

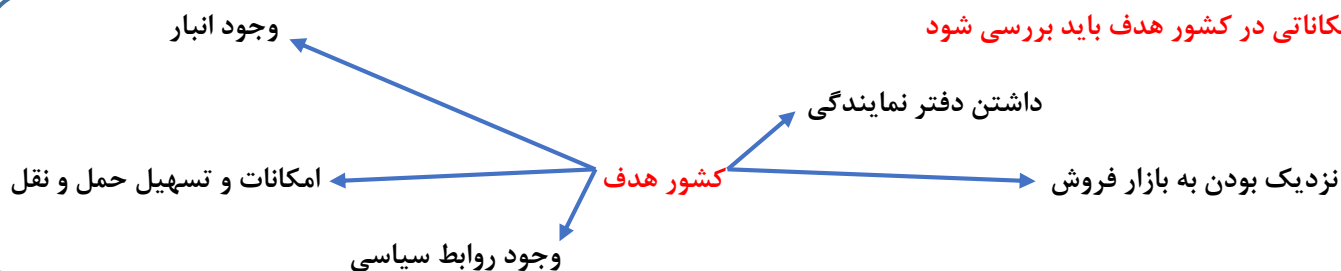
و- ایجاد مراکزی در برخی از کشورها برای افزایش حجم واردات از کشورهای در حال توسعه

مراکزی در برخی از کشورها برای افزایش حجم واردات از کشورهای در حال توسعه و تلاش برای بازاریابی صادرکنندگان آن ها ایجاد می شود + این مراکز عمدتاً در کشورهای پیشرفته و توسعه یافته هستند + استرالیا، اتریش، بلژیک، فرانسه، آلمان، ژاپن، انگلستان، سوئد و

مهمترین خدماتی که این مراکز به صادرکنندگان می دهند:

دادن اطلاعات آماری از بازار کالا مورد نظر + دادن اطلاعات در مورد قوانین واردات + دادن اطلاعات در موقعیت های مناسب فروش کالا + دادن اطلاعات توزیع کنندگان + کمک برای شرکت در نمایشگاه ها + برگزاری سمینارهای بازاریابی و

چه امکاناتی در کشور هدف باید بررسی شود



انواع بازارهای جهانی

الف- بازار کشورهایی با درآمد پایین + برای کلیه محصولات این بازارها محدود است + فاقد اهمیت

ب- بازار کشورهایی با درآمد کمتر از متوسط + بازار در مراحل اولیه صنعتی شدن است.

ج- بازار کشورهایی با درآمد بالاتر از متوسط + بازار در حال صنعتی شدن

د- بازار کشورهایی با درآمد بالا + بازار پیشرفته و صنعتی

تعریف بازاریابی

بازاریابی جریانی است که بوسیله آن ساختار تقاضا برای محصولات و خدمات پیش بینی و برآورده می گردد.

انواع بازاریابی: الف- بازاریابی داخلی ب- بازاریابی بین المللی ج- بازاریابی تطبیقی د- بازاریابی جهانی

مزیت نسبی

اگر یک کشور بتواند کالایی را تولید کند که قیمت آن نسبت به کالاهای دیگر کمتر و ارزانتر باشد، می گویند این کشور در تولید چنین کالایی مزیت نسبی دارد یا تولیدکننده ای که هزینه فرصت کمتری برای تولید یک کالا دارد، یعنی کسی که باید از مقدار کمتری از کالای دیگر بگذرد تا این کالا را تولید کند، در تولید آن دارای مزیت نسبی نامیده می شود یا مزیت نسبی حالتی است که هزینه فرصت تولید یک کالا در یک کشور کمتر از هزینه تولید همان کالا در کشور دیگر باشد.

مثال دامدار و تولید گوشت و کشاورز و تولید سیب زمینی

آنچه که باید به آن دقت کنید این است که اگرچه یک نفر می تواند در تولید هر دو کالا مزیت مطلق داشته باشد ولی نمی تواند در تولید هر دو کالا مزیت نسبی داشته باشد. چون هزینه فرصت یک کالا معکوس هزینه فرصت کالای دیگر است، اگر هزینه فرصت یک کالا برای فردی به طور نسبی زیاد باشد، آنگاه هزینه فرصت او برای کالای دیگر باید به طور نسبی کم باشد. مادامی که دو نفر هزینه فرصت دقیقاً یکسانی نداشته باشند، یکی از دو نفر در تولید یک کالا و نفر دوم در تولید کالای دیگر مزیت نسبی خواهند داشت.

مزیت یک کشور یا طبیعی است یا اکتسابی + منظور از مزیت طبیعی، مزیت یک کشور به دلیل شرایط اقلیمی یا دسترسی به منابع طبیعی خاص، در تولید یک محصول، است + منظور از مزیت اکتسابی که امروزه بیشترین تجارت جهان را به خود اختصاص داده، مصنوعات و خدمات، به جای کالاهای کشاورزی و منابع طبیعی است + محل تولید این کالاها عمدتاً به مزیت اکتسابی آن‌ها بستگی دارد؛ که به طور عام به عنوان تکنولوژی تولید یا تکنولوژی فرایند، به آن‌ها اشاره می‌شود.

تولید ناخالص داخلی GDP - Gross Domestic Product

مهم‌ترین متغیری است که در تجزیه و تحلیل‌ها و ارزیابی‌های اقتصاد کلان از آن استفاده می‌شود + در ایران برابر است با **کل ارزش ریالی محصولات نهایی تولید شده توسط واحدهای اقتصادی مقیم کشور در دوره زمانی معین** (سالانه یا فصلی) + یعنی مقدار ریالی جریان کالا و خدمات، در یک دوره زمانی مشخص + تحلیل تولید ناخالص داخلی مطالب فراوانی را درباره این که چگونه استاندارد زندگی در اقتصاد یک کشور تغییر می‌کند را آشکار می‌سازد + **رایج‌ترین شاخصی است که برای اندازه‌گیری رفاه یک جامعه و مقایسه آن با سایر جوامع توسط اقتصاددانان به کار گرفته می‌شود.**

تعریف استاندارد تولید ناخالص داخلی عبارت است از:

ارزش بازاری (ارزش پولی) تمامی کالاها و خدمات نهایی تولید شده در داخل مرزهای یک کشور طی دوره زمانی خاص.

چه نوع کالایی می‌تواند در محاسبه GDP در نظر گرفته شود؛

برای مثال؛ کالاهایی که به شکل غیرقانونی تولید و مبادله می‌شوند (مانند مواد مخدر)، کالاهای دست دوم، اوراق بهاداری که در بازارهای مالی خرید و فروش می‌شوند، فعالیت خانم‌های خانه‌دار و... هیچ‌کدام در محاسبه GDP وارد نمی‌شوند.

ویژگی‌های کالایی که می‌توانیم در محاسبه GDP در نظر گرفته شود

در اقتصاد کالاها و خدمات به دو دسته کلی تقسیم می‌شوند

الف- یکی کالاها و خدمات واسطه‌ای : کالایی است که در فرایند تولید قرار می‌گیرد و تبدیل به کالا یا خدمت نهایی می‌شود.

ب- دیگری کالاها و خدمات نهایی : کالاها و خدماتی که در فرایند تولید قرار نمی‌گیرند و مستقیماً برای استفاده به دست خریدار می‌رسند.

در محاسبه GDP تنها کالاها و خدمات نهایی وارد می‌شوند و کالا و خدمات واسطه‌ای محاسبه نمی‌گردند.

برای مثال کتاب که یک کالای نهایی است در محاسبه GDP وارد می‌شود + اما ارزش کاغذی که برای ساخت این کتاب از آن استفاده شده در GDP نمی‌آید.

دلیل این کار روشن است زیرا ارزش کالای واسطه در ارزش کالای نهایی وجود دارد. جمع ارزش کاغذ با ارزش کتاب باعث دوباره‌شماری می‌شود.

پس ابریشم یا پنبه و یا پشم که برای مصرف در قالی از آنها استفاده می‌شود در GDP محاسبه نمی‌شوند + به ویژه ابریشم که ۹۵٪ تولید آن در فرش به کار می‌رود و یا پشم که ۸۰٪ تولید آن در فرش به کار می‌رود + محاسبه برای پنبه کمی پیچیده تر است.

استثنا: اگر کالایی تولید شود و به جای آنکه مورد استفاده قرار گیرد، جهت استفاده یا فروش در آینده، ذخیره و به موجودی انبار اضافه شود. آن را کالایی نهایی در نظر گرفته و به عنوان سرمایه‌گذاری در محاسبه GDP وارد می‌کنیم. به عبارت دیگر، افزایش موجودی انبار باعث افزایش GDP و کاهش موجودی انبار باعث کاهش GDP می‌شود.

ارزش بازاری در تولید ناخاص داخلی: منظور از ارزش بازاری همان قیمتی است که کالاها و خدمات با آن مبادله می‌شوند + اگر شما خانه دارید و اجاره خانه نمی‌پردازید، معادل اجاره خانه در محاسبه GDP منظور می‌شود + نقل و انتقالات ملکی یا ابزاری (خودرو) در GDP منظور نمی‌شود (هرگونه کالای دست دوم در GDP محاسبه نمی‌شود) + اما حق دلالتی‌ها یا پولی که بنگاه‌ها می‌گیرند چون کار خدماتی می‌کنند در GDP منظور می‌شود.

دو روش رایج برای محک زدن تولید ناخالص داخلی کشورها GDP وجود دارد.

الف - مقایسه برابری قدرت خرید

ب - مقایسه نرخ تبدیل ارز → (این همان روش ساده‌ای است که بازار از آن استفاده می‌کند که روش کاملی نیست).

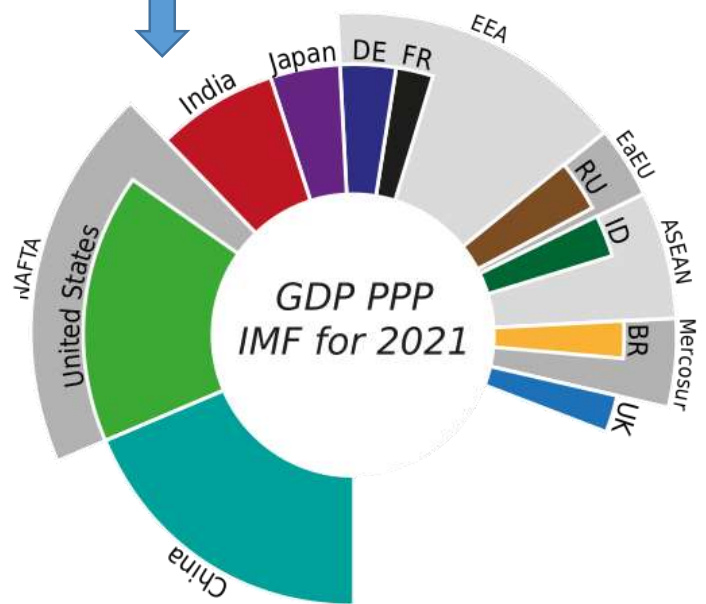
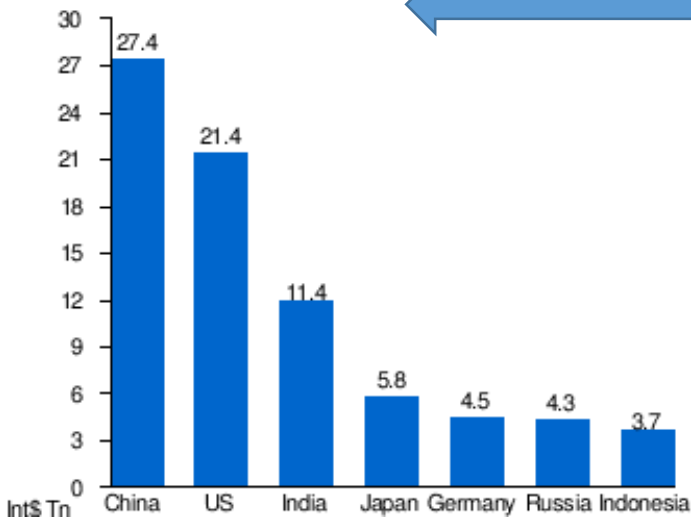
برابری قدرت خرید - PPP - Purchasing power parity

تکنیکی برای تعیین ارزش پول‌های مختلف + برابر است با نسبت هزینه‌های دو سبد کالای یکسان در دو جامعه بر حسب ارزش‌های ملی + روش‌های مختلفی برای محاسبه دارد + شاخص مناسبی است برای این که ما بتوانیم ببینیم در چه بازار هدفی می‌توانیم سرمایه

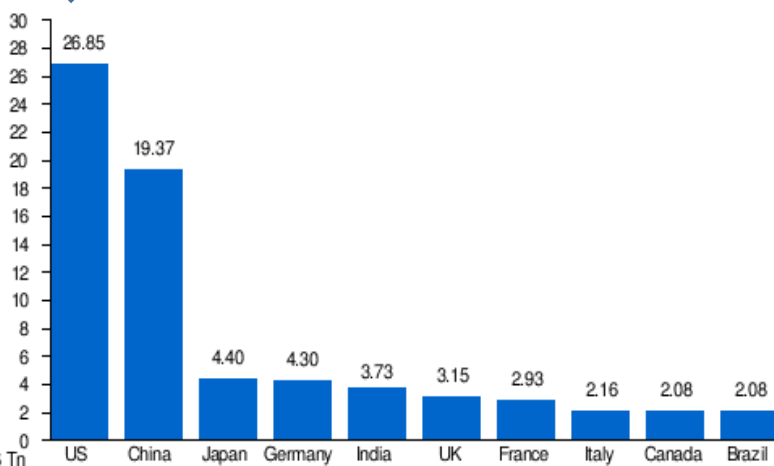
گذاری کنیم برای فروش فرش (برای سال ۲۰۱۹) ←

۱۵ کشور ابتدای این لیست به ترتیب

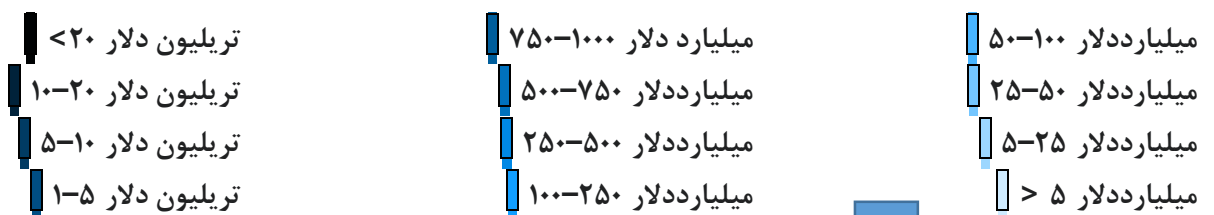
- ۱- چین
 - ۲- آمریکا
 - ۳- هند
 - ۴- ژاپن
 - ۵- آلمان
 - ۶- روسیه
 - ۷- اندونزی
 - ۸- برزیل
 - ۹- انگلستان
 - ۱۰- فرانسه
 - ۱۱- مکزیک
 - ۱۲- ایتالیا
 - ۱۳- ترکیه
 - ۱۴- کره جنوبی
 - ۱۵- اسپانیا
- قدرت خرید در کشورهای اتحادیه اقتصادی جهانی (۲۰۱۹)

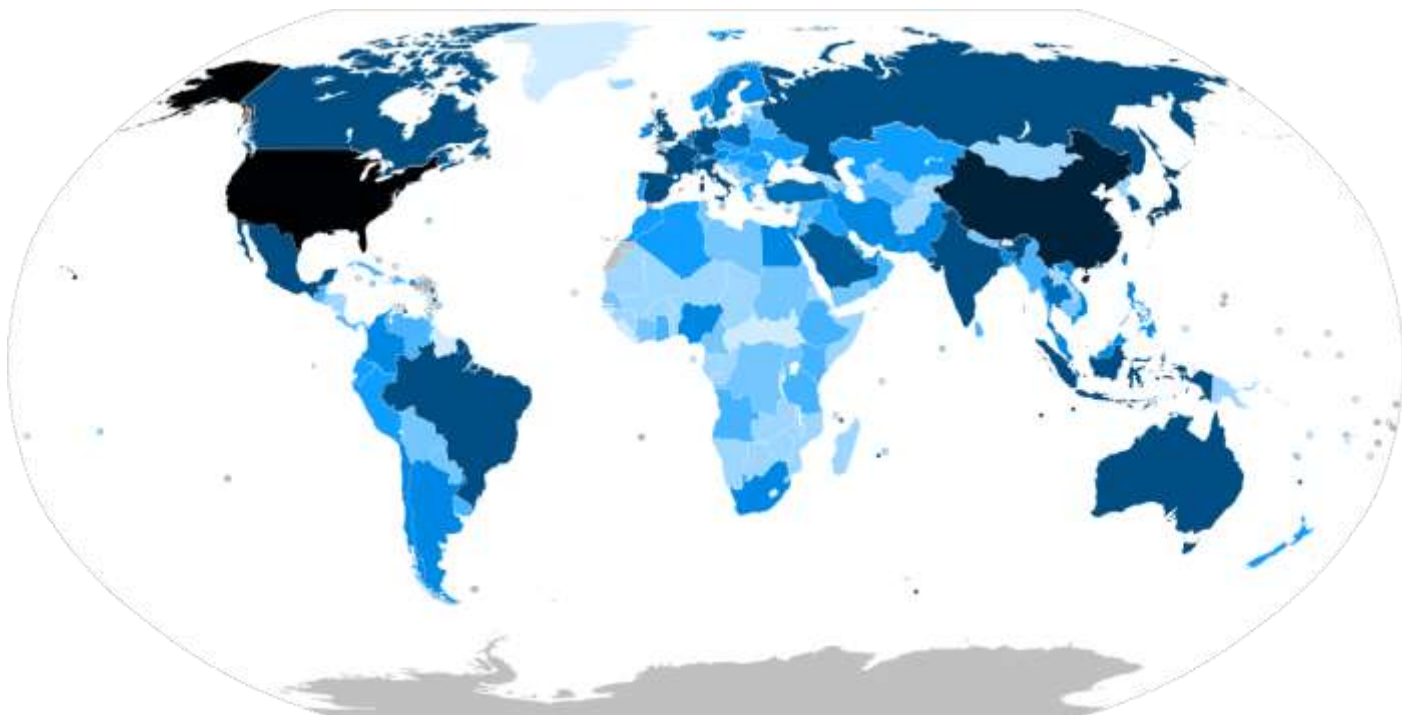


بزرگ‌ترین اقتصادها براساس تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۳ ↓



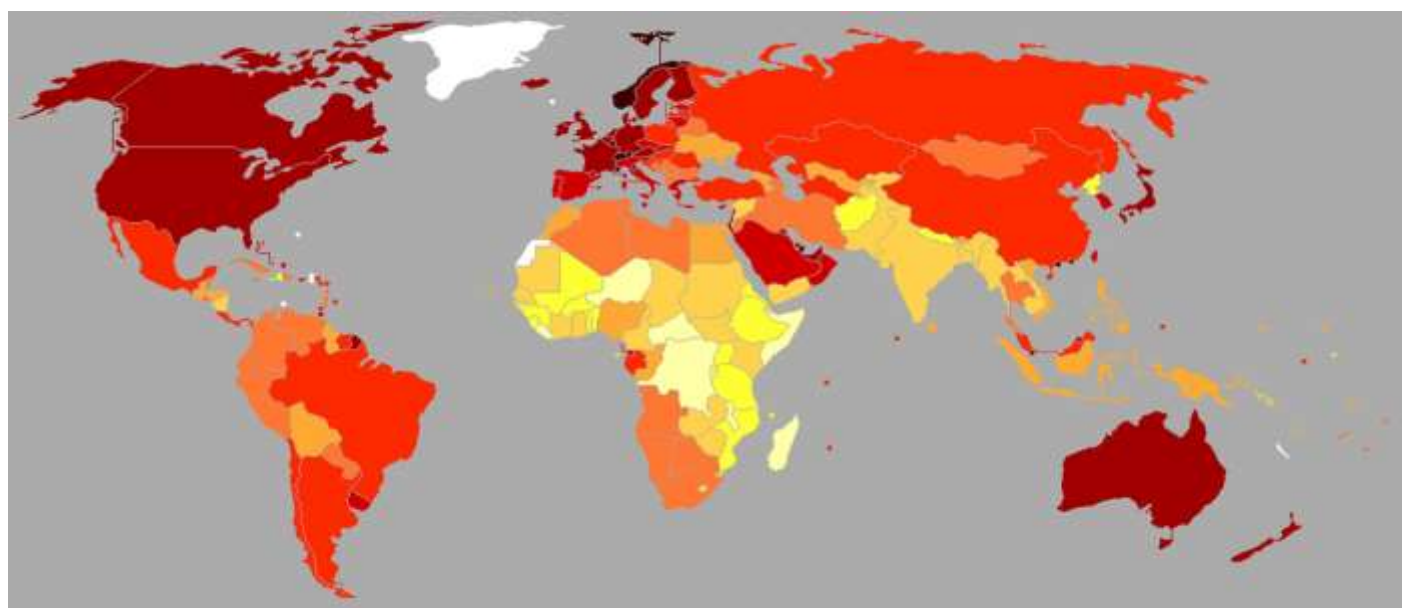
کشورها براساس تولید ناخالص ملی در سال ۲۰۱۹



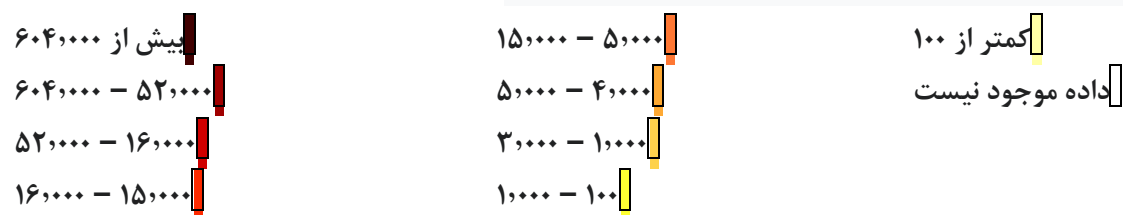


سرانه تولید ناخالص داخلی اسمی

سرانه تولید ناخالص داخلی، ارزش تمامی کالاهای تولید داخلی و خدمات مربوط به آن‌ها در طول سال به دلار آمریکا (GDP) که بر متوسط جمعیت آن کشور در همان سال تقسیم شده است



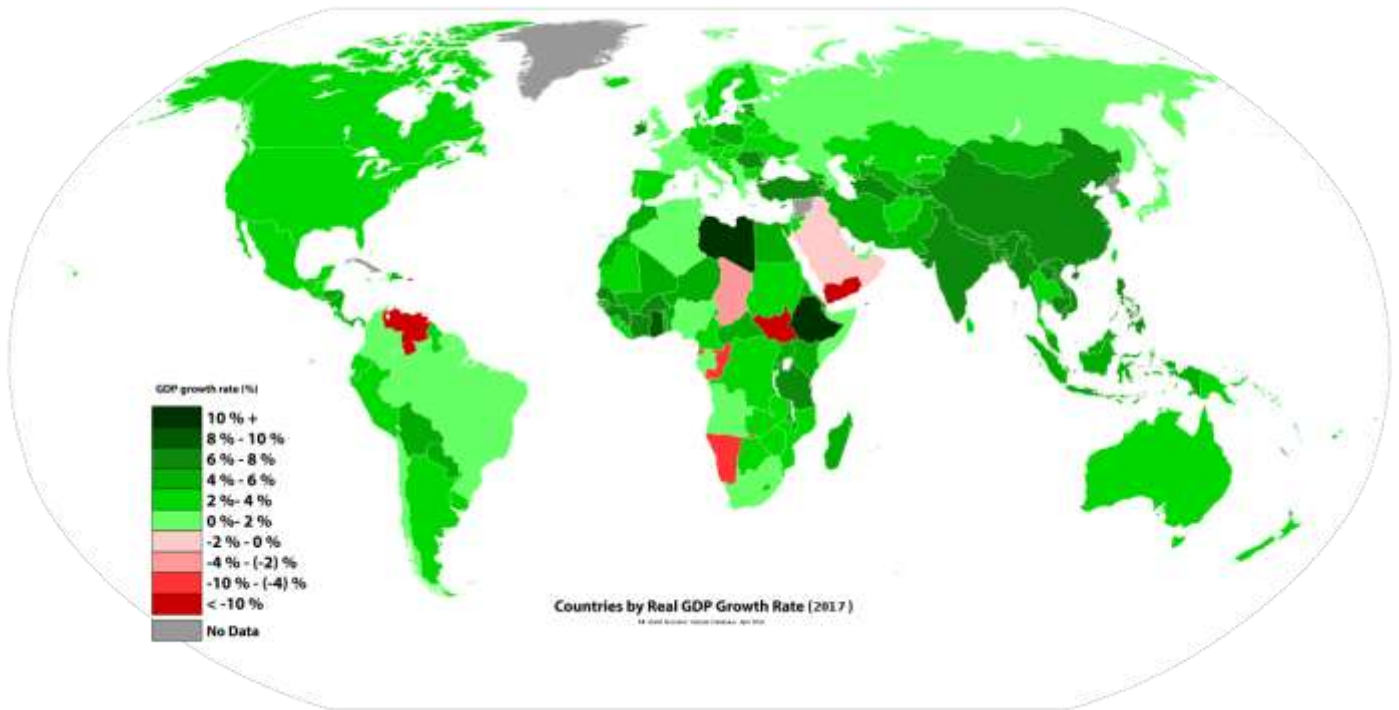
کشورها بر پایه سرانه تولید ناخالص داخلی اسمی در سال ۲۰۱۷ میلادی بر حسب دلار



پانزده کشور دارای بیشترین سرانه تولید ناخالص داخلی اسمی در سال ۲۰۱۷

- ۱- سوئیس
- ۲- نروژ
- ۳- جمهوری ایرلند
- ۴- ایسلند
- ۵- قطر
- ۶- آمریکا
- ۷- سنگاپور
- ۸- دانمارک
- ۹- استرالیا
- ۱۰- لوکزامبورگ
- ۱۱- هلند
- ۱۲- سان مارینو
- ۱۳- اتریش
- ۱۴- هنگ کنگ
- ۱۵- فنلاند
- ۱۶- کانادا
- ۱۷- آلمان
- ۱۸- بلژیک
- ۱۹- نیوزیلند

(در سال ۲۰۱۷ ما در رتبه ۹۵ دنیا از ۱۹۰ کشور بوده ایم)



پانزده کشور با بیشترین نرخ رشد تولید ناخالص داخلی

- ۱- افغانستان ۲- آلبانی ۳- الجزایر ۴- آنگولا ۵- آنتیگوآ و باربودا ۶- آرژانتین ۷- ارمنستان ۸- استرالیا ۹- اتریش ۱۰- آذربایجان ۱۱- باهاما ۱۲- بحرین ۱۳- بنگلادش ۱۴- باربادوس ۱۵- بلاروس ۱۶- بلژیک

کاستی‌های GDP

امروزه متخصصان گوناگونی در رشته‌های مختلف، به **کاستی‌های GDP** از جنبه‌های متفاوت اعتراض می‌کنند. هر یک از آنان به نحوی معتقداند که GDP آنچه را که باید نمی‌سنجد و از این جهت، شاخصی نیست که بتوان به صورت کامل به آن اتکا کرد. از این رو تلاش‌هایی برای ساخت بدیل GDP انجام شده که به اختصار به نتایج برخی از آنها اشاره می‌شود:

۱. تعدیل کننده‌های GDP

۲. جایگزین‌های GDP

۳. مکمل‌های GDP

مهمترین بدیل‌های GDP

الف- تعدیل کننده‌ها : GDP با فاکتورهای زیست محیطی و اجتماعی تعدیل می‌شود + مهمترین آن‌ها به صورت زیر است:

الف-۱ : شاخص اندازه‌گیری رفاه اقتصادی -MEW - Measure of Economic Welfare

جیمز توبین و ویلیام نوردهاوس + خودشان هم در نهایت اذعان داشتند که نمی‌توان رفاه و شادمانی مردم را به آسانی با میزان مصرف سنجید + اما این شاخص اصلی ترین تعدیل کننده GDP شد و کلیه تعدیل کننده‌های بعدی بر پایه MEW محاسبه و ارائه شد.

الف-۲ : شاخص رفاه پایدار اقتصادی -ISEW - Index of Sustainable Economic Welfare

دهه ۱۹۸۰ توسط دیلی و کاب + روابط میان محیط زیست و عوامل اقتصادی و اجتماعی توانمند منظور گردد.

الف-۳ : شاخص پیشرفت واقعی -GPI - Genuine Progress Indicator

کلیفورد کاب + مشابه ISEW + عواملی همچون جرائم، طلاق، بیکاری و تغییرات میزان فراغت را نیز در نظر می‌گیرد.

الف-۴ : GDP سبز

هزینه‌هایی که صرف حفظ محیط زیست و منابع طبیعی می‌شود، از کل تولید ناخالص داخلی کسر می‌گردد.

الف-۵ : شاخص خالص پس‌انداز تعدیل شده - Adjusted net saving

محاسبه مقدار خالص سرمایه‌گذاری کشور در بخش تولید و سرمایه‌های طبیعی و انسانی + براساس GDP سبز محاسبه می‌شود.

ب- جایگزین ها: شاخص‌هایی معرفی می‌شوند که تلاش دارند رفاه و بهزیستی مردم را از طریق سنجش عواملی چون سطح رضایت و عوامل توسعه منابع انسانی، بهتر از GDP اندازه‌گیری کنند + مهمترین آنها به صورت زیر است:

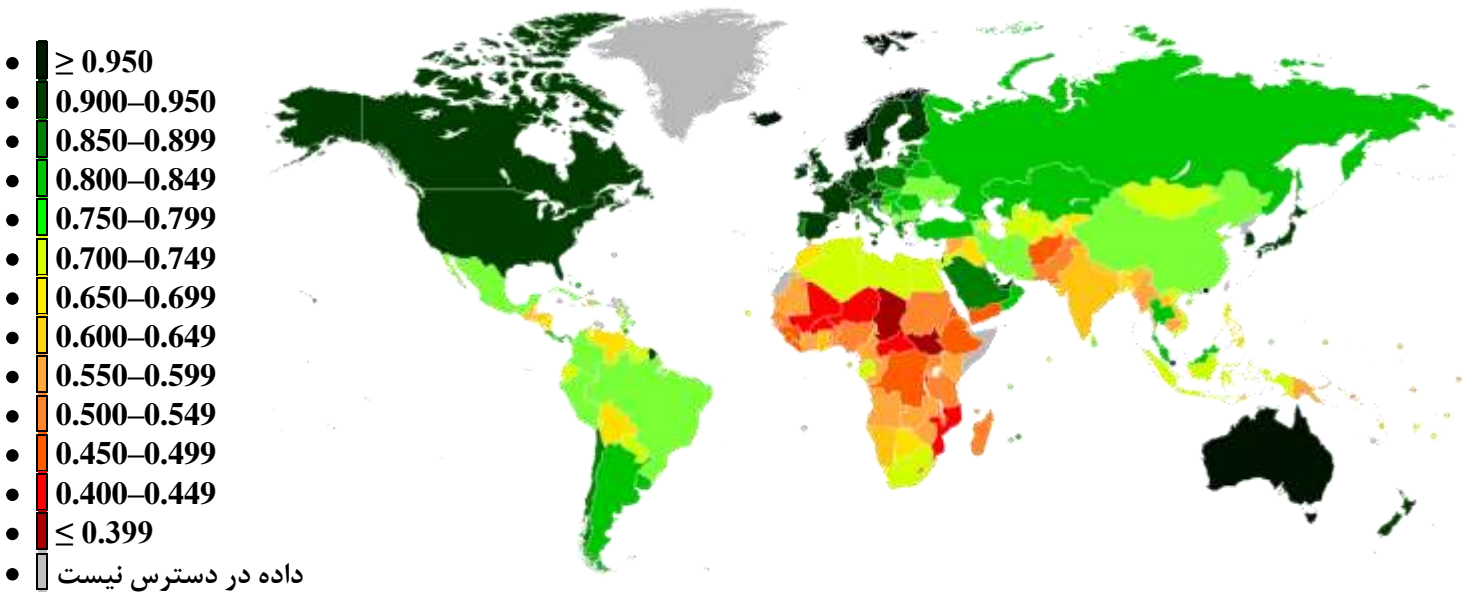
ب-۱- شاخص توسعه منابع انسانی -HDI- Human Development Index

شاخصی ترکیبی + سه عامل منابع انسانی می‌سازد: ۱. امید به زندگی ۲. دسترسی به دانش و آموزش ۳. برابری قدرت خرید (PPP) بالاتر + پیچیدگی محاسبه شاخص‌های تعدیل‌کننده را ندارد + اقتصاددان پاکستانی محبوب الحق (بنیانگذار توسعه انسانی سازمان ملل و شاخص توسعه انسانی) + شاخص توسعه انسانی توسط برنامه توسعه و پیشرفت سازمان ملل UNDP به صورت سالیانه ارائه می‌شود.

ابعاد و شاخص‌های HDI

ابعاد	شاخص‌ها	شاخص ابعاد	شاخص توسعه انسانی
عمر طولانی و سالم	امید به زندگی در بدو تولد	شاخص امید به زندگی	شاخص توسعه انسانی
دانش	سالهای مورد انتظار برای تحصیل میانگین سالهای تحصیل	شاخص آموزش	
استاندارد زندگی مناسب	GNI سرانه (\$ PPP)	شاخص GNI	

نقشه جهانی کشورها یا سرزمین‌ها بر اساس امتیاز HDI با افزایش ۰.۰۵۰ (بر اساس داده‌های سال ۲۰۲۱، منتشر شده در سال ۲۰۲۲)



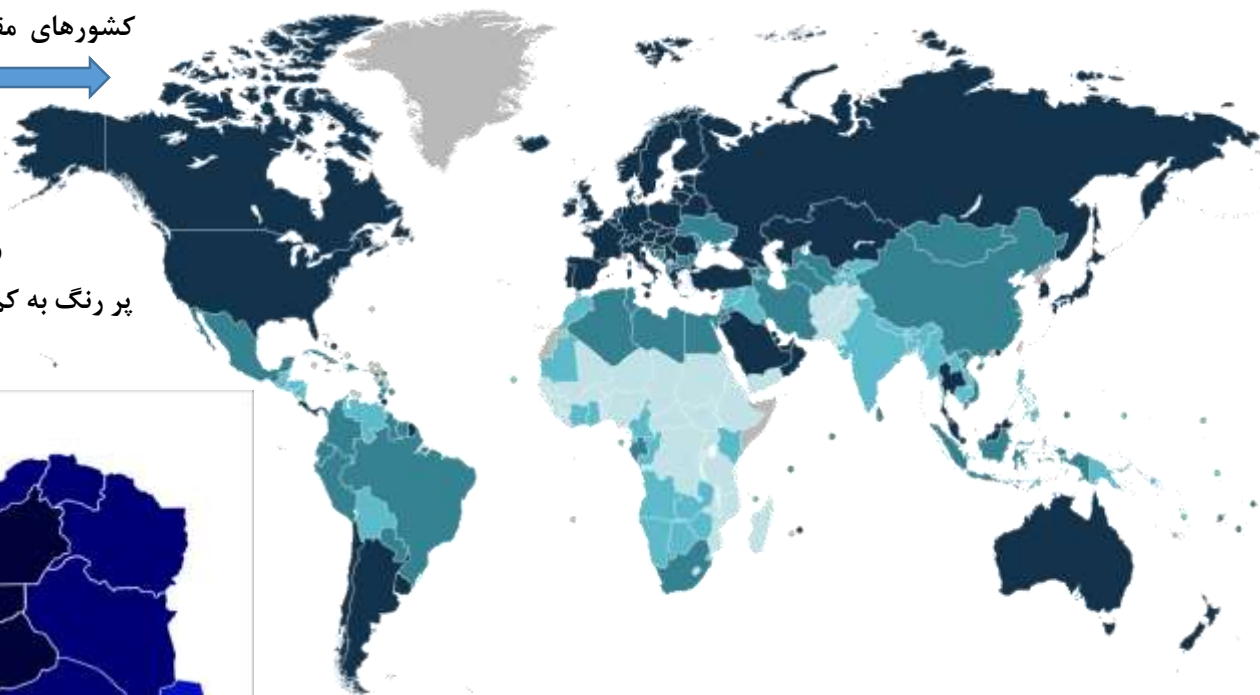
بر اساس تقسیم بندی سازمان ملل متحد کشورهای **رتبه ۱ تا ۶۶ در سال ۲۰۲۱**، دارای **توسعه انسانی بسیار بالا در سال ۲۰۲۲** هستند:

- ۱- سوئیس ۲- نروژ ۳- ایسلند ۴- هنگ کنگ ۵- استرالیا ۶- دانمارک ۷- سوئد ۸- ایرلند شمالی ۹- آلمان ۱۰- هلند ۱۱- فنلاند
- ۱۲- سنگاپور ۱۳- بلژیک ۱۴- نیوزیلند ۱۵- کانادا ۱۶- لیختن اشتاین ۱۷- لوکزامبورگ ۱۸- انگلستان ۱۹- ژاپن ۲۰- کره جنوبی ۲۱- آمریکا ۲۲- اسرائیل ۲۳- مالت ۲۴- استونی ۲۵- اتریش ۲۶- امارات ۲۷- اسپانیا ۲۸- فرانسه ۲۹- قبرس ۳۰- ایتالیا ۳۱- استونی
- ۳۲- جمهوری چک ۳۳- یونان ۳۴- لهستان ۳۵- بحرین ۳۶- لیتوانی ۳۷- عربستان ۳۸- پرتغال ۳۹- لتونی ۴۰- آندورا ۴۱- کرواسی ۴۲- شیلی ۴۳- قطر ۴۴- سان مارینو ۴۵- اسلواکی ۴۶- مجارستان ۴۷- آرژانتین ۴۸- ترکیه ۴۹- مونتنگرو ۵۰- کویت
- ۵۱- برونئی ۵۲- روسیه ۵۳- رومانی ۵۴- عمان ۵۵- باهاما ۵۶- قزاقستان ۵۷- ترینیداد و توباگو ۵۸- کاستاریکا ۵۹- اروگوئه
- ۶۰- بلاروس ۶۱- پاناما ۶۲- مالزی ۶۳- گرجستان ۶۴- موریس ۶۵- صربستان ۶۶- تایلند (جمعا ۶۷ کشور- ایران ۷۶)

جدول مناطق و گروه‌ها بر اساس شاخص توسعه انسانی

◆ ۲۰۲۱	◆ ۲۰۲۰	◆ ۲۰۱۹	◆ ۲۰۱۸	◆ ۲۰۱۵	◆ ۲۰۱۰	▲ ۲۰۰۵	▲ ۱۹۹۰	▲ ۱۹۸۰	منطقه و گروه
0.899	0.897	0.905	0.901	0.893	0.875	0.840	0.795	0.740	سازمان همکاری و توسعه اقتصادی
0.896	0.895	0.902	0.898	0.889	0.868	0.826	0.784	0.740	توسعه انسانی بسیار بالا
0.796	0.793	0.802	0.798	0.783	0.746	0.681	0.664	0.640	اروپا و آسیای مرکزی
0.754	0.755	0.768	0.766	0.758	0.733	0.689	0.633	0.610	آمریکای لاتین
0.754	0.753	0.756	0.751	0.734	0.700	0.625	0.557	0.530	توسعه انسانی بالا
0.749	0.748	0.748	0.741	0.722	0.684	0.592	0.507	0.480	آسیا-اقیانوسیه
0.732	0.735	0.739	0.736	0.724	0.697	0.645	0.601	0.570	جهان
0.730	0.732	0.738	0.734	0.723	0.693	0.649	0.601	0.570	کشورهای در حال توسعه جزیره‌ای کوچک
0.708	0.708	0.715	0.711	0.697	0.676	0.618	0.555	0.530	جهان عرب
0.685	0.687	0.691	0.687	0.673	0.638	0.569	0.513	0.490	کشورهای در حال توسعه
0.636	0.642	0.645	0.643	0.627	0.582	0.506	0.453	0.430	توسعه انسانی متوسط
0.632	0.638	0.641	0.640	0.623	0.576	0.500	0.442	0.420	جنوب آسیا
0.547	0.549	0.552	0.547	0.534	0.503	0.430	0.407	0.390	جنوب صحرای آفریقا
0.540	0.542	0.542	0.537	0.520	0.487	0.408	0.357	0.340	کشورهای کمتر توسعه یافته
0.518	0.519	0.522	0.518	0.506	0.477	0.399	0.356	0.340	توسعه انسانی پایین

کشورهای مقصد ما برای فروش
 فرش در بازارهای جهانی آبی پر
 رنگ ها و بعد بقیه
 رنگ ها به ترتیب از
 پر رنگ به کم رنگ است!



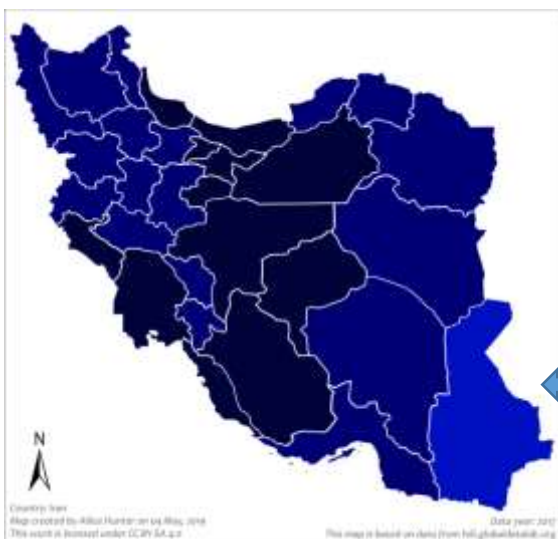
بالاترین شاخص

توسعه استانی در ایران متعلق به استان های تهران، البرز و اصفهان است

- نرخ سواد ۸۶,۸ و در رتبه ۸۹ جهان

- نرخ امید به زندگی ۷۵,۵ و در رتبه ۶۲ جهان

- نرخ برابری قدرت خرید با ۱۲ دلار تقریبا ته جدول!



Country Name: Iran
 Map created by: Abbas Hamedani on May 2018
 This work is licensed under CC BY SA 4.0
 Data year: 2017
 This map is based on data from: <http://data.bancomark.com>

ب-۲- شاخص‌های EF -Ecological footprint و HPI -Happy planet Index

EF: تقاضای اقتصاد از منابع زیستی یک منطقه برای عرضه کالا و خدمات تا چه میزان کمتر یا بیشتر از ظرفیت زیستی آن است.

HPI: متشکل از دو شاخص عینی امید به زندگی و شاخص سطح رضایت از زندگی است

((که خیلی به کار ما در حوزه فرش نمی آیند. مگر تصمیم بگیریم مثلاً همه گوسفندانمان را از بس فروش فرش داریم هر روز از پشم لخت کنیم یا قالی‌ها هنوز خشک نشده از شور بفرستیم به بازار جهانی))

ج- مکمل‌ها: GDP مانند شاخص‌های تعدیل‌کننده هستند و با اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی تکمیل می‌گردند + تفاوت آن‌ها با تعدیل‌کننده‌ها در نحوه محاسبه ریاضی آن‌ها می‌باشد (به GDP اضافه می‌شوند) - مثلاً SEEA (System of integrated Economic Environmental Accounts) اشاره کرد که در آن فعالیت‌های اقتصادی و تخریب‌های زیست‌محیطی به شکل یک پارچه ارائه می‌شود.



شاخص کیفیت زندگی - QLI

در سال ۲۰۰۵ + مجله اکونومیست ارائه داد + دارای ۹ عامل می‌باشد

- ۱- تعالی مادی: سرانه تولید ناخالص ملی
- ۲- سلامتی: امید به زندگی
- ۳- ثبات سیاسی و امنیت: نرخ ثبات سیاسی و امنیت
- ۴- زندگی خانوادگی: نرخ طلاق (در هر هزار نفر)
- ۵- زندگی اجتماعی: نرخ حضور در اماکن مذهبی یا عضویت در سندیکاها
- ۶- اقلیم و جغرافیا: عرض جغرافیایی، شرایط اقلیمی بین گرم‌تر و سردتر را مشخص می‌سازد.
- ۷- امنیت شغلی: نرخ بیکاری
- ۸- آزادی سیاسی: متوسط شاخص‌های آزادی‌های مدنی و سیاسی
- ۹- برابری جنسیتی: نسبت متوسط درآمد مرد و زن

در سال ۲۰۲۲، کشورهای **سوئیس، دانمارک، هلند، استرالیا، ایسلند، فنلاند، آلمان، اتریش، نیوزیلند و نروژ** برترین کشورها بوده‌اند. ایران در رتبه ۱۱۶۱!!

رده‌بندی کیفیت زندگی مرسر - Mercer Quality of Living Survey

رده‌بندی شهرهای جهان بر مبنای مقایسه و امتیازبندی در آموزش، امنیت، حمل‌ونقل، تأمین اجتماعی، درآمد سرانه، سلامت و درمان، آب‌وهوا، اوقات فراغت، توانایی خرید و ۲۹ شاخص دیگر است که توسط مؤسسه منابع انسانی مرسر

در سال ۲۰۱۶

- ۱- وین اتریش
- ۲- زوریخ سوئیس
- ۳- ژنو سوئیس
- ۴- دوسلدورف آلمان
- ۵- اوکلند نیوزیلند
- ۶- برن سوئیس
- ۷- فرانکفورت آلمان
- ۸- سیدنی استرالیا
- ۱۱- آمستردام هلند
- ۱۲- ولینگتون نیوزیلند
- ۱۳- اتاوا کانادا