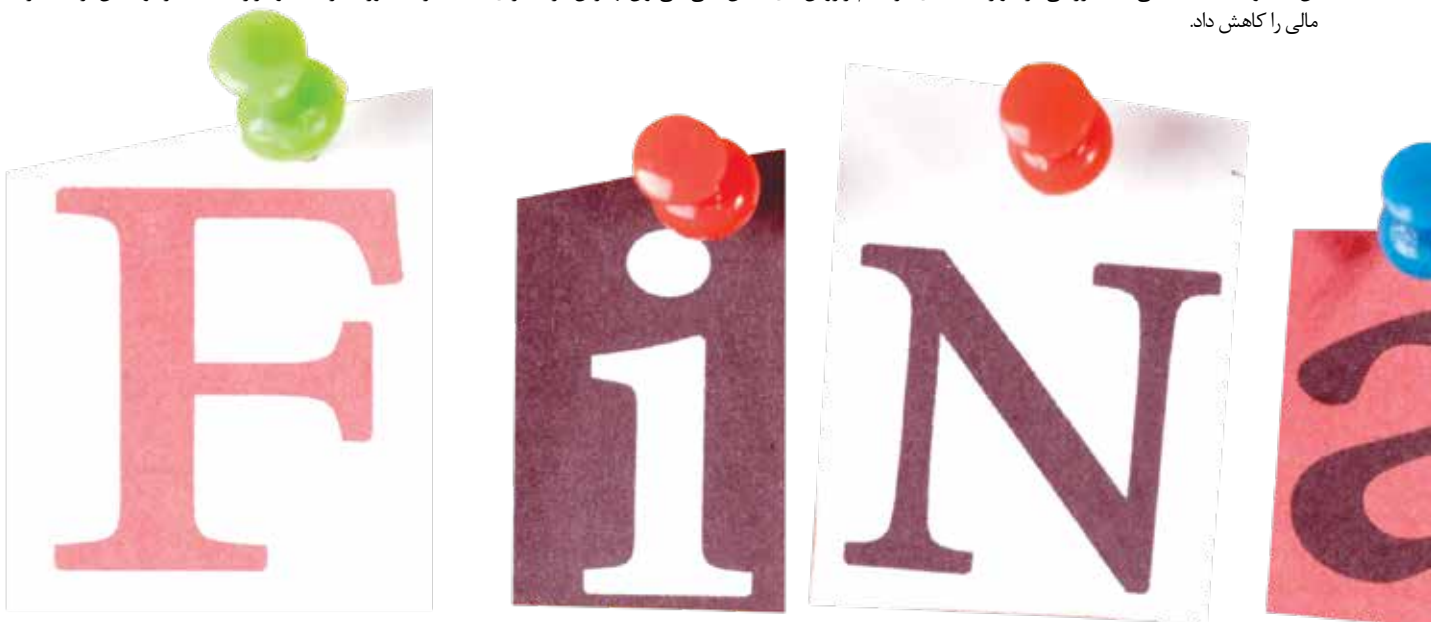
۲. زمان‌بر بودن تأمین مالی:

انجام پروسه تأمین مالی، موجب تأخیر در زمان اجرای پروژه خواهد شد.

۳. نیاز به وثیقه یا ضامن

## جمع‌بندی

هدف از تأمین مالی، سودآوری و افزایش بازدهی در کنار کاهش ریسک پروژه‌های اقتصادی و توسعه‌ای است. بنابراین سود حاصل از کسب‌وکار یک شرکت، یکی از مهم‌ترین عوامل تدوam فعالیت آن مجموعه به حساب می‌آید. با بررسی مزایا و ریسک‌های هر کدام از روش‌های تأمین مالی، می‌توان بهترین گزینه برای جذب سرمایه مورد نیاز کسب‌وکار را انتخاب کرد و به این ترتیب هزینه تأمین مالی را کاهش داد.



# بانک‌ها، کاروانسراهای شاهراه‌های اتصال اقتصادی جوامع



اساس کار بانک‌ها بر این اصل استوار است که پولی که به عنوان پس‌انداز یا هر نوع حساب دیگر پیش خود حفظ می‌کنند را با شیوه‌های مختلف در سرمایه‌گذاری، باریسک‌های کم و زیاد، به اهرمی برای سودآوری خود تبدیل کنند. واژه بانک در هسته تمام گفتگوهای ما درباره اقتصاد، سرمایه‌گذاری یا بحران‌های مالی است. بنابراین، مهم است بدانید که بانک‌ها، بخصوص بانک‌های بزرگ و تأثیرگذار بر روندهای اقتصادی، پول‌های خود (پول مشتریان به طور دقیق‌تر) را کجاها و چگونه سرمایه‌گذاری می‌کنند.

شیوه سنتی و شاید اصلی‌ترین شیوه در سرمایه‌گذاری برای بانک‌ها شامل جذب پس‌اندازها با مشوقی به نام سود بانکی و وام دادن این پس‌اندازها با سودی بیشتر به مشتریان قرض‌گیرنده است. نکته مهم این است که مرحله اول که تأمین سرمایه است هیچ فیلتر خاصی ندارد، اما مرحله دوم که وام دادن است پر از فیلترهای محاسبه اعتبار است. بنابراین، بانک ریسک معاملاتی را تا جایی که ممکن است کاهش می‌دهد و در ادامه نیز کمتر از هر سرمایه‌گذار دیگری سراغ پروژه‌های سرمایه‌گذاری پرمخاطره می‌رود.

ارزش کنونی صنعت بانکداری نزدیک به ۱۰ تریلیون دلار است و انتظار می‌رود تا ۲۰۰۸ این قدرت مالی به ۱۲ تریلیون دلار برسد. نکته مهم‌تر این است که درآمد بخش بانکداری در سال ۲۰۲۳ نزدیک به ۴،۵ تریلیون دلار بوده است. با توجه به برآورد Bankscope نزدیک به ۳۲ هزار بانک دولتی و خصوصی در سراسر جهان فعالیت دارند. بانک‌های JPMorgan, Bank of America و Industrial and Commercial Bank of China به ترتیب با ۵۵۱، ۲۸۸ و ۲۴۹ میلیارد دلار ارزش بازار، بزرگترین بانک‌های حال حاضر جهان‌اند.

## روش‌های درآمدی در بانک‌ها

در حالت کل و به عنوان استاندارد بین‌المللی در جریان‌های مالی بانک‌ها، موارد زیر شاخص‌ترین شیوه‌هایی هستند که بانک‌ها از طریق آن‌ها به درآمدی می‌پردازند.

## فروش تراکنش به مشتریان

منظور ما از فروش تراکنش توسط بانک همان تسهیلی است که در روند انتقال دارایی بین دو مشتری حقیقی یا حقوقی صورت می‌گیرد. بانک کانال‌های معتبر و ایمن برای انتقال دارایی بین دو طرف معامله ایجاد می‌کند و بابت این تسهیل در انتقال مبلغی را به عنوان کارمزد دریافت می‌کند. با توجه به پارامترهایی چون ملی یا بین‌المللی بودن انتقال، حجم انتقالی، فوری یا با تأخیر بودن آن یا تفاوت در نوع ارزهای انتقالی و نیاز به تبدیل آن‌ها، نرخ کارمزدها بسیار متفاوت است.

در مواردی که تراکنش بین دو مشتری در یک کشور مشترک انجام می‌شود کارمزد بسیار پایین و کمتر از یک هزارم درصد است. اما برای انتقال‌های بین بانکی بین‌المللی، بخصوص برای بانک‌های خصوصی، این میزان می‌تواند بیشتر از ۱ درصد نیز باشد که مبلغ بسیار قابل توجهی است.

**وقتی شرکت بزرگی چون اپل برای توسعه عملیات خاصی به سرمایه‌نیز دارد، اقدام به انتشار اوراق مشارکت در توسعه عملیات می‌کند. این اوراق شبیه سندهای مشارکتی هستند که در قبال دریافت سرمایه وعده بازپرداخت قرض و سود قابل توجهی به آن‌ها می‌دهند**

## میانجی‌گری مالی

شرکت‌های کوچک و بزرگ دنیا همیشه به دنبال توسعه فعالیت‌های خود، ایجاد شبکه‌های قوی‌تر از تأمین‌کنندگان و ذینفعان، ورود به بازارهای جهانی و ... هستند. از جمله این فعالیت‌ها اکتساب، ادغام یا واگذاری موقت یا فرایندی است. این فعالیت‌ها غالباً توسط ۲ یا ۳ شرکت و در قالب‌های مالی و عملیاتی پیچیده انجام می‌شوند.

برای مثال وقتی دو شرکت بزرگ می‌خواهند ادغام شوند و یک شرکت بسیار بزرگتر یا هلدینگ را به وجود آورند، باید فرایند بسیار پیچیده مالی و حقوقی را طی کنند. بخصوص اگر یکی یا هر دو شرکت در بازارهای مالی حضور داشته باشند (سهام آن‌ها عرضه عمومی شده باشند)، آنگاه این ادغام به مراتب پیچیده‌تر می‌شود. در چنین شرایطی یک بانک شبیه یک مشاور یا میانجی عمل می‌کند و فعالیت‌های مرتبط با ادغام را تسهیل می‌بخشد. برای ارائه این تسهیلات، بانک از دو طرف هزینه دریافت می‌کند که در موارد مرتبط با شرکت‌های مطرح، این هزینه بسیار کلان است.

## تعریف اوراق بهادار

بانک‌ها هم برای خود و هم برای مشتریان واجد شرایطشان می‌توانند اوراق بهادار تعریف و در بازارهای مالی یا به صورت مستقیم منتشر کنند. برای نمونه، وقتی شرکت بزرگی چون اپل برای توسعه عملیات خاصی به سرمایه‌نیز دارد، اقدام به انتشار اوراق مشارکت در توسعه عملیات می‌کند. این اوراق شبیه سندهای مشارکتی هستند که در قبال دریافت سرمایه وعده بازپرداخت قرض و سود قابل توجهی به آن‌ها می‌دهند. بانک‌ها در بطن این معرفی قرار دارند و مراحل مختلف در واگذاری اوراق و تضمین اجرایی شدن قراردادهای مرتبط با آن‌ها را به عهده می‌گیرند و در قبال آن هزینه دریافت می‌کنند.



منظور از بازسازی یا Market Making تأمین سرمایه لازم برای جان گرفتن معاملات در بازارهای مالی است. برای نمونه، بانک‌ها در بازار معاملات انواع سهام نقش خریدار یا فروشنده را بازی می‌کنند و به معاملات آن‌ها جان می‌دهند. سرمایه‌گذاران خرد وقتی از وجود خریدار و فروشنده کافی اطمینان حاصل می‌کنند وارد معاملات می‌شوند و از این طریق معامله سهام جان می‌گیرد. بانک از این طریق نه تنها از اختلاف قیمت‌ها سود می‌برد، بلکه کارمزد پایین‌تری بابت ورود نقدینگی در معامله آتی پرداخت می‌کند، همچنین، در برخی از بازارها که با رکود بیشتری مواجه‌اند، سودی تضمین شده برای بازسازی در نظر گرفته می‌شود.

## تأمین مالی صنایع دیگر

شرکت‌ها در صنایع مختلف برای تأمین مالی پروژه‌های کوچک و بزرگ خود به نقدینگی نیاز دارند. بانک‌ها جزء شاخص‌ترین منابع تأمین مالی برای شرکت‌ها هستند و برای ارائه خدمات تأمین سرمایه از شرکت‌ها سود دریافت می‌کنند. علاوه بر شیوه ارائه وام و دریافت سود، بانک‌ها قدرت لازم برای سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های صنعتی را نیز دارند و انواع بانک‌ها در عملیات تولید و خدمات شرکت‌ها نیز وارد می‌شوند. بخصوص بانک‌ها علاقه زیادی به مشارکت بلندمدت در فعالیت شرکت‌های فعال در حوزه مالی دارند.

## قرار گرفتن در بطن معاملات مالی و فرصت‌های سرمایه‌گذاری

مشتریان بانک‌ها از همه اقشار جامعه و انواع صنایع و سازمان‌های دولتی هستند. به همین دلیل، آن‌ها به صورت پیش‌فرض در بطن ماجراهای معاملاتی قرار می‌گیرند و آگاهی به‌روز و بینشی عمیق از جریان‌ات انواع بازارها دارند. در نتیجه، بانک‌ها قبل از هر شرکت دیگر نقاط داغ برای سرمایه‌گذاری را تشخیص می‌دهند و با سال‌ها تجربه حضور خود و مشتریانانشان در بازارهای مالی، مدیریت درستی از ریسک برای پرتفوی‌های خود تعریف کرده‌اند.



## مدیریت دارایی برای مشتریان کلان

بانک‌ها مقصد فارغ‌التحصیلان رشته‌های مالی هستند و به همین دلیل قدرت تحلیلی بالایی در هر شعبه جمع شده است. آن‌ها با انواع معاملات درگیرند و روزانه حجم بالایی از تراکنش‌ها به صورت داده در سرورهای آن‌ها ذخیره می‌شود. این حجم از داده‌های مالی در پیچه لازم به دریافت بینش از وضعیت بازارهای مختلف را به روی بانک‌ها می‌گشاید. با داشتن این حجم بالا از مهارت و داده‌های مرتبط، بانک‌ها امکان لازم در ارائه مشاورات مالی به مشتریان کلان خود را پیدا می‌کنند. آن‌ها در نقش مشاوران سرمایه‌گذاری عمل می‌کنند و درصد بالایی از معاملات دریافت می‌کنند.

## بیمه



صنعت بیمه شاید نقطه داغ فعالیت‌های بانک‌ها در دیگر صنایع غیربانکی باشد. بسیاری از آن‌ها بیمه‌های اختصاصی دارند و انواع خدمات بیمه‌ای را به افراد حقیقی یا شرکت‌ها ارائه می‌دهند. بیمه بیشتر از هر چیز دیگری به سرمایه لازم برای تضمین پرداخت ادعاهای بیمه‌ای نیاز دارد و بانک بهترین کانون برای تأمین چنین تضمینی است. به همین دلیل، بانک‌ها بیشتر از اینکه راغب به همکاری با یک شرکت بیمه باشند، تمایل دارند خود اقدام به انجام امورات فروش بیمه کنند.

## املاک

علاوه بر سرمایه‌گذاری در حوزه املاک، بانک‌ها شعبه‌های زیادی در سراسر منطقه عملیاتی خود دارند که دارایی‌های ملکی آن در طول زمان ارزش بیشتری پیدا می‌کنند. در موارد زیادی نیز بانک‌ها املاک را به دلیل عدم بازپرداخت وام توسط وام‌گیرنده دریافت کرده‌اند. به همین دلیل است که در بسیاری از بانک‌ها بخش مجزایی برای مدیریت دارایی‌های ملکی وجود دارد. بانک‌ها به دلیل پرتفوی فوق‌العاده گوناگونی که دارند، در کانون اقتصاد کشورها قرار می‌گیرند. آن‌ها شبیه کاروانسراهایی در تمام شاهراه‌های اتصالی بین جوامع‌اند و به همین دلیل است که فعالیت خوب یا بد آن‌ها می‌تواند عواقب شدید مثبت و منفی، بر دیگر صنایع و جوامع داشته باشد. شاید بهترین نمونه از این تأثیر رکود اقتصادی، یا بهتر است بگوییم سقوط اقتصادی، سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ باشد که با ورشکستگی یک بانک شروع شد. دلیل این واکنش شدید نیز بسیار روشن است، مردم وقتی می‌فهمند که بانکی سقوط کرده، احساس می‌کنند در بدترین وضعیت اقتصادی قرار گرفته‌اند، چراکه بانک‌ها به صورت پیش‌فرض باید عملکردی سودآور داشته باشند، زیرا دایره فعالیت‌ها و اطلاعات مالی گسترده‌ای دارند و عملاً صاحبان واسطه‌ای پول در جهان‌اند.

## ارزش کنونی صنعت

بانکداری نزدیک به ۱۰ تریلیون دلار است و انتظار می‌رود تا ۲۰۰۸ این قدرت مالی به ۱۲ تریلیون دلار برسد. نکته مهم‌تر این است که درآمد بخش بانکداری در سال ۲۰۲۳ نزدیک به ۴/۵ تریلیون دلار بوده است. با توجه به برآورد Bankscope نزدیک به ۳۲ هزار بانک دولتی و خصوصی در سراسر جهان فعالیت دارند

# تأثیر رویکردها و عملکرد بانکها در موفقیت صنایع دیگر

قانون Dodd-Frank در ایالات متحده با هدف افزایش شفافیت، تشدید قوانین مرتبط با سرمایه پشتیبان و کاهش ریسک‌های سیستماتیک در حوزه بانکداری به اجرا رسیده‌اند. هدف اگرچه ممانعت از بحران است، اما پیمایش‌هایی این چنین برای بانکها و صنایع بسیار چالش‌برانگیز، زمان‌بر و با صرف هزینه‌های میلیار دلاری همراه بوده است.

آگاهی از میزان و نوع تأثیر سیاست‌های پولی بر عملکرد صنعت بسیار حائز اهمیت است. نرخ بهره، نحوه و میزان عرضه پول و اعتبار یا تسهیلات بانکی در سطح کلان تابع تصمیمات در حوزه سیاست‌های پولی و در هسته آن‌ها عملکرد بانکها هستند. پیامد این تصمیمات بر هزینه‌های استقراض، تصمیمات سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های اقتصادی در مقیاس کلان مرتبط با صنایع مختلف تأثیر می‌گذارد.

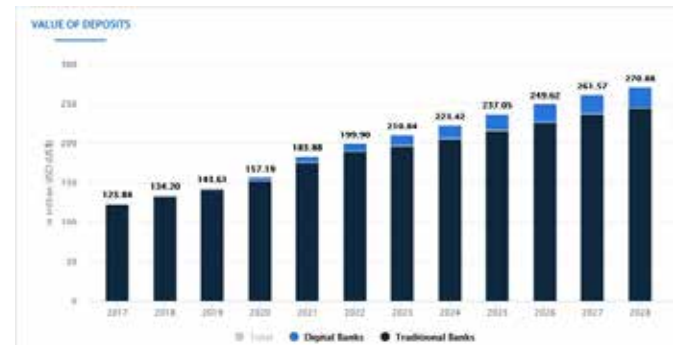
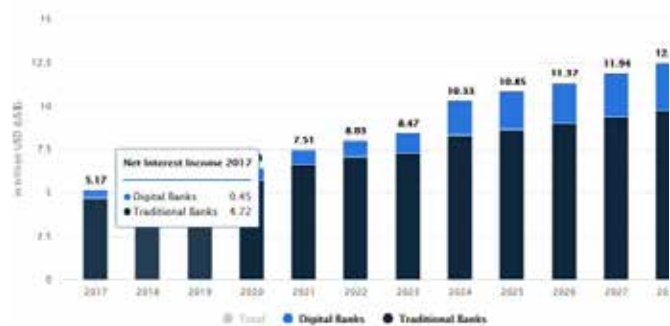
در بخش‌های بعدی تأثیر چندگانه سیاست‌های پولی و عملکرد سیستم بانکی بر صنایع را بررسی می‌کنیم؛ همچنین به نقش اعتبار در دسترس، تأمین مالی برای سرمایه‌گذاری، شیوه‌های مدیریت ریسک و اهمیت آن‌ها در نوآوری می‌پردازیم.

در شبکه پیچیده اقتصاد جهانی، تعداد کمی از نهادها به اندازه بخش بانکداری بر سرنوشت صنایع تأثیر بنیادی دارند. سیاست‌ها و عملکرد بانکها نه تنها چشم‌اندازهای مالی را شکل می‌دهند، بلکه زیربنای موفقیت و عملکرد صنایع مختلف نیز هستند. از چارچوب نظارتی آن‌ها که بر عملیات و تراکنش‌ها نظارت می‌کند تا شیوه‌های وام‌دهی و تعریف دسترسی به سرمایه، هر جنبه از سیستم بانکی در کل اقتصاد و صنعت بازتاب دارد.

پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۴ درآمد خالص بهره بانکها در سراسر جهان به عدد خیره‌کننده ۱۰,۳۴ تریلیون دلار برسد؛ بازاری که عمدتاً در سلطه بانک‌های سنتی است.

بنا بر داده‌های مرتبط با بانک‌های جهانی، بخش بانکداری سهم قابل توجهی از کل دارایی‌ها در اکثر اقتصادها دارد. بخصوص، نقش محوری بانکها در تخصیص سرمایه و هدایت فعالیت‌های اقتصادی، بیشترین تأثیر را بر صنایع و توسعه کشورهای مختلف دارند.

در طول سال‌ها مقررات بانکی در پاسخ به بحران‌های مالی و تغییرات چشم‌انداز اقتصادی کشورها تغییر کرده است. به عنوان مثال، پس از بحران مالی سال ۲۰۰۸، اصطلاحات نظارتی مانند



## رویکردهای بانکی

چارچوب نظارتی حاکم بر بخش بانکی فقط مجموعه‌ای از قوانین نیست، بلکه سنگ بنای ثبات مالی و انعطاف‌پذیری اقتصاد کشور است. مقررات سخت‌گیرانه برای حفاظت از وجوه سپرده‌گذاران، جلوگیری از تقلب و حفظ یکپارچگی سیستم مالی یک ضرورت است. بخصوص اینکه با ایجاد الزامات و استانداردهای نقدینگی، قانون‌گذاران بخش بانکی خطر ورشکستگی بانکها را کاهش داده و از سرایت عواقب آن به سایر بخش‌ها جلوگیری می‌کنند.

با این حال، این تمام ماجرا نیست و بخش بانکی نمی‌تواند تنها بر بقاء و عملکرد خود تمرکز کند، زیرا آن‌ها بازوی سرمایه‌ای صنایع و شرکت‌های دیگرند و اگر مسیر رسیدن به تسهیلات بانکی صعب‌العبور شود، صنعت فلج می‌شود. به ویژه برای شرکت‌های کوچک و استارت‌آپ‌ها، این قوانین همیشه دست‌وپاگیر و گاهی اصلی‌ترین مانع در رسیدن به تولید هستند.

بنابراین، بانکها باید نقطه تعادلی در رویکردهای اجرایی و تخصیص سرمایه خود بیابند؛ چنین رویکردی از مسیر شفافیت در عملیات و کاهش تعداد فیلترها، اما افزایش کارایی انواع باقیمانده، ممکن می‌شود. بار نظارتی بیش از حد می‌تواند مانع از عملکرد مطلوب بانکها در مواجهه با فناوری و نوآوری در صنعت و سازگاری با پویایی موجود در آن شود. اگر بانک تنها بر سودده بودن مطمئن تمرکز کند، خطرپذیری خود را از دست می‌دهد و جایی که بانکها دیگر ریسک‌پذیر نباشند، جریان کارآفرینی قطع می‌شود.

## تأثیر رویکردهای بانکی بر عملکرد سایر صنایع

بانکها به عنوان واسطه‌هایی حیاتی عمل می‌کنند که جریان سرمایه را در داخل اقتصاد تسهیل می‌بخشند. بسیاری از تحقیقات آکادمیک نشان داده‌اند که کشورها با سیستم بانکی توسعه‌یافته، رشد اقتصادی بالاتری را در تمام رگه‌های صنعتی خود تجربه می‌کنند. زیرا دسترسی به اعتبار و سرمایه به کسب‌وکارها این امکان را می‌دهد تا سرمایه‌گذاری، نوآوری و اشتغال را به مطلوبیت برسانند و رونق اقتصادی را نتیجه دهند.

صنایعی که دسترسی بهتری به تأمین مالی از سیستم بانکی دارند، نرخ سرمایه‌گذاری بالاتری در توسعه محصولات، بهره‌وری و نوآوری دارند. تأمین مالی بانکها از تشکیل سرمایه اولیه و ثابت، افزایش کارایی در فرایندها و رشد اقتصادی بلندمدت حمایت می‌کند. به‌ویژه، توانایی بانکها در ایجاد نقدینگی همبستگی کاملاً مثبتی با رشد اقتصادی کشور دارد.

## سیاست‌های پولی

بانک‌های مرکزی از طریق تدوین سیاست‌های پولی خود تأثیر قابل توجهی بر شرایط اقتصادی دارند. وقتی نرخ بهره برای صنعت کاهش پیدا می‌کند، قدرت سرمایه‌گذاری شرکت‌ها قوت می‌گیرد، آن‌ها نوآوری را بیشتر در طرح‌های کسب‌وکار خود دخیل می‌کنند و با توسعه محصول و عملیات نرخ اشتغال کشور نیز افزایش پیدا می‌کند. هرچقدر هزینه‌های استقراض کاهش یابد، با حفظ شاخص‌های تورمی، قدرت خریدار نیز بالا می‌رود و صنایع بازار لازم برای عرضه دارند.

در مقابل افزایش نرخ بهره، به خصوص برای فعالیت‌های صنعتی، اگرچه در مسئله کنترل تورم و جلوگیری از شکل‌گیری حباب دارایی‌ها موثر است، اما نقدینگی را کاهش می‌دهد و شرکت‌ها دست‌بازی در بهره‌بردن از اعتبار خود نخواهند داشت.

به‌ویژه، انتقال از یک سیاست پولی به سیاستی دیگر هرگز آسان نیست، چراکه جامعه به زمان زیادی در هضم فیلترهای جدید نیاز دارد و تغییرات سریع و بلافاصله باعث ایجاد اختلالات و عدم اطمینان در بلندمدت می‌شوند.

## نقش بانکها در توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر

۱ درصد میزان کنونی مورد استفاده در صنعت انرژی نیاز خواهد بود. مطمئناً در بلندمدت این ۶۲ تریلیون، علاوه بر تمام مزایای زیست‌محیطی، به جیب اقتصادها برمی‌گردد؛ اما نکته مهم این است که سرمایه لازم برای این انتقال از کجا می‌آید؟ وقتی که حرف از سرمایه‌گذاری و ارقام بزرگ می‌شود سرها همه به سمت بانکها می‌چرخند.

بنا بر تحقیق محققان حوزه محیط‌زیست و انرژی از دانشگاه استنفورد، برای انتقالی کامل از سوخت‌های فسیلی به انواع مبتنی بر انرژی خورشیدی، بادی و آبی جهان به بیشتر از ۶۲ تریلیون دلار سرمایه نیاز دارد. چنین تحولی باعث ایجاد ۲۸ میلیون شغل جدید می‌شود (در مقابل تعداد زیادی مشاغل مرتبط با سوخت فسیلی که از بین می‌روند) و به مساحتی کمتر از

در سال ۲۰۲۱، صنایع نزدیک به ۱٫۶ تریلیون دلار، یعنی ۲۱ درصد بیشتر از ۲۰۲۰، برای فعالیتهای مرتبط با تحول دیجیتال و استفاده همه‌گیرتر از فناوری خرج کرده‌اند. در ۲۰۲۲ شرکت‌ها ۲۶۰ میلیارد دلار بیشتر از این عدد خرج کرده‌اند و این روند صعودی در هزینه‌ها همچنان ادامه دارد و انتظار می‌رود در پایان سال ۲۰۲۴ از ۲٫۵ تریلیون دلار عبور کند و در ۲۰۲۷ به نزدیک ۴ تریلیون دلار برسد.

این اعداد تنها بخشی از فعالیتهای صنعت در تزریق فناوری به رگه‌های مختلف خود است. فناوری‌های نوآورانه نه فقط صنایع و عملیات آن‌ها را به مسیرهای جدید در تولید هدایت می‌کنند، بلکه بنیادها را بازتعریف می‌کنند و اشکال جدیدی از مفهوم فرایند صنعتی و روند تولید به وجود می‌آورند.

تمام این انتقال‌ها، چنانکه آمار بالا به وضوح نشان می‌دهند، به سرمایه‌گذاری نیاز دارند. بانک‌ها در رأس این تغییراتند و با سرمایه‌گذاری خطرپذیر به صنایع در اتخاذ فناوری‌های جدید کمک می‌کنند. بخصوص، برای کشورهای در حال توسعه یا توسعه نیافته، بانک‌ها نقشی کلیدی در تعریف فناوری یا واردات آن بازی می‌کنند؛ اگر صنایع داخلی نتوانند با فناوری مورد استفاده در شبکه هم‌تایان خود ارتباط برقرار کنند، کم‌کم از زنجیره‌های تأمین و ارزش صنعت در خارج از مرزهای کشور حذف می‌شوند.

## صنعت، ESG و بانک‌ها

در سال‌های اخیر، انرژی‌های تجدیدپذیر مانند انرژی بادی و خورشیدی به مولفه مهمی در مصرف انرژی جهانی تبدیل شده‌اند؛ زیرا این انرژی‌ها تأثیر زیادی در تلاش جهانی برای کاهش گرمایش زمین و انتشار گازهای گلخانه‌ای دارند. برای اطمینان از حصول سیاست‌های تعیین‌شده در این مسیر، نیاز به سرمایه‌گذاری‌های بسیار کلان در حوزه فناوری انرژی تجدیدپذیر است.

برای این سرمایه‌گذاری‌ها، تأمین مالی باید تضمین شود، وظیفه‌ای که حوزه بانکی را در خاستگاه اول قرار می‌دهد. علاوه بر این، بانک‌ها در اکثر فعالیتهای صنعتی سرمایه‌گذاری می‌کنند و به همین دلیل رد کربن نوع ۳ آن‌ها بسیار بالاتر از شرکت‌های دیگر است. در نتیجه، آن‌ها به سیاست‌های همه‌جانبه‌تری در کنترل شبکه مشتریان و ذینفعان خود نیاز دارند تا با هدفمند کردن سرمایه‌گذاری‌ها در فعالیتهای مرتبط با انرژی‌های تجدیدپذیر، رسالت‌های ESG خود را تا حدودی برآورده کنند.

بانک‌ها، پس از دولت‌ها، بزرگترین سرمایه‌گذاران در صنعت انرژی هستند. به همین دلیل، آن‌ها نقشی محوری در مسیری به فعالیتهای مرتبط با تولید انرژی دارند. تعیین سیاست‌های جدید بانکی در سرمایه‌گذاری بر روی انرژی‌های پاک می‌تواند اولین قدم در تأثیر مثبت بانک بر فعالیت شرکت‌های فعال در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر باشد.

علاوه بر محیط‌زیست، بانک‌ها می‌توانند هادی فعالیتهای انسان دوستانه در صنایع باشند. پشتیبانی از فعالیتهای توسعه‌ای در مناطق محروم، تسهیل روند انتقال کمک‌های مالی صنایع به اقشار هدف و تشویق شرکت‌ها به پیگیری رسالت‌های اجتماعی خود از جمله فعالیتهای واسطه‌ای بانک‌ها در موضوعات ESG مرتبط با صنایع هستند در نهایت توجه به این مهم ضروری است که بانک می‌تواند هم نقشی تسهیل‌گر و کاتالیزگری برای تغییر در عملیات صنایع و افزایش بهره‌وری آن‌ها باشد، هم نقشی محدودکننده را با تعریف سیاست‌های پولی غیرقابل انعطاف بازی کند. زیرا آن‌ها به ترکیبی از ریسک‌پذیری، شفافیت و قدرت سرمایه‌گذاری نیاز دارند تا تصمیمات هدفمندی در ارتقاء حس کارآفرینی و توسعه عملیات صنعتی بگیرند.

با این حال، مدیریت ریسک باید همچنان اصلی‌ترین دغدغه بانک باشد، زیرا برداشت اشتباه از ریسک نه‌تنها به منزله شکست سرمایه‌گذاری برای آن است، بلکه دست صنایع را از قدرت مالی مورد نیازشان کوتاه می‌کند.

**بانک‌های مرکزی از طریق تدوین سیاست‌های پولی خود تأثیر قابل توجهی بر شرایط اقتصادی دارند. وقتی نرخ بهره برای صنعت کاهش پیدا می‌کند، قدرت سرمایه‌گذاری شرکت‌ها قوت می‌گیرد، آن‌ها نوآوری را بیشتر در طرح‌های کسب‌وکار خود دخیل می‌کنند و با توسعه محصول و عملیات نرخ اشتغال کشور نیز افزایش پیدا می‌کند**



# نقش روانشناسی در شکل‌گیری نظریه‌های اقتصادی

اندیشه‌های روانشناختی همواره در شکل‌گیری تفکر اقتصادی نقش داشته‌اند، چنانکه در مدل‌های اقتصادی سنتی نیز ردی ملموس از روانشناسی به چشم می‌خورد. با این حال، تا اوایل قرن بیستم هیچ رویکرد ساختارمندی برای استفاده از روانشناسی در نظریه‌های اقتصادی وجود نداشت. اواخر قرن بیستم تغییر اساسی در اقتصاد جریان اصلی را با خود داشت و نظریه‌های مرکب با تأثیرگیری از سایر علوم، بخصوص علوم اجتماعی، به دنیای اقتصاد معرفی شدند. این تغییر مفهومی عمدتاً توسط ویلفرد دیویدسون آغاز شد و با ظهور نظریه‌های انتخاب در دهه‌های اول قرن بیستم تشدید شد. اما

## نفوذ یا تشخیص جنبه‌های روانشناختی در نظریات اقتصادی

ارتباط روانشناسی و نظریات اقتصادی تاریخچه‌ای بلند و بسیار پیچیده دارد. از طرفی، روانشناسی نزدیک‌ترین علم به اقتصاد است؛ از طرفی دیگر تنها در ۳ دهه اخیر بوده که این ارتباط به رسمیت شناخته شده و تا قبل از آن بیشتر بر جنبه ریاضیاتی اقتصاد و تأثیر مدل‌های ریاضی بر آن تأکید می‌شد.

دلیل این تضاد عدم وجود رویکرد ساختارمند در تشخیص روند ورود ایده‌های روانشناسی به اقتصاد بوده است. تا قبل از دهه‌های آخر قرن ۱۹م، اقتصاد و روانشناسی کاملاً به هم گره خورده بودند و اقتصاددانان نظریات خود را مبتنی بر اصول انسان‌شناسی و روانشناسی مطرح می‌کردند. اما پارتو که خود یک جامعه‌شناس علاقه‌مند به اقتصاد و ریاضیات بود آغازگر مرحله جدیدی در جدایی اقتصاد از روانشناسی بود.

رویکرد جدایی اقتصاد از روانشناسی با کارهای پارتو (Pareto) در زمینه بررسی روند انتخاب فردی و جمعی شروع شد و به همین دلیل به چرخش پارتین (Paretian Turn) مشهور شده است. در دهه‌های اول قرن بیستم ایده‌های پارتو توسعه یافتند و افرادی چون جان هیکس و پاول ساموئلسون جنبه‌های مختلف از نظریه‌های اقتصادی را بر مبنای شخصیت منطقی داستان مدل‌های خود طراحی می‌کردند. آنچه بعداً نظریه انتخاب منطقی نامیده شد ریشه‌های روانشناسی را از اقتصاد گرفت. این روند در ادامه بنیادهای اقتصاد خرد (Microfoundation) و انتظارات منطقی (Rational Expectations) را در ادبیات اقتصاد به وجود آورد که بازهم سعی در رد کردن یا نادیده گرفتن گرایش‌های رفتاری در انتخابات اقتصادی داشتند. در ادامه، کاربردهای نظریه انتخاب منطقی به تمام مباحث اقتصاد نفوذ کرد و این چرخش در اقتصاد به شاخه اصلی و منفک از روانشناسی بدل شد.

در سه دهه اخیر اما روانشناسی دوباره وارد مدل‌های اقتصادی شد (یا حداقل تأثیر آن به رسمیت شناخته شد)، چراکه اقتصاد نئوکلاسیک و مبتنی بر نظریه انتخاب منطقی نقص‌های زیادی داشت که عمدتاً متأثر از نادیده گرفتن احساسات و گرایش‌های رفتاری انسان بودند. در هسته مطالعات جدید و مرکب از اقتصاد و روانشناسی، نقد اقتصاد کلاسیک و فرض منطقی دانستن انسان از جانب مدل‌های آن قرار داشت. آزمایش‌های متعددی که افرادی چون کانمن و تورسکی انجام دادند حاکی از آن بود که انسان منطقی مدنظر این نظریه‌ها بیش از اندازه غیرواقعی بود و انتخاب‌های منطقی آن با واقعیت رفتار انسان در مواجهه با ریسک مغایرت داشت.

## استفاده از مولفه‌های روانشناختی برای مداخله

اگر مدل‌های اقتصادی حاوی پارامترهای روانشناختی باشند و جنبه‌های رفتاری انسان را نیز در معادلات خود وارد کنند، امکان بیشتری برای مداخله مثبت در انواع بازارها و جلوگیری از بروز بحران است. رگرسیون ساده‌ای را در نظر بگیرید که در آن پارامتری مرتبط با رفتار جمعی در یک بازار به مدل وارد شده است. ضرایب این پارامترها میزان وجود و تأثیر این رفتار را در بین سرمایه‌گذاران مختلف به تصویر می‌کشند و ارزیابی این پارامترها در چیهایی به مداخله و بهبود وضعیت به روی تصمیم‌گیرندگان بازمی‌کنند.

## چالش‌های موجود بر سر استفاده از مبانی روانشناسی در اقتصاد

تمام آنچه که در اهمیت و بایست استفاده از مبانی روانشناسی در اقتصاد گفته شد، کاملاً منطقی و موثر به نظر می‌رسند. اما سوال اینجاست که آیا می‌توان چنین ارتباط عمیقی ایجاد کرد، آیا می‌توان سوگیری‌های رفتاری انسان را فرمول‌بندی و در نظریات وارد کرد و آیا نظریات حاصل بیش از اندازه پیچیده نیستند که خطای آن‌ها جنبه‌های مثبت نظریه را از بین ببرد. واقعیت این است که وقتی پارامتر جدیدی به یک مدل اضافه می‌کنیم، هم‌زمان با ایجاد کانال جدیدی در ورود اطلاعات مفید به مدل و امکان پیش‌بینی بهتر برای آن، پیچیدگی را نیز به مدل تزریق می‌کنیم و خطاهای محاسباتی را افزایش می‌دهیم. شاید به همین دلیل است که اگر نگوییم تمام، نظریاتی که در چهارچوب اقتصاد رفتاری پیشنهاد شده‌اند همه تعمیم‌هایی جزئی از نظریات اقتصاد کلاسیک هستند که روانشناسی را کم و بیش نادیده گرفته بودند. حال آن که در نظریاتی مانند نظریه چشم‌انداز آنچه به چشم می‌خورد اضافه کردن ضرایب و تغییرات اندک در نظریات مبتنی بر انتخاب منطقی است. باید گفت که رفتار انسان فرایند بسیار پیچیده‌ای است و اگر بخواهیم آن را در قالب متغیرها و مدل‌ها شبیه‌سازی یا اندازه‌گیری کنیم، به توان محاسباتی، صرف زمان بسیار زیاد، هوشمندی فوق‌العاده بیشتر در طراحی

۳ دهه اخیر شاخص‌ترین تغییرات را در خود داشتند و امیدوارکننده‌ترین نظریات مبتنی بر روانشناسی در اقتصاد ظهور کردند. نظریاتی که گاهی توسط روانشناسان تکمیل می‌شدند و تعمیم و بهبودی از نظریات در اقتصاد جریان اصلی یا همان اقتصاد کلاسیک بودند. کانمن، شناخته شده‌ترین چهره در اقتصاد رفتاری، در جایی می‌گوید: ما گاهی نسبت به تشخیص بدیهیات کور هستیم و بدتر اینکه این کور بودن خود را نیز نادیده می‌گیریم. این گفته کانمن چکیده خوبی از تاریخچه عملکردی اقتصاد کلاسیک و مدل‌های آن در قبال روانشناسی و استفاده از فاکتورهای آن در محاسبات باشد.

## چرا به روانشناسی در اقتصاد نیاز است؟

در اقتصاد کلاسیک فرض بر این است که تصمیم‌گیرنده شخصیتی منطقی است که تصمیماتش را در ارتباط کامل با بیشینه کردن مطلوبیت مورد انتظار خود اتخاذ می‌کند. اما مشاهدات دنیای واقعی این اصل اساسی برای نظریات اقتصادی را رد می‌کنند، چراکه رفتار انسان متأثر از فاکتورهای روانشناسی متعددی است که ممکن است در شرایط مختلف منطبق با احساسات جایگزین و تصمیم‌گیری بیشتر از بار منطقی، جنبه احساسی داشته باشد.

استفاده از اصول و واقعیات کشف‌شده در روانشناسی درباره ماهیت و رفتار انسان به دلایل مختلفی برای ترسیم نظریات اقتصادی مهم است. موارد زیر شاخص‌ترین این دلایل و شروع خوبی برای فاصله گرفتن از فرض مطلق منطقی بودن بازیگر اصلی داستان‌ها در اقتصاد کلاسیک هستند.

## توضیح رفتارهای غیرعادی در بازارها

اقتصاد کلاسیک ابزار لازم برای توضیح واقعیت‌هایی چون اعتماد بیش‌ازحد، ضررگریزی و به تعویق انداختن عمل در معامله‌گران را ندارد. با اضافه کردن جزئیات روانشناسی به مدل‌ها، مدل اقتصادی دست‌بازتری در تشخیص و تفکیک واقعیت دارد و آنچه پیش‌بینی می‌کند با آنچه رخ می‌دهد سازگارتر است. برای مثال، در بازارهای سهام به مراتب دیده می‌شود که معامله‌گران در سهام ضررده حاضر به ترک موقعیت سرمایه‌گذاری خود نیستند. آن‌ها چند ده درصد ضرر کرده‌اند اما همچنان امیدوارند که روزهای خوب بازگردند. حتی بدتر، آن‌ها می‌دانند که قیمت آن سهام پایین‌تر هم می‌روند و اگر الان بفروشند و بعداً بخرند وضعیت بهتری خواهند داشت، اما در عین ناباوری همچنان حاضر به ترک سهام ضررده نیستند.

دلیل این امر در دردی روانشناختی نهفته است که معامله‌گر شبیه‌بمی‌ساعتی با خود این طرف و آن طرف می‌برد. او از ضرری که کرده بسیار ناراحت است، اما امید کمی که به بازگشت روند دارد باعث تسکین او می‌شود (ترس از دست دادن). بنابراین، اگر مدل اقتصادی نتواند این پارامتر را در محاسبات خود بگنجانند، آنچه پیش‌بینی می‌شود ترک آنی این سهام توسط سهامدارانشان است، در حالی که در واقعیت هرگز چنین اتفاقی برای تمام سهامداران نمی‌افتد.

در بازار سهام به وضوح مشاهده می‌شود که معامله‌گران سهمی را می‌فروشند که وضعیت خوبی دارد و سودده بوده و سهام ضررده را نگه می‌دارند تا به وضعیت مطلوبی برسند. چنین رفتار غیرعادی و غیرمنطقی هرگز قابل توضیح با مدلی اقتصادی مبتنی بر نظریه انتخاب منطقی نیست.

## واقع‌گرایی بیشتر در پیش‌بینی‌ها

در نهایت، هدف تمام مدل‌های اقتصادی ایجاد کانال‌هایی برای پیش‌بینی آینده یک وضعیت اقتصادی است. ورود جنبه‌های روانشناختی به این مدل‌ها باعث می‌شود که تصمیم‌گیرنده دست‌بازتری در پیش‌بینی آینده روند داشته باشد، مولفه داینامیک بودن رفتارهای سرمایه‌گذاری را در مدل وارد کند و پیش‌بینی او نه فقط بر مبنای داده‌های تاریخی که بر اساس تغییرات در رفتارهای فردی و اجتماعی نیز باشد.

مدل‌ها و آزمایش‌های میدانی فراوانی نیاز داریم. این چالش‌ها همان دلایل شاخص در روندهای جذب و حذف روانشناسی در اقتصاد هستند. گاهی چند مولفه رفتاری محدود اضافه و از آن بهره گرفته می‌شود، بعداً که مدل توسعه می‌یابد آن پارامترها دست‌وپاگیر می‌شوند و به ناچار حذف می‌گردند. اینکه نقطه تعادل در استفاده از روانشناسی در اقتصاد کجاست و ما کی به آن می‌رسیم فعلاً معلوم نیست، اما مشخص است که هر نظریه اقتصادی که منهای روانشناسی باشد نتایج آن با واقعیت دنیای ما فاصله دارد. وقتی حرف از مدل اقتصادی به میان می‌آید، هدف نهایی همیشه یک پیش‌بینی است، پیش‌بینی قیمت، وضعیت، عرضه و تقاضا و موارد مشابه. اما این پیش‌بینی‌ها بر اساس عملکرد فردی و جمعی و توسط انسان‌ها انجام می‌گیرند. در نتیجه، بسیار غیرمنطقی به نظر می‌رسد اگر شخص فرض کند که آنچه محصول سوگیری‌های انسانی است نباید شامل هیچ پارامتری برای توضیح و ورود این سوگیری‌ها به مدل باشد. اقتصاد رفتاری سعی می‌کند این سوگیری‌ها را به شیوه‌های مختلف در مدل‌ها وارد کند. برای انجام این عمل، یا مدل‌های قبلی ترمیم می‌شوند یا انواع کاملاً جدیدی ارائه می‌گردند که بیشتر از هر پارامتر دیگری، سوگیری‌های شخصیتی را مدنظر قرار می‌گیرند.

# فیورده؛ خانه ای در دل طبیعت

گروه صنعتی فیورده زمینه تولید ورق های فیورده و محصولات دیگر از قبیل ساندویچ پانل و سی.ان.سی و کیوم فعالیت می کند که دارای شاخص ها و مزایایی از قبیل نسوز بودن، عایق صدا، آب گریزی، قابلیت بازیافت در چارچوب ساخت و ساز خشک هستند.

فیورده در کمتر از ۱۸ ماه از آغاز فعالیت خود در ایران، با ایجاد بیش از ۱۴۰ نمایندگی فرانچایز در سراسر کشور برای بیش از ۳۰۰ نفر به صورت مستقیم ایجاد اشتغال کرده است و با راه اندازی خطوط تولیدی دیگر، پیش بینی می شود این رقم تا پایان امسال دست کم به ۲ برابر افزایش یابد. همچنین این گروه صنعتی توانسته است مدل های مدیریتی نوین را در سازمان خود پیاده سازی و مجموعه ای چابک و کارآمد را بنیانگذاری کند.

این مدل بیزینس که ترکیبی از استراتژی های دقیق مدیریتی، آموزش مستمر و بهره گیری از فناوری های نوین است به فیورده کمک کرده تا با وجود مشکلات تأمین مالی و بحران های اقتصادی، به مسیر رشد و توسعه ادامه دهد.

به همین منظور پای صحبت های کامبیز یوسفی مدیرعامل گروه صنعتی فیورده نشستیم.

صنعت ساختمان به عنوان یکی از مهم ترین بخش های اقتصادی و زیربنایی هر کشور، همواره با چالش های زیادی از قبیل آلاینده های زیست محیطی، مصرف بالای انرژی و رهاسازی پسماند و نخاله ها در طبیعت مواجه است. از سوی دیگر، مشکلات اقتصادی و مالی که بسیاری از شرکت ها در تأمین سرمایه های لازم برای توسعه با آن دست به گریبانند، این صنعت را با موانع بزرگی روبه رو کرده است. در چنین شرایطی، توجه به اصول معماری سبز و توسعه پایدار که علاوه بر توجه به مسائل محیط زیستی، بر بهینه سازی منابع و کارآفرینی تأکید دارد، تبدیل به راهکاری مؤثر برای برون رفت از این چالش ها شده است.

یکی از شرکت هایی که در این مسیر گام های مهمی برداشته، گروه صنعتی فیورده است. این شرکت با معرفی مدل های نوآورانه در صنعت ساختمان، نه تنها به مسائل زیست محیطی توجه کرده، بلکه توانسته است راه حل هایی برای رفع مشکلات مالی و اقتصادی این صنعت ارائه دهد. از جمله راهکارهای فیورده، مدل فرانچایز آن است که با هدف جذب سرمایه های بخش خصوصی و ارائه فرصت های شغلی، توانسته است به رشد و توسعه صنعت ساختمان در ایران کمک کند.

## تولد فیورده در امتداد آشتی با طبیعت

من از همان سال های اول فعالیت حرفه ای ام به این نتیجه رسیدم که مسائل زیست محیطی تنها زمانی می توانند به بخشی از هویت یک سازمان تبدیل شوند که در ذهن و باورهای مدیران آن ریشه داشته باشند. نمی توان با مجموعه ای از آیین نامه ها و دستورالعمل ها انتظار داشت که موضوعات حیاتی مانند ایمنی، بهداشت و محیط زیست در قلب سازمان ها جا بیافتند. بله، استانداردها و قوانین بین المللی به کنترل و هدایت کمک می کنند، اما اگر این مسائل در باورهای مدیران ارشد نهادینه نشده باشد، نتیجه ای جز هزینه های اضافی و تشریفاتی نخواهد داشت.

داستان من و محیط زیست، داستانی است که سال ها است با آن زندگی می کنم. من در صنایع مختلف، از نفت و نیرو گرفته تا کشتی سازی و صنایع غذایی، به عنوان ممیز و سرممیز فعالیت کرده ام و در این مسیر با چالش های زیست محیطی گوناگونی مواجه شده ام. خاطراتی که از فعالیت های خود در خوزستان، هرمزگان، تهران، آذربایجان و اصفهان دارم، تصویر روشنی از آسیب های جبران ناپذیر صنعت به محیط زیست را در ذهنم حک کرده است. شاهد بودم که چگونه پساب های صنعتی به رودخانه ها و منابع آبی نفوذ کرده و زباله های شیمیایی بدون هیچ کنترلی در طبیعت رها می شوند و این ها برای من نه تنها یک دغدغه، بلکه به تدریج به رسالتی شخصی تبدیل شد.

زندگی شخصی من و خانواده ام نیز همیشه با طبیعت در آمیخته است. ما در تعطیلات و اوقات فراغت، به دامن طبیعت پناه می بریم. کمپینگ، کوهنوردی و جنگل گردی تنها بخشی از برنامه های ما نیست؛ بلکه یک سبک زندگی است. هر جا که می رویم، به پاک سازی محیط از زباله ها و کمک به حفظ زیستگاه های طبیعی می پردازیم. این باور که همه ما به مادر زمین مدیون هستیم، از کودکی در من شکل گرفت و امروز نیز به عنوان پدری که می خواهد این عشق به طبیعت را به فرزندانش منتقل کند، آن را به عنوان یک ارزش بنیادی حفظ کرده ام.

این تجربه ها و ارزش های شخصی من، نخستین جرقه های ایجاد گروه صنعتی فیورده شد. فیورده تنها به عنوان یک واحد تولیدی، بلکه به عنوان حرکتی در جهت تلفیق صنعت با مسئولیت پذیری اجتماعی و حفاظت از محیط زیست پا به عرصه وجود گذاشت. هدف من از تأسیس فیورده، ایجاد سه پروژه صنعتی بزرگ بود که بتواند از این باورهای ریشه ای نشأت گرفته و در عین حال پاسخگوی نیازهای توسعه پایدار باشد. ما در این مسیر نمی خواهیم تنها به تعهدات قانونی عمل کنیم؛ بلکه می خواهیم کاری کنیم که این تفکر در فرهنگ سازمان ها جای بگیرد و به بخشی از اولویتهای ارزشمند مدیران تبدیل شود.

تجربه ای من در زمینه استانداردهای زیست محیطی به بیش از ۲۳ سال برمی گردد، از زمانی که در دهه ۱۳۸۰ خورشیدی، در ممیزی و راه اندازی تصفیه خانه ها در شهرک های صنعتی فعالیت می کردم. پروژه های بزرگی همچون اصلاح فرآیندهای زیست محیطی در بندر شهید رجایی و پیاده سازی ممیزی های زیست محیطی در پتروشیمی ها و پالایشگاه های خوزستان بخشی از کارنامه ای من است. تغییر نگرش و رفتارهای مدیران نسبت به مسائل زیست محیطی از اهداف اصلی من بود زیرا بارها دیده ام که این موضوعات به عنوان مسائلی لوکس و غیر ضروری قلمداد می شوند، در حالی که واقعیت چیزی غیر از این است.

کرونا و بحران جهانی ناشی از آن شاید یکی از تلنگرهای بزرگ برای همه ما بود که نشان داد قهر طبیعت می تواند چگونه زندگی ما را مختل کند. این بحران یادآوری کرد که ما به یک آشتی دوباره با طبیعت و یک تغییر اساسی در نحوه تعامل خود با آن نیاز داریم. فیورده، نتیجه این اندیشه ها و سال ها تجربه و تلاش من است - پاسخی به نیاز به تغییر بنیادین و تجدید ارتباط با محیطی که باید با آن سازگارتر و مسئولانه تر برخورد کنیم. ما باید یاد بگیریم که این زمین، مادر همه ماست و حفظ آن تنها یک انتخاب نیست؛ بلکه وظیفه ای است که باید با جان و دل به آن پایبند باشیم.





یکی از جنبه‌های قابل توجه در تولید این محصولات، رعایت کامل استانداردهای زیست‌محیطی بین‌المللی است. فرآیند تولید این ورق‌ها با رعایت اصول و معیارهایی انجام می‌شود که توسط نهادهای معتبر جهانی تأیید شده‌اند.



فیبره، ورق‌های ساختمانی که با تکنولوژی‌های پیشرفته و فرمولاسیون انحصاری تولید می‌شود، یکی از محصولات نوین صنعت ساختمان است که به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد خود، توجه بسیاری را به خود جلب کرده‌است. این ورق‌ها از ترکیب دقیق و کنترل شده مواد معدنی خاص تولید شده و در فرآیندی که از ابتدا تا انتها به صورت پایدار و بدون زباله طراحی شده است، شکل می‌گیرند.

**تولید بدون زباله:** یکی از نکات برجسته در فرآیند تولید این ورق‌ها، عدم تولید زباله به معنای مرسوم آن است. معمولاً وقتی از واژه «زباله» صحبت می‌شود، ذهنیت مخاطب به سمت پسماندهای بی‌ارزشی که دیگر قابلیت استفاده ندارند و باید دفع شوند، مطوف می‌شود. اما در تولید ورق‌های فیبر، این مفهوم به شکلی کاملاً متفاوت تعریف می‌شود. در کارخانه فیبو، تمامی ضایعات تولیدی دوباره به چرخه تولید بازگردانده می‌شوند. این بازگشت شامل فرآیندهایی مانند خرد کردن و پودر کردن ضایعات و افزودن مجدد آنها به خمیر مایه اصلی ورق‌ها می‌شود. در نتیجه، تمامی مواد اولیه به شکلی بهینه مورد استفاده قرار می‌گیرند و هیچ ماده غیرقابل استفاده‌ای از خط تولید خارج نمی‌شود.

**تکنولوژی‌های تولیدی پیشرفته:** فرآیند تولید این ورق‌ها بر پایه استفاده از تکنولوژی‌های مدرن و دوستدار محیط زیست طراحی شده‌است. این تکنولوژی‌ها نه تنها باعث کاهش مصرف منابع طبیعی می‌شوند، بلکه کمک می‌کنند تا تولید با کمترین تأثیرات زیست‌محیطی ممکن انجام شود. یکی از جنبه‌های مهم در این تکنولوژی‌ها، بهره‌گیری از فرمولاسیون‌های ویژه و تجهیزات به‌روز است که باعث می‌شود مواد معدنی ترکیبی به گونه‌ای پردازش شوند که ضایعات به حداقل برسد و فرآیند تولید به شکل کاملاً پاک انجام شود.

**تضمین‌های زیست‌محیطی و استانداردها:** یکی از جنبه‌های قابل توجه در تولید این محصولات، رعایت کامل استانداردهای زیست‌محیطی بین‌المللی است. فرآیند تولید این ورق‌ها با رعایت اصول و معیارهایی انجام می‌شود که توسط نهادهای معتبر جهانی تأیید شده‌اند. این استانداردها شامل کاهش گازهای گلخانه‌ای، بهینه‌سازی مصرف انرژی، و

مدیریت منابع پسماند به شکلی است که آسیب کمتری به محیط زیست وارد شود. این دستاوردها باعث شده تا فیبو بتواند مجوزهای معتبر بین‌المللی در زمینه تولید پایدار را کسب کند.

**چرخه بازگشت‌پذیری و تجزیه طبیعی:** حتی پس از اتمام فرآیند تولید و استفاده از این ورق‌ها در ساختمان‌ها، باز هم می‌توان از پایداری و حفظ محیط زیست صحبت کرد. به عنوان مثال، اگر این ورق‌ها در طول نصب به دلایلی نیاز به برش یا تغییر اندازه پیدا کنند، قسمت‌های برش خورده و اضافی که معمولاً در پروژه‌های ساختمانی به عنوان نخاله محسوب می‌شوند، می‌توانند دوباره به کارخانه بازگردانده و بازیافت شوند. این فرآیند شامل بازگشت نخاله‌ها به خطوط تولید و تبدیل دوباره آنها به مواد اولیه برای ساخت ورق‌های جدید است. اما اگر این نخاله‌ها به هر دلیلی در طبیعت رها شوند، قابلیت تجزیه طبیعی دارند و در مدت زمانی حدود دو تا دو و نیم سال به مواد مغذی برای خاک تبدیل می‌شوند. این مواد به دلیل ترکیبات معدنی خود، به عنوان منبع تغذیه‌ای برای محیط زیست عمل می‌کنند و حتی به عنوان کود طبیعی نیز می‌توانند مفید واقع شوند.

**کاربردهای متنوع در ساختمان:** ورق‌های فیبور با ویژگی‌های منحصر به فردی که دارند، نقش مهمی در صنعت ساختمان ایفا می‌کنند و کاربردهای گسترده‌ای در بخش‌های مختلف دارند. یکی از کاربردهای اصلی این ورق‌ها، استفاده در سقف‌های کاذب است. این ورق‌ها به دلیل وزن سبک و مقاومت بالایی که دارند، انتخابی ایده‌آل برای استفاده در سقف‌های کاذب داخلی به شمار می‌آیند و باعث ایجاد ظاهری زیبا و مقاوم می‌شوند.

علاوه بر این، ورق‌های فیبو برای ساخت دیوارهای داخلی ساختمان‌ها بسیار مناسب هستند. این دیوارها که به عنوان دیوارهای میانی یا جداکننده به کار می‌روند، با استفاده از این ورق‌ها مقاوم و با استحکام بالا ساخته می‌شوند. این ویژگی به معماران و سازندگان امکان را می‌دهد تا فضای داخلی ساختمان‌ها را به شکل بهینه‌تری طراحی و اجرا کنند.

کاربرد دیگر این ورق‌ها در کف‌پوش‌هاست. به‌ویژه در کف پارکینگ‌ها و طبقات ساختمان‌ها که نیازمند تحمل فشار زیاد

و مقاومت در برابر رطوبت هستند، ورق‌های فیبو به عنوان راه‌حلی مناسب و بادوام شناخته می‌شوند. این ویژگی‌ها سبب شده که این ورق‌ها در ساختمان‌های مدرن و پروژه‌های عمرانی بزرگ به طور گسترده مورد استفاده قرار گیرند.

در نهایت، ورق‌های فیبور به دلیل خاصیت ضدحریق بودن، انتخابی ایمن و مطمئن برای استفاده در نما و دکوراسیون داخلی و خارجی ساختمان‌ها هستند. این ورق‌ها در طراحی نمای ساختمان‌ها، چه داخلی مانند دیوارهای پارکینگ‌ها و مشاعات و چه در نمای بیرونی که جنبه تزئینی و حفاظتی دارد، به کار می‌روند و امنیت ساکنان ساختمان را تضمین می‌کنند.

**خاصیت ضدحریق:** یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های ورق‌های فیبور، ضدحریق بودن آنها است. در آزمایش‌های انجام شده توسط مرکز تحقیقات شهرسازی، این ورق‌ها توانسته‌اند در دماهای بالا و تا بیش از دو ساعت و چهل و چهار دقیقه بدون از دست دادن استحکام خود مقاومت کنند. این مقاومت بالا به دلیل ترکیبات معدنی خاص و فرآیند تولیدی است که در آن‌ها استفاده شده است. این ویژگی باعث می‌شود که در شرایط بحرانی مانند آتش‌سوزی، امنیت ساکنان ساختمان تا حد زیادی حفظ شود.



صرفه جویی در هزینه برای پروژه‌های بزرگ عددی قابل توجه محسوب می‌شود. همچنین، این پنل‌ها به دلیل نازک بودن و سبکی، امکان افزایش فضای مفید ساختمانی را فراهم می‌کنند. وزن یک دیوار با این فناوری تنها حدود ۲۰ تا ۴۰ کیلوگرم است، در حالی که دیوارهای سنتی ساخته شده با بلوک‌ها یا سفال وزن بسیار بیشتری دارند که می‌تواند به ۲۵۰ کیلوگرم برسد.

سبکی و نسوز بودن این پنل‌ها نقش بسیار مهمی در افزایش ایمنی ساختمان‌ها در برابر زلزله ایفا می‌کند. این ویژگی‌ها باعث می‌شوند که ساختمان‌ها در مواجهه با نیروهای ناشی از زلزله مقاوم‌تر و پایدارتر عمل کنند. برخلاف دیوارهای سنگین و سنتی که در هنگام وقوع زلزله می‌توانند به سرعت فرو بریزند و خطرات جدی برای ساکنان ایجاد کنند، پنل‌های سبک به دلیل وزن کمتر و ساختار منسجم خود، انرژی لرزه‌ای کمتری جذب کرده و به شکلی ایمن‌تر رفتار می‌کنند. این موضوع به ویژه برای مناطق زلزله‌خیز اهمیت بسیاری دارد، جایی که حفظ جان انسان‌ها از اولویت‌های اصلی در طراحی و ساخت ساختمان‌ها است.

استفاده از این فناوری می‌تواند جان بسیاری از انسان‌ها، به ویژه کودکان و خانواده‌ها، را در مواقع وقوع زلزله نجات دهد. زیرا دیوارهای سبک بارش احتمالی کمتر، باعث کاهش آسیب‌های جدی می‌شوند و این به ساکنان فرصت بیشتری برای خروج امن از ساختمان می‌دهد. افزون بر این، نسوز بودن این پنل‌ها کمک می‌کند تا در صورت وقوع آتش‌سوزی پس از زلزله، از گسترش شعله‌های آتش جلوگیری شود و امنیت بیشتری برای ساکنان فراهم شود. به این ترتیب، این تکنولوژی با ترکیب دو ویژگی کلیدی سبکی و مقاومت در برابر آتش، سطح جدیدی از ایمنی و پایداری را برای ساختمان‌ها ارائه می‌دهد و می‌تواند در کاهش خطرات ناشی از حوادث طبیعی و افزایش زمان بقا برای ساکنان نقش بسزایی ایفا کند.

ساخت‌وساز خشک به عنوان یک تکنولوژی نوین در صنعت عمران و ساختمان سازی طی حدود بیست سال اخیر مورد توجه و توسعه قرار گرفته است. دلیل اصلی این توجه، چالش بزرگ مصرف آب شیرین است. شاید دانستن این نکته شگفت‌انگیز باشد که در فرایند تولید بسیاری از مصالح ساختمانی مانند بتن، رنگ‌ها، چسب‌های محلول در آب، گچ و آهک به آب شیرین نیاز داریم. این مسئله به مفهوم «آب مجازی» مرتبط می‌شود؛ میزان آبی که برای تولید یک ساختمان مصرف می‌شود، چه در تولید مواد اولیه و چه در حین ساخت، قابل محاسبه است و اعداد حاصل از این محاسبات نشان‌دهنده فاجعه‌ای زیست‌محیطی هستند.

با افزایش پروژه‌های عمرانی و ساخت‌وساز در دنیا، مصرف آب شیرین چنان افزایش یافته که تامین آن تبدیل به یک چالش عظیم شده است. این مساله نیاز به تولید آب شیرین را برای تامین صنایع عمرانی به وجود آورده است. این تفکر که ساخت‌وسازی داشته باشیم که در آن آب کمتری مصرف شود، باعث شده است تکنولوژی ساخت‌وساز خشک گسترش یابد.

در این نوع ساخت‌وساز، استفاده از ساندویچ پنل‌ها و دیوارهای کاذب جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده است. این پنل‌ها و ورق‌ها که شامل فناوری‌های نوین مانند بردهای فلزی و تکنولوژی‌های دیگر هستند، در ضخامت‌های مختلف مانند ۶ تا ۱۵ سانتی‌متر تولید و در ساختمان‌ها نصب می‌شوند. این ویژگی باعث می‌شود که در حین ساخت دیوارهای داخلی و نازک‌کاری ساختمان‌ها هیچ آبی مصرف نشود که خود یک دستاورد بزرگ برای حفاظت از محیط زیست و کاهش هزینه‌های ساخت است.

البته مزایای استفاده از این ساندویچ پنل‌ها فراتر از کاهش مصرف آب است. می‌توان گفت یکی از مزایای اصلی آن، کاهش ۷ تا ۱۰ درصدی هزینه‌های ساخت برای سازندگان است. این



را نیز در سازمان گسترش دهیم. با این حال، پذیرش این مدل به معنای عدم وجود چالش نیست. تأمین مالی و مدیریت منابع مالی از جمله دغدغه‌های اصلی هر شرکت خصوصی است و ما نیز از این قاعده مستثنی نیستیم. با این وجود، راهبردهای هوشمندانه‌ای که برای مدیریت این چالش‌ها اتخاذ کرده‌ایم، شامل تعامل مستمر با سرمایه‌گذاران خصوصی، استفاده از منابع داخلی، و بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در بازار بوده است. به‌عنوان مثال، ایجاد برنامه‌های ویژه برای جذب سرمایه‌گذاران و مشارکت با واحدهای دولتی در بخش‌هایی از پروژه‌ها، به ما امکان داده تا سرمایه‌گذاری‌های ضروری را انجام دهیم و بهره‌وری مطلوبی از گردش مالی داشته باشیم.

به‌طور کلی، فلسفه ما در این مسیر بر این اصل استوار است که با تکیه بر توانمندی‌ها و منابع داخلی خود، همراه با همکاری و استفاده از پتانسیل‌های بخش خصوصی، بتوانیم چالش‌های پیش‌رو را پشت سر بگذاریم و به رشد و توسعه پایدار دست یابیم. در این راستا، همچنان در حال بررسی و اعمال روش‌های نوین برای بهبود مستمر و تقویت بنیان‌های مالی و تجاری خود هستیم.

فلسفه مدل کسب و کار فرانچایز در مجموعه ما مبتنی بر جذب سرمایه‌های بخش خصوصی برای تسهیل و تقویت فعالیت‌های بیزینسی و توسعه‌ای است. این فلسفه با هدف ایجاد یک شبکه پشتیبانی قدرتمند، کارآفرینان و کسب‌وکارهای کوچک را تحت پوشش خود قرار می‌دهد و باعث تقویت و توسعه صنعت در بخش‌های مختلف می‌شود. در واقع، با استفاده از مدل‌های فرانچایز ما، این امکان برای کارآفرینان فراهم می‌شود تا در یک ساختار حمایتی و با پشتوانه قوی، فعالیت‌های خود را شروع و مدیریت کنند.

تاکنون، موفق شده‌ایم بیش از ۱۴۰ فضای فرانچایز و کارگاهی را در سراسر کشور به شرکای تجاری واگذار کنیم. این اقدام منجر به ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم برای بیش از ۳۰۰ نفر شده است و طبق پیش‌بینی‌های ما، تا پایان سال ۲۰۱۷ این تعداد به حدود هزار نفر خواهد رسید. این موفقیت‌ها تنها به دلیل پیاده‌سازی صحیح مدل فرانچایز و برنامه‌ریزی دقیق در تمام مراحل بوده است.

مدل فرانچایز ما در حوزه‌های متنوعی همچون تولید پتل‌های ساندریجی، تولید درب‌های ساختمانی، دریچه‌های سقفی، و دکوراسیون داخلی پیاده‌سازی شده است. این گوناگونی در خطوط تولید و بخش‌های مختلف صنعت، باعث افزایش دامنه فعالیت‌ها و کاهش ریسک‌های تجاری شده است. هر یک از این خطوط تولید با استانداردهای بین‌المللی هماهنگ شده‌اند و ما در تلاش هستیم تا کیفیت بالایی را برای تمامی محصولات و خدمات خود فراهم کنیم.

برای اجرای موفق این مدل، از سیستم‌های مدیریتی پیشرفته‌ای مانند CRM و Enterprise Resource Planning ERP استفاده کرده‌ایم. این سیستم‌ها به ما کمک کرده‌اند تا بهره‌وری بیشتری از منابع خود داشته باشیم و تمامی فرآیندهای تولید و تأمین مالی را به صورت بهینه مدیریت کنیم. استفاده از مدل‌های چابک مدیریتی نیز به ما امکان داده است تا تغییرات لازم را در کوتاه‌ترین زمان ممکن در فرآیندهای خود اعمال کنیم و با چالش‌های موجود به صورت انعطاف‌پذیر مواجه شویم.

یکی از عناصر کلیدی که به موفقیت مدل فرانچایز ما کمک کرده است، تأکید مداوم بر آموزش و مطالعه است. ما در مجموعه خود به آموزش و به‌روز نگه‌داشتن دانش تیم‌ها و کارگاه‌های همکار اهمیت ویژه‌ای می‌دهیم. این رویکرد باعث شده است تا نه تنها بتوانیم نیروهای متخصصی را در بخش‌های مختلف داشته باشیم، بلکه فرهنگ یادگیری و نوآوری

**سبکی و نسوز بودن این پنل‌ها  
نقش بسیار مهمی در افزایش  
ایمنی ساختمان‌ها در برابر زلزله  
ایفا می‌کند. این ویژگی‌ها باعث  
می‌شوند که ساختمان‌ها در مواجهه  
با نیروهای ناشی از زلزله مقاوم‌تر و  
پایدارتر عمل کنند. برخلاف دیوارهای  
سنگین و سنتی که در هنگام وقوع  
زلزله می‌توانند به سرعت فرو بریزند  
و خطرات جدی برای ساکنان ایجاد  
کنند، پنل‌های سبک به دلیل وزن  
کمتر و ساختار منسجم خود، انرژی  
لرزه‌ای کمتری جذب کرده و به شکلی  
ایمن‌تر رفتار می‌کنند**

# راهکارهای بازارهای تأمین مالی



سعید اسلامی بیدکلی  
عضو هیئت علمی دانشگاه  
علامه طباطبائی

ظرفیت تأمین مالی بنگاه‌ها به متغیرهایی مانند ساینز، صنعت، کیفیت دارایی‌ها و کیفیت درآمد و ... مربوط است. به غیر از این متغیرها که به بنگاه مربوط هستند، شرایط اقتصادی و قوانین و مقررات هم بر امکان تأمین مالی و هزینه سرمایه اثرگذار است. بنگاه‌هایی که از طریق بازار سرمایه به منابع عمومی دسترسی دارند، امکان بیشتری برای تأمین مالی خواهند داشت. این بنگاه‌ها یا در بورس یا فرابورس پذیرفته شده‌اند که در این صورت امکان انتشار ابزارهای مالکیتی و بدهی و تأمین مالی از این طریق را دارند یا از سطح درآمد، کیفیت دارایی (و وثیقه‌گذاری) و شفافیت کافی برای انتشار اوراق بدهی (یا تشکیل برخی صندوق‌های تأمین مالی) برخوردارند. بنابراین دغدغه بزرگ این دسته از بنگاه‌ها مسایل داخلی بنگاه و البته قوانین و مقررات و ریزساختارهای بازار سرمایه برای انتشار اوراق مالی است. بسیاری از بنگاه‌های بزرگ ما از کیفیت سودآوری و شفافیت کافی برخوردار نیستند و فرهنگ گزارشگری مطلوب سرمایه‌گذاران بازار سرمایه را ندارند و از این رو تا انتشار اوراق مالی فاصله دارند. دارای بسیاری از بنگاه‌ها (حتی برخی از بنگاه‌های بزرگ) هم به واسطه تأمین مالی‌های گذشته (معمولاً از شبکه پولی) در وثیقه است و این مسئله انتشار عمومی اوراق مالی را با مشکل مواجه می‌کند.

اما علاوه بر متغیرهای درونی بنگاه، شرایط کلان اقتصادی هم مانع بزرگی بر سر راه بنگاه‌ها است. نرخ بهره بالا، بسیاری از پروژه‌ها و توسعه‌ها را از نظر اقتصادی توجیه ناپذیر کرده است. تغییر مداوم قوانین و مقررات و ریسک‌های سیاسی و بین‌المللی هم شرایط را پیش‌بینی ناپذیر کرده و این همه مانع ریسک‌پذیری مدیران بنگاه‌ها برای انتشار اوراق با نرخ‌های بالا است.

قوانین و مقررات بازار سرمایه (و اقتصاد کشور) هم انتشار اوراق بدهی را به تا حد زیادی به شبکه پولی وابسته و اجازه انتشار اوراق با نرخ‌های متفاوت را سلب کرده است. این‌ها مشکلاتی است که بسیاری از بنگاه‌های بزرگ با آن مواجه هستند.

مسیر انتشار عمومی اوراق برای بیشتر بنگاه‌های کوچک و متوسط مسدود است. تأمین مالی این بنگاه‌ها یا از طریق افزایش سرمایه (مشارکت سهامداران قدیمی یا ورود سهامدار جدید) صورت می‌گیرد که این کار معمولاً دشوار و زمان‌بر است و یا از طریق تسهیلات بانکی. انجماد نقدینگی، سیاست‌های انقباضی و تعیین دستوری نرخ بهره دسترسی به منابع مالی بانک‌ها بسیار رانتی و البته دشوار ساخته است. درست به همین دلیل است که در گزارش‌های متعددی از «عدم دسترسی به تأمین مالی» به عنوان یکی از مهمترین مشکلات فعالان اقتصادی و تجاری ایران نام برده شده است. (به گزارش‌های سال‌های پیش رقابت‌پذیری اقتصادی مراجعه کنید). مادامی که نرخ اسمی تسهیلات بانکی بسیار کمتر از تورم باشد، رقابت ناسالمی برای دریافت این تسهیلات شکل می‌گیرد و البته این آغازی است برای فساد گسترده و تمایل به وام‌گیری (بدون قصد بازپرداخت آن) و رشد تسهیلات غیرجاری بانک‌ها. بخش بزرگی از درماندگی بانک‌ها به همین دلیل است. بسیاری از بانک‌ها هم برای فرار از مسئله عدم بازپرداخت تسهیلات توسط بنگاه‌ها، به بنگاهداری و اعطای تسهیلات به زیرمجموعه‌های خود روی آورده‌اند و این هم یکی دیگر از مشکلات نظام پولی ایران است.

ناگفته نماند که مشکلات کلان اقتصادی گریبان بنگاه‌های کوچک و متوسط را هم می‌گیرد. نرخ مؤثر بالای تأمین مالی (اگر پس از گذر از هفت‌خوان به آن دسترسی یابند)، تورم فزاینده و ساخت‌یافته، کوچک شدن بازار محصولات، عدم ثبات قوانین و مقررات و فساد گسترده همه بازارها را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

راه‌کار دیگری که چندسالی است پیش روی برخی از بنگاه‌ها قرار گرفته، تأمین مالی جمعی (crowd funding) است. از طریق تأمین مالی جمعی نمی‌توان ارقام بزرگی را تجهیز کرد، اما اندازه تأمین مالی از طریق این ساز و کار هم مناسب بنگاه‌های کوچک و متوسط است و هم مناسب تأمین سرمایه در گردش بنگاه‌های بزرگتر. البته چون این ساز و کار در بازار سرمایه تعریف شده است، باز هم سطح مناسبی از گزارشگری و شفافیت مورد نیاز است. نرخ بالای تأمین مالی و نیاز به وثایق کافی از جمله موانع پیش روی این روش نوپای تأمین مالی است. نهادهای مالی تخصصی در بازار سرمایه در این باره مشورت می‌دهند و پلتفرم‌های تأمین مالی جمعه در حال گسترش و توسعه هستند.

## ایجاد بدهی خصوصی اوضاع تامین مالی را دگرگون می کند

بهرنگ اسدی - مدیرعامل گروه مالی صبا تامین و کارشناس برجسته بازار سرمایه در گفت‌وگو با دروازه اقتصاد به چالش‌ها و فرصت‌های تامین مالی در شرایط فعلی اقتصادی ایران پرداخته است. او با تأکید بر ضرورت اصلاح ساختارهای تامین مالی، به بررسی راهکارهایی می‌پردازد که می‌توانند ضمن کاهش وابستگی به بانک‌ها، تامین مالی کارآمدتری برای بنگاه‌های اقتصادی فراهم آورند. در این مصاحبه، اسدی به توسعه بازار بدهی خصوصی، استفاده از صندوق‌های تخصصی برای تامین مالی سرمایه در گردش و چالش‌های ریسک اعتباری در ساختارهای جدید تامین مالی اشاره می‌کند. او معتقد است که با استفاده از مدل‌های نوآورانه، می‌توان مسیر جدیدی را برای تامین مالی بلندمدت و پایداری ایجاد کرد.

**به نظر شما نرخ کشف حدود ۴۰ درصدی اوراق برای تامین مالی، ظرفیت افزایش تامین مالی در بازار سرمایه را دارد؟**

نرخ تامین مالی به شدت تحت تأثیر واقعیت‌های اقتصادی کشور است. نمی‌توان این نرخ را به صورت جداگانه و ایزوله بررسی کرد و درباره آن به نتیجه‌گیری جامع و قطعی رسید. آنچه مسلم است، اقتصاد ما با نرخ‌های بهره بالا و تورم متوسط نزدیک به ۵۰ درصد در سال‌های اخیر مواجه بوده است.

**در چنین فضایی، انتظارات از نرخ بهره چیست؟ چرا باید فکر کنیم که در تعادل‌های نامناسبی قرار داریم؟ شاید بهتر باشد سؤال را این‌گونه مطرح کنیم: آیا این نرخ می‌تواند تولید را با نرخ بالایی حفظ کند؟**

به نظر من، ادامه حیات بنگاه‌های تولیدی ارتباط مستقیمی با بازار مالی ندارد. بازار مالی در واقع عرضه و تقاضای وجوه را تنظیم می‌کند و این دو بخش به طور مستقیم نرخ را شکل می‌دهند. با این حال، ادامه حیات بنگاه‌های اقتصادی هیچ تضمینی ندارد؛ ورشکستگی و ایجاد بنگاه‌های جدید بخشی طبیعی از چرخه اقتصادی هستند.

آنچه می‌توان درباره نرخ بهره گفت این است که باید مکانیزم‌های مؤثرتری برای تامین مالی ایجاد شود. آیا می‌توان نرخ‌های شناور بیشتری طراحی کرد؟ آیا می‌توان ابزارهای بدهی جدیدی ایجاد کرد که نیازهای مختلف را پوشش دهند؟ برای پاسخ کاربردی به این ضرورت، بازار سرمایه می‌تواند پاسخ‌هایی نوآورانه برای تامین مالی سرمایه در گردش ارائه دهد.

در عین حال، توسعه بدهی‌های خصوصی یا ایجاد بدهی خصوصی می‌تواند تغییرات مثبتی ایجاد کند، اما نیاز به قوانین جدید دارد. امروزه تقاضاهایی که در واقعیت اقتصادی وجود دارد، بیشتر از طریق شرکت‌های تامین مالی جمعی و با ضمانت بانک‌ها پاسخ داده می‌شود. با این حال، این ساختار شبیه به بازار بدهی خصوصی نیست که افراد خارج از شبکه بانکی به یکدیگر اعتبار بدهند.

بنابراین، می‌توان این تقاضاها را به صندوق‌های بدهی سرمایه‌گذاری خصوصی یا تامین مالی جمعی منتقل کرد. تا زمانی که بازار بدهی خصوصی توسعه نیابد، این صندوق‌ها و سازوکارهای جمعی، به نوعی جای خالی آن را پر می‌کنند.

**در واقع شما معتقدید که توسعه بازار بدهی خصوصی می‌تواند موجب شود که تامین مالی جمعی به جای تمرکز بر ابزارهای بدهی، مبتنی بر حقوق صاحبان سهام (Equity) باشد؟**

فرض کنید که اکنون شرکتی می‌خواهد سرمایه‌ای با نرخ‌های بالا جذب کند و از مسیر تامین مالی جمعی استفاده می‌کند. اما چه اشکالی دارد که صندوقی داشته باشیم که تنها به سرمایه در گردش اختصاص داشته باشد و با توجه به ریسک و تطبیق سرسیدها، ابطال واحدهای آن در بازه‌های

بلندمدت‌تر انجام شود؟ به این ترتیب، امکان تطبیق سرسیدها فراهم می‌شود.

در واقع کارکرد این صندوق از این جهت است که مردم با استفاده از یک ساز و کار قابل اعتماد، بدون دخالت اعتباری نهادهای واسطه‌گر همچون بانک، تامین مالی یکدیگر را انجام می‌دهند. در حال حاضر، تامین مالی جمعی نیز با اغماض به نوعی همین نقش را اما به صورت انفرادی و پروژه‌محور ایفا می‌کند.

اگر این فرآیند در یک صندوق جمعیت شود، چند مزیت ایجاد می‌شود از جمله آنکه امکان تطبیق سرسیدها فراهم خواهد بود. همچنین سرمایه‌گذاران می‌توانند جریان نقدی منظمی در پرداخت‌های میان‌دوره‌ای خود داشته باشند. در نهایت آن‌که تعداد بیشتری از متقاضیان و سرمایه‌گذاران می‌توانند در این صندوق مشارکت کنند و در نتیجه تطبیق و تبدیل سرسیدها کارآمدتر خواهد بود.

در دنیا، بازار بدهی‌های خصوصی (Private Debt) یک بازار گسترده است که بخش عمده‌ای از آن بر پایه وام‌دهی مستقیم (Direct Lending) شکل گرفته و ابزارهای مختلفی برای آن وجود دارد. این مدل می‌تواند همانند عملکرد بانک‌ها اما بدون واسطه‌گری مستقیم آن‌ها باشد.

البته در کشور ما مشکلاتی مانند مسائل مالیاتی و محدودیت نقش مدیران صندوق‌ها وجود دارد. در تامین مالی جمعی، مدیر سکوی تامین مالی به تنهایی می‌تواند طرح‌ها را بررسی و تأیید کند و پس از آن طرح برای جمع‌آوری منابع مالی در پلتفرم ارائه می‌شود. اما در یک مدل صندوقی، امکان این وجود دارد که منابع مستقیماً به وام تبدیل شوند و نیازی به سپرده‌گذاری در بانک و وام‌دهی از سوی بانک‌ها نباشد. به این ترتیب، توسعه صندوق‌های تخصصی برای سرمایه در گردش، می‌تواند نیازهای متقاضیان و سرمایه‌گذاران را به شکل مؤثرتری پاسخ دهد.

**این واسطه‌زدایی، چه مزایایی ایجاد می‌کند؟**

این واسطه‌زدایی می‌تواند پیامدهای قابل توجهی داشته باشد. نخست اینکه امکان انعقاد قراردادهای خاص‌تر و متنوع‌تر فراهم می‌شود. به‌عنوان مثال، اگر فردی تمایل نداشته باشد اقساط را به صورت کاملاً منظم پرداخت کند، می‌تواند با توجه به شرایط خاص و ترکیب زمان‌بندی، قراردادی بلندمدت‌تر منعقد کند.

با این مدل، می‌توان انعطاف بیشتری در تنظیم قراردادهای داشت. به‌عنوان نمونه، اگر من امروز بخواهم ۱۰۰ واحد پولی تامین کنم، در اقتصاد ایران نمی‌توانم تضمین کنم که این مبلغ را طی پنج یا ده سال با نرخ ثابت بازپرداخت کنم. اما با در نظر گرفتن ضریبی از تورم به‌علاوه میانگین نرخ رشد سود بانکی، می‌توان این نرخ را هر سال به‌روزرسانی کرد.

در این چارچوب، صندوق به شما این امکان را می‌دهد که علاوه بر تامین مالی کوتاه‌مدت، بخش‌های دیگری از بدهی‌های خصوصی را نیز پوشش دهید. تامین مالی جمعی، اگرچه

ابزار مؤثری برای نیازهای کوتاه‌مدت است، اما برای پوشش نیازهای مالی بلندمدت یا پیچیده‌تر به چنین سازوکارهای صندوق‌محوری نیاز داریم.

**این روش چه ریسک‌هایی به همراه دارد؟**

ریسک اصلی این فرآیند در تخصیص منابع و اعتبار است. این عملیات به‌نوعی اجباری محسوب می‌شود و طراحی صندوق‌های خصوصی با چالش‌های مرتبط با تجمع ریسک‌های اعتباری مواجه است. این چالش‌ها باید به‌طور مستقل و دقیق بررسی و مدیریت شوند.

صندوق‌های بدهی خصوصی (Private Debt) به‌عنوان یک ابزار و نهاد مستقل عمل می‌کنند و به‌طور مستقیم با ریسک‌های اعتباری مرتبط هستند. این بدان معناست که در این سازوکار، ریسک اعتباری اصلی‌ترین عامل تعیین‌کننده قیمت وام‌ها و بازدهی صندوق است. مخاطب این صندوق‌ها، کسانی هستند که منابع را دریافت کرده و تعهد دارند مبلغ مشخصی را در سررسید بازپرداخت کنند. ارزش صندوق نیز جمع ارزش وام‌های ارائه‌شده است.

مشکل اساسی در ایران این است که ما ارزش‌گذاری دقیقی برای وام‌ها انجام نمی‌دهیم و ریسک مرتبط با آن‌ها را در نظر نمی‌گیریم. به نظر می‌رسد اولین گام در توسعه چنین ابزارهایی، تعریف ساختار قانونی مشخص و پرداختن به موضوع سرمایه در گردش در اقتصاد است.

در حال حاضر، هماهنگی میان دستگاه‌های خارج از بازار سرمایه، از جمله دستگاه‌های مالیاتی، یک ضرورت جدی برای پیشبرد طرح‌هایی مانند تامین مالی جمعی محسوب می‌شود. نمونه‌ای از این هماهنگی در زمینه معافیت‌های مالیاتی برای ابزارهای تامین مالی جمعی مشاهده شده است، اما در بازار بدهی چنین هماهنگی و توسعه‌ای کمتر دیده می‌شود.

بازدهی و کارایی این بازار نیز مستقیماً به کشف نرخ‌های بهره واقعی و موثر وابسته است. ابزارهایی که برای افزایش کارایی بازار بدهی معرفی می‌شوند، می‌توانند به شفافیت و بهبود عملکرد این بازار کمک کنند. اما باید توجه داشت که این ابزارها نمی‌توانند به‌تنهایی وضعیت اقتصادی کشور را متحول کنند، چرا که واقعیت‌های اقتصاد ایران بسیار پیچیده‌تر از آن است که با یک ابزار یا فرآیند تغییر یابد.

**با توجه به اینکه تامین مالی بلندمدت در بازار سرمایه تحت تأثیر بی‌ثباتی‌های اقتصادی و تورم متلاطم است و ابزارهای ربالی بلندمدت هنوز کارایی لازم را ندارند، چه اقداماتی می‌توان برای بهبود ساختار زمانی نرخ سود و مدیریت ریسک در سرسیدهای بلندمدت انجام داد؟ همچنین، چگونه می‌توان تأثیر این ناپایداری‌ها را بر هزینه‌ها و نرخ‌های تامین مالی کاهش داد؟**

مسئله اینجاست که در بازار سرمایه، تامین مالی بلندمدت تحت تأثیر عوامل متعددی قرار می‌گیرد؛ از جمله بی‌ثباتی‌ها و پیش‌بینی‌ناپذیری‌هایی که به‌طور مستقیم بر هزینه‌ها اثر



در دنیا، بازار بدهی‌های خصوصی (Private Debt) یک بازار گسترده است که بخش عمده‌ای از آن بر پایه وام‌دهی مستقیم (Direct Lending) شکل گرفته و ابزارهای مختلفی برای آن وجود دارد. این مدل می‌تواند همانند عملکرد بانک‌ها اما بدون واسطه‌گری مستقیم آن‌ها باشد

مشکل اساسی در ایران این است که ما ارزش‌گذاری دقیقی برای وام‌ها انجام نمی‌دهیم و ریسک مرتبط با آن‌ها را در نظر نمی‌گیریم

البته که بازار سرمایه می‌تواند در حوزه‌هایی مانند ایجاد شرکت‌های سهامی عام بزرگ، نوآوری داشته باشد. برای مثال، شرکت‌های پروژه‌ای که می‌توانند دارایی‌هایی را خریداری کرده و به بهره‌وری بالاتری برسانند، ظرفیت‌های بالایی دارند. همچنین، الگوبرداری از تجربه‌های بین‌المللی مانند شرکت‌های SPAC که در کشورهای توسعه‌یافته استفاده می‌شوند، می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای بازار سرمایه ایران فراهم کند.

#### SPAC چه نوع شرکتی است؟

شرکت‌های SPAC (Special Purpose Acquisition Company) پس از بحران مالی در آمریکا بسیار فراگیر شدند. این نوع شرکت‌ها از سال ۲۰۱۰ به بعد رشد چشمگیری داشتند و در دوره‌ای به اوج رسیدند. شرکت‌های SPAC به‌عنوان شرکت‌هایی که نقد متولد می‌شوند، شناخته می‌شوند و اصطلاحاً به آن‌ها «چک سفید» می‌گویند. فرآیند فعالیت این شرکت‌ها به این صورت است که پس از تأسیس، یک هدف را شناسایی و تملک می‌کنند. ساختار آن‌ها شبیه زایش‌های بزرگ در اقتصاد است؛ به این معنا که یا شرکت‌های هدف را در خود ادغام می‌کنند یا به سهامدار اصلی آن‌ها تبدیل می‌شوند. SPAC‌ها به‌عنوان جایگزینی برای عرضه اولیه (IPO) عمل می‌کنند. در مواردی که دلایلی برای عدم امکان عرضه اولیه وجود داشته باشد، این شرکت‌ها به‌عنوان یک آلترناتیو وارد عمل می‌شوند. سپس یا شرکت هدف را تصاحب می‌کنند یا سهامدار عمده آن می‌شوند. این فرآیند نسخه‌های مختلفی دارد که بر اساس شرایط، به روش‌های متفاوتی اجرا می‌شود و می‌تواند تجربه‌های آن‌ها درس گرفت. مطالعه ساختار شرکت‌های SPAC نشان می‌دهد که چگونه می‌توان با رویکردهای نوآورانه، راهکارهایی برای مسائل پیچیده در تأمین مالی و مالکیت شرکتی پیدا کرد.

به عنوان سوال آخر برای جمع بندی، به نظر شما چگونه می‌توان به الگویی کارکردگرا برای بهبود فرآیند تأمین مالی در شرایط فعلی رسید؟

بزرگ‌ترین اقدامی که باید انجام دهیم، فاصله گرفتن از اشتباهات نظام بانکی است. در فرآیند انتشار اوراق، عقود نباید صرفاً حالتی شکلی داشته باشند، به‌گونه‌ای که نرخ انتشار هیچ ارتباطی با ماهیت عقود نداشته باشد. در واقع اوراق مبتنی بر عقودی که دارای پشتوانه دارایی هستند، باید مکانیزمی داشته باشند که انتشار آن‌ها با نرخ‌های منطقی‌تر و متناسب‌تر انجام شود. هرگاه بتوانیم در حوزه عقود از شبیه‌سازی نظام بانکی فاصله بگیریم و با نرخ‌های متناسب رفتار یکسانی نداشته باشیم، می‌توان گفت که به سمت یک الگوی درست حرکت کرده‌ایم.

در حال حاضر، وضعیت بسیار شبیه نظام بانکی است؛ این یکپارچگی نرخ‌ها مشکلی اساسی است. گام نخست شاید این باشد که آن دسته از اوراقی که پشتوانه دارایی دارند، مانند اوراق اجاره، با نرخ‌های کشف‌شده پایین‌تری در بازار سرمایه عرضه شوند تا این روند اصلاح شود.

می‌گذارند. اگر نگاهی به مقاله‌ای با عنوان تلاطم تورم و چالش‌های بخش مالی بیندازید، خواهید دید که در کنار میانگین بالای تورم در دهه‌های گذشته، این تورم متلاطم و غیرقابل پیش‌بینی بوده است. این ناپایداری‌ها مانع از شکل‌گیری ابزارهای بلندمدت ریالی می‌شود.

البته در بازار سرمایه، تلاش‌هایی برای شکل‌گیری ابزارهای ریالی بلندمدت انجام شده‌است، اما این ابزارها هنوز کارایی لازم را ندارند و با انتقادات مواجه هستند. این بی‌ثباتی‌ها و نااطمینانی‌ها در نهایت به نرخ‌ها منعکس می‌شوند و در قیمت‌گذاری فعالان بازار نمود پیدا می‌کنند.

از طرفی، در شبکه بانکی هم وقتی منابع وارد سررسیدهای بلندمدت می‌شوند، ریسک‌های بلندمدت و صرف ریسک بیشتری در قیمت‌ها ظاهر می‌شود. مثلاً اگر نرخ تأمین مالی در بازار غیررسمی ۴۰ درصد باشد، یا حتی ۵۰ درصد، باید به این نکته توجه کنیم که این نرخ‌ها قابلیت تمدید ندارند و از نظر سررسید به طور مناسب مدیریت نمی‌شوند.

در واقع، ساختار زمانی نرخ سود در سیستم مالی ما به درستی تعریف نشده است. در شبکه بانکی، وقتی وامی ارائه می‌شود، ممکن است تمدید آن به دلیل محدودیت‌های اعتباری یا کنترل مقداری امکان‌پذیر نباشد. به همین دلیل است که در بازار سرمایه نیز نرخ‌های تأمین مالی بالاتر به نظر می‌رسند. اینجاست که جزئیات نباید نادیده گرفته شوند. جزئیاتی مثل تناسب نرخ‌ها با سررسیدها که در تفسیر نرخ‌های تأمین مالی در بازار سرمایه اهمیت بسیاری دارند و باید به‌درستی تحلیل شوند.

کشف نرخ در بازار سرمایه و تاثیراتی که بر فرآیندهای بعدی می‌گذارد، از چه جهت حایز اهمیت است؟

نرخ بلندمدت در اقتصاد ما عمدتاً در بازار سرمایه کشف می‌شود و این تنها جایی است که چنین نرخ‌ی شکل می‌گیرد. اگر ابزارهای جدیدی به این بازار اضافه شوند، ممکن است در عمل نتایج مثبتی به همراه داشته باشند. البته این تأثیرات به شرطی رخ می‌دهند که این ابزارها به درستی تعریف شوند، بازار آن‌ها را بپذیرد، فراگیر شوند و به عمق بازار کمک کنند. در این صورت، این ابزارها می‌توانند به کشف نرخ بهتر و حتی کاهش نرخ تأمین مالی منجر شوند.

اما نکته اینجاست که هرگونه تحلیل یا تفسیر کوتاه و مختصر از این مسئله ناقص خواهد بود. به‌ویژه اگر تنها به مقایسه اعداد نرخ‌های بازار سرمایه با نرخ‌های بانکی بپردازیم. زیرا ماهیت نرخ‌ها در عمل بسیار متفاوت است. برای مثال، در زمان انتشار اوراق، تعهدات مالی تا سررسید اوراق به تعویق می‌افتد و این تفاوت عملی، تأثیر زیادی بر نحوه مقایسه آن‌ها دارد.

البته وقتی به مقایسه نرخ‌ها می‌پردازیم، باید این نکته را در نظر بگیریم که متقاضی اعتبار در شبکه بانکی با ریسک تمدید مواجه است. اما در بازار سرمایه، وقتی اوراق منتشر می‌کنید، تا زمان سررسید تعهد پرداخت مستقیم ندارید و فقط تعهدات میان‌دوره‌ای وجود دارد.

علاوه بر این، احتمال اینکه بعد از تسویه اوراق بتوانید دوباره درخواست انتشار بدهید، بالاست؛ البته به شرط اینکه وضعیت مالی شما نزولی نشود. این ویژگی، انعطاف بیشتری را برای تأمین مالی در بازار سرمایه فراهم می‌کند. به همین دلیل، ساختارها و ماهیت متفاوت این دو سیستم اغلب در مقایسه نرخ‌ها نادیده گرفته می‌شوند، در حالی که این تفاوت‌ها نقش بسیار مهمی در تحلیل درست نرخ‌ها دارند.

با توجه به اینکه بازار سرمایه ابزارهای متنوع‌تری نسبت به سایر بازارها برای تأمین مالی دارد، آیا قوانین و مقررات فعلی باعث ایجاد چالش‌های فرسایشی برای ناشران نمی‌شوند؟

برای پاسخ دقیق به این سوال، ابتدا باید یک بررسی آماری انجام دهیم تا مشخص شود چه تعداد از درخواست‌ها در فرآیند تأمین مالی رد شده یا ناشران از ادامه منصرف شده‌اند. این آمار می‌تواند نشان دهد که چالش‌های مربوط به قوانین چقدر جدی هستند. اما اگر به شرایط فعلی نگاه کنیم، استانداردهایی وجود دارد که ناشران باید آنها را رعایت کنند. با این حال، به نظر نمی‌رسد که این استانداردها فراتر از حد معمول باشند یا نیاز به ساده‌سازی بیشتری داشته باشیم. قوانین فعلی، به‌ویژه در حوزه رتبه‌بندی و پیش‌نیازهای انتشار اوراق، به خوبی طراحی شده‌اند.

# هزینه‌های واقعی ماندن در فهرست سیاه

## FATF چیست؟

ایران در سال‌های اخیر با تحریم‌های گوناگون و متعددی از سوی سازمان ملل و ایالات متحده مواجه بوده است. علاوه بر این، عدم حضور ایران در فهرست خاکستری یا سفید گروه ویژه اقدام مالی (FATF) و قرار گرفتن در فهرست سیاه این نهاد، فضای سرمایه‌پذیری کشور را به شدت دچار ریسک کرده است.

سرمایه‌گذاران بین‌المللی، به دلیل عدم دستیابی ایران به رتبه مناسب در نظام‌های رتبه‌بندی اعتباری و ارزیابی‌های نهادهای اقتصادی معتبر، ایران را مقصدی نامطلوب برای سرمایه‌گذاری تشخیص داده‌اند.

از این رو، متأسفانه ایران به دلیل سال‌ها تحریم و عدم پیوستن به نظام‌های مالی و اقتصادی جهانی، نتوانسته در جذب سرمایه‌های خارجی عملکرد موثقی داشته باشد. حال آنکه دو عامل اساسی برای پیشرفت هر کشور یعنی جذب سرمایه‌یاری و توسعه صادرات در فضای مه‌آلودی قرار گرفته‌اند.



فرشید فرزادنگان  
عضو هیات مدیره اتاق  
ایران و امارات

هزینه اعمال تحریم برای طرف‌های خارجی نیز افزایش خواهد یافت. برای دستیابی به رشد اقتصادی ۸ درصدی که باید در چند سال متوالی تحقق یابد تا فضای کسب‌وکار، تولید، تجارت و معیشت مردم بهبود پیدا کند، صادرات، واردات و جذب سرمایه از الزامات اصلی هستند. پیش‌نیاز تحقق این اهداف، دیپلماسی اقتصادی فعال و تعریف قواعد شفاف و منسجم است.

بنابراین نگاهی به روش‌های تامین سرمایه ضروری است زیرا کشورهایی مانند امارات از تمامی این روش‌ها بهره می‌برند، در حالی که ایران حتی در یک مورد از این روش‌ها نیز به‌طور کامل و موثر عمل نکرده است. بسیاری از مسئولان در ایران هنوز با روش‌های نوین جذب سرمایه آشنا نیستند. به‌عنوان نمونه، تحریم‌ها و عدم الحاق به FATF کشور را از فضای پیشرفت دور کرده‌اند.

معمولاً گفته می‌شود تحریم‌ها هزینه معاملات را حدود ۱۵ درصد افزایش می‌دهند، اما هزینه فرصت‌های از دست‌رفته ناشی از عدم بهره‌گیری از روش‌های سرمایه‌پذیری، تأثیرات به‌مراتب بزرگ‌تری بر اقتصاد دارد. سرمایه‌پذیری در کشورهای مختلف از طریق ابزارها و روش‌های متنوعی انجام می‌شود که هر کدام می‌تواند تأثیرات قابل توجهی بر اقتصاد داشته باشد. در ادامه، به برخی از مهم‌ترین روش‌های سرمایه‌پذیری اشاره می‌شود.

ایران در سال‌های اخیر، به‌ویژه با بهبود روابط خود با کشورهای همسایه، نتوانسته است صادرات را نسبت به سال‌های گذشته ارتقا دهد. باین حال، عدم همکاری با کشورهای مهم جهان مانند ایالات متحده، اروپا و کانادا که سهم عمده‌ای در تولید ناخالص داخلی (GDP) و توسعه جهانی دارند، همچنان مانع از بهره‌برداری کامل از ظرفیت‌های صادراتی کشور شده است. علاوه بر این، استفاده ناکافی از تمامی پتانسیل‌های صادراتی ایران، فضای پراختلال و پرنوسان در حوزه کسب‌وکار، و صدور بخشنامه‌های متعدد و متناقض، نه تنها صادرات را با چالش مواجه کرده، بلکه بر جذب سرمایه‌گذاری نیز تأثیر منفی گذاشته است.

بدون تردید، دولت چهاردهم باید بی‌درنگ قانون تسهیل کسب‌وکار را در اولویت اقدامات خود قرار دهد تا زمینه بهبود فضای اقتصادی و استفاده بهینه از ظرفیت‌های موجود فراهم شود. تراکم بخشنامه‌ها در حوزه تجارت خارجی باید کم شود تا واردات و صادرات با نظام ارز تک‌نرخ به تعادل برسند. همچنین، با تقویت روابط و تعاملات سیاست خارجی، ایران می‌تواند به شکل مؤثرتری به دهکده جهانی بپیوندد. در حال حاضر، ایران به دلیل عدم مشارکت گسترده در روش‌های بین‌المللی جذب سرمایه، در دایره محدودی از بازیگران اقتصادی جهان قرار گرفته است. این عدم مشارکت، تحریم‌ها علیه ایران را آسان‌تر کرده است. اگر قواعد سرمایه‌پذیری در کشور تسهیل شود و از روش‌های گوناگون برای جذب سرمایه استفاده گردد،





## تأمین مالی پروژه‌ها (Project Financing)

این روش شامل تأمین مالی پروژه‌های بزرگ و خاص مانند پروژه‌های انرژی، حمل‌ونقل و زیرساختی از طریق سرمایه‌گذاری خارجی است. تأمین مالی پروژه‌ها معمولاً با مشارکت دولتی و خصوصی انجام می‌شود. به عنوان مثال می‌توان به تأمین مالی پروژه‌های نفت و گاز توسط کنسرسیوم‌های بین‌المللی در کشورهای خاورمیانه اشاره کرد.

## مشارکت‌های عمومی-خصوصی (PPP)

مشارکت‌های عمومی-خصوصی روشی است که در آن دولت و بخش خصوصی برای توسعه و اجرای پروژه‌های بزرگ و مهم اقتصادی همکاری می‌کنند. این روش می‌تواند به کاهش بار مالی دولت و افزایش کارایی پروژه‌ها کمک کند. از جمله بارزترین این مشارکت‌ها می‌توان به پروژه‌های حمل‌ونقل عمومی و زیرساختی که توسط دولت و شرکت‌های خصوصی مشترکاً اجرا می‌شوند، توجه داشت.



معمولاً گفته می‌شود تحریم‌ها هزینه معاملات را حدود ۱۵ درصد افزایش می‌دهند، اما هزینه فرصت‌های ازدست‌رفته ناشی از عدم بهره‌گیری از روش‌های سرمایه‌پذیری، تأثیرات به مراتب بزرگ‌تری بر اقتصاد دارد

## سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI)

سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی زمانی رخ می‌دهد که یک شرکت یا فرد از یک کشور دیگر سرمایه‌گذاری کند. این نوع سرمایه‌گذاری می‌تواند شامل ایجاد شرکت‌های جدید، خرید شرکت‌های موجود، یا مشارکت در پروژه‌های بزرگ باشد.

به عنوان مثال می‌توان به شرکت‌های چندملیتی مانند Apple یا Toyota اشاره داشت که در کشورهای مختلف، کارخانه تأسیس می‌کنند.

## سرمایه‌گذاری پرتفوی خارجی (FPI)

سرمایه‌گذاری پرتفوی خارجی شامل خرید اوراق بهادار، سهام، و سایر ابزارهای مالی در کشور هدف توسط سرمایه‌گذاران خارجی است. این نوع سرمایه‌گذاری معمولاً کوتاه‌مدت‌تر و کمتر پایدار از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است. خرید سهام شرکت‌های ایرانی توسط سرمایه‌گذاران خارجی در بورس اوراق بهادار تهران، از بارزترین مثالها، برای سرمایه‌گذاری پرتفوی خارجی به شمار می‌آید.

## وام‌ها و اعتبارات بین‌المللی

کشورها می‌توانند از سازمان‌های بین‌المللی مانند صندوق بین‌المللی پول (IMF) یا بانک جهانی (World Bank) وام دریافت کنند. این وام‌ها معمولاً برای توسعه زیرساخت‌ها، بهبود وضعیت اقتصادی و مقابله با بحران‌های مالی استفاده می‌شود. هم‌اکنون ارائه وام‌های بانک جهانی برای توسعه پروژه‌های زیرساختی در کشورهای در حال توسعه یکی از شایع‌ترین هزینه‌کردهای این نهاد است.

## صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک (Joint Investment Funds)

این صندوق‌ها معمولاً با همکاری بین دولت‌ها یا شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری در پروژه‌های خاص یا بخش‌های اقتصادی معین تأسیس می‌شوند. این صندوق‌ها می‌توانند منابع مالی بزرگ‌تری را به پروژه‌های مهم اختصاص دهند. راه‌اندازی صندوق سرمایه‌گذاری مشترک ایران و چین برای توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل و انرژی، یکی از مهمترین صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک در ایران است.

## سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی (Financial Markets)

بازارهای مالی نقش مهمی در جذب سرمایه‌های خارجی دارند. سرمایه‌گذاران می‌توانند از طریق بازارهای مالی، در بخش‌های مختلف اقتصادی کشورها سرمایه‌گذاری کنند.

## برنامه‌های سرمایه‌گذاری شهروندی (Citizenship by Investment)

برخی کشورها برنامه‌هایی را ارائه می‌دهند که از طریق آن افراد خارجی با سرمایه‌گذاری در بخش‌های خاص اقتصادی می‌توانند شهروندی یا اقامت کشور مورد نظر را دریافت کنند. برنامه‌های شهروندی کشورهای حوزه کارائیب که در ازای سرمایه‌گذاری اقتصادی، شهروندی ارائه می‌دهند، مشهودترین نمونه این روش است که در دنیا سر و صدای زیادی به پا کرده و طرفداران متعددی را نیز جذب کرده‌است.

این روش‌ها می‌توانند نقش مهمی در توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال و بهبود زیرساخت‌های کشورها ایفا کنند و باعث جذب سرمایه‌های خارجی و تقویت تعاملات بین‌المللی شوند.



# تأثیر نوسانات بازار سرمایه بر تأمین مالی شرکتها در ایران

بازارهای مالی شبیه لایه‌های جوی بالای دریاها و اقیانوس‌ها هستند که گرمی و سردی معاملات در آن‌ها بر کل اتمسفرهای اقتصادی تأثیر می‌گذارد. شبیه اثر پروانه‌ای، یک تغییر کوچک در این بازارها، مثل سقوط ناگهانی قیمت یک نماد خاص، می‌تواند به یک سونامی مالی برای کل صنعت یا کشور تبدیل شود. نوسان در بازارهای مالی تأثیر شدیدی بر عملکرد شرکت‌های نمادشده و هر شرکت در هر صنعت دیگر دارد.

کافی است شرکت‌های فولادسازی یا خودروسازی یا چالش کمبود سرمایه مواجه شوند، بهترین مکان برای تأمین سرمایه با کمترین ریسک ممکن، بازار سرمایه یا همان بورس است. بورس شبیه یک صندوق قرض الحسنه بزرگ برای شرکت‌های لیست شده آن است؛ آن‌ها هیچ تعهد نوشته شده‌ای برای بازگشت سرمایه و سودآوری برای سهامداران ندارند، هر آنچه که هست اعتبار و بهره‌گیری از آن برای جذب سرمایه است. نوسان در بازاری چون بورس یعنی تغییر در قیمت سهام یک شرکت، تغییری که می‌تواند رو به پایین یا رو به بالا باشد و تأثیر متناظری بر وضعیت شرکت بگذارد.

برای مثال، وقتی ارزش سهام یک شرکت به شدت نزول می‌کند، سهام آن جذابیت خود را از دست می‌دهند و شرکت باید سهام بیشتری را با سهامداران خرد و کلان به اشتراک بگذارد تا به توازن ارزشی برسد یا سرمایه لازم برای طرح‌های توسعه پیش رو را تأمین کند. بخصوص، وقتی نوسانات بسیار شدید است، معامله‌گر اعتمادش را به آن نماد از دست می‌دهد و تردید بیشتری در ورود به معاملات آن وجود خواهد داشت.

در چنین حالتی، سرمایه‌گذاران خواهان دریافت سود بیشتری برای سرمایه‌گذاری در فعالیتهای شرکت هستند و عرصه را بر مالکیت حداکثری آن تنگ می‌کنند. در واقع، بورس شبیه یک پشتیبان برای شرکت‌ها عمل می‌کند تا سرمایه‌گذارانی مثل بانک‌ها یا شرکت‌های دیگر حاضر به سرمایه‌گذاری با سود کم در عملیات این شرکت‌ها شوند و از آن‌ها درخواست سودهای کلان نکنند.

## نوسان در بازار و ارزش‌گذاری شرکتها

نوسان در بازارهای مالی، به‌خصوص در بازار سهام، به معنی نوسان متناظر در ارزش شرکت‌های صنعتی است. برای مثال، اگر به هر دلیلی مردم حاضر به سپرده‌گذاری در بانک‌ها نباشند (مثلاً سرمایه‌گذاری در املاک یا طلا رونق زیادی بگیرد) آنگاه صنعت بانکداری برای تأمین سرمایه لازم برای فعالیت‌های حرفه‌ای خود با چالش مواجه می‌شود. هم‌زمان، قیمت سهام این بانک‌ها در بازار بورس افت می‌کند همین امر به معنی کاهش مستقیم ارزش دارایی‌های بانک خواهد بود. از طرفی، همه شرکت‌های صنعتی برای تعریف اعتبار و دریافت انواع وام‌ها و تسهیلات دولتی و غیردولتی به ارزش‌گذاری دارایی‌ها وابسته‌اند. شرکتی که ۱۰۰۰ میلیارد تومان ارزش‌گذاری شود ساده‌تر می‌تواند وامی ۱۰۰ میلیارد تومانی بگیرد تا شرکتی که ۹۰ میلیارد تومان ارزش دارد و سهام آن در بازار بورس وضعیت مناسبی ندارند. هرچقدر وابستگی شرکت‌ها به بازارهای مالی بیشتر باشد (مثلاً سهام آن‌ها عرضه عمومی شده باشد و محصولات آن‌ها در بازار کالا عرضه شود)، نوسان در این بازارها تأثیر بیشتری بر ارزش‌گذاری و امکان تأمین مالی برای آن‌ها خواهد داشت. حتی سرمایه‌گذاران خرد نیز به راحتی ارزش یک شرکت عرضه شده در بازار بورس را محاسبه می‌کنند و اگر این ارزش با قیمت کنونی سهام و تعداد آن خوانایی نداشته باشد، حاضر به سرمایه‌گذاری (حداقل بلندمدت) در سهام آن شرکت نیستند.

## بازارهای سرمایه و اشتراک ریسک

ریسک جزئی جدایی‌ناپذیر از هر فعالیت صنعتی و درآمدزایی است. از طرفی، مهم‌ترین فعالیت در مدیریت ریسک تعریف یک استراتژی برای اشتراک آن با سرمایه‌گذاران دیگر است. هرچقدر میزان ضرر ممکن در این ریسک بیشتر باشد، سرمایه‌گذار به سود بیشتری برای مشارکت در آن نیاز دارد. شرکت‌ها از روش‌های مختلفی برای اشتراک ریسک استفاده می‌کنند که از آن جمله می‌توان به انتشار اوراق مشارکت، فروش سهام در بازارهایی مثل بورس یا دریافت وام اشاره کرد.

نوسان در بازارهای سرمایه مرتبط با این شیوه‌های تأمین سرمایه تأثیری محوری بر شیوه اشتراک ریسک و معامله آن با سرمایه‌گذاران دارد. برای نمونه، وقتی بازار اوراق بهادار با نوسانات شدید مواجه می‌شود، نرخ بهره نیز دچار نوسان می‌گردد و بانک‌های مرکزی متناظر با نوسان در بازارهای مالی اقدام به افزایش یا کاهش نرخ بهره می‌کنند. به طور دقیق‌تر، وقتی اوراق بهادار زیادی توسط دولت فروخته شده‌اند و اکنون دولت نمی‌تواند خریداری برای آن‌ها پیدا کند، با کاهش نرخ بهره بانکی به سپرده‌ها، سرمایه‌گذاران را تحریک به خرید این اوراق می‌کند (هم‌زمان با تبلیغات برای جذب سرمایه‌گذاران خرد). در نتیجه، بازار اوراق بهادار دوباره داغ می‌شود، قیمت‌ها ارتقاء می‌یابند و نقدینگی سمت این بازار می‌رود.

از طرف دیگر، وقتی یک بازار سرمایه با رونق و جذب نقدینگی همراه است، بازار دیگری چون بازار سهام با کاهش نقدینگی و نوسان منفی مواجه می‌شود. در نتیجه، شرکت‌های فعال در آن نمی‌توانند سرمایه لازم خود را تثبیت کنند و با کاهش قیمت سهام آن‌ها، دیگر شیوه‌های جذب سرمایه مانند وام‌های بانکی نیز با کمبود اعتبار به چالش کشیده می‌شوند.

در نتیجه، اشتراک ریسک برای شرکت‌ها هرگز مسئله‌ای آسان نیست. آن‌ها باید به بازارهای مختلف و جنبه‌های متنوع از نوسان در آن‌ها و تأثیرشان بر شیوه‌های تأمین مالی خود بپردازند. در نهایت، هیچ سرمایه‌گذاری حاضر نیست سرمایه خود را در اختیار شرکتی بگذارد که اخبار خوبی حول عملکرد آن، چه در بازار سهام یا هر بازار و فعالیت دیگر، نیست.





## تأثیرات جانبی نوسانات بازار بر تأمین مالی شرکتها

بلکه اهرم‌هایی چون تأمین مالی از طریق انتشار اوراق بهادار یا سهام را نیز از دست می‌دهند.

شرکت‌های فعال در حوزه فناوری سراغ بازارهای سرمایه می‌روند، نه تنها برای تأمین سرمایه، بلکه بیشتر برای بازاریابی قدرتمند از طریق پلتفرم‌هایی که نمادهای آن‌ها را تحلیل می‌کنند، اخبار متناظر با آن‌ها را منتشر می‌کنند و میلیون‌های سرمایه‌گذاری که بعداً به تبلیغ کنندگان این شرکت‌ها بدل می‌شوند. نمونه بارز این تأثیر در بازاریابی و تأمین مالی سرسام‌آور پس از آن، ارتقاء جایگاه NVIDIA در دنیای فناوری حول مفهوم هوش مصنوعی و جذابیت آن برای کاربران و سرمایه‌گذاران خرد بود. در بازه‌ای بسیار کوتاه (نزدیک به ۲ ماه) NVIDIA توانست ده شرکت قدرتمند حوزه فناوری را پشت سر بگذارد و بالاتر از مایکروسافت و اپل به بزرگترین شرکت دنیا از نظر ارزش سهام برسد. مقایسه کنید قدرت تأمین مالی شرکتی را که اکنون با نام بزرگترین شرکت دنیا مشهور است، با شرکتی که زمانی تنها یکی از موفق‌های حوزه فناوری به حساب می‌آمد.

فقط تأثیرات مستقیم مانند تغییر ارزش سهام نیستند که فرایند تأمین مالی یک شرکت را با چالش روبرو می‌کنند؛ تأثیرات غیرمستقیمی مانند کاهش قدرت خرید مردم نیز می‌توانند بر روند تأمین مالی شرکت‌ها تأثیر شاخصی بگذارند. برای نمونه، وقتی ارزش ارزهای خارجی یا طلا نسبت به واحد پول ملی ناگهان افزایشی شدید را تجربه می‌کند، تورم افزایش می‌یابد و مردم قدرت خرید قبلی خود را از دست می‌دهند. در نتیجه این کاهش قدرت خرید، اعتماد مردم به سرمایه‌گذاری در فعالیتهای صنعتی به شدت کاهش می‌یابد و آن‌ها جذب سرمایه‌گذاری‌های غالب مانند خرید ارز و طلا می‌شوند، چراکه اینها مواردی هستند که با تورم حرکت می‌کنند، در کوتاه مدت سودآورند و سرمایه‌گذار تسلط بیشتری بر دارایی خود دارد.

در نتیجه این کاهش اعتماد به صنایع، جریان نقدینگی سمت فعالیتهای راكد مانند خرید ملک می‌رود و صنایع پویا دیگر امکان چندانی برای تأمین مالی و سازگاری با شرایط جدید را ندارند. آن‌ها نه تنها از نوسان در بازار تأثیر مستقیم می‌گیرند (زیرا مردم قدرت کافی برای خرید محصولات آن‌ها را ندارند)

**مهم‌ترین فعالیت در مدیریت ریسک تعریف یک استراتژی برای اشتراک آن با سرمایه‌گذاران دیگر است. هر چقدر میزان ضرر ممکن در این ریسک بیشتر باشد، سرمایه‌گذار به سود بیشتری برای مشارکت در آن نیاز دارد. اشتراک ریسک برای شرکت‌ها هرگز مسئله‌ای آسان نیست. آن‌ها باید به بازارهای مختلف و جنبه‌های متنوع از نوسان در آن‌ها و تأثیرشان بر شیوه‌های تأمین مالی خود بپردازند. در نهایت، هیچ سرمایه‌گذاری حاضر نیست سرمایه خود را در اختیار شرکتی بگذارد که اخبار خوبی حول عملکرد آن، چه در بازار سهام یا هر بازار و فعالیت دیگر، نیست**

## از شکل گرفتن حساب‌ها در بازار سرمایه تا ترکیدن اعتماد!

اولیه‌های بعدی دیگر آن مشارکت‌های چند میلیونی را به خود ندیدند، مردم در شبکه‌های مجازی برای عرضه‌های اولیه تبلیغ نمی‌کنند و حتی سرمایه‌گذاران کلان و شرکت‌های سرمایه‌گذاری نیز رغبتی برای مشارکت در این عرضه اولیه‌ها ندارند. به ویژه، ورود به بازار بورس دیگر به معنی خلق یک اعتبار مضاعف برای آن شرکت نیست و آن‌ها امکان چندانی برای استفاده از لیست شدن در بورس و جذب سرمایه از مسیرهای دیگری چون وام‌های بانکی ندارند. تقریباً هر فعالیت اقتصادی از بازارهای مالی و نوسانات آن تأثیر می‌گیرد. شرکت‌های فعال در صنایع مختلف بیشتر از هر عاملی درآمدهای دیگر از نوسانات تأثیر می‌پذیرند. به‌خصوص، تأمین مالی شرکت‌ها ارتباط مستقیمی با ارتباط آن‌ها با بازارهای سرمایه مانند بورس و عملکردشان در این بازارها دارد. سرمایه‌گذاران امروز بیشتر از هر زمان دیگری به اطلاعات عملکردی قبلی دسترسی دارند و آن را برای تصمیم‌گیری‌های خود تحلیل می‌کنند. در نتیجه، شرکت‌هایی که عملکرد خوبی در جلب اعتماد سرمایه‌گذاران نداشته باشند، هرگز نمی‌توانند به تأمین مالی مستمر و قابل اتکا برسند.

در دوران کرونا وقتی حساب بزرگی در بازار بورس ایران شکل گرفت، شرکت‌های زیادی بودند که با افزایش قیمت‌ها به ارزش‌های چند صد میلیاردی و غیر واقعی رسیدند. با این حال، وقتی حساب به آستانه‌های مقاومت خود رسید، ترکینش باعث از بین رفتن اعتبار مردم به بورس و شرکت‌های فعال در آن شد. بیشترین آسیب را شرکت‌های بزرگ و معتبری دیدند که نیاز همیشگی به تأمین مالی و پشتیبانی سهامداران داشتند و به هیچ وجه موافق افزایش افسار گسیخته قیمت‌ها نبودند.

چند سال پس از سقوط بورس، شرکت‌ها همچنان با عدم اطمینان سرمایه‌گذاران در تخصیص دارایی خود به بازار بورس مواجه‌اند. مردم دیگر دست به عصا وارد این بازار می‌شوند، دولت نمی‌تواند آن‌ها را ترغیب به سرمایه‌گذاری کند و سرمایه‌ها بیشتر از پیش سمت عملیات غیرصنعتی می‌روند. حساب بزرگی شکل گرفت و پس از ترکین چند میلیاردی تومانی از دارایی‌های مردم را سوزاند، این سقوط به یک دیوار بزرگ و سیاه تبدیل شد که تأمین مالی شرکت‌های فعال در آن را برای همیشه به چالش عدم جذابیت برای سرمایه‌گذاری کشید. عرضه



## تأثیر خودباوری بیش از حد بر تصمیم‌گیری‌های مالی

**کسانی که به خودباوری بیش از حد دچارند، تمایل زیادی به زمانبندی بازارها دارند؛ جالب اینکه آن‌ها بازارها را نه بر مبنای واقعیت و یا برآوردی از تحلیل‌های موجود، بلکه بر اساس پیش‌بینی خود از آینده زمانبندی می‌کنند. از دید آن‌ها رخدادهای باید در زمان‌هایی که آن‌ها تخمین زده‌اند اتفاق بیافتند. در نتیجه، با معاملات مکرر بازده متوسط خود را در بلندمدت کاهش می‌دهند**

خودباوری بیش از حد یا سوگیری بیش‌اطمینانی (Overconfidence) یک گرایش روانشناختی در اطمینان بیش از حد به برآورد شخصی از موقعیت‌های مختلف است. در بازارهای مالی سرمایه‌گذاران گاهی اعتماد بالایی به دانش و مهارت خود پیدا می‌کنند و همین زیاده‌روی در مولفه‌های مثبت باعث برداشت غلط از ریسک و ضرر در سرمایه‌گذاری می‌شود. کسانی که به خودباوری بیش از حد دچار می‌شوند بیشتر از بقیه دست به معامله می‌زنند و اطلاعات مرتبط و بازخوردهای دیگران را نادیده می‌گیرند.

مبنای تمام پیش‌بینی‌های ما از آینده، داده‌های تاریخی مرتبط به موضوع است. حال این داده‌ها ممکن است اعداد مرتبط با قیمت یک سهم خاص باشند یا تجربه و برداشت شخصی ما که در منبع ذهنیمان ذخیره شده‌اند. در هر حالت ما سعی می‌کنیم داده‌ها را به الگوهایی ادامه‌دار برای تقریب آینده مسئله هدف تبدیل کنیم و با یک قدم جلوتر بودن از دیگران، زودتر و بیشتر به سود برسیم.

با این حال، زمانی که به خودباوری بیش از حد دچاریم بیش از حد به داده‌ها، الگوها و توان خود در ترسیم آینده اتکا داریم. در نتیجه، آنچه از تقریب غلط دانش و توانایی تحلیل شخصی شروع شده، در ادامه به تقریب اشتباه روند (مثلاً روند رشد یک سهم) و درک غلط ریسک مرتبط با آن تبدیل می‌شود.

### سوگیری خودباوری بیش از حد چیست؟

اینکه آن‌ها بازارها را نه بر مبنای واقعیت و یا برآوردی از تحلیل‌های موجود، بلکه بر اساس پیش‌بینی خود از آینده زمانبندی می‌کنند. از دید آن‌ها رخدادهای باید در زمان‌هایی که آن‌ها تخمین زده‌اند اتفاق بیافتند. در نتیجه، با معاملات مکرر بازده متوسط خود را در بلندمدت کاهش می‌دهند.

نکته مهم‌تر این است که سوگیری خودباوری بیش از حد باعث می‌شود شخص نتواند رخدادهای خارج از پیش‌بینی خود را بپذیرد و با هضم واقعیت به تغییر برنامه بلندمدت خود بپردازد. در نتیجه، با هر شکست آن‌ها یا منتظر پیروزی بزرگ بعدی و جبران ضرر کنونی می‌شوند، یا اینکه پس از مدتی، و پس از شکست‌های مکرر، ناامید و بازار را به طور کلی رها می‌کنند.

خودباوری بیش از حد باعث می‌شود شخص نتواند (نخواهد) خود را با روندها سازگار سازد، بلکه انتظار دارد روندها خود را با پیش‌بینی‌های او سازگار کنند. بسیاری از بحران‌های مالی، بخصوص در سطح دولتی و جهانی، نتیجه این تمایل غیرمنطقی بر پیش‌بینی شخصی (شخص اینجا می‌تواند یک گروه کوچک باشد) و عدم بازگشت به مسیر تحلیل منطقی بوده‌اند.

خودباوری بیش از حد یعنی عبور از حاشیه امنیت در تصمیم‌گیری، بدون اینکه پشتیبان‌های از جنس دانش و توانایی شخصی وجود داشته باشد. در تصمیم‌گیری‌های مالی این سوگیری شناختی باعث قضاوت نادرست وضعیت و بروز رفتارهای ریسک‌پذیر می‌شود.

بر اساس تحقیق باربر و اودین، سرمایه‌گذاران با چنین سوگیری‌ای تمایل بیشتری بر معاملات مکرر دارند؛ این تکرارهای محصول اعتماد بیش از حد، به طور متوسط، باعث کاهش ۶٫۵ درصدی در بازدهی سالانه می‌شود. این رفتار در بین مردان ۴۵ درصد بیشتر از زنان است و همین امر باعث ۳ درصد کاهش در بازدهی سرمایه‌گذاری برای مردان می‌شود.

علاوه بر این، خودباوری بیش از حد باعث می‌شود که سرمایه‌گذار تمایل چندانی به تنوع بخشیدن به پرتفوی سرمایه‌گذاری خود نداشته باشد. تمرکز بر چند (یا حتی فقط یک) نوع از دارایی‌ها محصول اطمینان بیش از حد به پیش‌بینی سرمایه‌گذار از وضعیت پیش رو است. در بازارهای مالی این به معنی قرار گرفتن در معرض ریسک غیرسیستماتیک بیشتر و ضررهای انحصاری برای شخص است.

کسانی که به خودباوری بیش از حد دچارند، تمایل زیادی به زمانبندی بازارها دارند؛ جالب

## انواع سوگیری خودباوری بیش از حد

**توهم کنترل:** اشخاص با سوگیری بیش‌اطمینانی تمایل زیادی به تشخیص خود در جایگاه کنترل کلیت اتمسفری دارند که برای آن پیش‌بینی‌هایی کرده‌اند. آن‌ها احساس می‌کنند که چون آینده را به خوبی و در اکنون رصد می‌کنند، به سادگی می‌توانند موقعیت آتی را نیز کنترل نمایند. با این حال، آن‌ها مولفه بسیار مهمی را نادیده می‌گیرند، اینکه در تمام سرمایه‌گذاری‌ها (با هر فعالیت اجتماعی دیگر)، دیگران نیز بر روندها و نتایج تأثیر می‌گذارند. توهم کنترل ارتباط مستقیمی با توهم دانش دارد، جایی که شخص باور راسخی دارد که دانش محدود او همان اطلاعات موجود و لازم برای فهم اکنون و آینده است.

**سوگیری خوش‌بینی بیش از حد:** این سوگیری زمانی اتفاق می‌افتد که تصمیم‌گیرنده احتمال رخداد‌های مثبت را بسیار بیشتر از انواع منفی در نظر می‌گیرد. در نتیجه، ریسک‌ها از نظر او فقط فرصت‌هایی برای سودآوری هستند. به‌ویژه، ترندهای اجتماعی در بیش از حد مثبت فکر کردن (و نه منطقی فکر کردن) این سوگیری را تشدید می‌کنند.

**تعمیم دادن:** یکی از بدترین انواع سوگیری‌ها که البته زیرمجموعه اعتماد بیش از حد است، تعمیم یک توانایی و تشخیص درست به تمام موقعیت‌های تصمیم‌گیری است. برای مثال، شخصی که مکانیک خوبی است و مشکلات خود را سریع‌تر از دیگران تشخیص می‌دهد، نمی‌تواند از این مهارت خود برای تشخیص روندهای بازار سهام بهره بگیرد. باید پذیرفت که «پیش‌بینی» محصول دانش بنیادی از موضوع و تحلیل داده‌های کافی «مرتبط» است.

## تأثیرات خودباوری بیش از حد بر تصمیم‌گیری در بازارهای مالی

درک بازار و تشخیص جهتی که در آن حرکت می‌کند یک مهارت حیاتی در فعالیت‌های مالی و سرمایه‌گذاری است. بسیاری از سرمایه‌گذاران، معامله‌گران و تحلیلگران حرفه‌ای معتقدند که در پیش‌بینی روند بازار عملکردی بالاتر از متوسط دارند. با این حال، از نظر آماری نیز غیرممکن است که اکثر تحلیل‌گران پیش‌بینی دقیقی از جهت بازار داشته باشند، زیرا اگر قرار باشد مثلاً ۷۰ درصد جهت را درست تشخیص دهند دیگر نقدینگی (خریداری) برای تأمین این سودآوری وجود ندارد.

اثرات سوگیری بیش‌اطمینانی را می‌توان در جنبه‌های مختلف رفتار سرمایه‌گذاری، امور مالی شخصی و حتی امور مالی شرکت‌ها و دولت‌ها مشاهده کرد.



## معاملات بیش از حد و بازدهی کمتر

سرمایه‌گذارانی که خودباوری بیش از حدی بر تحلیل‌های خود دارند بر این باورند که بازار همان است که در ذهن آن‌ها ترسیم شده است. در نتیجه، آن‌ها برهه‌های زمانی زیادی را به عنوان نزول‌ها و صعودها در روند بازار پیش‌بینی می‌کنند و با ورود و خروج مکرر تلاش در سودآوری از تحلیل خود دارند.

جدا از اینکه این ورودها و خروج‌ها همیشه با روند سازگار نیستند و سود غالباً جای خود را به ضرر می‌دهد، کارمزدهای بالا برای انجام سرمایه‌گذاری توسط نهادهای واسطه (مانند صرافی‌ها یا بورس) باعث کاهش سود می‌شوند.

## دست کم گرفتن ریسک و سرمایه‌گذاری‌های پرخطر

اطمینان بیشتر یعنی تمایل کمتر به تشخیص ریسک‌هایی که در برنامه شخصی سرمایه‌گذار نقشی نداشته است. دست کم گرفتن ریسک به معنی بروز رفتارهای پرخطر در سرمایه‌گذاری است. برای مثال، سرمایه‌گذاری در سهام بی‌ثبات، املاک سوداگرانه و خرید اوراق قرضه پربازده بدون ارزیابی ریسک مرتبط به آن‌ها از جمله این خطرپذیری‌های غیرمنطقی هستند. نمونه شاخص از این واقعیت حساب دات‌کام (و حساب بازار بورس ایران در سال‌های اخیر) است که در آن سرمایه‌گذاران رشد شرکت‌های اینترنتی را ماورائی پیش‌بینی کرده بودند تا اینکه زمان ترکیدن حساب رسید و سودهای ۴۰۰ درصد جای خود را به سوختن ۷۵ درصد از ارزش دارایی‌ها دادند.

## تأثیرات بر روند بازار

نکته جالب درباره اعتماد بیش از حد، امکان تأثیر آن بر روند منطقی بازار است. در بازارهای بورس اکثر حساب‌ها محصول اعتماد بیش از حد گروهی از سرمایه‌گذاران بر روند صعودی، پافشاری بر حفظ آن، و همراهی اکثریت سرمایه‌گذاران از روندی است که گروه اول ایجاد کرده‌اند. اگرچه این همگرایی جمعی در ابتدا به سودآوری می‌رسد، اما در ادامه سقوط‌های شدید را به همراه دارد، چراکه روند بازار در بلندمدت با واقعیت ارزش مولفه‌های آن سازگار می‌شود.

## چگونه می‌توان از سوگیری خودباوری بیش از حد اجتناب کرد؟

برای کاهش تأثیرات این سوگیری شناختی، به دنبال نظرات مختلف و یادگیری بنیادهای لازم و مرتبط با موضوعی باشید که می‌خواهید به پیش‌بینی درباره آن بپردازید. بررسی دیدگاه‌های مختلف باعث ایجاد حس انتقادپذیری در شخص و جذب اطلاعات منطقی بیشتر می‌شود.

به‌روز بودن شاید مهم‌ترین تمرین برای پیش‌بینی بهتر وضعیت یک بازار باشد. کسانی که سرمایه‌گذاران خوبی در انواع بازارهای مالی هستند از کوچکترین تغییرات در بازار، رفتار سرمایه‌گذاران، میزان نقدینگی، تأثیرات سیاسی - اجتماعی و ... باخبرند و همین باخبری باعث انعطاف‌پذیری بیشتر آن‌ها در زمان بروز یک رویداد ناگهانی می‌شود.

به جای اینکه بر حداکثر کردن بازده تمرکز کنید، به دنبال مدیریت درست ریسک باشید. رویکردهای ساختاریافته، مبتنی بر داده و تحلیل اختصاصی به مدیریت ریسک کمک شایانی می‌کنند. فراموش نکنیم که مدیریت ریسک یعنی کاهش حداکثری زیان که خود به یک سودآوری مستمر، پایدار و کم‌استرس‌تر ختم می‌شود. در نتیجه واقعیت یک ماهیت نسبی است، به‌خصوص برای بازارهای مالی که روندهای آن‌ها نتیجه حرکات جمعی هستند. آنچه برای شما یقین‌ناپذیر می‌شود برای دیگران حدسی نیست و برآورد این حدسی‌هاست که آینده یک روند را تعیین می‌کنند. به همین دلیل، سرمایه‌گذار باید دانش قابل‌قبولی از حدس‌های موجود و موثر بر بازار داشته باشد، بنیادهای سرمایه‌گذاری را به خوبی بشناسد و بداند که چگونه باید از داده‌های مرتبط به تحلیل و تخمین آینده رسید. هرچقدر فروتنانه‌تر بر دانش و تحلیل خود بیاندیشید، احتمال کمتری دارد که نوسانات شدید شما را غافلگیر کنند.

## نادیده گرفتن سیگنال‌های بازار

اعتماد بیش از حد باعث می‌شود سرمایه‌گذار علائم هشدار دهنده که حاکی از تغییر در شرایط بازار هستند را نادیده بگیرد. سرمایه‌گذار باور دارد که روندهای فعلی به‌طور نامحدود ادامه خواهند داشت، تا اینکه تغییر ناگهانی بازار او را غافلگیر می‌کند. مهم‌تر اینکه اغلب این افراد حاضر به پذیرش شکست در تحلیل نمی‌شوند و با پافشاری بر پیش‌بینی خود ضرر بیشتری را نتیجه می‌دهند.



## آینده صنعت ساختمان در گرو شفافیت و نوآوری در تامین مالی

صنعت ساختمان، یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی ایران، در سال‌های اخیر تحت تأثیر شدید تحولات اقتصادی قرار گرفته است. در حالی که روش‌های سنتی تامین مالی همچنان بر این صنعت حاکم هستند، تلاش‌هایی برای به‌کارگیری ابزارهای نوین مانند صندوق‌های زمین و ساختمان، فروش متری مسکن و استفاده از ظرفیت تعاونی‌ها آغاز شده است. البته چالش‌هایی همچون پیچیدگی‌های قانونی، بی‌اعتمادی فعالان و نبود آگاهی کافی باعث شده این روش‌ها نتوانند به‌طور گسترده مورد استفاده قرار گیرند؛ در حالی که با رفع موانع و ایجاد شفافیت، می‌توان تحولاتی اساسی در نظام تامین مالی و جذب سرمایه‌گذاری در این صنعت رقم زد. در این راستا با حامد رحیمی بنیانگذار ibbi گفت‌وگو کردیم که مشروح آن را در ادامه می‌خوانید:

**درباره دسته‌بندی طیف مخاطبان خود توضیح دهید و بگویید چگونه این دسته‌بندی به شما در شناخت بهتر مخاطبان کمک کرده است؟**

ما در ibbi ابتدا طیف مخاطبان خود را در یک نمودار پیاپی شکل دسته‌بندی کردیم. در هسته مرکزی این نمودار، سازندگان قرار دارند. در لایه بعدی، معماران و طراحان هستند و در لایه بیرونی، صاحبان صنایع و تامین‌کنندگان متریال؛ شامل بازرگانان (برای متریال‌های وارداتی) و تولیدکنندگان داخلی. ما بصورت مرحله‌به‌مرحله دغدغه این گروه‌ها را بررسی کردیم. برای مثال هدف تامین‌کنندگان متریال این است که بتوانند نوآوری و تمایز محصول خود را به معماران و طراحان معرفی کنند و آنها نیز به‌قدری تحت تأثیر قرار گیرند که محصول را به دیگران توصیه کنند. از طرف دیگر، هسته مرکزی این نمودار یعنی سازندگان، افرادی هستند که سرمایه در دست دارند، تصمیم‌گیر نهایی هستند و پروژه‌ها را اجرا می‌کنند. هدف این بود که آن‌ها نیز به محصولات ارائه‌شده اعتماد کرده و در پروژه‌های خود از آن‌ها استفاده کنند.

**در هر پروژه، مخاطبان دغدغه‌هایی دارند که پاسخ به آنها ضروری است. شما با بررسی دغدغه‌های تامین‌کنندگان، معماران و سازندگان، به چه نکاتی رسیدید و چگونه توانستید راه‌حلی برای پاسخ به نیاز آن‌ها ارائه دهید؟**

ما برنامه‌ریزی کردیم تا با استفاده از رسانه‌های تخصصی و هدفمند، محصولات خود را به‌گونه‌ای در معرض دید سازندگان و معماران قرار دهیم که بیشترین تأثیرگذاری را داشته‌باشد. مثلاً به جای استفاده از تبلیغاتی مانند بیلبوردهای اتوبان که شاید ۹۰ درصد مخاطبان آن ارتباطی با حوزه ساختمان ندارند، سراغ رسانه‌هایی رفتیم که برد مؤثر داشته و مخاطبان هدف را جذب کنند. به این ترتیب توانستیم بار دغدغه معرفی محصول را از دوش تامین‌کنندگان برداریم. در همین راستا، دغدغه معماران را بررسی کردیم. آن‌ها تمایل داشتند طرح‌ها و ایده‌هایشان بیشتر دیده شود و توجه سازندگان را جلب کند تا همکاری بیشتری بین آن‌ها و سازندگان ایجاد شود. در نهایت، به هسته تصمیم‌گیری این سلسله رسیدیم که سازندگان هستند. سازندگان دغدغه‌های متفاوتی دارند؛ از زنجیره تامین و کیفیت متریال گرفته تا سازماندهی تیم‌ها. اما مهم‌ترین دغدغه آن‌ها، فروش ملک است. این دغدغه اصلی، عامل پیشبرد کل زنجیره فعالیت‌هاست و باعث می‌شود پروژه‌ها یکی پس از دیگری به جریان بیفتند.

**چگونه می‌توان روند معرفی سازندگان و معماران را بهبود بخشید تا چرخه فروش ملک سریع‌تر و مؤثرتر شود و این اقدامات چه تأثیری بر بهبود چرخه فروش**

**دارد؟**

برای حل این مسئله، ما رفتار خریداران ملک را بررسی کردیم. در گذشته، خریداران ملک از طریق آگهی‌هایی مثل نیازمندی‌های همسپهری یا یک مشاور املاک آشنا می‌شدند، همراه او به بازدید از پروژه‌های مختلف می‌رفتند و در نهایت یکی از آن پروژه‌ها را انتخاب می‌کردند و مشاور املاک، سازنده و معمار پروژه را معرفی می‌کرد. معمولاً معرفی به دو دلیل اعتبار و ارزش برند سازنده یا معمار پروژه و توجیه قیمت ملک نسبت به سایر املاک منطقه انجام می‌شد. این روند به ما نشان داد که معرفی دقیق سازندگان و معماران، نقش کلیدی در تصمیم‌گیری خریداران دارد و می‌تواند چرخه فروش را بهبود بخشد.

**در حال حاضر خریداران ملک چه ویژگی‌هایی را هنگام فرآیند خرید در نظر می‌گیرند و برندهای مختلف چه نقشی در این فرآیند ایفا می‌کنند؟**

در خریدهای روزمره تقریباً همه خریدها از برند شروع می‌شود و به محصول می‌رسد. مثلاً وقتی بودجه‌ای برای خرید خودرو دارید، اول به برند آن خودرو فکر می‌کنید و این موضوع برای خرید ساعت، تلفن همراه، پوشاک و سایر محصولات مشابه نیز صدق می‌کند. اما افراد برای خرید یک واحد آپارتمانی، از محصول شروع می‌کنند و در نهایت شاید به برند برسند. ibbi آمد تا این چرخه را معکوس کند. هدف این بود که مشتری بر اساس شناخت قبلی خود از برند سازنده، وارد فرآیند خرید شود و مشخصات و نیازهای خود را مطرح کند.

**آیا معکوس کردن چرخه خرید ملک، توانسته تجربه موفق‌تری برای آ‌بی‌وی‌آی ایجاد کند و در آن صورت شواهدی از این موفقیت چیست؟**

این فرآیند باعث می‌شود خریدار بتواند واحدی کاستومایز و منطبق بر نیازهایش داشته باشد. حتی این رویکرد را می‌توان از روی جلد ژورنال‌های ما دید؛ جایی که فقط لوگوی سازندگان روی جلد قرار دارد. این لوگوها نشان‌دهنده هویت بصری برندها هستند و خریدار می‌تواند با تکیه بر شناختی که از این برندها دارد، سازنده مناسب را پیدا کرده و سپس محصول موردنظر خود را بررسی کند. این فلسفه از روز اول شکل‌گیری NPCها تا امروز، که ۱۳ سال از آن می‌گذرد، وجود داشته و تجربه موفق‌تری هم بوده است.

**اگر بخواهیم به‌صورت کلان به معضلات صنعت ساختمان بپردازیم، با توجه به معضلات اقتصادی که در همه صنایع تأثیر گذاشته، صنعت ساختمان و به‌خصوص نظام تامین مالی مسکن چه تأثیری از این شرایط گرفته است؟**

در حال حاضر شاهد یک تغییر مهم در صنعت ساختمان هستیم و آن این‌که قبلاً نظام تامین مالی مسکن بیشتر به سازندگان وابسته بود. سازندگان معمولاً با مکانیزم‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کردند که اغلب خود افراد ثروتمند در ساخت‌وسازهای لوکس دخیل بودند. اما با تغییرات نرخ دلار و کاهش ارزش پول ملی، این فاصله بین اعداد بسیار بیشتر شده و وضعیت تامین مالی تغییرات جدی کرده و با ترس‌هایی همراه است. اگرچه هنوز در واحدهای لوکس، برخی از آن‌ها به فروش می‌رسند، اما وضعیت مانند گذشته نیست.

**به‌عنوان کسی که همیشه مشاور سازندگان بودید، نظر شما در مورد فرآیند تامین مالی و چالش‌هایی که در این زمینه وجود دارد، چیست؟**

یکی از مشکلات اساسی در صنعت ساختمان، استفاده محدود از ابزارهای نوین تامین مالی همچون انتشار اوراق و مشارکت با شرکت‌های تامین سرمایه است.

برای مثال یکی از روش‌های نوین تامین مالی، پیش‌فروش نقدی یا به‌صورت تهازر است. در شرایط کنونی که بازار با کمبود نقدینگی مواجه است، بسیاری از پروژه‌ها برای تامین مالی خود به‌سمت روش‌های تهازی با استفاده از مصالح و کالاهای ساختمانی پیش می‌روند. این موضوع باعث می‌شود تولیدکنندگان و بازرگانان صنایع ساختمانی به‌نوعی به سرمایه‌گذار تبدیل شوند. این روش نه تنها برای سازندگان مفید است بلکه راه‌حلی برای به‌پایان رساندن پروژه‌ها فراهم می‌آورد.

باوجود این بسیاری از سازندگان و فعالان صنعت از روش‌های نوین بی‌بهره‌اند و همچنان با سرمایه‌گذاری‌های حقیقی و استفاده از روش‌های سنتی و غیرآکادمیک ادامه می‌دهند. این مسئله به‌ویژه در منطقه یک تهران و مناطق مشابه مشهود است.

**به نظر شما چرا روش‌های نوینی که در دنیا برای تامین مالی مورد استفاده قرار می‌گیرد، در ایران نتیجه‌بخش نبوده است؟**

بی‌بهره بودن از روش‌های نوین تنها به خود فعالان برنمی‌گردد؛ بخشی از آن به ناآگاهی و آموزش نداشتن بازمی‌گردد. این مشکلات و فقدان‌ها به‌دلیل بی‌اعتمادی یا پیچیدگی مسیر در استفاده از ابزارهای مالی است که توسط فضای حاکمیت شهری یا بازار سرمایه ایجاد شده‌اند؛ ابزارهایی که از دیگر کشورهای جهان وارد شده‌اند، به کار گرفته شده‌اند، اما عملاً هیچ خروجی مثبتی نداشتند.

یکی از روش‌های نوین تامین سرمایه، صندوق‌های زمین و ساختمان زیرمجموعه بازار فرابورس است. در این فرآیند، سرمایه‌گذار صندوق زمین را تملک یا در آن مشارکت می‌کند، متریال را تهیه کرده و عملیات ساخت‌وساز را پیش می‌برد. در



نهایت پس از تکمیل پروژه، سودی به سرمایه‌گذاران تعلق می‌گیرد. اما این مدل با چالش‌های قانونی و عدم استقبال روبه‌رو شد. استقبال نکردن از روش صندوق‌های زمین و ساختمان به بررسی عمیق نیاز دارد و باید ریشه‌یابی شود. ناکارآمدی به این برمی‌گردد که برای فعالان صنعت ساختمان، به جریان انداختن این ابزار و راه‌اندازی آن در پروژه‌ها کاری آسان و دست‌یافتنی نیست. ابزار دیگر که در دنیا بسیار کاربرد دارد، صندوق اجاره املاک و مستغلات (REITs) است که در فرابورس عرضه می‌شود. این صندوق‌ها به‌جای ورود به بخش ساخت‌وساز، به سرمایه‌گذاری در خرید واحدهای آماده و مدیریت سرمایه‌های غیرمنقول، مانند املاک و مستغلات می‌پردازند. با این حال، این صندوق‌ها نیز نه‌تنها در بازار سرمایه به‌خوبی معرفی نشده‌اند، بلکه فعالان این بازار و مخاطبان، به‌ویژه سازندگان و خریداران ملک، شناخت کافی از آن‌ها ندارند.

**یکی دیگر از روش‌های نوین تامین مالی که به‌تازگی مطرح شده، فروش متری مسکن است که در بسیاری از کشورها هم جریان دارد. آیا این روش در ایران به کار گرفته می‌شود؟**

بله فعالان صنعت ساختمان پیگیر فروش متری آپارتمان‌ها بودند و خوشبختانه، چند مجموعه توانسته‌اند مجوز این کار را از بازار سرمایه دریافت کنند. در این سیستم، با استفاده از API، هر مترمربع ملکی که عرضه می‌شود، به‌طور هماهنگ با سازمان ثبت، یک سند دیجیتال مختص آن واحد ایجاد می‌شود. این یعنی دیگر تنها واحدهای شش‌دنگ ملک وجود نخواهند داشت، بلکه هر مترمربع به‌عنوان یک واحد مستقل قابل خرید و فروش خواهد بود.

در حال حاضر، چند مجموعه در ایران در قالب سیستم فروش متری یا هدایت سرمایه‌های سرگردان به‌سمت سرمایه‌گذاری‌های خرد در صنعت ساختمان فعال هستند. یکی از این ابتکارات، سامان‌ای به نام «متریکس» است که با مجوزها و همکاری‌های مختلف، به معرفی آپارتمان‌هایم‌پردازد.

**بنابراین فروش متری می‌تواند امکان سرمایه‌گذاری در سود ساخت بخشی از یک ملک را برای افراد فراهم کند. با وجود این، آیا چالش‌هایی هم در این روش وجود دارد؟**

بله این سیستم چالش‌هایی نیز دارد، به خصوص در زمینه مالکیت. در این نوع سرمایه‌گذاری، گروهی از افراد به‌طور مشترک مالک هستند، بنابراین امکان سکونت یا انتقال مالکیت مانند خرید یک واحد شش‌دنگ وجود ندارد. این مسئله به‌ویژه زمانی که ملک به فروش می‌رسد، پیچیده‌تر می‌شود؛ زیرا مالکیت در حین ساخت، تنها برای سرمایه‌گذارانی است که در پروژه مشارکت دارند و پس از تکمیل پروژه، مالکیت به خریداران نهایی منتقل می‌شود. در واقع، سرمایه‌گذاران در این مدل، سود خود را از مراحل ساخت پروژه می‌برند. این فرآیند عملاً نوعی پیش‌فروش است که به خریدار این امکان را می‌دهد به اندازه میزان سرمایه‌گذاری خود در ساخت، از سود پروژه بهره‌مند شوند. همچنین در این سیستم، اعضا اجازه ندارند واحدهای خریداری‌شده را قبل از رسیدن به یک ارزش افزوده مشخص، بفروشند یا انتقال دهند.

البته فروش متری به‌صورت پیش‌فروش تنها از کانال بازار سرمایه مجاز است. سازمان بورس و اوراق بهادار، مجوزهای لازم را برای این نوع فروش صادر می‌کند و هرگونه اقدام خارج از این چارچوب تخلف محسوب می‌شود و پیگرد قانونی خواهد داشت.

**آیا برای پروژه‌های ساختمانی، از ظرفیت تعاونی‌ها برای تامین سرمایه استفاده می‌شود؟**

تعاونی‌ها که در ابتدا با هدف جمع‌آوری سرمایه و انجام پروژه‌های ساختمانی تشکیل می‌شوند، مجاز به فعالیت هستند. با این حال، فرآیند انتقال سهم در تعاونی‌ها پیچیده است و افراد باید عضو تعاونی شوند و در صورتی که سهمی از دست داده شود، فرد باید از تعاونی خارج و انتقال سهم به‌صورت رسمی انجام شود. این ساختار به رعایت قوانین خاص و هماهنگی با اعضای دیگر نیاز دارد. برای مثال در منطقه ۲۲ تهران،

برخی تعاونی‌ها با موفقیت پروژه‌های بزرگی را اجرا کرده‌اند، اما در منطقه ۱۱ مشکلاتی مانند بی‌اعتمادی و سردرگمی میان مخاطبان وجود دارد؛ افرادی که فکر می‌کنند صاحب واحدی از یک پروژه بزرگ هستند، در واقع تنها سهمی از آن دارند و این موضوع با تبلیغات نادرست در پیامک‌ها که وعده خرید خانه با مبالغ کم را می‌دهند، تشدید شده است. با وجود این صندوق‌های سرمایه‌گذاری املاک و مستغلات (ری‌تس) به‌عنوان یک راهکار موثر برای سرمایه‌گذاری خرد در صنعت ساختمان شناخته شده‌اند. این صندوق‌ها با مجوز بازار سرمایه فعالیت می‌کنند و از آنجایی که فرآیندهای قانونی و تسهیل‌شده‌ای دارند، برای فعالان صنعت ساختمان مناسب‌تر هستند.

در گذشته بانک‌ها مستقیماً در پروژه‌های ساختمانی سرمایه‌گذاری می‌کردند؛ اما امروزه، بانک‌ها دیگر نمی‌توانند فعالیت اقتصادی و نگاهداری انجام دهند. آنها بیشتر به فروش اموال مازاد خود پرداخته و منابع غیرمنقول خود را در سامانه‌های جامع به فروش می‌رسانند. بنابراین شرکت‌های تأمین مالی به‌عنوان یک ابزار برای جذب سرمایه در پروژه‌های خاص وارد عمل شده‌اند و می‌توانند با انتشار اوراق و جذب سرمایه‌گذاری، منابع مالی لازم را تأمین کنند. صندوق‌های خصوصی نیز به این صنعت وارد شده‌اند.

**به‌طور کلی برای برخورداری از روش‌های نوین تامین مالی، می‌توان از ظرفیت بازار سرمایه استفاده کرد. برای این کار در صنعت ساختمان، چه اقداماتی باید انجام داد؟**

یکی از مهم‌ترین راهکارها ایجاد بلوغ سازمانی است و صنعت ساختمان باید به‌صورت سازماندهی‌شده‌تر عمل کند. این سازماندهی شامل تعیین استراتژی‌ها، ایجاد ساختارهای مالی و استراتژیک و توجه به فرآیندها می‌شود. برای موفقیت در این مسیر، ایجاد یک شرکت با شخصیت حقوقی و ساختار مالی مناسب ضرورت دارد که در آن تمامی فعالیت‌ها به‌صورت منظم، شفاف و هدفمند هدایت شود.

اگر سازندگان بتوانند شفافیت بیشتری به فعالیت‌های خود بدهند، ارتباطات بهتری با بازار سرمایه برقرار می‌کنند و در آن صورت می‌توان به‌راحتی به سمت جذب سرمایه و استفاده از ابزارهای تأمین مالی پیشرفت کرد. ایجاد ساختارهای مناسب و استفاده از ابزارهای نوین تأمین مالی می‌تواند صنعت ساختمان را به سمت رشد و پویایی بیشتری هدایت کند.

**در حال حاضر شاهد یک تغییر مهم در صنعت ساختمان هستیم و آن این‌که قبلاً نظام تأمین مالی مسکن بیشتر به سازندگان وابسته بود. سازندگان معمولاً با مکانیزم‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کردند که اغلب خود افراد ثروتمند در ساخت‌وسازهای لوکس دخیل بودند. اما با تغییرات نرخ دلار و کاهش ارزش پول ملی، این فاصله بین اعداد بسیار بیشتر شده و وضعیت تأمین مالی تغییرات جدی کرده و با ترس‌هایی همراه است. اگرچه هنوز در واحدهای لوکس، برخی از آن‌ها به فروش می‌رسند، اما وضعیت مانند گذشته نیست**

# چالش‌های کارایی در تأمین مالی شرکتها

ترکیبی از تحریم‌ها، ناکارآمدی برخی از سیستم‌های مدیریتی داخلی، محدودیت‌ها در تجارت و تراکنش‌های بین‌المللی، نابسامانی منطقه خاورمیانه و چالش‌های مرتبط با آن‌ها اقتصاد و مانور تجاری ایران را تحت تأثیر قرار داده‌اند. این چالش‌های محدودکننده امکان اتخاذ مدل‌های مالی و بخصوص انواع مرتبط با تأمین مالی را با مانع‌هایی روبرو کرده‌اند که بیشتر از همه صنایع و کارآفرینان از آن‌ها تأثیر گرفته‌اند.

وقتی تأمین مالی با مانع روبرو می‌شود، حس یا انگیزه و جسارت عملکرد خلاقانه از بین می‌رود، ارتباط با شبکه‌های ملی و بین‌المللی محدود می‌شود، قابلیت‌های رقابتی کم‌کم بی‌تأثیر می‌شوند و سودآوری جای خود را به بقاء می‌دهد. برای مثال، کاهش ارزش ریال در مقابل ارزهای دیگر باعث می‌شود که سرمایه‌گذاران داخلی ریسک‌گریز شوند و سرمایه‌های خود را به سمت دارایی‌های تک‌بعدی و غیرصنعتی مانند املاک، طلا و ارز سوق دهند. با زندانی شدن نقدینگی در این دارایی‌ها، شرکت‌ها و کارآفرینان بازوهای تجمیع سرمایه خود را از دست می‌دهند و بعد از مدتی یا بدون هیچ توسعه و تغییر به رکود می‌رسند، یا اینکه در عطش تحول به سقوط هدایت می‌شوند.

در ادامه به چالش‌های مالی و اقتصادی در ایران می‌پردازیم و تأثیر آن‌ها را بر شیوه‌ها و امکان تأمین مالی شرکت‌های مختلف خواهیم سنجید. موارد انتخاب شده به عنوان چالش، گزینه‌هایی از مجموعه ممکن و جزء انواع با تأثیر بیشتر بر فعالیت‌های مرتبط با تأمین مالی شرکت‌ها هستند.



## تحریم‌های اقتصادی

یکی از بارزترین مسائلی که اقتصاد ایران را تحت تأثیر قرار داده است، اعمال تحریم‌های اقتصادی از جانب کشورهای غربی است. این تحریم‌ها بخش‌های مختلفی از جمله بانکداری، نفت و تولید را هدف قرار داده‌اند و مشارکت ایران در تجارت بین‌المللی و دسترسی شرکت‌های ایرانی به بازارهای جهانی را به شدت محدود کرده‌اند.

اگرچه اکثر این تحریم‌ها مرتبط با برنامه‌های اتمی ایران، فروش نفت و گاز و شخصیت‌های سیاسی ایران هستند، اما این تحریم‌ها جنبه‌های عملیات تجاری ایران را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند. برای مثال، اتصال سیستم بانکداری جهانی با بانک‌های ایرانی مختل شده است و معاملات تجاری در زنجیره‌های تأمین تجاری برای اکثر شرکت‌ها با موانعی همراه شده‌اند.

به دلیل این تحریم‌ها، صنایع ایران گزینه‌های انتخابی کمتری دارند و معاملات آن‌ها به کشورها و شرکت‌های خاص محدود می‌شود. این ارتباط و تجارت محدود مانع از ورود فناوری به کشور و اشتراک و تحریک ایده‌های تجاری و کارآفرینی می‌شوند. از نظر تأمین مالی، این تحریم‌ها باعث می‌شوند که تنها سرمایه‌گذاران از چند کشور خاص بتوانند، یا خواهان آن باشند، که در فعالیت‌های صنعتی شرکت‌های ایرانی مشارکت کنند. در نتیجه، تأمین مالی از طریق کانال‌های بین‌المللی به شدت محدود شده و اتکا به سرمایه‌گذاران خارجی به گزینه‌های انگشت شمار محدود می‌شود.

علاوه بر این، شرکت‌های بزرگ ایرانی امکان عرضه سهام خود در بازارهای جهانی را ندارند و این یعنی عدم امکان تعریف راهکارهای تأمین مالی از مسیر بازارهای بین‌المللی. با محدودسازی بانک‌های ایران از سیستم‌هایی چون SWIFT، شرکت‌های ایرانی نیز نمی‌توانند از طریق بازارهای بین‌المللی در شرکت‌های دیگر سرمایه‌گذاری کنند و فرصت‌های اکتساب کاهش می‌یابد. شرکت‌ها و اشخاص حقیقی خارجی که تمایل و امکان سرمایه‌گذاری در ایران را دارند نیز خواهان دریافت سهم بیشتری از سود عملیات شرکت‌های ایرانی هستند، زیرا ریسک سرمایه‌گذاری را بالا می‌بینند. با افزایش هزینه سرمایه‌گذاری، شرکت‌ها نیز تمایل کمتری به تأمین مالی از طریق کانال‌های خارجی پیدا می‌کنند.

## چالش‌های مالی و اقتصادی و تأثیرات آن‌ها بر عملیات تأمین سرمایه

چالش‌های مالی و اقتصادی در ایران را می‌توان به سه گروه کلی تقسیم‌بندی کرد: انواع مرتبط و متأثر از وضعیت اقتصاد جهانی، انواع انحصاری و متأثر از جریان‌های سیاسی، انواع مرتبط با برنامه‌ها و سیاست‌های عملیاتی و توسعه‌ای داخل کشور.

## تورم و کاهش ارزش ریال

ایران با نرخ تورم بالا و کاهش ارزش ریال دست و پنجه نرم می‌کند. مجموعه‌ای از عوامل مانند تحریم‌ها، سوء مدیریت و نوسانات قیمت نفت و مواد معدنی باعث بروز تورم بالا شده‌اند. نکته مهم این است که حتی در حضور روند صعودی در قیمت نفت، تورم همچنان با درصد بالا در تغییرات سالانه همراه است و بدتر اینکه این نرخ افزایشی در تورم واکنش بسیار شدیدی به اخبار سیاسی اجتماعی نشان می‌دهد. با افزایش تورم، سود حاصل از عملیات صنعتی را نمی‌توان به عنوان اهرمی قابل اتکا برای پیشبرد برنامه‌های توسعه‌ای کلان در نظر گرفت. به همین دلیل است که اکثر شرکت‌های کوچک که تأمین مالی برای توسعه عملیات خود را منوط بر سودهای ماهانه و سالانه قرار داده‌اند، به دلیل بروز تورم نقطه‌ای بالا، مأیوس می‌شوند.

نکته مهم‌تر این است که سرمایه‌گذاران نیز به شدت نگران فرسایش سرمایه خود هستند و حاضر نیستند در فعالیت‌های صنعتی و کارآفرینانه سرمایه‌گذاری کنند. به‌ویژه، تورم بالا و نوسان غیرقابل پیش‌بینی آن باعث می‌شود که شرکت‌های سرمایه‌گذاری نتوانند تقریب خوبی از ریسک‌های آتی داشته باشند و مدل‌های درآمدزایی خود را با این ریسک‌ها تطبیق دهند. از طرفی، با کاهش ارزش پول، شرکت‌ها غالباً با مشکلات نقدینگی مواجه‌اند، زیرا مواد اولیه و کالاهای وارداتی افزایش می‌یابد و جریان‌های نقدینگی را تحت فشار قرار می‌دهد.





## چالش‌های بخش بانکداری



بخش بانکی ایران با سطح بالایی از وام‌های غیر جاری، سرمایه ناکافی و چارچوب‌های نظارتی ضعیف مواجه است. این مسائل باعث تضعیف ثبات سیستم مالی و دسترسی به اعتبار می‌شوند. در نتیجه این چالش‌ها، بانک‌ها نیز نمی‌توانند بر روی فعالیت‌های تجاری سودآور سرمایه‌گذاری کنند و بیشترین تأثیر را از تورم می‌گیرند. کاهش ارزش پول باعث شده که وام‌های ارائه شده از جانب بانک‌ها به شرکت‌ها و افراد، علاوه بر اینکه به سود قابل توجه ختم نمی‌شوند، در بلندمدت روندی فرسایشی در برنامه‌های سرمایه‌گذاری بانک به وجود می‌آورند. وقتی بانک‌ها نتوانند یا خواهان این نباشند که در پروژه‌های صنعتی به خصوص در انواع نوپا، سرمایه‌گذاری کنند، شرکت‌ها برای تأمین مالی خود دست به دامن شیوه‌های غیرمعارف مانند قراردادهای شخصی با سودهای بالا، پشتیبانی خانوادگی و تضمین سودهای غیرواقعی می‌شوند.

## چگونه می‌توان راه‌حلی برای این چالش‌ها تعریف کرد؟

در نگاه اول، چالش‌ها بسیار گسترده، همه‌جانبه، همه‌گیر و با چشم‌اندازهای بلندمدت به نظر می‌رسند. با وجود این، اگر به هر کدام از آن‌ها با ذره‌بین حل مسئله نگاه کرد، حتماً راه‌کارهای فراوان، اختصاصی و قابل اجرا می‌توان برای هر کدام تعریف و اعمال کرد. برای مثال، سیاست‌های تأمین مالی یا کمک به تأمین مالی شرکت‌ها از طرف سازمان‌های دولتی، بانک‌ها و وزارتخانه‌هایی مانند صنعت و تجارت، باید شفاف شود. منظور از شفافیت ارائه یک مسیر قابل پیگیری از نقطه تعریف یارانه یا هر راهکار تأمین مالی دیگر برای شرکت‌ها، نحوه نظارت بر استفاده از این تسهیلات و نتیجه این تأمین مالی دولتی است.

علاوه بر این، دولت باید انسجامی در سیستم‌های تأمین مالی مرتبط به خود و برای صنایع به وجود آورد. عملکرد مستقل نهادهای مختلف باعث شده که شرکت‌ها یا نتوانند به یک چهارچوب قابل اتکا برای همکاری بلندمدت برسند یا اینکه مسیریابی برای سوء استفاده و تأمین مالی چندجانبه سودجویان به وجود می‌آید. دولت باید این انسجام را هم‌زمان با ساده‌سازی مراحل، مقررات و همراه با کاهش موانع بوروکراتیک برنامه‌ریزی و اجرا کند.

در مورد تحریم‌های اقتصادی، باید میزگردهای تخصصی با حضور سرمایه‌گذاران، شرکت‌های نیازمند سرمایه و سازمان‌های دولتی برگزار شود. در این میزگردها می‌توان کانال‌های ورود سرمایه‌های خارجی را کشف و برای جذب آن‌ها تدبیرهای عملیاتی اتخاذ کرد. سرمایه‌گذاران و شرکت‌ها می‌توانند از ارتباطات و شبکه‌های تجاری خود برای معرفی این کانال‌ها و نحوه تحریک سرمایه‌گذاران خارجی استفاده کنند.

اصلاح بخش بانکداری در موضوعات مرتبط با مشارکت در فعالیت‌های صنعتی نکته مهم دیگری است که در چند سال اخیر کم و بیش مدنظر قرار گرفته است. بانک‌ها همچنان در سمت ارائه‌دهندگان وام برای تأمین سرمایه نقش ایفا می‌کنند و کمتر در قالب سرمایه‌گذاران مستقیم و شریک‌های تجاری ظاهر می‌شوند. ایجاد چنین پتانسیل‌های مشارکتی در سود باعث می‌شود هم شرکت‌ها بتوانند ریسک‌های خود را به درستی به اشتراک بگذارند، هم اینکه بانک‌ها با کاهش ارزش ریال ضرر نکنند و در سرمایه‌گذاری‌های بعدی موانع بیشتری تعریف نکنند.

در نهایت، ترویج تنوع شیوه‌های تأمین سرمایه از راه‌حل‌های حیاتی برای روبرو شدن با چالش‌های تأمین مالی شرکت‌ها است. برای رسیدن به یک برنامه خوب باید مدل‌های موفق از کشورهای که وابستگی زیادی به منابع طبیعی ندارند را بنچمارک کرد و نتایج را برای ایران بومی‌سازی نمود. ارتقاء جایگاه کارآفرینی می‌تواند بالاترین تأثیر را بر تنوع‌سازی شیوه‌های جذب سرمایه داشته باشد. فراموش نکنیم که کارآفرینان همان ایده‌پردازان صنعت‌اند که برای تأمین سرمایه خود نیز می‌توانند راهکارهای ابتکاری ارائه کنند.

اگرچه ایران با تحریم‌های همه‌جانبه‌ای دست و پنجه نرم می‌کند، اما ارتباطات منطقه‌ای آن به قدری قدرتمند است که می‌تواند خود به یک قطب اقتصادی و معرف گردش‌های مالی بدل شود. به نظر می‌رسد ایران از پتانسیل ارتباط منطقه‌ای که دارد بهره اقتصادی لازم را نمی‌گیرد و فرصت بسیاری از سرمایه‌گذاری‌ها و حضور در بازارهای بین‌المللی را به کشورهای می‌دهد که نه ارتباط نزدیک‌تری با همسایگان ایران دارند نه ابزارهایی ماورایی در تسخیر این بازارها در اختیار دارند. به ویژه، دولت می‌تواند ارتباط نزدیک‌تری بین تجار و شرکت‌های داخلی ایجاد کند تا با درک بهتر نیاز کشورهای همسایه، نوع و قدرت محصولات رقیب و مسیرهای نفوذ، به موفقیت و جایگاه تجارت بین‌المللی در دسترس نیز برسد.

## سیاست‌های دولت و مدیریت اقتصادی

سیاست‌های دولت و شیوه‌های مدیریت اقتصاد نقش مهمی در شکل‌دهی محیط کسب‌وکار دارند. به ویژه، در حضور تعداد زیادی از شرکت‌های دولتی و خصوصی، نقش دولت در تحرکات صنعتی و تأمین مالی برای صنایع کشور بسیار پر رنگ است. تغییرات مکرر در سیاست‌های اقتصادی یک محیط تجاری غیرقابل پیش‌بینی ایجاد می‌کند که مانع از سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی بلندمدت می‌شود. اگر شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران از چشم‌انداز نظارتی دولت باخبر نباشند نیاز و مشارکت در سرمایه‌گذاری به خوبی تحلیل انجام نمی‌شود.

به ویژه، همیشه شکافی بین نیاز شرکت‌ها و نقدینگی موجود در جامعه وجود دارد. زمانی که شرکت‌ها به سرمایه نیاز دارند، معمولاً نقدینگی ریالی به سمت ارزهای دیگر یا سرمایه‌گذاری‌های متأثر از افزایش تورم رفته است. گاهی نیز وقتی نقدینگی ریالی وجود دارد و تورم به ثباتی مقطعی رسیده، دولت با تعریف اوراق مشارکت و طرح‌های مشابه سرمایه جمعی را جذب و از ورود آن‌ها به عملیات شرکت‌ها، بخصوص شرکت‌های خصوصی، ممانعت می‌کند. همچنین، شرکت‌های دولتی و خصوصی مزیت‌های بیشتری در تأمین سرمایه نسبت به انواع خصوصی دارند. برای مثال، این شرکت‌ها از ارزهای دولتی و راهکارهای تجاری ارزان‌تر بیشتری برخوردارند. با این حال، تجربه ثابت کرده که تحولات صنعتی و اقتصادی به شدت متأثر از فعالیت مستقل شرکت‌های خصوصی و کارآفرینان است. اگر دولت نتواند مسیرهای مشابهی برای تأمین مالی این شرکت‌ها و افراد تعریف کند، در بلندمدت مایوس می‌شوند و حافظه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی باعث حرکت سرمایه‌های این بخش به سمت فعالیت‌های حاشیه‌ای و غیرصنعتی مانند معاملات املاک و ارز می‌شود.

اتکای بیش از حد به یارانه‌ها معضل دیگر گریبان‌گیر صنعت ایران است. بسیاری از مشاغل ایرانی برای تأمین انرژی، مواد اولیه و سایر نهاده‌ها به یارانه‌های دولتی متکی هستند. در حالی که یارانه‌ها فاکتور مثبتی در عملکرد کوتاه مدت هستند، اغلب منجر به نارسا آمدی، تحریف پویایی بازار و توزیع غیرعادلانه سرمایه ملی می‌شوند. برای نمونه، برخی از شرکت‌های صنعتی از ارزهای دولتی برای واردات استفاده می‌کنند، بدون اینکه نظارت قابل توجهی بر عملکرد جاری و آتی آن‌ها باشد. همین امر باعث بروز برخی تخلفات در بلندمدت شده و امید سایر شرکت‌ها به تأمین مالی برای خرید تجهیزات و مواد اولیه از طریق کمک‌های دولتی را کم رنگ کرده است.

**ایران با نرخ تورم بالا و کاهش ارزش ریال دست و پنجه نرم می‌کند. مجموعه‌ای از عوامل مانند تحریم‌ها، سوء مدیریت و نوسانات قیمت نفت و مواد معدنی باعث بروز تورم بالا شده‌اند. نکته مهم این است که حتی در حضور روند صعودی در قیمت نفت، تورم همچنان با درصد بالا در تغییرات سالانه همراه است و بدتر اینکه این نرخ افزایشی در تورم واکنش بسیار شدیدی به اخبار سیاسی اجتماعی نشان می‌دهد**

# مالیات رفتاری و حبابهای بازار

زیرا اعلام سیاست‌های مالیاتی از جانب یک کاندیدا نه تنها بر محبوبیت او بلکه بر بازارهایی چون بورس و فارکس نیز تأثیر می‌گذارد. وقتی مالیات افزایش پیدا می‌کند، مردم محافظه‌کارتر می‌شوند و حتی خریدهای روزانه خود را با وسواس بیشتری انجام می‌دهند. تحقیقات نشان می‌دهد که افزایش مالیات در کشورهای مختلف باعث کاهش شاخص خراج کردن مشتریان می‌شود. در نتیجه، اقتصاد جامعه نیز با رکود مواجه می‌شود، چراکه شرکت‌ها نیز وقتی نتوانند مشتری برای کالاهای خود بیابند استراتژی‌های انقباضی را در نظر می‌گیرند، تعداد کارکنان را کاهش می‌دهند، زنجیره تأمین را کند می‌کنند و سرمایه‌گذاری‌های پیش‌بینی و برنامه‌ریزی شده را کاهش می‌دهند یا به تأخیر می‌اندازند.

نقل است از بنجامین فرانکلین که به کتابه می‌گوید: هیچ چیزی در این جهان قطعی نیست، به جز مالیات و مرگ. مالیات برای هیچ کسی یک موضوع و اتفاق جذاب به حساب نمی‌آید، اما اهمیت مالیات نیز غیرقابل انکار است، چراکه تمام جنبه‌های رفاه جمعی به مالیات بستگی دارند.

قوانین مالیاتی بر تمام جنبه‌های مالی زندگی ما تأثیر می‌گذارد، جنبه‌هایی چون میزان حقوق خالص آخر ماه، سود حاصل از سرمایه‌گذاری، میزان پس‌انداز برای بازنشستگی، تصمیم‌گیری درباره خرید خانه یا اجاره آن، با تأسیس یک کسب‌وکار، همه چیز متأثر از نرخ و رویکرد دولت در دریافت مالیات است. علاوه بر این، سیاست‌های مالیاتی تأثیر شاخصی بر وضعیت بازارهای سرمایه دارند، به خصوص در دوران مناظره‌های انتخاباتی

## مالیات چه تأثیر بر بازارهای سرمایه دارد؟

بالا می‌رود، مردم تمایل بیشتری به سرمایه‌گذاری در بازارهایی چون بورس پیدا می‌کنند و شاخص‌های این بازارها بلافاصله صعودی می‌شوند. در بسیاری از کشورها وقتی مالیات از میزان مشخصی بیشتر شد، مهاجرت نیروی کار آن نیز به شکل معناداری افزایش یافت و همین امر باعث کاهش نیروی انسانی ماهر برای کسب‌وکارهای آن اقتصاد شد. در نتیجه، صنعت آن کشور با اختلال مواجه و همین امر به کاهش سرمایه‌گذاری خارجی در بازارهای سرمایه و افت آن انجامید. در نتیجه، افزایش مالیات باید هم‌زمان با افزایش رفاه اجتماعی باشد تا مردم توجیهی بر این تغییر دریافت کنند و از واکنش شدید ممانعت گردد.

تمایل آن‌ها به خرید کالاهای اساسی‌تر یا خودروهای ارزان‌تر بود. علاوه بر این، وقتی رئیس‌جمهور یا نماینده مجلس یک کشور اعلام می‌کند که قصد افزایش یا کاهش مالیات را دارند، مردم بلافاصله و حتی روزها و ماه‌ها قبل از اجرایی شدن سیاست‌های مالیاتی جدید به آن‌ها واکنش نشان می‌دهند. این واکنش سریع‌تر از هر جای دیگر خود را در بازارهای مالی نشان می‌دهد. حتی نوع مالیات، مثلاً مالیات بر درآمد یا بر دارایی نیز می‌تواند تأثیر متفاوتی بر واکنش سرمایه‌گذاران فعال در بازارهای سرمایه داشته باشد. برای نمونه، وقتی مالیات بر درآمد کاهش می‌یابد اما مالیات بر املاک

فرض کنید مالیات ناگهان ۲ درصد افزایش یابد، بدیهی است که قدرت خرید نیز کاهش می‌یابد و تولید نیز متناسب با آن کمتر می‌شود. وقتی درآمد سالانه شرکت‌ها نزولی می‌شود، یا حتی برآورد آن‌ها از درآمدهای پیش‌رو کمتر از پیش‌بینی‌های قبلی است، سهام آن‌ها در بازارهای معامله سهام افت می‌کنند. در واقع، بازارهای سرمایه به هر خبر و استراتژی تجاری از جانب شرکت‌ها واکنش نشان می‌دهند. نمونه اخیر آن شرکت تسلا و پیش‌بینی کاهش چند درصدی در درآمدها برای سال ۲۰۲۴ بود که با کاهش شدید ارزش سهام آن همراه شد. دلیل این پیش‌بینی نیز کاهش قدرت خرید مردم و



وقتی مالیات افزایش پیدا کند، تمام جنبه‌های صنعت از آن تأثیر می‌پذیرند. برای مثال، با افزایش مالیات برای شرکت‌های مالی و بانک‌ها، نرخ بهره نیز افزایش می‌یابد و هزینه دریافت وام برای صنایع بیشتر می‌شود. در نتیجه، درآمدها و فعالیت‌های توسعه کسب‌وکار آن‌ها کمتر می‌شود؛ وضعیتی که تأثیر مستقیم بر کاهش جذابیت سهام شرکت‌ها دارد. نکته مهمی که درباره تأثیر تغییرات سیاست مالی بر بازارها وجود دارد، ارتباط بارز آن با شکل‌گیری حباب در این بازارهاست. برای نمونه، وقتی دولت بخواهد بازار سهام را به جذابیت بالایی برساند (مثلاً برای فروش برخی از اوراق مشارکت دولتی) مالیات بر درآمد یا دارایی آن را به شدت کاهش می‌دهد. در نتیجه این کاهش (هم‌زمان با افزایش مالیات در بازارهای دیگر یا حداقل عدم تغییر آن) نقدینگی به سمت بازار سهام روانه می‌شود. این نقدینگی که غالباً دانشی در پی استراتژی‌های معاملاتی آن نیست، ارزش‌گذاری‌های اشتباه و رادیکالی را نتیجه می‌دهند. این ارزش‌گذاری‌ها در بازه‌های کوتاه و بلندمدت به حباب‌هایی کوچک و بزرگ تبدیل می‌شوند که خطرناک‌ترین موجودات برای هر بازار مالی هستند. موارد زیر نمونه‌هایی از حباب‌های شکل گرفته در بازارهای مختلف و متأثر از تغییرات در سیاست‌های مالی هستند.

#### حباب مسکن در ایالات متحده

در دهه اول قرن بیست و یکم دولت آمریکا به افرادی که صاحب خانه بودند یا تمایل به خرید خانه داشتند تخفیف‌های مالیاتی می‌داد. در نتیجه، مردم تمایل بیشتری به دریافت وام‌های مسکن و خرید خانه به جای اجاره آن پیدا کردند. در نتیجه، سرمایه‌گذاری در بازار املاک به شدت افزایش یافت و همین امر موج بلندی از هجوم نقدینگی به این بازار را حاصل کرد. در حضور این موج بلند هجوم نقدینگی، قیمت‌ها سر به فلک کشیدند و قیمت مسکن در این کشور رکوردهای تاریخی را به خود دید. در نتیجه، در بازه سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۶ قیمت مسکن در آمریکا ۸۰ درصد افزایش یافت و میزان مالیکت خانه به ۶۹٫۲ درصد رسید. چند سال بعد که حباب مسکن ترکید، بیش از ۲٫۹ میلیون خانه سلب حق اقامه دعوی دریافت کردند و ورشکستگی گسترده بانک‌ها و موسسات مالی در سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ نتیجه عدم توان مردم در بازپس‌دهی وام بود. بحرانی که از آمریکا آغاز شد و در ادامه به تمام نقاط جهان سرایت کرد.

#### حباب دات کام

حباب دات کام نتیجه اوج گرفتن شرکت‌های حوزه فناوری در دهه نود و اوایل قرن بیستم بود. در همین سال‌ها مالیات بر سرمایه، بخصوص سرمایه‌های از

جنس سهام، از ۲۸ درصد به ۲۰ درصد کاهش یافت و مردم تمایل دوچندانی برای سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌های جذابی چون اپل، مایکروسافت، گوگل، IBM و دیگران پیدا کردند.

دوباره، نقدینگی زیادی بدون هیچ دلیل استراتژیک به سمت بازار سهام روانه شدند و حباب بزرگی در آن خلق کردند. بزرگی این حباب را می‌توان از رشد شاخص نزدک از عدد ۷۵۰ در سال ۱۹۹۵ به بیش از ۵۰۰۰ در سال ۲۰۰۰ دریافت. در نتیجه این رشد، سرمایه‌گذاری در شرکت‌های حوزه فناوری و متکی بر توسعه اینترنت به شدت افزایش یافت و به بیشتر از ۱۰۵ میلیارد دلار در سال رسید. هنگامی که حباب مذکور ترکید شاخص نزدک بیشتر از ۷۸ درصد افت کرد، یعنی ۷۸ درصد از سرمایه‌های مردم در بازه بسیار کوتاهی سوختند.

#### حباب قیمت دارایی ژاپن

در دهه ۸۰ میلادی دولت ژاپن مشوق‌های مالیاتی جدید را برای تشویق مردم به سرمایه‌گذاری در املاک و مستغلات تعریف کرد. با کاهش مالیات بر عایدی در سرمایه‌گذاری و معافیت‌های مختلف، سرمایه‌گذاری در املاک و سفته‌بازی در بازار به شدت افزایش یافت. در بازه ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۰ شاخص نیکی ۲۲۵ که مرتبط با بورس اوراق بهادار ژاپن است حدود ۱۳۰۰۰ واحد رشد کرد و به ۳۹ هزار واحد رسید. همچنین، قیمت زمین تجاری در شش منطقه مرکزی توکیو در این بازه زمانی بیشتر از ۳۰۲ درصد رشد کرد.

پس از ترکیدن این حباب در سال ۱۹۹۱، شاخص نیکی ۲۲۵ به عدد ۱۴۰۰۰ سقوط کرد و تقریباً تمام دهه را با رکود و کاهش همراه بود. هم‌زمان رکود وحشتناکی در بازار املاک ژاپن به وجود آمد که سال‌ها ادامه داشت.

#### حباب بازار مسکن انگلستان

در اوایل قرن بیستم انگلستان نیز سیاست مشابهی را در بخش املاک پیاده سازی کرد که به موجب آن مالیات بر خرید و تملک خانه به شدت کاهش می‌یافت. در نتیجه این کاهش مالیات، مردم تمایل

زیادی به سرمایه‌گذاری در بازار مسکن پیدا کردند. از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۷، میانگین قیمت خانه از ۸۱۵۹۶ پوند تقریباً ۲ برابر شد و به ۱۸۴۱۳۱ پوند رسید. هم‌زمان، تعداد وام‌های مسکن از ۲۸۷۰۰ در سال ۲۰۰۰ به ۹۴۰۰۰۰ وام در ۲۰۰۷ افزایش یافت. همین امر باعث افزایش بدهی ملی و شکل‌گیری حباب بزرگی در بخش مسکن شد. پس از ترکیدن این حباب، قیمت مسکن ناگهان و در بازه‌ای ۱ ساله ۱۶ درصد کاهش یافت و میزان درآمد بانک‌ها به شدت افت کرد. بدتر اینکه این بحران در سیستم بانکی و املاک انگلستان با بحران متناظری در سیستم بانکی آمریکا همراه شد و انگلیس تأثیر دوچندانی از این حباب گرفت.

در نتیجه، مشخص است که سیاست‌های مالیاتی به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر رفتار سرمایه‌گذاران در انواع بازارها تأثیر می‌گذارند. نکته مهم این است که در تمام این مثال‌ها، شکل‌گیری حباب و ترکیدن آن حتی اگر به بازار سهام ربطی نداشت، تأثیر مشابهی بر این بازارها می‌گذاشتند. برای مثال، وقتی بانک‌های آمریکا با بحران سرمایه مواجه شدند و یکی از بزرگترین آن‌ها اعلام ورشکستگی کرد، چند ساعت بعد بحرانی مشابه در بازار بورس نیویورک شروع شد که منجر به سقوطی تاریخی در ارزش سهام برای تمام صنایع گردید.

مردم بیشتر از هر فاکتور دیگری، متأثر از سوگیری‌های شناختی خود تصمیمات سرمایه‌گذاری اتخاذ می‌کنند. ترس از جا ماندن باعث همراهی آن‌ها با جریان‌هایی می‌شود که مقصد آن حباب‌هایی از جنس ارزش‌های غیرمنطقی و در آستانه ترکیدن است. تقریباً تمام این حباب‌ها نتیجه مشابهی را حاصل کرده‌اند، سوخته شدن درصد بالایی از سرمایه مردم و ناامیدی آن‌ها از فعالیت در بازارهای سرمایه. به همین دلیل است که کارشناسان حوزه اقتصاد بر این باورند که هر سیاست مالیاتی جدیدی که قرار است اتخاذ شود، باید ابتدا تأثیراتش در بازارهای مختلف و بخصوص بازارهای سهام تحلیل و نسبت به بهترین و بدترین واکنش جمعی ممکن دوباره کالبره شوند.



# مالیات رفتاری و تصمیمات سرمایه گذاری

سازمان‌های مالیاتی در سراسر جهان به صورت مکرر قوانین مرتبط با مالیات را تغییر می‌دهند. این تغییرات می‌تواند عاملی موثر در شیوه تصمیم‌گیری شرکت‌ها و اشخاص حقیقی در فعالیت‌های اقتصادی باشند. برای مثال، وقتی مالیات بر درآمد مکانیک‌های خودرو افزایش می‌یابد، مثلاً با ۵ درصد، آن‌ها به سرعت قیمت خدمات خود را با تغییرات سازگار می‌کنند و افزایش‌ها همیشه با درصدهایی بیشتر از میزان افزایش در مالیات است. دلایل اصلی در تغییرات مالیاتی نیاز به افزایش درآمد دولت، هدایت سرمایه به یک صنعت یا فعالیت خاص، رویکردهای سیاسی و تعرفه‌گذاری کالاها یا افزایش خدمات اجتماعی و عملیات عام‌المنفعه هستند. در ادامه، تغییرات در مالیات باعث تغییر شیوه‌های سرمایه‌گذاری و سطح ریسک‌پذیری افراد می‌شود. افزایش مالیات برای شرکت‌های صنعتی تأثیرات اقتصادی بیشتری برای جامعه به همراه دارد. برای مثال، وقتی مالیات یک شرکت افزایش می‌یابد، آن‌ها دیگر مطمئن‌اند که در انتهای هر سال باید مبالغ بیشتری بابت مالیات پرداخت کنند و همین امر باعث ورود کمتر شرکت به سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز، انگیزه کمتر برای کارآفرینی و افزایش زمان مطالعه طرح‌های توسعه‌ای می‌شود. در نتیجه، افزایش مالیات از جانب دولت‌ها معمولاً باید با ارائه طرح‌هایی در خنثی کردن تأثیر منفی این تغییرات مالیاتی و تشویق شرکت‌ها به حفظ روند توسعه و سرمایه‌گذاری همراه باشد. بخصوص، هر چقدر رابطه مالیات و ریسک‌پذیری در یک صنعت یا جامعه بالاتر باشد، افزایش یا کاهش آن تأثیر شدیدی در طرح‌های توسعه‌ای و حتی اشتغال‌زایی صنایع خواهد داشت.

## جمعیت، اشتغال و مالیات

کردن درآمد برای کاهش میزان مالیات است. دلیل این امر هم بسیار واضح است، شما درآمدی کسب کرده‌اید و در نگاه اول فقط به این فکر می‌کنید که خود برای آن تلاش کرده‌اید و هیچ لزومی ندارد چند ده درصد از آن را به دولت بپردازید. با این حال، فضای فراهم شده برای پیشرفت اقتصادی شما با پرداخت همین مالیات‌ها خلق شده است. بنابراین، مردم برداشتی میانه‌رو از مفهوم مالیات دارند. آن‌ها وضعیت رفاه اجتماعی را می‌بینند و در مقابل، درصدهایی از مالیات را به عنوان پشتوانه این وضعیت رفاهی توجیه‌پذیر می‌بینند. برای شرکت‌ها چنین رضایتی با میزان خدمات دولت و تسهیلات اقتصادی و عملیاتی آن برای صنایع به وجود می‌آید. با افزایش جمعیت جهان، پتانسیل درآمدزایی دولت‌ها برای درآمدزایی از طریق مالیات افزایش یافته است. با این حال، بهبودی مشابه در شیوه‌های تعریف و میزان مالیات دریافتی از رگه‌های مختلف اجتماعی و شرکت‌ها در صنایع مختلف دیده نمی‌شود. برای نمونه، در بسیاری از کشورها مشارکت در سازمان‌های حقوق بشری و خیریه باعث کاهش مالیات می‌شود و اشخاص و سازمان‌های خصوصی از این قانون برای کاهش مالیات خود بهره می‌برند، بدون اینکه کمکی به جامعه خود کنند یا به همان میزان مالیات کاهش یافته را به سازمانی خیریه پرداخت کرده باشند.

در بسیاری از کشورهای جهان مالیات مهم‌ترین کانال درآمدی برای دولت است. پارامترهایی چون رفاه اجتماعی، سطح اشتغال، سرانه ثروت کشور، میزان درآمدهای غیرمالیاتی دولت، میزان تقاضا برای دریافت ویزا و سطح جهانی بودن اقتصاد و صنایع کشور نقش اصلی را در تعیین مالیات بازی می‌کنند. بر همین اساس، در برخی کشورها مالیات بر درآمد، خرید کالا یا دارایی‌ها بیشتر از دیگر کشورهاست. برای مثال، در فرانسه مردم ممکن است تا ۴۵ درصد از درآمد خود را بابت مالیات به دولت پرداخت کنند. در اسپانیا مالیات می‌تواند تا ۴۷ درصد هم دریافت شود یا در آلمان مشاغل با درآمد بالا ممکن است تا ۴۵ درصد مالیات بدهند. حتی در برخی کشورها مثل فنلاند و سوئد که سطح رفاه اجتماعی آن‌ها بسیار بالاست، میزان مالیات بر برخی درآمدها، کالاها و دارایی‌ها تا ۵۰ درصد هم می‌رسد. اما این مالیات‌های ۴۰ یا ۵۰ درصدی برای اشخاص با درآمدهای سالانه چند صد هزار دلار و بیشتر است. در اکثر این کشورها شهروندانی که درآمد آن‌ها کمتر از هزینه لازم برای چرخاندن یک زندگی معمولی با استانداردهای رفاهی حداقلی است، مالیات‌هایی بسیار کمتر و گاهی صفر درصدی پرداخت می‌کنند. نکته مهم درباره مالیات که غالباً ما درباره آن در شبکه‌های اجتماعی و اخبار مرتبط با فرارهای مالیاتی می‌شنویم، عدم پرداخت مالیات یا پنهان

## چگونه می‌توان از مبانی اقتصاد رفتاری برای درک رفتار مالیات دهندگان بهره گرفت؟

اقتصاد رفتاری بینش‌های روانشناختی و اقتصادی را ترکیب می‌کند تا به تصمیم‌گیری بهینه در اتخاذ رویکردهایی چون تعریف مالیات بر اساس واکنش ممکن از جانب مالیات دهندگان کمک کند. بنا بر نظریه‌های سنتی، مالیات دهندگان عملکردی بسیار منطقی دارند، یعنی در مقابل افزایش مالیات به نفع رفاه جمعی هیچ واکنش منفی نشان نمی‌دهند و به راحتی توجیه اقتصادی و قانون مالیاتی جدید را می‌پذیرند؛ مطمئناً با تجربه‌ای که از جوامع در پذیرش قوانین مالیاتی در دست است، واکنش مردم غالباً متفاوت و با نگاهی منفی به افزایش مالیات است. اقتصاد رفتاری از پارامترهای زیر برای شناسایی ویژگی‌های شناختی فردی و جمعی در تصمیمات مالی و کاربرد آن‌ها در تخصیص مالیات استفاده می‌کند: **حسابداری ذهنی:** مالیات دهندگان غالباً دارایی خود را در حساب‌های متفاوتی فرض می‌کنند. به عنوان مثال، بازپرداخت یا تخفیف در مالیات برای مردم شبیه یک پول بادآورده است و آن را متفاوت از درآمد معمول فرض می‌کنند. به همین دلیل، وجود تخفیف‌ها و بازپرداخت‌های مالیاتی همیشه مولفه‌های مثبت در استراتژی‌های مالیاتی است. **زیان‌گریزی:** همه مردم از زیان‌گریزاند و حتی اجتناب از ضرر را به کسب سودهای معادل ترجیح می‌دهند. بنابراین، جریمه‌های مالیاتی که مردم از اجرای آن‌ها اطمینان دارند همیشه عاملی در پرداخت به موقع مالیات بوده‌اند. **اجتناب از پیچیدگی:** مردم تمایل دارند که ساده‌ترین تصمیمات را اتخاذ کنند، حتی اگر بهترین‌ها نباشند. به‌ویژه، تصمیماتی که در دسترس‌تر هستند همیشه مطلوب‌تر جلوه می‌کنند.

## مالیات رفتاری و سرمایه‌گذاری

بنا بر اصول اقتصاد رفتاری، گرایش‌های روانشناختی ما نقشی فوق‌العاده پررنگ در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی ما دارند. برای مثال، انسان هرگز از بردن ۱ میلیون تومان و یا باختن آن به یک میزان تأثیر مثبت یا منفی، نمی‌گیرد و باختن همیشه تأثیر شدیدتری بر جای می‌گذارد. ترس از دست دادن باعث می‌شود ریسک کمتری را در آینده بپذیریم یا نتوانیم ضرر رخ داده را قبول و از موقعیت سرمایه‌گذاری ضررده خارج شویم. به طور مشابه، وقتی قوانین مرتبط با مالیات‌ها ناگهان تغییر می‌کنند، مردم واکنش شدیدی به آن‌ها نشان می‌دهند، چرا که می‌دانند قرار است میزان بیشتری از درآمد آن‌ها کم شود. در نتیجه این ترس و واکنش منفی به تغییر در مالیات، فاکتورهای سرمایه‌گذاری مانند ریسک‌پذیری و اعتماد مردم کاهش می‌یابد. در مقیاس کلان، کاهش میزان ریسک‌پذیری مردم به معنی ورود بیشتر آن‌ها به بازارهای ایستا است، بازارهایی که تأثیربری بر اشتغال‌زایی ندارند، بهبودی در وضعیت اقتصادی ایجاد نمی‌کنند و بروز بحران در آن‌ها غیرقابل کنترل است. برای مثال، با افزایش درآمد بر کالا، دارایی و درآمد، مردم سریع‌تر استراتژی‌های کم‌ریسک‌تر می‌روند و آن‌هایی را انتخاب می‌کنند که تأثیر کمتری از افزایش مالیات می‌گیرند؛ مانند سرمایه‌گذاری در املاک، خرید ارز و طلا و توجیه اقتصادی، رفاهی و صنعتی برای بخش صنعت همراه نباشد، به مفهوم کاهش سرمایه‌گذاری شرکت‌ها، کاهش اعتماد به استراتژی‌های دولت، افزایش تورم و فرار سرمایه خواهد بود. سرمایه‌ای که می‌توان ماهیتی بسیار هوشمند در نظر گرفت که همیشه به دنبال بهره‌وری بیشتر و فضای مطلوب‌تر برای رشد است. این ماهیت ارزشی، به شدت از محیط و استراتژی‌های حاکم بر خود تأثیر می‌گیرد و به سرعت از محل و موقعیتی به انواع دیگر با شرایط مطلوب‌تر حرکت می‌کند.



سال‌های پیش رو بود. تحقیق و توسعه و سنجش رفتار مردم در مواجهه با شیوه‌های مختلف در تعریف مالیات و تنظیم درصدهای مالیاتی بر پایه این تحقیقات اولین گام و بنیاد تمام استراتژی‌ها در تعریف مالیات است.

علاوه بر این، ایران بیشتر از هر پارامتر توسعه‌ای دیگر به ارتقاء فرهنگ سرمایه‌گذاری مولد در بین جوامع و صنایع نیاز دارد. در حال حاضر، بیشتر سرمایه‌گذاری‌ها بر روی دارایی‌های ایستا و غیرصنعتی است. مردم رغبت زیادی به کارآفرینی در مقیاس‌های کوچک و بزرگ ندارند (یا اینکه آموزش لازم برای انجام آن را ندیده‌اند) و فرهنگ سرمایه‌گذاری خطرپذیر برای توسعه اجتماعی هنوز با فرهنگ ثروت‌اندوزی جایگزین نشده است. دولت به عنوان عامل اصلی و قدرت شاخص در تغییر این روند حاضر می‌تواند با اتخاذ استراتژی‌های درست در فعالیت‌هایی چون تعریف مالیات و سوق دادن استراتژی‌ها به سمت سرمایه‌گذاری بیشتر و کارآفرینی، نقش پررنگی در توسعه فردی و جمعی کشور داشته باشد. بدترین استراتژی مالیاتی، نوعی است که پیش‌بینی‌های رفتار شناسی لازم در تأثیر تغییرات پیش رو بر واکنش اقتصادی و سرمایه‌گذاری مردم را مدنظر قرار نداده باشد. تحلیل رفتاری جامعه و فعالان صنعتی برای تشخیص میزان این تأثیر مالیاتی بر رفتار مالی آن‌ها شاید زمان‌بر، اما هرگز بیجوده و غیرممکن نیست؛ بلکه ضروری و غیرقابل چشم‌پوشی است. اگر سازمان‌های تصمیم‌گیرنده در امر تعریف مالیات فاکتورهای رفتاری جمعی را به درستی تشخیص و ارزیابی کنند، مطمئناً مسیرهای بهتری برای تغییر مالیات بر کالا، دارایی و درآمد، هم‌زمان با کاهش میزان تأثیرات منفی این تغییرات در عملکردهای مالی و صنعتی، یافت می‌شوند.

بنابراین، نرخ‌های مالیاتی و محاسبات مرتبط با آن باید بسیار ساده باشد تا با خشم و عدم اعتماد (که اتخاذ آن‌ها از درک فرم مالیاتی ساده‌تر است) همراه نشود. هرچقدر نحوه محاسبه مالیات و کسر از فیش حقوقی (یا هر شیوه دیگر در دریافت مالیات) ساده‌تر باشد، مردم تمایل بیشتری به منطقی دانستن و قبول آن دارند.

**مقایسه با همتایان:** شاید مهم‌ترین عامل در پذیرش یارد مالیات و تغییرات آن، مقایسه مالیات یک شخص یا سازمان با دیگری در وضعیتی مشابه باشد. هرچقدر وضعیت‌ها مشابه‌تر به نظر آیند، مردم انتظار بیشتری در برابری مالیات خواهند داشت. به ویژه شرکت‌ها تمایل دارند بر روی طرح‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که مالیات شفافی بر آن‌ها تعریف شده و همتایان آن‌ها ارجعیت مالیاتی در آن سرمایه‌گذاری ندارند.

**مشوق‌های مالی و اجتماعی:** تشویق شدن و تشخیص داده شدن ویژگی‌های مهمی برای یک مالیات دهنده در پرداخت مرتب صورتحساب‌های مالیاتی هستند. به همین دلیل است که وقتی معافیت‌های مالی، برنامه‌های تخفیف به خوش حساب‌ها و سرمایه‌گذاران در طرح‌های توسعه‌ای بیشتر می‌شود (یا به درستی تبلیغ می‌شوند) رغبت بیشتری در پرداخت مالیات و گزارش درست درآمد و دارایی به چشم می‌خورد.

در نهایت، مالیات برای پیشرفت پایدار تمام جوامع الزامی است، چراکه وابستگی کشورها به ذخایر طبیعی کم‌کم در حال کاهش و حتی به صفر رسیدن است. بنابراین، باید از هم‌اکنون به دنبال اتخاذ رویکردهای پایدار، عامه‌پسند و محرک سرمایه‌گذاری در شیوه‌های تعریف مالیات برای

# سوگیری‌های روان‌شناختی در بازارهای مالی

آگاهی از نوع و نقش سوگیری‌های شناختی مشترک انسانی در سرمایه‌گذاری تأثیر زیادی بر بهینه‌سازی رویکردهای سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی دارد. این سوگیری‌ها در طبیعت انسان ریشه دوانده و منجر به تمایل انسان به ساده‌سازی بیش از حد، تکیه بر تفکر آنی یا اعتماد بیش از اندازه به قضاوت خود می‌شوند. با دریافت بینش لازم در مورد این سوگیری‌ها، سرمایه‌گذاران تصمیمات بهتری برای کمک به کاهش ریسک و بهبود نتایج سرمایه‌گذاری خود در بلندمدت اتخاذ کنند.

سوگیری‌های روان‌شناختی متعددی می‌توانند بر نحوه تصمیم‌گیری ما تأثیر بگذارند. کلید کاهش تأثیر آن‌ها در تشخیص حضور و شناسایی زمان بروز آن‌ها و سپس انجام تنظیمات مناسب یا دریافت کمک برای تعدیل تأثیر این سوگیری‌ها بر تصمیمات مهم مالی است. باید پذیرفت که دینامیک بازار و فاکتورهای اقتصادی تنها مولفه‌ها در تعریف ترندها و نتایج مالی در بازار نیستند. مغز انسان آستان انحراف‌های غیرمنطقی است که به تصمیم‌گیری‌های مالی شکل دیگری می‌دهند و غالباً به نتایجی میل دارند که واگرا از باور انسان منطقی است.

## رفتار گله‌ای

تقریباً اکثر حباب‌هایی که در بازارهای مالی به وجود می‌آیند محصول مستقیم ذهنیت گله‌ای در تصمیم‌گیری هستند. این سوگیری شناختی تصمیم‌گیری منطقی را تحت‌الشعاع قرار داده و خطر زیان مالی را افزایش می‌دهد. سرمایه‌گذار باید احساس فشار جمعی برای انطباق با افکار عمومی و پیروی از جمعیت را تشخیص دهد و به جای پیروی کورکورانه، به تحقیق و تحلیل درباره موضوع و شرایط سرمایه‌گذاری بپردازد. بخصوص، باید به دنبال دیدگاه‌های جایگزین و به چالش کشیدن اجماع بود.

رفتار گله‌ای زمانی اتفاق می‌افتد که مردم نسبت به باور جمعی و تصمیم‌های متناظر با آن اطمینان کورکورانه پیدا می‌کنند. نمونه بارز آن همراهی مردم در خرید یا فروش سهام در بازار بورس است، بدون اینکه دلیل خاصی برای تصمیم‌گیری داشته باشند و صرفاً پیرو جمعیت و تصمیم غالب آن می‌شوند. ترس از دادن موقعیت خوب و سود مرتبط با آن باعث می‌شود که هیاهوی رخ داده در خریدها را جدی بگیریم و واکنشی مشابه اما خالی از تحلیل به آن داشته باشیم.

## سوگیری تأیید

منظور از سوگیری تأیید تمایل شخص به طرفداری از اطلاعاتی است که باورها یا نظریه‌ها و اعتقادات موجود را تأیید می‌کنند. این سوگیری شناختی باعث ایجاد یک تعصب بی‌مورد درباره پیش‌بینی یا پیش‌بینی‌هایی می‌شود که اطلاعات زیادی بر علیه درستی آن‌ها وجود دارند، اما سرمایه‌گذار حاضر به ترک موضع تأییدشده خود و تکیه بر اطلاعات تأییدکننده آن نیست.

برای غلبه بر این سوگیری، سرمایه‌گذار باید حس انتقادی قوی‌تری در خود ایجاد کند؛ انتقاداتی که نه فقط اطلاعات و نظریه‌های دیگر، بلکه پیش‌بینی‌های خود او را نیز به چالش می‌کشند. حس انتقادی باعث می‌شود که ابزارهای بیشتری برای ارزیابی به کار گرفته شوند، نیاز به تأییدهای بیشتری احساس شود و پیش‌بینی نهایی از آینده سرمایه‌گذاری بر پایه‌های بیشتر و محکم‌تری تکیه کند.

## ناهماهنگی شناختی و واقعیت‌های متضاد

این سوگیری یا ناهماهنگی شناختی زمانی رخ می‌دهد که افراد از داشتن باورهای متضاد یا درگیر شدن با رفتار و واقعیتی که با ارزش‌هایشان در تناقض است احساسی بدی پیدا می‌کنند. در دنیای سرمایه‌گذاری، ناهماهنگی شناختی زمانی آشکار می‌شود که یک سرمایه‌گذار متوجه می‌شود که مسیر انتخابی او عملکرد ضعیفی داشته و واقعیت با آنچه باور او بوده در تناقض است.

تقریباً ۵۸ درصد از مردم تصمیمی که اتخاذ می‌کنند بر اساس باوری تثبیت‌شده است که شاید هیچ ارتباطی با تصمیم کنونی آن‌ها نداشته باشد. راه‌حل عبور از چنین چالشی دریافت اطلاعات بیشتر، تمرین مقایسه باور خود با باورهای رقابتی دیگر و سازگاری رویکردهای قبلی با تصمیم‌گیری‌ها فاعلی است.

## زبان گریزی و ترس از رها کردن

زبان گریزی یا Loss Aversion به تمایل انسان برای اولویت دادن به اجتناب از ضرر بر کسب سود معادل اشاره دارد. در بازارهای مالی این سوگیری روانشناختی باعث می‌شود که سرمایه‌گذار به امید بازبانی زبان، سرمایه‌گذاران ده را بدون دلیل منطقی خاصی برای مدتی طولانی حفظ کند.

جالب اینکه حتی وقتی سرمایه‌گذار به پول نیاز دارد، حاضر نیست سهام (یا هر دارایی دیگر) زبان‌ده خود را بفروشد، بلکه آن سهمی را به فروش می‌رساند که در حال حاضر سودده است و وضعیت خوبی دارد. در نتیجه، زبان گریزی نه تنها سرمایه‌گذار را بر نگهداشت بی‌مورد و ضررده دارایی ملزم می‌کند، بلکه پتانسیل‌های بالقوه در سودآوری را نیز از سرمایه‌گذاری‌هایی دیگر می‌گیرد. اگر سرمایه‌گذار آستانه تحمل ریسک خود را درک کند و رویکرد منظم و پایبندی راسخی بر حد ضرر خود داشته باشد، در مواقع ضرر تصمیم‌گیری بهتری خواهد داشت و کمتر از این سوگیری تأثیر می‌پذیرد.

## ناهماهنگی شناختی و واقعیت‌های متضاد

این سوگیری زمان اتفاق می‌افتد که سرمایه‌گذار به دانش، شهود و قابلیت‌های پیش‌بینی خود بیش از حد اعتماد می‌کند.

بیش اعتمادی باعث اتفاقاتی چون تجارت بیش از حد، عدم تنوع در پرتفوی و بی‌توجهی به خطرات احتمالی و اعلان خطرهای پیرامون می‌شود. سرمایه‌گذاران با چنین بینشی بر این باورند که می‌توانند از بازار پیشی بگیرند، که خود منجر به خرید و فروش مکرر سهام می‌شود. به ویژه، تحقیقات نشان داده که معاملات مکرر به طور میانگین بازدهی ۱۱ درصدی را نتیجه می‌دهند، در حالی که تکرار کمتر تا ۱۸٫۵ درصد به سودآوری منجر می‌شود. اعتماد بیش از حد به دانش شخصی باعث می‌شود تعصبی غالب به ایده‌های سرمایه‌گذاری ایجاد گردد که مانع تنوع‌گرایی در پرتفوی و توزیع ریسک در سرمایه‌گذاری‌های مختلف می‌شود.

حباب دات‌کام که در اواخر دهه ۹۰ میلادی و اوایل دهه ۲۰۰۰ رخ داد نمونه خوبی از تأثیر این سوگیری شناختی است.

آن‌هایی که اعتماد بالایی به برداشت خود از وضعیت شرکت‌های حوزه فناوری و رشدهای نجومی آن‌ها داشتند، بدون اینکه ارزش واقعی سهام را ارزیابی کنند، دست به سرمایه‌گذاری‌هایی زدند که در نهایت منجر به نزول ۷۸ درصدی در سال‌های ۲۰۰۱ و ۲۰۰۲ شد.

برای غلبه بر عواقب این سوگیری، سرمایه‌گذار باید خود را ملزم به ایجاد تنوع در شیوه‌ها و دارایی‌ها برای سرمایه‌گذاری کند. باید از معاملات مکرر پرهیز کرد و همیشه نیم‌نگاهی به ترندهای جمعی و بررسی‌های ارائه‌شده از جانب دیگران داشت.

## اثر برخورداری یا مالکیت

اثر برخورداری رابطه نزدیکی با مفهوم اجتناب از ضرر دارد. این سوگیری زمانی به وجود می‌آید که افراد ارزش بیشتری برای دارایی‌های که در اختیار دارند قائل باشند. در مقابل، دارایی‌های مشابه، و شاید حتی با ارزش‌تر، را که مالک آن‌ها نیستند با نرخی کمتر ارزش‌گذاری می‌کنند. برای مثال، شخص تمایل دارد ارزش خانه یا خودرو خود را بالاتر از آنچه واقعیت است اعلام کند.

مشکل زمانی به وجود می‌آید که سرمایه‌گذار ارزش واقعی را بسیار پایین‌تر از ارزش مدنظر خود می‌بیند و دارایی خود را برای بازای بلندمدت نگه می‌دارد. آن‌ها موقعیت‌های خوب برای فروش را از دست می‌دهند و وقتی مجبور به فروش می‌شوند، در مواجهه با قیمت‌های بسیار پایین‌تر از آنچه انتظار داشتند، ناامید می‌شوند. بسیاری از افراد که در بازار سهام به صورت بلندمدت سرمایه‌گذاری می‌کنند پس از مدتی دچار این سوگیری شناختی می‌شوند.

آن‌ها موقعیت‌های سوددهی را یکی پس از دیگری نادیده می‌گیرند، حتی دیگر به تحلیل‌های منطقی باور ندارند و هرگونه ارزش‌گذاری پایین را حمله به دارایی‌هایشان فرض می‌کنند.

## سوگیری لنگر

این سوگیری شناختی به تمایل انسان در اتکای بیش از حد به یک مرجع قبلی یا بخش کوچکی از اطلاعات در هنگام تصمیم‌گیری اشاره دارد. انسان برده گذشته خود و برداشت‌هایی است که از آن داشته است، هرچقدر اتکا بر این اطلاعات و نتایج رخدادهای قبلی بیشتر باشد، سوگیری لنگر تأثیر بیشتری بر تصمیم‌گیری‌های آتی خواهد داشت.

نمونه جالب‌تر سوگیری لنگر زمانی است که ما گذشته را کاملاً فراموش می‌کنیم و تنها بر آنچه در اکنون رخ می‌دهد تکیه داریم. برای مثال، در بازارهای سهام وقتی سهمی تاگهان از ۱۰۰۰ تومان به ۵۰۰ تومان سقوط می‌کند، عدد ۵۰۰ را فرصتی برای ورود می‌بینیم، چون آن سهم قبلاً فرصت ورود به ما نمی‌داده و چند ماهی صعودی بوده است.

در چنین شرایطی، سرمایه‌گذار تصمیم‌گیری خود را بر عملکرد اخیر سهم لنگر کرده، بدون اینکه وضعیت بنیادی، تاریخچه عملکردی، وضعیت کلی بازار و روانشناسی بازار را در نظر بگیرد.

## اثر هاله یا خوش‌بینی بیش از حد

اثر هاله زمانی اتفاق می‌افتد که یک برداشت مثبت بر ادراک کلی و قضاوت ما در شرایط و جهات مختلف تأثیر شاخص می‌گذارد. این سوگیری باعث می‌شود که یک جنبه مثبت منفرد، مانند یک خبر خوب درباره یک محصول از شرکتی که در آن سرمایه‌گذاری کرده‌ایم، باعث شود تمام تحلیل‌های خود و واقعیت‌های موجود درباره سرمایه‌گذاری را فراموش کنیم.

شرکت‌ها به مراتب از این اثر برای جذب سرمایه‌گذاران و مشتریان استفاده می‌کنند. برای نمونه، آن‌ها گزارش‌های زیست‌محیطی مثبتی ارائه می‌کنند تا گزارش‌های مالی منفی‌تر و ناامیدکننده را پوشش دهند. یا اینکه بر روی بسته محصولات خود اخبار خوبی درباره باز یافتی بودن آن و دیگر فعالیت‌های زیست‌محیطی ارائه می‌کنند، وقتی خود محصول کیفیت مناسبی ندارد یا گران‌تر از آنچه که باید قیمت‌گذاری شده است.

نهایتاً آن که سوگیری‌های شناختی در حوزه سرمایه‌گذاری، مانند اعتماد بیش از حد، در دسترس بودن یا سوگیری لنگر می‌توانند هر آنچه کاشته‌ایم را در لحظه‌ای به باد دهند. این سوگیری‌ها سرمایه‌گذار را به سمت انتخاب بر اساس تصورات ناقص و اجتناب از تجزیه و تحلیل جامع سوق می‌دهند، وضعیتی که غالباً به نتایج مالی ناامیدکننده و هدررفت فرصت‌های سودآوری منجر می‌شود. برای کاهش این اثرات، اتخاذ استراتژی‌هایی مانند تمرکز بر ارزش ذاتی، انجام تحقیقات کامل‌تر، تنوع بخشیدن به منابع اطلاعاتی، بررسی مستمر پرتفوی سرمایه‌گذاری و ایجاد حس انتقادی در خود بسیار کاربردی خواهند بود.

**تقریباً ۵۸ درصد از مردم تصمیمی که اتخاذ می‌کنند بر اساس باوری تثبیت‌شده است که شاید هیچ ارتباطی با تصمیم کنونی آن‌ها نداشته باشد. راه‌حل عبور از چنین چالشی دریافت اطلاعات بیشتر، تمرین مقایسه باور خود با باورهای رقابتی دیگر و سازگاری رویکردهای قبلی با تصمیم‌گیری‌ها فعلی است**



## سوگیری در دسترس بودن

سوگیری در دسترس بودن یا میانبر زدن در تصمیم‌گیری یک سوگیری با رتبه‌بندی بالا در میزان تأثیر منفی بر سرمایه‌گذاری است. این سوگیری نتیجه ذهن تنبیل انسان و تلاش آن برای میانبر زدن در تصمیم‌گیری است. ما بیشتر تمایل داریم تصمیمات موجود را انتخاب کنیم، تا اینکه خود به یک نتیجه و تصمیم برسیم. در دنیای سرمایه‌گذاری این سوگیری ممکن است تکیه بر آخرین اخبار یا عملکرد بازار یا اینکه عضو شدن در کانال‌های تحلیل تکنیکال و تصمیم‌گیری بر اساس پیشنهادات دیگران باشد.

متأثر از این سوگیری، سرمایه‌گذار ممکن است با کوچکترین تلنگر تبلیغ شده‌ترین تصمیم را اتخاذ کند، بدون آنکه به عاقبت و مبنای تأیید آن فکر کند. این سوگیری دلیل اصلی در همراهی ما با حرکات گله‌ای و شکل گرفتن حباب در انواع بازارهای سرمایه‌گذاری است.

# نظارت هوشمند به افزایش بهره‌وری و رشد کیفیت خدمات بانکی منجر می‌شود



مهدی خدایدی

مدیر ارشد پروژه‌های زیرساخت مالی و بانکی فنانپ زیرساخت

مهم‌ترین نوآوری‌ها در این حوزه «نظارت هوشمند» است. نظارت هوشمند شامل استفاده از فناوری‌های پیشرفته‌ای مانند هوش مصنوعی (AI)، یادگیری ماشینی، اینترنت اشیا (IoT) و تجزیه و تحلیل داده‌ها برای نظارت و مدیریت کارآمدتر شعب بانک‌ها است. تحولی که تأثیر عمیق آن را بر بهبود بهره‌وری و ارائه خدمات برتر بانکی شاهدیم.

با توسعه فناوری‌های مالی و ارائه ابتکارهای روزافزون و انقلابی در صنعت فین‌تک، اکنون تقاضا از بانک‌ها برای بهبود بهره‌وری و افزایش کیفیت خدمات خود بسیار بیشتر از گذشته است. مدل بانکداری سنتی که مشخصه‌اش همان فرایندهای دستی و تعاملات چهره به چهره است، حالا با پیشرفت‌های فناورانه سیمایش به کلی دگرگون شده است. از

## اجزای سامانه نظارت هوشمند در شعب در یک نگاه

نظارت هوشمند به پیاده‌سازی سامانه‌های هوشمندی گفته می‌شود که بطور مستمر جنبه‌های مختلف عملیات بانک را پایش و تحلیل می‌کنند. این سامانه‌ها، داده‌ها را از منابع متعددی مانند دوربین‌ها، حسگرها، سوابق تراکنش‌ها و تعاملات مشتری جمع‌آوری می‌کنند تا تصویری لحظه به لحظه از کمیت و کیفیت عملکرد شعب در اختیار مدیران قرار ارائه دهند. اجزای اصلی سامانه نظارت هوشمند شعب عبارتند از:

**سامانه‌های نظارتی:** شامل دوربین‌های با کیفیت بالا و مجهز به الگوریتم‌های هوش مصنوعی که می‌توانند رفتار مشتریان را نظارت کنند، فعالیت‌های مشکوک را شناسایی کنند و از ایمنی و امنیت مشتریان و کارکنان مطمئن شوند.

**دستگاه‌های اینترنت اشیا:** حسگرهایی که در سراسر شعبه قرار می‌گیرند و می‌توانند شرایط محیطی مانند دما، رطوبت و روشنایی تجزیه و تحلیل داده‌ها؛ ابزارهای تحلیلی پیشرفته، حجم وسیعی از داده‌های مربوط به فعالیت بانک‌ها را پردازش می‌کنند تا تصویری روشن از زیر و بم فعالیت‌های شعب بانک را در اختیار مدیران قرار دهند. به این ترتیب بانک‌ها می‌توانند عملیات خود را بهینه کنند و تصمیم‌های آگاهانه‌ای بگیرند.

**هوش مصنوعی و یادگیری ماشین:** سامانه‌های مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند نیازهای مشتری را پیش‌بینی کنند، خدمات را شخصی‌سازی کنند، و کارهای اداری روزمره را بطور خودکار انجام دهند. به این ترتیب وقت کارکنان بانک آزاد می‌شود تا فعالیت‌های پیچیده‌تر و با ارزش افزوده بیشتری انجام دهند.

## افزایش بهره‌وری از مسیر نظارت هوشمند در شعب

ارتقای بهره‌وری در شعب بانک‌ها برای حفظ رقابت و سودآوری بیشتر نکته بسیار مهمی است. نظارت هوشمند به‌طور قابل توجهی بهره‌وری را با چند مکانیسم افزایش می‌دهد:

**ساده‌سازی عملیات:** سامانه‌های پایش هوشمند می‌توانند کارهای روزمره مختلف را که بطور سنتی به شکل دستی انجام می‌شد، خودکار کنند. برای مثال، چت‌بات‌های مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند به سوالات رایج مشتریان رسیدگی کنند و حجم کار کارکنان را کاهش دهند. این اتوماسیون به کارکنان اجازه می‌دهد تا روی کارهای پیچیده‌تر و شخصی‌سازی شده تمرکز کنند و در نتیجه کارایی کلی را بهبود بخشند.

**کاهش زمان توقف:** حسگرهای اینترنت اشیا می‌توانند سلامت تجهیزات حیاتی مانند دستگاه‌های خودپرداز، چاپگرها و سرورها را کنترل کنند. با پیش‌بینی خرابی‌های احتمالی و برنامه‌ریزی نگهداری پیشگیرانه، بانک‌ها می‌توانند زمان خرابی تجهیزات خود را به حداقل برسانند و مطمئن شوند که همه سامانه‌ها در صورت نیاز عملیاتی هستند. این رویکرد پیشگیرانه، اختلالات را کاهش و میزان خدمات‌رسانی را افزایش می‌دهد.

**بهینه‌سازی مدیریت نیروی کار:** نظارت هوشمند شعب و تحلیل اطلاعات به دست آمده از دوربین‌ها و حسگرها، تصویر روشنی نسبت به الگوهای ترافیک مشتریان و مراجعان بانک و ساعات اوج مصرف ارائه می‌دهد. با تجزیه و تحلیل این داده‌ها، مدیران بانک می‌توانند تعداد پرسنل مشغول در هر شعبه را در بهینه‌ترین حالت ممکن مدیریت کنند تا مطمئن شوند در بازه‌های زمانی شلوغ هر شعبه، کارکنان به تعداد کافی حضور دارند و در بازه‌های زمانی خلوت‌تر، پرسنل مازاد بر نیاز در شعب نخواهیم داشت. چنین قابلیت‌هایی در مدیریت سرمایه انسانی نه تنها کیفیت ارائه خدمات به مشتریان بانک‌ها را بهبود می‌بخشد، بلکه هزینه‌های مربوط به حقوق و دستمزد نیروی کار را نیز برای بانک‌ها کاهش می‌دهد.

**افزایش امنیت و انطباق:** حفظ امنیت در صنعت بانکداری موضوع بسیار مهمی است. سامانه‌های نظارت هوشمند در شعب، با تجهیز فناوری تشخیص چهره کارکنان درون سازمانی و تجزیه و تحلیل رفتار مراجعان بانک می‌توانند، فعالیت‌های مشکوک و نقض‌های امنیتی احتمالی را در لحظه شناسایی کنند. افزون بر این، فناوری نظارت هوشمند در شعب به بانک‌ها کمک می‌کند تا با ارائه گزارش‌های دقیق و بموقع از جنبه‌های مختلف عملیات بانکی، به پیاده‌سازی الزامات نظارتی بانک منجر شوند.



## بهبود خدمات بانکی با سامانه نظارت هوشمند در شعب

ارائه خدمات با کیفیت بالا برای بهبود رضایت و حفظ مشتری بانک‌ها ضروری است. نظارت هوشمند از چند جهت در ارتقای کیفیت خدمات بانکی نقش اساسی دارد. شخصی سازی تجربه مشتری: الگوریتم‌های هوش مصنوعی و یادگیری ماشین می‌توانند داده‌های مشتری را برای درک ترجیحات و رفتار فردی آنها تجزیه و تحلیل کنند. چنین قابلیت‌هایی بانک‌ها را قادر می‌سازد تا خدمات شخصی سازی شده مانند پیشنهاد‌های وام سفارشی یا فرصت‌های سرمایه‌گذاری را با پایین‌ترین ریسک به مشتریان خود ارائه دهند. این امکان باعث افزایش رضایت مشتری و تقویت وفاداری او می‌شود.

**کاهش زمان انتظار:** سامانه‌های نظارت هوشمند در شعب می‌توانند جریان حضور مشتریان را در شعب و زمان انتظار آن‌ها را برای دریافت خدمات شناسایی کنند. به این ترتیب گلوگاه‌ها قابل تشخیص است و بهینه‌سازی روندها برای بهبود ارائه خدمات ممکن می‌شود. برای مثال، اگر سامانه نظارت هوشمند در شعب نشان می‌دهد که باجه‌های بانک برای ارائه خدمات خاصی همیشه شاهد صف‌های طولانی است، مدیران بانک می‌توانند طراحی تازه‌ای را برای بهبود کارایی آن باجه انجام دهند. کاهش زمان انتظار در شعب برای ارتقای تجربه مشتری از حضور در شعب موضوع بسیار مهمی است.

**افزایش کیفیت خدمات:** بانک‌ها با نظارت هوشمند در شعب می‌توانند تعاملات مشتریان و کارکنان باجه‌ها را زیر نظر بگیرند تا بخش‌هایی را که کارکنان ممکن است به آموزش یا پشتیبانی اضافی نیاز داشته باشند، شناسایی کنند. برای مثال، اگر مشتریان بطور مکرر مشکلات مربوط به یک سرویس خاص را گزارش می‌کنند، سامانه نظارت هوشمند بر شعب به سرعت مشکل را شناسایی می‌کند تا مدیران برای حل آن مشکل چاره‌جویی کنند. نظارت هوشمند مستمر تضمین می‌کند که کیفیت خدمات بانکی بالا بماند و هر نوع مشکلی به سرعت برطرف شود.

**ارائه خدمات ۲۴/۷:** سامانه نظارت هوشمند بر شعب امکان پیاده‌سازی خدمات بانکی در قالب کیوسک‌های سلف سرویس و دستگاه‌های خودپرداز را می‌دهد که می‌تواند ۲۴ ساعته در ۷ روز هفته، با کمترین اختلال به ارائه خدمات بپردازد. این سامانه‌های خودکار طیف گسترده‌ای از تراکنش‌ها را انجام می‌دهند. از برداشت نقدی گرفته تا استعلام داده‌های حساب‌های بانکی، موجب دسترسی آسان مشتریان به خدمات بانکی خارج از ساعات کار معمولی شعب ممکن می‌شود.

## نمونه‌هایی در دنیای واقعی

امروزه بانک‌های مشهوری در سراسر جهان با موفقیت سامانه‌های نظارت هوشمند بر شعب را پیاده‌سازی کرده‌اند و از مزایای قابل توجهی از نظر بهره‌وری و کیفیت خدمات بهره‌مند شده‌اند. در ادامه سه نمونه را بررسی می‌کنند.

### تجربه به کارگیری چت‌بات‌ها در بانک اچ‌اس‌بی‌سی

بانک اچ‌اس‌بی‌سی (HSBC) چت‌بات‌های مبتنی بر هوش مصنوعی را برای رسیدگی به سؤالات مشتریان مستقر کرده است که منجر به کاهش ۴۰ درصدی تماس‌های تلفنی با مرکز تماس شده است. این قابلیت فناوری به بانک HSBC امکان داده است که کارمندان خود را موظف به انجام کارهای پیچیده تر کند و بهره‌وری کلی سرمایه‌انسانی را بهبود بخشد.

### تجربه نگهداری پیش‌بینی شده تجهیزات در بانک ولز فارگو

بانک ولز فارگو (Wells Fargo) از حسگرهای IoT برای نظارت بر وضعیت دستگاه‌های خودپرداز و شعب خود استفاده می‌کند. تعمیر و نگهداری پیش‌بینی شده، زمان توقف دستگاه خودپرداز را تا ۳۰ درصد کاهش داده است و تضمین می‌کند که مشتریان هر زمان به خدمات نیاز داشته باشند، خودپردازها برای ارائه خدمات آماده باشند.

### تجربه بهبود رضایت مشتری در بانک بی‌بی‌وی‌ای

بانک بی‌بی‌وی‌ای (BBVA) از تجزیه و تحلیل داده‌ها برای شخصی سازی تجربیات مشتری استفاده می‌کند. با تجزیه و تحلیل داده‌های مربوط به تراکنش‌ها، این بانک محصولات و خدمات مالی مناسبی را ارائه می‌کند که منجر به افزایش ۲۰ درصدی امتیازات رضایت مشتری می‌شود.

## چالش‌ها و ملاحظات پیش رو

بسیاری از بانک‌ها هنوز به سامانه‌های قدیمی متکی هستند که ممکن است با فناوری‌های نظارت هوشمند مدرن سازگار نباشد. یکپارچه‌سازی راهکارهای جدید با زیرساخت‌های موجود می‌تواند پیچیده باشد و به برنامه‌ریزی دقیق نیاز دارد.

### ۳. هزینه و سرمایه‌گذاری

پیاده‌سازی سامانه‌های نظارت هوشمند مستلزم سرمایه‌گذاری اولیه قابل توجهی است. بانک‌ها باید نسبت هزینه به فایده را بدقت ارزیابی کنند و مطمئن شوند منافع پیش‌بینی شده هزینه‌ها را توجیه می‌کند.

در حالی که مزایای نظارت هوشمند قابل توجه است، بانک‌ها باید سه چالش مهم را نیز برطرف کنند:

### ۱. حریم خصوصی و امنیت داده‌ها

جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل مقادیر زیادی از داده‌ها، نگرانی‌هایی را نسبت به حفظ حریم خصوصی و امنیت ایجاد می‌کند. بانک‌ها باید اقدامات نفوذناپذیری را برای حفاظت از داده‌ها و پیروی از الزامات نظارتی اجرا کنند.

### ۲. یکپارچه‌سازی با سامانه‌های قدیمی

## نظارت هوشمند بر شعب در یک نگاه

نظارت هوشمند نشان دهنده رویکردی تحول آفرین برای مدیریت شعب بانک است که مزایای متعددی را از نظر بهره‌وری و کیفیت خدمات ارائه می‌دهد. بانک‌ها با استفاده از دوربین‌های نظارتی و فناوری‌های پیشرفته‌ای مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و تجزیه و تحلیل داده‌ها، می‌توانند عملیات را ساده‌تر کنند، زمان توقف دستگاه‌ها بواسطه خرابی را کاهش دهند، مدیریت سرمایه انسانی را بهینه کنند و امنیت را افزایش دهند. افزون بر این، نظارت هوشمند در شعب ارائه خدمات شخصی سازی شده را برای مشتریان ممکن می‌کند، زمان انتظار مراجعان را در شعب کاهش می‌دهد، کیفیت خدمات را بهبود می‌بخشد و دسترسی به خدمات بانکی بصورت ۲۴/۷ را فراهم می‌کند. این در حالی است که حل چالش‌هایی مانند حفظ حریم خصوصی داده‌ها، یکپارچه‌سازی و هزینه باید مورد توجه قرار بگیرد. مزایای بلندمدت نظارت هوشمند بر شعب، آن را به نوعی سرمایه‌گذاری حیاتی برای بانک‌هایی تبدیل می‌کند که قصد دارند در چشم‌انداز مالی مدرن رشد کنند و در گورن رقابت در دنیای فین‌تک باقی بمانند.

منابع:

<https://www.freshconsulting.com/insights/blog/smart-branch-strategy-and-enhanced-customer-experience-in-banking>  
<https://startups.epam.com/blog/iot-for-banking>  
<https://www.rishabhsoft.com/blog/iot-in-banking-and-finance>  
<https://digitaldefynd.com/IQ/ai-in-banking-case-studies>



# اقتصاد رفتاری، گریز گاه و تله‌های سواد مالی

تصمیم‌گیری‌های او را در یک مدل منطقی با معادلات ریاضی قرار داد و به چهارچوبی قابل اعمال برای همه رسید. با این حال، احساسات ما هرگز اجازه تصمیم‌گیری کاملاً منطقی را به ما نمی‌دهند، حتی اگر خود منطقی تصمیم بگیریم، دیگری ممکن است پاسخی کاملاً غافلگیرکننده‌ای به تصمیم مالی ما داشته باشد و تمام معادلات پیش‌فرض را نقض کند. به همین دلیل، اقتصاد رفتاری تلاش می‌کند گرایش‌های رفتاری انسان بارشده‌های مختلف را در تصمیم‌گیری‌های مالی لحاظ کند و به مدل‌های مرکب از منطق و جنبه‌های شناختی برسد.

به گفته آلمتن، یکی از پیشگامان اقتصاد رفتاری، منظور از سواد مالی داشتن دانش، مهارت و اعتماد به نفس کافی برای اتخاذ تصمیم‌های مالی مسئولانه است. اقتصاد رفتاری تلاشی برای تشخیص نحوه دریافت این دانش، مهارت یا اعتماد به نفس توسط انسان، در طول سالیان و متأثر از پارامترهای مختلف است. بنابراین، اقتصاد رفتاری ترکیبی از رفتارشناسی فردی و جمعی و مبانی علم اقتصاد است. در اقتصاد سنتی، که بیشتر بر اصول ریاضی تکیه دارد، اینگونه فرض می‌شود که شخص در ارتباط با تصمیمات مالی خود کاملاً منطقی تصمیم‌گیری می‌کند؛ بنابراین می‌توان

## جنبه‌های اقتصاد رفتاری در تصمیم‌گیری‌های مالی

اقتصاد رفتاری یک بیداری علمی در مدل‌سازی برای جریان‌های اقتصادی بوده است. با تشخیص فاکتورهایی که محرک اصلی در رفتار انسان‌اند، اقتصاد رفتاری به تصمیم‌گیرنده کمک می‌کند تا برداشت درست‌تری از خود و دیگران در موقعیت‌های مالی داشته باشد و متناسب با این دانش مضاعف تصمیم بگیرد. برای مدیران در سطوح، صنایع و سازمان‌های دولتی و غیردولتی مختلف، اقتصاد رفتاری الگوهایی پیشنهاد می‌کند که فقط بر داده تکیه ندارند، بلکه آمیخته‌ای از عملکرد قبلی (داده‌های تاریخی) و واقعیات رفتاری کنونی هستند.

**تحقیقات نشان داده که سواد مالی افراد جامعه بسیار پایین‌تر از آن است که خود فکر می‌کنند. به‌ویژه، سواد مالی افراد با درآمدهای پایین و تحصیلات کمتر به مراتب کمتر از سایرین است. برای نمونه، اگرچه فعالیت در بازار سهام یا انواع مشابه هرگز به معنی افزایش سواد مالی نیست و مردم غالباً بر این باورند که سرمایه‌گذاری در چنین بازارهایی به مفهوم افزایش سواد مالی یا داشتن آن است.**

## تعریف اقتصاد رفتاری

بنابر تحقیقات روانشناسی، انسان‌ها در مقابل گرایش‌های رفتاری خود بسیار آسیب‌پذیر هستند و در بیشتر موارد از میانبرها در تصمیم‌گیری مالی خود بهره می‌گیرند؛ آن‌ها غالباً بر تاریخچه و روند قبلی در تصمیم‌گیری خود پایبند نیستند، حتی اگر با موفقیت همراه بوده باشد.

اقتصاد رفتاری تلاش می‌کند گرایش‌های رفتاری را به اشکال مختلف وارد مدل‌های استاندارد قبلی کند، یا مدل‌های جدید با این پیش‌فرض تعریف کند. برای مثال، انسان وقتی در مواجهه با ضرر قرار می‌گیرد ریسک‌گریزتر می‌شود؛ در مقابل وقتی تصمیم بر انتخاب بین چند حالت سودآور باشد، ریسک‌پذیری بالا می‌رود. این واقعیات باید با استفاده از ضرایب در نظریات اقتصادی مبتنی بر انتخاب منطقی وارد شود. به صورت بسیار خلاصه اقتصاد رفتاری که با تحقیقات کانمن و تورسکی به یک علم در اقتصاد بدل شد، تلاشی علم‌محور برای وارد کردن رشته‌های مختلف و تنیده‌شده از ویژگی‌های انسانی در تاروپود مبانی اقتصادی است.

بر اساس مدل استاندارد از انتخاب منطقی، مردم در تعاملات مالی خود گزینه‌هایی را انتخاب می‌کنند که باعث افزایش مطلوبیت مورد انتظار آن‌ها می‌شود. اگرچه یافتن این گزینه مطلوب از نظر محاسباتی اصلاً کار ساده‌ای نیست، اما نظریات مبتنی بر انتخاب منطقی بر این باورند که مردم همیشه عملکرد خوبی در تشخیص این گزینه بهینه دارند. به ویژه آن که این نظریات جنبه‌ها و گرایش‌های مختلف رفتاری را نادیده می‌گیرند. وقتی احساسات بر انسان غلبه می‌کند، حتی با تأثیر کم، در بلندمدت به خطاهای کاملاً تأثیرگذار در تصمیم‌گیری و واگرا شدن از روند منطقی منجر می‌شود. تحقیقات نشان داده که سواد مالی افراد جامعه بسیار پایین‌تر از آن است که خود فکر می‌کنند. به‌ویژه، سواد مالی افراد با درآمدهای پایین و تحصیلات کمتر به مراتب کمتر از سایرین است. برای نمونه، اگرچه فعالیت در بازار سهام یا انواع مشابه هرگز به معنی افزایش سواد مالی نیست و مردم غالباً بر این باورند که سرمایه‌گذاری در چنین بازارهایی به مفهوم افزایش سواد مالی یا داشتن آن است.

## بازارهای مالی و سرمایه‌گذاری

ایجاد ترس در سرمایه‌گذاران می‌شود. ترس از دست دادن به واکنش‌های شدید منجر می‌شود که به مفهوم فروش‌های بیشتر و سقوط بازار است. برای مثال در دوران همه‌گیری، شاخص S&P ۵۰۰ نزدیک به ۳۵ درصد سقوط کرد، آن‌هم در بازه کوتاه ۱۹ فوریه ۲۰۲۰ تا ۲۳ مارس ۲۰۲۰. در این دوران شاخص فرایت (Volatility) که به شاخص ترس نیز معروف است ناگهان به ۸۲,۶۹ رسید که نشان‌دهنده ترس فوق‌العاده و رفتار جمعی متناظر با آن است.

در چنین شرایطی آنچه بر تصمیم‌گیری شخص تأثیر می‌گذارد هرگز برداشت منطقی او از عملکرد یک سهم و شرکت متناظر با آن نیست، بلکه رفتار گروهی نسبتاً بزرگ از سرمایه‌گذاران است که در او ترس ضرری بزرگ ایجاد می‌کنند. در این شرایط، انسان هرگز بر منطق خود اعتماد ندارد و هیچ نظریه‌ای مبتنی بر انتخاب منطقی قادر به پیش‌بینی حرکت بعدی سرمایه‌گذار نیست.

در ماه‌های اول کرونا سهام بازارهای مالی بدترین سقوط‌های تاریخ خود را تجربه کردند. سقوطی که با هیچ داده تاریخی قابل پیش‌بینی نبود و محصول ترسی بود که ناگهان جهان را فراگرفته بود و تعداد زیادی از مردم هیچ دلیلی برای سرمایه‌گذاری نمی‌دیدند و فقط می‌خواستند از موقعیت‌های مالی خارج شوند. این رفتار در یک گروه از سرمایه‌گذاران باعث دلهره در دیگران نیز شد و به زودی به یک همه‌گیری در بازارهای مالی تبدیل شد.

همه‌گیری فقط در حوزه سلامت نبود و در حوزه‌های مالی نیز همه‌گیری دیگری آغاز شده بود که تأثیرات شدید و منفی داشت، تأثیراتی که حتی پس از همه‌گیری نیز همچنان در وضعیت اقتصادی کشورها مشاهده می‌شوند. بر اساس اصول نظریه چشم‌انداز مردم ارزش‌گذاری بسیار متفاوتی برای ضرر و سود دارند (حتی وقتی مقادیر برابرند)، ضرر همیشه تأثیر احساسی بیشتری نسبت به سود دارد. در دوران بحران حجم بالایی از عدم قطعیت به وجود می‌آید که باعث

## رفتار مشتریان و بازاریابی

می‌نویسند بدون قند، یا بدون استفاده از ماده خاصی که به عنوان یک عنصر مضر برای سلامت شناخته شده است. با این حال، اصرار دارند که مزه و کیفیت محصول همچنان مثل قبل است و هرگز به ترکیبات جایگزین برای حفظ این کیفیت اشاره‌ای شاخص نمی‌کنند.

دلیل پذیرش این پاسخ از جانب مشتری تلاش او برای کمتر فکر کردن است. ما همیشه به دنبال میانبری در تصمیم‌گیری هستیم، حتی به قیمت اینکه برای ما تصمیم‌گیری شود. به عبارتی، ما ترجیح می‌دهیم به شرکت ارائه‌دهنده محصول اعتماد کنیم تا اینکه به دنبال درستی ادعاهای تبلیغ باشیم، چون اولی بسیار ساده و آنی و دومی با صرف زمان و انرژی همراه است.

اقتصاد رفتاری تأثیر زیادی بر شیوه‌های تبلیغ محصول و زمان‌بندی برای آن داشته است. شرکت‌ها سالانه هزینه‌های کلانی را برای تشخیص رفتار معمول مشتریان در مواجهه با محصولات خود و انواع رقیب صرف می‌کنند. هدف یافتن الگوهای تکراری، تشخیص انواع ناگهانی و مولفه‌های رفتاری موثر بر این تصمیم‌گیری‌هاست.

وقتی با محصولات مختلف مواجه می‌شویم، در خودآگاه و ناخودآگاه ما همیشه این سوال مطرح است که «این کالا چه سودی برای من دارد؟» شرکت‌ها اهمیت این سوال را به خوبی درک کرده‌اند و پیام تبلیغاتی خود را شبیه جوابی قانع‌کننده برای این سوال طراحی می‌کنند. مثلاً، بر روی بطری‌های ۱,۵ لیتری نوشابه

## مدیریت ثروت و پرتفوی دارایی

انعطاف‌پذیری آن‌ها در تصمیم‌گیری و اتخاذ ریسک‌های بالا و غیرضروری با عواقب شدید است. در بازارهای مالی نیز همین گرایش رفتاری است که باعث می‌شود معامله‌گران بیش از حد معامله تعریف کنند و پرتفوهایی شلوغ با ریسک‌های بالا را تشکیل دهند.

بازنشستگی است. گرایش روانشناختی دیگری که باعث تصمیم‌گیری‌های بد اقتصادی می‌شود، اطمینان بیش از اندازه به دانش و قدرت پیش‌بینی است. این مورد بیشتر از همه برای افراد تحصیلکرده و بخصوص مدیران صنعت رخ می‌دهد و مانع اصلی در

در اقتصاد رفتاری مدلی وجود دارد به نام تنزیل هذلولی که برطبق آن، مردم غالباً پاداش‌های کوچک‌تر اما فوری را به انواع بلندمدت و باارزش‌تر ترجیح می‌دهند. به همین دلیل، آن‌ها چشم‌انداز بلندمدت را چندان در محاسبات مالی خود لحاظ نمی‌کنند و این دلیل اصلی در کمبودهای مالی در دوران

## لنگراندازی و تطبیق

منظور از لنگراندازی استفاده از حجم کم و ابتدایی از اطلاعات برای تصمیم‌گیری‌ها با دایره اطلاعاتی بسیار بزرگتر است. برای مثال، سرمایه‌گذاران از یک مورد خاص و بسیار قدیمی برای بنچمارک سرمایه‌گذاری و تعیین هزینه فرصت‌ها استفاده می‌کنند. حتی پس از سرمایه‌گذاری بر روی یک پروژه ناموفق مردم غالباً حاضر به پذیرش تصمیم اشتباه خود نیستند و از ضرر بیشتر اجتناب نمی‌کنند.

علاوه بر این، این گرایش شناختی باعث می‌شود مردم تمایل بیشتر به پذیرش ریسک‌هایی داشته باشند که حول دانش آن‌ها تعریف شده و احساس می‌کنند ارتباط بهتری با این ریسک و فرصت سودآوری آن برقرار می‌کنند. در چنین شرایطی، خودریسک و عواقب آن نادیده گرفته می‌شود و این آشنا به نظر رسیدن موقعیت است که باعث پذیرش آن می‌گردد.

## رفتار گله‌ای در تصمیم‌گیری

وقتی در مقابل یک پلتفرم‌فروشی صفی طولانی ایجاد می‌شود، نگاه‌ها به آن جلب می‌گردد و مردم احساس می‌کنند فرصتی برای کسب سود در آن صف وجود دارد، بدون اینکه ماهیت صف و سرمایه‌گذاری را ارزیابی کنند. این رفتار از علاقه انسان به شبیه کل بودن و تمایل به پذیرش از جانب جامعه نشأت می‌گیرد. اگرچه این گرایش نتایج مطلوبی از نظر همبستگی جمعی حاصل می‌کند، اما ریشه بسیاری از بحران‌های مالی نیز هست. در واقع بسیاری از بحران‌ها در بازارهای مالی نتیجه رفتار گله‌ای در تصمیم‌گیری هستند. اقتصاد رفتاری پل بین روانشناختی و اقتصاد است که تصمیم‌گیری‌های مالی مردم را از ذره‌بین روانشناسی می‌نگرد. هدف این علم، بازنگری مدل‌های سنتی در اقتصاد و انطباق آن‌ها با ویژگی‌های روانشناختی انسان است.

از دید نظریات اقتصاد رفتاری، انسان منطقی مدنظر در مدل‌های سنتی نمونه خوبی برای نمایندگی کل جامعه نیست و اکثریت مردم متأثر از وضعیت‌های روحی تصمیم‌گیری می‌کنند. به همین دلیل، وقتی بازار یا روند خاصی را بررسی می‌کنیم، همیشه باید تأثیر روانشناختی وضعیت و جریان‌های مالی بر طرز تصمیم‌گیری مردم را نیز مدنظر قرار دهیم.



# چشم‌انداز صنعت بانکداری جهانی از ۲۰۲۵ مه آلود می‌شود

مدل‌های کسب‌وکار و ارزیابی میزان انطباق آن‌ها با حرکت‌های جدید در صنعت، جامعه و فضای سیاسی بین‌المللی است.

بانک‌ها باید خود را با پویایی شکل گرفته با ماهیت فناوری وفق دهند و در حضور جنگ‌های سرد و گرم مختلف به درآمدزایی خود ادامه دهند، وضعیت و حساسیت جوامع در فعالیت بانک‌ها را مدنظر قرار دهند و بیشتر از هر زمانی باید نگران تازمواردان دنیای فین تک باشند.

شوکه‌های اولیه در سال ۲۰۲۳ بانکداری جهانی را وادار به ارزیابی مجدد استراتژی‌های خود کرد. به ویژه، مدل‌ها در سیستم‌های بانکی، در مقایسه با صنایعی که شرکت‌های آن مشتری بانک‌ها هستند، گرایش کمتری به استفاده از فناوری در عملیات خود دارند. این عدم تمایل به انطباق باعث ایجاد شکاف‌هایی بین بانک و مشتریان می‌شود که خود فرصتی ایده‌آل برای استارت‌آپ‌های حوزه مالی است.

بالاتر، کاهش عرضه پول از طرف دولت‌ها، مقررات قاطعانه و سخت‌گیرانه‌تر بر سر راه فعالیت بانک‌ها، تغییرات اقلیمی و ردپای بانک‌ها در موضوعات آلودگی زیست‌محیطی، تنش‌های ژئوپلیتیکی و انتقال‌های مبتنی بر فناوری در صنایع هستند.

سرعت تصاعدی فناوری‌های جدید و تلافی روندهای متعدد، بر نحوه عملکرد بانک‌ها و پاسخگویی آن‌ها به نیاز مشتریان تأثیر می‌گذارد. تأثیر هوش مصنوعی مولد، همکاری صنعت، امور مالی تعبیه‌شده یا امبد، حجم بالای داده‌های منبع باز، دیجیتال شدن مفهوم پول، هویت دیجیتال کارکنان و چالش‌های سایبری بیشتر از هر زمان دیگری بانک‌ها را در تنگنای قرار می‌دهند.

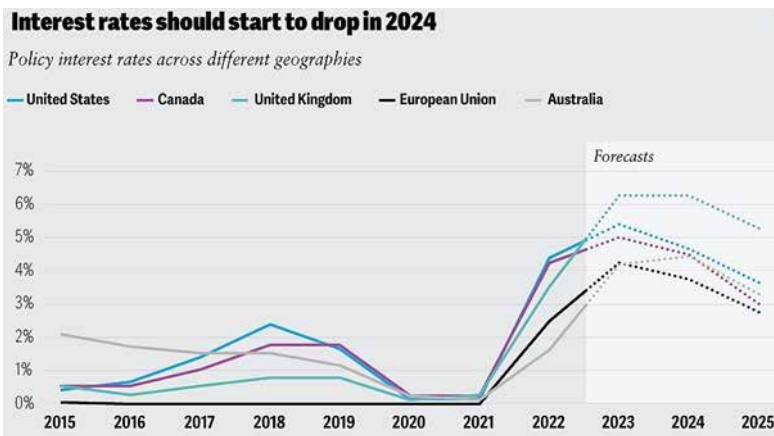
با این حال، وضعیت کنونی بانک‌ها به هیچ وجه بد نیست و اعلان‌ها و گزارشات سالانه نشان از رشد صنعت بانکداری در ۲۰۲۳ دارند. اما بازه کنونی بازه‌ای برای به چالش کشیده شدن

۲ سال پیش روی برای بانک‌ها، سال‌های سختی خواهند بود زیرا در عبور از مدل کسب و کار قدیمی خود به آنچه جهان جدید مطالبه می‌کند، باید آزمون‌های دشواری را پشت سر بگذارند و چالش‌های متنوع و همه‌جانبه‌ای پیش روی مدل کسب‌وکاری آن‌ها خواهد بود. آن‌ها به تعهدی راسخ و چابکی بالایی برای عبور از این چالش‌ها نیاز دارند.

در سال ۲۰۲۴ عملکرد اقتصاد جهانی با پیشرفت کندتری همراه می‌شود؛ چشم‌انداز اقتصادی متفاوت از چند سال اخیر خواهد بود و صنعت بانکداری به شدت به چالش کشیده می‌شود. در این مقطع زمانی، توانایی بانک‌ها در ایجاد درآمد و مدیریت هزینه‌ها به روش‌های جدید در آزمون‌های سختی سنجیده می‌شوند.

نیروهای تحول آفرین و تنش‌زایی در چند سال اخیر شکل گرفته‌اند که شاخص‌ترین این محرک‌ها وجود نرخ‌های بهره

## چگونه وضعیت اقتصاد کلان در ۲۰۲۴ بر صنعت بانکداری تأثیر می‌گذارد؟



سال ۲۰۲۴ ترکیبی منحصر به فردی از چالش‌ها را برای بانک‌ها به همراه دارد. هر یک از این موانع بر توانایی بانک‌ها برای ایجاد درآمد و مدیریت هزینه‌ها (هزینه بهره و هزینه‌های عملیاتی) تأثیر می‌گذارد.



## پیمایش از مسیر در حال تغییر اقتصاد جهانی

کندی اقتصاد جهانی، همراه با چشم‌اندازی متفاوت از توسعه اقتصادی، صنعت بانکداری را در سال ۲۰۲۴ به چالش کشیده است. اگرچه در بسیاری از کشورها رویکردهای مقابله با تورم کم‌وبیش موفق بوده است، اما مشکلات شدید مالی در برخی دیگر از کشورها، بروز جنگ و هزینه‌های پیش‌بینی نشده برای طرف‌های مختلف، اختلالات در زنجیره تأمین و نیاز به بازنگری‌های مداوم در شبکه‌های همکاری باعث پیچیدگی در پیش‌بینی روند رشد اقتصاد شده‌اند.

علاوه بر این، موقعیت بد اقلیمی، بحران‌هایی مانند سیل، موج گرما و طوفان (که به طور مستقیم بر بانک‌ها و بیمه‌های زیرمجموعه آن‌ها تأثیر می‌گذارد) باعث ایجاد اختلال شدید در اقتصادها شده‌اند. با این وضعیت، صندوق بین‌المللی پول (IMF) انتظار دارد که اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۴ بیشتر از ۳ درصد رشد نکند و کشورهای توسعه یافته‌ای چون آمریکا، حوزه یورو، ژاپن، انگلیس و کانادا تنها ۱.۴ درصد رشد اقتصادی را تجربه کنند. کشورهای دیگری، بخصوص کشورها با جمعیت جوان و نیروی کار ارزان‌تر، مانند هند امکان رشد اقتصادی بیشتری خواهند داشت (برای مثال پیش‌بینی می‌شود هند ۶.۳ درصد رشد اقتصادی را در ۲۰۲۴ تجربه کند).

از طرفی، اقتصاد دوم دنیا یعنی چین با کاهش تقاضای مصرف‌کنندگان ضعیف و بازارهای راکد مسکن مواجه است که باعث کند شدن رشد اقتصادی آن می‌شوند. ضعف در صادرات و واردات چین نه تنها بر شرکای تجاری آن تأثیر می‌گذارد، بلکه ممکن است پویایی زنجیره تأمین جهانی را به چالش بکشد و بهبود پیش‌بینی شده اقتصاد جهانی را نیز به مخاطره بکشد. البته، تلاش‌های چند ماه اخیر چین در احیای اعتماد مصرف‌کنندگان، به خصوص در کشورهای آسیایی، تأثیرگذار بوده و بهبودهایی حاصل شده‌اند. بر اساس پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول، انتظار می‌رود تورم جهانی در سال ۲۰۲۴ از ۸.۷ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۵.۲ درصد کاهش پیدا کند. در کشورهای پیشرفته‌تر، شاخص‌های بازار کار و هزینه مصرف‌کنندگان روندی نزولی را نشان می‌دهند، تا اهداف توسعه‌ای و پیش‌بینی شده از جانب بانک‌های مرکزی به چالش کشیده شوند.

طبق آخرین پیش‌بینی‌های FOMC، انتظار می‌رود نرخ وجوه فدرال در ایالات متحده تا نیمه سال ۲۰۲۴ در سطح ۵.۵۰ واحد پایه یا بالاتر باقی بماند، اما ممکن است در نیمه دوم سال ۲۰۲۴ به ارقامی بین ۴.۵۰ تا ۵.۰۰ کاهش یابد. همچنین، بانک مرکزی اروپا انتظار دارد در اواسط ۲۰۲۴ کاهش نرخ بهره را آغاز کند.

در همین حال، بانک مرکزی انگلیس قرار است پس از تجربه نرخ بهره ۵.۷۵ درصدی، میزان آن را در همان اواخر نیمه اول ۲۰۲۴ کاهش دهد. بانک مرکزی ژاپن اما نرخ بهره را نزدیک به صفر نگه داشته است.

به طور کلی، اقدامات انقباضی و پیشگیرانه بانک‌های مرکزی در سراسر جهان باعث کاهش عرض جهانی پول خواهد شد. برای مثال، روند کاهش در عرضه پول در آمریکا به سریع‌ترین میزان خود از دهه ۱۹۳۰ میلادی رسیده است.

نرخ‌های بهره بالاتر برای صنعت بانکداری موهبت بوده‌اند. در سال ۲۰۲۲، درآمد خالص بهره در بسیاری از بانک‌ها افزایشی بوده‌اند؛ بانک‌های آمریکایی و کانادایی، برای مثال، افزایشی ۱۸ درصدی را در بهره‌ها تجربه کرده‌اند، اروپایی‌ها نیز تا ۱۱ درصد رشد را شاهد بوده‌اند.

با این حال، افزایش نرخ‌ها همچنان به افزایش هزینه‌های تأمین مالی و کاهش حاشیه‌های سود نیز می‌انجامد. سرعت و شیب تند این افزایش‌ها به طور چشمگیری هزینه سپرده‌های دارای بهره را برای بانک‌های این کشورها افزایش داده‌اند. این هزینه‌ها به طور ویژه برای بانک‌های منطقه‌ای و متوسط شدیداً افزایشی بوده‌اند.

در سال ۲۰۲۴، صنعت بانکداری جهانی برای کاهش هزینه‌های سپرده با چالش‌های شدیدتری مواجه خواهد بود. انتظارات مشتریان از نرخ‌های بالاتر، همراه با ورود تازه‌واردان و افزایش رقابت در بازار، بسیاری از بانک‌ها را مجبور خواهد کرد تا برای حفظ مشتریان و تقویت نقدینگی، نرخ‌های بهره بیشتری به سپرده‌های مشتریان تخصیص دهند. با این حال، شدت فشارها متفاوت خواهد بود؛ برای مثال بانک‌های اروپایی ممکن است بتوانند هزینه‌های سپرده را با سرعت بیشتری به تعادل برسانند، زیرا بانکداری اروپا، برخلاف ایالات متحده، با رقابت زیادی از سوی صندوق‌های بازار پول مواجه نشده است. در دوران بحران اقتصادی ماه مارس ۲۰۲۳ جریان نقدینگی ورودی به صندوق‌های بازار پول اروپا نزدیک به ۱۹٫۳ میلیارد دلار بود، اما برای آمریکایی‌ها این عدد بیشتر از ۳۶۷ میلیارد دلار گزارش شد.

انتظار می‌رود بانک‌های منطقه آسیا و اقیانوسیه در تولید درآمد خالص بهره عملکرد بسیار بهتری از هم‌تایان خود در اروپا و آمریکا داشته باشند.

### صنایع گردشگری و سرگرمی در متاورس

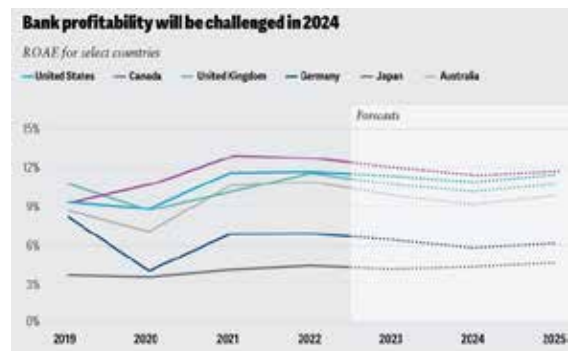
ترکیب فناوری با مفاهیم مربوط به صنعت سرگرمی، قدرت نفوذ زیادی در جوامع خواهد داشت. متاورس یکی از آن مفاهیم جذاب است که جهان اکنون در بازه زمانی پیش از اتفاق و شتاب‌گیری‌هایی از ماهیت آن است.

در متاورس، واقعیت‌های مجازی و افزوده به پتانسیل‌های بالای خود می‌رسند و تجربه کاربری از حضور در فضای مجازی را به واقعیت نزدیک‌تر می‌کنند. سناریویی را تصور کنید که در آن، می‌توانید از پشت لپ‌تاپ خود، هتل‌های مقصد خود را با جزئیات هرچه تمام‌تر تجربه کنید، به سفرهای مجازی با امکان آگاهی از تغییرات و وضعیت‌های آب‌وهوای لحظه‌ای بروید و با جامعه‌ای از گردشگران و بومیان یک منطقه در تعامل متاورسی باشید.

متاورس تعریف جدیدی از پلتفرم است که تلاش می‌کند واقعیت را به شکل دیگری عرضه کند، طوری که کاربر با احساسی مبتنی بر جدایی از وضعیت مجازی و برگشت به واقعیت همراه نگردد. تا سال ۲۰۳۰، متاورس هزاران قدم از فرایند کنونی خود جلوتر رفته و هوش مصنوعی به یک عامل تثبیت شده در عملیات تبدیل خواهد شد.

بنابراین، شرکت‌های صنعت گردشگری باید به فکر یک انتقال و تحول همه‌جانبه در ارائه محصولات و به طور کلی ماهیت فرایندهای درآمدزایی خود باشند. تحولی که اقتصاد دیجیتال را به عنوان جریان مالی ورودی و خروجی در نظر می‌گیرد و دیجیتالی‌سازی و همراهی با عملیات مجازی شدن تجربیات کاربری را محور اصلی ساختار سازمانی فرض می‌کند.

### میزان وام‌ها در ۲۰۲۴

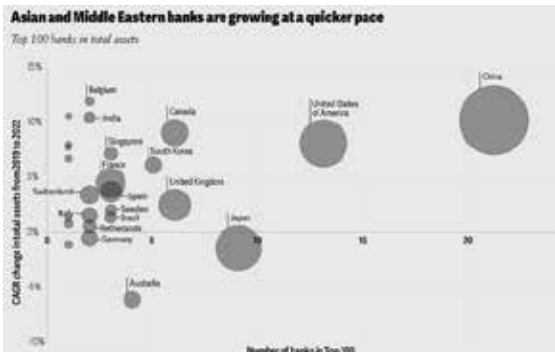


با توجه به شرایط بد اقتصاد کلان و هزینه‌های بالای استقراض، رشد تعداد وام‌های درخواست شده بسیار کم باشد. بانک‌ها نیز با احتمال زیاد به سیاست‌های محدودکننده خود در وام‌دهی ادامه می‌دهند. بانک‌ها اکثراً بر این باورند که چشم‌انداز اقتصادی مطلوبی پیش رو نیست و با احتمال بدتر شدن ارزش وثیقه و کیفیت اعتبار، انقباض بیشتری از نظر ارائه تسهیلات صورت می‌گیرد.

از طرفی، با کاهش میزان پس‌انداز در بین اقشار مختلف، تقاضا برای کارتهای اعتباری و وام خودرود بیشتر از قبل شده‌است. همچنین، در حال حاضر میزان تقاضای شرکت‌ها برای دریافت وام از بانک‌ها کم شده‌است، اما در نیمه دوم ۲۰۲۴ انتظار می‌رود روند تقاضاها افزایشی باشد. با وجود این شرایط، بانک‌ها به دنبال گزینه‌های دیگر برای سودآوری خواهند بود. به عنوان مثال، آن‌ها سراغ موضوعات جذاب‌تر برای دولت‌ها و جوامع می‌روند، در فعالیت‌هایی چون تولید نیروی برق از منابع تجدیدپذیر مشارکت می‌کنند یا پا به عرصه ارزهای دیجیتالی می‌گذارند.

کندی اقتصاد جهانی، همراه با چشم‌اندازی متفاوت از توسعه اقتصادی، صنعت بانکداری را در سال ۲۰۲۴ به چالش کشیده است. اگرچه در بسیاری از کشورها رویکردهای مقابله با تورم کم‌وبیش موفق بوده است، اما مشکلات شدید مالی در برخی دیگر از کشورها، بروز جنگ و هزینه‌های پیش‌بینی نشده برای طرف‌های مختلف، اختلالات در زنجیره تأمین و نیاز به بازنگری‌های مداوم در شبکه‌های همکاری باعث پیچیدگی در پیش‌بینی روند رشد اقتصاد شده‌اند.

### رشد اقتصادها و بانک‌های آسیایی



در بازه ۵ تا ۱۰ سال آینده، چشم‌انداز قدرت مانور برای بانک‌ها از مناطق مختلف تغییر خواهد کرد. هم‌اکنون نیز صنعت بانکداری این تغییر از تسلط بانک‌های آمریکایی و چینی به سمت تعادل بیشتر و حضور آسیایی‌های قدرتمند را تا حدودی تجربه کرده است. در دهه پیش رو بانک‌های بیشتری از هند و منطقه خاورمیانه به رده‌های بالا در لیست ۱۰۰ بانک برتر جهان می‌رسند و جریان‌ها در صنعت بانکداری به سمت این منطقه متمایل می‌شود.

### نقش فناوری

شاید بزرگترین چالش برای آینده صنعت بانکداری کنونی و بزرگان سنتی آن، نه تغییرات ماکرو و یا چالش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی، بلکه مشتریان قبلی آن‌ها در حوزه فناوری باشند. منظور ما استارت‌آپ‌هایی است که زمانی برای شروع فعالیت خود سراغ بانک‌ها رفته‌اند و با جذب سرمایه آن‌ها اکنون به یک رقیب شاخص برای بانک بدل شده‌اند.

تعداد این شرکت‌های چابک، نوآور و ریسک‌پذیر به هیچ وجه کم نیست و در هر کشوری تعداد کافی از آن‌ها برای به چالش کشیدن بانک‌های منطقه‌ای وجود دارند. شاید بهترین واکنشی که بانک‌ها تاکنون نشان داده‌اند اکتساب این نوآوران سریع و جسور باشد. با اکتساب به موقع، بانک‌ها مانع از رشد غیرقابل کنترل این شرکت‌ها می‌شوند و فناوری آن‌ها را در سیستم‌های عملیاتی خود وارد می‌کنند.

اما فناوری‌هایی چون بلاکچین یا پارا کمی فراتر گذاشته‌اند و با تعریف جدیدی از اجتماع محور بودن، امکان اکتساب شدن توسط بانک‌ها را به حداقل، اگر نگوییم صفر، رسانده‌اند. آن‌ها یک یا چند بانک را هدف قرار نمی‌دهند، بلکه هدفشان کلیت اقتصاد و تمام صنعت بانکداری است. اگرچه بانک‌ها در برخی از این پروژه‌ها نیز ورود کرده‌اند، اما سرعت توسعه پروژه‌های جدید بسیار بالاست و آن‌ها بر روی ایده عدم تمرکز و تسلط نهادی بنا شده‌اند. به همین دلیل، چالش بعدی بانک‌ها در ۲۰۲۴، یافتن راهی برای نفوذ به معاملات این بخش از اقتصاد دیجیتال و ایجاد اهرم‌های کنترلی در آن است.

صنعت بانکداری در نقطه تلاقی دیجیتالی شدن این صنعت و ورود تازه‌واردانی از جنس سیلیکون ولی و متکی به فناوری‌هایی چون هوش مصنوعی است. به ویژه، اکنون نوسان در بازارهای مالی رفتاری غیرنرمال‌تری پیدا کرده و بانک‌ها بیشتر از پیش به پیش‌بینی روندهای کوتاه و بلندمدت نیاز دارند.

# حرکت بانک‌ها بر لبه تیغ رشد و بحران



بخش بانکداری نقش شاخصی در اقتصاد هر کشور دارد؛ آن‌ها واسطه‌هایی در تسهیل تبادلات مالی، پشتیبانی از طرح‌های سرمایه‌گذاری و تحریک رشد اقتصادی هستند. در قلب فعالیت‌های اقتصادی روزانه، بانک‌ها بستری امن برای انجام انواع تراکنش‌ها مانند سپرده‌گذاری، برداشت، نقل و انتقال و پرداخت‌ها فراهم می‌کنند. این زیرساخت اقتصادی برای عملکرد روان فعالیت‌های مالی فردی، جمعی، ملی و بین‌المللی ضرورت دارد.

تأمین مالی یا تأمین اعتبار از دیگر وظایف مهم بانک‌هاست که افراد، مشاغل و دولت‌ها را قادر به پذیرش انواع ریسک‌های تجاری، اقتصادی و سیاسی می‌کند. راه‌اندازی مشاغل در تمام صنایع به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به تأمین مالی از جانب بانک‌ها نیاز دارد. بنابراین، آن‌ها در هسته فعالیت‌های اشتغال‌زایی، افزایش بهره‌وری و تحریک فرایندها و ذهنیت‌های نوآور هستند. همه این موارد زنجیره لازم برای رشد اقتصادی یک کشور را شکل می‌دهند، زنجیره‌ای که در تمام گره‌های آن ردی از فعالیت‌های بانکی است.

## بانک‌ها و اشتراک ریسک

چشم‌انداز اقتصادی هر روز به افقی دورتر اشاره می‌کند، تصویری متفاوت‌تر از آنچه پیش‌بینی شده بود. پیشنهاد می‌دهد و فعالیت‌های دیگری در قالب‌های جدید از فناوری تعریف می‌کند. در چنین شرایطی، مدیریت ریسک به کانون توجه تمام بخش‌های اقتصادی بدل شده‌است. منظور از ریسک همان شناس موفقیت و شکست توأم است، وقتی احتمال مشخصی برای هیچ‌کدام از این دو در دست نیست. بانک‌ها بر روی ریسک سرمایه‌گذاری می‌کنند، از ریسک‌های اقتصادی پشتیبانی و انگیزه لازم برای پذیرش این ریسک از جانب دیگران را تضمین می‌کنند. به عنوان نهادهایی که وظیفه اصلی تخصیص سرمایه از طریق وام و مشارکت مالی را برعهده دارند، بانک‌ها شبکه‌های پیچیده از ریسک‌ها را برای تثبیت موقعیت مالی یک صنعت، یک منطقه، یک کشور و حتی جهان مدیریت می‌کنند. اگر هر خانه از یک شهر را اقتصاد کوچکی در نظر بگیریم که روشنایی‌اش همان ثبات اقتصادی و حرکت رو به جلو باشد، بانک‌ها ایستگاه‌های مدیریت برق و توزیع آن خواهند بود.

در قلب این شبکه مدیریت ریسک، کارکرد اساسی ارائه وام و تسهیل سرمایه‌گذاری به افراد، مشاغل و دولت‌ها قرار دارد. این مکانیسم‌های مالی به عنوان کاتالیزور برای توسعه صنعتی و نوآوری عمل می‌کنند تا با هدایت سرمایه به سمت سرمایه‌گذاری مولد، به رشد اقتصادی دامن بزنند.

## بانک‌ها و توسعه اقتصادی

ارتباط کاملاً نزدیک و مثبتی بین تعریف نقدینگی از جانب بانک‌ها و شاخص‌های اقتصادی مانند GDP وجود دارد. به طور تقریبی، به ازای هر ۱۰ درصد افزایش در تأمین نقدینگی از طرف بانک‌ها، سرانه تولید ناخالص داخلی ۱،۱۲ درصد افزایش پیدا می‌کند. به ویژه، در اقتصادهایی که صنعت آن‌ها اتکا و اطمینان بیشتری به تأمین شدن نقدینگی از جانب بانک‌ها دارد، رشد بیشتری نسبت به سایرین به چشم می‌خورد. همچنین، میزان تسهیلات ارائه شده از جانب بانک‌ها ارتباط مستقیم و مثبتی با نرخ خالص دارایی‌های مشهود در سطح کشورها دارد (این ارتباط برای نرخ خالص دارایی‌های نامشهود چندین محرز نیست). در اقتصادهایی که بنگاه‌های سرمایه‌گذاری و شرکت‌های صنعتی اتکای بیشتری بر تسهیلات بانکی دارند، این ارتباط شدیدتر و نقش محوری بانک شاخص‌تر است.

عملکردهای مهمی چون نوآوری و استفاده از فناوری در صنایع و بطن جامعه به شدت به عملکرد بانک‌ها مرتبط است. کارآفرینان اگر نتوانند پشتوانه‌ای قابل اتکا برای فعالیت‌های جاه‌طلبانه خود بیابند، نه دست به نوآوری می‌زنند نه خطرپذیری خود در توسعه طرح‌های اقتصادی را تکرار می‌کنند. علاوه بر این، اتخاذ فناوری، چه از نوعی که در داخل مهندسی شده و چه از نوع وارداتی، به تسهیلات بانکی متکی است. از طرفی، نوآوری و فناوری چرخ‌های صنعت در تمام شاخه‌های هستند و بدون آن‌ها هیچ فعالیت صنعتی شاخصی بیشتر از ۵ سال دوام نمی‌آورد. در نتیجه، بانک‌ها اهرم‌هایی هستند که صنعت را رو به جلو حرکت می‌دهند، آن را روی ریل‌های سریع‌تر می‌اندازند و سوخت لازم برای حرکت صنعت را تأمین می‌کنند.

بنا بر تحقیقات صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی، هر ۱ درصد افزایش در تسهیلات ارائه شده از جانب بانک‌ها به بخش‌های مختلف صنعتی، ۰،۲ تا ۰،۵ درصد در سرمایه‌گذاری توسعه‌ای و خروجی تولیدی صنایع تأثیر مثبت دارد. در کشورهای توسعه یافته یا در حال توسعه، دسترسی به سرمایه رشدی ۱۰ تا ۲۰ درصدی را در بازه‌های کمتر از ۵ سال حاصل کرده‌است.

همچنین، شرکت‌هایی که تسهیلات بانکی بیشتری دریافت کرده‌اند، ۵ تا ۱۰ درصد بیشتر در فعالیت‌های نوآورانه سرمایه‌گذاری کرده‌اند. از طرفی، بنگاه‌های کوچک و متوسط تقریباً ۵۰ تا ۶۰ درصد از کل اشتغال و ۴۰ تا ۵۰ درصد از کل تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهند. این در حالی است که بیشتر از ۹۰ درصد آن‌ها به طریق مختلف به تسهیلات بانکی وابسته‌اند و اگر بتوانند از این تسهیلات بهره بیشتری ببرند، محرک‌ها و انگیزه بیشتری برای رشد اقتصادی (و در نتیجه افزایش اشتغال) پیدا خواهند کرد.

به طور تقریبی، ۸۰ تا ۹۰ درصد تأمین مالی تجاری در نقاط مختلف جهان از منابع بانکی، خصوصی یا دولتی، شکل می‌گیرد. آن‌ها سالانه از تریلیون‌ها دلار معاملات تجاری پشتیبانی می‌کنند و تقریباً تمام تراکنش‌های بین‌المللی به شیوه‌ای از بانکداری وابسته‌اند.

## عملکرد بانک‌ها

وقتی حرف از پول به میان می‌آید همه ما در پس‌زمینه ذهنی خود بانک‌ها را تصور می‌کنیم؛ انگار آن‌ها همان مفهوم حرکتی و واکنشی پول هستند و نمی‌توان مفهوم مالی را از مفهوم بانک تفکیک کرد. اما بانک‌ها چگونه به این جایگاه رسیده‌اند، چگونه عمل می‌کنند و بازوهای عملیاتی آن‌ها چیست؟



به طور تقریبی، به ازای هر ۱۰ درصد افزایش در تأمین نقدینگی از طرف بانک‌ها، سرانه تولید ناخالص داخلی ۱،۱۲ درصد افزایش پیدا می‌کند. به ویژه، در اقتصادهایی که صنعت آن‌ها اتکا و اطمینان بیشتری به تأمین شدن نقدینگی از جانب بانک‌ها دارد، رشد بیشتری نسبت به سایرین به چشم می‌خورد.



شاید قدرتمندترین بازو برای هر بانک سیستم وام‌دهی آن باشد. درحالی که در هر لحظه تعداد زیادی از افراد برای برداشت بخشی از سپرده خود به بانک مراجعه می‌کنند، در بلندمدت اکثر این سرمایه‌ها در بانک می‌مانند و بانک‌ها همیشه قدرتی شاخص برای سرمایه‌گذاری دارند. اگر سیستم سپرده‌گذاری را یک فرایند شبیه شکل زیر در نظر بگیریم، تقریباً ۸۱ تا ۸۵ درصد از پول‌ها (سپرده در اختیار بانک) همیشه در حساب‌های بانکی حفظ می‌شوند.

به همین دلیل، بانک‌ها حاشیه امنیت خوبی برای تبدیل سپرده‌های کوتاه مدت به وام‌های بلندمدت دارند. بانک‌ها کمتر از سودی که از وام‌ها دریافت می‌کنند به سپرده‌ها (برخی از آن‌ها) سود می‌دهند که این تفاوت بخش عمده‌ای از درآمد بانک‌ها در بیشتر کشورها را تشکیل می‌دهد. بانک‌ها همچنین می‌توانند (از نظر قانونی) به شیوه‌های مختلفی چون انتشار اوراق بهادار (مانند اوراق تجاری، بیمه یا اوراق قرضه) اقدام به جمع‌آوری سرمایه کنند.

آن‌ها همچنین می‌توانند اوراق سرمایه‌گذاری را به صورت وام در اختیار دیگران بگذارند، یا حتی می‌توانند وام‌هایی که به مشتریان پرداخت کرده‌اند را در قالب پکیج‌های سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی عرضه کنند و از این طریق ریسک‌های خود را به اشتراک بگذارند.

## انجام تراکنش و خلق پول

افراد، مشاغل و دولت‌ها نه تنها به جایی برای واریز و قرض گرفتن پول نیاز دارند، بلکه باید امکان نقل و انتقال وجوه خود را نیز داشته باشند. برای مثال، در صنعت باید نهاد قابل اعتمادی باشد که تراکنش‌های عظیم تجاری را ممکن، ثبت و گزارش کند. بانک‌ها حساب‌دارهای برون‌سازمانی نیز هستند، چراکه پرداخت‌ها را پردازش می‌کنند، از کوچکترین چک‌های شخصی گرفته تا پرداخت‌های الکترونیکی بارز بین بانکی و بین‌المللی، توسط سیستم بانکی ثبت می‌شود.

برای انجام این تراکنش‌ها، کارمزد دریافت می‌شود و بسته به میزان، فاصله، نوع و سرعت انجام تراکنش، کارمزدها نیز متفاوت خواهند بود. در واقع، بانک‌ها زیرساخت لازم برای تبادلات را ایجاد کرده‌اند و اکنون هر معامله به نوعی به آن‌ها وابسته است؛ بنابراین، رقابت نه بر سر خلق بازار بلکه بر سر نحوه ارائه خدمات و جذب مشتریان است.

بانک‌ها خالقان پول یا دارایی خالص نیز هستند. آن‌ها از پشتوانه مالی و جریان نقدینگی خود استفاده می‌کنند تا کارت‌های اعتباری تعریف کنند؛ کارت‌هایی که جایگزین پول نقد می‌شوند اما حجم ارزشی مشابه و مشخصی دارند. از طرفی، بانک‌های مرکزی مسئول چاپ پول هستند، اما نقطه توزیع بانک‌هایی هستند که به صورت مستقیم با افراد و شرکت‌ها در ارتباط‌اند. مهم‌تر اینکه پول تنها باید زمانی خلق شود که بانک‌ها سپرده‌های دریافتی خود را به صورت وام منتقل کرده‌اند، یا اینکه دولت برای کنترل تورم و افزایش نقدینگی در جامعه به پول نیاز دارد. علاوه بر این، هرچقدر تبادلات بین‌المللی بیشتر باشد و ارزش ارز ملی بالاتر، نیاز به چاپ پول بیشتری خواهد بود. در نتیجه، خلق پول نیز به ماهیت و عملکرد بانک‌ها وابسته است.



## بانک‌ها و چالش‌های اقتصادی

باید به یاد داشت که بانک‌ها نیز شرکت‌هایی (دولتی، نیمه‌دولتی یا خصوصی) هستند که در صنعت خود و در مشارکت با صنایع دیگر فعالیت می‌کنند. آن‌ها نیز ممکن است مدیریت خوبی در عملیات نداشته باشند و ریسک‌ها بر سیاست‌هایشان چیره شده و حتی بانک را به ورشکستگی برسانند. اما تفاوت زیادی بین ورشکستگی یک بانک با یک شرکت صنعتی دیگر مانند شرکت تولید تجهیزات الکترونیکی است، بخصوص اگر بانک مطرح و با تعداد بالای مشتریان و حجم تراکنش‌ها باشد. شکست یک بانک می‌تواند هر آنچه درباره بهبود اقتصادی و ارتباطات آن با سیستم بانکی عنوان کردیم تحت‌الشعاع قرار گیرد. به هزاران و حتی میلیون‌ها حساب بانکی ریز و درشتی باید فکر کرد که ناگهان دچار تنش می‌شوند، استرس جمعی به وجود می‌آید و اختلال بزرگی در گردش نقدینگی و اعتماد جمعی نتیجه می‌شود.

نمونه‌ای از آشوب‌های ایجادشده پس از شکست یک بانک در فعالیت‌هایش، بحران کلان اقتصادی سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ بود که با ورشکستگی بانک Lehman brothers کلید خورد. همین مثال کافی است که دولت‌ها به جایگاه حساس بانک و نقش آن به عنوان نقطه نقیله در اقتصاد بنگرند و سیاست‌هایش را با درجه‌بندی بزرگتر و موشکافانه بررسی کنند.

بحران مالی آسیا (سال‌های ۱۹۹۷ تا ۱۹۹۸)، بحران مالی سپرده‌ها و وام‌ها در دهه‌های ۸۰ و نود میلادی و رکود بزرگ سال ۱۹۲۹ از دیگر بحران‌هایی هستند که نقش سیاست‌های بد مالی در آن‌ها محرز بود. بنابراین، بانک نه تنها کانون تأمین مالی و سوخت لازم برای رشد اقتصادی است، پیوستگی است که اگر درست عمل نکند کل موتور اقتصادی را به چالش می‌کشد. برای جمع بندی می‌توان گفت که بانک فراتر از یک شرکت تجاری است؛ این نهاد در هسته اقتصاد و در دایره بزرگتر رشد صنعت، رفاه اجتماعی و حضور بین‌المللی قرار دارد. بانک‌ها می‌توانند عوامل اصلی در رشد همه‌جانبه باشند، یا به دریچه‌های ورود بحران به رگه‌های اقتصادی بدل شوند. فعالیت آن‌ها پیرامون مفهوم ریسک شکل می‌گیرد و به همین دلیل، مدیریت ریسک باید مهم‌ترین دغدغه سیستم مدیریت بانکی باشد.

## نقش بانک‌ها در سیاست‌های کلان پولی

بانک‌ها شبیه روهایی هستند که در پای اقتصادی تحت کنترل دولت را تأمین و توزیع می‌کنند. سیاست‌های پولی اصلی‌ترین ابزار دولت‌ها، بخصوص بانک مرکزی، در کنترل عرضه پول و ایجاد رشد اقتصادی بدون خلق تورم هستند. در حالی که بانک‌ها جریان پولی را در بازارهایی تسهیل می‌بخشند که در آن فعالیت می‌کنند، بانک مرکزی در سطح ملی اقدام به کاهش یا افزایش ذخایر بانک‌ها، میزان نقدینگی جامعه و فروش اوراق بهادار برای کنترل میزان عرضه پول می‌کند.

بانک‌ها با انتقال سپرده‌های بیشتر به بانک مرکزی یا افزایش دارایی‌های خود در اشکال دیگر نقدینگی (دارایی‌هایی که به راحتی به پول نقد تبدیل می‌شوند)، باعث کاهش نیاز به عرضه پول می‌شوند.

در واقع اگر بانک‌ها نتوانند تناسبی بین میزان نقدینگی در جامعه و نیاز به جریان نقدینگی در بخش‌های مختلف صنعتی ایجاد کنند، بحران‌های اعتباری رخ می‌دهند. به همین دلیل است که در طول سال شاهد تغییر در میزان سود بانکی، سیاست‌های ارائه تسهیلات و فعالیت‌های مشابه هستیم.

## آینده صادرات به دیپلماسی اقتصادی نیاز دارد

اولین همایش فصلی بازرگانی سازمان مدیریت صنعتی در تاریخ ۲۴ شهریور ۱۴۰۳ با حضور اساتید برجسته، متخصصان حوزه بازرگانی و جمعی از دانشجویان برگزار شد. این همایش، بستری برای تبادل نظر در زمینه چالش‌ها، فرصت‌ها و راهکارهای توسعه بازرگانی در ایران و جهان فراهم آورد.

### سازمان مدیریت صنعتی به دنبال انطباق دانش با تحولات اقتصاد جهان

صنعتی با هدف توسعه پایدار و بهبود کیفیت در سیستم‌های بازرگانی طراحی شده‌اند. دکتر آزادی تأکید کرد که سازمان به دنبال ارتقاء دانشجویان و حرفه‌ای‌های این حوزه برای انطباق با تحولات سریع اقتصادی است.

دکتر محمد آزادی، عضو هیات علمی سازمان مدیریت صنعتی و مدیر علمی دوره‌های بازرگانی، با سخنرانی افتتاحیه خود، همایش را آغاز کرد. او به نقش حیاتی آموزش در تقویت توانمندی‌های مدیریتی و بازرگانی اشاره کرد و گفت که دوره‌های آموزشی سازمان مدیریت

### اهمیت استفاده از سیاست‌های دیپلماسی انرژی

دکتر رضا پدیدار، رئیس کمیسیون توسعه پایدار اتاق بازرگانی ایران، با موضوع «توسعه بازرگانی در صنعت انرژی و صنایع وابسته» سخنرانی کرد. وی انرژی را یکی از مهم‌ترین عوامل رشد اقتصادی دانست و گفت که ایران به دلیل موقعیت ژئوپلیتیکی خود می‌تواند به هاب انرژی منطقه تبدیل شود. دکتر پدیدار به چالش‌های صادرات محصولات انرژی ایران مانند نبود برنامه‌ریزی مناسب و تحریم‌ها اشاره کرد و بر اهمیت استفاده از سیاست‌های دیپلماسی انرژی و توسعه زیرساخت‌ها تأکید نمود.

### پیش شرط‌های ورود به بازارهای جهانی

سپس دکتر محمد حسین جبل عاملی، مشاور بین‌المللی مدیریت و عضو هیات علمی سازمان مدیریت صنعتی، در سخنرانی خود با موضوع «پیش شرط‌های ورود به بازارهای جهانی و ساخت برندهای صادراتی» به نکات مهمی اشاره کرد. او بر اهمیت تحلیل بازار، تطبیق محصولات با استانداردهای بین‌المللی و توسعه برندهای صادراتی تأکید کرد. دکتر جبل عاملی، برندسازی را به‌عنوان یکی از کلیدهای اصلی موفقیت در تجارت بین‌المللی معرفی کرد و بیان داشت که شرکت‌ها باید با به‌کارگیری استراتژی‌های نوین، خود را به عنوان بازیگران مهم در بازارهای جهانی مطرح کنند.

### آینده بازرگانی ایران

بخش پایانی همایش به برگزاری پنل تخصصی اختصاص داشت. این پنل با مدیریت دکتر محمد آزادی و حضور دکتر رضا پدیدار، دکتر محمد لطیف حقیقت، دکتر فرشید فرزنانگان و دکتر ولی فرنام برگزار شد. در این پنل، موضوعات زیر مورد بحث قرار گرفت:

- تحلیل وضعیت بازرگانی خارجی ایران.
- بررسی چالش‌های مدیریتی و راهکارهای بهبود تجارت بین‌المللی.
- تأثیر تحریم‌ها و راهکارهای مقابله با آنها.

### اهمیت تجدیدپذیرها

در ادامه فرشید فرزنانگان، رئیس اسبق اتاق بازرگانی ایران و امارات و بنیان‌گذار شبکه تجاری Mundo، در سخنرانی خود با موضوع «آینده تجارت با کشورهای شورای همکاری خلیج فارس (GCC)» به چالش‌ها و فرصت‌های تجارت ایران با کشورهای GCC پرداخت. وی به تغییرات سریع قوانین تجاری در منطقه و ضرورت تطبیق با این تغییرات اشاره کرد و تأکید کرد که همکاری‌های اقتصادی ایران و کشورهای GCC می‌تواند مزیت‌های بزرگی برای توسعه صادرات به همراه داشته باشد. همچنین، دکتر فرزنانگان به اهمیت انرژی‌های تجدیدپذیر و گسترش تجارت مواد غذایی و کشاورزی در منطقه پرداخت.







### جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

جهانی ارائه کردند. همایش، بستری برای تقویت شبکه‌های ارتباطی و تبادل دانش میان فعالان این حوزه فراهم آورد.

این همایش با استقبال گسترده دانشجویان، پژوهشگران و متخصصان حوزه بازرگانی برگزار شد. سخنرانان و اعضای پنل، به بررسی دقیق چالش‌ها و فرصت‌های بازرگانی پرداختند و راهکارهای عملی برای توسعه صادرات و ارتقاء جایگاه ایران در بازارهای



**GISP**<sup>®</sup>  
G R O U P  
جی‌سی‌پی‌اس‌بی

| تمایز؛ راز ماندگاری در کسب و کار |

[www.GISP.ir](http://www.GISP.ir)

تامین و عرضه کننده انواع لوازم یدکی خودرو

# تأمین مالی فرهنگ و هنر



سعید اسلامی بیدکلی  
عضو هیئت علمی دانشگاه  
علامه طباطبائی

فرهنگ و هنر از مقولات بنیادی هر جامعه‌ای است. در برخی از کشورهای توسعه‌یافته، اقتصاد حوزه‌های مختلف هنر شکل گرفته و اقتصاد پویا و پابست از عوامل مهم جذب سرمایه (به طرق مختلف) است. در کشور ما اما اقتصاد هنر و فرهنگ سال‌ها وابسته به بودجه‌های دولتی و نهادهای دولتی - حاکمیتی بوده است. علاوه بر ضعف اقتصادی در برخی رشته‌های هنر، تمایل حاکمیت به کنترل کامل این حوزه هم یکی از عوامل تزیق منابع از بودجه و سیاست‌گذاری در این مورد است. در این جا ذکر این نکته لازم است که در بسیاری از کشورها هم به‌دلیل مانند کوچک بودن بازار، اقتصاد فرهنگ و هنر وابسته به منابع دولتی است و برخی از دولت‌ها هم با سیاست‌های حمایتی (مثلاً سیاست‌های مالیاتی یا اعطای امتیازات ویژه) بنگاه‌ها را به سرمایه‌گذاری در این بخش ترغیب می‌کنند. تأمین مالی هنر به‌دلیل ماهیت خاص آن و نبود درآمدهای تضمینی نیاز به روش‌های متنوع و خلاقانه دارد. در زیر به برخی از رایج‌ترین راه‌کارهای تأمین مالی هنر و فرهنگ اشاره شده است.

## ● حمایت‌های دولتی و نهادی

دولت‌ها خود را متولی بخش‌هایی از فرهنگ می‌دانند و در بسیاری موارد هم پاسخگوی اتفاقات فرهنگی در کشور هستند. توسعه فرهنگی در متن و لایه‌های زیرین سیاست‌گذاری غالب دولت‌ها هست. نهادهای کشورها هم به این موضوع علاقه دارند. از این رو «بازارهای دولتی» (حتی در غالب بودجه)، «حمایت از طریق بنیادهای فرهنگی دولتی و خصوصی» و «بورس‌های هنری» در حوزه‌های تحقیقاتی و تولیدی از منابعی است که به پروژه‌های هنری و توسعه آموزش در این بخش اختصاص می‌یابد. هر کدام از این‌ها می‌تواند در سطح محلی، ملی و بین‌المللی تعریف شود. این پروژه‌ها گاهی پیش‌زمینه ورود به بازارهای تجاری نیز هستند و این خود یکی از دلایلی است که دولت‌ها و بنگاه‌ها پا به این عرصه می‌گذارند.

## ● حمایت‌های مالی از سوی حامیان خصوصی

افراد ثروتمند یا بنگاه‌های بخش خصوصی ممکن است از طریق حمایت مستقیم از یک هنرمند یا یک پروژه هنری به این بخش تزیق منابع کنند. این موضوع پیشینه‌های دیرینه دارد. «پتهوون» از حمایت اشراف‌زادگان بهره برد. «لودویگ دوم» باواریا از «واگنر» حمایت می‌کرد. همچنین آثاری از «گوستاو مالر» و «آرون کوپلند» با حمایت بنیادهای بخش خصوصی ساخته و اجرا شده‌اند و اکنون در گنجینه آثار فاخر و شاهکارهای موسیقی جهان قرار دارند.

برندینگ، ایجاد پرستیژ، ورود به بازارهای جدید و شبکه‌سازی در کنار مسئولیت‌های اجتماعی برخی از مهمترین دلایل بنگاه‌های خصوصی برای سرمایه‌گذاری در این حوزه است.

## ● فروش آثار هنری

کسب درآمد مستقیم از آثار هنری یکی از مهمترین منابع مالی بخش فرهنگ و هنر است. این امر از طریق فروش مستقیم آثار یا برگزاری حراج‌ها (در هنرهای تجسمی) حاصل می‌شود. اقتصاد هنر بیشتر معطوف به توسعه بازار محصولات هنری در این بخش است. سینمای هالیوود و بالیوود، حراج‌های بزرگی مثل کریستیز و سائیتیز و ساعتچی از جمله مثال‌های معروف در این زمینه هستند.

## ● تأمین مالی جمعی (crowdfunding)

استفاده از پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی در پروژه‌های هنری هم در حال گسترش است. در این روش معمولاً افراد در قبال حمایت خود سود حاصل از عایدات پروژه هنری، نسخه‌ای از محصول پروژه (اثر هنری) یا درج نام‌شان در پروژه را دریافت می‌کنند. این روشی است که در ایران هم می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد.

## ● سرمایه‌گذاری اجتماعی و خیرخواهانه

انجمن‌های خیریه یا سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن) ممکن است برای تأمین مالی پروژه‌های فرهنگی کمک کنند. مسئولیت اجتماعی یا بسترسازی برای برنامه‌های آتی، شناخته شدن جهت دریافت کمک‌های مالی در آینده، همراهی با سیاست‌های دولت‌های محلی و ملی و شبکه‌سازی از مهمترین دلایل این نوع سرمایه‌گذاری است.

## ● جشنواره‌ها و مسابقات

برخی از جشنواره‌ها و مسابقات هنری جوایز نقدی ارزشمندی دارند یا از هنرمند برای تولید آثار بعدی حمایت می‌کنند. این منابع مالی انگیزه خوبی به‌ویژه برای هنرمندان جوان است. بسیاری از این جشنواره‌ها مورد حمایت بنگاه‌های تجاری هستند.

## ● وام‌ها یا سرمایه‌گذاری‌های بانکی

اگر چه بسیاری از پروژه‌های هنری و فرهنگی «بانک‌پذیر» نیستند، اما همچنان در برخی از کشورها از منابع بانکی برای تأمین مالی شرکت‌های فعال در حوزه هنر و فرهنگ استفاده می‌شود.

## ● اقتصاد دیجیتال و NFTها

حوزه رو به گسترش در جهان امروز که مالی غیرمتمرکز هم نقش روزافزونی در اقتصاد جهان پیدا می‌کند، اقتصاد دیجیتال و فروش آثار هنری (یا حق آن آثار) به‌صورت NFT است. با توسعه پلتفرم‌های رمزدارایی در جهان، این حوزه ممکن است منبع تأمین مالی برخی از پروژه‌های بزرگ سال‌های آتی باشد.

در کنار روش‌هایی که به آن‌ها اشاره کردم، «درآمدهای آموزشی»، «صندوق‌های هنری» و «همکاری با برندهای تجاری» هم از جمله روش‌های درآمدی رایج در بازار هنر است.

نکته مهم این است که با شکل‌گیری بنگاه‌هایی که به‌صورت تجاری در بازار هنر فعالیت می‌کنند، امکان تأمین مالی از طریق بازارهای مالی افزایش می‌یابد. ورود بنگاه‌های فعال در این حوزه به بورس‌ها، انتشار اوراق تأمین مالی برای بنگاه‌ها یا پروژه‌های آن‌ها (به اعتبار بنگاه) و انتشار نسخ دیجیتالی آثار هنری تولیدشده توسط بنگاه‌های بزرگ، برخی از راه‌کارهایی است که شرکت‌های فعال در این حوزه در دسترس دارند. استودیوی‌های بزرگ فیلم‌سازی از جمله همین بنگاه‌ها هستند که البته بازار خود را از تنها تولید پروژه‌های تولیدی محصولات فرهنگی و هنری فراتر برده‌اند و به بازارهای انواع محصولات مصرفی هم نفوذ پیدا کرده‌اند.

هر چه هست، وابستگی صرف به منابع دولتی یا حمایتی بنگاه‌ها و مؤسسات خیریه و بی‌توجهی به ایجاد بازار و شکل‌گیری اقتصاد این حوزه، بزرگترین مانع برای جذب سرمایه و توسعه تجاری حوزه فرهنگ و هنر است. همچنین باید توجه داشت که حتی در صورت ایجاد بازارهای بزرگ و اقتصاد پویا در این بخش، باز هم تولید شاهکارهای هنر و فرهنگ به برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و حمایت‌هایی با اهداف فرهنگی و بلندمدت و گاهی غیرتجاری نیاز دارد.

در گفت و گو با نویسنده کتاب ابزارهای نوین تأمین مالی تئاتر و سینما از طریق بورس بررسی شد:

## راهکارهای نوین تأمین مالی در حوزه هنر؛

### از چالش‌ها تا فرصت‌ها



تأمین مالی پروژه‌های هنری همواره با چالش‌های فراوانی همراه بوده است. این چالش‌ها نه تنها کیفیت و اجرای پروژه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند، بلکه در بسیاری از موارد به اختلافات میان حامیان مالی و عوامل پروژه منجر می‌شوند. این دغدغه همواره در میان هنرمندان و اهالی صنعت سینما، به عنوان یکی از چالش‌های اصلی مطرح بوده تا این که روش تأمین مالی جمعی به صورت گسترده توانست آن را تا حد زیادی حل کند. به همین منظور با امین آذریان، نویسنده کتاب «ابزارهای نوین تأمین مالی تئاتر و سینما از طریق بورس» در این مصاحبه، به بررسی وضعیت فعلی تأمین مالی در حوزه هنر و راهکارهای نوین برای بهبود این وضعیت پرداخته‌ایم. آیا بازار سرمایه و ابزارهای مالی نوین می‌توانند راه حلی برای مشکلات تأمین مالی در صنعت هنر ارائه دهند؟

#### می‌توانید به طور خلاصه وضعیت فعلی تأمین مالی در حوزه هنر را توضیح دهید؟

در سالهای گذشته، تجربه‌های مختلفی در زمینه تهیه کنندگی در حوزه تئاتر و برنامه‌های تولیدی تلویزیونی داشتیم و با توجه به صحبت‌هایی که با عوامل پشت صحنه و جلوی دوربین صورت می‌گرفت، دریافتم که همیشه یکی از دغدغه‌های مهم آنها، مسئله تأمین مالی برای راه اندازی یک پروژه است. مبالغ خرد تا کلان، باتوجه به نوع پروژه‌های که هر فرد مدنظر دارد، همیشه از مهمترین دغدغه‌ها بوده است. تأمین مالی، در ایران، در رانندگی یک پروژه هنری در سینما، تئاتر، تلویزیون، و حتی حوزه موسیقی یا نمایش خانگی همچنان به صورت سنتی انجام می‌شود؛ به این معنا که یک حامی مالی (اسپانسر/ پشتیبان) باتوجه به حمایتی که انجام می‌دهد، درخواست‌هایی از پروژه دارد، اما تبلیغات، انتخاب بازیگر، دست بردن در نمایشنامه و فیلمنامه، و نظیر آن.

این امر، قطعاً در کیفیت پروژه و رضایت عوامل نقش بسزایی دارد و متأسفانه در بسیاری از پروژه‌ها، در انتهای کار با عوامل پروژه از بابت اجرای غیر حرفه‌ای پروژه توسط سرمایه‌گذار یا حامی مالی ناراضی هستند یا آنچه در ذهن حامی مالی پروژه وجود داشته میسر نشده است.

#### با این اوصاف بازار سرمایه می‌تواند راه حلی برای حل این چالش باشد؟

ابزارهای موجود در این بازار می‌تواند به تفکیک پروژه‌های هنری و تجاری کمک کند تا هر دو طرف بتوانند از میان ابزارهای موجود مدل مورد نظر خود را انتخاب کنند و با گرفتن حمایت مالی، یا تأمین مالی از طریق بورس و یا به صورت سنتی، پروژه مورد نظر خود را به سرانجام برسانند. در این شرایط بازار سرمایه ایران باید به سمت تأمین مالی از طریق ابزارهای نوین مالی حرکت کند.

سرمایه‌گذاران باید بدانند که روش‌هایی مانند صندوق‌های سرمایه‌گذاری صندوق‌های جمعی و خصوصی وجود دارد که از طریق آنها می‌توانند در صنایع مختلف، حتی در صنعت سینما و تئاتر و حوزه‌های هنری سرمایه‌گذاری کنند.

برای تحقق این هدف، روش‌های جدید تأمین مالی در ایران باید بیشتر معرفی شود؛ از جمله این ابزارها میتوان به صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه (VC)، صندوق‌های سرمایه‌گذاری خصوصی (PE) و تأمین مالی جمعی اشاره

کرد. هم اکنون درسطوح بین المللی و در بورس‌های پیشرفته، سرمایه‌گذاران از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری خصوصی و تأمین مالی جمعی، در صنایع مختلف سرمایه‌گذاری می‌کنند و باعث رونق آنها می‌شوند. معمولاً از این روش‌ها برای تأمین مالی استارت‌آپ‌ها استفاده می‌شود و به تازگی در ایران هم به کار گرفته شده اند. با تأکید بر لزوم گسترش ابزارهای نوین مالی در بازار سرمایه ایران، باید توجه کرد که صندوق‌های سرمایه‌گذاری خصوصی (PE Funds) به عنوان یکی از این ابزارها می‌توانند به سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مختلف هنر از جمله تئاتر و سینما بسیار کمک کنند. در روش تأمین مالی جمعی، عامه مردم در تأمین منابع مالی برای ساخت فیلم کمک می‌کنند و در سود و زیان پروژه سهیم هستند. متأسفانه در ایران، این راه‌های جدید، آنچنانکه باید مورد توجه قرار نگرفته است، اما قابلیت استفاده از این ابزارها وجود دارد.

#### حال سرمایه‌گذاران در زمان ورود به این طرح‌ها از طرق مختلف، با چه ریسک‌ها و خطرات مالی و اقتصادی مواجه هستند؟

به‌طور کلی بدیهی است که صنعت فیلم، یک محیط بسیار ناپایدار برای توسعه یک استراتژی منسجم سرمایه‌گذاری فراهم می‌کند. در واقع، سرمایه‌گذاران، در تولید فیلم باید واقع‌گرایانه انتظار داشته باشند که بازده آنها تنها انعکاسی از سود ترازنامه‌ای که دقیقاً مشخص شده است، نباشد.

حتی سرمایه‌گذار سرسخت، تنها بخش کمی از بودجه سرمایه‌گذاری خود را به تولید فیلم اختصاص می‌دهد و اطمینان می‌دهد که از باقیمانده سرمایه‌گذاری‌های

آن، سود کافی برای جبران خسارات احتمالی فیلم حاصل می‌شود، زیرا در اواخر قرن نوزدهم، یک اصل در صنعت فیلم وجود داشت و آن این بود که فقط بخش نسبتاً کمی از خروجی‌های فیلم تاکنون سود کسب می‌کنند؛ حتی در مورد هالیوود، از دهه ۱۹۲۰، تنها حدود نیمی از فیلم‌های بیشتر تهیه‌کنندگان فیلم

جهان سودآور بود که البته از این میان نیز تعداد اندکی سودآور بودند. فقط تعداد انگشت شماری از فیلم‌ها، سالانه سودهای قابل توجهی به دست می‌آورند؛ در واقع، بخشی از موفقیت‌های هالیوود ناشی از زنده ماندن اسطوره است. در شرایط سرمایه‌گذاری خالص، اگر روش شناسی یا مبنایی برای پیش بینی با هر سطح صحت و سقم وجود داشته باشد، کمبود میزان تولید پایین فیلم‌ها مشکلی نخواهد بود. چه بسا پیش‌بینی غیرممکن است.

کسانی وجود دارند که استدلال می‌کنند بینش خاصی در مورد نحوه رشد قیمت سهام بورس دارند، حتی این افراد نیز معتقدند که سرمایه‌گذاری فیلم ذاتاً ریسک‌پذیر است. تقریباً یک قرن است که هالیوود در چارچوب چرخه‌های مشخص سودآوری یک صنعت کاملاً سودآور است. بسیاری از استودیو ها و توزیع کنندگان اصلی هالیوود، از زمان تأسیس در آنجا حضور داشته‌اند، که البته تغییرات منظمی در مالکیت و ساختار را نیز تجربه کرده‌اند. درباره «ریسک محیطی» تولید فیلم در هالیوود و تلاش برای شناسایی تأثیرات این خطرات مطالعاتی انجام شده است. با مطالعه و بررسی ماهیت استراتژی‌های کاهش خطرات تولید فیلم و اثرات آن بر ساختار صنعت فیلم و تکامل این صنعت نتیجه خواهیم گرفت که با وجود ادعای مخالف، «ریسک محیطی» هالیوود بسیار بالاست و خطرات و ریسک‌های صنایع دیگر بر آنجا نیز حاکم است.





## به عنوان نسخه موفق چه بسترهای مالی موفق در جهان را می‌توان برشمرد؟

ایجاد بستر مالی مناسب و زمینه سازی برای مشارکت افراد در تأمین مالی پروژه‌های هنری، یا همان تأمین مالی جمعی از سوی افراد بسیاری از طریق اینترنت انجام می‌شود. در سال ۲۰۱۵، میزان تأمین مالی جمعی در دنیا حدود ۳۴ میلیارد دلار تخمین زده شد. تأمین مالی جمعی، یکی از راهکارهای نوین برای تأمین مالی استارت‌آپ‌هاست. اگر یک شرکت استارت‌آپی در واشنگتن دیسی تصمیم به تأمین مالی جمعی داشته باشد، در واقع، یکی از بهترین روشهای تأمین مالی را برگزیده‌است. اما این موضوع در تمام ایالت‌ها یکسان نیست، به طور مثال یک استارت‌آپ در ایالت می‌سی‌سی‌پی باید راه دیگری را انتخاب کند. در آخرین آمار منتشرشده توسط مؤسسه ICCA، بهترین و بدترین ایالت‌های آمریکا برای تأمین مالی جمعی معرفی شدند که در میان آنها، واشنگتن دیسی، نیویورک، ورمونت، و کالیفرنیا بهترین و موفقترین ایالتها برای تأمین مالی جمعی، و میسیسیپی، نبراسکا، آرکانزاس، آیوا و آلاباما از بدترین و شکست خورده‌ترین شهرها برای تأمین مالی جمعی بوده‌اند. تأمین مالی جمعی در آمریکا، که به صورت آنلاین انجام می‌شود، شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا با جمع‌آوری نقدینگی لازم، مراحل رشد استارت‌آپ خود را فراهم کنند. بزرگترین پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی در آمریکا (سکوی تأمین مالی جمعی) حدود پنج پلتفرم هستند که در زمینه‌های مختلف خدمات ارائه می‌دهند و بیشتر آنها در قالب پروژه‌های هنری فعال هستند. این پلتفرم‌ها در واقع وبسایت‌هایی هستند که به صورت آنلاین، بخش مالی را تأمین میکنند و عبارتند از پلتفرم کیک‌استارت، بزرگترین پلتفرم معاملاتی تأمین مالی جمعی است که در آوریل ۲۰۰۹ در نیویورک شروع به کار کرد و در زمینه تأمین مالی پروژه‌های هنری و سینمایی فعالیت می‌کند. این پلتفرم ترجیح می‌دهد که از تعداد بسیاری از متقاضیان به صورت داوطلبانه نقدینگی جذب کند تا اینکه از عده‌ای محدود، مقدار زیادی پول جمع کند.

پلتفرم کیک‌استارت، با موفقیت‌های روزافزون روبه‌رو شد و توانست با جذب پروژه‌های هنری مختلف، حدود ۱۲۴ هزار و ۹۳۵ پروژه را با موفقیت تأمین مالی و حدود ۰۵/۳ میلیارد دلار نقدینگی جمع‌آوری کند. یکی از مشخصه‌های بارز این پلتفرم، روش «همه یا هیچ» است؛ به این معنی که اگر پروژه‌ای نتوانست به هدف موردنظر در خصوص تأمین مالی برسد، نیازی نیست که مبلغی را به‌عنوان حق کمیسیون به این پلتفرم پرداخت کند، اما پروژه‌های موفق در زمینه تأمین مالی ۵ درصد کمیسیون و ۳ درصد هزینه معاملات را پرداخت خواهند کرد. پلتفرم ایندیه گوگو نیز در ژانویه ۲۰۰۸ در سانفرانسیسکو فعالیت خود را آغاز و به عنوان راه حل جایگزین برای تأمین مالی پروژه‌های هنری فعالیت کرد. ایندیه گوگو به سرعت رشد کرد و توانست میزان تأمین مالی دیگر پروژه‌ها باشد. یکی از مشخصه‌های متفاوت این پلتفرم این است که به پروژه‌ها امکان می‌دهد تا اگر موفق به جمع‌آوری میزان نقدینگی هدف خود نشوند، میزانی از نقدینگی جمع‌آوری شده را به کار برند تا پروژه پیش برود. ویژگی دیگر هم این است که اگر بیش از میزان هدف، نقدینگی جمع‌آوری شد، ۵ درصد کمیسیون به ۹ درصد خواهد رسید و این میزان علاوه بر ۳ درصد ثابت بابت معاملات و تراکنش مالی هر پروژه خواهد بود. از ژانویه ۲۰۱۴، ایندیه گوگو میزان شرکت‌ها و پروژه‌های بیشتری نسبت به کیک استارت بود. ایندیه گوگو، میزان ۲۳۱ هزار و ۹۰۰ پروژه و کیک استارت میزان ۲۱۸ هزار و ۸۶۹ پروژه بود. با این حال، میزان موفقیت پروژه‌های کیک‌استارت بیشتر بود. در حدود ۶۸ هزار و ۹۸۴ پروژه

کیک استارت، و ۲۶ هزار و ۲۷۲ پروژه ایندیه گوگو به هدف اولیه تأمین مالی خود رسید. براساس آمار منتشرشده، کیک‌استارت ۳۱،۵ درصد و ایندیه گوگو ۱۱،۳ درصد در زمینه کاری خود موفق بوده است. پلتفرم بلچ میوزیک هم سومین پلتفرم موفق که از سال ۲۰۰۹ پروژه‌های هنری را تأمین مالی می‌کند. این تأمین مالی توسط تعداد

اکنون در سطوح بین المللی و در بورس‌های پیشرفته، سرمایه‌گذاران از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری خصوصی و تأمین مالی جمعی، در صنایع مختلف سرمایه‌گذاری می‌کنند و باعث رونق آنها می‌شوند. معمولاً از این روش‌ها برای تأمین مالی استارت‌آپ‌ها استفاده می‌شود و به تازگی در ایران هم به کار گرفته شده‌اند. با تأکید بر لزوم گسترش ابزارهای نوین مالی در بازار سرمایه ایران، باید توجه کرد که صندوقهای سرمایه‌گذاری خصوصی (PE Funds) به عنوان یکی از این ابزارها می‌توانند به سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مختلف هنر از جمله تئاتر و سینما بسیار کمک کنند

بسیاری از مردم صورت می‌گیرد و محدودیتی برای حضور در آن وجود ندارد. نحوه کار این پلتفرم هم مانند کیک‌استارت، همه یا هیچ است. به این ترتیب که اگر تأمین مالی موردهدف صورت نگیرد، مبلغ جمع‌شده به پروژه تخصیص پیدا نمی‌کند. وجه تمایز این پلتفرم این است که از پروژه‌هایی که موفق به تأمین مالی ۱۰۰ درصدی شده‌اند، ۱۵ درصد کمیسیون می‌گیرد، زیرا مدعی است که ۹۰ درصد از پروژه‌هایی که در ماه بر عهده این پلتفرم است، با موفقیت کامل تأمین مالی می‌شود.

پلتفرم سید اند اسپارک، دیگر پلتفرم تأمین مالی جمعی است که در این حوزه، در بخش تأمین مالی فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی بوده و در لس‌آنجلس مشغول به فعالیت است و در دسامبر ۲۰۱۲ فعالیت خود را آغاز کرده و توانسته است جامعه‌ای از فیلمسازان مستقل و هالیوودی را پدید آورد که تمامی فعالیت‌های تأمین مالی پروژه‌ها را بر عهده بگیرند. این پلتفرم ادعا می‌کند که حدود ۷۵ درصد از پروژه‌های تحت اختیار خود را با موفقیت به پایان برده‌است. هزینه کمیسیون این پلتفرم برای پروژه‌هایی که با موفقیت انجام می‌شود ۵ درصد است.

# انسان، اقتصاد و هنر

## کدامیک دیگری را دگرگون می‌کنند؟

برای سال‌ها انسان هنر را به عنوان یک سرگرمی می‌دانست و هنرمند بودن یک شغل به حساب نمی‌آمد، حداقل درآمد حاصل از فروش آثار هنری آنقدر مستمر و قابل توجه نبود که بتوان آن را به عنوان حقوق یا سرمایه‌گذاری خاصی در نظر گرفت. با شکل گرفتن اقتصادهای مبتنی بر ارتباطات و علائق جمعی، هنر امکانی برای خارج شدن از این منظر و تبدیل شدن به یک حرفه درآمدزا و حتی یک صنعت پیدا کرد. با این حال، حتی تاکنون نیز بسیاری اصرار دارند هنر را از جنبه‌های اقتصادی و صنعتی جدا ببینند و بیشتر شبیه یک تفریح و علاقه شخصی به آن بپردازند.

ارزش اقتصادی مقداری از دارایی است که افراد بابت اکتساب یک کالا یا خدمت می‌پردازند. برای مثال، اگر شما به یک بطری آب نیاز داشته باشید باید مثلاً ۱۰ هزار تومان برای دریافت آن بپردازید و این عدد همان چیزی است که در اقتصاد «قیمت» یک کالا خوانده می‌شود. این قیمت متأثر از تمایل فردی و جمعی انسان‌ها به پرداخت دارایی بابت یک کالا یا خدمت خاص است. این تمایل از هر فرد به فرد دیگر متفاوت است و همین تفاوت نقشی شاخص در تغییر در قیمت‌ها دارد. به علاوه، پارامترهای دیگری چون در دسترس بودن، میزان تقاضا، جایگزین داشتن یا نداشتن و... بر قیمت‌ها تأثیر می‌گذارند.

در مقابل ارزش گذاری اقتصادی ارزش‌های هنری را داریم؛ آن‌ها بسیار انتزاعی‌تر از ارزش اقتصادی هستند و به پارامترهای متفاوت‌تری بستگی دارند. وقتی فرد با یک اثر هنری یا یک فرایند خلاقانه مواجه می‌شود، یک ارتباط نامرئی بین مخاطب و اثر هنری به وجود می‌آید. این ارتباط به سه اثر متفاوت زیر ختم می‌شود:

• فرد یک ارزش ذاتی از جانب اثر هنری دریافت می‌کند؛ ارزشی که تنها از طریق این اثر هنری خاص به او منتقل می‌شود و فرد می‌تواند انحصار ارزشی این اثر را حس کند.

• فرد یک ارزش بیرونی نیز دریافت می‌کند که کلی‌تر از ارزش قبلی است. این ارزشی است که شما از حضور خود در پیرامون آن اثر هنری دریافت می‌کنید، اما ارتباط چندانی با ارزش ذاتی آن اثر ندارد. مثل حس خوبی که از رفتن به یک تئاتر یا دیدن نقاشی مونالیزا دارید. • مخاطب یک ارزش نیمه‌ذاتی نیز دریافت می‌کند که شبیه یک خط مشترک بین این اثر هنری و آثار مشابه با آن است. برای مثال، شما از یک آهنگ سنتی غمگین حسی کم و بیش مشابه با آهنگ سنتی غمگین دیگر را دریافت می‌کنید.

ترکیبی از این سه ارزش است که به ارزش گذاری یک اثر هنری از جانب مخاطب می‌انجامد. وقتی افراد تجربه مواجهه مشابهی برای یک اثر هنری مشترک دارند، از چنین سیستم ارزش دهی برای ارزیابی مالی یک اثر استفاده می‌کنند. تعامل افراد با یکدیگر و تفاوت نگاه آن‌ها به یک اثر هنری و ارزش آن باعث قیمت گذاری متفاوت آن اثر هنری می‌شود.

در نتیجه هنر و ارزش آن بسیار متأثر از برداشت شخصی از ویژگی‌های یک اثر هنری هستند. این برداشت‌ها همراه با حس و ذائقه تملک آنچه که دوست داریم، به تلاشی می‌انجامد که مردم در تصاحب یک اثر هنری از خود نشان می‌دهند، تلاشی که در نهایت به قیمت گذاری یک اثر ختم می‌شود. در ادامه، این فرهنگ و عرف‌های جمعی است که باعث می‌شوند قیمت‌ها بالا و پایین شوند.

### تشکیل اقتصادهایی حول مفاهیم هنری و دگرگون شدن ذائقه انسان به هنر

انقلاب‌های صنعتی و بهبود رفاه اجتماعی در کشورهای مختلف جهان باعث ایجاد اقتصادهایی از همه نوع حول مفاهیم، حرکت‌های فردی و جمعی، کالاها و خدمات قدیمی و نوپا شده‌اند. هنر نیز از هر انقلابی تأثیر خاصی گرفته و اکنون در عصر فناوری بیشترین دگرگونی را در شیوه انتقال، خرید و فروش و ایجاد هنر شاهدیم.

به ویژه، انسان‌ها تمایل بیشتری به حضور در دنیای مجازی و آنلاین بودن دارند. در نتیجه این حضور همه‌گیر انسان در فضای مجازی و بر بستر اینترنت، کالاها مرتبط با این نیاز و واقعیت نیز مخاطبان بیشتری پیدا کرده‌اند و صنایع سنتی نیز بر روی حضور دیجیتال خود سرمایه‌گذاری‌های بیشتری داشته‌اند. وقتی جمعیت قابل توجهی از مردم در یک شبکه اجتماعی یا وبسایت خاص حضور مستمر دارند، کم تعریف‌های جدیدی از ماهیت‌های قبلی بروز می‌کنند و پس از کمی مقاومت به پذیرش و جذابیت تبدیل می‌شود.

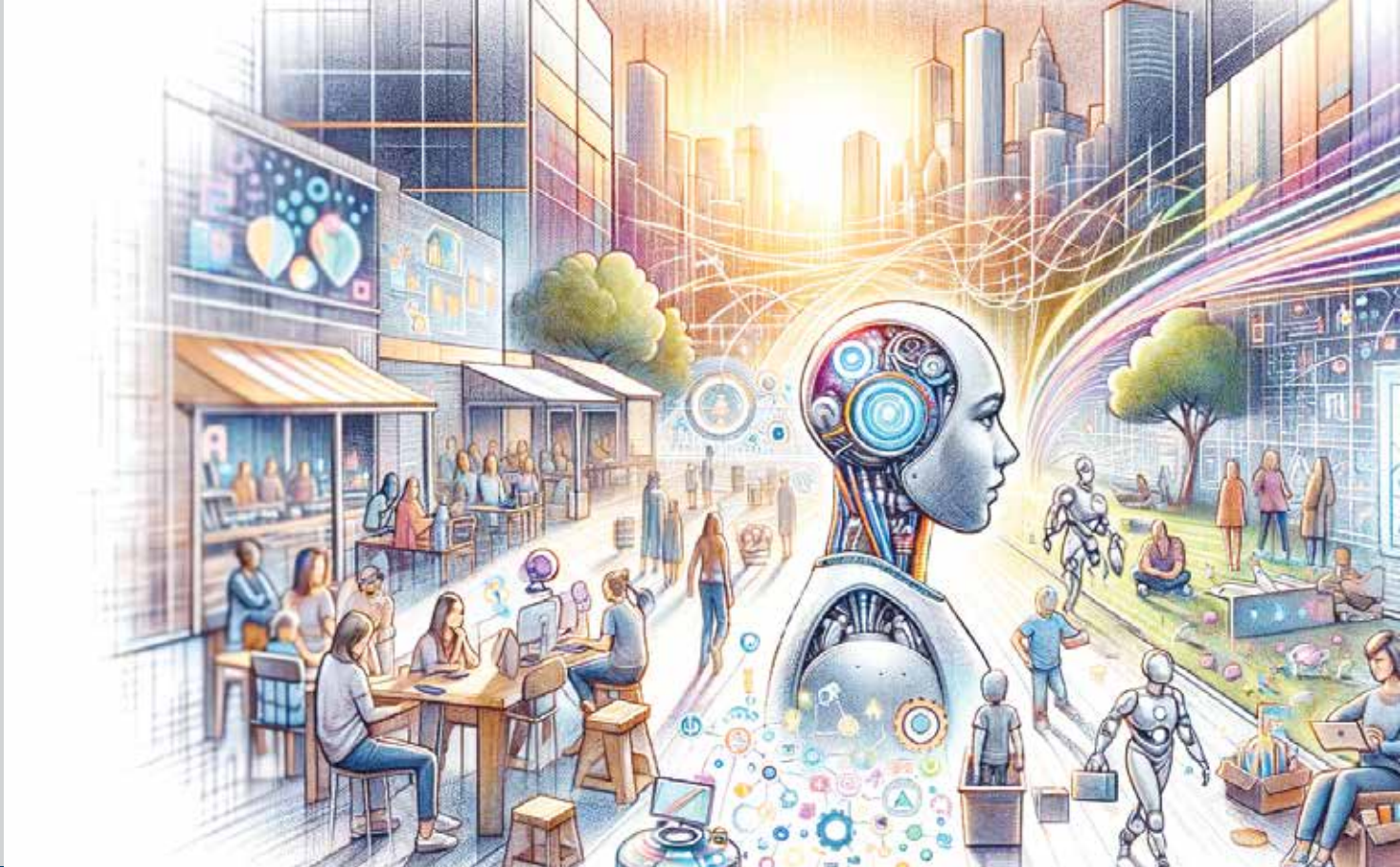
اقتصاد شکل گرفته حول آثار هنری از ۸۰۰ میلیارد دلار عبور کرده و این روند افزایشی همچنان ادامه دارد، با رشدی بیشتر از ۱۶ درصد در سال. با این حال، این فقط ارزشی است که برای دارایی‌های هنری معامله شده (یا به معرض فروش گذاشته شده) در بازارهای مختلف ارزیابی شده است. ارزش واقعی آثار هنری و پتانسیل خلق جریان‌های مالی از جانب آن‌ها هرگز با چند بازار و خرید و فروش‌های آن‌ها قابل اندازه‌گیری نیست.

از طرفی، اقتصادی‌تر شدن هنر در بین جوامع بر جایگاه و مفهوم آن نیز تأثیر گذاشته است. وقتی پلتفرم‌های آنلاین برای فروش آثار هنری دیجیتال جریان‌های سرمایه‌گذاری قابل توجهی را جذب کردند و نقدینگی لازم برای فعالیت بیشتر هنرمند فراهم شد، سیل جدیدی از هنرمندان نوظهور به دنیای خالقان آثار هنری پیوستند. کسانی که شاید حتی علاقه‌ای هم به هنر نداشتند اکنون آن را به عنوان یک ابزار درآمدی می‌بینند. بنابراین، واژه هنرمند نیز در بین جوامع معنی‌های متفاوتی پیدا کرده و رگه‌هایی متنوع‌تر از ارزش، قیمت و صنعت در آن دیده می‌شود. به همین دلیل است که ما اکنون بیشتر به واژه‌هایی چون صنعت هنر یا صنعت فرهنگ و هنر برمی‌خوریم.

برای بسیاری وجه مالی دادن به هنر و نفوذ فرایندهای صنعتی و اقتصاد تنظیم شده در آن به نفع حس انسانی، خلاقانه و ظریف هنری نیست. با این حال، به وضوح می‌توان دید که انگیزه مالی باعث ورود افراد بیشتری به دایره خلق آثار هنری شده و آفرینش آثار هنری با بسامد و دامنه گسترده‌تری در جریان است. در نتیجه، وجه اقتصادی پیدا کردن هنر نه تنها به ضرر آن نبوده بلکه بهبودی همه‌جانبه در این جنبه انسانی را نتیجه داده و انتظار می‌رود خلق و حفاظت از آثار هنری به جایگاه بهبود یافته‌تری برسد.



هنر و ارزش آن بسیار متأثر از برداشت شخصی از ویژگی‌های یک اثر هنری هستند. این برداشت‌ها همراه با حس و ذائقه تملک آنچه که دوست داریم، به تلاشی می‌انجامد که مردم در تصاحب یک اثر هنری از خود نشان می‌دهند



## اهمیت هنر برای جامعه

در یک دهه گذشته و با توسعه فناوری‌های دیجیتال، خلق، توزیع و دسترسی به هنر در اشکال مختلف آن برای مردم بسیار آسان تر شده است. تحقیقات نشان داده که پرداختن به خلق یک اثر هنری برای ۴۵ دقیقه باعث کاهش فوق العاده سطح کورتیزول (معیاری در تشخیص میزان استرس در انسان) می‌شود. فعالیت‌های هنری در بلندمدت باعث کاهش احساسات منفی، تقویت عواطف مثبت و کاهش اضطراب در بیماران مبتلا به عارضه‌های جدی می‌شود.

برای دانش‌آموزان، هنر ابزار ارزشمندی برای ابراز وجود، مطالعه بهتر و کاهش استرس مرتبط با فعالیت‌های آموزشی است. مطمئناً همه دانش‌آموزان استعداد ذاتی قابل توجهی در ریاضیات یا هر علوم دیگری را ندارند، اما همه آن‌ها قابلیت خلق یک اثر جدید از هر جنس و دسته‌بندی را دارند. هنر به دانش‌آموزان کمک می‌کند تا از همان سنین ابتدایی به خلق ایده‌های جدید و ناب عادت کنند، ویژگی‌ای که برای آینده شغلی و موفقیت در آن نیاز خواهند داشت.

هنر همچنین ابزاری برای ترویج تغییرات ضروری برای بهبود وضعیت جوامع است. هنرمندانی که طرفداران زیادی دارند همیشه پیشگامانی در تبلیغ یک جریان جدید و مفید هم بوده‌اند. به ویژه، در دورانی که جوامع به دلایل اقتصادی و ناملایمت‌های مرتبط با آن شکننده شده‌اند، این خلاقیت و جایگاه والای هنرمند است که می‌تواند انرژی مثبتی وارد اتمسفر جامعه کند و تسکینی بر احوال مردم در زمان قبل و پس از بروز بحران‌ها باشد.

همه ما با یک زبان زندگی نمی‌کنیم و فرهنگ‌های کم و بیش متفاوتی داریم، با این حال همه ما زبان هنر را در یک دامنه نسبتاً یکسان می‌فهمیم و برای ارتباط‌گیری با دیگران استفاده می‌کنیم. از هنرهای بصری تا موسیقی و آثار دیجیتال، هنر می‌تواند حلقه گم شده داروین برای الحاق ارزش‌های متفاوت در جوامع مختلف به یکدیگر و ایجاد انسجامی برای موفقیت تمام آن‌ها باشد. با کاهش انزوا در بین افراد و گروه‌های اجتماعی، هنر نقشی کانونی در نزدیک شدن جوامع به هم و برطرف کردن اختلاف‌های فرهنگی و حتی سیاست‌های بین‌المللی ایفا می‌کند.

## جمع‌بندی

رابطه پیچیده بین انسان، هنر و اقتصاد بر یک تعامل پویا تأکید می‌کند که در آن هر عنصر دقیقاً بر دیگری تأثیر می‌گذارد و عملکرد و حتی ماهیت هیچکدام مستقل از دیگری نیست. هنر به عنوان بازتابی از خلاقیت و فرهنگ انسان، با جذب گردشگر، ایجاد شغل یا پرورش نوآوری در صنایع مختلف رشد اقتصادی را به ارمغان می‌آورد. در مقابل، عوامل اقتصادی دسترسی، تولید و توزیع هنر را تسریع و تسهیل می‌کنند و بر نحوه مصرف و ارزش‌گذاری آن توسط جامعه تأثیر شاخص دارند. هم‌زیستی جریان‌های هنری و اقتصادی تأثیر غیرقابل انکاری بر غنی‌سازی تجربه انسانی و هویت فرهنگی او در میان جامعه دارند. درک و پرورش اهمیت این هم‌زیستی در جریان‌های اقتصادی و هنری می‌تواند به جامعه‌ای پویاتر، نوآورتر و مرفه‌تر منجر شود.

## در سال ۲۰۱۶ و پس از یک دوره

برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری،  
دولت مالزی توانست نرخ  
مشارکت مردم در فعالیت‌های  
درآمدزای هنری را به ۲/۱ درصد  
برساند و GDP کشور را تا  
۲ درصد ارتقاء دهد

## تأثیر هنر بر وضعیت اقتصادی

به همان میزان که هنر از اقتصاد و بازارها و جریان‌های نقدینگی آن تأثیر می‌گیرد، می‌تواند در شکل‌گیری وضعیت کلی اقتصاد نیز موثر باشد. برای نمونه، صنعت هنر اکنون یک کانون قابل اتکا برای تعریف شغل و برطرف کردن چالش‌های مرتبط با اشتغال‌زایی در جوامع است. در بسیاری از کشورها از پتانسیل این صنعت برای تعریف مشاغل جدید و کاهش فشار اقتصادی از دوش جوامع استفاده می‌شود.

برای نمونه، در سال ۲۰۱۶ و پس از یک دوره برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری، دولت مالزی توانست نرخ مشارکت مردم در فعالیت‌های درآمدزای هنری را به ۲/۱ درصد برساند و GDP کشور را تا ۲ درصد ارتقاء دهد. چنین برنامه‌هایی در کشورهای مختلف منجر به تعریف جریان‌های جدید کاری و قدرت گرفتن اقتصاد بومی حول فعالیت‌های هنری شده‌اند.

شهرهایی مثل پاریس، نیویورک، لندن و بارسلونا سالانه میلیون‌ها دلار از مسیر نمایش آثار هنری و گردشگری فرهنگی درآمدزایی می‌کنند. جالب اینکه موزه‌های چون لوور درآمدزایی مستقیمی ندارد (یعنی از بازدیدکنندگان هزینه بلیط ورودی دریافت نمی‌شود)، بلکه دولت فرانسه بر روی جاذبه گردشگری و چرخش اقتصادی آن سرمایه‌گذاری کرده است. چنین سیستم درآمدزایی برای بسیاری از بناهای تاریخی دیگر در کشورهای چون انگلیس و ایتالیا نیز تعریف شده‌اند.

در نهایت، هنر نقشی کانونی در برانگیختن حس نوآوری در صنایع مختلف، از مد گرفته تا جنبه‌های مختلف فناوری، ایفا می‌کند. در واقع، هنر یک ابزار برای تأثیر غیرمستقیم بر سیستم‌های صنعتی و اقتصادی است. به همین دلیل است که بسیاری بر این باورند که ماهیت هنر باید از اقتصاد و بازارهای مبادله کالا دور بماند و این تأثیر آن باشد که ارزش بیافزیند.





## امکان ردیابی آثار هنری دیجیتال

یکی از ویژگی‌های بسیار کاربردی بلاکچین، امکان ثبت تمام اطلاعات مرتبط با تغییر مالکیت‌ها و عدم امکان تغییر در این اطلاعات حیاتی است. بنابراین، بلاکچین تمام مسیر حرکت یک اثر از یک خریدار به دیگری را ثبت و ارزش‌گذاری‌ها را به صورت مستمر رصد می‌کند. گواهینامه‌ها، ارزیابی‌ها، سوابق اثر و خالق آن و بسیاری اطلاعات دیگر به صورت دائم در بلوک‌های بلاکچین حک می‌شوند و امکان سوء استفاده از ماهیت دیجیتال آثار هنری بسیار کم‌تر می‌شود.

نکته بسیار مهم درباره این شفاف‌سازی و قابلیت رصد دائم تمام افراد فعال در آن بلاکچین، ممانعت از ایجاد مونوپولی‌ها در صنعت هنر است. مونوپولی یک ساختار در بازار است که در آن یک سازمان انحصار تمام فعالیت‌های اقتصادی را در اختیار می‌گیرد و فضای بسته‌ای در کسب‌وکار به وجود می‌آید. در هنر نیز چنین مونوپولی‌هایی وجود دارند که اکثراً تأثیر مستقیمی بر شیوه خلق و حتی نوع اثر هنری می‌گذارند. بلاکچین و جامعه فعالان در بازار ارزهای دیجیتال می‌توانند اهرم‌های لازم برای شکستن چنین گرانش‌های منفعت‌طلبانه در صنعت هنر باشند و آزادی و استقلال نوآورانه هنر را دوباره به آن بازگردانند.

## ایجاد اقتصادی جدید برای آثار هنری

مهم‌ترین جنبه وجود فناوری‌های مرتبط با ارز دیجیتال برای هنر، اقتصادی است که برای آثار هنری و بازار آن به وجود می‌آورد. نقدینگی چند تریلیون دلاری موجود در بازار ارزهای دیجیتال شبیه یک اقتصاد مستقل برای سرمایه‌گذاری در هر فعالیت صنعتی و غیرصنعتی است. خصوصاً آن که محصول یا خدماتی که به صورت آنلاین به وجود می‌آیند یا عرضه می‌شوند، بهترین گزینه‌ها برای جاگرفتن در چرخه‌های ارزش‌دهی بازارهای ارز دیجیتال هستند.

آثار هنری از جنبه‌های مختلف اقتصاد ارزهای دیجیتال نفع می‌برند. در اولین جنبه آن، نقدینگی لازم برای خرید و فروش آثار هنری دیجیتال تضمین شده‌است. هرچقدر حضور آنلاین مردم بیشتر و بیشتر می‌شود، پول بیشتری وارد فعالیت‌ها مرتبط با حضور آنلاین مردم و علائق آن‌ها به فناوری می‌شود. در نتیجه، انگیزه مالی لازم برای خلق آثار هنری دیجیتال به وجود می‌آید و هنرمندان مسیرهای درآمدزایی خود را روشن‌تر می‌بینند.

جنبه دیگر، الحاق ابزارهای اقتصاد بلاکچین به صنعت هنر و بروز نوآوری در خلق آثار هنری است. NFTها نمونه خوبی از این جهش‌های از جنس بلاکچین به سمت آثاری غیرمعارف، اما یکتا و مخاطب‌پسند هستند. مردم حاضرند هزاران دلار صرف یک توکن غیرقابل معاوضه کنند، فقط به این دلیل که از دل یک بلاکچین بیرون آمده، یکتاست و می‌توان آن را در بازارهای ارز دیجیتال خرید و فروش کرد. مهم‌تر اینکه، NFTها که جزء اولین آثار هنری مبتنی بر بلاکچین هستند، تنها آغازی بر نوآوری در هنر از دریچه بلاکچین هستند و مطمئناً در ادامه آثار جذاب‌تر، یکتاتر و هنرمندانه‌تری معرفی خواهند شد.

در نهایت، اقتصاد شکل گرفته برای هنر به معنی فرصتی منحصربه‌فرد برای حفظ استقلال این بخش مهم از زندگی انسانی است. هنر به دلیل ماهیت خلاقانه و طبع لطیف و صلح‌طلبانه خالقان آن، از وابستگی می‌گریزد و اگر مجبور به آن شود بیشتر از هر فعالیت دیگری صدمه می‌بیند و آثارش دیگر آن جذابیت را برای جامعه نخواهند داشت.

نهایتاً بلاکچین و ارزهای دیجیتال فرصتی تازه برای صنعت دیرینه هنر به حساب می‌آیند؛ صنعتی که از هزاران سال پیش و از همان روزهای اول شکل‌گیری جوامع انسانی شکل گرفته و خالص‌ترین و بایست‌ترین ویژگی انسان یعنی نوآوری را پرورش داده است. به خصوص، آثار هنری دیجیتال مانند عکس، ویدیو، بازی، آهنگ و ... کم کم از جانب افراد جامعه بازخوردهایی شبیه به آثار هنری سنتی را دریافت می‌کنند و ممکن است حتی در آینده به طیف اصلی در دنیای فرهنگ و هنر بدل شوند. به همین دلیل، تأثیری که فناوری‌هایی چون بلاکچین بر هنر گذاشته‌اند هنوز در روزهای اول نمایش خود است و با احتمال نزدیک به یقین ما شاهد انقلابی جدید و مستمر در عرصه هنر خواهیم بود.

# NFT

# تامین مالی هنر به مثابه رسالت اجتماعی

تامین مالی هنر، یکی از بزرگترین چالش‌های فعالیت هنری است که نه تنها در ایران، بلکه برای هنرمندان سراسر جهان، همواره به عنوان چالشی بزرگ مطرح است. برای تأمین سرمایه در حوزه فرهنگ و هنر دو راه بیشتر وجود ندارد، یا دولت تمام هزینه‌ها را بپذیرد و بهره‌گیری از آثار هنری برای همه رایگان باشد، یا اینکه فضای لازم برای فعالیت بخش خصوصی در این حوزه ایجاد شود. بسیاری از موزه‌ها و نمایشگاه‌ها در کشورهای مختلف رایگان هستند، بسیاری دیگر تنها برای بقاء و هزینه‌های مرتبط با نگهداری آثار بلیط دریافت می‌کنند. با این حال، ورودی رایگان به این موزه‌ها و نمایشگاه‌ها هرگز به ترویج خلاقیت و حمایت از هنرمندان نوظهور نمی‌انجامد.

فرهنگ و هنر شبیه هر حوزه دیگری برای حفظ و توسعه برنامه‌های خود به بودجه نیاز دارد. دولت نیز نمی‌تواند و شاید نباید تمام هزینه‌های مرتبط با آن را برعهده بگیرد. بیشتر به این دلیل که کمبود بودجه دولت باعث بروز بحران در این حوزه و آسیب دیدن جدی عناصر آن می‌شود. برای مثال، به آثار هنری و موزه‌های باستانی فکر کنید، وقتی دولت تنها تأمین کننده بودجه باشد، دوران کسری بودجه دولت همیشه هم‌زمان با دوران حذف برخی از برنامه‌های نگهداری و آسیب دیدن این آثار بوده‌اند.

## حمایت بخش خصوصی از فعالیت‌های فرهنگی و هنری

است. با جذب بیشتر از ۱ میلیون گردشگر فرهنگی، این موزه نقش شاخصی در توسعه گردشگری شهر لس آنجلس دارد. در واقع، سرمایه‌گذاران به صورت غیرمستقیم باعث توسعه شهری و اقتصاد منطقه اطراف موزه شده‌اند. نکته بارزتر این است که این دو زن و شوهر کلکسیون‌دارهای مشهوری در آمریکا هستند و افتتاح این موزه نقشی شاخص در ارتقاء چند صد میلیون دلاری آثار آن‌ها داشت.

شروع شد به «آثر بیلباو» معروف شد که نشان از قدرت سرمایه‌گذاری در حوزه فرهنگ و تأثیر آن بر رشد اقتصادی، ایجاد شغل و افزایش کیفیت زندگی ساکنان منطقه دارد. شرکت‌های بزرگی چون گوگل و مایکروسافت برای توسعه حس نوآوری در بین جوامع و بهره‌برداری هدفمند از آن سرمایه‌گذاری‌های کلانی داشته‌اند. برای مثال، موسسه فرهنگی Google با موزه‌ها و سازمان‌های فرهنگی در سراسر جهان همکاری می‌کند تا آن‌ها بتوانند مجموعه‌های خود را در قالب نمایشگاه‌های مجازی آنلاین عرضه کنند. در نتیجه، خالقان آثار هنری به این پلتفرم‌ها سرازیر می‌شوند و قدرت و استعداد خلق ماهیت‌های جدید را کم‌کم به پلتفرم‌های آنلاین می‌بخشند.

نمونه دیگر از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در حوزه فرهنگ و هنر، Broad Museum در لس آنجلس است. این موزه توسط Eli و Edythe Broad و با سرمایه‌گذاری ۱۴۰ میلیون دلاری تأسیس شده است. این موزه که در سال ۲۰۱۵ شروع به کار کرد مجموعه قابل توجهی از هنرهای معاصر را در خود جای داده و بازدید از آن برای عموم آزاد

در سال ۲۰۱۹ موزه متروپولیتن نیویورک نزدیک به ۵۵ میلیون دلار کمک مالی از طرف افراد حقیقی دریافت کرد. اکثر این افراد فعالان صنعتی و سرمایه‌گذاران حقوقی بودند. مهم‌تر اینکه موزه اسامی تمام این افراد را دفتر سالانه خود وارد و در نمایشگاه‌ها از آن‌ها یاد می‌کند. بنابراین، این افراد حتی اگر نیاز و هدفی در برپندینگ شخصی خود نداشته باشند، کمک‌های آن‌ها منشأ موج مثبتی از نگاه و پذیرش جمعی برای آن‌هاست.

مشارکت بخش خصوصی در فرهنگ و هنر می‌تواند به بازآفرینی ماهیت و معماری شهری و فعالیت‌های گردشگری نیز بیانجامد. موزه گوگنهایم در بیلباو اسپانیا نمونه بارز از این واقعیت است، جایی که سرمایه‌گذار خصوصی اقتصاد یک شهر را متحول کرد. این موزه در سال ۱۹۹۷ و توسط بنیاد Guggenheim تأسیس و توسط دولت محلی و دیگر حامیان محلی حمایت شد. با توسعه فعالیت‌های موزه، گردشگری در این شهر رونق گرفت و اقتصاد آن احیا گشت. اکنون، شهره بیلباو سالانه بیشتر از یک میلیون بازدیدکننده دارد. جالب‌تر اینکه این تحول که از یک سرمایه‌گذار شخصی

## شرکت‌ها چگونه می‌توانند از هنر پشتیبانی کنند؟

برای حمایت از یک هنرمند یا یک موسسه هنری، اولین و ساده‌ترین شیوه کمک مالی مستقیم است. اکثر شرکت‌های بزرگ جهان بودجه مشخصی برای حمایت از فعالیت‌های فرهنگی و هنری اختصاص می‌دهند و حتی بخش‌های مستقلی برای توزیع این کمک‌ها دارند.

رویکرد دیگر ارائه یک کالا یا خدمت به حوزه فرهنگ و هنر است؛ مثلاً شرکت‌ها می‌توانند بخشی از فضای اختصاصی خود را در اختیار یک دوره آموزش هنری یا برگزاری یک نمایشگاه آثار فرهنگی منطقه فعالیت خود قرار بدهند. علاوه بر این، شرکت‌های می‌توانند از پتانسیل موجود در بخش‌های تجاری، مانند بخش تبلیغات و بازاریابی شرکت، برای کمک به توسعه یک فعالیت هنری و بهبود کارایی فعالیت‌های آن بهره بگیرند. شیوه دیگر تأسیس یک سازمان زیرمجموعه با اهداف هنری و البته درآمدزایی از آن‌هاست. شرکت‌های تجاری به خوبی با بازار و نحوه کسب درآمد از تقاضای موجود آشنایی دارند و شرایط لازم برای بهره‌گیری از این پتانسیل در حوزه هنر فراهم است. مورد دیگر، شبکه‌سازی به نفع هنرمندان یا موسسات هنری است. شرکت‌های صنعتی در شبکه‌های بزرگی از همکاران حرفه‌ای خود عضو هستند و با استفاده از این ارتباطات می‌توانند به توسعه شبکه‌های کوچک موسسات هنری کمک کنند.



تقریباً هیچ فعالیتی در دنیای مدرنیته کنونی را نمی‌توان یافت که بر تأمین مالی استوار نباشد. فعالیت‌های هنری نیز اگرچه از ذاته و شوق فردی و جمعی انرژی می‌گیرند، اما بدون سرمایه‌گذاری هدفمند و بودجه‌بندی مطلوب، شبیه شمعی کم کم افول می‌کنند و جایگاه اجتماعی خود را از دست می‌دهند. نمونه بارز این افول‌ها، آداب و سنت‌های بومی در مناطق محروم کشور هستند که به دلیل بی‌توجهی و عدم سرمایه‌گذاری در حفظ و تبلیغ آن‌ها اکنون به یک خاطره برای جوامع خود بدل شده‌اند.

از طرفی، دولت نمی‌تواند تمام نیازهای مالی این حوزه را پوشش دهد و اصرار بر عکس این واقعیت به کسری بودجه در این حوزه و شکست برنامه‌های توسعه‌ای آن می‌انجامد. در مقابل، بخش خصوصی تنها به یک انگیزه و تشخیص جذبه فرهنگی نیاز دارد تا انرژی و توان مالی خود را برای بخش فرهنگ به اشتراک بگذارد. این انگیزه می‌تواند یک برندسازی برای شرکت‌های صنعتی باشد، یا حس ملی‌گرایی برای حفظ فرهنگ منطقه‌ای. تنها در حضور سیاست‌های توأم تأمین مالی خصوصی و دولتی است که می‌توان به استراتژی‌های توسعه‌ی پایدار این حوزه پرداخت و در مقابل چالش‌هایی که آن را هدف قرار داده‌اند سپری قابل اتکاساخت.

حال نگاهی به تجربه اخیر هنر دیجیتال نشان داده که هنر کلاسیک و فعالیت‌های فرهنگی نمی‌توانند بدون سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و بخش صنعتی به اهداف اجتماعی خود برسند. با توسعه راهکارهای دیجیتال و امکان سرمایه‌گذاری شخصی بر روی ایده‌های مبتنی بر فناوری، هر فرد با هر توان اقتصادی می‌تواند نقشی شاخص در تأمین مالی بخش فرهنگ و هنر داشته باشد. هر جامعه بیشترین تأثیر را از فرهنگ دیرینه و هنر جاری خود می‌گیرد و به همین دلیل تأمین مالی برای این بخش نه تنها یک نیاز بلکه یک رسالت اجتماعی است.

**برندها زمانی به نمادی غیرقابل چشم‌پوشی و بین‌المللی تبدیل می‌شوند که خلاقیتی ناب را با تاریخچه‌ای جذاب گره زده باشند؛ به همین دلیل؛ برندسازی را می‌توان به عنوان زیرمجموعه‌ای صنعتی شده از هنر تلقی کرد**

هنر غالباً یک ماهیت و فعالیت غیرصنعتی و تجاری در نظر گرفته می‌شود. در مقابل برندینگ ارتباط مستقیم با پول‌سازی دارد و همیشه در رأس استراتژی‌های تبلیغاتی و بازاریابی قرار می‌گیرد. با این حال، هنر و برندسازی ارتباط بسیار نزدیکی با هم دارند؛ ارتباطی که از جنس خلاقیت و ماندگاری است. برندها زمانی به نمادی غیرقابل چشم‌پوشی و بین‌المللی تبدیل می‌شوند که خلاقیتی ناب را با تاریخچه‌ای جذاب گره زده باشند؛ به همین دلیل؛ برندسازی را می‌توان به عنوان زیرمجموعه‌ای صنعتی شده از هنر تلقی کرد.

سرمایه‌گذاری در حوزه فرهنگ و هنر برای شرکت‌های تجاری همان پل زدن از هنر به جایگاه اجتماعی و دریافت مجوزهای اجتماعی است. در واقع این برندینگ و نیاز به آن است که شرکت‌ها را وادار می‌دارد که فعالیت‌های هزینه‌برداری چون حمایت از جشنواره‌های فرهنگی یا مسابقات ورزشی را بپذیرند.

برای بسیاری از شرکت‌های فعال در صنایع سنگین مانند انرژی و معدنکاری، همیشه به جلب رضایت جوامع پیرامون نیاز است. سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های فرهنگی این مناطق گام بلندی در بهبود جایگاه برند شرکت‌ها در بین جوامع و دریافت مجوزهای اجتماعی برای تحقق پروژه‌هاست.

نمونه بارز این سرمایه‌گذاری‌ها از جانب شرکت‌ها، همکاری شرکت‌هایی چون کوکا کولا و تارتک در موزه‌ها و فستیوال‌های فرهنگی مناطق فعالیت خود است. این شرکت‌ها محصولات را تولید می‌کنند یا خدماتی ارائه می‌کنند که از جانب جوامع مورد انتقادند و برای رهایی از این فشار و تغییر دیدگاه جمعی، فعالیت‌های اجتماعی خود را گسترش داده‌اند و بر تبلیغ این فعالیت‌ها تمرکز کرده‌اند.



# هنر دیجیتال و هنر کلاسیک: فاصله معنوی و فاصله اقتصادی آنها

یکی از دوره‌های مهم در میان فلاسفه هنر، انتخاب بین هنر کلاسیک با ریشه‌هایی عمیق در تاریخ بشری یا هنر دیجیتال و بوم بی‌انتهای آن است. در دنیای دیجیتالی که فناوری دسترسی‌های بسیاری را برای خلق آثار هنری و ورود افراد بیشتری به دنیای هنر ایجاد کرده، شاید حتی سوال اصلی این باشد که آیا هنر کلاسیک می‌تواند به بقای خود ادامه دهد یا در فناوری و هنر دیجیتال متأثر از آن هضم می‌شود؟

انسان در عصری زندگی می‌کند که دیجیتالی سازی و جزئیات آن عرصه را بر ماهیت‌های سنتی تنگ می‌کند. ما شاهد تسلط فزاینده فناوری در صنایع مختلف هستیم و این تسلط کم کم در دنیای هنر بروز کرده و هنر دیجیتال هنرمندان بیشتری را از هنر کلاسیک به سمت خود کشانده است.

هنر برای هزاران سال ابزار اصلی انسان در داستان سرایی و انتقال پیام بوده است؛ به همین دلیل است که انسان در مواجهه با آثار هنری ناخودآگاه تأثیری مثبت از آن می‌گیرد و ارزشی ذاتی برای آن قائل می‌شود و تفکیکی از محیط و طرح‌های اطراف برای آن اثر به وجود می‌آید. از دوران باستان تاکنون، هنر به دلایل مختلفی چون اهداف معنوی، روایی، فلسفی، اقتصادی و نمادین توسط انسان تمجید و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شد. این ارزش‌گذاری و جایگاه والا و دیرینه هنر باعث ایجاد اقتصادی منحصر به فرد حول آثار هنری و قیمت‌های نجومی برای برخی از آنها شده است. با بروز فناوری، شبیه هر صنعت دیگری، صنعت هنر نیز با شک‌هایی از جنس ۰ و ۱ مواجه بوده است و متأثر از آنها مسیرهای جدیدی در انتقال مفهوم و ارزش هنر به وجود آمده‌اند.

## انقلاب در هنر با فناوری‌های دیجیتال

در دسترس بودن و تطبیق پذیری بالای ابزارهای دیجیتال دنیای هنر را دموکراتیزه تر کرده و به طیف متنوعی از هنرمندان فضای لازم برای ایده پردازی و تعریف آثار هنری را داده است. پلتفرم‌هایی چون Behance، DeviantArt و Instagram به بازارهایی پرمخاطب و پر جنب و جوش تبدیل شده‌اند که آثار هنرمندان دنیای هنر دیجیتال را پشتیبانی می‌کنند و ارتباط مستقیم آن‌ها با مخاطب را ممکن می‌سازند. نکته مهم این است که مشابه آثار هنر سنتی، آثار دیجیتال نیز به ارزش‌های مادی غیرمتعارف و میلیون دلاری رسیده‌اند. برای مثال، در سال ۲۰۲۱ یک اثر هنری دیجیتال از Beepole به قیمت ۶۹ میلیارد دلار به فروش رسید. علاوه بر این، بازارهای مستقلی چون بازار معاملات NFT که متأثر از آثار هنری دیجیتال هستند به شدت محبوب شده‌اند؛ چنانکه بازار NFT اکنون ارزشی در حدود ۶۲ میلیارد دلار دارد.

هنر دیجیتال که از پیوند فناوری و خلاقیت به وجود آمده، در چند دهه گذشته چهره دنیای هنر را تغییر و جنبه‌های کامپیوتری به آن داده است. هنرمندان از مانیتور، قلم‌های نوری و نرم‌افزارها برای ترسیم هنر بر بوم‌های بی‌نهایت بهره می‌گیرند و چهره‌های غیرمتعارفی از هنر را عرضه می‌کنند. مهم‌تر اینکه انقلاب هنر دیجیتال هم‌زمان با انقلاب اقتصاد دیجیتال و مفهوم دارایی و تبادل آن رخ داده است. به همین دلیل، هنرمندان آثار دیجیتال استقلال بیشتری در عرضه آثار خود دارند، مسیرهای درآمدزایی بیشتری را می‌شناسند و برندینگ آن‌ها از جنس مجازی و اکانت‌های شبکه‌های مجازی است. بر اساس تحقیق بنیاد Polaris Market Research، ارزش بازار هنر دیجیتال در سال ۲۰۲۳ نزدیک به ۵ میلیارد دلار بوده است و انتظار می‌رود سالانه ۱۵٫۴ درصد رشد کند.



با پیشروی‌های روزافزون فناوری در رگه‌های مختلف صنایع و جوامع، انقلاب مستمر هنر دیجیتال نیز همچنان سرزنده به پیش روی خود ادامه خواهد داد. نوآوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، واقعیت افزوده و فناوری بلاکچین توسعه می‌یابند و شیوه‌های خلق، تجربه و ارزش‌گذاری هنر را تغییر می‌دهند.

## برداشت متفاوت از هنر دیجیتال و هنر کلاسیک

این آثار کم است و جایش خالی است، چیزی از جنس یکتایی که باعث می‌شود آن اثر در ذهن ما حک شود. در واقع تکرار پذیر بودن و آسان بودن برخی از آثار دیجیتال است که باعث رد آن‌ها از جانب برخی منتقدان می‌شود.

علاوه بر این، انسان هزاران سال است که در این کره خاکی زندگی می‌کرده و هنر یکی از تفاوت‌های بسیار شاخص او با دیگر موجودات زنده بوده است. بنابراین، خاطره‌ای چند هزار ساله از هنر انسانی در ذهن بشر است و قرار نیست به این سادگی با هنر دیجیتال جایگزین شود.

در نهایت، برای خلق یک اثر دیجیتال ما بیش از اندازه از الگوریتم‌های منطقی، ابزارهای مبتنی بر آن‌ها و دسترسی‌های از جنس صفر و یک بهره می‌گیریم. این در حالی است که ما عادت داریم هنر را فارغ از انحصار منطق غیرقابل انعطاف تجربه کنیم و بیشتر به جنبه عاطفی و روانی آن تمرکز داریم. ماشینی بودن بخشی از فرایند خلق یک اثر دیجیتال باعث می‌شود که همیشه حضور هنرمند و هدف او از خلق اثر را کم رنگ‌تر تجربه کنیم.

با این حال، هنر دیجیتال خواهان زیادی دارد و طرفدارانش حاضرند برای دستیابی به آن مبالغ قابل توجهی پرداخت کنند. شبیه فعالیت‌هایی چون عکاسی یا فیلم‌سازی که از فناوری زاده شده‌اند و کم کم به یک جذابیت و شاخه از هنر بدل شده‌اند، آثار دیجیتالی‌تر نیز به تدریج طرفداران بیشتری می‌یابند و با نقدهای ملایم‌تری روبرو می‌گردند.

در مواجهه با هنر، انسان‌ها مخلوطی از خاطره نادیده و ناخودآگاهی از معنی و مفهوم را تجربه می‌کنند. برای انسان هنر برداشتی کاملاً متفاوت، اما جذاب، از زندگی و هر آنچه است که در پیرامون او جریان دارد. وقتی هنری را تجربه می‌کنیم، بیشتر از هر چیز دیگری دوست داریم غافلگیر شویم، متحیر گردیم و به تحسین خالق آن بپردازیم. به همین دلیل، هنر از هر نوعی که هست باید چکیده‌ای ناب از نوآوری در خود داشته باشد و نتوان به آسانی خلقش کرد، هرچند ظاهری بسیار ساده و گیرا دارد.

شاید به همین دلیل است که هنر دیجیتال آن جذابیتی که هنر کلاسیک به ما می‌دهد را در خود ندارد، یا حداقل بسیاری بر این باورند. برای مثال، وقتی با یک نقاشی کلاسیک از سال‌های ۱۰۰ یا ۲۰۰ سال پیش مواجه می‌شویم، تمام پارامترهای زیبایی، یکتایی و دشواری در ترسیم را از آن برداشت می‌کنیم. در مقابل، یک نقاشی دیجیتال هرچقدر هم که زیبا به نظر آید، باز هم مخاطب احساس می‌کند که طراحی آن با هزاران ابزار و نرم‌افزار دیجیتال تسهیل شده و هنرمند نقش تفکیک‌پذیری در خلق آن نداشته است.

وابستگی انسان به حافظه تاریخی‌اش و نقد مستمر او از جهان پیرامونش باعث می‌شوند که هنر دیجیتال غافلگیری و جذابیت لازم را برای او نداشته باشد. به الگوریتم هوش مصنوعی بیاندیشید که هزاران نقاشی منحصر به فرد و زیبا را در کسری از ثانیه تولید می‌کند، یا یک نقاشی که با نرم‌افزارهای فتوشاپ اثری بسیار پیچیده را خلق می‌کند؛ به نظر اکثر ما چیزی در

## فاصله اقتصادی هنر دیجیتال و هنر کلاسیک

با بنا بر آمار مرتبط به سایت Statista، ارزش نقل و انتقالات مرتبط با معاملات آثار هنر کلاسیک در سال ۲۰۲۳ نزدیک به ۶۲ میلیارد دلار بوده است که در مقایسه با بازار آثار دیجیتال (تقریباً ۵ میلیارد دلار) شکافی ۵۷ میلیارد دلاری دیده می‌شود. با وجود این، هنر دیجیتال هنوز در ابتدای شکوفایی خود است و مطمئناً در سال‌های آینده این شکاف به سرعت پر می‌شود.

شبیه اوایل قرن بیست و یکم که شرکت‌های حوزه فناوری و فین‌تک‌ها تازه ظهور کرده بودند و به تهدیدی برای بانک‌ها و شرکت‌ها در صنایع دیگر تبدیل شده بودند، هنر دیجیتال نیز به تدریج عرصه را بر هنر کلاسیک و بازار خرید و فروش آن تنگ می‌کند. بخصوص، با شکل‌گیری ابزارهای معاملاتی دیجیتال، بازارهای مبتنی بر ارزهای دیجیتال، توسعه NFTها و تعریف نمایشگاه‌های دیجیتال بیشتر، هنر دیجیتال از رشدهای ۱۰ تا ۱۵ درصد سالانه به رشدهای ۴۰ تا ۶۰ درصد خواهد رسید.

آثار دیجیتال به صورت ذاتی در دسترس‌ترین و ارتباط بسیار نزدیک‌تری بین خالقان آن‌ها و مخاطبان آثار وجود دارد. در دنیایی که ارتباطات مجازی حرف اول را در درآمدزایی می‌زنند، شبکه مخاطبان آنلاین و پرداختن به علایق آن‌ها باعث سرعت گرفتن هرچه بیشتر توسعه هنر دیجیتال خواهد شد. علاوه بر این، هنر دیجیتال در بازه‌های ۲۰ ساله راه هزار ساله را رفته، تصور کنید در ۵۰ سال آینده به چه جایگاهی خواهد رسید. انتظار می‌رود ابزارهایی چون NFT بر یکتاسازی آثار هنری دیجیتال و ارتقاء جایگاه و ماهیت هنری آن‌ها بیافزایند و فناوری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی فضای نامحدودی برای رشد هنر دیجیتال به وجود آورند.

بزرگترین پارامتر که اصلی‌ترین برگ برنده هنر دیجیتال است، نامحدود بودن آن در خلق هنر و ابزارهای مرتبط برای نوآوری در جنبه‌های هنری است. به نظر می‌رسد که انسان در شرف تجربه یک انتقال سریع و اجتناب‌ناپذیر در عرصه هنر باشد؛ تحولی که فراتر از تحول دیجیتال و بر جنبه‌های عاطفی انسان تأثیر می‌گذارد و شاید حتی تغییری بر واقعیت هنر، هدف آن و مقصدش باشد.

هنر سنتی اغلب، به دلیل تأثیری که از سنت‌های چند هزار ساله جوامع می‌گیرد، حسی از اهمیت تاریخی و میراث فرهنگی را منتقل می‌کند که هنر دیجیتال فارغ و ناتوان از ارائه آن است. در مقابل، هنر دیجیتال با یک مقاومت در برابر دیجیتالی‌سازی روبروست، مقاومتی که تلاش دارد تاریخ را از گزند تکنولوژی محافظت کند. با این حال، رفتارهای جمعی چیز دیگری می‌گویند، چنانکه پذیرش فناوری و انعطاف‌پذیری در مقابل آن بسیار سریع‌تر و همه‌جانبه‌تر از هر توسعه‌ای در تاریخ بشر اتفاق می‌افتند. در نهایت، اقتصاد دیجیتال به زیرساخت لازم برای توسعه هنر دیجیتال بدل می‌شود و آن را به جایگاهی هم‌رده، اگر نگوییم بالاتر، از هنر کلاسیک می‌رساند.





## سرمایه گذاری در هنر با هدف ارتقا اقتصاد محلی

هنر به عنوان ابزاری برای غنی سازی فرهنگی در نظر گرفته می شود، اما تأثیر و جایگاه آن ها فراتر از ارتقاء روحیه جمعی یا وسعت بخشیدن به ذهن افراد جامعه است. در واقع هنر نقش یک محرک مهم را در اقتصادهای محلی بازی می کند؛ از این طریق، حوزه فرهنگ و هنر می تواند تأثیر بیشتری نسبت به صنایع دیگری چون توریسم و حمل و نقل بر اقتصادهای محلی

داشته باشد، اما مدیران معمولاً تأثیرات اقتصادی هنر را دست کم می گیرند و بیشتر بر جنبه های زیباشناختی آن اصرار دارند. البته انزوای هنر از اکوسیستم اقتصادی بزرگتری است که همه صنایع را در بلوک های مختلف در خود جا داده است. تقریباً تمامی صنایع دیگر شبیه یک حلقه اقتصادی بهمم گره خورده اند، اما هنر ارتباط سیستماتیک زیادی با دیگران ندارد و تقریباً در

هیچ سمت از یک قرارداد صنعتی قرار نمی گیرد. مهم تر اینکه هنر چکیده «خلاقیت» و شاخص ترین جریان برای ارتقاء این توانایی در انسان است. در نتیجه، نه فقط اینکه هنر به کمک صنایع دیگر در تعریف اقتصادی پایدار نیاز دارد، دیگر صنایع نیز به قدرت خلق نوآوری هنر در جامعه و تزریق این حس به عملیات صنعتی نیاز دارند.

### هنر چگونه باعث تقویت اقتصادهای محلی می شود؟

فرهنگ و هنر شبیه نسیم ملایمی هستند که حس و حال بهاری را برای شکوفا شدن جنبه های رشد جامعه خلق می کنند. در بیان اقتصادی آن، هنر امنیتی نامرئی در اتمسفر جامعه ایجاد می کند که سرمایه گذار و مصرف کننده خارجی را به سمت اقتصادهای محلی جذب می کند.

### زیرساخت های هنری

مناطق از شهرها که با هنرهای عمومی (مانند دیوارنوشته، مجسمه و پارک ها) تزئین می شوند، مردم را به سمت خود جذب می کنند. مدیریت درست این مناطق و هدایت درست بازدیدکننده به بازارهای محلی خود استراتژی کارایی در بهبود وضعیت اقتصادی منطقه است.

هرچقدر تعداد زیرساخت های هنری بیشتر باشد، مسافران دلایل بیشتری برای ماندن در شهر دارند، که خود باعث افزایش پتانسیل و گردش مالی اقتصاد محلی می شود.

### امنیت عمومی

جوامعی که در خود سازمان ها، برنامه ها و حس و حال فرهنگی و هنری زیادی دارند، امنیت بیشتری را به ساکنان خود و بازدیدکنندگان القاء می کنند. هنر باعث نزدیکتر شدن عناصر جامعه به هم و پل زدن به روابط قوی تر بین اعضا می شود. برنامه های فرهنگی که در جوامع کوچک برگزار می شوند کمک زیادی به ارتباط گرفتن مخاطب با این مناطق و افزایش اطمینان به کسب و کارهای محلی می کنند.

برای مثال، برنامه های هنری که در زندان ها برگزار می شوند نقش شاخصی در کاهش جرم و جنایت در جوامع محلی و تعریف فعالیت های اقتصادی برای زندانیان ایفا می کنند. پروژه های جوان سازی جامعه که در قالب رنگ آمیزی و نقاشی بر روی دیوارها و مناطق غیرمسکونی انجام می شوند، حس امنیت را به مخاطب می بخشند و تأثیر زیادی بر جذب توریست های داخلی دارند.

### بودجه و مالیات

به ازای تعریف هر فعالیت هنری، از مالیات سازمان های مختلف بومی کاسته می شود. در نتیجه، مناطق بومی با افزایش فعالیت های فرهنگی و هنری در جامعه، مدیران امکان این را دارند که صرفه جویی های بیشتری در بودجه های دریافتی خود تعریف کنند.

## ایجاد فرصت‌های شغلی

صنعت هنر طیف گسترده‌ای از حرفه‌ها را دربر می‌گیرد، از هنرمندان و مجریان تا مدیران، بازاریابان و کارکنان فنی، هنر می‌تواند کانال پایداری در ایجاد فرصت‌های شغلی باشد. علاوه بر این، جشنواره‌ها و رویدادهای هنری فرصت‌های شغلی فصلی زیادی را به وجود می‌آورند. جالب اینکه ارزش بازار جهانی فرهنگ و هنر نزدیک به ۲,۲۵ تریلیون دلار است که بیشتر از صنعت مخابرات است.

## ایجاد فرصت‌های شغلی

هم‌زمان با افزایش امنیت و تعداد گردشگران در مناطق محلی، ارزش املاک در این مناطق نیز بالا می‌رود. بسیاری از شهرهای شمالی ایران نمونه‌هایی واضح از این فرایند ارزش‌آفرینی هنر برای املاک مناطق روستایی و شهرهای کوچک‌اند. در تحقیقی که در انگلیس انجام شده بود، مشخص گردید که وجود موزه‌ها و سالن‌های تئاتر باعث افزایش ۲۰ درصدی ارزش مسکن در محله‌های اطراف این مکان‌های فرهنگی و هنری شده بود.

## نوآوری و اقتصاد خلاق

یکی از اصلی‌ترین تأثیرات هنر بر یک جامعه، ایجاد حس خلاقیت بیشتر در اعضاء آن است. با افزایش جنبه‌های هنری و فرصت‌های بیشتر مردم برای مشارکت در فعالیت‌های هنری، حس نوآوری در تمام عملیات روزمره مردم ارتقاء می‌یابد. به ویژه، فعالیت‌های کارآفرینی در چنین فضایی پتانسیل بیشتری برای تعریف طرح‌های موفق و نوآورانه دارد. بنا بر تحقیق UNCTAD، امروز کالاهای و خدمات خلاقانه بازاری به ارزش ۱ تریلیون دلار را در اختیار دارند.

## رونق در صنعت گردشگری

هنر بهترین مکمل برای فعالیت‌های مرتبط به صنعت گردشگری است. گالری‌ها، موزه‌ها، فستیوال‌های فرهنگی و هنرهای نمایشی شبیه آهنرباهایی برای جذب توریست بیشتر به جوامع محلی عمل می‌کنند. در ادامه، این مسافران نیاز به غذا، اسکان، حمل‌ونقل، خرید و ... دارند و این یعنی رونق در اقتصادهای دیگر، رونقی که از هنر سرچشمه می‌گیرد. بنابر گزارش سازمان ملل، تقریباً ۴۰ درصد از توریسم جهانی مرتبط به گردشگری فرهنگی و هنری است. برای نمونه، فستیوال ادینبورگ اسکاتلند سالانه بیشتر از ۴ میلیون بازدیدکننده دارد و موزه‌های فرانسه جزء پربازدیدترین مناطق جهان‌اند.

## تبادل فرهنگی و ارتباطات جهانی

رویدادهای هنری و مبادلات فرهنگی می‌توانند ارتباطات جهانی ایجاد کنند، بازدیدکنندگانی از مناطق مختلف جهان جذب کنند و درک بین فرهنگ‌های مختلف را ارتقاء دهند. ارتباط بیشتر به معنی فرصت‌های سرمایه‌گذاری بیشتر و خلق فرصت‌های توسعه‌ای برای جوامع محلی است. برای نمونه، برنامه‌های فرهنگی حول مفهوم پایتخت فرهنگی یونسکو نقش مهمی در بهبود وضعیت این مناطق داشته است. تنها در سال ۲۰۰۸، لیورپول از این مسیر و افزایش جریان‌های گردشگری نزدیک به ۷۵۰ میلیون پوند بر اقتصاد خود افزوده بود.

## میزبانی جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی

مناطق محلی، هرچقدر هم که دور دست و ناشناخته باشند، سرشار از جذابیت‌های فرهنگی و هنرهای اختصاصی‌اند. تصمیم‌گیرندگان باید از یکتایی این پتانسیل‌های هنری برای جلب توجه مخاطبان استفاده کنند. بهترین شیوه برای آغاز این سیر حرکت گردشگران به مناطق کمتر شناخته‌شده، میزبانی این مناطق از جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی است. تبلیغ هدفمند و فصلی این رویدادها نقطه پرتابی برای پیشرفت اقتصاد محلی خواهد بود.

## تعریف پروژه‌های خلق آثار هنری عمومی

با تعریف پروژه‌های هنری که توسط افراد محلی انجام می‌شوند، بر غرور فرهنگی و هنری جامعه تأکید می‌شود و مشارکت بیشتری در این پروژه‌ها نمایان می‌گردد. از گرافیتی‌ها تا طراحی پارک‌های شهری، هر پروژه می‌تواند به یک اثر منحصر به آن منطقه بدل شود که امضاء فرهنگی آن جامعه را در خود دارد و مخاطب را به تبلیغ برای آن وا می‌دارد.

## مراکز فرهنگی هنری

این مراکز باید به هسته شروع فعالیت‌های هنری، برگزارکنندگان فستیوال‌ها و برنامه‌های هنری برای افراد محلی بدل شوند. چنین مراکزی در ادامه به پل‌هایی برای درآمدزایی افراد محلی از فعالیت‌های فرهنگی هنری تبدیل می‌گردند. در این مسیر، سازمان‌ها و بخصوص مدارس و دانشگاه‌ها امکان بالایی در کمک به توسعه فعالیت‌ها در این مراکز دارند.

## تعریف شتاب‌دهنده‌های هنری

اصلی‌ترین مشکل در حوزه فرهنگ و هنر، کمبود سرمایه لازم برای تعریف پروژه‌های هنری با قابلیت بالا در خلق گردش‌های مالی است. اکثر صنایع شتاب‌دهنده‌های اختصاصی دارند که در آن‌ها هم سرمایه‌گذار و هم کارشناسان تخصیص سرمایه دانش کافی درباره صنعت و اجزاء آن را دارند؛ با این حال، هنر سال‌هاست از عدم وجود چنین شتاب‌دهنده‌هایی رنج می‌برد.



## ایجاد بسترهای دیجیتال برای فروش هنر

یکی دیگر از مشکلاتی که هنرمند را از خلق آثار بیشتر وادار، ارتباط ضعیف او با جامعه مصرف‌کنندگان است. به ویژه، دیجیتالی‌شدن جوامع و صنایع باعث شده که مردم گرایش بیشتری به خریدهای آنلاین پیدا کنند. بنابراین، ایجاد پلتفرم‌های مطمئن و تبلیغات درست برای جافتادگان آن‌ها در جامعه، ایده‌های تحول‌گرا در صنعت هنر و موفقیت اقتصادی آن است. همچنین، ایجاد پلتفرم‌های خرده‌فروشی با قابلیت مشارکت در فروش (مانند آمازون، eBay یا دیجی کالا) می‌تواند تأثیر بالایی در تعریف کانال‌های ارتباط مستقیم هنرمند با خریدار داشته باشد.

## ادغام هنر و فناوری

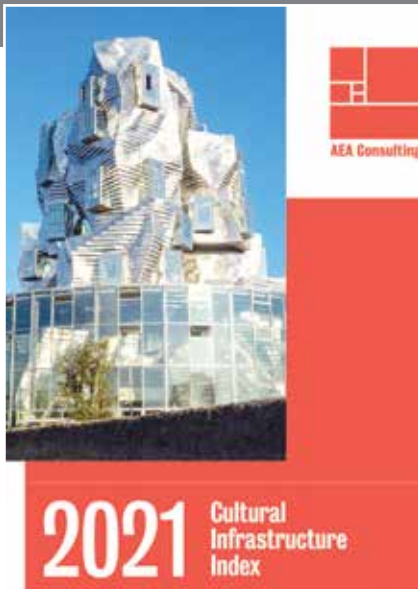
در سال‌های اخیر مشخص شده که فناوری می‌تواند قدرتمندترین اهرم برای تحول در هنر و بسترسازی برای درآمدزایی آن باشد. انواع آثار هنری دیجیتال مانند NFTها، بازی‌های کامپیوتری و ... پتانسیل بالای این ادغام را نشان داده‌اند؛ ترکیب هنر و فناوری می‌تواند به توسعه پایدار صنعت هنر کمک شایانی کند. برای نمونه، در ژاپن از نمایشگاه‌های مجازی برای نمایش بسیار نزدیک به واقعیت آثار هنری به مخاطبان آنلاین استفاده می‌شود. با بهره از افزونه‌های واقعیت مجازی و افزوده، آن‌ها شیوه جدیدی در ارائه هنر و مسیر خوبی برای جذب نسل جدید و فناوری دوست یافته‌اند.

با تقویت حس خلاقیت در اعضاء جامعه اولین گام در تعریف جنبه‌های اقتصادی جدید برای مناطق با قدرت اقتصادی پایین برداشته می‌شود. هر منطقه فرهنگ و پتانسیل هنری خاص خود را دارد و تأکید بر این تفاوت است که می‌تواند به سرمایه‌گذاری‌های پربازده در هنر و کمک به اقتصاد محلی منجر شود. به ویژه، انکوباتورها و شتاب‌دهنده‌هایی که بر روی بهره‌وری مالی از هنر تمرکز دارند همان نیاز دیرینه کشور برای اتصال حوزه فرهنگ و هنر به سایر صنایع و تعریف کانال‌های پایدار در درآمدزایی هستند.

بنابراین، ما نه تنها به قلاب‌هایی برای حلقه زدن هنر به صنایع دیگر نیاز داریم، بلکه باید شوق تازه‌ای در جامعه هنرمندان و استفاده از حس خلاقانه آن‌ها به وجود آوریم. مشخص است که جنبه اقتصادی فعالیت‌های هنری یکی از بارزترین مشوق‌ها برای ایجاد محرک‌های کسب‌وکاری در بین جامعه هنری است. مطمئناً، در ادامه این حس خلاقیت فوق‌العاده بالای جامعه هنری است که به کمک سایر صنایع می‌آید و پس از شکوفایی خود به شکوفایی آن‌ها جامه عمل می‌پوشاند.

**یکی از اصلی‌ترین تأثیرات هنر بر یک جامعه، ایجاد حس خلاقیت بیشتر در اعضاء آن است. با افزایش جنبه‌های هنری و فرصت‌های بیشتر مردم برای مشارکت در فعالیت‌های هنری، حس نوآوری در تمام عملیات روزمره مردم ارتقاء می‌یابد**

# نگرش نوین در سرمایه‌گذاری‌های فرهنگ و هنر



دوران کرونا، بازه‌ای ۱۸ ماهه با کاهش شدید در سرمایه‌گذاری دولتها در فعالیتهای فرهنگی و هنری همراه بود. پس از افول این همه‌گیری در سال ۲۰۲۲، سرمایه‌گذاری‌ها بر روی این حوزه افزایش یافت و مجموع هزینه‌های تعریف شده برای پروژه‌های تکمیل‌شده یا برنامه‌ریزی شده در سال ۲۰۲۲ به ارزشی معادل با ۱۵,۱ میلیارد دلار رسید. این عدد بر اساس گزارش سالانه شاخص زیرساخت فرهنگی از موسسه AEA Consulting است که در اواخر سال ۲۰۲۳ منتشر شده است.

## شاخص زیرساخت فرهنگی

در اواخر سال ۲۰۲۱ و پس از محدودیت‌های شدید متأثر از همه‌گیری کرونا، جهان شاهد رکوردهای جدید در سرمایه‌گذاری بر روی زیرساخت‌های فرهنگی بود. در سال ۲۰۲۲، در حالی که تعداد پروژه‌های فرهنگی تکمیل شده با کاهش ۱۲ درصد همراه بودند (نزدیک به ۱۸۵ پروژه جدید)، همچنان به طور قابل توجهی بیشتر از سال‌های قبل از ۲۰۲۱ بر روی موضوع فرهنگ سرمایه‌گذاری شده بود. مهم‌تر اینکه تعداد پروژه‌های معرفی شده در سال ۲۰۲۲ بیشتر از هر سال دیگری بود و نسبت به سال ۲۰۲۱، ۲۹ درصد افزایش داشت و به ۲۲۵ پروژه رسید.

در سال ۲۰۲۲ میزان سرمایه‌گذاری بر روی پروژه‌های فرهنگی و هنری به ۱۵,۱ میلیارد دلار رسید. با نگاهی به اعداد مرتبط با این شاخص از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۲، به طور میانگین سالانه ۱۱ درصد بر میزان سرمایه‌گذاری جهانی بر روی پروژه‌های فرهنگی و هنری افزوده شده است. در نتیجه، نه تنها توسعه پایدار زیرساخت‌های فرهنگی در نقاط مختلف جهان بهبود یافته، بلکه نشانه‌هایی از رسیدن به سطوح بالقوه خود در جلب سرمایه‌گذاری را بروز می‌دهد.

شاخص زیرساخت فرهنگی (CII) توسط موسسه AEA Consulting معرفی و سالانه نتایج آن برای تحلیلی کمی از وضعیت پروژه‌های فرهنگی و هنری منتشر می‌شوند. این شاخص به میزان سرمایه‌گذاری‌های قابل توجه در پروژه‌های مرتبط به حوزه فرهنگ می‌پردازد. شاخص زیرساخت فرهنگی در سال ۲۰۱۶ معرفی شد و تنها پروژه‌هایی را مدنظر قرار می‌دهد که حداقل بودجه اختصاصی برای آن‌ها از ۱۰ میلیون دلار بیشتر باشد و در بازه‌ای ۱ ساله معرفی یا انجام شده باشند. با ردیابی تعداد، نوع، مکان و بودجه اختصاصی به این پروژه‌ها، این شاخص دید جامعی از روند ایجاد زیرساخت‌های مرتبط با فرهنگ و هنر در نقاط مختلف جهان ارائه می‌کند.

در این شاخص از سرمایه‌گذاری بر روی ایجاد و توسعه زیرساخت‌های لازم برای مجموعه‌های مختلفی از قبیل موزه‌ها، گالری‌های هنری، مراکز ایجاد و نمایش هنرهای نمایشی، سالن‌های هنری چند منظوره و سایر مراکز فرهنگی در مناطق مختلف استفاده می‌شود. این شاخص انواع مختلف پروژه‌های زیرساختی مانند ساخت تأسیسات جدید، نوسازی، توسعه و پروژه‌های احیاء و استفاده مجدد را مدنظر قرار می‌دهد.

## ظهور تجارت و زیرساخت‌های دیجیتال

در سال‌های اخیر جنبه‌های فرهنگی و هنری با نفوذ فناوری به رگه‌های مختلف پروژه‌ها و آثار هنری همراه بوده‌اند. نمونه‌ای از سرمایه‌گذاری در بخش هنر دیجیتال پروژه‌های دیجیتال و تعاملی Meow Wolf در لس آنجلس است. یکی از این پروژه‌ها سوپرمارکت تعاملی نام دارد که ۴۰ میلیون دلار بر روی آن سرمایه‌گذاری شده‌است. پروژه دیگر از موسسه Fabrique des Lumieres در آمستردام است که نمایشگاهی دیجیتال با سرمایه‌گذاری ۱۳ میلیون دلاری است.

۳۰۰۰ مخاطب در هر ارائه را فراهم کرده‌است. نکته مهم این است که آثار دیجیتال دست بسیار بازتری در تعریف شیوه‌های جدیدتر در عرضه و نمایش هنر دارند و قابلیت‌های بیشتری نیز در جذب سرمایه در سال‌های آینده بروز می‌دهند. آن‌ها آثار هنری، فیلم، تئاتر، طراحی و فناوری را باهم ترکیب می‌کنند و فضاهایی انعطاف‌پذیر با ویژگی‌های جذاب‌تر از گالری‌ها و موزه‌های سنتی ایجاد می‌کنند. از طرفی، اقتصاد دیجیتال نیز در حال پس زدن

مورد بعدی پدیده ابوظبی است، یک مرکز ۱۷۰۰۰ متری مربعی که قرار است در سال ۲۰۲۴ افتتاح شود که در آن از انواع فناوری‌های دیجیتال مانند صفحات نمایش گول پیکر با واقعیت افزوده و مجازی استفاده شده‌است. در لندن پروژه Lightroom به تازگی افتتاح شده که یک فضای نمایشگاهی زیرزمینی با سیستم‌های پیشرفته صدا و پروژکتورهایی برای عرضه انواع هنرهای آوایی است. ABBA Arena پروژه دیگری است که قابلیت نمایش ۳۶۰ درجه آثار هنری کلاسیک برای





2018

Cultural Infrastructure Index



2019

Cultural Infrastructure Index



2020

Cultural Infrastructure Index

## خلاصه‌ای از سرمایه‌گذاری‌های ثبت شده در شاخص CII

کشورها بوده است. با این حال، در اکثر کشورها شاهد رشد بوده‌ایم. برای مثال، در هند سرمایه‌گذاری ثبت‌شده از ۵۱ میلیون دلار در سال ۲۰۲۱ به ۲۳۵ میلیون دلار در سال ۲۰۲۲ رسیده که رشدی چند برابری در بازه‌ای ۱ ساله است.

● همانند سال‌های گذشته، اکثر پروژه‌های مرتبط با زیرساخت‌های فرهنگی، سرمایه‌گذاری بر روی پروژه‌های غیرانتفاعی (Not-for-profit) بوده‌اند که ۴۴ درصد کل پروژه‌ها را تشکیل می‌دهند. موسساتی چون Walsh Bay Arts Precinct در سیدنی (۲۴۹ میلیون دلار) و Art Gallery of New South Wales Sydney Modern (۲۳۱ میلیون دلار) بخش قابل توجهی از این پروژه‌ها را سرمایه‌گذاری کرده‌اند. این طیف از پروژه‌ها تقریباً ۱۴,۳ میلیارد دلار از کل سرمایه‌گذاری را به خود اختصاص داده‌اند. در مقابل، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی تقریباً ۲ برابر شده و ۶ درصد از کل سرمایه‌گذاری‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

● به طور کلی، پروژه‌ها در ۵۴ کشور دنیا و ۳۰۰ شهر آن‌ها رخ داده‌اند؛ ۲۸ درصد این شهرها در بین ۷۵ پایتخت بزرگ جهان قرار دارند.

● از بین تمام پروژه‌ها، ۱۰۳ پروژه (در حدود ۵۶ درصد از کل) مرتبط با ساخت مجموعه‌های جدید، ۳۷ پروژه استفاده مجدد (۲۰ درصد از کل) و ۳۵ پروژه (در حدود ۱۹ درصد) مرتبط با بازسازی بوده است.

● از نظر مشارکت در طراحی و مهندسی ساخت، چندین شرکت و شیوه معماری به عنوان شاخص‌ترین‌ها معرفی شده‌اند. Kengo Kuma and Associates, Beyer Blinder Snohetta و Belle از جمله این شرکت‌ها هستند.

● از نظر ارزش پروژه‌ها، سه پروژه با بالاترین ارزش سرمایه‌گذاری در سال ۲۰۲۲ عبارتند از: مرکز هنرهای نمایشی دکتر فیلیپس در اورلاندو فلوریدا با ۶۱۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری، موزه ملی نروژ در اسلو با ۵۷۶ میلیون دلار و بازسازی سالن دیوید گفن مرکز لینکن در نیویورک با ۵۵۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری برای تحقق پروژه. همچنین، سه پروژه منتخب دیگر Powehouse Ultimo در سیدنی با ۲۳۵ میلیون دلار، موزه ملی باستان‌شناسی در آتن با ۲۲۹ میلیون دلار و تالار سمفونی وکسی در چین با ۳۲۶ میلیون دلار سرمایه‌گذاری بوده‌اند.

● در سال ۲۰۲۲، تعداد ۱۸۵ پروژه جدید و بزرگ زیربنایی تخصیص سرمایه در بخش فرهنگی تکمیل شده و مجموع ۷,۸ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری برای آن‌ها محقق شده‌است. اگرچه نسبت به سال ۲۰۲۱ آمار کمتری است، اما همچنان دومین رکورد ثبت‌شده از سال ۲۰۱۶ است. در بلندمدت، میانگین رشد سالانه در سرمایه‌گذاری‌ها ۱۱ درصد بوده است.

● در سال ۲۰۲۲، برنامه‌های جدید برای ۲۲۵ پروژه سرمایه‌گذاری در بخش فرهنگ معرفی شده‌اند که ۱۳ درصد نسبت به سال ۲۰۲۱ بیشتر بوده است و نشان از رشدی ۹ درصدی از سال ۲۰۱۶ دارد.

● برای هفتمین سال متوالی، موزه‌ها و گالری‌های هنری بیشترین میزان سرمایه‌گذاری بر روی زیرساخت را به خود جذب کرده‌اند که شامل ۲۰۷ پروژه اعلام‌شده و یا تکمیل‌شده است و ۵۱ درصد از کل پروژه‌ها را با ارزشی معادل ۷,۲ میلیارد دلار به خود اختصاص داده‌اند. در یک تغییر قابل توجه، مجموعه‌های چندمنظوره به عنوان انتخاب‌های محبوب‌تر از مراکز هنرهای نمایشی ظاهر شده‌اند و ۸۴ پروژه، ۲۱ درصد، از کل پروژه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. متوسط بودجه برای ایجاد یا بازسازی این سالن‌ها ۲۱ میلیون دلار بوده، در حالی که متوسط بودجه برای مراکز هنرهای نمایشی حدود ۴۲ میلیون دلار بوده است. ● از نظر جغرافیایی، آمریکای شمالی جایگاه اول خود را با بیشترین سهم در سرمایه‌گذاری بر روی پروژه‌های زیرساخت فرهنگی تکمیل شده در سال ۲۰۲۲ همچنان حفظ کرده است. در این منطقه، نزدیک به ۶۳ پروژه جدید تکمیل شده‌اند که ارزش سرمایه‌گذاری آن‌ها نزدیک به ۳۴ درصد از کل پروژه‌های جهانی بوده است. اروپا با ۴۹ پروژه و ۲۶ درصد از ارزش کل پروژه‌ها در جایگاه بعدی قرار دارد. در آسیای شرقی و میانه نزدیک به ۴۴ پروژه با ۲۴ درصد ارزش نسبت به کل پروژه‌ها تکمیل شده‌اند. در استرالیا و نیوزلند ۱۲ پروژه تکمیل شده‌اند. در خاورمیانه، آمریکای لاتین و آفریقا مجموعاً ۱۷ پروژه تکمیل شده‌اند که ۹ درصد از ارزش کل پروژه‌ها بوده‌اند. به جز آفریقا و آمریکای لاتین، در همه مناطق شاهد افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه فرهنگ و هنر بوده‌ایم.

● بخش قابل توجهی از سرمایه‌گذاری بر روی زیرساخت‌های فرهنگی در چند کشور محقق شده‌اند، کشورهایی چون استرالیا، چین، آمریکا و بریتانیا رشد شاخصی داشته‌اند و نزدیک به ۱۰ میلیارد دلار (۶۶ درصد) از کل سرمایه‌گذاری‌ها مرتبط به پروژه‌های این

فرهنگ و هنر پیدا کرده است و این نشان از جان گرفتن مفهوم صنعت فرهنگ و هنر و کاهش اتکای شدید آن به سیاست‌گذاری و بودجه‌بندی دولت‌ها دارد. هرچند ورود قدرتمند بخش خصوصی به حوزه هنر با چالش‌هایی نیز همراه است، اما جریان‌های اقتصادی و گردش سرمایه در بین جوامع انگار راهی به جز این اتفاق را پیش‌بینی نمی‌کنند و شاید آینده فرهنگ و هنر در دست بخش خصوصی و تبدیل شدن پروژه‌های فرهنگی به پروژه‌هایی با پتانسیل سودآوری بیشتر باشد.

خورده به فناوری به شدت در حال توسعه و فراگیر شدن هستند. همین امر باعث می‌شود که دولت‌ها و بخش خصوصی سرمایه‌گذاری بیشتری بر روی پروژه‌های مرتبط با این بخش داشته باشند و در آینده مطمئناً شاهد ثبت ارقام قابل توجه‌تری در تخصیص بودجه برای این دسته از آثار هنری و فعالیت‌های فرهنگی خواهیم بود.

مهم‌تر اینکه بخش خصوصی در چند سال اخیر جایگاه بهتری از نظر سرمایه‌گذاری بر روی پروژه‌های

اقتصاد کلاسیک است و بسیاری از جریان‌های نقل و انتقال ارزش از هم‌اکنون قالبی کاملاً دیجیتالی به خود گرفته‌اند. همین امر باعث شده که فرهنگ عمومی نیز تحولی همه‌جانبه را تجربه کند و مردم تمایل بیشتری به مشارکت در پروژه‌های فرهنگی و هنری با منشأ دیجیتال داشته باشند.

اگرچه پروژه‌ها در فرهنگ و هنر کلاسیک همچنان جایگاه اصلی در جذب سرمایه را به خود اختصاص می‌دهند، اما هنر دیجیتال و حتی آداب و سنت گره

# وقتی فرهنگ اقتصاد را دگرگون می کند

همان احتمال ضرر توأم با شانس یک پیروزی قابل لمس است. فرهنگ‌های مختلف برداشت‌های متفاوتی از ریسک دارند، حتی ریسک‌های مختلف را متمایز از هم درک می‌کنند. برای مثال، ریسک گاوپازی برای یک جامعه هیجان‌انگیز و جزء آداب آن است، برای دیگری ممکن است یک فعالیت غیرضروری و شاید حتی غیرمنطقی و کاملاً غلط باشد.

تنظیم سیستم‌های مالی برآمد تمام این اختلافات فرهنگی و قرض‌هایی است که یک جامعه از فرهنگ جامعه دیگر گرفته است. در واقع، خود فرهنگ نیز متأثر از نیاز تاریخی یک جامعه (که شامل نیازهای اقتصادی نیز می‌شود) و برداشت آن از راه‌حل برای عبور از این نیازهاست. بنابراین، همچنان که فرهنگ بر اقتصاد تأثیر شایانی می‌گذارد، فرم‌ها، مدل‌ها و نظریاتش را با چکیده‌هایی از فرهنگ مناطق مختلف تعریف می‌کند. در این مقاله هدف زیر ذره‌بین بردن تأثیر یک سوبه فرهنگ بر اقتصاد است، اما حالت برعکس نیز بینش‌ها و جذابیت‌های خاص خود را دارد.

حتی پس از جهانی شدن و تبدیل زمین به دهکده‌ای با مسیرهای اینترنتی کوتاه، فرهنگ ملی همچنان یک مولفه مهم در زندگی بشر است. برخی از تفاوت‌های فرهنگی مانند باور و پذیرش عدم قطعیت تأثیر چشم‌گیری بر سیستم‌های اقتصادی و دگرگونی آن‌ها در نقاط مختلف جهان دارند. علاوه بر این، اعتقادات مذهبی، که خود فرهنگ را شکل می‌دهند، رویکردهای اقتصادی و پذیرش نظریات مالی را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

شاید مشترک‌ترین عامل بین تمام جوامع بشری، عامل عدم قطعیت باشد که تمام تجربیات انسان به نوعی به آن گره خورده‌اند و بر همه جریان‌های زندگی ما تأثیر می‌گذارد. به‌طور مشابه، پیش‌بینی به عنوان ابزاری در برخورد با عدم قطعیت و برداشت مفهومی قابل اعمال از آن به یک فعالیت روزمره برای انسان بدل شده است. مولفه دیگری که هم به عدم قطعیت و هم به فرهنگ گره خورده است، مفهوم ریسک و نحوه مدیریت آن توسط انسان‌هاست. منظور از ریسک



## فرهنگ چه ارتباطی با اقتصاد و امور مالی دارد؟

جنبه‌های مختلف فرهنگی می‌توانند بر اقتصاد و فعالیت‌های مالی تأثیر بگذارند. هنجارهای فرهنگی و ارزش‌های پیرامون مفاهیم و باورهایی چون خانواده، فردگرایی، بدهی، پس‌انداز، حلال و حرام، سرمایه‌گذاری و... ارتباط نزدیکی با درک ما از اقتصاد جاری و نیاز به پذیرش یا تعریف مدل‌های اقتصادی دارند. برخی از فرهنگ‌ها به مسائل مالی به عنوان یک مسئولیت خصوصی و فردی نگاه می‌کنند و ممکن است برای ثروت فردی ارزش زیادی قائل باشند؛ برای آن‌ها پول معیار مهمی از موفقیت است و ارتباطات و شبکه‌سازی‌ها حول قدرت مالی هر شخص تعریف می‌شوند. در مقابل، ممکن است جامعه دیگری ثروت اندوزی جمعی در قالب خانواده، جوامع محلی یا ملی را یک اصل بدانند و آن را به سود شخصی ترجیح دهند.

مثال دیگر نگرش‌های فرهنگی در مورد حمایت مالی از فرزندان یا والدین سالخورده است که به طور کامل برنامه‌ریزی‌های مالی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. اقدامات فرهنگی مانند هدیه دادن، سفرهای مذهبی، عروسی‌ها و مراسم تدفین همه عناصری از فرهنگ جمعی هستند که بر نحوه خرج کردن یا پس‌انداز دارایی تأثیر می‌گذارند.

## فرهنگ چیست؟

فرهنگ جنبه‌های زیادی از زندگی را در بر می‌گیرد و سطوح طبقه‌بندی شده‌ای دارد. در ابتدایی‌ترین سطح خود، به باورها، ارزش‌ها، آداب، رسوم و رفتارهای مشترکی اشاره دارد که مشخصه یک گروه یا جامعه خاص هستند. این جامعه ممکن است متشکل از ۱۰ نفر باشد یا صدها و حتی میلیاردها انسان را شامل شود. عناصر فرهنگی از طریق زبان، جامعه‌پذیری، آموزش، هنر، موسیقی، ادبیات، مذهب و دیگر اشکال ممکن از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شوند.

فرهنگ نحوه نگرش ما به جهان و جایگاه ما در آن را شکل می‌دهد و نقشی غالب در تشخیص هویت و احساس تعلق ما دارد. بخصوص، فرهنگ شبیه پنجره‌ای بی‌انتهاست که منزل قابل تفکیکی را روشن می‌کند. آنان که درون خانه‌اند احساس تعلق و تملک آن را دارند و آنان که در آن سوی پنجره‌اند ناظران، مهمانان و تحریک کنندگان فرهنگی هستند که به آن خیره می‌شوند، با آن تعامل دارند و شاید بخواهند به جامعه آن بپیوندند.

در مواجهه با عدم قطعیت هر شخص واکنش متفاوتی از دیگری دارد و این تفاوت به ریشه‌های فرهنگی و جامعه‌ای برمی‌گردد که اشخاص در آن رشد کرده‌اند. نکته مهمی که وجود دارد، درصد قابل تشخیصی در اجتناب از عدم قطعیت در بین جوامع است. شاخص اجتناب از عدم قطعیت هافستد (Hofstede's Uncertainty Avoidance Index) نتیجه یک بررسی جامع درباره ارتباط عدم قطعیت موجود در فعالیت‌های جوامع و میزان جذابیت یا اجتناب از آن برای فرهنگ‌های مختلف است.

برای نمونه، کشور یونان عدد ۱۱۲ را در این شاخص گرفته که بالاترین عدد در بین تمام کشورهای بررسی شده است. در این بررسی مشخص شد که یونانی‌ها احساس خوبی نسبت به موقعیت‌های پرریسک و ناشناخته ندارند و ترجیح می‌دهند قوانین از پیش تعیین شده را دنبال کنند. شاید به همین دلیل است که این کشور دارای یک سیستم مالی مبتنی بر عملکرد بانک‌هاست؛ آن‌ها نحوه گردش سرمایه در جامعه، ارائه ابزارهای مدیریت ریسک، تخصیص سرمایه به فعالیت‌های صنعتی و ... را کنترل می‌کنند. نکته مهم‌تر این است که یونان بیشتر از هر کشور اروپایی دیگر با نابسامانی‌های اقتصادی دست

و پنجه نرم کرده و حتی برخی از بحران‌های اقتصادی اروپا و حتی جهان از این کشور آغاز شده‌اند. در واقع، وابستگی شدید اقتصاد این کشور و فرهنگ جمعی در پرهیز از عدم قطعیت و ریسک باعث شده که هر لغزش از جانب بانک‌ها سریعاً در رگه‌های مختلف اقتصادی انتشار یابد و بر تمام جنبه‌های مالی کشور تأثیر بگذارد.

در مقابل، شاخص اجتناب از عدم قطعیت برای کشور سنگاپور و فرهنگ غالب آن عدد ۸ را گزارش کرده است، که پایین‌ترین میزان در بین تمام کشورهای مورد مطالعه است. در نتیجه، سنگاپوری‌ها غالباً با ابهام و ریسک مشکل چندانی ندارند، حتی وقتی قوانین زیادی برای خط‌مشی‌گذاری بر فعالیت‌های جمعی وجود دارند. در نتیجه، بازارهای سهام این کشور فعال‌ترند، مردم سهم بیشتری در مشارکت اقتصادی و صنعتی دارند و نوآوری بیشتری در جنبه‌های پیشرفت کشور دیده می‌شود.

به عبارتی، فرهنگ‌هایی که از ریسک و عدم قطعیت استقبال می‌کنند، سیستم‌های اقتصادی با تکیه بیشتر بر بازارهای مختلف و مشارکت جمعی دارند. در مقابل، فرهنگ‌هایی چون یونان بیشتر بر تمرکزگرایی و سیستم بانکی متکی‌اند.

## اعتماد و روابط مالی

سیستم‌های اقتصادی هر چقدر هم که بزرگ و پیچیده باشند، در نهایت این نوع و میزان ارتباطات است که ماهیت آن‌ها را تعریف می‌کنند. همچنین، جنس و نحوه تشکیل این ارتباطات رابطه نزدیکی با فرهنگ اعتماد جمعی و قوانین نانوشته مرتبط با آن دارند. بخصوص، قراردادهای مالی، مانند قرارداد وام، با انتظارات آتی دو طرف از یکدیگر تعریف می‌شوند.

بنابراین، در تشکیل شبکه‌های مالی، قبل از هر استراتژی و زیرساخت دیگری، ما به اعتماد بین طرفین نیاز داریم. در غیاب نهادهای سیاسی - اجتماعی که اعتماد جمعی را تقویت می‌کنند (با محدود کردن مداخلات فرصت طلبانه)، اجتناب از عدم قطعیت به یک سیستم مالی با نرخ اعتماد پایین بین اعضاء ختم می‌شود.

به ویژه، اعتماد مردم به دولت بسیار مهم‌تر از اعتماد مردم به یکدیگر است. وقتی جامعه نتواند بر سیاست‌های مختلف و بخصوص اقتصادی مدیران اعتماد کند، واکنشی جز عدم اعتماد به سیستم‌های مالی و اعضاء جامعه نتیجه نمی‌شود. بخصوص، دولت‌ها باید سیستم‌های مالی مبتنی بر بازارها و مشارکت مردم را تقویت کنند و فرهنگ اعتماد را در این سیستم‌ها زنده نگاهدارند.

## فرهنگ، بازار و سازمان

ارزش‌ها و سنت‌های فرهنگی عادات خرج کردن مردم را شکل می‌دهند. به عنوان مثال، جوامعی که به صرفه‌جویی اهمیت می‌دهند ممکن است نرخ پس‌انداز بسیار بالاتری از دیگران داشته باشند؛ در مقابل، مصرف‌گرایان اقتصادی متکی بر مصرف را به وجود می‌آورند که خود به شکل‌گیری فروشگاه‌های بزرگ و هلدینگ‌های انگشت‌شمار قدرت می‌دهد.

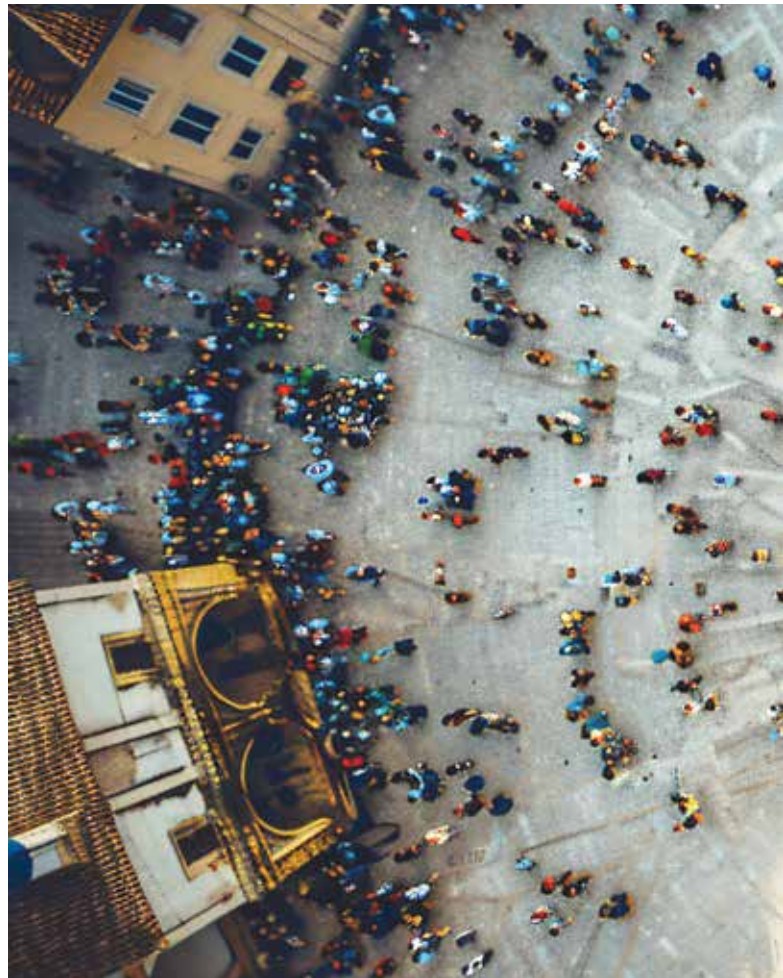
همچنین، ترجیحات فرهنگی و عرف جامعه در برخورد با محصولات و خدمات، تقاضا در بازار را تعریف می‌کنند. به عنوان مثال، جوامع سنتی کمتر از ترندهای بخش پوشاک تأثیر می‌پذیرند و خریدهای آن‌ها متأثر از رفتارهای بلندمدت و ریشه‌دار جمعی است. در مقابل، کمبود مواد خوراکی پایه برای آن‌ها شبیه یک بحران اجتماعی است و می‌تواند اقتصاد محلی حول این کالاها را به شدت دگرگون کند.

ارزش‌های فرهنگی شیوه‌های مدیریت و ساختارهای سازمانی را نیز شکل می‌دهند. به عنوان مثال، فرهنگ‌هایی که در آن‌ها سلسله مراتب اجتماعی تعریف شده و مردم به این سلسله مراتب احترام می‌گذارند، مدیریت از بالا به پایین را به انواع دیگر ترجیح می‌دهند.

در جوامعی چون فنلاند یا دانمارک، فمینیست بر مرد سالار بودن غالب می‌آید و فرهنگ سازمانی کشور را کاملاً متحول می‌سازد. همین تحول جنبه‌های جدیدی از اقتصاد متکی بر فرهنگ را جلوه می‌دهد. برای مثال، مرد دیگر نماد نان‌آوری نیست و استقلال مالی زن یک ترجیح جمعی است.

فرهنگ حتی بر بازار کار نیز تأثیر شایان می‌گذارد. فرهنگ‌هایی که مهاجرپذیرترند غالباً با نیروی کار وارداتی بیشتری همراه‌اند. در نتیجه، ذائقه‌های متنوع به جریان‌های صنعتی کشور وارد می‌شوند و اقتصاد آن را یک قدم جلوتر از اقتصادها با تأکید کمتر بر نیروی کار مهاجر پیش می‌برند. چنین فرهنگ‌هایی دیگر نیاز به صادر کردن سیستم‌های اجتماعی، باور و مذهب خود نیستند، آن‌ها از مهاجران به عنوان ترویج‌دهندگان فرهنگ خود بهره می‌برند.

فرهنگ هرگز منحصر به یک رشته باور، رفتار جمعی یا شبکه‌ای اجتماعی نیست؛ بلکه یک دایره بی‌انتهاست که بر هر آنچه که ماهیت انسان می‌تواند لمس کند تأثیر می‌گذارد و حتی آن را تعریف یا تغییر می‌دهد. اقتصاد نیز از این واقعیت مستثنا نیست و سیستم‌های آن از شاهراه‌های فرهنگی تأثیر می‌گیرند. فرهنگ‌های غالب اکثر اقتصادهای موفق تری دارند. بخصوص، اقتصادهای قدرتمند جهان فرهنگی همه‌گیرتر، آشنا تر، بین‌المللی پیدا کرده‌اند که شاید هیچ ارتباطی با ماهیت تاریخی آن‌ها و جذابیت فرهنگی‌شان نداشته باشد، بلکه تنها محصول یک رشد اقتصادی و جذب نگاه و نیاز فرهنگ‌های دیگر بوده است.



برخی از فرهنگ‌ها به مسائل مالی به عنوان یک مسئولیت خصوصی و فردی نگاه می‌کنند و ممکن است برای ثروت فردی ارزش زیادی قائل باشند؛ برای آن‌ها پول معیار مهمی از موفقیت است و ارتباطات و شبکه‌سازی‌ها حول قدرت مالی هر شخص تعریف می‌شوند. در مقابل، ممکن است جامعه دیگری ثروت اندوزی جمعی در قالب خانواده، جوامع محلی یا ملی را یک اصل بدانند و آن را به سود شخصی ترجیح دهند.



## تأمین مالی فرهنگ

## ضروری و پرپیچ و تاب

سرمایه‌گذاری عمومی و کارآفرینانه کرده‌اند و همه‌گیری کرونا این تحولات را بیشتر از پیش تقویت کرد؛ جایی که انسان نیاز به حضور آنلاین پر رنگ‌تر در زمان بروز بحران را احساس و از همانجا عادت‌های جدیدی در تجربه وقایع زندگی روزمره به وجود آمد.

اکنون ذائقه و مصرف فرهنگی جوامع تغییر کرده و بازیگران جدیدی به بازار تأمین این ذائقه‌های جدید وارد شده‌اند. با وجود این، تأمین مالی همچنان یک چالش همیشگی برای بسیاری از ابتکارات فرهنگی است، زیرا منابع سنتی مانند کمک‌های مالی دولت‌ها و کمک‌های بشردوستانه اغلب ناکافی یا ناسازگار هستند. بنابراین، بخش فرهنگ نیازمند تشخیص یا حتی کشف روش‌های نوین در تأمین مالی است که بتوانند حمایت پایداری را برای پروژه‌های فرهنگی نتیجه دهند.

قرن بیست و یکم با تغییرات زیاد در جنبه‌های مختلف زندگی بشر همراه بوده است. در بازه‌های ۲۵ ساله، فناوری دسترسی‌ها را از نو تعریف کرده، به ماهیت‌های مجازی واقعیتی مشابه با انواع قابل لمس داده و اینترنت به بستر اتصال انسان‌ها بدل شده است. فرهنگ و هنر نیز از این تغییرات مستثنا نبوده‌اند.

از ظهور هنر دیجیتال گرفته تا نمایشگاه‌های سه‌بعدی و مجازی از آثار کهن فرهنگی، در بازه کمی، فرهنگی هزاران ساله دچار دگرگونی بنیادی شده است. در این بین، تأمین مالی بخش فرهنگ نیز با تغییراتی همراه بوده است و مدل‌های کسب‌وکاری و شیوه‌های فناوری-محوری برای جذب سرمایه لازم برای حمایت از آن تعریف شده‌اند.

جهانی شدن، پیشرفت‌های فناوری و اجتماعی کمک شایانی به خلق سیستم‌های

### عضویت و حمایت

موسسات فرهنگی برای حمایت مستمر از پروژه‌های خود، بر عضویت بلندمدت افراد و برنامه‌های حمایتی مرتبط با آن تکیه می‌کنند. برای مثال، موزه‌های شاخصی چون لوور فرانسه عضویت‌های رایگان برای افراد جامعه تعریف می‌کنند و با ارائه برخی از دسترسی‌ها جامعه بزرگی از حامیان گرد خود جمع می‌کنند. در ادامه، این موسسات از شیوه‌های مختلفی مانند اهداء خودجوش با ارقام بسیار پایین، دریافت درصدهای بسیار کوچک از میراث‌اتحادیه‌ها پس از موافقت آن‌ها و ... به تأمین سرمایه می‌پردازند.

### درآمدهای سالانه

این شیوه از تأمین مالی نیز مدلی پایدار برای جذب سرمایه در حوزه فرهنگ تعریف می‌کند. از طریق فروش بلیط، کالاهای فرهنگی، خدمات تبلیغاتی و انواع دیگر، موسسات فرهنگی و اشخاص حقیقی فعال در این حوزه به درآمدزایی بلندمدت می‌رسند و دسترسی به سرمایه لازم برای استمرار در عرضه فرهنگی و تداوم رشد خود را تضمین می‌کنند.

برای نمونه، شکسپیر گلوب یک مجموعه فرهنگی در لندن است که با بازدید تقریبی ۱.۳ میلیون نفر در سال، درآمد لازم برای حفظ و توسعه برنامه‌های خود را تأمین می‌کند (درآمدی که منحصراً از طریق فروش بلیط ایجاد می‌شود). موسسات دیگر مانند موزه هنر متروپولیتین در نیویورک علاوه بر فروش بلیط، کالاهایی مانند لباس‌های مارک‌دار، کتاب و انواع سوغاتی‌ها را برای درآمدزایی بیشتر عرضه می‌کنند. به‌ویژه، این موسسات به قدرت برندینگ در پس ماهیت‌های فرهنگی و هنری پی برده‌اند و با تبلیغ جایگاه آن‌ها، کالاهایی را متکی بر این برندینگ تولید و به نوعی نوستالوژی و کاریمای بنا یا آثار هنری دیگر را به فروش می‌رسانند.

در این شیوه از تأمین مالی، نکته بارز استقلال است که موسسه یا شخص فعال در حوزه فرهنگ برای خود ایجاد می‌کند. مهم نیست که این بنیاد دولتی باشد یا خصوصی، اینکه از نظر مالی به استقلال برسد بزرگترین موفقیت در مسیر توسعه پایدار ماهیت و عملیات آن خواهد بود.

### شیوه‌های معمول در تأمین مالی حوزه فرهنگ

در قلمرو فرهنگ و هنر، سرمایه‌گذاری شبیه مایه حیات است، مولفه‌ای که تلاش‌های خلاقانه را حفظ و دسترسی به آن‌ها را برای عموم تضمین می‌کند.

این حمایت مالی می‌تواند از منابع مختلفی تأمین شود که هر کدام مجموعه‌ای خاص از اهداف، انتظارات و معیارهای خود را دنبال می‌کنند. درک معیارها، مدل‌ها و چشم‌انداز بودجه فرهنگی برای هر سازمان و شخصی که به دنبال تأمین منابع پروژه‌های هنری یا برنامه‌های فرهنگی است یک نیاز مستمر و حیاتی به حساب می‌آید.

### کمک‌های بلاعوض دولتی

این منبع غالباً به عنوان سنگ بنای بودجه فرهنگی در نظر گرفته می‌شود. کمک‌های بلاعوض دولتی بر اساس معیارهایی اعطا می‌شوند که معمولاً با اهداف سیاست عمومی همسو هستند.

سازمان‌های ملی یا منطقه‌ای بودجه‌هایی را برای پروژه‌های فرهنگی، معمولاً از طریق وزارتخانه‌ها یا نهادهای فعال فرهنگی، اختصاص می‌دهند.

### بنیادهای خصوصی

این نوع تأمین سرمایه نیز یک نوع جذب کمک بلاعوض، اما از شرکت‌های خصوصی یا اشخاص حقیقی، است. اکثر شرکت‌های بزرگ برای تثبیت جایگاه اجتماعی خود و برندینگ تجاری در بین جوامع کوچک و بزرگ، بودجه‌هایی را برای کمک به بخش فرهنگی تعریف می‌کنند.

علاوه بر این، این فعالیت‌ها تأثیر زیادی در نحوه تعیین مالیات برای سازمان‌ها دارند و شرکت‌ها حتماً در گزارشات مالی خود به میزان و نوع کمک خود به بنیادهای فرهنگی هنری اشاره می‌کنند.

#### در این شیوه از تأمین

مالی، نکته بارز

استقلال است که

موسسه یا شخص

فعال در حوزه فرهنگ

برای خود ایجاد می‌کند.

مهم نیست که این

بنیاد دولتی باشد یا

خصوصی، اینکه از نظر

مالی به استقلال برسد

بزرگترین موفقیت در

مسیر توسعه پایدار

ماهیت و عملیات آن

خواهد بود

## تأمین مالی جمعی، پررنگ‌ترین روش تأمین مالی فرهنگی

تأمین مالی جمعی انقلابی در تأمین مالی پروژه‌های فرهنگی ایجاد کرده، دسترسی به منابع را به شکلی منصفانه‌تر بازتعریف می‌کند و به خالقان آثار فرهنگی و هنری اجازه می‌دهد ارتباط نزدیک‌تری با مخاطبان خود برقرار کنند. پلتفرم‌هایی چون Kickstarter و Patreon به ابزارهای تأمین مالی حیاتی برای نقاشان، عکاسان، فیلم‌سازان، موسیقی‌دانان، فعالان حوزه تئاتر و دیگر سازندگان محصولات فرهنگی تبدیل شده‌اند.

به گفته مدیر Kickstarter، از زمان شروع فعالیت آن‌ها توانسته‌اند بیشتر از ۵ میلیارد دلار برای پروژه‌های خلاقانه جمع‌آوری کنند و به بیشتر از ۲۰۰ هزار پروژه خدمات مالی دهند. Patreon در گزارش سالانه خود اعلام کرده که درآمد فعالان حوزه فرهنگ از این پلتفرم سالانه بیشتر از ۱۰۰ میلیون دلار است.

با استفاده از شبکه‌های مختلف اجتماعی، خالقان آثار هنری ارتباط بسیار نزدیک‌تری با مخاطبان برقرار و برای پشتیبانی از پروژه‌های خود ذهنیت و سرمایه لازم را جذب می‌کنند. این شیوه از تأمین مالی برای پروژه‌های فرهنگی امیدوارکننده‌ترین شیوه در توسعه پایدار صنعت فرهنگ و هنر، سازگاری آن با تغییرات اجتماعی و ذائقه افراد، و حفظ حس خلاقیت و شور در سازندگان این آثار است.

## کارآفرینی فرهنگی

کارآفرینی فرهنگی رویکردی پویا و پایدار است که موسسات فرهنگی را تشویق می‌کند تا شیوه‌های کسب‌وکار به‌روز و با روحیه کارآفرینی را برای فعالیت‌های خود اتخاذ کنند. به ویژه، کارآفرینی فرهنگی به دنبال ایجاد روحیه توسعه فرهنگ و هنر در بین جوامع از طریق گره زدن ماهیت‌های آن به اشتغال و درآمدزایی است. به عنوان نمونه، موزه ون گوگ در هلند از مدل نوآورانه و کارآفرینانه‌ای برای تعریف کالا حول آثار هنری موزه استفاده کرد و از این طریق توانست از ۲,۱ میلیون بازدیدکننده خود بیشتر از ۷۰ میلیون یورو درآمدزایی کند (آمار مرتبط با سال ۲۰۲۰).

به دلیل ماهیت کارآفرینی و ساختار مشابه آن نسبت به فعالیت‌های اشتغال‌زاد صنایع دیگر، این مدل می‌تواند کمک شایانی به اتصال حوزه فرهنگ و هنر به صنایع دیگر کند. با افزایش حلقه‌های کسب‌وکاری، علاوه بر خلق ایده‌های درآمدزایی بیشتر، حوزه فرهنگ می‌تواند رسالت اجتماعی خود در توسعه روحیه هنر در بین جوامع را با قابلیت اشتغال‌زایی بالا ترکیب کند.

## اوراق قرضه فرهنگی

اوراق قرضه فرهنگی یک مکانیسم بسیار نوین و نوآورانه برای تأمین مالی حوزه فرهنگ هستند که سرمایه‌های قابل‌توجهی را از طریق انتشار اوراق بدهی مرتبط جمع‌آوری می‌کنند. این اوراق مختص کسانی هستند که علاوه بر درآمدزایی به دنبال حمایت از فرهنگ و هنر مورد علاقه خود نیز هستند. در واقع، اوراق قرضه هم جذابیت مالی و هم جذابیت معنوی را در خود دارند.

ویژگی شاخص این نوع اوراق امکان اتخاذ برنامه‌های استراتژیک کوتاه و بلند مدت با اتکا بر سرمایه‌هایی است که قرار است در آینده و از طریق فروش این اوراق جذب شوند. نمونه‌ای موفق از این شیوه تأمین مالی برای پروژه‌های فرهنگی، اوراق مرتبط با گسترش زیرساخت‌ها و فعالیت‌های Tate Modern لندن به عنوان یکی از پیشروترین موزه‌های هنر معاصر جهان است. با حذف اتکای خود به سازمان‌های دولتی و اشخاص، این موزه توانست استقلال لازم برای توسعه یکتا و مدنظر خود را به دست آورد، بدون اینکه نیاز به تطبیق با علایق شخصی افراد حقیقی یا قوانین ملی داشته باشد.

مهم‌تر اینکه، سازمان‌های فرهنگی زیادی در دنیا که به دنبال تحقیق اهداف توسعه پایدار خود هستند، بر روی این نوع نوآوری‌ها در تأمین مالی سرمایه‌گذاری کرده‌اند. هدف، ایجاد جریان‌های مالی جدید، ساختار سودآور دادن به برنامه‌های فرهنگی و استقلال بیشتر بخشیدن به بخش فرهنگ و هنر است.

## دیجیتالی سازی عملیات و شیوه‌های اشاعه هنر

عصر دیجیتال شیوه‌های درآمدزایی جدیدی برای تمام صنایع تعریف کرده است. در حوزه فرهنگ و هنر نیز فعالیت‌هایی انجام یا در حال تدوین هستند که می‌توانند برای همیشه شیوه‌های تأمین مالی برای پروژه‌های فرهنگی را متحول سازند.

خلق و انتشار محتوای آنلاین در صدر این مکانیسم‌های مبتنی بر فناوری و بخصوص دیجیتالی سازی عملیات قرار دارند. موسسات فرهنگی با ارائه تورهای مجازی، کارگاه‌های آنلاین، فروش دسترسی‌ها به آرشیوهای مجازی، فروش NFT‌های مرتبط با آثار هنری شاخص و انواع مشابه، مسیرهای دیجیتال‌محوری برای درآمدزایی یافته‌اند که شاید بتوانند استقلال ۱۰۰ درصدی را برای این حوزه به ارمان آورند.

برای نمونه، تنها در سال ۲۰۲۰ تعداد بازدیدهای مجازی از موزه لوور فرانسه به بیشتر از ۱۰ میلیون نفر رسید. این حضور آنلاین نه تنها روزنه‌ای جدید برای تأمین سرمایه موسسات فرهنگی، بلکه آغازی بر تعریف شیوه‌های نوین، مبتنی بر فناوری و پایدار برای این حوزه است.

## مدل‌های ترکیبی

مدل‌های ترکیبی به طور فزاینده‌ای توسط موسسات فرهنگی و برای ترکیب منابع مالی، افزایش پایداری در درآمدزایی و ثبات مالی اتخاذ می‌شوند. این رویکرد شبیه ایجاد یک پرتفوی برای آن‌هاست تا مسیرهای مختلفی برای جذب سرمایه داشته باشند و انعطاف‌پذیری لازم در زمان شکست یک استراتژی را به وجود آورند. در این مدل، بودجه‌های دولتی و برنامه‌های مرتبط با رسالت اجتماعی شرکت‌ها در کانون توجه قرار می‌گیرند و با ترکیب این منابع با مشارکت‌های مردمی، یک ساختار قابل اعتماد در تجمیع سرمایه خلق می‌شود.

با این حال موسسات فرهنگی ایران شاید کمترین بهره را از تحولات فناوری و تأثیر آن‌ها بر شیوه‌های درآمدزایی و تأمین سرمایه برده‌اند. تعداد موزه‌ها و گالری‌هایی که آثار فرهنگی را به صورت آنلاین و با تجهیزاتی چون واقعیت مجازی و واقعیت افزوده انتشار می‌دهند بسیار کم است. در ایران هنوز از قدرت NFT‌های هنری، عملیات مرتبط با دیجیتالی‌سازی آثار هنری کهن و... تأثیری گرفته نشده‌است. بنابراین، اولین گام برای تعریف روش‌های جدید تأمین مالی برای پروژه‌های فرهنگی ایران، بررسی جامع نمونه‌های موفق قبلی در نقاط مختلف جهان، بررسی امکان بومی سازی آن‌ها و برنامه‌ریزی برای اجرای زودهنگام آن‌هاست.



# نگاهی به ابعاد جدید تأمین مالی در دنیای هنر

بازار هنر، به‌عنوان یکی از حوزه‌های پیچیده و پویا در اقتصاد جهانی، همواره در معرض تغییرات و تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بوده است. این بازار که از جمله بازارهای غیرمادی و غیرملموس به‌شمار می‌رود، به‌طور مستقیم تحت تأثیر عواملی چون ذائقه عمومی، تحولات فرهنگی، بحران‌های اقتصادی، و حتی تحولات سیاسی قرار دارد. با این حال، یکی از چالش‌های اصلی در این بازار، تأمین مالی و دستیابی به منابع مالی برای هنرمندان و فعالان این عرصه است. در گذشته، تأمین مالی پروژه‌های هنری عمدتاً از طریق سرمایه‌گذاران خصوصی، گالری‌ها و نهادهای دولتی صورت می‌گرفت. اما در سال‌های اخیر، با توجه به تحولات اقتصادی و ظهور ابزارهای جدید مالی، مفهوم تأمین مالی خرد به‌عنوان یک گزینه نوین در این حوزه مطرح شده است.

تأمین مالی خرد، به‌طور کلی به معنای تأمین منابع مالی از طریق جمع‌آوری مبالغ کوچک از تعداد زیادی از افراد است. این مدل تأمین مالی، که معمولاً از طریق پلتفرم‌های آنلاین انجام می‌شود، به‌ویژه برای پروژه‌ها و فعالیت‌های کوچک، مانند تأمین مالی آثار هنری و پروژه‌های فرهنگی، بسیار مفید است. در این مقاله، به بررسی مفهوم بازار هنر، چالش‌ها و فرصت‌های آن، و همچنین بررسی نقش تأمین مالی خرد در توسعه و رشد این بازار پرداخته می‌شود.



مهسا حسینیان

تصویر ساز و پژوهشگر اقتصاد هنر

## چالش‌ها و فرصت‌های بازار هنر

بازار هنر، به‌عنوان یک بازار خاص، با چالش‌های زیادی روبه‌رو است. این چالش‌ها شامل مسائل مختلفی چون قیمت‌گذاری آثار، شفافیت در معاملات، دسترسی محدود هنرمندان به منابع مالی، و بحران‌های اقتصادی است. یکی از اصلی‌ترین مشکلات هنرمندان، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، کمبود منابع مالی برای تولید آثار جدید و انجام پروژه‌های هنری است. بسیاری از هنرمندان از توان مالی برای تأمین هزینه‌های تولید و بازاریابی آثار خود برخوردار نیستند و این مسئله می‌تواند به عدم تحقق پروژه‌های هنری منجر شود.

همچنین، یکی از مشکلات عمده در بازار هنر، نبود شفافیت در فرآیند خرید و فروش آثار است. در بسیاری از موارد، قیمت‌گذاری آثار هنری به‌طور غیرشفاف و با دخالت واسطه‌ها صورت می‌گیرد که می‌تواند منجر به نوسانات شدید قیمت و افزایش هزینه‌های معامله شود. این مسائل می‌تواند اعتماد خریداران و سرمایه‌گذاران را کاهش دهد و مانع از گسترش این بازار شود. با این حال، بازار هنر فرصت‌های زیادی نیز برای رشد و توسعه دارد. در سال‌های اخیر، گسترش تکنولوژی‌های دیجیتال و ظهور پلتفرم‌های آنلاین، تحولی عظیم در این بازار ایجاد کرده است. این پلتفرم‌ها، که به هنرمندان این امکان را می‌دهند تا آثار خود را به‌طور مستقیم به فروش برسانند، به‌طور چشمگیری بر کاهش هزینه‌های واسطه‌گری و افزایش دسترسی به بازارهای جهانی تأثیرگذار بوده‌اند. همچنین، ظهور بازار هنر دیجیتال و فناوری‌های بلاک‌چین نیز فرصتی جدید برای توسعه بازار هنر به‌ویژه در زمینه خرید و فروش آثار دیجیتال فراهم کرده است.

## نگاهی به اوضاع بازار هنر

بازار هنر به‌طور کلی به شبکه‌ای از هنرمندان، گالری‌ها، خریداران، فروشندگان، سرمایه‌گذاران و نهادهای دولتی و خصوصی اطلاق می‌شود که در آن آثار هنری خرید و فروش می‌شود.

این بازار، برخلاف بازارهای مالی و سرمایه‌ای، به‌طور مستقیم با زیبایی‌شناسی، خلاقیت و ارزش‌های فرهنگی ارتباط دارد و به همین دلیل، قیمت‌گذاری در آن معمولاً تحت تأثیر عوامل ذهنی و غیرمادی قرار می‌گیرد. یکی از ویژگی‌های بارز بازار هنر، نقدشوندگی پایین و دوره‌های طولانی فروش آثار است. برخلاف دیگر کالاها، آثار هنری معمولاً در طول زمان ارزش پیدا می‌کنند و خریداران برای خرید آن‌ها نیازمند اطلاعات و شناخت عمیق‌تری از هنرمند و زمینه‌های فرهنگی و تاریخی اثر هستند.

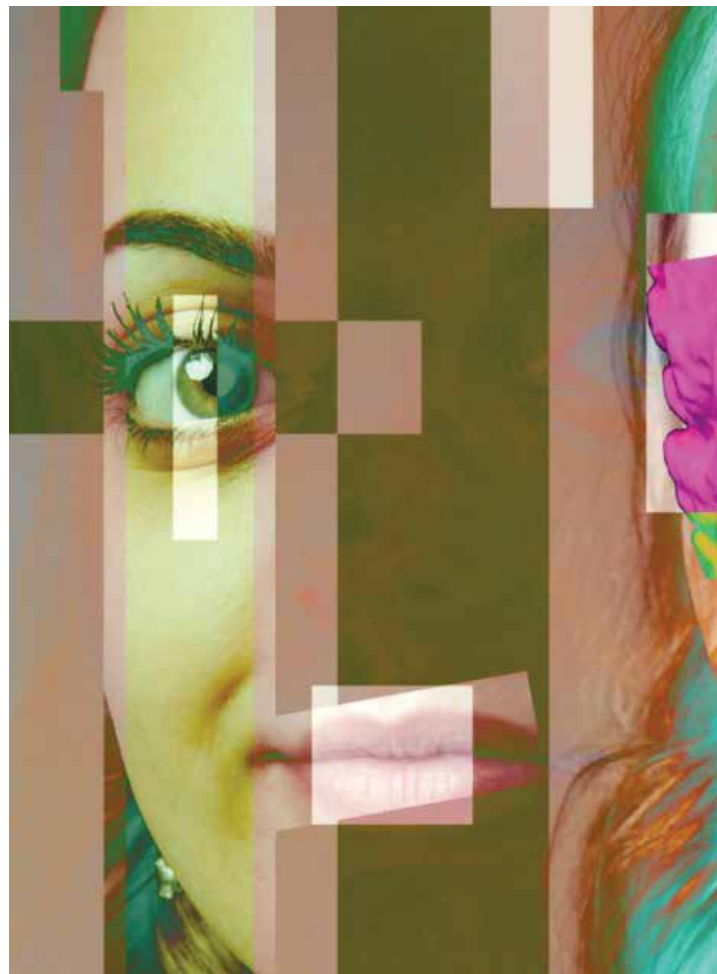


در بسیاری از موارد، پروژه‌های هنری با حمایت‌های جمعی از تأمین مالی کامل می‌شوند و این امر باعث می‌شود که هنرمندان بتوانند بر روی تولید آثار خود متمرکز شوند بدون آنکه نگرانی از بابت منابع مالی داشته باشند. همچنین، تأمین مالی خرد می‌تواند به هنرمندان این امکان را دهد که پروژه‌های خود را به مخاطبان گسترده‌تری معرفی کنند و از این طریق، بازاریابی و ارتقاء آثار خود را بهبود بخشند.

تأمین مالی جمعی یا Crowdfunding یکی از مفاهیم نوینی است که در سال‌های اخیر برای تأمین منابع مالی پروژه‌ها و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به‌ویژه در صنایع خلاق و هنری به کار رفته است. این مدل تأمین مالی، به‌ویژه در پروژه‌های هنری، می‌تواند به هنرمندان کمک کند تا از منابع مالی جمعی برای تولید آثار هنری استفاده کنند و هزینه‌های خود را تأمین کنند. در این مدل، هنرمندان از طریق پلتفرم‌های آنلاین مانند Kickstarter، Indiegogo، یا پلتفرم‌های محلی، از افراد علاقه‌مند به هنر دعوت می‌کنند تا به تأمین مالی پروژه‌های هنری آن‌ها کمک کنند.

این نوع تأمین مالی به هنرمندان این امکان را می‌دهد تا به جای وابستگی به سرمایه‌گذاران بزرگ یا مؤسسات مالی، از حمایت مستقیم علاقه‌مندان به هنر بهره‌مند شوند. در بسیاری از موارد، پروژه‌های هنری با حمایت‌های جمعی از تأمین مالی کامل می‌شوند و این امر باعث می‌شود که هنرمندان بتوانند بر روی تولید آثار خود متمرکز شوند بدون آنکه نگرانی از بابت منابع مالی داشته باشند. همچنین، تأمین مالی خرد می‌تواند به هنرمندان این امکان را دهد که پروژه‌های خود را به مخاطبان گسترده‌تری معرفی کنند و از این طریق، بازاریابی و ارتقاء آثار خود را بهبود بخشند.

یکی از ویژگی‌های برجسته تأمین مالی خرد در بازار هنر، مشارکت فعال جامعه هنری و طرفداران هنر است. افراد معمولاً در پلتفرم‌های تأمین مالی خرد، نه تنها برای دریافت پاداش‌های مالی، بلکه به دلیل علاقه به هنر و حمایت از هنرمندان، در پروژه‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند. این نوع سرمایه‌گذاری معمولاً با پاداش‌هایی همچون نسخه‌های محدود از آثار هنری، امضای آثار یا حتی دعوت به نمایشگاه‌ها همراه است. در کنار این مزایا، تأمین مالی خرد در بازار هنر به هنرمندان این فرصت را می‌دهد که به جای فروش آثار خود به گالری‌ها یا دلالان، ارتباط مستقیمی با مخاطبان خود برقرار کنند. این امر می‌تواند به ایجاد روابط مستدام و تعاملی میان هنرمندان و طرفدارانشان منجر شود و به توسعه برند هنری آن‌ها کمک کند. در واقع، تأمین مالی خرد می‌تواند به هنرمندان این امکان را دهد که پروژه‌های هنری خود را با دیدگاه‌های مشترک و بازخوردهای مستمر از طرف طرفداران بهبود بخشند و به‌طور مستقیم با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنند.



در سال‌های اخیر، تأمین مالی خرد در هنرهای تجسمی نیز به شکلی چشم‌گیر مورد توجه قرار گرفته است. برخی از هنرمندان و گالری‌ها با استفاده از پلتفرم‌های تأمین مالی خرد، پروژه‌های خود را با موفقیت به اجرا درآورده‌اند. این روند در سطح جهانی در حال گسترش است و به هنرمندان کمک می‌کند تا با هزینه‌های پایین‌تر و بهره‌گیری از قدرت جمعی، پروژه‌های هنری خود را اجرا کنند.

یکی از نمونه‌های موفق تأمین مالی خرد در هنرهای تجسمی، پروژه‌های هنری اجرا شده در پلتفرم Kickstarter است. هنرمندان مختلف در این پلتفرم، پروژه‌های خود را معرفی کرده و از حمایت مالی مخاطبان خود بهره‌مند شده‌اند. برای مثال، پروژه «Art for Africa» که توسط هنرمندان مختلف برای جمع‌آوری کمک‌های مالی جهت تأمین بودجه برای پروژه‌های هنری در کشورهای آفریقایی صورت گرفت، موفق شد در مدت زمان کوتاهی بیش از ۵۰ هزار دلار از حمایت‌کنندگان دریافت کند. این پروژه نمونه‌ای از تأمین مالی خرد در هنرهای تجسمی است که توانست توجه مخاطبان را به خود جلب کرده و به‌طور مستقیم بر اساس علاقه و حمایت عمومی، منابع مالی خود را تأمین کند.

پروژه «Humans of New York» که در ابتدا به‌عنوان یک پروژه عکاسی توسط Brandon Stanton آغاز شد، توانست از طریق تأمین مالی خرد در پلتفرم‌های مختلف، به یک پروژه جهانی تبدیل شود. این پروژه که به ثبت لحظات زندگی افراد مختلف در نیویورک پرداخته بود، توانست با استفاده از جمع‌آوری کمک‌های مالی از سوی مخاطبان، پروژه‌های مشابهی را در دیگر نقاط جهان نیز راه‌اندازی کند. این پروژه، علاوه بر تأمین مالی، موجب شکل‌گیری یک جامعه از حامیان هنر و داستان‌گویی در سطح جهانی شد.

با ظهور هنر دیجیتال و فناوری‌های بلاک‌چین، تأمین مالی خرد در بازار هنر به سطح جدیدی از توسعه رسیده است. یکی از پروژه‌های موفق در این زمینه، پروژه «CryptoPunks» است که در آن هنرمندان آثار دیجیتال خود را به‌صورت توکن‌های غیرقابل تعویض (NFT) به فروش رسانده‌اند. این پروژه با استفاده از فناوری بلاک‌چین توانست جمع‌آوری کمک‌های مالی و تأمین منابع برای پروژه‌های هنری را به شکل نوآورانه‌ای اجرا کند.

در ایران نیز با توجه به شرایط خاص اقتصادی و بازار هنر، پتانسیل‌های بسیاری برای استفاده از تأمین مالی خرد در صنعت هنر وجود دارد. یکی از راهکارهای مهم این است که هنرمندان ایرانی از پلتفرم‌های بین‌المللی تأمین مالی خرد استفاده کنند تا بتوانند به منابع مالی جهانی دست یابند. همچنین، با توجه به علاقه‌مندی روزافزون مردم ایران به هنر و فرهنگ، ایجاد پلتفرم‌های محلی برای جمع‌آوری کمک‌های مالی به‌ویژه در پروژه‌های هنری می‌تواند به توسعه بیشتر این صنعت کمک کند. این پلتفرم‌ها می‌توانند به‌طور ویژه بر روی نمایش آثار هنری دیجیتال و فروش آثار هنری به‌صورت NFT متمرکز شوند، که در حال حاضر در دنیا روندی رو به رشد دارد.

از طرف دیگر، ارتقای آگاهی عمومی نسبت به اهمیت حمایت از هنرمندان و تشویق مردم به مشارکت در پروژه‌های هنری از طریق تأمین مالی خرد می‌تواند نقش مهمی در توسعه فرهنگ حمایت از هنر در جامعه ایرانی داشته باشد.

بازار هنر، با توجه به ویژگی‌های خاص خود، به‌طور مستمر در حال تغییر و تحول است. در این میان، تأمین مالی خرد می‌تواند یک راه‌حل نوین و کارآمد برای حل مشکلات مالی هنرمندان و پروژه‌های هنری باشد. با استفاده از پلتفرم‌های آنلاین و جذب حمایت عمومی، هنرمندان قادر خواهند بود تا پروژه‌های خود را به مرحله اجرا درآورده و از مخاطبان خود حمایت مالی دریافت کنند. نمونه‌های موفق جهانی در این زمینه نشان می‌دهند که تأمین مالی خرد می‌تواند به‌طور چشم‌گیر بازار هنر را توسعه دهد و به هنرمندان فرصت‌های جدیدی برای رشد و شناخته‌شدن ارائه دهد.

در نهایت، با توجه به شرایط ویژه بازار هنر در ایران و رشد روزافزون علاقه‌مندی مردم به هنر، تأمین مالی خرد می‌تواند ابزاری مؤثر برای ارتقای کیفیت و کمیت پروژه‌های هنری در کشور باشد.



# آیا بازار هنر می‌تواند با بازار سرمایه همراه شود؟



بهناز جلالی

نقاش و مدرس دانشگاه هنر  
پژوهشگر اقتصاد هنر

بازار هنر، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه مانند ایران، همیشه با چالش‌هایی از قبیل شفافیت کم، نبود زیرساخت‌های مالی مناسب، و مشکلات ناشی از عدم استانداردسازی مواجه بوده است. با این حال، پیوند بازار هنر با بازار سرمایه، به‌ویژه از طریق فروش آثار هنری در بورس کالا، می‌تواند به‌عنوان یک فرصت جدید برای رشد و توسعه این بازار تلقی شود. در این مقاله، تلاش خواهیم کرد تا بررسی کنیم که آیا امکان پیوند میان بازار هنر و بازار سرمایه در ایران وجود دارد یا خیر، و چگونه می‌توان آثار هنری را در بورس کالا فروخت. همچنین، به بررسی نمونه‌های جهانی و تحلیل دقیق‌تری از بازار هنر ایران و سیستم‌های سرمایه‌گذاری موجود در کشور خواهیم پرداخت.

## ویژگی‌های بازار هنر و بازار سرمایه

بازار هنر به‌طور کلی به‌عنوان یک بازار پیچیده شناخته می‌شود که ویژگی‌های خاص خود را دارد. ارزش‌گذاری در بازار هنر معمولاً بر اساس فاکتورهایی چون اصالت اثر، شهرت هنرمند، سلیقه خریداران، و تاریخچه فرهنگی اثر انجام می‌شود. این ویژگی‌ها باعث می‌شود که بازار هنر به‌راحتی با دیگر بازارها قابل مقایسه نباشد و نتوان آن را به‌طور دقیق پیش‌بینی یا تحلیل کرد. برخلاف بازارهای دیگر که قیمت‌گذاری بر اساس اصول اقتصادی و تقاضا و عرضه انجام می‌شود، در بازار هنر، عوامل ذهنی و احساسی نیز در قیمت‌گذاری نقش دارند.

در این بازار، آثار هنری نه‌تنها به‌عنوان کالاهایی مصرفی، بلکه به‌عنوان سرمایه‌های فرهنگی و حتی دارایی‌های سرمایه‌گذاری در نظر گرفته می‌شوند. قیمت‌گذاری در این بازار اغلب به‌شکل غیرشفاف و با توجه به قدرت برند هنرمند یا دنیای هنر صورت می‌گیرد. به همین دلیل، ایجاد یک سیستم شفاف و استاندارد برای خرید و فروش آثار هنری به‌ویژه در بازارهای نوظهور مانند ایران، چالشی بزرگ است.

بازار سرمایه، برخلاف بازار هنر، بر اساس اصول مشخص و شفافیت بالایی در زمینه قیمت‌گذاری و تبادل دارایی‌ها عمل می‌کند. در بازار سرمایه، ابزارهای مختلفی برای تأمین مالی شامل سهام، اوراق قرضه، و مشتقات وجود دارد. این بازارها معمولاً شفاف و نقدشونده هستند و از ویژگی‌هایی چون شفافیت، کارایی، و نقدشوندگی برخوردارند. قیمت‌گذاری در بازار سرمایه به‌طور کلی بر اساس عرضه و تقاضا، اطلاعات موجود، و اصول اقتصادی انجام می‌شود.

با این تفاوت‌ها، پیوند دادن بازار هنر با بازار سرمایه نیازمند سازوکارهایی است که به آثار هنری یک ارزش‌گذاری اقتصادی معین بدهد، به‌طوری که شفافیت و نقدشوندگی به‌طور هم‌زمان در این دو بازار به وجود آید.



## تحلیل تاثیر بازار هنر بر اقتصاد کلان ایران

پیوند بازار هنر با بازار سرمایه می‌تواند تأثیرات قابل توجهی بر اقتصاد کلان کشور داشته باشد. با توسعه این بازار، امکان ایجاد ارزش افزوده بیشتر برای صنایع وابسته به هنر مانند گردشگری، صنعت فیلم، طراحی، و رسانه فراهم می‌شود. همچنین، پیوند این دو بازار می‌تواند نقش مهمی در ایجاد اشتغال و جذب سرمایه‌های خارجی ایفا کند.

تحلیل اقتصادی: پیوند بازار هنر با بازار سرمایه می‌تواند به افزایش نقدینگی در بازار هنر و تبدیل این دارایی‌ها به ابزارهایی قابل معامله در بورس کمک کند. به این ترتیب، هنرمندان و سرمایه‌گذاران می‌توانند از افزایش حجم تجارت و رشد قیمت‌ها بهره‌مند شوند. همچنین، می‌تواند به ارتقای کیفیت آثار هنری و استانداردسازی این آثار کمک کند.

## تحلیل تاثیر بازار هنر بر اقتصاد کلان ایران

پیوند بازار هنر با بازار سرمایه می‌تواند تأثیرات قابل توجهی بر اقتصاد کلان کشور داشته باشد. با توسعه این بازار، امکان ایجاد ارزش افزوده بیشتر برای صنایع وابسته به هنر مانند گردشگری، صنعت فیلم، طراحی، و رسانه فراهم می‌شود. همچنین، پیوند این دو بازار می‌تواند نقش مهمی در ایجاد اشتغال و جذب سرمایه‌های خارجی ایفا کند.

تحلیل اقتصادی: پیوند بازار هنر با بازار سرمایه می‌تواند به افزایش نقدینگی در بازار هنر و تبدیل این دارایی‌ها به ابزارهایی قابل معامله در بورس کمک کند. به این ترتیب، هنرمندان و سرمایه‌گذاران می‌توانند از افزایش حجم تجارت و رشد قیمت‌ها بهره‌مند شوند. همچنین، می‌تواند به ارتقای کیفیت آثار هنری و استانداردسازی این آثار کمک کند.

## چالش‌ها و فرصت‌های پیوند بازار هنر و بازار سرمایه در ایران

یکی از اصلی‌ترین چالش‌ها برای پیوند بازار هنر با بازار سرمایه، عدم شفافیت در قیمت‌گذاری آثار هنری است. برخلاف دیگر دارایی‌ها، ارزش‌گذاری آثار هنری به‌طور دقیق و شفاف ممکن نیست. این مسئله باعث می‌شود که خریداران و سرمایه‌گذاران نتوانند به‌راحتی ارزیابی کنند که آیا سرمایه‌گذاری در یک اثر هنری منطقی است یا خیر. در ایران، که بازار هنر به‌شدت تحت تأثیر شرایط اقتصادی و فرهنگی خاص خود است، این چالش‌ها پیچیده‌تر می‌شوند.

قوانین مالی و مالیاتی در ایران به‌طور مشخص برای بازار هنر و سرمایه‌گذاری در این بخش طراحی نشده‌اند. بازار سرمایه در ایران عمدتاً بر اساس اوراق بهادار و کالاهایی چون نفت و فلزات پایه فعالیت می‌کند و برای فروش آثار هنری به‌ویژه در بورس کالا، قوانین و زیرساخت‌های مناسبی وجود ندارد. این مسئله می‌تواند باعث شود که روند ادغام این دو بازار در ایران با مشکل مواجه شود. در ایران، سرمایه‌گذاری در هنر به‌طور عمده به‌عنوان یک فعالیت لوکس یا سفارشی در نظر گرفته می‌شود و عموم مردم هنوز آگاهی چندانی از مزایای آن ندارند. در حالی که در کشورهای دیگر، سرمایه‌گذاری در هنر می‌تواند به‌عنوان یک سبد سرمایه‌گذاری متنوع و کم‌ریسک در نظر گرفته شود، در ایران، این فرهنگ هنوز به‌طور گسترده شکل نگرفته است.

پیوند بازار هنر با بازار سرمایه می‌تواند تأثیرات قابل توجهی بر اقتصاد کلان کشور داشته باشد. با توسعه این بازار، امکان ایجاد ارزش افزوده بیشتر برای صنایع وابسته به هنر مانند گردشگری، صنعت فیلم، طراحی، و رسانه فراهم می‌شود. همچنین، پیوند این دو بازار می‌تواند نقش مهمی در ایجاد اشتغال و جذب سرمایه‌های خارجی ایفا کند.



یکی از مهم‌ترین فرصت‌ها برای پیوند بازار هنر با بازار سرمایه، استفاده از فناوری‌های جدید مانند بلاک‌چین و توکن‌های غیرقابل تعویض (NFTs) است. این تکنولوژی‌ها می‌توانند شفافیت بیشتری به بازار هنر بدهند و به سرمایه‌گذاران این امکان را بدهند که مالکیت آثار هنری را ثبت و منتقل کنند. با این کار، هنرمندان می‌توانند آثار خود را به صورت دیجیتال به فروش رسانند و از حقوق خود بهره‌مند شوند. یکی از فرصت‌هایی که می‌تواند به پیوند بازار هنر و بازار سرمایه کمک کند، مشارکت بانک‌ها و مؤسسات مالی در خرید و فروش آثار هنری است. این مؤسسات می‌توانند با استفاده از مدل‌های جدید، سبدهای سرمایه‌گذاری ویژه‌ای برای آثار هنری ایجاد کنند که هم برای سرمایه‌گذاران جذاب و هم برای هنرمندان مفید باشد. با این کار، بازار هنر در ایران می‌تواند به‌طور رسمی و قانونی وارد بازار سرمایه شود. آموزش و فرهنگ‌سازی می‌تواند به جذب سرمایه‌گذاران جدید در بازار هنر کمک کند. ایجاد برنامه‌های آموزشی و ترویجی برای آگاه‌سازی افراد از مزایای سرمایه‌گذاری در هنر، می‌تواند بازار هنر را برای سرمایه‌گذاران بالقوه جذاب کند.

### پیوند بازار هنر با بازار سرمایه در ایران

در ایران، بازار هنر به دلیل محدودیت‌های مختلفی که در آن وجود دارد، مانند نبود پلتفرم‌های دیجیتال مناسب، عدم شفافیت در قیمت‌گذاری، و قوانین مالیاتی پیچیده، هنوز نتوانسته است به‌طور کامل با بازار سرمایه پیوند برقرار کند. اما با توجه به شرایط موجود، چندین اقدام می‌تواند این پیوند را ممکن کند. ایجاد پلتفرم‌های دیجیتال؛ ایجاد پلتفرم‌های آنلاین برای خرید و فروش آثار هنری یکی از گام‌های ضروری برای پیوند این دو بازار است. در ایران، پلتفرم‌های مشابه Saatchi Art می‌توانند به هنرمندان این امکان را بدهند که آثار خود را به صورت دیجیتال عرضه کنند.

**اصلاح قوانین و مقررات مالی:** برای پیوند مؤثر بازار هنر با بازار سرمایه، لازم است که قوانین و مقررات مالی در ایران به‌ویژه در زمینه مالیات، حقوق مالکیت، و قیمت‌گذاری آثار هنری اصلاح شوند. دولت و مقامات اقتصادی باید تدابیری اتخاذ کنند که فروش آثار هنری در بورس کالا و دیگر بازارهای سرمایه به راحتی و به صورت قانونی انجام پذیرد. **آموزش و فرهنگ‌سازی در زمینه سرمایه‌گذاری در هنر:** فرهنگ‌سازی در میان مردم و سرمایه‌گذاران درباره مزایای سرمایه‌گذاری در آثار هنری و همچنین آموزش هنرمندان درباره چگونگی بهره‌برداری از این بازار جدید، می‌تواند باعث رشد این بازار در ایران شود.

### نقش تأسیس بازار بورس برای آثار هنری در جذب سرمایه‌گذاران خارجی

یکی از اثرات مثبت ایجاد بورس برای آثار هنری، جذب سرمایه‌گذاران خارجی است. ایران به‌عنوان یک کشور با میراث فرهنگی غنی، می‌تواند این فرصت را برای سرمایه‌گذاران جهانی فراهم کند که آثار هنری ایرانی را خریداری کرده و در بورس‌های جهانی به صورت توکن‌سازی و با سرمایه‌گذاری جمعی خرید و فروش کنند. این امر نه تنها برای هنرمندان ایرانی سودآور است، بلکه می‌تواند منجر به برندسازی آثار هنری ایرانی در سطح جهانی شود. به‌ویژه با استفاده از فناوری‌های نوین، مانند بلاک‌چین، می‌توان به راحتی مالکیت آثار هنری ایرانی را در سطح بین‌المللی انتقال داد و از آن به‌عنوان یک دارایی دیجیتال معتبر استفاده کرد.

### تجارب جهانی در پیوند بازار هنر و بازار سرمایه

بررسی نمونه‌های جهانی علاوه بر آموزش بازار هنر به فعالان این صنعت در ایران، می‌تواند ایده‌هایی برای توسعه مدل‌های بومی به وجود آورد. مدل‌هایی مانند Art Basel که آثار هنری در قالب Art Funds خرید و فروش می‌شوند، می‌توانند به‌عنوان یک الگو برای ایران در نظر گرفته شوند. بسیاری از سرمایه‌گذاران از این نوع صندوق‌های سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند که آثار هنری را به‌عنوان دارایی‌های سرمایه‌ای در نظر می‌گیرند. یکی از معروف‌ترین صندوق‌ها Art Fund است که در آمریکا و اروپا فعالیت می‌کند. این صندوق‌ها به صورت جمعی آثار هنری را خریداری کرده و با گذشت زمان از افزایش قیمت آن‌ها بهره‌برداری می‌کنند. پلتفرم‌های آنلاین مثل Saatchi Art و Artnet به‌طور فزاینده‌ای در حال تبدیل شدن به بازارهای اصلی خرید و فروش آثار هنری در سطح جهانی هستند. این پلتفرم‌ها می‌توانند برای ایجاد یک بازار رقابتی و شفاف در ایران نیز مفید باشند. در سطح جهانی، چندین پروژه و پلتفرم وجود دارند که برای پیوند بازار هنر با بازار سرمایه آغاز به کار کرده‌اند. این پروژه‌ها نشان‌دهنده پتانسیل‌های گسترده در پیوند این دو بازار و به‌ویژه استفاده از تکنولوژی‌های نوین برای حل مشکلات موجود هستند. این پلتفرم‌های آنلاین هنری، با استفاده از اینترنت و فضای دیجیتال، فرصت‌های جدیدی برای خرید و فروش آثار هنری فراهم کرده‌اند. Art Exchange به‌ویژه از تکنولوژی بلاک‌چین برای شفافیت و ثبت اصالت آثار هنری استفاده می‌کند. این مدل‌ها می‌توانند در ایران نیز به‌عنوان مدل‌های مشابه مورد استفاده قرار گیرند.

پلتفرم‌های حراجی مانند Paddle و Artory به سرمایه‌گذاران این امکان را می‌دهند که به راحتی آثار هنری را خریداری کنند و از رشد قیمت آن‌ها بهره‌برداری نمایند. این پلتفرم‌ها همچنین از فناوری‌های دیجیتال برای تأسیس و تبادل آثار هنری استفاده می‌کنند که باعث افزایش نقدشوندگی این آثار شده است. یکی از مهم‌ترین تحولات در بازار هنر دیجیتال، استفاده از توکن‌های غیرقابل تعویض (NFTs) است. این توکن‌ها به‌عنوان یک روش جدید برای خرید و فروش آثار هنری دیجیتال ایجاد شده‌اند و به هنرمندان این امکان را می‌دهند که آثار خود را به صورت غیرمادی و دیجیتال به فروش رسانند و از آن‌ها سود ببرند.

### چالش‌های فرهنگی و اجتماعی پیوند بازار هنر و بازار سرمایه

در ایران، پیوند بازار هنر با بازار سرمایه ممکن است با چالش‌های فرهنگی و اجتماعی نیز مواجه شود. هنرمندان ممکن است نگرانی‌هایی در مورد «تجاری شدن» هنر داشته باشند و این نگرانی‌ها ممکن است مانعی در برابر پذیرش چنین تغییراتی در بازار باشد. بنابراین، لازم است که فرهنگ‌سازی و بحث‌های عمومی در این زمینه انجام گیرد.

### بررسی نحوه توکن‌سازی آثار هنری (NFT) و عرضه آن‌ها در بازار سرمایه

یکی از مهم‌ترین ابتکاراتی که می‌تواند در بازار هنر ایران تأثیرگذار باشد، استفاده از توکن‌های غیرقابل تعویض (NFT) است. به کمک این فناوری، هنرمندان می‌توانند آثار دیجیتال خود را به‌عنوان دارایی‌های دیجیتال قابل فروش معرفی کنند. این رویکرد می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای پیوند بازار هنر با بازار سرمایه فراهم کند.

### مزایای توکن‌سازی آثار هنری

توکن‌ها این امکان را فراهم می‌کنند که مالکیت آثار هنری به‌طور کامل شفاف و دیجیتال ثبت شود. این امر می‌تواند باعث شود که آثار هنری به یک دارایی قابل تبادل در بورس‌های کالا تبدیل شوند.

یکی از مشکلات اصلی در بازار هنر، هزینه‌های مربوط به نگهداری و حمل‌ونقل آثار هنری است. با استفاده از توکن‌ها، هنرمندان می‌توانند آثار خود را به صورت دیجیتال ارائه کنند و از ریسک‌های مالکیت فیزیکی اجتناب کنند.

پیوند بازار هنر با بازار سرمایه می‌تواند فرصت‌های قابل توجهی برای هنرمندان و سرمایه‌گذاران در ایران ایجاد کند. با استفاده از تکنولوژی‌های نوین، مانند توکن‌سازی و بلاک‌چین، و همچنین با اصلاح قوانین مالی و ایجاد پلتفرم‌های آنلاین مناسب، ایران می‌تواند یک بازار هنری شفاف و رقابتی ایجاد کند که در آن آثار هنری به‌عنوان دارایی‌های سرمایه‌ای در نظر گرفته شوند. این پیوند نه تنها به هنرمندان این امکان را می‌دهد که آثار خود سود ببرند، بلکه برای سرمایه‌گذاران نیز فرصت‌های جدیدی برای ایجاد سبد سرمایه‌گذاری متنوع فراهم می‌آورد. با این حال، موفقیت این پیوند نیازمند فرهنگ‌سازی، آموزش و اصلاحات قانونی است تا در نهایت بازار هنر ایران بتواند با بازار سرمایه همگام شود و به یک بازار جهانی تبدیل گردد.

### راهکارهای مقابله با چالش‌های فرهنگ

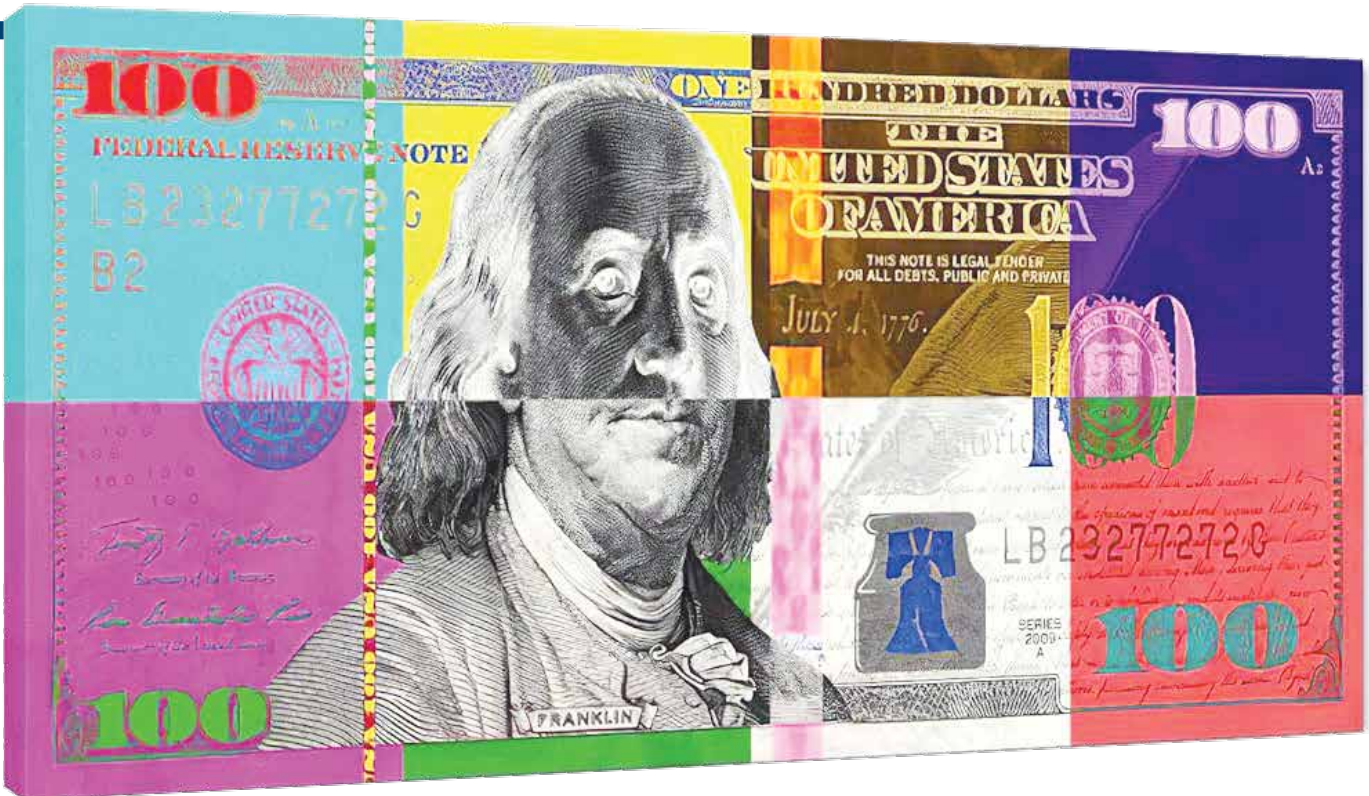
آگاهی‌دهی عمومی: سرمایه‌گذاران و هنرمندان باید به این نکته پی ببرند که پیوند هنر با سرمایه‌گذاری و بازار سرمایه نه تنها موجب کاهش اصالت هنر نخواهد شد، بلکه به هنرمندان این امکان را خواهد داد که آثارشان به شکلی پایدارتر و گسترده‌تر مورد تقدیر قرار گیرد.

**تقویت مؤسسات فرهنگی و هنری:** این مؤسسات می‌توانند نقش مهمی در آموزش هنرمندان و علاقه‌مندان به فرهنگ سرمایه‌گذاری در هنر ایفا کنند. همچنین، این مؤسسات می‌توانند به‌عنوان رابط بین هنرمندان و بازار سرمایه عمل کنند.

**نقش بانک‌ها و مؤسسات مالی در ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری هنر:** با توجه به قوانین مالیاتی و قانون‌گذاری در ایران، یکی از راهکارهای مؤثر برای پیوند بازار هنر با بازار سرمایه، تأسیس صندوق‌های سرمایه‌گذاری مخصوص آثار هنری است. بانک‌ها و مؤسسات مالی می‌توانند با کمک به تشکیل چنین صندوق‌هایی، سرمایه‌گذاران را به سمت بازار هنر جذب کنند و از این طریق فرصت‌های جدید برای تأمین مالی هنر و حمایت از هنرمندان ایجاد کنند.

**پیشنهاد برای بانک‌ها و مؤسسات مالی:** بانک‌ها می‌توانند با ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری هنر، ضمن جذب سرمایه‌های جدید، نقش خود را در تأمین مالی هنر و فرهنگ ایفا کنند. این صندوق‌ها می‌توانند سرمایه‌گذاران را در آثار هنری معروف و نادر سرمایه‌گذاری کنند و در عین حال نقدشوندگی این آثار را نیز افزایش دهند.

# چالش های تامین مالی هنر، از سقوط تا صعود



اقتصاد هنر شبکه‌ای از جریان‌های مالی است که حول موضوعات و فعالیت‌های هنری شکل گرفته و مشوق‌های مالی فعالیت فرهنگی - هنری را تعریف می‌کند. این جنبه از هنر، نقش مهمی در شکل دادن به چشم‌اندازهای فرهنگی و حتی اقتصادی کشور دارد. اقتصاد هنر علاوه بر چهارچوب‌سازی صنعتی برای آن، پویایی لازم برای خلق یک هویت فرهنگی و انسجام جامعه را فراهم می‌کند. درک تأثیر متقابل هنر و اقتصاد برای شناخت پیامدهای همه‌گیر و مرتبط با هنر ضروری است. چنانکه اقتصاد هنری نه فقط باعث ترمیم نارسایی‌های فرهنگی در جامعه می‌شود، بلکه محرک قدرتمندی در رشد اقتصادی، ایجاد شغل و توسعه صنایع دیگری چون گردشگری نیز هست.

اما هیچ اقتصادی در هیچ صنعتی بدون تأمین مالی نه‌تنها از تقاضا نمی‌یابد، بلکه ساختار پایداری برای آن شکل نمی‌گیرد و فرهنگ شکل گرفته حول هنر بعد از مدتی با انواع وارداتی جایگزین می‌شود. برای درک اهمیت سرمایه‌گذاری در هنر کافی است به صدها هنر اصیل ایرانی بنگریم که دیگر ردی از آن‌ها در بافت جامعه نیست، نسل‌های جدید هیچ آشنایی و علاقه‌ای به آن‌ها ندارند و با انواع شبه-هنر و غیربومی جایگزین شده‌اند.

## جنبه‌های هنری که اقتصاد هنر را تشکیل می‌دهند

اقتصاد هنر شبیه دریایی است که از بخش‌های هنری زیرمجموعه این صنعت آب می‌گیرد. هر کدام از این رودها نوعی از طراوت و زندگی را به آن می‌دهند و همیشه در تقابل برای سرریز کردن و جایگزینی دیگری هستند. در ادامه به برخی از این شاخه‌های هنری اشاره می‌کنیم.

## هنرهای تجسمی

- **هنرهای زیبا:** این نوع شامل نقاشی، مجسمه‌سازی و عکاسی است. اغلب محصولات این بخش در گالری‌ها و موزه‌ها نگهداری می‌شوند. جالب است بدانید که مجموعه‌داران بزرگترین تراکنش‌های مالی را در جهان هنر ایجاد می‌کنند. برای نمونه، رکورد گران‌ترین معامله در این بخش ۴۵۰ میلیارد دلار و متعلق به نقاشی *Salvator Mundi* از داونچی است.
- **هنر دیجیتال:** به هر اثر هنری که با بهره مستقیم و همه‌جانبه از تکنولوژی خلق شده باشد یک هنر دیجیتال می‌گویند. به عنوان مثال، NFTها جزء اخیرترین جبهه‌های درآمدی در هنر دیجیتال هستند که ارزش بازاری معادل با ۷۳ میلیارد دلار دارند.
- **هنر همگانی:** این بخش شامل تمام آثار هنری است که وقف عام هستند، در فضاهای عمومی مانند مساجد، کلیساها و موزه‌ها به چشم می‌خورند یا معماری‌های برجسته‌ای از دوران باستان‌اند. این آثار غالبه قابل معامله نیستند و بیشتر از نظر اشتغال‌زایی برای بحث اقتصاد هنر مهم‌اند.

## اقتصاد هنر چیست؟

اصطلاح «اقتصاد هنر» به طیف وسیعی از فعالیت‌ها، از جمله ایجاد، توزیع و مصرف محصولات فرهنگی و هنری اشاره می‌کند که مولد جریان‌ها و مشوق‌های مالی برای هنر و هنرمند هستند. بنابر گزارش یونسکو، صنایع فرهنگی و هنری سالانه ۲،۲۵ تا ۲،۴۵ تریلیون دلار گردش مالی ایجاد می‌کنند و مولد نزدیک به ۳۰ میلیون شغل در جوامع مختلف هستند. اگرچه این صنعت برای سال‌هاست در تملک آمریکایی‌هاست، اما در سال‌های اخیر کشورهای آسیایی کشش خوبی برای برداشت سهم بیشتری از آن داشته‌اند. جالب است که در سیاست‌های ۵۰ ساله چین این صنعت به عنوان یک شاهراه درآمدی شناخته شده و تأمین مالی زیادی از جانب دولت و نهادهای مالی روی آن انجام گرفته است؛ چنانکه از سال ۲۰۰۶ به بعد چین گردش مالی خود در حوزه هنر را به بالاتر از تمام کشورهای اروپایی رسانده است. در کشورهای دیگری چون کره جنوبی، تایوان و سنگاپور نیز وضعیت مشابهی در حال شکل‌گیری است و تأمین مالی برای صنعت هنر بازتعریف و تقویت شده است.

بنا بر گزارش سال  
۲۰۲۲ سازمان ملل،  
بیشتر از ۳/۱ درصد  
GDP جهانی مرتبط  
با صنعت هنر است

● **تئاتر:** تولید و اجرای نمایشنامه‌ها، در هر قالب و ژانری، جزء این خانواده‌اند. تئاتر از نظر مالی هرگز عملکردی قابل مقایسه با هنرهای نمایشی دیگر مانند سینما ندارد و بیشتر شبیه یک تئوری مینا برای هنرهای نمایشی دیگر است.

● **رقص‌های بومی:** رقص‌ها فقط هنر نیستند، بلکه چکیده‌ای از تاریخچه و فرهنگ منطقه‌ای نیز به شمار می‌آیند. فستیوال‌های مختلف در جهان جزء اصلی‌ترین فعالیت‌ها در جذب توریست و ایجاد گردش مالی‌اند.

● **موسیقی:** موسیقی با هنرهای دیگری مانند رقص و شعر آمیخته می‌شود تا گردش مالی ۲۸ میلیارد دلاری در جهان به وجود آورد.

● **کتاب و شعر:** مفهومی‌ترین و قدرتمندترین ابزار در انتقال مفهوم غنی، هنر نوشتن و بخصوص کتاب‌های رمان است.

با این حال، کتاب در حال فاصله گرفتن از مفهوم کاغذی خود و جایگزین شدن با انواع دیجیتال و در قالب‌های مختلف مانند صوتی است.

موزه‌ها، مکان‌های تاریخی و گالری‌ها: این بخش شامل موسسات و نهادهای دولتی و خصوصی است که آثار هنری و تاریخی در تملک خود را به نمایش عمومی می‌گذارند. شاید مهم‌ترین بخشی که دولت باید روی تأمین مالی آن سرمایه‌گذاری کند همین بخش است، چراکه هیچ جذابیتی برای سرمایه‌گذار خصوصی ندارد؛ شاید چون هیچ درپچه ورود و مشوقی برای آن‌ها تعریف نشده است. کشورهایی چون مصر، یونان و ایتالیا تمام سنگینی بار اقتصاد هنر خود را بر دوش این بخش نهاده‌اند و با تأمین مالی، خصوصی و دولتی، هدفمند، سالانه میلیاردها دلار از صنعت گردشگری وارد جریان اقتصادی کشور خود می‌کنند.

دیگر بخش‌های هنری شامل انواع طراحی‌های گرافیک، مدل، ساختمان و حتی محصولات تجاری هستند. فیلم و تلویزیون و حتی تبلیغات نیز صنعت بزرگی به حساب می‌آیند و گردش مالی آن‌ها از ۱۰۰ میلیارد دلار در سال نیز فراتر می‌رود.

بنابر گزارش سال ۲۰۲۲ سازمان ملل، بیشتر از ۳،۱ درصد GDP جهانی مرتبط با صنعت هنر است. اما این تمام ماجرا و محرکی برای توجه به وضعیت تأمین مالی هنر نیست. رونق در اقتصاد هنر به منزله افزایش ایجاد فرصت‌های بیشتر برای جامعه در تولید و انتشار خلاقیت است. وقتی خلاقیت یک جامعه افزایش می‌یابد محرکی برای سایر صنایع می‌شود، چراکه نوآوری خود یک جنبه هنری از هر صنعت و بالاترین نیاز در ارتقاء و توسعه کسب‌وکارهاست. زمانی که جامعه نتواند در بخش‌های مختلف فعالیت‌های خود ایده‌های جدید خلق کند و خلاقیت ایستا و انحصاری باشد، تولید دیگر رقابتی نخواهد بود. شاید به دلیل همین واقعیت حذف انواع و جنبه‌های مختلف هنر است که در برخی کشورها صنایع نمی‌توانند به بهره‌وری و حضور بین‌المللی ممکن برسند، حتی وقتی از نظر منابع هیچ مشکلی نیست و حتی در رده‌های اول از جنبه تأمین منابع هستند.

موارد زیر بخشی از نتایج حاصل از تأمین مالی برای هنر و ایجاد یک اقتصاد پویا در هنر هستند:

#### اشتغال‌زایی

● بر اساس گزارش CISAC میزان اشتغال‌زایی مستقیم صنعت هنر بیشتر از ۳۰ میلیون نفر است. برای مثال، در آمریکا ۱ درصد از جمعیت کشور به صورت مستقیم و تمام وقت به فعالیتی در صنعت هنر مشغول‌اند.

● این تنها شامل فعالیت‌هایی است که شخص به صورت مستقیم با خلق هنر در ارتباط است. در بخش‌های دیگری چون نگهداری از آثار هنری، نمایشگاه‌ها، فستیوال‌ها و ... میلیون‌ها نفر دیگر وابسته به اقتصاد هنر هستند. برای نمونه، در سال ۲۰۲۰ بیشتر از ۱۰ میلیون نفر از موزه لوور فرانسه دیدن کرده‌اند (قیمت هر بلیت آن ۲۲ یورو است). علاوه بر این در اقتصاد حول هنر دیجیتال سالانه بیشتر از ۱۲ میلیارد

دلار گردش مالی تعریف می‌شود.

#### رشد اقتصادی

● چنانکه اشاره شد ۳،۱ درصد از GDP جهانی متعلق به اقتصاد هنر است و کشوری مانند آمریکا با تأمین مالی هدفمند این صنعت، این میزان را تا ۴،۳ درصد نیز افزایش داده است.

● رشد اقتصادی حاصل از فعالیت‌های هنری می‌تواند بهترین فعالیت در حفظ بافت‌های فرهنگی در جوامع کوچک و بزرگ باشد. برای مثال، هر ساله فستیوال Edinburgh گردش مالی ۳۲۰ میلیون پوندی برای این منطقه از اسکاتلند ایجاد می‌کند.

● صنعت هنر بهترین محل برای خلق شغل‌های فریلنسری و شغل‌های دوم و سوم برای اشخاصی است که تأمین مالی مناسبی از شغل اصلی ندارند. در اروپا بیشتر از ۶۰ درصد کارکنان بخش فرهنگ به خودکفایی رسیده‌اند، میانگین جهانی کمتر از ۱۵ درصد است.

#### توسعه فرهنگی

● ایجاد برندی ملی دیگر یک دغدغه فرهنگی نیست، بلکه یک نیاز تجاری و سیاسی نیز هست. کشورها در طول ۵۰ سال اخیر سرمایه‌گذاری کلانی روی انتشار فرهنگ و توسعه برندهای ملی خود داشته‌اند. شهری مانند آتن که هیچ صنعت خاصی ندارد سالانه میزبان میلیون‌ها مسافری است که گردش مالی فزاینده آن را تأمین می‌کنند. کششی که از طریق تبلیغات برای این شهر و عقبه تاریخی آن ایجاد شده است.

#### سلامت جمعی

● مطالعات نشان می‌دهد که ارتباط با هنر باعث کاهش میزان استرس، بروز بیماری‌های روحی و روانی و ارتکاب جرم در سطح جامعه می‌شود. بنابراین، دولت‌ها برای تأمین مالی هنر جمعی برنامه‌های بلندمدت دارند و در کشورهایی مثل فنلاند برای آن بودجه ملی تعریف می‌شود.

#### انعطاف‌پذیری جامعه

● یکی از جنبه‌های بسیار بااهمیت تأمین مالی برای اقتصاد هنر، انعطافی است که به اقتصاد کشور می‌دهد. بحران‌های مختلف نشان داده‌اند که اقتصادهای سنتی بسیار شکننده‌اند و گرایش به انواع دیجیتال می‌تواند راه‌حل بسیار خوبی در افزایش مقاومت اقتصادی کشور باشد. هنر دیجیتال بنیاد بسیار خوبی برای ایجاد زیرساخت‌های مرتبط با حضور و اقتصاد دیجیتال باشد. بخصوص، برای ایجاد حس خلاقیت جمعی و انعطاف‌پذیری جریان‌های صنعتی در دوران بحران، هنر نه یک گزینه بلکه یک ضرورت است.

هنر بیشتر از هر صنعت دیگری به تأمین مالی نیاز دارد، زیرا عرضه و تقاضا در آن شبیه به صنایع دیگر نیست. در هنر، تقاضا به عنوان یک کالا تعریف نمی‌شود و بیشتر جنبه احساسی دارد. در نتیجه، سرمایه به صورت پرداخت به اقتصاد هنر وارد نمی‌شود، بلکه بیشتر جنبه حمایت و به صورت غیرمستقیم است. برای مثال، کمتر پیش می‌آید کسی آثار هنری کشور را بخرد، بلکه برای دیدن آن به موزه می‌رویم، همینطور است هنر تئاتر و بسیاری از آثار هنری دیگر. با این حال، برداشت اکتسابی از هنر در حال تغییر است و هنر دیجیتال بیشترین نقش را در این تحول بازی می‌کند.

به همین دلیل، سرمایه بیشتری به سمت انواع هنرهای نوپا در حرکت است. اگرچه این خبر خوبی است، اما تمرکز بیش از اندازه بر روی انواع جدید مانند هنر دیجیتال، باعث تخریب هنر به مفهوم سنتی آن می‌شود. به همین دلیل است که برخی از جنبه‌های تأمین مالی و حتی فرهنگ سازی برای آن باید توسط دولت‌ها مدیریت و تأمین شوند. چراکه هنر نقش مهمی در شکل‌گیری و ثبات ساختارهای جمعی و حتی سیاست کشور بازی می‌کند.

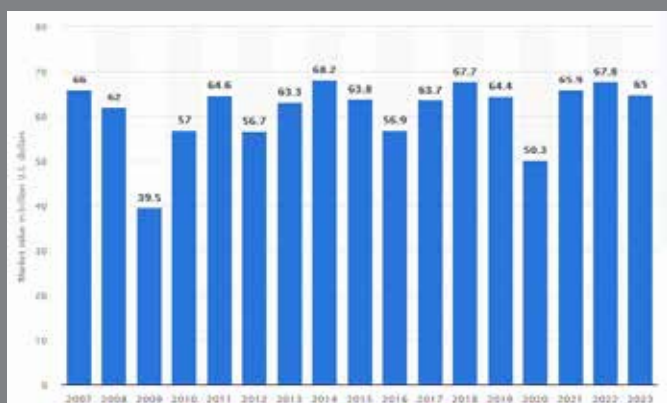
**در هنر، تقاضا به عنوان یک کالا تعریف نمی‌شود و بیشتر جنبه احساسی دارد. در نتیجه، سرمایه به صورت پرداخت به اقتصاد هنر وارد نمی‌شود، بلکه بیشتر جنبه حمایت و به صورت غیرمستقیم است**

# تحلیل روابط بین تامین مالی و نوآوری هنر

نوآوری نه یک آیتم جذاب برای صنعت هنر، بلکه یک ضرورت برای بقای آن است. مفهوم هنر در خلاقیت آمیخته شده است و مردم از تمام جنبه‌های فعالیت هنری انتظار خلاقیت دارند. این خلاقیت ممکن است در خلق هنر جلوه کند یا در روند بازاریابی و ایجاد زنجیره‌های ارزش در صنعت هنر باشد، مهم این است که فرایند از خلق آثار تا عرضه و پشتیبانی از آن دینامیک مستمری داشته باشد. فعالیت‌های تامین مالی برای صنعت هنر مشوق اصلی در تهسیل این روند است. در تزریق نوآوری در جنبه‌های مختلف هنر هستند. حال آنکه اگر هنر نتواند از چهارچوب‌های تعریف شده و سبک‌های موجود رها شود، کم کم علاقه‌مندان (مشتریان در قالب صنعت آن) خود را از دست می‌دهد. صنعت هنر در طول ۱۰ سال اخیر عملکرد مالی نسبتاً ثابتی داشته و رکود موجود در ورود پول به آن تنها از طریق نوآوری در این صنعت و هدایت شرکت‌ها به سمت مزایای تامین مالی هنر برطرف می‌شود.

## وضعیت بازار کنونی هنر

در سال ۲۰۲۲ به کمتر از ۱.۵ میلیارد دلار کاهش یافت که ۴۹ درصد کاهش را نسبت به سال قبل گزارش می‌کند (۲.۹ میلیارد دلار در ۲۰۲۱). با این حال، این مقدار همچنان ۷۰ برابر از فروش NFT در سال ۲۰۲۰ بیشتر است.



در سال ۲۰۲۳ فروش جهانی آثار هنری در حدود ۶۵ میلیارد دلار بود (این عدد در سال ۲۰۲۲ بیشتر از ۶۷ میلیارد دلار بود) که همچنان نشان از جان گرفتن دوباره این صنعت پس از سقوط آن در بحران کرونا دارد. در بازه‌ای ۱ ساله، حجم معاملات در صنعت هنر ۴ درصد کاهش یافته و ایالات متحده همچنان بزرگترین بازار جهانی برای هنر را در خود دارد، چنانکه ۴۲ درصد فروش‌ها در این کشور اتفاق می‌افتند. چین با افزایش سهم خود به ۱۹ درصد به جایگاه دوم در بازار بزرگ هنر رسید و بریتانیا با ۱۷ درصد فروش‌ها در رده سوم است (فرانسه که مهد هنر بوده با ۷ درصد در رتبه چهارم قرار دارد). چین به‌ویژه عملکرد خوبی در بازبایی فعالیت‌ها در صنعت هنر داشته تا میزان فروش آثار هنری در آن از ۱۲.۲ میلیارد دلار عبور کند. اعتماد به فروش آنلاین در نقاط مختلف جهان در سال ۲۰۲۳ احیا شد و به ۱۱.۸ میلیارد دلار افزایش یافت که نسبت به ۲۰۲۲ بیشتر از ۷ درصد رشد کرده است و ۱۸ درصد کل گردش مالی در این صنعت را به خود اختصاص داد. انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۴ روند صعودی در ورود پول به صنعت هنر افزایشی باشد و اعداد نزدیک به ۶۸ میلیارد دلار را دوباره شاهد باشیم. در نتیجه، ارزش بازار هنر همچنان در دهک ۶۰ میلیارد دلاری حفظ می‌شود.

وضعیت در بخش آثار هنری دیجیتال چندان خوب نبوده، بخصوص فروش NFT

## نوآوری در صنعت هنر

ورود یا حداقل تثبیت جریان مالی قبلی در صنعت هنر باعث اطمینان به فعالیت سودآور در این صنعت و بروز ایده‌های بیشتر در آن می‌شود. برخی از شاخص‌ترین نوآوری‌های مرتبط با صنعت هنر در ۵ ساله اخیر شامل موارد زیرند:

- **بلاک‌چین و حراج آثار هنری:** تقریباً از ۲۰۱۶ به بعد شاهد ورود پلتفرم‌های مبتنی بر بلاک‌چین به دنیای هنر بوده‌ایم. این پلتفرم‌ها با ایجاد تراکنش‌های ایمن، شفافیت در معاملات و محافظت از حق مالکیت آثار هنری دیجیتال، بهبودهای شایانی در صنعت هنر و ورود پول‌های هوشمند جدید ایجاد کرده‌اند.
- **واقعیت و افزوده مجازی:** این نوآوری‌ها تقریباً از سال ۲۰۱۷ به صنعت هنر ورود کرده‌اند. آن‌ها دسترسی به مجموعه‌های هنری را برای هنرمندان بیشتر کرده‌اند. با این تجهیزات، هنرمندان امکان به اشتراک‌گذاری آنی و از راه‌دور آثار خود را با مخاطبان پیدا کرده‌اند.
- **پلتفرم‌های هنری آنلاین و NFT:** هنرمندان دیگر حتی نیاز ندارند که اثر اصلی خود را به فروش برسانند تا درآمدی داشته باشند. آن‌ها این امکان را دارند که نمونه‌های NFT از آثار خود خلق و با حفظ مالکیت نمونه اصلی، اقدام به فروش NFT‌ها کنند.

## تامین مالی و نوآوری در صنعت

در طول تاریخ رابطه بین تامین مالی و نوآوری در صنعت هنر بسیار پویا و تأثیرگذار بوده‌است. در دوران رنسانس، حامیان ثروتمندی مانند خانواده مدیچی در فلورانس از هنرمندانی مانند لئوناردو داوینچی و میکل آنژ حمایت مالی می‌کردند و امکان ساخت آثاری نمادین، نوآورانه و انقلابی در هنر را به وجود آوردند.

در قرن نوزدهم و با ظهور دلال‌ها و گالری‌های هنری، مدل‌های تامین مالی جدیدی معرفی شدند که بیشتر از پیش بر روی شیوه‌های نوآورانه در خلق اثر تمرکز داشتند. در این دوره بود که کلکسیون‌دارانی چون پل دوراند از هنرمندان نوآوری چون کلود مونه و ادگار دگا حمایت مالی می‌کردند، کسانی که شیوه‌های سنتی در هنر اختصاصی خود را به چالش کشیدند و تکنیک‌های جدیدی به وجود آوردند. امروزه صنعت هنر از انواع مدل‌های تامین مالی مدرن سود می‌برد تا نوآوری را ترویج کند و نگذارد اصلی‌ترین ویژگی هنر جای خود را به تکرار و طرح‌های روتین بدهد. پلتفرم‌های سرمایه‌گذاری مانند **Kickstarter** و **Patreon** تامین مالی در هنر را دموکراتیزه کرده‌اند و به هنرمندان این امکان را داده‌اند تا از چالش‌های سنتی عبور کنند و با مخاطبان خود از پنجره‌های نزدیک‌تر ارتباط برقرار کنند. **Kickstarter** از زمان آغاز به کار خود بیش از ۴ میلیارد دلار برای پروژه‌های نوآورانه تامین مالی کرده است، که نشان از قدرت و علاقه جامعه به حمایت و تقویت نوآوری در صنعت هنر دارد.

بنا بر گزارش سال ۲۰۲۳ موسسه مشاوره کسب‌وکار **Deloitte**، صندوق‌های سرمایه‌گذاری در صنعت هنر روز به روز نقشی شاخص‌تر در تامین مالی این صنعت پیدا می‌کنند. ورود بخش مالی به هنر به منزله وجود آف‌های جدید در سودآوری هنر و مکانیزه شده فعالیت‌های مالی آن است.



## هنر برای بهبود نوآوری در صنایع دیگر



## نقش فناوری در تأمین مالی هنر

فناوری نقش مهمی در نوسازی رویکردهای قبلی و ایجاد شیوه‌های جدید در تأمین مالی هنر و تقویت نوآوری در این صنعت بازی می‌کند. برای مثال، در چند سال اخیر پلتفرم‌های آنلاین زیادی خلق شده‌اند که کلکسیون‌های حرفه‌ای و آماتور را به صورت غیرحضوری به فروش می‌رسانند، حراجی‌های آنلاین معتبر برگزار می‌کنند و جبهه‌های جدید سرمایه‌ای برای پشتیبانی از صنعت هنر تعریف می‌کنند.

علاوه بر این، فناوری ابزارهای جدیدی برای خلق هنر و تعریف شاخه‌های نوین در آن تعریف کرده است. از بوم‌های نقاشی دیجیتال تا جلوه‌های ویژه و پرینترهای سه‌بعدی، فناوری جنبه‌های جذاب جدیدی برای ورود افراد به صنعت هنر و نوآوری در آن به وجود آورده و شبیه هر صنعت دیگری که فناوری به آن رخنه می‌کند، دیگر نمی‌توان افقی برای پایان این تأثیر و نوآوری غافلگیرکننده‌اش قائل شد.

علاوه بر این، تجزیه و تحلیل داده‌ها و هوش مصنوعی برای تشخیص مخاطبان وفادار به هنر استفاده می‌شوند. ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند روندهای بازار این صنعت را به صورت لحظه‌ای تحلیل کنند، ارزش آثار هنری را پیش‌بینی نمایند و بینش‌هایی در مورد ترجیحات مشتریان به هنرمندان و سازمان‌های فعال در عرصه هنر ارائه دهند.

## چالش‌های موجود بر سر راه نوآوری بیشتر در صنعت هنر

علیرغم مکانیسم‌های مختلف تأمین مالی موجود، صنعت هنر همچنان با چالش‌های متعددی مواجه است که مانع بروز نوآوری در شاخه‌های مختلف آن شده‌اند. نابرابری‌های مالی و موانع بر سر راه تأمین مالی هنرمندان تازه‌کار و گروه‌های کمتر شناخته‌شده، از جمله این چالش‌ها هستند. بنا بر مطالعه‌ای که در سال ۲۰۲۱ انجام شد، در انگلستان، تنها ۱۲ درصد از کمک‌های مالی به هنرمندان در اقلیت‌های قومی ارائه می‌شود و این عدد برای تأمین مالی از بخش خصوصی بسیار پایین‌تر است.

نوسانات در بازار، رکودهای اقتصادی و بحران‌های اجتماعی از عوامل دیگر بر سر راه خلاقیت بیشتر در صنعت هنر هستند. همه‌گیری کرونا نشان داد که این صنعت بیشتر از هر صنعت دیگری در مقابل بحران آسیب‌پذیر است و هرگز انعطاف لازم برای مواجهه با تنش‌های ناگهانی را ندارد. دلیل اصلی در این عدم انعطاف نیز وضعیت مالی بد در صنعت هنر است.

هنرهای مختلف، فریم‌هایی سرشار از ایده، احساسات و روایت‌ها هستند و با کمترین تنش، بیشترین ارتباط را با مخاطب برقرار می‌کنند. از طرفی، نوآوری محصول حس و انگیزه هنری است و با الهام از هنر می‌توان در هر صنعت و فعالیتی ایده‌های خلاقانه ارائه و به بهره‌وری رساند. به همین دلیل، تأمین مالی هنر از جانب صنایع دیگر یک رسالت اجتماعی نیست، بلکه یک بایست کسب و کاری و بخشی از استراتژی توسعه عملیات هر سازمان است.

هنر و صنعت به نظر فرسنگ‌ها از هم دورند اما وقتی به تعامل می‌رسند، نتیجه آن بسیار خارق‌العاده و در طیف‌های گسترده و بلندمدت خواهد بود. در عصری که نوآوری کلید ایجاد تفاوت و مزیت رقابتی برای صنایع است، کسب و کارها به شکلی مداوم به دنبال افراد، مدل‌ها و ارتباطاتی هستند که باعث تقویت نوآوری در تیم‌هایشان می‌شود. هنر بهترین ساختار تمرین‌شده و با شاخه و برگ فراوان برای نائل آمدن به این هدف است. تأمین مالی هنر از جانب دیگر صنایع در ۲ دهه اخیر هدفمند شده‌است و شرکت‌های مختلف به دنبال سرمایه‌گذاری بر روی ذات خلاق هنر و استفاده از آن در ایجاد مزیت رقابتی برای خود هستند. موارد زیر دلایل اصلی در تأمین مالی هنر و نوآوری در صنعت آن با هدف ایجاد حس خلاقیت است.

● **قدرت حل مسئله خلاقانه:** هدف اصلی در هنر دیدن جهان به شکلی متفاوت و غیرمعتاد از نگاه عام است. این نگاه اما تربیت شده تا زیبایی را با متفاوت بودن ادغام کند و هدفی خاص و معنادار را دنبال نماید. چنین چشم‌اندازی بهترین ابزار برای حل مسئله به شیوه‌های نوآورانه، خارج از محدوده عادت‌ها و برای بهبود کارایی است.

● **ارتقاء مهارت‌های تشخیص جزئیات:** هنر به تیم‌های تجاری این امکان را می‌دهد که با نگاهی موشکافانه‌تر به جزئیات بنگرند و فرصت‌های هیجانی از شانس‌های ناچیز به وجود آورند. بخصوص در علم داده که تمام صنایع به آن وابسته‌اند، هنر می‌تواند تصمیم‌های در آموزش جزئی‌نگر بودن برای تصمیم‌گیری‌های کلی و یکپارچه باشد.

● **تشویق دیدگاه‌های متنوع:** هنر محصول هزاران سال آزمون و خطای انسان و ادغام تصوراتش با واقعیت قابل لمس است. با بهره‌گیری از این ذات تنوع‌نگر هنر، شرکت‌ها می‌توانند به طیف گسترده‌ای از دیدگاه‌ها دسترسی داشته باشند و ایده‌های بیشتری را حول یک پروژه گرد آورند.

● **ایجاد هوش هیجانی و همدلی:** هوش هیجانی بیشتر از هوش محاسباتی برای صنعت امروز ضرورت دارد و هنر سرشار از درجه‌های ورود به صلح درونی و همدلی جمعی است. به ویژه، هوش هیجانی به کارکنان آموزش بهتری در ارتباط‌گیری با مشتریان را می‌دهد و برند جامعه‌پسندتری برای شرکت خلق می‌کند. همچنین، این جنبه از هنر به شرکت‌ها در بازاریابی و انتقال ماندگار اهداف طرح‌های تولیدی کمک می‌کند.



# نیاز هنر به توسعه زنجیره تامین

چنانکه ارزش این بخش از فعالیت‌های مالی در حدود ۲۴ تا ۲۸ میلیارد دلار ارزیابی شده است. از طرفی، بنا بر تخمین دیلویت از ثروت کلکسیون‌دارها، در سال ۲۰۲۲ ارزش دارایی‌های مجموعه‌داران بزرگ بیشتر از ۲,۱۷ تریلیون دلار بوده است. بدیهی است که چنین ارقامی می‌تواند اقتصادی اختصاصی برای خود تعریف کنند و توجه دیگر صنایع، بخصوص بانک‌ها و موسسات مالی دیگر، را به خود جلب کنند.

همچنین، هرچقدر بر استقلال هنر به عنوان یک صنعت مجزا افزوده شود، تولیدکنندگان و عاشقان آن نیز سود بیشتری خواهند برد و بر دوام ذائقه هنری و سبک‌های مختلف در هنر امیدوارتر می‌شوند. مهم‌تر اینکه هنر اهرم اصلی در نگه‌داشت فرهنگ منطقه‌ای است و اقتدار هنر به معنی اقتدار فرهنگ و ارزش آفرینی مادی و معنی برای جامعه است.

برای سال‌ها و حتی قرن‌ها هنر یک شوق مشترک بین خلاق آن و دارنده‌اش بوده، بدون آنکه چهارچوبی باشد که آن را به عنوان یک دارایی معامله‌پذیر شبیه دیگر کالاها به بازار خاص خود ارائه کند. تمام آنچه که به عنوان ارزش در هنر گنجانده می‌شود، محصول حراجی‌ها و سال‌ها پس خلق اثر بود. اما با همگرایی امور مالی و هنر، هنرمندان و کلکسیون‌دارها امکان تعریف نقدینگی برای هنر و مانور مالی حول دارایی‌های هنری خود را پیدا کرده‌اند.

اکنون بانک‌ها در مقابل آثار هنری به عنوان وثیقه به مشتریان خود وام می‌دهند. این اشتراک ارزش، بدون واگذاری آن، بهترین شیوه برای حمایت از هنرمند هم‌زمان با حفظ مالکیت هنری برای اوست. برای مثال، شرکت Sotheby's Financial Services در حال حاضر پرتفویی ۱ میلیارد دلاری از این وام‌ها دارد و تنها در بازه ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۲ بیش از ۵۰ درصد رشد کرده است.



## سرمایه‌گذاری دولتی

تأمین مالی دولتی برای هنر رکنی اساسی در حمایت و پرورش تلاش‌های هنری جامعه است. بسیاری از دولت‌ها در سراسر جهان اهمیت هنر را به رسمیت می‌شناسند و بودجه‌ای قابل توجه برای حفظ یک چشم‌انداز هنر پر جنب‌وجوش اختصاص می‌دهند. به عنوان نمونه، بنیاد ملی هنر (NEA) در ایالات متحده یک آژانس فدرال است که به هنرمندان و سازمان‌های هنری کمک هزینه‌های مستمر پرداخت می‌کند.

چنین بودجه‌هایی به موزه‌ها و گالری‌های مورد علاقه مردم اجازه می‌دهند تا مجموعه‌های خود را حفظ و گسترش دهند، نمایشگاه‌های جذاب در نقاط مختلف برپا کنند و تعامل عموم با هنر را به عادت بدل کنند. کشورهایی چون آلمان، فرانسه و انگلیس نیز سازوکارهای منسجمی در تعریف بودجه به بخش هنری دارند. در بسیاری از کشورها کمک‌های دولتی نقطه ثقلی برای هنر و فرهنگ کشور هستند، جایی که دغدغه مالی هنرمند برطرف می‌شود تا تمرکز او از هنر به حاشیه‌های مرتبط با کسر مالی کشانده نشود. در سطح بین‌المللی نیز سازمان‌هایی مانند International Cultural Mobility Funding و Open Society Fellowship و Guide, Botin Foundation برای تأمین مالی هنر در کشورهای مختلف ارائه می‌کنند.

## چه کسانی هنر را تأمین مالی می‌کنند؟

هنر قدرت جذب، الهام بخشیدن و به چالش کشیدن هنجارهای اجتماعی را دارد. فرهنگ‌ها تاریخ را شکل می‌دهند و به عنوان بازتابی از هنر منطقه‌ای، جامعه‌ای را به دیگری معرفی می‌کنند. صنعت هنر همیشه بازتابی از بافت فرهنگی، شخصیتی و اقتصادی جامعه بوده است. با به رسمیت شناختن هنر به عنوان یک ابزار در توسعه اقتصادی و غنی‌سازی توأمان فرهنگی، نقش تأمین مالی در صنعت هنر بیش از هر زمان دیگری حیاتی شده‌است.

تأمین مالی نقش محوری در توسعه صنعت هنر بازی می‌کند و بر همه چیز از ایجاد و حفظ هنر گرفته تا توزیع و مصرف آن تأثیر می‌گذارد. در سال ۲۰۲۲، ارزش بازار جهانی هنر تقریباً ۶۵ میلیارد دلار بود که نشان‌دهنده تأثیر اقتصادی و گردش مالی حول این صنعت است. بودجه کافی در این بخش هنرمندان را قادر می‌سازد تا تلاش‌های خلاقانه خود را بدون محدودیت مالی دنبال کنند و منجر به فرهنگی غنی‌تر و متنوع‌تر شوند.

## حمایت حقیقی

علاقه‌مندان به هنر و افراد ثروتمند متأثر از اشتیاق خود به هنر از آن حمایت مالی می‌کنند. این حامیان هنر به صورت مستقیم و با برگزاری نمایشگاه‌های هنری و یا ایجاد شبکه خریداران به هنرمندان در تأمین مالی فعالیت‌های هنری خود کمک می‌کنند.

برای مثال، موزه هنر متروپولیتن نیویورک در سال ۲۰۲۱ هدیه‌ای به ارزش ۱۲۵ میلیون دلار از اسکار تانگ و آگنس هسو تانگ دریافت کرد و بخشی هنری به موزه اضافه شد که به نام این دو نفر نیز نامگذاری گردید. در واقع یکی از دلایلی که در موزه‌ها یا نمایشگاه‌های دائمی اسامی افراد غیرهنرمند را بر سردرها می‌بینید همین کمک‌ها هستند.

## سرمایه‌گذاری شرکت‌ها

یکی از اصلی‌ترین رسالت‌ها برای شرکت‌های صنعتی، پیگیری ادعاهای ESG خود در سطح ملی و بین‌المللی است. آن‌ها برای جلوه دادن برند خود و جا باز کردن در افکار جامعه‌های هدف، به تأمین مالی هنر و فرهنگ در قالب‌های مختلف می‌پردازند. به عنوان مثال، برند لویی ویتون از دنیای مد سال‌هاست که بر روی ایده‌های هنری سرمایه‌گذاری می‌کند و این حمایت‌ها به بزرگترین شاخه در استراتژی‌های برندسازی شرکت بدل شده‌اند.

## پای جامعه چگونه باز می‌شود؟

هر جامعه‌ای دغدغه‌های هنری خاص خود را دارد، فرهنگ منحصر به فردی را پدید می‌آورد و برای حفظ و توسعه تاریخچه هنری خود حاضر به سرمایه‌گذاری مادی و معنوی است. شاید این نوع از تأمین مالی خالصانه‌ترین نوع باشد، چراکه کمترین تلاش برای سودآور بودن حمایت در آن دیده می‌شود. با این حال، حمایت از هنرمندان در سال‌های اخیر و در قالب آثار دیجیتال، به‌اشکال سرمایه‌گذاری جمعی نیز انجام شده است.

## تأمین مالی و سرعت توسعه صنعت هنر

تأمین مالی به‌طور قابل توجهی بر سلامت مالی هنرمندان و پایداری فعالیت آن‌ها تأثیر می‌گذارد. در پنجره‌های بازتر، تأمین مالی اصلی‌ترین محور در توسعه فعالیت سازمان‌های مبتنی بر هنر و فعال در این صنعت است. تاریخچه این صنعت نشان داده که هنر هرگز نتوانسته به عنوان یک صنعت مستقل برای درآمدزایی اقدام کند. در سال‌های اخیر اما، این صنعت استقلال بیشتری گرفته و از حالت دریافت کمک به سمت تعریف محصول، الگوهای کسب و کار، تعامل با موسسات مالی و ... حرکت کرده است.

به‌ویژه، اگر هنر و هنرمند نتواند مستقل عمل کند، همیشه وابسته به منبع مالی و تأمین‌کننده آن است. چنین وابستگی باعث ایجاد اختلال در ذات خلق بودن هنر و فراتر از مادیات حرکت کردنش می‌شود. بنا بر یک نظرسنجی که در سال ۲۰۱۹ توسط شورای هنر انگلستان برگزار شد، ۶۴ درصد هنرمندان بی‌ثباتی و عدم استقلال مالی را به عنوان اصلی‌ترین عامل بر سر راه فعالیت‌های هنری خود اعلام کردند. از طرفی، سازمان‌های هنری، از جمله موزه‌ها، گالری‌ها و موسسات فرهنگی، برای راه‌اندازی و مدیریت نمایشگاه‌های خود به شدت به حمایت مالی متکی هستند. برای نمونه، در سال ۲۰۲۰، همه‌گیری کرونا باعث کاهش ۷۷ درصدی درآمد موزه‌ها در سراسر جهان شد که نشان‌دهنده آسیب‌پذیری فوق‌العاده این موسسات در برابر بحران‌ها است.

مهم‌تر اینکه، اکثر طرح‌های توسعه‌ای این سازمان‌ها با تکیه بر بودجه پیش‌فرضی است که قرار است از طریق دولت، صنایع دیگر یا اقبال مردم تأمین گردد. در نتیجه، صنعت هنر به خصوص در ایران، هرگز به آن مرحله از خودکفایی نرسیده که در هنگام پرداختن به یک طرح توسعه‌ای همه‌جانبه به منابع درآمدی خود بنگرد.

## نیاز به تغییر در سیاست‌ها برای صنعت هنر

یکی از مهم‌ترین دلایل در عدم استقلال و آسیب‌پذیری بالای صنعت هنر و فعالان آن، تکیه بیش از حد بر دولت‌ها و سازمان‌های دولتی است. همین اتکای بیش از اندازه باعث می‌شود که دغدغه‌های هنری در اولویت‌های بعدی قرار گیرند، وابسته به عملکرد دولت‌ها در فعالیت‌های دیگر باشند و جایگزینی برای آینده این صنعت پیش‌بینی نشود.

صنعت هنر هنوز آنچنان که باید به مفهوم مدیریت چهارچوب‌های خود و تعریف مدل‌های پولساز نپرداخته است، زیرا همچنان اصرار دارد که خلاقیت در هنر با تمرکز فعالان آن بر درآمدزایی افول می‌کند. این در حالی است که آمارها نشان می‌دهند که هنرمندان و سازمان‌هایی که درآمد مستقل، مطمئن و قابل قبولی دارند موفق‌تر از سایرین عمل کرده‌اند و هرگز از ذائقه هنری آن‌ها کاسته نشده، بلکه دست‌بازتر و ذهنی آزادتر برای خلق هنر داشته‌اند.

با این حال، دولت‌ها همچنان باید در بطن فعالیت‌های تأمین مالی برای صنعت هنر باشند تا دسترسی عادلانه به آن تضمین شود. دنیایی را تجسم کنید که در آن آثار هنری شبیه خودروهای لاکچری باشند که فقط افراد خاصی از وجودشان لذت ببرند! در چنین شرایطی اگرچه ذائقه هنری حفظ و حتی بیشتر می‌شود، اما دسترسی به آن بسیار کمتر و محدود به گروه خاصی است.

بنابراین، به یک هم‌افزایی بین بودجه خصوصی، بودجه دولتی و استقلال در تأمین مالی صنعت هنر نیاز است. باید تعادلی در استراتژی‌ها ایجاد شود که با حفظ مزایای هر کدام، از مزایای رویکرد دیگر غافل نشود.

وجود مقررات دست‌وپاگیر در ورود موسسات مالی به فعالیت‌های تأمین مالی هنری نه فقط به نفع هنر نیست، بلکه فرصت پرداختن آن به وجه «صنعت» بودنش را از هنر می‌گیرد. مهم‌تر اینکه تخصیص سرمایه در صنعت هنر هرگز عادلانه نبوده و نیاز به تعریف مکانیسم‌های تخصیص بودجه بهتری در هدف قرار دادن ایده‌های خلاقانه دارد.

مشکل اساسی دیگر که باعث پیچیدگی در تعریف ابزارهای مالی در حوزه هنر شده، نوسان شدید در ارزش دارایی‌های مالی است. این نوسان باعث می‌شود که وثیقه‌های هنری را نتوان به شکلی معقول و عادلانه ارزش‌گذاری و نسبت به آن تخصیص سرمایه کرد.

وقتی به جنبه‌های تاریخی و مکانیسم‌های مدرن در تأمین مالی صنعت هنر می‌نگریم، آشکار می‌گردد که حمایت مالی پایدار برای پرورش استعدادها و تضمین دوام موسسات هنری ضروری است. تعامل بین بودجه عمومی، سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و مدل‌های مالی نوآورانه برای پرورش بهتر اکوسیستم هنر و توسعه فرهنگ ملی بیشتر از هر زمان دیگر اولویت گرفته است. اما به نظر می‌رسد که بیشتر از هر مورد دیگری، صنعت هنر به تعریف مدل‌های کسب و کار و انواع کاربردی برای تعریف زنجیره‌های تأمین و ارتباط با سایر صنایع نیاز دارد. مدل‌هایی که هم‌جنبه سودآوری برای آن‌ها مهم باشد هم اینکه دسترسی عمومی به هنر را اولویت قرار دهند.



# زیرذره بین تحلیل

## پاداش

### اقدامات مدیر صندوق در راستای تامین سود با کیفیت:

تیم مدیریت صندوق به منظور تامین سود باکیفیت و پایدار به تحلیل دقیق بازار و انتخاب دارایی‌هایی با ریسک متناسب، نقدشوندگی بالا و متنوع پرداخته است. همچنین، نظارت مستمر بر عملکرد و برقراری ارتباط شفاف با سرمایه‌گذاران از محورهای اصلی تیم مدیریت صندوق ارزش پاداش است. تمامی این ویژگی‌ها صندوق سرمایه‌گذاری پاداش را به گزینه‌ای جذاب برای سرمایه‌گذاری تبدیل کرده است که به دنبال کسب درآمد ثابت و مدیریت ریسک مناسب هستند.

### چه رویکردهایی برای مدیریت ریسک در صندوق اتخاذ شده است؟

تنوع بخشی به سبد سرمایه‌گذاری؛ توزیع سرمایه‌گذاری‌ها در دارایی‌های مختلف برای کاهش تأثیر نوسانات.  
مدیریت ریسک نرخ بهره: استفاده از ابزارهای مالی برای محافظت در برابر نوسانات نرخ بهره.  
پایش مستمر بازار؛ رصد شرایط اقتصادی و تطبیق استراتژی‌ها بر اساس تغییرات.  
استفاده از مدل‌های کمی؛ به کارگیری مدل‌های ریاضی برای پیش‌بینی و ارزیابی ریسک‌ها.  
تعیین حد ضرر؛ مشخص کردن سطوح ضرر برای جلوگیری از زیان‌های بیشتر.  
گزارش‌گیری و شفافیت؛ ارائه گزارش‌های منظم به سرمایه‌گذاران درباره وضعیت ریسک‌ها.





### چشم‌انداز آینده صندوق

افزایش بازده صندوقها از طریق مدیریت فعال پرتفوی و شرکت در پذیره نویسی اوراق اسلامی و همچنین بازارگردانی فعال با هدف افزایش نقد شوندگی از جمله اهداف مدیران برای توسعه ی صندوق های سرمایه گذاری خواهد بود.

### حفظ ارزش صندوق در روزهای نوسانی و بحران های بازار سرمایه

با استفاده از متنوع سازی پرتفوی و کاهش ریسک غیر سیستماتیک و همچنین با بهره گیری از ابزارهای پوشش ریسک میران سرمایه گذاری صندوق ها ریسک های موجود به حداقل رسیده و با سرمایه گذاری در دسته دارایی های مختلف از جمله سهام، گواهی سپرده کالایی، اوراق درآمد ثابت و سپرده بانکی در هر زمان قادر به اتخاذ بهترین تصمیم های سرمایه‌گذاری متناسب با مصرفه و صلاح سرمایه گذاران خواهند بود.

## صندوق سرمایه گذاری ارزش پاداش

نماد: پاداش

شوه سرمایه گذاری: قابل معامله (ETF) با سود مرکب روز شمار

دارایی تحت مدیریت: ۲۴,۰۰۰ میلیارد ریال

تاریخ آغاز فعالیت: ۱۴۰۱/۰۲/۰۷

بازده موثر سالانه حداقل ۳۱ درصد

میانگین ارزش معاملات روزانه بیش از ۲,۰۰۰ میلیارد ریال

بیشترین تعداد سرمایه گذاران حقیقی در بین صندوق های درآمد ثابت قابل معامله با بیش از ۷۵ هزار سرمایه گذار حقیقی

بازارگردانی فعال با حداقل سفارش خرید روزانه «۳۵۰۰ میلیارد ریال» بر روی تابلوی معاملات

ترکیب دارایی: اوراق مشارکت ۴۸ درصد، سپرده بانکی ۴۲ درصد، سهام و وجه نقد و سایر دارایی ها ۱۰ درصد

## صندوق سرمایه گذاری پاداش سرمایه بهگزین

نوع صندوق: صندوق سرمایه گذاری درآمد ثابت

شیوه سرمایه گذاری: صدور ابطال

دارایی تحت مدیریت: ۲۷,۰۰۰ میلیارد ریال

تاریخ آغاز فعالیت: ۱۳۹۴/۰۹/۱۷

بازده موثر سالانه: ۲۵۵ درصد

دوره تقسیم سود: ۱ ماهه

ترکیب دارایی: اوراق مشارکت ۵۵ درصد، سپرده بانکی ۴۰ درصد، سهام و وجه نقد و سایر دارایی ها ۵ درصد

تعداد سرمایه گذاران: ۷,۸۴۷

## صندوق سرمایه گذاری پاداش سرمایه پارس

نوع صندوق: سهامی

شیوه سرمایه گذاری: قابل معامله (ETF)

دارایی تحت مدیریت: ۳,۰۰۰ میلیارد ریال

نماد: پادا

ترکیب دارایی های صندوق: ۸۶ درصد سهام، ۱۱ درصد اوراق مشارکت، ۲ درصد سپرده بانکی

صنایع در سبد دارایی های صندوق: استخراج کانه های فلزی، سیمان آهک و گچ، فلزات اساسی، محصولات غذایی و آشامیدنی به

جز قند و شکر و سایر صنایع

بازدهی یکسال گذشته: ۶,۸۲ درصد

تعداد سرمایه گذاران: .....

تاریخ آغاز فعالیت: ۱۴۰۰/۰۴/۱۷

مناسب برای:

- ۱- سرمایه گذاران با ریسک پذیری بالا: افرادی که توان تحمل نوسانات بازار را دارند و به دنبال بازدهی بالاتر هستند.
- ۲- سرمایه گذاران بلندمدت: کسانی که به دنبال سرمایه گذاری در طولانی مدت هستند و می توانند نوسانات کوتاه مدت را تحمل کنند.
- ۳- افراد با دانش محدود در بازار سهام: کسانی که به مدیریت حرفه ای صندوق ها اعتماد دارند و تجربه کافی ندارند.
- ۴- سرمایه گذاران با اهداف مالی مشخص: افرادی که به دنبال تحقق اهداف مالی خاص مانند خرید خانه یا تأمین هزینه های تحصیل هستند.
- ۵- سرمایه گذاران جوان: افرادی که زمان بیشتری برای سرمایه گذاری دارند و می توانند ریسک بیشتری را بپذیرند.
- ۶- کسانی که به تنوع در سبد سرمایه گذاری اهمیت می دهند: با خرید یک واحد از صندوق، به سبدهای متنوع از سهام دسترسی پیدا می کنند.
- ۷- افرادی که به دنبال نقدشوندگی هستند: صندوق های سهامی معمولاً دارای نقدشوندگی بالایی هستند و امکان خرید و فروش آسان واحدها را فراهم می کنند.

## صندوق اختصاصی بازارگردانی پاداش پشتیبان پارس

ترکیب دارایی: سهام ۹۸,۶ درصد ، وجه نقد ۰,۲۹ درصد ، سایر دارایی ها ۱,۰۲ درصد  
دارایی ترکیبی: ۲۶,۰۰۰ میلیارد ریال  
تاریخ آغاز فعالیت: ۱۳۹۸/۰۴/۲۵  
سهام صنایع در سبد دارایی: بانکها و موسسات اعتباری ۵۴ درصد ، ریانده و فعالیت های وابسته به آن ۲۶ درصد ، بیمه و صندوق  
بازنشستگی به جز تامین اجتماعی ۱۱,۵۹ درصد ، سایر محصولات کانی غیر فلزی ۵,۷۵ درصد ، فعالیت های کمکی به نهادهای واسط  
۰,۹۳ درصد ، سایر ۱,۲ درصد  
بازارگردانی بیش از ۲۰ نماد

## صندوق اختصاصی بازارگردانی تثبیت پاداش

ترکیب دارایی: سهام ۷۹,۶ درصد ، وجه نقد ۰,۳۵ درصد ، سایر دارایی ها ۲۰,۰۵ درصد  
دارایی ترکیبی: ۶,۰۰۰ میلیارد ریال  
سهام صنایع در سبد دارایی: بانکها و موسسات اعتباری ۷۱,۴۶ درصد ، حمل و نقل انبارداری و ارتباطات ۲۶ درصد ، محصولات غذایی  
و آشامیدنی بجز قند و شکر ۱,۱۷ درصد ، بیمه و صندوق بازنشستگی به جز تامین اجتماعی ۱,۲۷ درصد  
بازارگردانی بیش از ۲۰ نماد  
تاریخ آغاز فعالیت: ۱۴۰۳/۰۶/۲۸

## صندوق سرمایه گذاری بخشی صنایع پاداش

خالص ارزش دارایی ها: ۲,۴۰۰ میلیارد ریال  
شیوهی سرمایه گذاری: قابل معامله (ETF)  
نماد: پتروپاداش  
نوع صندوق: بخشی  
بازدهی از شروع فعالیت: ۷,۱۸ درصد  
ترکیب دارایی: اوراق مشارکت ۴۱ درصد ، سهام ۵۷ درصد ، سپرده بانکی ۲ درصد  
تاریخ آغاز فعالیت: ۱۴۰۳/۰۶/۲۸

## سبدگردانی اختصاصی (PRX)

۲۱ سبد اختصاصی حقوقی  
۶ سبد اختصاصی حقیقی  
جمع سبد های تحت مدیریت: ۱۸,۰۰۰ میلیارد ریال



# نهمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی

(با رویکرد پویایی در فرهنگ مشارکتی پایدار)

## 9<sup>th</sup> National Conference on Organizational Culture

[By Dynamic Approach in Sustainable Collaborative Culture]

۱۶ و ۱۷ بهمن ماه ۱۴۰۳

5-6 February 2025

Tehran-Iran



مهلت ارسال مقاله: ۳۰ دی ماه ۱۴۰۳  
مهلت ثبت نام در کنفرانس: ۱۰ بهمن ماه ۱۴۰۳

### نهمین جایزه مسئولیت اجتماعی مدیریت

9<sup>th</sup> Management Social Responsibility Award  
(MSR- Award)

#### اهداف کنفرانس:

- جایگاه و نقش فرهنگ سازمانی در تحقق پایداری؛
- شناسایی و مدیریت عوامل تاثیرگذار بر پویایی فرهنگ سازمانی پایدار؛
- ارائه الگوهای موفق در اثربخشی فرهنگ مشارکتی و تحقق توسعه پایدار.

#### محورهای کنفرانس:

##### حوزه فردی:

- توسعه فرهنگ تعامل و مشارکت پذیری؛
- فرهنگ و توسعه سبک زندگی بر مبنای رویکرد پایدار؛
- مهارت حل تعارضات در بهبود و ارتقاء فرهنگ مشارکتی؛
- سازوکارهای تقویت اعتماد پذیری در فرهنگ مشارکتی پایدار؛
- خلاقیت و نوآوری در ایجاد فرهنگ نوآورانه مبتنی بر مفاهیم پایداری.

##### حوزه سازمانی:

- سازوکارهای بلوغ فرهنگی در مسیر پایداری؛
- نقش آموزش در ارتقاء فرهنگ سازمانی پایدار و مشارکت کارکنان؛
- اثرگذاری مؤثر در شبکه‌های رسمی و غیر رسمی سازمان در استقرار پایداری؛
- ارتقاء فرهنگ سازمانی با محوریت پرورش مدیران الگو برای توسعه پایدار؛
- بررسی تأثیر هوش مصنوعی و فناوری های نوین بر فرهنگ مشارکتی و پایداری.

##### حوزه اجتماعی:

- تأثیر تنوع فرهنگی بر پویایی پایداری؛
- شناخت فرهنگ اقوام ایرانی در حفاظت از منابع پایداری؛
- چگونگی همسویی ارزش های توسعه پایدار یا فرهنگ بومی ایرانی؛
- نقش رسانه ها در ترویج فرهنگ مشارکتی و آگاهی بخشی اهمیت پایداری؛
- پیش‌بینی روندها و تغییرات آینده فرهنگ مشارکتی پایدار.

# تحول در کسب و کارهای مدرن

محمد رضا آقامحمد سمسار  
صاحب نظر بازار سرمایه



در دنیای پرسرعت امروز، روش‌های تأمین مالی با سرعت بی‌سابقه‌ای در حال تکامل هستند که این تحول به واسطه فناوری، جهانی شدن و نیاز به فراگیری صورت می‌گیرد. چه شما یک کارآفرین در جستجوی تأمین مالی برای استارت‌آپ خود باشید، یا صاحب کسب‌وکار کوچکی که به دنبال گسترش است و یا یک شرکت بزرگ که بهینه‌سازی ساختار مالی خود را مدنظر دارد، آگاهی از آخرین روش‌های تأمین مالی ضروری است که البته نگاهی به آنها در سال ۲۰۲۴، برای شناخت بهتر مسیر تأمین مالی در آینده، ضروری است.

استفاده از قدرت جمعیت: سرمایه‌گذاری جمعی روش تأمین مالی را متحول کرده است. پلتفرم‌هایی مانند GoFundMe و Kickstarter، Indiegogo این امکان را برای کارآفرینان فراهم می‌کنند که ایده‌های خود را مستقیماً به مردم معرفی کرده و در ازای کمک‌ها، پاداش یا سهام ارائه دهند.

دلایل موفقیت را می‌توان دسترسی دموکراتیک به سرمایه با عبور از مؤسسات مالی سنتی، اعتبارسنجی بازار و مشارکت مشتریان و امکان حفظ کنترل بدون افزایش بدهی یا کاهش زیاد سهام دانست.

سرمایه‌گذاری جمعی به ویژه در صنایع خلاق، استارت‌آپ‌های فناوری و شرکت‌های اجتماعی محبوبیت دارد. با ظهور فناوری بلاکچین، پلتفرم‌های سرمایه‌گذاری جمعی غیرمتمرکز نیز در حال رواج هستند که شفافیت و امنیت بیشتری ارائه می‌دهند.

وام‌دهی هم‌تا به هم‌تا: پلتفرم‌های وام‌دهی هم‌تا به هم‌تا مانند LendingClub و Prosper با اجازه دادن به افراد و کسب‌وکارها برای دریافت وام مستقیم از سرمایه‌گذاران، بانکداری سنتی را مختل کرده‌اند. این پلتفرم‌ها اغلب نرخ بهره رقابتی‌تری و فرآیند درخواست ساده‌تری ارائه می‌دهند. از مزایای این روش می‌توان به تأیید سریع‌تر نسبت به وام‌های بانکی سنتی، نرخ بهره و هزینه‌های کمتر به دلیل کاهش هزینه‌های سرپار و انعطاف‌پذیری در شرایط و مبلغ وام اشاره کرد. با رشد بخش فناوری مالی، وام‌دهی هم‌تا به هم‌تا به یک گزینه اصلی برای استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای کوچک تبدیل شده است.

بدهی مخاطره‌آمیز برای استارت‌آپ‌هایی که قبلاً تأمین مالی خطرپذیر (Venture Capital) دریافت کرده‌اند، بدهی مخاطره‌آمیز راهی برای تأمین سرمایه بیشتر بدون کاهش مالکیت ارائه می‌دهد. این روش توسط شرکت‌ها یا بانک‌های خاص ارائه می‌شود و می‌توان از آن برای سرمایه در گردش، خریدها یا گسترش عملیات استفاده کرد. از مزایای این روش نیز میتوان به حفظ سهام برای بنیان‌گذاران و سرمایه‌گذاران فعلی، تکمیل تأمین مالی سهام بدون فشار فوری برای بازدهی و مانند روش قبلی، انعطاف‌پذیری بیشتر نسبت به وام‌های سنتی.

اگرچه بدهی مخاطره‌آمیز برای همه کسب‌وکارها مناسب نیست، اما برای آن‌هایی که پتانسیل رشد بالایی دارند اما دارایی ملموس محدودی دارند، بسیار مؤثر است.

تأمین مالی مبتنی بر درآمد: تأمین مالی مبتنی بر درآمد (RBF) مدلی نوآورانه است که در آن کسب‌وکارها در ازای درصدی از درآمد آینده خود سرمایه دریافت می‌کنند. این روش برای شرکت‌هایی با جریان‌های درآمدی مکرر، مانند کسب‌وکارهای مبتنی بر اشتراک، ایده‌آل است.

چرا RBF را انتخاب کنیم؟ زیرا بدون جدول بازپرداخت ثابت؛ بازپرداخت متناسب با درآمد انجام می‌شود. همچنین نیاز به وثیقه یا ضمانت شخصی ندارد، با عملکرد کسب‌وکار همگام است و استرس مالی را کاهش می‌دهد.

ارائه‌دهندگان RBF، مانند Pipe و Clearco، به دلیل تمرکز بر همسویی منافع سرمایه‌گذاران و کارآفرینان، محبوبیت یافته‌اند.

دارایی‌های توکن‌ایزه شده و عرضه اولیه سکه (ICOs): ظهور فناوری بلاکچین دارایی‌های توکن‌ایزه شده و عرضه اولیه سکه (Initial Coin Offerings) را به عنوان روش‌های تأمین مالی ممکن معرفی کرده است. توکن‌ایزه کردن شامل تبدیل دارایی‌های دنیای واقعی به توکن‌های دیجیتال است که می‌توان آن‌ها را در پلتفرم‌های بلاکچین معامله کرد. عرضه اولیه سکه به کسب‌وکارها اجازه می‌دهد با انتشار ارزهای دیجیتال یا توکن‌ها سرمایه جمع‌آوری کنند.

ویژگی‌های قابل توجه آن شامل دسترسی به مجموعه‌ای جهانی از سرمایه‌گذاران، نقدشوندگی بیشتر نسبت به دارایی‌های سنتی و شفافیت و قابلیت پیگیری بیشتر می‌شود. اگرچه ICOها با بررسی‌های نظارتی مواجه شده‌اند، اما همچنان انتخابی محبوب برای استارت‌آپ‌های بلاکچین و نوآوران فناوری هستند.

# درس‌هایی از تجربه مینا؛ راهکارهای گسترش صندوق پروژه در کشور

صندوق پروژه پذیرفته شده در بورس انرژی ایران به‌عنوان یکی از ابزارهای نوآورانه و تأثیرگذار در تأمین مالی پروژه‌های بزرگ، نقطه عطفی در تاریخ بازار سرمایه ایران به شمار می‌رود. این ابزار با هدف ایجاد پیوندی مؤثر میان سرمایه‌های خرد مردمی و نیازهای مالی پروژه‌های کلان طراحی شده است و توانسته نقش خود را در توسعه زیرساخت‌ها و ارتقای ظرفیت تولیدی کشور ایفا کند.

در این میزگرد، با محوریت اولین تجربه صندوق پروژه در ایران - صندوق پروژه برق پرند مینا - به واکاوی این ابزار از زوایای گوناگون پرداخته‌ایم. از نقطه شروع این ایده تا موانع پیش رو در فرآیند اجرا و دلایل عدم تکثیر آن در پروژه‌های مشابه، موضوعاتی است که مورد بحث قرار گرفته است. همچنین، به بررسی تأثیر اصلاحات مقرراتی و نقش آن‌ها در بازدهی این صندوق پرداخته شده و عملکرد آن به‌عنوان یک نمونه موفق مورد تحلیل قرار گرفته است.

از سوی دیگر، چالش‌هایی مانند پیچیدگی‌های مقرراتی، هزینه‌های مالیاتی، و نبود شفافیت کافی در زمان‌بندی پروژه‌ها، از جمله مسائلی است که راه‌اندازی و توسعه این ابزار را با موانع متعددی مواجه کرده است. در این میزگرد، علی نقوی، مدیرعامل وقت بورس انرژی ایران و امیرهامونی، عضو فعلی هیئت مدیره مینا و مدیرعامل سابق فرابورس ایران با بررسی وضعیت این صندوق، به نقش حیاتی صندوق پروژه در توسعه زیرساخت‌ها و تقویت اقتصاد ملی پرداخته‌اند.

آیا این ابزار می‌تواند بار دیگر جایگاه خود را در بازار سرمایه ایران پیدا کند و به ابزاری پایدار برای تأمین مالی پروژه‌های کلان تبدیل شود؟ این پرسش‌ها و دغدغه‌ها محور گفت‌وگوی این نشست بوده است.



## داستان اولین و آخرین صندوق پروژه بازار سرمایه با عنوان صندوق پروژه برق پرند مینا از کجا آغاز شد؟

**نقوی:** پس از تصویب مقررات مربوطه در سازمان بورس و اوراق بهادار مبنی بر راه اندازی صندوق پروژه، تصمیم بر این شد که به صورت پایلوت یک پروژه تعریف شود. در آن زمان مذاکرات مدیران وقت بورس انرژی با شرکت مینا برگزار شد و در نهایت، مینا پذیرفت که در این پروژه حضور داشته باشد و تامین مالی آن را انجام دهد. در سال ۱۳۹۶، مبلغی در حدود ۱۰۰ میلیارد تومان برای این پروژه تامین شد که در آن زمان حدود ۲۰۰ میلیون دلار بود و عدد قابل توجهی محسوب می شد و موجب به نتیجه رسیدن پروژه شد.

مزایای این پروژه برای مینا این بود که حدود ۹۰ درصد آن به اتمام رسیده بود و تنها برای ۱۰ درصد باقی مانده نیاز به تامین مالی وجود داشت. این روش، در مقایسه با سایر روش های موجود در مینا، جذاب تر بود. همچنین، برخی شرکت ها در حوزه تامین مالی پیشرو هستند و این موضوع به جذابیت بیشتر این مدل کمک می کرد.

از طرف دیگر در حوزه انرژی، صندوق پروژه به لحاظ ساختار و مفهوم تامین مالی، گزینه منطقی تر و مناسب تری نسبت به ابزارهای دیگر است. البته، دلایلی وجود دارد که چرا این مدل در ادامه موفق نشد که به آن ها اشاره خواهیم کرد.

یکی از دلایل اصلی این است که ما در بازار سرمایه هنوز با ابزارهای تامین مالی ساختاریافته آشنایی کامل نداریم و تجربه عملی زیادی در این زمینه نداریم. بازار سرمایه بیشتر به ابزارهایی عادت کرده است که یک سود میان دوره ای پرداخت می کنند و اطمینان می دهند که اصل سرمایه ظرف یک یا دو سال بازمی گردد. این موضوع به خصوص در شرایط تورمی کشور طبیعی به نظر می رسد. علاوه بر این، دوره های تکمیل پروژه ها در کشور ما معمولاً شفاف نیستند و پیش بینی ها اغلب طولانی تر از واقعیت است.

نکته دیگر به مقررات مربوط می شود. در مقایسه با ابزارهای دیگر، برخورد مقرراتی با صندوق پروژه سخت گیرانه تر است. برای مثال، انتشار سلف موازی برق، در صورت وجود تضامین، ظرف کمتر از دو ماه امکان پذیر است. در حالی که راه اندازی صندوق پروژه معمولاً بیشتر زمان می برد تا ارکان و قراردادهای مربوطه تکمیل شوند. به همین دلیل، متقاضیان تامین مالی تمایل بیشتری به استفاده از سایر ابزارها دارند.

از طرف دیگر، بسیاری از صاحبان صنایع و سرمایه گذاران تمایلی ندارند که منافع حاصل از پروژه را با سرمایه گذاران به نسبت بیشتری تقسیم کنند. موفقیت صندوق پروژه به این بستگی دارد که منافع پروژه، به طور مثال ۸۰ درصد، به شکلی عادلانه تقسیم شود؛ به این صورت که حداقل ۴۰ درصد آن به سرمایه گذاران اختصاص یابد. این نرخ بازدهی باید از ابزارهای دیگر بالاتر باشد. اما در بسیاری از شرکت های تامین سرمایه و سرمایه گذاری، دیدگاه این است که سقف نرخ تامین مالی موجود در بازار باید برای صندوق پروژه نیز اعمال شود، که این موضوع مانع از تقسیم بیشتر منافع با سرمایه گذاران می شود. در نهایت، صندوق پروژه ای که با هدایت آقای هامونی در فرابورس برای یک پروژه ساختمانی راه اندازی شد، موفق بود و بازدهی بالایی داشت. اما به دلیل عدم تمایل به تقسیم منافع، این مدل نیز ادامه نیافت.

## تجربه مینا در استفاده از ابزار صندوق پروژه چگونه بوده و چه عواملی در اجرای این مدل موثر بوده اند؟

**هامونی:** از نگاه مینا، ابزار سرمایه گذاری پروژه یک ابزار بسیار کارآمد است. ما مدتی در نقش سرمایه گذار پروژه از یک طرف میز بودیم و حالا چند صباحی است که به طرف دیگر میز آمده ایم. مدلی که مینا برای سرمایه گذاری پروژه طراحی کرده، امروزه در برخی از هلدینگ ها تدریس می شود. این ابزار هنوز ناشناخته است و طراحی آن به دلیل پیچیدگی هایش، نیازمند صبر و تجربه است. در محیط

کسب و کار ایران، ساخت ابزار و نهادسازی چالش های بسیاری دارد. تجربه هایی که ما در بورس انرژی و فرابورس به دست آورده ایم، نشان می دهد که این فرآیند بسیار زمان بر و پیچیده است. با این حال، من مانند برخی دیگر به این ابزار بدبین نیستم و مطمئنم که این پروژه آخرین نمونه نخواهد بود.

در واقع، صندوق پروژه مینا در حال حاضر به عنوان یک کسب مطالعاتی در چند هلدینگ ارائه شده و با استقبال روبه رو بوده است. اما سوالی که مطرح است، این است که چرا اجرای این ابزار این قدر زمان برد؟ به یاد دارم از روزی که ایده صندوق پروژه مطرح شد، بخشی از کارهای طراحی و ساختار سازی آن در بازار سوم فرابورس انجام گرفت. سپس، پذیرهنویسی به دلیل ماهیت برق پروژه در بورس انرژی انجام شد.

یکی از پروژه های شاخص ما در این زمینه، مربوط به نیروگاه برق پرند مینا بود. این نیروگاه در سال ۱۳۹۱ با شش واحد گازی تأسیس شد و تا سال ۱۳۹۵ تنها در حوزه گاز فعالیت می کرد. هدف این بود که نیروگاه به سیکل ترکیبی تبدیل شود؛ یعنی برای هر دو واحد گاز، یک واحد بخار اضافه شود. این فرآیند، بدون افزایش مصرف سوخت، تولید برق را از ۹۰۰ مگاوات به ۱۳۰۰ تا ۱۴۰۰ مگاوات افزایش می داد. صندوق پروژه برای تحقق این هدف راه اندازی شد و سه واحد بخار نیروگاه به ترتیب از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ به بهره برداری رسیدند که در مجموع ۴۸۰ مگاوات به ظرفیت برق کشور اضافه کرد.

ارتباط استراتژیک مینا با بورس انرژی از گذشته وجود داشته است. مینا در ترکیب سهامداری و هیئت مدیره بورس انرژی نقش داشته و همواره همراهی نزدیکی با این بازار داشته است. اما استفاده از ابزار صندوق پروژه، ابتکار بورس انرژی و به طور خاص دکتر حسینی بود. ایشان شخصاً پیگیری های مداوم و مستمری برای تحقق این هدف انجام دادند. به عنوان مثال، برای معامله سهام خاص در بازار سوم فرابورس، دکتر حسینی و حتی مدیرعامل وقت مینا، آقای دکتر علی آبادی، هفتگی این موضوع را پیگیری می کردند تا این نهادسازی به نتیجه برسد.

یکی از چالش های بزرگ، مسئله مالیات بر نقل و انتقال سهام بود. برای انتقال دارایی های شرکت برق پرند مینا که یک شرکت سهامی خاص بود، به صندوق پروژه ای که قرار بود در بازار پذیرهنویسی شود، مالیات ۴ درصد ارزش اسمی دارایی ها باید پرداخت می شد. با توجه به سرمایه ۹۰۰ میلیارد تومانی مینا، این مالیات حدود ۳۶ میلیارد تومان می شد.

این فرآیند نشان می دهد که در محیط کسب و کار ایران، اجرای این ابزارها نیازمند دقت، انعطاف و بهره گیری از فرصت های مقرراتی است. اما نتیجه گیری نهایی این است که ابزار صندوق پروژه، با وجود تمام چالش ها، همچنان یکی از مناسب ترین روش ها برای تامین مالی پروژه های بزرگ محسوب می شود.

این پروژه دستاوردهای بزرگی داشت. نیروگاه پرند مینا به یک نیروگاه سیکل ترکیبی تبدیل شد، ظرفیت تولید برق آن ۴۸۰ مگاوات افزایش یافت، و راندمان نیروگاه به ۵۰ درصد رسید. همچنین، قابلیت اطمینان نیروگاه، با توجه به دانش فنی مینا، به بالای ۹۸ درصد رسید که یک عدد بسیار چشمگیر است. این نیروگاه که برق جنوب غرب تهران و جاده تهران-ساوه را تأمین می کند، از اهمیت بالایی برخوردار است. علاوه بر این، دوره های تعمیرات اساسی نیروگاه که در برخی از نیروگاه ها به چندین ماه می رسد، در مینا به تنها ۱۲ روز کاهش یافته است.

با وجود موفقیت این پروژه، هزینه های ایجاد نهادهای مشابه به دلیل عدم وجود مزیت های مالیاتی، بسیار بالا رفته است. با این حال، ما همچنان در مینا و برخی هلدینگ های دیگر در حال مطالعه این ابزار هستیم و امیدواریم که بتوانیم پروژه های مشابهی را اجرا کنیم. این قطعاً آخرین تجربه ما با صندوق پروژه نخواهد بود.

## آیا قوانین اخیر تأثیری بر حل مشکلات مالیاتی و توسعه صندوق پروژه داشته اند؟

**نقوی:** بله، قانون جدید تأمین مالی و زیرساخت ها که دو ماه پیش ابلاغ شد، گام مهمی در رفع مشکلات مالیاتی و توسعه ابزار صندوق پروژه بوده است. این قانون دو ماده کلیدی دارد که به طور مستقیم به حل چالش های پیشین کمک می کند. ماده کلیدی اول مربوط به معافیت مالیاتی انتقال دارایی است. پیشیندهای که ارائه دادیم در این قانون لحاظ شده است؛ بر اساس آن، انتقال دارایی از شرکت به صندوق پروژه و بالعکس، معاف از مالیات شد. این تغییر، یکی از بزرگ ترین موانع پیشین را رفع کرده است. پیش تر، شرکت ها مجبور بودند برای نقل و انتقال دارایی به صندوق، هزینه های مالیاتی سنگینی پرداخت کنند که این موضوع فرآیند را زمان بر و هزینه بر می کرد.

ماده بعدی مربوط به اجازه تأسیس صندوق پروژه توسط شرکت های دولتی است. این قانون به شرکت های دولتی اجازه تأسیس صندوق پروژه را داده است. این تغییر می تواند راه را برای مشارکت فعال تر نهادهای بزرگ دولتی مانند شرکت ملی نفت و شرکت گاز در این حوزه هموار کند. پیش تر، چنین محدودیتی باعث می شد بسیاری از ظرفیت های بالقوه در کشور بلااستفاده بمانند.

ما همچنین از طریق بورس انرژی، تقاضاهایی از وزارت نفت، شرکت نفت، و شرکت گاز برای مشارکت و استفاده از این ابزار جدید ثبت کرده ایم. این ارتباطات نشان دهنده علاقه و تمایل نهادهای بزرگ دولتی به بهره گیری از صندوق پروژه در تأمین مالی پروژه های زیرساختی و انرژی است.

با تصویب این قانون، چشم انداز روشن تری برای استفاده از صندوق پروژه به عنوان ابزاری مؤثر در تأمین مالی پروژه های بزرگ فراهم شده است. رفع مشکلات مالیاتی و گشودن مسیر برای شرکت های دولتی، می تواند نقش مهمی در توسعه زیرساخت ها و پیشبرد پروژه های ملی داشته باشد.

**هامونی:** موفقیت این پروژه در این است که این صندوق پروژه اولین اوراق قابل تبدیل به سهام در ایران است ما روز اول سهام نیروگاه پرند را منتقل کردیم به عنوان سهامی خاص به صندوق، یونیت های صندوق در بورس انرژی آمد و پذیره نویسی شد و سرمایه گذاران و مردم آمدند و مشارکت کردند. این اتفاق برای ۱۰۰ میلیارد تومان افتاد ولی امروزه که در خدمت شما هستیم ده هزار میلیارد تومان ارزش صندوق است.

## اگر نگاهی بازاری به این روند داشته باشیم، عملکرد و بازدهی صندوق پروژه در سال های اخیر چگونه بوده و چه عواملی در این موفقیت تأثیر گذار بوده اند؟

**نقوی:** بازدهی صندوق در سال های اخیر بسیار چشمگیر بوده است و اصلاحات مقرراتی نیز در این مسیر نقش مؤثری ایفا کرده اند. در زمینه تأمین مالی پروژه ها، انتخاب بین شرکت پروژه و صندوق پروژه بستگی به ماهیت پروژه دارد. به عنوان مثال، در پروژه هایی مانند میادین نفت و گاز یا نیروگاه ها، صندوق پروژه عملکرد بهتری از خود نشان می دهد و کارآمدتر است.

از سال ۱۳۹۶ تاکنون، بازدهی اوراق در بازار بورس انرژی رشد قابل توجهی داشته است. به طوری که تا پایان سال گذشته، قیمت این اوراق با ۲۱۹ درصد افزایش به ۱۱۹۳ تومان (۱۱،۹۳۸ ریال) رسیده است. این رشد از بهترین نمونه های بازدهی در بازار به شمار می رود. با این حال، صندوق در این مدت افزایش سرمایه های نداشته است. در عین حال، حجم معاملات بسیار بالا بوده است. برای مثال، ۱۰۰ میلیارد تومان سرمایه صندوق توانسته معاملاتتی به ارزش ۱۴۰۰ میلیارد تومان را به ثبت برساند. گردش مالی صندوق نیز به ۱۴ هزار میلیارد ریال رسیده است که نشان دهنده ۱۴ برابر شدن میزان معاملات نسبت به سرمایه اولیه در دست مردم است. این آمارها حاکی از پویایی و جذابیت عملکرد صندوق در بازار است.

# شهاب سنگی به نام صندوق پروژه



امیر تقی خان تجریشی  
صاحب نظر  
بازار سرمایه

صندوق پروژه برق پرند مینا، تنها پروژه اجرا شده صندوق پروژه در بازار سرمایه ایران است که هر چند نسخه‌های پیشرفته و توسعه یافته داشت، اما تکرار نشد. این نوع از صندوق‌ها، برای تامین مالی پروژه شرکت‌ها کاربرد دارند و امکان سرمایه‌گذاری در پروژه هدف‌گذاری شده را برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌کنند.

صندوق پروژه یا همان Project Fund، سرمایه‌های خرد جمع‌آوری شده را در پروژه‌هایی با توجیه اقتصادی سرمایه‌گذاری می‌کند. و در نهایت، پس از بهره‌برداری پروژه، صندوق تصفیه شده و دارندگان اوراق به سهامداران شرکت تبدیل می‌شوند.

تامین مالی حاصل از صندوق پروژه در بازار اولیه بورس انجام می‌شود. این بازار، نقش مهمی در توسعه مالی دارد و می‌تواند تأثیرات زیادی بر اقتصاد و سیستم مالی یک کشور داشته باشد. افزایش میزان کمی و بهبود فرآیندهای کیفی تامین مالی مهمترین تأثیر توسعه بازار اولیه است.

به طور کلی فعالیت‌های بازار اولیه موجب تقویت و توسعه بازار سرمایه می‌شود. این امر، بهبود عملکرد کلی بازارهای مالی را در پی دارد و در نتیجه، اعتماد سرمایه‌گذاران به این بازارها افزایش می‌یابد.

همچنین این نوع از صندوق‌ها می‌تواند به عنوان راه حلی برای مشکل کمبود بودجه دولتی و خصوصی و ناتمام ماندن پروژه‌های زیرساختی مطرح شود. در اکثر کشورهای در حال توسعه، استفاده گسترده از این روش تامین مالی وجود داشته، اما در ایران هنوز به این روش تامین مالی اهمیت چندانی داده نشده و وظیفه تامین مالی پروژه‌های کلان ملی همواره بر دوش دولت گذاشته شده است.

صندوق پروژه می‌تواند مزایای فراوانی از جمله ایجاد شفافیت مالی، مدیریتی، فنی و مهندسی در راستای افزایش بهره‌وری احداث و تکمیل پروژه‌های زیربنایی، ایجاد حق نظارت برای سرمایه‌گذاران به واسطه دسترسی به تمامی اطلاعات پروژه از طریق تارنمای صندوق، افزایش بهره‌وری مصرف منابع مالی و در نتیجه کاهش تزیق بی حساب پول در پروژه و در نهایت وجود امکان افزایش سرمایه‌گذاری در امیدنامه صندوق به آن اشاره می‌شود، به ارمان بیاورد. همه موارد یاد شده مزایایی است که دیگر روش‌های مشارکت مردمی از جمله فروش اوراق بدهی، BOT و دیگر روش‌ها نتوانستند آن‌ها را در خود لحاظ نمایند. حال برای آن که فرآیند راه‌اندازی و افول ستاره صندوق پروژه در آسمان بازار سرمایه ایران را بررسی کنیم، از امیر تقی خان تجریشی که در آن زمان به عنوان مدیرعامل گروه مالی آرمان آتی، مدیریت و راه‌اندازی این پروژه را بر عهده داشتند، درخواست کردیم که داستان درخشش و افول این ستاره را برای ما تعریف کنند.

## نیازی که تبدیل به صندوق پروژه شد

**تجریشی:** یکی از اهداف ابتدایی بازار سرمایه، توسعه بازار اولیه است که به تشکیل سرمایه کمک می‌کند. بازار اولیه (Primary Market) بخشی از بازار مالی است که در آن اوراق بهادار جدید برای اولین بار به عموم سرمایه‌گذاران عرضه می‌شود. این بازار جایی است که شرکت‌ها، دولت‌ها و سایر نهادها از طریق انتشار اوراق بهادار مانند سهام و اوراق قرضه برای اولین بار، سرمایه مورد نیاز خود را جذب می‌کنند. از آنجا که ایران جزو کشورهای در حال توسعه است و پروژه‌های متعددی در حال اجرا دارد، نیازمند تامین مالی این پروژه‌ها و توسعه آنهاست در چنین شرایطی برای مدیریت نقدینگی که هدف‌گذاری‌های مختلفی اعم از سپرده‌گذاری در بانک، سفته‌بازی، ورود به بازارهای موازی برای کسب سود را دنبال می‌کند، را می‌توان به سمت توسعه اقتصاد مولد کشور از مسیر ورود به بازار اولیه سوق داد. بی‌تردید، مهم‌ترین عامل در آن، ایجاد انگیزه کسب بهره‌وری بالاتر از میان سایر گزینه‌های سرمایه‌گذاری موجود است.

در جریان فعالیت‌های اقتصادی، فرصت‌های سرمایه‌گذاری زیادی در راستای تکمیل پروژه‌های توسعه‌ای برای شخصیت‌های حقوقی با بازه بیش از حد انتظار ممکن می‌شود، اما این شرایط برای اشخاص حقیقی کمتر پیش می‌آید. بنابراین، ایجاد فرصت سرمایه‌گذاری در کسب و کارها از طریق ابزارهای بازار سرمایه، همواره به عنوان یک دغدغه مطرح بوده است تا اشخاص بتوانند سرمایه خود را در این راستا به کار گیرند.







## داستان آغاز شد

ایده اصلی داستان از این جا شکل گرفت که با طراحی چه ابزارهایی در بازار سرمایه می‌توان، سرمایه‌های خرد را جمع آوری، و تامین مالی پروژه‌ها را با این منابع انجام داد. دغدغه‌هایی که نهاد ناظر برای این موضوع داشت، حول محور پروژه‌ها آغاز شده، اما به انجام نرسیده بود. اراده سیاست‌گذاران مبنی بر کاهش ریسک برای سرمایه‌گذاران خرد بود، که این ریسک باید از ذیل بازار سرمایه کاهش پیدا می‌کرد.

بنابراین، با توجه به محدودیت‌هایی که برای طراحی ابزارها وجود داشت، به این سمت‌وسو حرکت کردیم که دغدغه پوشش ریسک را تا حد ممکن برای نهاد ناظر، مرتفع کنیم. یکی از نگرانی‌ها، عدم تجمع منابع مالی کافی و ضرر سهامداران خرد و رکن نهاد پاسخگو در این مواقع بود که برای پاسخ به این دغدغه نیز رکن متعهد پذیرهنویس به صندوق پروژه افزوده شد. همچنین، یک رکن دیگر به نام بازارگردان برای روان‌سازی جریان نقدینگی در خرید و فروش واحدهای صندوق پروژه تعریف شد.

## ظهور ناظر مستقل و سپس ورود مینا به کارزار

حال دغدغه‌ای از جنس فنی و اقتصادی مطرح شد، که اگر در این شرایط، روند پروژه به درستی پیش نرود یا منابع آن به درستی استفاده نشود، چه فرآیندی برای نظارت نیاز به ایجاد است، برای رفع این دغدغه نیز ناظر مستقل تعریف شد که روند پیشرفت پروژه را کنترل کند.

برای پاسخ به تمامی این دغدغه‌ها و رفع نیاز تامین مالی پروژه‌ها، صندوق پروژه شکل گرفت و شرکت مینا به عنوان اولین و البته آخرین شرکت، به این فرآیند ورود پیدا کرد تا نیروگاه سیکل گازی برق بپرد مینا، تامین مالی شود.

## حال شاید این سوال مطرح شود که مینا چرا داوطلب شد؟

مینا به عنوان یک شرکت بزرگ و ناشر پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، می‌توانست به راحتی تاییدیه استانداردهای مورد نیاز سازمان بورس را کسب کند. همچنین در آن زمان سیستم بانکی و بازار پول قفل شده بود و امکان ارائه تسهیلات بانکی وجود نداشت. از سوی دیگر، چندین فقره انتشار اوراق نیز از سوی مینا صورت گرفته بود که سقف انتشار را پر کرده بود. مجموعه این عوامل باعث شکل‌گیری این صندوق پروژه شد. در این فرآیند، موضوع مدیریت ریسک از اهمیت بالایی برخوردار بود. بنابراین، این پیش شرط اعمال شد که مالک نیز آورده‌ای در صندوق داشته باشد. شرکت مینا این پیش شرط را پذیرفت و با سرمایه‌گذاری اولیه خود نخستین صندوق پروژه راهی بازار سرمایه کشور کرد.

## چرا ادامه پیدا نکرد؟

میزان بالای ریسک‌گریزی و محافظه‌کاری در این صندوق، سبب کاهش جذابیت آن نیز شد. هرچند روند اجرایی دغدغه‌های ناظر را حل کرد اما ریسک‌گریزی و محافظه‌کاری بالا، تشکیل سرمایه را سخت کرده و می‌تواند دلیلی بر تکرار نشدن باشد.

در نسخه‌های بعدی سعی بر این بود تا یک سری از موارد کمرنگ‌تر شود و عملاً شرکت‌های سهامی عام پروژه مطرح شدند. به نظر می‌رسد صندوق پروژه، دین خود را به تامین مالی پروژه به این شکل ادا کرد که نشان دهد آنچه در ذهن ناظر است را اگرچه می‌توان محقق کرد، اما آنقدر دشوار است که تکرار آن سخت است؛ بنابراین، بهتر است تسهیلاتی برای آن قایل شد که از دل آن، عملاً سهامی عام پروژه به نوعی نسخه بعدی صندوق پروژه بود، زاده شد.



# هزار راه تامین مالی برای کوچک و متوسطها

تامین مالی در کسب و کارهای کوچک و ایده های خلاقانه در اکثر موارد باید در حجم کوچک آغاز شود تا کم کم به استقلال مالی و توانی برای توسعه عملیات خود برسند. به طور میانگین، ۷۷ درصد از کسب و کارهای کوچک نمی توانند به صورت مستقل شروع به کار کنند و حتما نیازمند تامین مالی از منبعی خارجی خواهند بود. از انواع وامها گرفته تا دریافت ضمانتنامه های دولتی و غیردولتی، شیوه های مختلفی برای تامین مالی کسب و کارهای کوچک وجود دارند که با توجه به نوع کسب و کار، صنعت هدف و وضعیت اقتصادی منطقه عملیاتی آن چالشها و فرصتهای مرتبط به خود را شامل می شوند.

انتخاب گزینه تامین مالی مناسب برای یک کسب و کار تأثیر مستقیمی بر رشد استراتژیک و گسترش افق توسعه ای آن دارد. این انتخاب متأثر از پارامترهای مختلفی است که از آن جمله می توان به اعتبار مالی کارآفرین یا کارآفرینان، وجود پروژه های ملی برای پشتیبانی از فعالیتهای کارآفرینی، گستردگی شبکه ارتباطی کارآفرین، میزان انطباق مدل کسب و کاری با نیازهای منطقه و الزام محصولات آن اشاره کرد.

مهم ترین پارامتر برای تامین مالی در قالب هر کدام از شیوه هایی که در ادامه به آنها می پردازیم، داشتن یک مدل کسب و کاری و درآمدی مشخص، ادامه دار و به روز است. علاوه بر این، اکثر بانکها یا شرکتهای مخاطره پذیر برای ارائه وام به کسب و کارها به یک طرح توجیهی قدرتمند و با گامهای منطقی و روشن نیاز دارند؛ به همین دلیل، کارآفرین باید یک قدم جلوتر از ایده خود باشد و با مطالعه و اندازه گیری پارامترهای درآمدی فرایند سودآوری و بازگشت سرمایه را توضیح دهد.



هر کدام از موارد زیر باید به شکلی اختصاصی برای کسب‌وکار هدف کالیبره شود. مهم‌تر اینکه این شیوه‌ها معمولاً به صورت ترکیبی استفاده می‌شوند و اتکای انحصاری به یکی از آن‌ها هرگز پاسخگوی نیاز مستمر کسب‌وکار به سرمایه نخواهد بود.

### 1 تأمین مالی با سهام کردن سرمایه‌گذار در درآمد

این شیوه به نوعی تعریف شریک‌های تجاری برای خود با واگذاری بخشی از مالکیت دارایی‌های مرتبط با کسب‌وکار است. برای کسب‌وکارهایی که به سرمایه‌گذاری فوری نیاز دارند، این شیوه بهترین گزینه است. در این شیوه از تامین مالی، کارآفرین باید ایده و مدل کسب‌وکاری خود را در بهترین شکل ممکن به یک سرمایه‌گذار ارائه و با تضمین درآمد به او سرمایه جذب کند. علاوه بر این، جذابیت این سرمایه‌گذاری برای سرمایه‌گذار از کانون درآمدی کسب‌وکار خلق می‌شود و همین امر بر تأثیر طرح توجیهی کارآفرین تأکید می‌کند. به این معنی که کسب‌وکار در ازای دریافت سرمایه موردنیاز، تعهد پرداخت بخشی از درآمد را به سرمایه‌گذار می‌دهد.

### 2 وام مبتنی بر دارایی

بسیاری از بانک‌ها، به خصوص انواع خصوصی، در قبال دریافت مستندات دارایی مانند سند مغازه، یا هر سند معتبر دیگر، به کسب‌وکارهای کوچک وام می‌دهند. در این شیوه از تامین مالی، سرمایه‌گذار استراژی خاصی برای بهره‌گیری از فعالیت‌های کسب‌وکار ندارد و فقط بر اعتبار سند واگذار شده تکیه می‌کند. حتی برخی از بانک‌ها وجود دارند که بر مبنای گردش مالی یا نگهداشت سرمایه در حساب بانکی برای بازه‌های ۳، ۶ یا ۱۲ ماهه حاضرند ۲ یا چند برابر دارایی به کارآفرینان وام دهند.

### 3 حساب‌های تجاری

اکثر بانک‌ها، به خصوص انواع دولتی، تسهیلات ویژه‌ای به کسب‌وکارها ارائه می‌دهند. برای دریافت این نوع از تامین مالی‌ها کارآفرینان باید حساب‌های تجاری با نام شرکت ایجاد کنند. بر اساس آمارها، تقریباً ۸۵ درصد از کارآفرین‌هایی که حساب تجاری به نام شرکت ایجاد کرده‌اند از طریق بانک‌ها توانسته‌اند بخشی از تامین مالی مورد نیاز خود را محقق سازند. این شیوه مخصوص برای تامین مالی مستمر و ایجاد رگه‌های اعتماد بین بانک و کسب‌وکار مهم است. برای سیستم بانک‌ها به صورت مستمر طرح‌های توسعه کسب‌وکار تعریف می‌شوند و آن‌ها غالباً موظف به حمایت از صنایع‌اند.

### 4 حمایت‌های دوستان و خانواده

این شیوه از تامین مالی کم‌هزینه‌ترین نوع آن نیز هست. بسیاری از کارآفرینان امکان این را دارند که مبالغ قابل توجهی را از شبکه‌های ارتباطی نزدیک خود جمع‌آوری کنند. وام‌های خانوادگی، ایجاد شرکت‌های خانوادگی و حتی تعاونی‌های روستایی از جمله شیوه‌های شبکه سازی برای تامین مالی یک کسب‌وکار هستند. هرچقدر گره ارتباطی با اعضاء این شبکه‌ها قابل اتکاتر باشد، میزان وام بیشتر و هزینه آن نیز کمتر خواهد بود.

### 5 سرمایه‌گذاری جمعی

شیوه‌ای فوق‌العاده کاربردی که در چند سال اخیر باب شده‌است، تامین مالی از کانال فناوری و از طریق ارتباط‌های اجتماعی است. در این مدل از تامین مالی، کارآفرین ایده و مدل درآمدزایی خود را برای دریافت سرمایه لازم در ایجاد یا توسعه کسب‌وکار به اشتراک می‌گذارد. در ادامه، مخاطبان او به دلایل مختلف، حاضر به پرداخت مبالغ مختلفی برای تامین مالی ایده کسب‌وکاری او می‌شوند. در اکثر موارد میزان این مبالغ بسیار کم است، اما حجم اشتراک‌ها آنقدر زیاد است که در ادامه به ارقام نجومی هم می‌رسد. نمونه بارز این شیوه وبسایت **Angellist** است که در آن کارآفرینان ایده‌های خود را برای جلب توجه مخاطبان و دریافت سرمایه به اشتراک می‌گذارند. این شیوه همچنین پایدارترین شیوه و جامعه‌پسندترین آن‌ها در تامین مالی برای کسب‌وکارهای نوپاست.

### 7 ضمانت‌نامه‌های دولتی و کمک‌های سازمانی

بسیاری از سازمان‌های دولتی برای طرح‌های کسب‌وکاری خاص گزینش‌های قابل توجهی تعریف کرده‌اند. این ضمانت‌نامه‌ها به صورت اختصاصی برای ایده‌هایی هستند که بر روی یک موضوع مورد علاقه این سازمان‌ها تمرکز دارند. برای مثال، وزارت کشاورزی برای طرح‌های مرتبط با تامین بهینه آب برای مناطق خشک ضمانت‌نامه‌های قابل توجهی تعریف کرده و کسانی که ایده‌های خوبی در زمینه استفاده بهینه از آب در فعالیت‌هایی چون کشاورزی و باغداری دارند می‌توانند از این ضمانت‌نامه‌ها بهره بگیرند. در صنایع دیگری چون بیمه، نفت و انرژی نیز پروژه‌ها به صورت سالانه در وبسایت‌های رسمی منتشر می‌شوند و کارآفرینان با مراجعه به این سایت‌ها می‌توانند امکان تامین مالی از طریق این گزینش‌ها را بررسی کنند.

### 6 بازارهای مالی

این شیوه از تامین مالی شاخص‌ترین آن‌ها برای شرکت‌های بزرگ و شناخته‌شده است. برای شرکت‌های کوچک و حتی آن‌هایی که هنوز در حد ایده هستند، رسیدن به مرحله‌ای از توسعه که امکان ارائه در بازارهای مالی باشد بسیار سخت‌تر است، اما غیرممکن نیست. برای مثال، استارت‌آپ‌های فعال در حوزه فناوری در شرکت با شرکت‌های سرمایه‌گذاری ایده‌های ناب خود را در بازارهای ارز دیجیتال به سرمایه‌های کلانی می‌رسانند. این شیوه به یک مدل کسب‌وکاری فوق‌العاده جذاب نیاز دارد که نه تنها سرمایه‌گذاران کلان را جذب کند، بلکه برای مخاطبان دنیای فناوری نیز به اندازه کافی جذاب باشد.

### 8 تأمین مالی از طریق درآمد مستمر

این شیوه مستقل‌ترین مسیر در تامین مالی با حفظ تمامیت کسب‌وکار در اختیار سرمایه‌گذاران و ایده‌پردازان اولیه است. در این شیوه از تامین مالی کسب‌وکار تنها بر جریان درآمدی خود تکیه می‌کند و با تعریف یک مدل درآمدی مستمر و پویا برنامه‌های توسعه‌ای خود را نیز پیش می‌برد. تعریف یک مدل کسب‌وکاری که بتواند چنین شیوه‌ای را پیاده‌سازی کند بسیار دشوار اما شدنی است. برای ایجاد چنین مدل‌هایی کسب‌وکارهای کوچک باید مدل‌های موفق قدیمی و بخصوص در کلاس جهانی را با جزئیات بررسی و مدل‌های کسب‌وکاری خود را متناسب با آن‌ها کالیبره کنند.

### 9 سرمایه‌گذاران خطرپذیر

در اکثر کشورها شرکت‌ها و هلدینگ‌های سرمایه‌گذاری وجود دارند که بر روی ایده‌ها و طرح‌های کسب‌وکاری خوب سرمایه‌گذاری می‌کنند. شیوه مشارکت آن‌ها غالباً یا به صورت درصد از سود است یا اینکه به صورت پرداخت وام‌ها با نرخ بهره بالاست. در اکثر شیوه‌های مشارکتی، آن‌ها قدرت مدیریتی و بازاریابی خود را برای توسعه کسب‌وکار به اشتراک می‌گذارند که خود مزیت فوق‌العاده‌ای برای شرکت‌ها با تجربه کمتر در تجارت داخلی و بین‌المللی است. برای کارآفرینان در صنایع مختلف، اولین گام تعریف یک مدل کسب‌وکار شدنی و درآمدزاست. چنین مدلی باید بیشتر از هر مورد دیگر بر روی شیوه تامین مالی تمرکز داشته باشد. شبکه سازی اساسی‌ترین شیوه در تامین مالی است و تقریباً با هر روشی که کسب‌وکار بخواهد یا بتواند به تامین مالی بپردازد، داشتن لینک‌های قابل اتکا به افراد و سازمان‌های تامین کننده سرمایه حیاتی است. در نهایت، تامین مالی باید ترکیبی از ریسک و واگذاری بخشی از سود یا مالکیت کسب‌وکار و پتانسیل توسعه عملیات باشد؛ به این معنی که باید تعریف درستی از ریسک اشتراک ماهیت و درآمد کسب‌وکار و پتانسیل مالی که جذب شده وجود داشته باشد و با این آگاهی مبنا کارآفرین یا کسب‌وکار وارد فرایند تامین مالی شود. بخصوص، هر شیوه‌ای که برای تامین مالی انتخاب شود، به یک مدل توجیه کننده برای تعریف روند استفاده از سرمایه جذب شده و درآمدزایی از آن نیاز است.



# چهره اقتصاد در ۱۰۰ سال آینده

در سال ۱۹۳۰ اقتصاددان مشهور انگلیسی جان مینارد کینز مقاله‌ای با عنوان احتمالات اقتصادی برای نوه‌هایمان نوشته بود که در آن به پیش‌بینی اقتصاد در سال ۲۰۳۰ پرداخته بود. در این مقاله، کینز بسیار خوشبینانه چهره اقتصادی جهان در ۱۰۰ سال بعد را ترسیم کرده بود، اگرچه سال‌های دهه ۳۰ میلادی با رکود بزرگ (با شروع از ۱۹۲۹) اقتصادی همراه بود. از دید کینز وضعیت اجتماعی تا پایان ۲۰۳۰ بهبود بسیار چشم‌گیری خواهد داشت؛ مثلاً شاخص‌های مرتبط با استانداردهای زندگی ۴ تا ۸ برابر بهبود می‌یابد یا ساعات کار هفتگی به کمتر از ۱۵ ساعت می‌رسد (که اولی بسیار دقیق و دومی هنوز با واقعیت فاصله زیادی دارد).

## وضعیت اقتصادی جهان در ۱۰۰ سال آینده

از دید بسیاری از متخصصان ۱۰۰ سال آینده برای اقتصاد جهان به شدت تحت تأثیر پارامتر فناوری خواهد بود. برخی، خوشبینانه، بر این باورند که فناوری باعث می‌شود که سطح بهره‌وری در عملیات انسانی به حدی برسد که تولید ناخالص جهانی در ۱۰۰ سال آینده ۱۳ برابر خواهد شد. برخی دیگر بر این باورند که صلح کنونی و تعاملات در سال‌های آینده شکسته می‌شود و از هم‌گسستن‌ها باعث توقف روندهای صعودی می‌شود، هرچند همچنان روندی افزایشی در بهبود GDP را شاهد خواهیم بود.

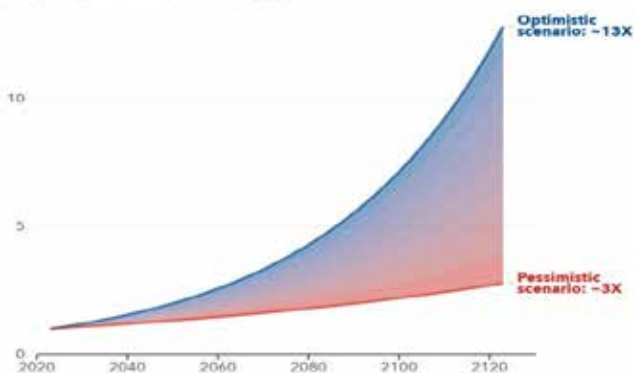
در دوران کرونا نزدیک به ۱ تریلیون دلار برای کنترل این همه‌گیری جمع‌آوری شد، آن‌هم در بازه‌های کوتاه و بدون کمترین مقاومت‌ها. انتظار می‌رود در ۱۰۰ سال آینده این نرخ همکاری بسیار بالاتر باشد و فعالیت‌های عامل‌منفعه با شتاب و کیفیت بیشتری از استراتژی به اجرا برسند. اما شبیه دوران کینز و رکود بزرگ سال‌های ۱۹۲۹ و بعد از آن، جهان امروز نیز چالش‌های اقتصادی خاص خود را دارد. آمریکا به عنوان اقتصاد اول جهان به تازگی از یک رکود بزرگ خارج شده، که البته بدترین رکود از زمان کینز نیز بوده‌است. آینده اقتصاد اروپا نیز بسیار متزلزل است و بحران‌هایی چون انرژی هر سال اقتصاد آن را به چالش می‌کشند. همچنین، رشد شدید اقتصادی در کشورهایی چون هند و چین نیز از شتاب افتاده و وابستگی کشورهای نوظهور دیگر به این اقتصادهای متزلزل بسیار بالاست.

اگرچه تهدیدات مرتبط با رشد جمعیت و جنگ امروز نسبت به دهه‌های ابتدایی قرن بیستم بسیار کمتر است، اما بحران‌های دیگری چون تغییرات اقلیمی و کاهش دسترسی به منابع انرژی بسیار جدی‌ترند. کشورهایی چون هند و چین که امیدهای جهان در حفظ روند صعودی در بهبود اقتصادی هستند با احتمال بسیار بالا نتوانند استانداردهای کنترل اقلیمی را رعایت کنند و رشد‌های بیشتر با تهدیدات اقلیمی بیشتر همراه خواهند بود.

نکته دیگر رشد غیرواقعی شرکت‌های حوزه فناوری و اطلاعات - محور بودن رشد‌های اقتصادی در بازارهای مالی است. به عبارتی، تعادل در رشد صنایع در حال به هم خوردن است و جریانات مجازی و شرکت‌های پشتیبان آن حساب‌های زیادی در بازارهای مالی و جذب سرمایه به وجود آورده‌اند. همین امر باعث کاهش دسترسی صنایع دیگر به سرمایه و عدم امکان در تجربه رشدی مشابه با بخش فناوری اطلاعات شده است.

نکته بارز دیگر که اقتصاد را به شدت تحت الشعاع قرار داده، ترندهای اجتماعی و شکل گرفتن اقتصاد بزرگی حول این ترندها و شبکه‌های انتقال اطلاعات است. برای نمونه، شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و فیسبوک جای بازارهای واقعی را گرفته‌اند، از یک یا چند شخصیت فعال آن به شدت تأثیر می‌گیرند و غالباً محصولی به اوج می‌رسد که ارزش اقتصادی چندانی ندارد. برای نمونه، تقریباً ۱۸ درصد از GDP کشور آمریکا در بخش سلامت هزینه می‌شود، بیشتر برای فعالیت‌های پزشکی و تجهیزات که تأثیر چندانی بر سلامت افراد ندارند و تنها خوب تبلیغ شده‌اند و جزئی از ترندهای اجتماعی هدفمند هستند. وضعیت مشابهی در دیگر کشورها وجود دارد و مردم وابستگی زیادی به اطلاع‌رسانی مجازی پیدا کرده‌اند و حتی استراتژی‌های سرمایه‌گذاری خود را از این فضا برداشت می‌کنند.

Global GDP scenarios index, 2023 = 1

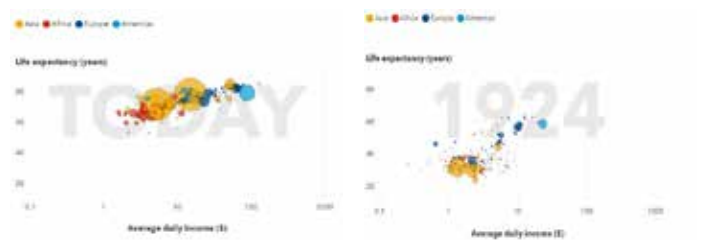


## نگاهی به ۱۰۰ سال اخیر

قبل از اینکه به چهره اقتصاد در ۱۰۰ سال آینده بپردازیم، نگاهی به ۱۰۰ سال اخیر توسعه جوامع انسانی می‌اندازیم. در ۱۰۰ سال گذشته، جهان بیش از هر زمان دیگری شاهد پیشرفت جوامع انسانی بوده‌است. حتی پس از چهار برابر شدن جمعیت جهان، درآمد سرانه جهانی هشت برابر شده‌است. تنها در سه دهه گذشته، ۱.۵ میلیارد نفر خود را از فقر نجات داده‌اند و صدها میلیون نفر وارد طبقه متوسط شده‌اند.

صد سال پیش امید به زندگی در حدود ۴۰ سال بود، امروزه متوسط امید به زندگی در جوامع مختلف ۷۰ سالگی است. همچنین بهبود زیادی در کاهش نرخ مرگ و میر نوزادان، نرخ سواد و سطح تحصیلات (بخصوص برای زنان) حاصل شده است.

تصاویر زیر تفاوت در امید به زندگی و میانگین درآمد روزانه بین سال‌های ۱۹۲۴ تا ۲۰۲۴ را نشان می‌دهند.



## نگاهی به ۱۰۰ سال اخیر

دو عامل اصلی برای این بهبودها در شرایط زندگی و وضعیت اقتصادی، پیشرفت فناوری و انباشت سرمایه بوده‌اند، درست همانطور که کینز در ۱۹۳۰ پیش‌بینی کرده بود. پارامترهایی چون نوآوری، الکتریسیته، موتورهای احتراق داخلی، آنتی‌بیوتیک‌ها، سرویس‌های بهداشتی داخلی، فناوری ارتباطات و ... که اکثراً دستاوردهای ۳ دهه اخیر

جوامع بشری بوده‌اند، چهره جدیدی به جهان پیرامون ما و وضعیت تعامل ما با آن داده‌اند. دسترسی بیشتر به سرمایه برای کشورهای مختلف باعث توسعه صنایع، بخش کشاورزی و خدمات در تمام جوامع شده است. با افزایش درآمدهای عمومی امکان ساخت جاده‌ها، بنادر و شبکه‌های توزیع برق بیشتری فراهم آمده است. همه اینها باعث افزایش بهره‌وری و رشد تولید شده است که به نوبه خود اندازه اقتصادها را بزرگتر کرده‌اند.

در رأس تمام این تغییرات مثبت یکپارچه‌سازی و تعاملات اقتصادی قرار دارد. در ۴۰ سال گذشته شاهد رشد ۶ برابری در تجارت جهانی بوده‌ایم (چنانکه در تصویر زیر نرخ افزایشی تعاملات اقتصادی بین کشورها بارز است).

در ۱۰۰ سال گذشته سرمایه جهانی تقریباً ۱۰ برابر افزایش یافته‌است؛ این موضوع خصوصاً باعث افزایش سرمایه‌گذاری در اقتصادهای نوظهور شده‌است. همچنین، توسعه اقتصادی و استقلال‌های مالی جوامع افزایش تعداد کشورهای جهان از ۸۰ به ۱۹۳ را نتیجه داده‌است. با این حال، نرخ همکاری و تعامل بین‌المللی به شدت افزایش یافته و آنچه «صلح طولانی» نامیده می‌شود را به وجود آورده که به حذف درگیری‌های مستقیم بین قدرت‌های بزرگ اقتصادی اشاره دارد.



## سخت‌تر و روشن‌تر و رشد اقتصادی

برای سال‌ها رشد اقتصادی بر اساس سرانه میزان تولید کالاهای مختلف اندازه‌گیری می‌شده است. اما امروزه خدمات از کالاها اهمیت بیشتری دارند و کیفیت مهم‌تر از کمیت است. بنابراین، رشد در کمیت جای خود را به رشد در کیفیت داده است. با این حال، اندازه‌گیری کمیت همیشه ساده‌تر از اندازه‌گیری کیفیت بوده و همین امر پیش‌بینی ۱۰۰ سال آینده اقتصاد جهانی را سخت‌تر می‌کند.

برای مثال، در اندازه‌گیری GDP هیچ ارزشی برای کالاهای معامله نشده قائل نمی‌شوند، در حالی که تأثیر زیادی بر رشد اقتصادی و رفاه جمعی دارند. بنابراین، حتی اگر روندهای رشد در پارامترهایی چون GDP جهانی نزولی یا راکد باشند، همچنان این امید وجود دارد که عوامل بیشتر با تأثیرات دوچندان را در نظر نگرفته‌ایم؛ عواملی که آینده اقتصاد را شکل می‌دهند و تنها عدم توانایی ما در اندازه‌گیری آن‌ها بوده که باعث تأثیر ندادن آن‌ها در سنجش وضعیت اقتصادی شده است.

به ویژه، احتمالاً یک شیفت جدید در سال‌های پیش رو اتفاق بیافتد و آن مرتبط با سرمایه‌گذاری زیاد کشورهای توسعه یافته بر فناوری اطلاعات و توجه کمتر به بخش خدمات متمایز از آن است. کشورهایی چون هند و چین و کشورهای در حال توسعه بر روی خدمات دیگر سرمایه‌گذاری بیشتری کرده‌اند و احتمالاً در ۲۰ تا ۳۰ سال آینده روندی تصاعدی در رشد اقتصادی آن‌ها اتفاق بیافتد و حتی جایگاه‌های شاخص اقتصادی به کشورهای کمتر شناخته شده‌ای برسد که بر روی خدمات اجتماعی و فیزیکی سرمایه‌گذاری بیشتری کرده‌اند.

موضوع دیگری که بر اقتصاد ۱۰۰ سال آینده تأثیر شدیدی خواهد گذاشت، مهاجرت‌ها از انواع مختلف و بروز تنوع و تناقض‌ها در بین جوامع است. با کاهش دسترسی به نیروی کار ماهر، دولت‌ها در چند سال اخیر تمایل زیادی به ورود نیروی انسانی از کشورهای فقیرتر داشته‌اند. با این حال، مهاجرت‌ها از انواع دیگر نیز چند برابر شده است و همین امر باعث ایجاد رگه‌های پررنگ‌تر از مهاجران در بین جوامع میزبان شده‌اند.

اگرچه تعامل به نفع اقتصاد و رفاه جمعی است، اما شیوه کنونی در پذیرش (یا عدم پذیرش و رد) مهاجر به هیچ وجه بهینه و حداقل مطلوب غالب مهاجران نیست. به همین دلیل، تنش‌های اجتماعی زیادی بین مهاجران و جوامع میزبان به وجود آمده و جریان‌های اختلافی جدیدی در حال شکل‌گیری هستند که خود چالشی برای هر دو کشور مهاجرپذیر و مبدأ به حساب می‌آیند. به ویژه، رشد کشورهای مبدأ در دهه‌های پیش رو احتمالاً با روند معکوس در مهاجرت همراه می‌شود و کشورهایی که امروز پذیرای مهاجرانند با چالش‌های حفظ نیروی کار ماهر در صنایع خود همراه می‌شوند.

## مفهوم پول در ۱۰۰ سال آینده

یکی از ارکان اندازه‌گیری شاخص‌ها برای جنبه‌های مختلف پیشرفت اقتصادی مفهوم پول و جایگاه آن است. برای مثال، تغییر در ارزش معادل ارزهایی چون دلار، پوند یا یورو در مقابل سایر ارزها ارتباط مستقیمی با وضعیت اقتصادی کشورهای صنعتی جهان و رتبه‌های برتر اقتصادی دارد. علاوه بر این، کشورها از ارزش ارز خود به عنوان اهرمی در دریافت موقعیتی بهتر در معاملات تجاری بین‌المللی استفاده می‌کنند. بزرگترین بازارهای مالی مانند فارکس نیز از این ارزش گذاری واحدهای پولی تأثیر مستقیم می‌گیرند. با این حال، بروز مفاهیم و ابزارهای جدیدی مانند پول دیجیتال و رمزارزها باعث شده که مردم کم‌کم به دارایی‌های از جنس دیگر اما با ویژگی‌ها و حس مشابه با پول نیز بیاورند. برای مثال، بیت‌کوین اکنون یک واحد پولی با ارزش و بین‌المللی است.

اما نکته مهم درباره این سیستم‌های مالی و پول‌های جدید، حذف پارامتر تملک آن‌ها به یک کشور خاص و تأثیر آن بر اقتصاد است. انتظار می‌رود در ادامه این نوع پول‌ها جایگاه قوی‌تری در سیستم‌های مالی جهان پیدا کنند و همین امر باعث تغییر در شیوه‌های ارزش‌گذاری و حتی تعامل کشورها با یکدیگر شود.

مهم‌تر اینکه با بروز جنبه‌های بیشتر و قدرتمندتر از اقتصاد دیجیتال، نیاز به پول‌های کاغذی کمتر و کمتر می‌شود و این نیاز به سمت تملک پول‌های دیجیتال سوق داده می‌شود. اگرچه این واقعیت به یکسان‌سازی ارزش واحدهای پولی و افزایش تعاملات تجاری کمک می‌کند، اما چالش‌هایی را نیز به همراه دارد که نمونه آن حملات سایبری به کیف پول‌های دیجیتال مردم در عدم حضور یک نهاد یا کشور واسطه برای تشخیص، تأیید یا رد تراکنش‌هاست.

در آینده عوامل اصلی در پیشرفت اقتصادی کشورها سه مولفه اصلی فناوری، وضعیت اقلیمی و مردم خواهند بود؛ به ویژه، پیشرفت‌های پیش‌بینی شده برای ۱۰۰ سال آتی اقتصادی تنها در سایه همکاری همه‌جانبه بین کشورها ممکن می‌شوند. همچنین، در ۱۰۰ سال آینده تعامل بین اقتصادهای پیشرفته، انواع نوظهور و در حال توسعه بیشتر می‌شود و فعالیت‌ها بیشتر از توسعه محور بودن به سمت نتیجه محور بودن حرکت می‌کنند.

**درست همانطور که کینز در ۱۹۳۰ پیش‌بینی کرده بود، پارامترهایی چون نوآوری، الکتریسیته، موتورهای احتراق داخلی، آنتی‌بیوتیک‌ها، سرویس‌های بهداشتی داخلی، فناوری ارتباطات و ... که اکثر دستاوردهای ۳ دهه اخیر جوامع بشری بوده‌اند، چهره جدیدی به جهان پیرامون ما و وضعیت تعامل ما با آن داده‌اند.**

**دسترسی بیشتر به سرمایه برای کشورهای مختلف باعث توسعه صنایع، بخش کشاورزی و خدمات در تمام جوامع شده است. با افزایش درآمدهای عمومی امکان ساخت جاده‌ها، بنادر و شبکه‌های توزیع برق بیشتری فراهم آمده است. همه اینها باعث افزایش بهره‌وری و رشد تولید شده است که به نوبه خود اندازه اقتصادها را بزرگ‌تر کرده‌اند**

# اقتصاد رفتاری چیست و چه اهمیتی دارد؟

## منشأ اقتصاد رفتاری و تحقیقات تورسکی و کانمن

توسعه اقتصاد رفتاری از دهه ۸۰ میلادی آغاز شد؛ با این حال، ریشه‌های آن را می‌توان در قرن ۱۸م میلادی و نظریات آدام اسمیت جستجو کرد. اسمیت را معمولاً با مفهوم «دست نامرئی» در دنیای اقتصاد می‌شناسند که به عملکرد کلی و بهینه در اقتصاد تنها با اتکا بر عملکرد مثبت فردی اشاره می‌کند. با این حال، اسمیت بر این باور نیز بود که مردم غالباً بیش از حد به توانایی‌های خود اعتماد دارند، بیشتر از اشتیاق به برنده شدن از باخت می‌ترسند و بیشتر از سود بلندمدت به دنبال سودهای کوتاه مدت‌اند. این ویژگی‌ها (اعتماد به نفس بیش از حد، ترس از دست دادن و خودکنترلی) بنیادهای اقتصاد رفتاری را تشکیل می‌دهند.

اقتصاد رفتاری در قالبی که امروزه با آن آشنا هستیم را مطالعات تورسکی و کانمن در مورد عدم قطعیت و ریسک به جهان معرفی کردند. در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ میلادی، تورسکی و کانمن چندین سوگیری شاخص در نحوه قضاوت افراد را شناسایی کردند و دریافتند که مردم معمولاً هنگام ارزیابی احتمالات مرتبط با یک نتیجه خاص، به جای داده‌های واقعی، به اطلاعاتی تکیه می‌کنند که در دسترس‌ترین به عنوان مثال، اگر شخص اخیراً دربار حمله خرس یا نهنگ مطالب زیادی خوانده باشد احساس می‌کند این حوادث جزء علل شایع مرگ و میرند، در حالی که آن‌ها به ندرت اتفاق می‌افتند.

در نظریه چشم‌انداز تورسکی و کانمن نشان می‌دهند که چگونه چهارچوب سازی و ترس از ضرر بر انتخاب‌های فردی و اقتصادی ما تأثیر می‌گذارد. به عنوان مثال، اگر ما حق انتخاب بین دو گزینه دریافت یک جایزه ۱ میلیون تومانی یا برنده شدن یک جایزه ۴ میلیون تومانی با احتمال ۲۵ درصد را داشته باشیم، غالباً سراغ گزینه مطمئن ۱ میلیون تومانی می‌رویم. جالب‌تر اینکه اگر قرار باشد بین دو گزینه باخت ۲ میلیون به طور قطعی و باخت ۴ میلیون با احتمال ۷۵ درصد و یا هیچی با احتمال ۲۵ درصد یکی را انتخاب کنیم، غالباً سراغ گزینه‌ای می‌رویم که احتمال نیاختن آن بیشتر از صفر است (یعنی گزینه دوم).

در دهه ۸۰ میلادی ریچارد تالر کار بر روی توسعه نظریه و مطالعات تورسکی و کانمن را آغاز کرد. کارهای او در تأثیر عوامل شناختی بر تصمیمات اقتصادی، منجر به دریافت جایزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۱۷ شد. تالر همچنین برای رواج اصطلاح «تلنگر» در اقتصاد رفتاری مشهور است، اصطلاحی که به تأثیر بنیادی احساسات انسان و سوگیری‌های روانشناختی او بر تصمیماتش اشاره می‌کند. همچنین، در اقتصاد رفتاری تلنگر راهی برای دستکاری انتخاب‌های افراد و سوق دادن آن‌ها به تصمیم‌های خاص و از پیش تعیین شده است. برای مثال، اگر در ابتدای سالن غذاخوری دانشگاه یا مدرسه سبدهای میوه قبل از سینی‌های غذا قرار داده شوند، دانش آموزان علاقه بیشتری به سالم‌خوری پیدا می‌کنند تا اینکه میوه‌ها را در پایان صف غذا قرار دهند.

در تصمیمات اقتصادی، تلنگر می‌تواند یک حالت احساسی یا عصبی باشد که باعث تصمیم به ورود یا خروج از یک فرصت سرمایه‌گذاری می‌شود. برای نمونه، وقتی سقوط یک سهم باعث ۶۰ درصد ضرر برای صاحب آن می‌شود، دیگر نمی‌توان به سادگی او را مجاب به خروج از این سرمایه‌گذاری و ضرر بیشتر کرد، چراکه ترس از دست دادن یک روند صعودی پس از این سقوط شدید، یا از دست دادن سرمایه‌اش برای همیشه، را دارد.

اقتصاد رفتاری عناصر مختلف از اقتصاد و روانشناسی را با هم ترکیب می‌کند تا اقتصاددان رفتاری بتواند به واقعیت چرایی تصمیم‌گیری‌های اقتصادی از جانب مردم و جوامع پی ببرد. اقتصاد رفتاری با اقتصاد نئوکلاسیک (اقتصاد معمول) تفاوت‌های شاخصی دارد؛ برای مثال در اقتصاد نئوکلاسیک فرض بر این است که مردم ترجیحات کاملاً تعریف شده‌ای دارند که بر اساس آن‌ها تصمیم‌گیری می‌کنند. اقتصاد رفتاری اما این تشخیص را سخ، منطقی و قطعی از رفتار انسان در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و غیراقتصادی را به شدت رد می‌کند.

اقتصاد رفتاری به تشخیص و مطالعه تفاوت بین آنچه مردم باید انجام دهند و آنچه در واقع انجام می‌دهند، همراه با پیامدهای آن، می‌پردازد. اقتصاد رفتاری سعی می‌کند ویژگی‌های روانشناختی انسان را به نظریه‌های اقتصادی و جنبه‌های مختلف آن‌ها مانند تخصیص سرمایه، قیمت در بازارهای سهام، عرضه و تقاضا و روندهای بازار، ارتباط دهد.

ریشه تمام آنچه اقتصاد رفتاری بر روی آن بنا نهاده شده است، رد اصول غیرواقعی از ماهیت و رفتار انسانی است که در نظریه‌های اقتصاد نئوکلاسیک پیش‌فرض قرار گرفته‌اند. بنا بر مبنای اقتصاد رفتاری، مردم نه توان به حد اکثر رساندن مطلوبیت را دارند، نه حتی به دنبال چنین پیشینه‌سازی هستند. مهم‌تر اینکه، تصمیم‌گیری هرچقدر هم که منطقی باشد، محدود به گزینه‌هایی موجود و یا گزینه‌های در دسترس تر است.



## اقتصاد رفتاری چیست؟

اقتصاد رفتاری، اقتصادی مبتنی بر مشاهدات تجربی است که نشان می‌دهند مردم غالباً آنچه اقتصاددانان نئوکلاسیک از آن به عنوان تصمیم «عقلانی» یا «بهینه» یاد می‌کنند را اتخاذ نمی‌کنند. از دید نظر به‌های اقتصادی مبتنی بر روانشناسی، مردم حتی وقتی اطلاعات و ابزارهای لازم برای اتخاذ بهترین انتخاب را دارند، بازهم متأثر از سوگیری‌های شناختی خود خارج از محدوده «منطقی» عمل می‌کنند.

برای مثال، انسان‌ها غالباً وقتی در سنین جوانی خود هستند چندان به فکر برنامه‌های بازنشستگی، حقوق و بیمه‌های عمر نیستند، حتی وقتی مطمئن‌اند که چنین سرمایه‌گذاری‌هایی در آینده سودآور خواهند بود. یا حتی مثالی واضح‌تر، همه ما مطمئن هستیم که ورزش به سلامتی ما کمک می‌کند، نباید چربی و قند زیادی مصرف کنیم و ...، اما کمتر معمولاً کمتر ورزش می‌کنیم و به مصرف مواد غذایی پرریسک ادامه می‌دهیم.

مثال مرتبط دیگری در دنیای تصمیم‌گیری‌های مالی، مشارکت در انواع فعالیت‌ها شرط‌بندی است. چرا کسانی که در شرط‌بندی‌ها شرکت می‌کنند چه اینکه ببازند و چه اینکه برنده شوند، ریسک‌پذیریشان بیشتر می‌شود؟

در اقتصاد رفتاری هدف پرسیدن سوال‌هایی این چنین و انجام آزمایش‌های میدانی برای پاسخ دادن به آن‌هاست. اقتصاددانان رفتاری به دنبال درک میزان و نحوه تأثیر احساسات، سوگیری‌های شناختی و محرک‌های اجتماعی و محیطی بر نحوه تصمیم‌گیری انسان در فعالیت‌های اقتصادی هستند. چنین دیدگاهی در مدل‌سازی و نظریه‌پردازی اقتصادی، متضاد با اقتصاد سنتی است که در آن مردم عامل‌هایی کاملاً منطقی در نظر گرفته می‌شوند. از دید اقتصاددانان سنتی، مردم کنترل کاملی بر سیستم تصمیم‌گیری خود دارند و هرگز اهداف بلندمدت خود را فراموش نمی‌کنند؛ حتی افرادی که گهگاه مرتکب خطاهای تصادفی می‌شوند، در درازمدت تأثیر آن‌ها را خنثی می‌کنند.

## اقتصاد رفتاری چه اهمیتی دارد و چه نیاز به آن داریم؟

دلیل و منطقی خواهان پیروی از جمع و ورود به آن سرمایه گذاری هستید. یا اینکه چرا وقتی یک فرصت سرمایه گذاری ناشناخته پیش می آید برای تصمیم گیری درباره آن سراغ ساده ترین برهان ها می رویم و از انواع پیچیده و دور از دسترس پرهیز می کنیم. در بازارهای مالی تنها تکنیکال و آگاهی از بنیادهای ماهیت سرمایه گذاری نیست که باعث موفقیت معامله گران می شود، بلکه کنترل احساسات و برداشت خوب از روانشناسی بازار نیز تأثیر شایانی در سودآوری سرمایه گذاری ها دارند. به همین دلیل است که همیشه توصیه می شود که قبل از هر نوع معامله گری در چنین بازارهایی، شخص ابتدا باید بازیگران بازار هدف را بشناسد و برای روزها فقط ناظری بر نحوه تصمیم گیری و احتمالاً رفتارهای هیجانی آن ها باشد.

بستگی دارد که از چه زاویه و جایگاهی به این سوال فکر کنیم. برای مثال، اگر شما مدیر یک رستوران زنجیره ای مانند المارت باشید، حتماً به اقتصاد رفتاری نیاز دارید تا بتوانید بهترین چیدمان و قیمت گذاری را برای فروشگاه های خود انتخاب کنید. دفعه بعد که به یک فروشگاه بزرگ رفتید و یخچال های مرتبط به لبنیات را در انتهای فروشگاه دیدید بیشتر به جنبه های اقتصاد رفتاری فکر کنید، و اینکه چرا باید مواد غذایی اساسی در آخرین نقاط فروشگاه قرار بگیرند.

از دید یک فرد عادی، دانستن بنیادهای اقتصاد رفتاری شبیه مطالعه جنبه های روانشناختی فردی و تأثیر آن ها بر تصمیمات مالی است. برای نمونه، اقتصاد رفتاری به شما می گوید که چرا وقتی یک فرصت سرمایه گذاری ترند می شود شما هم بی هیچ

از دید نظریه های اقتصادی مبتنی بر روانشناسی، مردم حتی وقتی اطلاعات و ابزارهای لازم برای اتخاذ بهترین انتخاب را دارند، بازهم متأثر از سوگیری های شناختی خود خارج از محدوده "منطقی" عمل می کنند



## هوش مصنوعی و صعود Nvidia به رتبه یک لیست باارزش ترین شرکتهای جهان

شرکتهای حوزه فناوری وارد صنعت هوش مصنوعی شدند، ترندهای جدید بازارهای مالی از پیشرفت ها در حوزه هوش مصنوعی تأثیر گرفتند، شرکت OpenAI ارزشی چند صد برابری پیدا کرد و Nvidia به عنوان تولیدکننده سخت افزارهای مختص نرم افزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی ناگهان اوج گرفت و ارزش سهام آن به بیشتر از ۳,۱۷ تریلیون رسید تا در صدر شرکتهای در بازارهای مالی قرار بگیرد.

داستان هایی مثل اوج گرفتن جریانهای اقتصادی حول هوش مصنوعی نمونه خوبی برای اندیشه درباره اهمیت اقتصاد رفتاری است؛ اینکه چگونه سوگیری های شناختی ما باعث می شوند بیت کوین ارزش میلیارد دلاری پیدا کند، استارت آپ ها به رتبه های اول و مقیاس های کلان اقتصادی برسند، اینفلونسره های شبکه های اجتماعی تنها با تولید ویدیو و دیگر محتواهای اینترنتی به درآمدهای میلیون دلاری برسند و چگونه احساسات انسان می تواند او را از عرش به فرش بیاورد.

روند شکل گرفته در بازارهای جهانی حول مفهوم، محصولات و کاربردهای هوش مصنوعی مثال خوبی برای تشخیص اهمیت اقتصاد رفتاری است. ماهیت و قدرت هوش مصنوعی برای سال ها دست مایه فیلم های علمی تخیلی هالیوود بود. تا اینکه کم کم شایعه هایی درباره قدرت ماورائی الگوریتم های یادگیری عمیق و انواع مبتنی بر یادگیری زبان طبیعی شکل گرفت.

در ادامه شرکتهای حوزه فناوری از طرح های خود برای ورود به این فعالیت دیجیتال جدید و سرمایه گذاری های کلان سخن گفتند؛ اشخاص مشهور درباره نقش هوش مصنوعی در پیشرفت بشر، خطرات آن و از دست رفتن مشاغل برای کارمندان حرف زدند.

وقتی فضای عمومی برای معرفی اولین دستیار هوشمند آماده شد، OpenAI محصول خود با نام ChatGPT را معرفی کرد. تنها در بازه ای کمتر از ۳ سال تمام

## جمع بندی

اقتصاد رفتاری آمیخته ای از علم روانشناختی و اقتصاد است که سعی می کند جنبه های انسان شناسی و تجربی را به مدل های ریاضی حاکم بر اقتصاد نفوذ دهد. در اقتصاد رفتاری هدف حذف یا نادیده گرفتن مدل های کلاسیک نیست، بلکه هدف ورود پارامترهای مرتبط با سوگیری های شناختی و تلنگرهای روانی یا وزن دادن به پارامترهایی از این جنس در مدل های اقتصاد نئوکلاسیک است.



# جستاری بر سرمایه گذاری بازنشستگی

اقتصاد رفتاری بینش عمیقی در مورد چگونگی تأثیر سوگیری‌های رفتاری بر تصمیم‌گیری‌های مالی ارائه می‌کند. با درک این تأثیرات اقتصاددانان مدل‌های واقع‌بینانه‌تری تعریف می‌کنند، مشاوران مالی مشاوره‌های مالی بهتری ارائه می‌دهند و مردم با آگاهی از نحوه تأثیر احساسات فردی بر انتخاب‌های مالی تصمیم می‌گیرند. یکی از این تصمیم‌گیری‌ها که تقریباً از دوران آغازین جوانی شروع و تا پایان عمر ادامه دارد، نحوه پس‌انداز یا سرمایه‌گذاری برای دوران بازنشستگی است.

به طور میانگین شخص باید ۱۰ تا ۱۵ درصد از درآمد سالانه خود را برای دوران بازنشستگی پس‌انداز کند. این عدد برای کشورهایی که نرخ تورم در آن‌ها بالاست به مراتب بیشتر و باید به صورت سرمایه‌گذاری باشد. به عبارتی، اگر نرخ تورم سالانه مثلاً ۲۰ درصد باشد، پس‌انداز بازنشستگی فردی که به اندازه میانگین جامعه درآمد دارد، باید به میزان ۱۰ درصد از درآمد سالانه باشد. در این صورت، برای ۳ سال بودجه بازنشستگی بدون احتساب حقوق بازنشستگی و سرمایه‌گذاری تامین می‌شود.

بنا بر تحقیقات انجام شده در آمریکا و اروپا، تقریباً ۵۴ درصد از مردم برای دوران بازنشستگی خود پس‌انداز می‌کنند، یعنی نیمی از مردم هیچ سرمایه‌گذاری برای دوران بازنشستگی خود ندارند. این میزان در کشورهای کمتر توسعه یافته یا توسعه نیافته بسیار کمتر است. به همین دلیل، در این کشورها آمار فقر در افراد بالای ۶۰ سال بسیار بیشتر است و آن‌ها با مشکلات معیشتی زیادی دست‌وپنجه نرم می‌کنند.

اما چرا مردم تمایل کمتری به پس‌انداز برای دورانی دارند که با احتمال زیاد تنهاترند و توان جسمی کافی برای درآمدزایی دارند؟ یکی از دلایل این است که در برخی جوامع هزینه‌ها بالاست و درصد کمی از مردم امکان پس‌انداز دارند، یا اینکه تورم آنقدر زیاد است که پس‌انداز به شکل خام آن هیچ توجیه منطقی ندارد. اما درصد قابل توجهی از مردم ۲۰ تا ۳۰٪ از دوران اوج درآمدزایی خود را بدون دوراندیشی و سرمایه‌گذاری برای دوران بازنشستگی سپری می‌کنند، حتی وقتی امکان آن را دارند و شیوه‌هایی برای پس‌انداز و حفظ ارزش دارایی نیز در دسترس است. اقتصاد رفتاری بیشتر بر این نوع از نادیده گرفتن‌ها تمرکز دارد و تلاش می‌کند تأثیر ویژگی‌های شناختی انسان بر این تصمیم‌گیری‌ها را نمایان کند.

## تأثیرات شناختی بر تصمیم‌گیری برای پس‌انداز بازنشستگی

وقتی حرف از بازنشستگی و پس‌انداز برای آن به میان می‌آید، سن به مهم‌ترین مولفه در تصمیم‌گیری تبدیل می‌شود. با توجه به اینکه شخص چقدر احساس کند که از بازنشستگی فاصله دارد، تصمیم‌های کاملاً متفاوتی می‌گیرد. برای نمونه، فردی که در دوران آغازین جوانی است ده‌ها برابر کمتر از کسی که دهه ۵۰ زندگی خود را سپری می‌کند به بازنشستگی و نیازهای خود در این دوران فکر می‌کند.

انسان تا زمانی که به اندازه کافی به ریسک، چالش یا تهدیدی نزدیک نشده باشد، برایش چاره‌جویی نمی‌کند. با این حال، نکته مهم این است که در دوران جوانی ما قدرت بیشتری برای ریسک کردن و افزایش تصاعدی درآمدزایی خود داریم، بنابراین امکان بیشتری برای پس‌انداز هست، اما وقتی میانسالی را رد می‌کنیم دیگر ریسک‌پذیر نیستیم و سراغ گزینه‌های مطمئن‌تر می‌رویم.

این واقعیت شناختی باعث می‌شود که شخص تأثیرات تورمی یا پارامترهای مشابه را کمتر مدنظر قرار دهد، ریسک‌گریز باشد و فرصت‌های مناسب را نادیده بگیرد. در میانسالی ما درد ضررها را بیشتر و عمیق‌تر حس می‌کنیم و به همین دلیل محافظه‌کارتریم، اما همین محافظه‌کاری بیش‌ازحد باعث می‌شود از روندها جا بمانیم و درنهایت گرفتار تورم و کاهش ارزش دارایی‌های خود شویم.







## سوگیری زمان حال

منظور از سوگیری زمان حال تمایل انسان به اولویت بیشتر دادن به سود اکنون در مقابل سود آینده است، حتی اگر سود آینده به مراتب بیشتر از اکنون باشد. همین گرایش رفتاری باعث می‌شود که مبلغ کمتری را در دوران قبل از بازنشستگی پس‌انداز کنیم و اولویت آن را به مراتب پایین‌تر از بایست موجود قرار دهیم.

توجه به این نکته ضروری است که سوگیری زمان حال ورود به سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت را محدود می‌کند و بر روی انواع با سود پایین اما با وعده‌های زمانی کوتاه متمرکز می‌شویم. نکته مهم این است که بازنشستگی خود یک واقعه بلندمدت است و پس‌انداز برای آن به دوراندیش بودن نیاز دارد.

## حسابداری ذهنی

انسان غالباً تمایل دارد که درآمدها و هزینه‌های متفاوت را برای خود طبقه‌بندی کند و به هر کدام برچسبی از جنس اهمیت، منبع و نحوه مدیریت آن بزند. برای مثال، اگر ۱۵ میلیون در ماه درآمد داشته باشید و هر ماه ۵۰۰ هزار تومان را پس‌انداز کنید، وقتی درآمد شما ۲۵ میلیون می‌شود نیز همچنان تمایل دارید آن نسبت درآمد به پس‌انداز را حفظ کنید. یا اینکه وقتی پول مازادی در دسترس است هرگز به پس‌انداز آن فکر نکنید چون از محل دریافت حقوق نبوده و درصدی از آن نیست.

## چالش‌های سرمایه‌گذاری

با اینکه سرمایه‌گذاری تنها گزینه برای ایجاد یک حاشیه ایمن برای پس‌انداز مستمر در دوران بازنشستگی است، اما با چالش‌هایی همراه است که غالباً نادیده گرفته می‌شوند و شخص را به هدف مالی مدنظر نمی‌رسانند. یکی از این چالش‌ها آگاهی کم مردم از شیوه‌های مختلف سرمایه‌گذاری و امکان ایجاد پرتفوی بهینه‌ای از این شیوه‌هاست.

برای مثال، تعداد بسیار اندکی از مردم مفهوم سهام و اوراق بهادار را درک می‌کنند. حتی آن دسته که وارد بازار سهام می‌شوند اکثراً هیچ اطلاع مینا و استراتژی برای سرمایه‌گذاری در آن ندارند، فقط روندهای جمعی را دنبال می‌کنند و غالباً از ضررها سرخورده می‌شوند.

برای بسیاری از کارکنان، سرمایه‌گذاری در سهام شرکتی که در آن کار می‌کنند امن‌تر به نظر می‌رسد، بدون اینکه هیچ دلیل خاصی برای این انتخاب داشته باشند. در واقع این گرایش شناختی است که باعث ایجاد حس امنیت در این شیوه از سرمایه‌گذاری می‌شود.

با این حال، آگاهی از شیوه‌های سرمایه‌گذاری نیز کافی نیست. شخص باید بتواند ریسک‌ها را درک کند و به صورت منطقی با آن‌ها مواجه شود، وقتی درک بهتری از ریسک‌ها و تفاوت و تنوع آن‌ها ایجاد شود، پرتفوی بهینه‌تری انتخاب می‌گردد و درآمد مستمر و سودآور موزای با تحولات مالی نتیجه می‌شود.

## نگاهی بر اوضاع بازنشستگی در ایران

در کشور ما سن بازنشستگی شاید فقط یک عدد رسمی است و برای قشر بسیار کم جمعیتی از مردم معنادار باشد. اکثر مردم در دوران بازنشستگی یا به فعالیت‌های درآمدزایی جانبی مشغول‌اند یا با چالش‌های شدید مالی روبرو هستند. در کنار تمام عوامل اقتصادی موجود، گرایش‌های رفتاری در سرمایه‌گذاری و پس‌انداز، بخصوص در سنین ۲۰ تا ۴۵ سالگی، باعث ایجاد این بحران بازنشستگی می‌شوند. مردم معمولاً ریسک را با ضرر اشتباه می‌گیرند، سراغ گزینه مطمئن اما کم‌بازده می‌روند، تصمیم‌هایشان را با تصمیم‌های جمعی منطبق می‌کنند و یا از دانش محدودی برای سرمایه‌گذاری بهره می‌گیرند و هرگز از تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر آن عقب‌نشینی نمی‌کنند.

## گزینه‌های پیش فرض

انسان برده عادت‌های خود است و به شدت در مقابل تغییر آن‌ها مقاومت می‌کند. در نتیجه، وقتی شیوه سرمایه‌گذاری خاصی جوابگو نیست به کندی از آن فاصله می‌گیرد، چراکه انتخاب مسیر جدید دشوار و حفظ انتخاب همیشگی برای ذهن راحت‌تر است.

در مسئله بازنشستگی مردم اکثراً تمایل دارند مقدار دارایی که پس‌انداز می‌کنند را برای سال‌ها ثابت نگه دارند؛ در نتیجه، پس‌انداز برای بازنشستگی هرگز با تغییرات تورمی و پارامترهای مالی دیگر منطبق نیست و در بلندمدت ارزش پس‌انداز با میزان هزینه‌های لازم زندگی توازن ندارد. علاوه بر این، عادت به منزله اعتماد خودکار به چهارچوبی است که برای خود تعریف کرده‌ایم؛ در بلندمدت این عادت به اعتماد به نفس کاذب بدل می‌شود و شخص چالش‌های مرتبط با شیوه مدیریت دارایی، سرمایه‌گذاری و پس‌انداز برای بازنشستگی خود را نمی‌تواند به چالش بکشد.

## ترکیب گرایش‌های رفتاری و تنزیل ارزش دارایی

در کشورهای اروپایی از ۱۰۰ درصد حقوقی که فرد در دوران اشتغال خود دریافت می‌کند، ۵۵ تا ۸۵ درصد آن برای پرداخت هزینه‌های روزمره زندگی در دوران بازنشستگی ضروری است. به همین دلیل، و با توجه به نرخ تورم در این کشورها، میزان سرمایه‌گذاری برای دوران بازنشستگی باید سالانه ۵ تا ۸ درصد افزایش یابد.

در کشورهایی مثل ایران که نرخ تورم بالاتر است، این میزان از پس‌انداز هرگز برای گذران امور در دوران بازنشستگی کافی نیست و شما حتماً به شیوه‌های دیگر سرمایه‌گذاری نیاز خواهید داشت. به طور دقیق‌تر، سرمایه‌گذاری باید داینامیک باشد و ارزش آن در طول زمان یا ثابت بماند یا افزایش یابد (مثل سرمایه‌گذاری بر روی ملک، طلا، فعالیت‌های تولیدی، بازار سهام و ...).

در نتیجه، برای کشورهایی که ثبات مالی در آن‌ها پایین‌تر است، گرایش‌های رفتاری می‌توانند تأثیر مخرب شدیدتری داشته باشند. در این کشورها پس‌انداز برای دوران بازنشستگی به مفهوم معمول آن (قرار دادن پول در بانک) هرگز منطقی نیست و ریسک‌پذیری تنها گزینه برای بهبود شانس موفقیت و ایجاد درآمدی متوازن با تغییرات ارزش دارایی در گذر زمان است.

# تلفیق دو جهان در نگاه استادانه جعفر مرعشی



مهاجران نیز می‌توانند نقش‌های ارزشمندی ایفا کنند. او تأکید کرد که باید فضایی فراهم شود تا هوش مصنوعی در سایه حداقل مقررات بازدارنده رشد کند و چهار سال آینده را مقطعی حیاتی برای بشریت دانست. او گفت: «امیدوارم بتوانیم از این فرصت برای خلق آینده‌ای روشن بهره بگیریم.»

**بحران آب:** چالشی برای تمدن ایران در میان موضوعات متعددی که دکتر مرعشی به آن‌ها پرداخته، بحران آب جایگاه ویژه‌ای دارد. او این مسئله را یکی از اصلی‌ترین ناترازی‌های موجود در کشور برشمرد و با لحنی هشدارآمیز گفت: «ده سال؛ تنها ده سال فرصت داریم تا از تداوم حیات سرزمین و تمدن‌مان اطمینان حاصل کنیم.» او با اشاره به فعالیت مرکز مطالعات راهبردی کشاورزی و آب در اتاق ایران، از تلاش‌های جمعی برای یافتن راه‌حل‌های پایدار سخن گفت و افزود: «من خودم متخصص آب نیستم، اما در کنار دوستان این حوزه در حال یادگیری هستم.»

**تفکر سیستمی:** کلید حل چالش‌های پیچیده دکتر مرعشی بر این باور است که تفکر سیستمی و راهبردی نه تنها در مدیریت، بلکه در تمامی عرصه‌های زندگی می‌تواند به ما کمک کند تا با نگاهی جامع‌تر به مسائل بنگریم و راهکارهایی پایدار بیابیم. او این نگاه را به مثابه چراغ راهی برای مواجهه با چالش‌های پیچیده‌ای همچون بحران آب و ناهنجاری‌های اجتماعی می‌داند و تلاش می‌کند این فلسفه را در میان مدیران و دانشجویان ترویج دهد.

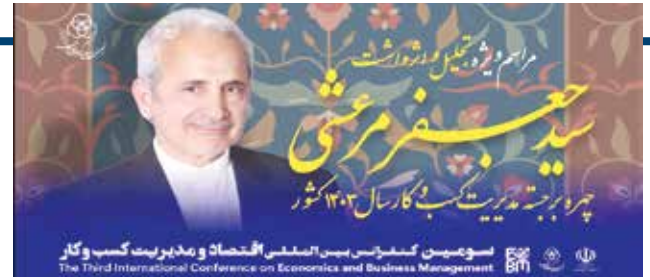
تعهد به آموزش و انتقال دانش یکی دیگر از جنبه‌های مهم شخصیت دکتر مرعشی، تعهد او به آموزش و انتقال دانش به نسل‌های جدید است. او با فروتنی بیان می‌کند که در بهار گذشته برخی از درس‌های خود را به همکاران واکتار کرده و اکنون تمرکز خود را بر روی مبحثی نوین به نام «هوش

دکتر سید جعفر مرعشی یکی از چهره‌های شناخته‌شده در حوزه مدیریت صنعتی و جامعه‌شناسی مدیریتی است که بیش از چهار دهه از زندگی حرفه‌ای خود را به پژوهش، آموزش و توسعه زیرساخت‌های فکری و اجرایی در این عرصه اختصاص داده است. وی که از اعضای برجسته هیئت علمی سازمان مدیریت صنعتی به شمار می‌رود، در زمینه‌هایی نظیر تفکر سیستمی، فلسفه، و علوم اجتماعی به آموزش و مشاوره برای مدیران ارشد کشور پرداخته و نقش بسزایی در ارتقای دانش مدیریتی ایران داشته‌است.

**تلفیق دو جهان:** جامعه مدنی سنتی و جامعه مدنی شبکه‌بنیان در یکی از سخنرانی‌های اخیر، دکتر مرعشی با زبانی دلنشین و نگاه عمیق به دغدغه‌های اصلی خود درباره‌ی انسجام اجتماعی در دنیای امروز پرداخت. او با نگاهی ژرف به تغییرات نسلی، نسل‌های زد و آلفا را نشانه‌هایی از تحول و حرکت به سوی جامعه‌ای نوین دانست. وی با اشاره به این که این نسل‌ها کمتر به ساختارهای سنتی گرایش دارند و بیشتر در جامعه مدنی شبکه‌بنیان زیست می‌کنند، گفت: «ما خوشبختانه جامعه‌ی مدنی سنتی داریم؛ اما زمان آن رسیده که این دو جهان را با هم تلفیق کنیم.» او اتاق بازرگانی ایران را، با قدمت ۱۴۰ ساله‌اش، نمادی از این انسجام و پیوند نامید که می‌تواند در مسیر ایجاد وحدت نقش آفرین باشد.

**هوش مصنوعی:** فرصتی برای پیشرفت بدون موانع غیرضروری یکی از دغدغه‌های پررنگ دکتر مرعشی، کاوش در مرزهای هوش مصنوعی و پیوند آن با هوش انسانی است. او که خود را «مهاجری در جهان دیجیتال» می‌نامد، با ظرافتی شاعرانه از شکاف میان نسل‌ها سخن می‌گوید و اظهار داشت که هرچند برخی افراد، بومی‌های این جهان نوین هستند، اما





مصنوعی در پیوند با هوش انسانی» معطوف کرده است. این تعهد به یادگیری و انتقال دانش، او را به الگویی برای نسل جوان تبدیل کرده است.

نگاهی متواضعانه به دستاوردها دکتر مرعشی در پایان سخنان خود، با لحنی سرشار از تواضع و فروتنی تأکید کرد که باید همواره «سر به زیر، پا به راه» بود و از افتادن در دام خودنمایی و غرور دوری کرد. او با این جمله‌ها که به شدت مورد توجه حضار قرار گرفت، گفت: «در کنار دستاوردها عکس یادگاری بگیریم. موفقیتها نباید بهانه‌ای برای توقف یا کاهش تلاش‌ها شوند؛ مسیر پیشرفت هیچ‌گاه پایانی ندارد»

نقش اتاق ایران در انسجام‌بخشی اجتماعی به اعتقاد دکتر مرعشی، اتاق ایران به عنوان نهادی با قدمتی بیش از یک قرن، می‌تواند پل ارتباطی میان جامعه مدنی سنتی و جامعه مدنی شبکه‌بندیان باشد. او این نهاد را نمونه‌ای از ساختارهایی می‌داند که با تلفیق تجربه‌های گذشته و نوآوری‌های جدید، توانایی ایجاد انسجام و همبستگی در جامعه را دارند.

الهام‌بخشی برای آینده‌ای بهتر دکتر مرعشی، با نگاه عمیق و جامع‌نگر خود، نه تنها به مسائل و چالش‌های فعلی جامعه ایران می‌پردازد، بلکه با ترسیم افق روشن، امید و انگیزه را برای آینده‌ای بهتر در دل همگان زنده می‌کند. این نگاه الهام‌بخش، او را به شخصیتهای دوست‌داشتنی و تأثیرگذار در جامعه علمی و مدیریتی کشور تبدیل کرده است.



دکتر مرعشی بر این باور است که تفکر سیستمی و راهبردی نه تنها در مدیریت، بلکه در تمامی عرصه‌های زندگی می‌تواند به ما کمک کند تا با نگاهی جامع‌تر به مسائل بنگریم و راهکارهایی پایدار بیابیم

# انطباق پذیری شناختی، کلید موفقیت در دنیای آینده

«Cognitive Adaptability» یا انطباق پذیری شناختی به توانایی افراد در تنظیم و تغییر سبک‌های تفکر، نگرش‌ها و رفتارهای خود برای مواجهه با شرایط جدید، غیرقابل پیش‌بینی یا چالش‌برانگیز اشاره دارد. این توانایی به افراد کمک می‌کند تا در مواجهه با تغییرات سریع و پیچیدگی‌های محیطی، به سرعت یاد بگیرند، راه‌حل‌های جدید پیدا کنند و به طور مؤثر با مسائل مواجه شوند. در دنیای پیچیده و داده‌محور امروز، توانایی تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات به منظور اتخاذ تصمیم‌های سریع و مؤثر بسیار مهم است. انطباق پذیری شناختی به افراد کمک می‌کند تا با تغییرات سریع داده‌ها و اطلاعات جدید، بهترین تصمیم‌ها را اتخاذ کنند.

در محیط‌های کاری، به خصوص در صنایعی که به سرعت در حال تغییر هستند، داشتن انطباق پذیری شناختی می‌تواند یک مهارت بسیار ارزشمند باشد. این مهارت به افراد اجازه می‌دهد که با تغییرات تکنولوژیکی، فرهنگی یا ساختاری سازگار شوند و از فرصت‌های جدید بهره‌برداری کنند. به طور کلی، افرادی که انطباق پذیری شناختی بالایی دارند، انعطاف پذیرتر، آماده پذیرش تجربه‌های جدید، و قادر به تحمل ابهامات و مدیریت عدم قطعیت هستند. این ویژگی‌ها می‌توانند به بهبود عملکرد، خلاقیت، و نوآوری کمک کنند. انطباق پذیری شناختی یکی از برترین مهارت‌هایی است که بشر در سال‌های آتی بدان نیازمند است و کسب مهارت بیشتر در این حوزه توانمندی افراد را به شکل چشمگیری افزایش خواهد داد.



اردلان بوسفی

کارشناس ارشد توسعه زیرساخت صنایع مالی

در دنیای امروز که فناوری به سرعت در حال تغییر است، با پیشرفت‌های سریع در فناوری، همچون هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، و بیوتکنولوژی پیچیدگی‌های محیطی روز به روز افزایش می‌یابد و در نتیجه توانایی تطبیق با شرایط جدید و پیش‌بینی نشده به یک مهارت حیاتی تبدیل شده است. این مهارت که به عنوان «انطباق پذیری شناختی» شناخته می‌شود، به افراد اجازه می‌دهد تا به سرعت یاد بگیرند، راه‌حل‌های جدید پیدا کنند و در مواجهه با چالش‌ها به طور مؤثر عمل کنند. انطباق پذیری شناختی به توانایی افراد در تغییر و تنظیم سبک‌های تفکر، نگرش‌ها و رفتارهای خود در پاسخ به شرایط جدید، غیرمنتظره یا دشوار اشاره دارد. این

آتی شناخته شده است، زیرا محیط‌های کاری و زندگی به سرعت در حال تغییر هستند و چالش‌های جدیدی به وجود می‌آید. از دلایل اصلی اهمیت این مهارت در آینده می‌توان به «تغییرات سریع فناوری»، «جهانی‌سازی و پیچیدگی‌های بین‌المللی»، «محیط‌های کاری پویا و نامطمئن»، «نیاز به یادگیری مداوم»، «مدیریت تغییرات اجتماعی و زیست‌محیطی» و «نقش کلیدی در تصمیم‌گیری» اشاره نمود. در ادامه کمی به بررسی موارد اشاره شده می‌پردازیم. پیشرفت‌های سریع در زمینه فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، یادگیری ماشین، بلاک‌چین و اینترنت اشیا به طور چشمگیری نحوه کار و زندگی ما را تغییر می‌دهند. برای

مفهوم به ویژه در محیط‌های کاری با تغییرات سریع و نیاز به خلاقیت و نوآوری اهمیت دارد. انطباق پذیری شناختی به افراد کمک می‌کند تا با این تغییرات سازگار شوند و از فرصت‌های جدید به بهترین نحو استفاده کنند. این مهارت همچنین به افراد کمک می‌کند تا با عدم قطعیت‌ها و چالش‌های جدید روبرو شوند و راه‌حل‌های خلاقانه پیدا کنند. این فناوری‌ها با تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارائه پیش‌بینی‌ها و توصیه‌ها، به افراد کمک می‌کنند تا تصمیم‌گیری‌های بهتری داشته باشند و به سرعت به تغییرات واکنش نشان دهند. انطباق پذیری شناختی (Cognitive Adaptability) به عنوان یکی از روندهای مهم و مهارت کلیدی برای سال‌های

انطباق پذیری شناختی به افراد کمک می‌کند تا با این تغییرات سازگار شوند و از فرصت‌های جدید به بهترین نحو استفاده کنند



موفقیت در این محیط پویا، افراد و سازمان‌ها باید توانایی یادگیری و انطباق با این فناوری‌های جدید را داشته باشند. انطباق‌پذیری شناختی به افراد کمک می‌کند تا به سرعت با تغییرات تکنولوژیکی سازگار شوند و از آنها به بهترین نحو بهره‌برداری کنند. جهانی سازی باعث شده تا سازمان‌ها و افراد در معرض فرهنگ‌ها، بازارها و قوانین متفاوت قرار گیرند. این تغییرات نیاز به تفکر انتقادی و انعطاف‌پذیری شناختی دارند تا بتوان با موقعیت‌های فرهنگی و تجاری متفاوت به درستی برخورد کرد و بهترین تصمیم‌ها را گرفت. در محیط‌های کاری امروزی، تغییرات ساختاری و سازمانی، نیاز به نوآوری و خلاقیت، و وجود رقابت شدید، اجتناب‌ناپذیر هستند. افراد با انطباق‌پذیری شناختی بالا می‌توانند به سرعت به تغییرات سازمانی و شغلی واکنش نشان دهند، نقش‌های جدید را یاد بگیرند و بهبود مداوم داشته باشند. امروزه، یادگیری و توسعه مهارت‌های جدید دیگر یک گزینه نیست، بلکه یک ضرورت است. انطباق‌پذیری شناختی به افراد اجازه می‌دهد تا به طور مداوم مهارت‌های جدید بیاموزند و خود را با نیازهای جدید تطبیق دهند. این توانایی برای بقا و پیشرفت در بازار کار بسیار حیاتی است.

تا اینجا به توضیح و اهمیت موضوع پرداخته ایم. حالا نوبت سوال اصلی است. روش‌های تقویت انطباق‌پذیری شناختی چیست؟

**یادگیری مداوم:** برای بهبود انطباق‌پذیری شناختی، ضروری است که افراد به طور مداوم در حال یادگیری باشند. شرکت در دوره‌های آموزشی، مطالعه کتاب‌ها و مقالات جدید، و مشارکت در کارگاه‌های آموزشی می‌تواند به گسترش دانش و مهارت‌های فردی کمک کند.



**تمرین تفکر انعطاف‌پذیر:** افراد باید به طور مداوم تمرین کنند تا از دیدگاه‌های مختلف به مسائل نگاه کنند. این امر می‌تواند شامل تفکر انتقادی، ارزیابی فرضیات و جستجوی راه‌حل‌های جدید باشد.

**تجربه‌های جدید:** مواجهه با موقعیت‌های جدید و غیرمنتظره می‌تواند به تقویت انطباق‌پذیری شناختی کمک کند. این تجربه‌ها می‌توانند شامل مسافرت، مشارکت در پروژه‌های جدید یا حتی تغییر محیط کاری باشند.

**مدیریت استرس:** توانایی مدیریت استرس و اضطراب در مواجهه با تغییرات غیرمنتظره نیز بخش مهمی از انطباق‌پذیری شناختی است. تکنیک‌های مدیتیشن، تمرینات تنفسی، و فعالیت‌های فیزیکی می‌توانند در این زمینه مفید باشند.

حال سوال این است که این روش‌ها و تلاش برای انطباق‌پذیری در اقتصاد کشور موثر است؟ انطباق‌پذیری شناختی به طور مستقیم و غیرمستقیم با اقتصاد جامعه ارتباط دارد و می‌تواند تأثیرات گسترده‌ای بر آن بگذارد. این تأثیرات می‌تواند در سطح فردی، سازمانی و کلان‌اقتصادی مشاهده شود. در ادامه، به برخی از این ارتباطات و تأثیرات اشاره می‌شود.

**افزایش نوآوری و بهره‌وری:** افراد و سازمان‌هایی که از انطباق‌پذیری شناختی بالایی برخوردار هستند، معمولاً نوآورترند و بهتر می‌توانند با تغییرات فناوری و بازار سازگار شوند. این نوآوری‌ها می‌تواند منجر به توسعه محصولات و خدمات جدید، بهبود فرآیندها و افزایش بهره‌وری شود. بهبود بهره‌وری و نوآوری نه تنها به رشد و توسعه شرکت‌ها کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به رشد اقتصادی کلی جامعه نیز منجر شود.

**ایجاد فرصت‌های شغلی جدید:** انطباق‌پذیری شناختی به افراد کمک می‌کند تا مهارت‌های جدید را بیاموزند و خود را با نیازهای جدید بازار کار تطبیق دهند. این امر می‌تواند به افزایش توانمندی‌های شغلی افراد و کاهش نرخ بیکاری منجر شود. همچنین، رشد صنایع نوین و فناوری‌های جدید که به واسطه انطباق‌پذیری شناختی به وجود می‌آیند، می‌توانند فرصت‌های شغلی جدیدی ایجاد کنند.

**مدیریت تغییرات اقتصادی و اجتماعی:** انطباق‌پذیری شناختی به افراد و سازمان‌ها کمک می‌کند تا بهتر با تغییرات اقتصادی و اجتماعی مواجه شوند. این توانایی در مدیریت تغییرات می‌تواند به کاهش شوک‌های اقتصادی و تسهیل انتقال به دوره‌های جدید اقتصادی کمک کند. به عنوان مثال، در مواجهه با بحران‌های اقتصادی، انطباق‌پذیری شناختی می‌تواند به افراد کمک کند تا مسیرهای شغلی جدید پیدا کنند یا به کارآفرینی روی آورند.

**پیشرفت در آموزش و سرمایه انسانی:** انطباق‌پذیری شناختی نقش مهمی در توسعه سرمایه انسانی دارد. افراد با این مهارت توانایی یادگیری و تطبیق با دانش و مهارت‌های جدید را دارند که این امر به بهبود کیفیت نیروی کار و افزایش تولید ناخالص داخلی کمک می‌کند. سرمایه انسانی قوی‌تر معمولاً منجر به اقتصادهای رقابتی‌تر و پیشرفته‌تر می‌شود.

**تسهیل در انتقال به اقتصاد دیجیتال:** اقتصادهای پیشرفته در حال حرکت به سمت دیجیتالی شدن هستند. انطباق‌پذیری شناختی به افراد و سازمان‌ها کمک می‌کند تا به سرعت با فناوری‌های جدید دیجیتال سازگار شوند، از ابزارها و پلتفرم‌های دیجیتال بهره‌برداری کنند و در اقتصاد دیجیتال مشارکت فعال داشته باشند. این تطبیق می‌تواند منجر به بهبود کارایی اقتصادی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی جدید شود.

**تأثیر بر سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی:** افزایش انطباق‌پذیری شناختی در جامعه می‌تواند بر سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی تأثیرگذار باشد. دولت‌ها می‌توانند با سرمایه‌گذاری در آموزش و توسعه مهارت‌های شناختی، بهبود

انعطاف‌پذیری نیروی کار را ترویج دهند. این امر می‌تواند به تقویت اقتصادهای محلی و ملی و کاهش نابرابری‌های اجتماعی کمک کند.

نمونه مثال زنی از موارد فوق ایفای نقش انطباق‌پذیری شناختی در بانک‌ها و موسسات مالی است. تأثیرات گسترده بر عملکرد و مدیریت این نهادها به واسطه مهارت فوق بر کسی پوشیده نیست. بانکها و موسسات مالی با نوآوری و تحول دیجیتال که از نتایج مهارت فوق است بهتر می‌توانند فناوری‌های جدید را درک و پیاده‌سازی نمایند. به ویژه در زمینه‌هایی مانند بانکداری دیجیتال، پرداخت‌های الکترونیکی، امنیت سایبری و استفاده از داده‌ها، توانایی انطباق با فناوری‌های نوین می‌تواند منجر به بهبود خدمات و افزایش بهره‌وری شود.

برای مثال، بانک‌ها با پیاده‌سازی هوش مصنوعی و یادگیری ماشین، می‌توانند فرآیندهای خود را بهینه‌سازی کرده و به مشتریان خدمات بهتری ارائه دهند. مؤسسات مالی و بانک‌ها همواره با تغییرات در قوانین و مقررات مواجه هستند. انطباق‌پذیری شناختی به مدیران و کارکنان کمک می‌کند تا با این تغییرات به سرعت سازگار شوند و سیاست‌ها و رویه‌های جدید را به طور مؤثری اجرا کنند. این توانایی می‌تواند از مشکلات ناشی از عدم تطابق با قوانین جلوگیری کند و اطمینان حاصل کند که نهادها به مقررات پیروی می‌کنند.

بانک‌ها و مؤسسات مالی با توجه به انطباق‌پذیری شناختی می‌توانند نیازها و انتظارات مشتریان و شهروندان را بهتر درک کنند و خدمات متناسب‌تری ارائه دهند. این امر به ویژه در مواجهه با تغییرات اجتماعی و اقتصادی مهم است، جایی که نهادها باید به نیازهای متنوع و تغییرپذیر جامعه پاسخ دهند. واکنش به شرایط اضطراری و مواجهه با بحران‌ها و شرایط اضطراری، مانند بحران‌های اقتصادی، بلایای طبیعی یا پاندمی‌ها، بسیار مهم است. بانک‌ها و مؤسسات مالی با این مهارت می‌توانند به سرعت راه‌حل‌های خلاقانه و کارآمدی برای مدیریت بحران‌ها پیدا کنند و از اختلالات جدی در خدمات جلوگیری کنند. مؤسسات دولتی و بانک‌ها می‌توانند با تقویت انطباق‌پذیری شناختی در کارکنان خود، یک فرهنگ یادگیری و نوآوری ایجاد کنند. این امر به جذب و حفظ استعدادها، بهبود مهارت‌ها و افزایش رضایت کارکنان کمک می‌کند. سرمایه انسانی قوی‌تر منجر به کارایی بالاتر و بهره‌وری بیشتر در نهادها می‌شود.

در نتیجه، انطباق‌پذیری شناختی برای بانک‌ها و مؤسسات مالی نه تنها به عنوان یک مزیت رقابتی بلکه به عنوان یک ضرورت استراتژیک برای مدیریت تغییرات، بهبود خدمات و افزایش کارایی سازمانی عمل می‌کند. این مهارت به این نهادها کمک می‌کند تا در مواجهه با چالش‌ها و فرصت‌های جدید، به طور مؤثر عمل کنند و در راستای اهداف خود به خوبی پیش بروند.

بنابراین انطباق‌پذیری شناختی نه تنها یک مهارت ضروری برای سال‌های آینده است، بلکه یک نیاز حیاتی برای افراد و سازمان‌ها در هر صنعتی محسوب می‌شود. تغییرات اقلیمی، ناپایداری‌های اقتصادی و اجتماعی، و چالش‌های جهانی دیگر نیز از عوامل افزایش‌دهنده اهمیت انطباق‌پذیری شناختی هستند. برای مواجهه با این چالش‌ها، نیاز به تفکر انعطاف‌پذیر و توانایی اتخاذ رویکردهای جدید و خلاقانه داریم. این مهارت نه تنها به بقا در محیط‌های متغیر کمک می‌کند، بلکه فرصتی برای رشد و موفقیت بیشتر فراهم می‌آورد.

به طور خلاصه، انطباق‌پذیری شناختی نه تنها به افراد و سازمان‌ها کمک می‌کند تا در محیط‌های اقتصادی پویا و متغیر موفق باشند، بلکه به افزایش بهره‌وری، نوآوری و رشد اقتصادی کلی جامعه نیز کمک می‌کند. این مهارت کلیدی به اقتصادهای مقاوم و انعطاف‌پذیرتر کمک می‌کند که بتوانند با تغییرات سریع جهانی سازگار شوند و در مواجهه با چالش‌ها و فرصت‌های جدید بهتر عمل کنند.



## ۵ روند تاثیر گذار بر اقتصاد مرکز داده

شرکت‌های خدمات عمومی فراتر رفته‌اند و پیش‌بینی می‌شود بازار مراکز داده‌ای که ابعاد فوق‌العاده بزرگی دارند، سالانه ۲۰ درصد رشد داشته باشد. در این شرایط سرمایه‌گذاران حتماً به چنین بازاری توجه می‌کنند. زیرساخت دیجیتال اقتصاد مرکز داده، همه چیز را از موتورهای جستجو گرفته تا تجارت الکترونیک گرفته تا هوش مصنوعی به کار می‌اندازد و زیربنای اقتصاد امروز است. در ادامه پنج روندی که باعث گسترش و تکامل صنعت مرکز داده در سال‌های پیش رو خواهد شد را برای کسانی که ممکن است با این صنعت کمتر آشنا باشند واکاوی می‌کنیم.

رشد سریع هوش مصنوعی همچنان موضوع روز است و انتظار می‌رود چنین نیز باشد. با این حال، بخشی از فناوری که به همان اندازه مهم است و رشدی انفجاری نیز دارد اغلب نادیده گرفته می‌شود. این بخش، صنعت مرکز داده یا دیتاسنتر است که ستون فقرات هوش مصنوعی و تقریباً هر ابزار دیجیتالی است که داده تولید می‌کند. چندی پیش شرکت مکنزی پیش‌بینی کرد اقتصاد مرکز داده تا سال ۲۰۳۰ سالانه ۱۰ درصد رشد کند و هزینه‌های جهانی ساخت تأسیسات جدید به ۴۹ میلیارد دلار برسد. سطح این پیش‌بینی پایین به نظر می‌رسد. به هر حال، انواع مراکز داده از مدل رشد ۲ تا ۳ درصدی برای

**سید سروش میرعمادی**  
**سرپرست کسب و کار مرکز**  
**داده شرکت فناپ زیرساخت**



## 1 توسعه هوش مصنوعی و مرکز داده پا به پای هم پیش می‌رود

هوش مصنوعی همه جا هست و مراکز داده که زیرساخت پردازش و تحلیل داده‌های مورد نیاز هوش مصنوعی را ارائه می‌دهند روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند. از این پس باید در انتظار تشدید اقبال به هوش مصنوعی و توسعه هر چه بیشتر مراکز داده نیز باشیم.

یک مثال واضح از تقاضای مبتنی بر هوش مصنوعی، انویدیا است که واحدهای پردازش گرافیکی آن به پیشرفت برنامه‌های کاربردی مبتنی بر هوش مصنوعی کمک می‌کنند. انتظار می‌رود این شرکت سازنده تراشه در سال جاری صد هزار پلتفرم هوش مصنوعی ارائه کند. برآوردها نشان می‌دهد مجموع پلتفرم‌هایی که انویدیا تا سال ۲۰۲۷ عرضه خواهد کرد تا رقم یک و نیم میلیون افزایش یابد. برای چنین سطحی از تولید، انتظار داریم انویدیا بیشتر از نیمی از انرژی برق مصرفی مجموع مراکز داده در حال حاضر را مصرف کند.

## 2 مرکز داده، کانون رقابت توسعه فناوری‌های ابر و هوش مصنوعی می‌شود

درست است که هوش مصنوعی در کانون توجه توسعه مراکز داده قرار دارد اما تقاضا برای ارائه خدمات ابری از ارائه‌دهندگان این خدمات (CSPs) روند غالب پیش رو در اقتصاد مراکز داده خواهد بود. در سال‌های اخیر پذیرش رایانش ابری بیش از حد انتظار افزایش یافته و همین موضوع معاملات بزرگی در حوزه مراکز داده را به همراه داشته است. در همین حال، شرکت‌های بزرگی که هوش مصنوعی و سایر ابزارهای دیجیتال را به کار می‌گیرند، پذیرای هر ایده نو در این زمینه هستند. جای تعجب نداشت که در اواخر سال ۲۰۲۲ تقاضا برای ظرفیت مراکز داده از عرضه پیشی گرفت. توسعه هوش مصنوعی و فناوری ابر همراه با هم به پیش می‌رود و مرزهای میان آنها به تدریج در حال محو شدن است. برای مثال، از آنجا که ارائه‌دهندگان خدمات ابری به نحوی به توسعه هوش مصنوعی نیز می‌پردازند، نیاز مراکز داده آنها به هوش مصنوعی و ابر همزمان افزایش می‌یابد. از این رو ارائه‌دهندگان خدمات ابری برای پاسخ به تقاضاهای رو به رشد برای هوش مصنوعی در اقتصاد مراکز داده، گاهی کاربردی را که در قراردادهایشان مشخص شده تغییر می‌دهند. در این میان ارائه‌دهندگان خدماتی که با شرایط مختلف کنار می‌آیند موفق‌تر خواهند بود.



## 3 توسعه مراکز داده بین‌المللی سرعت می‌گیرد

ارائه‌دهندگان مراکز داده و مشتریانشان از این پس شاهد مراکز داده بیشتری هستند. با توجه تحت فشار بودن مراکز داده سنتی برای افزایش ظرفیتشان، مشتریانی که حساسیت کمتری نسبت به تأخیر انتقال داده (مدت زمانی که طول می‌کشد تا داده‌ها از یک مکان به مکان دیگر منتقل شوند) دارند به دنبال گزینه‌های دیگری خواهند بود. برای مثال، کاربر متخصص در آموزش هوش مصنوعی، ممکن است یک مرکز فناوری نوظهور یا حتی مرکزی در خارج از کشور را انتخاب کند. این شرایط به توسعه جهانی صنعت مراکز داده کمک می‌کند. مکنزی خطر نشان می‌کند که ایالات متحده حدود ۴۰ درصد از بازار جهانی مراکز داده را به خود اختصاص داده است و آمریکای لاتین، اروپا و آسیا - اقیانوسیه همگی بتازگی شاهد رشد قابل توجهی بوده‌اند.



## 4 تأمین برق پایدار، مسئله‌ای مهم می‌شود

میزان مصرف برق ناشی از افزایش تقاضا برای مراکز داده موضوع بسیار مهمی است. این یکی از دلایلی است که باعث می‌شود ارائه‌دهندگان آینده‌نگر خدمات مراکز داده نهنها در اندیشه پایداری تأمین برق مراکز داده باشند، بلکه برای کاهش ردپای کربن این مراکز نیز اقدام کنند. امروزه برخی مراکز داده در ایالات متحده، صد درصد برق مصرفی خود را از انرژی‌های تجدیدپذیر تأمین می‌کنند. این مراکز از مواد تجدیدپذیر و بازیافت‌شدنی نیز در مصارف خود استفاده می‌کنند. افزون بر این، برخی از مراکز داده مصرف برق خود را با کمک سامانه خنک‌کننده مخصوصی کاهش می‌دهند. انتظار می‌رود از این پس شاهد بیشتر شدن چنین تلاش‌هایی باشیم، زیرا فشار مشتریان و سرمایه‌گذاران و سازمان‌های رگولاتوری، پایداری تأمین برق برای مراکز داده را به مزیت رقابتی مهمی تبدیل می‌کند.



## 5 نوآوری محرک اقتصاد مراکز داده خواهد بود

تقاضای روزافزون برای توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، عامل محرک خلاقیت و پیشرفت در نوآوری است. در بازاری رقابتی امروز، مشتریان به دنبال بهینه‌سازی کارایی و انعطاف‌پذیری هستند و این شرایط بطور فزاینده‌ای ارائه‌دهندگان خدمات مراکز داده را به سوی توسعه راهکارها و رویکردهای جدید سوق می‌دهد. از استفاده از منابع انرژی جایگزین برای بهبود خدمات‌دهی گرفته تا پذیرش تغییرات فناورانه و زیرساختی مورد نیاز برای سازگاری با هوش مصنوعی، جنبه‌های مختلف توسعه مراکز داده را تشکیل می‌دهد. توسعه سامانه خنک‌کننده مایع که برای خنک‌سازی تراشه‌ها حیاتی است، نمونه‌ای از این فناوری‌هاست. اکنون کارآمدترین سامانه‌ها با تجهیزات خنک‌کننده هوای موجود در مراکز داده ادغام می‌شوند و اجازه خنک‌سازی هیبریدی را می‌دهند. این سامانه‌ها به لطف طراحی ماژولارشان بسیار مقیاس‌پذیر هستند تا مشتریان بتوانند برای تأمین نیازهای آینده‌شان نیز از همان تجهیزات نصب شده استفاده کنند. افزایش تقاضای مشتریان برای تراکم بالاتر رک‌ها در مراکز داده نیز باعث نوآوری در طراحی این مراکز شده است. توان محاسباتی رو به رشد رایانه‌ها مشتریان را ترغیب کرده است که به دنبال افزایش تراکم در فضای کوچک‌تر باشند. آن دسته از ارائه‌دهندگان خدمات مراکز داده که تراکم‌های بالاتر ایجاد کرده‌اند یا چنین قصدی دارند، می‌توانند سریع‌تر به این نیاز بازار پاسخ دهند. در مجموع، سرمایه‌گذاران در هر دو بخش دولتی و خصوصی به این فعالیت‌ها خوش بین هستند. ادغام‌های مرتبط با مراکز داده در سال ۲۰۲۲ ارزشی بالغ بر ۴۸ میلیارد دلار داشته است. پس می‌بینید که این صنعت با سرعت سرسام‌آوری در حال رشد است. اکنون آن دسته از ارائه‌دهندگان خدمات مراکز داده که نوآوری‌هایی ارائه می‌کنند که به مشتریان اجازه می‌دهد خودشان را با پیشرفت توان محاسباتی هماهنگ کنند، بهترین موقعیت را برای سرمایه‌گذاری دارند. همین نوآوری‌هاست که خدمات یک شرکت را جذاب‌تر می‌کند، منابع درآمدی بیشتری را به جریان می‌اندازد و خنثی‌در رقابت شرکت‌ها ایجاد می‌کند که همین موضوع عامل جذاب‌شدن بازار برای سرمایه‌گذاری می‌شود.

منبع: Forbes

and-why-investors-are-taking-notice-۲۰۲۴-five-trends-driving-the-booming-data-center-economy-in-۲۲۰۱۲۰۲۴/https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil

# تحولات بازارهای مالی در ایران در محور فناوری

می تواند بهره بگیرد و تسهیلات فوق العاده بیشتری برای دسترسی به سرمایه در اختیار او قرار گرفته اند.

در بازارهای سرمایه امروزی موقعیت جغرافیایی دیگر مسئله مهمی برای شرکت در معاملات بازار نیست. شما می توانید از تهران در معاملات فارکس شرکت کنید، از پی پال برای پرداخت کارمزد صرافی های خارجی بهره بگیرید و دارایی از نوع تومان را به ارزهای دیگر تبدیل کنید.

یکی از مولفه های اساسی در تکامل بازارهای مالی نوآوری های حوزه فناوری هستند که توانایی اجرای ایده های اقتصادی در سطوح مختلف صنعت را افزایش داده اند. نمونه ای از این تغییر، عمق تحلیل هایی است که امروزه می توان با سخت افزارها و نرم افزارهای محاسباتی از داده های بازار تولید کرد. امروز معامله گر دیگر محدود به یک یا چند پلتفرم نیست، دارایی خود را در هر مسیری که بخواهد می تواند به جریان بیاورد، از هر ابزاری که ساده تر و پربارتر باشد



## هوش مصنوعی

هوش مصنوعی نه تنها به ابزاری شاخص برای تحلیل داده و سناریوسازی برای معامله در بازارها بدل شده، بلکه عاملیت اصلی در جابه جایی جایگاه های برتر بازار سرمایه نیز هست. شرکت هایی که ارتباط قدرتمندتری با فناوری های هوش مصنوعی دارند در ۳ سال گذشته چند صد درصد رشد کرده اند و سهام آن ها به محبوب ترین سهام بدل شده اند.

در ایران، هوش مصنوعی و الگوریتم های یادگیری عمیق به ابزارهای قابل اعتمادی در معاملات الگوریتمی و هوشمندسازی جریان سرمایه گذاری در بازار بدل شده اند. اکثر شرکت های سرمایه گذاری و بانک های کشور از این الگوریتم ها برای سفارش گذاری و خرید و فروش به موقع استفاده می کنند. در مقابل، مردم عادی نیز به قدرت و نیاز به استفاده از این ابزارها پی برده اند و آن ها نیز از دسترسی های موجود و الگوریتم های تجاری برای معامله های سودآورتر بهره می گیرند.

## فناوری های تحلیل داده

امروزه داده بالارزش ترین دارایی برای هر صنعت و هر جریان سرمایه گذاری است. در بازارهای مالی، تقریباً همه افراد به داده های مرتبط با معاملات روزانه و تاریخچه های چندین ساله آن ها دسترسی دارند و این شیوه تحلیل و پیش بینی است که مرز بین سود و ضرر در بازار را مشخص می کند. به همین دلیل، در سال های گذشته شرکت های مالی فعال در بازارهای سرمایه گذاری بر روی جذب نیروهای ماهر در تحلیل مالی و اتخاذ ابزارهای تحلیل مرتبط، سرمایه گذاری های کلانی داشته اند.

## فناوری و افزایش تعداد معامله گران در بازارهای سرمایه

اینترنت به معنی واقعی کلمه جامعه جهانی را به دهکده ای کوچک تبدیل کرده است. با اتصال به اینترنت می توان به تمام بازارها دسترسی پیدا کرد و همین امر باعث افزایش کاربران در معاملات روزانه بازارهای سرمایه شده است.

تنها در بازه ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۲ نزدیک به ۱,۳ میلیون سرمایه گذار جدید وارد بازارهای سرمایه گذاری شده اند. همچنین، تعداد ترانکشن ها در بازارهای مالی به طور میانگین سالانه نزدیک به ۲۴ درصد افزایش می یابند که تغییری فوق العاده در مشارکت مردم در معاملات حرفه ای این بازارهاست.

در ایران حتی افزایش حضور سرمایه گذاران بسیار شدیدتر از نمونه های خارجی بوده است. تا اواسط سال ۱۴۰۲، تعداد سهامداران بازار بورس ایران نزدیک به ۶۱ میلیون نفر بوده که این میزان تاکنون تغییر چشمگیری نداشته است. نکته مهم تر این است که حتی در حضور بازارهای موازی مانند ارزهای دیجیتال، سرمایه گذاری در بازارهای سنتی نیز کاهش نداشته و حتی افزایشی نیز بوده است.

دلیل اصلی این امر نیز دسترسی بیشتر مردم به اینترنت و ابزارهای مورد نیاز برای حضور آنلاین و معامله در بازارهای سرمایه گذاری بوده است.

## تحولات در بازارهای مالی با ریشه هایی در فناوری

فناوری به یک طیف هزار رنگ بدل شده که بر تمام عملیات و جنبه های زندگی ما ردی از خود را به جای می گذارد. در بازارهای مالی نیز فناوری های جدید، بخصوص انواع مرتبط با مدیریت داده، تحول آفرین بوده اند و مفهوم سرمایه، سرمایه گذاری و تحلیل بازار را برای همیشه تغییر داده اند.

## محاسبات ابری

بنابر تحقیق بنیاد مشاوره PWC نزدیک به ۸۰ درصد از شرکت های سرمایه گذاری فعال در انواع بازارها از فناوری های مرتبط با فضای ابری بهره می گیرند.

اغلب این شرکت ها الگوریتم های هوشمند و ربات های معامله گر خود را با داده های به روز از منبع پلتفرم های ابری آموزش می دهند و بخش قابل توجهی از عملیات سرمایه گذاری آن ها خودکار شده است.



## کاهش کارمزد صرافی‌ها

با بروز تازه‌واردها و فعالان فین‌تک متأثر از فناوری در دنیای مالی، پیشنهادات بسیار ارزان‌تری برای انجام معاملات به سرمایه‌گذاران ارائه می‌شود. هر روز بر تعداد صرافی‌های فعال در بازارهای مختلف افزوده می‌شود و رقابت شدید بین این صرافی‌ها باعث کاهش چشم‌گیر کارمزد انجام معاملات شده است. در ایران نیز شرایط مشابهی در حال رخ دادن است، هر چند با سرعت کمتر.

### امروزه داده

بازرزش‌ترین دارایی برای هر صنعت و هر جریان سرمایه‌گذاری است. در بازارهای مالی، تقریباً همه افراد به داده‌های مرتبط با معاملات روزانه و تاریخچه‌های چندین ساله آن‌ها دسترسی دارند و این شیوه تحلیل و پیش‌بینی است که مرز بین سود و ضرر در بازار را مشخص می‌کند. به همین دلیل، در سال‌های گذشته شرکت‌های مالی فعال در بازارهای سرمایه‌گذاری بر روی جذب نیروهای ماهر در تحلیل مالی و اتخاذ ابزارهای تحلیل مرتبط، سرمایه‌گذاری‌های کلانی داشته‌اند



## نقش بلاکچین در تحول بازار سرمایه ایران

شاید بیشترین تأثیر را بلاکچین بر بازارهای سرمایه بر جای گذاشته است و همچنان بر این تحول و انقلاب مستمر پافشاری می‌کند. بلاکچین یک فناوری نسبتاً جدید در مدیریت داده است که از الگوریتم‌های رمزگذاری و رویکردهای همتا به همتا برای ثبت تراکنش‌ها و مدیریت بلوک‌های اطلاعات بهره می‌گیرد.

با توسعه و جذاب‌تر شدن ابزارها و پلتفرم‌های مبتنی بر بلاکچین، اقتصاد منحصربه‌فرد و نسبتاً مستقلی حول این فناوری به وجود آمده است. در حال حاضر ارزش کل بازار کریپتو بیشتر از ۲,۵۶۶ تریلیون دلار است که وزن‌های سنگین در اقتصاد جهانی به حساب می‌آید.

جالب اینکه کاربران ایرانی از جمله فعال‌ترین و به روزترین سرمایه‌گذاران در بازار ارزهای دیجیتال هستند. همین امر باعث شده که بازارهای دیگری چون بورس از معاملات کریپتو تأثیر بگیرند. معامله‌گرانی که در بازار ارز دیجیتال فعال‌اند در زمان رکود این بازار سراغ بازارهای بورس می‌آیند و جریان سرمایه‌گذاری قابل توجهی را به آن تزریق می‌کنند. علاوه بر این، معامله‌گران ایرانی استقلال بیشتری در گردش سرمایه‌های خود بین بازارها پیدا کرده‌اند و ناملايمات یکی می‌تواند به معنای حرکت جمعی سرمایه‌گذاران به بازار دیگر باشد.

## حاکمیت شرکت‌های حوزه فناوری بر بازارهای سرمایه

شرکت‌های فناوری به بزرگان بازارهای مالی بدل شده‌اند؛ جریانی که از اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست و یکم آغاز شد و در آن شرکت‌های فناوری با پس‌زندن بانک‌ها و صنایع مرتبط با نفت و گازی و انرژی جایگزین شرکت‌های سنتی در بازارهای مالی شدند. جدول زیر حاکی از قدرت شاخص فعالان حوزه فناوری بر بازارهای مالی و تمایل شدید سرمایه به جمع‌بندی حول این فعالیت‌هاست.

شرکت	حوزه فعالیت	ارزش بازار به دلار
مایکروسافت	فناوری	۲,۳۴۲ تریلیون دلار
اپل	فناوری	۳,۱۸۱ تریلیون دلار
NVIDIA	فناوری	۳,۱۸۱ تریلیون دلار
آلفابت	فناوری	۲,۲۲۲ تریلیون دلار
آمازون	تجارت دیجیتال	۱,۹۷۶ تریلیون دلار
ارامکو عربستان	نفت و گاز	۱,۸۰۱ تریلیون دلار
متا	فناوری و شبکه‌های اجتماعی	۱,۲۵۵ تریلیون دلار
TSMC	فناوری	۹۰۲,۲۲ میلیارد دلار
Berkshire Hathaway	مالی	۸۸۳ میلیارد دلار
Eli Lilly	داروسازی	۸۴۰,۰۴ میلیارد دلار

در ایران وضعیت کاملاً متفاوت از جدول بالاست. در بازار بورس ایران شرکت‌های بزرگ پتروشیمی، بانکی و معدنی در رده‌های بالا از نظر ارزش بازار هستند. دلیل این امر نیز بسیار واضح است، حوزه فناوری در ایران به هیچ وجه موفق نبوده و ایران صاحب یک برند شاخص و صادرکننده فعال در حوزه فناوری نیست. اکثر تجهیزات فناوری که در کشور موجود است محصول کشورهای دیگرند و سهم شرکت‌های خارجی از بازار داخلی بسیار پایین است.

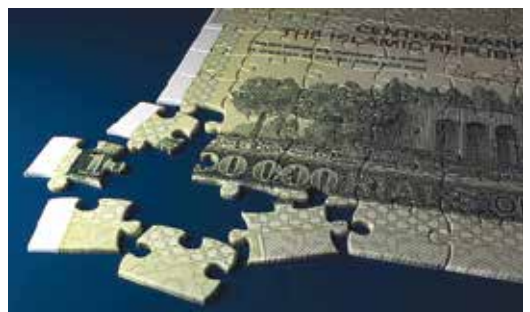
بنابراین، با نگاهی به بازارهایی چون بازار ارز دیجیتال و رغبت و موفقیت سرمایه‌گذاران ایران در آن‌ها درمی‌یابیم که علاقه به فناوری در بین ایرانیان موج می‌زند و آن‌ها راغب‌تر از هر جامعه دیگری به سوق دادن سرمایه خود به سمت فناوری هستند. در نتیجه اگر شرکت یا شرکت‌هایی از صنعت فناوری دنبال سرمایه‌های کلان برای توسعه عملیات خود باشند، بهترین بازار برای آن‌ها بازارهای سرمایه داخلی و جلب اعتماد سرمایه‌گذاران ایرانی است.

## تحولات در شیوه‌های تأمین مالی

با افزایش ورود سرمایه‌گذاران به بازارهای سرمایه، شرکت‌هایی که در این بازارها فعال‌اند نیز امکان بیشتری در تأمین مالی پیدا کرده‌اند. سهام اکثر شرکت‌های شاخص در ایران با قیمت‌هایی بالاتر از ارزش واقعی آن‌ها معامله می‌شوند و این شرکت‌ها همیشه امکان لازم برای فروش اوراق مشارکت از طریق بازارها را دارند و مردم نیز مشارکت خوبی در این شیوه از تأمین مالی داشته‌اند.

مهم‌تر اینکه سرمایه‌گذاران ایرانی که در بازارهای جهانی معامله می‌کنند، امکان ورود غیرمستقیم سرمایه خارجی به سهام شرکت‌های ایرانی را فراهم کرده‌اند. معامله‌گرانی که سال‌ها در بازارهای کریپتو یا فارکس معامله کرده‌اند در صورت تشخیص موقعیت مناسب در بازار بورس حاضرند سرمایه خود را به سهام این شرکت‌ها تخصیص دهند و از این طریق به تأمین سرمایه لازم برای توسعه آن‌ها کمک کنند. فناوری همچنین باعث تسهیل در رویکردهای مشارکتی برای انتقال ریسک از صنایع به سرمایه‌گذاران شده است. پلتفرم‌های بانکی و اپلیکیشن‌های مالی به راحتی امکان انتشار امن اوراق مشارکت را دارند و حتی با وارد کردن یک کد ملی هم شخص می‌تواند سرمایه خود را به یک جریان صنعتی منتقل کند و در عملیات سودآور آن مشارکت داشته باشد.

فناوری دسترسی و تنوع در بازارهای مالی ایران را به میزان قابل توجهی افزایش داده است. با ظهور بانکداری آنلاین و خدمات مالی از طریق اپلیکیشن‌های موبایل، اکنون جامعه بزرگتری از مردم ایران به خدمات مالی مرتبط با سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی دسترسی دارند. پیشرفت فناوری همچنین باعث افزایش شفافیت در بازار شده، چراکه مردم به منابع اطلاعاتی بیشتری دسترسی دارند و ابزارهای تحلیل داده نیز تقریباً در دسترس همه سرمایه‌گذاران قرار گرفته‌اند. در نهایت، هوش مصنوعی حتی برای کسانی که امکان و دانش تحلیل را ندارند به ابزاری دست‌گیر در تحلیل داده‌های مالی بدل شده و انتظار می‌رود اپلیکیشن‌های مبتنی بر آن به ترندترین ابزارهای تحلیل مالی بدل شوند.





# شرح مختصری از فعالیت های انجمن مدیریت ایران

انجمن مدیریت ایران موسسه ای است که با هدف تولید، اشاعه و گسترش فنون نوین مدیریت و همچنین نوآوری در ارائه خدمات به اعضای حقیقی و حقوقی، اعم از دولتی و خصوصی به عنوان یکی از انجمن های ممتاز وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به مدت ۱۷ سال پیاپی و هم چنین انجمن علمی برتر از سوی جشنواره فارابی در سال ۱۳۹۶ و شورای انجمن های علمی ایران در سال ۱۳۹۹ شناخته شده است.

انجمن مدیریت در شصت و هفت سال گذشته منشاء توسعه و تحول بسیاری در حوزه های مدیریت بوده است. برگزاری ده ها کنفرانس و همایش های ملی و بین المللی سالانه در زمینه های مختلف مدیریت، در طول این مدت و همچنین برگزاری هشت کنفرانس ملی در زمینه «فرهنگ سازمانی» و هشت دوره «جایزه مسئولیت اجتماعی مدیریت»، شش دوره «کنفرانس بین المللی مدیریت دانشی»، شش دوره «جایزه مدیریت دانش»، دو کنفرانس ملی و یک همایش ملی در زمینه «تحول دیجیتال» و راه اندازی «مرکز تایید اعتبار حرفه ای مدیران» از خدمات برجسته این انجمن در سال های اخیر است. چاپ بیش از صدها مقاله علمی و تخصصی ارزشمند از اساتید و صاحب نظران برجسته مدیریت در مجله مدیریت، اجرای بیش از دویست و پنجاه کنفرانس و همایش بین المللی و حضور فعال در سیاست گذاری این همایش ها جهت ارائه موضوعات علمی مدیریتی بخش هایی از خدمات انجمن مدیریت ایران است. هم چنین ایجاد فضای تعامل و گفتگو بین مدیران ارشد، میانی و صاحبان صنعت در قالب مصاحبه ها و میزگردهای تخصصی نیز امکان بحث و بررسی در حوزه های مختلف اقتصادی، صنعتی، مدیریتی و... را فراهم نمود تا از این طریق بتوان راه کارهای نوآورانه و خلاق برای حل مسائل سازمان های دولتی و خصوصی ارائه شود. در طی این مسیر طولانی انجمن همواره از طریق بکارگیری نیروهای جوان، مستعد و اندیشمند در ارتباط با این مدیریت کلان توانسته است اساتید برجسته و مدیران صاحب نظری را به عرصه مدیریت کشور معرفی نماید و از این نظر سهم شایسته ای را به عهده داشته باشد.

## چشم انداز انجمن مدیریت ایران در سال ۱۴۰۴:

تبدیل شدن به قطب علمی رهبری مدیریت در  
ایران و کسب جایگاه شایسته در بین ۵ انجمن  
مدیریتی برتر منطقه ای

## حوزه های اصلی فعالیت:

آموزش  
مشاوره  
پژوهش  
انتشارات  
برگزاری کنفرانس ها و همایش های تخصصی

## هیات مدیره فعلی انجمن:

آقای دکتر مجید قاسمی (رئیس هیات مدیره)  
آقای دکتر علی اصغر پورمند (نائب رئیس هیات مدیره)  
آقای دکتر حیدر مستخدمین حسینی (خزانه دار)  
آقای مهندس عباس شعری مقدم (عضو)  
آقای مهندس رضا صحرایی (عضو)  
آقای مهندس مجتبی خسرو تاج (عضو)  
آقای دکتر منوچهر منطقی (عضو)

## اهداف:

الف- اهداف اصلی انجمن  
اهداف انجمن طبق اساسنامه به شرح زیر است:  
• ترغیب و تشویق پژوهشگران و تجلیل از محققان و اساتید ممتاز؛  
انجام تحقیقات علمی و فرهنگی در سطح ملی و بین المللی بین محققان و متخصصان؛  
همکاری با نهادهای اجرایی، علمی و پژوهشی و مشاوره ای در زمینه ارزیابی و بازنگری طرح ها و برنامه های مربوط به امور آموزش و پژوهش در زمینه علمی موضوع فعالیت انجمن.  
ب- اهداف فرعی انجمن  
خلق ارزش برای کلیه ذی نفعان؛  
کمک به بومی سازی مدیریت و اشاعه آن در کشور؛  
معرفی و حمایت از نخبگان و پیش کسوتان مدیریت؛  
ترویج و بهبود اصول مدیریت و آموزش روش های صحیح آن؛  
حمایت از مدیریت سبز و توسعه مسئولیت اجتماعی مدیریت؛  
همکاری و همگامی با سایر موسسات آموزشی و تحقیقاتی در ایران؛  
تنظیم برنامه های توسعه علمی مدیریت مبتنی بر فناوری های نوین؛  
پژوهش، بررسی و اظهار نظر در مسائل و کاربردهای مدیریت و اشاعه آن؛  
ارتقاء دانش مدیران بویژه در واحدهای صنعتی و بازرگانی اعم از دولتی و خصوصی؛  
همکاری با دانشگاه ها، مراکز آموزش عالی و سایر انجمن های علمی مدیریتی در حوزه بین الملل؛  
تعامل انجمن با مدیران کشور و بهره گیری از تخصص آنان در جهت ارتقاء دانش و تجربه مدیران جوان ایرانی؛  
کمک به مدیران موسسات عضو در جهت تامین نیازها و اهداف آنان به منظور توسعه و افزایش کیفیت و بهره وری؛  
ایجاد هسته های تحقیق و توسعه برای بالا بردن توان علمی و فنی مدیران در جهت افزایش قدرت رقابت داخلی و خارجی؛  
تبادل اطلاعات و تحکیم مبانی مدیریتی در جهت وصول به اهداف مشترک مدیریت در جمیع زمینه های علمی و کاربردی؛  
ارائه آخرین روش ها و تکنیک های مدیریت از طریق برگزاری سخنرانی ها و سمینارها توسط با تجربه ترین اساتید و مدیران حرفه ای کشور.

## اعضای حقیقی و حقوقی انجمن مدیریت ایران:

الف- اعضای حقیقی  
۱۷۰۰ نفر عضو حقیقی (پبوسته-وابسته- دانشجویی- افتخاری)  
ب- اعضای حقوقی  
۳۵۴ عضو حقوقی عادی  
۴۷ عضو حقوقی طلایی

## انتشارات:

الف - مجله «مدیریت»: یکی از فعالیت های انجمن مدیریت ایران چاپ مجله «مدیریت» با مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است که از سال ۱۳۷۰ تاکنون منتشر شده است و در اختیار اعضا و مشترکین مجله قرار می گیرد.  
ب - مجله علمی - پژوهشی «مدیریت فرهنگی»: این مجله از سال ۱۳۹۰ با همکاری دانشگاه آزاد واحد علوم تحقیقات چاپ و بین اساتید و دانشجویان در دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی کشور توزیع می شود.  
ج- کتاب های منتشر شده: یکی از رسالت های انجمن مدیریت تولید و انتشار کتاب های مدیریتی می باشد. در این زمینه با حمایت های مالی و معنوی انجمن حدود ۹۰ کتاب به چاپ رسیده است.

## راه های ارتباطی با انجمن:

آدرس: تهران - خیابان شهید باهنر (دوراهی دزاشیب) - پلاک ۵۲۷ - ساختمان تجاری اداری نیاوران - طبقه ۵ - واحد ۵۰۳  
تلفن: ۲۶۸۷۹۲۳۵ - ۲۶۸۷۹۲۳۹  
سایت: iranmanagement.net  
ایمیل: info@iranmanagement.net  
کانال تلگرام: ima1339@  
اینستاگرام: iran\_management\_association

# بانکداری در عصر اینترنت اشیا

صنعت بانکداری از جمله صنایعی بوده که در چند دهه گذشته با توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات به کلی زیر و رو شده است. به جز حمل فیزیکی اسکناس‌ها، تقریباً می‌توان گفت دیگر فرایندهای اداری بانکی از طریق درگاه‌ها اینترنتی و اپلیکیشن‌های نصب شده روی گوشی‌های هوشمند به آسانی اجرا می‌شود. با این حال به نظر می‌رسد هنوز کار متخصصان آ‌ی‌تی با صنعت بانکداری در جهت ارائه خدمات بهتر به مشتریان تمام نشده‌است. کارشناسان می‌گویند اینترنت اشیا (IoT) و دیگر فناوری‌های دیجیتال به بانک‌ها امکان می‌دهد تا همزمان با افزایش کارایی عملیات، تجربه کاربری بهتری را نیز برای مشتریان ایجاد کنند.



مهدی خدابنده

مدیر ارشد پروژه‌های  
زیرساخت مالی و  
بانکی فناپ زیرساخت

## اینترنت اشیا، دگرگون ساز نظام بانکی

در یک تعریف کلی می توان گفت که اینترنت اشیا شامل اتصال اجسام فیزیکی مانند دستگاهها، خودروها، ساختمانها و غیره با استفاده از تجهیزات الکترونیکی، نرم افزارها، حسگرها و سایر وسایل ارتباطی است که امکان تبادل داده را فراهم می کند. از داده های جمع آوری شده می توان برای خودکارسازی فعالیتها، بهینه سازی عملیات و بهبود عملکرد تجهیزات استفاده و از این طریق مسیرهای جدیدی در تعامل کسب و کارها و مشتریان آنها با تجهیزات تعریف کرد. اینترنت اشیا نماینده مرحله بعدی در انقلاب صنعتی است که زندگی مصرف کنندگان و کسب و کارها را برای همیشه متحول می کند؛ جایی که امکان تبادل داده بین تجهیزات و ماشینها به تولید اطلاعات خودکار و تصمیم گیری مبتنی بر رفتار، ارزش فوق العاده خلق می کند.

بانکها با استفاده از حسگرها و تگ های RFID (شناسایی فرکانس رادیویی) می توانند بر فعالیت های مشتریان نظارت کنند و اطلاعات تازه ای از کلان داده های بانکی به دست آورند. فناوری اینترنت اشیا به بانکها اجازه می دهد داده ها را در لحظه جمع آوری کنند تا امکان تشخیص بموقع فرصت های بهبود و تصمیم گیری مبتنی بر داده را داشته باشند. بانکها از هوش مصنوعی نیز برای بهره گیری بیشتر از داده و امکان پیش بینی نیازها و اولویت های مشتریان استفاده می کنند.

افزون بر این، اینترنت اشیا و فناوری دیجیتال، رویه های معمول بانکی در انجام فعالیت های سنتی مانند صدور اعتبار کوتاه مدت و سپرده های پس انداز را دگرگون کرده است. با استفاده از خودکارسازی فرایندهای بانکی، فعالیت های متقلبانه به سرعت شناسایی شده و پردازش انواع درخواست ها به منظور پیشبرد اموری مانند پرداخت وام به طور خودکار پیگیری می شود. در نتیجه، زمان و پیچیدگی مرتبط با این فرایندها به شکل قابل توجهی کاهش می یابد. از اینترنت اشیا برای مدیریت حساب مشتریان و پرداختها، از جمله خودکارسازی نقل و انتقالات و تحلیل داده نیز استفاده می شود.

## بهینه سازی فرایندها بر پایه داده ها

شرکت های کنونی به ابزارهای پیشرفته و راهکارهای نوآورانه مبتنی بر فناوری اطلاعات متکی اند تا با یکپارچه سازی عملیات، مکانیسمها و کارکنان در قالب یک شبکه پویا، سازمان را به سمت بهینگی مطلوب در عملکرد هدایت کنند. چنین فناوری هایی به شرکتها اجازه می دهند تا با یکدیگر در تعامل نزدیکتری باشند، منابع را به اشتراک بگذارند، عملیات را در اکوسیستم بانکی ردیابی کنند و از حفظ اطلاعات حیاتی مطمئن شوند. در کانون این فرایندها، پیش بینی مبتنی بر داده و خودکارسازی فرایندهای تصمیم گیری وجود دارد.

این روندهای دیجیتال بسیار دقیق تر و سریع تر از کاربران انسانی عمل می کنند. بویژه، مقیاس گیری با استفاده از هوشمندسازی به موهبتی برای بانکها تبدیل می شود تا با تغییرات لحظه ای در بازارهای عملیات خود همراه شوند و امکان هر گونه واکنش سریع و انطباقی آن را بدست آورند.

## تقاطع فرصت و چالش

در کنار تمام فرصتهایی که اینترنت اشیا برای بانکها به وجود می آورد، چالش های زیادی نیز با رواج این فناوری آشکار می شود که برای برطرف کردنشان به ابزارهای فنی، سیاسی و تحقیقاتی نیاز است.

دستگاه های متصل به اینترنت اشیا، حجم زیادی از داده ها را روزانه تولید می کنند که غالباً به انواع پروتکل های تخصصی در ذخیره و مدیریت داده نیاز دارند. حفظ حریم خصوصی چالش اساسی دیگری است که بعلافت گستردگی شبکه بانکی این حوزه را به چالش می کشد. آنها باید این فرایندهای جدید و مبتنی بر داده را با رویکردهای سنتی خود منطبق کنند.

این سازگاری فقط شامل تجهیزات و فرایندها نیست، بلکه نیروی انسانی نیز باید دانشی منطقی تر، به روزتر و چابک تر داشته باشد.

## رضایت هر چه بیشتر مشتریان با تکیه بر اینترنت اشیا

بانکها با بهره گیری از اینترنت اشیا و روندهای دیجیتال می توانند خدمات بهتری به مشتریان ارائه دهند و عملیات خود را کارآمدتر مدیریت کنند. با جمع آوری بلادرنگ داده ها و تحلیل آنها با فناوری های هوش مصنوعی، درک بهتری از اکوسیستم بانکی و نیازهای مشتریان حاصل می شود. این درک در ادامه موجب سودآوری بیشتر و بهینه سازی عملیات می شود.

برخورداری از یک مدل عملکردی موثر در سیستم بانکی، ضرورتی تعیین کننده برای همه فعالان صنعت بانکداری است. این مدل های عملکردی دید کافی برای رؤیت دقیق وضعیت سلامت مالی مشتریان آنها و خلق استراتژی های بلندمدت را فراهم می کنند. مدل های عملکردی شامل ارزیابی عملکرد مالی در یک دوره خاص، درک ارزش های مدنظر مشتری و تجزیه و تحلیل میزان رضایت آنها از عملیات بانکی، ردیابی اثربخشی استراتژی ها و شیوه های قیمت گذاری خدمات است. افزون بر این، مدل های عملکردی به بانکها کمک می کنند تا نقاط ضعف و فرصت های بالقوه برای بهبود را در فرایندهای خود شناسایی و نقشه راهی برای رشد پایدار خود در بلندمدت ترسیم کنند.

## اینترنت اشیا و بهبود ارزیابی عملکرد کارکنان بانک

در شرایط حاضر ابزارهای متعددی برای ارزیابی عملکرد کارکنان بانک موجود است. این موارد شامل نظر سنجی، ارزیابی سمتها، نمونه برداری و ارزیابی عملیات و وظایف، بازخورد ۳۶۰ درجه و همسان سنجی است. این ابزارها به بانکها کمک می کنند تا عملکرد کارکنان را بطور دقیق و عینی اندازه گیری کنند، به ردیابی روند پیشرفت نیروی انسانی بپردازند و زمینه های آموزش مهارتها به کارکنان را فراهم کنند. چنین ابزارهایی خود محرک کارکنان به انجام بهینه تر عملیات و تشویق نیز هستند، زیرا با تشخیص جنبه های مختلف از عملکرد کارکنان، بانک حس مهم بودن و تعلق را در آنها ایجاد می کند. در نهایت، کارکنان تشویق می شوند که اهداف خود با سازمان را سازگار و هارمونی توأمی بین رشد فردی و رشد سازمانی به وجود آورند.

هیچ راه منحصر بفردی برای ارزیابی کارکنان وجود ندارد و هیچ رویکرد بهینه سازی نمی تواند یک مدل واحد باشد. با این حال، چارچوبها و فعالیت های استاندارد وجود دارد که می توانیم برای ارزیابی و بهبود عملکرد در تمام سازمانها استفاده کنیم. بخصوص، مدیران باید انتظاراتی را تعیین کنند که بسیار روشن و قابل دستیابی باشند و به کارکنان در تشخیص و حضور مستمر در مسیر بهبود فعالیت های خود یاری دهند. بانکها نباید به یک یا چند ارزیابی اکتفا کنند و این فعالیت باید بصورت مستمر انجام شود تا هم سازمان و هم کارمندان آن از وضعیت عملکردی خود آگاه باشند و برای بهبود آن اقدام کنند. همچنین، ارزیابی ها باید بیشتر از هر چیز دیگری بر فرصت های رشد تمرکز داشته باشند. در نهایت، این که اگر بصورت رسمی از یک عملکرد خوب تقدیر شود، انگیزه لازم در کارکنان برای بهبود فعالیت های روزمره آنها را تا حدود زیادی تضمین می کند.

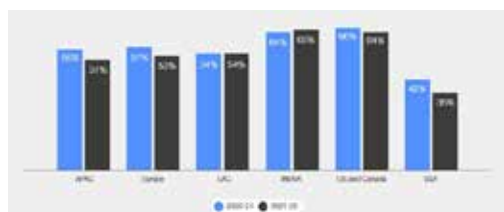
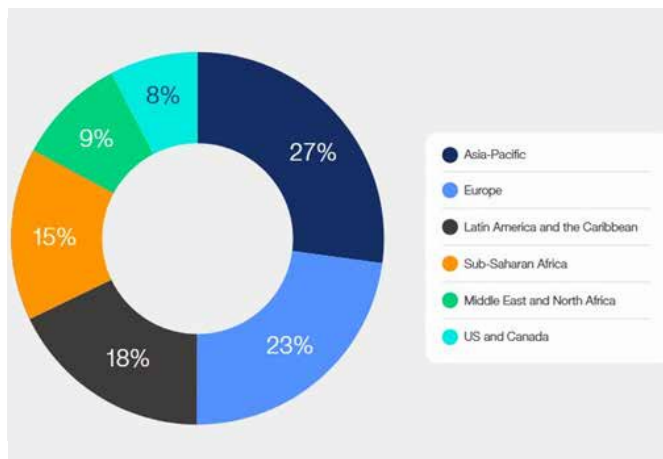
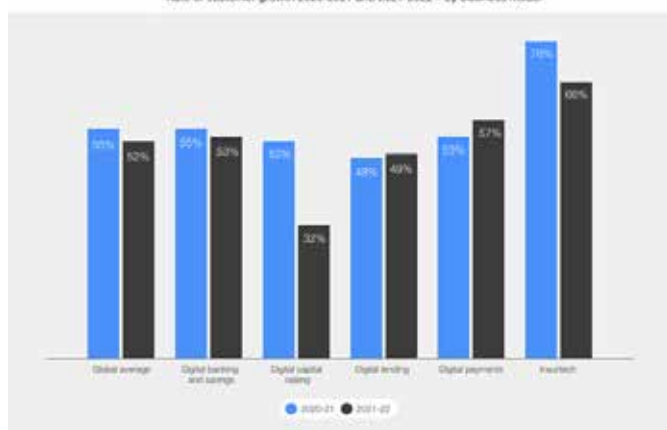
برگرفته از:

# آینده فین تک به هوش مصنوعی گره خورده است

فین تک، به عنوان کاربرد فناوری‌های دیجیتال در خدمات مالی، در حال تغییر شکل و شمایل آینده مالی جهان است، روندی که در دوران کرونا به شدت سرعت گرفت و دیگر از شتاب نیافتاد. روند مداوم در دیجیتالی شدن خدمات مالی و پولی فرصت‌هایی را در ایجاد خدمات مالی فراگیرتر و کارآمدتر تعریف کرده، فرصت‌هایی که به ارتقاء توسعه اقتصادی کشورها کمک شایانی می‌کنند. بر اساس تحقیق مجمع جهانی اقتصاد و مرکز تحقیقات مالی دانشگاه کمبریج، افزایش تقاضای مشتریان برای خدمات آنلاین باعث رشد سریع خدمات فین تک شده است. نمودار زیر خلاصه‌ای از نرخ افزایش تقاضا برای خدمات فین تک در دو سال متوالی ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۲ است.

فین تک ابزارها، کانال‌ها و سیستم‌های جایگزینی برای دسترسی به اعتبار، دریافت وام و خدمات بیمه‌ای تعریف کرده است. به ویژه آن که سیستم بانکی سنتی نمی‌توانست به همه جمعیت جهانی این خدمات مالی حیاتی را ارائه کند و تحول آفرینی فین تک بهبودی در وجه خدمات‌رسانی بانک‌ها نیز بود. کشورهای پرجمعیت‌تر حتی بهره بیشتری از این فناوری‌ها برده‌اند و برای بسیاری از مردم ابزارهای مالی دیجیتال معجزه‌های در دسترسی به تسهیلات بانکی و بیمه‌ای بوده‌اند. تصویر زیر نمایشی از میزان توزیع خدمات مالی مبتنی بر فناوری در مناطق مختلف جهان است.

Rate of customer growth 2020-2021 and 2021-2022 - by business model



## افزایش تعداد مشتریان

از نظر تعداد مشتریان، برای صنعت فین تک یک روند صعودی در اواخر دوران کرونا آغاز و همچنان ادامه دارد. در سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۲ فناوری‌های مالی شاهد رشد قابل توجهی در تعداد مشتریان با نرخ رشد ۵۰ درصد سالانه بود.

این رشد در محصولات مرتبط با بیمه به مراتب بیشتر بوده و تا ۷۶ درصد افزایش هم گزارش شده است. از نظر توزیع منطقه‌ای نیز آمریکا و کانادا همراه با منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا بیشترین رشد را شاهد بوده‌اند.

## مکانیزم‌های مورد استفاده برای جلب مشتریان

شرکت‌های فین تک از ابزارها و کانال‌های متنوعی برای افزایش تعداد مشتریان خود استفاده کرده‌اند. محور اصلی فعالیت‌های جلب مشتری آن‌ها کانال‌هایی چون شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌ها بوده‌اند. در نتیجه، ارتباط با مشتری برای شرکت‌های مالی و بخصوص بیمه‌ها و بانک‌ها از حالت فیزیکی و سنتی آن به حالت دیجیتال تغییر رویه داده‌است. در مناطقی مانند خاورمیانه و شمال آفریقا، شرکت‌های فین تک اتکای بسیار بالایی به تبلیغات از طریق فعالان در شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌های پربازدید داشته‌اند.



## فاکتورهایی که باعث پیشرفت فناوری‌های فین تک شده‌اند

از نظر میزان تأثیر هر کدام از این فاکتورها، آمارها برای مناطق مختلف جهان متفاوت‌اند. تصویر زیر شماتیکی از این تفاوت در پیشرفت فناوری‌های فین تک متأثر از فاکتورهای مختلف و برای مناطق جغرافیایی متنوع است.



چنانکه عنوان کردیم افزایش تقاضا در ۵۱ درصد از موارد باعث افزایش توزیع فناوری‌های مالی در بین جوامع بوده‌است. در واقع افزایش دسترسی به اینترنت و عدم پاسخگویی سیستم بانکی سنتی به نیازهای مالی مردم باعث حرکت تقاضا به سمت خدمات مالی دیجیتال شده‌است. فاکتورهای دیگر شامل موارد زیرند:

- در ۳۹ درصد از موارد دسترسی به نیروی کار ماهر و علاقه‌مند به دنیای دیجیتال باعث افزایش نرخ توزیع بوده است.
- در ۳۸ درصد موارد بهبود در قوانین ملی مرتبط با فعالیت شرکت‌های فناوری در حوزه مالی بوده است.
- در ۳۲ درصد موارد تمایل مردم به حضور آنلاین باعث بهبود در تقاضا برای خدمات مالی صنعت FinTech بوده است.
- در ۲۹ درصد موارد امکان ادغام خدمات یک یا چند شرکت مالی باعث بهبود شده‌اند.
- در ۲۸ درصد از موارد دسترسی به زیرساخت‌های مورد نیاز بر تحقق فعالیت‌های بانکداری و بیمه دیجیتال باعث افزایش رشد شده‌اند.

## فین تک سیستم‌های مالی عادلانه تری تعریف می‌کند

بانک‌ها به‌طور سنتی خدمات شاخص خود را فقط به افرادی ارائه می‌کرده‌اند که اعتبار مالی خوبی داشتند، یا حداقل از نظر اسناد موجود چنین برداشتی از وضعیت مالی آن‌ها و پتانسیل بازپرداخت تسهیلات انجام می‌شد.

کسانی که در مناطق محروم بودند یا اطلاعات و کانال‌های مالی کافی برای مشارکت در فعالیت‌های بانکی و بیمه‌ای نداشتند، غالباً از قافله جدا می‌ماندند و مسیر همواری برای دریافت تسهیلات بانکی تحول‌آفرین برای آن‌ها وجود نداشت.

بنابراین همچنان که بخش‌های مختلف از جامعه (مشتریان بالقوه) امکان دریافت تسهیلات را نداشتند، بانک‌ها و دیگر موسسات مالی نیز شرایط لازم برای رشد مستمر و توزیع شده‌ای را نمی‌توانستند برای مردم فراهم کنند. فین تک و خدمات مالی دیجیتال از کانال‌های آنلاین به دنیای مشتریان خود ورود می‌کنند؛ از طریق گوشی‌های همراه که تقریباً هر شخص بالغی اکنون به یکی از آن‌ها دسترسی دارد، انواع خدمات فناوری‌های مالی در دسترس قرار گرفتند. در نتیجه، این فناوری‌ها به دریایی ۱,۴ میلیارد نفری از اشخاصی دسترسی پیدا کردند که هنوز هیچ خدمت بانکی سنتی دریافت نکرده بودند، اما پتانسیل لازم برای حضور آنلاین و تجربه خدمات مالی مبتنی بر آن را داشتند.

بنابراین، فین تک یک انقلاب در خدمت رسانی عادلانه در بخش مالی بود که رویکردهای ساده‌تر و با موانع کمتری را به مشتریان خود پیشنهاد می‌داد. از نظر آماری، زنان با درآمدهای پایین و ساکنان مناطق روستایی یا حاشیه شهرها بخش اعظم مشتریان فناوری‌های مالی بوده‌اند و به ترتیب ۳۹، ۴۰ و ۲۷ درصد جامعه مشتریان را شکل می‌دهند و ۲۶، ۳۱ درصد از کل تراکنش‌های دنیای فین تک مربوط به آن‌هاست. بنابراین، فین تک از درآمدهای پایین شروع کرده و خدمات خود را برای اشخاص با محرومیت بیشتر از نظر دسترسی به خدمات بانکی کالیبره کرده است.

در نتیجه این گسترش تعداد مشتریان و بنا بر آمارهای مرتبط با اواسط سال ۲۰۲۳، ارزش سهام شرکت‌های فین تک که در بازارهای مالی معامله می‌شوند از ۲۵۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹ به بیشتر از ۵۵۰ میلیارد دلار رسیده است. مهم‌تر اینکه تعداد شرکت‌های فین تک با ارزش بیشتر از ۱ میلیارد دلار از ۳۹ شرکت به ۲۷۲ شرکت رسیده، ارزش این ۲۷۲ شرکت اکنون بیشتر از ۱ تریلیون دلار است.

## درآمد شرکت‌های فین تک در مقایسه با بانک‌های سنتی



بنا بر گزارش سال ۲۰۲۲ از بانک جهانی، درآمد صنعت بانکداری در حدود ۶,۵ تریلیون دلار بوده است. در مقابل، درآمد شرکت‌های فین تک در سال ۲۰۲۲ بین ۱۵۰ تا ۲۰۰ میلیارد دلار بوده است، یعنی نزدیک به ۵ درصد درآمد بانک‌ها. نرخ رشد فناوری‌های مالی پیش‌بینی می‌کند که تا سال ۲۰۲۸ این میزان درآمد به ۴۰۰ میلیارد دلار برسد، یعنی ۱۵ درصد رشد سالانه. تصویر زیر نمایشی از پیش‌بینی درآمد در سال ۲۰۲۸ نسبت به ۲۰۲۲ برای صنعت فین تک در مناطق مختلف جهان است.

**از نظر آماری، زنان با درآمدهای پایین و ساکنان مناطق روستایی یا حاشیه شهرها بخش اعظم مشتریان فناوری‌های مالی بوده‌اند و به ترتیب ۳۹، ۴۰ و ۲۷ درصد جامعه مشتریان را شکل می‌دهند و ۲۶، ۳۱ درصد از کل تراکنش‌های دنیای فین تک مربوط به آن‌هاست**

## آینده فین تک

امروزه شرکت‌ها در تمام صنایع مشتاق استفاده از خدمات مالی در شیوه‌های ارائه محصولات و خدمات خود هستند. شرکت‌های بزرگ تلاش می‌کنند چرخه‌های مالی را کوچک و کوچک‌تر کنند و تسلط بیشتری بر روند گردش مالی حاصل از فعالیت‌های صنعتی خود داشته باشند.

با ادغام ویژگی‌هایی مانند پرداخت با گوشی همراه، وام‌دهی، یا ابزارهای سرمایه‌گذاری در پلتفرم‌های اختصاصی شرکت، کسب‌وکارها به دنبال ایجاد مسیرهای درآمدی جدید، افزایش وابستگی مشتری به محصولات و خدمات و ایجاد مزیت رقابتی هستند. از طرفی، بانک‌های کوچک و بزرگ با ادغام محصولات دیجیتالی بیشتر در عملیات و خدمات کانونی خود، در حال تجدیدنظر در شیوه‌های کسب‌وکار در دنیای مالی‌اند. در یک دهه آینده، سرمایه‌های مخاطره‌پذیر خصوصی و سایر سرمایه‌گذاران عمده به سرمایه‌گذاری در فناوری‌های مالی یا فین تک ادامه خواهند داد و هیچ نشانه‌ای از توقف در این شیوه از کانال‌سازی مالی وجود ندارد. دلیل این امر هم بسیار ساده است: هرچا پتانسیل کسب درآمد پایدارتر و جذاب‌تر باشد، سرمایه به همان سمت حرکت می‌کند. در حال حاضر دنیای دیجیتال بیشتر از هر ماهیت دیگری برای مردم جذاب است و سرعت توسعه آن به معنی ایجاد پتانسیل بیشتر و قابل‌اتکاتر برای درآمدزایی از حضور آنلاین مردم است.

با این توضیحات، آینده فین تک را می‌توان در قالب توسعه‌هایی از جنس موارد زیر پیش‌بینی کرد:

### ورود بیشتر هوش مصنوعی به خدمات مالی

احتمالاً هوش مصنوعی متحول‌کننده‌ترین فناوری است که آینده فین تک را شکل می‌دهد. بنا بر پیش‌بینی‌های بنیاد مکینزی، هوش مصنوعی پتانسیل افزایش سالانه ۱ تریلیون دلار بر درآمد صنعت بانکداری را دارد. موارد زیر مسیرهایی هستند که هوش

مصنوعی از آن طریق می‌تواند چنین هدفی را به یقین برساند.

● **استفاده در الگوریتم‌های ارزیابی اعتبار:** آموزش هوش مصنوعی برای تشخیص سریع‌تر و منصفانه‌تر میزان اعتبار مشتریان از جمله کاربردهایی از هوش مصنوعی است که فناوری‌های فین تک به آینده آن بسیار امیدوارند و سرمایه‌گذاری‌های زیادی روی آن انجام شده است.

● **خودکارسازی:** هوش مصنوعی بهترین ابزار، یا حتی تنها گزینه ممکن، برای خودکارسازی حداکثری فرایندها در صنایع مختلف است. از ورود مشتری، بررسی‌های مرتبط با تأیید هویت او و فعالیت‌های پولشویی تا ارائه انواع خدمات بانکی، هوش مصنوعی می‌تواند انقلابی در خودکارسازی عملیات بانکداری ایجاد کند.

● **ارتباط با مشتریان:** ربات‌های هوش مصنوعی بهترین نمونه از دستیارهای دیجیتالی هستند که امکان پشتیبانی ۲۴ ساعته را دارند و قرار است با بهره‌گیری از هوش مصنوعی امکان انجام عملیات بانکی توسط آن‌ها نیز محقق شود.

● **مبارزه با تقلب‌های بانکی:** هوش مصنوعی ابزاری دقیق و خستگی‌ناپذیر برای جستجوی عملیات مجرمانه در سیستم بانکی و کشف جرائم سایبری متناظر است. الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌توانند داده‌های مرتبط با تراکنش‌ها را در زمان واقعی تجزیه و تحلیل کنند و هرگونه اختلال مشکوک را به طور موثرتری پیگیری و اطلاع رسانی کنند.

● **شخصی‌سازی عملیات:** هوش مصنوعی با دریافت اطلاعات مرتبط با مشتریان و حتی طی کردن چند مرحله سوال و جواب با آن‌ها، می‌تواند سناریوهای شخصی‌سازی خدمات به هر مشتری را تعریف و حتی به اجرا برساند.

● **تجزیه و تحلیل پیش‌بینی‌کننده:** فرایندهای هوش مصنوعی می‌توانند برای کمک به مقابله با ریزش مشتری و پیش‌بینی حرکات بازار استفاده شوند.

## احراز هویت بیومتریک

با توسعه فناوری‌های دیجیتال در بخش مالی، نیاز به توسعه دیوارهای امنیتی حائل برای محافظت از دارایی‌ها بیشتر و بیشتر می‌شود. احراز هویت بیومتریک، مانند اثر انگشت و تشخیص چهره، جزء راهکارهای غالب در توسعه فناوری‌های مالی جدیدند. بخصوص، این راهکارها باعث حذف نیاز به استفاده از رمز عبور، و مشکلات مرتبط با فراموشی یا هک آن، و بین کدهای پیچیده می‌شوند.

## وام‌دهی همتا به همتا

پلتفرم‌های وام‌دهی همتا به همتا وام‌گیرندگان را با وام دهندگانی که تمایل به اشتراک سرمایه و درآمدزایی از آن دارند وصل می‌کنند. در نتیجه، شرکت ارائه کننده خدمات فقط یک واسطه برای تضمین بازپرداخت‌هاست و هیچ نقشی در تأمین مالی به صورت مستقیم ندارد. وام‌دهنده می‌تواند هر مبلغی را که در نظر دارد در استخرهای وام‌دهی قرار دهد و به همان میزان از بازپرداخت وام‌ها پاداش بگیرد.

## آینده فین تک در ایران

اگر به همه مواردی که در این یادداشت ارائه شد نگاهی اجمالی بپردازید و آن‌ها را با ذهنیت جامعه ایرانی و بازار سرمایه آن تحلیل کنیم، درمی‌یابیم که خدمات فناوری مالی آینده بسیار روشنی در ایران دارند. چنانکه در تحقیقات مشخص شده، مناطق محروم و افراد کم درآمد علاقه بیشتری به خدمات شرکت‌های فین تک دارند و بزرگترین جامعه مشتریان آن‌ها را تشکیل می‌دهند. به همین دلیل، پتانسیل موجود در ایران و برای شرکت‌های فین تک فوق‌العاده بالاست و انتظار می‌رود هرگونه سرمایه‌گذاری در این حوزه با استقبال فوق‌العاده‌ای همراه باشد. علاوه بر این، سیستم بانکی ایران توان پاسخگویی به حجم افزایشی تقاضا برای خدمات و تسهیلات بانکی را ندارد و فین تک دیگر به یک بایست برای سیستم مالی ایران بدل شده است. در نتیجه، دولت نیز باید تسهیلات و مسیر همواری برای فعالیت شرکت‌های فین تک ایجاد کند تا روند بهبودی که توسط این شرکت‌ها در مناطق مختلف جهان ایجاد شده، در ایران نیز به پتانسیل بالفعل خود برسد.

فین تک دو جریان اصلی در صنایع و نیازهای اجتماعی را شامل می‌شود: فناوری و خدمات مالی. بنابراین، بدیهی است که آینده روشنی در انتظار آن باشد، چراکه فناوری جذاب‌ترین ماهیت کنونی در بین جوامع است و خدمات مالی نیازی تاریخی برای توسعه فردی و جمعی بوده، هست و خواهد بود. در نتیجه، هرگونه سرمایه‌گذاری در حوزه فین تک نه تنها باعث بهبود عملکرد سیستم‌های مالی و گردش بهینه پول می‌شود، بلکه تسهیلاتی فوق‌العاده در روند انجام معاملات خرد و کلان در صنایع مختلف نیز هست.

## اکنون بخرید بعدا پرداخت کنید

یکی از جذاب‌ترین خدمات فناوری‌های دیجیتال در انجام تراکنش‌های خرید، گزینه خرید الان و پرداخت بعدا (BNPL) است که از زمان همه‌گیری کرونا به عنوان یک فعالیت اعتباردهی کوتاه‌مدت باب شد. تقریباً اکثر شرکت‌های خرده‌فروشی بزرگ مانند آمازون و علی‌بابا از این گزینه برای جذب مشتریان بیشتر استفاده می‌کنند. این خدمت حس خوبی به مشتری می‌دهد، به او اعتبار می‌بخشد و قدرت خرید او را بالا می‌برد. انتظار می‌رود استفاده از این شیوه در پلتفرم‌های خرید تا سال ۲۰۲۷ سه برابر شود.

هوش مصنوعی با دریافت اطلاعات مرتبط با مشتریان و حتی طی کردن چند مرحله سوال و جواب با آن‌ها، می‌تواند سناریوهای شخصی‌سازی خدمات به هر مشتری را تعریف و حتی به اجرا برساند



## کیف پول‌های دیجیتال

همراه با وابستگی بیشتر مشتریان به گوشی‌های همراه، مردم تمایل بیشتری به حذف کیف پول‌های سنتی و پرداخت از طریق گوشی همراه پیدا کرده‌اند. همین امر باعث توسعه فناوری‌هایی چون کیف پول گوگل، اپل پی و بی‌پال شد. انتظار می‌رود در ادامه این کیف پول‌ها امکانات بیشتری مانند معامله در بازارهای سرمایه و وام‌دهی و ... را نیز به مشتریان ارائه کنند.





# زیست‌پذیری و عدالت؛ دورکن اصلی توسعه پایدار

سید علیرضا کاظمی دولابی  
کارشناس توسعه اقتصادی

سفر، دوستی با و صیانت از محیط زیست، زیبایی، مهربانی، توزیع عادلانه منابع و... را ترویج می‌دهد و باید به خواسته عمومی تبدیل شود تا پیوند میان عرضه محصولات و خدمات با رویکرد توسعه پایدار با تقاضای بازار افزایش یابد.

بازطراحی زنجیره ارزش و روشمندسازی توسعه با رویکرد توسعه پایدار باید در سطوح فردی، خانوادگی، روستا، شهر و کشور طراحی و تعریف شود و تمامی دستگاه‌های اجرایی و نهادهای مدنی در گام اول، پیشگراولان آن شوند. دولت باید مشوق‌های مالی و منابع خود را برای حمایت از این فعالیت‌ها و اقدامات افزایش دهد و دانشگاه‌ها و نهادهای علمی با تمرکز بر این مهم، به تجاری‌سازی و ارزش‌آفرینی خدمات و محصولات تولیدی با رویکرد توسعه پایدار کمک کنند.

به عنوان مثال زمانی که دولت رویکرد توسعه پایدار را جایگزین رویکرد فعلی کند، بهره‌برداری از جنگلی زیبا در جنگل‌های هیرکانی برای برداشت چوب و تولید ذغال نخواهد بود، در این رویکرد، پرورش گیاهان و جانوران دارای ارزش و جذب گردشگر الگوی اقتصادی بهره‌برداری از جنگل است و تعاونی‌های محلی می‌توانند برای این اقدام شکل بگیرد تا هم منابع طبیعی توسط جامعه بومی حفظ شود و هم ضریب جذابیت و پایداری جنگل‌های هیرکانی به عنوان ثروت ملی افزایش پیدا کند.

یکی از تمایزهای توسعه پایدار در این است که نگاه سرمایه‌محوری باید جای خود را به انسان‌محوری و تخصص‌محوری دهد. در مسیر راهبری توسعه پایدار سرمایه داران باید توجه به مسائلی کنند که مقبولیت خود را در جامعه حفظ نمایند، همین اقدامات است که سنگ بنای توسعه پایدار را شکل می‌دهد. دولت نیز باید با حمایت مالی و دانشی از فعالان توسعه پایدار در شروع شکل‌گیری و جهت‌دهی این مسیر بسیار مهم اقدام کند، افراد مقبول و معتمد جامعه در بخش‌های مختلف شناسایی و از سوی دولت حمایت شوند و پرچم توسعه پایدار در بخش‌های تخصصی به آنان سپرده شود تا مردم خود را بخشی از آن مسیر بدانند و با هم‌افزایی و خواست مشترک، دولت و کارآفرینان را به سمت آن سوق دهند.

مردم، مهم‌ترین عامل توسعه پایدار هستند و همان‌قدر که در دولت‌ها باید به مقوله توسعه پایدار توجه کرد، مردم را نیز باید با این روش آشنا ساخت و با ایجاد چشم‌اندازی مشترک، مبتنی بر حفظ ارزش‌های ملی و مذهبی، همه ذینفعان را پای کار آورد. ایران می‌تواند مسیر توسعه پایدار را با نهادینه‌سازی در بخش خصوصی و عمومی در بازه زمانی ۲۰ الی ۵۰ سال پییماید. هر چه مشارکت مردم و کارآفرینان افزایش یابد، ضریب موفقیت افزایش و زمان دستیابی به توسعه پایدار کاهش می‌یابد.

توسعه پایدار حاصل فرآیندی پیچیده و مستمر است که تنها با به کارگیری ثروت، سرمایه‌های انسانی، منابع انسانی، دانشی و مالی و همراهی همه ذینفعان امکان‌پذیر است. شاید به ظاهر ساده بیاید اما مهم‌ترین، اساسی‌ترین و اصلی‌ترین گام در تحقق توسعه پایدار، مشارکت است. مشارکتی که همه ذینفعان را منتفع نماید و با خلق ارزش درونی، ظاهری و اجتماعی سبک زندگی «توسعه پایدار» را متناسب با منطقه جغرافیایی، الگوی حکمرانی و منابع در دسترس و دارای ظرفیت‌های تامین ترویج نماید.

توسعه پایدار می‌تواند در مقیاس جهانی، قاره‌ای، کشور، استان، شهرستان، شهر، بخش، دهستان یا روستا تعریف شود. سازمان ملل متحد در معتبرترین کمپین جهانی خود، اصول ۱۷ گانه توسعه پایدار را تشریح کرده و کشورها را تشویق به پیاده‌سازی این اصول در سیاست‌ها و فعالیت‌های خود می‌نماید. کشورها از منظر توسعه یافتگی به کشورهای توسعه یافته، در حال توسعه و کشورهای کمتر توسعه یافته تقسیم می‌شوند. کشور ما ایران بر اساس ارزیابی‌ها به عنوان یک کشور در حال توسعه شناسایی می‌شود.

یکی از شاخصه‌های کشورهای توسعه یافته، کمتر توسعه یافتگی در بخش‌های مختلف و توسعه یافتگی در بخش‌های دیگر است. به عبارتی یک کشور در حال توسعه در حال گذار از کمتر توسعه یافتگی به سمت توسعه یافتگی است. نگاه به آینده و برنامه‌ریزی با نگاه نسلی مبتنی بر پیشرفت دانش و توسعه ثروت، یکی از مواردی است که باید در حرکت به سمت آینده مورد نظر قرار داد. توسعه پایدار با دارا بودن مفاهیمی عمیق، راهنمایی خوب برای سیاست‌گذاران است تا با دوراندیشی نسلی، نوآوری و خلق ارزش برای رفاه و هم‌زیستی بهتر مردمان، طراحی و برنامه‌ریزی نماید.

توسعه پایدار گرچه برای بلند مدت برنامه و اهداف دارد، اما در کوتاه مدت باید بتواند زندگی مردمان را بهبود بخشد، زندگی بهتر ارزشی است که می‌تواند فرهنگ توسعه پایدار را نهادینه کند. از سویی لحاظ کردن اصول محیط‌زیستی و صیانت از منابع طبیعی ممکن است به منافع کوتاه مدت دولت‌ها و سرمایه‌گذاران آسیب وارد کند و از سویی رعایت نکردن این اصول، دستیابی به توسعه پایدار را در بلند مدت دور از دسترس می‌نماید. اینجاست که هوشمندی سیاست‌گذاران باید با نوآوری و خلاقیت و خلق ارزش همراه شود و با ایجاد مشوق‌ها و تعریف و ایفای تعهدات حمایتی از کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و عموم فعالان اقتصادی آن‌ها را به سمت طراحی و اجرای پروژه‌هایی سوق دهد که اصول توسعه پایدار را رعایت می‌نماید.

از سویی ترویج سبک زندگی توسعه پایدار که زندگی سالم، ورزش،



## معرفی کتاب عشق و کار

چگونه بفهمید عاشق چه کاری هستید،  
عشق را در کارتان پیدا کنید، و عاشق کارتان بمانید؟

## معرفی کتاب

کتاب «عشق و کار» - نوشته مارکوس باکینگهام، نویسنده، سخنران و مربی توسعه فردی - به ارتباط عمیق بین علائق ما و حرفه کاریمان می‌پردازد. این کتاب بر اساس پژوهش‌های انجام شده و تجربه نویسنده نشان می‌دهد که کلید آرامش و رضایت ما از شغل و حرفه مان در این نهفته است که چقدر می‌توانیم شغل و وظایف روزمره خودمان را با علائق خودمان مطابقت دهیم.

در دنیایی که مسیر آموزش و تربیت افراد مبتنی بر استانداردهای (گاه‌افراطی) بوده و کار اغلب بعنوان مجموعه‌ای از وظایف تعریف شده و مشخص برای انجام دادن و نه منبع شادی و خودشکوفایی تلقی میشود، نویسنده تفکر غالب را به چالش می‌کشد. در این کتاب می‌بینیم که چطور با بهره‌برداری از نقاط قوت و علائق فردی خودمان میتوانیم بهره‌وری شغلیمان را ارتقا داده و درگیری مثبتی با مسیر حرفه‌ای خود ایجاد کنیم.

این کتاب با بهره‌گیری از تجربیات شخصی، مطالعات موردی و مشاوره‌های عمل‌گرایانه تلاش دارد به خوانندگان خود نقشه راهی ارائه دهد تا منابع عشق و علاقه خود را که به نوعی حس زنده بودن و ارزش‌آفرینی به آن‌ها میدهند را کشف کرده و از آنها در مسیر حرفه‌ای خود بهره‌برداری کنند.

نویسنده خوانندگان خود را تشویق میکند که از پرداختن به شرح شغل‌ها و نقش‌های سازمانی سنتی فراتر رفته و رویکردهای شخصی و منحصر بفرد خود را برای توسعه حرفه‌ای بکار گیرند. با تمرکز بر آنچه که به آنها انرژی و هیجان و انگیزه می‌دهد، افراد می‌توانند کارهایی انجام بدهند که نه تنها موفقیت‌آمیز (به تعبیر عمومی) بلکه عمیقاً رضایت‌بخش باشند.

به‌عنوان مترجم‌های این کتاب، می‌دانیم که همه ما در طول زندگی خود این فرصت و بضاعت را نداشته یا نداریم که عشق و علاقه خود را زندگی و کار کنیم ولی زمانیکه برای نخستین بار این کتاب را برای خودمان مطالعه کردیم دریافتیم که با یک راهنمای شغلی یا یک نوشته انگیزشی روبرو نیستیم. ما با کتابی مواجه شدیم که دعوتی به بازاندیشی در نحوه نگرش به کار و پیگیری مسیرهای شغلی بود که با خود واقعی ما همخوانی بیشتری داشته باشد. این دریافت ذهنی در تغییرات مسیر شغلی خود ما بسیار تعیین‌کننده بود. بنابراین به شما نیز پیشنهاد میدهم با مارکوس باکینگهام در این کتاب همراه شده و با شناسایی نقاط قوت و علائق واقعی خود، آنها را بکار گرفته و تمام تلاش خود را بکار بگیرید تا زندگی شغلیتان بهره‌ورتر و شادی‌بخش‌تر باشد.

مترجمان:

محمد حسین نقوی

دکتری سیاستگذاری علم و فناوری دانشگاه تهران

بنیانگذار و مدیر مدرسه مدیریت ناول

سعید نیری

دکتری کارآفرینی دانشگاه تهران

استاد مدیریت و کسب و کار دانشگاه نورث‌همپتون انگلستان



جهت تهیه کتاب به سایت ترجمان مراجعه بفرمایید و از ۱۰ درصد تخفیف برخوردار شوید: <https://tarjomaan.com/>

# تنها یک کلیک تا ابری شدن

در پلتفرم اختصاصی ابر آسیاتک **cloud.ir**



اسکن کنید

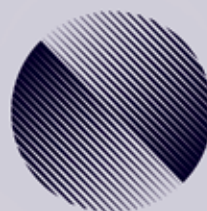
عصر داده‌های  
**آسیاتک**

cloud.ir

۹۰۰۰۵۵۵۵

# استودیو طراحی برند پژواک

هویت بصری، طراحی گرافیک، و توسعه استراتژیک برند



**PEJVA**  
INTELLIGENCE COMMUNICATION

به دنبال تقویت برند خود هستید؟

ما اینجا هستیم تا به شما کمک کنیم از طریق طراحی حرفه‌ای و منحصر به فرد، برندتان را به صورت موثر و ماندگار به نمایش بگذارید.



## توسعه استراتژیک برند:

راهکارهایی برای توسعه و شکوفایی کسب‌وکار



## طراحی برندبوک:

ایجاد هویتی منحصر به فرد برای ارتباط با مشتریان



## طراحی گرافیک خلاقانه:

از لوگو تا بسته‌بندی، همه چیز در یک نگاه حرفه‌ای.

با قیمت‌های مناسب و کیفیتی حرفه‌ای، آماده‌ایم تا به کسب‌وکار شما کمک کنیم به سطح بالاتری برسیم.

  @Pejvakadv

۰۲۱ ۴۴۴۳ ۹۹۳۹

info@pejvakadv.ir

www.pejvakadv.ir

تهران، خیابان خواجه نصیر، کوچه گیتی، پلاک ۳، واحد ۱۲



تعریف سیلابس‌ها و شیوه برگزاری  
بر اساس متدهای استاندارد مدرسه  
کسب و کار هاروارد

### کارگاه‌های مدیریت و رهبری

توسعه و مدیریت تیم  
تصمیم‌گیری و حل مسئله  
ارتباط موثر و مدیریت بازخورد  
رهبری در دوران تغییرات  
راهبردهای رشد و توسعه

### سلامت روان و رفاه کارکنان

مدیریت استرس در سازمان  
پیشگیری از فرسودگی شغلی  
ترویج فرهنگ سازمانی سالم  
مدیریت تعارضات بین افراد  
افزایش بهره‌وری و انگیزه تیم

### مدیریت تعارضات سازمانی

تکنیک‌های حل مسئله گروهی  
مهارت‌های مشارکت در تیم  
راهبردهای توسعه و رشد تیم  
ابزارهای ارزیابی عملکرد تیم  
راهکارهای افزایش انگیزه تیم

### مدیریت پروژه و بهره‌وری

تدوین نقشه راه موثر در پروژه  
مدیریت ریسک و چالش‌ها  
مدیریت کیفیت پروژه‌ها  
مدیریت زمان و بهره‌وری در پروژه  
ابزارهای مدیریت و ارزیابی پروژه



# OJENILI

Print & Packaging Co.

---

## Impressively Different

### توانایی‌ها در اوج نیلی

تمرکز اعضای اوج نیلی به صورت یک گروه کاملاً تخصصی معطوف به طراحی و ایجاد اثرهای برجسته و منحصر بفرد، در حوزه تجاری، بسته بندی و لیبلینگ با بهره گیری از آخرین دستاوردهای هنر و تکنولوژی و کاربردهای آن در عرصه های اداری، تجاری، صنعتی، آموزشی، انتخاباتی و تبلیغاتی است.

### ارزش های محوری

- ارائه خدمات اوج نیلی با بالاترین کیفیت ممکن
- انجام تعهدات به مشتریان با رعایت نهایت وقت شناسی
- توجه به اصل رضایت مشتریان به عنوان مهمترین رکن کسب و کار



# برتری در بسته بندی



[www.ojenili.com](http://www.ojenili.com)

[info@ojenili.com](mailto:info@ojenili.com)

+98 (21) 42 20 4000

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

# توسعه ثروت دهکده مهر

سرمایه‌گذاری سبز در مسیر توسعه پایدار



دهکده مهر آریانا



# با راهکار جامع تنخواه‌گردان پادیوم، مدیریت تنخواه کسب‌وکار خود را با شفافیت و به آسانی تجربه کنید.



podium.ir

- افتتاح آنلاین حساب دیجیتال و شعب تنخواه‌گردان
- مدیریت آسان وجوه تنخواه
- گزارش‌گیری دقیق و شفاف مدیریتی
- نظارت بر عملکرد تنخواه‌گردان
- صدور کارت تنخواه به ازای هر تنخواه‌گردان
- دریافت گزارشات اختصاصی مربوط به هر تنخواه‌گردان

۰۹۹۱۲۰۵۴۵۸۴

واحد فروش راهکارهای دیجیتال

## پادیوم، همراه هوشمند کسب‌وکار شما

برای کسب اطلاعات بیشتر به وبسایت پادیوم مراجعه کنید:

پاد

سرزمین هوشمند پاد

PODIUM  
پادیوم



○ فضاهای داخلی ساختمان از قبیل کف، دیوارها و سقف  
○ فضای خارجی و نمای ساختمان

| ضد قارچ و کپک  
| فاقد مواد سمی

| عایق صوتی و حرارتی  
| دوستدار محیط زیست

| عایق رطوبت  
| ضد آتش

