

بازار

هدف‌های رفتاری : پس از پایان این فصل از فراگیرنده انتظار می‌رود که :

- مفهوم بازار را بیان کند.
- عوامل مؤثر در تشکیل بازار را برشمارد.
- مبانی طبقه‌بندی انواع بازار را نام ببرد.
- انواع بازارها را از لحاظ «نوع کالا و خدمات مورد مبادله در آنها» نام ببرد و هر یک را تعریف کند.
- انواع بازارها را از لحاظ «مکان و زمان تشکیل آنها»، «ماهیت عملی که در آنها انجام می‌شود» و «نحوه تعیین قیمت» را نام ببرد و تعریف کند.
- بازارهای «رقابت کامل»، «انحصار کامل»، «انحصار چند جانبه»، «چند قطبی» و «شرایط» آنها را شرح دهد.

مفهوم بازار

وقتی از بازار سخن به میان می‌آید، عامه مردم به مفهوم جغرافیایی بازار توجه می‌کنند و یک منطقه پررفت و آمد از شهر را به خاطر می‌آورند که دارای مغازه‌ها، حجره‌ها و سراهای بسیار است. این برداشت از بازار درست، ولی ناقص است و اگر برای بازارهای گذشته مناسب بود، برای بازارهای کنونی مناسب نیست. زیرا امروزه توسعه حمل و نقل، ارتباطات، فعالیت‌های بانکی و... تماس بین خریداران و فروشندگان را از مسافت‌های بسیار دور نیز امکان‌پذیر ساخته است.

بنابراین، می‌توان بازار را به یکی از دو بیان زیر، که در عین حال مکمل همدیگرند، تعریف کرد :
الف) هر واحد بازرگانی یا تولیدی، در فضای اقتصادی جامعه خود فعالیت می‌کند. این فضای اقتصادی را که شامل خریداران، فروشندگان، واسطه‌های معاملات بازرگانی، بنگاه‌های پولی و مالی،

بنگاه‌های کاربایی، بنگاه‌های حمل و نقل و ... است، می‌توان از نظر آن واحد بازرگانی یا تولیدی «بازار» به حساب آورد.

ب) بازار یک کالا یا خدمت شامل قلمرو مشخصی است که در درون مرزهای آن، خریداران و فروشندگان آن کالا یا خدمت با یکدیگر تماس می‌گیرند و در رفع نیازهای خود می‌کوشند و سرانجام، براساس عرضه و تقاضای آنان، قیمت یک‌سانی برای آن کالا یا خدمت پدید می‌آید و تمامی مبادلات آن کالا یا خدمت با این قیمت صورت می‌گیرد. گاهی این قلمرو به وسعت یک شهر، گاهی به وسعت یک استان، گاهی به وسعت یک کشور؛ گاهی به وسعت یک منطقه از جهان و گاهی هم به وسعت تمامی جهان است.

بنابراین، می‌توان گفت که هرگاه شرایط مساعدی برای مبادله کالاهای و خدمات بین خریدار و فروشنده فراهم شود، در واقع یک بازار تشکیل شده است، خواه خریدار و فروشنده در بازار حضور فیزیکی داشته باشند یا بدون حضور فیزیکی از طریق تلفن، دورنگار، پیام‌نگار (E-mail)، ارتباط مستقیم یا کاربران شبکه (on-line)، تلکس، نامه و ... با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. امروزه به علت تخصصی‌تر شدن بازارها حجم وسیعی از مبادلات بدون دیدن تمامی کالا و فقط با مشاهده نمونه و از راه تماس غیرمستقیم صورت می‌گیرد.

به هر حال، به کوتاه‌ترین بیان می‌توان گفت که مکانیسم عرضه و تقاضا، تار و پود بازارها را تشکیل می‌دهد و تحت تأثیر نیروی عرضه و تقاضاست که قیمت و حجم مبادله تعیین می‌شود.^۱ البته، گاهی بنا به ملاحظات سیاسی - اقتصادی، دولت قیمت کالا یا کالاهای معینی را رأساً معین می‌کند و از مردم می‌خواهد آن را در داد و ستدها به کار بندند. در این صورت به ظاهر قانون عرضه و تقاضا مورد تردید واقع می‌شود در حالی که در این موارد هم می‌توان از قانون عرضه و تقاضا، برای درک نتایج اقدام دولت، استفاده کرد.

عوامل مؤثر در تشکیل بازار

با در نظر گرفتن آنچه که در مفهوم بازار بیان کردیم، عوامل زیر در تشکیل بازار یک کالا یا خدمت دخالت دارند:

احساس نیاز و تنش برخاسته از آن، از جانب دو شخص (یا دو گروه از اشخاص) که در واقع عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان کالا یا خدمتی هستند که مبادله آن، نیاز مزبور و تنش ناشی از آن نیاز

۱- با گسترش ابزارهای ارتباطی، تعریف بازار نیز توسعه و تغییر یافته است: امروزه بازار عبارت است از مجموعه مشتریان بالفعل و بالقوه یک بنگاه اقتصادی. ملاحظه می‌شود که در تعریف اخیر برای بازار مکان در نظر گرفته نمی‌شود بلکه بازار را مجموعه مشتریان می‌دانند.

را برطرف می‌کند.

در دسترس بودن کالا یا خدمت مورد نیاز، از جهت زمانی و مکانی.
در دسترس بودن دانش و آگاهی‌های مربوط به بازار، از قبیل مشخصات کالا یا خدمت، نرخ ارز و

به توافق رسیدن عرضه کننده و متقاضی در زمینه قیمت هر واحد کالا یا خدمت مورد مبادله.
وجود قوانین و مقرراتی که حافظ حقوق و منافع عرضه کنندگان، تقاضا کنندگان و واسطه‌های معاملاتی باشد.
داشتن پول یا واسطه مبادله کافی.

انواع بازار

بازارها را می‌توان از جهات مختلف تقسیم‌بندی کرد. پاره‌ای از مبانی طبقه‌بندی بازارها عبارت‌اند از: نوع کالا و خدمات مورد مبادله؛ مکان تشکیل بازار؛ زمان تشکیل بازار؛ ماهیت عملی که در آنها صورت می‌گیرد و نحوه تعیین قیمت.

بازارها، از لحاظ «نوع کالا و خدمات مورد مبادله در آنها»، پنج نوع‌اند:

بازار کالاهای مصرفی: در این بازارها، آن گروه از فرآورده‌های کشاورزی و صنعتی مورد داد و ستد قرار می‌گیرد که خریدار آنها، مصرف کننده نهایی است. یعنی آن کالاها را به قصد رفع نیاز شخصی خریداری می‌کند و قصد فروش مجدد آنها را ندارد.

بازار کالاهای سرمایه‌ای: در این بازارها کالاهای سرمایه‌ای (یعنی کالاهایی که وسیله تولید سایر کالاهاست) مورد داد و ستد قرار می‌گیرد. بازار کالاهای سرمایه‌ای شامل بازار مواد اولیه؛ کالاهای در جریان ساخت و کالاهای ساخته شده است.

بازار خدمات: در این بازارها خدمات افراد و بنگاه‌ها داد و ستد می‌شود. مانند بازار کارگران ساختمانی، بازار حمل و نقل، بازار کربابی و

بازار پول: در این بازارها، نرخ برابری ارزها، یعنی نرخ تبدیل واحد پول کشورهای دیگر به واحد پول ملی تعیین می‌شود و معاملات ارزها به صورت نقدی یا کوتاه مدت صورت می‌گیرد.

بازار اوراق بهادار^۱: در این بازارها، سهام بنگاه‌های تولیدی و بازرگانی و نیز اوراق قرضه

۱- پول کشورهای مختلف، چک بانکی و سفته و برات، اوراق قرضه (دولتی و خصوصی)، سهام شرکت‌ها و واریزنامه صادراتی را در اصطلاح اوراق بهادار می‌نامند. تفاوت سه گروه اوراق بهادار موجب شده است که دو نوع بازار برای معاملات مربوط به آنها به وجود آید:

■ بازار پول: که در آن پول کشورهای مختلف مورد معامله است.

■ بازار سرمایه: که در آن اوراق قرضه و سهام شرکت‌ها مورد معامله است.

مورد داد و ستد قرار می‌گیرد که ماهیت بلندمدت دارند.

بین اوراق قرضه و سهام سه تفاوت اساسی وجود دارد :

— اوراق قرضه، سند بدهکاری صادرکننده آن است به دارنده آن، درحالی که سهام، سند مالکیت دارنده آن است در اموال شرکت صادرکننده آن.

— اوراق قرضه دارای سررسید و نرخ بازده از پیش تعیین شده است، درحالی که سهام، فاقد هرگونه سررسید است و معمولاً بازده از پیش تعیین شده هم ندارد.

— در صورت انحلال و تصفیه شرکت‌ها اصل و سود اوراق قرضه پیش از سرمایه صاحبان سهام پرداخت می‌شود و چنانچه پس از پرداخت وام‌ها از دارایی شرکت چیزی باقی ماند به طور متناسب بین صاحبان سهام تقسیم می‌شود.

بازارها از لحاظ «مکان تشکیل آنها» بر دو نوع اند :

بازارهای ساکن : این بازارها در محل‌های مشخصی تشکیل می‌شوند و انواع آن عبارت‌اند از بازارهای بین‌المللی (مانند بازار گندم کالیفرنیا)؛ بازارهای منطقه‌ای (مانند بازار پشم استرالیا)؛ بازارهای محلی؛ حراجی‌ها و بازارهای مکاره^۱.

بازارهای متحرک : این بازارها در محل‌های مختلف تشکیل می‌شوند و برای زمان محدودی فعالیت می‌کنند، آن‌گاه برچیده می‌شوند و مجدداً در محل دیگری به فعالیت می‌پردازند. مانند نمایشگاه‌های صنعتی و کشاورزی.

بازارها از لحاظ «زمان تشکیل آنها» چهار نوع اند :

بازار روز : در این بازارها محصولات کم دوام و به سرعت فاسد شدنی مورد داد و ستد قرار می‌گیرد، مانند میدان‌های میوه و تره بار.

بازار هفتگی : این بازارها در روز یا روزهای مشخصی از هفته تشکیل می‌شوند و خریداران و فروشندگان در آن روز در محل معینی گرد می‌آیند. مانند دوشنبه بازار، چهارشنبه بازار و

بازار فصلی و بازار سالانه : بازارهای فصلی در مقاطع معینی از سال و بازار سالانه در موعد معینی از سال تشکیل می‌شوند و فعالیت می‌کنند، مانند بازار گندم، بازار برنج و

بازارهای اختصاصی : بازار تبر، بازار عتیقه، بازار گل و گیاه و ... بازارهای اختصاصی نامیده می‌شوند که در موعد معینی هر ساله با همایش اشخاص علاقه‌مند دایر می‌شوند.

۱- بازار مکاره، بازاری است که هر سال یک بار به مدت چند روز در محلی دایر می‌شود و از نقاط مختلف کشور یا کشورهای مختلف

اجناس گوناگون را در آن به معرض تماشا و خرید و فروش می‌گذارند.

بازارها از لحاظ «نحوه تعیین قیمت» دو نوع اند :

بازارهای تابع عرضه و تقاضا : بازارهای تابع عرضه و تقاضا به بازارهایی گفته می‌شود که در آنها قیمت کالاها و خدمات مورد مبادله بر اساس قانون عرضه و تقاضا تعیین می‌شود، مانند بازار بسیاری از کالاها، همچنین بازار پول و سرمایه.

بازارهای تابع مقررات خاص : در این بازارها، معاملات بر طبق مقررات ویژه‌ای صورت می‌گیرد که از پیش تعیین و اعلام شده است. در پرتو این مقررات، مکانیسم عرضه و تقاضا کم‌اثر یا حتی گاهی بی‌اثر می‌شود، مانند بازار فروش نفت از جانب کشورهای عضو اوپک^۱.

البته، باید دانست که برخی از بازارهای تابع عرضه و تقاضا نیز ممکن است در شرایط خاصی تابع مقررات خاصی باشد، مثلاً در بورس تهران اگر معامله‌ای براساس اطلاعات منتشر نشده شرکت (اطلاعات درونی) انجام گیرد این معامله را باطل می‌کنند تا تغییر قیمت سهام را مثلاً در دامنه $\pm 5\%$ در روز محدود کنند. یا اگر قیمت سهامی به شدت بالا رفت موقتاً نماد معاملاتی آن را متوقف می‌کنند و از شرکت صاحب سهم می‌خواهند اطلاعات مالی بیشتری در اختیار بگذارد، تا معاملات با آگاهی بیشتر صورت گیرد.

تبانی تولید کنندگان

گاهی تولید کنندگان عمده‌ای که در یک زمینه فعال‌اند و محصول مشابهی را تولید می‌کنند، به منظور دستیابی به انحصار و سود هر چه بیشتر، با همدیگر تبانی می‌کنند. تراست، کارتل و هلدینگ، سه نوع معروف این تبانی‌ها هستند.

تراست^۲ : هرگاه صاحبان سهام چند شرکت عظیم، سهام خود را به یک شرکت مستقل عظیم‌تر واگذار کنند و گواهی‌نامه مخصوص دریافت کنند که به آن گواهی‌نامه سود تعلق گیرد، این شرکت مستقل عظیم را در اصطلاح «تراست» می‌نامند.

شرکت‌های تشکیل دهنده تراست، استقلال مالی، بازرگانی و فنی خود را از دست می‌دهند و تمامی امکانات و قدرت عمل آنها به تراست منتقل می‌شود. لیکن تراست چنان عمل می‌کند که صاحبان سهام شرکت‌های تشکیل دهنده خود را، هر چه بیشتر به سود برساند.

۱- Organization of Petroleum Exporting Countries (OPEC)

سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) در ژانویه ۱۹۶۱ در کاراکاس، پایتخت ونزوئلا، به وجود آمد و دولت‌های ایران، عراق، عربستان، قطر، کویت و ونزوئلا به عضویت آن درآمدند. بعدها اندونزی و لیبی نیز به این سازمان پیوستند. دولت‌های عضو تصمیم گرفتند که عرضه نفت را کنترل و قیمت آن را از نوسان‌های شدید حفظ کنند. مرکز این سازمان در ژنو است.

۲- Trust

از مهم‌ترین تراست‌های جهان می‌توان از «جنرال موتورز» و «استاندارد اویل اونیو جرسی» نام برد، که اولی در بازار اتومبیل و دومی در بازار نفت فعالیت می‌کند.

کارتل^۱: هرگاه چند شرکت تولیدی عظیم (مثلاً چند تراست) که کالای مشابهی تولید می‌کنند، برای حذف رقابت بین خودشان در موارد خاصی (مانند قیمت، سهمیه تولید، منطقه فروش و...) به توافق برسند، یک کارتل را تشکیل می‌دهند.

در کارتل هر یک از شرکت‌های عضو، استقلال و شخصیت حقوقی خود را حفظ می‌کنند. لیکن از تصمیمات مرکز برنامه‌ریزی و هماهنگی کارتل پیروی می‌کنند.

از معروف‌ترین کارتل‌های جهان می‌توان «کارتل بین‌المللی نفت» را نام برد که شامل ۷ تراست نفتی است.

هلدینگ^۲: به تدریج که قوانین ضد تراست در بسیاری از کشورهای جهان تصویب و به اجرا گذاشته شد، مؤسسات عظیم مالی دیگری (که هلدینگ نامیده می‌شوند) جای تراست‌ها را گرفتند.

تفاوت هلدینگ با تراست در این است که تراست سهام شرکت‌های تشکیل‌دهنده خود را به امانت نگه می‌دارد و مالک اسمی آنها نیست در صورتی که هلدینگ، عملاً تعدادی از سهام شرکت‌های تولیدی عضو خود را خریداری می‌کند. به عبارت دیگر هلدینگ، مؤسسه‌ای است که مالک سهام چندین شرکت باشد، مانند بنیاد مستضعفان، سازمان گسترش، نوسازی صنایع ایران، شرکت توسعه معادن و فلزات، شرکت توسعه صنایع بهشهر، شرکت داروپخش و سرمایه‌گذاری البرز.

بازار رقابت انحصاری

در ذهن عامه مردم، بازار یک کالا (خدمت) یا رقابتی است و یا انحصاری. اما حقیقت آن است که امروزه بازارها معمولاً به حالت آمیزه‌ای از رقابت و انحصار فعالیت می‌کنند. ادوارد شامبرلن^۳، اقتصاددان معاصر امریکایی، آنها را «بازار رقابت انحصاری» نامیده است.

رقابت انحصاری موقعی پدید می‌آید که تعداد زیادی فروشنده در تولید و فروش کالای معینی فعالیت می‌کنند، لیکن مصرف‌کنندگان آن کالاها را غیر مشابه می‌دانند. این تشخیص مصرف‌کنندگان گاهی ناشی از تفاوت واقعی کالاهاست و گاهی از تصور آنان سرچشمه می‌گیرد. مثلاً بازار اتومبیل یک

۱- Cartel

۲- Holding

۳- Edward Chamberlin

بازار رقابت انحصاری است. زیرا تمامی انواع اتومبیل یک نیاز اصلی مصرف کنندگان را برمی آورد، لیکن هر نوع اتومبیل ویژگی های خود را دارد. و در نتیجه، برای هر نوع اتومبیل تقاضای جداگانه ای وجود دارد.

بازار رقابت انحصاری، به دلیل کثرت تعداد فروشندگان، به بازار رقابت کامل و به دلیل غیر مشابه بودن کالاهای در معرض فروش، به بازار انحصاری کامل شبیه است.

نقش تبلیغ و علائم تجاری (مارک ها) در بازار رقابت انحصاری : تبلیغ و علائم تجاری در بازارهای «رقابت کامل» و «انحصار کامل» نقش مهمی ندارند. زیرا در شرایط رقابت کامل، کالاهای یک سان است و هر کدام از تولید کنندگان به آن اندازه بزرگ نیستند که بتوانند بر بازار و قیمت بازار اثر بگذارند. بنگاهی هم که در شرایط انحصار کامل کار می کند، رقیبی ندارد و در نتیجه از تبلیغ بی نیاز است.

لیکن تبلیغ و علائم تجاری در بازار رقابت انحصاری نقش حساس و تعیین کننده ای دارند. زیرا هر فروشنده، با استفاده از نام و علامت تجاری خود، می کوشد با تبلیغ برای آن کالا و یا بسته بندی متفاوت و ایجاد تسهیلات گوناگون برای خریداران و ... کالای خود را متفاوت و برتر از کالای دیگران جلوه دهد.

بازار چند قطبی (انحصار چند جانبه فروش)

انحصار چند جانبه فروش وقتی بر بازار حاکم است که تعداد محدودی فروشنده در زمینه تولید و فروش کالای معینی فعالیت می کنند و هر فروشنده ای قبل از هر حرکت و اقدام، واکنش رقیب یا رقبا را در نظر می گیرد و برای رو به رو شدن با آن تدبیرهای لازم را به کار می بندد. فروشندگان رقیب، معمولاً کالای مشابه را در معرض فروش می گذارند. گاهی هم ممکن است کالایشان اندکی تفاوت داشته باشد.

اگر در این بازار فروشندگان که تعداد اندکی هستند با هم به توافق برسند، بازار شکل انحصاری پیدا می کند، در غیر این صورت بازار وضعیت رقابت کامل را خواهد داشت.

سؤالات

- ۱- مفهوم بازار را، به دو بیان، تعریف کنید.
- ۲- عوامل مؤثر در تشکیل بازار را نام ببرید.
- ۳- پاره‌ای از مبانی طبقه‌بندی بازارها را نام ببرید.
- ۴- انواع بازارها را، از لحاظ نوع کالاها و خدمات مورد مبادله در آنها، نام ببرید و هر کدام را تعریف کنید.
- ۵- انواع بازارها را، از لحاظ مکان تشکیل آنها، شرح دهید.
- ۶- انواع بازارها را، از لحاظ زمان تشکیل آنها، نام ببرید و تعریف کنید.
- ۷- انواع بازارها را، از لحاظ ماهیت عملی که در آنها صورت می‌گیرد، نام ببرید و تعریف کنید.
- ۸- انواع بازارها را، از لحاظ نحوه تعیین قیمت، توضیح دهید.
- ۹- اصطلاحات زیر را، که هر کدام صورتی از تبانی بین تولیدکنندگان و یا فروشندگان است، توضیح دهید:
 - تراست
 - کارتل
 - هلدینگ
- ۱۰- بازار رقابت انحصاری را تعریف کنید.
- ۱۱- نقش تبلیغ و علائم تجاری را در بازار رقابت انحصاری توضیح دهید.
- ۱۲- بازار چند قطبی را تعریف کنید.

بورس

هدف های رفتاری : پس از پایان این فصل از فراگیرنده انتظار می رود که :

- بورس را تعریف کند.
- انواع بورس را شرح دهد.
- وظایف بورس را شرح دهد.
- نقش بورس را از دیدگاه سرمایه گذاران توضیح دهد.
- نقش بورس را از دیدگاه عرضه کنندگان اوراق بهادار توضیح دهد.
- خطرپذیری سامان مند و غیرسامان مند را توضیح دهد.
- ریسک سیستماتیک و ریسک غیرسیستماتیک را توضیح دهد.
- سه روش متداول در سرمایه گذاری و رفتار سرمایه گذاران را در هر روش توضیح دهد.
- روش معامله در بورس را بیان کند.
- هزینه های متعلق به خرید و فروش سهام در بورس را بیان کند.
- صندوق های سرمایه گذاری مشاع و سرمایه گذاری سهام را بیان کند.
- بورس کالا و کالاهای قابل معامله در بورس را توضیح دهد.
- خصوصی سازی و روش های خصوصی سازی را بیان کند.
- رابطه ریسک اقتصادی و آزادسازی اقتصادی را توضیح دهد.
- الگوهای خصوصی سازی را بیان کند.

مفهوم بورس

بورس بازاری است که به صورت سازمان یافته و رسمی فعالیت می کند و در آنجا پاره ای از

کالاها و اوراق بهادار قیمت گذاری می شوند و سپس بر روی آن کالاها و اوراق بهادار معامله صورت می گیرد. آنچه در بورس قیمت گذاری و معامله می شود :

— اگر کالا باشد، آن را بورس کالا می نامند و به نام آن کالا نام گذاری می کنند، مانند بورس فلزات، بورس محصولات کشاورزی و بورس نفت و ...

— اگر اوراق بهادار (سهام شرکت ها، اوراق مشارکت، اوراق قرضه، اسناد خزانه) و ارزها باشد آن را بورس اوراق بهادار می نامند، مانند بورس اوراق بهادار تهران.

— انقلاب صنعتی در قرن ۱۸ میلادی و به دنبال آن تشکیل شرکت های سهامی عام و ضرورت تأمین منابع مالی برای این شرکت ها و کشف قیمت سهام آن و به ویژه شدت گیری فرایند جهانی شدن در دهه های اخیر زمینه ساز توسعه شتابان بورس ها در جهان امروز است.

وظایف بورس

بورس، برای سوق دادن پس اندازها به سوی سرمایه گذاری مولد، عملیاتی را اجرا می کنند. مجموعه این عملیات را «وظایف بورس» می نامند. پاره ای از وظایف بورس عبارت اند از :

— تعیین قیمت کالاها و اوراق بهادار مورد معامله در بورس، به مقتضای قانون عرضه و تقاضا و اوضاع و احوال اقتصادی موجود، بدون آنکه تحت تأثیر اعمال نفوذ و تحمیل خواسته های شخص یا اشخاص قرار گیرد.

— تهیه آخرین آمارها و اطلاعات درباره وضعیت مالی و اقتصادی شرکت هایی که سهام آنها در فهرست نرخ های بورس قرار دارد و گذاشتن این آمارها و اطلاعات، به طور یک سان، همزمان و عادلانه در اختیار تمامی کسانی که قصد دارند بر روی سهام شرکت های مزبور معامله کنند.

— مشورت کردن در زمینه تهیه، تنظیم و تجدیدنظر درباره مقررات مربوط به انتشار اوراق بهادار دولتی و خصوصی با در نظر گرفتن امکانات پس انداز در جامعه و شرایط بازار پول و سرمایه.

توضیح اینکه اطلاعات، با ارزش ترین دارایی در بازار کالاها و بازار سرمایه است : بازاری که در آن اطلاعات به طرز عادلانه ای در دسترس تمامی فعالان بازار قرار دارد. بازاری است «شفاف». بورس تهران هم چون بسیاری از بورس های جهان شرکت های عضو خود را ملزم کرده است تا اطلاعات مورد نیاز فعالان بازار را هر از گاهی ارائه کنند.

علاوه بر میزان انتشار اطلاعات مالی از سوی شرکت های عضو بورس، حسابرسی دقیق این اطلاعات نیز اهمیت شایانی دارد. به همین سبب سازمان بورس تهران آیین نامه استفاده از حسابرسیان

معمد را تصویب کرده و بر طبق این آیین نامه گروهی از مؤسسات حسابرسی را برگزیده است که از ضوابط اخلاقی، حرفه‌ای، تجربه و سلامت مورد نظر برخوردارند و در شرکت‌های عضو بورس ذینفع نیستند. موضوع مهم دیگر، اطلاعات درونی شرکت‌هاست و منظور از آن اطلاعاتی است که هنوز منتشر نشده و به طور مستقیم یا غیرمستقیم با مسائل شرکت‌ها مربوط‌اند و می‌توانند بر وضعیت بازار سهام مؤثر باشند. در بسیاری از بورس‌های جهان دادوستد بر مبنای این اطلاعات منع شده است. چنین منعی در بورس تهران هم وجود دارد. حرکتی که در بورس تهران، در جهت شفاف کردن اطلاعات، صورت گرفته است، سه بعد دارد :

- ایجاد جریان‌ی به هنگام و مستمر از اطلاعات مالی شرکت‌های عضو بورس؛
 - حسابرسی و ممیزی این اطلاعات توسط حساب‌رسان معتمد بورس؛
 - منع اشخاص از سوء استفاده از اطلاعات درونی شرکت‌های عضو بورس.
- از این رو، می‌توان امیدوار بود که این حرکت زمینه‌ساز توزیع عادلانه اطلاعات بازار سرمایه در سطح جامعه، به ویژه در سطح سهامداران و فعالان بازار بورس تهران باشد.

فواید بورس

وجود بورس و فعالیت‌های آن آثار و نتایج مطلوب فراوانی در اقتصاد جامعه دارد که پاره‌ای از آنها در کتاب اقتصاد نظام جدید متوسطه بیان شده است که از تکرار آنها در این جا خودداری می‌کنیم.

فواید بورس برای سرمایه‌گذاران

- خرید سهام شرکت‌های عضو بورس برای سرمایه‌گذاران فوایدی به شرح زیر دارد :
- پوشش در برابر تورم و آسیب ندیدن از آن : سودی که شرکت‌ها در پایان هر دوره مالی به صاحبان سهام می‌پردازند و افزایش قیمت سهام در معاملات روزمره بورس، سرمایه‌گذاران را منتفع می‌کند و سرمایه آنان را از گزند تورم مصون نگه می‌دارد.
- قابلیت نقدینگی خوب اوراق بهادار : در بین مجموعه اموال و دارایی‌های شخص، اوراق سهام، از لحاظ قابلیت نقدینگی (تبدیل به پول نقد) در موقعیتی بعد از اسکناس، طلا و ارز قرار دارد.

— اطمینان از محل سرمایه‌گذاری : اصولاً سرمایه‌گذاری در بورس اوراق بهادار در مقایسه با انواع دیگر سرمایه‌گذاری‌ها خطر کمتری دارد زیرا سرمایه‌گذار بورس پس از مطالعه صورت‌های مالی

شرکت‌های عضو بورس و مقایسه آنها و پس از دریافت نظر مشورتی از صاحب‌نظرانی که بروضعیت مالی شرکت‌ها اشراف دارند شرکت مورد نظر خود را انتخاب و سهامی از آن شرکت را خریداری می‌کند.

— **متنوع کردن سرمایه‌گذاری‌ها:** سرمایه‌گذاران در بورس همواره می‌توانند سرمایه خود را صرف خرید سهام شرکت‌های مختلف و متنوعی بکنند و از این راه خطر سرمایه‌گذاری خود را کاهش دهند و مصداق عاقلی باشند که تمام تخم مرغ‌های خود را در یک سبد نمی‌گذارد.

— **حق تقدم خرید سهام جدید:** دارندگان سهام عادی یک شرکت برای خرید سهام جدیدی که آن شرکت صادر می‌کند، از اولویت برخوردارند. دادن اولویت به دارندگان سهام عادی دو حسن دارد: اول آنکه کنترل سهامداران بر اداره امور شرکت حفظ می‌شود.

دوم حقوق سهامداران عامه شرکت در برابر کاهش بهای سهام (که پس از انتشار سهام جدید رخ می‌دهد)، حفظ می‌شود.

— **برخورداری از حق رأی در مجامع عمومی شرکت:** تمام تصمیمات مهم مربوط به اداره یک شرکت سهامی عام در مجمع عمومی عادی و مجمع عمومی فوق‌العاده آن شرکت اتخاذ می‌شود. سهامداران شرکت در این مجامع حق رأی دارند. بدین گونه هم منافع آنان حفظ می‌شود و هم آنان با احساس مشارکت در امور تولیدی و بازرگانی شرکت به اقتصاد ملی دل‌بستگی پیدا می‌کنند.

— **معافیت‌های مالیاتی:** به منظور تشویق سرمایه‌گذاران به خرید سهام، مقررات مالیاتی بسیاری از کشورها منافع حاصل از خرید و فروش سهام و سود سهام را از پرداخت مالیات معاف کرده‌است. هم‌اکنون در ایران فروشنده فقط ۵٪ درصد از کل مبلغ فروش را به عنوان مالیات می‌پردازد که هرچند ناچیز است ولی حذف آن عادلانه‌تر و مفیدتر به نظر می‌رسد زیرا حتی این احتمال وجود دارد که فروشنده از خرید و فروش سهام مورد معامله ممکن است متضرر هم شده باشد.

فواید بورس برای بنگاه‌های عرضه‌کننده اوراق بهادار

تأمین مالی طرح‌های تولیدی و بازرگانی از راه فروش سهام، برای بنگاه‌های عرضه‌کننده آن سهام دو مزیت عمده دارد:

الف) پرداخت هزینه آن مشروط به تحصیل سود است و اگر فعالیت‌های بنگاه منجر به سود نباشد بنگاه هزینه‌ای از این بابت پرداخت نخواهد کرد.

ب) سررسید معینی ندارد. اگر فعالیت شرکت در یک دوره مالی به سود قابل تقسیم بین سهامداران منجر شود به فاصله حداکثر ۸ ماه از تاریخ برگزاری مجمع عمومی شرکت باید این سود را به سهامداران

پردازد. این فرصت حداکثر ۸ ماه فرصت خوبی برای تنظیم امور مالی شرکت‌های پرداخت‌کننده سود در اختیار آنان می‌گذارد.

چه سهامی را چه موقع باید خرید و چه موقع باید فروخت؟

فعالان در بازار بورس به این امید که در این بازار سرمایه‌گذاری می‌کنند که با دریافت سود سالانه و افزایش قیمت سهام بازده راضی‌کننده به‌دست آورند. درعین حال این سرمایه‌گذاری هم مانند تمامی سرمایه‌گذاری‌های دیگر خطراتی دارد که خطرپذیری (ریسک) نامیده می‌شوند. دو نوع مهم ریسک عبارت‌اند از:

— خطرپذیری سامان‌مند که ناشی از حوادثی مانند وقوع جنگ، تنش‌های سیاسی، تغییر ناگهانی نرخ ارز، تصمیم‌های اقتصادی نامساعد دولت، مجلس و ... است. این حوادث معمولاً پیش و بیش از هر نماگر اقتصادی دیگر بر قیمت سهام مورد معامله در بورس اثر می‌گذارند و باعث تنزل قیمت سهام و شاخص‌های بورس می‌شوند و سرمایه‌گذاران در بورس را متضرر می‌کنند.

— خطرپذیری غیرسامان‌مند که ناشی از ناتوانی یک شرکت یا یک صنعت معین در تأمین نرخ رشد بهینه و سودآوری است. پاره‌ای از موجبات این ناتوانی عبارت‌اند از: ضعف مدیریت، بالا رفتن قیمت مواد اولیه، افزایش ناموجه انواع هزینه‌ها (به‌ویژه هزینه‌های ثابت) و نوسانات اقتصادی.

بنابر آنچه که گفته شد هر سرمایه‌گذار می‌کوشد از بین سهامی که می‌تواند خریداری کند سهمی را انتخاب کند که اگر ریسک آن با سهم‌های دیگر برابر است نسبت به آنها بازده بیشتری داشته باشد و اگر بازده آن با سهم‌های دیگر برابر است نسبت به آنها ریسک کمتری داشته باشد. سرمایه‌گذار مورد نظر ما برای اینکه در انتخاب خود موفق شود نیاز به تحلیل دارد. به‌طور کلی دو نوع روش تحلیل وجود دارد که عبارت‌اند از:

— **تحلیل بنیادی (Fundamental Analysis):** تحلیل‌گر بنیادی می‌کوشد ارزش ذاتی سهم یک شرکت را از طریق تحلیل صورت‌های مالی آن شرکت (ترازنامه، صورت سود و زیان، صورتحساب سرمایه) و پیش‌بینی آن دسته از رویدادهای سیاسی و اقتصادی تعیین کند که در سرنوشت و سودآوری آن شرکت مؤثرند.

تحلیل فنی (Technical Analysis): تحلیل‌گر فنی معتقد است که اثر تمامی عوامل مؤثر بر بازار یک سهم در عرضه و تقاضای آن سهم و در نتیجه در قیمت آن سهم بازتاب پیدا می‌کند. بنابراین، به جای آن همه تلاش نفس‌گیر برای احراز وضعیت بنیادی یک شرکت کافی است که با استفاده از

جدول‌ها و نمودارها روند تغییر قیمت سهام آن شرکت را دنبال کنیم. وقتی روندی ایجاد شد این روند، با وجود نوسانات هرروزه، برای یک دوره نسبتاً طولانی بدون تغییر باقی می‌ماند.

تحلیل گرافنی، با بررسی قیمت و حجم معامله یک سهم در گذشته، روند تغییر قیمت آن سهم را در آینده نزدیک (مثلاً در یکی دو روز یا یکی دو هفته آینده) پیش‌بینی می‌کند، در صورتی که این روند رضایت‌بخش و افزایش‌دهنده باشد آن سهم را خریداری می‌نماید. آن‌گاه باز هم روند تغییر قیمت سهم مزبور را دنبال می‌کند وقتی نشانه‌های توقف روند مزبور را مشاهده کرد، بلافاصله آن سهم را می‌فروشد.

روش نظریه نوین سبد سهام (Modern portfolio theory Approach) : اگر

سرمایه‌گذار بورس به جای آنکه تمامی سرمایه محدود و مشخص خود را صرف خرید یک تکه سهم کند، آن را صرف خرید چندین سهم متنوع نماید، سبدي از سهام را خواهد داشت که بازده آن برابر خواهد بود با مجموع بازده‌های تمامی سهام موجود در این سبد اما ریسک آن کمتر از مجموع ریسک‌های تمامی سهام موجود در این سبد خواهد بود. بدین‌گونه این سرمایه‌گذار موفق شده است که ضمن دستیابی به بازده برابر، ریسک کمتری داشته باشد. البته سهام موجود در سبد او هرچه متنوع‌تر باشند، ریسک او بیشتر کاهش خواهد یافت و متنوع‌ترین سبد، سبدي که هیچ دو سهم موجود در آن از یک صنعت نباشند. مثلاً اگر یک سهم سبد از گروه معدنی انتخاب شده، سهم دوم سبد از گروه دارویی، سهم سوم موجود در سبد از گروه ساختمان، سهم چهارم موجود در سبد از گروه بانکداری باشد و

روش داد و ستد اوراق بهادار در بورس تهران

داد و ستدها در بورس اوراق بهادار تهران توسط کارگزاران بورس صورت می‌گیرد. خریدار یا فروشنده کارگزاری را که مناسب می‌داند انتخاب می‌کند و به کارگزار وکالت می‌دهد که از جانب او سهم موردنظر او را به قیمت مشخصی که او تعیین می‌کند و یا به قیمتی که خود کارگزار مناسب می‌داند، خریداری کند و یا بفروشد.

کد معاملاتی : چون داد و ستد اوراق بهادار در بورس با استفاده از سامانه رایانه‌ای انجام می‌شود به همین جهت هر خریدار و فروشنده‌ای باید دارای کد معاملاتی باشد. دریافت کد معاملاتی توسط کارگزار و با ارائه کپی شناسنامه و کد ملی متقاضی فقط برای یک بار توسط سازمان بورس صادر می‌شود و در تمامی خریده‌ها یا فروش‌های آینده متقاضی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

فرم سفارش خرید و فرم سفارش فروش : در این فرم‌ها اطلاعات مورد نیاز شامل مشخصات سرمایه‌گذار، نام سهم و تعداد و قیمت موردنظر سرمایه‌گذار، چگونگی پرداخت یا دریافت وجه توسط

او قید می‌شود.

در فرم سفارش فروش، فروشنده به کارگزار وکالت هم می‌دهد. در عین حال کارگزاران در زمان اخذ سفارش فروش، برگه سهام را هم از فروشندگان اخذ می‌کنند. تعدادی از کارگزاران بورس تهران، امکان خرید و فروش اینترنتی سهام را هم به مشتریان خود ارائه کرده‌اند و مشتریان آنان با مراجعه به سامانه آنان نیز می‌توانند سفارش‌های خود را به کارگزار ارسال کنند.

فرم شماره

بسمه تعالی

بورس اوراق بهادار تهران

فرم درخواست خرید
اوراق بهادار

شماره:

نام و کد شرکت کارگزاری

شماره سفارش

تاریخ:

خواهشمند است اوراق بهادار مربوط به شرکت‌های مندرج در ذیل را به:

نام: نام خانوادگی:

نام پدر: شماره شناسنامه: سال تولد:

صادره از: شماره تلفن:

شماره ملی: کد پستی:

نشانی:

کد خریدار: خریداری فرمایید

سهم	حق تقدم	نام شرکت	تعداد	مبلغ سرمایه‌گذاری	حداکثر قیمت
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

مبلغ: ریال ملی فیش بانکی ☐ تعداد: فقره چک ☐ به شماره: عهده بانک:
به ضمیمه تسلیم می‌گردد و بدین‌وسیله تعهد می‌نمایم هر مبلغ کسری را بابت خرید سهام یا کارمزد بپردازم
ضمناً مسؤولیت هرگونه اشتباه در درج اطلاعات به عهده اینجانب است.

ملاحظات و شرایط ویژه

محل امضای خریدار	شرکت کارگزاری
امضاء	وصول و راق بهادار احراز هویت خریدار و دریافت سفارش فوق تأیید و طبق آن عمل خواهد شد دقیقه امضاء

نسخه دوم - خریدار

نسخه اول - کارگزار

ورود سفارش به سامانه معاملاتی: کارگزار سفارش های خرید یا فروش دریافتی خود را از طریق ایستگاه های معاملاتی خود به سامانه معاملات وارد می کند. در سامانه معاملاتی، اولویت بندی تقاضاهای خرید یا فروش سهام ابتدا براساس قیمت های پیشنهادی صورت می گیرد. سفارش های خرید از بالاترین قیمت و سفارش های فروش از پایین ترین قیمت اولویت بندی می شوند. یعنی در صف تقاضای خرید اولویت با سفارش هایی است که قیمت بالاتری را پیشنهاد کرده اند. در صورتی که در صف تقاضای فروش اولویت با سفارش هایی است که قیمت پایین تری را پیشنهاد کرده اند. حال اگر دو یا چند پیشنهاد با قیمت یکسان انجام گرفته باشد، سفارشی از اولویت برخوردار است که از لحاظ زمانی زودتر وارد سامانه معاملات شده است.

انجام معامله: در سامانه معاملات عرضه ها و تقاضاها در برابر هم قرار می گیرند. همین که قیمت پیشنهادی خریدار و قیمت پیشنهادی فروشنده یک سهم معین برابر شوند، معامله به طور خودکار توسط سیستم رایانه ای انجام می گیرد.

تصفیه مطالبات و انتقال مالکیت سهام: شرکت سپرده گذاری مرکزی بورس سه روز بعد از انجام معامله $[T+3]$ از سویی، وجه معامله را از حساب خریدار به حساب فروشنده منتقل می کند و از سوی دیگر، به چاپ گواهی سپرده گذاری، معادل سهام خریداری شده برای خریدار و معادل مانده سهام (در صورت وجود) برای فروشنده اقدام می کند. این گواهی ها، از طریق کارگزاری ها، به خریدار و فروشنده تحویل می شود.

خریدار از یک روز بعد از خرید سهام می تواند آن را در بازار بورس بفروشد. هزینه های خرید و فروش سهام در بورس اوراق بهادار تهران: کارمزد کارگزاران 0.4% درصد ارزش معامله (تا سقف ۱۰۰ میلیون ریال) است. این مبلغ هم از خریدار و هم از فروشنده دریافت می شود. کارمزد بورس 0.14% درصد ارزش معامله (تا سقف ۲۰۰ میلیون ریال) است که 60% درصد آن از فروشنده و 40% درصد آن از خریدار دریافت می شود.

کارمزد سازمان 0.1% درصد ارزش معامله (تا سقف ۲۰۰ میلیون ریال) است که 60% درصد آن از فروشنده و 40% درصد آن از خریدار دریافت می شود. کارمزد شرکت سپرده گذاری 0.1% درصد ارزش معامله (تا سقف ۲۰۰ میلیون ریال) است که 60% درصد آن از فروشنده و 40% درصد آن از خریدار دریافت می شود.

0.5% درصد ارزش معامله هم به عنوان مالیات نقل و انتقال از فروشنده دریافت می شود. بنابراین، مجموع هزینه های خرید 0.4964% درصد ارزش معامله و مجموع هزینه های فروش

۱/۰۴۴۶ درصد ارزش معامله است.

صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشاع: چند نفر از کارگزاران بورس، از بورس تهران، اجازه گرفته‌اند که صندوق سرمایه‌گذاری مشاع ایجاد کنند. سرمایه‌گذاران می‌توانند با یکی از این کارگزاری‌ها قراردادی منعقد کنند و پول خود را به او بپردازند تا او با این پول براساس انتخاب خود به خرید و فروش سهام برای مشتری بپردازد یا او را در سبدي از اوراق بهادار که آن کارگزاری اداره می‌کند، شریک کند.

صندوق سرمایه‌گذاری سهام: اخیراً، چند نفر از کارگزاران بورس، با اخذ اجازه از بورس تهران، به پذیره‌نویسی صندوق سرمایه‌گذاری سهام مبادرت کرده‌اند. این صندوق‌ها، سرمایه‌ی ثبت‌شده‌ی اندکی دارند از این رو به نظر می‌رسد تأمین منابع مالی صندوق‌ها دشواری چندانی نخواهد داشت به‌ویژه آنکه این کارگزاری‌ها عمدتاً همان‌هایی هستند که پیش از این صندوق سرمایه‌گذاری مشاع راه انداخته بودند و صندوق‌های جدید تقریباً جای صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشاع را خواهد گرفت.

بورس کالا

بورس‌های کالا در جهان از قرن ۱۹ شروع به کار و فعالیت کرده‌اند. انگیزه‌ی پیدایش و فعالیت بورس‌های کالا ناشی از پاره‌ای نارسایی‌ها و مشکلاتی است که در عرضه، تقاضا و توزیع برخی کالاها در بازارهای سنتی پدید می‌آیند و بر اثر آنها قیمت این کالاها دستخوش نوسانات غیرعادی، کاذب و زیانبار می‌شوند.

بورس کالا یک نظام زمان‌یافته‌ی داد و ستد کالاها و توزیع آنهاست که با ایجاد شفافیت و کشف قیمت این نارسایی‌ها و مشکلات را که دامن‌گیر بازارهای سنتی است از بین می‌برد و مانع نوسانات غیرعادی کاذب و زیان‌بار قیمت‌ها می‌شود.

هم‌اکنون، صدها بورس کالایی مدرن در سرتاسر جهان دایر است که از مهم‌ترین آنها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

— بورس تجاری شیکاگو (CME) با ۱۷۰ سال سابقه؛

— بورس فلزات لندن (LME) با ۱۳۰ سال سابقه؛

— بورس کالای نیویورک (NYMEX)؛

— بورس کالای توکیو (TOCOM)؛

— بورس کالای شانگهای (SHFE)؛

— بورس کالای هند (MCX).

بورس کالا در ایران

بازار محصولات صنعتی، کشاورزی و معدنی در ایران همواره با نارسایی‌ها و دشواری‌های زیادی روبه‌رو بوده است، مانند :

- نوسان‌های کاذب قیمت ناشی از ارتباط نامشخص و نامناسب بین عرضه و تقاضا؛
- فقدان یک نظام اجرایی و ناظر بر حسن اجرای تعهدات طرفین معامله؛
- ناهماهنگی بین بخش‌های تولیدی و بازرگانی.

به همین جهت، پس از تمهید مقدمات قانونی، بورس فلزات در شهریور سال ۱۳۸۲ به‌عنوان نخستین بورس کالای کشور شروع به کار کرد. سپس در شهریور سال ۱۳۸۳ بورس کالاهای کشاورزی فعالیت خود را آغاز کرد. بعدها با ادغام بورس فلزات و بورس کالاهای کشاورزی «شرکت بورس کالای ایران» از ابتدای مهر سال ۱۳۸۶ فعالیت خود را آغاز کرد.

بورس کالا بازاری است که آثار بسیار مثبتی در تولید، توزیع و مصرف و در نتیجه آثار بسیار مثبتی در رفاه اقتصادی جامعه می‌تواند داشته باشد. زیرا در این بازار تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان نیازهای خود را در یک فضای رقابتی، شفاف و قانون‌مند مطرح می‌کنند و به این طریق قیمت کالاهای مورد معامله براساس عرضه و تقاضا و نیاز بازار کشف می‌شود.

کالاهای قابل معامله در بورس کالای ایران

در حال حاضر کالاهای صنعتی و کشاورزی زیر در بورس کالای ایران قابل معامله‌اند :

— محصولات صنعتی شامل فولاد، آلومینیوم، مس، روی، سرب، مواد معدنی، پتروشیمی و سیمان.

محصولات کشاورزی شامل غلات، خشکبار و کالاهای فرآوری‌شده، دانه‌های روغنی، کنجاله‌ها و حبوبات.

آنچه که تحت عنوان کالاهای قابل معامله در بورس گفته شد. مبتنی است بر مصوبات هیئت پذیرش بورس لیکن در عمل، مثلاً معامله سیمان در بورس کالاها گرچه بارها مورد بحث بوده اما بنا به ملاحظاتی که مورد نظر دولت است این امر تاکنون تحقق نیافته است.

اخیراً بورس نفت به‌طور آزمایشی افتتاح شده است. ورود سنگ آهن به بورس کالا در روزهای پایانی سال ۱۳۸۶ مطرح شده بود لیکن تحقق نیافت. شاید در سال ۱۳۸۷ این امر صورت گیرد. در عین حال در روزهای پایانی سال ۱۳۸۶ یک مورد معامله زغال سنگ و یک مورد معامله شمش طلا در

بورس کالاهای تهران صورت گرفت.

بورس نفت و محصولات نفتی برای ایران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است زیرا هم اکنون ایران چهارمین تولیدکننده نفت در جهان (پس از عربستان سعودی، روسیه و آمریکا) و دومین تولیدکننده گاز طبیعی در جهان (پس از روسیه) است. از سوی دیگر به دلیل دسترسی به منابع غنی و ارزان خوراک پتروشیمی و دسترسی به آب‌های آزاد ایران در تولید و صادرات محصولات پتروشیمی دارای مزیت نسبی است. وانگهی در منطقه نیز بازار شفاف و کارآمد برای داد و ستد صنایع نفت، گاز و پتروشیمی وجود ندارد. در نتیجه، این امکان وجود دارد که بورس نفت ایران، کشورهای صادرکننده نفت، گاز و پتروشیمی را نیز جذب کند.

به نظر می‌رسد در بین محصولات نفتی، نفت کوره (که یکی از مهم‌ترین فراورده‌های صادراتی ایران است، قیر و دوده صنعتی، و در بین محصولات پتروشیمی متانول، پلی اتیلن، پروپان و بوتان استعداد ورود به بورس کالاها و معامله در این بازار را دارند. از سوی دیگر، بنزین (که یکی از مهم‌ترین واردات ایران است) قابل معامله در بورس نفت ایران به نظر می‌رسد. تا پایان سال ۸۶ در بورس نفت ایران قیر، دوده و پلی اتیلن مورد معامله قرار گرفته‌اند.

چگونگی اجرای داد و ستد در بورس کالا

در بورس کالا هم مانند بورس اوراق بهادار معامله‌گران باید خرید و فروش خود را از طریق کارگزاران انجام دهند و بنابراین نخستین اقدام هر معامله‌گر در بورس انتخاب کارگزار است. و پس از انتخاب کارگزار باید فرم ثبت سفارش را پر و در آن قیمت مورد نظر خود را پیشنهاد کند. اگر معامله‌گر خریدار است حداقل سپرده لازم را باید به حساب کارگزار نزد اتاق پایاپای واریز کند. البته پس از انجام خرید باید باقی‌مانده وجه معامله را نیز به حساب کارگزار نزد اتاق پایاپای واریز کند.

آزادسازی اقتصاد و خصوصی‌سازی

بنابه قانون اساسی جمهوری اسلامی، اقتصاد ایران شامل سه بخش است: بخش دولتی، بخش تعاونی و بخش خصوصی.

در سال‌های پیش از پیروزی انقلاب اسلامی، بخش اعظم اقتصاد ایران در دسترس دولت بود در سال‌های اول پیروزی انقلاب اسلامی، بانک‌ها و بسیاری از شرکت‌ها ملی شدند و سهم دولت در اقتصاد افزایش یافت. آغاز جنگ تحمیلی بین ایران و عراق حضور فعال بخش‌های تعاونی و خصوصی را محدود کرد. بدین‌گونه سهم دولت در اقتصاد ایران باز هم افزایش پیدا کرد. به‌طوری که در پایان

جنگ تحمیلی بیش از ۸۰ درصد سهم بخش دولتی، حدود سه درصد سهم بخش تعاونی و حدود ۱۷ درصد سهم بخش خصوصی بوده است. بعد از پایان یافتن جنگ تحمیلی دولت‌ها و برنامه‌های اقتصادی پنج‌ساله کشور بر آزدسازی اقتصاد و خصوصی‌سازی همت گماشتند اما، به جهت مسائل اجتماعی و فرهنگی خاص آن روزگاران، توفیق چندانی نیافتند.

خصوصی‌سازی عبارت است از انتقال مالکیت و مدیریت مؤسسات دولتی به بخش خصوصی. اهداف خصوصی‌سازی، همان‌گونه که در ابلاغیه مقام معظم رهبری آمده است عبارت‌اند از: گسترش مالکیت، افزایش رقابت‌پذیری، کاهش تصدی‌گری دولتی، ارتقای کارایی و بهره‌وری بنگاه‌ها و شتاب گرفتن رشد اقتصادی کشور.

خصوصی‌سازی شرکت‌های دولتی، در ایران از سال ۱۳۶۸ آغاز شد و تا سال ۱۳۷۳ برعهده بورس اوراق بهادار گذاشته شد. سپس در برنامه‌های سوم ۸۴-۱۳۸۰ و چهارم ۸۸-۱۳۸۴ توسعه جمهوری اسلامی، خصوصی‌سازی در قوانینی نهادینه شد. سود چشم‌انداز ۲۰ ساله (۱۴۰۴-۱۳۸۴) و استراتژی توسعه صنعتی جمهوری اسلامی تدوین گردید^۱. لیکن اجرای آنها هنوز با مقاومت‌هایی مواجه بود تا اینکه در سال ۱۳۸۴ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی از جانب مقام معظم رهبری ابلاغ گردید. در این ابلاغیه یادآوری شده است که اجرای این سیاست‌ها مستلزم تصویب قوانین جدید و بعضاً تغییراتی در قوانین موجود است و به همکاری دولت و مجلس نیاز دارد. در نتیجه، آزدسازی اقتصاد و خصوصی‌سازی در دستور کار فوری نظام جمهوری اسلامی ایران قرار گرفت.

بنابر آمارهای موجود، حدود ۷۰ درصد از کل واگذاری ۱۶ سال اخیر در سال ۱۳۸۶ انجام شده است. از مجموع واگذاری‌های سال ۱۳۸۶ معادل ۴۰ درصد در قالب طرح سهام عدالت، ۴۰ درصد بابت رد دیون دولت و ۲۰ درصد به‌طور مستقیم واگذار شده است. در عین حال بیش از ۱۵ درصد از این ۲۰ درصد واگذاری مستقیم نیز توسط بخش عمومی غیردولتی (مانند صندوق بازنشستگی، سازمان تأمین اجتماعی، مؤسسات مالی و اعتباری مهر) خریداری شده است. بنابراین فقط ۵ درصد از واگذاری‌های سال ۱۳۸۶ را خصوصی‌سازی به معنای واقعی آن، می‌توان تلقی کرد.

ضرورت ایجاد زمینه برای موفقیت خصوصی‌سازی

ابلاغ سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی از جانب مقام معظم رهبری امید فراوانی در بخش خصوصی برای گسترش فضای مساعد کسب و کار در کشور ایجاد کرد و اگر قوانین و تمهیدات لازم

۱- در استراتژی توسعه صنعتی کشور به صراحت آمده است که اگر بخواهیم درآمد سرانه کشور را در ۲۰ سال آینده به درآمد سرانه امروز کشور کره جنوبی برسانیم باید اقتصادمان هر سال ۸ درصد رشد کند و بخش صنعت و معدن باید هر سال نرخ رشد دو رقمی داشته باشد. این اهداف تنها در سایه آزدسازی اقتصادی و خصوصی‌سازی موفقیت‌آمیز بخش صنعت و معدن امکان‌پذیر است.

برای واگذاری‌ها به درستی تدوین و اجرا شود می‌تواند موفقیت‌های اقتصادی فراوانی به بار آورد و راه را برای رسیدن به اهداف چشم‌انداز ۲۰ ساله هموار سازد. ایجاد اعتماد در فعالان اقتصادی و دادن روحیه به آنان و احترام به حق مالکیت که در اصطلاح «سرمایه اجتماعی» نامیده می‌شود، نکته بسیار مهمی است که باید مورد توجه قرار گیرد. برای این منظور سیاست‌های اقتصادی کشور باید روشن، مدون و با ثبات باشد. مثلاً در مورد شرکت‌های معدنی قبل از واگذاری برای یک دوره قابل قبولی تکلیف بهره‌مالکانه و حقوق دولتی معادن باید روشن شود، یا مثلاً در مورد شرکت‌های پتروشیمی، قبل از واگذاری، برای یک دوره قابل قبولی قیمت مواد اولیه (مانند گاز و نفت) باید روشن شود، یا مثلاً در مورد صنعت سیمان، کنترل قیمت و زمان و شرایط معامله آن در بورس کالا و شرایط صادرات، قبل از واگذاری باید تعریف شود. در چنین فضایی است که بخش خصوصی داخلی حتی خارجی سهام این شرکت‌ها را با آگاهی و علاقه‌مندی خواهند خرید. در غیر این صورت بخش خصوصی از ورود به بازاری که قواعد آن مشخص نیست و در واقع بسیار پرریسک است، اجتناب خواهد کرد و حق هم دارد. مثلاً صنعت سیمان در سال ۱۳۷۸ به بخش خصوصی واگذار شد، تولید بالا رفت و سودآوری و در نتیجه قیمت سهام شرکت‌های سیمانی در بورس تهران به شدت افزایش یافت. بعدها دولت توزیع سیمان را در اختیار گرفت و قیمت آن را در بازارهای داخلی تثبیت و صادرات آن را محدود و ممنوع کرد. قیمت سیمان به شدت کاهش یافت و بخش خصوصی، که در غیر این فضا و به امید رقابتی بودن بازار سیمان سهام شرکت‌های سیمانی را خریده بود، به شدت متضرر شد. بدیهی است که تصمیم دولت به تثبیت قیمت‌ها، منع صادرات و امثال آن بنا به ملاحظات استراتژیک و ملی اتخاذ می‌شود اما چنین تصمیمی باید قبل از واگذاری‌ها به روشنی اعلام شود و بر قیمت‌های واگذاری اثر بگذارد و مانع ضرر و زیان بی‌دلیل خریداران گردد.

در صنعت دارو عکس این مطلب اتفاق افتاد بدین معنی که دولت پس از واگذاری سهام شرکت‌های دارویی، مقررات بازدارنده‌ای بر واردات دارو اعمال کرد. در نتیجه بازار دارو در داخل کشور حالت انحصار چندجانبه پیدا کرد. به این طریق خریداران سهام شرکت‌های دارویی به سود بادآورده‌ای دست یافتند. هدف خصوصی‌سازی افزایش کارایی است و ایجاد انحصار صد درصد با این هدف مغایرت و تناقض دارد.

روشهای خصوصی‌سازی: با توجه به شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی هر جامعه، همچنین با توجه به آثار این شرایط بر هر صنعت و شرکت خاص باید روش مناسبی برای خصوصی‌سازی اتخاذ شود. بنابراین روش‌های خصوصی بسیار متنوع و متعدّدند.

مثلاً در مورد آن دسته از بنگاه‌های دولتی، که فناوری آنان عقب‌مانده و قدیمی و زیان‌ده است انحلال شرکت و واگذاری دارایی‌های ثابت شرکت به بخش خصوصی روش خصوصی‌سازی مناسبی است. همچنین، در مورد آن دسته از بنگاه‌های دولتی که بیش از حد بزرگ و دارای بخش‌های متعدد و متنوعی هستند تجزیه شرکت قبل از واگذاری و واگذاری هر جزء به‌طور جداگانه به بخش خصوصی روش مناسبی است.

تاکنون در کشور ما، روش خصوصی‌سازی منحصر به مذاکره، مزایده و فروش سهام شرکت در بورس اوراق بهادار بوده است و در این میان بیش از ۸۰ درصد واگذاری‌ها از طریق بورس صورت گرفته است.

روش دیگری که اخیراً مورد استفاده قرار گرفته است واگذاری سهام دولت به عنوان سهام عدالت به دهکده‌های اول و دوم درآمدی بوده است. در سال ۱۳۸۵، ۸۵ درصد خصوصی‌سازی‌ها در کشور ما به این روش انجام شده است. در این مورد هم قیمت بورسی سهام ملاک واگذاری به سهام عدالت است. هم‌اکنون چهار شرکت فولاد مبارکه، صنایع ملی مس ایران، چادرملو و گل‌گهر ۸۳ درصد از سبد سهام عدالت را تشکیل می‌دهند.

در مرحله اول، سهام عدالت جمعاً به ۵ میلیون نفر و هر نفر ۵۰ هزار تومان واگذار شده و در سال اول به هر نفر ۴۰ هزار تومان سود تعیین و پرداخت شده است. مدتی بعد مرحله دوم برای شناسایی مشمولان سهام عدالت آغاز و انجام شد. اکنون، مرحله سوم واگذاری سهام عدالت به کارکنان دولت با اولویت فرهنگیان شروع شده است. اهداف کلی واگذاری سهام عدالت عبارت‌اند از: توسعه فرهنگ سهام‌داری، گسترش مالکیت‌ها و مشارکت مردمی، کوچک‌سازی دولت و توزیع عادلانه ثروت.

مسائل و مشکلات پیش روی خصوصی‌سازی در ایران: موفقیت خصوصی‌سازی در ایران در گرو برطرف کردن تنگناها و دشواری‌هایی است که به اختصار به پاره‌ای از آن اشاره می‌کنیم: گسترش شرکت‌های دولتی و سرمایه‌گذاری‌های متعدد دولت در اقتصاد خصوصی‌سازی را خنثی و بی‌اثر می‌سازد.

مبهم و غیرقابل پیش‌بینی بودن تصمیمات مؤثر بر سودآوری و آینده شرکت‌های قابل واگذاری (مانند قیمت خوراک مواد اولیه، بهره مالکانه و حقوق دولتی معادن و ...) مانع شرکت خارجی‌ها در خصوصی‌سازی بنگاه‌های ایرانی است.

پای‌بند نبودن مدیران دولتی به الزامات خصوصی‌سازی، مانند آزادسازی قیمت‌ها و زدودن مقررات دست و پاگیر.

کمبود نقدینگی در بخش خصوصی برای خرید بلوک‌های سهام مدیریتی شرکت‌های بزرگ یا بی‌میلی به این کار از جانب بخش خصوصی و گرایش سرمایه‌ها به بازارهای موازی مانند مسکن، ارز و طلا که اصولاً بازدهی مطمئن‌تر و خطر کمتری دارند.

وجود بی‌میلی و مخالفت پنهان در برخی از مدیران شرکت‌های دولتی نسبت به خصوصی‌سازی آن شرکت‌ها. این یک قاعده کلی است که بوروکراسی‌ها در برابر کوچک‌شدن مقاومت می‌کنند.

الگوهای خصوصی‌سازی: در دنیا در زمینه خصوصی‌سازی دو الگوی معروف وجود دارد:

۱- **رویکرد روسی:** پس از فروپاشی شوروی سابق، پول‌های زیادی از روسیه به خارج از کشور منتقل شد. پس از آنکه دست‌خوش پول‌شویی قرار گرفت با تضمین امنیت از جانب رهبران جدید روسیه به کشور برگشت. وقتی خصوصی‌سازی در روسیه آغاز شد صاحبان این پول‌ها مشتریان اصلی سهام در معرض فروش شدند و در یک فضای خصوصی‌سازی عجولانه و درهم‌ریخته به رانت‌خواری پرداختند.

۲- **رویکرد چینی:** سازماندهی صنعتی در چین از سال ۱۹۷۰ شروع شد. چینی‌ها خصوصی‌سازی را از صنایع سبک و متوسط آغاز کردند. آنان با توجه کامل به منافع ملی به درستی تعریف کردند که چه چیزی، چگونه و به چه کسی قرار است واگذار شود بدیهی است که چینی‌ها در آینده خصوصی‌سازی صنایع سنگین را هم انجام خواهند داد. در مجموع رویکرد چینی‌ها هنوز یک الگوی ناشناخته است. مباشران خصوصی‌سازی در کشور ما اصولاً باید این رویکردها و تاریخ حاصل از آنها را به‌طور کامل بررسی و یک رویکرد منطقی متناسب با ویژگی‌های خاص کشورمان تنظیم و اجرا کنند.

خطرپذیری اقتصاد در ارتباط با آزادسازی اقتصادی

به‌طور کلی بین آزادسازی اقتصادی و خطرپذیری اقتصادی در هر جامعه‌ای یک رابطه معکوس وجود دارد. به این معنی که یک جامعه هر قدر در آزادسازی اقتصادی پیشرفت کند به همان نسبت خطرپذیری اقتصادی در جامعه کمتر خواهد بود. نهادهایی که خطرپذیری اقتصادی کشورهای مختلف را محاسبه و اعلام می‌کنند ده عامل را در نظر می‌گیرند و به هر کدام از آنها از یک تا پنج نمره می‌دهند. هر قدر این نمره به یک نزدیک‌تر باشد بهتر است. این عوامل در سال ۲۰۰۵ به شرح زیر بوده است و نمره ایران در هریک از آنها درون پرانتز، بعد از هر عامل، نوشته شده است:

سیاست بازرگانی (۲)؛ آزادی و شفافیت مالیات‌ها (۳/۶)؛ دخالت دولت در اقتصاد (۵)؛ سیاست پولی (۴)؛ جریان سرمایه‌گذاری خارجی (۴)؛ بانکداری (۵)؛ تعیین دست‌مزدها (۴)؛ احترام به حق مالکیت (۵)؛ قوانین و مقررات (۵)؛ حجم بازار سیاه (۴). به‌طور کلی ایران با میانگین ۴/۱ از نظر ریسک اقتصادی در بین ۱۶۰ کشور رتبه ۱۳۹ را داشته است.

سؤالات

- ۱- بورس را تعریف و انواع آن را بیان کنید.
- ۲- وظایف بورس را شرح دهید.
- ۳- فرایند بورس را برای سرمایه گذاری بیان کنید.
- ۴- فواید بورس را برای بنگاه‌های عرضه کننده اوراق بهادار بیان کنید.
- ۵- خطرپذیری سامان مند و غیرسامان مند را توضیح دهید.
- ۶- تحلیل بنیادی را تعریف کنید.
- ۷- تحلیل فنی را تعریف کنید.
- ۸- نظریه نوین سبد سهام را تعریف کنید.
- ۹- روش داد و ستد در بورس را به اختصار بیان کنید.
- ۱۰- هزینه‌های متعلق به خرید و فروش سهام را در بورس تهران بیان کنید.
- ۱۱- صندوق‌های سرمایه گذاری مشاع را تعریف کنید.
- ۱۲- صندوق‌های سرمایه گذاری سهام را تعریف کنید.
- ۱۳- بورس کالا را تعریف کنید.
- ۱۴- کالای قابل معامله در بورس کالای ایران را بیان کنید.
- ۱۵- خصوصی سازی را تعریف کنید.
- ۱۶- روش‌های خصوصی سازی را بیان کنید.
- ۱۷- رابطه هزینه‌های اختصاصی و آزادسازی اقتصادی را توضیح دهید.
- ۱۸- واگذاری خصوصی سازی را توضیح دهید.