

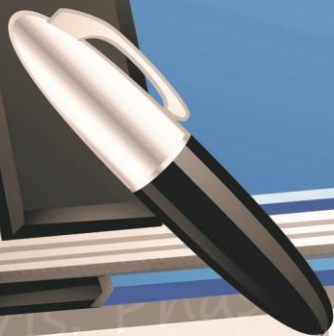
madsage
IRan Education
Research
NETwork
(IRERNET)

شبکه آموزشی - پژوهشی مادسیج
با هدف بهبود پیشرفت علمی
و دسترسی راحت به اطلاعات
برای جامعه بزرگ علمی ایران
ایجاد شده است

مادسیج

شبکه آموزشی - پژوهشی ایران

madsg.com
مادسیج



کلیات علم اقتصاد



سید اسحاق علوی

بسم الله الرحمن الرحيم

این اثر متن کتاب منتشر نشده‌ای است که پیش از چاپ صرفاً جهت بازخورد و استفاده در کلاسهای مؤلف در اختیار دانشجویان قرار می‌گیرد. فروش، تکثیر، چاپ و هرگونه استفاده تجاری از این اثر ممنوع است و پیگرد قانونی دارد

با توجه به اینکه این اثر در دست آماده سازی برای چاپ است و فرصت کافی برای برطرف کردن اغلاط حروفچینی و صفحه آرایی و احتمالاً محتوایی در اختیار نبود از دانشجویان، همکاران و خوانندگان تقاضا می‌شود نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود را از طریق پست الکترونیکی زیر در اختیار مؤلف قرار دهند.

ialavi@gmail.com

بخش اول

علم اقتصاد ماهیت و متدلوژی

فصل اول

علم اقتصاد، قلمرو و پیشینه

علم اقتصاد: تعریف، موضوع، ضرورت و هدف و شاخه های اصلی

تعریف علم اقتصاد

دو قرن و اندی از عمر علم اقتصاد به عنوان رشته ای دارای هویت مستقل و مجزای علمی می گذرد. با این حال، تعریف واحد، جامع، و همه پذیر از این رشته در دست نیست. پیچیدگی موضوع، ماهیت تکاملی و متحول و گستردگی قلمرو این علم ارائه تعریفی همه جانبه، و ناظر بر همه زوایای این رشته را دشوار و حتی ناممکن ساخته سبب شده تعریف های متعدد و بعضا متفاوتی با برجسته سازی و تاکید بر جنبه ها و موضوعات خاصی از این علم ارایه شود. با این همه تعاریف زیر بیش از سایر تعاریف شهرت و مقبولیت یافته است^۱.

الف) "اقتصاد علمی است که رفتار انسانها را به صورت رابطه ای میان خواسته ها و منابع کمیاب با کاربردهای مختلف مطالعه می کند."

ب) "علم اقتصاد عبارت است از مطالعه اینکه جوامع چگونه تصمیم می گیرند که با استفاده از منابع محدود و کمیاب چه کالایی، با چه روشی و برای چه کسی تولید شود."

ج) "اقتصاد علمی است که چگونگی تصمیم گیری جامعه در باره تخصیص منابع کمیاب برای تولید کالا و خدمات جهت ارضاء خواسته های نامحدود را بررسی می کند."

د) « اقتصاد عبارت است از شناخت، ارزیابی و انتخاب روشهایی که بشر برای تولید و توزیع کالا و خدمات از منابع محدود به منظور مصرف به کار می برد»

موضوع علم اقتصاد

انسان موجودی است نیاز مند و دارای خواسته های نامحدود. اما منابع و امکاناتی که در اختیار دارد - برخلاف خواسته هایش - محدود و کمیاب است. پس انسانها و جوامع ناگزیرند تصمیم بگیرند در زمانی معین منابع کمیاب و امکانات محدود خود را برای ارضاء کدامین نیازها و تامین کدامین خواسته های خود به کار گیرند. بعلاوه معمولا انسانها مایلند با استفاده از منابع یعنی نیازها و خواسته های بیشتری را تامین نمایند. فهم و مطالعه این تصمیم گیری ها کاری است که

^۱ علاقمندان می توانند برای آشنایی تفصیلی با تعاریف علم اقتصاد و سیر تکاملی آنها به منبع زیر مراجعه کنند. Backhouse, Roger E. and Steven G. Medema, "economics, definition of", "The New Palgrave Dictionary of Economics", Eds. Steven N. Durlauf and Lawrence E. Blume, Palgrave Macmillan, 2008, The New Palgrave Dictionary of Economics Online, Palgrave Macmillan. 23 July 2008, DOI:10.1057/9780230226203.0442

علم اقتصاد متکفل آن شده است و بر این اساس موضوع علم اقتصاد رفتار انسانها و جوامع است. البته در اقتصاد رفتارهای اقتصادی جوامع مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می گیرد. یعنی رفتار آنها در ارتباط با تولید، مصرف، پس انداز، و ثروت مورد بررسی قرار می گیرد.

« البته مقصود از ثروت مالیت و ارزشمندی کالاها و خدمات است نه جنبه عینیت اموال بنابر این موضوع علم اقتصاد عبارت است از ثروت از منظر ارزشمندی و از حیث چگونگی {کارکرد ثروت در زمینه} رشد، توزیع و مصرف نه از لحاظ تعلق به این یا آن شخص. بنابراین با قید ارزشمندی مباحث مربوط به عینیت ثروتها و با قید دوم مباحث حقوق مالی از موضوع علم اقتصاد خارج می شود.^۲»

هدف و اهمیت علم اقتصاد

نخستین پرسشی که ممکن است برای یک دانشجو یا هر شخص علاقه مند به مطالعه علم اقتصاد مطرح باشد این است که چرا باید اقتصاد آموخت؟ هدف و ضرورت فراگیری این علم چیست؟ این علم چه در دردی از دردهای بشر را دوا می کند و کدامین گره از گره‌های ناگشوده بشر را می گشاید... سرانجام آن که آیا ارزش دارد که انسان بخشی از عمر بس ارزشمند خود را بر سر یادگیری این علم بگذارد؟ ضرورت و اهمیت فراگیری علم اقتصاد زمانی هویدا می شود که سیاست اصلی و هدف غایی علم اقتصاد برای ما روشن شود.

به گفته یکی از اقتصاددانان برجسته^۳ «رسالت اصلی و هدف غایی علم اقتصاد بهبود بخشیدن به شرایط زندگی روزمره انسانها است... هرچند الگویی واحدی برای پیشرفت وجود ندارد و تحول و تکامل فرهنگ در هر گوشه از جهان متفاوت از جای دیگر خواهد بود اما رهایی و آزادی بشر از چنگ فقر و فلاکت و بیماری آرزوی دیرینه تمام بشریت است. دانش اقتصادی به ما کمک می کند زندگی شخصی خود را بهتر اداره کنیم، جامعه مان را بهتر بشناسیم و درک کنیم و جهان پیرامون خود را بهتر بسازیم». بنابراین فراگیری علم اقتصاد به همان اندازه که برای اداره زندگی شخصی افراد ضرورت دارد برای اداره زندگی عمومی نیز ضروری است از اینرو حاکمان سیاسی نیز برای اداره جوامع به اقتصاددانان نیازمندند. در ضرورت و اهمیت علم اقتصاد همین بس که به ادعای یکی دیگر از اقتصاددانان برجسته^۴ «اندیشه های اقتصاددانان و فیلسوفان، چه درست و چه نادرست، نیرومندتر از آن است که معمولاً ما تصور می کنیم. در حقیقت کمتر چیز دیگری غیر از این اندیشه ها بر جهان حکومت می کند. مردان عمل که خود را از هرگونه تاثیرپذیری از اندیشه های [دیگران] بدور و [بی نیاز] می پندارند در واقع بردگان [نظریه های] اقتصاددان ...اند»^۴

^۲ مبانی اقتصاد اسلامی متن خلاصه ص ۶

^۳ Samuelson 1992, p9

قلمرو علم اقتصاد

علم اقتصاد به رغم آن که در مقایسه با علوم دیگر نسبتاً جوان است، پایه پای فرازها و فرودها به عنوان بازتابی از روندها و فرایندهای این دگرگونیها و تحولات، مسیر تکامل و پیشرفت خیره کننده ای را پیموده است. این علم تا نیمه های قرن هیجدهم خود بخشی از قلمرو دانشهای کلی تری مانند فلسفه و اخلاق بوده است و حتی پس از آن که با تلاشهای دانشمندان، به عنوان رشته ای با هویت مستقل و برخوردار از ادبیات تخصصی و کلاسها و دانشکده های اختصاصی در دانشگاهها و مراکز علمی جهان پذیرفته شد مرزهایش از مباحث کلی معدودی مانند تولید، تخصص و تقسیم کار تجاوز نمی کرد. باگذشت زمان بر دامنه و گستره موضوعات و مسایل این علم افزوده شد. گسترش قلمرو علم اقتصاد در دو جبهه صورت گرفته است. از یک سو سرزمین های بکر و تازه ای مانند محیط زیست، سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و.. کشف و فتح گردید. از سوی دیگر علم اقتصاد از مرزهای سنتی خود پا را فراتر گذاشته و به قلمرو سایر رشته های علوم انسانی وارد شده است. به گونه ای که برخی این پیشروی را به عنوان پروسه امپریالیستی علم اقتصاد توصیف کرده اند. در حال حاضر در جغرافیای دانش، علم اقتصاد به امپراطوری بزرگ و در حال گسترش بدل شده است و قلمرو خود را تا گستره مسایل و موضوعات متعدد و متنوعی از فرهنگ، هنر، دین گرفته تا محیط زیست، مطالعات حقوقی، روشهای آماری و تاریخی، و حتی زندگی خانوادگی بسط داده است. طرح و تحلیل مسایل دیگری مانند جرم و جنایت، ورزش، رسانه ها، آزادی بیان و... از منظر و متد اقتصادی توسط اقتصاددانان گویای آن است که تعیین مرز و محدودیتی برای علم اقتصاد را تنها برای مدت کوتاه می توان توجیه کرد.

شاخه های اصلی علم اقتصاد

با ورود علم اقتصاد به ساحتها و قلمروهای تازه، حجم، تعداد، و تنوع مسایل و موضوعات اقتصاد بیشتر و گسترده تر شد. مطالعه و تحلیل همه این مسایل به صورت یکجا نه ممکن است و نه مطلوب. براین اساس اقتصاد به دو شاخه اصلی اقتصاد خرد و اقتصاد کلان تقسیم گردید. مطالعه «تحلیل رفتار واحدهای اقتصادی فرد مانند افراد، خانوارها، بنگاهها و بازارها»^۵ تحت عنوان اقتصاد خرد و کار «تحلیل و مطالعه رفتار و عملکرد عمومی و کلی اقتصاد مانند سرمایه گذاری کل، مصرف کل، اشتغال کل و..»^۶ به شاخه دیگری به نام اقتصاد کلان سپرده شد. اقتصاد خرد چگونگی تعیین درآمد، مصرف، پس انداز، سرمایه گذاری و... را در سطح واحدهای کوچک (مانند خانوارها، شرکتهای سوپر مارکتها و حتی شرکت های بزرگی مانند شرکت های حمل و نقل ریلی، هواپیمایی و...) در اقتصاد به عهده دارد. اقتصاد کلان پدیده های اقتصادی را در سطح کشور (مانند مصرف ملی، درآمد ملی، پس انداز ملی، سرمایه گذاری

^۵ - Samuelson 2001 p 768

^۶ - Samuelson 2001 p 768

ملی و...) به بررسی می گیرد. پیدایش وسایل و گسترش امکانات جدید حمل و نقل و تولید انبوه افق های تازه ای را در عرصه تجارت و مبادله کالا و خدمات میان کشورها و ملت های جهان فراگشود. ضرورت تحلیل تئوریک و علمی این داد و ستد ها و عملکرد اقتصاد در سطح بین المللی شاخه دیگری را به نام اقتصاد بین الملل به وجود آورد. اقتصاد بین الملل خود به دو بخش عمده دیگر یعنی تجارت بین الملل و مالیه بین الملل تقسیم می شود. مطالعه جریان مبادله کالاها و خدمات و بین کشورها، صادرات و واردات کالاها و خدمات و منافع ناشی از آن برای کشورهای مبادله کننده در شاخه تجارت بین الملل صورت می گیرد. مالیه بین الملل با مطالعه مبادلات سرمایه بین کشورها و مباحث مربوط به بازار ارز و تراز پرداختها سروکار دارد. از دیگر شاخه های رو به گسترش و پر کاربرد در علم اقتصاد رشته اقتصادسنجی است. کار اقتصاد سنجی تحلیل کمی پدیده های اقتصادی با استفاده از ریاضیات، روشهای آزمون و استنباط آماری داده ها و اطلاعات اقتصادی است.

پرورشگاه علم اقتصاد عمدتاً جوامع پیشرفته مغرب زمین است. بنابراین بسیار طبیعی است که تئوری ها و تحلیل های این علم متناسب با شرایط و مقتضیات زمانی و مکانی و فرهنگی آن بلاد سامان یافته باشد. در دهه ۱۹۵۰ پس از جنگ جهانی دوم و رهایی بسیاری از کشورهای مستعمره از چنگ استعمار، توسعه و بهبود شرایط اقتصادی این کشورها که استعمار بیشتر منابع شان را به غارت برده و هرگونه مجال رشد و پیشرفت فکری و مادی را از آنها گرفته بودند، به عنوان یکی از چالشها و دغدغه های جدی برای اقتصاد دانان بدل شد. پرسشی که آن روزها مطرح می شد این بود که آیا کشور های توسعه نیافته و کمتر برخوردار، می توانند با الهام گیری از الگوها و تبعیت از تئوریه ها و تحلیل های اقتصادی کشورهای پیشرفته راه دشوار و مسیر ناهموار توسعه را پشت سر گذاشته و خود را به کاروان پرشتاب رشد و رفاه مادی و توسعه اقتصادی برسانند؟ یا اینکه مسایل و معضلات اقتصادی کشورهای در حال توسعه از جنس دیگری است؟ از دید بسیاری از اقتصاددانان و آگاهان امور کشورهای عقب مانده درد های دیگری داشتند و داروهای متفاوتی می طلبیدند. در کنار این، آغاز جنگ سرد و کارزار دو اردوگاه متخاصم شرق و غرب برای جذب بیشتر کشورهای بی طرف و برخی رویداد های مهم مانند بحران بزرگ و ناکامی نظریات کلاسیک و نئوکلاسیک در پیشگیری و رفع بحران و موفقیت راهبردهای کینزی و سوسیالیستی در برخی از کشورها زمینه ساز ظهور شاخه مستقل دیگری به نام اقتصاد توسعه گردید. تئوری های رشد و توسعه اقتصادی، توسعه انسانی و مباحث مرتبط با چگونگی افزایش و ارتقای سطح کمی و کیفی زندگی انسانها در کشورهای توسعه نیافته و یا کمتر توسعه یافته از موضوعات و مؤلفه های کلیدی اقتصاد توسعه است. در کنار این چند رشته اصلی رشته های دیگری نیز مانند اقتصاد کشاورزی، اقتصاد انرژی، اقتصاد کار، اقتصاد منابع، اقتصاد بهداشت، اقتصاد دفاع، اقتصاد هنر، و جدید تر از همه اقتصاد اطلاعات از بدنه تناور علم اقتصاد سر برآورده است و هر کدام به حوزه مستقل و موضوعی معجزا اما در پیوند با قلمرو پهناور این رشته ارزشمند برای پژوهندگان و پویندگان بدل شده است.

خلاصه فصل اول

اقتصاد عبارت است از شناخت، ارزیابی و انتخاب روشهایی که بشر برای تولید و توزیع کالا و خدمات از منابع محدود به منظور مصرف به کار می برد.

موضوع علم اقتصاد از دید برخی کمیابی و از دید برخی "رفتار انسانها و جوامع" است برخی نیز "ثروت" و "رفاه و مطلوبیت است.

هدف علم اقتصاد تبیین، و تحلیل و پیش بینی رفتار پدیده ها، واحدها و متغیرهای اقتصادی است. هدف غائی این علم بررسی وضع موجود، شناسایی و برنامه ریزی برای رسیدن به وضع مطلوب برای بهبود شرایط زندگی انسانها است.

علم اقتصاد به چند شاخه اقتصاد کلان، خرد، بین الملل، اقتصاد سنجی، اقتصاد توسعه و... تقسیم می شود در اقتصاد خرد رفتار واحدهای اقتصادی مانند افراد بازارها، بنگاه ها، خانوار ها و افراد و در اقتصاد کلان رفتار و عملکرد عمومی و کلی اقتصاد مانند سرمایه گذاری کل، مصرف کل، اشتغال کل و... مطالعه و تحلیل می شود.

تحلیل داد و ستدها و مبادلات بین المللی در اقتصاد بین الملل صورت می گیرد. اقتصاد بین الملل به دو شعبه تجارت بین الملل و مالیه بین الملل تقسیم می شود. جریان مبادله کالاها و خدمات و بین کشورها، صادرات و واردات کالاها و خدمات در تجارت بین الملل و جریان مبادلات سرمایه بین کشورها و مباحث مربوط به بازار ارز در مالیه بین الملل صورت می گیرد.

اقتصاد سنجی تحلیل کمی پدیده های اقتصادی با استفاده از ریاضیات، روشهای آزمون و استنباط آماری داده ها و اطلاعات اقتصادی بر عهده دارد.

اقتصاد توسعه با مباحث مرتبط با چگونگی افزایش و ارتقای سطح کمی و کیفی زندگی انسانها در کشورهای توسعه نیافته و یا کمتر توسعه یافته سرو کار دارد.

سوالات فصل اول

- ۱- موضوع علم اقتصاد چیست؟
- ۲- یک تعریف از علم اقتصاد ارائه کنید؟
- ۳- ضرورت فراگیری علم اقتصاد را بیان کنید؟
- ۴- شاخه های اصلی علم اقتصاد را نام ببرید و دو شاخه اصلی علم اقتصاد (اقتصاد خرد و اقتصاد کلان) را تعریف کنید؟
- ۵- چه کسی به عنوان بنیانگذار اقتصاد کلان شناخته می شود و چرا؟

فصل دوم

مروری بر پیدایش علم اقتصاد

تاریخچه علم اقتصاد

از منظر تاریخی اندیشه‌ها، تحلیل‌ها و نظریه‌های مرتبط با اقتصاد و مسایل اقتصادی را می‌توان به دو گروه تقسیم کرد:

۱. مطالب و موضوعاتی که پیش از ظهور علم اقتصاد و تثبیت آن به عنوان یک رشته علمی مجزا و مستقل طرح

و ابراز شده است

۲. نظریه‌های مدون و منسجمی که در تکوین، تکامل و توسعه علم اقتصاد نقش داشته است.

در این فصل گروه نخست با عنوان پیشینه اندیشه‌ها و تحلیل‌های اقتصاد و گروه دوم با عنوان مکاتب اقتصادی طرح و

بررسی خواهد شد.

پیشینه اندیشه‌ها و تحلیل‌های اقتصادی

اقتصاد به عنوان یک علم اجتماعی به مطالعه مسایل و اموری مانند تولید، مصرف، توزیع، مبادله و... می‌پردازد. رتق و

فتق و حل و فصل این مسایل و امور همواره بخشی از دغدغه‌ها و دلنگرانی‌های بشر بوده است. نخستین نظریات و

آرای پراکنده‌ای که امروز از آنها به عنوان عقاید و اندیشه‌ها و تحلیل‌های اقتصادی یاد می‌شود در میراث علمی و

فکری برجای مانده از متفکران یونان باستان به چشم می‌خورد. افلاطون و ارسطو ضمن بحث از مسایل فلسفی و سیاسی

به مسایل اقتصادی نیز توجه کرده‌اند. افلاطون به مسایل اقتصادی از دریچه اخلاق می‌نگریست. دلبستگی به پول

و ثروت را نکوهش، ربا خواری را تقبیح و مردم را به کسب فضیلت و تقوا ترغیب می‌کرد. ارسطو شاگرد افلاطون نیز

در باره مسایلی مانند مالکیت، ارزش مبادله و ارزش استعمال، ماهیت پول و ربح سخن گفته است. ارسطو از اقتصاد

پولی انتقاد می‌کرد؛ اقتصاد طبیعی را می‌ستود؛ با رباخواری مخالفت می‌کرد. تجارت را کاری بی‌حاصل و فعالیتی

غیر مولد می‌دانست. پس از انقراض دوران درخشان علمی یونانیان، در اروپا دوره تسلط، تحکیم و گسترش

امپراطوری رم فرا رسید. در این دوره تقریباً هیچ‌گونه پیشرفت شایان توجه و قابل تامل در عرصه دانش و اندیشه بشری

صورت نگرفت. در زمینه اقتصاد نیز هیچ‌گونه اثر و نظر تحلیلی ارائه نگردید. مهمترین و شاید یگانه ره‌آورد تمدن

رومیان قدیم در زمینه علم و فکر تدوین قوانین و دستورات حقوقی مانند اصول مالکیت و آزادی قراردادها بود که

قرن‌ها بعد شالوده نظامهای حقوقی و اساس سرمایه داری غربی قرار گرفت.

با آغاز قرون وسطی از سقوط رم تا رنسانس، غرب در یک دوره ای هزارساله (از قرن پنجم تا پانزدهم) در انحطاط و رکود فرو رفت. فقر افکار، تاریکی اندیشه و فقدان نوآوری و خلاقیت و استیلاي سایه سهمگین جزم اندیشی و جمود بر اذهان و افکار، کژفهمی، انحراف و ارائه تفسیرهای نادرست از تعالیم مسیحیت از شاخصه ها و شناسه های مهم این دوره اند. اندیشه بی نیازی و بی اعتنایی به مادیات رونق خاصی داشت. علاقه‌ای برای مطالعه چگونگی و چرایی ساز و کارها و فرایند پدیده‌های اقتصادی وجود نداشت. به عبارتی دیگر مطالعه آنچه هست و مطالعه سازو کارهای عینی پدیده‌ها مورد توجه قرار نمی گرفت. شاخص ترین فردی که در قرون وسطی در زمینه مسایل و عقاید اقتصادی اظهار نظر کرده است سن توماس اکویناس بود. او بهتر از هر کسی دیگر اخلاق اقتصادی ایده ال عصر خود را بیان کرده است. بدون بحث از چگونگی و چرایی مکانیسم و رفتار قیمتها، از عادلانه بودن یا ناعادلانه بودن قیمت‌ها، مرزها، محکومیت رباخواری و هم چنین در باره ریشه مالکیت سخن گفته است.

ظهور اسلام

در زمانی که اروپا در سراسیمی سقوط قرار گرفته و در باتلاق انحطاط دست و پا می زد در این سوی کره زمین، تاریخ آستن رویداد شگرف و شکوهمندی بود. سرانجام این رویداد شگرف در قرن هفتم میلادی اتفاق افتاد. حاصل این اتفاق تولد نظام جامع، جهانشمول و جاویدانی به نام اسلام بود که با پیشرفت چشمگیر و بی نظیر در هیئت تمدنی بارور و بالنده در زمانی کوتاه قلمرو نفوذ و اقتدارش را تا مرزهای چین و بخشهایی از هند و اسپانیا و شمال آفریقا گسترش داد. از قرن ششم تا آغاز رنسانس سگان سیادت و رهبری جهان از هر لحاظ، از قدرت نظامی و سازماندهی سیاسی گرفته تا اصلاحات اجتماعی، ادبیات، علوم و فنون طب و فلسفه در دست مسلمانان بود. مسلمانان در مقایسه با سایر مردمان از رفاه و رونق مادی و سطح زندگی برتری برخوردار بودند. تعالیم و رهنمودهای رستگاری بخش و انسان ساز اسلام، نظام‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مسلمانان را دگرگون کرد. اسلام برخلاف مسیحیت تحریف شده قرون وسطایی، به کار و کوشش ارج و احترام نهاد. تلاش و کوشش برای معیشت آبرومندانه دنیوی را به عنوان پلکانی برای صعود به سعادت اخروی معرفی کرد. سازوکار توزیع عادلانه درآمدها، چارچوب‌ها و معیارهایی برای بهره برداری از مواهب و منابع طبیعی، مرزها و محدودیت‌های مالکیت، رسالت و مسئولیت‌های دولت و حکومت در اقتصاد و.. را تبیین و مشخص کرد. شرح‌رہ آوردها و خدمات دین اسلام در زمینه جوامع انسانی نیازمند مطالعه مفصل و مجزایی است. عصر طلایی حیات فکری تمدن اسلامی و امدار تلاشها و کوششهای دانشمندان چون فارابی، ابن مسکویه، ابن رشد، ابن حزم، شیخ طوسی، ابن سینا، جلال الدین دوانی، ابن خلدون و... است که با الهام از آموزه‌های

آسمانی اسلام میراث فکری و علمی بس عظیم و گرانسنگی در بیشتر عرصه ها و زمینه های علوم و معارف از جمله اقتصاد از خود به یادگار گذاشته‌اند. جلوه ای از درخشش و شکوه علمی تمدن پربار اسلامی را در چهره آثار ابن خلدون، حکیم، متفکر، مورخ، جامعه شناس و اقتصاددان مسلمان و در هیئت کتاب «مقدمه ابن خلدون» می توان مشاهده کرد. ابن خلدون در باره بسیاری از موضوعات و مسایل اقتصادی از جمله در باره تقسیم کار، اثر عرضه و تقاضا بر قیمت، نقش و اهمیت کار در توسعه اقتصادی، تخصیص بهینه منابع، انباشت و توزیع ثروت، میزان دخالت دولت در اقتصاد و به زعم برخی اقتصاد دانان حتی در باره نظریه مقداری پول^۷ و سرمایه اجتماعی^۸ اظهار نظر کرده است.

با این حال به رغم نظریات عمیق و همه جانبه ابن خلدون در قلمرو علم اقتصاد عموماً آدم اسمیت به عنوان پدر علم اقتصاد معرفی می شود؛ درحالیکه اثر آدم اسمیت ۳۷۰ سال بعد از مرگ ابن خلدون انتشار یافته است. علاوه بر این بنمایه های برخی دیگر از مفاهیم و نظریات مهم اقتصادی که بعدها اقتصاددانانی مانند مالتوس، مارشال، هیکس و فرانک نایت افتخار طرح و کشف آن ها را به نام خود ثبت کردند در نظریه ها و تحلیل های ابن خلدون دیده می شود.^۹ به هر تقدیر، غفلت ناآگاهانه یا چشم پوشی عامدانه بسیاری از مورخان غربی علم اقتصاد از نظریه های علمی و تحلیل های اقتصادی ابن خلدون مانع از آن نمی شود که ما نیز پیشگامی او در نظریه پردازی اقتصادی را نادیده بگیریم. در عین حال به دلیل محدودیت مجال برای آشنایی بیشتر با نظریات و تحلیل های اقتصادی ابن خلدون و بررسی تطبیقی اندیشه های او با سایر پیشگامان علم اقتصاد خوانندگان علاقه مند را به منابع مبسوط تر و تخصصی ارجاع می دهیم^{۱۰}

بهر حال مورخان اقتصادی از این اندیشه ها و دیدگاهها، تا ظهور مکتب مرکانتالیسم در قرن شانزدهم به عنوان نظرها و تحلیل های اقتصادی پراکنده یاد می کنند. با ظهور نظریه ها و مکاتب اقتصادی نسبتاً مدون و منسجمی مانند مکتب مرکانتالیسم، مکتب فزیوکراسی و مکتب کلاسیک از قرن شانزدهم تا پایان قرن هیجدهم علم اقتصاد به عنوان یک رشته مستقل مطرح و تثبیت می شود. در بخش دوم این فصل برخی از این مکاتب را مرور می کنیم.

^۷ - قدیری اصلی، باقر ۱۳۷۶ ص ۲۲۵ به نقل از Lexique d Economic dalloz Paris P. 467

^۸ - چپرا عمر (۱۳۸۳) اسلام و توسعه اقتصادی ترجمه نظریور - علوی انتشارات دانشگاه مفید

^۹ خلیلی تیرتاشی ۱۳۸۰ صص ۵-۴۳.

^{۱۰} خلیلی تیرتاشی (۱۳۸۰)؛ توانایان فرد (۱۳۶۱) تاریخ اندیشه های اقتصادی در جهان اسلام؛ اخوان حمید (۱۳۷۹) بررسی آرای اقتصادی ابن خلدون،

مکتب مرکانتلیسم

در حوالی قرن پانزدهم میلادی، در اروپا، پس از هزار سال انحطاط و عقب ماندگی، جنبش های ادبی، هنری و فلسفی جان گرفت و گرایشهایی برای بازگشت به هنر و فلسفه یونان باستان اوج گرفت. اروپائیان این دوره را دوره احیا، شکوفایی، مجد و عظمت علمی از دست رفته غرب یا رنسانس (به معنای نوزایی علمی) می نامید. عصر رنسانس عصر رواج و رونق اندیشه های نوآورانه بود. اختراع ماشین روزنه ای تازه در افق گسترش و توسعه علوم گشوده بود. با کشف قاره آمریکا و دسترسی اروپاییان به هندوستان از طریق آفریقا زمینه های بیشتری برای گسترش مبادلات و فعالیت های اقتصادی فراهم آمده بود. حفظ و افزایش قدرت علمی و طمع برای تسخیر سرزمین های بیشتر انگیزه ملی گرایی را در کشورها برانگیخت و آنان را به اتخاذ سیاست های اقتصادی ملی گرایانه تر ترغیب کرد. مهمترین ابزار برای پیشبرد این سیاست ها برخورداری بیشتر از طلا و سایر فلزات گران قیمت دانسته می شد. بنابراین گردآوری هر چه بیشتر طلا و فلزات گرانبها در صدر سیاست های اقتصادی و تجاری قرار گرفت. اندیشه مدافع و مروج این سیاست، مرکانتلیسم یا مکتب سوادگری نام گرفت. مرکانتلیست ها به بازرگانی به عنوان منبعی مهم برای رسیدن به اهداف فوق می نگریستند و می کوشیدند طبقه تاجر را در جمع آوری هر چه بیشتر ثروت و مکنت یاری رسانند. این مکتب از قرن شانزدهم تا اواسط قرن هجدهم شالوده سیاست های اقتصادی را در اروپای غربی تشکیل می داد.

با این حال، سهم این مکتب - به رغم این عمر دراز و به رغم آنکه عنوان نخستین مکتب اقتصادی را یدک می کشد - در اندیشه اقتصادی بسیار ناچیز است. در واقع، میراث این مکتب برای اندیشه اقتصادی به ارایه محدود توصیه های سیاستی و طرح تدابیر اقتصادی محدود است. توصیه های تنگ نظرانه، مداخله جویانه و محدود کننده سوداگرایان واکنش هایی را برانگیخت که برجسته ترین این واکنش ها در چهره مکتب فزیو کراسی پدیدار شد.

مکتب فزیو کراسی

مکتب فزیو کراسی که در اوایل نیمه دوم قرن هجدهم میلادی ظهور کرد در عمری کمتر از دو دهه آثار فکری به مراتب بزرگتر از مکتب سوادگری از خود بر جای گذاشت. بنیانگذار این مکتب طبیعی بود به نام فرانسواکنه که با ابداع نموداری به عنوان جدول (یا تابلوی) اقتصادی نخستین تصویر از گردش درآمد در جامعه را به نمایش گذاشت. رزش و منزلت این ابداع را که بعدها (در قرن بیستم) تحلیل چرخه اقتصادی و حسابداری ملی و تحلیل جدول داده و ستانده با الهام از آن بسط و توسعه یافت، «همسنگ ابداع خط و پول توسط فکر انسانی دانسته اند»^{۱۱}.

^{۱۱} رمون بار (۱۳۶۷) ص ۵۰

به اعتقاد فزیواکراتها رشد اقتصادی از تولید کشاورزی سرچشمه می گیرد، در بین مردم جریان می یابد و دست به دست می گردد و مثل خون در بدن اجتماع حرکت و گردش می کند. شاهبیت اندیشه فزیواکراتها را اعتقاد به « وجود و حاکمیت نظم طبیعی » در و بر همه موجودات و پدیده ها از جمله امور اجتماعی تشکیل می دهد. در نظام طبیعی مورد نظر فزیواکراتها نظام اجتماعی و جامعه همسان با جهان طبیعت پنداشته می شود. حامیان این دیدگاه معتقدند همانگونه که طبیعت از سازکار نظم و خودکار برخوردار است و در آن «ابر و ماه و مه و خورشید و فلک» دست در دست هم در تعامل و داد و ستد با همدیگر قرار دارند و به همدیگر وابسته اند نظام های اجتماعی و جوامع انسانی نیز از نظم معین و مشخصی پیروی می کند. این مکتب، به رغم آنکه از لحاظ سیاست عملی آثار کمتری داشت دستاوردهای شگرف و گرانسنگی را برای اندیشه ها و نظریه های اقتصادی به ارمغان آورد و به مثابه منبع الهام بخش زمینه های شکل گیری و ظهور نخستین تئوری مدون و منسجم اقتصادی در قالب مکتب کلاسیک را فراهم ساخت.

مکتب کلاسیک

مکتب کلاسیک با انتشار کتاب « پژوهشی درباره ماهیت و علل ثروت ملل^{۱۲} » اثر معروف و دوران ساز آدام اسمیت، مدرس فلسفه اخلاق در دانشگاه کلاسگوی اسکاتلند، در سال ۱۷۷۶ پا به عرصه وجود گذاشت. انتشار این کتاب فصل تازه ای در نگاه و نگرش انسان به جهان و به خصوص به تلاشها و کوششهای بشر در امور معیشتی، کار و تولید گشود، برای سرمایه داری توجیه، تبیین، تحلیل و تفسیر فلسفی ارائه داد و به یکی از استوانه های بزرگ فکری تمدن غرب بدل شد. مکتب کلاسیک با آدام اسمیت آغاز می شود، با مالتوس و دیوید ریکاردو ادامه می یابد و با انتشار اثر تلفیقی جان استوارت میل به نام «اصول اقتصاد سیاسی» در سال ۱۸۴۸ به کمال می رسد. اسمیت از نظام آزادی طبیعی طرفداری می کرد و معتقد بود ساز و کاری در اقتصاد حاکم است که به طور خودکار منافع عمومی و رفاه کلی جامعه را تأمین خواهد کرد. او از این سازوکار خودکار به عنوان «دست نامرئی بازار» یاد می کرد. به همین دلیل از ایده و شعارهای آزادی عمل^{۱۳} و آزادی عبور^{۱۴} که نخست فزیواکراتها آن را باب کرده بودند دفاع می کرد. دید اسمیت به آینده جهان دید خوشبینانه بود و او دورنمای جهان و اقتصاد جهان را مثبت می دید. اخلاف اسمیت، مالتوس و ریکاردو دو تن از برجستگان مکتب کلاسیک در خوشبینی اسمیت نسبت به چشم انداز رشد و رفاه اقتصادی جهان

¹² Smith, Adam (1776), An Inquiry into the Nature and the Causes of the Wealth of Nations (New York: The Modern Library, 1937).

¹³ Laisser Farie

¹⁴ Laisser Passer

شریک نبودند. مالتوس در نظریه معروف جمعیتی خود مدعی شده بود که رشد جمعیت جهان بر رشد تولیدات و محصولات غذایی جهان پیشی خواهد گرفت و در نتیجه اژدهای گرسنگی و قحطی بخشی از جمعیت بشر را در کام خود فرو خواهد بلعد. جان استوارت میل کوشید با تلفیق نظریات اسمیت، ریکاردو و مالتوس امیدها و خوشبینی های اسمیت و دیگر کلاسیک های خوشبین را نسبت به دورنمای رفاه و رشد اقتصادی جهان باز گرداند و برای علم اقتصاد که در نتیجه پیشگویی ها و بدبینی های ریکاردو و مالتوس از سوی توماس کارلایل لقب «علم شوم»^{۱۵} گرفته بود حیثیتی دوباره بدست آورد. به رغم اختلاف نظر های فوق میان علمای اقتصاد و کلاسیک بر سر چشم انداز رشد و رفاه اقتصادی، چیزی که همه آنها را در یک سنگر و در صف بنیانگذاران و نظریه پردازان مکتب کلاسیک قرار می دهند اعتقاد و باورمندی همه آنها به چند اصل اساسی زیر است که مقدمات بنیادین نظریه کلاسیک ها را تشکیل می دهد:

۱- تأکید بر مالکیت خصوصی ۲- اعتقاد به آزادی عمل اقتصادی در رقابت به عنوان انگیزه ای برای تحقق و بهبود رفاه ملی و رشد اقتصادی ۳- مخالفت با مداخله دولت در امور اقتصادی ۴- طرفداری از نظام آزادی طبیعی به عنوان سامان بخش خودکار بازار و تضمین کننده منافع عمومی جامعه از رهگذر پی جویی منافع شخصی افراد.

مکتب مارکسیسم

هر چند برخی پایان عمر مکتب اقتصادی کلاسیک را انتشار کتاب «اصول علم اقتصاد»^{۱۶} به قلم آلفرد مارشال به سال ۱۸۹۰ دانسته اند برخی براین باورند که جان استوارت میل آخرین اقتصاددان کلاسیک است و با کتاب اصول اقتصاد سیاسی اوست که پرونده شکوه و شکوفایی نظریه اقتصادی کلاسیک بسته می شود. زیرا در همان سال (۱۸۴۸) که کتاب اصول اقتصاد سیاسی منتشر می شود و خوش بینی های از دست رفته را باز می آورد و به عنوان پرفروش ترین کتاب تا سالیان بسیار همچون کتاب مقدسی در دانشگاهها تدریس می شود کتاب کوچکی - در واقع جزوه ای - منتشر می شود که همه امیدها و خوشبینی های هواداران و مدافعان سرمایه داری را بر باد می دهد. این جزه مانفیست کمونیست بود. مانفیست کمونیست «نوشته مارکس و انگلس» فریادی بود در اعتراض به وضع نابسامان و سرشار از ستم، بیداد، بیعدالتی و بهره کشی حاکم بردنیای بی روح و مشمئز کننده سرمایه داری که در آن روزانه شانزده ساعت

¹⁵ Heilbroner, R. (196۷), P 71

¹⁶ نکته قابل توجه این است که اصطلاح علم اقتصاد نخستین بار با همین اثر مارشال مطرح گردید و پیش از آن این علم به نام اقتصاد سیاسی شناخته می شد.

کار برای کارگران امری عادی تلقی می شد. بهره کشی از پسران و دختران ده ساله با بدترین وجه ممکن، با تازیانه و تجاوز، صورت می گرفت^{۱۷}. سرمایه داران انسانیت، عاطفه و اخلاق را یکجا در پای ماشین های بی روح تولید قربانی کرده بودند و رسیدن به ثروت بیشتر با هر شیوه و ابزاری به فلسفه اصلی زندگی و فعالیت بدل شده بود. کاملاً طبیعی بود که در چنین محیطی عده ای لب به اعتراض بکشایند و از در مخالفت و مقابله با آن در آیند و به زعم خود راهی برای رهایی و طرحی برای نجات از آشفستگی و افسار گسیختگی سرمایه داری بجویند بلندترین و پر پژواک ترین صدای اعتراض، صدای مارکس بود که بیزار و متنفر از وضع حاکم به این نتیجه رسیده بود که چیزی جز نابودی چاره درمان و علاج سرمایه داری نیست. مارکس در کتاب سرمایه خود که جزء اولش را به سال ۱۸۶۷ منتشر کرد مدعی شد که نابودی و فنا در جوهره و خمیر مایه سرمایه داری سرشته شده است. زیرا تضادها و تناقض های درونی و کشمکش های طبقات داخلی جوامع سرمایه داری فرایندی است که به فرجام نابودی محتوم منجر می شود. از نظر مارکس روند تاریخ به صورت مراحل است که در پی هم می آیند و توالی آنها از قانونهای تغییر ناپذیری پیروی می کند. یعنی هر جامعه ای به طور حتم در مسیر حیات خود پس از طی مراحل فتودالیسم و سرمایه داری وارد مرحله سوسیالیسم و نهایتاً کمونیسم خواهد شد. به نظر مارکس یافته های اقتصاددانان کلاسیک نمی تواند پوشش درونی تاریخ را به طور کامل بازتاب دهد. از نظر کلاسیکها جامعه به لحاظ توزیع درآمد به سه طبقه تقسیم می شود: سرمایه داران، مالکان زمین و کارگران. اما مارکس جامعه را به دو طبقه تقسیم می کند: طبقه مالک و وسایل تولید و طبقه ای که در مالکیت وسایل تولید سهمی ندارد. کلاسیکها معتقد بودند که نظام اقتصادی به سوی سرانجامی معین که عبارت است از حالت تعادل ایستا پیش می رود. به نظر مارکس، اما، فرجام سرمایه داری فروپاشی اجتناب ناپذیر و قهر آمیز خواهد بود. جانمایه سناریویی که مارکس برای نابودی سرمایه داری پیش بینی کرده است از این قرار است: سرمایه داری انبوهی از سرمایه ثابت را انباشته می کند؛ با افزایش حجم این سرمایه و به کارگیری آن در تولید به جای انسانها روز بروز بر شمار ارتش ذخیره بیکاران افزوده می شود؛ بیکاری فزاینده تیره روزی و درماندگی طبقه کارگر را تشدید می کند. در این میان بسیاری از گردانندگان بنگاههای کوچک (سرمایه داران خرد) که در جنگ نابرابر سرمایه داران بزرگ ورشکسته شده اند به صفوف کارگران (به تعبیر مارکس پرولتاریا) می پیوندند و بر شمار این ارتش عصبانی و آماده انفجار می افزایند. ستمزدگی، فقر، بردگی و بهره کشی بالا می گیرد و به موازات آن جرقه های طغیان و عصیان طبقه کارگر آتش انقلاب را شعله ور می سازد. و سرانجام سرمایه داری و سرمایه داران بزرگ در این آتش می

¹⁷ Marx Karl Capital: Volume 1: A Critique of Political Economy P353 available at: <http://books.google.com>

سوزند و مالکیت خصوصی بر چیده می شود. از خاکستر این آتش، نظامی به نام سوسیالیسم سر بر می کند که پرولتاریا در آن حاکمیت دارند. در نظام سوسیالیسم مالکیت منابع تولید در دست دولت است. اما واپسین مرحله تاریخ، کمونیسم است که در آن مالکیت منابع از آن همه است. در این نظام هر کس به قدر توان خود کار و به قدر نیاز خود مصرف می کند.

این تئوری های مارکس پس از انقلاب کمونیستی ۱۹۱۷ میلادی در روسیه به رهبری لنین و تشکیل اتحاد جماهیر شوروی به وحی منزل برای کمونیستها بدل شد. تقریباً یک سوم از جمعیت کل جهان تا دهه ۱۹۸۰ میلادی در کشورهایی می زیستند که با الهام از تعالیم و تئوری های مارکس اداره می شد.

با این حال، هر چند احتمالاً کمتر کسی در تاریخ توانسته باشد به اندازه مارکس دینامیسم سرمایه داری و کاستی ها، تنش ها و تناقض های آن را درک کرده باشد او برای زندگی و دنیای اقتصادی پس از سرمایه داری کمتر سخنی برای گفتن دارد^{۱۸}. به علاوه هر چند اندیشه ها و پیش بینی های مارکس توانست به یکی از جذاب ترین و اثر گذار ترین اندیشه ها و دیدگاهها و زمینه ساز تحولات، دگرگونی ها و انقلابهای شگرف در تاریخ بدل شود. اما این دیدگاهها و پیش بینی ها خود با تناقض ها، ناسازگاری ها و کاستی ها مواجه بود. از این رو نظامهای سوسیالیستی که بر مبنای ایده ها و رویاهای او بنا و طراحی شده بودند به مدینه فاضله و آرمانی مارکسیستها شباهت نداشت و سرانجام بر اثر تناقض های نظری و ناسازگاریهای عملی از هم فروپاشید.

مکتب نئو کلاسیک

همزمان با شکل گیری نظریات سوسیالیستها و پیدایش مکتب مارکسیسم مکتب بسیار مهم دیگری به نام مکتب نئو کلاسیک در عرضه تئوریهای اقتصادی در حال شکل گیری بود. مکتب نئو کلاسیک در واقع قرائت تازه ای بود از اقتصاد کلاسیک با صورت بندی و محتوای نسبتاً متفاوت که در هیئت ایده نهایی گرایی یا مارژینالیسم^{۱۹} ارائه گردید. مارژینالیسم روشی است که در تحلیل اقتصادی، که گروهی از اقتصاددانان در دهه ۱۸۷۰ میلادی با استفاده از حساب دیفرانسیل برای بررسی آثار تغییرات کوچک بر کمیت های اقتصادی به کار بستند. نئو کلاسیک ها از یک سو اهم دیدگاههای پیشینیان کلاسیک خود را پذیرفتند. به خصوص این فرض را که "افراد در رفتار اقتصادی خود به وسیله نفع شخصی هدایت می شوند" به عنوان راهنما در تحلیل های اقتصادی در نظر گرفتند. یکی دیگر از وجوه اشتراک

¹⁸ Fifty Major economists , p 52

¹⁹ Marginalism

این دو مکتب تأکید بر حداقل مداخله دولت در اقتصاد و ایمان به کارآیی و کارسازی دست نامرئی در سازوکار بازار است. به رغم حفظ این همصدایی و هم نظری راه نئو کلاسیکها بر سر مسأله اصلی تحقیق اقتصادی یا به عبارت بهتر موضوع علم اقتصاد از کلاسیکها جدا می شود. از نظر کلاسیکها رسالت علم اقتصاد راهیابی به ریشه ها و پی بردن به علل و چگونگی ایجاد و شکل گیری ثروت است. اما سؤالی که دلمشغولی و دغدغه خاطر نئو کلاسیکها را تشکیل می دهد عبارت است از درک، تبیین و شاید پیش بینی رفتارهای عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان در عرصه مبادلات. به عبارت دیگر در دیدگاه کلاسیکها توسعه و رشد اقتصادی و در دیدگاه نئو کلاسیکها رفتار افراد و واحدهای فعال و تصمیم گیرنده در اقتصاد مانند خانوارها، بنگاهها و صنایع در کانون توجه و تمرکز قرار دارد. از این رو می توان نگرش کلاسیکها را نگرش کلی به رشد و رفاه جامعه و نگرش نئو کلاسیکها را نگرش فردگرایانه دانست. اگر کلاسیکها از رشد اقتصادی و توزیع درآمد سخن می گفتند نئو کلاسیکها - به گفته یکی از صاحب نظران^{۲۰} توجه خود را به مسایل کوچک معطوف کردند. مثلاً به جای بحث از رشد کلی اقتصاد به بررسی این مسأله می پردازند که چرا یک تخم مرغ گرانتر از یک فنجان چای است. مکتب اقتصادی کلاسیک با فرض وجود کمیابی، قانون بازده نزولی و آموزه جمعیتی مالتوس مطالعه مسایل کلانی مانند انباشت ثروت، توزیع درآمد و فراز و فرود و رونق و رکود سرمایه داری را وجهه همت خود قرار داده بود. در مقابل، سردستگان مکتب نئو کلاسیک مانند جونز، والراس و منگر سعی می کردند با توسل به مطلوبیت و ترجیحات یا ارزش ذهنی هر عمل (نظیر خرید، فروش و مبادله) بیان روانشناسانه ای از رفتار افراد و واحدهای اقتصادی ارائه دهند. برخلاف ریکاردو و مارکس که می گفتند: ارزش هر کالائی برابر است با میزان کاری که صرف تولید آن شده است. نئو کلاسیکها معتقد بودند که قیمت بازاری هر کالا تابعی است از میزان شدت اهمیت و ترجیح، یا به تعبیری، میل و گرایش مصرف کننده برای خرید و استفاده [از یک واحد بیشتر] از آن کالا. مارشال، از پیشگامان مکتب نئو کلاسیک، در کتاب معروف اصول علم اقتصاد (۱۸۹۰) تقاضا را با اصل مطلوبیت نهایی (مطلوبیت آخرین واحد مصرف شده) و عرضه را با قانون بهره وری نهایی (هزینه آخرین واحد تولید شده) مرتبط می سازد. نئو کلاسیکها دانش اقتصاد را از تحلیل های تاریخی و قوانین حاکم بر حرکت جامعه و تاریخ جدا کردند و در عوض به تحلیل ساز و کار عرضه و تقاضا و ویژگی ها و کارآیی های آن در زمینه تخصیص منابع پرداختند. در مکتب جدید رفتار انسانی به صورت دستکاری شده ای مورد تحلیل قرار گرفت تا از این رهگذر همسازی و هماوایی بیشتری میان علم اقتصاد و علوم دقیق تجربی فراهم آید و راه برای انجام دادن آزمونهای بیشتر

آزمایشگاهی با استفاده از الگوهای ذهنی و انتزاعی هموار گردد. به همین خاطر نئوکلاسیکها نظام اقتصادی را به مثابه یک واحد جاننداری تصور می کردند که همبستگی و نظم بر اجزای آن حاکم است. البته در تمامی تحلیلهای نئوکلاسیکها دو فرض عمده به صورت فروض بنیادین در نظر گرفته می شود: ۱- وجود رقابت کامل ۲- وجود اشتغال کامل. وجود این فروض آسان ساز و استفاده از متد علمی (یا شبه علمی) از یک سو و بین المللی شدن نظریه پردازی اقتصادی در سطح عالی که پیش از آن تا حد زیادی در انحصار انگلیسیها قرار داشت سبب شد نئوکلاسیکها از جهانشمولی و علمیت دانش اقتصاد دم بزنند و نشان دهند یافته ها و رهیافت های علم اقتصاد دیگر شوم شمرده نمی شود. دستاوردهای فکری مکتب نئوکلاسیک برای علم اقتصاد بسیار شگرف و اثر گذار و الگوهای ارائه شده از سوی این مکتب، بدون تردید از جذابیت، کاربرد و انسجام منطقی بسیار بالایی برخوردار بوده است. آنچه امروزه در بیشتر دانشگاههای جهان درباره تحلیل قیمت ها و تعیین درآمدها و ... تحت عنوان اقتصاد نظری تدریس می شود عبارت است از میراث فکری نئوکلاسیکها و نظریات ملهم یا برخاسته از این میراث فکری که به صورت روند غالب و دیدگاه رایج در متون درسی رشته اقتصاد جا افتاده است. با وجود این دستاوردهای بزرگ، مکتب نئوکلاسیک خلاء بزرگی داشت: عدم توجه به مسأله مهم و حیاتی توزیع درآمد و ناهمسویی منافع گروههای مختلف اجتماعی. به بیان ساده تر، مواردی و شرایطی در اقتصادی وجود داشت و دارد که دست به اصطلاح نامرئی سازوکار خود سامان و خودگردان بازار از حل و فصل آن کوتاه است و اراده و نیروی بالاتر و قوی تر از انگیزه نفع شخصی را می طلبد که نگذارد قطار مکانیسم بازار از خط کارآیی منحرف شود و در مسیر تشدید نابرابریها و شکل گیری انحصارات و ... قرار گیرد. نام این اراده و نیروی قوی دولت است. بنابراین نظریه و نظریات اقتصادی جدیدی باید طرح و ارائه می شد که جایگاه و نقش شایسته دولت در اقتصاد را معین کند و نشان دهد که هرگاه نیروهای بازار از تخصیص بهینه منابع عاجز ماند این دولت است که می تواند - و باید - دخالت کند و اقتصاد را از خطر افتادن در ورطه نابسامانیهای ناشی از نارسائیهای نیروی بازار نجات دهد. این نیاز و ضرورت زمینه ساز ظهور مکتب دیگری به نام مکتب کینزی شد که به پیشاهنگی و پامردی جان مینارد کینز و با انتشار کتاب «تئوری عمومی اشتغال بهره و پول»^{۲۱} به سال ۱۹۳۶ عرض اندام کرد. کینز را در کنار آدام اسمیت و مارکس سه شخصیت مهم در تاریخ علم اقتصاد می دانند^{۲۲} و کتاب او را یکی از پرخواننده

²¹ Keynes, J. M. (1967) The General Theory of Employment, Interest and Money. London: Macmillan.

²² Fifty Major economists, p 99

ترین و بحث انگیزترین و اثرگذارترین کتب اقتصادی قرن بیستم می‌شمارند.^{۲۳} کتاب تئوری عمومی کینز "کتاب انقلابی بود و به اندازه ثروت ملل ادام اسمیت و سرمایه مارکس در قوام بخشیدن و سرپانگه‌داشتن علم اقتصاد نقش داشت"^{۲۴}. هرچند اندیشه‌ها و تحلیل‌های کلاسیک‌ها نیز رویکرد کلان داشت منتها به زعم بسیاری با همین کتاب است که شاخه اقتصاد کلان در علم اقتصاد متولد می‌شود.^{۲۵}

کتاب تئوری عمومی کینز اولاً نقدی است بر عقاید و آرای اقتصاد دانان پیش از کینز (کلاسیک‌ها و نئوکلاسیک‌ها) که معتقد بودند دست نامرئی بازار به طور خود کار تعادل را در بازار برقرار می‌سازد. به خصوص قانون سه^{۲۶} که مدعی بود "عرضه تقاضای خود را می‌آفریند". براساس این قانون هر گز در اقتصاد بیکاری وجود نخواهد داشت. زیرا هر قدر عرضه نیروی کار (یا عرضه کالا) در اقتصاد وجود داشته باشد به همان اندازه تقاضا برای نیروی کار (یا کالا) وجود خواهد داشت.^{۲۷} لذا اقتصاد همیشه در اشتغال کامل و تعادل بسر می‌برد. و اگر زمانی در اقتصاد فراز و فرودی روی دهد کاری از دست اقتصاد دانان یا سیاستگذاران بر نمی‌آید و آنها باید منتظر بمانند و بی‌بینند که سازوکار خود کار بازار دوباره اقتصاد را به تعادل برساند. اما کینز معتقد بود که «اصولاً هیچ مکانیسم مطمئن و خود کاری وجود ندارد. اقتصاد به جای اینکه الاکلنگی باشد که مدام خود را به تعادل درآورد به آسانسوری می‌ماند که می‌تواند بالا و پایین برود و ممکن است در طبقه همکف یا در طبقه بالایی کاملاً متوقف شود. به عبارت دیگر هرگاه رکودی روی دهد اقتصاد نمی‌تواند خود را درمان کند. لذا ممکن است از پا درآید و برای مدتهای نامعین مانند کشتی به گل نشسته را کد بماند»^{۲۸}. در نتیجه هم بیکاری و هم عدم تعادل در بازار کالاها در اقتصاد امکان پذیر است^{۲۹} کینز چاره بیکاری و راه جلوگیری از رکود و کساد اقتصاد را در مداخلات دولت می‌دید. کینز معتقد بود که دولت باید با اجرای سیاست‌های مالی و پولی برای افزایش تولید و کاهش بیکاری دست بکار شود و از این رهگذر دوره رکود را کوتاه تر سازد.

²³ Fifty Major economists , p . 101

²⁴ Fifty Major economists , p 246

²⁵ Samuelson 2001 p. 414

²⁶ Say's Law

²⁷ Fifty Major economists , p 1010

²⁸ Heilbroner (1967) p. 246.

²⁹ Samuelson 2001 p. 415.

او معتقد بود که سرمایه گذاری و ایجاد فعالیتهای عمومی هر قدر غیر تولیدی (مثلا حفاری زمین) باشد باز بهتر از دست روی دست گذاشتن و منتظر نشستن است.^{۳۰}

«پس از پایان جنگ جهانی دوم اقتصاد کینز عملاً بر اقتصاد کلان و سیاست های اقتصادی دولتها سیطره داشت. در دهه ۱۹۶۰ میلادی عملاً بنمایه هر تحلیل کلان اقتصادی را نظریات کینز تشکیل می داد. اما پس از دهه شصت تحولات جدید در علم اقتصاد و طرح نظریات تازه مانند انتظارات عقلایی و دیدگاههای تازه در باره دستمزدها و دینامیسم قیمت ها جذابیت و سیادت دیدگاههای کینز بر اقتصاد کلان را کمرنگ تر ساخته است.»^{۳۱}

خلاصه فصل دوم

نخستین اندیشه ها و تحلیلهای اقتصادی در آثار علمی متفکران یونان باستان به چشم می خورد. در طول قرون وسطی که انحطاط و رکود بر جهان غرب مستولی بوده است در جهان اسلام دانشمندان چون فارابی، ابن مسکویه، ابن رشد، ابن حزم، شیخ طوسی، ابن سینا، جلال الدین دوانی، ابن خلدون و ... با طرح نظریات ناب و نوآورانه در دانش اقتصاد افقهای تازه گشودند.

مکتب مرکانتالیسم در قرن شانزدهم میلادی ظهور کرد و برگردآوری هر چه بیشتر طلا و فلزات گرانبها از راه بازرگانی تاکید می ورزید.

مکتب فیزیوکراسی در اوایل نیمه دوم قرن هجدهم میلادی، ظهور کرد و با ابداع نموداری به عنوان جدول (یا تابلوی) اقتصادی نخستین تصویر از گردش درآمد در جامعه را به نمایش گذاشت

مکتب کلاسیک با کتاب «پژوهشی درباره ماهیت و علل ثروت ملل» آدام اسمیت، به سال ۱۷۷۶ پا به عرصه وجود گذاشت.

جانمایه نظریه کلاسیک ها عبارت است تأکید بر مالکیت خصوصی، اعتقاد به آزادی عمل اقتصادی، مخالفت گسترده با مداخله دولت در امور اقتصادی و طرفداری از نظام آزادی طبیعی.

مکتب مارکسیسم معتقد بود سرمایه داری به دلیل تناقض های درونی خود از هم فرو خواهد پاشید و نظام سوسیالیسم جایگزین آن خواهد شد.

^{۳۰} قدیری اصلی ۱۳۶۲ سیر اندیشه اقتصادی ص ۳۴۰

مکتب نئو کلاسیک بر حداقل مداخله دولت در اقتصاد کارآیی و کارسازی دست نامرئی در سازوکارهای بازار تاکید می ورزید.

مکتب کینز با انتشار کتاب « تئوری عمومی اشتغال بهره و پول» در سال ۱۹۳۶ با تاکید بر ضرورت مداخله دولت در اقتصاد متولد شد.

بر اساس مکتب کینزی هیچ مکانیسم خود کاری برای حفظ و احیای حالت تعادل وجود ندارد و لازم است دولت با اجرای سیاست های مالی و پولی در افزایش تولید و کاهش بیکاری بکوشد و دوره رکود را کوتاه تر سازد. بر اساس دیدگاه غالب اقتصاد در ربع سوم قرن هجدهم به عنوان یک علم و رشته مستقل ظهور کرد.

سوالات فصل دوم

۱- کدام مکتب فکری به عنوان نخستین مکتب اقتصادی معروف است؟ این مکتب از چه سیاستی برای پیشبرد اهداف اقتصادی ملی گرایانه حمایت می کرد؟

۲- مکتب فیزیوکراسی در چه تاریخی ظهور کرد؟ بنیانگذار این مکتب چه کسی است. بهترین ابداع مکتب فیزیوکراسی را نام ببرید؟

۳- مکتب کلاسیک در چه تاریخی متولد شد؟ سه چهره معروف و پیشرو در مکتب اقتصاد کلاسیک را نام ببرید؟

۴- چه اصولی شالوده اساسی نظریه کلاسیک را تشکیل می دهد؟

۵- زمینه های ظهور مکتب مارکسیسم را توضیح دهید و چرا مارکس معتقد بود که نابودی در جوهره سرمایه داری نهفته است؟

۶- مکتب نئو کلاسیک را تعریف کنید و تفاوت آن با مکتب کلاسیک را شرح دهید؟

۷- پیام اصلی کتاب «تئوری عمومی اشتغال و بهره و پول» چیست؟ چرا کینز ایده وجود دست نامرئی در ساز و کار بازار را زیر سوال برد؟ راهکارهای کینز برای رفع بیکاری و کساد را توضیح دهید؟

فصل سوم

اقتصاد: ماهیت و ارزش

مقدمه

در گذشته های دور که حجم دانش و وسعت معلومات بشر اندک و محدود بود نیازی به دسته بندی دانسته ها و تفکیک دستاورد های فکری بشر وجود نداشت. با این حال در یکی از دیرینه ترین تقسیم بندیها، ارسطو حکیم یونانی علوم را به سه دسته علوم نظری علوم عملی و شعر تقسیم کرده است. علوم نظری الهیات، ریاضیات و طبیعیات را در بر می گرفت. اخلاق سیاست و تدبیر منزل در خانواده علوم عملی قرار داشتند. براساس تقسیم بندی دیگری در قرن هفدهم علوم به علوم الهی، طبیعی و انسانی تقسیم شده است.

در قرن اخیر و با گسترش یافتن دامنه، وسعت و عمق علوم معیارهای تازه ای مانند روش و شیوه یا موضوع مورد مطالعه علوم به عنوان ملاکهایی برای تفکیک و دسته بندی علوم مطرح گردید. براساس معیار ناظر بر روش و متد مورد استفاده دانشمندان و محققان هر علم، علوم به دو شاخه علوم قیاسی و علوم تجربی تقسیم می شود. علوم ریاضیات، فلسفه و منطق که ابزار تعقل استدلال و دیگر شیوه های فکری مشابه را برای اثبات گزاره های خود به کار می گیرند در صف علوم قیاسی قرار دارند. دسته دیگر از علوم مانند علوم زیستی، شیمی، فیزیک و... که مسلک و متد تجربی را برای آزمون گزاره های علمی خود برگزیده اند در اردوی علوم تجربی جای دارند. در پی توفیقات نسبتا چشم گیر و روز افزون که بعد از رنسانس نصیب علوم تجربی و زیستی شد، تمایل به استفاده از این روش در بین سایر علوم رشته ها افزایش یافت و بتدریج دانشمندان علوم اجتماعی را بر آن داشت تا در علوم اجتماعی نیز روش تجربی را بکار گیرند، هرچند این مساله با دشواریها و مشکلاتی همراه بوده و هست، ولی بهر حال علوم اجتماعی به این سمت پیش رفته است. در حال حاضر در علوم مانند اقتصاد، جامعه شناسی، و روانشناسی از این روش استفاده می شود.

مراحل شناخت در علوم تجربی^{۳۲}

برای اینکه ماهیت علوم تجربی و فرآیند شناخت در این علوم را درک کنیم مراحل کلی شناخت را بیان می کنیم. در روش شناسی علوم تجربی مراحل یا صور شناخت به سه مرحله توصیف،^{۳۳} تبیین^{۳۴} و پیش بینی^{۳۵} تقسیم می شود. در مرحله توصیف محقق پدیده را آنچنان که هست وصف می کند. مثلا به ارایه تعریف، بیان ویژگی ها و خصوصیت

^{۳۲}. هر چند مباحث اینجا خاص علم اقتصاد نیست، اما بدلیل رسالت اصلی این کتاب مباحث بیشتر با نگاه به اقتصاد ارائه می شود.

^{۳۳}. description.

^{۳۴}. explanation.

های موضوع مورد تحقیق، و به طور خلاصه به حکایت و اخبار از واقیعت خارجی می پردازد. مثلا یک اقتصاد دان زمانی که در باره وضعیت قیمت ها در بازار، مقایسه قیمت کالاها، یا یک قیمت در بازارهای مختلف سخن می گوید در مرحله توصیف قرار دارد.

در مرحله تبیین معمولا به بیان و ارائه علل و عواملی می پردازد که رخداد پدیده مورد بررسی را توجیه می کند، مثلا وقتی محقق ادعا می کند که میان تورم و نقدینگی رابطه وجود دارد و می خواهد این رابطه را با استدلال و منطق توجیه کند در مرحله تبیین قرار دارد.

مرحله پیش بینی توصیف و اخبار از واقع است و منتها با این تفاوت که در این مرحله اخبار و حکایت از واقعیتی است که هنوز اتفاق نیافتاده است. یعنی محقق با توجه به مطالعات و مشاهدات خود و بر اساس توصیف و تبیین این پدیده، وضعیت یا حالت این پدیده را در آینده پیش بینی می کند. مثلا اقتصاد دانی که با مطالعه قراین و اوضاع و احوال و عوامل مؤثر بر تورم پیش می کند که نرخ تورم در سال آینده چه مقدار خواهد بود، در مرحله پیش بینی قرار دارد. اما آیا در علوم تجربی هدف این است که دانشمندان بتوانند، پدیده ای را پیش بینی کنند؟ البته این بخشی از هدف است، اما هدف مهم در علوم تجربی کنترل و تسلط بر پدیده و حتی ایجاد تغییر در آن است.

بنابراین هدف از این شناختها برنامه ریزی، سیاستگذاری و کنترل است. مثلا زمانی که اقتصاد دانان مراحل سه گانه فوق یعنی تعریف و خصوصیات پدیده ای مانند تورم، عوامل زمینه ساز و تشدید کننده آن را شناختند و هم چنین مسیر و نرخ احتمالی تورم در آینده را پیش بینی کردند می توانند برای حل و حذف یا مهار و کنترل تورم اقدام به برنامه ریزی و سیاستگذاری کنند. از منظر روش شناسی سه مرحله اول شناخت یعنی توصیف، تبیین و پیش بینی در حوزه مباحث اثباتی یک علم و اما برنامه ریزی، سیاستگذاری و کنترل معمولا با مباحث هنجاری ارتباط می یابد.

اقتصاد اثباتی و اقتصاد هنجاری

در تلاش برای ارایه تصویر و چهره علمی (همخوان با موازین تجربی) از علم اقتصاد، و به کارگیری روش تجربی در علوم اجتماعی و از جمله علم اقتصاد میان هست ها و باید ها یعنی میان واقعیات پدیده ها و خوب یابد، مطلوب یا نامطلوب بودن آنها، میان یک پدیده چنانکه هست و پدیده چنانکه باید باشد، تفکیک قایل شده اند و تحلیلهای اقتصادی را به دو حوزه اقتصاد اثباتی و اقتصاد دستوری تقسیم کرده اند. در اقتصاد اثباتی هست ها و واقیعت های پدیده یا پدیده های اقتصادی بدور از قضاوت های ارزشی و گرایشهای اجتماعی وایدئولوژیک تشریح می شود.^{۳۶}

³⁵ . prediction.

³⁶ -در باره اینکه آیا در حوزه مطالعاتی اثباتی واقعا محقق مانند یک ناظر بی طرف فقط تماشاگر است، یا آگاهانه یا ناخودآگاه در عین تماشا، بازیگری می کند و لذا تحت تاثیر قضاوتهای ارزشی خود قرار دارد، مباحث زیادی مطرح است

وقتی به تصویر و ایده ای از واقعیت ها و هست ها رسیدیم نوبت اقتصاد دستوری می رسد . در اقتصاد دستوری ما با بایدها و نبایدها سر و کار داریم یعنی با مطالعه موضوعات و مسایلی سرو کار داریم که بر اساس معیار هایی که با نوعی داوری ارزشی همراه است مانند خوب یا بد بودن، مطلوب یا نامطلوب بودن، روا یا ناروا بودن، عادلانه یا ناعادلانه بودن مورد بررسی قرار می گیرد. پرسش هایی مانند دلایل فقر در ایران چیست و چرا نرخ تورم در ایران بالاتر از نرخ تورم در ژاپن است؟ آثار بالارفتن قیمت نفت بر اقتصاد ایران چیست؟ همه مسایل اثباتی است و پاسخ های اثباتی می طلبد. اما سوال های مانند آیا لازم است دولت حداقل دستمزد تعیین کند؟ آیا دولت اولویت را کنترل تورم قرار دهد یا ایجاد اشتغال؟ آیا دولت اولویت تخصیص منابع را به آموزش بدهد یا بهداشت؟ آیا لازم است دولت در توزیع درآمد دخالت کند؟ توزیع مناسب درآمد کدام است؟ و... مسایل دستوری است.

اقتصاد اثباتی با مسایل و پدیده های قابل مشاهده و آزمون سرو کار دارد و گزاره های اثباتی در فرآیند آزمون تجربی مکمل است تایید شود یا تایید نشود. اما گزاره های هنجاری و ارشادی فی نفسه قابل مشاهده و آزمون نیستند. و از همین جاست که یک اقتصاد دان بسته به نوع تحلیل (اثباتی یا دستوری) دو نقش بازی می کند : ۱ دانشمند ۲ مشاور یا سیاستگذار . برای مثال یک اقتصاد دان ممکن است در باره یک پدیده اقتصادی مانند ، دستمزد و بیکاری دو گونه اظهار نظر کند : الف) اعمال قانون حد اقل دستمزدها می تواند باعث تشدید بیکاری شود . ب) دولت باید حد اقل دستمزدها را افزایش دهد . گزاره اول یگ گزاره اثباتی است و در اینجا اقتصاد دان نقش یک دانشمند را بر عهده دارد . در گزاره دوم که یک گزاره ارشادی است گوینده مانند یک مشاور یا سیاستگذار عمل می کند . ممکن است گزاره های ارشادی و دستوری به همدیگر ربط داشته باشد . به این معنا که دیدگاه اثباتی ما در باره چگونگی کارکرد جهان بر دیدگاه دستوری ما در باره اینکه چه سیاستهای پذیرفتنی تر و خوشایند تر است اثر می گذارد . آگاهی از مفاد این گزاره اثباتی که قانون حد اقل دستمزد موجب تشدید بیکاری می شود ممکن است سبب شود که ما گزاره دوم (دولت باید حد اقل دستمزد را افزایش دهد) را نپذیریم. همانگونه که گزاره اثباتی بر تحلیل ارشادی اثر دارد استنباطهای اثباتی هم می تواند از قضاوت های ارزشی اثر پذیرند. بنا براین مرز میان تحلیلهای اثباتی و حوزه گزاره های ارشادی تا اندازه ای مبهم و مه آلود است . بخش اعظم مباحث و موضوعات رشته اقتصاد در صدد تبیین چگونگی کارکرد اقتصاد است. درعین حال هدف علم اقتصاد بهبود بخشیدن و بهتر ساختن نحوه این کارکرد است.

روش تحقیق و تفاوت های آن در علوم تجربی و علوم انسانی

هرچند روح یکسان و همانندی بر نگرش متدلورزی علمی در همه رشته های علوم تجربی (اعم از علوم تجربی اجتماعی- انسانی و علوم تجربی طبیعی) حکمفرما ست اما هریک از رشته های علمی این دو گروه به اقتضا و تناسب موضوعات و مسایل خود سبک بیان و اصطلاحات و ابزارهای ویژه خود را داراست.

علوم تجربی طبیعی مانند شیمی، زیست شناسی، فیزیک و... طبیعت و خواص طبیعی اشیا و موجودات را مورد مطالعه قرار می دهند. در حالیکه رسالت علوم تجربی اجتماعی - انسانی مانند اقتصاد، روانشناسی، جامعه شناسی و... بررسی رفتار و کردار انسانها و جوامع انسانی است. در علوم تجربی اجتماعی - انسانی سعی می شود که رفتارهای جمعی و فردی انسان ها در قالب نظمهای تجربه پذیر در آید و از این رهگذر پیش بینی هایی تجربه پذیر در مورد رفتار انسانها ارائه شود. هر چند سعی و تلاش زیادی صورت گرفته است تا این دو گروه از علوم تجربی را در روش متحد نمایند، در عین حال بین این دو تفاوتهای غیر قابل انکاری وجود دارد. از تفاوتهای مهم میان علوم تجربی طبیعی و علوم تجربی اجتماعی - انسانی درجه قطعیت گزاره های آنهاست. درجه قطعیت گزاره ها در علوم تجربی طبیعی بسیار بالاتر از علوم تجربی اجتماعی - انسانی است. زیرا موضوع مطالعه علوم تجربی اجتماعی - انسانی رفتار انسانهاست و انسانها مختار، تصمیم گیرنده و قالب شکنند. انسانها دارای پیچیدگیهای ذهنی، روانی و عاطفی اند. این پیچیدگی ها کار کمیت پذیری و نظم پذیری را دشوار و چه بسا ناممکن می سازد. در علوم تجربی طبیعی امکان دستکاری و دخالت محقق در شرایط حاکم بر هر فعل و انفعال فیزیکی میسر است. آزمونهای مکرر، در شرایط مشابه و محیط یکسان و با مدل‌های متفاوت در بیشتر رشته های علوم تجربی طبیعی امکان پذیر است. اما همانگونه که دست یک ستاره شناس و هواشناس از دخالت در شرایط و محیط سیاره ها و ستاره ها و پدیده های جوی کوتاه است. محقق علوم تجربی اجتماعی - انسانی نیز قادر به ایجاد شرایط یکسان برای انجام دادن آزمونهای مکرر نیست. لودوینگ فون مایزر تفاوت روش های علوم طبیعی و علوم اجتماعی-انسانی را در قالب یک مثال ساده چنین بیان می کند:

" سنگی را در آب بیندازید، غرق می شود؛ تکه چوبی را در آب بیندازید شناور می ماند؛ انسانی را در آب بیندازید او باید تصمیم بگیرد که شنا کند یا غرق شود"^{۳۷}.

علاوه بر این تفاوت‌های چشمگیر دیگری نیز میان علوم طبیعی و علوم اجتماعی-انسانی وجود دارد. همین تفاوتها باعث شده است که برخی در تجربی بودن علوم اجتماعی-انسانی تردید کنند و کلا حساب آن را از حساب علوم تجربی جدا بدانند. به نظر آنها علوم اجتماعی-انسانی چه از نظر موضوع و چه از نظر محتوا از قماش دیگر و تافته جدا بافته است و از این رو اعتبار و منزلت علوم تجربی را ندارد. هر چند شک و تردید در تجربی بودن علوم اجتماعی-انسانی، در مورد رشته هایی مانند علوم سیاسی، جامعه شناسی، مدیریت و غیره با شدت وحدت بیشتری مطرح بوده است اما رشته اقتصاد نیز از این تردیدها در امان نبوده است. برخی از تجربی بودن رشته اقتصاد دفاع کرده و برخی آن را فاقد ویژگیها و ملاکهای کامل علم تجربی دانسته اند. به هر حال واقعیت این است که رشته اقتصاد شخصیت دوگانه دارد. از یکسو در

^{۳۷} Boettke Peter et al Man and Machine: The Plight of 20th Century Economics, Available at www.mercatus.org/pdf/materials/446.pdf

میان رشته های علوم اجتماعی-انسانی متد لوژی علم اقتصاد بیشترین همخوانی ها و خویشاوندیها را با متد لوژی علوم دقیقه دارد. و همین امر آنرا در خانواده علوم تجربی قرار می دهد. اما وقتی آنرا در ترازوی مقایسه با فیزیک و شیمی و..... قرار می دهیم می بینیم که جنبه های اجتماعی آن بروز و ظهور بیشتری می یابد.

روش تحقیق در علم اقتصاد

منطق و متد و ابزارهای کاریک اقتصاددان چیست ؟ به عبارت دیگر وقتی فردی می خواهد مانند یک اقتصاددان فکر کند و موضوعی را از زاویه اقتصادی مورد مطالعه قرار دهد چه راه و رسمی را باید رعایت کند و کدامین مسیر و مراحل را باید بپیماید؟ اگر بخواهیم مسیر مراحل تحقیق در علم اقتصاد رابه زبان نموداری نشان دهیم این مراحل عبارتند از:

انتخاب موضوع و تدوین سوال تحقیق



مطالعات اولیه به منظور تدوین چارچوب نظری تحقیق و ارائه فرضیه تحقیق



مطالعات ثانویه و گردآوری اطلاعات به منظور آزمون فرضیه



تحلیل اطلاعات و آزمون فرضیه



تفسیر و نتیجه گیری

اگر دقت کنیم پیمودن این مراحل مختص علم اقتصاد نیست بلکه در سایر علوم نیز مطالعات تجربی از همین مراحل می گذرد.

برای مثال ماجرای شکل گیری تئوری جاذبه در فیزیک را به خاطر بیاورید . اسحاق نیوتن فیزیکدان معروف قرن هفدهم سقوط سیبی را از درخت مشاهده می کند. با این مشاهده حس کنجکاوی در او برانگیخته می شود و مساله تحقیق برای او شکل می گیرد. چرا اجسام به سمت زمین فرو می افتند؟ چرا اجسام به سمت بالا یا جهات دیگر نمی

رود؟ وی در پاسخ این پرسش فرضیه ای را طرح می کند: فرضیه وجود جاذبه میان هر دو جسم. آزمون های متعدد بعدی صحت و اعتبار این فرضیه را تایید می کند و بدین ترتیب تئوری جاذبه عمومی که امروز از رفتار و حرکت سیاره ها گرفته تا پرواز و فرود هواپیماها را با آن تبیین و پیش بینی می کنند، به وجود می آید. البته باید دانست که انتخاب موضوع و یافتن سؤال همواره اتفاقی یا تصادفی نیست، بلکه کاملاً آگاهانه باید انتخاب شود در فرآیند انتخاب موضوع علل و عوامل متعددی دخالت دارد.

هرچند نمی توان برای یافتن و انتخاب موضوع قواعدی معین کرد، اما می توان ویژگیهایی را برای انتخاب موضوع مناسب برشمرد. موضوع مناسب می تواند به پیشبرد علم و یا بهبود جامعه کمک کند. مساله ای ناگشوده را بگشاید یا افق های تازه ای برای حل مساله باز نماید. با این حال نمی توان نقش علائق پژوهشگر و تواناییهای او را در این انتخاب نادیده گرفت. فرض کنید پژوهشگری در ایران شاهد افزایش سطح عمومی قیمت ها بوده است و قایل است در مورد آن مطالعه کند. در واقع او تورم را بعنوان موضوع مطالعه برگزیده است، برای دستیابی به سؤال تحقیق باید وی از میان ابعاد و جنبه های مختلف این موضوع جنبه معینی را برگزیند. بعنوان مثال فرض می کنیم او بدنبال تبیین علل و یا عوامل این افزایش قیمت هاست. اما او باید این موضوع را در قالب یک پرسش دقیق، بدون ابهام و حقیقی بیان کند. بنابراین او می خواهد بداند علت یا عوامل این افزایش قیمت ها چیست؟

در مرحله دوم وی مطالعاتی در مورد موضوع انجام دهد. بعنوان مثال مطالعاتی که در مورد تورم انجام شده، در ایران یا در سایر کشورها، نظریاتی که در مورد علت و عواملی ایجاد تورم ارائه شده است. این مطالعات می تواند کتابخانه ای باشد و یا بر اساس مصاحبه با برخی صاحب نظران انجام پذیرد و در واقع از این طریق حدس و گمان هایی در مورد علت یا عوامل موجب افزایش قیمت ها در ایران بیابد. این امور به گونه ای ساماندهی می شود که در نهایت در این مرحله پژوهشگر بتواند چارچوب نظری تحقیق خود را ارائه دهد. فرض کنید پژوهشگر پس از انجام مطالعات مذکور بر نقش حجم نقدینگی در ایجاد تورم تاکید دارد و آن را در چارچوب نظریه مقداری پول ارائه می دهد. حال او می تواند فرضیه اش را طرح کند. فرضیه در واقع پاسخ پیشنهادی و احتمالی وی به سؤال تحقیق است که باید صحت و سقم آن بررسی شود. بنابراین وی افزایش حجم نقدینگی را بعنوان عامل این افزایش قیمت ها در اقتصاد ایران مطرح می کند.

حال او وارد مرحله سوم پژوهش می شود. مطالعات ثانویه آغاز می شود. در این مطالعات هدف گردآوری تمامی شواهد، مدارک، مستندات، ادله، اطلاعات ... است که با توجه به آنها بتوان صحت و سقم فرضیه مذکور را بررسی و ارزیابی کرد. برخی از این موارد در مطالعات کتابخانه ای قابل دستیابی است. ولی علاوه بر آن گاهی نیاز به اطلاعات عینی است که باید فراهم نماید. در اینجا پژوهشگر نیاز به مشاهدات عینی و گردآوری اطلاعات عینی دارد. لذا ابتدا باید حوزه و قلمرو جامعه مورد مطالعه خود را مشخص کند. بعنوان مثال اقتصاد ایران را انتخاب می کند، یا فرض کنید بخش مشخصی از جامعه را بر می گزیند. این انتخاب خود تابع موازینی است که با توجه به اهداف دقیق پژوهش تعیین

می شود. بعلاوه قلمرو زمانی تحقیق را نیز باید معین نمود فرض کنید وی قلمرو تحقیق خود را سال های ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۵ در نظر می گیرد.

گاهی اطلاعات مورد نیاز پژوهشگر موجود است و توسط نهاد یا نهادهایی به صورت رسمی منتشر می شود و این اطلاعات نیاز وی را برآورده می کند. اما برخی اوقات او خود باید این اطلاعات را فراهم آورد که در اینجا با مسائلی از قبیل تعیین ابزار مشاهده، آزمون اعتبار و روایی آن و ... مواجه می شود.

پس از این پژوهشگر وارد مرحله تحلیل و پردازش اطلاعات می شود. در اینجا وی بر اساس هدف تحقیق خود از روش و یا روشهای معینی برای پردازش اطلاعات و در نهایت آزمون فرضیه خود استفاده می کند. اقتصاددانان معمولاً در این مرحله از فنون آماری برای آزمون فرضیه بهره می گیرند. در این مرحله نتایج مشاهدات و آزمون؟ با نتایجی که بر اساس چارچوب نظری انتظار می رفت، مقایسه می شود، و اگر با هم متفاوت باشند، باید در مورد آن بررسی صورت گیرد. در این بررسی ها گاهی پژوهشگر باید به مرحله قبل (یا مراحل قبلی) باز گردد و در مورد اطلاعات، مدارک، ... و فرآیندهای انجام شده بررسی و ارزیابی مجدد انجام دهد. اگر زحمت مراحل قبلی اطمینان یافت می تواند به مرحله بعدی در مرحله تفسیر و نتیجه گیری او می خواهد نتیجه تمامی تلاش خود را گزارش کند، و این امر فوق العاده حائز اهمیت است. تفسیر باید دقیق و بدون ابهام باشد، نتیجه گیری باید کاملاً مبتنی بر پژوهش صورت گیرد. لذا باید حد و مرزهایی که در آن پژوهش صورت گرفته بصورت دقیق گزارش نماید. بعنوان مثال جامعه آماری قلمرو مکانی، حدود زمانی، روش های جمع آوری اطلاعات، ابزارهای مشاهده، آزمون های آن ها، روش های آماری بکار رفته، ... به صورت دقیق و شفاف گزارش شود. چرا چنین دقت هایی لازم است؟ مگر پژوهش یافتن حقیقت یا به تعبیر دقیق تر بخشی یا وجهی از حقیقت نیست؟ بنابراین هرچه موجب مه آلود شدن فضا می شود و یا غبار بر چهره حقیقت می نشاند، در تقابل با هدف اصلی تحقیق و پژوهش قرار می گیرد. بعلاوه ارائه تصویر غیردقیق ممکن است سیاستگذاران را گمراه کند و نتایج نامطلوبی در جامعه ایجاد نماید. اگر پزشکی بر مداوای بیماری از داروی خاصی استفاده کرده است و در درمان وی موثر بوده است، برای استفاده دیگران باید دقیقاً نحوه استفاده، جدول زمانی، میزان داروها، ترکیب شیمیایی دقیق آنها، شرایط دقیق بیمار، ... گزارش شود، در غیر این صورت ممکن است بکارگیری این نسخه برای دیگران نه تنها شفا بخش نباشد، بلکه حتی سلامتی آنان را به خطر بیندازد. برای اینکه به دشواریهای پژوهش اهمیت و این مرحله در علوم انسانی بیشتر واقف شوید، بجای مثال ساده بالا فرض کنید روان پزشک از روشی خاص به مداوای یک بیمار روانی پرداخته و موفق شده است. آیا بکارگیری این نتایج به سادگی بکارگیری روش درمان - مثلاً - عفونت گلوست؟ یعنی اهمیت گزارش دقیق در مورد روان پزشک دو چندان است.

بهر حال پژوهشگر گزارش می کند که بر اساس این روش ها و آزمون ها و ... فرضیه وی تایید شد یا تایید نشد. و از این طریق شناخت تازه ای در مورد یک مساله معین ایجاد می شود. حال پژوهشگر می تواند بر مبنای پژوهش خود

پیشنهاداتی نظری یا عملی ارائه دهد. بعنوان مثال وی می تواند با توجه به محدودیتها و مشکلاتی که در انجام پژوهش با آن مواجه بوده است، پیشنهاد کند که سایر پژوهشگران برای تکمیل شناخت خود در مورد این مساله، لازم است مطالعاتی تکمیلی با این رویکرد و جهت گیری خاص و ... انجام دهند. در واقع او سؤال یا سئوالات تازه ای پیش روی پژوهشگران قرار می دهد. به صورت عملی نیز وی می تواند با توجه به محدودیت ها و حدود و مرزهای دقیق پژوهش خود، کاملا دقیق و با احتیاط پیشنهاداتی را برای کاربران نتیجه تحقیق ارائه دهد.

تفسیر دقیق نتایج به مخاطبان آگاهی می دهد که مفاد دقیق نتیجه پژوهش یک قضیه شرطیه است، که اگر ... آنگاه ... بنابراین راه بر تعمیمهای ناروا بسته می شود. برای اینکه به اهمیت این موضوع تاکید شود، مناسب است در قالب مثال توضیح داده شود. فرض کنید پژوهشگری در ژاپن بر اساس ترکیب خاصی از مواد شیمیایی دست یابد که می تواند در لاستیک اتومبیل استفاده شود و این ترکیب مقاومت لاستیک را در مقابل ضربات با جاده تا درصد معینی افزایش می دهد. اگر این ترکیب و شرایط آن دقیقا دانسته و گزارش شود، در هر جای دنیا می توان از آن استفاده کرد و همین نتیجه را در مورد مقاومت لاستیک اتومبیل انتظار داشت. حال تصور کنید که پژوهشگر ما بر اساس مطالعه اقتصاد ایران دریافت که ۸۵ درصد افزایش سطح عمومی قیمت ها با افزایش نقدینگی قابل تبیین است. آیا می توان نتیجه گرفت و پیشنهاد کرد که مثلا اگر دولت کره شمالی بخواهد تورم خود را به میزان معینی کنترل کند، باید نقدینگی را کاهش دهد و انتظار داشته باشیم، دقیقا مانند مورد لاستیک اتومبیل، این نتیجه قابل تعمیم باشد؟ قطعاً چنین نیست. بنابراین باید گفت اگر شرایط اقتصادی و اجتماعی و ... کره شمالی تا حدود نسبتا زیادی با شرایط اجتماعی و اقتصادی و ... ایران در زمان انجام این مطالعات مطابقت دارد، این نتیجه قابل تعمیم است. هرچه شرایط مذکور در گزارش تحقیقی دقیق تر ارائه شده باشد، برای دیگران مفیدتر خواهد بود. ولی بهر حال شرایط بسیار پیچیده دیگری در مورد جوامع وجود دارد که یا پژوهشگر علوم اجتماعی آنها را نمی شناسد و یا با فرض وجود آنها پژوهش خود را سر و سامان می دهد، و این مساله کار پژوهش را در علوم اجتماعی دشوارتر می کند.

هر تئوری اقتصادی را نمی توان جهانشمول و صادق در همه زمانها و مکانها دانست. به عنوان مثال، بیشتر تئوریهای اقتصادی که در کشورهای صنعتی و توسعه یافته (از لحاظ اقتصادی و فنی) تکوین یافته و در آنجا کارایی و اعتبار دارد چه بسا در جوامع و کشورهای در حال توسعه نتایجی کاملا متضادی ببار آورد. مثالی از این مدعا را در توسل به سیاست آزاد سازی اقتصادی ملهم از نظریه های تجارت بین الملل می توان مشاهده کرد. آزادسازی اقتصادی برای برخی کشورها مانند کشورهای اروپایی و جنوب شرق آسیا نتایج مثبت اقتصادی ببار آورده است. اما توسل به همین سیاست آزاد سازی برای کشورهای امریکای جنوبی مانند آرژانتین و برزیل و برخی دیگر از کشورها به بهایی بسیار سنگین تمام شده و برای آن کشورها چیزی جز وخامت اوضاع اقتصادی و تشدید شکاف اجتماعی به ارمغان نیاورده است. با این همه، ادعای عدم جهانشمولی و عدم کارایی نظریه های اقتصادی در همه مکانها و زمانها به هیچ وجه به معنای باطل

دانستن یا نفی این نظریه ها نیست و نمی تواند از منزلت علم اقتصاد و از ارجمندی دستاورد ها و ارزشمندی رهاوردهایی آن بکاهد. عدم صدق و تطبیق این نظریه ها در برخی موارد صرفا معلول فقدان شرایط و فرضی است که آن نظریه ها بر پایه آنها استوار شده است. البته ممکن است شرایط و فرض پنهان و ناشناخته ای هم وجود داشته باشد که در واقع متغیرهای ناشناخته ای است که در رخداد پدیده مورد مطالعه، نقش ایفا می کند. اینها نیز در طول زمان و در مسیر تکامل علم و نظریات علمی بتدریج شناخته می شوند و در واقع از این طریق علوم پیشرفت می کنند.

محدودیت ها و دشواریها در علم اقتصاد

(۱) فرض ثبات سایر شرایط

فیزیک دانان و شیمی دانان برای آزمون فرضیه های خود می توانند شرایط کنترل شده ای ایجاد نمایند. اما اقتصاددانان با رفتار انسانها و جوامع انسانی سروکار دارند. به عبارت دیگر، کار عملی یک دانشمند علوم طبیعی در آزمایشگاه صورت می گیرد، آزمایشگاهی که هم خود و هم محیط و فضا و شرایط بیرونی و درونی آن بدست انسان ساخته و بدست او قابل تغییر است. اما آزمایشگاه یک اقتصاددان جامعه و جهان واقعی است. جهانی که محقق اقتصادی نه در پدید آوردن آن نقشی داشته و نه برای تغییر و کنترل شرایط آن کاری از دست او ساخته است. پس یک محقق علوم اجتماعی (از جمله یک اقتصاددان) چگونه می تواند فرضیه خود در آزمایشگاهی به گستردگی و پیچیدگی جوامع و جهان واقعی سرشار از عوامل واقعی و متغیرهایی انعطاف ناپذیر و کنترل نشدنی به محک آزمون بگذارد و از صحت و دقت آزمون و کارایی و اعتبار فرضیه و نظریه خود مطمئن باشد.

اما اقتصاددانان چون قادر به تثبیت سایر شرایط نیستند فرض^{۳۸} می کنند که سایر شرایط ثابت است. بدیهی که فرض ثبات یک عامل با واقعیت فاصله دارد. وقتی پای فرض در میان می آید قطعیت تئوری جای خود را به احتمال می دهد. البته در سایر علوم نیز از فرض استفاده می شود. برای نمونه وقتی یک فیزیک دان می گوید اگر سکه ای را از ارتفاع ۱۰۰ متری بیندازید n ثانیه طول می کشد تا این سکه به زمین برسد او فرض می کند که سکه در خلا و بدون وجود اصطکاک سقوط می کند. در مواردی از این دست فرض وجود خلا و نا دیده گرفتن اصطکاک تاثیر زیادی بر نتیجه

^{۳۸} در علم اقتصاد توسل به فرض ان قدر گسترده و شایع است که برخی به طعنه گفته اند عمارت علم اقتصاد بر تهداب فرض بنا شده است. در همین راستا طنزی برای اقتصاد دانان ساخته اند که آنرا از زبان ساموئلسون نقل می کنیم: "یک اقتصاددان، یک فزیدکان و یک شیمی دان در جزیره متروکی گیر افتاده اند. تمام رهنوشه آنها یک کنسرو ماهی است اما آنها وسیله ای برای باز کردن قوطی کنسرو در اختیار ندارند. فزیدکان پیشنهاد می دهد که با کوبیدن سنگی بر قوطی، کنسرو را باز کنند. شیمی دان می گوید باید کنسرو را حرارت دهیم و قوطی کنسرو پس از رسیدن به دمای خاص باز خواهد شد. اقتصاد دان می گوید چرا بیراهه می روید فرض کنید که در باز کن داریم. پس نیازی به روشهای دیگر نیست." طنزهای اقتصادی را می توانید در سایت زیر بخوانید:

عمل ندارد. اما اگر در مورد سقوط یک توپ والیبال، یک برگه کاغذ یا مثلاً یک بادکنک از ارتفاع ۱۰۰ متری بازهم وجود خلا را مفروض و وجود اصطکاک را نادیده بگیریم انحراف این ادعای فیزیکی دان از واقعیت غیر قابل اغماض است. در نظریه پردازی اقتصادی نیز فرض ثبات سایر شرایط ممکن است باعث نادیده گرفتن عاملی شود که اثر بس شگرفی بر رفتار پدیده مورد مطالعه اقتصاد دان داشته باشد. برای مثال، فردی به نام علی که قبلاً در شهری مانند اصفهان با درآمد ماهیانه دو میلیون ریال زندگی می کرده است در سال ۱۳۸۴ در شرکتی مستقر در شهر اهواز با حقوق سه میلیون ریال استخدام شده است. یک دانشجوی اقتصاد می خواهد اثر این افزایش درآمد آقای علی را بر میزان تقاضای او برای بستنی مطالعه و بررسی کند. این دانشجو مشاهده می کند که تقاضای علی برای بستنی در سال ۱۳۸۴ دو برابر شده است و نتیجه می گیرد که به خاطر افزایش درآمد تقاضای علی برای بستنی دوبرابر شده است. به نظر شما این نتیجه گیری چقدر با واقعیت همخوانی دارد؟ آیا این افزایش ۱۰۰ درصدی در تقاضای بستنی توسط علی صرفاً به دلیل افزایش در درآمد او است؟ هرچند بخشی از آن به خاطر افزایش درآمد باشد اما بدون تردید بخشی از این افزایش ناشی از گرمی هوای شهر اهواز است. می بینیم که انحراف در مطالعه این دانشجو معلول آن است که او غیر از درآمد تمام عوامل موثر بر افزایش تقاضای بستنی از جمله تفاوت دمای دو شهر را نادیده گرفته است. ممکن است برخی اوقات اثر یا آثار برخی از سایر شرایط و عواملی که ثابت در نظر گرفته شده است بسیار شدیدتر از اثر یا آثار سایر متغیر های مورد مطالعه باشد در علوم اجتماعی - انسانی در برخی موارد سایر شرایط توسط محقق قابل کنترل نیستند. مثلاً اثر افزایش قیمت بنزین و مصرف آن در صورتیکه متغیرهای دیگری مانند شرایط آب و هوایی، نوع اتومبیل ها، تعداد آنها و... بر مصرف بنزین تاثیر گذار است.

۲) خلط رابطه همبستگی و علت معلولی.

یک مدل یا نظریه اقتصادی زمانی معتبر است که با گذشت زمان اعتبار خود را از دست ندهد. به عبارت دیگر، نظریه وقتی نظریه است که در صورت تحقق فروض در همه جا و در همه زمان صادق باشد. برخی اوقات اقتصاد دانی با مشاهده همزمانی وقوع دو پدیده یا رویداد یک حادثه یا پدیده پس از پدیده دیگر به این نتیجه برسد که پدیده اول علت وقوع پدیده دوم است. در حالی که روی دادن همزمان یا متوالی این دو پدیده نه به دلیل رابطه علی میان این دو بلکه به دلیل تصادف بوده است. بنابراین ممکن است در جایی دیگر یا در زمانی دیگر، پدیده اول رخ دهد اما از وقوع پدیده دوم خبری نباشد. در موارد دیگری نیز ممکن است رخداد همزمان دو پدیده نه بدلیل وجود رابطه علت و معلولی بین این دو، بلکه به این دلیل باشد که هر دو معلول پدیده ثالثی هستند. در پس این موارد صرفاً رابطه همبستگی میان پدیده ها وجود دارد نه رابطه علت و معلولی. از این رو نظریه پرداز اقتصادی باید در تحلیلهای خود تفاوتهای این دو رابطه را مورد دقت و ملاحظه قرار دهد.

۳) خطای تعمیم جزء به کل.

گاهی اوقات در کار نظریه پردازی ساختن مدل اقتصادی ممکن است این تصور پیش آید که آنچه برای یک جزء یا فرد صادق است برای کل یا جمع نیز صادق است. برای مثال اگر یک کارخانه موتور سازی در ایران در سال ۱۳۸۵ سه برابر سال گذشته موتور تولید کند ممکن است درآمدش سه برابر شود. اما اگر تمام کارخانه های موتور سازی ایران سه برابر تولید کنند آیا می توان گفت که درآمد همه سه برابر خواهد شد. خیر. در این صورت حتی احتمال دارد درآمد همه کارخانه ها کاهش یابد. اگر یک کشور تعرفه های بالای گمرکی بر کالاهای وارداتی اعمال کند درآمد آن کشور بالا می رود. اگر این قضیه به همه کشورها تعمیم یابد و همه آنها تعرفه های گمرکی شان افزایش دهند ممکن است درآمد همه کشورها کاهش یابد.

خلاصه فصل سوم

در گذشته علوم به سه دسته علوم نظری، علوم عملی و شعر تقسیم می شد. اما با گسترش علوم در قرون اخیر علوم به دو گروه علوم قیاسی و علوم تجربی دسته بندی می شود. علوم تجربی خود به دو شاخه علوم تجربی طبیعی و علوم تجربی اجتماعی - انسانی تقسیم می شود.

در روش شناسی علوم تجربی مراحل شناخت به سه مرحله توصیف، تبیین و پیش بینی تقسیم می شود. در نتیجه هدف از این شناختها برنامه ریزی، سیاستگذاری و کنترل است.

تحلیل ها و گزاره های اقتصادی به دو حوزه اقتصاد اثباتی و اقتصاد دستوری تقسیم می شود. اقتصاد اثباتی هست ها و واقعیت های یک اقتصاد و اقتصاد دستوری به بایدها و هنجارهای یک اقتصاد می پردازد.

علوم تجربی طبیعی طبیعت و خواص طبیعی اشیاء موجودات را مورد مطالعه قرار می دهد و علوم تجربی اجتماعی - انسانی رفتار و کردار انسانها و جوامع انسانی را مورد بررسی قرار می دهد در نتیجه درجه قطعیت در علوم تجربی طبیعی بسیار بالاتر از علوم اجتماعی - انسانی است.

مراحل تحقیق در علم اقتصاد عبارتند از: انتخاب موضوع و تدوین مساله تحقیق، مطالعات اولیه به منظور تدوین چارچوب نظری تحقیق و ارائه فرضیه تحقیق، مطالعات ثانویه و گردآوری اطلاعات به منظور آزمون فرضیه، تحلیل اطلاعات و آزمون فرضیه تفسیر و نتیجه گیری.

کار نظریه پردازی در علم اقتصاد با محدودیت ها و دشواری هایی روبرو است که مهمترین این دشواریها عبارتند از: الف) فرض ثبات سایر شرایط ب) خلط رابطه همبستگی و علت معلولی ج) خطای تعمیم جز به کل

سوالات فصل سوم

۱ - سیر مراحل دسته بندی علوم و معلومات بشری را از دوره ارسطو در یونان تا زمان معاصر تشریح کنید؟

۲ - صور شناخت در علوم تجربی را نام برده و هر یک از این صور را توضیح دهید؟

- ۳- هدف از شناختها در علوم تجربی چیست؟
- ۴- تفاوت میان تحلیلهای اثباتی و هنجاری در علم اقتصاد را بیان کنید؟
- ۵- وجوه افتراق میان روش تحقیق در علوم تجربی طبیعی و علوم انسانی را بر شمارید؟
- ۶- مراحل تحقیق در علم اقتصاد را نام ببرید؟
- ۷- مرحله تفسیر و نتیجه گیری در روش تحقیق در علم اقتصاد را به تفصیل توضیح دهید؟
- ۸- ویژگیهای یک موضوع مناسب برای تحقیق در علم اقتصاد را نام ببرید؟
- ۹- چرا نمی توان هر تئوری اقتصادی را جهانشمول دانست؟
- ۱۰- یکی از دشواریهای کار نظریه پردازی امکان خلط رابطه همبستگی و علت معلولی است، توضیح دهید چرا و چگونه ممکن است یک اقتصاددان در دام خلط رابطه همبستگی و علت معلولی بیافتد؟

فصل چهارم

سازمان اقتصادی و پرسش های اساسی

پرسشهای اساسی اقتصاد

از همان آغاز تاریخ بشر که انسان از شاخ درختها و دامن کوهها پایین آمد و از شکار به کشاورزی و تولیدات اولیه و ساده روی آورد و به عبارت دیگر، با زندگی بدوی به تدریج فاصله گرفت و به سوی زندگی اجتماعی روی آورد خواسته های او فزونی و در تقابل با خواسته های دیگران قرار گرفت. منابع و امکانات در اختیار بشر محدود بود و خواسته های رقیب انسانها بی شمار. اگر منابع موجود و بالفعل بشر به اندازه ای بود که می توانست خواسته های بی حد و مرز و سیری ناپذیر بشر را برآورده سازد یعنی هرکس و هر جامعه به هر اندازه که می خواست منابع در اختیار داشت امروزه شاید واژه ها و مفاهیمی مانند علم اقتصاد، نظام اقتصادی و حتی مالکیت و برابری و... واژه ها و مفاهیم غریب و نامانوس بودند. حتی و فراتر از این شاید زمین چهره ای متفاوت و تاریخ مسیری دیگر داشت. دست کم، علم اقتصاد محلی از اعراب نداشت و اقتصاددانان باید رشته و شغلی دیگر بر می گزیدند. اما شاید گزارف نباشد که بگوییم منابع موجود و بالفعل جهان گاهی را می مانند که در برابر کوهی از خواسته های بی پایان نسلهای متوالی انسانی قرار گرفته است. این محدودیت منابع یا به تعبیر اقتصاددانان "**کمیبایی**" از همان آغاز سه پرسش بسیار مهم را در برابر همه جوامع و همه کشورها و سازمان های اقتصادی، کوچک و بزرگ، ثروتمند و فقیر، قرار داده است. این سه پرسش، که به

پرسشهای اساسی علم اقتصاد معروف شده اند، عبارتند از اینکه با توجه به منابع و امکانات جامعه یا کشور:

چه کالاها و خدماتی، چه مقدار و در چه زمانی و حتی در چه مکانی باید تولید شود؟

این کالاها و خدمات چگونه یعنی با چه روش فنی و توسط چه بخشی تولید شود؟

این کالاها و خدمات برای چه کسانی تولید شود؟

البته هر کدام از این سوالات هم در بعد خرد و هم در بعد کلان مطرح است. مثلا یک خانوار به عنوان یک واحد مورد تحلیل در اقتصاد خرد نیازهای متفاوتی دارد. نیازهای اساسی یک خانوار معمولی عبارت است از خوراک، پوشاک، مسکن، بهداشت و احیا نا آموزش، نیازهای رفاهی یک خانوار عبارت است از ماشین سواری، مبلمان، نیازهای تجملاتی یک خانوار نیز عبارت است تورهای تفریحی، داشتن ویلای تفریحی و... این خانوار نمی تواند همزمان به دلیل محدودیت های منابع و زمان همه نیازهای خود را برآورده سازد. از این رو یک خانوار نیازهای خود را اولویت بندی می کند. بخشی را در حال حاضر تامین می کند و تامین برخی را به آینده واگذار می نماید. هم چنین در بعد

کلان نیز یک سازمان، جامعه و کشور نیازهای متفاوتی دارد که تامین همزمان همه آنها به دلیل محدودیت منابع و امکانات میسر نیست. برای مثال نیازهای یک جامعه و کشور در بعد کلان را می توان به این صورت اولویت بندی کرد. ۱- تامین مایحتاج اساسی مردم ۲- تامین بهداشت و آموزش، ۳- احداث جاده ها فرودگاهها و بنادر ۴- مراکز تفریحی مانند بوستانهای شهری و سینما، تئاتر،

با نگاه از منظر دیگر، می توان نیازمندیها و ضرورت های یک کشور و جامعه را به این صورت دسته بندی کرد.

۱- رفع فقر ۲- کاهش بیکاری و افزایش اشتغال، ۳- کاهش تورم و...

برای پاسخ به پرسش نخست هر جامعه ناگزیر است با توجه به به امکانات و توان و ظرفیت تولیدی خود تصمیم گیری کند. همانگونه که یک فرد با درآمد محدود و معین از میان کالاها و خدمات متعدد ناچار است دست به انتخاب زده تنها برخی از آنها را تهیه نماید یک جامعه نیز با محدودیت روبروست. اگر امکانات و منابع جامعه اجازه دهد آن کشور می تواند کالاهای بیشتری تولید کند. اگر منابع جامعه محدود باشد آن جامعه ناچار است از تولید برخی از کالاها چشم پوشد. برای مثال، زمینهای کشاورزی در هر جامعه اندازه معینی دارد و این جامعه می تواند همه آنها را گندم یا برنج بکارد. یا در بخشی از آن گندم و در بخشی دیگر برنج بکارد. محدودیت زمین اجازه نمی دهد که این کشور همزمان به اندازه دلخواه خود گندم و هم برنج بکارد. در تولید همه کالاها و خدمات از برق و جاده و ساختمان و... گرفته تا بیمارستانها، دانشگاهها سدها و غیره نیز همین محدودیت ها حاکم است. با لحاظ همین محدودیت ها جامعه باید دست به انتخاب زده تصمیم بگیرد از چه کالا و خدمات به چه میزان تولید کند. چه بخشی از منابعش را برای بهداشت و چه بخشی را برای آموزش و چه مقدار را برای احداث جاده و... اختصاص دهد. و از همین رو مساله زمان نیز مطرح می شود. یک جامعه ممکن است با توجه به اولویت هایش تصمیم بگیرد که برخی از کالاها و خدمات مورد نیاز را در حال حاضر تولید و تامین کند و برخی دیگر را به آینده محول نماید.

در تولید کالاها و خدمات پارامتر مکان نیز نقش بسزایی دارد. معمولا مکان تولید کالاها و خدمات با توجه به عامل هزینه تولید و توزیع مانند نزدیکی مواد خام مورد نیاز، دسترسی آسانتر به بازار مصرف و... تعیین می شود. برای نمونه اگر دولت جمهوری اسلامی ایران قصد احداث پالایشگاهی برای پالایش بنزین و سایر فراوردهای نفتی و پتروشیمی را داشته باشد طبعا مکانی را انتخاب می کند که به محل چاههای استخراج نفت نزدیک باشد. بهر حال مکان تولید با مقایسه هزینه های حمل مواد اولیه به کارخانه و هزینه های حمل کالاهای تولید شده به بازار مصرف تعیین می شود.

اما در پرسش دوم: هر جامعه ای در مسیر تولید کالاها و خدمات همواره با این مساله روبرو بوده است که چه شیوه و روش و کدامین فن و تکنیک را برای تولید انتخاب کند. برای مثال کالای برق را در نظر بگیرید. پرسشی که در ارتباط با نوع روش و شیوه تولید کالای برق می توان طرح کرد این است که آیا باید برق را با استفاده از نیروگاههای هسته ای تولید کرد یا با روش هیدرولیکی و آبی؟ یا با استفاده از نیروگاههای حرارتی؟ یا با استفاده از توربین های بادی؟ مثال

بسیار ساده تر و ملموس تر تولید نان است. می توان نان را با خودروهای تمام اتوماتیک و بدون نیاز به استفاده از نیروی کار تولید کرد. هم چنین می توان روشی قدیمی رابزرگزید و نان را در نانوایی های سنتی و با استخدام چند نفر (شاطر) تولید کرد. شیوه و روش تولید در هر جامعه با توجه به وفور یا کمبود سرمایه، نیروی کار و دانش لازم برای تولید تعیین می شود. در کشور های صنعتی مانند ژاپن که با فراوانی سرمایه و کمبود نیروی کار مواجه اند تولید کنندگان از دستگاههای خودکار یا به تعبیر رایج، روباتها و آدم آهنی ها استفاده می کنند. به گونه ای که در بیشتر شرکت های تولیدی ارتش نستوه و خستگی شناس روباتهای سر بزیر، گوش به فرمان و همیشه حاضر، بار سنگین و پیچیده تولید را در تمامی مراحل خطوط تولید به دوش دارند. اما در کشور های جهان سوم مانند هند که با کمبود سرمایه و مازاد نیروی کار روبروست بیشتر تولیدات با استفاده از نیروی کار صورت می گیرد. هم چنین یک جامعه باید تصمیم بگیرد که کدام کالاها و خدمات توسط بخش خصوصی و کدام کالاها و خدمات بدست بخش عمومی یعنی دولت تولید شود. قاعدتا تولید آن دسته از کالاها و خدمات مورد نیاز جامعه را که بخش خصوصی انگیزه ای برای تولید آن ندارد باید دولت به عهده گیرد. اما کالاها و خدماتی که بخش خصوصی می تواند و مایل است آن را با کارایی بیشتر تولید کند نیازی به اقدام دولت در تولید آنها وجود ندارد.

پرسش سوم این است که ثمره فعالیت جامعه نصیب که می شود؟ چه کسانی از درآمد های جامعه سهم بیشتری می برند؟ در واقع این درآمد های حاصله به چه صورتی توزیع می گردد؟ آیا پزشکان باید درآمد بیشتری داشته باشند یا ورزشکاران؟ و آیا لازم است جامعه حداقل معیشت را برای فقرا تهیه کند یا بگذارد هر کس به اندازه کار و تلاش خود از درآمدهای جامعه بهره مند باشد؟

برای پاسخ دادن به پرسشهای سه گانه فوق یا به تعبیری فشرده تر و رساتر، برای چگونگی **تخصیص منابع**، تثبیت اقتصاد و توزیع درآمد هر جامعه، و ملتی می توان راه، تدبیر و سازوکار خاصی را برگزیند. این سازوکارها در امر تخصیص تثبیت و توزیع در کنار دو عنصر مالکیت و نهادها نوع نظام اقتصادی حاکم بر یک جامعه را مشخص می کند.

نظامهای اقتصادی^{۳۹}

اگر نوع سازو کار تخصیصی و شیوه سازماندهی امور اقتصادی در یک کشور را به صورت یک طیف در نظر بگیریم در یک سر طیف نظامی قرار دارد که دولت و نخبگان حکومتی و مقامات عالیرتبه کشور تصمیم گیریهای اقتصادی (در باره اینکه چه چگونه و برای چه کسی تولید شود) را در دست دارند. در سر دیگر طیف نظامی قرار دارد که همه تصمیم های اقتصادی در **بازار** گرفته می شود.

بازار چیست؟ "بازار عبارت است از جایی که در آن افراد یا بنگاهها داوطلبانه موافقت می کنند که با پرداخت پول مبادله ای را انجام دهند."^{۴۰} اقتصادهایی که در آنها حل و فصل و تصمیم گیری در باره مسایل اقتصادی به عهده

^{۳۹}. بحث نظام ها بسیار محدود و فقط از منظر پرسش های اساسی طرح شده است.

مکانیزم بازار - است یعنی بیشتر تصمیم های مهم اقتصادی را افراد و بنگاههای خصوصی اتخاذ می کنند - اقتصاد بازار خوانده می شود. نظام اقتصادی کشورهایی که با این مکانیزم اداره می شود **نظام سرمایه داری یا نظام بازار محور** نامیده می شوند. در اقتصاد بازار نظام قیمتها سود ها و زیانها، انگیزه ها و پاداشها و... تعیین می کند که چه کالاها و خدماتی، چگونه و برای چه کسانی تولید شود. براساس معیار نظام بازار کالاها و خدماتی تولید می شود که بالاترین سود را عاید تولید کننده نماید. با چه شیوه ای تولید شود؟ به شیوه ای که حداقل هزینه را در بر داشته باشد. برای چه کسی تولید شود؟ برای کسی که بالاترین قیمت را پردازد. در تصمیم گیریهای مبتنی بر چهارچوب بازار پی گیری نفع شخصی انگیزه اصلی هر فعالیت را تشکیل می دهد. بنابراین در تامین کالاها و خدمات روش و تکنیک و سبک و شیوه ای پسندیده و برگزیده است که بتواند نفع شخصی افراد را تامین کند. کامل ترین شکل اقتصاد بازار آن است که دولت در اداره و تصمیم گیریهای آن اصلا دخالتی نداشته باشد. اقتصادی که در آن دولت هیچگونه نقش و دخالتی نداشته باشد در ادبیات اقتصادی به **اقتصاد کاملا آزاد** یا به تعبیری، **اقتصاد مبتنی بر آزادی عمل (Lassies)**

Fair معروف است. در چنین نظامی قیمت ها نقش بسیار مهمی ایفا می کنند. قیمت ها آزادانه در فرآیند عرضه و تقاضای بازار تعیین می شود. صاحب عوامل و منابع تولید که می خواهند نسبت به تخصیص منابع خود برای تولید کالاها و خدمات اقدام کنند، با توجه به قیمت کالاها و عوامل تولید و تقاضا، به تولید کالاها و خدماتی مبادرت می کنند که سود بیشتری را نصیب آنان نماید. به همین ترتیب انگیزه پیگیری نفع شخصی تولید کنندگان را وا می دارد که شیوه تولید خود را به گونه ای انتخاب کنند که حداقل هزینه را در بر داشته باشد. و بنابراین آنان با توجه به سلائق متقاضیان کالاها را در اختیار کسانی قرار دهند که بالاترین قیمت را پردازند. به این ترتیب بر اساس نظام قیمت ها تخصیص منابع انجام می شود. مازاد و کمبودها نیز از طریق بازار در قیمت ها منعکس می شود و بدین ترتیب صاحبان عوامل و منابع را وا می دارد که منابع خود را به سمت تولید چه کالاهایی هدایت کنند. مثلا اگر عرضه کالایی نسبت به تقاضای آن کم باشد، این کمبود موجب بالا رفتن قیمت ها خواهد شد و لذا تولید کنندگانی که بدنبال سود بیشترند به سمت تولید این کالا هدایت می شوند و در مورد مازاد نیز عکس این حالت اتفاق می افتد. بدین ترتیب تثبیت اقتصادی نیز از طریق بازار صورت می پذیرد. توزیع درآمد نیز از طریق بازار صورت می گیرد. هر کس به اندازه میزان عوامل تولیدی که در اختیار دارد و به بازار عرضه می کند و با توجه به قیمت بازاری آنها، درآمد کسب می کند. ملاحظه می شود که در این نظام مهمترین نقش را نهاد بازار بعهده دارد. این نهاد در کنار الگوی مالکیت خصوصی و انگیزه پیگیری

نفع شخصی ساز و کاری را برای اداره امور اقتصادی فراهم می آورد. افراد و شرکتها در چنین میدانی وارد می شوند و شروع به رقابت می کنند. دولت نیز به مثابه یک نهاد مسئول تامین امنیت و داوری در مورد دعاوی عمل می کند.

در مقابل اقتصاد بازار، **اقتصاد برنامه ای متمرکز** قرارداد که دولت در آن بیشتر تصمیم گیری های اقتصادی را در دست دارد و اصطلاحا همه کاره اقتصاد است. در اقتصاد برنامه ای کاملا متمرکز، مالکیت و مدیریت بیشتر بنگاههای اقتصادی در اختیار دولت قرارداد. تقریبا تمام کارگران در استخدام دولت اند و این دولت است که برنامه ریزی می کند چه، چگونه و برای چه کسی تولید شود. به طور خلاصه، در اقتصاد برنامه ای کاملا متمرکز تخصیص منابع و پاسخ پرسشهای اساسی براساس نظر و برنامه دولت صورت می گیرد. چون در این اقتصاد دولت به عنوان یک نهاد مرکزی برای کل جامعه برنامه ریزی می کند آنرا **اقتصاد بابرنامه ریزی متمرکز** نیز می نامند. نظام اقتصادی حاکم بر کشورهای که با اقتصاد برنامه ای متمرکز اداره می شوند **نظام سوسیالیستی** نام دارد. مهمترین مصداق اقتصاد دستوری اتحاد جماهیر شوروی سابق بود. در این کشور پس از انقلاب بلشویکی ۱۹۱۷ تا فروپاشی آن در واپسین سالهای دهه ۱۹۸۰ میلادی مالکیت و مدیریت بیشتر وسایل تولید یعنی زمین، سرمایه و نیروی کار در اختیار دولت مرکزی قرار داشت و در ساماندهی فعالیت های اقتصادی جامعه برنامه ریزی نقش بسیار بالایی داشت. توجه شود که در این نظام لزوما تمام بنگاهها و مالکیت ها دولتی نیست. حتی در اتحاد جماهیر شوروی سابق بعد از ۱۹۲۱ میلادی تعدیلاتی صورت گرفت که بر اساس آن درجات محدودی از مالکیت های خصوصی پذیرفته شد. همانگونه که گفته شد در این نظام تمامی تصمیمات اقتصادی توسط دولت اتخاذ می شود. اما مناسب است بدانیم دولت در این امور چگونه تصمیم گیری می کند.

دولت این تصمیمات را از طریق نهاد برنامه ریزی انجام می دهد. این نهاد در مورد تخصیص، تثبیت و توزیع تصمیم گیری می کند. تعیین اهداف در هر یک از حوزه های فوق اولین گام است و تعیین آنها به اولویت گذاری های نهاد برنامه ریزی بستگی دارد. تولید چه کالاها و خدماتی در حال حاضر و کدام کالاها و خدمات به آینده موکول شود در گرو اولویت های سیاستگذاران نهاد برنامه ریزی است. هرچند در تعیین این اهداف، منابع موجود جامعه و نیازهای فعلی و آتی کشور نقش ایفا می کند، اما معمولا پس از تعیین اهداف و اولویت ها، برنامه ریزان با توجه به منابع و نیازها، در مورد تخصیص منابع موجود بین کالاها و خدمات مختلف و کارگاهها و کارخانه های مختلف در مناطق مختلف کشور تصمیم گیری می کنند. مساله توزیع نیز در نهاد برنامه ریزی معین می شود. زیرا قیمت ها نه از طریق بازار، بلکه از سوی نهاد برنامه ریزی صورت می گیرد. تعیین الگوی مالکیت نیز بعهده دولت است. مازاد و کمبودها نیز باید توسط دولت مشخص شود و بر اساس اهداف، اولویت ها، منابع و نیازها، در مورد جبران آنها برنامه ریزی و اقدام شود. بر خلاف نظام بازار که تمامی تصمیمات بصورت غیرمتمرکز و از طریق نهاد بازار صورت می گیرد، در اینجا تمامی تصمیمات

بصورت متمرکز و از طریق نهاد برنامه ریزی انجام می شود. همچنین بر خلاف نظام بازار، در اینجا دولت نقش حداکثری ایفا می کند.

شایان توجه آنکه در حال حاضر هیچ نمونه کاملی از این دو نظام وجود ندارد. همه کشورها از اقتصادی پیروی می کنند که به نحوی ترکیب یا اختلاطی از این دو است و به عنوان **اقتصاد مختلط** شناخته می شود. اقتصاد مختلط عبارت است از نظامی مرکب از عناصر اقتصاد بازار و اقتصاد برنامه ای. یعنی در حوزه های تخصیص، تثبیت و توزیع، هم نهاد بازار و هم نهاد برنامه ریزی نقش ایفا می کنند. امروزه همه کشورهای جهان به اقتصاد مختلط پایبندند. منتها میزان ایفای نقش نهاد بازار و نهاد برنامه ریزی از کشوری به کشوری متفاوت است. کشورهایی مانند کره شمالی و کوبا به اقتصاد دستوری نزدیکترند در حالیکه اقتصاد کشورهایی مانند سنگاپور و هنگ کنگ با معیارهای اقتصاد کاملاً بازاری نسبتاً همخوانی بیشتر دارد. به طور کلی هر کشوری بسته به اینکه نقش هر یک از دو نهاد بازار یا برنامه ریزی در اقتصاد چقدر است، در میانه طیف جایگاه می یابند. در این کشورها سازماندهی و تصمیم گیری درباره بخشهای زیادی از اقتصاد بر طبق مکانیسم بازار و به دست بنگاههای خصوصی صورت می گیرد. درعین حال، دولت نیز مالکیت و مدیریت بخشهای بزرگی از اقتصاد را در اختیار دارد و در تصمیم گیریهای مرتبط با تخصیص منابع تثبیت اقتصاد و توزیع درآمد نیز به طور گسترده دخالت می کند.

منحنی امکانات تولید

حال که با اشکال نظام های اقتصادی آشنا شدیم به مساله اصلی اقتصاد که در آغاز این فصل مورد اشاره قرار گرفت بر می گردیم: "**مساله کمیابی**"

گفتیم که مساله کمیابی سه پرسش اساسی را فراروی هر جامعه قرار می دهد. و نحوه پاسخگویی به این سه پرسش نظام اقتصادی آن جامعه را مشخص می سازد. کمیابی به این معنا است که، هر جامعه در تولید کالاها و خدمات، منابع محدودی در اختیار دارد. منظور از منابع مواد یا وسایلی است که در طبیعت وجود دارد یا توسط انسانها برای استفاده در تولید کالای دیگر ساخته شده است. گروه اول منابع طبیعی و گروه دوم سرمایه خوانده می شود. سومین منبعی که در تولید از آن استفاده می شود نیروی کار است. با اندکی اغماض، اقتصاددانان همه این منابع تولید را به سه دسته یعنی زمین (شامل همه مواهب طبیعی از جمله خود زمین برای کشاورزی، مسکن و...؛ معادن، و مهمتر از همه آب، هوا و...)، سرمایه (شامل همه کالاهای بادوام مانند وسایل و ابزار تولید، ماشین آلات، تجهیزات، ساختمان دستگاههای الکتریکی و الکترونیکی و...) و نیروی کار (شامل زمان، نیرو، مهارت ها و تخصص ها، دانش فنی و...) دسته بندی کرده از آنها به عنوان نهاده های تولید یا عوامل تولید نام می برند. کالاها و خدماتی تولید شده یا به اصطلاح محصولات، ممکن

است به مصرف برسد که آن را **کالای نهایی** می نامند یا در تولید کالاها و خدمات دیگر از آنها استفاده شود که اصطلاحاً از آنها به نام **کالاهای واسطه‌ای** یاد می شود.

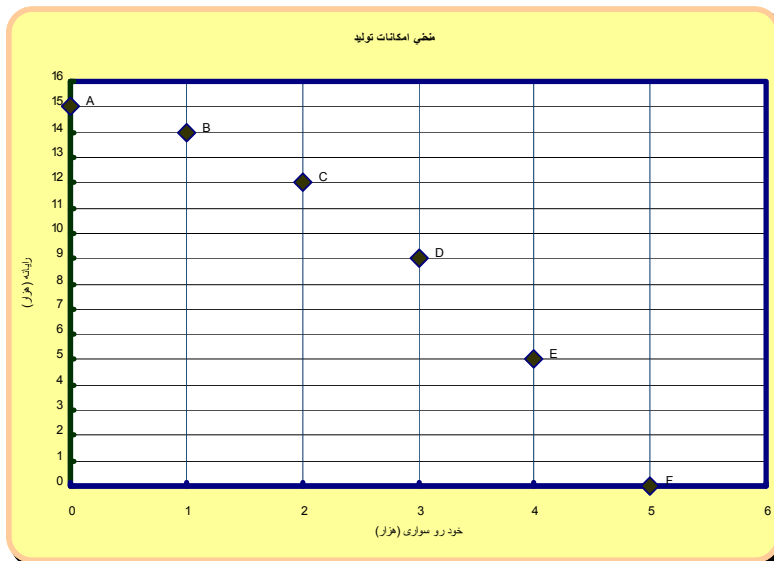
هر جامعه با توجه به میزان و مقدار منابع و نهادهایی که اختیار دارد می تواند ترکیبات مختلفی از کالاها و خدمات را تولید کند. ظرفیت و توان هر جامعه در تولید ترکیبات مختلف از کالاها و خدمات مرز امکانات تولید آن جامعه را نشان می دهد که می توان آنرا با نموداری به نام منحنی امکانات تولید به نمایش گذاشت. در چارچوب مرز امکانات تولید، یک جامعه تصمیم می گیرد که از هر کالا چه مقدار تولید کند. برای ساده سازی در نظر بگیریم که در یک اقتصاد تنها دو کالا تولید می شود: رایانه و خودرو سواری. اگر اقتصاد تمام ظرفیت تولید خود را برای تولید خودرو سواری به کار بندد در آن صورت فرض می کنیم حد اکثر می تواند تعداد معینی خودرو مثلاً ۵۰۰۰ دستگاه خودرو تولید کند. اگر اقتصاد تمام امکانات تولیدی خود را برای تولید رایانه های قابل حمل (کیفی) اختصاص دهد در آن صورت تعداد رایانه های تولید شده حداکثر ۱۵۰۰۰ دستگاه خواهد بود. در میان این دو نقطه نقاط بسیاری وجود دارد که تولید ترکیباتی مختلفی از تعداد رایانه ها و خودرو های سواری را نشان می دهد. این اقتصاد می تواند از تولید تعدادی خودرو دست بردارد و در عوض رایانه بیشتر تولید کند. اگر باز هم بخواهد از تعداد بیشتر خودرو های سواری چشم پوشد، باز هم می تواند رایانه های بیشتری داشته باشد. بنا بر این هر انتخاب برای این اقتصاد هزینه دارد. هزینه انتخاب تولید رایانه بیشتر آن است که فرصت تولید خودرو بیشتر را از دست می دهد.

امکانات مختلف تولید		
حالات	رایانه	خودرو سواری
A	۱۵	۰
B	۱۴	۱
C	۱۲	۲
D	۹	۳
E	۵	۴
F	۰	۵

جد

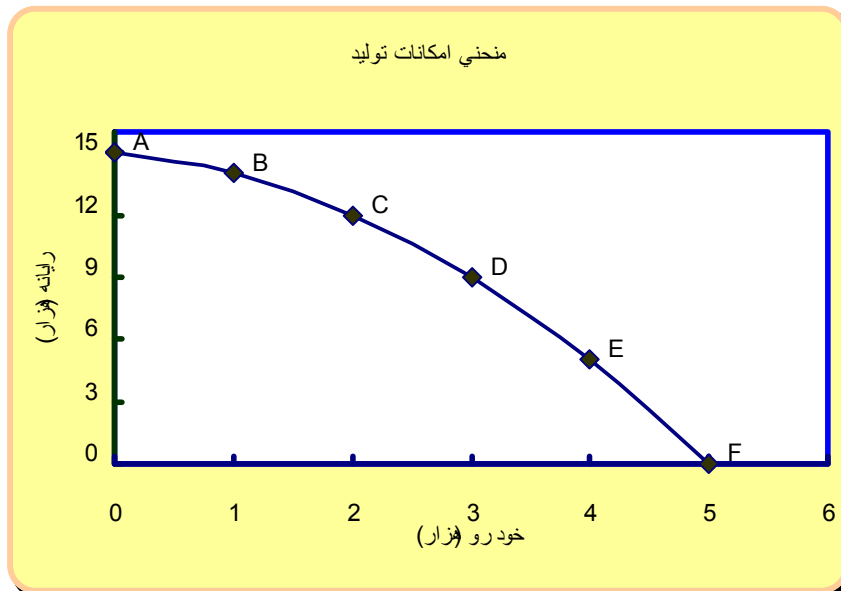
برعکس انتخاب تولید خودرو بیشتر به معنای از دست دادن فرصت تولید رایانه بیشتر خواهد بود. در علم اقتصاد فرصت از دست دادن یا چشم پوشی از گزینه جایگزین به عنوان یک هزینه تلقی و از آن به عنوان هزینه فرصت ۱ یاد می شود.

از دست دادن فرصت تولید خودرو بیشتر است مقدار تولید هریک از این دو کالا در جدول ۴-۱ نشان داده شده و نقاط متناظر با آنها در نمودار ۴-۱ رسم شده است.



نمودار ۴-۱

از وصل نقاط نمودار ۴-۱، نمودار ۴-۲ بدست آمده است.



نمودار ۴-۲

در این نمودار تعداد خودرو هایی که این اقتصاد فرضی می تواند تولید کند در محور افقی و تعداد رایانه ها در محور عمودی نشان داده شده است. این اقتصاد اگر بخواهد ۱۵۰۰۰ رایانه تولید کند اصلا خودروی تولید نخواهد شد. چنانکه مشاهده می کنیم در نقطه A تمام امکانات اقتصاد برای تولید رایانه اختصاص یافته و هیچ خودروی تولید نشده است. برعکس، در نقطه F تمام منابع صرف تولید خودرو شده و هیچ رایانه ای تولید نمی شود. در نقطه B این اقتصاد ۱۰۰۰۰

دستگاه خودرو و ۱۴۰۰۰ دستگاه/ پایه رایانه و در نقطه E، ۴۰۰۰ خودرو و ۵۰۰۰ رایانه تولید خواهد کرد. نمودار ۴-۲، منحنی امکانات را نشان می دهد. منحنی امکانات حد اکثر مقدار تولیدی است که یک اقتصاد با توجه به دانش فنی و مقدار نهاده های موجود می تواند به آن دستیابد.

به عبارت ساده تر، منحنی امکانات تولید بیان هندسی ترکیب محصولات (اعم از کالاها و خدمات) است که یک جامعه با به کارگیری تمام منابع و عوامل موجود خود می تواند تولید کند. نقاط موجود بر روی نمودار و داخل نمودار نقاط قابل دسترس برای یک اقتصاد است و اما رسیدن به نقاط بالای منحنی در حال حاضر خارج از دایره توان و منابع این اقتصاد است. هم چنین منحنی امکانات می تواند نشانگر مبادله و داد ستد یا انتخاب میان دو کالای ضروری و تجملی، کالای عمومی و خصوصی، یا دو کالای مصرفی و سرمایه ای و حتی نشاندهنده مبادله میان مصرف حال و آینده باشد.

در این مبادله انتخاب هریک از این موارد به معنای ازدست دادن فرصت انتخاب گزینه بدیل است. مثلاً اگر اقتصادی امروز امکانات و منابع خود را صرف تولید کالای سرمایه ای می کند خود را از فرصت تولید کالای مصرفی محروم می کند. لذا تولید کالای سرمایه ای برای این اقتصاد علاوه بر هزینه های معمول حسابداری هزینه چشم پوشیدن از فرصت تولید کالاهای مصرفی را نیز در بردارد. عامل هزینه فرصت در تمامی مبادله ها وجود دارد و در انتخاب و اولویت بخشیدن هر گزینه در نظر گرفته می شود.

کارآیی اقتصادی: یک اقتصاد زمانی به کارایی اقتصادی یا کارایی تولیدی دست می یابد که بدون کاستن از تولید کالا یا خدمتی دیگر نتواند مقدار بیشتری از یک کالا یا خدمت را تولید کند. کارایی اقتصادی برابر با وضعیتی است که در آن اقتصاد در بالاترین حد توان و ظرفیت موجود خود تولید نماید. این وضعیت کارایی از نظر هندسی کلیه نقاط روی منحنی امکانات تولید است. چرا این نقاط به لحاظ اقتصادی کارا خوانده می شود. چون افزایش تولید یک کالا بدون کاستن از کالای دیگر میسر نیست. اما اگر نقطه ای در داخل منحنی امکانات تولید را در نظر بگیرید امکان افزایش یکی یا هر دو بدون کاستن از دیگری وجود دارد.

هزینه فرصت

در بحث منحنی امکانات تولید مشاهده کردید که یک اقتصاد اگر بخواهد تعداد بیشتری خودرو سواری تولید کند ناگزیر باید از تولید تعداد بیشتری رایانه چشم پوشی کند. این نشان دهنده این واقعیت است که در جهانی که در آن کمیابی حاکم است بدست آوردن چیزی، حتماً، مستلزم از دست دادن چیز دیگری است. برای مثال، دانشجویی رادر نظر بگیرید که مبلغ محدودی پول در اختیار دارد که می تواند با آن یا تنها کتاب بخرد یا تنها لباس. با خرید هریک از این دو کالا او باید از داشتن دیگری صرف نظر کند. اگر کتاب را بخرد هزینه فرصت خرید کتاب از دست دادن لباس

است و اگر لباس را بخرد کتاب را از دست داده است. به همین قیاس، دانشجویی را تصور کنید که وارد دانشگاه شده و مشغول به تحصیل است. به نظر شما هزینه تحصیل این دانشجو چیست؟ اگر آموزش رایگان باشد آیا تحصیل برای او هزینه ای در بردارد؟ برای دریافت پاسخ این دو پرسش به سطور زیر دقت کنید.

در اقتصاد دو نوع هزینه وجود دارد: **هزینه های حسابداری** و هزینه فرصت. هزینه های حسابداری عبارت است از میزان پولی که صرف بدست آوردن کالایی یا خدمتی می شود. اما، هزینه فرصت بدست آوردن یک کالا و یا خدمت عبارت است از ارزش بهترین بدیلی که فرد در مقابل بدست آوردن آن کالا و خدمت از دست داده است. در مورد یک دانشجو هزینه های حسابداری تحصیل عبارت است از پولهای که صرف خرید کتاب، رفت و آمد به دانشگاه و شهریه های آن (اگر تحصیل رایگان نباشد) و... می شود. اما هزینه های اقتصادی تحصیل عبارت است از مجموع هزینه های حسابداری و بالاترین درآمدی که این دانشجو - اگر به دانشگاه نمی رفت - می توانست بدست آورد. در اقتصاد هزینه فرصت دارای اهمیت زیادی است و یک اقتصاددان همیشه به هزینه های فرصت توجه دارد نه فقط به هزینه های حسابداری.

خلاصه

محدودیت یا " کمیابی " منابع سه پرسش بسیار مهم را در برابر همه جوامع و همه کشورها، کوچک و بزرگ، ثروتمند و فقیر، قرار می دهد. این سه پرسش، عبارتند از اینکه با توجه به منابع و امکانات جامعه یا کشور: چه کالا و خدماتی، چه مقدار و در چه زمان باید تولید شود؟ این کالا و خدمات چگونه یعنی با چه روش فنی و توسط چه بخشی و حتی در چه مکانی تولید تولید شود؟ این کالا و خدمات برای که و چه کسانی تولید شود؟

نگرش و روشی که جوامع در پاسخ دادن به این پرسش ها اتخاذ می کند (چگونگی تخصیص منابع و توزیع درآمد در هر جامعه) نوع نظام اقتصادی آنها را تعیین می کند. مهم ترین نظام های اقتصادی عبارتند از نظام بازار، نظام برنامه ریزی متمرکز و نظام مختلط

در نظام بازار تصمیم های مهم اقتصادی را افراد و بنگاههای خصوصی اتخاذ می کنند.

نظام اقتصادی کشورهایی که با نظام بازار اداره می شود نظام سرمایه داری یا نظام بازار محور نامیده می شوند .

در نظام اقتصاد برنامه ای متمرکز بیشتر تصمیم گیری های اقتصادی را دولت در دست دارد.

اقتصادی که به نحوی ترکیب یا اختلاطی از این دو است به عنوان اقتصاد مختلط شناخته می شود. اقتصاد مختلط نظامی است مرکب از عناصر اقتصاد بازار و اقتصاد برنامه ای.

ظرفیت و توان هر جامعه در تولید ترکیبات مختلف از کالاها و خدمات مرز امکانات تولید یا منحنی امکانات تولید آن جامعه می نامند. منحنی امکانات تولید بیان هندسی ترکیب محصولات (اعم از کالاها و خدمات) است که یک جامعه با به کارگیری تمام منابع و عوامل موجود خود می تواند تولید کند.

در اقتصاد دو نوع هزینه و جود دارد: هزینه های حسابداری و هزینه فرصت. هزینه های حسابداری عبارت است از میزان پولی که صرف بدست آوردن کالا یا خدماتی می شود.

هزینه فرصت، بدست آوردن یک کالا و یا خدمت عبارت است از ارزش بهترین بدیلی که فرد در مقابل بدست آوردن آن کالا و خدمت از دست داده است.

یک اقتصاد زمانی به کارایی اقتصادی یا کارایی تولیدی دست می یابد که بدون کاستن از تولید کالا یا خدماتی دیگر نتواند مقدار بیشتری از یک کالا یا خدمت را تولید کند.

سوالات فصل چهارم

- ۱- سه پرسش اساسی در علم اقتصاد را نام ببرید؟
- ۲- نظام اقتصادی را تعریف کنید و سه نظام مهم و عمده در اقتصاد را نام ببرید؟
- ۳- مزایا و معایب نظام اقتصادی مبتنی بر بازار آزاد را توضیح دهید؟
- ۴- مزایا و معایب نظام اقتصادی متمرکز را بر شمرده و آن را با نظام مبتنی بر بازار آزاد مقایسه کنید؟
- ۵- اصطلاحات اقتصادی زیر را تعریف کنید: الف) منحنی امکانات تولید ب) هزینه فرصت ج) کارایی
- ۶- تفاوت میان هزینه فرصت و هزینه حسابداری را توضیح دهید؟

ضمیمه فصل چهارم

مزایا و معایب نظامهای اقتصادی

هر نظام اقتصادی دارای پاره ای از ویژگی های مثبت و پاره ای ویژگی های منفی است که به برخی از این ویژگی ها با عنوان مزایا و معایب نظامهای اقتصادی در زیر اشاره می شود.

اقتصاد بازار

مزایا: اقتصاددانان طرفدار نظام بازار مزایای چندی برای آن بر شمرده اند. در اینجا به چند مزیت مهم اشاره می کنیم.

(۱) نظام انگیزشی قوی:

طرفداران نظام بازار استدلال می کند که انگیزه اصلی همه تلاشهای افراد پیگیری و تامین نفع شخصی آنان است. در نتیجه تلاش برای پیگیری نفع شخصی بهره وری به سطح بیشینه می رسد.

(۲) **کارایی:** منظور از کارایی اقتصادی بهره گیری حد اکثر ممکن از امکانات برای تولید حداکثر کالاها و خدمات بدون اتلاف و هدر رفتن منابع است. حامیان مکانیسم بازار استدلال می کنند که افراد و بنگاههای خصوصی بیش از هر کس دیگر قادرند مصالح و منافع خود را تشخیص دهند. لذا، بهتر است دست بازار و عوامل فعال در آن یعنی افراد و بنگاههای خصوصی در زمینه تخصیص منابع باز گذاشته شود. دخالت دولت در اقتصاد مانع از حداکثر شدن **کارایی اقتصادی** و باعث اخلال در عملکرد نیروهای بازار می شود.

(۳) **میزان تولید و کیفیت بالاتر:** در نظام مبتنی بر بازار چنانکه گفته شد. میزان تولید بیشتر و کیفیت کالای تولید شده بیشتر خواهد بود. زیرا وجود انگیزه بالاتر و قوی تر در تولید کنندگان و کارایی و بهره وری بیشتر عوامل تولید باعث می شود میزان تولید به لحاظ کمی و وجود رقابت باعث می شود میزان تولید به لحاظ کیفی بیشتر از نظام متمرکز باشد.

(۴) **تنوع تولید بالاتر و آزادی بیشتر در انتخاب:** گفته می شود نظام قیمت گذاری در بازار آزاد وسیله ای است برای ایجاد ارتباط میان تصمیم های مصرف کننده و تولید کننده در زمینه انتخاب نوع کالاها و خدمات. براساس این ادعا برخورداری بنگاهها از آزادی ورود به کسب و کار دلخواه زمینه را برای رقابت و تولید کالاها و خدمات بیشتر و عرضه آنها به قیمت کمتر فراهم می سازد. از سوی دیگر، مصرف کنندگان حق بیشتری از میان انواع کالاها و خدمات در مقایسه با مصرف کنندگان در نظام برنامه ای کاملاً متمرکز دارند.

معایب:

الف) **نابرابری در درآمد و ثروت:** یکی از معایب اقتصاد مبتنی بر نظام بازار این است که در این نظام چرخه فعالیت اقتصادی و تولید عمدتاً بر مدار و مراد ثروتمندان و توانگران می‌چرخد. در واقع در نظام بازار این ثروتمندانند که حق رای بیشتر و موثرتری به نام پول در اختیار دارند و می‌توانند به وسیله آن سمت و سو و رویکرد تولیدی تولیدکنندگان را از تولید کالای اساسی و ضروری مورد نیاز مردم، خاصه فقرا، به سوی تولید کالاهای لوکس و تجملاتی سوق دهند. از این رو، نظام بازار از طریق سازوکار قیمت‌ها همواره نمی‌تواند توزیع مناسب و منصفانه‌ای را ایجاد کند.

ب) **دورانهای رونق و رکود:** استدلال دیگر بر علیه نظام بازار این است که در این نظام زمینه‌های بیکاری و تورم بیشتر است. در این نظام بیشترین میزان اشتغال در بنگاههای ایجاد می‌شود و در شرایط رکود آنها اقدام به اخراج کارگران کرده باعث افزایش میزان بیکاری در جامعه می‌شوند.

ج) تبلیغات و نقض حاکمیت مصرف کننده:

در نظام بازار همه در پی آنند که تمامی سود بیشتری به دست آورند. برای این کار آنها به ترفندها و روشهای گوناگون از جمله تبلیغات متوسل می‌شوند. تبلیغات باعث ایجاد تقاضای تصنعی و خواست‌های تازه می‌گردد. در نتیجه، استقلال افراد در زمینه تصمیم‌گیری در باره مصرف تحت تاثیر تبلیغات قرار گرفته و حاکمیت او نقض می‌شود. به بیان دیگر برخلاف ادعا و انتظار رایج مبنی بر این که مصرف‌کننده باید تصمیم بگیرد چه کالایی را تقاضا و مصرف کند شگردهای تبلیغاتی و الگوهایی القایی مصرف‌کالاهایی را بر مصرف‌کننده تحمیل می‌کند که تولیدکنندگان تولید می‌کنند.

گذشته از این‌ها، مکانیسم بازار کاستی‌ها و نارسایی‌ها بی‌عمده دارد که از آن به عنوان شکست بازار نام برده می‌شود.^{۴۱}

اقتصاد برنامه‌ای کاملاً متمرکز

مزایا و معایب نظام بازار را به اجمال مرور کردیم. در مورد نظام متمرکز نیز اتفاق نظر وجود ندارد. یعنی این نظام نیز در مقایسه با نظام بازار مزایایی دارد. اما این گل‌مزایا بی‌خار معایب نیست. برخی از این مزایا و معایب را بر می‌شماریم.

^{۴۱} برای آشنایی بیشتر با مباحث مربوط به شکست بازار ر.ک. به؛ رنانی محسن، (۱۳۷۶) بازار یا نابازار، تهران: برنامه و بودجه؛ معصومی نیا غلامعلی (۱۳۷۷) بررسی و مقایسه عملکرد بازار کالاها و خدمات در سیستم اقتصادی اسلام و سرمایه‌داری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه مفید؛ کتاب نقش دولت در جهان در حال تحول ترجمه دکتر حمیدرضا برادران شرکاء، و همکاران تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی ۱۳۷۹

مزایا: در نظام اقتصاد برنامه ای برخی از کاستی های نظام بازار وجود ندارد یا این کاستی ها کم رنگتر است. برخی از این مزایا عبارتند از:

د) فقدان بیکاری آشکار:

در نظام برنامه ای کاملا متمرکز تقریبا هیچ کس بیکار نیست براساس دستور دولت همه باید کار کنند. باین وصف، نباید تصور کرد که اشتغال کامل در این نظام به معنای عاری بودن اقتصاد از هر نوع بیکاری است. بلکه در این نظام نیز بیکاری پنهان، یعنی بهره وری پایین وجود دارد.

ب) تورم پایین: در اقتصاد با برنامه ریزی متمرکز دولت یا اداره مرکزی قیمت ها را تعیین و آنرا تثبیت می کند و اجازه نمی دهد قیمت ها افزایش یابد. در نظام بازار اگر تقاضا بیشتر از میزان تولید باشد قیمت ها افزایش می یابد، اما در نظام برنامه ای اگر تولید کفاف تقاضا را نکند منجر به ایجاد صف های طویل و شکل گیری بازار سیاه می گردد. این امر اگر پیامدی داشته باشد نارضایتی های اجتماعی است نه افزایش قیمت.

الف) کاهش نابرابری در ثروت و درآمد. در نظام برنامه ای افراد اجازه ندارند سرمایه و ثروتی هنگتی انباشت کنند. مالکیت و اداره بنگاههای اقتصادی در دست دولت قرار دارد. از این گذشته، دولت می کوشد استانداردهای نسبتا مطلوب و تقریبا برابری در زمینه های آموزش، بهداشت و مسکن را برای همگان فراهم کند.

ج) تخصیص مناسبتر منابع به نیازهای اساسی جامعه:

در نظام بازار آزاد در واقع منابع الزاما به نیازهای اساسی جامعه تخصیص نمی یابد. بلکه عمدتا به بخش هایی اختصاص می یابد که درآمد و سود بیشتری نصیب تولید کنندگان و عرضه کنندگان سازد. ممکن است جامعه به تولید کالاها یا خدماتی ضروری نیاز داشته باشد اما تولید این کالاها و خدمات سود کمتری عاید تولید کننده سازد لذا این کالاها و خدمات تولید نمی شوند. برعکس تولید کالاها و خدمات لوکس که نیاز اساسی یک جامعه نیست اما سود بیشتری نصیب سود تولید کنندگان سازد. لذا چنین کالاها و خدماتی در جامعه تولید می شوند. در نظام برنامه ای متمرکز چون تخصیص منابع در اختیار دولت قرار دارد دولت می تواند با شناسایی نیازهای اساسی تر منابع را بدان سمت سوق دهد.

اما برخی معایب این نظام عبارتند از:

الف) فقدان انگیزه: در نظام برنامه ای چون کنترل قیمت ها، دستمزدها، و پاداش ها در اختیار و انحصار دولت قرار دارد انگیزه های فردی برای کار، تلاش و کوشش ضعیف است. نبود انگیزه سبب کم کاری و فقدان بهره وری می گردد و لذا-چنانکه اشاره شد- هرچند بیکاری آشکار و حود ندارد ولی بیکاری پنهان وجود دارد.

ب) محدودیت انتخاب: در نظام برنامه ای تنوع کالاهای تولید شده نسبتا کم بوده قادر به تامین رضایت سلیقه ها و ذایقه های گوناگون نیست. در واقع شناسایی خواست های همه افراد جامعه و تامین آنها از توان نهاد برنامه ریزی متمرکز خارج است.

باتوجه به این ضعف ها و قوت های هر یک از این نظامها کشورهای جهان از جمله کشور های در حال توسعه، بسته به شرایط و امکانات اقتصادی و اجتماعی خود با ترکیبی از خصایص مطلوب از این دو نظام اقتصاد های خود را اداره می کنند.

نظام اقتصادی اسلام

شالوده، هویت و ماهیت هر نظام اقتصادی را جهان بینی حاکم بر آن نظام تشکیل می دهد. جهان بینی نظام سرمایه داری بر دنیسم خداپرستی طبیعی استوار است. براساس این جهان بینی نسبت خداوند با جهان صرفاً در حد آفریدگار جهان محدود می شود. یعنی خداوند جهان را آفریده و در آن نظم و سامان طبیعی خود کار تعبیه کرده است. اما پس از مرحله آفرینش در کار جهان و نظم آن دخالتی ندارد. نظام کاملاً متمرکز که نقطه کمال آن مرحله کمونیسم است براساس جهان بینی ماتریالیستی یا مادیگرایی استوار است. در این نظام جایی برای خدا در نظر گرفته نشده و طبیعت نقطه آغاز و فرجام هستی است. در جهان بینی اسلامی خداوند هم نقش آفریدگار و هم پروردگار را برعهده دارد. به عبارت دیگر هم پیدایش و و هم ادامه وجود و هستی موجودات در سایه تداوم فیض الهی امکان پذیر است. در سایه کرامت و شرافتی که خداوند به انسان بخشیده و به او عقل، اختیار و قدرت انتخاب عطا کرده است انسان بر سایر مخلوقات برتری و شرافت و اصالت می یابد و به سر حد مقام والای جانشینی خداوند نایل می شود. در اقتصاد مبتنی بر سرمایه داری و نظام بازار انگیزه بخش و شکل دهنده اصلی رفتارهای اقتصادی انسان را پیگیری نفع شخصی او تشکیل می دهد. فرجام نهایی پیگیری و تامین نفع شخصی در قالب حد اکثرشدن لذت و مطلوبیت تحقق می یابد. بنابراین رسیدن به حداکثر مطلوبیت هدف نهایی نظام سرمایه داری است. عدم دخالت دولت و آزادی نامحدود انسان همه برای دستیابی هر چه بیشتر و آسانتر به این به این آرمان مورد تاکید قرار می گیرد. اما در جهان بینی اسلامی معیارها و هنجارهای روابط اجتماعی انسانها بر اساس بندگی خداوند و کسب خشنودی او تعیین و ترسیم می شود. سعادت، خوشبختی و رستگاری در جهان بینی اسلامی در گرو رسیدن به قرب الهی و شناخت او است. بر اساس این معیار تمامی رفتارها و کردارهای انسان (از جمله رفتارهای اقتصادی او) باید گونه ای باشد که او را در رسیدن به این هدف کمک کند. در نتیجه روابط و ضوابط حاکم بر جامعه اسلامی نیز باید به گونه ای طراحی و تدوین شود که بتواند زمینه ساز صعود انسان به کمال مطلوب (قرب و خشنودی پروردگار متعال) گردد. در نتیجه نظام اقتصادی اسلام در کنار سایر نظامهای اجتماعی این دین مبین بر پایه اهداف اصول و نهادهایی بنا شده است که بستر لازم را برای حرکت انسانها به سمت جامعه ایده آل و آرمانی اسلامی که در آن تمامی کار و تلاش و فعالیت انسان صرفاً با هدف تامین رضایت خالق و رسیدن به آستانه قرب او صورت می گیرد، مهیا می کند.

چنانکه گفتیم در نظام مبتنی بر اقتصاد بازار حل و فصل و تصمیم گیری در باره مسایل اساسی اقتصاد بر دوش دست نامریی بازار و در نظام متمرکز بر عهده دولت گذاشته شده است. اما در نظام اقتصاد اسلامی راه میانه برگزیده شده است. از یک سو نظام اسلامی مالکیت مختلط را پذیرفته است و از سوی اصل وجود حقیقی فرد و جمع و هم چنین آزادی محدود افراد را به رسمیت شناخته است. نتیجه منطقی پذیرش این سه اصل در اسلام، به معنای آن است که هم دولت و هم بازار هر دو در تصمیم گیری برای اینکه چه کالاها و خدماتی، چگونه و برای که تولید شود نقش دارند. برای درک بهتر این موضوع لازم است اصولی اساسی نظام اسلامی را مختصراً توضیح دهیم

(أ) اصل مالکیت مختلط:

در ادبیات نظام اقتصاد بازار و متمرکز صرفاً دو نوع مالکیت وجود دارد: مالکیت دولتی و مالکیت خصوصی اما در نظام اقتصادی اسلام سه نوع مالکیت (مالکیت خصوصی، مالکیت عمومی و مالکیت دولتی) به رسمیت شناخته می شد.

(ب) اصل وجود حقیقی فرد و جمع:

بر اساس این اصل اسلام نه اصالت فرد و نه طرد نقش و اهمیت فرد را نمی‌پذیرد. در اسلام هم فرد و هم جامعه هر دو دارای هویت و هستی‌اند. از اینرو ایجاد توازن و همسویی میان منافع فرد و جامعه در اسلام جایگاه برجسته دارد.

ت) آزادی اقتصادی در کادر محدود:

بینش و نگرش اسلام نسبت به وجود حقیقی فرد و جامعه میزان و محدودیت آزادیهای فردی و اجتماعی را مشخص می‌کند. بر اساس این نگرش نه آزادی نامحدود فردی پذیرفتنی است و نه کتمان هویت و هستی فردی. در اینجا نیز اصل توازن میان آزادی‌ها حاکم است.

«مردم در فعالیت‌های اقتصادی‌شان آزادند انواع حرفه‌ها، صنایع و کارهایی را که می‌خواهند برگزینند، و خودشان مسؤول نتایج تصمیم‌ها و انتخاب‌های اقتصادی‌شان هستند. عوامل تولیدی را که مالکند یا کالاهایی را که می‌خواهند مبادله کنند، در بازار، خرید و فروش می‌کنند. کسی که فقط مالک عمل خود است، برای فروش خدمات خود به بازار می‌رود و با آنچه به دست می‌آورد، کالاها و خدماتی را که نیاز دارد، می‌خرد و کسی که دارایی‌ها و کالاهای تولیدی یا مصرفی یا ابزار تولید را مالک است، با آنچه مالک است، وارد بازار می‌شود و هیچ صاحب حقی از حق خود محروم نمی‌شود و واجب نیست ثروتمند با فقیر در مال برابر باشند. در عین حال، به ثروتمند اجازه داده نمی‌شود حتی از طریق ضوابط معلوم، قدرت انحصاری اعمال کند»^{۴۲}

ث) مداخله دولت:

تاکید بر نقش و جایگاه دولت در حیات اجتماعی امت اسلامی در متون و منابع دینی و فقهی اسلامی نشان می‌دهد که در نظام اقتصادی اسلام دولت از اختیارات گسترده‌ای در وضع مقررات و دخالت در امور اقتصادی جامعه برخوردار است.

ج) عدالت اجتماعی^{۴۳}:

عدالت اجتماعی به عنوان یکی از کلیدی‌ترین معیارها در نظام اقتصادی اسلام در برگیرنده حاکمیت وضعیت مطلوبی است که در آن توزیع ثروت، درآمد، قدرت و فرصت بین افراد و گروههای اجتماعی بر اساس اصل شایستگی، استحقاق و توازن صورت می‌گیرد. عدالت در نظام اقتصادی اسلام از یک سو در میان اهداف و از سوی دیگر در میان اصول و نهاد رسیدن به اهداف قرار می‌گیرد.

خلاصه آنکه وجود این اصول و اهداف در نظام اقتصادی اسلام در مقابل نظام‌های غیر دینی یک ترکیب متوازن از ابعاد غیرمادی و معنوی زندگی را پدید می‌آورد. نظام اقتصاد اسلامی با ایجاد این ترکیب و تلفیق ارضای خواسته‌های مادی و معنوی جامعه را به سمت دستیابی اعتلای معنوی و پیشرفت مادی رهنمون می‌شود.

به طور خلاصه در نظام اقتصادی اسلام مالکیت نهادها و عوامل تولید نه انحصار دولت است (نظام متمرکز) و نه در انحصار بازار (نظام سرمایه داری). بلکه در این نظام هم دولت و هم افراد هر دو در مالکیت عوامل نهادهای تولید و در نتیجه در تصمیم‌گیری در باره سه پرسش اساسی اقتصاد سهم دارند.

^{۴۲} کُف (۱۳۸۴) ص ۱۷۰

^{۴۳} نمازی (۱۳۷۴) ص ۲۲۶

مزایای نظام اقتصادی اسلام

مقایسه نظام اقتصادی اسلام با دو نظام دیگر نشان می‌دهد که بر اساس اصول و ساز و کار تعبیه شده در نظام اقتصادی اسلام مزایای هردو نظام بازار و متمرکز در نظام اقتصادی اسلام قابل تحقق و معایب هر دو نظام قابل اجتناب است. تامین و تحقق بسیاری این اهداف در نظام اسلامی جزئی از مبانی و اهداف نظام اسلامی است. برای مثال « تامین نیازهای اساسی: مسکن، خوراک، پوشاک، بهداشت، درمان، آموزش و پرورش و امکانات لازم برای تشکیل خانواده برای همه؛ تامین شرایط و امکانات کار برای همه به منظور رسیدن به اشتغال کامل و قرار دادن وسایل کار در اختیار همه کسانی که قادر به کارند ولی وسایل کار ندارند، در شکل تعاونی، از راه وام بدون بهره یا هر راه مشروع دیگر که نه به تمرکز و تداول ثروت در دست افراد و گروه‌های خاص منتهی شود و نه دولت را به صورت یک کارفرمای بزرگ مطلق در آورد؛...؛ رعایت آزادی انتخاب شغل...؛ منع اسراف و تبذیر در همه شیون مربوط به اقتصاد، اعم از مصرف، سرمایه‌گذاری، تولید، توزیع و خدمات؛...؛ تاکید بر افزایش تولیدات کشاورزی، دامی و صنعتی که نیازهای عمومی را تامین کند و کشور را به مرحله خودکفایی برساند و از وابستگی برهاند»^{۴۴}. جزء قانون اساسی برای حکومت مبتنی بر نظام اسلامی در نظر گرفته شده است.

با دقت در اصول اساسی نظام اقتصادی اسلامی - که در سطور بالا مورد اشاره قرار گرفت - می‌توان به راحتی زمینه تحقق مزایای هردو نظام پیشگفته را نشان داد. برخی از این مزایا را بر می‌شماریم:

کارایی اقتصادی: انگیزه بخش اصلی و اساسی رفتار اقتصادی انسان در نظام اسلامی رسیدن به کمال و قرب الهی است. انسان در جهان بینی اسلامی موجودی هدفمند و مسئول است. پاسخگویی در برابر خداوند و باورمندی به معاد و دنیای اخروی و مسئولیت انسان در تلاش برای به‌قابلیت رساندن همه ظرفیتهای وجودی او از یک سو و حرمت اسراف و به هدر دادن مواهب و منابع از سوی دیگر تامین حداکثر کارایی اقتصادی و بهره‌وری را در پی خواهد داشت. آزادی در حق انتخاب

چنانکه اشاره شد پذیرش آزادی محدود در این نظام از یک سو حق انتخاب از میان گزینه‌های متعدد و زمینه رقابت سالم را تضمین کند اما از سوی دیگر از عنان گسیختگی و تمرکز نامحدود امکانات و منابع در دست عده‌ای اندک‌شمار پیشگیری کند.

کاهش نابرابری

از دیگر مزایای نظام اقتصاد اسلامی تاکید و توجه به اصل عدالت و توازن اقتصادی است. تعبیه ساز و کارهای توزیعی و باز توزیعی مانند وجوب خمس زکات و دیگر وجوهای در نظام اقتصادی اسلام می‌تواند به صورت خودکار از میزان نابرابری و عدم تعادل‌های اجتماعی و اقتصادی بکاهد.

کاهش بیکاری: در نظام اقتصادی اسلام کار عبادت و تلاش برای تامین معیشت خانواده جهاد در راه خد قلمداد شده است. از سوی دیگر بدلیل اختیارات و امکان مداخله دولت در نظام اسلامی زمینه بیشتر برای ایجاد اشتغال و کاهش بیکاری فراهم است.

^{۴۴} قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران اصل ۴۳

تخصیص منابع به اولویت های جامعه: در نظام اسلامی به دلیل حضور و نقش دولت در ساماندهی و اداره امور اقتصادی و هم چنین به دلیل انگیزه معنوی - مادی تولید کننده بخش خصوصی زمینه انحراف در تخصیص منابع به سمت تولید کالاها و خدمات فاقد اولویت بسیار کمتر از نظام بازار آزاد است.

مقایسه نظام اقتصادی اسلام با دو نظام دیگر نشان می دهد که این نظام راه و شیوه بهتری برای پاسخگویی برای سه پرسش اساسی علم اقتصاد فراهم می کند.

با این حال توجه شود که نظام اقتصادی یک کشور جنبه نرم افزاری روشهای پاسخگویی به سه پرسش اساسی علم اقتصاد یا به عبارت دیگر شیوه تولید، توزیع و مصرف را تعیین می کند. اما به لحاظ فنی و اقتصادی دامنه مانور یک اقتصاد در انتخاب این که چه کالایی و به چه مقدار تولید شود در چارچوب ظرفیت تولیدی یا منحنی امکانات آن اقتصاد و هزینه فرصت تولید یک کالا تعیین می شود

بخش دوم

اقتصاد خرد: نظریه و کاربرد

فصل پنجم

نظریه تقاضا

مفهوم تقاضا در علم اقتصاد

وقتی اقتصاددانان واژه تقاضا را به کار می برند مفهومی را در نظر دارند که با مفهوم واژه تقاضا در گفتارهای روزمره و نوشتارهای عادی تفاوت دارد. برای مثال، جملات زیر را که ممکن است در روزنامه ها خوانده باشید یا از تلویزیون شنیده باشید باهم مقایسه کنید ۱- "متهم از دادگاه تقاضای فرجام کرد." ۲- "دولت ایران از جامعه جهانی برای کمک به زلزله زدگان بم تقاضای همکاری کرد." ۳- "به دلیل ورود کفش های ارزان چینی تقاضا برای کفش های داخلی کاهش یافته است." در دو جمله اول تقاضا به مفهوم درخواست یا ابرازنیاز و... به کار رفته است. اما واژه تقاضا در جمله سوم مفهوم متفاوتی را بیان می کند. در این جمله واژه تقاضا به مفهوم اقتصادی آن به کار رفته است. در مفهوم اقتصادی تقاضا، علاوه برخواست و تمایل و نیاز، قدرت خرید نیز منظور می شود. لذا نیاز بدون قدرت خرید تقاضا محسوب نمی شود.

تقاضا در اقتصاد عبارت است از تمایل (ترجیح و انتخاب) و توان برای خرید بالفعل یا بالقوه ی کالا یا یک خدمت در یک دوره زمانی معین

نظریه تقاضا

در نظریه تقاضا رفتار مصرف کنندگان یا خریداران کالاها و خدمات بررسی می شود. به این معنا که در این نظریه می کوشیم بررسی کنیم چه عواملی باعث می شود خریداران و مصرف کنندگان از یک کالا بیشتر و از کالایی دیگر کمتر یا از یک کالا در یک زمان کمتر و در زمانی دیگر بیشتر تقاضا کنند. خریداران می توانند افراد، خانوارها، بنگاهها، یا ادارات دولتی باشند. نظریه تقاضا نشان می دهد چگونه ترجیحات مصرف کننده، تقاضا برای مصرف یک کالا را تعیین می کند

عوامل مؤثر بر تقاضا

اگر تقاضای یک فرد از یک کالا مثلا، گوشت مرغ، را در نظر بگیریم چند عامل بر میزان و مقدار تقاضای یک فرد از آن کالا مؤثر است. برخی از مؤثرترین عوامل بر میزان تقاضای یک فرد از یک کالا عبارتند از:

قیمت

در رفتار مصرفی افراد یکی از عوامل تعیین کننده قیمت کالاها و خدمات است. مصرف کننده ای را در نظر بگیرید که با در اختیار داشتن درآمد محدود به بازار می رود تا برای مصارف یک ماهه خود خرید کند. فرض کنید اولین مغازه ای که در سر راه او قرار دارد فروشگاه محصولات پروتئینی است. این فرد پس از ورود به مغازه متوجه می شود که قیمت مرغ ۴۰ درصد افزایش یافته است. به نظر شما این افزایش در قیمت، بر مقدار تقاضای او از مرغ اثری دارد؟ پاسخ این پرسش به احتمال زیاد مثبت است. زیرا معمولا تقاضا کننده نسبت به افزایش قیمت با کاستن از مقدار تقاضای خود پاسخ می دهد. اما اگر قیمت کاهش یابد مقدار بیشتری تقاضا می کند. بنابر این اگر قیمت گوشت مرغ افزایش یابد تقاضا برای گوشت مرغ کاهش می یابد. برعکس، اگر قیمت گوشت مرغ کاهش یابد تقاضای آن افزایش می یابد. از آنجا که میزان تقاضا با افزایش قیمت کاهش و با کاهش قیمت میزان تقاضا افزایش می یابد می گوئیم که مقدار تقاضای گوشت مرغ با قیمت آن رابطه منفی دارد. این رابطه معکوس میان قیمت و مقدار تقاضا به طور کلی در اغلب کالاها صادق است و در حقیقت به عنوان یک اصل بدیهی در اقتصاد به عنوان **قانون تقاضا** جا افتاده است. **بر اساس قانون تقاضا، با فرض ثبات سایر شرایط وقتی قیمت یک کالا افزایش می یابد مقدار تقاضا از آن کالا کاهش می یابد.**

درآمد

فرض کنید یک نفر به عنوان مصرف کننده و داری درآمد معین در طول یکماه ۴ کیلو گوشت مرغ تقاضا می کند. اما به سبب یافتن شغل بهتر یا بهبود وضع کسب کار درآمد این فرد دوبرابر شود. آیا این فرد بازهم ماهی ۴ کیلو گوشت مرغ تقاضا خواهد کرد. خیر افزایش در درآمد افراد -در صورت نرمال بودن کالا- دست تقاضا کنندگان را برای خرید مقدار بیشتری از کالاها و خدمات باز خواهد کرد. لذا با افزایش درآمد تقاضای آنها از کالاها و خدمات افزایش می یابد. زیرا وقتی درآمد افراد، به هر دلیلی، بالا می رود قدرت خرید افراد بالا می رود. آنها می توانند با همان قیمت قبلی مقادیر بیشتری از یک کالا و حتی کالاهای بیشتری خریداری کنند. اگر با افزایش درآمد افراد میزان تقاضای آنها از یک کالا افزایش یابد آن کالا را اصطلاحا کالای نرمال می نامند. اما تقاضا برای برخی کالاها با افزایش درآمد کاهش می یابد. مثلا وقتی درآمد افراد بالاتر می رود آنها کمتر از اتوبوس برای رفتن بر سر کار یا دانشگاه استفاده میکنند. هرگاه با افزایش درآمد تقاضای افراد برای یک کالا کمتر شود می گوئیم آن کالا پست است.

قیمت کالاهای مرتبط و در دسترس بودن

آنها قیمت و در دسترس بودن کالاهای مرتبط (یعنی کالاهای مکمل یا جانشین) آن کالا یکی دیگر از عوامل تعیین کننده مقدار تقاضای یک کالا است. **جانشین یک کالا عبارتست از کالایی که بتواند نقش و کارکرد آن**

کالا را بسته به درجه جانشینی ایفا کند. برای مثال می دانیم گوشت قرمز جانشین گوشت سفید است و هردو می توانند پروتیین مورد نیاز بدن انسانها را تامین کنند. وقتی قیمت گوشت قرمز افزایش می یابد خریداران به سمت خرید بیشتر از گوشت سفید یعنی ماهی و مرغ روی می آورند. هم چنین اگر فرض کنیم دریک کشور به دلیل شیوع جنون گاوی مثلا عرضه گوشت قرمز کاهش یابد بازهم تقاضای برای گوشت سفید بالا می رود.

هرگاه قیمت جانشین یک کالا افزایش می یابد میزان تقاضا برای آن کالا بالا می رود. هم چنین، وقتی دسترسی به جانشین یک کالا کمتر می شود بازهم تقاضا برای آن کالا بالا می رود.

در مورد کالای مکمل، این رابطه منفی است. مثلا، اگر دولت ایران یارانه ها بر بنزین را بردارد و قیمت هر لیتر بنزین به ۱۵۰۰۰ ریال برسد به نظر شما آیا این اقدام اثری بر تقاضای خودرو سواری خواهد داشت؟ از آنجا که بنزین کالای مکمل برای خودرو سواری است با افزایش قیمت بنزین تمایل افراد برای خرید خودرو سواری کم خواهد شد. یا حد اقل افراد به سمت خودرو هایی روی خواهند آورد که بنزین کمتری مصرف می کند.

بنابر این هرگاه قیمت کالای مکمل افزایش یابد انتظار داریم با ثبات سایر شرایط تقاضای کالای اصلی کاهش یابد و برعکس اگر قیمت کالای مکمل کاهش یابد انتظار داریم با ثبات سایر شرایط تقاضای کالای اصلی افزایش یابد.

سلیقه ها و ترجیحات ذهنی سلیقه های افراد در تقاضا و مصرف کالاها در طول زمان و بر اثر عوامل تاریخی، فرهنگی، آداب و سنن حاکم بر جامعه آنها شکل می گیرد و ممکن است بازتاب نیازهای واقعی فیزیولوژیک افراد - مانند تقاضا برای گندم- یا اینکه بیانگر یک خواسته تصنعی و القایی- مانند تقاضا برای سیگار- باشد. در واقع، به استثنای کالاهای ضروری همین سلیقه ها هستند که به افراد دیکته می کنند از چه کالایی بیشتر و از چه کالایی کمتر تقاضا کنند. مثلا در برخی مناطق ذایقه افراد با گوشت ماهی سازگار است و در برخی مناطق با گوشت گوسفند.

سایر عوامل

عوامل فوق از بارزترین عوامل تعیین کننده مقدار تقاضا از یک کالا است. در کنار این موارد، عوامل دیگری نیز بر تقاضای افراد از یک کالا اثر می گذارند. مانند انتظارات افراد در مورد قیمت یک کالا یا در مورد در آمدشان در آینده که اینها نیز بر میزان تقاضای آنها از یک کالا یا یک خدمت در زمان فعلی تاثیر می گذارد. برای مثال فرض کنید که قیمت یک عدد سیم کارت تلفن همراه در اردیبهشت ۱۳۸۵، ۴ میلیون ریال باشد و شرکت مخابرات اعلام کند که از ابتدای خرداد ۱۳۸۵ قیمت سیم کارت تلفن همراه را از ۴ میلیون به ۳ میلیون کاهش خواهد داد. در این صورت طبعا تقاضا برای سیم کارت تلفن همراه در اردیبهشت کاهش خواهد یافت. یا در سالی که میزان بارندگی زیاد است یک باغدار یا کشاورز طبعا انتظار دارد در آن سال در آمد بیشتری داشته باشد. بنابراین می توان انتظار داشت که حتی پیش از

تحقق یافتن درآمد های انتظاری، این باغدار میزان بیشتری از کالاها را-به نسبت سالی که خشکسالی حاکم است و کشاورز انتظار درآمد بیشتر را ندارد- تقاضا کند.

یکی دیگر از عوامل موثر بر تقاضا سیاست های دولت است. برای مثال هرگاه دولت بر نرخ تعرفه واردات برخی کالاها مانند گوشی تلفن همراه را افزایش دهد با فرض ثبات سایر شرایط تقاضا برای این کالا کاهش می یابد. نمونه دیگر سیاست دولت ازادسازی قیمت بنزین است. اگر دولت یارانه پرداختی برای بنزین را قطع و بنزین را به قیمت آزاد عرضه کند قیمت این کالا افزایش یافته و تقاضای آن کاهش می یابد.

یکی دیگر از عوامل اثرگذار برای تقاضای افراد از کالاها و خدمات نقش الگوها و ارزش های دینی و اعتقادی است. برای نمونه حرمت مشروبات الکلی در اسلام سبب می شود در جامعه اسلامی تقاضایی برای مشروبات الکلی وجود نداشته باشد در جوامع پیرو آیین هندو مصرف گوشت گاو یک تابو است. و این امر باعث می شود تقاضایی برای این کالاها وجود نداشته باشد.

همچنین میزان مصرف کالاهای مباح نیز تحت تاثیر ارزش های دینی قرار می گیرد. مثلا میزان مصرف یک کالای مباح محدود به عدم اسراف است. لذا حتی با کاهش قیمت آن کالا و یا افزایش درآمد فرد و امکان خرید و مصرف بیشتر، اما وی تا حدی از این کالا خرید و مصرف می کند که به حد اسراف نرسد.

جدول تقاضا

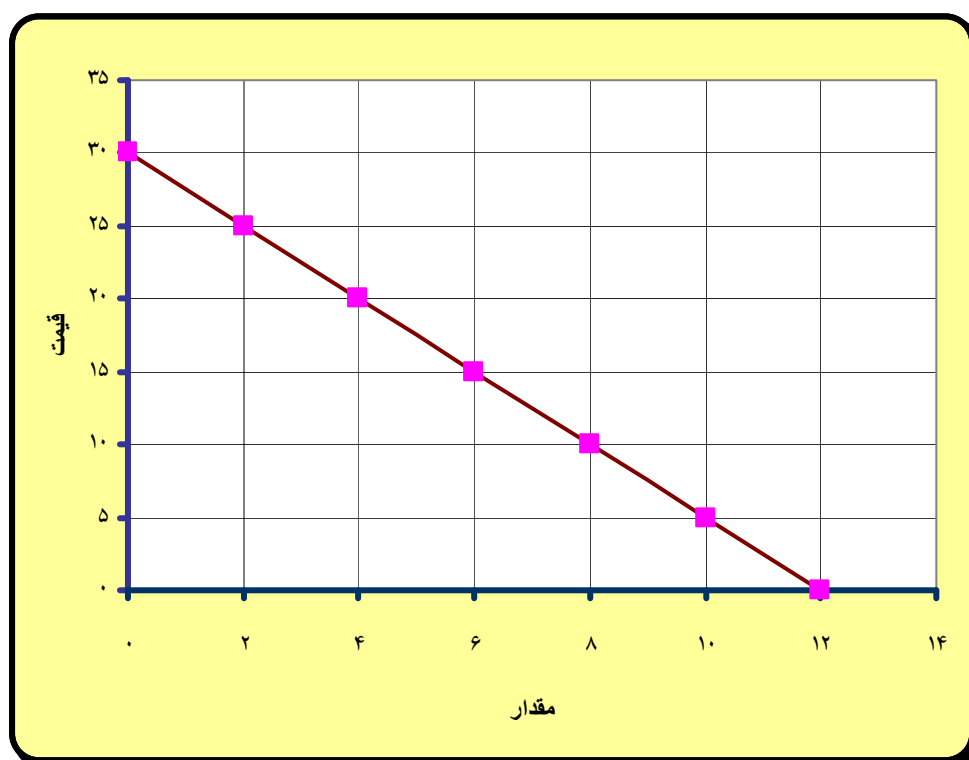
از میان همه عوامل مؤثر بر تقاضا با اندکی تسامح آنچه بیش از همه در میزان تقاضای افراد از کالاها و خدمات مشهود است و به همین دلیل و نیز بدلیل اینکه بتوان با ساده سازی به صورت عددی و نموداری تقاضا را بررسی کرد، فرض می کنیم تمام عامل مؤثر بر تقاضا ثابت باشد، و فقط قیمت کالا تغییر کند. در پایان این فصل این فرض را حذف می کنیم و اثر تغییر سایر عوامل بر تقاضا را بررسی خواهیم کرد.

هم مشاهدات دقیق علمی و هم رفتار مردم عادی نشان می دهند که با فرض ثبات سایر عوامل مؤثر بر تقاضا، هرگاه قیمت یک کالا بالا می رود گرایش افراد به خریداری از آن کالا کمتر می شود. برای بیان بهترین رابطه میان قیمت یک کالا و مقدار تقاضا معمولا از جدولی بنام **جدول تقاضا** استفاده می شود مثال فرضی تقاضای گوشت مرغ را در نظر بگیرید: در این مثال برای بررسی اثر قیمت گوشت مرغ بر تقاضای یک فرد از گوشت مرغ فرض می شود که سایر عوامل مؤثر بر تقاضا مانند درآمد، قیمت و عرضه سایر محصولات پروتئینی مانند گوشت قرمز، ماهی و سویا، سلیقه و انتظارات این فرد ثابت است و فقط قیمت گوشت مرغ تغییر کرده است جدول ۵-۱، جدول تقاضا برای گوشت مرغ را در یک دوره زمانی معین نشان می دهد نشان می دهد.

همانگونه که در جدول مشاهده می کنید به ازای هر قیمت مقدار معینی گوشت مرغ تقاضا می شود. یعنی با کاهش قیمت مقدار تقاضای این خریدار فرضی افزایش می یابد. چنانکه می بینیم در این جدول رابطه ای معکوس میان قیمت و مقدار تقاضا شده مشاهده می شود

جدول تقاضا برای گوشت مرغ	
قیمت (هزار ریال)	مقدار تقاضا (کیلوگرم)
۰	۱۲
۵ (الف)	۱۰
۱۰ (ب)	۸
۱۵ (ج)	۶
۲۰ (د)	۴
۲۵ (ه)	۲
۳۰ (و)	۰

جدول ۱۰



منحنی تقاضا

اگر اعداد مربوط به قیمت و تقاضا را از جدول تقاضا به صفحه مختصات منتقل کنیم به ازای هر قیمت و مقدار تقاضا یک نقطه بدست می آید و از اتصال این نقاط به یکدیگر منحنی تقاضا بدست می آید. منحنی تقاضا عبارت

است از بیان هندسی رابطه قیمت و مقدار تقاضا و بیانگر مقادیر مختلف تقاضای فرد از کالا یا خدمت در ازای قیمت های مختلف در دوره زمانی معین است. نمودار ۵-۱ نمونه ای از منحنی تقاضا را نشان می دهد.

در این منحنی، به پیروی از سنت اقتصاددانان، قیمت را در محور عمودی و مقدار تقاضا را در محور افقی رسم می کنیم. با توجه به معکوس بودن رابطه قیمت و تقاضا، شیب خطی که مقدار تقاضا و قیمت را به هم پیوند می دهد نزولی است.

چرا با افزایش قیمت مقدار تقاضا کاهش می یابد؟ یا به تعبیر فنی تر چرا شیب تقاضا نزولی است؟ به دو دلیل زیر شیب تقاضا نزولی است: **اثر جانشینی**: وقتی قیمت یک کالا افزایش می یابد خریداران سعی می کنند کالای دیگری را جانشین آن کنند. برای مثال، با افزایش قیمت گوشت مرغ خریداران به سمت مصرف گوشت ماهی یا گوشت قرمز تمایل پیدا می کنند. **اثر درآمدی**: اثر درآمدی به این معناست که وقتی قیمت کالایی بالا می رود در مقایسه با قبل و دست کم در ارتباط با خرید کالایی که قیمتش افزایش یافته قدرت خرید افراد کم شده است. اگر قیمت برنج دو برابر شود خریداران نسبت به گذشته درآمد واقعی کمتری دارند و در نتیجه هم از برنج و هم از سایر کالاها کمتر می توانند بخرند.

جدول تقاضای بازار برای گوشت مرغ

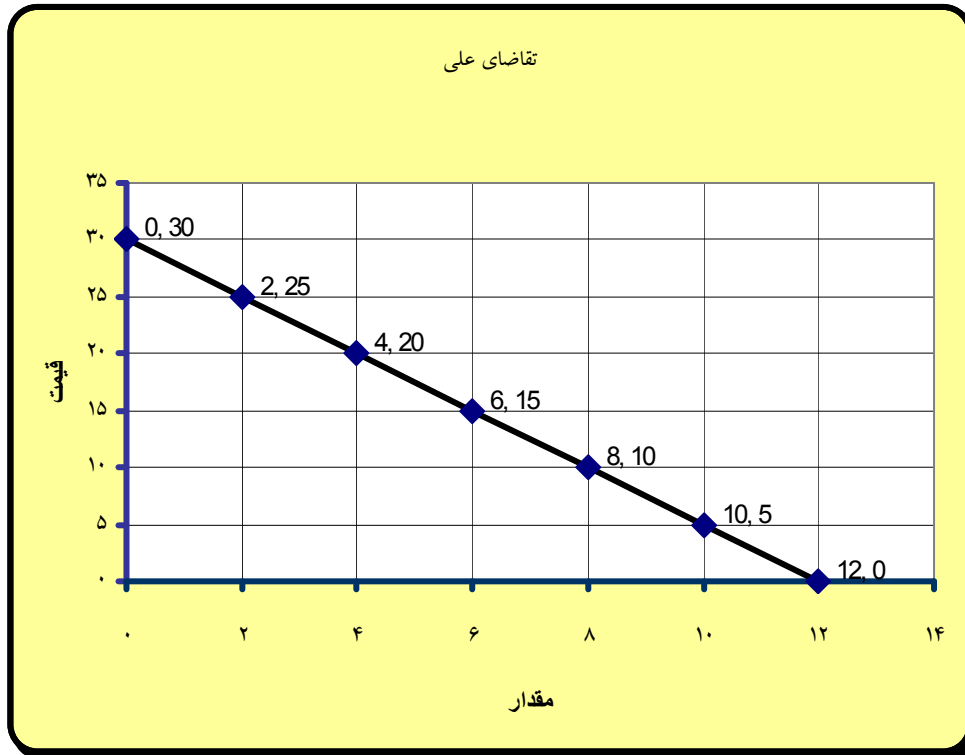
قیمت (هزار ریال)	تقاضای علی (کیلوگرم)	تقاضای رضا (کیلوگرم)	بازار (کیلوگرم)
۰	۱۲	۱۸	۳۰
۵	۱۰	۱۵	۲۵
۱۰	۸	۱۲	۲۰
۱۵	۶	۹	۱۵
۲۰	۴	۶	۱۰
۲۵	۲	۳	۵
۳۰	۰	۰	۰

آنچه تا به حال در مورد تقاضا گفتیم به تقاضای یک فرد از یک محصول مربوط میشود. اما اگر بخواهیم سازوکار بازار را بررسی کنیم لازم است تقاضای کل بازار را برای یک محصول بدست آوریم. تقاضای بازار برای یک محصول معین عبارت است از جمع کل تقاضاهای فردی برای آن محصول. جدول تقاضای

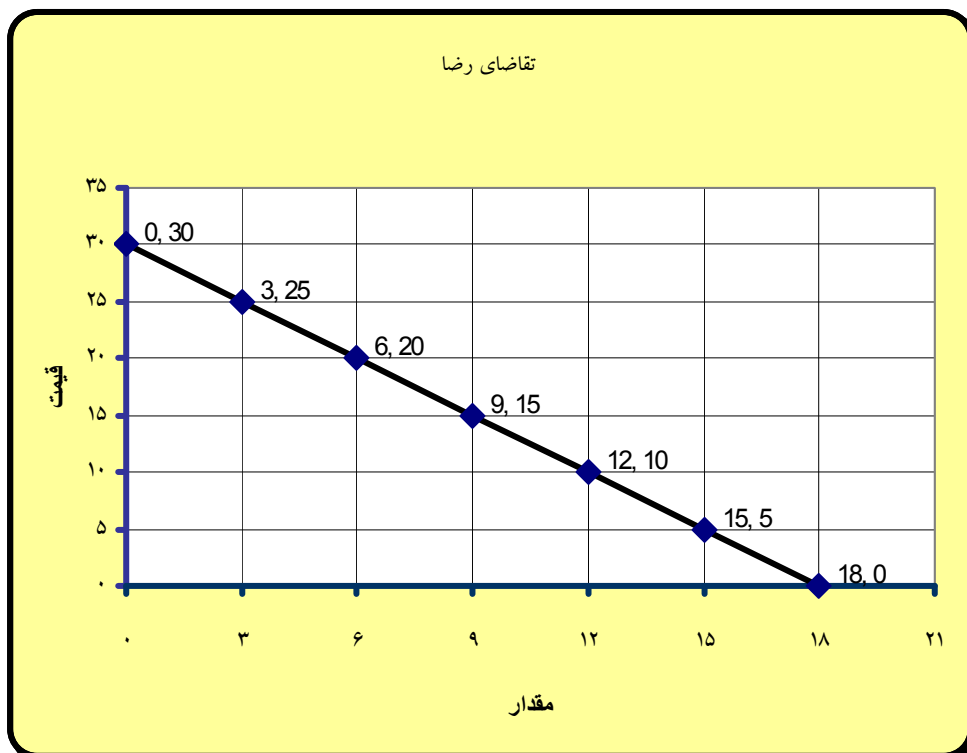
بازار از جمع جدولهای تقاضای افراد بدست می آید. برای سادگی فرض می کنیم در یک بازار فرضی برای گوشت

مرغ تنها دو متقاضی-علی و رضا- وجود داشته باشد. در جدول ۲-۵ تقاضای گوشت مرغ برای این دونفر نشان داده شده است.

فرض کنید نمودار ۱-۵ منحنی تقاضای علی و نمودار ۲-۵ منحنی تقاضای رضا باشد

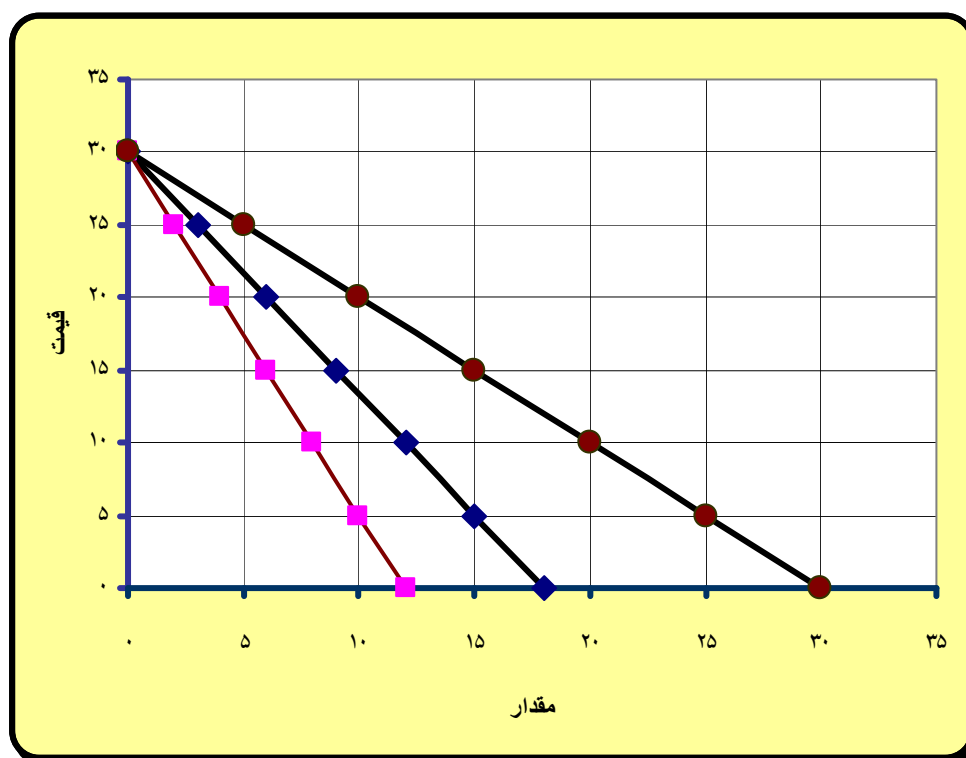


نموداره ۲



نموداره ۳

در آن صورت
منحنی تقاضای
بازار نیز از جمع
افقی تقاضای افراد
بدست می آید.

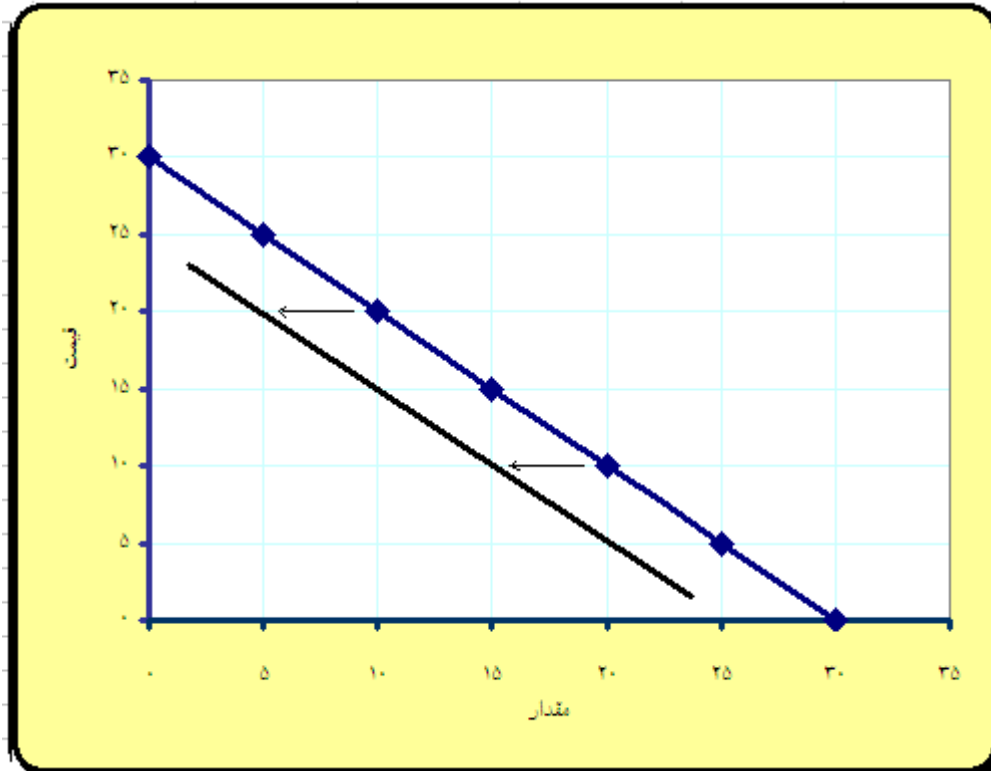


نموداره ۵

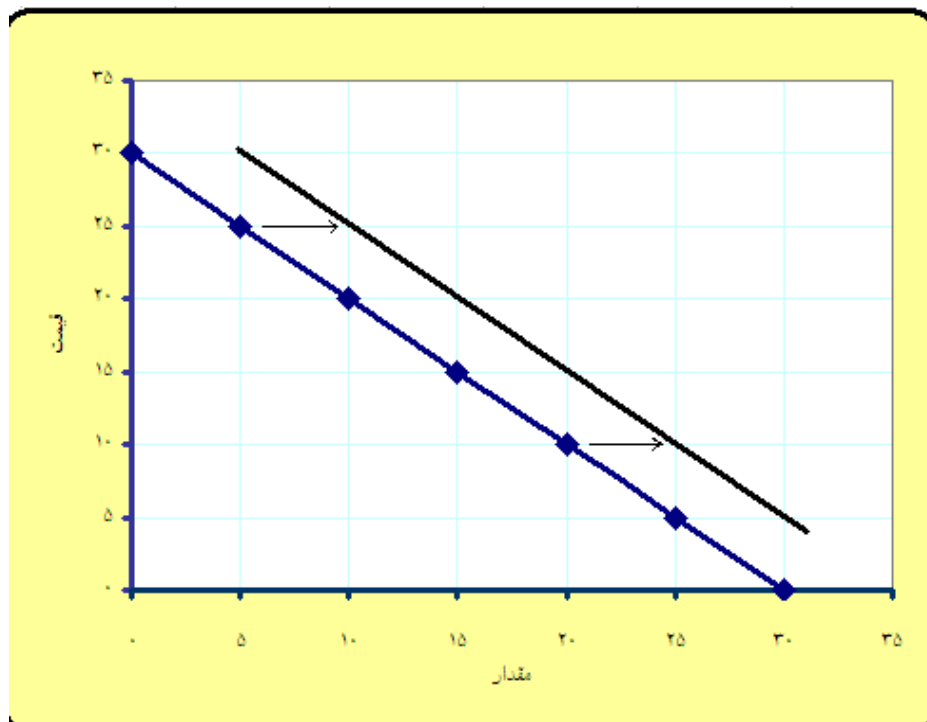
تغییر سایر عوامل تأثیرگذار بر تقاضا

در جدول‌ها و نمودارهای ۱-۵ و ۲-۵ اثر تغییر قیمت بر مقدار تقاضا را بررسی کردیم. اما چنانکه پیشتر گفته شد در تعیین تقاضا عوامل دیگری مانند درآمد، سلیقه، کالاهای مرتبط، انتظارات و... نیز مؤثرند. وقتی قیمت یک کالا تغییر می‌کند از یک نقطه روی منحنی تقاضا به نقطه دیگر حرکت می‌کنیم. حال می‌خواهیم بررسی کنیم که تغییرات سایر عوامل چگونه در نمودار هندسی تقاضا منعکس می‌شود تا بتوانیم اثر تغییرات سایر عوامل را نیز از طریق این ابزار مشاهده و تجزیه و تحلیل کنیم. وقتی سایر عوامل مؤثر بر تقاضا-غیر از قیمت کالا- تغییر کند حرکت روی منحنی تقاضا صورت نمی‌گیرد. بلکه خود منحنی تقاضا جابجا می‌شود. بنابراین باید دقت کرد که در بحث تقاضا، دو مفهوم تغییر تقاضا و تغییر در مقدار تقاضا را با همدیگر خلط نکنیم. وقتی قیمت یک کالا تغییر می‌کند ما روی منحنی تقاضا حرکت می‌کنیم. برای این حالت عبارت **"تغییر در مقدار تقاضا"** را به کار می‌بریم. اما عبارت **"تغییر در تقاضا"** را برای حالتی استفاده می‌کنیم که سایر عوامل تغییر می‌کند و کل منحنی تقاضا منتقل می‌شود. برای مثال فرض کنید سازمان بهداشت جهانی اعلام کند که در افرادی که از گوشت سفید بجای گوشت قرمز مصرف می‌کنند احتمال بروز بیماریهای قلبی و عروقی تا ۹۰٪ کاهش می‌یابد. این هشدار باعث می‌گردد نگرش و به عبارتی دیگر، سلیقه‌های افراد

نسبت به مصرف گوشت مرغ تغییر کند. در این حالت، چنان که در نمودار ۵-۵ و ۶-۵ مشاهده می کنید تقاضای افراد در همان سطح قیمت های قبلی افزایش یافته است. این تغییر (افزایش) را در نمودار به صورت انتقال منحنی تقاضا به سمت راست و بالا مشاهده می کنیم.



نمودار ۶-۵



نمودار ۷-۵

فرض کنید علی و رضا که به طور فرضی تشکیل دهندگان بازار گوشت مرغ بودند بخشی از درآمد خود را از دست بدهند در این صورت به نظر شما چه اتفاقی در منحنی تقاضا رخ خواهد داد؟ همانگونه که در نمودار ۵-۵ نشان داده ایم منحنی تقاضا به دلیل کاهش در درآمد به سمت چپ و پایین جابجا می شود. خوانندگان علاقه مند می توانند اثر هریک از سایر عوامل را تمرین نمایند.

خلاصه

تقاضا در اقتصاد عبارت است از تمایل (ترجیح و انتخاب) و توان برای خرید بالفعل یا بالقوه ی کالا یا یک خدمت در یک دوره زمانی معین

مؤثرترین عوامل بر میزان تقاضای یک فرد از یک کالا عبارتند از قیمت، درآمد، قیمت کالاهای مرتبط، سلیقه ها و ترجیحات ذهنی

با فرض ثبات سایر شرایط وقتی قیمت یک کالا افزایش می یابد مقدار تقاضا از آن کالا کاهش می یابد.

با فرض ثبات سایر شرایط وقتی قیمت یک کالا افزایش می یابد مقدار تقاضا از آن کالا کاهش می یابد.

رابطه معکوس میان قیمت و مقدار تقاضا به طور کلی در اغلب کالاها صادق است و در حقیقت به عنوان یک اصل بدیهی در اقتصاد به عنوان قانون تقاضا جا افتاده است.

با افزایش درآمد تقاضای آنها از کالاها و خدمات افزایش می یابد. اگر با افزایش درآمد افراد میزان تقاضای آنها از یک کالا افزایش یابد آن کالا را اصطلاحاً کالای نرمال می نامند. هرگاه با افزایش درآمد تقاضای افراد برای یک کالا کمتر شود می گوئیم آن کالا پست است.

قیمت کالاهای مرتبط: وقتی قیمت جانشین یک کالا افزایش می یابد میزان تقاضا برای آن کالا بالا می رود. هم چنین، وقتی دسترسی به جانشین یک کالا کمتر می شود تقاضا برای آن کالا بالا می رود.

هرگاه قیمت کالای مکمل افزایش یابد انتظار داریم با ثبات سایر شرایط تقاضای کالای اصلی کاهش یابد و برعکس اگر قیمت کالاهای مکمل کاهش یابد انتظار داریم با ثبات سایر شرایط تقاضای کالای اصلی افزایش یابد.

برای بیان بهتر این رابطه میان قیمت یک کالا و مقدار تقاضا معمولاً از منحنی تقاضا استفاده می شود.

منحنی تقاضا عبارت است از بیان هندسی رابطه قیمت و مقدار تقاضا و بیانگر مقادیر مختلف تقاضای فرد از کالا یا خدمت در ازای قیمت های مختلف در دوره زمانی معین

وقتی قیمت یک کالا تغییر می کند ما روی منحنی تقاضا حرکت می کنیم. برای این حالت عبارت "تغییر در مقدار تقاضا" را به کار می بریم. اما عبارت "تغییر در تقاضا" را برای حالتی استفاده می کنیم که سایر عوامل تغییر می کند و کل منحنی تقاضا منتقل می شود.

سوالات فصل پنجم

- ۱- نظریه «تقاضا» را توضیح دهید؟
- ۲- مهمترین عوامل موثر بر تقاضا را نام ببرید؟
- ۳- کالای نرمال و کالای پست را تعریف کنید؟
- ۴- رابطه میان قیمت کالاهای مرتبط و تقاضا برای یک کالا را با ذکر مثال توضیح دهید؟
- ۵- منحنی تقاضا را تعریف کنید و توضیح دهید منحنی تقاضای بازار از چه روش بدست می آید؟
- ۶- میان دو تعبیر «تغییر در مقدار تقاضا» و «تغییر تقاضا» چه تفاوتی است؟ با ذکر مثال توضیح دهید؟

فصل ششم

نظریه عرضه

عرضه و عوامل مؤثر بر آن

پس از آشنایی با تقاضا و عوامل تعیین کننده مقدار تقاضا برای یک کالا یا خدمت اکنون روی دیگر سکه بازار یعنی رفتار فروشنده و عرضه کننده را مورد مطالعه قرار می دهیم. عرضه عبارت است از مقدار کالا یا خدمتی که تولید کننده (عرضه کننده) مایل و قادر است در دوره زمانی معین عرضه کنند. در مفهوم عرضه نیز دو عنصر تمایل به ارائه و توان ارائه منظور شده است.

نظریه عرضه

در نظریه عرضه رفتار تولید کنندگان و عرضه کنندگان کالاها و خدمات بررسی می شود. به عبارت دیگر، نظریه عرضه در پی یافتن و تبیین دلایل و عواملی است که باعث می شود در یک دوره زمانی عرضه کنندگان (تولید کنندگان و فروشندگان) یک کالا را بیشتر یا کمتر عرضه کنند.

عوامل مؤثر بر مقدار عرضه

در تقاضا دیدیم که عوامل متعددی بر تعیین مقدار تقاضا از یک کالا یا خدمت نقش دارد. در بررسی عوامل مؤثر بر عرضه نیز باید به خاطر داشت که تولید کنندگان به انگیزه کسب سود اقدام به تولید کالاها و خدمات می کنند. بنابراین هر عاملی که به صورت مستقیم یا به صورت غیر مستقیم-مثلا از طریق کاهش هزینه های تولید- به افزایش سود کمک کند منجر به افزایش مقدار عرضه می شود. برخی از این عوامل که نوعا بیش از سایر عوامل در تعیین مقدار تقاضا نقش دارند عبارتند از:

قیمت

قیمت هر کالایی از عوامل مؤثر در تعیین مقدار عرضه آن کالا است. برای مثال، اگر گوشت مرغ را در نظر بگیریم وقتی قیمت گوشت مرغ بالاست تولید و فروش آن سودآور می شود. با افزایش سودآوری تولید و فروش گوشت مرغ، مرغداران بر ساعات کار خود می افزایند؛ کارگران بیشتری استخدام و مرغداریهای جدیدی تاسیس می کنند. در نتیجه مقدار بیشتری از آن کالا عرضه می شود. در مقابل، هنگامی که قیمت گوشت مرغ پایین است قاعدتا سودآوری

شغل مرغداری-تولید و فروش گوشت مرغ-کمتر است. وقتی سودآوری پایین است تولید گوشت مرغ کمتر می شود. اگر قیمت گوشت مرغ و سودآوری تولید آن خیلی پایین باشد ممکن است تولید کننده به کلی عطای این شغل را به لقای آن بخشیده و در صدد تغییر شغل برآید و عرضه گوشت مرغ به صفر برسد.

قانون عرضه : بافرض ثبات سایر شرایط، وقتی قیمت يك کالا افزایش می یابد مقدار عرضه آن کالا نیز بالا می رود.

از آنجا که با افزایش قیمت کالا مقدار عرضه افزایش و با کاهش آن کاهش می یابد نتیجه می گیریم که میان مقدار عرضه یک کالا و قیمت آن رابطه مثبت و جود دارد. اقتصاددانان از این رابطه به عنوان قانون عرضه یاد می کنند. عرضه عبارت است از رابطه میان دامنه ای از قیمت های معین و مقدار عرضه شده از یک کالا که این را بطه در عرف اقتصاددانان به نام قانون عرضه شناخته می شود. قانون عرضه بیان می کند که اگر سایر عوامل مؤثر بر تقاضا تغییر نکند میان قیمت کالاها و مقداری که فروشندگان مایل به فروش هستند یک رابطه مستقیم و جود دارد.

قیمت نهاده های تولید

چنانکه گفته شد هر عاملی که منجر به کاهش هزینه های تولید شود بر سودآوری و در نتیجه بر مقدار عرضه اثر می گذارد. قیمت نهاده های تولید مانند نیروی کار، مواد خام و ... جزء اصلی ترین عوامل تعیین کننده هزینه های تولید است. برای مثال وقتی قیمت تولید گوشت مرغ مانند کنجاله، هورمون، ذرت، دستمزد، و اجاره بالا می رود هزینه تولید و عرضه گوشت مرغ افزایش و سودآوری و در نتیجه عرضه آن کاهش می یابد.

پیشرفت تکنولوژیکی

هر چیزی که کار تولید و عرضه را آسانتر سازد یا منجر به ایجاد تغییری گردد که بتوان با میزان کمتری از نهاده ها مقدار محصول قبلی را تولید کرد، پیشرفت تکنولوژیکی نامیده می شود. بنابراین، از نوآوریها و اختراعات علمی و صنعتی گرفته تا روی آوردن به روش تازه و بهتر در استفاده از تکنولوژی موجود و حتی ساماندهی دوباره امور همه در شمار پیشرفت های تکنولوژیکی قرار می گیرند. برای مثال بر اثر پیشرفت تکنولوژیکی تولید یک دستگاه اتومبیل در شرکت ایران خودرو در سال ۱۳۸۳ وقت کمتری نسبت به تولید یک دستگاه اتومبیل در سال ۱۳۵۵ لازم داشته است. و همین پیشرفت تکنولوژیکی یکی از مهمترین دلایل افزایش در مقدار عرضه اتومبیل در ایران در سال های اخیر بوده است. یکی دیگر نمونه های روشن تاثیر پیشرفت تکنولوژی بر مقدار عرضه، مثال کامپیوتر های شخصی است. در سالهای اخیر عرضه کامپیوتر های شخصی به طور قابل توجهی افزایش یافته است. راز این افزایش چشمگیر در عرضه

رایانه های شخصی با سرعت و قدرت پردازش و محاسبه بسیار بالاتر با قیمت بسیار نازلتر از پیش، در پیشرفت های فن آورانه نهفته است.

قیمت کالاهای مرتبط

قیمت کالاهای مرتبط نیز بر مقدار عرضه کالا و خدمت اثر دارد. منظور از کالای مرتبط در این جا کالایی است که با استفاده از نهاده های مشابه تولید می شوند. مثلا دو کالای کیف و کفش را در نظر بگیرید که هر دو از چرم تهیه می شود. اگر - به هر دلیلی - قیمت کیف های چرمی دوبرابر شود و قیمت کفش تغییری نکند عرضه کفش کاهش می یابد و تولید کنندگان نهاده تولید (چرم) را به سمت تولید کیف هدایت می کنند. هم چنین توجه داشته باشید اگر یک کالا در دو بازار عرضه شود کالای متفاوت اما مرتبط به شمار می آید. افزایش یا کاهش قیمت یک کالا در یک یا دو بازار می تواند بر مقدار عرضه یک کالا اثرگذار باشد. مثال روشن آن قیمت نیروی کار یعنی دستمزد است. چرا عرضه خدمات پزشکان فوق تخصص و متخصصان تکنولوژی اطلاعات در زاهدان کمتر از تهران است؟ قیمت خدمات (دستمزد) در تهران بر کاهش عرضه این خدمات در زاهدان اثر دارد. پایین بودن قیمت این خدمات در کشورهای در حال توسعه باعث می شود مقدار عرضه کالای تخصص بر و مهارت بر در کشورهای صنعتی - از طریق مهاجرت متخصصان جهان سوم (فرار مغزها) - افزایش یابد

انتظارات در مورد میزان تقاضا

چرا قیمت میوه ها و مرکبات در ماههای آخر هر سال به خصوص در اسفند ماه افزایش می یابد؟ عرضه کنندگان عمده میوه که در ایران عمدتا از دلالات و واسطه هاتشکیل می شوند میوه ها را از باغداران و کشاورزان به قیمت کم خریداری می کنند - و چون انتظار دارند که در ایام عید نوروز تقاضا برای میوه ها و مرکبات و در نتیجه قیمت آنها افزایش یابد - آنها را در سردخانه ها انبار و در اوج گرانی یعنی ایام نوروز عرضه می کنند. می بینید که به دلیل انتظار افزایش یا کاهش در قیمت کالایی در آینده عرضه آن در زمان حال افزایش یا کاهش می یابد. مثال دیگر: معمولا یک تولید کننده محصولات چرمی انتظار دارد در آغاز سال تحصیلی آموزشی مدارس تقاضا برای کیف و کفش و در نتیجه قیمت آنها افزایش می یابد. با توجه به این انتظار و پیش بینی او حتی چند ماه پیش از آن تولید کیف و کفش را افزایش می دهد. تولید و عرضه نفت در کشورهای تولید و صادر کننده نفت یکی دیگر از نمونه های مشهود اثر انتظارات و پیش بینی قیمت های آینده بر مقدار عرضه نفت است. معمولا با آغاز فصل سرد، تقاضای برای انرژی در کشورهای عمده مصرف کننده نفت افزایش می یابد لذا کشورها و شرکت های تولید کننده انرژی حتی پیش از زمستان عرضه خود را افزایش می دهند.

سیاست‌های دولت

از دیگر عوامل مهم مؤثر بر مقدار عرضه کالا و خدمات می‌توان به سیاست‌های دولت اشاره کرد. سیاست‌های دولت در زمینه افزایش یا کاهش مالیاتها، اعمال قانون حداقل دسمزدها، تثبیت قیمتها، یارانه‌ها، و سیاست‌های تجاری و بازرگانی دولت مانند افزایش یا کاهش تعرفه‌های گمرگی بر واردات مواد خام و کالاها، و اعطای یارانه و تشویق‌های صادراتی؛ هم‌چنین سیاست‌های ارزی و پولی دولت می‌تواند در افزایش یا کاهش مقدار عرضه کالاها و خدمات مؤثر باشد. به عنوان مثال، افزایش یا کاهش یارانه‌های تولید بر مقدار عرضه اثر دارد. برای نمونه هرگاه دولت برای تشویق تولید کتاب و محصولات فرهنگی کاغذ یارانه‌ای و دلار به نرخ کمتر برای تهیه تجهیزات و دستگاههای مورد نیاز از خارج در اختیار تولید کنندگان قرار دهد هزینه تولید محصولات فرهنگی کاهش می‌یابد و در نتیجه آنها عرضه را افزایش خواهند داد.

سایر عوامل

عوامل دیگری نیز در کنار عوامل فوق بر مقدار عرضه اثر دارد. مثلا کاهش میزان بارندگی و خشکسالی باعث کاهش در مقدار عرضه محصولات کشاورزی می‌گردد. چنانکه ملاحظه شد عوامل متعددی بر عرضه تاثیر گذار است اما با فرض اینکه تمام عوامل تاثیرگذار بر عرضه به جز قیمت کالا ثابت باشد،^{۴۵} می‌گوییم: عرضه عبارت است از مقادیر مختلفی از کالا که بنگاه یا عرضه کننده حاضر است در ازای قیمت‌های مختلف در یک دوره زمانی مشخص به بازار عرضه کند. برای مثال به جدول زیر (جدول ۶-۱) توجه کنید. در این جدول، جدول عرضه و منحنی عرضه را در

جدول عرضه گوشت مرغ		
مکان	قیمت (هزار ریال)	مقدار عرضه (کیلو گرم)
	۰	۰
الف)	۵	۳
ب)	۱۰	۶
ج)	۱۵	۹
د)	۲۰	۱۲
ح)	۲۵	۱۵

قالب همان مثال

فرضی گوشت

مرغ توضیح می

دهیم. این

جدول نشان می

دهد که در

قیمت‌های

مختلف چه

مقدار گوشت

جد:

^{۴۵}. همانگونه که در مورد تقاضا گفته شد، این فرض ساده کننده را بعدا کنار خواهیم گذاشت.

مرغ عرضه می شود.

چنانکه در این جدول مشاهده می کنید در قیمت های پایین تر از ۵۰۰۰ ریال اصلا هیچ مرغی عرضه نمی شود. یعنی در قیمت های پایین تر هزینه های تولید پوشش داده نمی شود ، بنابراین تولید و عرضه صورت نمی گیرد. اما با افزایش قیمت از این سطح مقدار عرضه مرغ نیز افزایش می یابد

چنانکه در جدول مشاهده می کنید در قیمت ۲۵۰۰۰ ریال تولید کننده حاضر است ۱۵ کیلو گوشت مرغ عرضه کند. وقتی قیمت به ۲۰۰۰۰ ریال کاهش می یابد مقدار عرضه به ۱۲ کیلو کاهش می یابد. وقتی قیمت به ۵۰۰۰ ریال می رسد عرضه گوشت مرغ به ۳ کیلو کاهش می یابد. یعنی در قیمت های پایین تر هزینه های تولید پوشش داده نمی شود ، بنابراین تولید و عرضه صورت نمی گیرد. . جدول فوق که رابطه میان قیمت یک کالا و مقدار عرضه آن را نشان میدهد در میان اقتصاددانان به نام جدول عرضه شهرت یافته است. اگر داده های عرضه را روی صفحه مختصات (قیمت کالا را در محور عمودی و مقدار تقاضا را روی محور افقی) رسم کنیم به ازای هر مقدار و قیمت معین یک نقطه بدست می آید. هرگاه این نقاط روی صفحه مختصات را به هم دیگر وصل کنیم منحنی عرضه بنگاه بدست می آید.

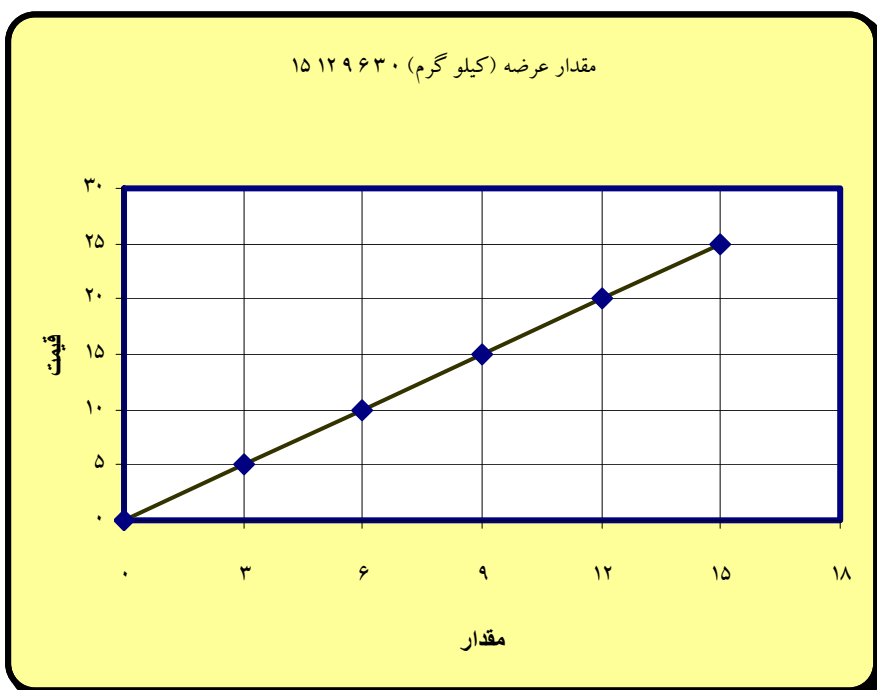
نمودار ۱-۶

منحنی عرضه

منحنی عرضه بیان هندسی رابطه قیمت و مقادیر مختلف عرضه است که بنگاه تمایل دارد و قادر است به ازای قیمت های مختلف در دوره زمانی معین ارائه دهد. از آنجا که رابطه قیمت و مقدار عرضه مثبت است منحنی عرضه صعودی

است. چرا منحنی عرضه صعودی

است؟ یک دلیل این است که با افزایش قیمت و فرض ثبات سایر عوامل سود آوری بنگاه افزایش می یابد. لذا بنگاه میزان تولید و عرضه را افزایش می دهد. دلیل دیگر اینکه اگر قیمت ها به اندازه کافی افزایش یابد، ممکن است باعث جذب سرمایه های دیگر به تولید این محصول شود. در نمودار ۱-۶



منحنی عرضه گوشت مرغ به تصویر کشیده شده است. این منحنی اثر تغییر قیمت گوشت مرغ را بر مقادیر عرضه شده به زبان هندسی بیان می کند.

عرضه بازار

در تقاضا دیدیم که تقاضای بازار عبارت بود از مجموع تقاضاهای همه خریداران. عرضه بازار نیز از جمع عرضه همه فروشندگان بدست می آید. جدول عرضه بازار از جمع جدول عرضه های فردی یعنی افراد و بنگاههای عرضه کننده بدست می آید. فرض می کنیم که در بازار تنها دو عرضه کننده گوشت مرغ وجود دارد: امیر و محمد. جدول ۶-۲،

جدول عرضه بازار گوشت مرغ را نشان می دهد.

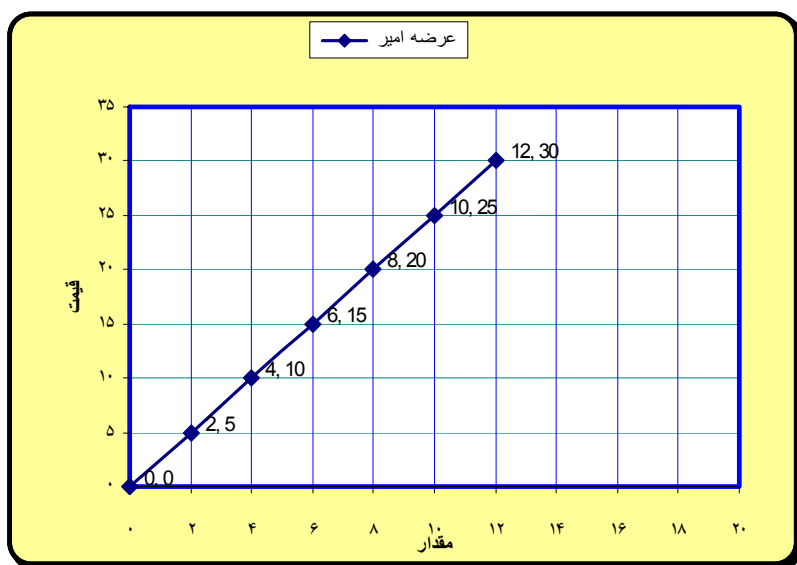
شیوه استخراج جدول و رسم منحنی عرضه بازار نیز همان شیوه استخراج جدول تقاضا و رسم منحنی آن است. یعنی جدول عرضه بازار از جمع افقی عرضه افراد بدست می آید. منحنی عرضه بازار نیز در نمودار ۶-

عرضه بازار	عرضه محمد	عرضه امیر	قیمت
۰	۰	۰	۰
۵	۳	۲	۵
۱۰	۶	۴	۱۰
۱۵	۹	۶	۱۵
۲۰	۱۲	۸	۲۰
۲۵	۱۵	۱۰	۲۵
۳۰	۱۸	۱۲	۳۰

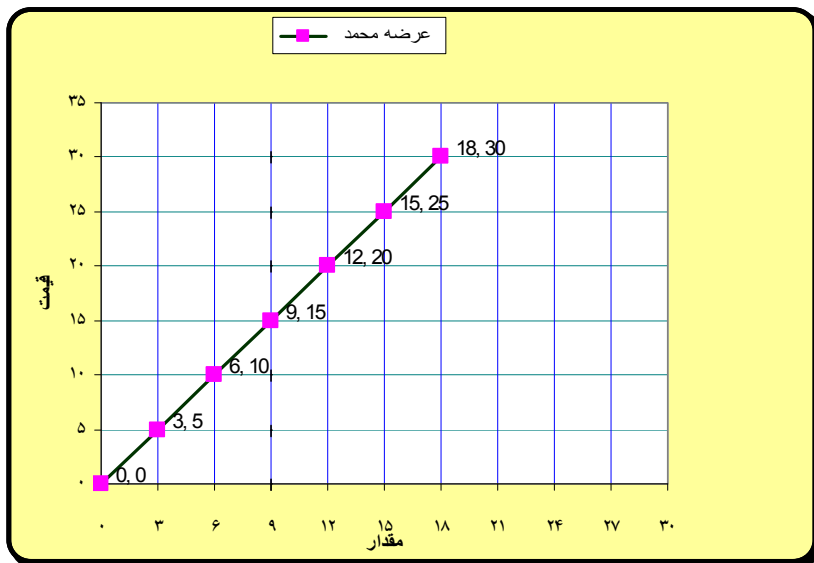
۲ رسم شده است.

این جدول رابطه میان تغییرات قیمت گوشت مرغ (با فرض ثابت ماندن سایر شرایط) و عرضه این کالا بازار را نشان می دهد. اگر بخواهیم منحنی عرضه بازار را در صفحه مختصات رسم کنیم درست مانند منحنی تقاضای بازار در این جا نیز منحنی های عرضه فردی را جمع افقی می کنیم. یعنی برای بدست آوردن

در



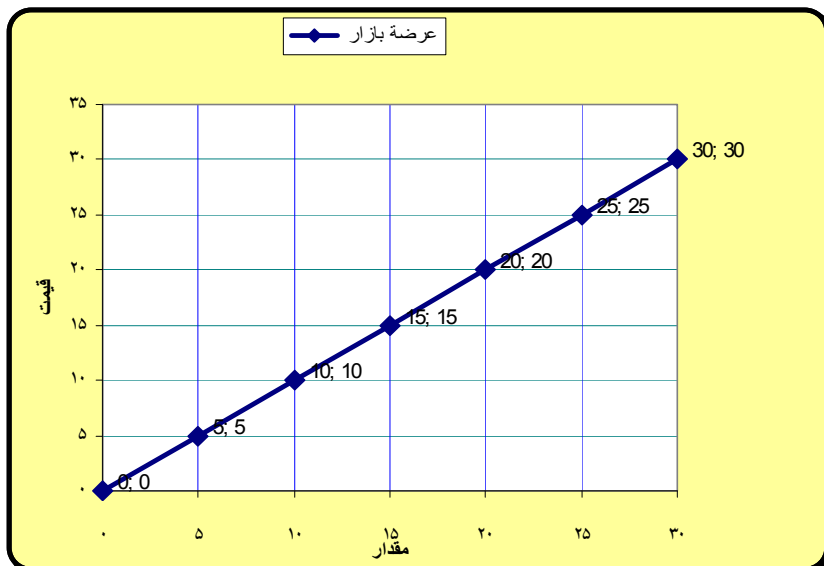
نمودار ۶-۲



نمودار ۳

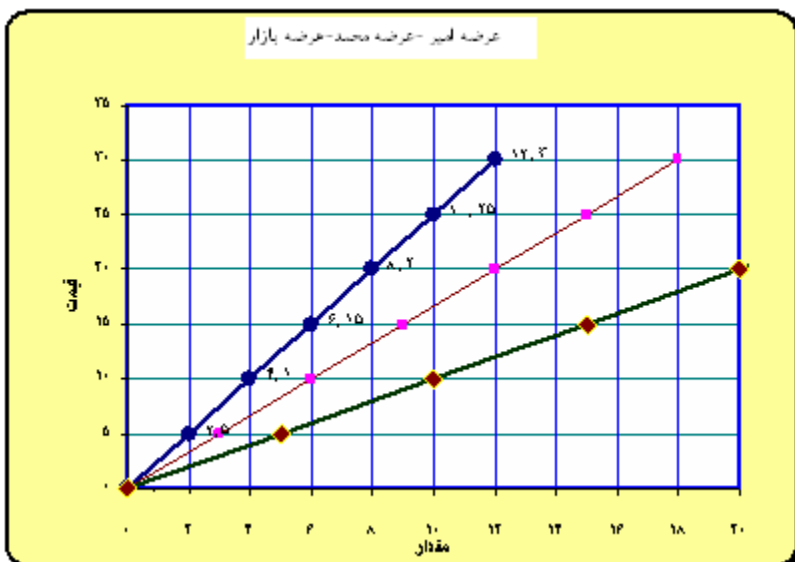
کل مقدار عرضه در قیمت های مختلف مقادیر عرضه فردی روی محور افقی را با هم دیگر جمع می کنیم. منحنی عرضه بازار تغییرات در کل عرضه بازار به ازای قیمت های مختلف کالا را در دوره زمانی معین نشان می دهد.

نمودار ۲-۶ منحنی عرضه مرغداری امیر



نمودار ۴

نمودار ۳-۶ منحنی عرضه محمد و نمودار ۳-۶ منحنی عرضه بازار است. نقاط منحنی عرضه بازار از جمع افقی نقاط منحنی دو بنگاه امیر و محمد در قیمت های مختلف بدست آمده است. در نمودار ۵-۶ هر سه منحنی در یک صفحه نشان داده شده است.



نمودار ۵

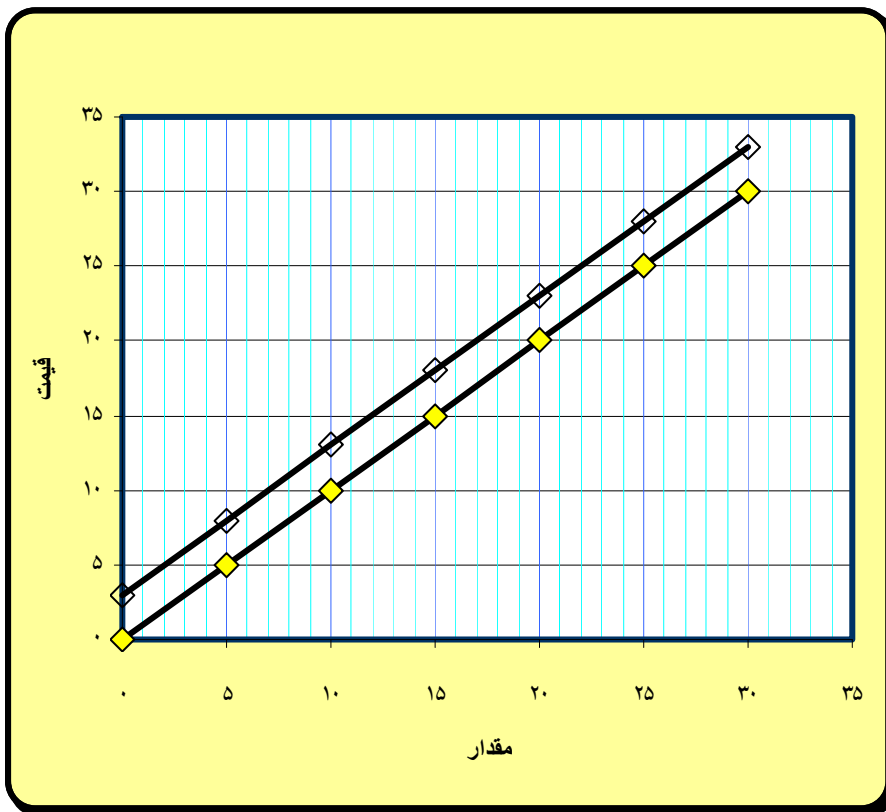
تغییر سایر عوامل تاثیر گذار

تاکنون هم در جدول عرضه و هم در منحنی عرضه تمام عوامل مؤثر بر عرضه - بااستثنای قیمت - را ثابت در نظر می گرفتیم تا بتوانیم بر رابطه میان قیمت کالا و مقدار عرضه آن تمرکز نماییم. اما، اگر یکی از این عوامل تغییر کند رابطه قیمت و مقدار

عرضه تغییر کرده و رابطه جدیدی شکل خواهد گرفت. در بیان هندسی این تغییر را، در فضای قیمت و مقدار عرضه، به صورت جابجایی در منحنی عرضه مشاهده می کنیم. در حالیکه واکنش منحنی عرضه در مقابل تغییرات قیمت به صورت حرکت بر روی منحنی عرضه خواهد بود. بنابراین، هر گونه جابجایی و انتقال مکان منحنی عرضه در واکنش به تغییرات سایر عوامل مؤثر بر عرضه-غیر از قیمت- را "تغییر در تقاضا" می نامیم و برای هر حرکت بر روی منحنی عرضه عبارت "تغییر در مقدار عرضه" را به کار می بریم. دقت کنید مشابه تقاضا در اینجا نیز عبارت تغییر در مقدار عرضه را برای تغییر قیمت و ثبات سایر شرایط و عبارت تغییر عرضه را برای تغییر در یکی از عوامل مؤثر بر عرضه به استثنای قیمت به کار می بریم. به طور کلی هرگاه یکی از عوامل مؤثر بر عرضه به استثنای قیمت تغییر کند منحنی عرضه جابجا می شود. برای مثال اگر کالای گوشت مرغ را در نظر بگیریم ذرت دامی و کنجاله سویا به عنوان خوراک طیور جزء نهاده های تولید و عرضه گوشت مرغ می باشد که از برزیل و چین وارد می شود. اگر دولت تعرفه های گمرکی بر واردات این دو کالا را حذف کند هزینه تولید گوشت مرغ کاهش می یابد و سود بنگاه بیشتر می شود. در نتیجه عرضه کننده حاضر است در همان سطوح قیمتی قبلی مقدار بیشتری عرضه کند. این افزایش در عرضه در صفحه مختصات که قیمت ها روی محور عمودی و مقدار روی محور افقی رسم می شود به صورت انتقال منحنی عرضه به سمت راست نشان داده می شود. در نتیجه، کل رابطه قیمت و مقدار عرضه گوشت مرغ در ایران تغییر خواهد کرد. در این وضعیت عرضه کنندگان حاضر خواهند شد در همان قیمت های قبلی مقادیری بیشتری عرضه کنند. در جدول ۳-۶ و منحنی ۳-۶ واکنش عرضه به تغییر (در اینجا کاهش) قیمت های نهاده های تولید (ذرت و کنجاله سویا) نشان داده شده است.

جدول عرضه گوشت مرغ			
مقدار عرضه پس از تغییر عرضه	عرضه بازار	قیمت (هزار ریال)	
۴۴	۳۸	۲۴	ا)
۳۶	۳۰	۱۸	ب)
۲۶	۲۰	۱۲	ج)
۱۵	۹	۸	د)
۶	۰	۵	ه)

در نمودار ۶-۶ منحنی سمت چپ و بالا رابطه قیمت و مقدار عرضه پیش از کاهش قیمت نهادهای تولید و منحنی منحنی پایین و سمت راست رابطه قیمت و مقدار را پس از کاهش قیمت ذرت و کنجاله سویا نشان می دهد. بر اساس این رابطه می بینیم که عرضه کننده حاضر است در هر قیمت قبلی مقدار چند واحد بیشتر کالا عرضه کند.



نمودار ۶-۷

جدول عوامل مؤثر بر تغییر در عرضه و تغییر در مقدار عرضه					
ردیف	متغیر	نوع تغییر	عنوان تغییر	اثر	رابطه متغیر و منحنی عرضه
الف)	قیمت کالا	افزایش	تغییر در مقدار عرضه	حرکت روی منحنی	مستقیم
		کاهش	تغییر در مقدار عرضه	حرکت روی منحنی	
ب)	قیمت نهادهای تولید	افزایش	تغییر در عرضه	جابجایی منحنی عرضه به سمت چپ	عکس
کاهش		تغییر در عرضه	جابجایی منحنی به سمت راست	عکس	
ح)	پیشرفت دانش فنی	افزایش	تغییر در عرضه	جابجایی منحنی به سمت راست	مستقیم
و)		سیاست دولت	افزایش مالیات	تغییر در عرضه	جابجایی منحنی به سمت چپ
ط)	انتظارات	افزایش قیمت	تغییر در عرضه	جابجایی منحنی به سمت راست	مستقیم
		کاهش قیمت	تغییر در عرضه	جابجایی منحنی به سمت چپ	عکس

جد

جدول ۶-۴ خلاصه روابط میان برخی از متغیرهای مؤثر بر تغییر عرضه و تغییر در مقدار مقدار عرضه را مرور می کند.

تعادل عرضه و تقاضا

تا این مرحله ما عرضه و تقاضا را به صورت انفرادی و مجزا بررسی می کردیم و دانستیم که در قیمت های مختلف تقاضا کنندگان حاضرند چه مقداری را بخرند و عرضه کنندگان حاضرند چه مقداری را بفروشند. دیدیم که منحنی تقاضا دارای شیب منفی و منحنی عرضه دارای شیب مثبت است. در اینجا می خواهیم عرضه و تقاضا را یکجا و در کنار همدیگر در نظر بگیریم.

زمانی که تقاضا و عرضه یک کالا با همدیگر در می آمیزند از تعامل آنها یک قیمت تعادلی و مقدار تعادلی آن کالا یا تعادل در بازار آن کالا شکل می گیرد. تعادل بازار یک کالا در آن مقدار و قیمت تحقق می یابد که نیروهای عرضه و تقاضا در بازار در توازن قرار داشته باشند. در قیمت تعادلی مقدار مورد تقاضای (توان و تمایل) خریداران دقیقاً برابر است با مقداری که فروشندگان حاضر و قادر به فروش آن مقدارند. وجه تسمیه این نقطه به نقطه تعادلی این است که در صورت برقراری توازن میان عرضه و تقاضا و ثبات سایر عوامل و شرایط دلیلی برای کاهش یا افزایش قیمت و مقدار وجود ندارد. زیرا خریداران آن مقداری را که می خواسته اند خریده اند و فروشندگان نیز آن مقداری که می خواسته اند فروخته اند. در بیان نموداری، اگر دو منحنی عرضه و تقاضای یک کالا را یکجا و در یک صفحه مختصات رسم کنیم متوجه می شویم که این دو منحنی تنها در یک نقطه با همدیگر تلاقی دارند. محل تلاقی این دو منحنی تعادل بازار این کالا را بدست می دهد. اگر از این نقطه تلاقی دو منحنی عرضه و تقاضا دو خط عمود بر دو محور افقی و عمودی صفحه مختصات رسم کنیم به ترتیب مقدار و قیمت تعادلی بدست می آید.

به مثال قبلی

در مورد تقاضا

و عرضه

بازگردیم و

مقادیر تقاضا و

عرضه بازار را

در یک جدول

در کنار

یکدیگر قرار

دهیم.

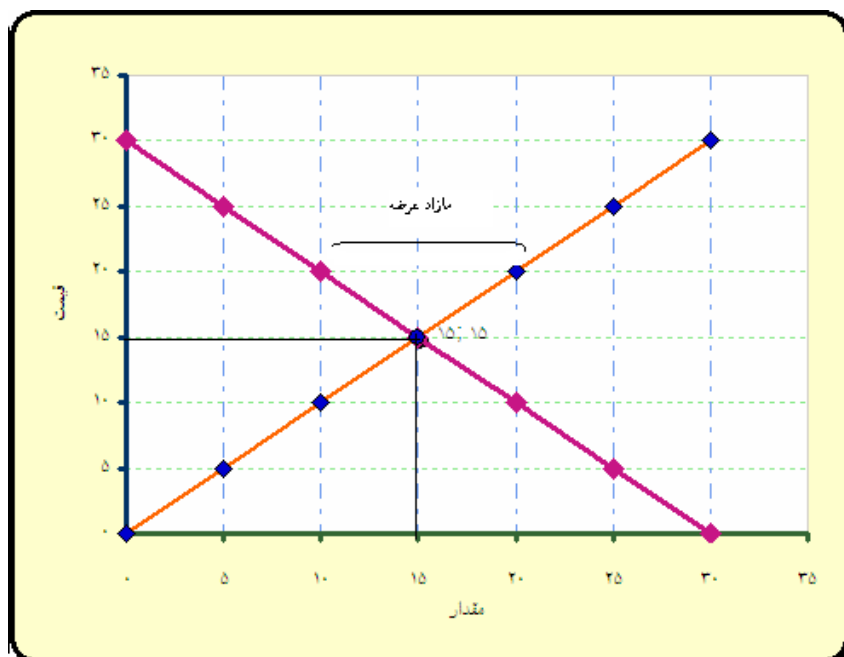
مشاهده می

جدول تقاضا و عرضه بازار گوشت مرغ

عرضه	تقاضا	قیمت	
(کیلوگرم)	(کیلوگرم)	(هزار ریال)	
۰	۳۰	۰	•
۵	۲۵	۵	•
۱۰	۲۰	۱۰	•
۱۵	۱۵	۱۵	•
۲۰	۱۰	۲۰	•
۲۵	۵	۲۵	•
۳۰	۰	۳۰	•

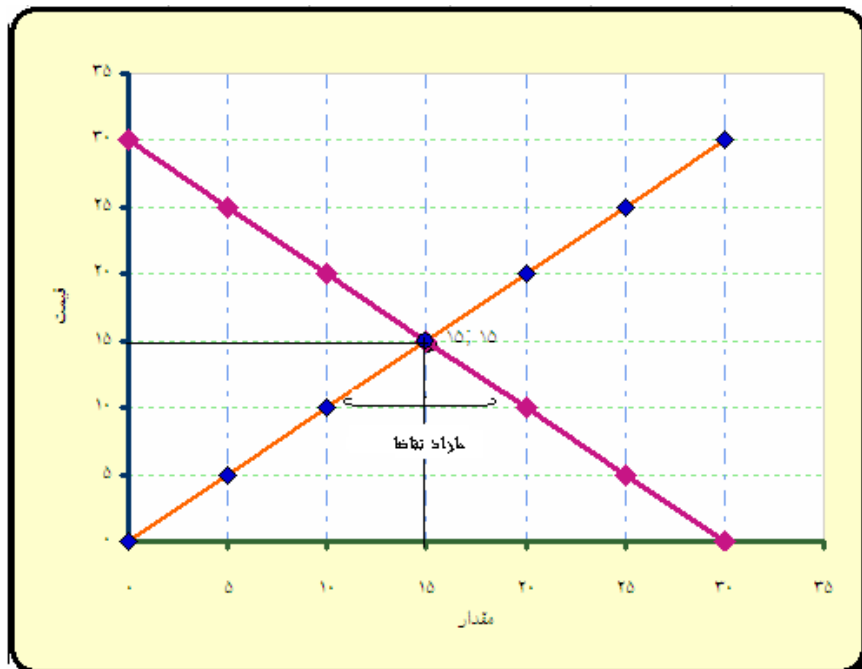
کنید که در قیمت صفر تقاضا در بالاترین حد و عرضه صفر است. و در قیمت ۳۰ عرضه در بالاترین حد و تقاضا صفر است. در سایر قیمت ها نیز مقادیر تقاضا و عرضه با یکدیگر مساوی نیستند که بیانگر عدم تعادل در بازار است، فقط در قیمت ۱۵ است که مقادیر عرضه و تقاضا با یکدیگر برابر است. این نقطه در نمودار محل تلاقی دو منحنی عرضه و تقاضاست.

نمودار ۶-۷ مشاهده می کنیم که تعادل بازار برای یک کالای فرضی مثلاً مرغ در نقطه تلاقی دو منحنی عرضه و تقاضای این کالا شکل می گیرد. اما، پرسش این است که چگونه و چرا این نقطه، نقطه تعادل بازار است. درستی این مدعا را با آزمون زیر اثبات می کنیم. اگر به نمودار ۶-۲ در مثال برگردیم می بینیم که قیمت تعادلی بازار فرضی مرغ ۲۰۰۰۰ ریال و مقدار تعادلی ۱۲ است. در مرحله اول فرض کنید قیمت مرغ بالا تر از قیمت تعادلی یعنی ۱۸۰۰۰ ریال باشد مقدار عرضه مرغ برابر با ۳۰ کیلو خواهد بود. درحالیکه در این قیمت تقاضا برای مرغ کمتر از ۲۰ یعنی ۱۲ کیلو خواهد بود



نمودار ۶-۸

در این وضعیت بازار مرغ با مازاد عرضه روبرو است. مازاد عرضه یعنی اینکه عرضه کنندگان بیش از حد تقاضای بازار مرغ تولید کرده اند و مقدار تولید اضافی روی دست شان مانده و همچنان روی دست شان خواهد ماند مگر آنکه از خیر قیمت بالا بگذرند و حاضر شوند مرغ ها را به قیمت پایین تری بفروشند. بدین ترتیب قیمت ها آن قدر کاهش می یابد که تعادل در بازار برقرار شود. حال فرض کنید که قیمت مرغ در بازار کمتر از قیمت تعادلی یعنی ۱۰۰۰۰ ریال باشد. در این قیمت مقدار تقاضا ۲۰ کیلو و مقدار عرضه ۱۰ کیلو خواهد بود (نمودار ۶-۸). یعنی مقدار تقاضا از مقدار عرضه بیشتر است. فزونی مقدار تقاضا بر مقدار عرضه به معنای کمبود کالای مورد نظر در بازار خواهد بود.



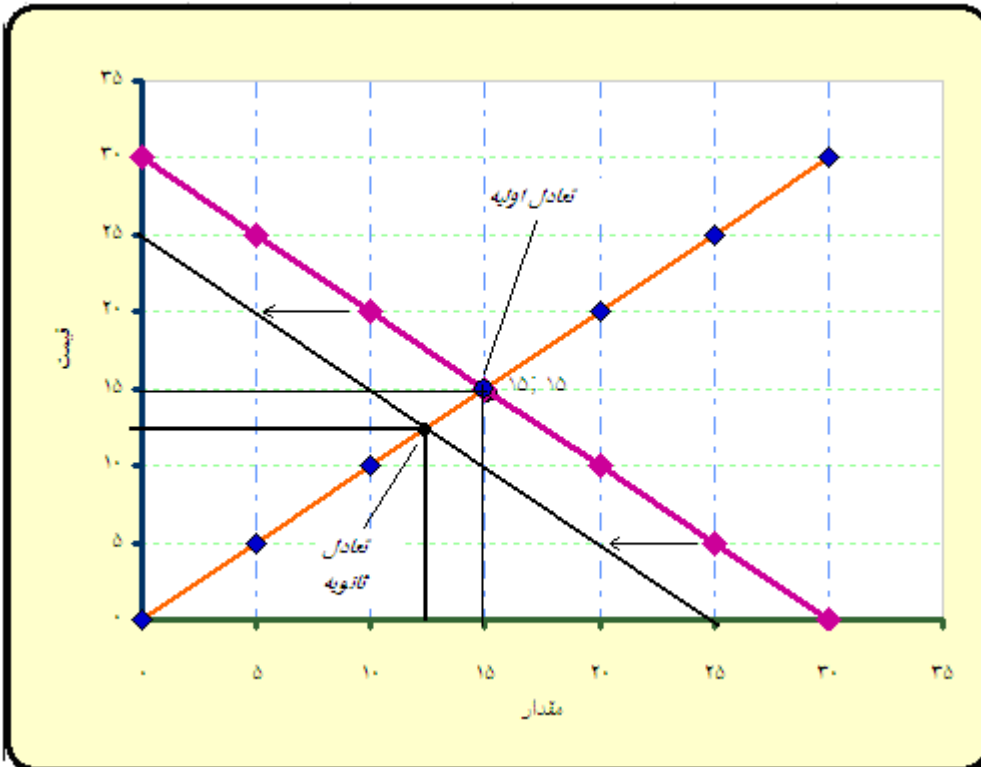
نمودار ۶-۹

زمانی که بازار با کمبود مواجه است عرضه کنندگان می توانند از این فرصت استفاده کنند و قیمت بیشتری برای کالای خود مطالبه نمایند. البته متقاضیان نیز در این شرایط برای اینکه کالای مورد تقاضای شان را که محدود هم هست، بخود اختصاص دهند با یکدیگر به رقابت بر می خیزند. البته فروشندگان تا نقطه ای قیمت را افزایش می دهند که بتوانند کل مقدار کالای عرضه شده خود را بفروشند بدین ترتیب با افزایش قیمت نیز بازار به سمت تعادل حرکت می کند.

بنابراین رفتار خریداران و فروشندگان به طور خود کار قیمت کالا در بازار را به سمت قیمت تعادلی سوق می دهد. با برقراری تعادل در بازار همه خریداران و فروشندگان راضی و قانع می شوند و انگیزه و فشاری برای افزایش یا کاهش قیمت وجود نخواهد داشت.

باید توجه داشت که قیمت تعادلی و مقدار تعادلی به محل و موقعیت منحنی عرضه و منحنی تقاضا بستگی دارد. هرگاه یک یا هر دو منحنی به هر دلیلی جابجا شود نقطه تعادل و به تبع قیمت و مقدار تعادلی هر دو یا دست کم یکی از آنها نیز تغییر خواهد کرد. اما این که سمت و سوی تغییر در تعادل و استقرار نقطه تعادلی، قیمت و مقدار تعادلی جدید در کجا خواهد بود منوط است به :

(۱) جابجایی منحنی عرضه



(۲) جابجایی منحنی تقاضا
 (۳) جابجایی همزمان منحنی عرضه و تقاضا
 (۴) مقدار جابجایی هر یک از این منحنی ها

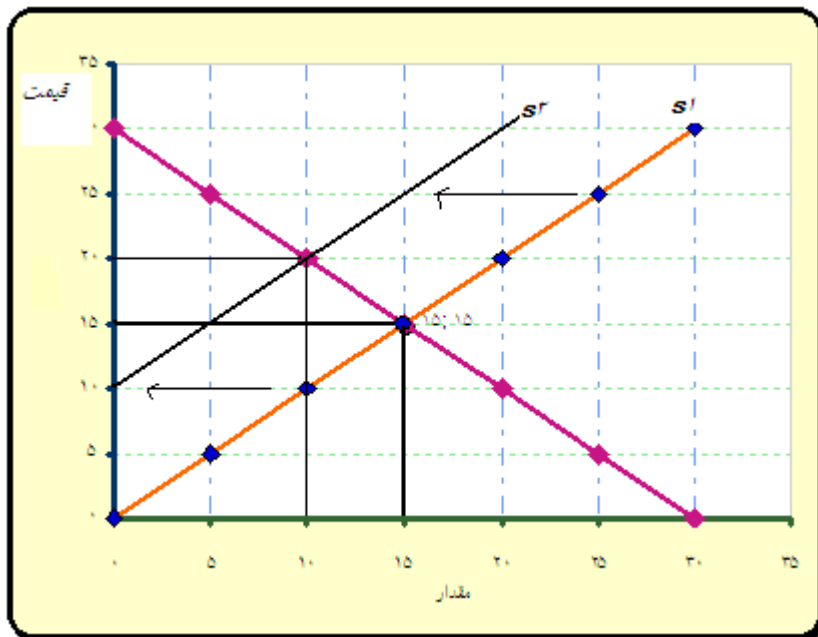
حال اثر هر یک از تغییرات و جابجایی های پیشگفته را بر تعادل در بازار یک کالای فرضی مانند گوشت مرغ در قالب نمودار و روی صفحه

نمودار ۱۰

مختصات نشان می دهیم.

در نمودار ۶-۹ منحنی عرضه و تقاضای اولیه گوشت مرغ نشان داده شده است.

هرگاه رویدادی (مانند شیوع بیماری انفلوانزای مرغی) باعث شود که تقاضا برای گوشت مرغ کاهش یابد و در نتیجه منحنی تقاضا به سمت چپ و پایین جابجا شود نقطه تعادل نیز تغییر خواهد کرد. در تعادل اولیه مقدار تعادل ۲۰ کیلو و قیمت تعادلی ۱۲۰۰۰ ریال بوده است اما در تعادل جدید قیمت تعادلی هر کیلو گوشت مرغ ۹۰۰۰ ریال و مقدار تقاضا ۱۵ کیلو خواهد بود.

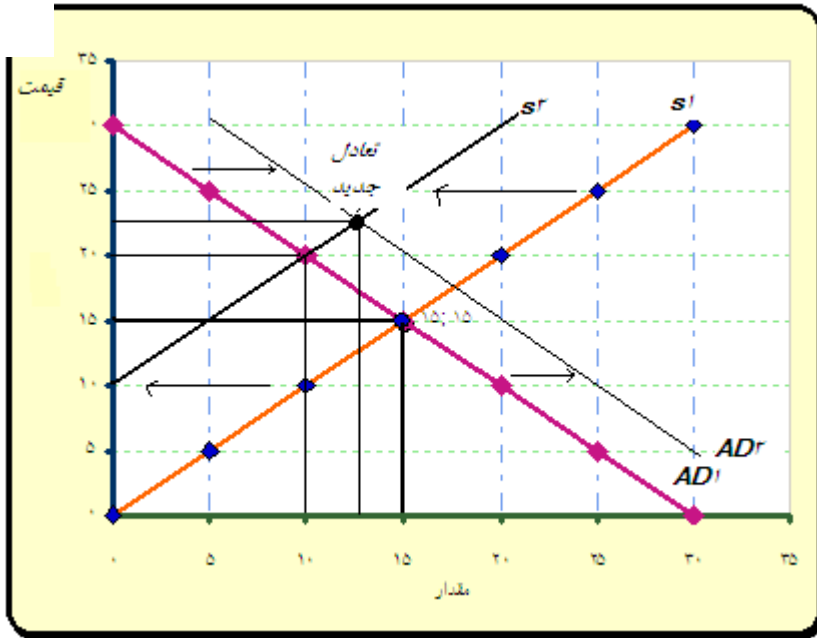


نمودار ۱۰-۶ تغییر تعادل در نتیجه انتقال منحنی عرضه را نشان می دهد. فرض کنید در یک سال معین به هر دلیل گوشت مرغ کمتری تولید و عرضه شود. این کاهش عرضه به صورت جابجایی منحنی عرضه از (S1) به سمت بالا به (S2) نمود خواهد یافت. در این صورت نیز تعادل بازار از نقطه اولیه

نمودار ۱۱

تغییر کرده در نقطه جدیدی شکل خواهد گرفت

در اینجا ما تغییر تعادل در بازار مرغ را در دو حالت کاهش تقاضا و عرضه و جابجایی منحنی آنها به سمت چپ مشاهده کردیم. به همین ترتیب می توان اثر جابجایی منحنی های عرضه و تقاضا را به سمت راست بر تغییر نقطه



تعادلی و قیمت و مقدار تعادلی در بازار گوشت مرغ یا هر کالای دیگری بررسی کرد.

حال فرض کنید عواملی باعث شود که منحنی های عرضه و تقاضا برای یک کالا همزمان جابجا شود. چنانکه گفتیم اثر این تغییرات بر تعادل بستگی دارد به سمت و سو و اندازه جابجایی ها. برای رسیدن به تصویری از پیامد این تغییرات فرض می کنیم کمبود ذرت و کنجاله سویا سبب شود مقدار تولید گوشت

مرغ در ایران کاهش یابد. از سوی دیگر نمودار ۱۲

افزایش قیمت گوشت قرمز سبب شود تقاضا برای گوشت مرغ افزایش یابد. این تحولات در نمودار به صورت جابجایی منحنی عرضه به سمت چپ (S_1 به S_2 در نمودار ۶-۱۱) و منحنی تقاضا به سمت راست (D_1 به D_2 در نمودار ۶-۱۱) نمودخواهد یافت. در نتیجه این تغییرات قیمت تعادلی تغییر یافته و تعادل در نقطه جدیدی شکل خواهد گرفت. در جدول ۶-۵ و ۶-۶ به ترتیب تغییرات ناشی از تغییرات مقدار تقاضا و عرضه و تغییرات منحنی های عرضه و تقاضا که شرح آن در این فصل و فصل گذشته ارائه شد، به صورت مختصر مرور شده است. در جدول ۶-۳ رفتار قیمت و مقدار یک کالا در نتیجه تغییرات (کاهش / افزایش) عرضه و تقاضا و جابجایی منحنی های عرضه و تقاضا توضیح داده

شده است.

جدول رفتار قیمت و مقدار در نتیجه تغییرات مقدار تقاضا و عرضه					
↑	قیمت	به راست جابجا می شود و	منحنی تقاضا	افزایش یابد	اگر تقاضا
	مقدار			افزایش یابد	
↓	قیمت	به چپ جابجا می شود و	منحنی عرضه	کاهش یابد	اگر عرضه
	مقدار			کاهش	
↑	قیمت	به راست جابجا می شود و	منحنی تقاضا	افزایش یابد	اگر تقاضا
	مقدار			افزایش یابد	
↓	قیمت	به چپ جابجا می شود و	منحنی عرضه	کاهش	اگر عرضه
	مقدار			کاهش	

صورت انفرادی یا هر دو را بر قیمت و مقدار تعادلی به تصویر می کشد.

۳) عرضه کاهش یابد		۲) عرضه افزایش یابد		۱) عرضه تغییر نکند		اگر
افزایش می یابد	قیمت	کاهش می یابد	قیمت	تغییر نمی کند	قیمت	۱) تقاضا تغییر نکند
کاهش می یابد	مقدار	افزایش می یابد	مقدار	تغییر نمی کند	مقدار	
افزایش می یابد	قیمت	نامشخص است	تغییر قیمت	افزایش می یابد	قیمت	۲) تقاضا افزایش یابد
نامشخص است	تغییر مقدار	افزایش می یابد	مقدار	افزایش می یابد	مقدار	
نامشخص است	تغییر قیمت	کاهش می یابد	قیمت	کاهش می یابد	قیمت	۳) تقاضا کاهش یابد

جدول ۶ ۷

خلاصه

عرضه عبارت است از مقدار کالا یا خدمتی که تولید کننده (عرضه کننده) مایل و قادر است در دوره زمانی معین عرضه کنند. در مفهوم عرضه دو عنصر تمایل به ارائه و توان ارائه باید مورد توجه قرار گیرد. میان قیمت و عرضه یک کالا یا خدمت رابطه مثبت وجود دارد. این رابطه میان قیمت یک کالا یا خدمت و مقدار عرضه آن در اقتصاد به نام قانون عرضه معروف شده است.

براساس قانون عرضه اگر سایر شرایط و عوامل موثر بر عرضه ثابت باشد با افزایش قیمت یک کالا عرضه آن افزایش و با کاهش قیمت عرضه آن کاهش می یابد.

میان عرضه یک کالا و قیمت نهاده های لازم برای تولید آن کالا رابطه منفی برقرار است. میان پیشرفت دانش فنی و تولید عرضه یک کالا رابطه مستقیم وجود دارد.

عوامل دیگری نیز مانند انتظارات و پیش بینی قیمت های آینده، یارانه ها و سیاست ها و مقررات دولتی مانند اعمال قانون حداقل دسمتزد، کاهش یا افزایش تعرفه های تجاری و گمرکی و... نیز در تعیین مقدار عرضه نقش دارند

بیان هندسی رابطه قیمت و مقادیر مختلف عرضه که بنگاه تمایل دارد و قادر است به ازای قیمت های مختلف در دوره زمانی معین ارائه دهد منحنی عرضه خوانده می شود.

از آنجا که رابطه قیمت و مقدار عرضه مثبت است منحنی عرضه صعودی است.

عرضه بازار عبارت است از مجموع عرضه همه فروشندگان و منحنی عرضه بازار تغییرات در کل عرضه بازار به ازای قیمت های مختلف کالا را در دوره زمانی معین نشان می دهد.

عبارت تغییر در مقدار عرضه برای بیان تغییر قیمت و ثبات سایر شرایط و عبارت تغییر عرضه برای بیان تغییر در یکی از عوامل موثر بر عرضه به استثنای قیمت به کار می رود.

زمانی که تقاضا و عرضه یک کالا با همدیگر در می آمیزند از تعامل آنها یک قیمت تعادلی و مقدار تعادلی آن کالا یا تعادل در بازار آن کالا شکل می گیرد.

در قیمت تعادلی مقدار مورد تقاضای (توان و تمایل) خریداران دقیقاً برابر است با مقداری که فروشندگان حاضرند و قادر به فروش آن مقدارند. وجه تسمیه این نقطه به نقطه تعادلی این است که در صورت برقراری توازن میان عرضه و تقاضا و ثبات سایر عوامل و شرایط دلیلی برای کاهش یا افزایش قیمت وجود ندارد.

سوالات فصل ششم

- ۱ - مفهوم عرضه را تبیین کنید و مهمترین عوامل موثر بر تعیین مقدار عرضه را بر شمارید؟
- ۲ - قانون عرضه را تعریف کنید؟
- ۳ - چه عواملی باعث می شود منحنی عرضه جابجا شود؟ اثر و جهت جابجایی را توضیح دهید؟
- ۴ - قیمت و مقدار تعادلی چگونه شکل می گیرد؟ با رسم یک بازار فرضی در صفحه مختصات نشان دهید چرا تعادل در نقطه تلاقی منحنی عرضه و تقاضا شکل می گیرد؟
- ۵ - هرگاه منحنی عرضه و تقاضا جابجا شود نقطه تعادل و به تبع قیمت و مقدار تعادلی تغییر خواهد کرد. عوامل تعیین کننده سمت و سوی تغییر در تعادل و محل استقرار نقطه تعادلی جدید را نام ببرید؟
- ۶ - فرض کنید بر اثر شیوع انفلوانزای مرغی تقاضا برای گوشت مرغ کاهش یابد. اثر این کاهش را بر قیمت و مقدار تعادلی بازار گوشت مرغ را با رسم منحنی در صفحه مختصات نشان دهید؟

فصل هفتم

کششها: مفاهیم و کاربرد

تعریف کشش:

در فصول پیشین عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضا را مرور کردیم. در بحث تقاضا دیدیم که بر اساس قانون تقاضا هرگاه قیمت کالا کاهش می یابد با فرض ثبات سایر عوامل میزان تقاضا از آن کالا بیشتر می شود؛ افزایش درآمد، افزایش قیمت کالاهای جانشین، یا کاهش قیمت کالا های مکمل نیز باعث می شوند که مقدار تقاضا از یک کالا بیشتر گردد. قانون تقاضا صرفا با واژه های افزایش یا کاهش و تعیین سمت و جهت تغییر و عبارات مشابه آثار تغییر در عوامل مؤثر بر تقاضا یا عرضه را بیان می کند و به مقدار و اندازه تغییر اشاره ای ندارد. اما آنچه مهم تر است این است که افراد و بنگاهها بتوانند قانون تقاضا را در عمل و در زمینه فعالیت های روزمره شان به کار بندند. استفاده عملی از ابزار پر کاربرد قانون تقاضا زمانی میسر است که بتوانیم مقدار دقیق و کمی هر تغییری در یکی از عوامل مؤثر-مثلا قیمت- را بر مقدار تقاضا از یک کالا اندازه گیری کنیم. برای این کار اقتصاد دانان از مفهومی به نام **کشش** استفاده می کنند. **کشش** عبارت است از اندازه گیری میزان واکنش مقدار عرضه یا تقاضا از یک کالا در برابر تغییر در یکی از عوامل مؤثر بر آن.

انواع کشش

۱) کشش قیمتی تقاضا

کشش قیمتی تقاضا تغییر در مقدار کالای تقاضا شده بر اثر تغییر در قیمت آن کالا را اندازه می گیرد. به طور دقیق **کشش قیمتی تقاضا عبارت است از درصد تغییر در مقدار تقاضا شده تقسیم بر درصد تغییر در قیمت**. کالاها به لحاظ تفاوت در کشش قیمتی تقاضا یا به عبارت دیگر، درجه حساسیت شان نسبت به تغییر در قیمت به چند دسته زیر تقسیم می شود.

الف) باکشش: اگر تغییری در قیمت یک کالا واکنش و تغییر چشمگیری در تقاضا برای آن کالا ایجاد کند گفته می شود که آن کالا تقاضای باکشش دارد. مثلا اگر ۱ درصد تغییر در قیمت یک کالا مقدار تقاضا را بیش از ۱ درصد تغییر دهد گفته می شود آن کالا تقاضای باکشش دارد. اگر فرضا ۱ درصد افزایش در قیمت مقدار تقاضا را ۵ درصد کاهش دهد آن کالا تقاضای شدیدباکشش دارد.

ب) بی کشش: اگر کشش قیمتی کالایی پایین باشد یعنی تغییر در قیمت آن کالا باعث تغییری قابل توجه در تقاضای آن نشود تقاضا برای آن کالا را بی کشش می نامند. به عبارت دیگر، اگر تغییر یک درصدی در قیمت کالایی مقدار تقاضا از آن کالا را کمتر از یک درصد تغییر دهد آن کالا تقاضای بی کشش دارد. مثلا اگر یک درصد افزایش در قیمت کالایی باعث شود که ۰/۲۵ درصد از مقدار تقاضای آن کاسته شود اصطلاحا گفته می شود که آن کالا تقاضای بی کشش دارد.

ج) کشش واحد: اگر یک درصد تغییر در قیمت باعث شود که مقدار تقاضا دقیقا یک درصد تغییر کند تقاضای آن کالا داری کشش واحد است.

چرا تقاضای برخی از کالاها باکشش و تقاضای برخی دیگر بی کشش است؟ کشش قیمتی تقاضا به عوامل متعددی از جمله عوامل اقتصادی اجتماعی و روانشناختی، که ترجیحات ذهنی و سلیقه افراد در سایه و برپایه آنها شکل میگیرد، بستگی دارد. از این رو، شناسایی و دسته بندی همه آنها امکان پذیر نیست. بااین حال، برخی از مهم ترین عناصر تعیین کننده کشش قیمتی تقاضا را نام می بریم:

ضروری بودن یا تجملی بودن کالا

معمولا کالاهای ضروری از قبیل مواد غذایی، پوشاک، و دارو تقاضای بی کشش دارند. به طور مثال اگر قیمت نان دوبرابر شود تقاضای آن به طور چشمگیر کاهش نمی یابد. یا اگر قیمت داروی انسولین بیست برابر شود بازهم یک بیمار دیابتی انتخاب زیادی برای واکنش ندارد و نمی تواند تقاضای خود را از آن دارو کاهش دهد. برعکس این، وقتی قیمت بلیط هواپیما برای یک تور تفریحی به خارج، که معمولا برای افرادی با درآمد متوسط (مثل کارمندان دولتی) کالایی نسبتا لوکس به شمار می رود، افزایش یابد تقاضای آن به سرعت کاهش می یابد.

ضروری بودن یا تجملی بودن ویژگی ذاتی یک کالا نیست بلکه به ترجیحات و تمایلات مصرف کنندگان، درآمد، شأن و جایگاه اجتماعی آنها بستگی دارد. بنابر این ممکن است کالایی در یک جامعه کالای ضروری و در جامعه دیگر کالای تجملی و لوکس تلقی شود. باافزایش درآمد و ارتقای سطح توسعه و رشد اقتصادی جوامع بسیاری از کالاها که پیش از آن در ردیف کالاهای لوکس قرار داشتند در دسته کالای ضروری قرار گیرند.

دردسترس بودن جانشین های نزدیک

تقاضا برای کالاهایی که جانشین آنها به راحتی قابل دسترسی است غالبا باکشش و تقاضا برای کالاهایی فاقد جانشین نزدیک یا دشوار بودن دسترسی به جانشین آنها بی کشش اند. انواع پودرهای لباسشویی (مثلا پودر لباسشویی دریا و برف) جانشین های نزدیک همدیگرند و افزایشی در قیمت یکی از آنها باعث می شود که تقاضا برای آن به شدت کاهش یابد. بیشتر قطعات رایانه که توسط شرکت های مختلف تولید می شوند جانشین های نزدیک همدیگرند. مثلا

یک افزایش نه چندان زیاد در قیمت مانیتورهای LG در نیمه دوم سال ۱۳۸۳ باعث شد تقاضا برای آنها به سرعت کاهش یابد و مشتریان به سمت مانیتورهای سامسونگ، هانسل و... روی آورند. بر عکس، با افزایش در قیمت کالایی که جانشین آن به سادگی قابل دسترسی نیست -مانند بنزین- نمی توان انتظار داشت که تقاضا برای آن به طور چشمگیر کاهش یابد.

توجه کنید که جانشین پذیر بودن یک مفهوم نسبی است و بستگی دارد به این که ما برای کالا چه حد و حدودی تعریف می کنیم. وقتی کالا را در دایره وسیعتری (مانند خانواده غلات) تعریف می کنیم کشش تقاضای کمتری دارد و هرچه آنرا در دایره محدودتری (مانند برنج طارم یا برنج باسمتی) تعریف می کنیم تقاضای آن باکشش تر می شود. در زمینه خدمات درمانی و بهداشتی نیز این مساله صادق است. تقاضا برای خدمات درمانی و بهداشتی در تعریف گسترده آن بی کشش است. اما تقاضا برای ویزیت آقای الف، به عنوان یک پزشک عمومی، باکشش است.

افق زمانی

از دیگر موارد مؤثر بر کشش تقاضا افق زمانی یا مجال و فرصت برای تعدیل و تغییر است. تقاضا برای بسیاری کالاها در کوتاه مدت بی کشش و در دراز مدت با کشش می باشد. مثلا اگر دولت ایران یارانه های اعطایی بر بنزین را بردارد و در نتیجه قیمت بنزین افزایش یابد تقاضای آن به سرعت کاهش نمی یابد. تنها پس از آنکه مردم مجال کافی برای تغییر نوع سوخت یا تعویض وسایط نقلیه و تهیه وسایل جایگزین مانند موتورهای سواری یا خودروهای کم مصرفتر یا امکان استفاده از گاز طبیعی به جای بنزین را یافتند تقاضای بنزین کاهش می یابد

محاسبه کشش قیمتی تقاضا

پس از آشنایی با مفهوم کشش قیمتی تقاضا نوبت آن است که با روش محاسبه آن آشنا شویم. برای به دست آوردن کشش قیمتی با ید بدانیم که براثر تغییری در قیمت، مقدار تقاضا از یک کالا چه قدر تغییر می کند. به طور مثال، فرض کنید قیمت یک کیلو گوجه فرنگی ۱۰ در صد تغییر کند و در نتیجه، مقدار تقاضا برای گوجه فرنگی ۲۰ در صد کاهش یابد. کشش قیمتی آن به صورت زیر محاسبه می گردد.

$$\text{کشش قیمتی تقاضا} = 20 \text{ درصد تقسیم بر } 10 \text{ در صد} = 2.$$

ضریب کشش قیمتی در این مثال برابر است با ۲. یعنی تغییر در مقدار تقاضا دو برابر تغییر در قیمت است. بیاد داریم که میان قیمت و تقاضا رابطه عکس وجود دارد. بنابراین علامت در صد تغییر در قیمت همیشه مخالف علامت در صد تغییر در مقدار خواهد بود. در صورت افزایش در قیمت و کاهش در مقدار علامت در صد تغییر در قیمت مثبت و علامت در صد تغییر در مقدار منفی خواهد بود. از آنجا که علامت جبری کشش قیمتی تقاضا هیچ مفادی را القا نمی

کند اقتصاددانان برای سادگی از قدر مطلق عدد استفاده می کنند و یا یک علامت منفی جلو کسر می گذارند . معمولا کشش های قیمتی را به صورت عدد مثبت گزارش می کنند.

در بسیاری از موارد ممکن است ما در صدد تغییرات مقدار تقاضا شده و قیمت را نداشته باشیم و فقط تغییرات در قیمت و مقدار تقاضا برای ما مشخص باشد، بنابراین برای یافتن راه حلی عام تر می خواهیم به فرمولی برای محاسبه کشش برسیم.

طبق تعریف کشش قیمتی داشتیم:

$$\text{کشش قیمتی تقاضا} = \frac{\text{درصد تغییر در مقدار تقاضا}}{\text{درصد تغییر در قیمت}}$$

رابطه بالا را می توان با استفاده از نماد های مرسوم میان اقتصاددانان به صورت زیر نیز نوشت:

$$E_D = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

که در آن

$$\Delta Q = Q_2 - Q_1 \text{ و}$$

$$\Delta P = P_2 - P_1$$

$$\text{درصد تغییر در مقدار} = \% \Delta Q = \frac{\Delta Q}{Q} \times 100 \text{ و}$$

$$\text{درصد تغییر در قیمت} = \% \Delta P = \frac{\Delta P}{P} \times 100 \text{ و}$$

را نشان می دهد.

در روابط بالا یک نکته مبهم و جود دارد و آن اینکه ما نمیدانیم در مخرج کسر آیا قیمت و مقدار اولیه را قرار دهیم یا قیمت و مقدار ثانویه را. قرار دادن هریک از این ها سبب می شود که ما برای حالت کاهش و افزایش قیمت یک کالا دو کشش متفاوت بدست آوریم. به طور نمونه به مثال زیر توجه کنید. در این مثال بنابر قرارداد قیمت و مقدار اولیه را در مخرج کسر قرار می دهیم:

حالت الف: فرض کنید قیمت کالایی ۴۰۰ ریال و مقدار تقاضا برای آن کالا ۱۲۰ واحد است. افزایش قیمت این کالا به ۶۰۰ ریال باعث می شود مقدار تقاضا برای این کالا به ۸۰ واحد کاهش یابد. کشش تقاضای این کالا را محاسبه می کنیم.

$$\text{در صد تغییر در مقدار تقاضا} = \frac{120 - 80}{120} = \% 33$$

$$\text{در صد تغییر در قیمت} = \frac{400 - 600}{400} = -50\%$$

$$\text{کشش قیمتی تقاضا} = \frac{33}{-50} = -0.66$$

حالت دوم: فرض کنید قیمت کالایی ۶۰۰ ریال و مقدار تقاضا برای آن کالا ۸۰ واحد است. کاهش قیمت این کالا به ۴۰۰ ریال باعث می شود مقدار تقاضا برای این کالا به ۱۲۰ واحد افزایش یابد. کشش تقاضای این کالا را محاسبه می کنیم.

$$\text{در صد تغییر در مقدار تقاضا} = \frac{80 - 120}{80} = -50\%$$

$$\text{در صد تغییر در قیمت} = \frac{600 - 400}{600} = 33\%$$

$$\text{کشش قیمتی تقاضا} = \frac{-50}{33} = 1.5$$

چنانکه مشاهده می کنید در مثال بالا برای یک کالا در حالت افزایش یا کاهش قیمت دو کشش متفاوت بدست آمد. اگر بخواهیم در مخرج کسر قیمت و مقدار ثانویه را قرار دهیم باز هم برای حالت افزایش و کاهش قیمت به دو کشش متفاوت می رسیدیم.^{۴۶} برای حل این مشکل اقتصاددانان از روش میانگین استفاده می کنند. یعنی به جای تقسیم تغییر قیمت و مقدار بر قیمت و مقدار اولیه آن را بر میانگین قیمت و مقدار اولیه و ثانویه تقسیم می کنند. خواهیم داشت:

$$\text{میانگین قیمت} = \frac{600 + 400}{2} = 500 \quad \text{و} \quad \text{میانگین مقدار} = \frac{120 + 80}{2} = 100$$

کاهش و افزایش قیمت قدر مطلق در صد تغییر ۴۰ درصد خواهد بود.

$$\text{در صد تغییر در قیمت} = \frac{400 - 600}{500} = 40\%$$

$$\text{هم چنین برای در صد تغییر در مقدار داریم} = \frac{120 - 80}{100} = 40\%$$

بنابراین، در هر دو حالت افزایش و کاهش قیمت کشش قیمتی تقاضا برابر ۱ خواهد بود:

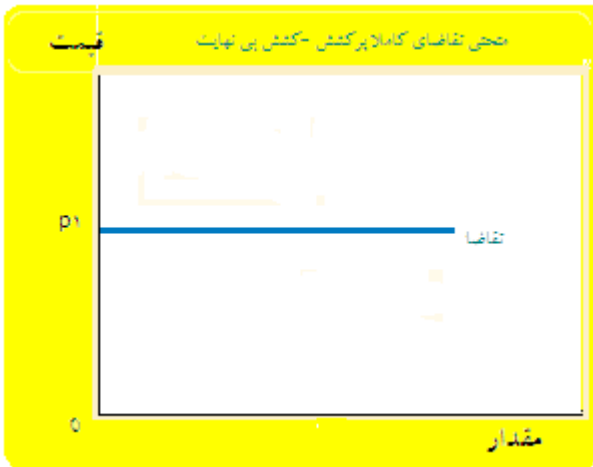
$$\text{کشش قیمتی تقاضا} = \frac{40}{40} = 1$$

با استفاده از روش میانگین فرمول کشش را می توان به صورت زیر نوشت:

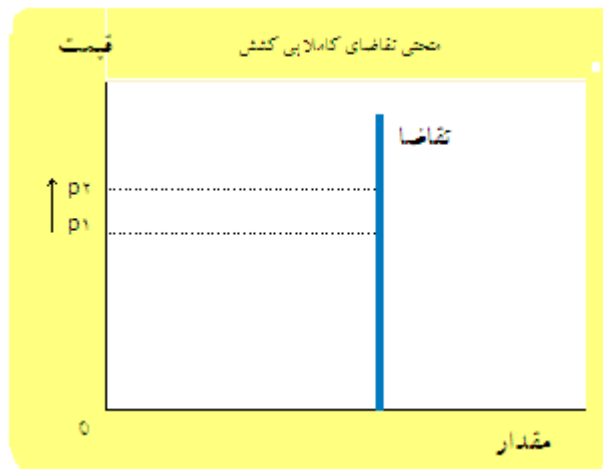
$$E_D = \frac{\Delta Q}{(Q_1 + Q_2)/2} \div \frac{\Delta P}{(P_1 + P_2)/2}$$

^{۴۶} خوانندگان علاقه مند می توانند حالت ثانویه را به عنوان تمرین حل و نتایج بدست آمده را مقایسه کنند.

رابطه کشش قیمتی با منحنی تقاضا



نمودار ۱۷



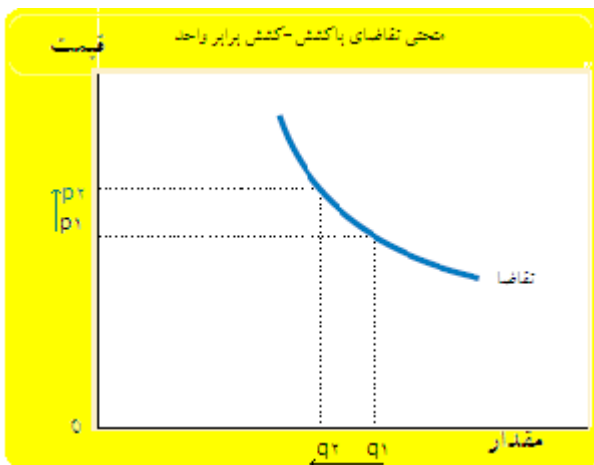
نمودار ۱۷

کشش قیمتی را با استفاده از نمودار های منحنی تقاضا نیز می توان نشان داد. اگر کشش قیمتی تقاضا برای کالایی صفر (کاملاً بی کشش) باشد منحنی تقاضای آن کالا کاملاً عمودی خواهد بود. اگر تقاضا برای کالایی نسبت به تغییرات قیمت کاملاً حساس باشد (کشش بی نهایت داشته باشد) در آن صورت منحنی تقاضای آن کالا شکل کاملاً افقی خواهد داشت. منحنی های تقاضا که در میان این دو حالت افراطی حدی قرار دارند نشاندهنده کالاهای باکشش، کشش واحد و

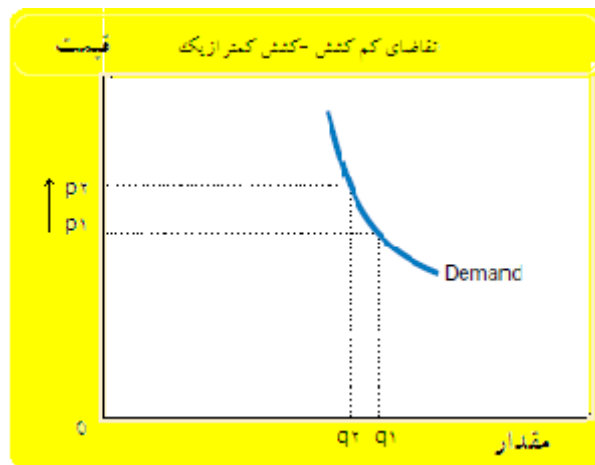
کم کشش می باشند. منحنی تقاضای کاملاً بی کشش است. یعنی (کشش مساوی صفر)

منحنی تقاضای کاملاً باکشش (کشش مساوی بی نهایت) کوچکترین تغییر در قیمت منجر به تغییر بسیار شدید در مقدار تقاضا می شود. مثلاً کوچکترین افزایش در قیمت باعث می شود تقاضا به صفر برسد. (نگاه کنید به نمودار ۷ -

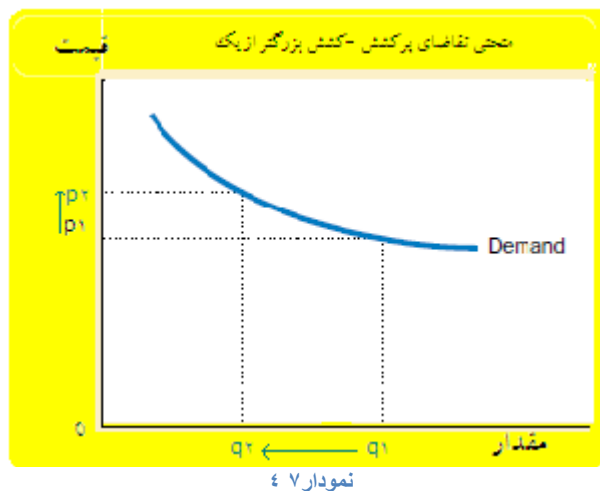
۲) نمودار ۷-۳ منحنی تقاضای کم کشش (کشش کمتر از واحد)



نمودار ۳۷



نمودار ۲۷



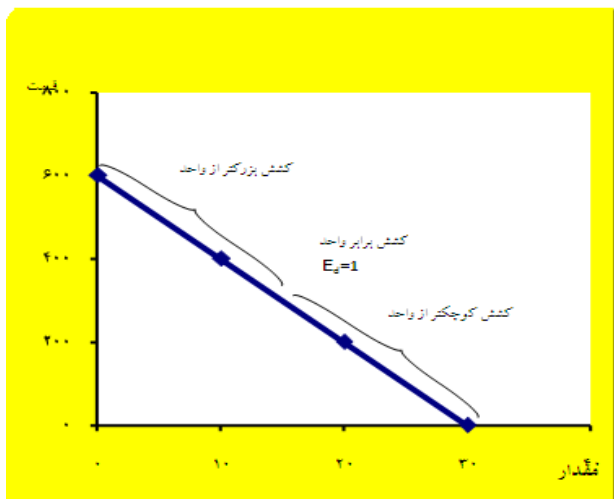
نمودار ۴-۷ منحنی تقاضای با کشش مساوی واحد) و سرانجام نمودار ۵-۷ نمودار ۵-۷ منحنی تقاضای با کشش

نکته بسیار مهم در بحث کششها آن است که نباید شیب منحنی را با کشش خلط کنیم. به استثنای دو حالت حدی بالا (منحنی کاملاً عمودی و کاملاً افقی) در سایر موارد کشش با شیب منحنی تقاضا تفاوت دارد. برای مثال در یک

منحنی تقاضای خطی شیب در هر نقطه از منحنی عددی ثابت است اما کشش در طول منحنی ثابت نیست. دلیل این است که شیب عبارت است از نسبت تغییر دو متغیر (قیمت و مقدار) اما کشش عبارت است از نسبت درصد تغییر در دو متغیر. جدول ۷-۱ نشان می دهد که نقاط مختلف روی یک منحنی تقاضای خطی کشش های متفاوت دارد درحالیکه منحنی در همه نقاط شیب یکسان و ثابت است.

محاسبه کشش منحنی تقاضای خطی						
نوع تقاضا	مقدار کشش	درصد تغییر در قیمت	درصد تغییر در مقدار	قیمت	مقدار	نقاط
باکشش	۵	۴۰	۲۰۰	۶۰۰	۰	الف
				۴۰۰	۱۰	ب
کشش واحد	۱	۶۶	۶۶	۲۰۰	۲۰	ج
				۰	۳۰	د
بی کشش	.۲	۲۰۰	۴۰	۰	۳۰	د
				۰	۳۰	د

نمایش هندسی این جدول را در نمودار ۷-۱ مشاهده می کنید. این منحنی نشان می دهد که کشش در قسمت بالای منحنی بزرگتر از یک ($E_d > 1$) در قسمت پایین منحنی کوچکتر از یک ($E_d < 1$) و در میانه منحنی دقیقاً برابر یک ($E_d = 1$) است.



نمودار ۷-۱

نمایش هندسی این جدول را در نمودار ۷-۱ مشاهده می کنید.

این منحنی نشان می دهد که کشش در قسمت بالای منحنی بزرگتر از یک ($E_d > 1$) در قسمت پایین منحنی کوچکتر از یک ($E_d < 1$) و در میانه منحنی دقیقاً برابر یک ($E_d = 1$) است.

۲) کشش های درآمدی و متقاطع تقاضا

در بحث تقاضا دیدیم که علاوه بر قیمت عوامل دیگری نیز بر تعیین مقدار تقاضا از یک کالا نقش دارند. به طور کلی، برای اندازه گیری واکنش تقاضا به تغییر هر یک از این عوامل می توان کشش های متناسب با آن عامل را با استفاده از تقسیم درصد تغییر در مقدار تقاضا بر درصد تغییر در عامل مرتبط محاسبه کرد. منتها، باید دقت کرد که کشش قیمتی تقاضا اندازه تغییر را در قالب حرکت بر روی منحنی تقاضا نشان و کششهای مربوط به سایر عوامل اندازه تغییر را در قالب جابجایی و انتقال منحنی تقاضا بیان می کند. یکی از عوامل تعیین کننده مقدار تقاضا درآمد مصرف کننده است که با افزایش آن مقدار تقاضا از یک کالای نرمال افزایش و با کاهش آن مقدار تقاضا از آن کالا کاهش می یابد. چنانکه در کشش قیمتی گفتیم، آنچه حایز اهمیت است تعیین دقیق مقدار تغییر در تقاضا از یک کالا بر اثر تغییر در درآمد است. صرف آگاهی از این قانون کلی که تغییر در درآمد بر مقدار تقاضا از یک کالا اثر دارد در عرصه عمل برای یک بنگاه یا فرد فروشنده، یا تولید کننده راهگشا نیست. مگر آن که این بنگاه یا فرد بتواند میزان دقیق تغییر تقاضا بر اثر تغییر در درآمد را اندازه گیری کند. از این رو، اقتصاددانان - علاوه بر کشش قیمتی تقاضا - از کشش دیگری به نام **کشش درآمدی تقاضا** برای سنجش و اندازه گیری تغییر در مقدار تقاضا بر اثر تغییر در درآمد مصرف کنندگان استفاده می کنند. کشش درآمدی تقاضا عبارت است از درصد تغییر در مقدار تقاضا از یک کالا تقسیم بر درصد تغییر در درآمد مصرف کننده:

درصد تغییر در تقاضا

کشش درآمدی تقاضا =

درصد تغییر در درآمد

به بیان ریاضی:

$$E_i = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta I}$$

که در آن E نماد کشش، Q نماد مقدار و I نشانگر درآمد است.

روش محاسبه کشش درآمدی تقاضا مانند روش محاسبه کشش قیمتی تقاضا است

کشش درآمدی تقاضای کالای عادی نیز مانند کشش قیمتی تقاضا اندازه‌های متفاوت دارد. تقاضای برای کالاهای ضروری کششی بسیار کم دارند. زیرا مصرف کنندگان - برای مثال - چه اینکه آهی در بساط نداشته باشند، یا پول پارو کنند مقداری معین نان مصرف می‌کنند. اما کالاهای تجملی کشش درآمدی بسیار بالایی دارند. در درآمد‌های پایین مصرف کنندگان می‌توانند بدون خوردن ماهی قزل‌آلا یا پوشیدن کت و شلوار ایتالیایی سر کنند و آرزوی سوار شدن خودرو بنز را برای روزی بگذارند که دست‌شان به اندازه کافی باز باشد.

بیان جبری کشش درآمدی

$$E_i = \frac{\Delta Q}{\Delta I} \cdot \frac{I}{Q}$$

اگر کالا نرمال باشد: $E_i > 0$ اگر کالا لوکس باشد $E_i > 1$ و اگر کالا ضروری باشد $0 < E_i < 1$ و اگر کالا پست باشد

$$E_i < 0$$

کشش درآمدی تقاضا از چند لحاظ با کشش قیمتی تقاضا تفاوت دارد:

۱- کشش قیمتی تقاضا در حقیقت همیشه منفی است (هرچند برای آسانی کار ما علامت منفی آنرا نادیده می‌گیریم) اما کشش درآمدی ممکن است منفی باشد و ممکن است مثبت باشد. دلیل این امر این است که اقتصاددانان کالاها را به کالای عادی (نرمال)، و کالای پست دسته‌بندی می‌کنند. کالای عادی کالایی است که با افزایش درآمد مقدار تقاضا از آن افزایش می‌یابد. هر کالایی که با افزایش درآمد از مقدار تقاضای آن کاسته شود در دسته کالاهای پست قرار می‌گیرد (مانند سوار شدن اتوبوس درون شهری). میان مقدار تقاضا از کالاهای عادی و درآمد مصرف‌کننده رابطه مستقیم برقرار است. یعنی با افزایش درآمد مقدار تقاضا افزایش و با کاهش آن مقدار تقاضا کاهش می‌یابد. چون در کالاهای عادی تغییر در مقدار تقاضا و درآمد در یک جهت حرکت می‌کنند درصد تغییر در مقدار تقاضا و درصد تغییر در درآمد علامت یکسان دارد. بنابراین کالاهای عادی همواره کشش درآمدی مثبت دارند. برعکس، کالاهای پست، به دلیل معکوس بودن جهت (علامت) تغییرات مقدار تقاضا و درآمد مصرف‌کننده، کشش درآمدی منفی دارند.

۲- کشش قیمتی حساسیت تقاضا به تغییرات قیمت را در قالب حرکت از یک نقطه به نقطه دیگر روی منحنی تقاضا اندازه گیری می کند. در مقابل، کشش درآمدی جابجایی و انتقال نسبی منحنی را بر اثر تغییرات درآمد اندازه گیری می کند.

ضمناً لازم است به خواطر داشته باشیم که لوکس، ضروری، یا پست بودن صفات ذاتی و عینی کالاها و خدمات نیست، صدق این صفات در مورد کالاها با توجه به تغییرات درآمد مصرف کننده تعریف می شوند. مثلاً کالایی مثل سویا را در نظر بگیرید. این کالا برای فردی با درآمد بسیار پایین ممکن است کالایی لوکس باشد. اما با افزایش درآمد این فرد این کالا می تواند برای او به کالایی ضروری تغییر یابد. کاملاً روشن است که اگر درآمد این فرد افزایش یابد حتی این کالا ممکن است برای او پست باشد و گوشت را جایگزین مصرف سویا نماید.

کشش متقاطع تقاضا

بنابراین، به یاد داریم که یکی از عوامل تاثیر گذار بر تقاضا، قیمت سایر کالاها بود. برای اینکه واکنش تقاضا را نسبت به تغییر قیمت سایر کالاها اندازه گیری کنیم، از کشش متقاطع تقاضا استفاده می کنیم. کشش متقاطع تقاضا برای اندازه گیری اثر تغییر قیمت یک کالا بر مقدار تقاضای کالای دیگر استفاده می شود و عبارت است از درصد تغییر در مقدار تقاضا برای کالای الف تقسیم بر درصد تغییر در قیمت کالای ب یا به صورت رسمی تر:

درصد تغییر در مقدار تقاضای کالای الف

کشش متقاطع تقاضا =

درصد تغییر در قیمت کالای ب

و به بیان ریاضی،

$$E_{x,y} = \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_y}$$

کشش متقاطع تقاضا ممکن است مثبت یا منفی باشد. علامت کشش متقاطع اطلاعات ارزشمندی درباره رابطه میان دو کالا می دهد. اگر کشش متقاطع تقاضا منفی باشد (یعنی $E_{x,y} < 0$) افزایشی در قیمت کالای X باعث کاهش در مقدار تقاضای Y می گردد. و این -چنانکه در فصل تقاضا اشاره شد- نشان دهنده آن است که دو کالا مکمل همدیگرند. اگر کشش متقاطع مثبت باشد (یعنی $E_{x,y} > 0$) در آن صورت هر افزایشی در قیمت کالای X باعث افزایش در تقاضای کالای Y می شود. در نتیجه بر اساس تعریف، میان این دو کالا رابطه جانشینی برقرار است. و اگر $E_{x,y} = 0$ ، یعنی دو کالا مستقل از یکدیگرند.

کشش عرضه

از مفهوم کشش - همانگونه که در تقاضا برای اندازه گیری میزان واکنش مصرف کنندگان در برابر تغییرات عوامل مانند قیمت، درآمد و قیمت کالاهای جانشین استفاده کردیم - در عرضه نیز می توانیم برای بیان اندازه حساسیت عرضه کنندگان به تغییرات عوامل مؤثر بر مقدار عرضه استفاده کنیم.

کشش قیمتی عرضه

کشش قیمتی عرضه عبارت است از میزان حساسیت عرضه یک کالا به قیمت آن کالا:

$$\text{کشش قیمتی عرضه} = \frac{\text{در صد تغییر در مقدار عرضه}}{\text{در صد تغییر در قیمت کالا}}$$

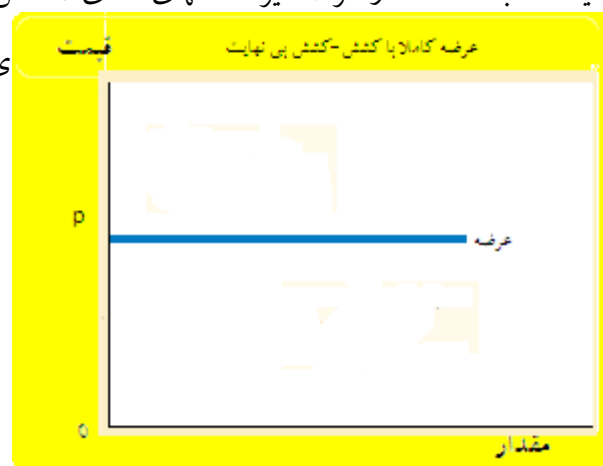
و به بیان جبری:

$$E_s = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

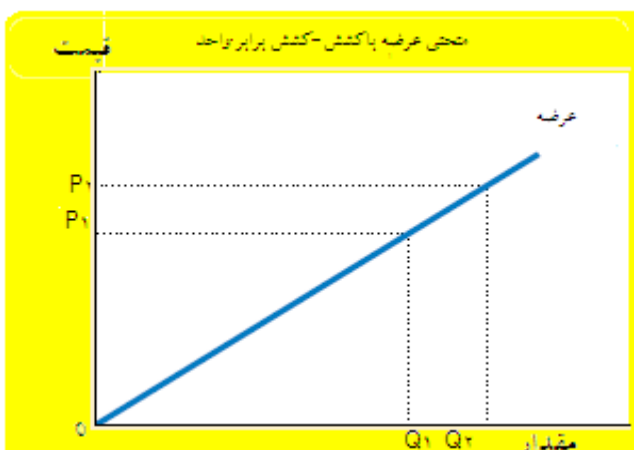
روش محاسبه کشش قیمتی عرضه مانند روش محاسبه کشش قیمتی تقاضا است. تنها تفاوت کشش قیمتی عرضه با کشش قیمتی تقاضا آن است که در تقاضا واکنش مقدار در برابر قیمت منفی است و در عرضه واکنش مقدار در برابر قیمت مثبت است. در عرضه نیز کششهای حدی (کشش صفر یا کاملاً و کشش ه کشش و نفاذت، با کاملاً باکشش)



نمودار ۷



نمودار ۶



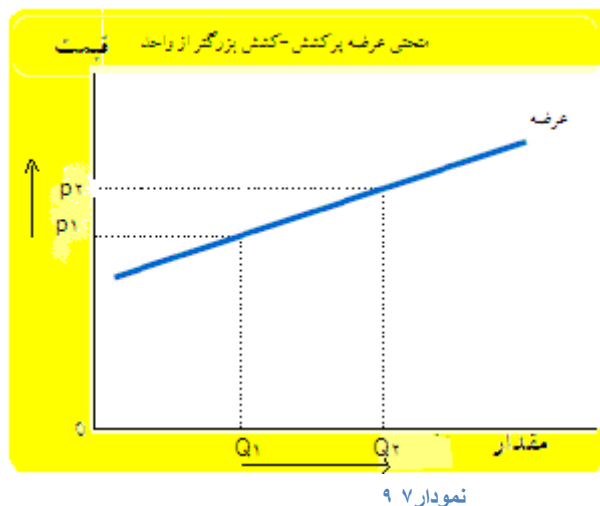
نمودار ۸

ی است

و منحنی عرضه کاملاً باکشش خطی افقی است (نمودار شماره ۷-۸)

در میان این دو حالت حدی، بسته به اینکه درصد تغییر در مقدار عرضه بیشتر از درصد تغییر در قیمت باشد یا کمتر عرضه را باکشش یا بی کشش می نامیم.

در بین این دو، عرضه دارای کشش واحد را داریم که نشان می دهد درصد افزایش در مقدار دقیقاً برابر است با درصد افزایش در قیمت. ضمن یادآوری این نکته که کشش و شیب دو مفهومی متفاوت از همدیگرند منحنی عرضه کم کشش، با کشش و کشش واحد را در قالب نمودارهای ۷-۸، ۷-۹، ۷-۱۰ و ۷-۱۱ به تصویر می کشیم.



نمودار ۷-۶، ۷-۷، ۷-۸، منحنی های عرضه کم کشش، با کشش واحد، و پرکشش را نشان می دهد.

بحث کششهای عرضه را با اشاره ای به **عوامل اثر گذار بر اندازه کشش عرضه** به پایان می بریم. در واقع می خواهیم ببینیم چرا عرضه یک کالا کاملاً بی کشش و دیگری با کشش است؟ چرا عرضه یک کالا در زمانی و شرایطی با کشش و در شرایط و زمان دیگری بی کشش است؟

۱- انعطاف پذیر بودن عرضه

به هر میزان که دست عرضه کنندگان در زمینه انتخاب و تغییر مقدار عرضه باز باشد و قدرت و دامنه انتخاب آنها در تغییر نوع و مقدار کالا گسترده تر باشد به همان میزان کالا با کشش تر است. برای مثال در یک کارخانه تولید ظروف پلاستیکی امکان تغییر و تنوع محصول بالاست و در صورت افزایشی در قیمت نوعی از ظروف عرضه کننده به راحتی می تواند بر مقدار عرضه خود از آن کالا بیفزاید. در مقابل، کالای نفت را در نظر بگیرید. به دلیل محدودیت های فنی مانند ظرفیت استخراج یا رعایت تعهدات و سهمیه بندی (سقف تولید) شرکت ملی نفت ایران قادر نیست در مدت کوتاه با تغییر قیمت بر مقدار عرضه نفت بیافزاید. به همین دلیل حتی افزایش بی سابقه قیمت نفت در نخستین ماههای سال ۱۳۸۴ نتوانست بر مقدار عرضه اثر چشمگیر داشته باشد.

۲- افق زمانی

در افق زمانی کوتاه مدت عرضه بسیاری کالاها کم کشش و در گستره زمانی وسیعتر کشش بالاتری دارد. در دوره های کوتاه بنگاهها فرصت برای واکنش در برابر تغییرات قیمت ندارند. اما در بلند مدت عرضه کنندگان برای واکنش نسبت به تغییرات عوامل مؤثر بر تعیین مقدار عرضه مجال بیشتری در اختیار دارند.

کاربردهای کشش

می دانیم بنگاههای اقتصادی همیشه بدنبال حد اکثر کردن سود خود هستند. سود هر بنگاه عبارت است از درآمد کل منهای هزینه کل. برای آنکه سود بنگاه اضافه شود باید درآمد کل بنگاه اضافه شود. درآمد کل بنگاه عبارت است قیمت کالا ضرب در مقدار آن کالا ($P \times Q$). در نتیجه بسیاری از بنگاهها علاقه مندند بدانند آیا افزایش قیمت درآمد آنها را افزایش می دهد یا کاهش. برای پاسخ دادن به این پرسش لازم است رابطه میان درآمد کل و کشش را بدانیم. اگر تقاضا برای کالایی بی کشش باشد افزایشی در قیمت کالا درآمد کل را افزایش می دهد. اگر تقاضا برای کالایی پرکشش باشد افزایشی در قیمت کالا درآمد کل را کاهش می دهد. اگر تقاضا برای کالایی دارای کشش واحد باشد افزایشی در قیمت کالا درآمد کل را تغییر نمی دهد.

بنگاههایی مانند شرکت های هواپیمایی برای حداکثر کردن درآمد خود از این رابطه میان کشش و درآمد کل استفاده می کنند. این شرکت ها از مشتریان و مسافران که تقاضای بی کشش یا کم کشش دارند (مانند بازرگانان و کارمندانی که با هزینه اداره های خود به ماموریت می روند) قیمت بیشتری دریافت می کنند. اما از مشتریانی که که تقاضای با کشش دارند (مانند افراد سیاح) قیمت کمتری می گیرند.

هم چنین در محصولات کشاورزی معمولا تقاضا برای مواد خوراکی مانند گندم بی کشش است. به عنوان مثال تصور کنید در سال معینی وضعیت مطلوب جوی و فراوانی آب و نبود افات طبیعی همه و همه دست بدست هم بدهند و تولید گندم توسط کشاورزان ایرانی فرضا دو برابر شود. آیا این امر باید مایه خوشحالی کشاورزان باشد یا ناراحتی آنها. شاید کشاورزان پیش از برداشت محصول خوشحال باشند اما پس از برداشت و عرضه گندم در بازار ناگهان در خواهند یافت که خوشحالی آنها بی پایه بوده است. زیرا گندم کالای تقریبا بی کشش است. و میزان تقاضا برای آن در برابر تغییرات قیمت چندان تغییر نمی کند. در عین حال از یک سو با افزایش عرضه، قیمت گندم کاهش می یابد. از سوی دیگر با کاهش قیمت مقدار تقاضا افزایش نمی یابد. در نتیجه بدلیل پایین بودن کشش تقاضا برای گندم افزایش در مقدار تولید گندم چه بسا درآمد کشاورزان را کاهش می دهد. یادآوری این نکته مناسب که:

مفهوم کشش در اقتصاد بسیار کلیدی و کاربردهای آن بسیار زیاد است.

همچنین انواع کشش و کاربردهای آن در مواردی که ذکر شد منحصر نمی شود.

خلاصه

کشش عبارت است از اندازه گیری میزان واکنش مقدار عرضه یا تقاضا از یک کالا در برابر تغییر در یکی از عوامل مؤثر بر آن.

کشش های تقاضا به کشش قیمتی درآمدی و متقاطع تقسیم می شود.

در صد تغییر در مقدار تقاضا شده تقسیم بر در صد تغییر در قیمت را کشش قیمتی تقاضا می نامند.

با توجه به معیار کشش، کالاها را می توان به سه دسته با کشش، بی کشش و دارای کشش وحد تقسیم کرد.

با کشش یا بی کشش بودن کالاها را ضروری بودن یا تجملی بودن کالا در دسترس بودن جانشین های نزدیک و افق زمانی تعیین می کند.

اگر کشش قیمتی تقاضا برای کالایی صفر باشد منحنی تقاضای آن کالا کاملاً عمودی و اگر کشش قیمتی تقاضا برای کالایی بی نهایت باشد منحنی تقاضای آن کالا کاملاً افقی خواهد بود. منحنی های تقاضا که در میان این دو حالت افراطی حدی قرار دارند نشان دهنده کالاهای با کشش، کشش واحد و کم کشش می باشند.

کشش درآمدی تقاضا واکنش مصرف کننده را در برابر تغییر در درآمد نشان می دهد این کشش عبارت است از درصد تغییر در مقدار تقاضا از یک کالا تقسیم بر در صد تغییر در درآمد مصرف کننده

کشش درآمدی تقاضا از چند لحاظ با کشش قیمتی تقاضا تفاوت دارد: الف) کشش قیمتی تقاضا در حقیقت همیشه منفی است اما کشش درآمدی ممکن است منفی یا مثبت باشد. ب) کشش قیمتی حساسیت تقاضا به تغییرات قیمت را در قالب حرکت از یک نقطه به نقطه دیگر روی منحنی تقاضا اندازه گیری می کند. در مقابل، کشش درآمدی جابجایی و انتقال نسبی منحنی را بر اثر تغییرات درآمد اندازه گیری می کند.

کشش متقاطع تقاضا برای اندازه گیری اثر تغییر قیمت یک کالا بر مقدار تقاضای کالای دیگر استفاده می شود.

کشش متقاطع تقاضا ممکن است مثبت یا منفی باشد. علامت کشش متقاطع اطلاعات ارزشمندی درباره رابطه میان

دو کالا می دهد. اگر $E_{x,y} < 0$ افزایشی در قیمت کالای X باعث کاهش در مقدار تقاضای Y می گردد. و این نشان

دهنده آن است که دو کالا مکمل همدیگرند. اگر $E_{x,y} > 0$ در آن صورت هرافزایش در قیمت کالای X باعث

افزایش در تقاضای کالای Y می شود. در نتیجه این دو کالا جانشین یکدیگرند و اگر $E_{x,y} = 0$ ، دو کالا مستقل

از یکدیگرند. کشش قیمتی عرضه عبارت است از میزان حساسیت عرضه یک کالا به قیمت آن کالا

روش محاسبه کشش قیمتی عرضه مانند روش محاسبه کشش قیمتی تقاضاست. تنها تفاوت کشش قیمتی عرضه با

کشش قیمتی تقاضا آن است که در تقاضا واکنش مقدار در برابر قیمت منفی است و در عرضه واکنش مقدار در

برابر قیمت مثبت است. منحنی عرضه کاملاً بی کشش عمودی و منحنی عرضه کاملاً باکشش افقی است. در میان این دو حالت حدی، عرضه با کشش، کشش واحد یا بی کشش قرار دارد. عوامل اثر گذار بر تعیین و اندازه کشش عرضه یک کالا عبارتند از انعطاف پذیر بودن عرضه و افق زمانی.

سوالات فصل هفتم

- ۱- کشش چیست؟ کشش قیمتی تقاضا را تعریف کنید؟
 - ۲- با توجه به کشش قیمتی تقاضا چه کالایی با کشش، کشش چه کالایی کم کشش، بی کشش و چه کالایی دارای کشش واحد خوانده می شود؟
 - ۳- بر اساس معیار کشش چه کالایی ضروری و چه کالایی تجمل شناخته می شود؟
 - ۴- دو عامل موثر بر تعیین با کشش یا کم کشش بدون کالا را نام ببرید؟
 - ۵- رابطه میان شکل منحنی های تقاضا و نوع کالا از لحاظ درجه کشش را توضیح دهید؟
 - ۶- کشش در آمدی و متقاطع را تعریف کنید؟
 - ۷- تفاوت های کشش در آمدی تقاضا و کشش قیمتی تقاضا را نام ببرید؟
 - ۸- کشش عرضه را تعریف و عوامل موثر بر تعیین اندازه کشش قیمتی عرضه را نام ببرید؟
 - ۹- یک شرکت هواپیمایی چگونه از کشش برای قیمت گذاری بلیت هواپیما استفاده می کند توضیح دهید؟
 - ۱۰- فرض کنید جدول تقاضای آقای الف برای بستنی به صورت جدول زیر باشد:
- الف) کشش قیمتی تقاضا را در صورت افزایش قیمت از ۱۸۰۰ ریال به ۲۰۰۰ ریال محاسبه کنید درآمد ۱۰۰۰۰۰ و در درآمد ۱۵۰۰۰۰ ریال محاسبه کنید؟
- ب) کشش در آمدی تقاضا در صورت افزایش درآمد از ۱۰۰۰۰۰ به ۱۵۰۰۰۰ در قیمت های ۲۰۰۰ و در قیمت ۲۶۰۰ ریال را محاسبه کنید؟

قیمت (ریال)	مقدار تقاضا (درآمد = ۱۰۰۰۰۰ ریال)	مقدار تقاضا (درآمد = ۱۵۰۰۰۰ ریال)
۱۸۰۰	۹	۱۰
۲۰۰۰	۶	۹/۵
۲۴۰۰	۳	۷
۲۶۰۰	۱/۵	۲

فصل هشتم

نظریه رفتار مصرف کننده

آنچه تا کنون در باره قانون تقاضا گفتیم بر مشاهدات روز مره ما از رفتار مصرف کنندگان مبتنی بود. وقتی قیمت کالایی افزایش می یابد تقاضای آن کالا کاهش و با کاهش قیمت تقاضا برای آن کالا افزایش می یابد. این تحلیل در مورد یک کالا، یا تمامی مصرف کنندگان در مورد یک کالا به کار می رود. اما اگر بخواهیم بدانیم یک مصرف کننده در مورد تمامی اقلام مصرفی مورد تقاضایش چگونه تصمیم می گیرد، مساله پیچیده تر است. ما در این فصل می کوشیم منطق رفتار و انتخابهای مصرف کننده را تشریح کنیم و بکاویم که چرا یک مصرف کننده کالایی را بر کالایی دیگر ترجیح می دهد و یا کالایی را کمتر و دیگری را بیشتر می خرد. در جستجوی تبیین علمی و تحلیل چرایی رفتارها و انتخابهای مصرف کنندگان اقتصاددانان مفهومی به نام مطلوبیت را مطرح و آنرا پایه و مایه تمامی رفتارها و انتخابهای مصرف کننده قلمداد و معرفی کرده اند و توانسته اند از همین مفهوم، منحنی تقاضا و ویژگی های آن را استخراج کنند.

مطلوبیت چیست؟ مطلوبیت عبارت است از رضایتمندی و لذت درونی یا احساس خرسندی از مصرف یک کالا یا استفاده از یک خدمت. اگر کالای الف بیشتر از کالای ب برای مصرف کننده مطلوبیت دارد نشانه آن است که او کالای الف را بر کالای ب ترجیح می دهد.^{۴۷} زمانی که یک وضعیت را با وضعیت دیگری مقایسه می کنیم و می گوئیم وضعیت الف بر وضعیت ب برتری دارد بدون اینکه بتوانیم اندازه و کمیت تفاوت ها را بیان کنیم مقایسه ترتیبی انجام داده ایم. مثلا دو تابلو نقاشی را می توان از لحاظ زیبایی رتبه بندی کرد بدون اینکه بتوان میزان زیبایی آنها را اندازه گیری کرد. آنچه نظریه جدید تقاضا با استفاده از آن استخراج می شود اصل مطلوبیت ترتیبی است. در نگرش مطلوبیت ترتیبی، رتبه بندی سبدهای کالایی از لحاظ ارجحیت و برتری آنها برای مصرف کننده بررسی می شود و بر اساس همین رتبه بندی ترجیحات می توان ویژگی های عمومی منحنی های تقاضای بازار را استخراج کرد.

مطلوبیت کل و مطلوبیت نهایی

بحث مطلوبیت کل و مطلوبیت نهایی را با طرح یک سوال آغاز می کنیم: میان مطلوبیت و تقاضا چه رابطه ای وجود دارد؟ فرض کنید مصرف یک سیخ کباب برگ به شما مقدار معینی مطلوبیت یا رضایتمندی می بخشد. با مصرف

^{۴۷} - لازم است به خاطر داشته باشید مطلوبیت به عنوان یک مفهوم روانشناختی قابل مشاهده و اندازه گیری نیست. به همین دلیل اقتصاددانان تاکید می کنند که مطلوبیت مفهومی کمی و عددی نیست بلکه یک مفهوم ترتیبی است

دومین سیخ کباب برگ مقداری مطلوبیت اضافی بدست می آورید و در نتیجه مجموع مطلوبیت یا به عبارت دقیقتر، مطلوبیت کل شما افزایش می یابد. اما، آیا مصرف سومین و چهارمین سیخ باز بر مطلوبیت شما می افزاید؟ بدون تردید پس از صرف مقدار کافی از کباب، مصرف واحدهای اضافی (سیخ های بیشتر کباب) بجای افزودن بر مطلوبیت ممکن است باعث ایجاد ناراحتی گوارشی شود. این مثال مارا با دو مفهوم به نام مطلوبیت کل و مطلوبیت نهایی آشنا می سازد: مطلوبیت نهایی برابر است با میزان تغییر در مطلوبیت کل بر اثر مصرف یک واحد اضافی کالا یا خدمت. مطلوبیت کل عبارت است از مقدار مطلوبیتی که از مجموع واحدهای کالا و خدمات مصرف شده در یک دوره زمانی معین بدست می آید توجه کنید اصطلاح نهایی یک واژه بسیار کلیدی در علم اقتصاد است و همیشه به معنی مقدار اضافی به کار می رود

قانون مطلوبیت نهایی نزولی

حدود یک

الف	ب	ج
مقدار کالای مصرف شده	مطلوبیت کل	مطلوبیت نهایی
۰	۰	۵
۱	۵	۴
۲	۹	۳
۳	۱۲	۲
۴	۱۴	۱
۵	۱۵	۰
۶	۱۵	

قرن پیش، تامل

اقتصادانان

درباره مطلوبیت

قانونی را بنام

قانون مطلوبیت

نهایی نزولی در

علم اقتصاد به

ارمغان آورد.

براساس این

قانون، با مصرف

مقدار بیشتر و

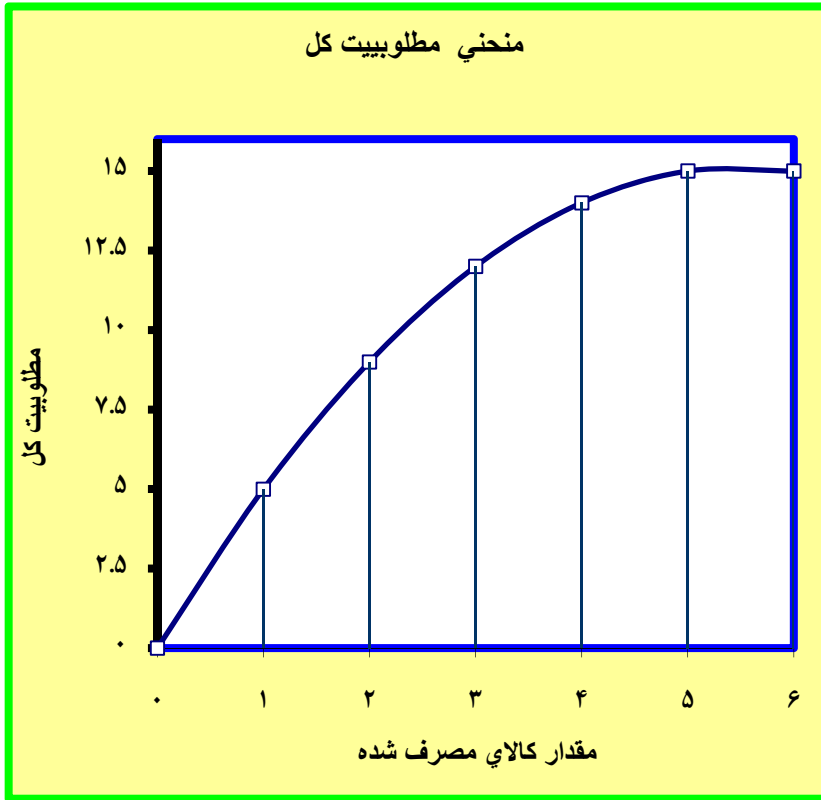
بیشتر از یک

کالا مقدار

مطلوبیت اضافی

-یا مطلوبیت

نهایی - از



نمودار ۱

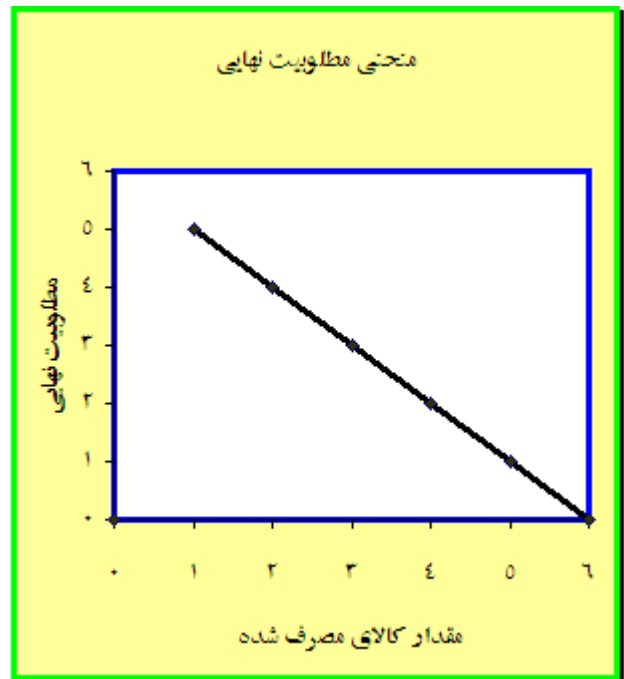
مصرف آن کالا کاهش می یابد.^{۴۸} برای توضیح بیشتر مطلوبیت سعی می کنیم از یک مثال عددی جدول ۸-۱ کمک بگیریم.

چنانکه در جدول مشاهده می کنید با افزایش مقادیر مصرف شده (ستون الف) مطلوبیت کل (ستون ب) افزایش می یابد اما این افزایش با نرخ کاهنده صورت می گیرد. مطلوبیت نهایی (ستون ج) یعنی مطلوبیت بدست آمده از مصرف یک واحد اضافی را اندازه

گیری می کند. بنابراین وقتی مصرف کننده ۴ واحد مصرف می کند مطلوبیت نهایی دریافتی او برابر است با 14-12=2. سیر کاهنده ارقام در ستون ج بیانگر قانون مطلوبیت نهایی نزولی است.

نمودار مطلوبیت کل و مطلوبیت نهایی

نمودار ۸-۱ داده های جدول ۸-۱ را به بیان هندسی نشان می دهد. در این نمودار رابطه مقدار مصرف شده و مطلوبیت کل رسم شده است. این نمودار نشان می دهد که با مصرف مقادیر بیشتر از یک کالا مطلوبیت کل افزایش می یابد. ملاحظه می شود که مصرف یک کالا ۵ واحد، مصرف ۲ کالا ۹ واحد، و مصرف ۵ کالا ۱۵ واحد مطلوبیت برای مصرف کننده ایاد می کند. لذا با مصرف بیشتر مطلوبیت کلی افزایش یافته است.



نمودار ۲

^{۴۸} - البته کاهش در مطلوبیت اضافی در دوره زمانی خاصی متناسب با آن کالا قابل توجه است مثلاً دوره زمانی تقاضا برای بستنی را می توان یک روز برای برای گفش یک ماه و برای تور های تفریحی خارج از کشور را یک سال در نظر گرفت.

اما همانگونه که در نمودار ۸-۲ مشاهده می کنید و برعکس منحنی مطلوبیت شیب منحنی مطلوبیت نهایی نزولی است. چنانکه ملاحظه می شود مطلوبیت نهایی مصرف کالا نزولی است. بطوری که اولین واحد برای مصرف کننده ۵ واحد مطلوبیت ایجاد نموده است. مصرف دومینی واحد مطلوبیتی برابر ۴ واحد ایجاد کرده است و مصرف پنجمین واحد فقط یک واحد مطلوبیت داشته است. و سرانجام ششمین واحد اصلا مطلوبیتی نداشته است.

مطلوبیت های نهایی و تعادل مصرف کننده

با توجه به مطالب پیشین اکنون می توانیم از نظریه مطلوبیت برای تشریح و تبیین تقاضای مصرف کننده و درک ماهیت منحنی های تقاضا استفاده کنیم. فرض می کنیم مصرف کننده به عنوان یک انسان عاقل^{۴۹} رفتاری هدفمند دارد. هدف مصرف کننده از مصرف یک کالا نه تنها مطلوبیت کسب مطلوبیت بلکه حد اکثرسازی مطلوبیت است. اما او در این فرایند با محدودیت درآمدی مواجه است. در نتیجه او همیشه از میان سبدهای مختلف کالا سبدهای را بر می گزیند که مطلوبیت او را با توجه به قید محدودیت بودجه حد اکثر سازد. شرط اساسی حد اکثر سازی مطلوبیت اصل برابری مطلوبیت نهایی است. بر اساس اصل برابری مطلوبیت نهایی، مصرف کننده ای که درآمدی معین دارد و با قیمت های مشخصی در بازار روبروست اگر فرض کنیم قیمت کالاها برابر است و هر کدام یک واحد پولی باشد مصرف کننده زمانی به حداکثر مطلوبیت یا رضایتمندی دست می یابد که مطلوبیت نهایی آخرین واحد پولی (مثلا ریال) که برای خرید هر کالایی خرج می کند با مطلوبیت نهایی آخرین ریالی که برای خرید و مصرف کالای دیگری خرج می کند برابر باشد. دلیل لزوم برقراری این شرط برای تحقق حداکثر مطلوبیت این است که اگر به ازای یک واحد پولی، مطلوبیت نهایی کالای الف برای مصرف کننده بیشتر از مطلوبیت نهایی کالای ب باشد مصرف کننده سعی می کند پول بیشتری صرف خرید کالای الف کند. با خرید واحد های اضافی از کالای الف و براساس اصل مطلوبیت نهایی نزولی مطلوبیت نهایی کالای الف کاهش می یابد. از سوی دیگر مصرف کننده می کوشد از کالایی که مطلوبیت نهایی کمتری دارد مقدار کمتری بخرد. با کاهش در مصرف آن کالا مطلوبیت نهایی آن افزایش می یابد. بنابراین مصرف کننده تا زمانی خرید کالای الف را افزایش و خرید کالای ب را کاهش می دهد که مطلوبیت نهایی هر دو کالا برابر شود. این قضیه در مورد تمام کالاها نیز صادق است. اما چون قیمت کالاها لزوما برابر نیست، لذا مصرف کننده در صورتی به تعادل می رسد که نسبت مطلوبیت نهایی هر کالا به قیمت آن با نسبت مطلوبیت نهایی کالای دیگر

^{۴۹} منظور از انسان عاقل در نظریه بازار به معنای حسابگر بودن است. بنابراین فردی که همواره با حسابگری و زیاده خواهی بدنبال افزایش سود یا لذت است، در نظریه بازار عاقل فرض می شود. هر چند این فرض در برخی موارد می تواند درست باشد، اما مطلق پنداشتن آن کاملا خطاست. خوانندگان علاقمند می توانند برای آشنایی با کاستی های این فرضه مراجعه کنند به: عربی و لشکری، توسعه در آییننه تحولات، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

به قیمت آن برابر شود. شرط اساسی تعادل مطلوبیت نهایی آخرین واحد پولی مصرف دو کالای ۱ و ۲ را می توان به صورت زیر خلاصه کرد:

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2}$$

که در آن MU_1 ، مطلوبیت نهایی کالای ۱ و MU_2 مطلوبیت نهایی کالای ۲ و P_1 و P_2 نیز به ترتیب قیمت های کالای ۱ و ۲ است. با استفاده از این فرمول به راحتی می توانیم علت نزولی بودن شیب منحنی تقاضا را مشاهده کنیم. برای مثال در رابطه بالا، مطلوبیت نهایی سایر کالاها به ازای یک واحد پولی را ثابت فرض کنید. آنگاه قیمت کالای ۱

را افزایش دهید. اگر مقدار مصرف شده از کالای ۱ تغییر نکند نسبت $\frac{MU_1}{P_1}$ کمتر از مطلوبیت نهایی سایر کالاها به ازای یک واحد پولی خواهد بود.

$$\frac{MU_1}{P_1} < \frac{MU_2}{P_2}$$

مصرف کننده برای رسیدن به تعادل باید مصرف کالای ۱ را تعدیل کند. برای این کار باید مصرف کننده از سطح مصرف کالای ۱ بکاهد تا مطلوبیت نهایی آن افزایش یابد تا حدی که نسبت $\frac{MU_1}{P_1}$ با مطلوبیت نهایی کالای دوم به ازای یک واحد پولی برابر گردد. قیمت بالاتر یک کالا باعث می شود مصرف کننده برای حفظ تعادل مطلوبیت های نهایی کالاها، از مصرف مقدار مطلوب آن بکاهد. در نتیجه، شیب منحنی تقاضا نزولی است. به علاوه شیب منفی منحنی تقاضا بیانگر مطلوبیت نهایی نزولی مصرف آن کالا نیز هست. یعنی در اولین واحدهای مصرف، چون مطلوبیت نهایی آن برای مصرف کننده بالاست، حاضر است قیمت های بالاتری نیز پردازد، ولی در واحدهای بعدی چون مطلوبیت نهایی مصرف آن کالا کاهش می یابد، لذا مصرف کننده نیز قیمت های کمتری را حاضر است، پردازد.

اثر درآمدی و جانشینی

چنانکه دیدیم نزولی بودن مطلوبیت نهایی به عنوان دلیلی برای نزولی بودن شیب منحنی عرضه مطرح شده است. اما از آنجا که مفهوم مطلوبیت غیر کمی و غیر قابل اندازه گیری است اقتصاد دانان توجیه دیگری نیز برای نزولی بودن منحنی

تقاضا ارایه داده اند: استفاده از دو مفهوم اثر درآمدی و جانشینی. این توجیه در فصل پنجم اشاره شد. در اینجا آن را اندکی بسط می دهیم:

اثر درآمدی

یکی از دلایلی که مردم با کاهش قیمت یک کالا مقدار بیشتری از آن را خریداری می کنند اثر تغییر قیمت بر تغییر درآمد واقعی است. زیرا با فرض ثبات سایر شرایط تغییرات قیمت در آمد واقعی را تغییر می دهد. افزایشی در قیمت ها قدرت خرید افراد را کاهش می دهد و کاهشی در قیمت ها قدرت خرید آنها را افزایش می دهد. فرض کنید درآمد اسمی شما در یک هفته دوست و چهل هزار ریال است شما تصمیم دارید که یک چهارم درآمد خود را صرف خرید میوه (که یک کالای نرمال است) و بقیه را صرف سایر مخارج کنید. اگر قیمت هر کیلو میوه ۶۰۰۰ ریال باشد شما می توانید با ربع درآمد هفتگی خود مقدار ۱۰ کیلو میوه بخرید. اگر قیمت هر کیلو میوه به ۳۰۰۰ ریال برسد و قیمت سایر کالاها ثابت بماند قدرت خرید شما افزایش می یابد (گویا شما غنی تر از قبل می شوید) و شما با یک چهارم درآمد هفتگی خود می توانید ۲۰ کیلو میوه خریداری کنید بدون آنکه از بودجه ای که برای خرید سایر کالاها اختصاص داده اید بکاهید. بنابر این چنانکه قانون تقاضا پیش بینی می کند کاهش در قیمت یک کالا باعث می شود درآمد واقعی شما -درآمد اسمی- و در نتیجه مقدار تقاضای شما از یک کالا افزایش یابد.

تغییر در مقدار تقاضا از یک کالا و خدمت به دلیل تغییر در

درآمد واقعی (قدرت خرید) را اثر درآمدی می نامند.

اثر جانشینی

وقتی قیمت یک کالا (مثلا نوشابه زمزم) در مقایسه با قیمت کالاها ی دیگر (مثلا نوشابه پارسی کولا) کاهش می یابد و قیمت پارسی کولا بدون تغییر باقی می ماند با فرض ثبات سایر شرایط خریداران نوشابه زمزم را ارزانتر و مصرف آن را اقتصادی تر از سایر نوشیدنی ها می دانند و سعی می کنند نوشابه زمزم را جانشین سایر نوشیدنی ها نمایند. درست همانگونه که قانون تقاضا پیش بینی می کند با کاهش قیمت مقدار تقاضا از یک کالا افزایش می یابد. زیرا با توجه به قیمت پایینتر زمزم اثر جانشینی موجب می شود مصرف کنندگان آنرا جایگزین سایر کالاها -مثلا پارسی کولا- کنند که اکنون در مقایسه با زمزم گرانتر است. اثر جانشینی عبارت است از تغییر در مقدار تقاضای یک کالا بر اثر تغییر نسبی در قیمت آن کالا در مقایسه با کالاهای جانشین.

تئوری مازاد مصرف کننده

چنانکه در توضیح قانون مطلوبیت نهایی نزولی کالاها و خدمات گفته شد واحدهای مصرف شده از یک کالا و خدمت برای مصرف کننده ارزشی یکسان ندارند. واحدهای اول مطلوبیت بیشتر و واحدهای بعدی مطلوبیت کمتری دارد. چرا که منحنی تقاضای مصرف کننده براساس نظریه مطلوبیت نهایی بیانگر مقدار مطلوبیتی است که واحدهای مصرف آن کالا برایش ایجاد می کند. اما او صرف نظر از اینکه چندمین واحد از کالا را مصرف می کند برای هر واحد کالا قیمت بازاری آن را می پردازد که این قیمت حاصل عرضه و تقاضا در بازار است.

اما مصرف کننده وقتی در بازار اقدام به خرید یک کالای کند نه به اندازه ارزش یک کالا از لحاظ مطلوبیت بلکه به اندازه قیمت یک کالا در بازار، پول می پردازد. قیمت یک کالا در بازار به اندازه مطلوبیت نهایی حاصل از یک کالا تعیین می شود نه مطلوبیت کل یک کالا. این موضوع را می توان در قالب مثال تناقض ارزش بخوبی مشاهده کرد. تناقض ارزش یکی از مسایل معروف در علم اقتصاد است که نخستین بار توسط آدام اسمیت دویست و اندی سال پیش مطرح شده بود. سوالی که در تناقض ارزش مطرح است این است که چرا ارزش پولی آب که جانمایه حیات برای انسانها و کل جانداران است در بازار کاملاً ناچیز است. برعکس، الماس که در مقایسه با آب ارزش کاربردی بسیار ناچیزی دارد و حیات انسان که هیچ، حیات مورچه ای هم به آن وابسته نیست از لحاظ قیمت بازاری گرانترین فلز جهان به شمار می رود؟

پاسخ یک اقتصاددان برای این پرسش این است که الماس یک کالای بسیار کمیاب است و هزینه بدست آوردن یک واحد اضافی آن بسیار بالاست. در حالیکه آب نعمتی است که در هر جا به وفور یافت می شود و بدست آوردن آن در بسیاری نقاط جهان هزینه ای در بر ندارد. از سوی دیگر، قیمت آب نه به اندازه مطلوبیت (سودمندی) کل آن بلکه با توجه به مطلوبیت نهایی و سودمندی آخرین واحد (لیوان) آن تعیین می شود. و بدلیل وفور آب در جهان قیمت آخرین لیوان آب بسیار ناچیز و اکثراً برابر با صفر است. هرچند ارزش نخستین جرعه های آب با جان آدمی برابر است اما آخرین جرعه های آب تنها برای آبیاری باغچه و شستن ماشین مورد نیاز است. مساله تناقض ارزش به خوبی نشان می دهد که ارزش پولی و قیمت بازاری یک کالا غیر از ارزش و سودمندی واقعی یک کالا است. ارزش پولی هوایی که تنفس می کنیم صفر است در حالیکه نقش هوا در رفاه و بلکه حیات ما همان قدر ارزش دارد که آب برای ماهی.

تفاوت میان مطلوبیت کل یک کالا و ارزش کل بازاری آن اضافه رفاه یا مازاد مصرف کننده نامیده می شود.

مازاد مصرف کننده عبارت است از مبلغی که مصرف کننده تمایل به پرداخت دارد منهای مبلغی که در عمل پرداخت می کند. به عبارت دیگر مازاد مصرف کننده منفعت و رفاهی را اندازه گیری می کند که مصرف کننده بر اثر شرکت در بازار بدست می آورد.

قیمت کالا در بازار - مطلوبیت کل = مازاد مصرف کننده

برای اندازه گیری مقدار مازاد مصرف کننده می توان از جدول یا نمودار منحنی مطلوبیت های نهایی یک کالا کمک گرفت. مثلا فرض کنید قیمت یک عدد بستنی ۱۱۰۰ ریال باشد و شما پنج عدد بستنی می خرید. ارزش پولی مطلوبیت اولین بستنی برای شما ۱۵۰۰ ریال می باشد. در اینجا با خرید بستنی اول اضافه رفاه شما برابر است با $1500 - 1100 = 400$. بستنی دوم نیز مقداری اضافه رفاه برای شما به بار می آورد اما این اضافه رفاه بدلیل نزولی بودن مطلوبیت نهایی کمتر از اضافه رفاه بستنی اول است. مثلا اضافه رفاه بستنی دوم برابر است با $1300 - 1100 = 200$.

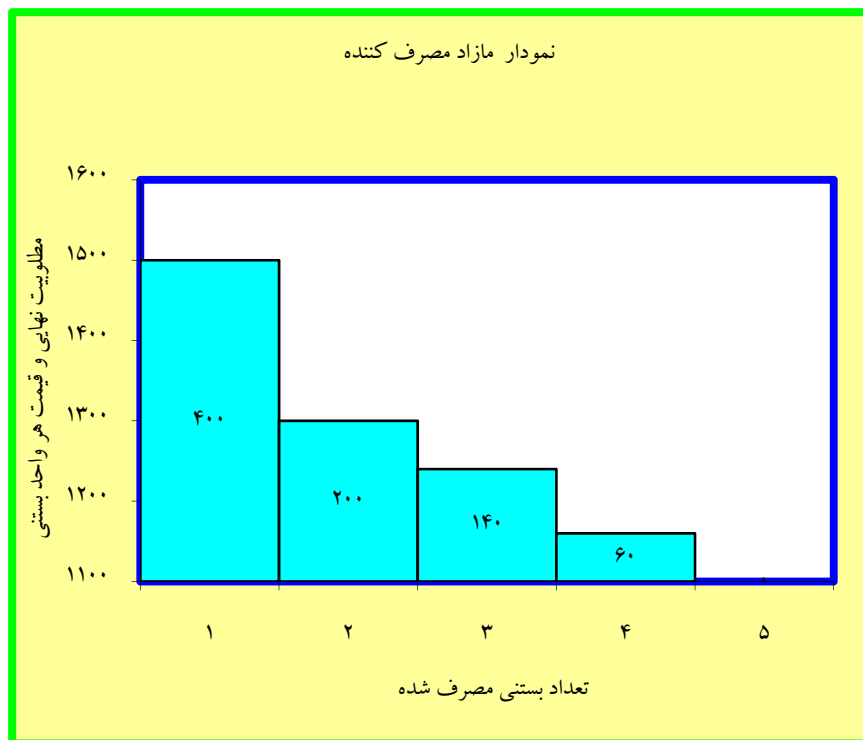
به همین قیاس اضافه رفاه بستنی سوم و چهارم برای شما به ترتیب برابر است با $1240 - 1100 = 140$ و $1160 - 1100 = 60$. اما خرید بستنی پنجم (آخرین واحد خرید شما) اضافه رفاهی به همراه ندارد. زیرا مطلوبیت نهایی آخرین واحد خریداری شده معمولا مساوی است با قیمت کالا. بنابراین به راحتی می توان مقدار کل اضافه رفاه شما از مصرف چهار واحد بستنی را محاسبه کرد. مازاد مصرف کننده در این مثال عبارت است از جمع اضافه رفاههای حاصل از مصرف هر بستنی. جدول ۸-۲ نشان می دهد که کل اضافه رفاه مصرف کننده برابر است با:

$$400 + 200 + 140 + 60 = 800$$

مقدار	مطلوبیت نهایی	قیمت	مازاد مصرف کننده
۱	۱۵۰۰	۱۱۰۰	۴۰۰
۲	۱۳۰۰	۱۱۰۰	۲۰۰
۳	۱۲۴۰	۱۱۰۰	۱۴۰
۴	۱۱۶۰	۱۱۰۰	۶۰
۵	۱۱۰۰	۱۱۰۰	۰
جمع	۶۳۰۰	۵۵۰۰	۸۰۰

جدول ۸-۲

محاسبه نموداری اضافه رفاه مصرف کننده



نمودار ۳۸

در نمودار فوق برای اینکه ارزش پولی مطلوبیت نهایی و مازاد خالص مصرف کننده به سادگی مشاهده و محاسبه شود، تنها آن قسمت از ستونها رسم شده است که مساوی و بالا تر از قیمت یک واحد بستنی (۱۱۰۰) است و به عبارت دیگر اضافه رفاه مصرف کننده را نشان می دهد. از جمع ارقام ستونها مقدار ریالی مازاد مصرف کننده بدست می آید

$$\text{که برابر است با: } 400+200+140+60=800.$$

در اینجا کل هزینه خرید چهار واحد بستنی ۵۵۰۰ و ارزش کل مطلوبیت دریافتی ۶۳۰۰ و مازاد مصرف کننده معادل ۸۰۰ ریال است.

خلاصه:

بر اساس تحلیل های مبتنی بر اقتصاد سرمایه داری هدف از مصرف یک کالا برای فرد حداکثرسازی مطلوبیت است.

در اقتصاد سرمایه داری مفهوم مطلوبیت را پایه و مایه تمامی رفتارها و انتخابهای مصرف کننده قلمداد و معرفی و از همین مفهوم، منحنی تقاضا و ویژگی های آن را استخراج می شود.

مطلوبیت بر دو نوع است: مطلوبیت کل و مطلوبیت نهایی. مطلوبیت کل عبارت است از مقدار مطلوبیتی که از مجموع واحدهای کالا و خدمات مصرف شده بدست می آید.

مطلوبیت نهایی برابر است با میزان تغییر در مطلوبیت کل بر اثر مصرف یک واحد اضافی کالا یا خدمت.

بر اساس قانون **مطلوبیت نهایی نزولی**، با مصرف مقدار بیشتر و بیشتر از یک کالا مقدار مطلوبیت اضافی - یا مطلوبیت نهایی - از مصرف آن کالا کاهش می یابد.

شرط اساسی حد اکثر سازی مطلوبیت اصل برابری مطلوبیت نهایی کالاها است.

بر اساس اصل برابری مطلوبیت نهایی، مصرف کننده ای که درآمدی معین دارد و با قیمت های مشخصی در بازار روبروست زمانی به حداکثر مطلوبیت یا رضایتمندی دست می یابد که مطلوبیت نهایی آخرین واحد پولی (مثلاً ریال) که برای خرید هر کالایی خرج می کند با مطلوبیت نهایی آخرین ریالی که برای خرید و مصرف کالای دیگری خرج می کند برابر باشد.

از آنجا که مفهوم مطلوبیت غیر قابل اندازه گیری برای استخراج قانون تقاضا از دو مفهوم دیگر به نام اثر درآمدی و اثر جانشینی استفاده می شود.

تغییر در مقدار تقاضا از یک کالا و خدمت به دلیل تغییر در درآمد واقعی (قدرت خرید) را اثر درآمدی می نامند و تغییر در مقدار تقاضای یک کالا بر اثر تغییر نسبی در قیمت آن کالا در مقایسه با کالاهای جانشین را اثر جانشینی می نامند.

مصرف کننده مسلمان، درآمد محدود خود را به گونه ای به موارد مختلف نیازها و کالاها و خدمات تخصیص می دهد که بیشترین پاداش الهی را به دست آورد.

در فرایند تخصیص زمانی مصرف و پس انداز مصرف کننده مسلمان گزینه ای را برمی گزیند که مطلوبیت و رفاه او در جهان جاودانه اخروی را حداکثر سازد و از لذت زود گذر دنیای فناپذیر درمی گذرد.

سوالات فصل هشتم

- ۱- مطلوبیت چیست و نظریه تقاضا با استفاده از کدام نوع مطلوبیت استخراج می شود؟
- ۲- تفاوت میان مطلوبیت کل و مطلوبیت نهایی را توضیح دهید؟
- ۳- قانون مطلوبیت نهایی نزولی را توضیح دهید؟
- ۴- چگونه می توان با استفاده از مفهوم مطلوبیت نهایی نزولی بودن شیب منحنی تقاضا را توجیه کرد؟
- ۵- آیا قیمت یک کالا در بازار با توجه به مطلوبیت کل ناشی از مصرف آن کالا تعیین می شود یا مطلوبیت نهایی حاصل از آن کالا؟
- ۶- مساله تناقض ارزش را با ذکر یک مثال توضیح دهید؟
- ۷- مازاد مصرف کننده را تعریف و شیوه اندازه گیری آن را بیان کنید؟

ضمیمه فصل هشتم مبانی و منطق رفتار مصرف کننده مسلمان

آنچه تاکنون در باره رفتار مصرف کننده گفته شد در چهارچوب اقتصاد متداول بود. نظریه های اقتصاد متداول بر شالوده مبانی فلسفی مکتب سرمایه داری استوار است. بر اساس بینش سرمایه داری انسان اقتصادی همیشه در پی حد اکثر کردن منفعت و لذت خویش است. و همین هدف چراغ راه او در همه فعالیتها و رفتار های اجتماعی و اقتصادی او از جمله رفتار مصرفی اوست. اما منطق حاکم بر رفتار مصرف کننده مسلمان نه از مبانی فلسفی سود باور و فایده محور سرمایه داری و لذت پرستی بلکه از تعالیم ناب و آموزه های رستگاری بخش دین مبین اسلام سرچشمه می گیرد. چنانکه در ضمیمه فصل چهارم اشاره شد کمال فلاح و سعادت انسان رسیدن به آستانه قرب الهی است. این اصل الهام بخش و چهارچوب گذار همه رفتار ها و کردار های انسان مسلمان است بنابراین در زمینه مصرف نیز «هدف نهایی فرد مسلمان، قرب به خدا و جلب خشنودی او است. مناسب ترین هدف میانی برای دستیابی به این هدف، «بیشینه کردن پاداش الاهی تخصیص درآمد» است؛ بدین سبب مسلمان، درآمد محدود خود را به گونه ای به موارد مختلف نیازها و کالاها و خدمات تخصیص می دهد که بیشترین پاداش الهی را به دست آورد»^{۵۰} حال برای اینکه رفتار مصرف کننده مسلمان بتواند به این هدف والا یعنی حداکثر سازی پاداش و قرب الهی را بدست بیاورد باید در تمام مراحل تخصیص درآمد و هزینه کردن آن پا را از چارچوب یعنی قواعد و ضوابط رفتاری تعیین شده در شرع مقدس اسلام (احکام شرعی) فراتر نگذارد و بکوشد رفتار خود را با این احکام منطبق و سازگار نماید. لازمه منطقی گردن نهادن به دستورات شرع مقدس و احکام اسلامی آن است که فرد مسلمان در رفتار مصرفی خود اعتدال پیشه کند، از اسراف و تبذیر پرهیزد. از ارتکاب محرمات حتی اگر برای او مطلوبیت و لذت مادی و ظاهری داشته باشد اجتناب کند.

از دیگر تفاوت های مهم میان مصرف کننده مسلمان و غیر مسلمان اعتقاد مسلمانان به حیات اخروی است. توجه به روز رستاخیر و باور به اینکه دنیا مزرعه آخرت است بر نگرش و رفتار انسان مسلمان اثری بس شگرف دارد. مصرف کننده ای که به وجود رابطه تنگاتنگ ۵۱ میان رفتارها و کردارهای خود در زندگی دنیوی و و بازتاب (پاداش و جزای) آن ها در جهان دیگر باور دارد افقی زمانی گسترده تری فراروی خود می بیند. این افق باعث می شود مصرف کننده مسلمان صرفاً مطلوبیت مادی، شخصی و فعلی را ملاک تصمیم گیری قرار ندهد، بلکه مطلوبیت معنوی و آتی را نیز مد نظر قرار دهد که گاهی ممکن است موجب صرف نظر کردن از مصارف شخصی دنیایی باشد.

در سایه همین نگرش است که انگیزه کافی برای تقبل هزینه های مذهبی و کمک به مستمندان و نیازمندان در مصرف کننده مسلمان به وجود می آید و باعث می شود در تراحم منافع فردی و جمعی او دیگران را بر خود مقدم بداند و دست به ایثار بزند^{۵۲}.

^{۵۰} حسینی سید رضا (۱۳۷۷)

^{۵۱} انصاری جعفر و دیگران (۱۳۷۸) ص ۴۷

^{۵۲} خوانندگان علاقه می توانند برای آشنایی با مباحث تفصیلی در این زمینه به منابع حسینی سید رضا (۱۳۸۲)، طاهر سعید (۱۳۷۵) عزتی مرتضی (۱۳۸۵) انصاری جعفر (۱۳۷۸) زرقا انس (۱۳۸۴)، صدیقی نجات الله (۱۳۸۴) و دیگر ادبیات مرتبط مراجعه کنند.

فصل نهم

هزینه های تولید

اقتصاد هر کشور از هزاران بنگاهی تشکیل می یابد که کار تولید، مدیریت، ساماندهی و عرضه انواع کالاها و خدمات را بر عهده دارند. از قصاب، بقال و نانواي محل زندگی شما گرفته تا شالیکاران، کشاورزان، ماهیگران، شرکتهای بزرگ خودروسازی، پالایشگاههای نفت، شرکت قطارهای مسافری، شرکت های هواپیمایی، هتل های بزرگ، شرکت های مخابراتی، برق و... هر یک نمونه هایی از این بنگاهها هستند. در بحث نظریه عرضه، به طور گذرا، با قانون عرضه و منحنی عرضه- به عنوان بیان هندسی رفتار و واکنش عرضه کننده در قبال تغییرات قیمت- آشنا شدیم. در این فصل رفتار بنگاه و ساز و کار نهفته در پشت پرده منحنی عرضه را بررسی خواهیم کرد. نظریه رفتار مصرف کننده بر پایه این فرض استوار بود که مصرف کننده انسانی - حسابگر- است که در همه رفتار های مصرفی اش به دنبال این است که بودجه موجود و محدود خود را به گونه ای میان انواع کالاها و خدمات اختصاص دهد که مطلوبیت و رضایتمندی او را به حد اکثر میزان ممکن برساند. اما، فرضی که نظریه رفتار تولید کننده بر پایه آن مبتنی است آن است که هر واحد تولیدی اعم از کشاورزی، صنعتی، خدماتی و... همیشه در پی آن است که (اولا) با حد اقل هزینه ممکن تولید کند و (ثانیا) با تصمیم گیری در باره اینکه چه کالا و خدمتی را و به چه مقدار تولید کند سود خود را به حد اکثر برساند. از این رو مناسب است در ابتدا، با هزینه -و انواع آن- و سود و هم چنین نحوه محاسبه آنها آشنا شویم.

هزینه های آشکار و هزینه های پنهان

یک بنگاه تولیدی مثل یک قنادی را در نظر بگیرید. مالک این بنگاه فرضی، آقای محسن است که برای تهیه و تولید شیرینی موادی مانند، شکر، شیر، تخم مرغ و سایر مواد افزودنی را خریداری می کند؛ کارگرانی را برای تولید شیرینی استخدام می کند؛ محلی مانند کارخانه و مغازه را اجاره یا خریداری می کند. و خود نیز به صورت تمام وقت مشغول اداره این قنادی می شود. از منظر اقتصاد دانان هزینه های اختصاص یافته برای تولید شیرینی در این بنگاه قنادی عبارت است از چشم پوشی از فرصت و امکان استفاده این منابع در راهی دیگر. هزینه فرصت یک تصمیم عبارت است از ارزش بهترین بدیلی که در نتیجه این تصمیم از دست می رود. **هزینه های تولید کالا یا خدمت در یک بنگاه به دو گروه هزینه های آشکار و هزینه های پنهان تقسیم می شود.** در مثال بالا، پولهایی که برای خرید مواد و اجاره کارخانه و دستمزد کارگران پرداخته می شود هزینه های آشکار این قنادی را تشکیل می دهند. علاوه بر این ها یک قنادی هزینه هایی در بردارد که کمتر به چشم می خورد. مثلا آقای محسن یک گچکار چیره دست و ماهری

است که اگر در قنادی اش کار نمی کرد می توانست روزانه ۲۵۰۰۰۰۰ ریال در آمد داشته باشد. بنابراین برای هر روز که او در قنادی اش کار می کند ۲۵۰۰۰۰۰ ریال در آمد را از دست می دهد. این در آمد از دست رفته نیز جزء هزینه های قنادی او به شمار می آیند. از مواردی که تفاوت میان هزینه های آشکار و هزینه های پنهان بیشتر مشهود است تفاوت میان زاویه نگاه یک حسابدار و یک اقتصاد دان به هزینه هاست. اقتصاددانان علاقه مندند چگونگی تصمیم گیری در باره تولید و قیمت را در یک بنگاه مطالعه کنند. و چون این تصمیم ها بر هزینه های آشکار و پنهان مبتنی است اقتصاددانان در محاسبه و اندازه گیری هزینه ها هر دو نوع هزینه را لحاظ می کنند. در مقابل کار حسابداران آن است که ورود و خروج پول از بنگاه را دنبال کنند. در نتیجه آنها تنها هزینه های آشکار را محاسبه می کنند و عمدتاً هزینه های فرصت را نادیده می گیرند.

در محاسبات حسابدار در آمد روزانه از دست رفته آقای محسن در هیچ جایی به عنوان هزینه نمی گنجد. با توجه به این که هیچ پولی در قبال این مساله از صندوق قنادی خارج نمی شود رقمی در قبال آن در گزارش مالی و تراز نامه این بنگاه ثبت نمی شود. اما یک اقتصاددان در تحلیل خود این در آمد از دست رفته را در نظر می گیرد. زیرا این هزینه پنهان بر تصمیم گیری های آقای محسن در مورد ورود به شغل قنادی و ادامه آن اثر می گذارد. به طور مثال اگر دستمزد روزانه یک گچکار ماهر به ۵۰۰۰۰۰ ریال افزایش یابد چه بسا ادامه کار قنادی از نظر آقای محسن دیگر مقرون به صرفه نباشد و او تصمیم بگیرد که قنادی اش را تعطیل کند و به کار گچکاری باز گردد یا فردی را بجای خودش در کارهای قنادی به کار گیرد. چنانکه اشاره شد اقتصاددانان و حسابداران با هزینه ها برخورد متفاوت دارند. و این تفاوت در مورد هزینه های سرمایه ای نمود بیشتر می یابد. برای روشن تر شدن بیشتر این تفاوت مثال بالا را از زاویه دیگری مطرح می کنیم. فرض کنید برای تامین مالی یک کارخانه قنادی که مبلغ ۲۰ میلیون ریال سرمایه لازم دارد آقای محسن ۱۰ میلیون ریال پس انداز خود را به کار می گیرد و ۱۰ میلیون ریال از بانک با نرخ سود سالانه ۱۰ درصد تسهیلات دریافت می کند. وقتی یک حسابدار هزینه های این قنادی را محاسبه می کند سالانه مبلغ یک میلیون ریال سود پرداختی به بانک را به عنوان هزینه استقراض سرمایه در ردیف هزینه های این قنادی ثبت و محاسبه خواهد کرد. اما یک اقتصاددان علاوه بر یک میلیون ریال سود بانک مبلغ یک میلیون ریال دیگر را به عنوان هزینه فرصت سرمایه خود آقای محسن بر لیست هزینه های بنگاه می افزاید. به دلیل همین تفاوت در مورد اندازه گیری هزینه ها، اقتصاددانان و حسابداران سود و در آمد بنگاهها را نیز متفاوت از هم محاسبه خواهند کرد. اقتصاددانان سود بنگاه را به صورت در آمد کل حاصل از فروش کالا ها و خدمات منهای همه هزینه های آشکار و پنهان محاسبه می کنند اما حسابداران سود بنگاه را به صورت در آمد کل منهای هزینه های آشکار محاسبه می کنند. توجه کنید اگر هزینه های پنهان نادیده گرفته شود، سود بیشتری برای بنگاه

گزارش می شود. به دلیل همین اختلاف ممکن است یک بنگاه از نظر حسابداری سود آور باشد اما از نظر اقتصادی غیر سودآور و چه بسا زیان ده باشد.

رابطه تولید و هزینه

هرجا تولیدی در کار باشد هزینه ها سایه وار آن را دنبال می کنند. به دلیل این پیوند جدایی ناپذیر میان تولید و هزینه شایسته است رابطه میان فرایند تولید و هزینه کل تولید را بررسی کنیم. این بررسی را با معرفی چند مفهوم مهم در زمینه تولید و در قالب ادامه همان مثال قنادی آقای محسن انجام می دهیم برای سادگی فرض می کنیم که اندازه کارخانه قنادی ثابت باشد و آقای محسن تنها با افزایش تعداد کارگران بتواند بر مقدار تولید شیرینی بیافزاید. این فرض تنها در کوتاه مدت^{۵۳} واقع بینانه است زیرا آقای محسن نمی تواند یک شبه کارخانه بزرگتری احداث کند. اما در دراز مدت این فرض، با واقعیت همخوانی ندارد. بحث رابطه میان هزینه ها و افق زمانی را به مجالی دیگر (پایان این فصل) واگذار می کنیم.

۱. تابع تولید

می دانیم هر محصولی با استفاده از نهاده های لازم تولید می شود. اما علاوه بر این می خواهیم بدانیم برای تولید یک محصول معین چه مقدار نهاده لازم است. رابطه میان مقدار نهاده لازم برای تولید و مقدار محصول بدست آمده را تابع تولید می نامند. تابع تولید تعیین کننده حداکثر مقدار محصولی است که از نهادهای موجود و با توجه به دانش فنی و فنآوری موجود می توان تولید کرد.

جدول ۹-۱ نشان می دهد که چگونه مقدار تولید روزانه شیرینی در کارگاه قنادی محسن به شمار کارگران بستگی دارد. وقتی هیچ کارگری در کارگاه نیست اصلاً شیرینی تولید نمی شود. اگر یک کارگر در کارگاه باشد ۵۰ کیلو شیرینی تولید می شود. اگر دو کارگر در کارگاه کار کنند ۹۰ کیلو شیرینی تولید می شود. و به همین ترتیب اگر ۳ کارگر در کارگاه باشند ۱۲۰ کیلو شیرینی تولید می شود. این جدول فرضی رابطه میان تعداد کارگر (ستون اول) و مقدار تولید شیرینی (ستون دوم) را نشان می دهد.

۲. تولید کل

تولید کل عبارت است از کل مقدار محصول در واحد فیزیکی مانند کیلو، عدد، لیتر یا ارزش ریالی در طی یک واحد زمانی. در جدول ۹-۱ ارقام ستون دوم مقدار محصول کل یا مقدار (کیلو) شیرینی های تولید شده در یک روز را

^{۵۳} با مفهوم کوتاه مدت در پایان فصل آشنا خواهید شد.

گزارش می کند. وقتی تعداد کارگر صفر است محصول نیز صفر است با استخدام نیروهای اضافی محصول نیز افزایش می یابد و تا ۱۵۰ کیلو در روز می رسد.

۳. تولید نهایی: تولید نهایی یک نهاده برابر است با مقدار محصولی که در نتیجه افزودن یک واحد اضافی از آن نهاده - و ثابت ماندن سایر نهاده ها- بر محصول کل اضافه می شود. در این مثال فرض ما بر آن بود که آقای محسن تنها با افزایش تعداد کارگر می تواند بر تولید شیرینی بیاافزاید. یعنی سایر نهاده ها و عوامل مؤثر تغییری نکنند. وقتی تعداد کارگران از ۱ به ۲ افزایش می یابد تولید شیرینی از ۵۰ کیلو به ۹۰ کیلو افزایش می یابد. بنابراین تولید نهایی کارگردوم ۴۰ کیلو شیرینی است. با افزایش تعداد کارگران به ۳ نفر کل محصول به ۱۲۰ کیلو افزایش می یابد و در نتیجه تولید نهایی کارگر سوم برابر است با ۳۰ کیلو شیرینی. با نگاهی به ارقام ستون سوم مشاهده می کنیم که تولید نهایی

تولید نهایی (تعداد کارگر)	محصول کل (کیلو شیرینی در یک روز)	تولید نهایی نیروی کار	تولید متوسط
۰	۰	۰	۰
۱	۵۰	۵۰	۵۰
۲	۹۰	۴۰	۴۵
۳	۱۲۰	۳۰	۴۰
۴	۱۴۰	۲۰	۳۵
۵	۱۵۰	۱۰	۳۰

جدول ۱۹

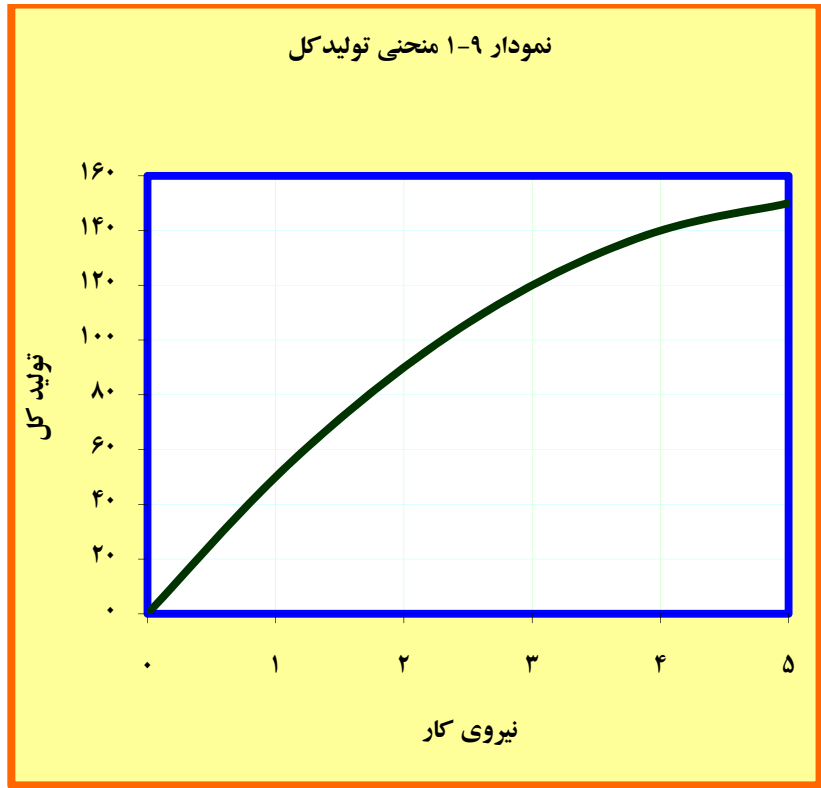
نیروی کار از پنجاه کیلو برای اولین واحد نیروی کار شروع می شود و سپس تا ۱۰ کیلو برای پنجمین واحد نیروی کار کاهش می یابد.^{۵۴}

۴. تولید متوسط

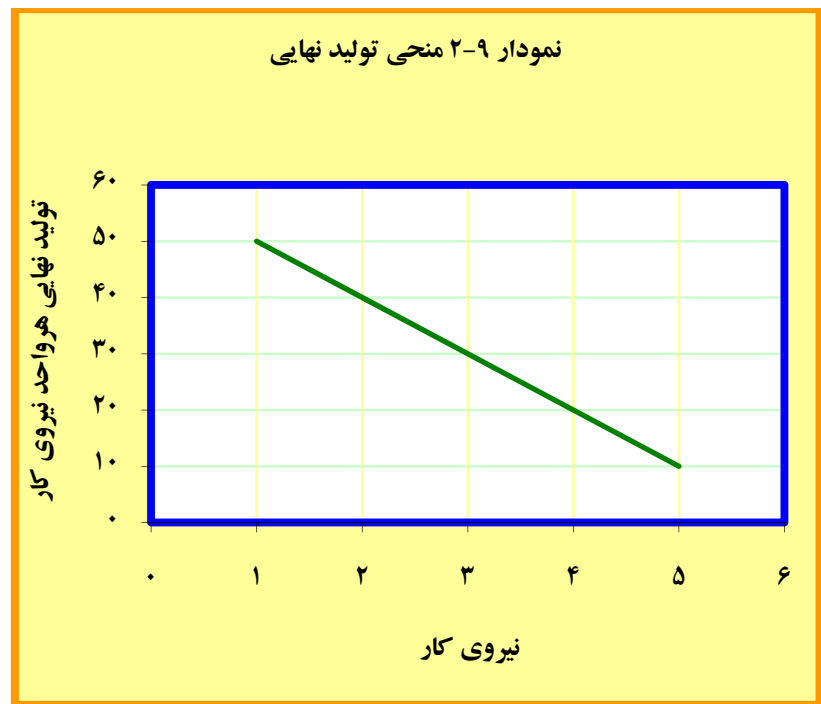
تولید متوسط برابر است با کل محصول تقسیم بر کل واحدهای نهاده. چهارمین ستون جدول ۹-۱ نشان می دهد که وقتی یک کارگر در کارگاه شیرینی پزی شاغل است تولید متوسط ۵۰ کیلو به ازای هر کارگر است. با فرض

^{۵۴} - محاسبه تولید نهایی برای درک چگونگی تعیین دستمزدها و قیمت سایر نهاده ها بسیار کلیدی و مهم است.

دو کارگر تولید متوسط ۴۵ کیلو و ۳ کارگر ۴۰ کیلو است. می بینیم که با افزایش نهاده نیروی کار تولید متوسط نیز کاهش می یابد. در نمودار های ۱-۹ و ۲-۹ به ترتیب منحنی تولید کل و تولید نهایی رسم شده است.



نمودار ۱-۹



نمودار ۲-۹

قانون بازده نزولی

مشاهده جدول ۹-۱ و نمودار ۹-۲ ما را با یک قانون بسیار مهم در علم اقتصاد آشنا می سازد. یعنی قانون بازده نزولی که مفاد که آن این است که با اضافه شدن واحد های اضافی فقط یک نهاده تولید و- فرض ثبات سایر نهاده ها و شرایط- مقدار محصول اضافی کمتری تولید می شود. البته ممکن است بازدهی نزولی لزوماً از همان ابتدا شروع نشود^{۵۵}. به عبارت دیگر هرچه مقدار یک نهاده افزایش می یابد تولید نهایی آن نهاده کاهش می یابد.

قانون بازده نزولی یک واقعیت اساسی را به نمایش می گذارد. مثلاً وقتی در فرایند تولید، یک نهاده تولید مانند نیروی کار را در مقدار معینی زمین کشاورزی (۱۰ هکتار) و تعداد معین ماشین آلات (مانند تراکتور) و سایر نهاده ها (مثل بذر، کود و...) اضافه می کنیم بازده یا تولید نهایی هر کارگر اضافی کمتر و کمتر می شود. دلیل این امر این است که اگرچه فرض دو نفر کشاورز در ۱۰ هکتار زمین کار کنند هر یک از آنها ۵ هکتار زمین و نصف وقت تراکتور را در اختیار خواهند داشت. اما اگر ۴ نفر بر این زمین کار کنند هر یک ۲/۵ هکتار و یک چهارم وقت تراکتور را در اختیار خواهند داشت. در نتیجه تولید نهایی کارگر چهارم بسی کمتر از تولید نهایی کارگر دوم است. در واقع دلیل اصلی این است که سایر نهادها ثابت است و فقط یک نهاده مرتب افزایش یافته است.

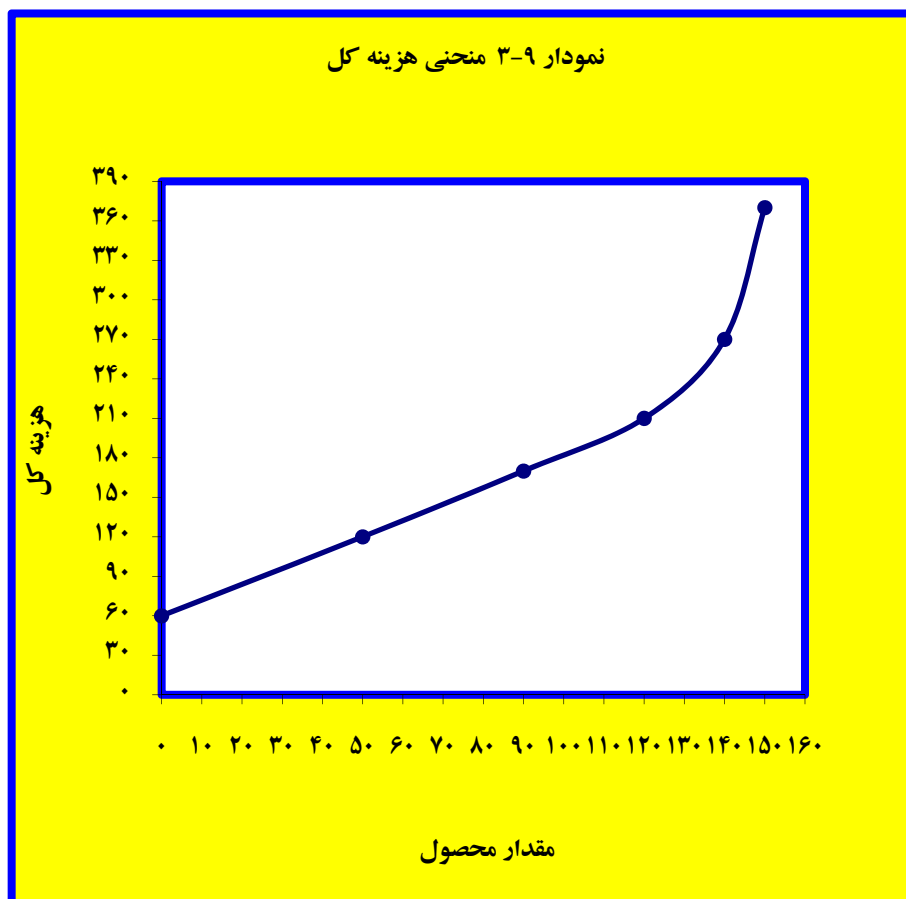
تابع تولید و منحنی هزینه کل

چنانکه اشاره شد، هر تولیدی مستلزم هزینه یا هزینه هایی است که سایه وار تولید را دنبال می کنند. همراهی تولید و هزینه ها را در مثال کارخانه شیرینی پزی آقای محسن در هیئت جدول ۹-۲ مشاهده می کنید.

هزینه های کل نهاده های تولید (تعداد کارگر)	محصول کل (کیلو شیرینی در یک روز)	هزینه روزانه کارخانه	هزینه استخدام کارگر	هزینه های کل نهاده های تولید (هزینه کارخانه + هزینه کارگر)
۰	۰	۶۰ (هزارریال)	۰ (هزارریال)	۶۰ (هزارریال)
۱	۵۰	۶۰	۶۰	۱۲۰
۲	۹۰	۶۰	۱۱۰	۱۷۰
۳	۱۲۰	۶۰	۱۵۰	۲۱۰
۴	۱۴۰	۶۰	۲۱۰	۲۷۰
۵	۱۵۰	۶۰	۳۱۰	۳۷۰

جدول ۹-۲

در این مثال هزینه روزانه کارگاه شیرینی پزی آقای محسن ۶۰ هزار ریال و هزینه استخدام هر کارگر ۶۰ هزار ریال است. اگر آقای محسن یک کارگر استخدام کند هزینه کل او ۱۲۰ هزار ریال و اگر ۲ کارگر استخدام کند هزینه کل (ستون پنجم) این بنگاه برابر با ۱۸۰ هزار ریال می شود. به همین ترتیب استخدام تعداد بیشتر کارگر تولید بیشتر و در



نمودار ۳-۹

عین حال هزینه های بیشتری را در پی دارد. جدول ۲-۹ رابطه مقدار شیرینی تولید شده و هزینه های کل تولید را به نمایش می گذارد. رابطه نموداری مقدار تولید و هزینه کل را منحنی هزینه کل می نامند. ر.ک.^{۵۶}

دقت کنید با افزایش مقدار محصول منحنی هزینه کل پرشیب تر می شود. شکل منحنی هزینه کل در این نمودار منحنی تابع تولید در نمودار ۱-۹ را منعکس می سازد. از قانون بازده نزولی به یاد داریم که وقتی تعداد کارگران زیاد می شود به دلیل ازدحام در کارگاه هر کارگر اضافی مقدار اضافی کمتری بر تولید کل می افزاید. در تابع تولید، ویژگی نزولی بودن تولید نهایی یا بازده نهایی تولید را در مسطح تر شدن شکل تابع تولید با افزایش تعداد کارگران مشاهده می کنیم. در تابع هزینه کل عکس این منطق حاکم است: زمانی که در کارخانه آقای محسن مقدار زیادی شیرینی تولید می شود پیدا است که او تعدادی زیادی کارگر استخدام کرده است و به دلیل تراکم^{۵۷} و ازدحام کارگر در کارگاه، تولید یک واحد شیرینی بیشتر، هزینه بیشتری در بردارد. بنابراین با افزایش مقدار تولید منحنی هزینه کل پرشیب تر می شود.

^{۵۶} . دلیل انطباق با منابع تولید شماره که در آن از این تولید یا مرحله کاهنده مواجه شده است از منحنی هزینه در اینجا بر خلاف توابع متعارف هزینه کل ابتدا شکل کاهنده و بعد فزاینده دارد.

^{۵۷} - البته این در مورد هزینه کل کوتاه مدت صادق است.

تحلیل هزینه ها و انواع آن

در مثال بالا رابطه هزینه کل و تابع تولید بنگاه تولیدی (قنادی آقای محسن) را بررسی کردیم. حال، یک بنگاه فرضی دیگر را در نظر بگیرید. این بنگاه عبارت است از مغازه آب میوه فروشی مصطفی در همسایگی قنادی آقای محسن. آقای مصطفی با خرید نهاده هایی مانند سرمایه، نیروی کار، مغازه و... از بازار نهاده های تولید مقداری محصول (آب میوه) تولید می کند. هزینه های کل را این آب میوه فروشی به دو دسته تقسیم می شود:

۱. هزینه های ثابت

هزینه های ثابت عبارت است از هزینه هایی که با تغییر مقدار تولید ثابت می ماند. حتی اگر در بنگاه هیچ تولیدی صورت نگیرد بازهم این هزینه ها وجود دارند. هزینه هایی که برای اجاره کارخانه یا دفتر کار و خرید تجهیزات و اثاثیه آنها پرداخت می شود، هزینه حقوق کارمندان رسمی و دائمی، سود وامها و... هزینه های ثابت یک بنگاه را تشکیل می دهند. هزینه های ثابت در مثال مغازه آب میوه فروشی عبارتند از اجاره مغازه و خرید دستگاه آب میوه گیری، یخچال و سایر هزینه هایی که صرف نظر از مقدار تولید صورت می گیرند. هزینه های ثابت این بنگاه را در ستون اول جدول ۹-۳ مشاهده می کنید.

۲. هزینه های متغیر

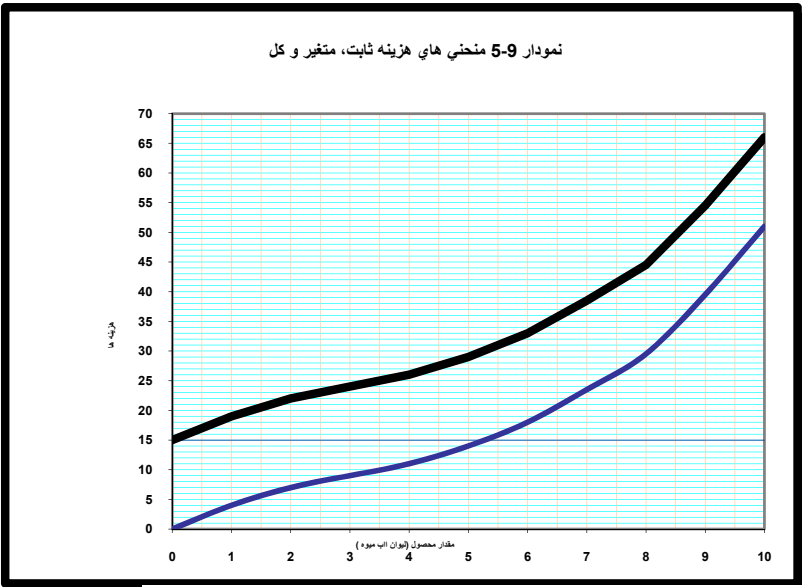
(۱)	(۲)	(۳)	(۴)
مقدار آب میوه (لیوان در یک ساعت)	هزینه ثابت (هزار ریال)	هزینه متغیر (هزار ریال)	هزینه کل (هزار ریال)
۰	۱۵	۰	۱۵
۱	۱۵	۴	۱۹
۲	۱۵	۷	۲۲
۳	۱۵	۹	۲۴
۴	۱۵	۱۱/۵	۲۶/۵
۵	۱۵	۱۴	۲۹
۶	۱۵	۱۸	۳۳
۷	۱۵	۲۳/۵	۳۸/۵
۸	۱۵	۲۹/۵	۴۵/۵
۹	۱۵	۳۹/۵	۵۴/۵
۱۰	۱۵	۵۱	۶۶

شرکت ساختمان

سازی، دستمزد کارگران ساعتی یا روزانه، برق، سوخت و موادخام در کارخانه های صنعتی نمونه هایی از هزینه های متغیر بنگاهها است.

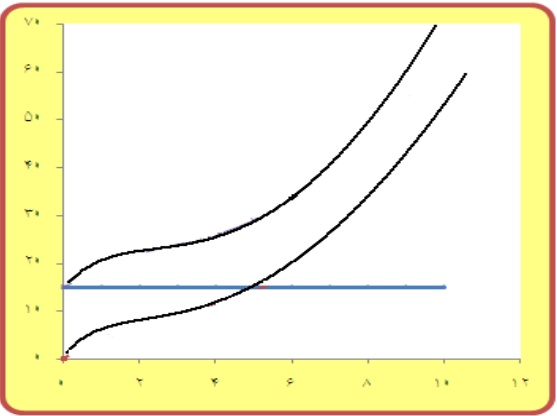
بر اساس تعریف، وقتی مقدار تولید برابر صفر است هزینه متغیر بنگاه نیز صفر است. با افزایش مقدار تولید هزینه های متغیر نیز افزایش می یابد. هر گونه افزایشی در هزینه کل یک بنگاه در کوتاه مدت برابر است با تغییر در هزینه متغیر آن بنگاه. ارقام مربوط به هزینه های متغیر مغازه آب میوه فروشی آقای مصطفی در ستون دوم جدول ۹-۳ منعکس شده است. با در دست داشتن هزینه های ثابت و هزینه های متغیر می توانیم هزینه کل یک بنگاه را محاسبه کنیم. هزینه کل از جمع هزینه های ثابت و هزینه های متغیر تشکیل می شوند (ستون چهارم). بر اساس تعریف همیشه میان هزینه کل و هزینه ثابت و هزینه متغیر رابطه جبری زیر وجود دارد.

$$\text{هزینه کل} = \text{هزینه ثابت} + \text{هزینه متغیر}$$

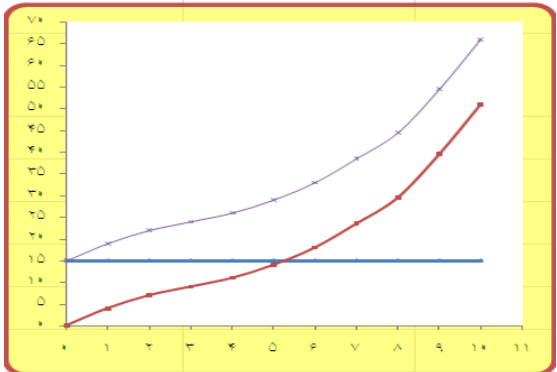


نمودار ۹ ۴

با استفاده از داده های مربوط به هزینه ثابت، هزینه متغیر و هزینه کل روابط



نمودار ۹ ۵



نمودار ۹ ۶

هندسی آنها یا به تعبیری دیگر منحنی هزینه ثابت ، منحنی هزینه های متغیر و منحنی هزینه کل در نمودار ۹-۵ رسم شده است.

۳. هزینه نهایی

هزینه نهایی عبارت است از هزینه یک واحد محصول اضافی. به بیان دیگر هزینه نهایی عبارت است از نسبت تغییر در کل هزینه به تغییر یک واحد تولید کل. فرض کنید یک شرکت تولید خودکار ۲۰۰۰ عدد خودکار را با هزینه ۸۰۰۰۰۰ ریال تولید می کند. اگر هزینه کل تولید ۲۰۰۱ عدد خودکار ۸۰۰۳۰۰ باشد آنگاه هزینه نهایی تولید دوهزار یکمین خودکار برابر ۳۰۰ ریال خواهد بود. در برخی موارد ممکن است هزینه نهایی تولید یک واحد یک بسیار پایین و حتی ناچیز باشد. مثلاً هزینه سوار شدن یک مسافر برای قطاری که با تعدادی صندلی خالی در حرکت است بسیار ناچیز است. زیرا برای این مسافر اضافی لازم نیست واگنی، یا مهماندار دیگری اضافه شود. بر عکس ، در برخی موارد دیگر هزینه نهایی تولید یک واحد اضافی ممکن است بسیار بالا باشد. مثلاً فرض کنید یک شرکت هواپیمایی مجبور شود به خاطر یک مسافر اضافی یک پرواز اضافی انجام دهد. در این وضعیت هزینه نهایی تولید یک واحد (ارائه خدمت به یک مسافر) اضافی تقریباً برابر هزینه کل واحد های قبلی است. جدول ۹-۴ (ستون سوم) ارقام هزینه های نهایی مثال آب میوه فروشی مصطفی را نشان می دهد. در مثالهای قبلی منحنی های تولید نشان دهنده وجود بازده نزولی در همه سطوح تولید بود. در نتیجه هزینه نهایی آنها در همه سطوح تولید صعودی خواهد بود. اما همانگونه که در این مثال مشاهده می کنید معمولاً در بسیاری بنگاههای واقعی تولید نهایی نزولی بلافاصله پس از استخدام اولین کارگر شروع نمی شود. بلکه بسته به نوع

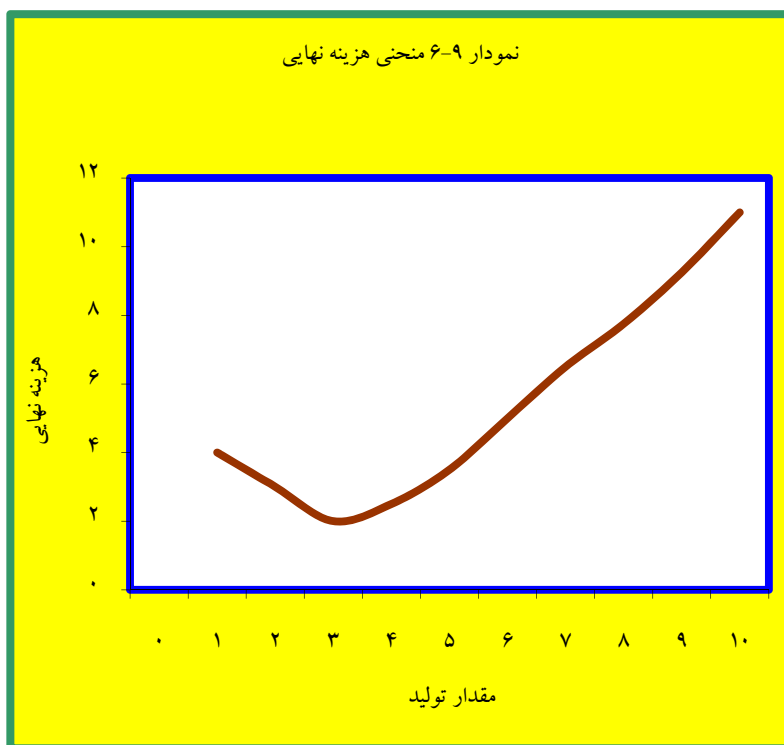
مقدار آب میوه (لیوان در یک ساعت)	هزینه کل (هزار ریال)	هزینه نهایی (هزار ریال)
۰	۱۵	
۱	۱۹	۴
۲	۲۲	۳
۳	۲۴	۲
۴	۲۶/۵	۲/۵
۵	۲۹	۳
۶	۳۳	۴
۷	۳۸/۵	۵/۵
۸	۴۵/۵	۷
۹	۵۴/۵	۹
۱۰	۶۶	۱۱/۵

جدیدتر بودن تولید نهایی کارگر

سوم و چهارم هزینه نهایی تولید سومین و چهارمین محصول کمتر از هزینه نهایی اولین و دومین واحد است. منحنی هزینه نهایی این بنگاه در نمودار ۹-۶ به تصویر کشیده شده است.

۴. هزینه متوسط

یکی دیگر از معیار های هزینه تولید که در تصمیم گیری مدیران بنگاه نقش مهمی دارد هزینه متوسط یا هزینه تمام شده هر واحد از محصول است. با مقایسه متوسط هزینه و قیمت یا متوسط درآمد بنگاه می تواند سود آور بودن یا زیان آور بودن تولید را مشخص کند. متوسط هزینه کل عبارت است از هزینه کل تقسیم بر کل تعداد واحد های محصول تولید شده.



نمودار ۹ ۷

$$\text{هزینه کل} = \text{متوسط هزینه کل}$$

مقدار تولید

(۵)	(۴)	(۳)	(۲)	(۱)
متوسط هزینه کل	متوسط هزینه متغیر	متوسط هزینه ثابت	هزینه کل (هزار ریال)	مقدار آب میوه (لیوان در یک ساعت)
—	—	—	۱۵	۰
۱۹	۴	۱۵	۱۹	۱
۱۱	۳.۵	۷.۵	۲۲	۲
۸	۳	۵	۲۴	۳
۶.۵	۲.۷۵	۳.۷۵	۲۶	۴
۵.۸	۲.۸	۳	۲۹	۵
۵.۵	۳	۲.۵	۳۳	۶
۵.۵	۳.۳۶	۲.۱۴	۳۸.۵	۷
۵.۵۶	۳.۶۹	۱.۸۷۵	۴۴.۵	۸
۶	۴.۳۹	۱.۶۷	۵۴.۵	۹
۶.۶	۵.۱	۱.۵	۶۶	۱۰

همانگونه که هزینه کل را در دو گروه هزینه ثابت و هزینه متغیر دسته بندی کردیم متوسط هزینه نیز به دو دسته متوسط هزینه ثابت و متوسط هزینه متغیر تقسیم می شود. متوسط هزینه های ثابت ، متوسط هزینه متغیر و متوسط هزینه کل مثال بالا به ترتیب در ستونهای سوم، چهارم، پنجم جدول ۹-۵ محاسبه شده است.

متوسط هزینه ثابت و متوسط هزینه متغیر به ترتیب از تقسیم هزینه های ثابت و متغیر بر تعداد واحد های محصول بدست می آیند. می دانیم هزینه ثابت یک بنگاه یک عدد معین و ثابت است. وقتی این عدد ثابت را بر عدد رو به افزایش (محصول) تقسیم می کنیم حاصل قسمت به طور پیوسته کمتر و کمتر می شود. از این رو چنانکه در جدول ۹-۵ (ستون سوم) و منحنی ۹-۷ می بینید منحنی متوسط هزینه ثابت به طور پیوسته در حال کاهش است. نمایش هندسی منحنی های متوسط هزینه کل ، متوسط ثابت، متوسط هزینه متغیر، و هزینه نهایی را در نمودار ۹-۷ مشاهده می کنید

مقدار آب میوه	هزینه کل	هزینه نهایی	هزینه متغیر	متوسط هزینه متغیر	متوسط هزینه کل
(لیوان در یک ساعت)	(هزار ریال)	(هزار ریال)	(هزار ریال)	(هزار ریال)	(هزار ریال)
0	15		0		
1	19	4	4	4	19
2	22	3	7	3.5	11
3	24	2	9	3	8
4	26.5	2.5	11.5	2.9	6.63
5	29	3.5	15	3	5.8
6	33	5	20	3.3	5.5
7	39.5	6.5	26.5	3.8	5.64
8	46.25	7.75	34.25	4.3	5.78
9	55.25	9.25	43.5	4.8	6.14
10	66.25	11	54.5	5.5	6.63

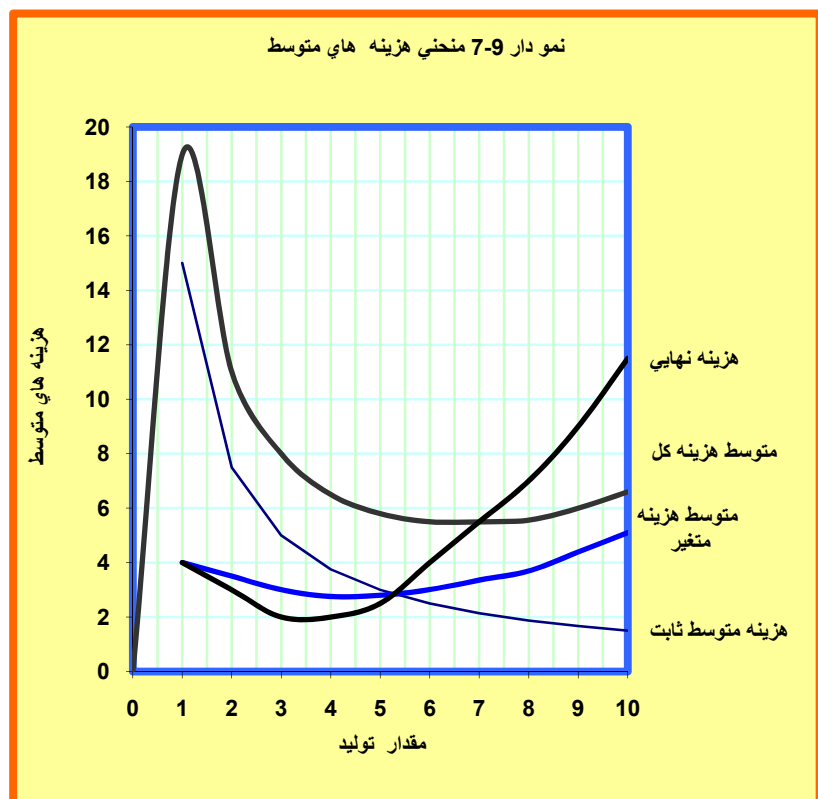
جدول ۹ ۶

همانگونه که در نمودار ۹-۷ مشاهده می کنید منحنی هزینه نهایی زودتر از منحنی متوسط هزینه متغیر به حد اقل خود می رسد . منحنی متوسط هزینه متغیر تازمانی که بالاتر از منحنی هزینه نهایی قرار دارد نزولی و زمانی که پایتتر از

منحنی هزینه نهایی قرار دارد صعودی است. منحنی هزینه نهایی منحنی متوسط هزینه کل را در حد اقل آن قطع می کند و این همان نقطه ای است که کارایی بنگاه بر اثر به حد اقل رسیدن هزینه متوسط کل به حد اکثر خود می رسد.

رابطه هزینه و افق زمانی

برای تولید هر محصولی همانگونه که سرمایه و نیروی کار لازم است زمان نیز لازم است برای در نظر گرفتن نقش زمان در تولید و هزینه ها افق زمانی تولید به دو دسته کوتاه مدت و بلند مدت تقسیم می شود. منظور از کوتاه مدت دوره ای است که در آن بنگاهها تنها با تغییر نهاده هایی مانند مواد خام یا نیروی کار می توانند تولید خود را تعدیل کنند. اما بلند مدت دوره ای است که در آن بنگاهها می توانند همه عوامل تولید از جمله سرمایه (شامل زمین ، تجهیزات و تکنولوژی) خود را تغییر دهند. افق زمانی یا دوره بلند مدت و کوتاه مدت از بنگاهی به بنگاهی فرق می

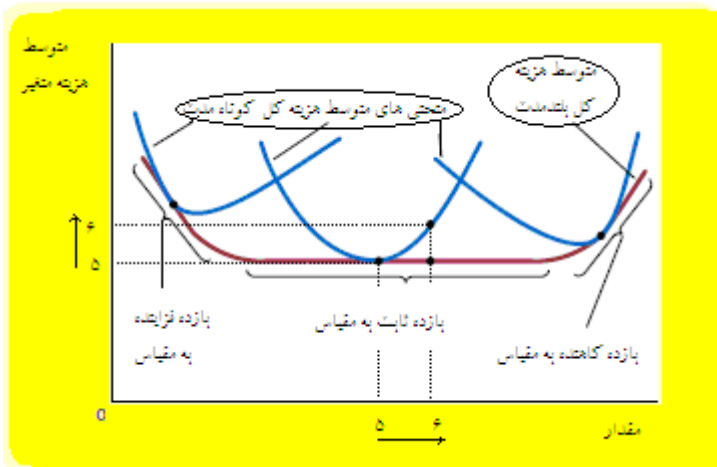


نمودار ۹

کند. تاسیسات، تجهیزات و ماشین آلات مورد نیاز برای تولید برخی محصولات زمانی کوتاه تر و برخی دیگر زمانی بیشتر می برد. احداث یک فرودگاه، خط آهن یا سد یک شبه امکان پذیر نیست. تقریباً یک دهه طول می کشد تا یک نیروگاه برق هسته ای به بهره برداری برسد. بنا براین برای این بنگاهها یک دوره ده ساله دوره کوتاه مدت است اما برای یک دستفروش یا واکسی ممکن است یک هفته یا حتی یک روز دوره کوتاه مدت باشد و بیشتر از آن دوره بلندمدت تلقی شود.

به تبع تولید هزینه ها نیز بر اساس افق زمانی به دو گروه هزینه های بلند مدت و کوتاه مدت تقسیم می شود. در افق زمانی کوتاه هزینه ها به هزینه های ثابت و هزینه های متغیر تقسیم می شود. که در مباحث گذشته در مورد آنها بحث

شد اما در افق زمانی بلند مدت همه هزینه ها متغیر شمرده می شود و هزینه ثابتی وجود ندارد. زیرا در بلندمدت تمامی نهاده های تولید تغییر می کند. در نتیجه منحنی هزینه های کوتاه مدت و بلند مدت یک بنگاه باهم فرق دارند. در نمودار ۹-۸ منحنی متوسط هزینه کل یک بنگاه فرضی و منحنی متوسط هزینه های



نمودار ۹-۹

کل کوتاه مدت رسم شده است.

منحنی متوسط هزینه کل در بلند مدت در مقایسه با متوسط هزینه کل کوتاه مدت بسیار مسطح تر است و منحنی های هزینه کوتاه مدت بالا

صرفه ها و عدم صرفه های ناشی از مقیاس

شکل منحنی متوسط هزینه کل بلندمدت اطلاعات مهمی در باره تکنولوژی مورد استفاده در تولید بدست می دهد. زمانی که متوسط هزینه کل بلند مدت رو به کاهش است صرفه ناشی از مقیاس وجود دارد. یعنی با افزایش تولید هزینه متوسط بلند مدت کاهش می یابد. در آن قسمت از منحنی متوسط هزینه کل که حالت صعودی دارد عدم صرفه به مقیاس وجود دارد یعنی افزایش تولید با افزایش متوسط هزینه کل بلند مدت همراه است. اما در قسمت میانی منحنی که با افزایش سطح تولید متوسط هزینه کل بلند مدت تغییر نمی کند بازده ثابت نسبت به مقیاس وجود دارد. بازده به مقیاس عبارت است از نرخ افزایش در محصول بر اثر افزایش متناسب در کل نهاده ها. برای مثال اگر در تولید یک کالا تمام نهاده های لازم برای تولید آن کالا دو برابر شود و محصول نیز دقیقاً دو برابر شود گفته می شود بازده ثابت نسبت به مقیاس وجود دارد؛ اگر محصول کمتر از ۱۰۰٪ افزایش یابد بازده کاهنده و اگر بیش از دو برابر شود بازده فزاینده نسبت به مقیاس وجود دارد.

دلیل وجود صرفه ها و عدم صرفه های ناشی از مقیاس در این است که سطوح بالاتر تولید امکان تخصیص و تقسیم کار میان کارگران بیشتر می شود. وقتی سطوح تولید خیلی بالا می رود تشکیلات بنگاه گسترده می گردد. این امر ممکن است مسایلی مانند دشواری هماهنگی را به وجود بیاورد و در نتیجه موجب عدم صرفه نسبت به مقیاس شود.

خلاصه:

میان تولید و هزینه رابطه تنگاتنگی وجود دارد. هزینه ها بر دو گونه اند: هزینه های آشکار و هزینه های پنهان. هزینه های آشکار یک بنگاه عبارت است از هزینه های پولی که برای خرید مواد، اجاره زمین کارخانه و دستمزد نیروی کار پرداخت می شود.

هزینه های پنهان: هزینه های پنهان عمدتاً به هزینه فرصت بنگاه اطلاق می شود و معمولاً در محاسبات حسابداری ثبت نمی شود.

هر محصولی با استفاده از نهاده های لازم تولید می شود. رابطه میان مقدار نهاده لازم برای تولید و مقدار محصول بدست آمده را تابع تولید می نامند.

تابع تولید تعیین کننده حداکثر مقدار محصولی است که از نهادهای موجود و با توجه به دانش فنی و فناوری موجود می توان تولید کرد.

تولید کل تولید کل عبارت است از کل مقدار محصول در واحد فیزیکی مانند کیلو، عدد، لیتر یا ارزش ریالی در طی یک واحد زمانی.

تولید نهایی تولید نهایی یک نهاده برابر است با مقدار محصولی که در نتیجه افزودن یک واحد اضافی از آن نهاده - و ثابت ماندن سایر نهاده ها - بر محصول کل اضافه می شود.

تولید متوسط تولید متوسط برابر است با کل محصول تقسیم بر کل واحد های نهاده. مشاهده تولید نهایی یک بنگاه تولید کننده ما را با قانون بازده نزولی آشنا می سازد. مفاد این قانون این است که با اضافه شدن واحد های اضافی فقط یک نهاده تولید و - فرض ثابت سایر نهاده ها و شرایط - مقدار محصول اضافی کمتری تولید می شود.

تبیین رفتار تولید کننده مستلزم آشنایی با تحلیل هزینه ها است. هر بنگاهی معمولاً با چند نوع هزینه مواجه است: هزینه های ثابت، متغیر، نهایی و متوسط

هزینه های ثابت عبارت است از هزینه هایی که با تغییر مقدار تولید ثابت می ماند.

هزینه های متغیر: هزینه های متغیر یک بنگاه عبارتند از هزینه هایی که با تغییر مقدار تولید تغییر می کنند.

هزینه های نهایی: هزینه نهایی عبارت است از هزینه یک واحد محصول اضافی. به بیان دیگر هزینه نهایی عبارت است از نسبت تغییر در کل هزینه تقسیم بر تغییر تولید کل به اندازه یک واحد.

هزینه متوسط: متوسط هزینه عبارت است از هزینه کل تقسیم بر کل تعداد واحد های محصول تولید شده. با مقایسه متوسط هزینه و قیمت یا متوسط درآمد بنگاه می تواند سود آور بودن یا زیان آور بودن تولید را مشخص کند.

در بررسی رفتار هزینه ها منحنی هزینه نهایی زودتر از منحنی متوسط هزینه متغیر به حد اقل خود می رسد.

منحنی متوسط هزینه متغیر تازمانی که بالاتر از منحنی هزینه نهایی قرار دارد نزولی و زمانی که پایینتر از منحنی هزینه نهایی قرار دارد صعودی است. منحنی هزینه نهایی منحنی متوسط هزینه کل را در حد اقل آن قطع می کند و این همان نقطه ای است که کارایی بنگاه بر اثر به حد اقل رسیدن هزینه متوسط کل به حد اکثر خود می رسد.

افق زمانی تولید به دو دسته کوتاه مدت و بلند مدت تقسیم می شود. منظور از کوتاه مدت دوره ای است که در آن بنگاهها تنها با تغیر نهاده هایی مانند مواد خام یا نیروی کار می توانند تولید خود را تعدیل کنند. اما بلند مدت دوره ای است که در آن بنگاهها می توانند همه عوامل تولید از جمله سرمایه (شامل زمین، تجهیزات و تکنولوژی) خود را تغیر دهند.

هزینه ها نیز براساس افق زمانی به هزینه های بلند مدت و کوتاه مدت تقسیم می شود. در کوتاه مدت هزینه ها به هزینه های ثابت و هزینه های متغیر تقسیم می شود.

در بلند مدت همه هزینه ها متغیر شمرده می شود. در نتیجه منحنی هزینه های کوتاه مدت و بلند مدت یک بنگاه باهم فرق دارند. منحنی متوسط هزینه کل در بلند مدت در مقایسه با متوسط هزینه کل کوتاه مدت بسیار مسطح تر است و منحنی های هزینه کوتاه مدت بالا تر یا روی منحنی بلند مدت قرار دارند.

زمانی که متوسط هزینه کل بلند مدت رو به کاهش است صرفه ناشی از مقیاس وجود دارد. یعنی با افزایش تولید هزینه متوسط بلند مدت کاهش می یابد. در آن قسمت از منحنی متوسط هزینه کل که حالت صعودی دارد عدم صرفه به مقیاس وجود دارد یعنی افزایش تولید با افزایش متوسط هزینه کل بلند مدت همراه است. اما در قسمت میانی منحنی که با افزایش سطح تولید متوسط هزینه کل بلند مدت تغیر نمی کند بازده ثابت به مقیاس وجود دارد.

سوالات فصل نهم

- ۱- تفاوت میان هزینه های پنهان و هزینه های آشکار یک بنگاه را توضیح دهید؟
- ۲- تابع تولید چیست؟ تولید نهایی و تولید متوسط چگونه بدست می آید؟
- ۳- قانون بازده نزولی را توضیح دهید؟
- ۴- در بحث تحلیل هزینه ها، هزینه های ثابت، هزینه های متغیر، و هزینه های نهایی بنگاه را تعریف کنید؟
- ۵- با توجه به رابطه میان هزینه و افق زمانی سه مفهوم بازده فزاینده به مقیاس، بازده کاهنده به مقیاس، و بازده ثابت به مقیاس را شرح دهید؟

فصل دهم

نظریه رفتار تولید کننده و بازار رقابتی

تعریف بازار

در عرف اقتصاددانان بازار عنوانی است عام برای فرایندی که طی آن خریداران و فروشندگان برای خرید و فروش کالا یا خدمت خاص با حضور فیزیکی یا غیر فیزیکی گرد هم می آیند و بین آنان تبادل اطلاعات در مورد ترجیحاتشان صورت می گیرد. ساختار بازار عبارت است از ویژگی ها و خصوصیات یک بازار از جمله شمار بنگاههای فعال در یک بازار، شباهت و تفاوت محصولات تولیدی آنها و آسانی یا دشواری ورود و خروج بنگاههای جدید به بازار. و نحوه تبادل اطلاعات میان آنان بازارها را براساس ساختار به صورت کلی می توان به چهار گروه تقسیم کرد. این چهار بازار عبارتند از:

۱- رقابت کامل

۲- انحصار کامل

۳- رقابت انحصاری

۴- انحصار چند جانبه

بازار رقابت کامل بازاری است که دست کم چهار ویژگی دارد.

۱- تعداد شرکت کنندگان (خریداران و فروشندگان) در بازار زیاد است. منظور از زیاد بودن تعداد شرکت کنندگان این است که سهم هر شرکت کننده به نسبت کل بازار به حدی ناچیز است که هیچ شرکت کننده ای به تنهایی نمی تواند بر قیمت بازار اثر بگذارد.

۲- کالاهای عرضه شده توسط بنگاههای مختلف عمدتاً شبیه هم اند. بنگاهها محصولاتی را می فروشند که اصطلاحاً همگن نامیده می شود. یعنی متقاضیان بین کالاهای تولید شده توسط شرکت های مختلف تفاوتی قایل نیستند و آنها را کاملاً شبیه هم تلقی می کنند.

۳- ورود شرکت کنندگان به بازار و خروج آنها از بازار آزاد و آسان (کم هزینه یا بی هزینه) است

۴- وهم چنین در این بازار اطلاعات کامل وجود دارد. یعنی شرکت کنندگان در بازار نسبت به قیمت ها و

سایر مواردی که بر تصمیم گیری آنان تاثیر گذار است اطلاعات کامل داشته باشند.

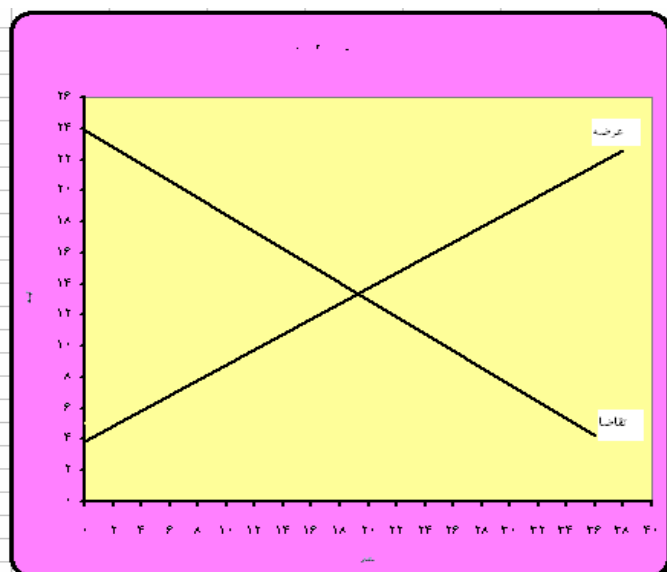
فرض کنید بنگاهی در بازاری فعالیت می کند که تمام شرایط فوق را دارا می باشد. در این شرایط این بنگاه

قیمت پذیر است. بنگاه قیمت پذیر عبارت است از بنگاه یا فروشنده ای که بر تعیین قیمت محصولی که تولید می کند

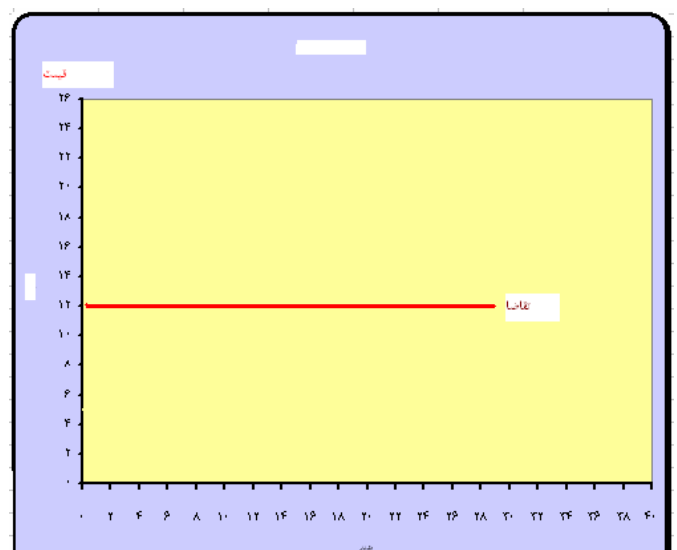
کنترل ندارد. اگر از منظر یک بنگاه نگاه کنید شرایط عرضه و تقاضای بازار، که بنگاه نمی تواند بر آن اثر بگذارد،

قیمت محصولات او را تعیین می کند. نمودارهای ۱-۱۰ و ۲-۱۰ به ترتیب نمایش نموداری رابطه میان عرضه و

تقاضای بازار برای قطعات رایانه (صنعت قطعات رایانه) و منحنی تقاضایی را که یک بنگاه انفرادی فروشنده قطعات



نمودار ۱-۱۰ منحنی عرضه و تقاضای بازار



نمودار ۲-۱۰

نمودار ۲-۱۰ منحنی تقاضای بنگاه رقابتی

چنانکه در این نمودارها مشاهده می شود منحنی تقاضای بازار رقابتی با منحنی تقاضای یک بنگاه فعال در

بازار رقابتی تفاوت دارد. منحنی تقاضایی که بازار رقابتی چنانکه در مبحث تقاضا بررسی کردیم شیب نزولی دارد. اما

منحنی تقاضایی که یک بنگاه فعال در صنعت رقابتی با آن روبروست کاملاً افقی است. دلیل این امر است که بنگاه

رقابتی در مقایسه با کل بازار رقابتی یک کالا چنان کوچک است که سهم این بنگاه از کل منحنی تقاضای بازار را در

نظر بگیریم مقدار معین و ثابتی خواهد شد، به طوری که کاهش یا افزایش تولید این بنگاه تاثیری بر قیمت بازار ندارد. بعلاوه اندک افزایش در قیمت کالای تولیدی این بنگاه باعث می شود که تقاضای محصول او صفر خواهد شد. چون متقاضیان می توانند به تعداد زیادی از بنگاههای موجود در بازار مراجعه کنند که حاضرند با قیمت بازار کالای خود را بفروشند. بنابراین بنگاه رقابتی کاملاً قیمت پذیر است و کشش تقاضای این بنگاه بی نهایت است.

یک بنگاه در بازار رقابت کامل مانند بسیاری بنگاهها^{۵۸} در اقتصاد می کوشد که سود (یعنی درآمد کل منهای هزینه کل) خود را حد اکثر نماید. با توجه به این که در این بازار بنگاه رقابتی قدرتی بر تعیین قیمت ندارد و قیمت پذیر است این بنگاه چگونه می تواند سود خود را حداکثر نماید؟ در این شرایط چیزی که در اختیار بنگاه است تصمیم گیری در مورد مقدار محصول است. یعنی بنگاه می تواند تصمیم بگیرد که چه مقدار محصول را تولید کند که سود او را حد اکثر نماید.

در این قسمت ما دو روش را برای تعیین سطح مطلوب تولید محصول که بتواند سود یک بنگاه رقابتی را حد اکثر نماید ارائه می دهیم:

۱- روش درآمد کل - هزینه کل؛ ۲- روش درآمد نهایی - هزینه نهایی

روش درآمد کل - هزینه کل

برای درک آسانتر و بهتر این روش یک بنگاه فرضی مثلاً کارخانه تولید لامپ را در نظر می گیریم. این بنگاه تعداد ۱۰۰۰ عدد لامپ تولید می کند و آنها را با قیمت بازار یعنی ۷ هزار ریال به فروش می رساند. کل درآمد این بنگاه از فروش لامپ برابر است با $(7000 = 7 \times 1000)$ هزار ریال. با توجه به اینکه این بنگاه نسبت به کل صنعت تولید لامپ بسیار کوچک است بر تعیین قیمت لامپ نقشی ندارد. یعنی قیمت لامپ در بازار تابعی از میزان تولید این بنگاه نیست.

بنگاه

^{۵۸} فرض حداکثر سازی سود برای بنگاه اقتصادی مانند فرض حداکثر سازی مطلوبیت که در بحث نظریه رفتار مصرف کننده مطرح شد، فرض متعارف در اقتصاد است، که بر مبنای انسان حسابگر، حریص، زیاده طلب و اشباع ناپذیر ارائه شده است. این مبانی در مورد انسان مورد مناقشات بسیاری قرار گرفته است و گاهی فروض بدیلی نیز در نظریه رفتار تولید کننده مطرح شده است که مجال طرح آن در این مختصر نیست.

تعداد لامپ	قیمت (هزار ریال)	درآمد کل (هزار ریال)	هزینه کل (هزار ریال)	سود (هزار ریال)	هزینه نهایی (هزار ریال)	درآمد نهایی (هزار ریال)	متوسط درآمد
صفر	-	صفر	۱۰۰۰۰	-۱۰۰۰۰	-	۷۰۰۰	۷۰۰۰
۱	۷۰۰۰	۷۰۰۰	۱۵۰۰۰	-۸۰۰۰	۵۰۰۰	۷۰۰۰	۷۰۰۰
۲	۷۰۰۰	۱۴۰۰۰	۱۸۴۰۰	-۴۴۰۰	۳۴۰۰	۷۰۰۰	۷۰۰۰
۳	۷۰۰۰	۲۱۰۰۰	۲۰۸۰۰	۲۰۰	۲۴۰۰	۷۰۰۰	۷۰۰۰
۴	۷۰۰۰	۲۸۰۰۰	۲۲۷۰۰	۵۳۰۰	۱۹۰۰	۷۰۰۰	۷۰۰۰
۵	۷۰۰۰	۳۵۰۰۰	۲۵۰۰۰	۱۰۰۰۰	۲۳۰۰	۷۰۰۰	۷۰۰۰
۶	۷۰۰۰	۴۲۰۰۰	۲۸۰۰۰	۱۴۰۰۰	۳۰۰۰	۷۰۰۰	۷۰۰۰
۷	۷۰۰۰	۴۹۰۰۰	۳۱۸۰۰	۱۷۲۰۰	۳۸۰۰	۷۰۰۰	۷۰۰۰
۸	۷۰۰۰	۵۶۰۰۰	۳۶۶۰۰	۱۹۴۰۰	۴۸۰۰	۷۰۰۰	۷۰۰۰
۹	۷۰۰۰	۶۳۰۰۰	۴۲۵۰۰	۲۰۵۰۰	۵۹۰۰	۷۰۰۰	۷۰۰۰
۱۰	۷۰۰۰	۷۰۰۰۰	۵۰۰۰۰	۲۰۰۰۰	۷۵۰۰	۷۰۰۰	۷۰۰۰
۱۱	۷۰۰۰	۷۷۰۰۰	۵۹۵۰۰	۱۷۵۰۰	۹۵۰۰	۷۰۰۰	۷۰۰۰
۱۲	۷۰۰۰	۸۴۰۰۰	۷۱۲۰۰	۱۲۸۰۰	۱۱۷۰۰	۷۰۰۰	۷۰۰۰

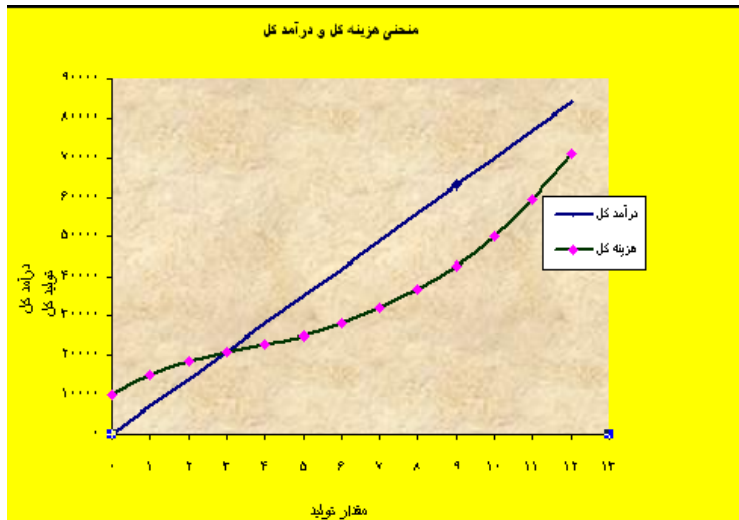
جدول ۱۱۰

جدول ۱۰-۱ درآمد، هزینه و سود کارخانه تولید لامپ را نشان می دهد. در ستونها اول و دوم مقدار

محصول و قیمت هر لامپ گزارش شده است. ستون سوم درآمد کل و ستون چهارم هزینه کل بنگاه تولید لامپ را نشان می دهد. درآمد کل عبارت است از حاصل ضرب مقدار تولید در قیمت هر واحد.

به بیان جبری $P \times Q = TR$ که در آن P نماد قیمت و Q نماد مقدار و TR علامت درآمد کل است. با

کسر کردن هزینه کل در ستون ۴ از درآمد کل در ستون ۳ مقدار سود یا زیان (سود منفی) در هر سطحی از تولید بدست می آید (ستون ۵). در سطوح تولید صفر تا ۲ واحد (عدد لامپ) بنگاه سود منفی بدست می آورد. از تولید سومین واحد سود دهی بنگاه شروع می شود. و در سطح ۹ واحد به حداکثر خود می رسد. با توسعه تولید به سطحی فراتر از این مقدار میزان سود بنگاه رو به کاهش می گذارد. چنانکه در نمودار ۱۰-۳ مشاهده می کنید سود بنگاه در نقطه ای به حد اکثر می رسد که فاصله عمودی میان منحنی درآمد کل و هزینه کل حد اکثر است.



نمودار ۳۱۰

روش هزینه نهایی و درآمد نهایی

دومین معیار برای تصمیم گیری تولید کننده و فروشنده عبارت است از تحلیل حد اکثر سازی سود با

استفاده از مقایسه درآمد نهایی و هزینه نهایی. ستون ششم جدول ۱۰-۱ مقادیر هزینه نهایی بنگاه تولید لامپ را نشان می

دهد. بیاد داریم که هزینه نهایی عبارت است از تغییر در هزینه کل به ازای یک واحد تغییر در مقدار تولید. درآمد نهایی

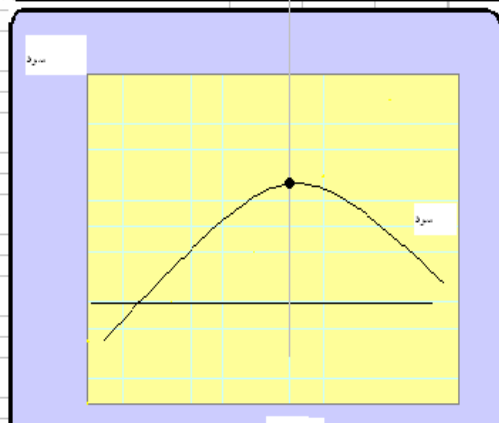
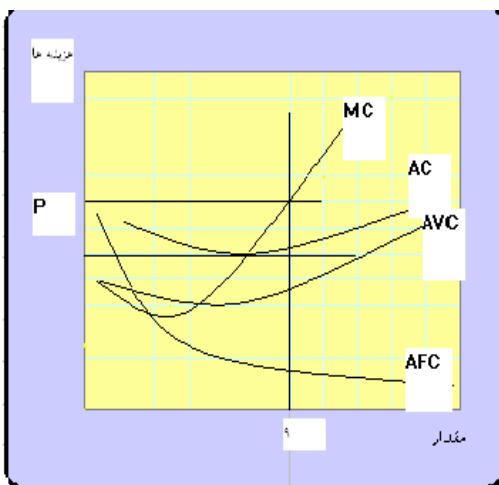
نیز مفهومی مشابه با هزینه نهایی است. درآمد نهایی عبارت است از

تغییر در درآمد کل به ازای فروش یک واحد اضافی محصول. به

بیان دیگر درآمد نهایی عبارت است از نسبت تغییر در کل درآمد

تقسیم بر یک واحد تغییر در محصول

$$\text{درآمد نهایی} = \frac{\text{تغییر در درآمد کل}}{\text{یک واحد تغییر در مقدار کل تولید}}$$



نمودار ۴۱۰

همانگونه که در نمودار ۱۰-۲ مشاهده شد یک بنگاه کاملاً رقابتی با یک منحنی تقاضای کاملاً پرکشش مواجه است. با توجه به اینکه یک بنگاه رقابتی قیمت پذیر است فروش هر واحد اضافی مقداری برابر با قیمت بر درآمد کل می افزاید. در مثال ما مقدار درآمد نهایی ناشی از فروش هر واحد اضافی برابر است با هفت هزار ریال.

ستون سوم و چهارم در جدول ۱۰-۱ نشان می دهد که هم درآمد کل و هم هزینه کل با افزایش سطح تولید افزایش می یابد. در ستون ششم و هفتم هزینه نهایی و درآمد نهایی مقایسه شده است. درآمد نهایی برابر باقیمت باقی می ماند اما هزینه نهایی شکل حرف J لاتین را به خود می گیرد. (نمودار ۱۰-۴). در ابتدا منحنی هزینه نهایی پایین تر از منحنی درآمد نهایی قرار دارد و این نشان دهنده آن است که با تولید یک واحد اضافی هزینه کل کمتر از درآمد کل افزایش می یابد. به این دلیل با گسترش تولید تا سطح ۹ عدد لامپ سود اقتصادی افزایش می یابد. در این دامنه بنگاه با زیان ۱۰۰۰۰ ریال شروع می کند و تا سطح ۲۰۵۰۰ ریال سود پیش می رود. (نمودار ۱۰-۴) با افزایش تولید به سطحی فراتر از ۹ واحد هزینه نهایی بر درآمد نهایی پیشی می گیرد و میزان سود رو به کاهش می گذارد. دلیل این امر نیز این است که بر اثر تولید یک واحد اضافی محصول بر هزینه کل بیشتر از درآمد کل افزوده می شود. در این مثال اگر میزان تولید از ۹ عدد به ۱۲ عدد افزایش یابد، سود بنگاه از مبلغ ۲۰۵۰۰ ریال به ۱۲۸۰۰ ریال تنزل می کند. در این روش سطحی از تولید که سود را حداکثر می کند، جایی است که درآمد نهایی با هزینه نهایی برابر می شود. با نگاه به نمودار می توان قضاوت کرد که نقطه تقاطع منحنی هزینه نهایی و قیمت محلی است

که سود در آن به حد اکثر می رسد.

می توانیم سود را مستقیماً از نمودار ۱۰-۵ محاسبه کنیم. فاصله عمودی میان منحنی تقاضا و منحنی

متوسط هزینه کل، متوسط سود برای هر واحد را نشان می دهد. با ضرب متوسط سود برای هر واحد به مقدار محصول،

سود کل بدست می آید. سرانجام متوسط درآمد از تقسیم درآمد کل بر مقدار محصول بدست می آید.

درآمد کل	= متوسط درآمد
مقدار تولید	

به عبارت دیگر

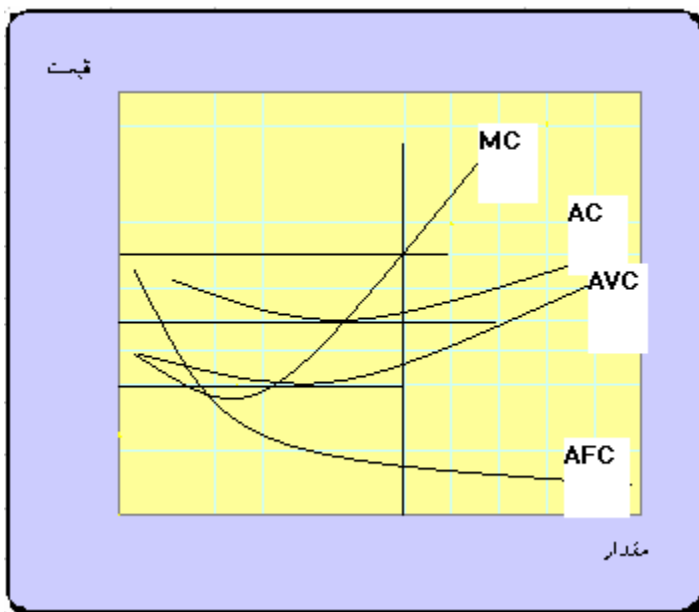
$$AR=TR/Q$$

و چون $TR=P \times Q$ بود در نتیجه

$$AR=P \times Q / Q = P$$

مناسب است به خاطر داشته باشیم که قاعده برابری متوسط درآمد با قیمت محصول برای هر بنگاهی، اعم از

رقابتی یا غیر رقابتی، صادق است. در جدول شماره ۱۰-۱ (ستون هشتم) مشاهده می کنید که متوسط درآمد برابر است



با ۷۰۰۰ ریال که همان قیمت هر واحد از محصول است.

بنگاه رقابتی و حد اقل سازی هزینه در کوتاه مدت

با توجه به قیمت پذیر بودن بنگاه رقابتی فرض کنید به دلیل کاهش در تقاضا قیمت

لامپ از ۷۰۰۰ ریال به ۳۵۰۰۰ ریال تنزل کند. در نمودار ۱۰ ه

نتیجه منحنی افقی تقاضای بنگاه به سمت پایین جابجا می شود. در این صورت در تمام سطوح تولید متوسط هزینه کل بنگاه بالاتر از هر قیمتی در طول منحنی تقاضاست در نتیجه در هیچ سطحی از تولید سودی نصیب عرضه کننده نمی شود و بنگاه متحمل زیان می شود. اما براساس همان معیار قبلی بنگاه می تواند با تولید در نقطه تقاطع منحنی هزینه نهایی و قیمت، زیان وارده را به حد اقل برساند. در این حالت هر چند قیمت به اندازه ای نیست که بتواند متوسط هزینه کل را پوشاند اما به اندازه ای هست که متوسط هزینه های متغیر را پوشش دهد. فروش هر واحد دست کم بخشی از متوسط هزینه ثابت بنگاه را، که همان فاصله عمودی متوسط هزینه کل و متوسط هزینه متغیر است، جبران می کند. بر اساس این تحلیل، می توانیم قانون یا ملاک برابری هزینه نهایی و درآمد نهایی (قیمت) را به این صورت تعمیم دهیم:

یک بنگاه تنها با تولید در سطحی که هزینه نهایی و درآمد نهایی برابر می گردد می تواند سود خود را حد اکثر یا زیان خود را حد اقل نماید .

بنگاه رقابتی و نقطه تعطیلی

تاکنون ما به بررسی این مساله پرداختیم که یک بنگاه رقابتی چه مقدار تولید می کند . در برخی شرایط قیمت محصول ممکن است که به اندازه ای تنزل کند که بنگاه تصمیم به تعطیلی بنگاه بگیرد و دست از تولید محصول بازگیرد.

نکته قابل توجه در اینجا این است که ما باید میان تعطیل کوتاه مدت بنگاه و خروج آن از صنعت تفکیک قایل شویم. منظور از تعطیل در اینجا تصمیم به دست کشیدن موقت از تولید برای مدت معین و بر اثر شرایط جاری بازار است . در حالیکه خروج عبارت است از تصمیم بلند مدت به ترک صنعت و بازار . تفاوت بلند مدت و کوتاه مدت در این نکته نهفته است که در کوتاه مدت بنگاه نمی تواند از هزینه های ثابت اجتناب کند اما در بلند مدت می تواند با خروج کامل از بازار از هزینه های ثابت نیز اجتناب کند. حال باید بررسی کنیم چه عاملی باعث تصمیم بنگاه به تعطیلی می شود. وقتی بنگاه تعطیل می کند تمام درآمد های ناشی از فروش محصولاتش را از دست می دهد اما در عوض از هزینه های متغیر تولید نیز جلوگیری می کند. در نتیجه اگر درآمد تولید کمتر از هزینه های متغیر باشد تعطیل بنگاه بر ادامه تولید ترجیح خواهد داشت.

به بیان ریاضی بنگاه در صورتی تعطیل می کند که

درآمد کل > هزینه های متغیر

باشد و با استفاده از نماد TR برای درآمد کل و VC برای هزینه های متغیر و Q برای تولید، شرط تعطیلی

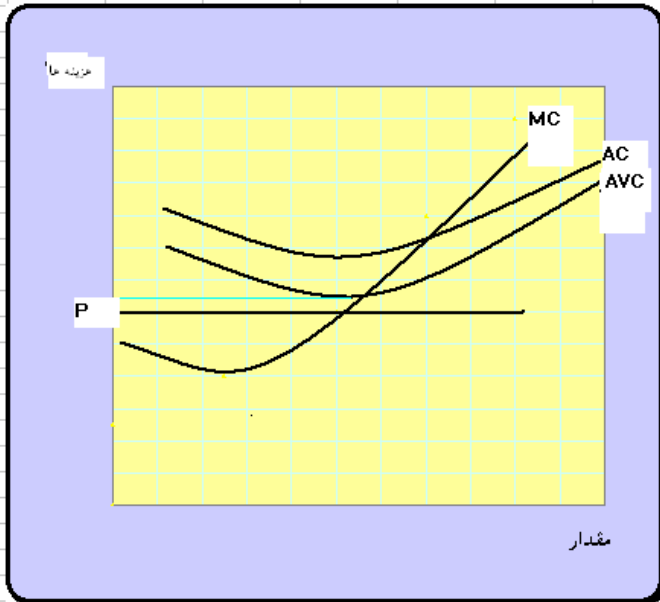
بنگاه عبارت است از :

$$TR < VC$$

با تقسیم هردو طرف نامساوی بر Q داریم

$$TR/Q < VC/Q$$

درآمد کل تقسیم بر مقدار تولید برابر است با متوسط درآمد و هزینه کل تقسیم بر مقدار محصول برابر است



با متوسط هزینه. چنانچه در بالا دیدیم برای هر بنگاهی اعم از رقابتی و غیر رقابتی متوسط درآمد برابر است با قیمت محصول. در نتیجه می توان گفت که یک بنگاه زمانی تولید را متوقف می کند که

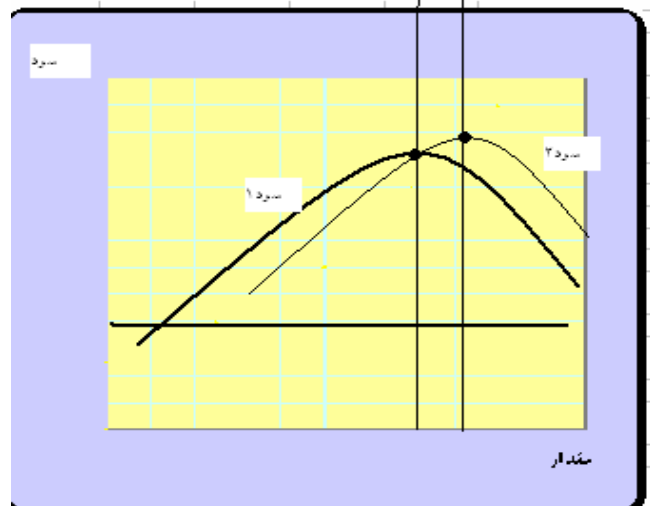
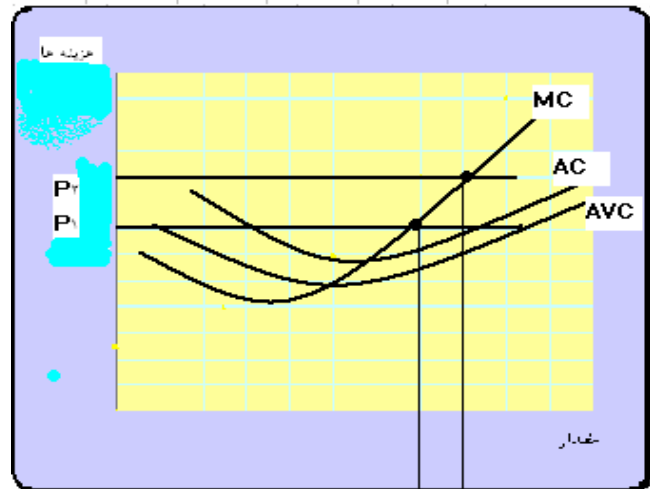
$$P < AVC$$

یعنی هرگاه متوسط هزینه های متغیر

نمودار ۶۱۰

بنگاه بیشتر از قیمت دریافتی برای هر واحد از محصول باشد (نمودار ۱۰-۳) در آن صورت بنگاه اقدام به تعطیل موقت می کند و منتظر می ماند تا شرایط بازار تغییر کند (قیمت ها به سطحی بالا تر از متوسط هزینه های متغیر افزایش یابد). اگر بنگاه پیش بینی کند که احتمال بهبود شرایط بازار تا مدت طولانی وجود ندارد در آن صورت چه بسا تصمیم به خروج از بازار خواهد گرفت.

در مثال بالا اگر قیمت بازاری لامپ به سطحی پایین تر از متوسط هزینه های متغیر سقوط کند تولید هرو احد نمی تواند متوسط هزینه هر واحد را پوشش دهد. در



نمودار ۷۱۰

نتیجه ادامه تولید باعث افزایش در زیان بنگاه خواهد شد.

نمودار ۷-۱۰ واکنش یک بنگاه رقابتی نسبت به تغییرات قیمت را نشان می دهد. وقتی قیمت افزایش می یابد محل تقاطع منحنی هزینه کل و قیمت تغییر می کند. در نتیجه سطح تولید حد اکثر کننده سود نیز تغییر می کند. با توجه به این واقعیت که منحنی هزینه نهایی مقدار مطلوب تولید را (مقداری که بنگاه مایل است در هر قیمتی آن را عرضه کند) تعیین می کند آن قسمت از منحنی هزینه نهایی که بالاتر از متوسط منحنی هزینه های متغیر بنگاه قرار دارد ، منحنی عرضه کوتاه مدت یک بنگاه رقابتی در کوتاه مدت نیز می باشد.

بنگاه رقابتی و خروج از بازار

واژه خروج را درجایی بکار می بریم که با تصمیم بنگاه به خروج از بازار در بلند مدت مواجه باشیم . تصمیم به خروج نیز از همان منطق تصمیم به تعطیل پیروی می کند. در اینجا معیار خروج از بازار را به صورت زیر بیان می کنیم یک بنگاه زمانی از بازار خارج می شود که

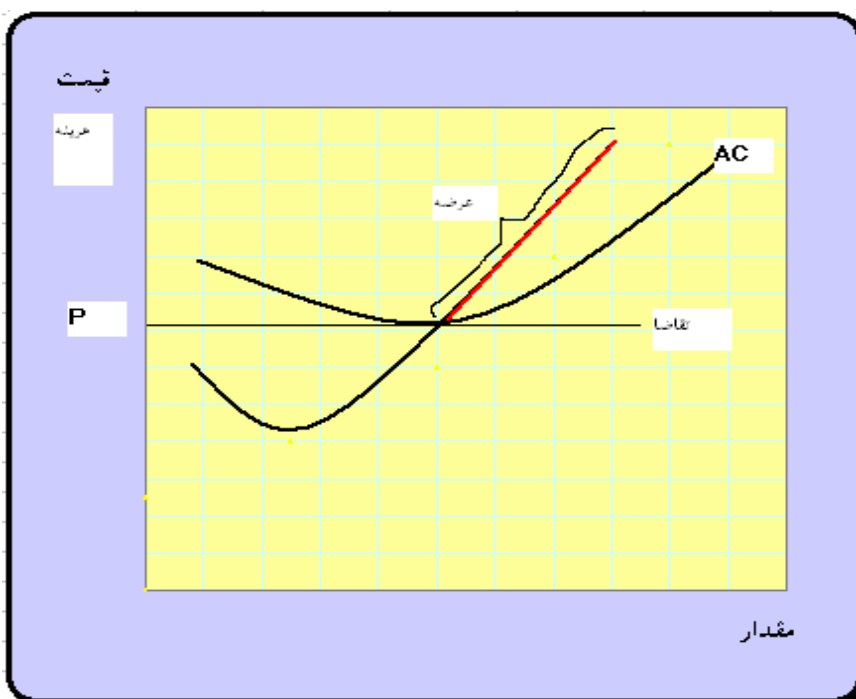
$$TR < TC$$

یعنی اگر درآمد کل کمتر از هزینه کل باشد. با تقسیم دو طرف نا مساوی بر مقدار محصول (Q) داریم

$$TR/Q < TC/Q$$

$$AR < ATC$$

با توجه به برابری متوسط درآمد با قیمت ($AR=P$) معیار خروج بنگاه از بازار را چنین می توان نوشت



P < ATC

در نمودار ۱۰-۹ آن قسمت از منحنی هزینه نهایی که بالاتر از منحنی متوسط هزینه کل قرار دارد عرضه بلند

مدت بنگاه رقابتی را نشان می دهد.

منحنی عرضه کوتاه مدت و بلند مدت بازار

منحنی عرضه کوتاه مدت

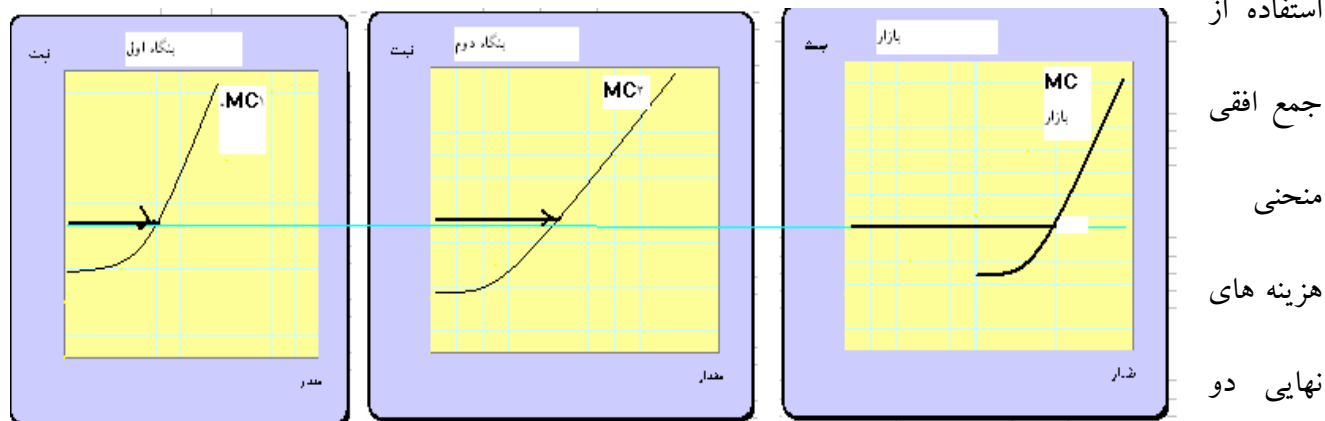
پس از آشنایی با منحنی های عرضه کوتاه مدت و بلند مدت یک بنگاه رقابتی در بازار اکنون می توانیم به

راحتی منحنی های عرضه کوتاه مدت و بلند مدت بازار یا صنعت رقابتی را استخراج کنیم. منحنی عرضه کوتاه مدت

بازار رقابتی عبارت است از جمع افقی آن قسمت از هزینه های نهایی بنگاههای فعال در بازار که بالاتر از متوسط هزینه

های متغیر آنها قرار دارد. هرچند براساس تعریف، بازار رقابتی متشکل از تعداد زیادی از بنگاههاست اما برای سادگی

کار، ما فرض می کنیم که در بازار تولید لامپ دو بنگاه وجود دارد. نمودار ۱۰-۱۰ استخراج منحنی عرضه بازار با



نمودار ۱۰-۱۰

بنگاه را به

تصویر می کشد.

منحنی عرضه بلند مدت بازار رقابتی

در بلند مدت با توجه به این که آزادی ورود و خروج بنگاهها جزئی از ویژگی های بازار رقابتی است فرض

کنید که همه بنگاهها از فن آوری مشابه برای تولید محصول برخوردارند و از بازاری (با قیمت) مشابه نهادهای تولید

را خریداری می کنند. در نتیجه منحنی های هزینه همه بنگاهها یکسان است. در چنین شرایطی اگر بازار سود ده باشد بنگاههای جدیدی وارد می شوند و با ورود آنها شمار بنگاههای فعال در بازار و به تبع آن مقدار عرضه محصول افزایش خواهد یافت. افزایش عرضه باعث کاهش قیمت ها ، کم شدن انگیزه بنگاهها و خروج آنها و در نتیجه کاهش مقدار عرضه خواهد شد. سرانجام این فرایند ورود و خروج آن است که بنگاههایی که در بازار باقی می مانند سود اقتصادی صفر بدست می آورند.

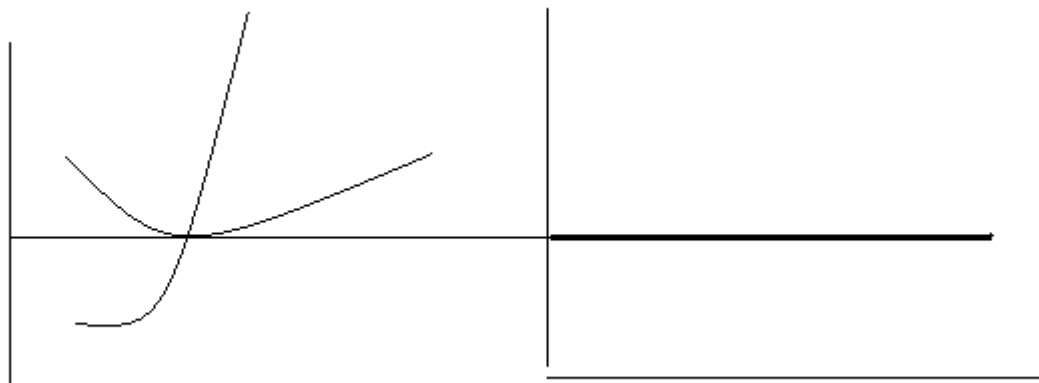
اما سود اقتصادی بنگاه در یک بازار تنها زمانی می تواند صفر باشد که قیمت محصول با متوسط هزینه کل تولید آن محصول برابر باشد. اگر قیمت بالاتر از متوسط هزینه کل باشد سود اقتصادی مثبت است و انگیزه برای ورود بنگاههای جدید به بازار ایجاد می شود و اگر قیمت پایین تر از متوسط هزینه کل باشد در آن صورت سود منفی است و برخی بنگاه ها بازار را ترک می کنند. فرایند ورود و خروج تنها زمانی پایان می یابد که قیمت و متوسط هزینه کل با هم مساوی شوند. پیش از این دیدیم که بنگاه رقابتی تا جایی تولید می کند که قیمت محصول با هزینه نهایی آن برابر شود. در اینجا نیز نشان دادیم که فرایند ورود و خروج قیمت ها را به گونه تعیین می کند که با متوسط هزینه کل برابر شود. اگر قرار باشد که قیمت محصول هم با متوسط هزینه کل برابر باشد و هم با هزینه نهایی لازم است که متوسط هزینه کل و هزینه نهایی نیز با همدیگر برابر باشند. چه زمانی و در چه سطحی از تولید این دو باهم برابرند؟ برابری این دو در نقطه تقاطع این دو منحنی صورت می گیرد. چنانکه پیشتر اشاره شد منحنی هزینه نهایی از نقطه حد اقل (مینیمم) منحنی متوسط هزینه کل می گذرد. بنا براین تنها نقطه ای که هزینه نهایی و هزینه متوسط باهم برابرند جایی است که بنگاه در حد اقل متوسط هزینه کل تولید کند. نتیجه تعادل بلند مدت بازار رقابتی (با شرط آزادی ورود و خروج) این است که بنگاهها همراه با کارایی (حداکثر تولید با حد اقل هزینه) فعالیت کنند. چنانکه در نمودار ۱۰-۶ مشاهده می کنید قیمت با هزینه نهایی و هم چنین با حد اقل متوسط هزینه کل برابر است. پس انگیزه ای برای ورود و خروج بنگاههای جدید وجود

^{۵۹} با استفاده از يك عملیات جبري ساده زیر می توان اثبات کرد که تنها زمانی سود مساوي صفر است قیمت با متوسط هزینه کل برابر باشد. زیرا می توان نشان دادکه

$$\text{سود} = (\text{متوسط هزینه کل} - \text{قیمت}) \times \text{مقدار} \text{ یا } (P-ATC) \times Q = \text{سود}.$$

ندارد. در نتیجه در این قیمت منحنی عرضه بلند مدت بازار باید خط افقی باشد (نمودار ۱۰-۱۱). هر قیمتی بالاتر از این خط باعث ایجاد سود، ورود بنگاههای جدید و افزایش عرضه خواهد شد. افزایش عرضه دوباره باعث کاهش قیمت، خروج برخی از بنگاهها و کاهش عرضه خواهد شد. هم چنین هر کاهش قیمتی باعث پیدایش زیان، خروج برخی از بنگاهها، کاهش

عرضه و افزایش قیمت خواهد شد. سرانجام، تعادل بازار با استقرار



شماری از بنگاهها

نمودار ۱۰-۱۱

به گونه ای صورت می گیرد که قیمت با حد اقل متوسط هزینه کل برابر گردد.

تمام آنچه در بالا گفتیم براساس این فرض استوار است که در صنعت بازده ثابت نسبت به مقیاس وجود داشته باشد. اگر این فرض صادق نباشد یعنی بازده فزاینده یا کاهنده بر صنعت حاکم باشد در آن صورت منحنی عرضه بلند مدت بنگاه افقی نخواهد بود. بلکه صعودی یا نزولی خواهد شد.^{۶۰}

خلاصه:

بازار اسمی است عام برای فرایندی که طی آن خریداران و فروشندگان برای خرید و فروش کالا یا خدمت خاص با حضور فزینگی یا غیر فزینگی گرد هم می آیند»

ساختار بازار عبارت است از ویژگی ها و خصوصیات یک بازار از جمله شمار بنگاههای فعال در یک بازار، شباهت و تفاوت محصولات تولیدی آنها و آسانی یا دشواری ورود و خروج بنگاههای جدید به بازار.

^{۶۰} این کتاب به دلیل داشتن جنبه مقدماتی متعرض این بحث نمی شود.

اقتصاددانان بازارها را براساس ساختار به چهار گروه رقابت کامل، انحصار کامل، رقابت انحصاری، و انحصار چند جانبه تقسیم می‌کنند.

بازار رقابت کامل بازاری است که چهار ویژگی زیر را داراست: ۱- زیاد بودن تعداد شرکت کنندگان (خریداران و فروشندگان) ۲- همگنی کالاهای عرضه شده توسط بنگاههای مختلف ۳- آزادی ورود و خروج شرکت کنندگان ۴- وجود اطلاعات کامل -

بنگاهی فعال در بازار رقابت کامل قیمت پذیر است.

بنگاه قیمت پذیر عبارت است از بنگاه یا فروشنده‌ای که بر تعیین قیمت محصولی که تولید می‌کند کنترل ندارد.

در بازار رقابتی بنگاه با تصمیم‌گیری در مورد مقدار محصول سود خود را حداکثر نماید.

یکی از روش‌ها برای تعیین سطح مطلوب تولید بنگاه استفاده از روش برابری درآمد نهایی و هزینه نهایی بنگاه است. در این روش زمانی سود بنگاه به حد اکثر می‌رسد که درآمد نهایی بنگاه با هزینه نهایی بنگاه برابر شود. از سوی دیگر چون درآمد نهایی یک بنگاه رقابتی برابر است با قیمت کالا در بازار بنگاه آن سطح از تولید را بر می‌گزیند که قیمت با هزینه نهایی برابر شود. در کوتاه مدت اگر قیمت کالا کمتر از قیمت متوسط هزینه متغیر باشد بنگاه رقابتی تصمیم به تعطیلی خواهد گرفت. زیرا در این صورت هزینه‌های ثابت بنگاه پوشش داده نمی‌شود. اما اگر قیمت کمتر از متوسط هزینه کل باشد و بنگاه نتواند هزینه‌های ثابت و متغیر خود را پوشش دهد در بلندمدت بنگاه تصمیم به خروج از بازار خواهد گرفت.

در بازار رقابتی که ورود و خروج بنگاهها آزاد است در بلندمدت سود اقتصادی صفر خواهد بود. در بلندمدت همه بنگاه‌ها همراه با کارایی تولید خواهند کرد، قیمت با حداقل متوسط هزینه کل خواهد بود.

سوالات فصل دهم

- ۱- بازار را تعریف کنید؟
- ۲- ویژگیهای بازار رقابتی کامل را توضیح دهید؟
- ۳- یک بنگاه فعال در بازار رقابتی چگونه می‌تواند با استفاده از روش درآمد کل - هزینه کل سطح مطلوب تولید بنگاه را تعیین کنید؟
- ۴- معیار تعیین سطح بهینه تولید در روش درآمد نهایی - هزینه نهایی چیست؟
- ۵- با توجه به نقش هزینه‌ها در تصمیم‌گیری یک بنگاه رقابتی با رسم نمودار نشان دهید یک بنگاه در چه نقطه‌ای تصمیم به تعطیلی بنگاه و در چه نقطه تصمیم به خروج از بازار می‌گیرد؟

فصل یازدهم

نظریه رفتار تولید کننده و بازارهای غیر رقابتی

در فصل دهم اشاره شد که بازارها به لحاظ ساختار به چهار دسته رقابت کامل، انحصار کامل، رقابت انحصاری و انحصار چند جانبه تقسیم می شود. ویژگیها و خصوصیات بازار رقابت کامل و رفتار بنگاه فعال در این بازار را در فصل قبلی مرور کردیم. در این فصل سایر بازارها را مورد بررسی قرار می دهیم.

الف) انحصار کامل

انحصار کامل بازاری است که از بسیاری جهات درست در مقابل بازار رقابت کامل قرار می گیرد. انحصار کامل زمانی تحقق می یابد که در بازار تنها یک فروشنده کالا یا خدمت باشد و برای آن کالا یا خدمت جانشین نزدیکی وجود نداشته باشد. بازاری که در آن یک بنگاه انحصارگر فعالیت می کند بازار انحصاری کامل نامیده می شود. مفهوم جانشین پذیری کالا نکته کلیدی در تعریف انحصار است. و زمانی بنگاه را می توان دارای قدرت انحصاری دانست که برای محصول او جانشین نزدیک وجود نداشته باشد. اما سوالی که ممکن است در ذهن بسیاری مطرح شود این است که چرا انحصار شکل می گیرد و ریشه ها و علل انحصار چیست؟

اگر بنگاه تولید کننده یا فروشنده یک محصول در یک بازار تنها فروشنده آن محصول باشد و برای آن محصول جانشین نزدیکی نیز وجود نداشته باشد اصطلاحاً گفته می شود این بنگاه انحصاری کامل و بازار این محصول بازار انحصاری است.

ریشه ها و سرمنشاهای انحصار

اصلی ترین دلیل شکل گیری انحصار کامل بر تولید و فروش یک محصول عدم امکان یا دشوار و پرهزینه بودن ورود و رقابت سایر بنگاهداران آن بازار است. عدم امکان یا دشواری ورود بنگاههای رقیب به بازار خودناشی از عوامل ذیل است:

۱- تسلط یک بنگاه واحد بر منبع یا منابع کلیدی و حیاتی برای تولید آن محصول. ساده ترین و اصلی ترین دلیل شکل گیری انحصار مالکیت یا تسلط یک بنگاه بر یک منبع کلیدی است. فرض کنید در یک روستا تنها یک قنات وجود دارد که تمام نیاز این روستا به آب چه برای شرب و چه برای کشاورزی از این قنات تامین می شود. آقای الف یکی از اهالی روستاست که این قنات در محدوده اراضی تحت مالکیت او قرار دارد. در این صورت آقای الف به دلیل برخورداری و تسلط بر یک منبع کلیدی انحصار اب در این روستا را در اختیار دارد.

۲- یکی دیگر از علل و عوامل شکل‌گیری انحصار آن است که دولت به یک فرد یا یک بنگاه امتیاز انحصاری تولید و/یا فروش یک محصول یا خدمت را واگذار کرده است. برای این نوع انحصار چه در گذشته و در زمان حاضر می‌توان نمونه‌های زیادی برشمرد. مثلاً در سال ۱۳۰۸ تالبوت یک سرگرد انگلیسی دریافت امتیاز انحصاری خرید و فروش توتون و تنباکو در سراسر ایران به مدت پنجاه سال را به ناصرالدین شاه پیشنهاد داد. شاه نیز این قرار داد را پذیرفت و شرکت انگلیسی تالبوت به ازای پرداخت مبلغ ۱۵۰ هزار لیره انگلیسی و نیز یک چهارم سود سالانه خود به ایران امتیاز انحصاری خرید و فروش توتون و تنباکو را به دست آورد. در شرایط حاضر واگذاری امتیاز انحصاری تولید و فروش یک محصول از سوی دولت ممکن است به دلایل ارج گذاری به حق مالکیت معنوی یا حق اختراع و کشف باشد^{۶۱} مثلاً اگر یک شرکت دارو سازی داروی جدیدی را کشف می‌کند این شرکت می‌تواند برای ثبت حق کشف و اختراع به دولت (در ایران سازمان ثبت) مراجعه و برای دریافت امتیاز انحصاری حق تولید و فروش آن دارو درخواست کند.

^{۶۱} نقش دولت در حراست از حق مالکیت معنوی و مراقبت بر گستره اعمال آن اهمیتی بسزا دارد. زیرا اگر حق مالکیت معنوی نادیده گرفته شود خلاقیت‌ها می‌خشکد و از طرفی بدون اعمال نظارت دقیق و مراقبت بر آن ممکن است به انحصارات منجر شود.

۳- یکی دیگر از عوامل و ریشه های شکل گیری انحصار کامل آن است که گاهی کارایی در تولید و فروش یک محصول (تولید با هزینه کمتر) در صورتی تحقق می یابد که تنها یک بنگاه به عرضه آن محصول پردازد. معمولاً این نوع انحصار به عنوان انحصار طبیعی شناخته می شود. انحصار طبیعی زمانی شکل می گیرد که در بنگاه صرفه جویی ناشی از مقیاس وجود داشته باشد. صرفه جویی حاصل از مقیاس به این معناست که

تولید برخی از محصولات زمانی با حداقل هزینه صورت می گیرد که آن محصول در مقیاس بیشتر یعنی به صورت انبوه تولید شود. زمانی که یک محصول به صورت انبوه تولید می شود هزینه متوسط یا به عبارت دیگر هزینه سرانه تولید آن محصول کاهش می یابد. صرفه جویی ناشی از مقیاس می



تواند در بنگاههایی محقق شود که هزینه های ثابت آن بسیار بالاست. برای مثال هزینه احداث خط راه آهن شهری (مترو) تهران به دلیل هزینه بسیار بالای ثابت زمانی می تواند با هزینه کمتر همراه باشد که تنها یک شرکت امتیاز راه اندازی واحداث آن را در اختیار داشته باشد. هم چنین ارائه خدمات و محصولاتی مانند برق گاز و آب و پست از جمله صنایعی اند که در آنها صرفه جویی ناشی از مقیاس وجود دارد. مثلاً برای توزیع آب در شهری مانند تهران شرکت آب و فاضلات تهران باید شبکه لوله کشی در تمام سطح شهر انجام دهد و هزینه بسیار بالایی را متحمل شود. در این گونه محصولات زمانی تولید با هزینه کمتر مواجه خواهد بود که تعداد مشتری زیاد باشد و در نتیجه تولید به صورت انبوه صورت گیرد. نمودار ۱۱-۱ منحنی هزینه متوسط بنگاهی را نشان می دهد که در آن صرفه جویی حاصل از مقیاس وجود دارد. توجه شود که صرفه جویی ناشی از مقیاس بدلیل وجود بازدهی فزاینده نسبت به مقیاس به وجود می آید، لذا در دامنه نسبتاً زیادی از تولید هزینه متوسط نزولی است.

از دیگر نمونه های انحصار طبعی، می توان به احداث یا اشاره کرد. هر چند معمولاً پل یک کالای عمومی است اما می توان تصور کرد که در یک محل بهرچی یک بنحاه خصوصی بر روی یک رود خانه یک پل احداث کند و از عابرین به ازای اجازه عبور از آن حق عبور بگیرد. در اینجا نیز هزینه احداث پل بالاست اما هزینه نهایی عبور هر عابر بسیار ناچیز است.

تولید و قیمت گذاری در انحصار کامل

یکی از کلیدی ترین تفاوت های بازار رقابتی و بازار انحصار در آن است که بنگاه در بازار انحصاری خود قیمت گذار است. بنگاه رقابتی در مقایسه با کل بازار بنگاه کوچکی است و در نتیجه نمی تواند بر قیمت بازار اثر بگذارد. به عبارت دیگر یک بنگاه رقابتی قیمت پذیر است. اما بنگاه انحصاری به دلیل آنکه در بازار یکه تاز میدان است، می تواند با تعدیل مقدار عرضه قیمت محصول را تغییر دهد.

اگر از منظر دیگری نگاه کنیم می توان تفاوت میان بنگاه رقابتی و بنگاه انحصاری را به صورت تفاوت در منحنی تقاضا برای محصول این دو بنگاه نشان داد. چنانکه در فصل دهم دیدیم منحنی تقاضایی که یک بنگاه رقابتی با آن روبروست به صورت خطی افقی است. این خط افقی همان قیمت کالا در بازار است. هم چنین به دلیل وجود بنگاه های رقیب و وجود جایگزین های بسیار برای محصول بنگاه رقابتی، این منحنی (تقاضای بنگاه رقابتی) کاملاً با کشش است. یعنی اگر بنگاه ذره ای افزایش قیمت دهد، کل تقاضا را از دست می دهد. و اگر عرضه محصولش را تغییر دهد اثر بر قیمت ندارد. اما در بازار انحصار کامل منحنی تقاضای یک بنگاه انحصاری و منحنی تقاضای بازار هر دو یکی است. زیرا بنگاه انحصاری تنها فروشنده موجود در بازار است. بنابر این در شرایط انحصار کامل به دلیل منطق معمول حاکم بر عرضه و تقاضا منحنی تقاضای بنگاه انحصاری دارای شیب نزولی است. یعنی اگر انحصارگر قیمت محصولش را افزایش دهد تقاضا برای آن محصول کاهش می یابد و اگر انحصارگر مقدار عرضه محصولش را کاهش دهد قیمت محصول افزایش می یابد.

**رفتار انحصار گر و
بهینه‌یابی تولید در
بازار انحصار کامل**

۱	۲	۳	۴	۵
مقدار	قیمت	درآمد کل	درآمد متوسط	درآمد نهایی
۰	۲۰۰۰	۰	-	۰
۱	۱۸۰۰	۱۸۰۰	۱۸۰۰	۱۸۰۰
۲	۱۶۰۰	۳۲۰۰	۱۶۰۰	۱۴۰۰
۳	۱۴۰۰	۴۲۰۰	۱۴۰۰	۱۰۰۰
۴	۱۲۰۰	۴۸۰۰	۱۲۰۰	۶۰۰
۵	۱۰۰۰	۵۰۰۰	۱۰۰۰	۲۰۰
۶	۸۰۰	۴۸۰۰	۸۰۰	-۲۰۰
۷	۶۰۰	۴۲۰۰	۶۰۰	-۶۰۰
۸	۴۰۰	۳۲۰۰	۴۰۰	-۱۰۰۰
۹	۲۰۰	۱۸۰۰	۲۰۰	-۱۴۰۰
۱۰	۰	۰	-	-۱۸۰۰

فرض کنید
یک شرکت دارو
سازی در نتیجه
تحقیقات و
آزمایشات خود
دارویی را برای
نوعی سرطان

لاعلاج تولید می کند. این شرکت بر اساس قانون حقوق مالکیت معنوی که در بسیاری کشورها معتبر و گاهی نافذ است و بعضاً با سختگیری های شدیدی نیز اجرا می شود انحصار تولید و فروش این دارو را در اختیار می گیرد. اگر این شرکت مانند اکثر قریب به اتفاق شرکت های اقتصادی دنیای امروز نه از روحیه و انگیزه نועدوستی و خدمت به بشریت بلکه براساس منطق سرمایه داری رفتارها و تصمیم های خود را تعیین و تنظیم کند باید شیوه ای را برگزیند که بتواند سود خود را حد اکثر کند. برای رسیدن به حد اکثر سود این بنگاه انحصاری چه سطحی از تولید و چه قیمتی را برای این دارو برگزیند؟ از آنجا که سود یک بنگاه عبارت است از درآمد کل منهای هزینه

جدو

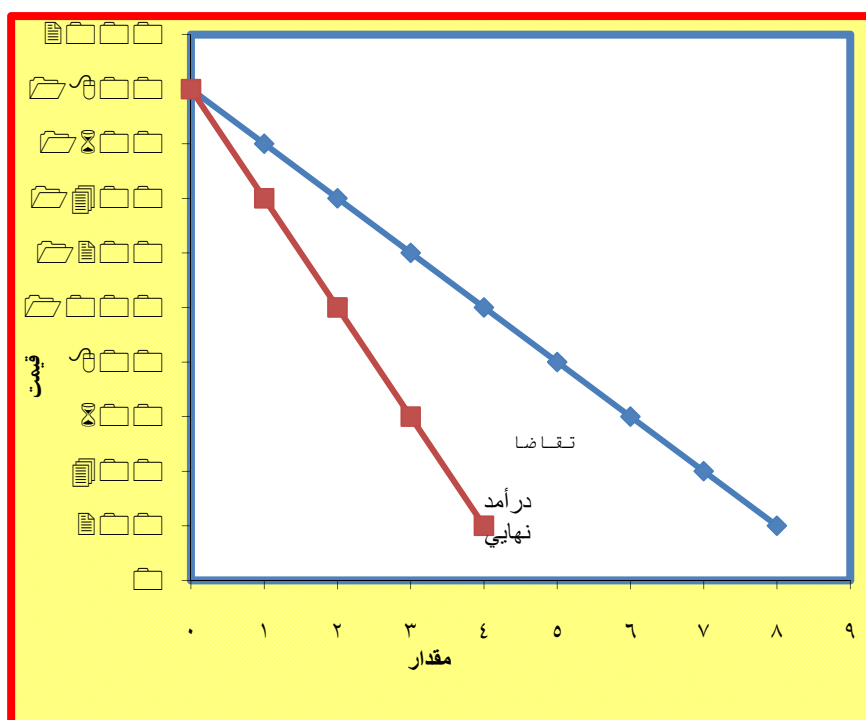
کل لازم است برای پی بردن به رفتار بنگاه درآمد کل بنگاه را با توجه به جدول ۱۱-۱ مورد مطالعه قرار دهیم. دو ستون اول جدول تقاضای این شرکت را نشان میدهد. بر اساس این جدول اگر بنگاه یک واحد دارو تولید کند می تواند آن را به قیمت دو هزار تومان بفروشد. اگر بخواهد دو واحد تولید و به فروش رساند باید قیمت را به ۱۸۰۰ تومان کاهش دهد. به همین ترتیب اگر این بنگاه قیمت هر عدد دارو را تا ۲۰۰ تومان کاهش دهد می تواند ۹ عدد را بفروشد. در ستون پنجم این جدول درآمد نهایی بنگاه محاسبه شده است. درآمد نهایی عبارت است از مقداری از درآمد که بنگاه به ازای فروش یک واحد کالای اضافی بدست می آورد. نکته شایسته توجه و دقت که این جدول در ارتباط با رفتار انحصار گر نشان میدهد آن است که درآمد نهایی (جز در فروش اولین واحد) همیشه کمتر از قیمت کالا است. دلیل این که برای یک بنگاه انحصاری درآمد نهایی همیشه پایین تر از قیمت کالا است این است که بنگاه انحصاری، برخلاف بنگاه رقابتی، با یک منحنی تقاضای نزولی روبروست. در این وضعیت تنها

زمانی انحصار گر می تواند مقدار بیشتری از کالای خود را بفروشد که قیمت را کاهش دهد. بدین ترتیب هرگاه انحصار گر خواسته باشد درآمد بیشتری از راه فروش کالای بیشتر بدست آورد باید از قیمت کالا بکاهد و هرچه از قیمت یک کالا کاسته شود درآمد نهایی آن کالا کمتر و کمتر می شود. بنابر این می بینیم که میان یک بنگاه رقابتی و بنگاه انحصاری از چند جهت تفاوت وجود دارد:

(۱) بنگاه رقابتی قیمت پذیر است و بنگاه انحصاری قیمت گذار.

(۲) منحنی درآمد نهایی بنگاه رقابتی برابر است با منحنی تقاضای آن بنگاه. زیرا درآمد نهایی و قیمت بنگاه رقابتی همیشه برابر است. اما منحنی درآمد نهایی یک بنگاه انحصاری همیشه پایین تر از منحنی تقاضای آن بنگاه است زیرا بنگاه انحصاری برای افزایش فروش باید قیمت را پایین بیاورد. در نمودار ۱۱-۲ منحنی تقاضا و منحنی درآمد نهایی شرکت انحصاری دارو سازی رسم شده است.

در نمودار ۱۱-۲ خط بالایی منحنی تقاضا و منحنی پایینی منحنی درآمد نهایی بنگاه انحصار گر را نشان می دهد(در اینجا چون قیمت با متوسط درآمد برابر است منحنی تقاضا منطبق است بر منحنی متوسط درآمد). همانگونه که در نمودار پدیدار است منحنی تقاضا و منحنی درآمد نهایی هر دو از یک نقطه در روی محور عمودی آغاز می شوند. زیرا درآمد نهایی اولین واحد به فروش رفته برابر است با قیمت همان واحد. **بنگاه انحصاری و حد اکثر سازی سود:** بر اساس تعریف سود عبارت است از درآمد کل منهای هزینه کل. هر بنگاهی برای حداکثر سازی سود خود باید مقدار و قیمتی را بیابد که بیشترین سود یا بزرگترین تفاضل میان درآمد و هزینه را بدست دهد.



این هدف تنها در آن سطحی از تولید برآورده می شود که درآمد نهایی بنگاه با هزینه نهایی بنگاه برابر شود. یکی از راههای تعیین حداکثر سود آن است که بنگاه انحصاری جدولی (مانند جدول ۱۱-۲) از هزینه ها و درآمدهای خود را برای هر سطحی از تولید تشکیل دهد و سود آن را محاسبه کند هر جا بیشترین رقم سود بدست آمد آن سطح از تولید را برگزیند.

بررسی جدول نشان می دهد که تنها در سطح تولید ۴ واحد سود بنگاه به حد اکثر می رسد. در این سطح از تولید درآمد کل به ۴۸۰۰ ریال و هزینه کل به ۲۵۰۰ ریال می رسد. تفاضل این دو عدد برابر است با ۲۳۰۰ ریال که با نگاهی به جدول متوجه می شویم که هر ترکیبی از قیمت و مقدار غیر از این سطح سود کمتری نصیب بنگاه می سازد. هم چنین با مقایسه ستون (۶) درآمد نهایی و ستون (۷) هزینه نهایی نیز می توان به همین نتیجه رسید.^{۶۲} مادامی که درآمد حاصل از تولید هر واحد اضافی بیش از هزینه ناشی از تولید آن باشد- به عبارتی دیگر تا زمانی که درآمد نهایی بزرگتر از هزینه نهایی باشد- بنگاه می تواند سود بیشتری بدست آورد. از این رو بنگاه باید افزایش تولید را ادامه دهد و زمانی افزایش تولید را متوقف کند که درآمد نهایی و هزینه نهایی بنگاه برابر گردد.

۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
هزینه نهایی	درآمد نهایی	سود کل	هزینه کل	درآمد کل	قیمت	مقدار
۳۰۰	۱۸۰۰	-۱۴۵۰	۱۴۵۰	۰	۲۰۰۰	۰
		۵۰	۱۷۵۰	۱۸۰۰	۱۸۰۰	۱
۲۵۰	۱۴۰۰	۱۲۰۰	۲۰۰۰	۳۲۰۰	۱۶۰۰	۲
۲۰۰	۱۰۰۰	۲۰۰۰	۲۲۰۰	۴۲۰۰	۱۴۰۰	۳
۳۰۰	۶۰۰					

در روش نهایی ما به عدد میانه می رسیم.^{۶۲}

۴۰۰	۴۰۰	۲۳۰۰	۲۵۰۰	۴۸۰۰	۱۲۰۰	۴
۵۰۰	۲۰۰					
		۲۰۰۰	۳۰۰۰	۵۰۰۰	۱۰۰۰	۵
۷۰۰	-۲۰۰					
		۱۱۰۰	۳۷۰۰	۴۸۰۰	۸۰۰	۶
۹۰۰	-۶۰۰					
		-۴۰۰	۴۶۰۰	۴۲۰۰	۶۰۰	۷
۱۱۰۰	-۱۰۰۰					
		-۲۵۰۰	۵۷۰۰	۳۲۰۰	۴۰۰	۸
	-۱۴۰۰					

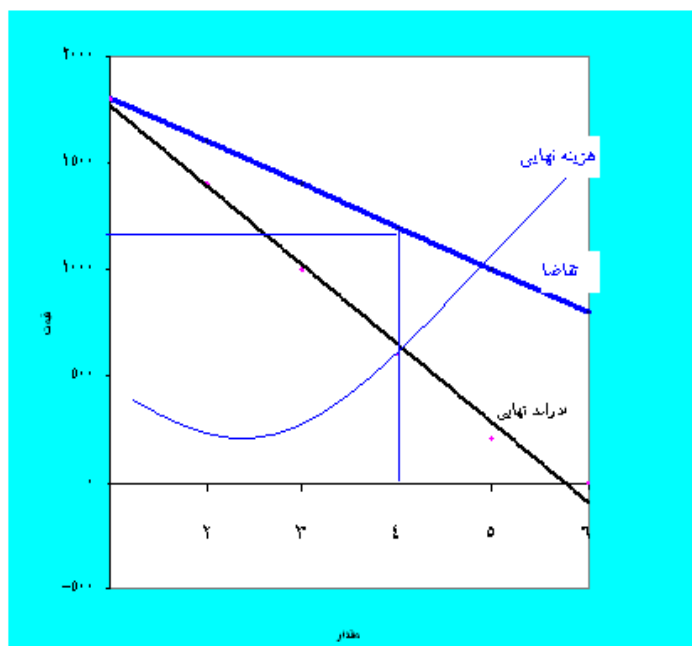
جدول ۲۱۱

زیرا تا این سطح تولید هر واحد اضافی بر سود بنگاه می افزاید اما ادامه تولید بعد از این سطح (که درآمد نهایی کمتر از هزینه نهایی می گردد) از میزان سود بنگاه خواهد کاست. با توجه به این مطالب می توان قاعده ای برای حد اکثر سازی سود استخراج کرد: سود یک بنگاه انحصاری در آن سطحی از قیمت و مقدار به حد اکثر خواهد رسید که درآمد نهایی بنگاه با هزینه نهایی آن مساوی گردد.

$$MR = MC$$

این قاعده را به صورت نموداری نیز می توان نشان داد. در نمودار ۱۱-۳ منحنی های تقاضا، درآمد نهایی و هزینه نهایی بنگاه انحصار گر نشان داده شده است. می بینیم که منحنی هزینه نهایی و درآمد نهایی تنها در یک سطح تولید (۴) همدیگر را قطع می کنند (به عبارتی دیگر با همدیگر برابر می شوند). در سطوح تولید کمتر از ۴ واحد منحنی درآمد نهایی بالاتر از منحنی هزینه نهایی و در سطوح بیشتر از ۴ واحد منحنی هزینه نهایی بالاتر از منحنی

درآمد نهایی قرار دارد. بنابراین این در سطح تولید ۴ واحد و قیمت ۱۲۰۰ ریال سود بنگاه انحصاری به حد اکثر می رسد.



نمودار ۳۱۱

البته می دانیم که در بنگاه رقابتی نیز زمانی سود به حد اکثر می رسد که شرط برابری هزینه نهایی و درآمد نهایی تحقق یافته باشد. به علاوه در بنگاه رقابتی لازم است که درآمد نهایی و قیمت و درآمد متوسط نیز برابر باشد. اما در بنگاه انحصاری زمانی سود به حد اکثر می رسد که منحنی هزینه نهایی و درآمد نهایی باهمدیگر برابر باشند.

پس شرط به حد اکثر رسیدن سود در بنگاه رقابتی آن است که:

$$MR=AR=MC=P \text{ باشد}$$

و شرط به حد اکثر رسیدن سود در بنگاه انحصاری آن است که :

$$MR=MC \text{ باشد.}$$

مقدار تعادلی تولید در محور افقی در جایی تعیین می شود که منحنی های هزینه نهایی و درآمد نهایی باهمدیگر برابر باشد. قیمت تعادلی بنگاه انحصاری نیز باید بیشتر از منحنی هزینه متوسط (AVC) باشد (در نمودار هزینه متوسط نشان داده نشده است). و با توجه به منحنی تقاضا تعیین می شود. بنگاه انحصاری نیز ممکن است سود بدست آورد یا ضرر کند. اگر قیمت بزرگتر از منحنی هزینه متوسط کل (ATC) باشد بنگاه سود می کند اگر کمتر از متوسط هزینه کل و بزرگتر از متوسط هزینه متغیر باشد ضرر کمتر از هزینه ثابت است و بنگاه تولید را ادامه می دهد. اما اگر قیمت برابر متوسط هزینه متغیر باشد برای بنگاه ادامه تولید و تعطیل بی تفاوت است. در این

نقطه ضرر ناشی از ادامه تولید با هزینه ثابت برابر است. اما اگر قیمت کمتر از متوسط هزینه متغیر باشد بنگاه تعطیل می کند زیرا ضرر تولید بیشتر از هزینه ثابت است .

مقایسه بنگاه رقابتی و انحصاری:

شرط به حد اکثر رسیدن سود در بنگاه رقابتی آن است که:

$$MR=AR=MC=P$$

باشد و شرط به حد اکثر رسیدن سود در بنگاه انحصاری آن است که :

$$MR=MC$$

باشد.

هم چنین در بازار رقابت سود اقتصادی صفر است اما در انحصاری ممکن است صفر باشد و ممکن است بنگاه سود کند.

اما قیمت در بازار رقابت کامل قیمت در حد اقل ممکن (مینیمم منحنی هزینه متوسط متغیر) تعیین می شود اما در انحصار کامل قیمت از مینیمم منحنی هزینه متوسط حتما بیشتر است. هم چنین از نظر تولید در بازار رقابتی بیشترین تولید با کمترین قیمت و با کارایی تحقق می یابد. در حالیکه در بازار انحصار کالاها و خدمات کمتری با قیمت بالاتر تولید می شود.

بازارهای بینابین

تاکنون دو بازار رقابت کامل و انحصار کامل را مورد مطالعه و بررسی قرار دادیم. در ساختار اول بنگاههای زیادی به رقابت با همدیگر می پردازند. در ساختار دوم تنها یک بنگاه بدون حضور رقیبی دیگر در صنعت خود یکه تازی و فرمانروایی می کند. همانسان که در ابتدای این فصل اشاره شد تحقق رقابت کامل رویایی آرمانی است که تنها در دنیای ذهن و تصور اقتصاد دانان (آنهم برای ساده سازی کار تحلیل و تدریس مدل های اقتصادی) دست یافتنی است. اما برای ساختار انحصار کامل هرچند مصادیق و نمونه های متعددی می توان بر شمرد اما بازهم این ساختار، ساختار غالب و فراگیر نیست. در دنیای واقعی عمدتاً با بازارهایی سرو کار داریم که عناصری از هر دو ساختار رقابت کامل و انحصار کامل را می توان در آن ها یافت و از این رو نمی توان آنها را به طور کامل در هیچ یک از این دو قطب دسته بندی کرد. به طور عموم اکثر بنگاههای فعال در اقتصادهای امروزی با حدی یا حدودی از رقابت در بازار روبرویند. اما تمام شرایط رقابت کامل در این بازارها وجود ندارد. لذا نمی توان گفت که این بنگاهها به طور کامل و درست قیمت پذیرند. از سویی دیگر، بیشتر بنگاهها از درجاتی از قدرت در بازار برخوردار دارند اما این قدرت به حدی نیست که آنها به تنهایی بتوانند قیمت گذار باشند. بنابراین ، می توان ادعا کرد که

آنچه بیشتر در بازار های امروزی مشهود و ملموس است ساختار رقابت ناقص است. بازارهای با ساختار رقابت ناقص رامی توان به دو گروه تقسیم کرد. (۱) رقابت انحصاری (۲) انحصار چند جانبه

رقابت انحصاری

رقابت انحصاری بازاری است که در آن تعداد زیادی بنگاه به عرضه محصولاتی مشابه (نه همگن) می پردازند. به طور کلی زمانی می توان یک بازار را دارای ساختار رقابت انحصاری توصیف کرد که شرایط و خصوصیات زیر وجود داشته باشد:

(۱) وجود شمار زیادی تولید کننده در بازار که برسر جلب گروهی از مشتریان مشترک با هم دیگر رقابت می کنند .

(۲) آزادی ورود و خروج تولید کنندگان

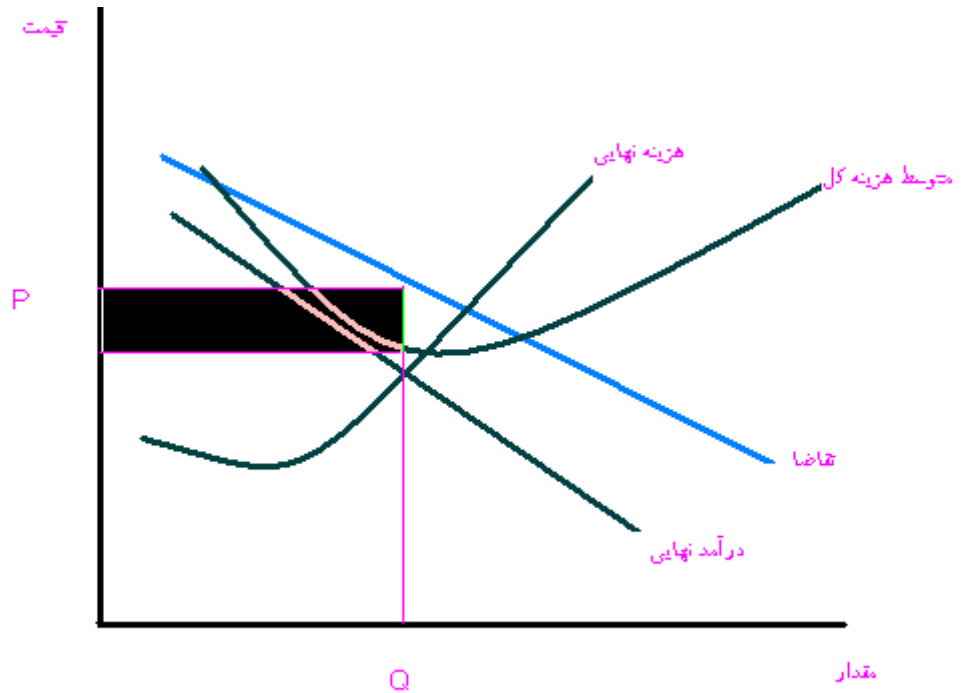
(۳) ناهمگن بودن کالای تولیدی (هر بنگاه کالایی را تولید می کند که حد اقل از نظر بسته بندی، مارک، اندازه و... با محصولات سایر بنگاهها متفاوت است). به دلیل ناهمگن بودن کالاهای تولیدی بنگاههای فعال در این بازار هر چند کاملاً قیمت گذار نیستند قیمت پذیر هم نباشند و در نتیجه منحنی تقاضایی که بنگاه با آن مواجه است شیب نزولی دارد.

تفاوت مهم بازار رقابت انحصاری با بازار رقابت کامل ناهمگنی محصولات یک بنگاه با بنگاه دیگر است. تفاوت رقابت انحصاری با انحصار کامل آن است که در انحصار کامل تنها یک عرضه کننده وجود دارد و کالای تولیدی جایگزین مناسبی ندارد. اما در رقابت انحصاری هر چند کالاها همگن نیستند و اما جایگزینهای نسبی برای یکدیگر محسوب می شوند.

بازار کالاهایی مانند بیسکویت، مواد و محصولات بهداشتی - نظافتی مانند انواع صابونها، شامپوها، پودرهای لباس شویی، انواع محصولات تفریحی و سرگرم کننده مانند بازیهای کامپیوتری، فیلم های سینمایی، کتابهای رمان، و... نمونه هایی از بازارهای رقابت انحصاری است.

رفتار بنگاه فعال در بازار رقابت انحصاری

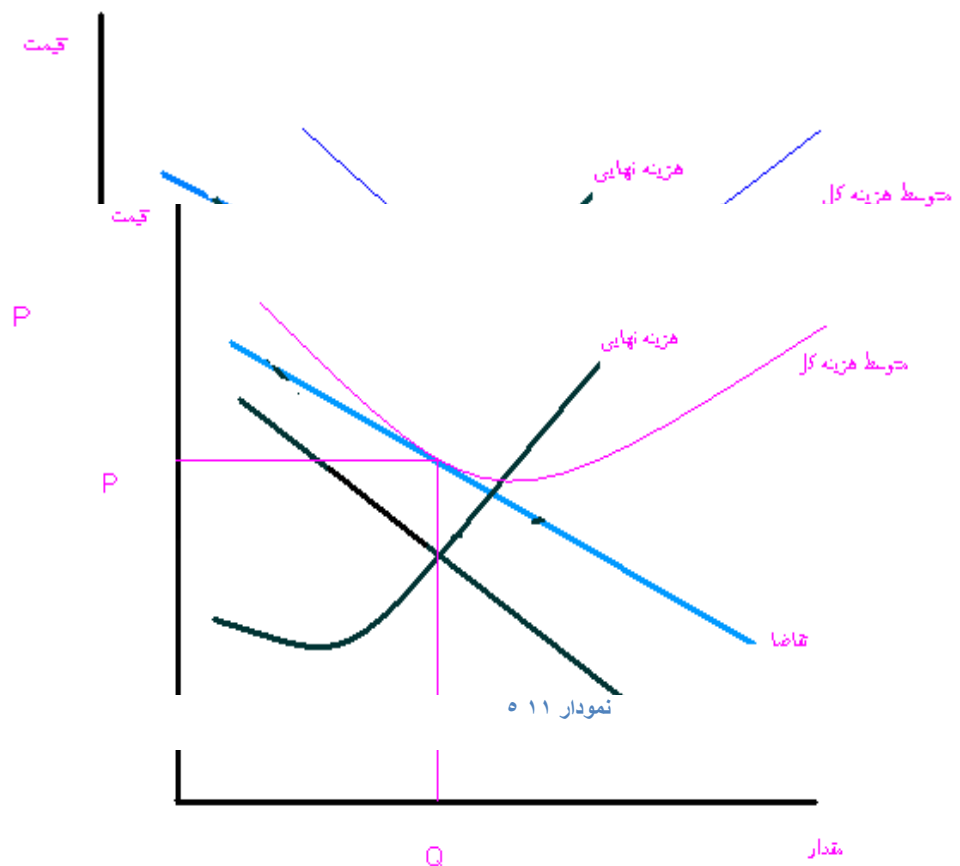
تعیین سطح بهینه تولید و حداکثر سازی سود، در بنگاههایی که در بازاری با ساختار رقابت انحصاری فعالیت می کنند بسیار شبیه به ساختار انحصار کامل است. در این بازار چون تقاضا برای محصولات دارای شیب نزولی است منحنی درآمد نهایی نیز شیب منفی دارد و درآمد نهایی کمتر از قیمت است. در این بازار نیز همان شرط حد اکثر سازی سود در بازار انحصار کامل (یعنی برابری درآمد نهایی و هزینه نهایی) حاکم و صادق است.



در نمودار ۴-۱۱
تعداد بنگاه رقابتی
انحصاری در کوتاه
مدت را نشان می دهد.

نمودار ۴-۱۱

در این نمودار هماسان که مشاهده می شود بریب مقدار و قیمت در سطحی است که درآمد بهایی و هزینه نهایی با همدیگر برابر می شوند. در این حالت این بنگاه به اندازه مستطیل تیره رنگ سود بدست می آورد. با این حال در این بازار در کوتاه مدت ممکن است شرایطی پدید آید که هزینه متوسط هر واحد محصول بنگاه رقابتی انحصاری بیشتر از قیمت آن واحد باشد. در این صورت این بنگاه نه تنها سود بدست نمی آورد بلکه زیان نیز می بیند. مثلا در نمودار ۵-۱۱ می بینیم که منحنی هزینه متوسط بنگاه رقابتی انحصاری بالاتر از منحنی تقاضا قرار دارد.



در این حالت بنگاه به
اندازه مستطیل سایه خورده

زیان می بیند. اما در بلند مدت به دلیل آزادی ورود و خروج در این بازار نه شرایط سود آوری و نه زیان دهی هیچ یک پایدار نمی ماند. در صورت وجود سود اقتصادی آن قدر بنگاههای تازه ای وارد این صنعت می شوند که در اثر افزایش تولید و کاهش قیمت سود اقتصادی رفته رفته به صفر می رسد. بر عکس در صورت زیان دهی نیز آنقدر بنگاهها از این بازار خارج می شوند تا بر اثر کاهش تولید و افزایش قیمت، زیان دهی بنگاههای فعال در این بازار به صفر برسد. خلاصه آن که در این ساختار آن قدر ورود و/یا خروج بنگاه ها ادامه می یابد که سود اقتصادی بنگاههای فعال در این ساختار به صفر می رسد. نمودار ۱۱-۶ تعادل بلند در بازار رقابت انحصاری را به تصویر می کشد.

همان گونه که در این نمودار مشاهده می گردد منحنی هزینه متوسط مماس بر منحنی تقاضاست. در این حالت، سود-که عبارت است از تفاضل قیمت (در اینجا روی منحنی تقاضا قرار دارد) و متوسط هزینه کل- برابر با صفر است. لذا در این شرایط انگیزه ای برای ورود بنگاههای جدید یا خروج بنگاه های موجود وجود ندارد. به طور خلاصه تعادل بلند مدت بازار رقابت انحصاری دارای سه ویژگی زیر است:

(۱) مانند ساختار انحصار کامل، در حالت تعادل، قیمت در این بازار بیشتر از هزینه نهایی است. زیرا چنانکه دیدیم زمانی شرط حد اکثر سازی سود متحقق می شود که منحنی هزینه نهایی با درآمد نهایی برابر گردد. از سوی دیگر به دلیل شیب نزولی منحنی تقاضا درآمد نهایی همیشه کمتر از قیمت است. پس هزینه نهایی کمتر از قیمت خواهد بود.

(۲) مانند ساختار رقابت کامل در بازار رقابت انحصاری نیز قیمت با متوسط هزینه کل برابر می گردد. زیرا در این باره بر اثر ورود و خروج سود اقتصادی به سبب ورود و خروج در این ساختار به صفر می رسد.

(۳) در بازار رقابت انحصاری، برخلاف رقابت کامل، بنگاه در بلند مدت در جایی به تعادل می رسد که تولید آن کمتر از سطحی است که متوسط هزینه کل را به حد اقل می رساند. به بیان دیگر در تعادل بلند مدت بنگاه رقابتی انحصاری نقطه حد اقل (مینیمم) منحنی متوسط هزینه کل با منحنی تقاضا مماس نیست. بلکه این تماس در سمت چپ منحنی متوسط هزینه کل (در آن قسمت از منحنی که دارای شیب نزولی است) صورت می گیرد (۱۱-۷ نمودار سمت چپ) در این شرایط گفته می شود



نمودار ۷۱۱

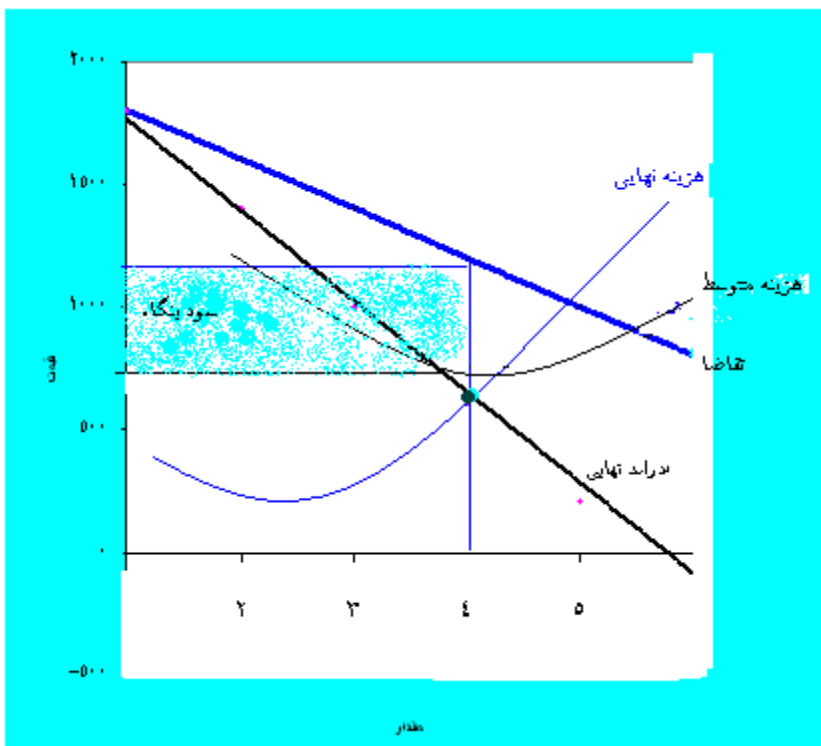
بنگاه با مازاد ظرفیت مواجه است. اما در بنگاه رقابتی کامل (نمودار ۱۱-۷ سمت راست) در سطحی تولید می کند که هزینه متوسط کل را به حد اقل می رساند. تولید در این شرایط را تولید همراه با کارایی می نامند.

انحصار چند جانبه

انحصار چند جانبه بازاری است که در آن تعداد محدودی فروشنده به عرضه محصولات مشابه یا همانند می پردازند. مثلا بازار نفت خام یک بازار انحصار چند جانبه است که در آن کشور های محدودی (مثلا کشور های خاورمیانه) انحصار تولید بخش عمده نفت خام جهان را در اختیار دارند. از نمونه های انحصار چند جانبه در ایران می توان به صنعت خودروسازی اشاره کرد که بخش عمده بازار خودرو در ایران در انحصار چند شرکت انگشت شمار مانند ایران خودرو و سایپاست. صنعت حمل و نقل هوایی، وسایل و لوازم خانگی، خدمات بیمه ای از دیگر نمونه های بازار انحصار چند جانبه در اقتصاد ایران است.

از آنجا که در بازار انحصار چند جانبه گروه کوچکی از بنگاهها فعالیت دارند آنها رفتارشان را در واکنش یا دست

کم با در نظر داشت رفتار سایر رقبا تنظیم می کنند. به طور مثال اگر دو شرکت هواپیمایی در یک مسیر مثلا تهران- بیروت فعالیت داشته باشند و یکی از آنها قیمت بلیط های خود را کاهش دهد شرکت دیگر نیز باید تصمیم بگیرد که با همان قیمت های قبلی ادامه دهد یا او نیز قیمت بلیط هایش را کاهش



دهد. هرگاه در کسب و کاری راهبرد یک بنگاه با توجه به رفتار بنگاه رقیب تنظیم شود گفته می شود میان این دو بنگاه تعامل یا کنش و واکنش راهبردی وجود دارد. به هر حال در بازاری با بنگاههای معدود آنها از میان دو گزینه همکاری و عدم همکاری با یکدیگر باید یکی را برگزینند. هرگاه بنگاهها بدون هرگونه توافق صریح یا ضمنی با همدیگر عمل کنند گفته می شود میان بنگاهها همکاری وجود ندارد. معمولاً نتیجه فقدان همکاری میان بنگاهها جنگ قیمت است. از سوی دیگر هرگاه در ساختار انحصار چند جانبه بنگاهها با نوعی سازش یا تبانی عمل کنند گفته می شود رفتار بنگاهها همکاری است. تبانی و سازش به حالتی اطلاق می شود که در آن دو یا چند بنگاه مقدار محصول و/یا قیمت آن را تعیین، بازارها را میان خود تقسیم یا در موارد مرتبط دیگری به صورت مشترک تصمیم گیری کنند. اگر میان بنگاهها تبانی و سازش کامل صورت گیرد (مانند کارتل) و بنگاهها به آن سازش پایبند و وفادار نیز بمانند این بنگاهها می توانند درست مانند انحصار کامل با تولید کمتر سود بیشتری بدست آورند. در این صورت شرایط تعادل و حداکثر

سازی سود در ساختار انحصار چند جانبه دارای شرایط و نتایج مشابه با انحصار کامل خواهد بود (نمودار ۱۱-۸)

اما بسیاری از اوقات انگیزه های شخصی و منفعت طلبی باعث می شود بنگاهها به مفاد تبانی پایبند نمانند یا شرایطی (مانند مقررات دولتی) مانع از دست یابی بنگاهها به توافق و تبانی شود. در این شرایط ممکن است آنها رفتار و راهبردهای دیگری در پیش گیرند که در قالب مدلهای دیگری مانند مدل رهبری قیمت، مدل کرنو و مهم تر و جالب تر و جذاب تر و پرکاربردتر از همه در نظریه بازیها قابل تحلیل و مطالعه است. برای آشنایی بیشتر با این مباحث خوانندگان علاقه مند می توانند به متون اقتصاد خرد و نظریه بازیها مراجعه کنند.

مهم ترین تفاوت این بازار با بازارهای رقابت کامل، انحصار کامل، و رقابت انحصاری، در وابستگی متقابل بنگاهها به همدیگر نهفته است. وابستگی متقابل به این معناست که سود، قیمت و مقدار تولید هر بنگاه نه تنها تحت تاثیر تصمیم بنگاه بلکه با تاثیر پذیری از سایر بنگاهها تعیین می شود. لازم است یادآوری شود که شرط برابری درآمد نهایی با هزینه نهایی برای حد اکثر شدن سود و تعیین مقدار تولید تعادلی در بازار انحصار چند جانبه نیز مانند سایر بازارها است.

خلاصه فصل یازدهم:

انحصار کامل ساختاری است که از بسیاری جهات درست در مقابل بازار رقابت کامل قرار می گیرد. انحصار کامل زمانی تحقق می یابد که در بازار تنها یک فروشنده کالا یا خدمت باشد و برای آن کالا یا خدمت جانشین نزدیکی وجود نداشته باشد.

اصلی ترین عاملی که باعث می شود انحصار شکل بگیرد عبارت است از عدم امکان یا دشواری ورود بنگاههای رقیب به بازار به دلیل اینکه یک بنگاه واحد بر منبع یا منابع کلیدی و حیاتی برای تولید آن محصول تسلط دارد؛ دولت امتیاز انحصاری تولید/یا فروش یک محصول را به یک فرد یا یک بنگاه واگذار کرده است.

انحصار طبیعی به این معنا است که کارایی در تولید و فروش یک محصول (تولید با هزینه کمتر) در صورتی تحقق می یابد که تنها یک بنگاه به عرضه آن محصول پردازد

تفاوتهای بازار رقابت کامل و انحصار کامل در آن است که: بنگاه رقابتی قیمت پذیر است و بنگاه انحصاری قیمت گذار؛ منحنی تقاضایی که یک بنگاه رقابتی با آن روبروست به صورت خطی افقی است. این خط افقی همان قیمت کالا در بازار است؛ محصول بنگاه رقابتی، این منحنی (تقاضای بنگاه رقابتی) کاملاً با کشش است؛ در شرایط انحصار کامل منحنی تقاضای بنگاه انحصاری دارای شیب نزولی است

سود یک بنگاه انحصاری در آن سطحی از قیمت و مقدار به حد اکثر خواهد رسید که درآمد نهایی بنگاه با هزینه نهایی آن مساوی گردد.

در بنگاه رقابتی سطح بهینه تولید از شرط برابری هزینه نهایی و درآمد نهایی تحقق بدست می آید. به علاوه در بنگاه رقابتی لازم بود که درآمد نهایی و قیمت و درآمد متوسط نیز برابر باشد. اما در بنگاه انحصاری زمانی سود به حد اکثر می رسد که منحنی هزینه نهایی و درآمد نهایی باهمدیگر برابر باشند.

مقدار تعادلی تولید در این بازار در جایی تعیین می شود که منحنی های هزینه نهایی و درآمد نهایی باهمدیگر در محور افقی (مقدار تولید) برابر باشد.

اگر قیمت بزرگتر از منحنی هزینه متوسط کل (ATC) باشد بنگاه سود می کند اگر کمتر از متوسط هزینه کل و بزرگتر از متوسط هزینه متغیر باشد ضرر کمتر از هزینه ثابت است و بنگاه تولید را ادامه می دهد. اما اگر قیمت برابر متوسط هزینه متغیر باشد برای بنگاه ادامه تولید و تعطیل بی تفاوت است. در این نقطه ضرر ناشی از ادامه تولید با هزینه ثابت برابر است. اما اگر قیمت کمتر از متوسط هزینه متغیر باشد بنگاه تعطیل می کند زیرا ضرر تولید بیشتر از هزینه ثابت است.

سود در بازار رقابت سود اقتصادی صفر است اما در انحصاری ممکن است صفر باشد و ممکن است بنگاه سود کند

قیمت در بازار رقابت کامل قیمت در حد اقل ممکن (مینیمم منحنی هزینه متوسط متغیر) تعیین می شود اما در انحصار کامل قیمت باید از مینیمم منحنی هزینه متوسط حتماً بیشتر است.

بازارهای بینابین رقابت کامل و انحصار را می توان به دو دسته رقابت انحصاری و انحصار چند جانبه تقسیم کرد رقابت انحصاری بازاری است که در آن تعداد زیادی بنگاه به عرضه محصولات مشابه (نه همگن) می پردازند.

وجود شمار زیادی تولید کننده در بازار که برسر جلب گروهی از مشتریان مشترک با هم دیگر رقابت می کنند، آزادی ورود و خروج تولید کنندگان ، ناهمگن بود کالای تولیدی مهمترین خصوصیات بازار رقابت انحصاری است.

تعیین سطح بهینه تولید و حداکثر سازی سود، در بنگاههایی که در بازاری با ساختار رقابت انحصاری فعالیت می کنند بسیار شبیه به ساختار انحصار کامل است

تبادل بلند مدت بازار رقابت انحصاری دارای سه ویژگی زیراست: در حالت تعادل، قیمت در این بازار بیشتر از هزینه نهایی است؛ در بازار رقابت انحصاری نیز قیمت با متوسط هزینه کل برابر می گردد؛ در بازار رقابت انحصاری، برخلاف رقابت کامل ، بنگاه در بلند مدت در جایی به تعادل می رسد که تولید آن کمتر از سطحی است که متوسط هزینه کل را به حد اقل می رساند

انحصار چند جانبه ساختاری از بازار است که در آن تعداد محدودی فروشنده به عرضه محصولاتی مشابه یا همانند می پردازند.

برای رفتار بازار انحصار چند جانبه قاعده معین و مشخصی نمی توان تعیین کرد بلکه بسته به شرایط و رفتار بنگاههای رقیب رفتار آنها تنظیم می شود. در این بازار گروه از بنگاهها فعالیت دارند که رفتارشان را در واکنش یا دست کم با در نظر داشت رفتار سایر رقبا تنظیم می شود که در شرایطی شبیه به انحصار کامل و در شرایطی به رقابت نزدیکتر است.

سوالات فصل یازدهم

- ۱- بازار انحصار کامل چه نوع بازاری است؟ ویژگیهای آن را توضیح دهید؟
- ۲- ریشه ها و عوامل شکل گیری انحصار چیست؟
- ۳- آیا منحنی تقاضا برای کالای تولیدی یک نگاه رقابتی در یک بنگاه انحصاری یکسان است؟ توضیح دهید؟
- ۴- چرا منحنی درآمد نهایی یک بنگاه انحصاری همیشه پایین تر از منحنی تقاضای آن بنگاه است؟
- ۵- سود یک بنگاه انحصاری در چه سطحی از قیمت و مقدار به حداکثر می رسد؟
- ۶- بازار رقابت انحصاری چه شرایط و خصوصیتی دارد؟
- ۷- رفتار بنگاه فعال در بازار رقابت انحصاری شبیه به کدام یک از ساختارها با انحصار کامل یا رقابت کامل؟
- ۸- بازاری با ساختار انحصار چند جانبه را توضیح دهید؟
- ۹- آیا می توان برای رفتار یک بنگاه فعال در بازار انحصار چند جانبه الگویی مشخص تعیین کرد؟

بخش سوم اقتصاد کلان

فصل دوازدهم

حسابهای ملی و چند شاخص مهم اقتصاد کلان

برای یک لحظه کوتاه از دنیای ملال آور و خسته کننده اقتصاد بیرون می آییم و به جهان پرهیجان و جذاب ورزش می رویم. فرض کنید در پایان یک مسابقه مهم ملی فوتبال پای تلویزیون نشسته اید و به تحلیل و تفسیر کارشناسان ورزشی در باره بازی گوش می دهید. معمولاً کارشناسان، بازی را از دو زاویه تحلیل و تفسیر می کنند: ۱- عملکرد و کیفیت بازی هر فوتبالیست به صورت فردی. در این صورت تکنیک ها، ضعف ها و قوت های هر فرد به تنهایی بررسی می شود. ۲- عملکرد و کیفیت بازی کل تیم به صورت مجموع .

در اینجا می بینید که کارشناس ورزشی دو نقش را برعهده دارد: نقش تحلیل انفرادی و نقش تحلیل کلی. در جهان اقتصاد نیز اقتصاد دان می تواند هر دو نقش را برعهده گیرد. یک بار او از زاویه خرد به رفتار بنگاه ها و بازار ها نگاه می کند و یکبار از زاویه کلی و کلان یعنی از دور به اقتصاد نگاه می کند . در نگاه دوم جزییات برجسته نیست و صرفاً سیمای کلی اقتصاد مورد تحلیل و بررسی قرار می گیرد..

در نگاه اولی، اقتصاددان می خواهد بداند چرا اجاره مسکن در شهرهای بزرگ بیشتر و گرانتر است . چرا قیمت رایانه ها علی رغم بهبود کیفیت و سرعت هر سال ارزانتر می شود. و...

اما وقتی اقتصاددان از پشت عینک اقتصاد کلان به اقتصاد می نگرد دیگر با بنگاه و فرد و شرکت منفرد سروکار ندارد. در این جا او در پی آن است که بداند چرا نرخ بیکاری در یک کشور- مثلاً ایران- بیشتر از نرخ بیکاری در یک کشور دیگر(مثلاً سوئیس) است؛ آثار افزایش قیمت نفت در جهان بر اقتصاد کشور چیست؟ نرخ بهینه سود بانکی چیست؟ دلایل وجود نرخ بالای تورم چیست؟

شناسایی میزان و محدوده مسائلی مانند بیکاری، تورم، و تعیین نرخ سود و شناسایی عواقب و پیامد های آنها و ارائه راهکار ها و راهبرد هایی برای مهار و مدیریت آنها همه و همه جزء مباحث اقتصاد کلان است. برای شناخت میزان و محدوده و حجم و دامنه این مسائل و مهار و مدیریت آنها و نظارت بر عملکرد کل اقتصاد کارشناس اقتصاد کلان (و سیاستگذاران) از اطلاعات و داده هایی استفاده می کند که با استفاده از فنون و روشهای حسابداری ملی گردآوری ، مرتب ، دسته بندی و در قالب شاخص های کمی و قابل اندازه گیری گزارش و منتشر می شود.

حسابداری ملی

بررسی جامع ، منظم و کمی فعالیت های اقتصادی یک کشور طی یک دوره مالی (مثلاً یک سال) برای ارائه چارچوبی برای پیش بینی ، برنامه ریزی و نظارت حسابداری ملی نامیده می شود. بنابراین حسابهای ملی مجموعه ارقام و

آماري است که اقتصاددانان، سياستگذاران و برنامه ريزان از آنها برای ارزیابی، تحلیل، و پیش بینی اقتصاد یک کشور استفاده می کنند.

تاریخچه حسابهای ملی

ایده برآورد درآمد ملی به قرن هفدهم باز می گردد. اما تلاشهای رسمی برای برآورد و ارایه حسابهای ملی در برخی از کشورها در دهه ۱۹۳۰ میلادی صورت گرفت. «رکود بزرگ سال ۱۹۲۹ و سالهای نخست دهه سی و سپس وقوع جنگ جهانی دوم و ضرورت بازسازی کشورهای درگیر جنگ باعث شد که این کشورها مطالعات و اقدامات گسترده ای را در زمینه تهیه نظام حسابهای ملی به منظور اندازه گیری منظم و مستمر درآمد ملی به عمل آورند»^{۶۳}. انتشار آرای کینز در توجیه و تبیین ضرورت دخالت دولت در امور اقتصادی و لزوم سیاستگذاری در سطح کلان اهمیت حسابهای ملی را آشکارتر ساخت. در سال ۱۹۵۳ نخستین جزوه مدون و منظم اما بسیار موجز و مختصر در باره برخی از حسابهای ملی به همت سازمان ملل متحد انتشار یافت. با این حال، عصر مدرن حسابهای ملی از سال ۱۹۶۸ آغاز گردید^{۶۴}. در این سال حاصل مطالعات عده ای از کارشناسان از کشورهای مختلف تحت عنوان "نظام حسابهای ملی، مطالعاتی در روشها" از سوی دفتر آمار سازمان ملل منتشر شد و از آن به بعد به عنوان مرجع، مبنا و الگو برای کار حسابهای ملی در بسیاری کشورها مورد استفاده قرار گرفت. تحول در ساختار و ماهیت اقتصاد کشورها و جهان، پیچیدگی فزاینده بازار و ابزارها، گسترش روابط اقتصادی و تعامل با محیط زیست و سایر ملاحظات سبب گردید تا کار گروهی متشکل از سازمان ملل، اتحادیه اروپا، صندوق بین المللی پول، بانک جهانی و سازمان همکاری اقتصادی و توسعه به طور مشترک نسخه روزآمدتر و کاملتری تحت عنوان (SNA93)^{۶۵} نظام حسابهای ملی - ۹۳، در سال ۱۹۹۳ منتشر کنند^{۶۶}. در حال حاضر اکثر قریب به اتفاق کشورهای جهان از جمله ایران از این نظام پیروی می کنند.

آغاز حسابهای ملی رسمی در ایران به سال ۱۳۳۹ هجری شمسی بر می گردد. در این سال با تاسیس بانک مرکزی، کار محاسبات ملی در ایران به این بانک محول گردید. تا قبل از این دوره برآوردهای انجام شده در زمینه حسابهای ملی ایران به صورت مقطعی و بر اساس نیازهای خاص صورت گرفته است. پس از سال ۱۳۳۹ بانک مرکزی با کار منظم و

^{۶۳} بانک مرکزی - حسابهای ملی (۱۳۷۳) ص ۴

^{۶۴} بانک مرکزی - حسابهای ملی (۱۳۶۰) ص ۳۳ و ۳۴ و (۱۳۷۳) ص ۴ و ۵

^{۶۵} - System of National Accounts

^{۶۶} - برای آشنایی تفصیلی با تاریخچه، متدولوژی، واژه شناسی و داده های حسابهای ملی کشورهای جهان مراجعه کنید به پایگاه بخش آمار سازمان ملل

با آدرس: <http://unstats.un.org/unsd/sna1993/introduction.asp>

پیگیر چندین مجموعه حاوی آمار، ارقام و شاخصهای مربوط به حسابهای ملی را تدوین و منتشر کرده است. در سال های اخیر بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران به طور منظم در پایان هر سال گزارش اقتصادی و در پایان هر سه ماه نیز نماگرهای اقتصادی مشتمل بر حسابهای ملی ایران را منتشر کرده است. در حال حاضر در کنار بانک مرکزی مرکز آمار ایران نیز متولی و منبع رسمی محاسبه و برآورد آمار و اطلاعات کشور در سطح ملی است

اهداف و کاربرد نظام حسابهای ملی

هدف اصلی حسابهای ملی تامین چارچوب حسابداری برای تحلیل و ارزیابی عملکرد اقتصاد است. وجود چنین چارچوبی پیش شرط هر سیاستگذاری و تصمیم گیری آگاهانه و مدبرانه است. از این چارچوب و اطلاعات فراهم شده بر اساس آن برای

۱- شناخت و ارزیابی عملکرد اقتصاد؛

۲- بررسی و تحلیل های کلان اقتصادی؛

۳- سیاستگذاری و تصمیم گیریهای اقتصادی؛

۴- مقایسه اقتصادی کشورهای جهان استفاده می شود.

تولید ناخالص داخلی^{۶۷}

یکی اهداف و کاربرد های نظام حسابهای ملی شناخت و ارزیابی رفتار و عملکرد و بررسی و وضعیت یک اقتصاد است. مهمترین معیار برای شناخت و ارزیابی وضعیت و عملکرد یک اقتصاد اندازه گیری توان یک کشور در تولید کالاها و خدمات و میزان درآمد افراد ساکن در یک کشور است. همانگونه که برای بررسی سطح زندگی و رفاه یک فرد یا یک خانواده و مقایسه عملکرد آنها از لحاظ اقتصادی معمولاً درآمد آنها را باهم مقایسه می کنیم در سطح یک کشور نیز درآمد کل کشور و درآمد همه آحاد و افراد ساکن در یک کشور به عنوان بهترین مقیاس و ملاک اندازه گیری عملکرد اقتصاد و سطح رفاه جامعه مطرح است. برای اندازه گیری میزان درآمد یک کشور اقتصاد دانان از مفهومی به نام تولید ناخالص داخلی (GDP) استفاده می کنند. مفهوم تولید ناخالص داخلی به عنوان یکی از مهمترین -سنجه های حسابهای ملی در اقتصاد کلان جایگاه بسیار مهمی دارد و به عنوان مهمترین مفهوم اقتصاد کلان بیش از هر مفهوم دیگری مورد دقت و پیگیری اقتصاددانان و سیاست گذاران است.

⁶⁷ Gross Domestic Production (GDP)

تعریف تولید ناخالص داخلی (GDP)

تولید ناخالص داخلی عبارت است از برآورد^{۶۸} ارزش بازاری تمام کالاها و خدمات نهایی تولید شده در (داخل مرز جغرافیایی) یک کشور در یک دوره زمانی معین.

اصطلاحات به کار رفته در تعریف تولید ناخالص داخلی هر کدام مفادی را القا می کند که در زیر مختصراً اشاره می شود.

... ارزش بازاری...: در هر اقتصاد دهها و بل صدها نوع کالا و خدمت تولید می شود که برای اندازه گیری هریک از واحدهای اندازه گیری متفاوتی مانند کیلو، متر، لیتر، و... استفاده می شود. اقتصاد دانان، برای سادگی محاسبه و یکسان سازی واحد اندازه گیری، در محاسبه تولید ناخالص داخلی یک کشور قیمت جاری بازار هر کالا و خدمت را در نظر می گیرند. مثلاً اگر قیمت یک کیلو زعفران ۱۰۰۰ برابر قیمت یک کیلو سیب باشد سهم یک کیلو زعفران در تولید ناخالص ملی هزار برابر یک کیلو سیب است.

... تمام کالاها و خدمات...: منظور از تمام کالاها و خدمات کل کالاها و خدماتی است که به صورت قانونی تولید و فروخته می شود. در تولید ناخالص داخلی هم کالاها، ملموس و محسوس (مانند غذا، لباس، و مسکن) در نظر گرفته می شود هم خدمات نامحسوس (مانند معاینه پزشک، مشاوره روانشناس و حقوقدان). محصولات کشاورزی، صنایع، محصولات و فرآورده های پتروشیمی و مسکن - حتی معادل اجاره بهای منازل شخصی همه و همه در تولید ناخالص داخلی محاسبه می شوند. اما کالاها و خدمات قاچاق و غیر قانونی مانند مواد مخدر^{۶۹}، مشروبات الکلی - در کشورهایی که ممنوع باشد - ارزش افزوده معاملات بازار سیاه (مانند خرید و فروش غیر قانونی دارو و لوازم بهداشتی درمانی در بازار لاله زار تهران) در تولید ناخالص داخلی محاسبه نمی شوند. به همین صورت محاسبه قیمت بازاری کالاها و خدماتی که در بازار عرضه نمی شود و تعیین قیمت بازاری برای آنها دشوار است - مانند کار زنان خانه دار - در تولید ناخالص داخلی حساب نمی شوند.

... کالاها و خدمات نهایی...: کالاهایی که در یک اقتصاد تولید می شوند یا کالای نهایی اند یا کالای واسطه. کالای واسطه کالایی است که از آن برای تولید کالاهای دیگر استفاده می شود (مانند آرد). کالای نهایی کالایی است که مستقیماً به مصرف می رسد (مانند نان). البته بسیاری از کالاها قابلیت دو گانه دارند مثلاً شیر تولید شده در کارخانه پگاه وقتی به مصرف می رسد کالای نهایی است اما ممکن است این شیر برای تولید بستنی استفاده شود. در این صورت این

^{۶۸} - گنجانیدن واژه برآورد در تعریف ناظر بر آن است تولید ناخالص داخلی بر اساس تخمین و برآورد بدست می آید نه سرشماری.

^{۶۹} - مراد از قاچاق در اقتصاد هرکالایی است که تولید و توزیع (با واردات و صادرات) آن مراحل قانونی را طی نکرده و در اقتصاد غیر رسمی و زیر زمینی مورد مبادله قرار می گیرد.

شیر کالای واسطه محسوب می شود. از آنجا که در محاسبه تولید ناخالص داخلی بجای مقادیر کالاها و خدمات از ارزش بازاری آنها استفاده می شود مشکلی بنام احتساب مضاعف پیش می آید. بدین معنا که ممکن است برخی کالاها و خدمات دوبار محاسبه شوند. برای رفع این مشکل (و اجتناب از احتساب مضاعف) دو روش پیشنهاد شده است. روش اول آن است که تنها کالاها و خدمات نهایی در محاسبه تولید ناخالص داخلی منظور شود. مثلا در مورد شیر وقتی قیمت بستنی را محاسبه می کنید قیمت شیر در قیمت بستنی گنجانده شده است. روش دوم استفاده از مفهومی به نام ارزش افزوده است. این مفهوم را در ادامه این فصل بیشتر توضیح خواهیم داد.

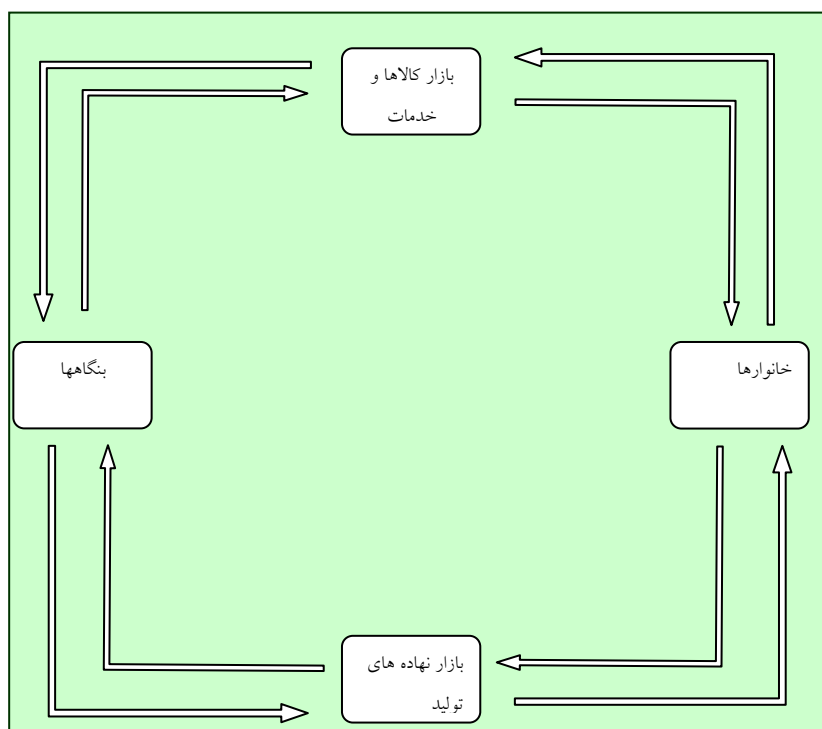
...تولید شده در دوره زمانی معین...: تنها آن دسته از کالاها و خدمات در محاسبه GDP گنجانده می شود که در دوره زمانی معینی مانند یک سال مالی تولید شده باشند. برای مثال ارزش آپارتمانی که در سال ۱۳۸۴ تولید شده در تولید ناخالص داخلی سال ۱۳۸۴ گنجانده می شود. اما ارزش آپارتمانی که در سال ۱۳۸۰ تولید شده و در سال ۱۳۸۴ به فروش می رسد در تولید ناخالص داخلی سال ۱۳۸۴ آورده نمی شود. تنها هزینه های پرداختی بابت کارمزد و کمسیون بنگاه املاک و اداره ثبت در GDP سال ۱۳۸۴ محاسبه می شود.

...در یک کشور...: تولید ناخالص داخلی تمام کالاها و خدماتی را در بر می گیرد که در داخل مرز جغرافیایی یک کشور تولید می شود. چه اینکه تولید بدست شهروندان آن کشور یا بدست اتباع خارجی مقیم آن کشور صورت بگیرد. تولیدات شهروندان ایرانی مقیم امارات متحده عربی جزء تولید ناخالص داخلی ایران به حساب نمی آید. اما کالاها و خدماتی که توسط خارجیان مقیم جزیره کیش صورت می گیرد جزء تولید ناخالص داخلی ایران محسوب می شود.

بنابراین در محاسبه تولید ناخالص داخلی ملیت و تابعیت افراد و بنگاهها ملاک نیست. آنچه در محاسبه تولید ناخالص داخلی اهمیت دارد محل تولید است نه ملیت تولید کننده.

روش اندازه گیری GDP

اقتصاددانان از روش های متعددی برای اندازه گیری تولید ناخالص داخلی استفاده می کنند. و این روشها نتیجه یکسانی دارد. اما پیش از آنکه به شرح



این روشها پیردازیم یاد آوری می شود که برای تبیین ماهیت روش های اندازه گیری تولید ناخالص داخلی می توان از نمودار جریان مدور تولید و درآمد استفاده کرد. برای توضیح این جریان یک اقتصاد بسیار ساده و بدوی را در نظر می گیریم.

فرض می کنیم در این اقتصاد دولت، تجارت خارجی، پس انداز یا سرمایه گذاری وجود ندارد و تنها دو بازار وجود دارد و عاملان اقتصادی تنها در دو گروه بنگاه ها و خانوارها خلاصه شده اند. این نمودار تمام مبادلات میان خانوارها و بنگاهها را به تصویر می کشد؛ در این اقتصاد خانوارها کالاها و خدمات را از بنگاهها می خرند؛ این مخارج از طریق بازار کالاها و خدمات جریان می یابد؛ در عوض بنگاهها پول در یافتی از خانوارها را برای پرداختن دستمزد کارگران، اجاره زمین و املاک، سود سرمایه استفاده می کنند؛ این درآمد ها از طریق بازار عوامل تولید جریان می یابد. در این اقتصاد، پول به طور پیوسته از خانوارها به بنگاهها و سپس از بنگاهها به خانوارها دست به دست می شود. حال با توجه به این نمودار می توان تولید ناخالص داخلی را از دو روش محاسبه کرد:

۱- روش جریان تولید ۲- روش مخارج^{۷۰}

از آنجا که مخارج عده ای در یک اقتصاد برای عده دیگری تبدیل به درآمد می شود و درآمد آنها نیز صرف مخارج می شود پس تولید ناخالص داخلی را به هر یک از این روشها که محاسبه کنیم نتیجه مشابه خواهد بود. ناگفته پیداست که تصویر یک اقتصاد در قالب نمودار جریان مدور ساده سازی بیش از حد دنیای واقعی است. یک اقتصاد واقعی بسیار پیچیده تر از آن است. برای مثال، در دنیای واقعی دولت نیز وجود دارد و در بیشتر اقتصادهای دنیا نقش بسیار مهمی ایفا میکند. در برخی کشورها از جمله در ایران بخش اعظم از تولید ناخالص داخلی توسط دولت صورت می گیرد و بخش اعظم کالاها و خدمات توسط دولت خریداری می شود. هم چنین در دنیای واقعی خانوارها تمام درآمد های خود را صرف مخارج شان نمی کنند. آنها بخشی قابل توجهی از درآمد های خود را برای استفاده در آینده پس انداز و سرمایه گذاری می کنند.

تولید ناخالص داخلی اسمی و واقعی

به یاد داریم که بدلیل متفاوت بودن واحدهای اندازه گیری کالاها و خدمات تولیدی در یک کشور، از واحدی مشترک یعنی قیمت بازاری (ارزش ریالی) آن استفاده کردیم.

اما همانطور که می دانید به دلیل تورم قیمت های بازاری در طول زمان ثابت نیست و تغییر می کند. درست همانگونه که اندازه گیری چیزی با چوب گزی از جنس خمیر یا کش نمی تواند معیاری دقیق باشد اندازه گیری عملکرد یک

^{۷۰} روش دیگری به نام روش درآمدی به عنوان یک روش مجزا مطرح شده است که ما در این کتاب مستقلا به آن نمی پردازیم.

اقتصاد با یک معیار متغیر کار مقایسه را دشوار و غیر دقیق می سازد. برای نمونه یک اقتصاد فرضی را در نظر بگیرید که در آن صرفاً یک کالا تولید می شود. جدول ۱۲-۱ مقادیر تولید و قیمت را برای دو سال متوالی نشان می دهد. با استفاده از این جدول رشد تولید و رشد تولید ناخالص داخلی را محاسبه می کنیم.

سال	مقدار تولید	قیمت
سال اول	۱۰	۲۰
سال دوم	۱۵	۳۰

جدول ۱۲

مقدار تولید سال اول و دوم را به ترتیب با نماد Q_1 و Q_2 و قیمت آنها را با علامت P_1 و P_2 نشان می دهیم و به این ترتیب رشد تولید و رشد تولید ناخالص داخلی را بدست می آوریم.

رشد تولید:

$$\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} = \frac{15 - 10}{10} \times 100 = 50$$

و رشد تولید ناخالص داخلی (GDP):

$$\frac{P_2Q_2 - P_1Q_1}{P_1Q_1} = \frac{30 \times 15 - 20 \times 10}{20 \times 10} \times 100 = 125$$

همانگونه در این مثال فرضی مشاهده می کنید اگر عملکرد یک اقتصاد را با قیمت های جاری بسنجیم چه بسا نتوانیم تصویر واقعی از اقتصاد را نشان دهیم. زیرا چنانکه مشاهده می کنید درحالیکه مقدار تولید در این اقتصاد فرضی ۵۰ درصد رشد داشته است تولید ناخالص داخلی به قیمت های جاری ۱۲۵ درصد رشد را نشان می دهد. دلیل این تفاوت شدید در تغییر قیمت ها است. اما اگر در همین مثال فرضی، از قیمت های ثابت استفاده کنیم یعنی بجای ضرب مقادیر سال دوم در قیمت جاری سال دوم، آن را در قیمت های سال اول ضرب کنیم (گویا قیمت ها تغییر نکرده اند)، خواهیم داشت:

$$\frac{P_1Q_2 - P_1Q_1}{P_1Q_1} = \frac{30 \times 10 - 20 \times 10}{20 \times 10} \times 100 = 50$$

در این صورت ملاحظه می کنید که رشد GDP با رشد واقعی تولید برابر است و لذا استفاده از این شاخص گمراه کننده نیست، زیرا در این حالت ما اثر افزایش قیمت ها را حذف کردیم.

بنابر این تغییر قیمت ها یکی از مشکلاتی است که اقتصاددانان در هنگام استفاده از ارزش پولی به عنوان معیار اندازه گیری عملکرد و فعالیت های اقتصادی با آن روبرو یند. برای حل این معضل اقتصاددانان از قیمت های ثابت استفاده می

کنند. فلسفه استفاده از قیمت های ثابت حذف عنصر افزایش قیمت برای دستیابی به شاخصی واقعی برای اندازه گیری کمیت در اقتصاد است. زیرا با استفاده از این معیار است که می توان به میزان حقیقی تغییر و تحول در تولید ناخالص داخلی پی برد. به عبارت دیگر با استفاده از تولید ناخالص داخلی حقیقی می توان به ارزش کالاها و خدمات به قیمت یک سال معین در گذشته (که به طور قراردادی آن را به عنوان سال پایه انتخاب می کنند) پی برد. تولید ناخالص داخلی حقیقی، با ارزیابی تولیدات فعلی برحسب قیمتی که براساس قیمت یکی از سالهای قبلی تثبیت و تعیین شده است، نشان می دهد که رویهمرفته مقدار تولید خدمات و کالاها در یک کشور چه قدر تغییر کرده است. برای مثال یک اقتصاد فرضی را در نظر بگیرید که تنها دو کالای گندم و پارچه در آن تولید می شود. مقادیر تولید و قیمت های هر یک از این دو کالا برای سالهای ۱۳۸۱، ۱۳۸۲ و ۱۳۸۳ در جدول ۱۲-۲ آورده شده است. برای محاسبه تولید ناخالص داخلی این اقتصاد فرضی مقادیر این دو کالا را در قیمت های آنها ضرب می کنیم.

سال	مقدار گندم یک کیلو	قیمت گندم هر کیلو	مقدار پارچه یک متر	قیمت پارچه هر متر
۱۳۸۱	۱۰۰	۱۰۰۰ ریال	۵۰	۲۰۰۰
۱۳۸۲	۱۵۰	۲۰۰۰	۱۰۰	۳۰۰۰
۱۳۸۳	۲۰۰	۳۰۰۰	۱۵۰	۴۰۰۰

جدول ۱۲ ۲

با استفاده از داده های این اقتصاد فرضی که در جدول ۱۲-۳ آمده است اکنون می توانیم تولید ناخالص داخلی اسمی و واقعی را محاسبه کنیم.

محاسبه تولید ناخالص داخلی اسمی	
۱۰۰ کیلو گندم × ۱۰۰۰ ریال + ۵۰ متر پارچه × ۲۰۰۰ ریال = ۲۰۰۰۰۰ ریال	۱۳۸۱
۱۵۰ کیلو گندم × ۲۰۰۰ ریال + ۱۰۰ متر پارچه × ۳۰۰۰ ریال = ۶۰۰۰۰۰ ریال	۱۳۸۲
۲۰۰ کیلو گندم × ۳۰۰۰ ریال + ۱۵۰ متر پارچه × ۴۰۰۰ ریال = ۱۲۰۰۰۰۰ ریال	۱۳۸۳

محاسبه تولید ناخالص داخلی حقیقی (براساس قیمت های سال ۱۳۸۱)	
۱۳۸۱	۱۰۰ کیلو گندم × ۱۰۰۰ ریال + ۵۰ متر پارچه × ۲۰۰۰ ریال = ۲۰۰۰۰۰۰ ریال
۱۳۸۲	۱۵۰ کیلو گندم × ۱۰۰۰ ریال + ۱۰۰ متر پارچه × ۲۰۰۰ ریال = ۳۵۰۰۰۰۰ ریال
۱۳۸۳	۲۰۰ کیلو گندم × ۱۰۰۰ ریال + ۱۵۰ متر پارچه × ۲۰۰۰ ریال = ۵۰۰۰۰۰۰ ریال

جدول ۱۲ ۴

محاسبه ضریب تعدیل تولید ناخالص داخلی	
۱۳۸۱	$100 = 100 \times (2000000 / 2000000)$ (ریال)
۱۳۸۲	$171 = 100 \times (3500000 / 6000000)$ (ریال)
۱۳۸۳	$240 = 100 \times (5000000 / 12000000)$ (ریال)

جدول ۱۲ ۵

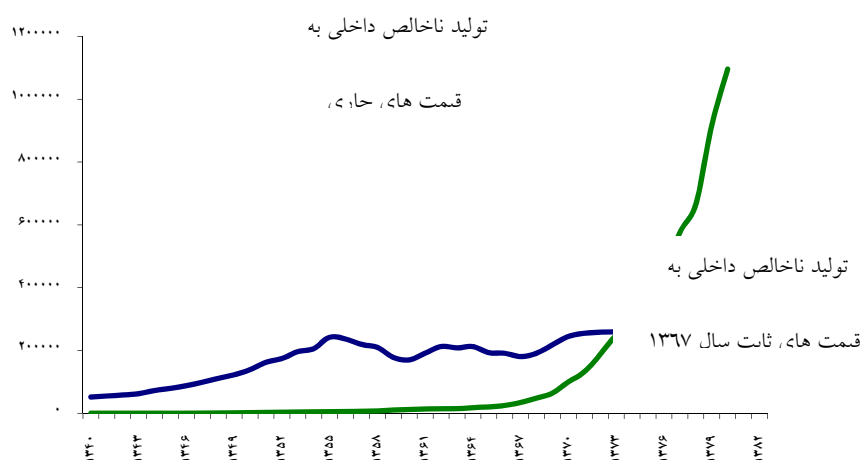
همانگونه که در جدول ۱۲-۲ مشاهده می کنید در سال ۱۳۸۱ در این اقتصاد فرضی ۱۰۰ کیلو گندم تولید و به قیمت هر کیلو ۱۰۰۰ ریال فروخته و ۵۰ متر پارچه تولید و هر متر به قیمت ۲۰۰۰ ریال فروخته می شود. جمع این دو رقم تولید ناخالص داخلی اسمی این اقتصاد را تشکیل می دهد. در سطرهای دوم و سوم این جدول تولید ناخالص داخلی برای سالهای ۱۳۸۲ و ۱۳۸۳ محاسبه شده است. این شاخص برای سال ۱۳۸۲ برابر ۶۰۰۰۰۰ ریال است و برای سال ۱۳۸۳ برابر ۱۲۰۰۰۰۰ است که به ترتیب ۳ برابر و ۶ بر سال ۱۳۸۱ می باشد. بخشی از افزایش در تولید ناخالص اسمی به خاطر افزایش در مقدار تولید گندم و پارچه است. بخشی دیگری از افزایش در قیمت های این کالاها نشأت می گیرد. اما برای اندازه گیری تولید ناخالص داخلی بدور از تاثیر تغییرات قیمت از تولید ناخالص داخلی واقعی استفاده می کنیم. برای خنثی کردن اثر قیمت در تولید ناخالص داخلی ابتدا یک سال معین را به عنوان سال پایه در نظر می گیریم. سپس ارزش کالاها (در این مثال گندم و پارچه) در هر سال را براساس قیمت های سال پایه محاسبه می کنیم. به این ترتیب، می توانیم مقادیر تولید در هر سال و میزان تغییر آنها را با همدیگر مقایسه کنیم.

در جدول ۱۲-۴ ما سال ۱۳۸۱ را به عنوان سال پایه در نظر گرفته و تولیدات سایر سالها را براساس آن ارزیابی کرده ایم. برای سال پایه همیشه قیمت های اسمی و حقیقی عین هم اند. اما برای سال ۱۳۸۲ و ۱۳۸۳ مقادیر کالاها برحسب قیمت های سال ۱۳۸۱ محاسبه شده اند.

با توجه به ثابت بودن قیمت ها و پس از محاسبه تولید ناخالص و مشاهده افزایش این شاخص از ۲۰۰۰۰۰۰ در سال ۱۳۸۱ به ۳۵۰۰۰۰۰ و ۵۰۰۰۰۰۰ در سالهای ۱۳۸۲ و ۱۳۸۳ ریال در می یابیم که این افزایش بر اثر تغییر (رشد) در مقدار

تولید است. در نتیجه هرگاه و هر جا بخواهیم از افزایش واقعی تولید ناخالص داخلی سخن بگوییم تولید ناخالص واقعی (یا به قیمت ثابت) را در نظر می گیریم و هرگاه در پی اندازه گیری رشد واقعی اقتصاد باشیم آن را به صورت درصد تغییر در تولید ناخالص داخلی واقعی اندازه گیری می کنیم. چنانکه مشاهده شد میزان رشد اقتصاد یک کشور بر اثر رشد حقیقی (افزایش مقدار تولید) را با تولید ناخالص داخلی حقیقی نشان می دهند. میزان رشد اقتصاد یک کشور بر اثر رشد حقیقی (افزایش مقدار تولید) و رشد قیمت ها را شاخص تولید ناخالص داخلی اسمی نشان می دهد اما میزان رشد اسمی یک اقتصاد صرفا بر اثر افزایش قیمت ها (نه افزایش مقدار تولید) را با استفاده از ضریب به نام ضریب تعدیل تولید ناخالص داخلی نشان می دهند. ضریب تعدیل تولید ناخالص داخلی از نسبت تولید اسمی به تولید حقیقی ضرب در صد بدست می آید. جدول ۱۲-۵ ضریب تعدیل تولید ناخالص داخلی ایران برای سالهای ۱۳۸۱ و ۱۳۸۲ را نشان می دهد. چنانکه در این جدول مشاهده می کنید در سال ۱۳۸۱ (که به عنوان سال پایه در نظر گرفته شده است) تولید حقیقی ۲۰۰۰۰۰ ریال و تولید اسمی نیز ۲۰۰۰۰۰ ریال بوده است در نتیجه ضریب تعدیل برابر است با ۱۰۰ اما در سال ۱۳۸۲ تولید حقیقی برابر است با ۳۵۰۰۰۰ ریال و تولید اسمی برابر است با ۶۰۰۰۰۰ ریال در نتیجه ضریب تعدیل برابر است با ۱۷۱ در صد. از آنجا که این ضریب در مقایسه با سال ۱۳۸۱، ۷۱ در صد افزایش داشته است می توان گفت که سطح قیمت ها ۷۱ در صد افزایش داشته است. البته باید به خاطر داشت این مثال یک اقتصاد فرضی و ساده ای است. در عمل برای محاسبه قیمت ها از روش های پیچیده تری استفاده می شود.

نمودار زیر تصویری از مسیر تولید ناخالص داخلی واقعی و اسمی ایران در سالهای ۸۰-۱۳۴۰ را نشان می دهد. هر قدر نرخ تورم بالاتر باشد این دو شاخص اختلاف بیشتری خواهند داشت.



نمودار تولید ناخالص داخلی ایران از سال ۱۳۴۰ تا سال ۱۳۸۲. داده های این نمودار از پایگاه اینترنتی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران برگرفته شده است.^{۷۱}

محاسبه تولید ناخالص داخلی از روش جریان تولید

در یک اقتصاد هر سال کالاهای متفاوت و خدمات متنوعی تولید می شود. این کالاها و خدمات در نهایت توسط مصرف کنندگان خریداری و مصرف می شود. روش تولید براساس اندازه گیری ارزش تولیدات یک اقتصاد استوار است. برای انجام این مهم هر سال باید اطلاعات مربوط به ارزش تولیدات بنگاههای تولیدی را جمع آوری کرد و با حذف کالاهای واسطه ای و غیر نهایی به خالص ارزش تولیدات کالاهای نهایی دست یافت. البته در برخی موارد تشخیص و تفکیک کالای نهایی از غیر نهایی به سادگی میسر نیست. معمولاً برای رهایی از دشواری تشخیص کالاهای نهایی از غیر نهایی و نیز اجتناب از احتساب مضاعف از روش دیگری به نام ارزش افزوده استفاده می شود.

ارزش افزوده

ارزش افزوده یکی از مفاهیم بسیار مهم و پایه ای در حسابهای ملی است. به حدی که برخی از آن به عنوان یک روش مستقل در محاسبه تولید ناخالص داخلی نام می برند. برای محاسبه جریان تولید اقتصاددانان تنها ارزش افزوده تولیدات را باهمدیگر جمع می کنند. بر اساس تعریف ارزش افزوده عبارت است از:

تفاضل میان ارزش کالاها و خدمات تولید شده و هزینه های مواد و کالاهای واسطه ای به کار رفته در تولید آنها. برای محاسبه ارزش افزوده یک کالا یا خدمت از فرمول: " ارزش افزوده = ستانده منهای داده " استفاده می شود. ستانده عبارت است از ارزش کالاها و خدمات تولید شده و داده عبارت است از ارزش کالاها و خدماتی (کالاهای واسطه ای)

ارزش افزوده در مراحل مختلف تولید نان			
مراحل تولید	ارزش ستانده	ارزش داده	ارزش افزوده
گندم	۳۰۰۰ ریال	۰ ریال ^{۷۲}	۳۰۰۰
آرد	۵۰۰۰	۳۰۰۰	۲۰۰۰
نان	۸۰۰۰	۵۰۰۰	۳۰۰۰
جمع	۱۶۰۰۰	۸۰۰۰	۸۰۰۰

که از بنگاههای دیگر برای تولید آن کالا و خدمت خریداری

⁷¹ - <http://www.cbi.ir/publications/NationalAccounts.asp>

^{۷۲} - برای ساده سازی ارزش داده در این جا صفر در نظر گرفته می شود

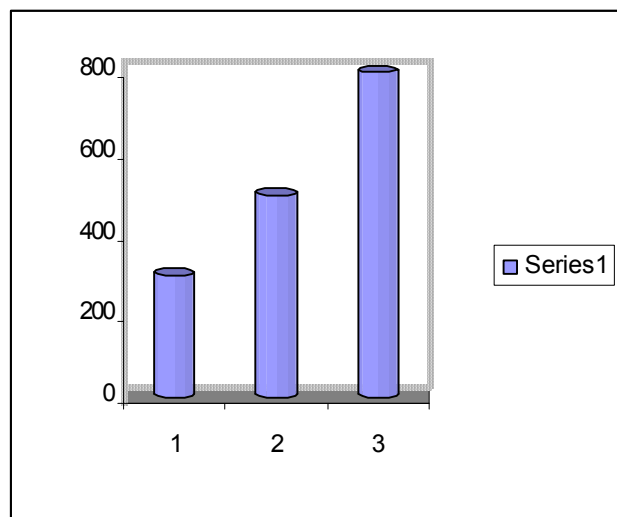
شده است.

جدول زیر روش مراحل محاسبه ارزش افزوده در تولید نان حاصل از یک کیلو گندم را نشان می دهد. در جدول بالا مشاهده می کنید که ارزش افزوده مراحل مختلف تولید برابر است با قیمت کالای نهایی یعنی نان، بنابراین چه از طریق جمع ارزش بازاری کالاها و خدمات نهایی... و چه از طریق جمع ارزش افزوده های بخش های مختلف ... محاسبه صورت گیرد، نتیجه واحدی دارد.

تصویر زیر نمایش نموداری ارقام ارزش افزوده در جدول فوق را نشان می دهد.

جدول ۱۲-۶ ارزش افزوده مراحل مختلف تولید نان

اگر همین روش را برای سایر کالاها و خدمات نهایی به کار ببریم در حقیقت ارزش افزوده تمامی فعالیت های اقتصادی را بدست می آوریم. معمولا برای آسانی در آمارگیری و گزارش دهی فعالیتهای مشابه و هم سنخ اقتصادی را در یک گروه قرار می دهند و بدین ترتیب کل فعالیت های اقتصادی یک کشور در چند دسته یا بخش معین طبقه بندی می گردد. الگوی دسته بندی فعالیت ها به گروه ها و بخش های معین اقتصادی طبقه



نمودار ۱۲-۳

بندی های پیشنهادی از سوی بخش آمار سازمان ملل است. با

این حال کشورها به تناسب شرایط و تنوع فعالیت های خود تعداد بخش ها و گروه ها را تعیین می کنند. تعداد و تنوع بخش ها در اقتصاد های بزرگ و صنعتی زیاد است. در ایران به صورت کلی فعالیت های اقتصادی به چند بخش نفت، کشاورزی، صنایع و معادن، ساختمان و خدمات تقسیم می شود. جدول ۱۲-۷ تولید ناخالص ملی ایران براساس ارزش افزوده بخش های مختلف اقتصادی در سال ۱۳۸۲ را نشان می دهد.

امروزه معیار تولید ناخالص داخلی برای اندازه گیری عملکرد اقتصادی کشورها کاربرد زیادی دارد. اما چنانکه در جدول بالا مشاهده می کنید در کنار شاخص تولید ناخالص داخلی معمولا موسسات و مراکز متولی حسابهای ملی در هر کشور چند آماره یا معیار دیگری را نیز برای ارائه تصویر دقیق تر، جامعتر، که از زوایای دیگری توان تولیدی و قدرت درآمدی یک اقتصاد را نشان می دهد، استفاده می کنند. این شاخص ها با افزودن یا کاستن اقلام و گروه های خاصی بر تولید ناخالص داخلی به دست می آید

محاسبه تولید (درآمد) ناخالص ملی سال 1382 با روش جمع کردن ارزش افزوده فعالیتهای اقتصادی به قیمتهای ثابت ۱۳۷۶	
53345	گروه کشاورزی
44493	گروه نفت
89339	گروه صنایع و معادن
196559	گروه خدمات
4727	کسر میشود: کارمزد احتسابی
379009	تولید ناخالص داخلی به قیمت پایه (عوامل) ^{۷۳}
-3249	خالص درآمد عوامل تولید از خارج
4151	خالص مالیاتهای غیر مستقیم
20328	نتیجه رابطه مبادله بازرگانی
400240	تولید (درآمد) ناخالص ملی به قیمت بازار ^{۷۴}
53447	کسر میشود: استهلاك سرمایه های ثابت
4151	خالص مالیاتهای غیر مستقیم
342642	درآمد ملی

جدول ۶۱۲

در اینجا پنج آماره از این شاخص ها را به ترتیب اندازه آنها مرور و با نحوه محاسبه آنها آشنا می شویم:

^{۷۳} در برخی از کشورها دولت از برخی کالاها مالیات غیر مستقیم یا مالیات بر فروش دریافت می کند و به برخی از کالاها یارانه پرداخت می کند. اگر از قیمت عوامل کالا یارانه را کم کنیم قیمت بازاری آن کالا بدست می آید و اگر مالیات غیر مستقیم را به قیمت عوامل کالاها اضافه کنیم قیمت بازاری کالا بدست می آید

^{۷۴} همان.

تولید ناخالص ملی^{۷۵} (GNP)

تولید ناخالص ملی عبارت است از برآورد ارزش^{۷۶} تمامی کالاها و خدمات نهایی تولید شده توسط اتباع یک کشور در یک دوره زمانی معین (معمولاً یک سال).

به دلیل وجود کلمه اتباع در تعریف درآمدهای خارجیان مقیم یک کشور جزء تولید ناخالص ملی آن کشور به شمار نمی رود. مثلاً درآمدهای مهندسان روسی در نیروگاه هسته ای بوشهر با آنکه بخشی از تولید ناخالص داخلی ایران است اما جزء تولید ناخالص ملی ایران نیست. برعکس، درآمدهای بازرگانان ایرانی در امارات متحده عربی باید در تولید ناخالص ملی ایران ثبت و گزارش گردد. از همین جا تفاوت میان دو شاخص GDP و GNP آشکار می شود. در GDP مرزهای جغرافیایی مطرح است اما در GNP ملیت و تابعیت. قابل یادآوری است که همانگونه که در آمارهای جدید نظام حسابهای ملی ایران و آمارهای منتشره از سوی مراکز بین المللی مشاهده می شود به دلیل گسترش فرایند یکپارچگی اقتصادی بین المللی و دشواری های ثبت و گزارش درآمد اتباع مقیم خارج برخی از اصطلاحات

مربوط به نظام حسابهای ملی SNA به پیشنهاد اداره آمار سازمان ملل، بانک جهانی، صندوق بین المللی پول و سازمان همکاریهای اقتصادی و توسعه در سال ۱۹۹۳ به تدریج استفاده از شاخص تولید ناخالص ملی (GNP) در بسیاری کشورها کم رنگ یا حتی کنار گذاشته شده است. و به جای آن از اصطلاح درآمد ناخالص ملی استفاده می شود^{۷۷}.

برخی دیگر از تغییرات پیشنهادی اداره آمار سازمان ملل

در اصطلاحات به صورت زیر است

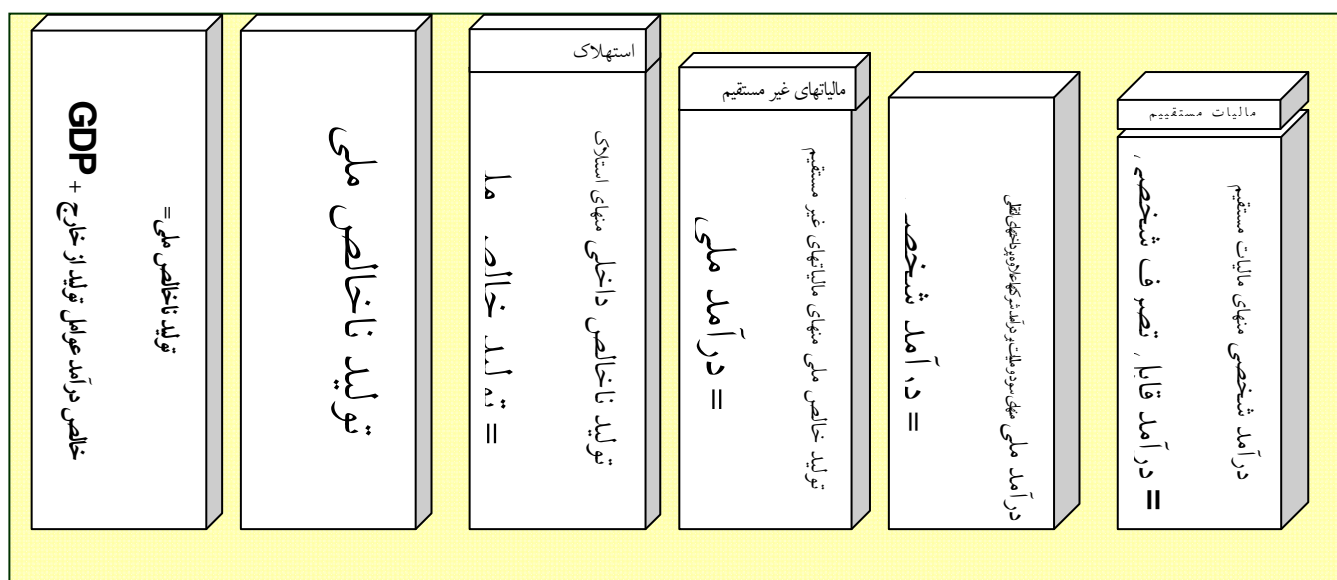
اصطلاح جدید	اصطلاح قدیم
درآمد ناخالص ملی	تولید ناخالص ملی
درآمد ناخالص ملی سرانه	تولید ناخالص ملی سرانه
مخارج نهایی خانوارها	مصرف خصوصی
مخارج مصرفی نهایی دولتی	مصرف عمومی دولتی

75 Gross National Product

^{۷۶} - شاید مناسب تر آن است که در ابتدای این تعریف کلمه برآورد نیز افزوده شود. زیرا آنچه در عمل به صورت آمار حسابداری ملی سالانه گزارش می شود محاسبه دقیق و جمع آوری اطلاعات کامل نیست بلکه برآورد علمی از آمار و اطلاعات مربوط به شاخص ها است.

^{۷۷} - منبع پایگاه اینترنتی بانک جهانی به آدرس

تولید خالص ملی: تولید خالص ملی برابر است با مجموع درآمد (تولید) ملی منهای استهلاک.
 درآمد ملی: درآمد ملی عبارت است از مجموع درآمد های شهروندان یک کشور از راه تولید کالاها و خدمات. اگر از تولید خالص ملی مالیات های غیر مستقیم را کسر و یارانه ها را به آن اضافه کنیم درآمد ملی بدست می آید.
 درآمد شخصی: درآمد شخصی عبارت است از کل درآمدی که به خانوار ها می رسد. اگر از درآمد ملی سود توزیع نشده شرکت ها، مالیات بر درآمد شرکت ها، حق بیمه را کسر و کمک های دولت در قالب پرداخت ها انتقالی و بهره دریافتی از دولت را اضافه کنید درآمد شخصی بدست می آید.
 درآمد شخصی قابل تصرف (یا درآمد شخصی خالص):
 درآمد شخصی قابل تصرف درآمدهای که پس از تادیه و پرداخت کلیه دیون دولتی مانند مالیات های مستقیم در اختیار خانوار ها باقی می ماند. تصویر زیر روابط میان شاخصهای مهم و معروف حسابهای ملی را نشان می دهد.



محاسبه تولید ناخالص داخلی از روش مخارج

تولید ناخالص داخلی مرکب از کالاها و خدماتی است که در یک کشور برای مصرف و سرمایه گذاری، خریدهای دولت و صادرات به سایر کشورها تولید می شود. اما، اقتصاد دانان کل کالاها و خدمات تولید شده را از منظر مخارج در چهار گروه دسته بندی کرده اند. این مؤلفه ها عبارتند از مصرف، سرمایه گذاری، مخارج دولت، و خالص

صادرات (که به ترتیب نماد های C ، I ، G ، NX) را برای آنها به کار می برند). $Y=C+I+G+NX$ ، نماد Y نیز نشان دهنده کل کالاها و خدمات تولید شده است.
معادله بالا یک اتحاد ریاضی است که همیشه برقرار است.

مصرف خصوصی

مهمترین بخش تولید ناخالص داخلی از نگاه مخارج را مصرف خصوصی (C) تشکیل می دهد. منظور از مصرف در اینجا مصرف خصوصی است. یعنی هزینه های مصرفی مردم - نه دولت - که از الف) هزینه های مصرفی برای کالاهای با دوام مانند خودرو، تلویزیون، یخچال و... ب) کالای های بی دوام که اصطلاحاً کالاهای مصرفی خوانده می شوند مانند غذا و ج) مصارف خدماتی مانند تفریح، بهداشت، آموزش و... تشکیل می شود.

مخارج دولتی: دومین گروه مصرف دولتی است. در کشورهای مختلف اندازه مخارج دولتی متفاوت است و به میزانی که دولتها در اقتصاد نقش ایفا می کنند بستگی دارد.

محاسبه نقش دولت در تولید ملی با پیچیدگی های خاصی همراه است. زیرا بسیاری از خدمات دولت مانند تامین امنیت، ارائه خدمات رایگانی مانند آموزش، پخش برنامه های تلویزیونی و غیره را نمی توان به آسانی در بازار قیمت گذاری کرد. اما محاسبه مخارج دولت نسبتاً آسان است. پولهایی که دولت برای خرید غذا برای سربازان خرج می کند را به راحتی می توان ثبت و گزارش کرد. مخارج دولتی شامل هزینه های مصرفی دولت و هزینه تشکیل سرمایه دولتی است.

که هر یک به ترتیب در قالب بودجه های جاری و عمرانی دولت گزارش می شود. هزینه های مصرفی دولتی تمام خریدهای بخش دولتی شامل نهادها، موسسات، وزارتخانه ها، ادارات سازمانهای دولتی را در بر می گیرد. به طور کلی هر خرید و هزینه ای که از سوی دولت برای کالا یا خدمت تولید شده در سال مالی مورد استفاده در محاسبه تولید ناخالص داخلی انجام گیرد در GDP می گنجد.

تولید (هزینه) ناخالص ملی ایران در سال ۱۳۸۲		۱۳۸۱ در سال داخلی تولید ناخالص	۱۳۸۲ در سال داخلی تولید ناخالص
ارقام به میلیارد ریال	جدز		
۲۰۲۰۸۲	اقلام هزینه به قیمت های ثابت ۱۳۷۶	هزینه های مصرفی خصوصی	
۴۳۵۸۱		هزینه های مصرفی دولتی	
۱۳۳۸۵۵		تشکیل سرمایه ثابت ناخالص	
۱۵۱۱۴		تغییر در موجودی انبار	
-۱۳۰۷۷		خالص صادرات کالاها و خدمات	
۱۶۰۶		اشتباهات آماری	
۳۸۳۱۶۰		هزینه (تولید) ناخالص داخلی	
۲۰۳۲۸		نتیجه رابطه مبادله بازرگانی	
-۳۲۴۹		خالص درآمد عوامل تولید از خارج	
۴۰۰۲۴۰		هزینه (تولید) ناخالص ملی به قیمت بازار	
۵۳۴۴۷		کسر میشود: استهلاك سرمایه های ثابت	
۴۱۵۱		خالص مالیاتهای غیرمستقیم	
۳۴۲۶۴۲		درآمد ملی	

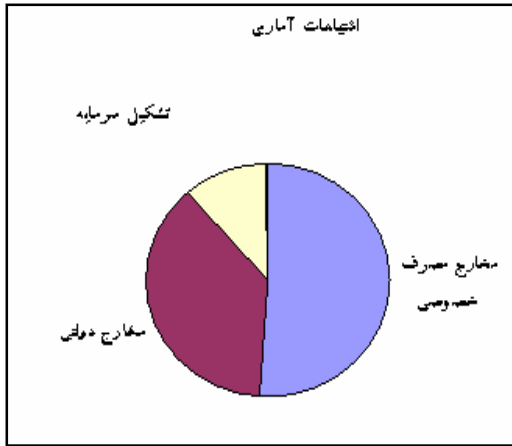
تشکیل سرمایه خالص (سرمایه گذاری)

یکی دیگر از اجزای تولید ناخالص داخلی به روش مخارج سرمایه گذاری است. در دنیای واقعی شهروندان کشورها تمام درآمد خود را هزینه نمی کنند. بلکه برحسب میزان درآمد بخشی از درآمدهای خود را برای مصرف در آینده پس انداز می کنند. معمولاً سرمایه گذاری به منظور ۱- جبران ظرفیت از دست رفته بر اثر استهلاك. ۲- افزایش و گسترش ظرفیت تولید در آینده انجام می شود. سرمایه گذاری شامل دو جزء است: الف) سرمایه های ثابت شامل ماشین آلات، ساختمان (راهها و جاده ها، سدها تونل ها و...) ب) تغییر در موجودی انبار. تغییر در موجودی انبار به سرمایه گذاری هایی اطلاق می شود که تولید کنندگان برای تهیه و تدارک مواد اولیه و کالاهای واسطه ای برای تولید کالاهای نهایی انجام می دهند. هم چنین تغییرات موجودی کالاهای آماده فروش در انبارهای فروشندگان نیز در شمار این نوع سرمایه گذاری است.

خالص صادرات: خالص صادرات عبارت است از ارزش کالاها و خدماتی که به سایر کشورها صادر می شود منهای ارزش کالاها و خدماتی که از کشورهای دیگر به این کشور وارد می شود. اگر واردات بیش از صادرات باشد خالص صادرات کشور منفی و در غیر آن صورت مثبت خواهد بود. در جهان امروز که اقتصادهای دنیا بیش از هر زمانی به همدیگر وابسته شده است وزمینة های داد و ستد کالا فراهم گردیده است. این قسمت از تولید ناخالص داخلی اهمیت بیشتری یافته است.

جدول ۱۲-۷ ارقام و اعداد مربوط به سهم هریک از اجزای یاد شده در ترکیب تولید ناخالص داخلی ایران در سال

۱۳۸۲ را گزارش می کند.



نمودار ۱۲-۴

ترکیب تولید ناخالص ملی براساس روش مخارج در سال

۱۳۸۲

نمودار ۱۲-۳ سهم هریک از اقلام جدول بالا را در تولید

ناخالص داخلی

نشان می دهد.

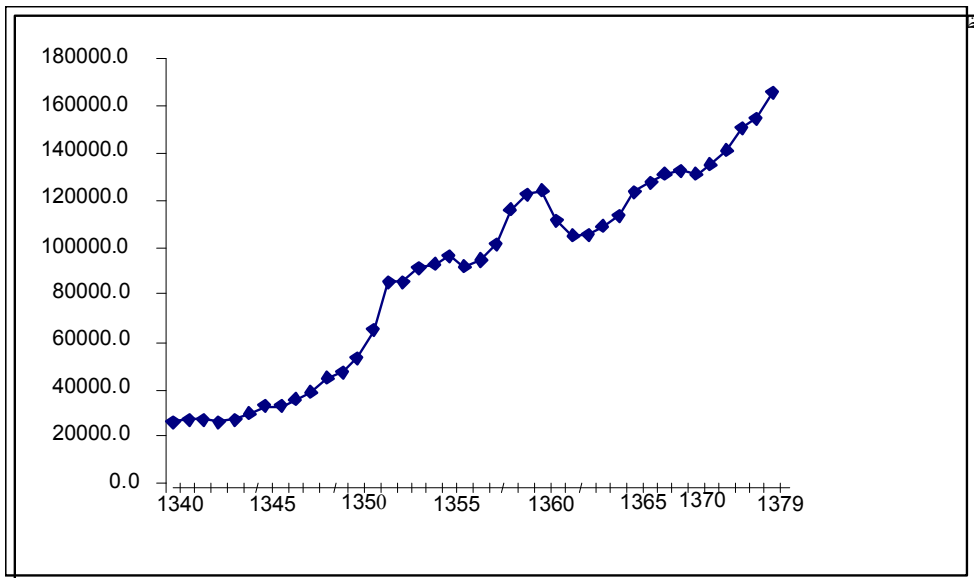
نمودار ۱۲-۴

نمودار ۱۲-۴ روند مصرف خصوصی و نمودار ۱۲-۵ مسیر مخارج دولتی به قیمت ثابت سال ۱۳۷۶ رابرای سالهای

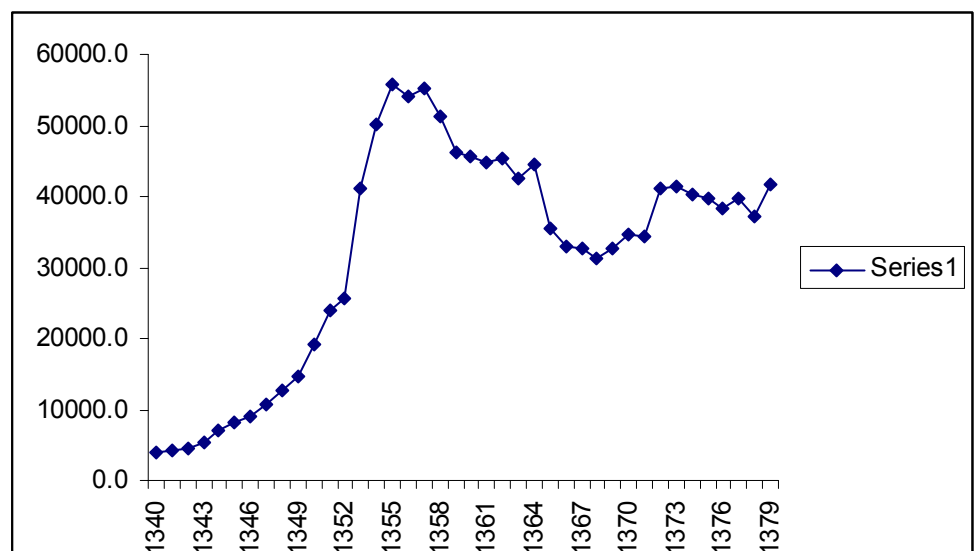
۱۳۴۰ تا ۱۳۷۹ را نشان می دهد

نمودار ۱۲-۶ مصرف بخش

دولتی به قیمت ثابت سال ۱۳۷۶



نمودار ۱۲-۵



نمودار ۱۲-۶

خلاصه

بررسی جامع، منظم و کمی فعالیت های اقتصادی یک کشور طی یک دوره مالی (مثلا یک سال) برای ارایه چارچوبی برای پیش بینی، برنامه ریزی و نظارت حسابداری ملی نامیده می شود.

اهداف و کاربردهای حسابهای ملی عبارتند از: شناخت و ارزیابی عملکرد اقتصاد؛ بررسی و تحلیل های کلان اقتصادی؛ سیاستگذاری و تصمیم گیریهای اقتصادی؛ مقایسه اقتصادی کشورهای جهان.

اقتصاددانان برای درک و ارزیابی بهتر عملکرد اقتصاد و بررسی و مقایسه اقتصادها از مفاهیمی مانند تولید ناخالص داخلی، تولید ناخالص ملی، درآمد ملی و.. استفاده می کنند.

تولید ناخالص داخلی عبارت است از مجموع ارزش بازاری تمام کالاها و خدمات نهایی تولید شده در (داخل مرز جغرافیایی) یک کشور در یک دوره زمانی معین.

محاسبه و اندازه گیری تولید ناخالص داخلی براساس قیمت های موجود بازار را تولید ناخالص داخلی اسمی یا تولید ناخالص داخلی به قیمت های جاری می نامند. تولید ناخالص داخلی را با دو روش جریان تولید و روش مخارج محاسبه کرد.

تولید ناخالص ملی عبارت است از مجموع ارزش تمامی کالاها و خدمات نهایی تولید شده توسط اتباع یک کشور در یک دوره زمانی معین (معمولا یک سال).

تولید خالص ملی برابر است با مجموع درآمد (تولید) ملی منهای استهلاک.

درآمد ملی عبارت است از مجموع درآمد های شهروندان یک کشور از راه تولید کالاها و خدمات. اگر از تولید خالص ملی مالیات های غیر مستقیم را کسر و یارانه ها را به آن اضافه کنیم درآمد ملی بدست می آید.

درآمد شخصی عبارت است از کل درآمدی که به خانوارها می رسد. اگر از درآمد ملی سود توزیع نشده شرکت ها، مالیات بر درآمد شرکت ها، حق بیمه را کسر و کمک های دولت در قالب پرداخت ها انتقالی و بهره دریافتی از دولت را اضافه کنید درآمد شخصی بدست می آید.

درآمد شخصی قابل تصرف درآمدهای که پس از تادیه و پرداخت کلیه دیون دولتی مانند مالیات های مستقیم در اختیار خانوارها باقی می ماند.

اقتصاد دانان محل مصرف کل کالاها و خدمات تولید شده را در چهار گروه مصرف، سرمایه گذاری، مخارج دولت، و خالص صادرات دسته بندی کرده و از آنها به عنوان اجزا یا مؤلفه های تولید ناخالص داخلی نام می برند.

شاخص تولید ناخالص داخلی به رغم داشتن محاسن زیاد برخی کاستی ها و محدودیت هایی دارد که باعث می شود این شاخص نتواند رابطه جنبه های کیفی و بعضاً کمی سطح زندگی شهروندان را به طور دقیق نشان دهد . مهم ترین محدودیت های این شاخص عبارتند از: از قلم انداختن اقتصاد زیر زمینی، که توسط دولت ثبت و گزارش نمی شود؛ از قلم انداختن پیامد های جانبی برخی از فعالیت های اقتصادی؛ اندازه گیری تنها ارزش آن دسته از اقتصادی که در بازار مورد مبادله قرار می گیرد و بی توجهی به فعالیتهای زنان خانه دار و تولیدات خود مصرفی کشاورزان و روستاییان.

اقتصاددانان برای نشان دادن از روند قیمت ها ، تورم ، قدرت خرید پول ملی، تنظیم و تغییرات هزینه زندگی خانوار ها از شاخصهایی مانند شاخص قیمت مصرف کنندگان (CPI)؛ شاخص قیمت (بهای) عمده فروشی کالاها (WPI)؛ شاخص قیمت تولید کنندگان (PPI)؛ و شاخص ضمنی (تعدیل کننده) GN^{۷۸} استفاده می کنند.

سوالات فصل دوازدهم

- ۱- حسابداری ملی را تعریف کنید؟
- ۲- ایده برآورد درآمد ملی به چه قرنی باز می گردد؟ حسابداری ملی در ایران در چه تاریخی آغاز شده است؟
- ۳- هدف اصلی حسابداری ملی چیست؟ چهار کاربرد نظام حسابهای ملی را نام ببرید؟
- ۴- تولید ناخالص داخلی را تعریف کنید و اصطلاحات مهم به کار رفته در آن تعریف را شرح دهید؟
- ۵- کاربرد نمودار جریان مدور تولید و درآمد چیست؟
- ۶- تفاوت میان دو شاخص تولید ناخالص داخلی اسمی و تولید ناخالص داخلی واقعی را بیان کنید؟
- ۷- مفهوم ارزش افزوده را تعریف کنید؟
- ۸- مفاهیم زیر را توضیح دهید:
- الف) تولید ناخالص ملی ب) درآمد ملی ج) درآمد شخصی د) درآمد شخصی قابل تصرف
- ۹- مولفه های تولید ناخالص داخلی در یک اقتصاد را نام ببرید؟
- ۱۰- برخی از کاستی ها و محدودیت های شاخص تولید ناخالص داخلی را شرح دهید؟
- ۱۱- شاخص قیمت مصرف کننده، شاخص، شاخص قیمت عمده فروشی کالاها و شاخص قیمت تولید کننده و شاخص تعدیل کننده

GNP را تعریف کنید؟

ضمیمه فصل دوازدهم

ملاحظات

الف) در آغاز فصل اشاره شد که تولید ناخالص داخلی بسیار مهم و پر کاربرد در اقتصاد است. از یک طرف در کوتاه مدت به عنوان راهنمای اقتصاد دانان و مدیران و سیاستگذاران عمل می کند. تولید ناخالص داخلی نشان می دهد که آیا اقتصاد در حال رکود است یا خیر. در بلند مدت هم به عنوان چراغ راهنمایی است بر اینکه آیا اقتصاد به اندازه کافی رشد دارد که بتواند از یک سو سطح زندگی بهتری را برای شهروندان به همراه آورد و از سوی دیگر اشتغال کافی برای جمعیت در حال رشد فراهم کند. با وجود این محاسن شاخص تولید ناخالص داخلی کاستی ها و محدودیت هایی دارد و برخی از فعالیت های اقتصادی را در بر نمی گیرد. از این رو این شاخص نمی تواند به طور دقیق رابطه جنبه های کیفی و بعضاً کمی سطح زندگی شهروندان را نشان دهد. برخی از این محدودیت را به اختصار برمی شماریم:

۱- معمولاً تولید ناخالص ملی یا داخلی تنها ارزش ان نوع فعالیت های اقتصادی را اندازه گیری می کند که در بازار مورد مبادله قرار می گیرد. در این صورت فعالیتهای اقتصادی بخشی قابل توجهی از شهروندان در کشورهای جهان سوم مانند زنان خانه دار و تولیدات خود مصرفی کشاورزان و روستاییان که در برابر پول خریداری نمی شود در تولید ناخالص داخلی گنجانده نمی شود.

۲- اقتصاد زیر زمینی، منظور از اقتصاد زیر زمینی مجموعه ای از فعالیتهای اقتصادی است که توسط دولت ثبت و گزارش نمی شود. مبادلات بازار سیاه، قاچاق و ... نمونه هایی از اقتصاد زیر زمینی است.

۳- یکی دیگر از کاستی های شاخص تولید ناخالص داخلی از قلم انداختن پیامد های جانبی برخی از فعالیت های اقتصادی است. مثلاً فعالیت های شرکت های هواپیمایی و فرودگاهها در GDP محاسبه و به عنوان شاخص رفاه مردم در نظر گرفته می شود. اما اثرات جنبی این فعالیتها مانند آلودگی های زیست محیطی و صوتی آنها در نظر گرفته نمی شود.

ب) در این فصل با اندازه گیری تولید و درآمد آشنا شدیم. اما این ها بخشی از نشانه ها و معیار های سطح زندگی و رفاه یک جامعه است. تصویری واقعی از این شاخصها یا رفاه مردم زمانی کامل می گردد که از روند قیمت ها، تورم، قدرت خرید پول ملی، تنظیم و تغییرات هزینه زندگی خانوارها آگاهی داشته باشیم. اقتصاد دانان برای اندازه گیری این متغیرها از معیارها و شاخص هایی نظیر شاخص قیمت خرده فروشی، شاخص تورم زدایی GNP و شاخص قیمتی تولید کننده استفاده می کنند. در این جا این سه شاخص را به طور اجمال معرفی می کنیم.

الف) شاخص قیمت مصرف کنندگان (CPI)^{۷۹}؛

این شاخص که در برخی از متون به نام شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی و در برخی متون به عنوان شاخص قیمت خرده فروشی یاد می شود «یکی از مهمترین شاخص های قیمت و به عنوان یک نماگر مهم برای سنجش نرخ تورم و قدرت خرید پول داخلی کشور و از ابزار های مهم برای برنامه ریزان اقتصادی جهت تعیین وضعیت اقتصادی کشور در زمانهای مختلف و راهنمایی جهت تعیین سیاست های پولی و مالی می باشد. این شاخص معیار سنجش تغییرات قیمت تعداد ثابت و معینی از کالاها و خدماتی^{۸۰} است که توسط خانوارهای شهرنشین به مصرف می رسد»^{۸۱}

این شاخص هزینه خرید یک سبد کالا و خدمات مصرفی توسط مصرف کننده را در سالهای مختلف اندازه گیری می کند و به صورت زیر تعریف می شود:

هزینه خرید یک سبد کالا به قیمت سال جاری

$$\frac{\text{شاخص قیمت مصرف کننده} = 100 \times \text{هزینه خرید یک سبد کالا به قیمت سال جاری}}{\text{هزینه خرید همان سبد کالا به قیمت سال پایه}}$$

هزینه خرید همان سبد کالا به قیمت سال پایه

به عنوان مثال اگر هزینه خرید یک سبد کالا در سال ۱۳۸۴ ۱۲۰۰۰۰۰ ریال باشد و هزینه خرید این سبد کالا در سال ۱۳۸۳ ۱۰۰۰۰۰۰ ریال و سال ۱۳۸۳ را به عنوان سال پایه در نظر بگیریم شاخص CPI به این صورت محاسبه می شود.

$$\frac{1200000}{1000000} \times 100 = 120 = \text{شاخص قیمت مصرف کننده}$$

. هرچند در این مثال ما برای سادگی صرفاً یک سبد کالا را در نظر گرفته ایم اما می توان به همین روش شاخص قیمت مصرف کننده را برای بیش از یک سبد کالا نیز محاسبه کرد. در این مثال شاخص قیمت مصرف کننده برابر است با ۱۲۰٪ که مفهوم آن این است که میانگین قیمت کالاها و خدمات در سال ۱۳۸۴ نسبت به سال ۱۳۸۳ ۲۰ درصد افزایش داشته است.

جدول زیر شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی در مناطق شهری را برای چند سال مختلف نشان می دهد.

<p>شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی</p> <p>در مناطق شهری (۱۰۰=۱۳۷۶)</p>
--

⁷⁹ Consumer Price index

^{۸۰} -در حال حاضر در ایران تعداد ۳۱۰ قلم از کالا و خدمت از سبد مصرفی خانوارهای شهری جهت محاسبه این شاخص در نظر گرفته می شود.

^{۸۱} بانک مرکزی، گزارش اقتصادی و ترازنامه سال ۱۳۸۲ ص ۱۴۶

سال	میانگین سال	درصد تغییر سالانه
۱۳۶۵	۸/۸	۲۳/۷
۱۳۷۰	۲۲/۴	۲۰/۷
۱۳۷۵	۸۵/۲	۲۳/۲
۱۳۷۹	۱۵۹/۷	۱۲/۶
۱۳۸۰	۱۷۷/۹	۱۱/۴
۱۳۸۱	۲۰۶/۰	۱۵/۸
۱۳۸۲	۲۳۸/۲	۱۵/۶
۱۳۸۳	۲۷۴/۵	۱۵/۲

جدول ۱۲ ۸

مأخذ مرکز آمار ایران سالنامه اماری سال ۱۳۸۲ به نقل از پایگاه اینترنتی مرکز آمار ایران به آدرس:

www.sci.org.ir

ب) شاخص قیمت (بهای) عمده فروشی کالاها (WPI)^{۸۲}

این شاخص نشانگر تغییرات قیمت کالاها را در مرحله عمده فروشی (تولید کنندگان و فروشندگان دست اول) اندازه گیری می کند. در طی سالهای گذشته اغلب کشور های پیشرفته جهان محاسبه شاخص بهای عمده فروشی کالاها را متوقف نموده و به جای آن از شاخص بهای تولید کننده استفاده می نمایند. ولی در ایران به دلیل برخی تفاوت های شاخص مذکور با شاخص بهای تولید کننده و نیز حفظ سری زمانی شاخص بهای عمده فروشی بانک مرکزی به محاسبه این شاخص ادامه می دهد تعداد اقلام مشمول این شاخص ۱۰۲۶ قلم می باشد.^{۸۳}

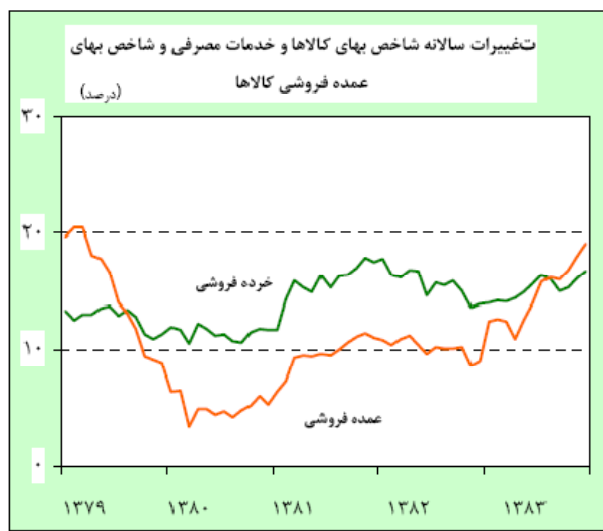
ب) شاخص قیمت تولید کنندگان (PPI)^{۸۴}؛

⁸² Whole sale price index

^{۸۳} بانک مرکزی همان ص ۱۴۷

⁸⁴ Producer price Index

شاخص قیمت (یا بهای) تولید کنندگان «یکی از انواع شاخص قیمت است که با توجه به توسعه تئوری های جدید اقتصادی استفاده از آن هم به عنوان یک نماگر مهم اقتصادی و هم به دلیل آنکه از نظر مفهومی کاربرد آن در حسابهای ملی مفیدتر واقع می شود اهمیت ویژه ای یافته است»^{۸۵}. در محاسبه این شاخص تغییرات قیمت کالاها در مراحل مختلف فرایند تولید (مواد اولیه، کالاهای واسطه ای و ساخته شده) و در بخشهای مهم اقتصادی مورد محاسبه قرار می گیرد. تفاوت اساسی این شاخص با شاخص بهای عمده فروشی در آن است که شاخص بهای عمده فروشی کالاها تغییرات قیمت کالاهایی را که در بازار عمده فروشی مورد دادوستد قرار می گیرند اندازه گیری می نماید. بنابراین بسیاری از کالاهای بنگاههای کوچک مانند نانوائی، کفاشی، پوشاک، که مستقیماً از تولید کننده به مصرف کنندگان نهایی فروخته می شود و هم چنین فعالیت برخی از بخشهای خدماتی مانند گاز، آب، برق و ارتباطات در شاخص بهای عمده فروشی محاسبه نمی شود. در حالیکه شاخص قیمت تولید کننده کل فعالیتهای اقتصادی کشور (تمام مقادیر تولید شده در بنگاههای داخلی) را مورد پوشش قرار می دهد. برعکس قیمت کالاهای وارداتی که یکی از بخشهای مهم در شاخص بهای عمده فروشی کالاهاست در شاخص بهای تولید کننده وارد نمی شود.



نمودار ۷۱۲

^{۸۵} بانک مرکزی همان.

در بسیاری کشورها از جمله در ایران معمولاً شاخص های قیمت را به صورت ماهانه محاسبه و منتشر می کنند. جداول

درصد تغییرات متوسط شاخص های قیمت در دوازده ماه منتهی به هر ماه (نسبت به مدت مشابه سال قبل)

شاخص بهای تولید کننده		شاخص بهای عمده فروشی کالاها		شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی		
۱۳۸۳	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۲	
۱۵/۸	۱۳/۷	۱۰/۲	۱۰/۰	۱۵/۳	۱۶/۳	فروردین
۱۶/۰	۱۴/۰	۱۰/۴	۱۰/۲	۱۵/۱	۱۶/۵	اردیبهشت
۱۶/۱	۱۴/۴	۱۰/۶	۱۰/۴	۱۵/۰	۱۶/۵	خرداد
۱۵/۹	۱۴/۷	۱۰/۶	۱۰/۵	۱۴/۸	۱۶/۵	تیر
۱۵/۷	۱۵/۱	۱۰/۷	۱۰/۶	۱۴/۶	۱۶/۷	مرداد
۱۵/۸	۱۵/۳	۱۱/۱	۱۰/۶	۱۴/۷	۱۶/۶	شهریور
۱۵/۸	۱۵/۶	۱۱/۶	۱۰/۶	۱۴/۸	۱۶/۶	مهر
۱۵/۹	۱۵/۸	۱۲/۱	۱۰/۶	۱۴/۸	۱۶/۵	آبان
۱۶/۱	۱۵/۹	۱۲/۶	۱۰/۶	۱۴/۸	۱۶/۴	آذر
۱۶/۳	۱۵/۸	۱۳/۱	۱۰/۵	۱۴/۸	۱۶/۳	دی
۱۶/۶	۱۵/۷	۱۳/۹	۱۰/۳	۱۵/۰	۱۵/۹	بهمن
۱۶/۸	۱۵/۶	۱۴/۷	۱۰/۱	۱۵/۲	۱۵/۶	اسفند

زیر به ترتیب شاخص های قیمت مصرف کننده و شاخص قیمت تولید کننده در ایران را به تفکیک ماه و در صد تغییر سالانه آن در سالهای ۱۳۸۲ و ۱۳۸۳ را نشان می دهد.^{۸۶}

ج) شاخص ضمنی (تعدیل کننده GNP^{۸۷})

. برخلاف شاخص قیمت مصرف کننده که تنها کالاها و خدماتی را محاسبه می کند که توسط خانوارها به منظور مصرف خریداری می شود به کمک شاخص ضمنی (تعدیل کننده یا تورم زدایی) GDP که تغییر در ارزش تمامی کالاها و خدمات تولید شده در اقتصاد (شامل مصرف خصوصی، سرمایه گذاری، مخارج دولتی و خالص صادرات) اندازه گیری می شود. این شاخص از تقسیم ارزش تولید ناخالص ملی یک سال به قیمت جاری به ارزش تولید ناخالص ملی همان سال به قیمت ثابت بدست می آید.

تولید ناخالص داخلی به قیمت جاری

شاخص ضمنی GDP = ۱۰۰ ×

تولید ناخالص داخلی به قیمت ثابت

جدول ۹۱۲

به طور مثال در سال ۱۳۸۲ تولید ناخالص داخلی ایران به قیمت جاری و ثابت به ترتیب برابر با ۱۰۹۵۷۱۷ و ۳۷۹۰۰۹ میلیارد ریال بوده است شاخص تعدیل کننده یا ضمنی GDP در این سال را می توان به صورت زیر به دست آورد.

^{۸۶} - منبع: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، تراز نامه سال ۱۳۸۳

۱۰۹۵۷۱۷

$$۲/۸۹ \times ۱۰۰ = ۲۸۹$$

۳۷۹۰۰۹

در ایران

در حال

حاضر سال

۱۳۷۶ به

عنوان سال

پایه در

محاسبات

درصد تغییر سالانه متوسط شاخصهای قیمت

متوسط رشد طی دوره	۱۳۸۳	۱۳۸۲	۱۳۸۱	۱۳۸۰	۱۳۷۹	
۱۴/۱	۱۵/۲	۱۵/۶	۱۵/۸	۱۱/۴	۱۲/۶	شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در مناطق شهری
۱۴/۶	۱۴/۷	۱۰/۱	۹/۶	۵/۱	۱۴/۸	شاخص بهای عمده فروشی کالاها
۱۰/۸	۱۶/۸	۱۵/۶	۱۳/۵	۱۰/۹	۱۶/۲	شاخص بهای تولید کننده
۱۲/۴	۲۸/۴	۱۱/۷	۵/۷	۱/۳	۱۷/۷	شاخص بهای کالاهای صادراتی
۱۹/۵	۲۰/۶	۱۱/۸	۲۸/۳	۱۱/۶	۲۶/۴	شاخص ضمنی تولید ناخالص داخلی (به قیمت پایه) (۱)
۱۶/۱	۱۷/۰	۱۲/۶	۱۶/۰	۱۲/۶	۲۲/۵	شاخص ضمنی تولید ناخالص داخلی بدون نفت (به قیمت پایه) (۱)

۱- رقم مربوط به سال ۱۳۸۳ مقدماتی است.

در نظر گرفته می شود. شاخص ضمنی GDP در سال پایه همواره برابر است با ۱۰۰. چون شاخص ضمنی از ۱۰۰ در سال ۱۳۷۶ به ۲۸۹ در سال ۱۳۸۲ افزایش یافته است لذا می توان گفت که سطح قیمت ها در این مدت ۱۸۹ درصد افزایش داشته است. جدول زیر درصد تغییر متوسط شاخصهای قیمت را برای دوره ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۳ نشان می دهد.

فصل سیزدهم

مصرف و سرمایه گذاری کل

هر اقتصادی در معرض انواع فرازها و نشیبها قرار دارد. مشاهده مسیر حرکت و تجربه اقتصادهای جهان نشان می‌دهد که شاید در تاریخ نتوان اقتصادی را یافت که از این نشیب و فرازها بدور و مصون باشد. فعالیت‌های اقتصادی در یک کشور شاهد فراز و فرودهایی است که اقتصاددانان از آن به عنوان نوسانات اقتصادی یا سیکل‌های کسب و کار یاد می‌کنند. به طور معمول اقتصادها رو به پیشرفت و رشد هستند. در این شرایط تولید کالاها و خدمات افزایش می‌یابد. اما برخی از سالها به دلیل برخی از دشواری‌ها و و معضلات، اقتصاد رشد کمتری را تجربه می‌کند یا اصلا از رشد بازمی‌ماند. در این صورت بیکاری افزایش می‌یابد تولید ناخالص داخلی کاهش می‌یابد و درآمد ملی نیز کاهش می‌یابد. زمانی که اقتصاد با افزایش بیکاری و کاهش درآمدها مواجه است گفته می‌شود اقتصاد در حال رکود قرار دارد. اما اگر میزان بیکاری بالا و کاهش درآمد شدید باشد در آن صورت گفته می‌شود اقتصاد دچار رکود شدید یا بحران شده است. ارائه راه کاری برای حل بحران و رفع رکود یکی از رسالت‌های اصلی علم اقتصاد است. حال پرسش این است که این راهکار چیست و با کدامین ساز و کار می‌توان آن را به کار بست. واقعیت این است که میان اقتصاددانان بر سر این راه حل اتفاق نظر و اجماع وجود نداشته است. چاره‌ای که اقتصاددانان کلاسیک پیشنهاد می‌کردند متفاوت است از نسخه‌ای که کینز و پیروان او پیچیده اند. مثلا اقتصاددانان کلاسیک بر این عقیده بودند که اصلا چیزی به نام بحران در اقتصاد بروز نمی‌کند تا علم اقتصاد به فکر راه چاره برای آن باشد. آنها براساس گفته یکی از اقتصاددانان کلاسیک به نام ژان باتیست سه^{۸۸} معتقد بودند هر عرضه‌ای راه خود را در بازار باز کرده تقاضای خود را می‌یابد. یا به عبارت دقیقتر هر عرضه تقاضای خود را می‌آفریند. اما معضلات ناشی از افزایش شدید بیکاری و کاهش تولید در اقتصادهای بزرگ و پیشرفته در دهه‌های آغازین قرن بیستم (دهه‌های سوم و چهارم) از مرز رکود گذشت و به بحران مسلم و فراگیر مبدل شد. بحرانی که در کشورهای درگیر به بحران کبیر مشهور گردید. پیش‌بینی کلاسیک‌ها مبنی بر عدم وقوع بحران نادرست از آب درآمد و بسیاری از کالاهای عرضه شده بی‌تقاضا ماندند. این امر برای تولیدکنندگان دلسردی و خسارت و برای نیروی کار بیکاری شدید را در پی آورد. نادرستی نظریه‌های اقتصادی اقتصاددانان کلاسیک به شایبه عجز و ضعف علم اقتصاد در حل و رفع بحران دامن زد. اما ناتوانی و درماندگی علم اقتصاد دیری نپایید. انتشار

^{۸۸} Jean Baptiste Say- اقتصاد دان فرانسوی (۱۷۶۷-۱۸۳۲) که پس از مطالعه کتاب ثروت ملل به اقتصاد سیاسی علاقه مند شد. در کتاب خود

که به سال ۱۸۰۳ به نام رساله‌ای در باب اقتصاد سیاسی منتشر کرد نظریه‌ای مطرح کرد که مطابق آن، عرضه کل کالاهایی اقتصادی حتما و همیشه تقاضای خود را می‌آفریند. (Britanica Concise Encyclopedai (2005)

کتاب تئوری عمومی پول بهره و اشتغال اثر معروف و دوران ساز جان مینارد کینز غبار یاس و سرخورگی را از رخسار اقتصاددانان زدود. او با ارایه راهکارهای خود باور و اعتماد به علم اقتصاد را احیا کرد. کینز ادعا و استدلال کرد که در زمانهایی که بحران کاهش درآمد و در نتیجه کاهش تقاضا و سرمایه گذاری و تولید در اقتصاد رخ می دهد دل بستن به ساز و کار تعادل خود کار اقتصاد ساده انگاری است. در این شرایط نباید دولت دست روی دست بگذارد و منتظر بماند که دست نامریی و ساز و کار خودکار وضع اقتصاد را به سامان برساند. دولت باید دست به کار شود و با ابزارهایی که در اختیار دارد تقاضا را در سراسر اقتصاد برای کالاها و خدمات افزایش دهد. از اینجا بود که بحث در باره تقاضا و به عبارت دقیقتر تقاضای کل و سیاست های مدیریت تقاضای کل در اقتصاد رواج و رونق مضاعف پیدا کرد. تقاضای کل عبارت است از مجموع مخارج برنامه ریزی شده در یک اقتصاد در یک دوره زمانی معین. ملاحظه شد که کل مخارج صورت گرفته در یک اقتصاد را معمولا در قالب چهار عنوان کلی مصرف خصوصی، مخارج دولتی، سرمایه گذاری، و خالص صادرات طبقه بندی می کنند به عبارت دیگر تقاضای کل عبارت است از مصرف بخش خصوصی، سرمایه گذاری، خالص صادرات و مخارج دولتی. پس تقاضای کل مجموع چهار بخش فوق است. اما چنانکه در فصل پیشین گفته شد در چرخه اقتصادی محاسبه GDP از روش مخارج یا تولید و درآمد به نتیجه یکسانی می رسد، لذا هر ریالی که در تولید ناخالص داخلی (Y) را در نظر بگیریم به صورت حتم در یکی از اجزای تقاضای کل گنجانده شده است. میان اجزای تقاضای کل و تولید (درآمد) ملی رابطه زیر برقرار است.

$$Y=C+I+G+NX$$

که به صورت جبری این رابطه یک اتحاد است؛ به این معنا که سمت چپ معادله به همان دلیل فوق همیشه با سمت راست آن برابر است لازمه اتحاد بودن یک معادله آن است که همیشه باید صادق باشد. برای مثال افزایشی در مخارج دولتی G لزوما باید به افزایش GDP منجر شود. جدول زیر ارقام و تقاضای کل در تولید ناخالص داخلی سال ۱۳۸۳ به تفکیک بخشهای آن را نشان می دهد.

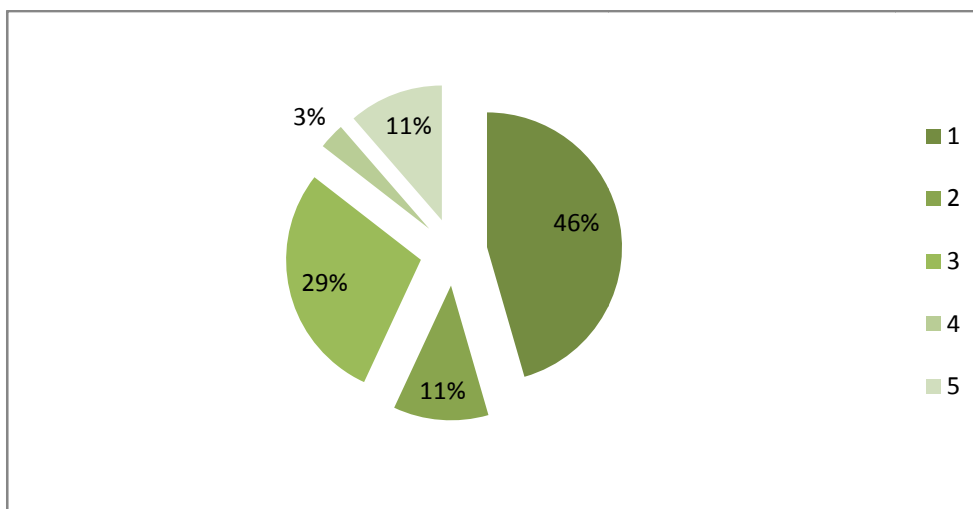
به قیمت های ثابت		به قیمت های جاری		تولید ناخالص داخلی	
درصد GDP	ارقام	درصد GDP	ارقام		
۴۸	۲۲۱۲۷۳	۴۵/۵	۶۴۰۲۶۶	مصرف خصوصی	۱.
۱۰	۴۴۴۶۸	۱۱/۴	۱۶۰۲۱۸	مصرف دولتی	۲.
۲۹	۱۴۴۳۶۰	۲۸/۶	۴۰۱۷۶۶	سرمایه گذاری	۳.
۴	-۲۵۳۷۵	۳	۴۳۸۵۵	خالص صادرات کالاها و خدمات	۴.
۶	۱۹۶۰۹	۱۱	۱۵۹۹۲۶	تغییر در موجودی انبار ^{۸۹}	۵.

^{۸۹} شامل اشتباهات آماری است

۶.	تولید ناخالص داخلی به قیمت بزار	۱۴۰۶۰۳۱	۱۰۰	۴۰۴۳۳۵	۱۰۰
۷.	تولید ناخالص داخلی به قیمت عوامل	۱۳۴۸۱۹		۳۹۸۲۳۵	

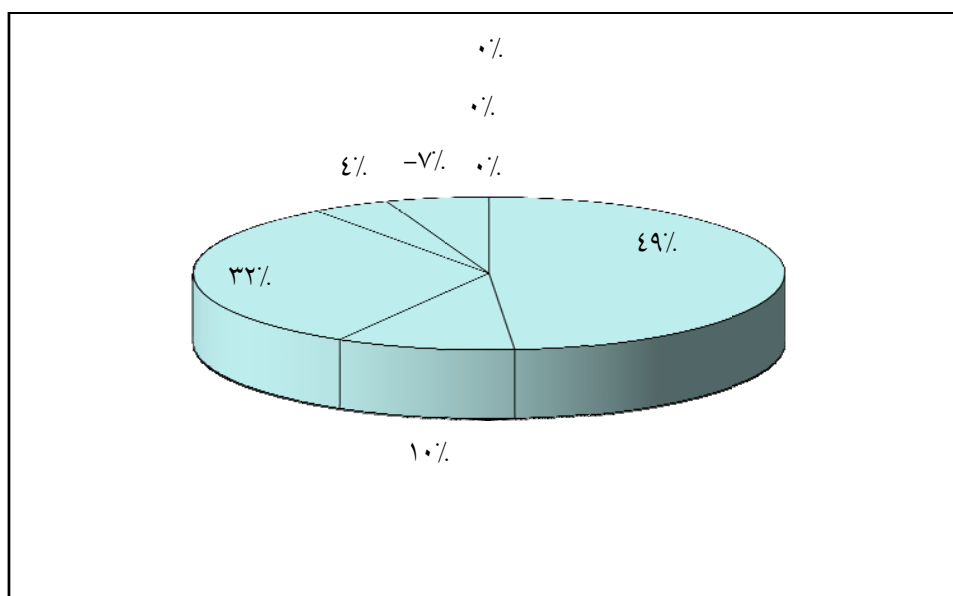
جدول ۱۱۳

نمودار های زیر سهم هر یک از اجزای تقاضای کل در GDP سال ۱۳۸۳ به قیمت های جاری و ثابت نشان می دهد.



نمودار ۱۱۳

نمودار ۱ - ۱۳ رسم اجزای GDP به قسمتهای ثابت را نشان می دهد چنانکه مشاهده می شود ۴۶٪ تولید ناخالص داخلی را مصرف خصوصی تشکیل می دهد. سهم مصرف دولتی ۱۱٪ سهم سرمایه گذاری ۲۹٪ سهم خالص صادرات ۳٪ و سهم تغییر در موجودی انبار ۱۱٪ است. نمودار ۱-۱۳- سهم اجزای GDP در تولید ناخالص داخلی سال ۱۳۸۳ به قیمت های جاری



نمودار ۲۱۳

نمودار ۲-۱۳- سهم اجزای GDP در تولید ناخالص داخلی سال ۱۳۸۳ به قیمت های ثابت

در نمودار ۲-۱۳ سهم هر یک از اجزای GDP در تولید ناخالص داخلی در سال ۱۳۸۳ به قیمت‌های جاری را نشان می‌دهد. در این سال ۴۸٪ سهم مصرفی خصوصی، ۱۰٪ سهم مصرف دولتی ۳۲٪ سهم سرمایه‌گذاری ۴٪ خالص صادرات کالاها و خدمات و ۶٪ سهم تغییر در موجودی انبار است.

در این فصل ما برای سادگی فرض می‌کنیم که اقتصاد بسته است. اقتصاد بسته عبارت است از اقتصادی که با دنیای بیرون تعامل و تجارت و بلکه هیچ‌گونه دادستد مالی، پولی، کالایی و خدماتی ندارد. بنابر این در چنین اقتصادی جایی برای طرح خالص صادرات باقی نمی‌ماند. البته در دنیای واقعی امروز، شاید کمتر اقتصادی را بتوان یافت که از داد و ستد با جهان خارج بدور و بی‌نیاز باشد. اما در این اقتصاد بسته فرضی بدلیل فقدان داد و ستد یعنی واردات و صادرات با جهان خارج خالص صادرات برابر صفر است. در این صورت می‌توان اتحاد بالا را به صورت زیر نوشت.

$$Y=C+I+G$$

براساس این معادله تولید ناخالص داخلی برابر است با جمع مصرف، سرمایه‌گذاری و مخارج دولتی. در این فصل می‌کشیم با دو جزء نخست تقاضای کل یعنی مصرف و سرمایه‌گذاری آشنا شویم.

مصرف

مصرف عبارت است از مخارج مصرفی خانوارها برای کالاها یا خدمات نهایی در یک دوره زمانی معین. لازم به یادآوری است که آن بخش از درآمد قابل تصرف که به مصرف نرسیده باشد پس انداز خوانده می‌شود.

مصرف در تمام اقتصادهای دنیا (از جمله در ایران (نمودارهای بالا) مهمترین جزء تولید ناخالص داخلی است. جدول بررسی و مطالعه روند مصرف در یک کشور از دو جهت حایز اهمیت است: نخست آنکه رفتار مصرفی برای فهم و درک فراز و فرودها یا به تعبیر اقتصادی آن ادوار تجاری در کوتاه مدت بسیار اهمیت دارد. ثانیاً نقش رفتار مصرفی در تضمین و تداوم رشد اقتصادی یک اقتصاد در بلند مدت بسیار حیاتی است. تغییرات مصرف با اثر گذاری بر روی تقاضای کل معمولاً بر میزان تولید و اشتغال اثر می‌گذارد.

سازگار تاثیر و تاثیر مصرف و تولید ملی نخستین بار در زمان رکود بزرگ اقتصادی معروف به بحران بزرگ از سوی کینز مطرح گردید. در جریان این رکود بزرگ که کشورهای اروپایی و آمریکا را فراگرفت بیکاری شدید و بی‌سابقه ای اقتصاد این کشورها را از پای درآورد. اقتصاد دانان کلاسیک از ارایه راه حلی برای برون رفت از این معضل عاجز مانده بودند. دست غیبی و نامریی بازار گرهی از کارفروسته کشتی به گل نشته اقتصادهای ورشکسته اروپا و آمریکا باز نکرد. اما کینز ریشه بحران را در جای دیگر می‌دید: فقدان تقاضای موثر. چنانکه اشاره شد پیش از کینز مقوله تقاضا در اقتصاد بی‌اهمیت پنداشته می‌شد. طرح تقاضای موثر و نقش آن در حل و رفع رکود نگاه تازه ای را به اقتصاد پدید

آورد که امروزه از آن به عنوان اقتصاد طرف تقاضا یاد می شود. کینز می گفت برای رهایی از رکود باید دولت دست به مداخله بزند و با راه اندازی سرمایه گذاری های زیر بنایی و استخدام نیروی کار درآمد شهروندان را افزایش دهد و از این رهگذر تقاضا ایجاد نماید. از سوی دیگر چنانکه در ابتدای این فصل دیدیم بزرگترین و مهمترین مولفه در تقاضای کل مصرف کل است.

اما مقداری از درآمد که مصرف نشده است - یعنی پس انداز شده است - می تواند برای سرمایه گذاری در کالاهای سرمایه ای و تشکیل سرمایه به کار گرفته شود. سرمایه و سرمایه گذاری در مقام محرک اصلی رشد یک اقتصاد در بلند مدت عمل می کند. مصرف نیز شامل کالاهای بادوام، کالاهای بی دوام و خدمات مصرفی است. از این رو مناسب در اینجا با مصرف و مفاهیم مرتبط با آن آشنا شویم.

رابطه میان مصرف درآمد و پس انداز

بررسی اقتصاد کشورهای جهان نشان می دهد که درآمد مهمترین عامل اثرگذار بر مقدار و میزان مصرف و هم چنین پس انداز در یک جامعه است. در یک اقتصاد، خانوارهای مرفه و ثروتمند هم بیشتر مصرف می کنند و هم پس انداز بیشتری نسبت به خانوارهای کم درآمد دارند. بی تردید تنگدستان چیزی برای پس انداز ندارند و درآمد ناچیز شان شاید نتواند حتی نیازهای مصرفی روزانه آنها را برآورده سازد. بحث رفتار مصرفی یک کشور را با استفاده از روش شناسی اقتصاد کلان پی می گیریم. روش بررسی و تحلیل در اقتصاد کلان این است که ابتدا رفتارهای اقتصادی انسانها را در سطح فرد یا خانوار مورد مطالعه قرار می دهیم. سپس با جمع کردن کل خانوارها رفتار اقتصادی و عملکرد کل اقتصاد را بررسی و مطالعه می کنیم. در مقوله مصرف نیز این منطبق صادق است. یعنی ابتدا رفتار مصرفی خانوارها و عوامل تاثیرگذار بر این رفتار را مطالعه می کنیم. سپس با تعمیم آن رفتار مصرفی به کل اقتصاد یا به تعبیر فنی و تخصصی تر تابع مصرف یک اقتصاد را بررسی می کنیم.

به یاد آوریم که مساله کینز تبیین رکود بزرگ دهه ۳۰ بود و معتقد بود این رکود بدلیل کمبود تقاضای موثر ایجاد شده و تنها راه برون رفت از آن تحریک تقاضاست. از طرفی مصرف بزرگترین جزء تقاضای کل است. لذا باید از طریق افزایش آن تقاضا را افزایش داد. حال باید ببینیم مصرف کل تابع چه عاملی است، یعنی چه چیزی تغییر کند تا مصرف کل نیز به تبع آن تغییر یابد. کینز بر این باور است که افزایش درآمد قابل تصرف یک خانوار باعث افزایش مصرف آن خانواده می شود. لذا مصرف به صورت مستقیم با درآمد قابل تصرف ارتباط دارد. اما وی معتقد است که مشاهدات و نیز مطالعات روانشناختی حاکی از آن است که خانواده تمام درآمد اضافی را مصرف نمی کند، بلکه

بخشی از آن را مصرف و بخشی را پس انداز می کند. اما در مقابل افزایش یک واحد درآمد قابل تصرف چقدر به مصرف این خانواده افزوده می شود. برای تبیین این مساله کنیز مفهومی را به نام میل نهایی به مصرف^{۹۰} (MPC) این مفهوم در واقع بیانی است از واکنش مصرف کننده در قبال تغییرات در درآمد قابل تصرف. براساس تعریف دقیق میل نهایی به مصرف عبارت است از مصرف اضافی فرد به ازاء افزایش یک واحد درآمد قابل تصرف وی میل نهایی به مصرف نشان می دهد که اگر درآمد قابل تصرف مصرف کنندگان یک واحد پولی (مثلا هزار تومان) افزایش یابد چه مقدار بر مصرف آنها افزوده می شود:

تغییر در مصرف

میل نهایی به مصرف =

تغییر در درآمد قابل تصرف به اندازه یک واحد پولی

و به بیان جبری

$$MPC = \frac{\Delta C}{\Delta I}$$

برای توضیح بیشتر مفهوم میل نهایی به مصرف از یک مثال عددی استفاده می کنیم. در این مثال عددی، آمار و ارقام مربوط به مصرف و درآمد قابل تصرف برای یک کشور فرضی را در نظر می گیریم. ستون الف و ب در جدول ۱۲-۱ به ترتیب داده های مربوط به مصرف و درآمد قابل تصرف را برای این کشور فرضی برای سالهای ۱۳۷۵ تا سال ۱۳۸۰ نشان می دهد. با استفاده از این دو ستون می توان تابع مصرف را برای این کشور فرضی استخراج کرد.

مصرف و درآمد قابل تصرف در یک اقتصاد فرضی

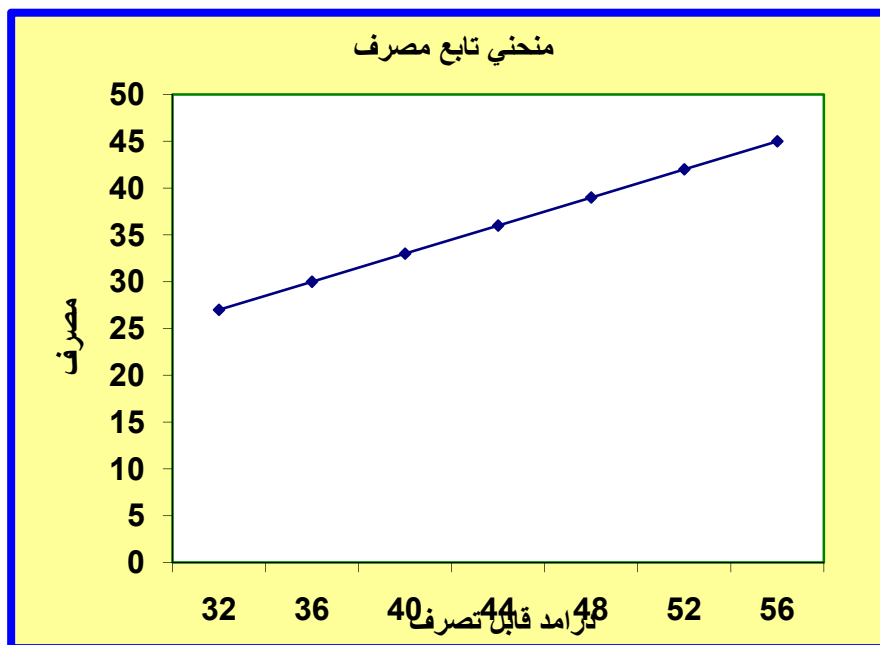
ردیف	الف	ب	ج	د
	سال	درآمد قابل تصرف	مصرف	میل نهایی به مصرف
۱	۱۳۷۵	۳۲۰۰۰۰۰	۲۷۰۰۰۰۰	
۲	۱۳۷۶	۳۶۰۰۰۰۰	۳۰۰۰۰۰۰	۰.۷
۳	۱۳۷۷	۴۰۰۰۰۰۰	۳۳۰۰۰۰۰	۰.۷
۴	۱۳۷۸	۴۸۰۰۰۰۰	۳۹۰۰۰۰۰	۰.۷

^{۹۰} .Marginal propensity to consume.

۵	۱۳۷۹	۵۲۰۰۰۰۰۰	۴۲۰۰۰۰۰۰	۰.۷
۶	۱۳۸۰	۵۶۰۰۰۰۰۰	۴۵۰۰۰۰۰۰	۰.۷

جدول ۲۱۳

تصویر زیر نمودار منحنی تابع مصرف را نشان می دهد.



نمودار ۳۱۳ منحنی تابع مصرف

این تابع نشان می دهد که با افزایش درآمد قابل تصرف مصرف افزایش می یابد. میزان این افزایش هم به میل نهایی به مصرف بستگی دارد که در مثال فوق ۰.۷ است. یعنی با افزایش یک واحد درآمد قابل تصرف ۰.۷ به مصرف اضافه می شود. این مفهوم در نمودار تابع مصرف (نمودار ۳-۱۳) توسط شیب تابع مصرف نشان داده می شود. هم چنین در سطح درآمدی صفر مقداری مصرف وجود دارد که مقدار و تغییرات آن مستقل از تغییرات درآمد قابل تصرف است.

از آنجا که پس انداز عبارت از بخشی از درآمد است که مصرف نمی شود، و این بخش نیز تابعی از درآمد قابل تصرف است، لذا در این جا نیز مفهومی به نام میل نهایی به پس انداز (MPS^{91}) مطرح می شود.

افزایش پس انداز به ازای افزایش یک واحد درآمد قابل تصرف را میل نهایی به پس انداز گویند. اگر دقت کنیم رابطه میان میل نهایی به پس انداز و میل نهایی به مصرف مانند رابطه میان یک چیز و تصویر آن در آینه است. می دانیم درآمد قابل تصرف یا مصرف می شود یا پس انداز. در نتیجه هر ریال درآمد اضافی میان مصرف نهایی و پس انداز نهایی تقسیم می شود. بنابراین همیشه جمع میل نهایی به پس انداز و میل نهایی به مصرف باید برابر با یک گردد.

براساس این قضیه

⁹¹ Marginal Propensity to Save

میل نهایی به مصرف -1=میل نهایی به پس انداز

به بیان نمادین

$$MPS=1-MPC$$

بنابراین در مثال قبلی که میل نهایی به مصرف ۰/۷ است، میل نهایی به پس انداز باید ۰/۳ باشد.

عوامل مؤثر بر مصرف

براساس نظریه ای که کینز با توجه به تابع مصرف و مفهوم میل نهایی به مصرف ارایه داده است در زمان رکود دولت می تواند با به کارگیری سیاست های مدیریت تقاضا و تحریک مصرف مانع از وقوع رکود شود یا در صورت وقوع آن را برطرف سازد.

درآمد قابل تصرف:

یکی از عواملی که بر مقدار مصرف نقش دارد و کینز بر آن تاکید کرد، درآمد جاری قابل تصرف است. هم مشاهدات روزمره و هم بررسی های اماری نشان می دهد که درآمد قابل تصرف در تعیین سطح مصرف در یک کشور از اهمیت بالایی برخوردار است. در تابع مصرف کینز درآمد قابل تصرف جاری به عنوان یگانه عامل مؤثر بر مصرف معرفی شده بود. اما برخی از مطالعات حاکی از وجود نقیصه هایی در این نظریه بود. میلتون فریدمن اقتصاددان آمریکایی برنده نوبل نشان داد که درآمد جاری به تنهایی عامل تعیین کننده مصرف نیست. بلکه مصرف به چشم انداز درآمدی فرد در آینده بستگی دارد. از این رو او ادعا کرد که آنچه سطح مصرف را تعیین می کند درآمد دائمی فرد است. مطالعات و بررسی های تجربی فریدمن نشان داد که افراد در رفتار مصرفی خود تنها درآمد جاری شان را مورد محاسبه قرار نمی دهند بلکه آنها درآمد جاری و درآمد دائمی هر دو را به دقت لحاظ می کنند.^{۹۲} مثلا افرادی که به دلیل ارتقای شغلی یا راه انداختن کسب و کاری با چشم اندازی بلند مدت درآمد بیشتری کسب می کنند بخش قابل توجهی از این درآمد را مصرف می کنند. اما افرادی که به صورت موقت درآمد خوبی نصیب شان می شود تمام یا بخش اعظم این درآمد را مصرف نمی کنند بلکه بخش اعظم آن را پس انداز می کنند.

بنابراین با افزایش درآمد جامعه مصرف کل نیز افزایش می یابد. منتها کل افزایش درآمد تبدیل به مصرف نمی شود. بلکه مقداری از آن پس انداز می شود. اما اینکه چه بخشی از افزایش درآمد تبدیل به مصرف می شود به میل نهایی به مصرف بستگی دارد.

⁹² The Concise Encyclopedia of Economics Available at www.econlib.org

ثروت

در سال های دهه ۱۹۳۰ که اقتصاد های غربی درگیر بحران یا به تعبیر دیگر، رکود بزرگ اقتصادی بودند کینز با انتشار کتاب نظریه عمومی اشتغال، بهره و پول کوشید تا نوسانات کوتاه مدت اقتصادی را و بخصوص معضل رکود بزرگ را تبیین کند. پیام اصلی کینز این بود که ریشه رکود و کساد در کمبود تقاضای کل برای کالاها و خدمات نهفته است. از این رو کینز توصیه کرد که باید دولت با سیاستگذاری در جهت ایجاد و افزایش تقاضای کل برای رفع رکود یا پیشگیری از وقوع آن اقدام کند. از آنجا که مصرف یکی از کلیدی ترین مولفه های تقاضای کل به شمار می رود کینز استدلال می کرد که دولت با افزایش درآمد قابل تصرف می تواند تقاضای کل را تحریک کند.

بعد از کینز اقتصاد دانانی دیگری^{۹۳} نشان دادند در کنار درآمد، ثروت نیز یکی از عوامل مهم اثر گذار در تعیین مقدار و میزان مصرف است. افراد و خانوارهای که ثروت بیشتری دارند میل نهایی به مصرف بزرگتری دارند. هم چنین در صورت قطع درآمد خانوارهای دارای ثروت می توانند از ثروت خود سطح مصرف خود را حفظ کنند. درحالیکه افراد فاقد ثروت از چنین توانایی برخوردار نیستند.

سرمایه گذاری:

دومین مولفه عمده تقاضای کل سرمایه گذاری است. در بیشتر اقتصادهای دنیا پس از مصرف سرمایه گذاری دومین بخش بزرگ تقاضای کل را تشکیل می دهد. چنانکه در جدول ۱-۱۳ و نمودارهای ۱-۱۳ و ۲-۱۳ مشاهده می کنیم در اقتصاد ایران سرمایه گذاری نزدیک به ۳۰ درصد از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص می دهد. سرمایه گذاری به مفهوم عام کلمه یعنی کل سرمایه گذاری اجتماعی (social investment) انواع سرمایه گذاری مانند سرمایه گذاری خارجی، سرمایه گذاری دولتی و سرمایه گذاری های ناملموس در سرمایه انسانی را در بر می گیرد. اما در اقتصاد کلان سرمایه گذاری به مفهوم عام آن مورد بحث نیست بلکه تنها سرمایه گذاری های ملموس و فیزیکی را در بر می گیرد.

سرمایه گذاری در اقتصاد کلان به مفهوم افزودن موجودی سرمایه (ساختمان و تجهیزات، تاسیسات، ماشین آلات،... و موجودی انبار) در اقتصاد یک کشور در یک دوره زمانی معین (یکسال) است. از همین رو باید میان

^{۹۳} - مانند Ando و Modigliani ر. ک به :

سرمایه گذاری های شخصی و سرمایه گذاری در حسابهای ملی تفکیک قایل شد. مثلا اگر شما سرمایه های موجود (مانند ساختمان ، کارخانه ، ماشین آلات) را از فرد دیگری خریداری کنید سرمایه گذاری شخصی برای شما صورت گرفته است اما چون بر حجم فیزیکی سرمایه در اقتصاد چیزی افزوده نشده و تنها مالکیت سرمایه موجود به فردی دیگری منتقل شده است در حسابهای ملی سرمایه گذاری کل تغییر نکرده است. برعکس احداث ساختمان جدید توسط شما موجودی سرمایه ملی را افزایش می دهد و در ارقام حسابهای ملی به عنوان تشکیل سرمایه ثبت و گزارش می شود.

سرمایه گذاری در اقتصاد کلان از چند جهت مورد توجه است. نخست آنکه بدلیل بزرگی آثار سرمایه گذاری در مخارج و هزینه ها غالبا تغییرات آن موجب تغییر تقاضای کل می شود دوم آنکه سرمایه گذاری - که به مفهوم واقعی آن در اقتصاد کلان همانا افزودن بر حجم فیزیکی یا موجودی سرمایه (ساختمان، تجهیزات، ماشین آلات و...) است- از یکسو استهلاک سرمایه های موجود را جبران می کند و از سوی دیگر بر ظرفیت تولیدی کشور می افزاید و در بلند مدت موجبات رشد اقتصاد را فراهم می آورد. و رشد اقتصادی به نوبه خود زمینه اشتغال بیشتر برای نیروی کار موجود و بالقوه را تامین می کند و به افزایش تقاضای ناشی از رشد جمعیت پاسخ می دهد. به بیان ساده تر، چه در کوتاه مدت و چه در بلند مدت سرمایه گذاری بر تولید ملی اثر می گذارد. در تحلیل کوتاه مدت سرمایه گذاری بر تقاضای کل اثر می گذارد و تغییرات تقاضای کل بر تولید و درآمد ملی اثر می گذارد. در بلند مدت سرمایه گذاری با تشکیل سرمایه فیزیکی ظرفیت بالقوه اقتصاد را توسعه می بخشد. در نتیجه توان و امکانات تولیدی کشور و به تبع آن عرضه کل افزایش می یابد.

عوامل مؤثر بر سرمایه گذاری

بررسی عوامل مؤثر بر سرمایه گذاری را با طرح یک سوال آغاز می کنیم: چرا سرمایه گذاری صورت می گیرد؟ هدف بنگاهها از سرمایه گذاری کسب سود است. از این رو بنگاهها زمانی اقدام به سرمایه گذاری می کنند که انتظار داشته باشند درآمد ناشی سرمایه گذاری بیشتر از هزینه های آن باشد.

نرخ سود انتظاری

یکی از عوامل عمده مؤثر بر سرمایه گذاری نرخ سود انتظاری است، که آن از مقایسه پیش بینی درآمدها و هزینه های سرمایه گذاری بدست می آید.

درآمدها: زمانی یک بنگاه اقدام به سرمایه گذاری می کند که انتظار داشته باشد این سرمایه گذاری درآمد بیشتری عاید او می کند. اگر سایر عوامل ثابت فرض شود تحقق درآمد بیشتر در یک بنگاه منوط است به فروش محصولات بیشتر. بنابراین یک بنگاه می تواند با توجه به قیمت های جاری بازار و میزان تقاضا درآمدهای ناشی از

سرمایه گذاری را پیش بینی نماید. هرچه درآمدهای پیش بینی شده (درآمدهای انتظاری) بیشتر باشد، مطلوبتر است یعنی سرمایه گذاری با درآمدهای انتظاری ارتباط مستقیم شداد. اما تصمیم گیری دقیق مستلزم این است که درآمدهای انتظاری با هزینه های ناشی از سرمایه گذاری مقایسه شود.

هزینه ها: عامل دوم در تعیین میزان سرمایه گذاری هزینه سرمایه گذاری است. با فرض ثبات سایر عوامل اگر هزینه های سرمایه گذاری پایین باشد میزان سرمایه گذاری افزایش می یابد. اگر هزینه های سرمایه گذاری زیاد باشد سود آوری سرمایه گذاری کاهش می یابد و در نتیجه از میزان سرمایه گذاری کاسته می شود.

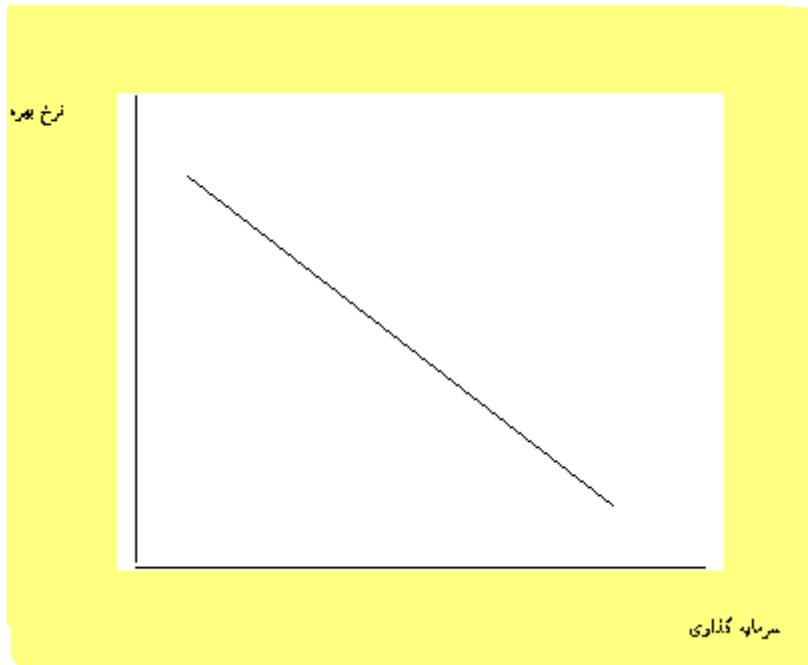
بنابراین بنگاه با توجه به قیمت های عوامل تولید هزینه های سرمایه گذاری را پیش بینی می کند و می تواند با مقایسه آن با درآمدهای انتظاری میزان سودآوری این پروژه را بررسی کند. هرچه نرخ سود انتظاری پروژه بالاتر باشد، با فرض ثبات سایر شرایط سرمایه گذاری افزایش می یابد، یعنی رابطه سرمایه گذاری و نرخ سود انتظاری مثبت است.

هزینه فرصت سرمایه

در فصل هزینه ها گفته شد که آنچه برای اقتصاددانان اهمیت دارد، مجموع هزینه های آشکار و پنهان است و از جمله هزینه های پنهان هزینه فرصت بکارگیری سرمایه در این سرمایه گذاری است، یعنی درآمدهای ناشی از سرمایه در سایر موارد (غیر از سرمایه گذاری در پروژه فعلی). بدیهی است که هزینه فرصت سرمایه برای افراد مختلف یکسان نیست. افراد با توجه به استعدادها و قابلیتشان در بکارگیری سرمایه، هزینه های فرصت سرمایه برایشان متفاوت است. اما دست کم یک هزینه فرصت برای تمامی افراد جامعه - حتی کسی که اصلاً توانایی بکارگیری مستقیم سرمایه را ندارد - وجود دارد و آن حداقل هزینه فرصت سرمایه است که در نظام ربوی نرخ بهره بانکی است. بنابراین نرخ بهره بعنوان معیاری در مقابل سرمایه گذار وجود دارد، او نرخ سود انتظاری ناشی از سرمایه گذاری را با نرخ بهره بانکی مقایسه می کند، در صورتیکه نرخ سود انتظاری ناشی از سرمایه گذاری بطور معناداری بالاتر از نرخ بانک باشد، وی اقدام به سرمایه گذاری خواهد کرد، اما اگر نرخ سود انتظاری اختلاف معناداری نداشته باشد، با فرض ثبات سایر شرایط وی تمایلی برای سرمایه گذاری نخواهد داشت. اما ارتباط میان سرمایه گذاری و هزینه فرصت سرمایه چگونه است. فرض کنید نرخ بهره بانکی افزایش یابد، بدیهی است که تعدادی از پروژه های سرمایه گذاری که وقتی نرخ بهره بانکی افزایش نیافته بود، اقتصادی تلقی می شد، در وضعیت جدید حذف می شوند. یعنی سرمایه گذاری کل با فرض ثبات سایر شرایط کاهش می یابد و برعکس با کاهش نرخ بهره بانکی، پروژه های بیشتری اقتصادی خواهد شد. بنابراین سرمایه گذاری با نرخ بهره بانکی ارتباط منفی دارد.

منحنی تقاضای سرمایه گذاری:

رابطه میان نرخ بهره و تقاضای سرمایه گذاری را می توان در قالب منحنی تقاضای سرمایه گذاری نمایش داد.

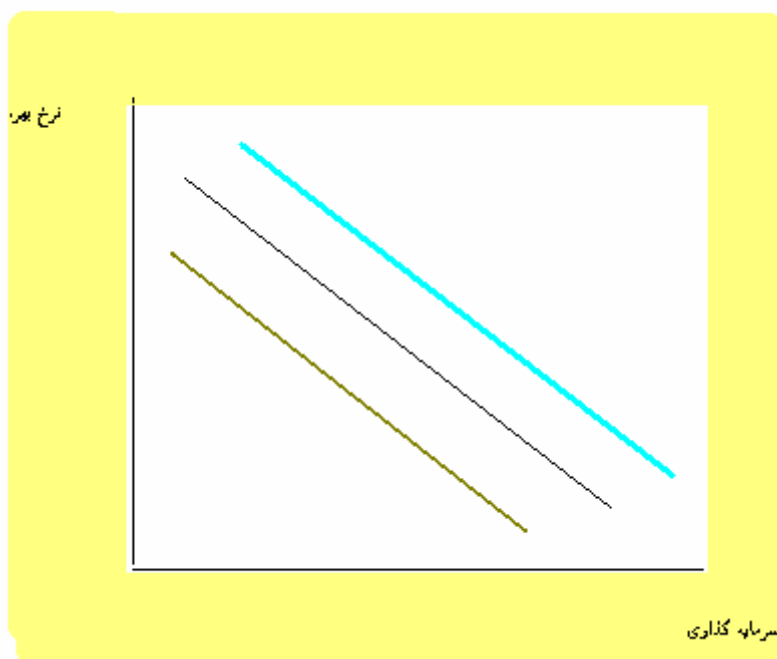


نمودار ۱۳ ۴

تصویر فوق منحنی تقاضای سرمایه گذاری برای یک اقتصاد فرضی را با فرض ثبات سایر شرایط نشان می دهد. چنانکه مشاهده می کنید رابطه میان نرخ بهره و تقاضای سرمایه گذاری یک رابطه منفی است. در نتیجه با افزایش نرخ بهره تقاضای سرمایه گذاری کاهش می یابد و با کاهش نرخ بهره تقاضای سرمایه گذاری افزایش می یابد. بالاترین میزان سرمایه گذاری زمانی است که نرخ بهره صفر باشد.

عوامل موثر بر جابجایی منحنی تقاضای سرمایه گذاری

عوامل دیگری نیز در تعیین میزان و سطح مخارج سرمایه گذاری نقش و دخالت دارند. حال پرسشی که مطرح است این است اثر یا آثار این عوامل را به لحاظ نموداری چگونه می توان نمایش داد؟ آثار تغییر در عواملی مانند سطح درآمد ملی یا تولید داخلی، نرخ بازدهی، و انتظارات و سایر عوامل مانند نرخ و مقدار مالیات در جابجایی منحنی تقاضای سرمایه گذاری ظهور می یابد. برای مثال افزایش سطح درآمد ملی باعث جابجایی منحنی تقاضای سرمایه گذاری به سمت راست و بالا می گردد. خوشبینی نسبت به آینده اقتصاد و انتظارات مثبت نیز مانند درآمد منحنی تقاضای سرمایه گذاری را به سمت بالا و راست جابجا می کند. درحالیکه بدبینی و عدم اطمینان نسبت به آینده و عملکرد اقتصاد منحنی تقاضای سرمایه گذاری را به سمت چپ و پایین جابجا خواهد کرد.



نمودار ۱۳ ه

در منحنی بالا اثر تغییر در درآمد و انتظارات را به صورت جابجایی منحنی تقاضای سرمایه گذاری به سمت راست و یا چپ مشاهده می کنید. به طور کلی سرمایه گذاری در کنار مصرف مهمترین مولفه تقاضای کل به شمار می رود. مهمترین عوامل موثر بر سرمایه گذاری عبارتند از درآمد، هزینه ها و انتظارات.

خلاصه

کل مخارج صورت گرفته در یک اقتصاد را معمولا در قالب چهار عنوان کلی مصرف خصوصی، مخارج دولتی، سرمایه گذاری، و خالص صادرات طبقه بندی می کنند. این چهار مورد مولفه های تقاضای کل را تشکیل می دهد. اهمیت نقش و اثرگذاری مصرف در ازاله رکود توسط کینز مطرح و اثبات گردید. مصرف عبارت است از مخارج مصرفی خانوارها برای کالاها یا خدمات نهایی در یک دوره زمانی معین. کینز با طرح مفهوم تقاضای موثر و نقش آن در حل و رفع رکود نگاه تازه ای را به اقتصاد پدید آورد که امروزه از آن به عنوان اقتصاد طرف تقاضا یاد می شود. آن بخش از درآمد قابل تصرف که به مصرف نرسیده باشد پس انداز خوانده می شود. میل نهایی به مصرف عبارت است از آن مقداری که افراد با دریافت یک واحد پولی بیشتر مصرف می کنند. میل نهایی به افزایش پس انداز به ازای افزایش یک واحد درآمد قابل تصرف آن بخش از درآمد اضافی است که برای پس انداز اختصاص می یابد.

عواملی که در تعیین مقدار مصرف نقش دارند عبارتند از: درآمد جاری قابل تصرف، ثروت و سایر عوامل دومین مولفه عمده تقاضای کل سرمایه گذاری است. سرمایه گذاری در اقتصاد کلان به مفهوم افزودن بر حجم فیزیکی یا موجودی سرمایه (ساختمان و تجهیزات مانند ماشین الات، رایانه و...) در اقتصاد است. عوامل عمده مؤثر بر سرمایه گذاری عبارتند از: درآمد، هزینه ها و انتظارات. رابطه میان نرخ بهره و تقاضای سرمایه گذاری را منحنی تقاضای سرمایه گذاری نامیده می شود. هرگاه هر یک از عواملی مانند سطح درآمد ملی یا تولید داخلی، نرخ بازدهی، و انتظارات و نرخ و مقدار مالیات و سایر عوامل تغییر کند منحنی تقاضا جابجا می شود.

سوالات فصل سیزدهم

- ۱- تقاضای کل را تعریف کنید و مولفه های تشکیل دهنده آن را نام ببرید؟
- ۲- مصرف را تعریف کنید و اهمیت نقش مصرف را در ازاله رکود از دید کینز توضیح دهید؟
- ۳- اقتصاد طرف تقاضا از چه زمانی و توسط چه کسی مطرح گردید؟ تقاضای موثر چه نقشی در رفع و یا پیشگیری از بروز رکود دارد؟
- ۴- آن بخش از درآمد قابل تصرف که به مصرف نرسیده باشد چه نامیده می شود؟
- ۵- میل نهایی به مصرف و میل نهایی به پس انداز را توضیح دهید؟
- ۶- عوامل تعیین کننده مقدار مصرف را نام ببرید؟
- ۷- مفهوم سرمایه گذاری در اقتصاد کلان را تعریف کنید؟
- ۸- عوامل عمده تاثیرگذار بر مقدار سرمایه گذاری در یک اقتصاد توضیح دهید؟
- ۹- منحنی تقاضای سرمایه گذاری را تعریف کنید و عوامل جابجایی منحنی تقاضای کل را نام ببرید؟

فصل چهاردهم

پول و بانک

پول در زندگی امروز بشر از چنان جایگاه مهمی برخوردار است که تصور دنیای بدون پول و تصور کار و کسب و تجارت بدون آن - اگر نگوئیم ناممکن - دشوار به نظر می رسد. در عصر حاضر پول به عنصر بسیار مهم و حیاتی و تفکیک ناپذیر از زندگی انسان امروزی بدل شده است. امروزه اندازه گیری فعالیت ها و ارزیابی عملکرد اقتصاد، تحلیل نوسانات و... در غیاب پول امکان پذیر نیست. وجود پدیده جادویی و شگفت انگیز پول کار مبادلات را تسهیل می کند. پولی که برای خرید نان به نانوا می دهیم ممکن است توسط نانوا به بقال محل داده شود و بقال محل آن پول را صرف خرید میوه کند و میوه فروش آن را برای خرید گوشت از قصابی به مصرف برساند. به همین ترتیب گردش پول از فردی به فردی دیگر باعث آسانی و روانتر شدن چرخه تولید و تجارت می گردد.

با این وصف و به رغم حضور سایه وار و همراهی همیشگی پول در تمام عرصه های حیات و فعالیت های اقتصادی کمتر زمانی از خود پرسیده ایم که این پدیده (پول) چیست؟ چگونه کار می کند؟ و چه مسیر تاریخی و تکاملی را پیموده است. در بخش نخست این فصل تلاش می کنیم با ارایه تصویر اجمالی از مفهوم و چیستی پول نحوه کار کرد آن را توضیح دهیم و با انواع آن آشنا شویم. بخش دوم فصل را به معرفی و تبیین عملکرد یک نهاد نزدیک و خویشاوند با پول - بانک - اختصاص می دهیم

پول و چیستی آن

می دانیم که پول چیزی نیست که از زمین سبز شود یا بر شاخهای درختان بروید بلکه پول پدیده ای مصنوعی و ساخته دست بشر - و بدون تردید یکی از جالب ترین شاهکارهای اختراعات دست بشر است. خلق و اختراع این پدیده شگفت انگیز و جادویی را - برخلاف بر بسیاری از مصنوعات و اختراعات - نمی توان به فرد یا تمدن خاصی نسبت داد. تکوین و تکامل پدیده پول مرهون و مولود تجربه های اقوام و ملل مختلف در طول تاریخ است که در طی زمان خوبی ها و کاستی های گونه های مختلف پول را برملا ساخته و انسان را به سوی استفاده از بهترین، کم هزینه ترین و سبک ترین نوع آن رهنمون شده است.

تعریف پول و کارکردهای آن:

پول عبارت است از هر چیزی که در جامعه به عنوان واسطه مبادله و وسیله ای برای پرداخت قیمت کالاها و خدمات پذیرفته شده باشد. پول یک نوع دارایی است که در اقتصاد سه کار عمده دارد و به لطف همین کارکرد ها از سایر دارایی ها متمایز می شود. این کارکرد ها عبارتند از:

اول و اسطه مبادله. دوم واحد سنجش و معیاری برای محاسبه. سوم ذخیره ارزش..

شرح کار کرد های پول

واسطه مبادله

هر چیزی که فروشنده به ازای ارایه یک کالا یا خدمت از خریدار دریافت کند واسطه مبادله خوانده می شود. مثلا وقتی برای خرید یک عدد خودکار به مغازه لوازم التحریر مراجعه می کنید به مغازه دار پول می دهید و در مقابل آن خودکار می گیرید.

واحد شمارش

یکی دیگر از کارکردهای پول آن است که قیمت همه کالاها بر اساس آن تعریف و بیان می شود. به بیان دقیقتر پول چوب گزی است برای اندازه گیری و بیان قیمت ها. درست همانگونه که وزن ها را با کیلوگرم اندازه می گیریم قیمت ها را با پول بیان می کنیم. در غیاب پول در اقتصاد ارایه تصویری روشن از قیمت ها مقدور نیست. زیرا مثلا وقتی بگویند که قیمت صد کیلو گندم برابر است با یک گوسفند ممکن است که باز هم پیرسید قیمت یک گوسفند چقدر است. وقتی بگویند قیمت یک گوسفند برابر است با ۲۰ متر پارچه باز هم شاید شما نتوانید تصویر روشنی از قیمت هیچ یک از این کالاها داشته باشید. اما وقتی در جامعه پول وجود دارد آنگاه سنجش قیمت همه کالاها بر اساس این معیار واحد صورت خواهد گرفت.

ذخیره ارزش

سومین کارکرد پول آن است که با نگهداری پول می توان قدرت خرید فعلی را برای استفاده (خرید کالاها و خدمات) به آینده منتقل کرد. با فرض ثبات سطح قیمتها پول یکی از ابزارهای مناسب برای ذخیره ارزش است. هرچند با دارایی هایی مانند اوراق بهادار، سهام شرکتها، طلا و ساختمان نیز می توان قدرت خرید حال را برای مصرف در آینده نگهداری کرد اما پول از بالاترین قابلیت نقدینگی و پذیرش عمومی برخوردار است. منظور از نقدینگی در علم اقتصاد سهولت تبدیل یک دارایی به واسطه ای برای مبادله است. اول پول را برای هر خرید و مبادله ای می پذیرند. هیچ گاه در حین پرداخت وجه نقد به فردی، فروشگاه، یا بانک و موسسه گیرنده از شما نمی خواهد که پول را پشت نویسی کنید و شناسنامه معتبر ارایه دهید. در حالیکه چک یا ورق قرضه و سهام اول در هر جا پذیرش ندارد ثانيا تنها پس از احراز هویت فرد حامل آنرا می پذیرند. با این وصف، نمی توان ادعا کرد که پول مطلقا بهترین و مناسب ترین وسیله برای حفظ و ذخیره ارزش است. زیرا، نخست آنکه در جهان امروز بسیار اندک است اقتصادی که از پدیده تورم

(افزایش سطح عمومی قیمت‌ها و در نتیجه کاهش قدرت خرید پول) در امان باشد. ثانياً در برخی شرایط نگهداری پول نقد به دلیل هزینه فرصت رفتاری غیر اقتصادی است.

مراحل تاریخی پول

به صورت کلی پول را می‌توان بر اساس معیار ارزش ذاتی به دو نوع تقسیم کرد:

۱- پول کالایی

این نوع پول خود چه آنکه به عنوان پول مورد استفاده قرار گیرد یا نگیرد خود به عنوان یک کالا دارای ارزش ذاتی است. طلا، نقره، روغن زیتون، چهارپایان، مس، آهن، پوست، الماس سیگار و... از نمونه های پول کالایی است که در طول تاریخ جوامع و ملت‌های مختلف از آنها به عنوان پول یا واسطه مبادله استفاده کرده اند. این کالاها صرف نظر از کار برد آنها به عنوان واسطه ای برای مبادله، خود دارای ارزش ذاتی بوده اند. به علاوه فی نفسه همان ارزش ذاتی و ارزش کالایی آنها در جوامع مورد نظر بوده است. ولی در برخی شرایط و جوامع از آنها به عنوان واسطه مبادله استفاده شده است. هریک از این پول‌ها معایب و محاسن خود را داشته اند. مثلاً چهارپایان قابل تقسیم به اجزای کوچک نیست. الماس حالتپذیری ندارد. سیگار در برابر آب و آتش ایمن نیست و... در میان همه پول‌های کالایی ویژگی‌های منحصر به فرد طلا و نقره باعث شده است که در طول تاریخ و در میان اقوام و ملل مختلف این دو فلز کاربرد و مقبولیت بیشتر و کاربرد طولانی‌تر از سایر کالاها داشته باشند. به طوریکه از آغاز قرن نوزدهم میلادی پول کالایی عمدتاً در این دو فلز (طلا و نقره) خلاصه می‌شده است. مزیت طلا و نقره این است که نیاز به تضمین ارزش آن از سوی بانک مرکزی نیست. حجم پول در بازار و از طریق سازو کار عرضه و تقاضا برای طلا و نقره تعیین می‌شود. اما نقص عمده پول‌های فلزی این است که از یکسو استخراج آنها از معادن با دشواری‌هایی همراه است و از سوی دیگر، کشف ناگهانی معادن جدید باعث افزایش سریع در عرضه پول و سقوط قیمت آن می‌شود.

۲- پول اعتباری

پول اعتباری نوع دیگری پول است. این نوع پول فاقد ارزش ذاتی است و براساس دستور دولت ارزش اعتباری دارد. با این حال امروز در تمام کشورهای جهان پول اعتباری مورد استفاده قرار می‌گیرد. اسکناس‌ها و سکه‌های فلزی موجود در دست مردم بارزترین نمونه‌های پول اعتباری است. پول امروزی به رغم کارگشایی بسیار بالا و کاربرد های فراوان ارزش ذاتی ندارد. امروزه یک اشکال بسیار پر کاربرد پول، پول تحریری یا ثبتی است که مولود سپرده‌های دیداری بانک‌هاست.

در کنار مسکوکات، اسکناسها و سپرده های دیداری، امروز فرم های دیگر پول نظیر چک بانکی و کارتهای اعتباری نیز رواج و کاربرد فراوان یافته اند. با پیشرفت فناوری روز بروز میزان استفاده از اسکناس و پولهای کاغذی کمتر و کمتر می شود. حسابهای اعتباری و الکترونیکی به تدریج نیاز به حمل و استفاده از اسکناس و مسکوکات را کمتر می سازد. برای مثال امروز برای خرید بلیط قطار های مسافری رجا لازم نیست شما حتما به نمایندگی های آن شرکت مراجعه کنید و در ازای دریافت بلیط پول نقد بپردازید. کافایت با مراجعه به پایگاه اینترنتی این شرکت و داشتن کارت اعتباری بلیط های مورد نظر را در منزل خریداری کنید

اندازه گیری پول

با توجه به اهمیت و جایگاه بس مهم پول در یک اقتصاد و نقش آن بر متغیر هایی مانند اشتغال، تورم، رشد اقتصادی، نرخ بهره و... امروزه از پول به عنوان یکی از ابزار های بسیار مهم برای تاثیر گذاری بر متغیر های فوق استفاده می شود. لازمه استفاده از ابزار سیاست پولی اندازه گیری، کنترل و اطلاع از حجم پول موجود در یک اقتصاد است. بدین جهت لازم است در اینجا اجزای مهم تشکیل دهنده حجم پول در یک اقتصاد را مرور و معرفی نماییم:

۱- پول معاملاتی (M)

بر اساس تعریف محدود پول عبارت است از هر چیزی که در عمل به عنوان وسطه ای برای پرداخت نقش ایفا می کند. پس پول معاملاتی - که مهم ترین مولفه حجم پول است - عبارت است از هر چیزی که عملا به عنوان واسطه ای برای مبادله قرار می گیرد.. اقلامی که امروزه جز پول معاملاتی یا $M1$ به شمار می روند عبارتند از اسکناسها و مسکوکات که خارج از بانک (در دست مردم) نگه داری می شود، به اضافه حسابهای جاری یا به تعبیر فنی و تخصصی سپرده های دیداری مردم نزد بانکها یا موسسات مالی و اعتباری.

۲- شبه پول یا پول دارایی (M)

شبه پول یا پول دارایی که بر اساس تعریف وسیعتر از پول عبارت است از جایگزین های نزدیک پول معاملاتی مانند سپرده های قرض الحسنه پس انداز و سپرده های سرمایه گذاری مدت دار (کوتاه مدت و بلند مدت) که به آنها حسابهای غیر دیداری نیز اطلاق می شود. این اقلام از آن جهت شبه پول نامیده می شوند که مانند اسکناس و مسکوک از نقدینگی بالایی برخوردار نیستند. یعنی شما نمی توانید به ازای خرید یک دستگاه تلویزیون از فروشگاه از حساب پس انداز قرض الحسنه خود در بانک صادرات چک صادر کنید. جمع پول معاملاتی و شبه پول ($M1+M2$) حجم نقدینگی یک کشور را تشکیل می دهد و با اتحاد زیر بیان می شود

حجم نقدینگی = پول + شبه پول که در آن

ترکیب پول (درصد)

پایان سال			
۱۳۸۳	۱۳۸۲	۱۳۸۱	
۱۷/۷	۱۷/۸	۱۹/۰	اسکناس و مسکوک در دست اشخاص
۸۲/۳	۸۲/۲	۸۱/۰	سپرده های دیداری

حجم پول = اسکناس و مسکوک در دست اشخاص + سپرده های دیداری مردم
 شبه پول = سپرده های قرض الحسنه پس انداز + سپرده های سرمایه گذاری مدت دار + سپرده های متفرقه

جداول زیر ترکیب پول و شبه پول در ایران را

برای سالهای ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۳ نشان می دهد.

ترکیب شبه پول (درصد)

پایان سال			
۱۳۸۳	۱۳۸۲	۱۳۸۱	
۱۶/۱	۱۴/۸	۱۶/۲	سپرده های قرض الحسنه پس انداز
۸۰/۶	۸۱/۴	۷۹/۲	سرمایه گذاری مدت دار
۳۶/۱	۳۸/۰	۳۷/۳	سرمایه گذاری کوتاه مدت
۰/۸	۰/۷	۰/۴	کوتاه مدت ویژه
۴۳/۷	۴۲/۷	۴۱/۵	بلند مدت
۳/۳	۳/۸	۴/۶	سپرده های متفرقه (۱)

جدول ۱۱۴

۱- شامل پیش پرداخت اعتبارات اسنادی، سپرده ضمانتنامه ها، پیش پرداخت بابت نقدینگی بر حسب پول و شبه پول

(میلیارد ریال)

سهم (درصد)	درصد تغییر		ماده در پایان سال			
	۱۳۸۲	۱۳۸۱	۱۳۸۳	۱۳۸۲	۱۳۸۱	
۳۶/۸	۶۱/۳	۱۶/۲	۲۵۲۶۴۵/۴	۲۱۷۳۵۶/۸	۱۸۲۶۵۲/۷	پول
۶/۵	۷/۴	۱۵/۶	۴۴۷۷۲/۰	۳۸۷۳۲/۵	۳۴۷۸۰/۱	اسکناس و مسکوک در دست اشخاص
۳۰/۳	۳۲/۹	۱۶/۴	۲۰۷۸۷۳/۴	۱۷۸۶۲۴/۳	۱۴۷۸۷۲/۶	سپرده های دیداری
۶۳/۲	۵۸/۷	۴۰/۰	۴۳۳۰۵۲/۱	۳۰۹۲۳۹/۶	۲۳۴۸۷۱/۳	شبه پول
۱۰/۲	۸/۷	۵۲/۷	۶۹۸۰۶/۲	۴۵۷۰۶/۰	۳۸۱۰۸/۰	سپرده های قرض الحسنه پس انداز
۵۰/۹	۴۷/۸	۳۸/۷	۳۴۹۱۴۹/۳	۲۵۱۷۳۸/۲	۱۸۵۸۶۲/۴	سپرده های سرمایه گذاری مدت دار
۲/۱	۲/۲	۱۹/۵	۱۴۰۹۶/۶	۱۱۷۹۵/۴	۱۰۹۰۰/۹	سپرده های متفرقه
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۰/۲	۶۸۵۶۹۷/۵	۵۲۶۵۹۶/۴	۲۱۷۵۲۴/۰	نقدینگی

جدول شماره (۲۳)

نقدینگی (میلیارد ریال)

درصد تغییر	ماده در پایان سال						
	۱۳۸۳	۱۳۸۲	۱۳۸۱	۱۳۸۰	۱۳۷۹	۱۳۷۸	
۱۶/۲	۱۹/۰	۲۵۲۶۴۵/۴	۲۱۷۳۵۶/۸	۱۸۲۶۵۲/۷	۱۴۲۹۵۶/۷	۱۱۴۴۲۰/۵	۱- پول
۱۵/۶	۱۱/۴	۴۴۷۷۲/۰	۳۸۷۳۲/۵	۳۴۷۸۰/۱	۲۹۱۸۸/۷	۲۵۱۵۸/۳	اسکناس و مسکوک در دست اشخاص
۱۶/۴	۲۰/۸	۲۰۷۸۷۳/۴	۱۷۸۶۲۴/۳	۱۴۷۸۷۲/۶	۱۱۳۷۶۸/۰	۸۹۲۶۲/۲	سپرده های دیداری بخش غیر دولتی
۴۰/۰	۳۱/۷	۴۳۳۰۵۲/۱	۳۰۹۲۳۹/۶	۲۳۴۸۷۱/۳	۱۷۸۰۰۰/۶	۱۳۴۴۹۰/۲	۲- شبه پول
۵۲/۷	۱۹/۹	۶۹۸۰۶/۲	۴۵۷۰۶/۰	۳۸۱۰۸/۰	۲۹۸۷۹/۵	۲۲۰۱۲/۲	سپرده های قرض الحسنه پس انداز
۳۸/۷	۳۵/۴	۳۴۹۱۴۹/۳	۲۵۱۷۳۸/۲	۱۸۵۸۶۲/۴	۱۴۱۰۶۶/۵	۱۰۰۳۶۳/۶	سپرده های سرمایه گذاری مدت دار
۳۲/۲	۳/۲	۱۴۰۹۶/۶	۱۱۷۹۵/۴	۱۰۹۰۰/۹	۱۱۷۹۵/۴	۱۰۹۰۰/۹	سپرده های متفرقه (۱)
۳۰/۲	۲۶/۱	۶۸۵۶۹۷/۵	۵۲۶۵۹۶/۴	۲۱۷۵۲۴/۰	۳۲۰۹۵۷/۳	۲۴۹۱۱۰/۷	نقدینگی (۴۰۱)

۱- شامل پیش پرداخت اعتبارات اسنادی، سپرده ضمانتنامه ها، پیش پرداخت بابت معاملات و وجه صندوق بازنشستگی و پس انداز کارکنان بانکها می باشد.

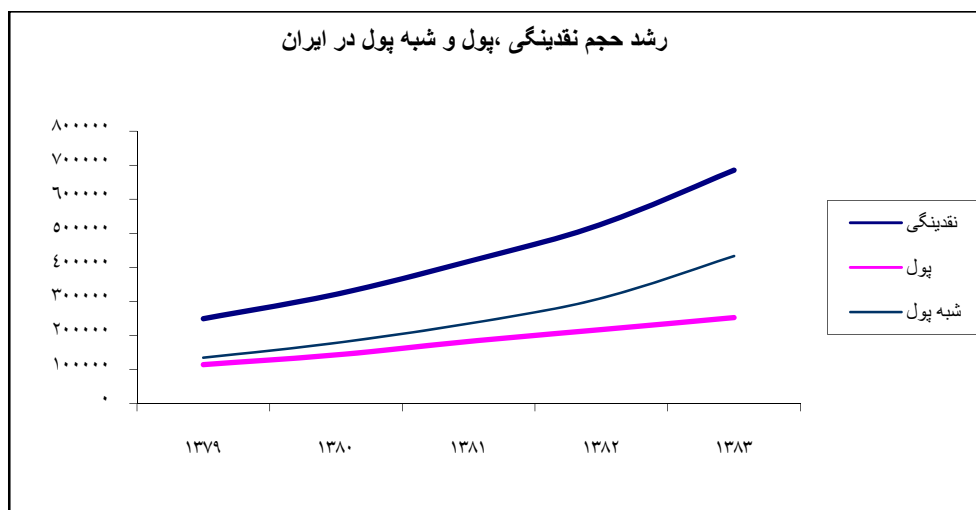
جدول ۳۱۴

منبع بانک مرکزی ایران

جدول ۱۴ - ۲ آمار و ارقام مربوط به حجم پول (شامل پول معاملاتی و شبه پول) و رشد نقدینگی را برای سالهای ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۳ نشان می دهد. چنانکه در جدول مشاهده می کنید حجم نقدینگی کشور جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۸۳ $۶۸۵۶۹۷/۵$ میلیارد ریال بوده است که از این وجه مبلغ $۲۵۲۶۴۵/۴$ میلیارد ریال آن پول معاملاتی یعنی مسکوکات، اسکناس و سپرده های دیداری (حسابهای جاری) و مبلغ $۴۳۳۰۵۲/۱$ میلیارد ریال آن را شبه پول تشکیل می داده است. براساس آمار و ارقام مربوط به اجزای نقدینگی (مثلا سال ۱۳۸۲) در ۱۴ - ۳ زیر می توان نتیجه گرفت که از میان دو جز پول (اسکناس و مسکوک و سپرده های دیداری) سهم سپرده های دیداری بیش از چهار برابر سهم اسکناس و مسکوک در دست اشخاص است. از میان اجزای شبه پول نیز سپرده های سپرده های سرمایه گذاری چندین برابر سهم سایر اجزاست.

حجم پول یک کشور مانند بسیاری دیگر از متغیر های اقتصادی از سالی به سالی دیگر تغییر می کند. در صد تغییر حجم نقدینگی از یک سال به سال دیگر را رشد نقدینگی می نامند. رشد حجم نقدینگی یکی از پدیده هایی است که اقتصاد دانان و متولیان امور پولی و اقتصاد کشور به دقت آن را دنبال می کنند. در جدول ۱۴-۴ می بینیم که رشد حجم نقدینگی ایران در سال ۱۳۸۳، $۳۰/۲$ بوده است.^{۹۴}

نمودار (۱-۱۴) رشد نقدینگی و دو مولفه آن یعنی پول و شبه پول را از سال ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۳ نشان می دهد



نمودار ۱۱۴

منبع داده ها ، جدول ۱۴-۴

^{۹۴} منبع پایگاه اینترنتی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران " خلاصه تحولات اقتصادی کشور سال ۱۳۸۳ " آدرس: <http://www.cbi.ir>

بانک و پیدایش آن

تا اینجا با پول، انواع و کارکرد های آن آشنا شدیم. در اینجا می‌کوشیم با یک نهاد بسیار نزدیک به پول به نام بانک آشنا شویم. شرح کار کرد ها و کرامت های بانک را با روایتی بسیار گذرا از چگونگی شکل گیری و تکامل پدیده بانک و بانکداری آغاز می‌کنیم و با تبیین نقش و جایگاه بانک و وظایف بانک مرکزی در تعیین و تنظیم حجم و عرضه پول در اقتصاد به پایان می‌بریم.

پیگیری رد پای پدیده بانکداری نوین در صفحه تاریخ ما را به صرافی‌ها و زرگری‌هایی می‌رساند که در انگلستان قرون شانزده و هفده در کنار کار صرافی و زرگری نقش امانتداران را نیز ایفا می‌کردند. مردم و خصوصا مسافران طلاهای خود را برای مراقبت و نگهداری نزد آنان می‌سپردند و در قبال آن رسید در یافت می‌کردند و پس از مراجعه و مطالبه و ارائه رسید طلای خود را از آنها پس می‌گرفتند و در قبال این عمل کارمزد اندکی به صرافان و امانتداران می‌دادند. در این سازکار عین طلاها تا مراجعه صاحبان آنها نزد صرافان و زرگران نگهداری می‌شد. پس از مدتی زرگران و صرافان متوجه شدند که آنچه برای مشتریان و امانتگذاران مهم است این است که طلایی معادل (هم وزن و هم عیار) با طلای امانتی خود در یافت کنند. برای آنها تفاوت نمی‌کرد که آن طلا مال خود آنها باشد یا نباشد. بنابراین صرافان که به تجربه دریافته بودند که به رغم لزوم باز پرداخت فوری طلاهای امانتی در زمان درخواست، امانتگذاران یکباره سراغ طلاهای خود نمی‌آیند. لذا مناسب دیدند که بجای نگهداری همه طلاها در انبار یا صندوق بخشی از آن را صرف اعطای وام یا تجارت کنند و از این طریق سود به چنگ آورند. ارمغان این تجربه برای صرافان و زرگران آن بود که آنان پی بردند با نگهداری جزیی از طلاهای امانتی هم می‌توانند از عهده تعهدات و در مقابل صاحبان طلا برآیند و هم با بکارگیری مازاد آن در وام دهی، سود خوبی را بدست آورند. بنابراین، نهاد مذکور از طرفی پاسخگوی نیاز کسانی است که می‌خواهند دارایی خود را با خیالی آسوده در محلی امن نگهداری کنند و هم پاسخگوی نیاز آنهایی است که نیازمند پولند و می‌خواهند برای کار و فعالیت خود پول قرض کنند. و البته با این کشف جدید این نهاد به کار و کسبی پرسود نیز بدل می‌شد. لذا به سرعت از حرفه رونق فوق العاده ای یافت و این نهاد در سطوح ملی در کشورهای مختلف گسترش یافت و کم کم زمینه ساز نظام بانکداری جدید شد. نخستین بانکها در کشورهایی مانند هلند (بانک امستردام)، سوئد (بانک سوئد) و انگلستان (بانک انگلستان)، تاسیس گردیدند. پای بانک و نظام بانکی رفته رفته، به سایر کشورها نیز باز شد و این نهاد به یکی از ارکان تاثیر گذار و ضروری در اقتصاد کشورها بدل گردید. امروز همه کشور های جهان نظام بانکی متشکل از یک بانک مرکزی و چندین بانک تجاری و تخصصی است. بانک مرکزی کار چاپ و نشر اسکناس و مسکوک، کنترل و تعیین حجم پول در اقتصاد، و نظارت بر عملکرد و هدایت فعالیت های سایر بانکها را - با استفاده از ابزار های معین و مشخص - برعهده دارد. بانک مرکزی در جهان امروز از

چنان اهمیت و جایگاهی برخوردار است که عده ای آنرا در شمار سه اختراع بزرگ بشر در طول تاریخ قرارداده اند^{۹۵}. بانک مرکزی و نظام بانکی این اهمیت و اعتبار را وامدار همان ظرفیت و قدرت بانک و نظام بانکی در پولسازی - یا به تعبیر رایج - خلق پول در اقتصاد است. بنابراین شایسته است به سازو کار این شاهکار پر راز و رمز جالب در بانکداری به اختصار اشاره کنیم.

ساز و کار خلق پول در نظام بانکی

در ابتدا برای سادگی اقتصادی را در نظر بگیرید که هنوز پای پدیده بانک و بانکداری در آن باز نشده است. فرض کنید که کل مقدار پول موجود در این اقتصاد ۱۰۰۰ واحد پولی است. بنابراین عرضه پول در این اقتصاد برابر است با هزار ریال. حال فرض کنید که به همت یک شخص، یا دولت، نخستین بانک کشور به منظور نگهداری سپرده های مردم تاسیس می شود. افراد با مراجعه به بانک و افتتاح حساب، سپرده نزد بانک می گذارند. این بانک تمام سپرده های مردم را نگه می دارد و پس از مراجعه سپرده گذار یا در قبال صدور چک از حساب مشتری پول او را باز می گرداند. سپرده هایی که بانک از مردم دریافت کرده و آنرا وام نداده است ذخایر بانک نامیده می شود. ابتدا فرض کنید در این اقتصاد تمام سپرده های افراد در بانک به عنوان ذخیره نگهداری می شود بنا بر این گفته می شود که در نظام بانکی صد در صد ذخیره قانونی حکمفرما است. بانکها برای نگهداری حسابهای خود معمولاً از تراز نامه یا دفتر داری دوطرفه استفاده می کنند. تراز نامه عبارت است از سیاهه ای که وضعیت مالی بانک را در لحظه تنظیم نشان می دهد. در تراز نامه، دارایی های بانک در طرف راست و بدهی های آن در سمت چپ ثبت می شود. انواع ذخایر، اسکناس، مسکوک، اموال منقول و غیر منقول، اسناد دریافتی و وثیقه ها در ردیف دارایی های یک بانک ثبت می شود. سپرده های اشخاص نزد بانک، بدهی به بانک مرکزی و سرمایه صاحبان سهام بانک و... بدهی های بانک را تشکیل می دهند. تراز نامه زیر وضعیت مالی نخستین بانک فرضی را نشان می دهد

تراز نامه بانک اول			
دارایی ها		بدهی ها	
ذخیره	۱۰۰۰	سپرده ها	۱۰۰۰

جدول ۱۴

تراز نامه بانک فرضی اول:

^{۹۵} راجرز ویل، به نقل از Samuelson, (2001) p 541

در این تراز نامه دارایی بانک عبارت است از مبلغ ۱۰۰۰ واحد پولی ذخیره ای که در گاو صندوق بانک نگهداری می شود. در طرف دیگر، بدهی این بانک نیز ۱۰۰۰ واحد پولی است که به صورت سپرده دیداری (حساب جاری) دسته چکی از سوی بانک در اختیار مشتری قرار داده شده است. چنانکه مشاهده می کنید دارایی ها و بدهی های بانک کاملاً ترازند. از آنجا که در این بانک کل سپرده ها به صورت ذخیره نگهداری می شود در حجم پول در این اقتصاد فرضی تغییری ایجاد نشده است. تفاوت میان حالت پیش و پس از گشایش بانک در این است که در این اقتصاد پول موجود در دست مردم از اسکناس و مسکوک به سپرده دیداری بدل شده است. پس از مدتی و بر اثر تجربه بانکداران و مسولان بانک متوجه می شوند که معمولاً همه سپرده گذاران یکباره برای برداشت پولهای خود به بانک مراجعه نمی کنند. بنا بر این لازم نیست که همه ۱۰۰۰ واحد پولی ذخیره موجود عاطل و باطل بلا استفاده مانده در گاو صندوق خاک بخورد. آنان به این فکر می افتند که می توان با نگهداری در صدی از این پول برای امکان پاسخگویی در صورت مراجعه احتمالی سپرده گذار بخشی دیگر از آن را به صورت وام در اختیار دیگران قرار داد و در مقابل عوایدی نیز کسب کرد - در واقع انگیزه اساسی تاسیس بانک کسب عواید است؛ زیرا بانک خود یک بنگاه اقتصادی است. اگر این حالت را به فرض وجود تعداد زیادی سپرده گذار گسترش دهیم بر پایه قوانین آمار و احتمالات بانک می تواند با خیال راحت بخش اعظم سپرده ها را وام دهد و تنها جزیی از سپرده ها را نزد خود نگهدارد. از این روش در اقتصاد و بانکداری به عنوان نظام بانکداری با ذخیره جزیی یا نسبی یاد می شود. نسبت کل سپرده هایی که یک بانک به عنوان ذخیره نگه می دارد **نسبت ذخیره** نامیده می شود. میزان این نسبت با توجه به دو عامل تعیین می شود. ۱- مقررات دولتی که بر اساس آن بانک مرکزی برای تضمین امکان بازپرداخت سپرده های مردم از یک سو و جهت در دست داشتن ابزاری برای اعمال سیاست پولی از طریق هدایت و کنترل عملیات بانکی بانکها را موظف می سازد در صد معینی از سپرده ها را به عنوان ذخیره قانونی نزد بانک مرکزی نگه دارند. ۲- سیاست بانکی که براساس آن ممکن است خود بانکها برای اطمینان از توان پاسخگویی در صورت مراجعه سپرده گذاران در صدی از سپرده ها را به عنوان ذخیره نزد خود نگه می دارند. این ذخیره اصطلاحاً ذخیره اضافی خوانده می شود. در اینجا فرض می کنیم بانک ذخیره اضافی نگه نمی دارد و نسبت ذخیره قانونی نیز ۱۰ در صد باشد. براین اساس بانک ده درصد سپرده ها را به عنوان ذخیره نزد

تراز نامه بانک اول				بانک
	بدهی ها	دارایی ها		مرکزی
۱۰۰۰	سپرده ها	۱۰۰	ذخیره (قانونی)	نگه می
		۹۰۰	وام	دارد و

مابقی آن را به عنوان وام در اختیار مشتری می گذارد. تراز نامه زیر وضعیت فعلی بانک را نشان می دهد.

در وضعیت جدید بانک دو نوع دارایی دارد: ذخیره قانونی و وام. گفتنی است که وام همیشه در حساب بانک در ردیف دارایی های بانک و در حساب مشتری در ردیف بدهی های او ثبت می شود. براساس این تراز نامه در مقدار دارایی ها و بدهی های این بانک هیچ تغییری ایجاد نشده است اما حجم پول در گردش در کشور افزایش یافته است. اکنون مبلغ واحد ریال پول به صورت سپرده دیداری (چک) و مبلغ ۹۰۰ واحد پول اسکناس و مسکوک در دست مردم قرار دارد. جمع عرضه پول در این حالت برابر است با $1900 = 900 + 1000$ واحد پول. مثال فوق نمونه کوچکی از فرایند خلق پول یا به تعبیر بهتر فرایند افزایش عرضه پول در ساز و کار بانکداری است. اما این فرایند در همین جا متوقف نمی شود. مثلاً فرض کنید که در کنار بانک فرضی اول بانک دیگری نیز تاسیس شود و مشتری گیرنده وام از بانک اول ۹۰۰ واحد پول وام دریافتی را با افتتاح حساب جاری در بانک دوم به صورت سپرده می سپارد. تراز نامه بانک دوم نیز به این شکل خواهد بود.

تراز نامه بانک دوم			
دارایی ها		بدهی ها	
ذخیره	۹۰۰	سپرده ها	۹۰۰

جدول ۷۱۴

با فرض نرخ ذخیره قانونی ۱۰ در صد، این بانک مبلغ ۹۰ واحد پول آنرا به عنوان ذخیره نزد بانک مرکزی نگه می دارد و و مبلغ ۸۱۰ واحد پول را به صورت وام در اختیار مشتریان قرار خواهد داد. سرانجام، اگر گیرنده وام از بانک دوم مبلغ ۸۱۰ واحد پول وام دریافتی را در بانک سوم به عنوان سپرده بسپارد و نرخ سپرده قانونی در این بانک نیز ۱۰ درصد باشد آنگاه بانک سوم می تواند پس از نگهداری ۸۱۰ واحد پول از سپرده مذکور به عنوان ذخیره قانونی، مبلغ ۷۲۹ واحد پول آن را به صورت وام در اختیار متقاضیان بگذارد. تراز نامه بانک سوم در این وضعیت به صورت زیر خواهد بود.

تراز نامه بانک سوم			
دارایی ها		بدهی ها	
ذخیره	۸۱۰ ریال	سپرده ها	۸۱۰
وام	۷۲۹		

جدول ۸۱۴

جدول بالانشان می دهند که با افتتاح هر حسابی تازه و سپرده گذاری جدید عرضه پول بیشتر خواهد شد. این زنجیره به همین ترتیب ادامه خواهد یافت. اما این سلسله تا کجا پیش خواهد رفت؟ توان و ظرفیت سازو کار بانکی یک کشور در ایجاد و گسترش حجم پول را ضریب فزاینده پولی در آن اقتصاد تعیین می کند. در مثال بالا نسبت ذخیره برابر است با نرخ ذخیره قانونی یعنی ۱۰ درصد. پس ضریب فزاینده پولی در این اقتصاد برابر است با ۱۰. بر پایه این ضریب، حداکثر توان آفرینش پول در نظام بانکی فرضی فوق ۱۰۰۰۰ واحد پول خواهد بود.

با ادامه این فرایند سرانجام به جدول زیر، که ارقام مربوط به خلق پول در هر یک از بانک های فوق را و در نهایت مجموع حجم پول را در این اقتصاد فرضی نشان می دهد، دست می یابیم.

اما بدیهی است که ارقام نجومی بانکها را نمی توان بدین ترتیب محاسبه کرد. لذا اقتصاد دانان با استفاده از روش های ریاضی به فرمول محاسباتی دست یافته اند. در حالت ساده فرضی مذکور ضریب فزاینده پولی عبارت است از مقدار پولی که نظام بانکی به ازای هر ریال ذخیره ایجاد می کند. ضریب فزاینده عکس نسبت سپرده ها (نرخ سپرده قانونی به اضافه نرخ سپرده اضافی) است. اگر نسبت سپرده ها را با R نشان دهیم خواهیم داشت:

جدول فرایند خلق پول در یک نظام بانکی فرضی			
بانک	سپرده جدید	وام جدید	ذخیره قانونی
اول	۱۰۰۰	۹۰۰	۱۰۰
دوم	۹۰۰	۸۱۰	۹۰
سوم	۸۱۰	۷۲۹	۸۱
بانک چهارم	۷۲۹	۶۵۶/۱	۷۲/۹
بانک پنجم	۶۵۶/۱	۵۹۰/۴۹	۶۵/۶۱
بانک ششم	۵۹۰/۴۹	۵۳۱/۴۴	۵۹/۰۵
بانک هفتم	۵۳۱/۴۴	۴۷۸/۳۰	۵۳/۱۴
بانک هشتم	۴۷۸/۳۰	۴۳۰/۴۷	۴۷/۸۳
بانک نهم	۴۳۰/۴۷	۳۸۷/۴۲	۴۳/۰۵
بانک دهم	۳۸۷/۴۲	۳۴۸/۶۸	۳۸/۷۴
جمع ده بانک اول	۶۵۱۳/۲۲	۵۸۶۱/۹۰	۶۵۱/۳۲
.	.	.	.
.	.	.	.
.	.	.	.
جمع بانکهای باقیمانده	۳۴۸۶/۷۸	۳۱۳۸/۱۰	۳۴۸/۶۸
جمع کل	۱۰۰۰۰	۹۰۰۰	۱۰۰۰

$$\text{ضریب فزاینده} = \frac{1}{R} \text{ پولی}$$

بر اساس این فرمول^{۹۶} میزان خلق پول توسط بانکها مبتنی است بر نسبت سپرده. با فرض قبلی که نرخ سپرده اضافی صفر است، فقط سپرده قانونی باقی می ماند لذا اگر نرخ سپرده قانونی ۵ درصد باشد آنگاه ضریب فزاینده ۲۰ خواهد بود. اگر نسبت ذخیره ها ۲۰ درصد باشد آنگاه ضریب فزاینده برابر ۵ خواهد بود. در حالت خاص اگر نرخ سپرده قانونی صد در صد ($R=1$)، ضریب فزاینده پولی نیز یک خواهد بود. در این نظام خلق پول وجود ندارد.

تفاوتهای اساسی بانکداری ربوی و غیر ربوی

چنانکه اشاره شد با پیروزی انقلاب اسلامی و استقرار جمهوری اسلامی، تغییر سیستم بانکداری و حذف ربا مورد توجه قرار گرفت که پس از تصویب لایحه قانونی عملیات بانکی بدون ربا در سال ۱۳۶۲ و ابلاغ آن به بانکها، دستورالعملها و آئین نامه های اجرایی تهیه و از اول فروردین ماه ۱۳۶۳ این قانون در ایران به اجرا گذاشته شد. در اینجا به اختصار تفاوتهای اساسی بانکداری متبنی بر ربا و بانکداری بدون ربا را مرور می کنیم.

در واقع پیشبرد فعالیتهای کوچک و بزرگ اقتصادی نیاز به تامین مالی دارد. تامین مالی پروژه های اقتصادی یا به عبارت دیگر سرمایه گذاری ها یا از سوی افراد و شرکتهای سرمایه گذار یا از سوی موسسات و واسطه های مالی، که با جمع آوری و تجهیز وجوه مازاد بر مصرف روز مره مردم (پس اندازهای آنان) را این وجوه را در اختیار بنگاهها و شرکت های سرمایه گذار قرار می دهد، صورت می گیرد. در تمام کشورها نهاد بانک به عنوان بزرگترین و مهم ترین واسطه مالی عمل می کند. بنابراین یکی از مهم ترین نقش ها و مسئولیت های نظام بانکی جذب انواع سپرده های مردم و قرار دادن این سپرده ها در اختیار فعالیت ها و پروژه های اقتصادی است. هم نظام بانکداری سرمایه داری یا ربوی و هم نظام بانکداری بدون ربا همین نقش را ایفا می کنند. اما چگونگی ایفای این نقش و ماهیت رابطه میان بانک و سپرده گذاران (که اصطلاحاً از آن به عنوان منابع بانک یاد می شود) و بانک مشتریان بانک (که مصارف بانک نامیده می شود) در دو نظام از همدیگر تفاوت دارد.

در طرف منابع بانک در نظام بانکداری ربوی بانکها وجوه مازاد (پس اندازهای) مردم را در قالب انواع سپرده ها مانند سپرده دیداری (جاری)، سپرده پس انداز کوتاه مدت و سپرده بلند مدت از آنها به صورت قرض جمع آوری می کند. منظور از «قرض آن است که قرض دهنده مقدار معینی از مال خود را به قرض گیرنده تملیک می کند و قرض گیرنده

^{۹۶} - برای آشنایی تفصیلی با این ضریب و چگونگی محاسبه آن به متون اقتصاد کلان و بانکداری مراجعه کنید

موظف است مثل آن راز حیث مقدار و جنس و وصف مسترد نماید»^{۹۷}. از اینرو میان سپرده گذار و بانک رابطه داین و مدیون برقرار می شود. معمولاً در سپرده های جاری از آنجا که دارنده حساب می تواند هر لحظه که اراده کند بخشی یا تمام سپرده خود را از طریق صدور چک مطالبه و دریافت کند هیچ گونه بهره به آن تعلق نمی گیرد. اما در قبال سپرده های کوتاه مدت و بلندمدت بانک ملزم به پرداخت بهره است. در بانکداری ربوی به دلیل ماهیت قرض بودن سپرده ها سپرده گذران حق دخالت در امور بانک را ندارند و بانک موظف است تحت هر شرایطی (حتی ورشکستگی و انحلال بانک) پس از انقضای مهلت مقرر، اصل پول و فرع آن (یعنی بهره) را به سپرده گذار بپردازد. در این نظام عمل تجهیز و جذب سپرده ها توسط بانک با پرداخت بهره (ربا) توأم است. در طرف مصارف بانک در جریان تامین مالی پروژها و فعالیت های اقتصادی معمولاً بانک وام یا به عبارت دیگر تسهیلات بانکی را در قبال دریافت نرخ معینی از بهره در اختیار مشتریان قرار می دهد و مشتریان متعهد می شوند اصل و فرع وام دریافتی را در مدت معین و معمولاً به صورت اقساط ماهانه یا سالانه به بانک بازگردانند. در این جا نیز همان رابطه داین (بانک) و مدیون (مشتری) صادق است و چون در این فرایند تادیه (پرداخت) اصل دین همراه با مازاد قطعی و از پیش تعیین شده در چارچوب عقد قرض همراه است عمل اعطای وام و تسهیلات نیز از سوی بانک با دریافت بهره (ربا) توأم است.

بانکداری غیرربوی

در نظام بانکداری بدون ربا مانند بانکداری ربوی جذب و تجهیز پس انداز های مردم در قالب انواع سپرده ها و به کار اندازی آنها در چرخه فعالیت های اقتصادی مهم ترین رسالت بانک ها را تشکیل می دهد. در این نظام نیز بانکها پس انداز های مردم را در قالب انواع سپرده ها مانند سپرده قرض الحسنه (شامل قرض الحسنه جاری، قرض الحسنه پس انداز) و سپرده های سرمایه گذاری مدت دار جذب می کنند. هر چند در سپرده های قرض الحسنه ممکن است عنوان رابطه داین و مدیون بر رابطه سپرده گذار و بانک صدق کند اما از آنجا که پرداخت و دریافت این دین مشروط و منوط به پرداخت چیزی مازاد بر اصل دین نیست در اینجا ربا تحقق نمی یابد. اما در سپرده های سرمایه گذاری مدت دار بانک وجوه سپرده گذار را به عنوان قرض نمی گیرد بلکه سپرده گذار بانک را به عنوان وکیل یا شریک خود در سرمایه گذاری پس انداز هایش بر می گزیند و بانک نیز پرداخت اصل سپرده ها را تعهد یا بیمه می کند و مازاد بر آن پرداخت رقم قطعی تعیین شده را به عنوان بهره به گردن نمی گیرد. بنابراین رابطه میان سپرده گذار و بانک رابطه وکیل و موکل است نه داین و مدیون. در نتیجه عمل جذب سپرده ها در قالب هر دو نوع سپرده گذاری قرض الحسنه و سرمایه گذاری مدت دار بدون ربا است.

در طرف مصارف و اعطای وام و تسهیلات نیز بانک به عنوان وکیل یا شریک سپرده گذاران، وجوه جذب شده را در قالب انواع قراردادها و عقود مجاز و مباح شرعی مانند مشارکت، مضاربه، اجاره به شرط تملیک، مزارعه، جعاله، سرمایه گذاری مستقیم و... در اختیار مشتریان و متقاضیان تسهیلات بانکی قرار می دهد و سود واقعی وجوه را پس از

کسر کارمزد و دریافت سهم سود بانک میان صاحبان وجوه (سپرده گذاران) تقسیم می کند. بنابراین عمل اعطای تسهیلات بانکیها نیز بدون ربا خواهد بود.^{۹۸}

خلاصه

پول عبارت است از هر چیزی که در جامعه به عنوان واسطه مبادله و وسیله ای برای پرداخت قیمت کالاها و خدمات پذیرفته شده باشد.

پول یک نوع دارایی است که در اقتصاد سه کار کرده دارد: اول و واسطه مبادله. دوم واحد سنجش و معیاری برای محاسبه. سوم ذخیره ارزش.

پول را می توان بر اساس معیار ارزش ذاتی به دو نوع کالایی و اعتباری تقسیم کرد.

حجم پول در یک اقتصاد از اجزای زیر تشکیل می شود:

- پول معاملاتی (M1) یعنی اسکناسها و مسکوکات که خارج از بانک (در دست مردم) نگه داری می شود، به اضافه حسابهای جاری مردم نزد بانکها یا موسسات مالی و اعتباری.

شبه پول یا پول دارایی (M2) که عبارت است از جایگزین های نزدیک پول معاملاتی مانند سپرده های قرض الحسنه پس انداز و سپرده های سرمایه گذاری مدت دار (کوتاه مدت و بلند مدت) که به آنها حسابهای غیر دیداری نیز اطلاق می شود.

جمع پول معاملاتی و شبه پول (M1+M2) حجم نقدینگی یک کشور را تشکیل می دهد

نظام بانکی یک کشور متشکل از یک بانک مرکزی و چندین بانک تجاری و تخصصی است. بانک مرکزی کار چاپ و نشر اسکناس و مسکوک، کنترل و تعیین حجم پول در اقتصاد، و نظارت بر عملکرد و هدایت فعالیت های سایر بانکها را - با استفاده از ابزارهای معین و مشخص - برعهده دارد.

خلق پول در یک نظام پولی با توجه به ضریب فزاینده پولی و نسبت سپرده تعیین می شود.

پایه پولی و ضریب فزاینده دو منبع مهم در تغییرات حجم نقدینگی در یک کشور است. اجزای پایه پولی در نظام پولی ایران عبارتند از خالص دارایی های خارجی بانک مرکزی، خالص مطالبات بانک مرکزی از بخش دولتی و مطالبات بانک مرکزی از سایر بانکهای تجاری و تخصصی. پیشنهاد طرح تاسیس رسمی بانک در ایران به یک قرن قبل باز می گردد. در سال ۱۳۱۰ با تصویب شورای ملی حق نشر اسکناس به مدت ۱۰ سال به بانک ملی ایران اعطا شد و در فروردین ماه ۱۳۱۱ نخستین اسکناس بانک ملی ایران انتشار یافت. با تصویب قانون پولی و بانکی کشور در سال ۱۳۳۹، بانک مرکزی ایران تشکیل شد و کلیه امور مربوط به چاپ اسکناس و ضرب سکه و پشتوانه آن به بانک مرکزی

^{۹۸}. برای شناخت بیشتر تفاوت های نظام بانکی ربوی و غیرربوی مراجعه کنید به: ۱ - صدیقی نجات الله، بانکداری بدون ربا ترجمه اکبر مهدی پور عطاآبادی، تهران، انتشارات سروش، ۱۳۶۱؛ ۲ - مرسلی - میلز، تأمین مالی در اسلام نظریه و عمل ترجمه یدالله دادگر و سید اسحاق علوی، انتشارات دانشگاه مفید.

واگذار گردید. با تاسیس مجموعه ای از بانکهای تجاری و مانند بانک سپه، ملی، صادرات، ملت، رفاه، سامان و چند بانک تخصصی مانند بانک مسکن، کشاورزی، و صنعت و معدن نظام بانکی ایران شکل گرفت.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی و استقرار حاکمیت جمهوری اسلامی، تغییر سیستم بانکداری و حذف ربا مورد توجه قرار گرفت و با تصویب لایحه قانونی عملیات بانکی بدون ربا در سال ۱۳۶۲ و ابلاغ آن به بانکها، این قانون در ایران مورد اجرا گذاشته شد.

بانک مرکزی کنترل عرضه پول را با استفاده ابزارهای متفاوتی انجام می دهد. این ابزارها را می توان به طور کلی به دو گروه ابزارهای کمی و ابزارهای کیفی طبقه بندی نمود. ابزارهای کمی پولی از طریق مکانیزم بسط پولی سبب تغییر در حجم پول می شوند. این ابزارها عبارتند از ۱- نرخهای سود بانکی ۲- نسبت سپرده قانونی ۳- عملیات بازار باز - اوراق مشارکت بانک مرکزی

ابزارهای کیفی به اختیارات و صلاحیت های اجرایی و نظارتی بانک مرکزی در جهت دهی اعتبارات به سمت بخشهای مورد نظر و ایجاد محدودیتهای اعتباری و منظور کردن اولویت در امر اعطای اعتبارات بانکی در مورد بخشهای خاص اقتصادی اطلاق می شود.

مهمترین تفاوت بانکداری ربوی و غیر ربوی در این است که در بانکداری ربوی به دلیل ماهیت قرض بودن سپرده ها سپرده گذران حق دخالت در امور بانک را ندارند و بانک موظف است تحت هر شرایطی (حتی ورشکستگی و انحلال بانک) پس از انقضای مهلت مقرر، اصل پول و فرع آن (یعنی بهره) را به سپرده گذار بپردازد. اما در نظام بانکداری بدون ربا عمل تجهیز و جذب سپرد در قالب انواع سپرده های قرض الحسنه و سرمایه گذاری و عمدتاً بر مبنای مشارکت سپرده گذار و بانک در سود و زیان انجام می شود.

سوالات فصل چهاردهم:

- ۱- پول را تعریف کنید و کارکردهای پول را شرح دهید؟
- ۲- مراحل تاریخی پول را بیان کنید؟
- ۳- مولفه های اصلی تشکیل دهنده حجم را نام ببرید؟
- ۴- چگونگی شکل گیری و تکامل پدیده بانک را مشروحاً توضیح دهید؟
- ۵- ترازنامه چیست؟ چه اقلامی در سمت راست و چه اقلامی در سمت چپ ترازنامه ثبت می شود؟
- ۶- نسبت ذخیره چیست و با توجه به کدام عوامل تعیین می شود؟
- ۷- با استفاده از یک جدول فرایند خلق پول را در یک نظام بانکی فرضی نشان دهید؟
- ۸- ضریب فزاینده پولی چیست؟ به فرض اگر نسبت ذخیره ها در یک نظام بانکی ۲۵٪ باشد ضریب فزاینده پولی چه مقدار خواهد بود؟

- ۹- اهمیت و چگونگی تاثیرگذاری پایه پولی بر حجم نقدینگی را توضیح دهید؟
- ۱۰- طرح تاسیس بانک در ایران به چه زمانی بر می گردد؟ نخستین بانک ایرانی با چه نام و هدف تاسیس شد؟
- ۱۱- بانک مرکزی ایران در چه سالی تاسیس شد؟ اهم امور و مسئولیت های واگذار شده به این بانک را نام ببرید؟
- ۱۲- مهمترین تحول در نظام بانکداری ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران چه بود؟
- ۱۳- مهمترین ابزارهای بانک مرکزی برای کنترل حجم نقدینگی را نام ببرید؟
- ۱۴- تفاوت های اساسی بانکداری ربوی و غیرربوی را نام ببرید؟

فصل پانزدهم

تورم : مفهوم ، ریشه ها و پیامد ها

پس از آشنایی با پول ، و بیان نحوه خلق و کنترل حجم پول در این فصل می کوشیم با جنبه دیگری از مباحث پول آشنا شویم. پول هر چند خود معیاری برای سنجش ارزش کالاهاست اما خود نیز داری ارزش است که در قالب قدرت خرید آن ظهور می کند و دستخوش تغییر می شود و ارزش آن بسته به عواملی چند کاهش یا افزایش پیدا می کند. از آنجا که پول خود معیار سنجش ارزش سایر کالاهاست کاهش ارزش (قدرت خرید) پول یک کشور به صورت افزایش قیمت ها یا اصطلاحاً تورم نمود پیدا می کند. برعکس ، افزایش ارزش پول با تنزل قیمت ها تجلی می یابد. با توجه به اینکه پدیده تنزل قیمت ها پدیده‌ای نادر است و رویداد آن پیامد جدی به دنبال ندارد معمولاً کمتر ضرورتی برای گنجاندن آن در متون احساس می شود. اما بحث تورم مقال دیگری است و از این رو مجال و فضای بیشتری را به خود اختصاص داده و از دیرباز به عنوان یکی از مشغله های ذهنی و عملی سیاستگذاران و کارشناسان بوده است. نظر به اهمیت این موضوع در این فصل به طرح و تبیین مفهوم تورم، انواع آن و آشنایی با ریشه ها و پیامد های آن می پردازیم.

تعریف و مفهوم تورم

در هر اقتصادی قیمت کالاها دچار تغییرات و نوسان می شود. وقتی سطح عمومی قیمتها افزایش می یابد گفته می شود که در آن اقتصاد تورم وجود دارد. اما هر افزایشی در قیمت ها را نمی توان تورم نامید. بلکه آن افزایشی تورم است که اولاً میانگین سطح قیمت ها افزایش یابد. یعنی بدون تغییر مهمی در کمیت و کیفیت کالاها و خدمات مورد مصرف و بدون افزایش در رفاه و مطلوبیت، افراد ناچار باشند پول بیشتری بپردازند. ثانیاً به آن افزایشی در قیمت ها تورم اطلاق می شود که خود افزا باشد. یعنی اگر وضعیت اقتصادی را بحال خود رها کنیم و ابزارهایی را برای مهار و کنترل تورم به کار نبندیم تورم به طور پیوسته و مداوم به حالت خود باقی بماند. و حتی ممکن است بر میزان تورم افزوده شود. بنابراین تنها در وضعیتی تورم وجود دارد که سطح قیمت ها در طی زمان یا یک دوره دارای تغییرات مثبت باشد. اما اگر حالت خود افزایی و تداوم یا استمرار افزایش قیمت ها وجود نداشته باشد و قیمت به هر دلیلی فقط یکبار افزایش یابد در آن صورت تورم وجود ندارد. بلکه این وضعیت اصطلاحاً شوک نامیده می شود.

انواع تورم

تورم پدیده ای کم و بیش شایع است و در جهان کمتر اقتصادی را می توان یافت که از آسیب این پدیده بدور مانده و هیچگاه طعم نامالایم آن را نچشیده باشد. منتها آنچه اهمیت فوق العاده ای دارد میزان شدت و نرخ تورم است. و همین

مساله است که کشورها را از همدیگر متمایز می سازد و وضعیت آنها را از لحاظ تورم در گروههای متفاوتی قرار می دهد.

اقتصاددانان تورم را برحسب پایین بودن یا بالا بودن نرخ آن به چند دسته طبقه بندی کرده اند^{۹۹}:

(۱) تورم خزننده

(۲) تورم شتابان

(۳) تورم تازنده

زمانی که قیمت ها به کندی و با ملایمت رو به افزایش است گفته می شود که تورم خزننده وجود دارد. معمولاً تورم های با نرخ سالیانه کمتر از ۱۰ درصد در گروه تورم خزننده دسته بندی می شود. زمانی می توان یک تورم را تورم شتابان نامید که از مرحله تک رقمی فراتر رفته و به نرخ دو رقمی رسیده باشد. اما زمانی که افسار قیمت ها از دست متولیان خارج می شود نرخ های تورم از دو رقمی در می گذرد گفته می شود تورم طوفانی و تازنده به جان اقتصاد افتاده است.

اندازه گیری تورم

مانند بسیاری دیگر از پدیده ها در اقتصاد، اقتصاد دانان برای اندازه گیری میزان رشد یا افزایش سطح عمومی قیمت ها معیارها و شاخصهایی را تعریف کرده اند. این شاخصها معیارهایی است که از آنها می توان برای اندازه گیری قدرت خرید پول ملی، تنظیم حجم پول در جریان، اندازه گیری تغییرات هزینه زندگی خانوارها، تشخیص سیر فشارهای تورمی، تشخیص شرایط مبادله بخشهایی مختلف تولیدی و دنیای خارج، محاسبه درآمد ملی به قیمت ثابت و بررسی اوضاع عمومی اقتصاد کشور تورم در یک اقتصاد به کار گرفت. معروفترین شاخصهای اندازه گیری رشد قیمت ها در یک اقتصاد عبارتند از:

(۱) شاخص قیمت مصرف کننده^{۱۰۰} (CPI)؛

(۲) شاخص قیمت تولید کنندگان^{۱۰۱} (PPI)؛

(۳) شاخص تعدیل کننده^{۱۰۲} GNP

^{۹۹} البته این طبقه بندی منحصر به فرد و جامع نیست و می توان طبقه بندی های دیگری نیز برای تورم ارائه کرد.

^{۱۰۰} Consumer Price index

^{۱۰۱} Producer price Index

^{۱۰۲} GNP Deflator

که تعریف و نحوه محاسبه این شاخصها را در فصل دوازدهم مرور کردیم و در اینجا به بررسی علل ایجاد تورم و پیامد های آن بسنده می کنیم. منتها پیش از آن لازم است یادآوری شود که مفهوم سطح قیمت ها و نرخ تورم با همدیگر تفاوت دارند. شاخص های اندازه گیری قیمت سطح قیمت ها را نشان می دهد. اما نرخ تورم برابر است با درصد تغییرات سطح قیمت های یکسال نسبت به سال قبل آن. نحوه استخراج تورم از شاخصهای قیمت بدین صورت است:

$$\text{نرخ تورم} = \frac{\text{سطح قیمت سال قبل} - \text{سطح قیمت سال جاری}}{\text{سطح قیمت سال قبل}} \times 100$$

برای مثال براساس آمارمنتشره از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران متوسط سطح قیمتها در سال ۱۳۸۲ برابر ۲۳۸/۲ و در سال ۱۳۸۳ برابر ۲۷۴/۵ بوده است^{۱۰۳}. براساس فرمول بالا نرخ تورم برای سال ۱۳۸۳ بدین صورت بدست می آید

$$\text{نرخ تورم} = \frac{274/5 - 238/2}{238/2} \times 100 = 15/2$$

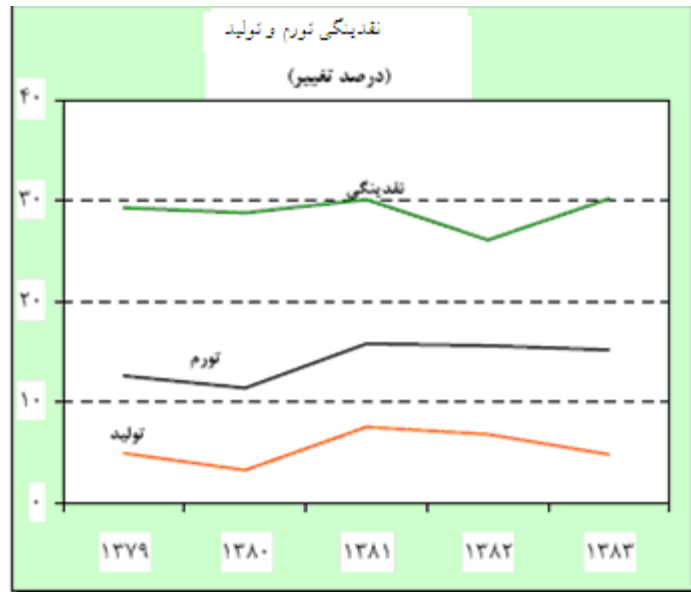
علل تورم

ریشه تورم در چیست و این که تورم چرا به وجود می آید پرسشی است که از دیر باز اقتصاد دانان در پی یافتن پاسخ آن بوده اند. به طور کلی اقتصاددانان بر نقش عوامل زیر در پیدایش تورم تاکید می ورزند.

(۱) فشار تقاضا

یکی از عوامل موثر بر تورم تغییر در تقاضای کل است. هر گاه تعادل میان تقاضا و عرضه به هم می خورد نیروهای خود کار بازار دست به کار شده و اقتصاد را به سمت تعادل پیش می راند. برای مثال وقتی تقاضا در اقتصاد بیشتر از عرضه باشد قیمت ها به سرعت رو به افزایش می نهند تا نقطه ای که تعادل و تساوی تقاضا و عرضه ایجاد شود. پس یکی از عوامل افزایش سطح عمومی قیمت ها افزایش تقاضا در یک اقتصاد است. بنابراین ریشه های تورم را باید در علل افزایش تقاضا جستجو نماییم. عوامل بسیاری در افزایش تقاضا نقش دارد. در اقتصاد ایران افزایش جمعیت، افزایش درآمد و افزایش حجم نقدینگی را از دلایل اصلی افزایش تقاضا می توان بر شمرد. نمودار زیر رابطه میان سه متغیر حجم نقدینگی، تورم و تولید را نشان می دهد.

^{۱۰۳} استخراج از بانک مرکزی اداره آمار های اقتصادی به آدرس www.cbi.ir



نمودار ۱۱۵

منبع تراز نامه بانک مرکزی ۱۳۸۳ ص ۱۴۲

در طی نیم قرن گذشته جمعیت ایران حدوداً دو برابر شده است. افزایش درآمد نیز باعث می‌شود که تقاضا برای کالاها و خدمات افزایش یابد. در صورتی که عرضه کالاها و خدمات ثابت باشد قیمت‌ها رو به افزایش می‌گذارند. از منظر اقتصاد کلان، عواملی مانند افزایش سرمایه‌گذاری، افزایش مخارج دولتی و صادرات می‌توانند در افزایش تقاضا نقش داشته باشند. بالا رفتن درآمد اسمی مردم به دلیل افزایش حجم نقدینگی در اقتصاد نیز در افزایش قیمت‌ها دخیل است. سازکار تاثیر گذاری حجم نقدینگی بر سطح عمومی قیمت‌ها از طریق رابطه‌ای معروف به رابطه مقداری پول تبیین

$$\text{حجم معاملات} \times \text{سطح عمومی قیمت‌ها} = \text{سرعت گردش پول} \times \text{حجم نقدینگی}$$

می‌شود. براساس این رابطه:

$$P \cdot Y = M \cdot V$$

که در آن P سطح عمومی قیمت‌ها، Y حجم مبادلات، M حجم نقدینگی و V سرعت گردش پول

است.

این رابطه بیان جبری نظریه معروفی به نام تئوری مقداری پول در اقتصاد است. براساس این نظریه که یکی از اساسی‌ترین نظریات در اقتصاد کلان است میان افزایش حجم نقدینگی و سطح عمومی قیمت‌ها رابطه مستقیم وجود دارد. چنانکه در فصل چهاردهم مشاهده کردیم حجم نقدینگی در اقتصاد با اتحاد زیر بیان می‌شود:

تورم ناشی از فشار هزینه (کاهش عرضه)

کاهش مداوم عرضه کالاها و خدمات نیز از علل تورم محسوب شود. به هر دلیلی اگر تولیدکنندگان و عرضه کنندگان کالاها و خدمات تولید و عرضه را کاهش دهند پدیده افزایش قیمت‌ها بروز خواهد کرد. کاهش عرضه کالاها و خدمات را می‌توان در دو بخش خارجی و داخلی طبقه بندی کرد. سیاستهای ارزی، سیاستهای بازرگانی خارجی و گمرکی ابزارهای مهمی در افزایش یا کاهش عرضه کالاهای خارجی در داخل کشور می‌باشند. برای مثال چنانچه سیاست کاهش ارزش پول ملی اجرا شود واردات گران و صادرات پر سود خواهد شد. این سیاست سبب می‌شود که از عرضه کالاهای وارداتی کاسته شود و از طرفی با افزایش صادرات کالا، حجم عرضه کالا در داخل کشور نیز کم شود. سیاستهای تعرفه‌ای و بازرگانی و گمرکی و اعمال محدودیتهای مختلف در این زمینه می‌تواند بر عرضه کالاها و خدمات در کشور اثر بگذارد. از لحاظ عرضه کالاها و خدمات داخلی، به طور کلی هر عاملی که افزایش هزینه تولید یا کاهش سود تولید کنندگان را در پی داشته باشد به کاهش عرضه کالاها و خدمات و به تبع آن به تورم منجر خواهد شد. برخی از عوامل افزایش هزینه عباتند از افزایش دستمزد نیروی کار، به مقداری بیش از افزایش بهره وری، افزایش قیمت نهاده‌های تولیدی داخلی و وارداتی. افزایش هر یک از این عوامل باعث می‌شود هزینه تولید و قیمت تمام شده کالاها و خدمات تولیدی و در نتیجه قیمت آنها افزایش یابد.

اثر بزرگ شدن دولت از دیگر عوامل کاهش عرضه در اقتصاد است. بزرگ شدن دولت در اقتصاد تنگتر شدن منطقه فعالیت بخش خصوصی را در پی دارد. زمانی که دولت و مؤسسات وابسته به آن در فعالیتهای اقتصادی شرکت می‌کنند با توجه به برخورداری دولت از اقتدار و امکانات بیشتر عرصه بر فعالیتهای بخش خصوصی تنگ می‌شود. از طرفی انگیزه سود در بخش دولتی ضعیف است. در نتیجه بخش دولتی به عنوان یک بخش ناکارا از لحاظ اقتصادی شناخته می‌شود. این جایگزینی تدریجی سبب تضعیف بخش عرضه اقتصاد می‌شود که تداوم آن منجر به پدیده تورم در اقتصاد می‌گردد.

پیامدهای اقتصادی تورم

بدون تردید تمام مدیران بانک مرکزی کشورهای دنیا برای این نکته اتفاق نظر دارند که مهار تورم یکی از ماموریت های اصلی آنان است. پدیده تورم- بسته به شدت و ضعف آن- در هر کشور تبعات، مشکلات و نابسامانی های بسیاری را بر یک اقتصاد تحمیل می‌کند. البته باید یادآور شد که وقتی ما از تورم صحبت می‌کنیم منظور ما از تورم آن نیست که قیمت همه کالاها همزمان و با نرخ یکسان افزایش یابد. در واقع افزایش قیمت‌ها به صورت نسبی صورت می‌گیرد. یعنی قیمت برخی کالاها افزایش شدید و قیمت برخی دیگر از کالاها افزایش اندک دارند. یا حتی ممکن است اصلاً افزایش نداشته باشند. این ناهمگونی در افزایش قیمت کالاها دو پیامد مسلم و قطعی دارد. نخست آنکه

توزیع ثروت و درآمد را به نفع عده ای و به ضرر عده ای دیگر به هم می زند. تورم در سالهای پایانی دهه هفتاد و سالهای آغازین دهه هشتاد هجری شمسی سبب شد قیمت ثروت هایی مانند زمین و املاک چند برابر شود. در نتیجه ملکی که به عنوان مثال، در سال ۱۳۷۰ پنج میلیون تومان ارزش داشت در سال ۱۳۸۳ ۳۰ میلیون تومان معامله می گردید. برخلاف این، ارزش دارایی هایی مثلا سپرده های مدت دار بانکی به نسبت املاک به شدت افت کرد. بنا به فرض اگر افرادی در همان سال ۱۳۷۰ دارای سپرده های مدت دار بانکی به ارزش پنج میلیون تومان بوده اند و آنرا به ازای دریافت سود معینی خریداری کرده باشند اکنون نمی توانند با در دریافت کل سپرده و سود های حاصل از آن حتی یک دانگ از ملک بالا را خریداری کنند.

علاوه بر اثر باز توزیعی، تورم ممکن است به کارایی اقتصادی لطمه وارد کند. آسیب تورم به کارایی اقتصادی به صورت انحراف (غیر واقعی ساختن) قیمت ها و علایم قیمتی بروز میکند. در تورم پایین اگر قیمت بازاری کالاها و خدمات افزایش یابد هم فروشنده و هم خریدار درک می کند که شرایط عرضه و/یا تقاضا برای آن کالا یا خدمت تغییر کرده است. اما اگر تورم در اقتصاد وجود داشته باشد تفکیک و تشخیص میان تغییر قیمت های نسبی و عمومی دشوار می شود. در نتیجه منابع به سمت فعالیت هایی که در نتیجه تورم مواجه با سودآوری بالاست هدایت می شود و لذا تخصیص منابع از تخصیص بهینه منحرف می شود.

نرخ مطلوب تورم

سیاستگذاران و متولیان امور اقتصادی هر کشور تحقق سه هدف عمده مربوط به اقتصاد کلان در یک کشور را در صدر اولویت های اقتصادی خود قرار می دهند این سه هدف عبارتند از رشد اقتصادی، اشتغال کامل و ثبات قیمت ها. به بحث رشد سریع و اشتغال کامل در جایی دیگری در این کتاب خواهیم پرداخت. اما واقعا ثبات قیمت ها به چه معناست و روند مطلوب قیمت ها در بلند مدت باید چگونه باشد؟ برخی کارشناسان اقتصاد کلان بر مزایای تورم نسبتا پایین و ثبات نسبی قیمت ها تاکید دارند. برخی دیگر بر این باورند که نرخ صفر بهینه تورم است. استدلال این گروه این است که مردم برای داشتن تصویر روشن و قابل پیش بینی از آینده برای برنامه ریزی و سرمایه گذاری لازم است با تورم بسیار پایین یا حتی صفر مواجه باشند. برخی دیگر از اقتصاد دانان بر این باورند که تورم صفر در یک اقتصاد رکود و بیکاری را تشدید می کند. دلیل این امر نیز این است که براساس فرض تورم صفر سطح متوسط دستمزدها باید ثابت باشد. ثبات سطح متوسط دستمزدها از متوسط دستمزدهای رو به افزایش و رو به کاهش بدست می آید. و این امر زمانی تحقق می یابد که برخی از دستمزدها کاهش یابند و برخی دیگر افزایش یابند. اما مطالعات نشان میدهد که معمولا دستمزدها نسبت به کاهش چسپندگی دارند. چسپندگی دستمزدها به این معناست که افراد نسبت به کاهش دستمزدهایشان مقاومت نشان می دهند. از زوایه اقتصاد کلان مدلول این تحلیل این است که تورم صفر - در مقایسه با

تورم با نرخهای ۳-۴ درصد با سطح بالاتری از بیکاری پایدار و سطح کمتری از تولید همراه است. به عبارت دیگر، تورم صفر نیز مانند نرخهای بالای تورم ناکارایی در تخصیص منابع به بار خواهد آورد. خلاصه آن که هرچند هیچ نرخ به طور معین و مشخص به عنوان یگانه نرخ مطلوب و بهینه تورم مورد اتفاق اقتصاددانان قرار ندارد اما تقریباً غالب اقتصاد دانان بر این نکته اتفاق دارند که افزایش پیش بینی پذیر و ملایم در سطح عمومی قیمت ها فضای مناسبی برای رشد سالم اقتصادی فراهم می کند.

خلاصه

وقتی سطح عمومی قیمتها افزایش می یابد گفته می شود که در آن اقتصاد تورم وجود دارد. آن افزایشی تورم است که اولاً میانگین سطح قیمت ها افزایش یابد، ثانياً به آن افزایشی در قیمت ها تورم اطلاق می شود که خود افزا باشد و در طی زمان یا یک دوره دارای تغییرات مثبت باشد. زمانی که قیمت ها به کندی و با ملایمت رو به افزایش است گفته می شود که تورم خزنده وجود دارد؛ زمانی تورم که از مرحله تک رقمی فراتر رفته و به نرخ دو رقمی یا حتی سه رقمی رسیده باشد تورم شتابان نامیده می شود؛ زمانی که نرخ های تورم از سه رقمی در می گذرد گفته می شود تورم تازنده است. معروفترین شاخصهای اندازه گیری رشد قیمتها در یک اقتصاد عبارتند از: (۱) شاخص قیمت مصرف کننده^{۱۰۴} (CPI)؛ (۲) شاخص قیمت تولید کنندگان^{۱۰۵} (PPI)؛ (۳) شاخص تعدیل کننده^{۱۰۶} GNP مهمترین عوامل پیدایش تورم عبارتند از فشار تقاضا و افزایش هزینه. در صورتی که عرضه کالاها و خدمات ثابت باشد عواملی مانند افزایش سرمایه گذاری، افزایش مخارج دولتی و صادرات می توانند با افزایش تقاضا منجر به افزایش قیمت ها (تورم) شود. بالا رفتن درآمد اسمی مردم به دلیل افزایش حجم نقدینگی در اقتصاد نیز در افزایش قیمت ها دخیل است. کاهش مداوم عرضه کالاها و خدمات در دو بخش خارجی و داخلی نیز از عوامل پیدایش تورم است. سیاستهای ارزی، سیاستهای بازرگانی خارجی و گمرکی، افزایش صادرات کالا، از عوامل تغییر در عرضه کالا و خدمات در بخش خارجی و داخلی می باشد.

¹⁰⁴ Consumer Price index

¹⁰⁵ Producer price Index

¹⁰⁶ GNP Deflator

تورم در هر کشور تبعات، مشکلات و نابسامانی هایی را متناسب با اندازه تورم بر یک اقتصاد تحمیل می کند. مهمترین این عواقب عبارتند از به هم خوردن توزیع ثروت و درآمد و آسیب رسیدن به کارآیی از طریق پیدایش انحراف در قیمت‌ها و انحراف در تخصیص بهینه منابع

بررسی تاریخ اقتصادی ایران نشان می دهد که در طی هفتاد سال گذشته اقتصاد ایران تنها سه بار نرخ تورم منفی (تنزل قیمت‌ها) (تا $-۱۷/۰\%$) و یک بار نرخ تورم سه رقمی ($+۱۱۰/۵\%$) را تجربه کرده است. میانگین تورم برای سایر سالها کمتر از ۲۵ درصد بوده است.

مهمترین راهکارهای مقابله با تورم استفاده از سیاست های پولی، مالی و درآمدی است، که موجب کنترل تقاضا و هزینه های تولید می شود.

سوالات فصل پانزدهم

- ۱- تورم چیست؟ آیا هر افزایشی در قیمت ها را می توان تورم نامید؟
- ۲- بر اساس معیار میزان شدت و نرخ تورم یک دسته بندی از تورم ارائه دهید؟
- ۳- معروف ترین شاخصهای اندازه گیری رشد قیمت‌ها در یک اقتصاد را نام ببرید؟
- ۴- آیا دو مفهوم سطح قیمت ها و نرخ تورم به یک معناست توضیح دهید؟
- ۵- دو عامل اصلی پیدایش تورم را نام ببرید و چگونگی دخالت آنها در ایجاد تورم را توضیح دهید؟
- ۶- مفاد نظریه مقداری پول را توضیح دهید؟
- ۷- توضیح دهید چگونه افزایش درآمدهای ارزی و افزایش کسری بودجه دولت باعث تشدید تورم می شود؟
- ۸- پیامدهای زیانبار تورم بر توزیع درآمد و ثروت و انحراف قیمت ها را شرح دهید؟
- ۹- آیا می توان نرخی را به عنوان یگانه نرخ مطلوب و بهینه برای تورم تعیین کرد؟

فصل شانزدهم

بیکاری، تعریف، انواع و پیامدها

یکی از چالشهای بسیار مهم که امروز هم اقتصادهای در حال توسعه و هم اقتصادهای توسعه یافته پیش روی خود دارند معضل بیکاری است. حد اقل پیامد بیکاری در کشورهای توسعه یافته و صنعتی تحمیل هزینه های هنگفت بر دوش دولت در قالب پرداخت بیمه های بیکاری و تامین اجتماعی است. اما پیامد بیکاری در کشورهای در حال توسعه تشدید فقر و در نتیجه تن دادن به نابسامانی ها و گرفتاریهای ناشی از بیکاری و فقدان درآمد و معیشت لازم برای گذران امور و مخارج روزمره زندگی است. فقر و فقدان درآمد در جامعه انواع مفاسد اجتماعی و اقتصادی را بدنبال دارد و می تواند بنیان های پویایی و شکوفایی جامعه را به خطر بیاندازد.

معضل بیکاری و تلاش برای کاهش از تعداد بیکاران در بیشتر کشورهای در حال توسعه در صدر اولویت های اقتصادی هر کشور قرار دارد. بیکاری مطلق بلایی است که هم دامنگیر کشورهای در حال توسعه است و هم دامنگیر کشورهای به اصطلاح توسعه یافته. اما آنچه بر وخامت معضل بیکاری در کشورهای در حال توسعه می افزاید پدیده های نابهنجار دیگری به نام کم کاری و بیکاری پنهان و مشاغل کاذب است.

در این فصل با مفاهیم و تعاریف مرتبط با اشتغال و بیکاری، معیارهای سنجش و اندازه گیری بیکاری و بیکاران، انواع بیکاری و تبعات و پیامدهای بیکاری آشنا می شویم و در پایان وضعیت اشتغال و بیکاری را در اقتصاد ایران مرور می کنیم.

تعریف کار و بیکاری

آن دسته از فعالیت های اقتصادی (فکری و یا بدنی) که به منظور کسب درآمد (نقدی و یا غیرنقدی) صورت پذیرد و هدف آن تولید کالا یا ارائه ی خدمات باشد، کار محسوب می شود.^{۱۰۷}

بیکاری به حالتی اطلاق می شود که بخشی از نیروی کار جامعه به رغم تمایل و آمادگی برای اشتغال به کار نتوانند برای خود شغل یا کار دست و پا کنند. در آمار و ارقام مربوط به بیکاری تنها افرادی بیکار نامیده می شوند که در تلاش و تکاپو برای یافتن شغل برای خود باشند. اما افرادی که به طور دلخواه و از سر تمایل یا تنبلی حاضر به کار کردن نباشند در آمار بیکاری در نظر گرفته نمی شوند زیرا آنها اساساً در زمره نیروی کار قرار نمی گیرند.

^{۱۰۷} کلیه تعاریف این قسمت از مرکز آمار ایران و به نقل از سالنامه های آماری سالهای مختلف و پایگاه اینترنتی این مرکز به نشانی

اندازه گیری بیکاری

به طور کلی جمعیت یک کشور را می توان ابتدا به دو گروه تقسیم کرد:

جمعیت فعال اقتصادی

تمام افراد در سن کار (۱۰ساله و بیش تر که قابلیت و توان کار داشته باشند) که در هفت روز پیش از مراجعه مامور سرشماری طبق تعریف کار، در تولید کالاها و خدمات مشارکت داشتند (شاغل) و یا از قابلیت مشارکت برخوردار بوده اند (بیکار)، جمعیت فعال از نظر اقتصادی محسوب می شوند.

براساس این تعریف جمعیت فعال خود به دو دسته شاغلین و بیکاران تقسیم می شود. شاغل کسی است که حداقل به یکی از مشاغل به ازای دریافت دستمزد و حقوق اشتغال داشته باشد. براساس تعریف رایج در ایران تمام افراد ۱۰ ساله و بیش تر که در طول هفته ی مرجع، طبق تعریف کار، حداقل یک ساعت کار کرده و یا بنا به دلایلی موقتاً کار را ترک کرده باشند، شاغل محسوب می شوند که به طور عمده شامل دو گروه مزد و حقوق بگیران و خوداشتغالان می شوند.

اشتغال ناقص

افراد دارای اشتغال ناقص شامل (شاغل پاره وقت) تمام شاغلان مزدبگیر یا خود اشتغالی است که در هفته ی مرجع، حاضر در سرکار یا غایب موقت از کار بوده، و به دلایل اقتصادی (رکود کاری، پیدا نکردن کار با ساعت بیش تر، قرار داشتن در فصل غیر کاری و ...) کمتر از ۴۴ ساعت کار کرده، خواهان و آماده برای انجام کار اضافی در هفته ی مرجع هستند.

بیکار کسی است که توانایی کار کردن داشته باشد، در جستجوی کار باشد به بیان دقیقتر کسانی که شاغل محسوب نمی شوند و در هفت روز گذشته در جستجوی کار بوده اند، بیکار (جویای کار) محسوب می شوند. همچنین کسانی هم که در هفت روز گذشته به اقتضای فصل و ماهیت فصلی کار خود بیکار بوده اند، چنانچه در جستجوی کار دیگر باشند بیکار جویای کار محسوب می شوند. منظور از بیکار فردی است که در هفت روز گذشته، همزمان دارای سه خصوصیت زیر باشد:

۱- فاقد کار شاغل مزدبگیر یا خود اشتغالی نباشند)

۲- آماده برای کار (برای اشتغال مزدبگیری یا خود اشتغالی)

۳- جویای کار (اقدامات مشخصی را به منظور جستجوی اشتغال مزدبگیری و یا خود اشتغالی به عمل آورده باشند).

۲- جمعیت غیر فعال- افرادی که در زمره نیروی کار به شمار نمی آیند. بنابراین افراد زیر و بالای سن مجاز و معمول

برای کار مانند کودکان، دانش آموزان، باز نشستگان و پیران و هم چنین دانشجویان که تمام وقت مشغول به تحصیل اند، زنان خانه دار به عنوان نیروی کار یک کشور شناخته نمی شوند.

نرخ بیکاری: عبارت است از جمعیت بیکار به کل جمعیت فعال (شاغل و بیکار) ضرب در ۱۰۰. مثلاً براساس آمارهای بانک مرکزی در سال ۱۳۸۲ کل جمعیت ایران ۶۶۶۸۰ نفر بوده است که از این میان ۲۱۰۱۴۰۰۰ نفر آن جمعیت فعال بوده اند. نرخ بیکاری نیز در این سال ۱۲/۲ درصد گزارش شده است.

نسبت عمومی فعالیت: عبارت است از جمعیت فعال (شاغل و بیکار) به کل جمعیت ضرب در ۱۰۰. (این نسبت در سال ۱۳۸۲ ۳۱/۵ بوده است)

مدت بیکاری: مدت بیکاری، مدت زمانی است که فرد به طور پیوسته و مختوم به زمان آمارگیری مطابق تعریف، بیکار بوده است.

بیکاری طولانی مدت: اگر مدت بیکاری یک سال و بیش تر باشد تحت عنوان بیکاری طولانی مدت تعریف می شود.

انواع بیکاری

بر اساس تحلیل اقتصادی از پدیده بیکاری می توان بیکاری را به چند دسته زیر تقسیم کرد.

بیکاری اصطکاکی یا برخوردی^{۱۰۸}

اقتصاد های مدرن و رقابتی امروز از پویایی کم سابقه ای برخوردار است. در یک اقتصاد پویا انعطاف پذیری مشاغل بالاست. هر روز مشاغل تازه ای ایجاد و مشاغل دیگری از بین می رود. افراد شاغل نیز مدام در جستجوی موقعیت برتر و بهتر علاقه مندند فرصت شغلی بهتری دست و پا کنند. حتی اگر اقتصاد در حالت اشتغال کامل قرار داشته باشد باز هم هستند افرادی که کاری را شایسته خود و مزایای آنرا همخوان با انتظارات و توقعات خود نمی دانند و با ترک شغل خود در صدد یافتن شغل تازه برمی آیند. این افراد ممکن است در فاصله ترک شغل پیشین و یافتن شغل جدید مدتی بیکار بمانند. هم چنین دانشجویانی که پس از فراغت از تحصیل در تکاپوی یافتن کاری بر می آیند تا زمان یافتن شغل بیکار شمرده می شوند اصطلاحاً این نوع بیکاری را بیکاری اصطکاکی می نامند.

¹⁰⁸ Frictional unemployment

بیکاری ساختاری^{۱۰۹}

بیکاری ساختاری زمانی در اقتصاد پدید می آید که تناسب و تطابق میان عرضه و تقاضای نیروی کار در بازار کار به هم بخورد. به عبارت دیگر زمانی که مکان، قابلیت و مهارت نیروی کار با نیازهای شغلی جامعه همخوانی نداشته باشد بیکاری ساختاری بروز و ظهور می کند. فقدان تناسب و تطابق هنگامی پیش می آید که تقاضا برای نوعی از نیروی کار افزایش یابد و تقاضای برای نوعی دیگری از نیروی کار کاهش یابد در حالیکه عرضه نیروی کار به همان وضعیت سابق باقی بماند و نتواند خود را با شرایط جدید مطابق سازد. مثلا، دو سه دهه پیشتر در ایران رشد جمعیت و افزایش توقعات و سطح زندگی از یک سو و کمبود کادر درمانی و بهداشتی سبب شد تعداد زیادی نیرو در رشته های علوم پزشکی و علوم مرتبط با آن در دانشگاه ها مشغول به تحصیل شوند اما زمانی که این گروه از دانشجویان فارغ التحصیل شدند تقاضا برای پزشکان عمومی به خصوص در شهرها کاهش یافت و این امر سبب شد عده کثیری از فارغ التحصیلان دانشکده های علوم پزشکی بیکار بمانند یا به مشاغل خارج و بدور از حیطه تخصص خود روی آورند. بی تردید بیکاری ساختاری در هر کشوری یکی از عوامل اصلی و کلیدی است. در گذار جوامع از اقتصاد های سنتی مبتنی بر کشاورزی، دامداری و کارگاههای دستی به اقتصاد مبتنی بر صنعت، تولید انبوه و مکانیزه، کشاورزی صنعتی، و هم چنین انتقال از این مرحله به مرحله اقتصاد مبتنی بر دانایی بسیاری از افراد طعم تلخ بیکاری را می چشند. روستاییان کشاورز و شهریان استادکار با ورود ماشین و دستگاههای صنعتی و عمدتا خودکار از کار بیکار و به خیل بیکاران افزوده می شوند.

بیکاری ادواری^{۱۱۰}

بیکاری ادواری زمانی به وجود می آید که سطح عمومی تقاضا برای نیروی کار پایین است. بیکاری ادواری همسو با رکود و کساد در اقتصاد کاهش یا افزایش می یابد. زمانی که تولید ناخالص داخلی در حال افزایش است بیکاری ادواری کاهش می یابد. زمانی که سطح تولید و به تبع آن مخارج کل کاهش می یابد بر نرخ بیکاری افزوده می شود. گونه دیگری از بیکاری که می توان آنرا به عنوان زیر مجموعه بیکاری ادواری در نظر گرفت معروف به بیکاری بین المللی است. بیکاری بین المللی زمانی در یک اقتصاد بروز می کند که آن اقتصاد وابستگی شدیدی به اقتصاد بین الملل داشته باشد. مثلا کشورهایی مانند چین و ژاپن که نسبت تجارت خارجی به تولید

109 Structural unemployment

110 Cyclical unemployment

ناخالص داخلی در آن کشورها بالاست در صورت بروز رکود یا عامل دیگری در اقتصاد جهانی که باعث شود تقاضای برای کالاهای صادراتی آنها کاهش یابد نرخ بیکاری را در آن کشورها بالا خواهد برد.

بیکاری فصلی^{۱۱۱}

چنانکه می دانیم در برخی از فصل های سال -مثلا زمستان- برخی از فعالیت های اقتصادی مانند کشاورزی و احیانا باغداری و ساختمان سازی متوقف یا کند می شود. افراد شاغل در این مشاغل در فصل های خاصی بیکار می شوند. این نوع بیکاری به عنوان بیکاری فصلی معروف است.

بیکاری پنهان^{۱۱۲}

در اکثر کشور های در حال توسعه و کمتر توسعه یافته از تمام ظرفیت ها و توانایی های واقعی نیروی کار استفاده کامل صورت نمی گیرد. مثلا عده ای چه در ادارات دولتی چه در کارخانه ها و شرکت های خصوصی به صورت رسمی شاغلند و به نحوی خود را سرگرم کرده اند اما حضور آنها اثر معنادار و معتنا بهی در پیشبرد کار ندارد. گفته می شود در این نوع مشاغل بیکاری پنهان وجود دارد. برخی مشاغل کاذب و غیر رسمی مانند دست فروشی و کوپن فروشی و... را نیز جز بیکاران از نوع بیکاری پنهان می شمارند.

بیکاری پنهان را می توان از زاویه دیگری به نام پایین بودن بهره وری نیز تعریف کرد. منظور از بهره وری نسبت داده به ستانده (نهاد به محصول) است. اگر کل ستانده را بر مقدار نهاده نیروی کار (مثلا یک ساعت وقت نیروی کار) تقسیم کنیم بهره وری نیروی کار بدست می آید. زمانی که بتوان با همان نهاده سابق مقدار بیشتری محصول تولید کرد اصطلاحا گفته می شود بهره وری افزایش یافته است. در کشورهایی که بیکاری پنهان وجود دارد بهره وری نیروی کار بسیار پایین است. به این معنا که همان مقدار تولید (یا کار مفیدی) که یک نیروی کار (مثلا کارمند) در کشورهای کمتر توسعه یافته در طی یک هفته انجام می دهد همان مقدار تولید را یک نیروی کار بهره ور ژاپنی در یک روز انجام می دهد.

برای اندازه گیری بهره وری نیروی کار در یک بخش از اقتصاد می توان از نسبت ارزش افزوده به تعداد شاغلین آن بخش استفاده نمود. در سطح کل بهره وری نیروی کار از نسبت تولید ناخالص داخلی به تعداد کل شاغلین بدست می آید.

جدول زیر برآورد میزان بهره وری نیروی کار ایران در سال های ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۳ را نشان می دهد.

¹¹¹ Seasonal Unemployment

¹¹² Underemployment

عواقب و پیامدهای بیکاری

بیکاری هم معضل اقتصادی است و هم مشکل و معضل اجتماعی. بیکاری یک معضل اقتصادی است زیرا وجود بیکاری به معنای هدر رفتن (عدم استفاده و عاطل و باطل ماندن) یکی از منابع اصلی و ارزشمند تولید یعنی نیروی کار است. زمانی که بیکاری در یک کشور افزایش می یابد مثل آن است که کشور بخشی از کالاها و خدماتی را که این نیروی کار بیکار می توانست تولید کند بدست خود دور انداخته است.

هزینه های اقتصادی بیکاری بدون تردید بسیار هنگفت است اما هزینه های انسانی و روانی بیکاری مزمن را نمی توان در قالب ارقام و اعداد بیان کرد. بیکاری باعث می شود درآمد افراد و خانوارها کاهش یابد و آنها را از لحاظ تامین مایحتاج ضروری زندگی در مضیقه قرار دهد. تداوم بیکاری در هر جامعه سرخوردگی و ناامیدی را در میان بیکاران و خانواده های آنها تشدید می کند و عقده حقارت ایجاد و تشدید می کند که بدنبال خود انواع ناهنجاریهای اجتماعی را به وجود می آورد. محرومیت ها را افزایش می دهد فشار، تنش ها، و ناهنجاریهای شدید روحی و روانی را بر جامعه تحمیل می کند، سلامت جامعه را به خطر می اندازد و حتی شاخص های مهم توسعه مانند امید به زندگی را کاهش می دهد. ریشه های بیکاری: هرچند ریشه های بیکاری در هر جامعه را باید بر اساس شرایط و وضعیت اقتصادی حاکم بر آن جامعه باید تحلیل کرد اما در اغلب موارد رکود و کساد اقتصادی به عنوان یکی از مهمترین عوامل بیکاری تلقی می شود. بیکاری و رکود اقتصادی پابه پا و همسو و هماهنگ باهم حرکت می کنند. دردناک ترین پیامد هر رکود در اقتصاد افزایش نرخ بیکاری است. با ظهور رکود و کساد اقتصادی و کاهش تولید بنگاهها نیاز کمتری به نیروی کار دارند و بخشی از نیروی کار خود را از کار اخراج می کنند.

قانون اوکان^{۱۱۶} ()

اقتصاد دانی به نام اوکان با مطالعه آمار و ارقام اقتصاد آمریکا نشان داد که به ازای دو درصد کاهش در تولید ناخالص داخلی هر کشور یک درصد بر نرخ بیکاری آن کشور افزوده می شود. شاید مهم ترین نتیجه قانون اوکان این است که برای پیشگیری از افزایش نرخ بیکاری تولید ناخالص داخلی نباید از سطح بالقوه^{۱۱۷} خود کاهش یابد و اینکه برای ایجاد یک درصد کاهش در نرخ بیکاری لازم است تولید ناخالص داخلی واقعی یک کشور دو درصد بیشتر از تولید ناخالص داخلی بالقوه آن کشور رشد یابد.

¹¹⁶ Okan Law

¹¹⁷ تولید در وضعیت اشتغال کامل را تولید بالقوه می نامند (Mankiw 2000)

خلاصه:

آن دسته از فعالیت‌های اقتصادی (فکری و یا بدنی) که به منظور کسب درآمد (نقدی و یا غیرنقدی) صورت پذیرد و هدف آن تولید کالا یا ارائه‌ی خدمات باشد، کار محسوب می‌شود.

بیکاری به حالتی اطلاق می‌شود که بخشی از نیروی کار جامعه به رغم تمایل و آمادگی برای اشتغال به کار نتوانند برای خود شغل یا کار دست و پا کنند. اما افرادی که به طور دلخواه مایل به کار کردن نباشند در آمار بیکاری در نظر گرفته نمی‌شوند زیرا آنها اساساً در زمره نیروی کار قرار نمی‌گیرند

تمام افراد در سن کار (۱۰ساله و بیش‌تر) که در هفت روز پیش از مراجعه مامور سرشماری طبق تعریف کار، در تولید کالاها و خدمات مشارکت داشتند (شاغل) و یا از قابلیت مشارکت برخوردار بوده‌اند (بیکار)، جمعیت فعال از نظر اقتصادی محسوب می‌شوند.

جمعیت فعال خود به دو گروه شاغلین و بیکاران تقسیم می‌شود. شاغل کسی است که حد اقل به یکی از مشاغل به ازای دریافت دستمزد و حقوق اشتغال داشته باشد. براساس تعریف رایج در ایران تمام افراد ۱۰ ساله و بیش‌تر که در طول هفته‌ی مرجع، طبق تعریف کار، حداقل یک ساعت کار کرده و یا بنا به دلایلی موقتاً کار را ترک کرده باشند، شاغل محسوب می‌شوند.

افراد دارای اشتغال ناقص شامل (شاغل پاره وقت) تمام شاغلان مزدبگیر یا خود اشتغالی است که در هفته‌ی مرجع کمتر از ۴۴ ساعت کار کرده، خواهان و آماده برای انجام کار اضافی در هفته‌ی مرجع هستند.

بیکاری افرادی که شغل قبلی خود را ترک گفته‌اند تا به کار دیگری مشغول شوند بیکاری اصطلاحاً نامیده می‌شود.

بیکاری ساختاری زمانی در اقتصاد پدید می‌آید که تناسب و تطابق میان عرضه و تقاضای نیروی کار در بازار کار به هم بخورد.

بیکاری ادواری زمانی به وجود می‌آید که سطح عمومی تقاضا برای نیروی کار پایین است. بیکاری ادواری همسو با رکود و کساد در اقتصاد کاهش یا افزایش می‌یابد.

بیکاری افراد شاغل در مشاغل خاصی مانند کشاورزی، باغداری و... که در برخی از فصل‌های سال متوقف یا کند می‌شود به عنوان بیکاری فصلی معروف است.

اقتصاددانان شاغلین برخی مشاغل کاذب و غیر رسمی مانند دست‌فروشی و کوپن‌فروشی و... را جز بیکاران از نوع بیکاری پنهان می‌شمارند.

نرخ طبیعی بیکاری: بسته به شرایط و تحولات و متغیر زمان معمولاً میان ۴ تا ۶ درصد بیکاری در کشورهای مختلف به عنوان نرخ بیکاری طبیعی در نظر گرفته می شود.

بیکاری در یک کشور دو نوع پیامد واضح دارد: الف) پیامد اقتصادی بیکاری به صورت هدر رفتن و عاطل ماندن یکی از منابع اصلی تولید یعنی نیروی کار ب) هزینه های اجتماعی بیکاری که در شکل نبود درآمد و فقر و در نتیجه بیسوادی، محرومیت و بیماری های روانی و روحی جسمی هزینه های سنگینی را بر اجتماع تحمیل می کند.

معمولاً رکود و کساد اقتصادی به عنوان مهمترین عامل بیکاری شناخته می شود. بر همین اساس اوکان نشان داده است که به ازای دو درصد کاهش در تولید ناخالص داخلی هر کشور یک درصد بر نرخ بیکاری آن کشور افزوده می شود

مهم ترین نتیجه قانون اوکان این است که برای ایجاد یک درصد کاهش در نرخ بیکاری لازم است تولید ناخالص داخلی واقعی یک کشور دو درصد بیشتر از تولید ناخالص داخلی بالقوه آن کشور رشد یابد.

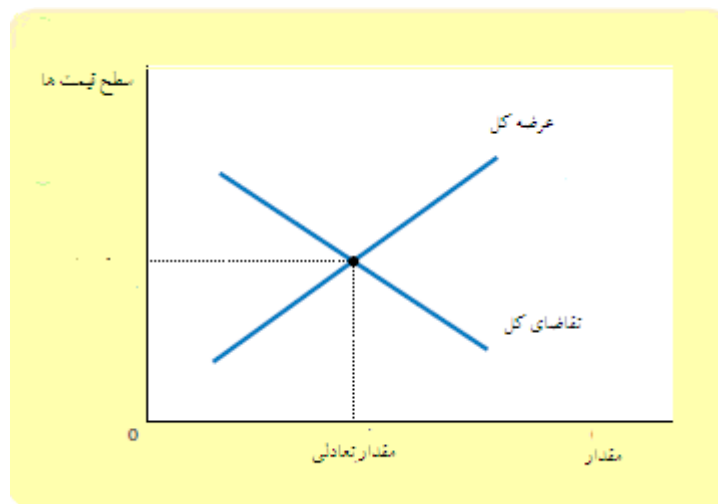
سوالات فصل شانزدهم

- ۱ - مفاهیم زیر را تعریف کنید:
الف) کار ب) بیکاری ج) جمعیت فعال د) شاغل
- ۲ - انواع بیکاری را نام برده و هر یک را تعریف کنید؟
- ۳ - نرخ بیکاری طبیعی چیست؟
- ۴ - بیکاری در یک اقتصاد چه پیامدهایی دارد توضیح دهید؟
- ۵ - مهمترین عامل پیدایش بیکاری چیست؟
- ۶ - قانون اوکان را توضیح دهید، مهمترین نتیجه این قانون چیست؟

فصل هفدهم

تقاضا و عرضه کل

رسالت شاخه اقتصاد کلان علم اقتصاد تحلیل و بررسی و پیش بینی عملکرد رفتارها و روند های کلان و کلی - مانند تولید کل ، سطح قیمتها- و نوسانات اقتصاد یک کشور یا مجموعه ای از کشورهاست . اقتصاد دانان برای این کار از الگویی به نام الگوی عرضه و تقاضا کل استفاده می کنند. تصویر این الگو در نمودار زیر آورده شده است .
نمودار ۱۷-۱ منحنی عرضه و تقاضای کل



نمودار ۱۷-۱

این نمودار عرضه و تقاضای کل محصولات را در کل اقتصاد نشان میدهد . در محور افقی مقدار کل محصول یابه بیان دیگر تولید ناخالص داخلی یک کشور رسم شده است. محور عمودی سطح عمومی قیمت ها را نشان می دهد. سطح عمومی قیمت ها را با استفاده از شاخصهای سنجش قیمت -مثلا شاخص بهای مصرف کننده - بدست می آوریم . چنانکه در نمودار بالا مشاهده می کنید الگوی عرضه و تقاضا از ترکیب دو منحنی تشکیل شده است:

(۱) منحنی تقاضای کل، که شیب نزولی دارد و آنرا معمولا با حروف AD^{118} نشان می دهند. منحنی تقاضا منحنی ای است که کل تقاضای (توان و تمایل به خرید) خانوارها، بنگاهها دولت و خالص تقاضای خارجی را برای کالاها و خدمات به ازای سطوح مختلف قیمت ها نشان می دهد. تقاضای کل رابطه میان سطح عمومی قیمت ها و مقدار تقاضای

کل را نشان می دهد. به عبارت دیگر منحنی تقاضای کل نشان می دهد که در قیمت های مختلف چه مقدار کالا و خدمات توسط بخشهای مختلف اقتصادی یک کشور تقاضا می شود.

۲) منحنی منحنی عرضه کل، که دارای شیب صعودی است، و آنرا با علامت اختصاری AS^{119} مشخص می کنند. عرضه کل عبارت است از مقدار کالاها و خدماتی که بنگاهها در سطوح مختلف قیمت حاضرند آنرا تولید کنند و بفروشند. منحنی عرضه کل رابطه میان قیمت های مختلف و مقدرا کالاها و خدمات عرضه شده در یک اقتصاد را نشان می دهد.

در نقطه ای که این دو منحنی همدیگر را قطع می کنند گفته می شود اقتصاد در تعادل قرار دارد. در حالت تعادل قیمت کالاها و خدمات در سطحی قرار دارد که هم تقاضا کنندگان و هم عرضه کنندگان از آن وضعیت رضایت^{۱۲۰} دارند.

منحنی تقاضای کل

چرا منحنی تقاضای کل نزولی است؟

گفتیم منحنی تقاضای کل شیب نزولی دارد. معنای این امر این است که اگر قیمتها به هر دلیلی کاهش یابد بطور متوسط کل تقاضای عمومی برای کالاها و خدمات افزایش می یابد. اما چرا چنین رابطه (رابطه معکوس) میان قیمت و تقاضای کل وجود دارد؟

در فصل سیزدهم گفتیم که مولفه های تقاضای کل عبارتند از: مصرف، سرمایه گذاری، مخارج دولتی و خالص صادرات.

$$Y=C+I+G+NX$$

برای تسهیل در امر تحلیل در اینجا فرض می کنیم که مخارج دولتی به دلیل سیاستگذاری ثابت است. سه جز دیگر تقاضای کل یعنی مصرف، سرمایه گذاری و خالص صادرات به شرایط اقتصادی خصوصا سطح قیمت ها بستگی دارد. برای پی بردن به دلیل نزولی بودن منحنی تقاضای کل تاثیر سطح قیمت ها بر مقدار کالاها و خدمات تقاضا شده برای مصرف، سرمایه گذاری و خالص صادرات را بررسی می کنیم.

¹¹⁹ Aggregate Supply

¹²⁰ - مفهوم رضایت در اینجا بار ارزشی ندارد. بلکه منظور این است که برنامه های هر دو در این نقطه یکسان است.

رابطه میان سطح قیمت ها و میزان مصرف

به طور کلی هر تغییری در سطح قیمت ها بر مقدار مصرف کل اثر می گذارد. فرض کنید قیمت ها کاهش می یابد. با کاهش قیمت ها هرچند ارزش اسمی پول تغییری نمی کند اما ارزش حقیقی پول به عنوان یکی از اجزای ثروت خانوارها افزایش می یابد. در نتیجه قدرت خرید پول بالا می رود. بنا براین کاهش در سطح عمومی قیمت ها موجب می شود خانوارها احساس ثروتمندی بیشتر نموده و بر مقدار تقاضای خود از کالاها و خدمات بیا افزایشند. این اثر اصطلاحاً اثر ثروت نامیده می شود.

رابطه سطح عمومی قیمت ها و سرمایه گذاری

کاهش سطح قیمت ها از طرفی میزان مصرف کل را افزایش می دهد در نتیجه بنگاهها باید به اضافه تقاضا پاسخ دهند از طرف دیگر به دلیل کاهش هزینه (کاهش نرخ بهره) میزان سرمایه گذاری افزایش می یابد. یا از زاویه دیگر، اگر بنگریم، کاهش سطح قیمت و افزایش قدرت خرید پول خانوارها در مقایسه با وضعیت قبلی با پولی کمتر مخارج و خریدهای روزمره خود را تامین می کنند. در نتیجه مقداری از پولهای آنها اضافه می ماند. آنها می توانند این مقدار پول اضافه را برای تامین مالی سرمایه گذاری در اختیار افراد قرار دهند یا اینکه به سپرده های پس انداز خود در بانک بیاورند. بانکها با استفاده از این پس اندازها می توانند وامها و اعتبارات بیشتری در اختیار مشتریان خود قرار دهند. به هر حال، با به وجود آمدن اضافه عرضه در بازار پول و افزایش رجوع بیشتر مردم برای ارایه پول های مازاد خود به بازار پول نرخ بهره کاهش می یابد. کاهش یافتن نرخهای بهره هزینه سرمایه گذاری پایین می آید و در نتیجه سطح سرمایه گذاری افزایش می یابد. با افزایش سرمایه گذاری تقاضا برای کالاها و خدمات توسط بنگاهها و به تبع آن تقاضای کل افزایش می یابد. این اثر به عنوان اثر نرخ بهره معروف است.

رابطه سطح عمومی قیمت ها و خالص صادرات

فرض کنید سطح قیمتها کاهش یابد. کاهش قیمتها در داخل کشور باعث می شود کالاهای ساخت داخل در مقایسه با کالای ساخت خارج ارزانتر شود. به عبارتی واردات گران و صادرات ارزانتر می شود. در نتیجه مردم ترجیح می دهند به جای کالاهای خارجی از کالاهای داخلی بیشتر مصرف کنند. از سویی دیگر تقاضای خارجیان از کالاهای داخلی نیز بیشتر می شود. بنابراین تقاضای کل برای کالاها و خدمات داخلی افزایش می یابد.^{۱۲۱}

^{۱۲۱} -توجه شود که در بررسی عوامل مؤثر بر تقاضا و عرضه کل و جابجایی آنها ثبات سایر شرایط همیشه مفروض در نظر گرفته می شود و این فرض در تمامی تحلیل ها مؤکداً محفوظ است.

مبرهن است که در هر سه مورد فوق عکس این قضایا نیز صادق است. یعنی افزایش سطح عمومی قیمت ها باعث می شود تقاضای کل کاهش یابد.

بدین ترتیب مشاهده می کنیم که در هر یک از سه مورد بالا میان سطح قیمت و مقدار تقاضای کل برای کالاها و خدمات رابطه عکس وجود دارد.

عوامل موثر بر انتقال منحنی تقاضای کل

در موارد بالا فرض می کردیم قیمت ثابت نیست و افزایش / کاهش قیمت باعث می شود تقاضا کل کاهش / افزایش یابد. حال فرض می کنیم قیمت ها ثابت باشد. علاوه بر قیمت عوامل دیگری بر تعیین مقدار کالاها و خدمات مورد تقاضا در یک اقتصاد نقش دارد. هرگاه یکی از این عوامل تغییر کنند منحنی تقاضا جابجا می شود.

به طور کلی - با فرض ثابت بودن قیمتها- هر تغییری در یکی از اجزای تقاضای کل مانند مصرف، سرمایه گذاری، خالص صادرات یا مخارج دولتی باعث می شود منحنی تقاضای کل جابجا شود. در اینجا مکانسیم جابجایی منحنی تقاضا به دلیل تغییرات در هر یک از اجزای تقاضای کل را به اجمال بررسی می کنیم.

جابجایی منحنی تقاضای کل به دلیل تغییر مصرف

فرض کنید دولت ایران تصمیم بگیرد برنامه تامین اجتماعی برای پوشش تمام خانوارهای ایرانی گسترش دهد. این تصمیم بدون تردید دغدغه مردم را نسبت به پس انداز برای ایام بازنشستگی و دوران پیری کاهش می دهد بنا براین مردم مقدار کمتری از درآمد جاری شان را پس انداز خواهند کرد. در نتیجه میزان مصرف در کشور افزایش خواهد یافت. با افزایش در مقدار مصرف منحنی تقاضای کل به سمت راست و بالا منتقل خواهد شد. برعکس فرض کنید دولت نرخ مالیات بر درآمد را افزایش دهد. این امر سبب می شود- با فرض ثبات قیمت ها- سطح مصرف در اقتصاد کاهش یابد و تقاضای کل به سمت چپ و پایین جابجا شود.

جابجایی ناشی از تغییرات سرمایه گذاری

با فرض ثبات قیمتها هر چیزی که باعث شود سطح سرمایه گذاری تغییر کند منحنی تقاضای کل را نیز جابجا خواهد کرد. فرض کنید مجلس برای تشویق سرمایه گذاری در کشور نرخ سود بانکی را کاهش دهد این امر سبب می شود سطح سرمایه گذاری در کشور افزایش یابد. سیاست مالیاتی نیز می تواند بر تقاضای کل از رهگذر سرمایه گذاری اثر بگذارد. مثلا وقتی دولتها تخفیفهای مالیاتی را برای سرمایه گذاری داخلی اعلام می کنند در سرمایه گذاران رغبت بیشتری به سرمایه گذاری ایجاد می شود. با افزایش سرمایه گذاری تقاضا برای کالاها و خدمات توسط بنگاهها افزایش می یابد و منحنی تقاضای کل به سمت راست جابجا می شود. یکی دیگر از متغیرهای موثر در جابجایی تقاضای کل از

طریق افزایش سرمایه گذاری عرضه پول است. با افزایش عرضه پول نرخ بهره در کوتاه مدت کاهش می یابد. این امر باعث می شود هزینه استقراض کاهش یابد. کاهش در هزینه های استقراض موجب تحریک سرمایه گذاری می شود. در نتیجه منحنی تقاضای کل به سمت راست جابجا می شود.

جابجایی منحنی تقاضا بر اثر مخارج دولتی

مستقیم ترین راهی که سیاستگذاران می توانند با آن منحنی تقاضای کل را جابجا کنند از طریق مخارج دولتی است. فرض کنید مجلس یا هیات دولت تصمیم بگیرد پرداخت عیدی و بن های خرید کالا به کارمندان را لغو کند. در این صورت چون مقدار کالاها و خدمات تقاضا شده کاهش می یابد منحنی تقاضای کل به سمت چپ جابجا می شود. برعکس فرضاً اگر دولت ایران تصمیم بگیرد به منظور انتقال پایتخت از تهران شهر جدیدی احداث کند چون مقدار تقاضا برای کالاها و خدمات به دلیل افزایش هزینه های دولت بر اثر تغییر پایتخت افزایش می یابد منحنی تقاضای کل اقتصاد ایران به سمت راست و بالا جابجا می شود.

جابجایی منحنی تقاضا بر اثر تغییر در خالص صادرات

وقتی قیمتها در کشوری ثابت باشد هر عاملی که منجر به تغییر در خالص صادرات گردد منحنی تقاضای کل را نیز جابجا می کند. برای مثال وقتی قیمت نفت خام افزایش می یابد با فرض ثبات سایر شرایط از جمله میزان واردات، خالص صادرات کشور های عضو اوپک افزایش می یابد، این امر باعث می شود منحنی تقاضای کل در کشور های عضو به سمت راست و بالا جابجا شود.

به طور خلاصه - به فرض ثبات قیمت ها - هر عاملی که باعث تغییر در یکی از مولفه های تقاضای کل گردد منحنی تقاضای کل را نیز جابجا خواهد کرد.

منحنی عرضه کل

منحنی عرضه کل رابطه میان سطح عمومی قیمت ها و کل مقدار کالاها و خدمات عرضه شده را نشان می دهد. به بیان دیگر عرضه کل نشان می دهد که در سطوح مختلف قیمت با فرض ثبات سایر متغیرهای موثر بنگاها مایلند چه مقدار کالاها و خدمات تولید و عرضه کنند.

برخلاف منحنی تقاضای کل که همیشه شیب نزولی دارد شیب و شکل منحنی عرضه کل به افق زمانی مورد تحلیل بستگی دارد. در بلند مدت منحنی عرضه کل کاملاً عمودی است در حالیکه در کوتاه مدت این منحنی شیب صعودی دارد. برای درک نوسانات کوتاه مدت اقتصادی و چگونگی انحراف رفتار کوتاه مدت اقتصاد از رفتار بلند مدت آن لازم است هم منحنی عرضه کل بلند مدت و هم منحنی عرضه کل کوتاه مدت را بررسی نماییم.

منحنی عرضه کل در بلند مدت

منظور از عرضه کل در اینجا همان تولید کل کالاها و خدمات است. تولید کل در بلند مدت در هر اقتصاد تابعی است از عرضه نیروی کار، سرمایه و منابع طبیعی و هم چنین دانش فنی که با استفاده از آن نهاده های تولید به کالاها و خدمات تبدیل می شود.

در مورد عرضه کل در بلند مدت دو دیدگاه متفاوت وجود دارد: ۱- دیدگاه کلاسیک:

بر اساس دیدگاه اقتصاد دانان موسوم به کلاسیک در افق زمانی بلند مدت تغییرات عرضه کل به تغییرات عوامل فوق الذکر (عرضه نیروی کار، سرمایه و منابع طبیعی و دانش فنی) بستگی دارد و قیمت نمی تواند روی هیچ یک از عوامل فوق اثر بگذارد. زیرا به عنوان مثال، در مورد عرضه نیروی کار، کارگران دچار توهم پولی نیستند. یعنی تفاوت دستمزد اسمی و حقیقی را در ک می کنند و در قبال تغییر قیمت ها و اکثراً نشان می دهند. بدین ترتیب اگر قیمت ها افزایش یابد آنها دستمزد بیشتری مطالبه می کنند طوری که دستمزد حقیقی آنها ثابت می ماند. لذا تغییرات قیمت بر عرضه کل نیز اثری نخواهد داشت. در نتیجه منحنی عرضه کل در بلند مدت عمودی است. نظریه اقتصاد کلان کلاسیک بر این فرض استوار است که متغیرهای حقیقی اقتصاد مستقل از متغیرهای اسمی است و تغییرات آنها نمی تواند متغیرهای حقیقی را تحت تاثیر قرار دهد. بنابراین

در بحث عرضه کل نیز تولید، که یک متغیر حقیقی است، مستقل است از سطوح قیمت، که یک متغیر اسمی است.

طرفداران مکتب اقتصادی کلاسیک معتقدند که مطالعات اقتصاد در افق زمانی بلند مدت بر اعتبار اصل استقلال متغیرهای حقیقی اقتصاد از متغیرهای اسمی صحه می گذارد. اما زمانی که رفتار اقتصاد را در دوره زمانی کوتاه مدت مانند دوره یکساله مورد مطالعه قرار می دهیم این اصل اعتبار ندارد.

۲- دیدگاه مکتب کینزی: در حالت حدی کینزی

کارگران کاملاً دچار توهم پولی اند. به این معنا که کارگران افزایش در دستمزد اسمی را افزایش در

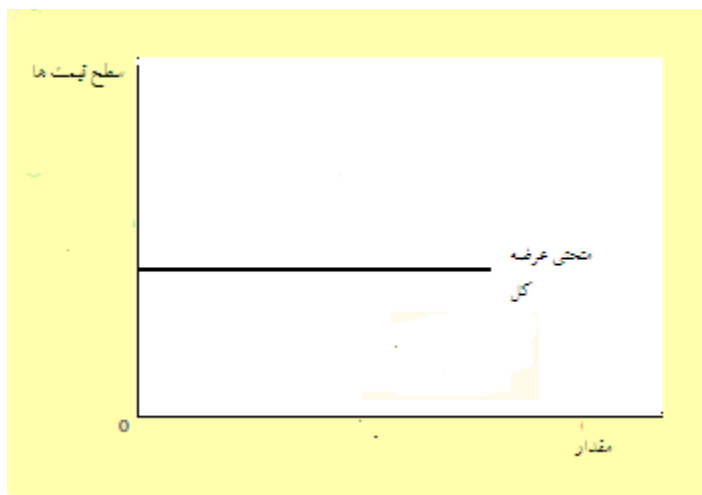
دستمزد حقیقی می پندارند. این وضعیت سبب نمودار ۱۷ ۲

می شود بنگاهها بدون افزایش در دستمزد ها

نیروی کار بیشتری استخدام کرده عرضه کل کالاها و خدمات را افزایش دهند. در نتیجه و قتی منحنی

عرضه کل و متغیر قیمت را در صفحه مختصات رسم می کنیم منحنی عرضه کل حالت کاملاً افقی دارد.



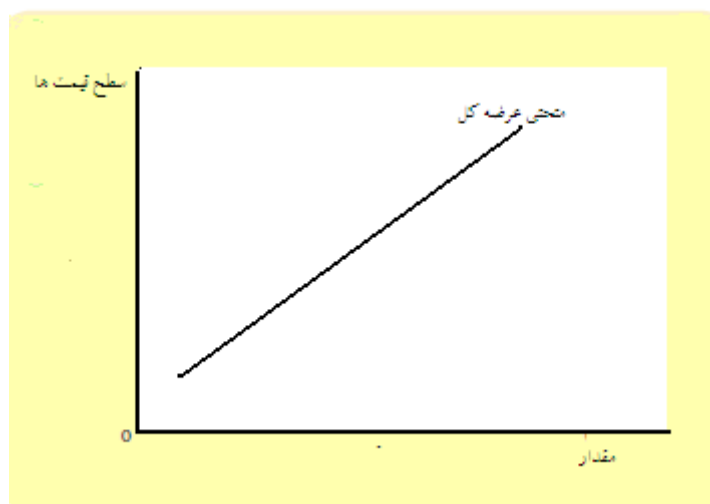


نمودار ۱۷ ۴

نمودار منحنی عرضه کل در حالت کینزی

میان دو حالت کلاسیک و حدی کینزی حالت دیگری وجود دارد که به حالت عمومی کینزی معروف است. در این حالت شیب منحنی عرضه کل نه به طور کامل افقی است و نه به طور کامل عمودی بلکه شیب مثبت دارد. (این حالت شبیه عرضه کل کوتاه مدت کلاسیکی است) در این حالت با افزایش قیمت ها دستمزد کارگران نیز افزایش می یابد اما این افزایش به حدی نیست که بتواند دستمزد حقیقی را ثابت نگه دارد.

نمودار منحنی عرضه کل در حالت عمومی



عوامل موثر بر جابجایی منحنی عرضه کل

بلند مدت

منحنی عرضه کل بلند مدت بیانگر پیش بینی سطح تولید و عرضه کالاها و خدمات بر اساس نظریه اقتصاد کلان کلاسیکهاست. اصطلاحاً این سطح تولید را در اقتصاد، تولید بالقوه یا تولید در

شرایط اشتغال کامل نیز می نامند. برخی^{۱۲۲} از این نمودار ۱۷ ۵

سطح تولید به عنوان نرخ طبیعی تولید نام می برند.

زیرا این سطح از تولید نشان دهنده تولید در شرایطی است که نرخ بیکاری در شرایط طبیعی و عادی خود قرار دارد.

بنابراین هر تغییری در اقتصاد که نرخ یا سطح طبیعی تولید را تغییر دهد باعث جابجایی منحنی عرضه کل می گردد. از آنجا که براساس الگوی کلاسیکها تولید (تولید ناخالص داخلی) به سرمایه، نیروی کار، دانش فنی و منابع طبیعی بستگی دارد جا دارد که تحلیل وریشه یابی جابجایی منحنی عرضه کل را براساس یکی از سر منشاها و ریشه های تغییر دسته بندی کنیم.

جابجایی عرضه کل به دلیل سرمایه

با هر تغییری مانند افزایش / کاهش در حجم سرمایه یک کشور ممکن است بهره وری افزایش /کاهش یافته و به تبع آن مقدار عرضه کالاها و خدمات افزایش /کاهش یابد و در نتیجه منحنی عرضه کل بلند مدت به سمت راست /چپ جابجا شود. گفتنی است که این تحلیل و منطق چه در باره سرمایه فیزیکی و چه در مورد سرمایه انسانی صادق و جاری است . به طور مثال چه اینکه تعداد ماشین آلات (مثلا رایانه ها) افزایش یابد و چه اینکه سطح و مدارج تحصیلات شهروندان در یک کشور بالا رود در هر دو صورت توان و ظرفیت اقتصاد برای تولید کالاها و خدمات بیشتر خواهد شد. در نتیجه هر کدام از آنها باعث خواهد شد که منحنی عرضه کل به سمت راست جابجا شود.

جابجایی منحنی عرضه کل از رهگذر نیروی کار

در پی زلزله ویرانگر یا به عبارت دقیقتر در یا لرزه ای معروف به سونامی در کشور اندونزی سبب شد آن کشور بخشی از نیروی کار خود را (خصوصا در بخش کشاورزی) از دست بدهد. این امر باعث شد عرضه محصولات کشاورزی در آن کشور کاهش یابد . با تعمیم این قضیه می توان استنتاج کرد که کاهش نیروی کار در یک اقتصاد باعث می شود مقدار کالاها و خدمات عرضه شده کاهش یابد و در نتیجه منحنی عرضه کل بلند مدت به سمت چپ جابجا شود. برعکس به عنوان مثال دیگر در ایران در سالهای اول انقلاب نرخ زاد و ولد و رشد جمعیت افزایش یافت. این رویداد باعث گردید در بلند مدت (پس از حدود دودهه) تعداد نیروی کار در ایران افزایش یابد. تاثیر این افزایش در تعداد نیروی کار ایران اینک در انتقال منحنی عرضه کل بلند مدت اقتصاد ایران به سمت راست به روشنی قابل مشاهده است .

موقعیت منحنی عرضه کل و رابطه آن با دانش فنی

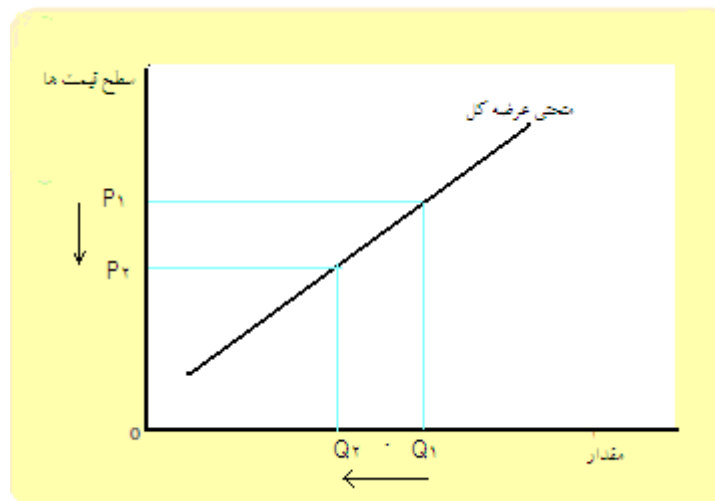
بی تردید پیشرفت دانش فنی مهم ترین دلیلی است که باعث شده است قدرت تولیدی اقتصاد های امروزی بسی بیشتر از اقتصاد نسلهای پیشین باشد. برای مثال اختراع رایانه ها و تکنولوژیهای پیشرفته باعث شده است که کشورها بتوانند با همان مقدار نیروی کار، سرمایه، و منابع طبیعی کالاها و خدمات بیشتری تولید کنند و این به معنای انتقال منحنی عرضه کل بلند مدت به سمت راست است.

موقعیت منحنی عرضه کل و رابطه آن با منابع طبیعی

سطح تولید کالاها و خدمات در هر اقتصاد با منابع طبیعی از جمله معادن، زمین و آب و هوای آن کشور رابطه تنگاتنگی دارد. با کشف ذخایر و معادن جدید منحنی عرضه کل بلند مدت به سمت راست منتقل می شود. برعکس تغییری در وضعیت جوی یک کشور مانند بروز خشکسالی های متوالی باعث می شود منحنی عرضه کل بلند مدت به سمت چپ جابجا شود.

منحنی عرضه کل کوتاه مدت

چنانکه پیشتر گفته شد کلاسیکها معتقدند منحنی عرضه کل بلند مدت عمودی است. کنیزها با نقل جمله معروف کنیز که «در بلند مدت ما همه مرده ایم»^{۱۲۳} ادعا می کنند که بلند مدت اهمیت ندارد لذا بر تحلیل کوتاه مدت تاکید می ورزند. کلاسیکها نیز می پذیرند که منحنی عرضه کل کوتاه مدت به دلایل که ذیلا به آن خواهیم پرداخت دارای شیب صعودی است.



نمودار ۶۱۷

براساس این نمودار در کوتاه مدت میان عرضه کل و سطح قیمت ها رابطه مثبت وجود دارد. یعنی در افق زمانی کوتاه مدت یک ساله یا دوساله با افزایش در سطح عمومی قیمت ها معمولا مقدار عرضه کالاها و خدمات افزایش می یابد و با تنزل سطح عمومی قیمت ها مقدار عرضه کالاها و خدمات کاهش می یابد. بدین ترتیب منحنی عرضه کل شیب صعودی پیدا می کند.

¹²³-Skousen Mark *The Making of Modern Economics: The Lives and Ideas of the Great Thinkers* p 348

اما فلسفه این رابطه مثبت میان عرضه کل کوتاه مدت و سطح عمومی قیمت ها چیست؟ برای توجیه این رابطه و صعودی بودن شیب منحنی عرضه کل کوتاه مدت سه نظریه بدیل طرح شده است^{۱۲۴}:

۱- نظریه توهم یا خطای برداشت (کلاسیکهای جدید)

۲- نظریه چسبندگی دستمزدها (کینزیها)

۳- نظریه چسبندگی قیمت ها (کینزیهای جدید)

جانمایه هر یک از این نظریه ها نوعی از فقدان رقابت کامل در بازار است. رقابت ناقص بازار سبب می شود که طرف عرضه اقتصاد در کوتاه مدت رفتاری متفاوت از رفتار بلند مدت داشته باشد. با آنکه هر یک از این نظریات در جزئیات باهمدیگر تفاوت دارند اما هر سه نظریه آبخشور مشترک دارند. وجه اشتراک میان این سه نظریه این است که زمانی مقدار تولید در کوتاه مدت از سطح تولید در بلندمدت یا سطح طبیعی تولید انحراف پیدا می کند که سطح عمومی قیمت ها از سطح مورد انتظار و پیش بینی مردم منحرف شود. یعنی هرگاه سطح عمومی قیمت ها از حد مورد انتظار فراتر می رود میزان تولید از سطح طبیعی فروتر می شود. با تنزل قیمت ها به زیر سطح مورد انتظار، تولید به سطحی پایین تر از نرخ طبیعی آن سقوط می کند. در اینجا هر یک از این نظریات را اندکی بسط می دهیم.

نظریه توهم یا خطای برداشت

اولین رویکرد برای توجیه صعودی بودن شیب منحنی عرضه کل کوتاه مدت نظریه خطای عرضه کنندگان در تلقی واستنباط از شرایط تغییر قیمت است. براساس این نظریه هرگونه تغییری در سطح عمومی قیمت ها ممکن است در کوتاه مدت موجب شود عرضه کنندگان گمراه شده درک و تحلیل درستی از بازار محصولات خود نداشته باشند. فرض کنید سطح عمومی قیمت ها به سطح نازلتر از حد مورد انتظار کاهش یابد. عرضه کنندگان - برای مثال، شالیکاران - با مشاهده کاهش در قیمت محصولات خود ممکن است اشتباها باور کنند که تنها قیمت محصولات آنها (قیمت های نسبی) کاهش یافته است. در این شرایط، آنها پیش از آنکه متوجه شوند که قیمت بسیاری از اقلام کالایی دیگر نیز در بازار کاهش یافته تصور می کنند که تنها قیمت برنج در بازار کاهش یافته است. با مشاهده این وضعیت چه بسا آنها اینگونه استنباط کنند که پاداش (سود آوری) کاشت برنج پایین است و لذا با کاهش عرضه برنج در فصل آینده نسبت به آن واکنش نشان دهد.

این قضیه را می توان در همه عرضه کنندگان و از جمله عرضه کنندگان نیروی کار نیز تسری داد. یعنی با کاهش سطح عمومی قیمت ها ممکن است کارگران پیش از آنکه به کاهش قیمت کالاهای مورد نیاز خود پی برند متوجه

¹²⁴ - Mankiw Peinciples of Economics , 2 nd ED. Hartcourt College Publishers 2001 P761.

کاهش در دستمزدهای خود شوند. در نتیجه آنها ممکن است به این توهم بیافتند که دستمزد آنها کمتر شده است. لذا با کاستن از عرضه نیروی کار نسبت به این حادثه واکنش نشان دهند. بدین ترتیب، کاهش عرضه نیروی کار سبب جابجایی منحنی عرضه نیروی کار به سمت چپ و کاهش عرضه نیروی کار سبب کاهش در تولید و در نتیجه انتقال منحنی عرضه کل به سمت چپ می شود. بنابر این وجود رابطه مثبت میان سطح قیمت ها و عرضه کل کوتاه مدت تایید می شود.

نظریه چسپندگی دستمزدها

دومین رویکرد برای توجیه صعودی بودن شیب منحنی عرضه کل در کوتاه مدت "نظریه چسپندگی دستمزدها" است. این نظریه مدعی است که فلسفه صعودی بودن منحنی عرضه کل کوتاه مدت آن است که دستمزد های اسمی در کوتاه مدت چسپندگی و انعطاف ناپذیری دارند- یعنی به کندی می توانند خود را با شرایط تازه تطبیق دهند. ریشه این مقاومت و کندی در تطبیق را می توان تاحدی به نوع قراردادها میان کارگران و کارفرمایان و بنگاهها نسبت داد. معمولا این قرار داد ها که در آن بر دستمزد و حقوق اسمی معین و ثابت توافق می شود برای دوره های یکسال و بیشتر از آن منعقد می شود.

برای مثال فرض کنید با توجه به قیمت های انتظاری میان کارگر و کارفرما بر سر دستمزد معین و ثابتی توافق صورت گرفته است. اگر سطح عمومی قیمت ها که معمولا آن را با نماد P نشان می دهند کاهش یابد و دستمزد اسمی (W) طبق قرار داد تغییر نکند آنگاه دستمزد حقیقی (W/P) به سطح بالاتر از برنامه ریزی و آمادگی کارفرما برای پرداخت افزایش می یابد. و چون پرداخت دستمزد ها بخش بزرگی از هزینه های تولید در یک بنگاه را تشکیل می دهد پرداخت دستمزد حقیقی بالاتر به معنای افزایش در هزینه های حقیقی بنگاه است. افزایش هزینه های بنگاه کارفرما را وادار می کند که نیروی کار کمتری استخدام کند. استخدام نیروی کار کمتر نیز مترادف است با تولید و عرضه کل کمتر. به طور خلاصه، از آنجا که دستمزدها نمی توانند خود را بلافاصله با سطح قیمت ها تطبیق دهند، کاهش در سطح قیمت ها از سودآوری استخدام نیروی کار و تولید می کاهد و این امر بنگاهها را به کاستن از عرضه کالاها و خدمات وادار می سازد.

نظریه چسپندگی قیمت ها

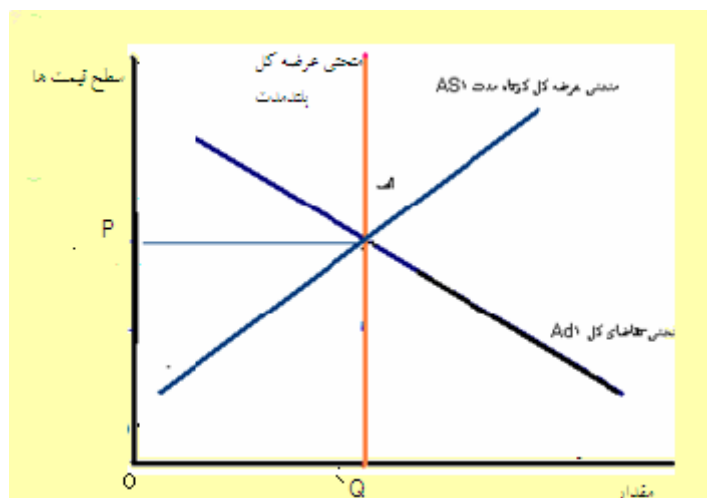
سومین نظریه برای توجیه صعودی بودن شیب منحنی عرضه کل در کوتاه مدت نظریه ای موسوم به تئوری قیمت های چسبنده است. نظریه دستمزدهای چسبنده مدعی بود که دستمزدهای اسمی در طی زمان به کندی خود را با تغییرات سطح قیمت ها تطبیق می دهد اما نظریه قیمت های چسبنده مدعی است که قیمت های برخی از کالاها و خدمات نیز

به آهستگی خود را با شرایط متغیر اقتصادی تطبیق می‌دهد. دلیل این کندی آن است که تطبیق قیمت‌های برخی از کالاها و خدمات با شرایط جدید مستلزم هزینه است. معمولاً بنگاه‌ها قیمت کالاها و خدمات را براساس شرایط اقتصادی موجود و مورد انتظار تعیین و اعلام می‌کنند. این قیمت‌ها یا به صورت کاتالوگ در اختیار توزیع‌کنندگان و مشتریان قرار می‌گیرد یا به صورت برجسب روی پاکت‌ها و کارتن‌های حاوی کالا چاپ می‌شود. تغییر هر یک از اینها در کوتاه مدت مستلزم هزینه است. فرض کنید ناگهان شرایط اقتصاد به دلیل کم شدن عرضه پول (انقباض پولی) تغییر کند و بر اثر این حادثه سطح عمومی قیمت‌ها تنزل یابد. در این شرایط هرچند ممکن است برخی از عرضه‌کنندگان با توجه به شرایط تازه قیمت محصولات خود را به سرعت تعدیل کنند اما ممکن است بسیاری از بنگاه‌ها به دلایل روانی و هزینه‌ها رغبتی به این کار نشان ندهند. بالا بودن قیمت محصولات آنها از میزان فروش و سودآوری عرضه خواهد کاست. کاهش در میزان فروش بنگاه‌ها را وادار خواهد کرد که تولید و به تبع آن، استخدام نیروی کار را کاهش دهند. خلاصه آنکه به دلیل کندی تطبیق قیمت‌ها با شرایط متغیر در کوتاه مدت، هرگونه کاهشی غیرمنتظره در سطح قیمت‌ها، قیمت محصولات برخی از بنگاه‌ها را فراتر از حد مطلوب نگه می‌دارد. قیمت‌های فراتر از حد مطلوب از میزان فروش کاسته و بنگاه‌ها را به کاستن از تولید و عرضه کالاها و خدمات وادار می‌کند.

عوامل موثر بر انتقال منحنی عرضه کل کوتاه مدت

عوامل موثر بر انتقال منحنی عرضه کل کوتاه مدت همان عوامل موثر بر انتقال منحنی عرضه کل بلند مدت است. منتها در این جا باید عامل دیگری به نام "سطح قیمت‌های مورد انتظار" را نیز به آن عوامل اضافه کنیم. این عامل در واقع همان عاملی است که توهم و خطای استنباط، چسبندگی قیمت‌ها، و چسبندگی دستمزدها از آن نشات می‌گیرد. درست همانگونه که افزایش / کاهش در نیروی کار، حجم سرمایه، دانش فنی و منابع طبیعی باعث می‌شود که منحنی عرضه کل بلند مدت به سمت راست / چپ جابجا شود همان منطبق در مورد منحنی عرضه کل کوتاه مدت نیز صادق است. هم‌چنین از آنجا که تلقی‌های مردم، دستمزدها و قیمت‌ها براساس انتظارات آنان از سطح قیمت‌ها تعیین می‌شود تغییر در انتظارات و پیش‌بینی آنان در مورد سطح قیمت‌ها منحنی عرضه را جابجا می‌کند. به طور کلی هر افزایش / کاهش در سطح قیمت‌های انتظاری عرضه کالاها و خدمات را کاهش / افزایش داده و منحنی عرضه کوتاه مدت را به سمت چپ / راست جابجا خواهد کرد. به طور مثال براساس نظریه چسبندگی دستمزدها وقتی مردم انتظار داشته باشند که قیمت‌ها افزایش خواهد یافت کارگران دستمزدهای بالایی تعیین و مطالبه خواهند کرد. دستمزدهای بالا هزینه‌های تولید را افزایش خواهد داد. در نتیجه بنگاه‌ها مقدار کمتری کالا و خدمت تولید و عرضه خواهند کرد.

تعادل و نوسانات اقتصادی



نمودار ۱۷-۷ و وضعیت تعادل بلندمدت در اقتصاد را نشان می دهد.

چنانکه در این نمودار مشاهده می کنید در نتیجه تقاطع منحنی عرضه کل و منحنی تقاضای کل تولید تعادلی و سطح قیمت های تعادلی تعیین می شود. نقطه الف که منحنی عرضه کل کوتاه مدت نیز از این نقطه عبور می کند، نقطه تعادل است. بنابراین، دستمزدها، قیمت ها و تصور مردم از چشم انداز اقتصاد همه با تعادل بلند مدت وفق یافته اند. یعنی زمانی که اقتصاد در حالت تعادل بلند مدت قرار دارد دستمزدها، قیمت ها و تصور مردم از چشم اندازها به گونه ای تعدیل شده و سازگاری یافته اند که منحنی تقاضای کل منحنی عرضه کل کوتاه مدت و بلند مدت را در یک نقطه قطع می کند.

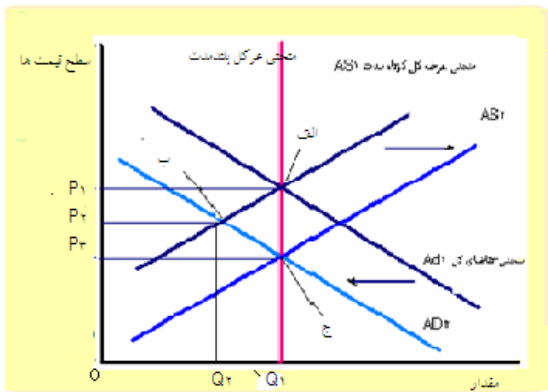
اثر جابجایی منحنی تقاضای کل

فرض کنید به هر دلیلی - سیاسی یا اقتصادی - ناگهان موجی از بدبینی اقتصاد را فراگیرد و مردم اعتماد خود را نسبت به اقتصاد از دست بدهند و برنامه های خود را تغییر دهند. خانوارها از مخارج خود بکاهند و خریدهای عمده خود را به تاخیر بیندازند و بنگاهها از خرید تجهیزات، و مواد اولیه و استخدام نیروی کار شان بکاهند. این وضعیت باعث خواهد شد تقاضای کل برای کالاها و خدمات کاهش یابد. یعنی در همان سطوح قیمتی پیشین خانوارها و بنگاهها مقدار کالاها و خدمات کمتری خریداری خواهند کرد. در نتیجه چنانکه در نمودار ۱۷-۶ مشاهده می کنید منحنی تقاضای کل از موقعیت $AD1$ به سمت چپ، موقعیت $AD2$ ، جابجا خواهد شد. در این نمودار می توانیم اثر کاهش در تقاضای کل را بررسی کنیم. در کوتاه مدت منحنی تقاضای کل در امتداد منحنی اولیه عرضه کل کوتاه مدت از نقطه الف به نقطه ب جابجا می شود. همزمان با انتقال اقتصاد از نقطه الف به نقطه ب میزان محصول نیز از سطح $Q1$ به سطح $Q2$ و سطح عمومی قیمت ها از $p1$ به $p2$ کاهش می یابد. کاهش در سطح تولید حاکی از

آن است که اقتصاد در حالت رکود قرار دارد. با کاهش تولید و فروش بر اثر وضعیت رکودی بنگاهها بخشی از نیروی کار خود را اخراج می کنند- این بخش از ماجرا در نمودار نشان داده نشده است. بدین ترتیب بدینی که باعث جابجایی در تقاضای کل گردیده بود به خودی خود تایید و تقویت می شود.

حال پرسش این است که وقتی سایه رکود بر اقتصادی مستولی گردید راه رفع آن یا حداقل کاستن از پیامد های آن چیست؟ اقتصاد دانان برای رفع این مشکل اقداماتی را برای افزایش تقاضای کل پیشنهاد کرده اند. این اقدامات اصطلاحاً سیاست نامیده می شود. شرح و بررسی انواع سیاست ها و سازوکار اثرگذاری آنها بر تقاضای کل را به فصل بعدی- بحث سیاستگذاری - وا می گذاریم.

با این حال، حتی بدون اقدام سیاستگذاران، با مرور زمان، یخهای رکود ذوب خواهد شد و به تدریج اقتصاد به حالت تعادل- اما با سطح دیگری از قیمت ها- باز خواهد گشت.



نمودار ۱۷ ۸

بدین صورت که به دلیل کاهش در تقاضای کل، سطح قیمت ها کاهش می یابد و در نتیجه با درک واقعیت های جدید انتظارات خود را با شرایط تازه تطبیق خواهند داد و سطح قیمت های انتظاری نیز کاهش خواهد یافت. کاهش در سطح قیمت های مورد انتظار دستمزد و قیمت ها را تغییر داده و منحنی عرضه کل کوتاه مدت را به سمت راست (از $AS1$ به $AS2$) جابجا خواهد کرد.

با تعدیل انتظارات به مرور زمان اقتصاد به تدریج به سمت نقطه ج - محل تقاطع منحنی جدید تقاضای کل ($AD2$) - نزدیک خواهد شد. در تعادل بلند مدت جدید، نقطه ج، تولید و عرضه دوباره به سطح طبیعی خود باز خواهد گشت. بدین ترتیب هرچند موج بدینی تقاضای کل را کاهش داده است، اما سطح قیمت ها به اندازه کافی (نقطه $P3$) کاهش یافته تا اثر انتقال منحنی تقاضای کل را خنثی کند. بنابراین، در بلند مدت جابجایی تقاضای کل بر سطح قیمت ها به طور کامل اثر دارد اما بر میزان محصول اصلاً تاثیری ندارد. به بیان دیگر، اثر بلند مدت جابجایی در تقاضای کل تغییری اسمی (کاهش در سطح قیمت ها) است نه حقیقی (ثبات سطح تولید).

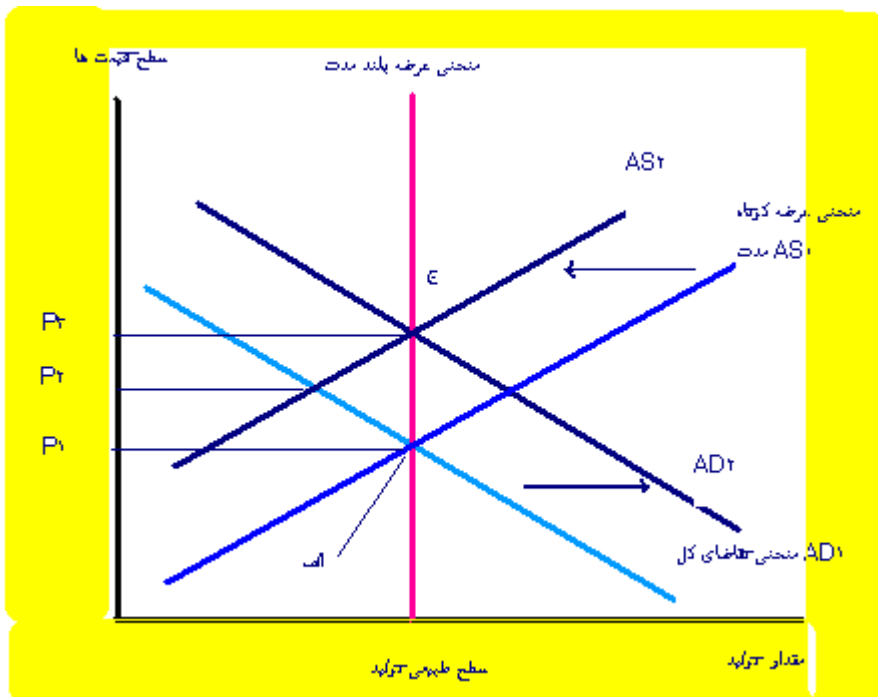
جابجایی منحنی عرضه کل

تصور کنید که اقتصاد در حالت تعادل بلندمدت قرار داشته باشد. حال فرض کنید، ناگهان رویداد غیر مترقبه ای مانند سیل یا تغییرات نامطلوب جوی باعث شود که هزینه های تولید بنگاهها (مثلاً کشاورزان و باغداران) افزایش یابد معمولاً بنگاهها در همان سطح قیمت های پیشین از میزان تولید و عرضه کالاها و خدمات خواهند کاست. در نتیجه

چنانکه در نمودار ۱۷-۸ مشاهده می کنیم منحنی عرضه کل کوتاه مدت به سمت چپ (از AS_1 به AS_2) منتقل خواهد شد (البته بسته به نوع حادثه منحنی عرضه کل بلندمدت نیز ممکن است جابجا شود اما در این جا برای سادگی تحلیل فرض می کنیم که این اتفاق رخ ندهد). با انتقال منحنی عرضه کل کوتاه مدت به سمت چپ، در کوتاه مدت اقتصاد در امتداد همان منحنی تقاضای کل (از نقطه الف به نقطه ب) حرکت خواهد کرد. بدین ترتیب، تولید اقتصاد از سطح Q_1 به سطح Q_2 کاهش و قیمت ها از سطح p_1 به p_2 افزایش خواهد یافت. در این وضعیت که رکود (کاهش سطح تولید) و تورم (افزایش سطح قیمت ها) همزمان بر اقتصاد حاکم است گفته می شود اقتصاد در حالت تورم توام با رکود^{۱۲۵} "تورکود" قرار دارد.

اما زمانی که اقتصاد در چنگ چنین گردابی گرفتار آید سیاستگذاران چه راههایی برای رهایی از این وضعیت فرا روی خود دارند؟ شاید نخستین راه آن باشد که دست روی دست بگذارند و منتظر بمانند که اقتصاد سرانجام به خودی خود مرحله رکود را پشت سر بگذارد. با گذشت زمان و تعدیل دستمزدها و قیمت ها و انتظارات با شرایط جدید منحنی عرضه کل کوتاه مدت بار دیگر به سمت AS_1 باز خواهد گشت، سطح قیمت ها کاهش خواهد یافت و تولید به سطح طبیعی خود خواهد رسید.

راه دیگر آن است که سیاستگذاران و متولیان امور سیاست مالی و پولی با اتخاذ تدابیری برای انتقال منحنی تقاضای کل به سمت راست بخشی از آثار جابجایی منحنی عرضه کل کوتاه مدت را خنثی کنند. چنانکه در نمودار ۱۷-۸ می



بینید در این راهکار بر اثر سیاست های پیشنهادی منحنی تقاضای کل از AD_1 به AD_2 - دقیقاً به اندازه ای که بتواند از کاهش تولید بر اثر جابجایی منحنی عرضه کل جلوگیری کند- جابجا می شود. نقطه تعادل اقتصاد از نقطه الف مستقیماً به نقطه ج منتقل می شود. در نتیجه تولید در سطح طبیعی خود باقی می ماند

نمودار ۱۷-۱۰

اما قیمت ها از p_1 به p_3 افزایش می یابد. یعنی در این وضعیت اقتصاد برای نجات از بلای رکود به آفت تورم بیشتر تن می دهد.

خلاصه:

اقتصاددانان برای تحلیل و بررسی و عملکرد رفتارها و روندهای کلان و کلی مانند تولید کل ، سطح قیمت ها و نوسانات اقتصاد یک کشور از الگویی به نام الگوی عرضه و تقاضا کل استفاده می کنند. این الگو از ترکیب دو منحنی تقاضای کل و عرضه کل تشکیل می شود.

منحنی تقاضای کل نشان می دهد که در قیمت های مختلف چه مقدار کالا و خدمات توسط بخشهای مختلف اقتصادی یک کشور تقاضا می شود. منحنی عرضه کل نشان می دهد که در قیمت های مختلف چه مقدار کالا و خدمات در یک کشور عرضه می شود. منحنی تقاضای کل دارای شیب نزولی و منحنی عرضه کل ، که دارای شیب صعودی است. در نقطه ای که این دو منحنی همدیگر را قطع می کنند گفته می شود اقتصاد در تعادل قرار دارد. در حالت تعادل قیمت کالاها و خدمات در سطحی قرار دارد که هم تقاضا کنندگان و هم عرضه کنندگان از آن وضعیت رضایت دارند.

مولفه های تقاضای کل عبارتند از: مصرف، سرمایه گذاری، مخارج دولتی و خالص صادرات.

هر افزایش/کاهش در قیمت باعث می شود در مصرف، سرمایه گذاری، مخارج دولتی و خالص صادرات کاهش/افزایش یابد. بنابر این میان سطح قیمت و مقدار تقاضای کل برای کالاها و خدمات رابطه عکس وجود دارد. به این دلایل منحنی تقاضای کل شیب نزولی دارد.

علاوه بر قیمت عوامل دیگری نیز بر تقاضای کل در یک اقتصاد نقش دارد. به طور کلی - با فرض ثابت بودن قیمتها- هر تغییری در یکی از اجزای تقاضای کل مانند مصرف ، سرمایه گذاری، خالص صادرات یا مخارج دولتی باعث می شود منحنی تقاضای کل جابجا شود.

شیب و شکل منحنی عرضه کل به افق زمانی مورد تحلیل بستگی دارد. در بلند مدت منحنی عرضه کل کاملاً عمودی است در حالیکه در کوتاه مدت این منحنی شیب صعودی دارد

در مورد عرضه کل در بلند مدت دو دیدگاه وجود دارد: بر اساس دیدگاه کلاسیکها منحنی عرضه کل در بلند مدت عمودی است. نظریه اقتصاد کلان کلاسیکها بر این فرض استوار است که متغیرهای حقیقی اقتصاد مستقل از متغیرهای اسمی است و تغییرات آنها نمی تواند متغیرهای حقیقی را تحت تاثیر قرار دهد؛ براساس دیدگاه کینزی، به دلیل وجود توهم پولی در کارگران منحنی عرضه کل کاملاً افقی -در حالت حدی کینزی- است.

میان دو حالت حدی کلاسیک و حدی کینزی حالت دیگری وجود دارد که به حالت عمومی کینزی معروف است. در این حالت شیب منحنی عرضه کل نه به طور کامل افقی است و نه به طور کامل عمودی بلکه شیب مثبت دارد.

تولید کل در بلند مدت در هر اقتصاد تابعی است از عرضه نیروی کار، سرمایه و منابع طبیعی و هم چنین دانش فنی که با استفاده از آن نهاده های تولید به کالاها و خدمات تبدیل می شود. طبعاً با تغییر هر یک از این موارد عرضه کل نیز تغییر می کند. برای مثال با افزایش / کاهش سرمایه منحنی عرضه کل بلند مدت به سمت راست / چپ جابجا شود.

در کوتاه مدت کلاسیکها نیز می پذیرند که منحنی عرضه کل کوتاه مدت دارای شیب صعودی است. برای توجیه این رابطه و صعودی بودن شیب منحنی عرضه کل کوتاه مدت سه نظریه بدیل طرح شده است: ۱- نظریه توهم یا خطای برداشت (کلاسیکهای جدید) ۲- نظریه چسپندگی دستمزدها (کینزیها) ۳- نظریه چسپندگی قیمت ها (کینزیهای جدید)

عوامل موثر بر انتقال منحنی عرضه کل کوتاه مدت همان عوامل موثر بر انتقال منحنی عرضه کل بلند مدت است. منتها در این جا باید عامل دیگری به نام "سطح قیمت های مورد انتظار" را نیز به آن عوامل اضافه کنیم. این عامل در واقع همان عاملی است که توهم و خطای استنباط، چسپندگی قیمت ها، و چسپندگی دستمزدها از آن نشات می گیرد. درست همانگونه که افزایش / کاهش در نیروی کار، حجم سرمایه، دانش فنی و منابع طبیعی باعث می شد که منحنی عرضه کل بلند مدت به سمت راست / چپ جابجا شود همان منطق در مورد منحنی عرضه کل کوتاه مدت نیز صادق است.

سوالات فصل هفدهم

- ۱- اقتصاددانان برای تحلیل و بررسی رفتارها و روندهای کلان و کلی یک اقتصاد از چه الگویی استفاده می کنند؟
- ۲- معنی عرضه کل و منحنی تقاضای کل را تعریف کنید؟
- ۳- چرا منحنی تقاضای کل شیب نزولی دارد؟
- ۴- چه تغییراتی باعث می شود منحنی عرضه کل جابجا شود؟
- ۵- شیب و شکل منحنی عرضه کل به چه چیزی بستگی دارد؟ شیب منحنی عرضه کل در بلند مدت و کوتاه مدت را بررسی کنید؟
- ۶- دیدگاه و پیشفرض دو مکتب کلاسیکها و کینزیها درباره منحنی عرضه کل را توضیح دهید؟
- ۷- تولید کل در یک اقتصاد تابع چیست؟
- ۸- در کوتاه مدت کلاسیکها نیز می پذیرند که منحنی عرضه کل کوتاه مدت دارای شیب صعودی است و برای توجیه این روابط سه نظریه مطرح شده است این نظریات را به تفصیل شرح دهید؟
- ۹- عوامل موثر بر انتقال منحنی عرضه کل کوتاه مدت و بلند مدت را توضیح دهید؟

فصل هیجدهم

سیاست های اقتصادی

اقتصاد، مانند بسیاری از پدیده های اجتماعی دیگر، ممکن است همیشه در حالت تعادل یا وضعیت مطلوب نباشد. اقتصاد دانان خروج اقتصاد از وضعیت مطلوب را نوسانات اقتصادی می نامند. بنابراین عدم تعادل یک پدیده شایع در اقتصاد است. اما پرسش این است زمانی که اقتصاد از حالت تعادل خارج می شود چه باید کرد؟ در میان اقتصاددانان دو نظر وجود دارد. نخست آنکه برای بازگرداندن اقتصاد به حالت تعادل نیازی به دخالت دولت وجود ندارد و اقتصاد به خودی خود توسط عملکرد نظام بازار به تعادل باز خواهد گشت اما دیدگاه دوم معتقد است که نمی توان به سازکار خودکار نظام بازار اطمینان کرد. لذا لازم است دولت به عنوان بالا ترین مظهر اراده جمعی جامعه در اقتصاد دخالت کند و با به کار بستن راهها و راهکارهایی اقتصاد را به حالت تعادل برگرداند.

بسته به اینکه نابسامانی و عدم تعادل در اقتصاد در عرضه کل یا تقاضای کل ریشه داشته باشد و هم چنین بسته به گرایش و تعلق خاطر به یکی از مکاتب اقتصاد کلان اقتصاددانان و سیاستگذاران از راهکارها یا به تعبیر رایج تر از یکی یا ترکیبی از سیاست های اقتصادی استفاده می کنند.

منظور از **سیاست های اقتصادی** ساز کار و تدبیری است که سیاستگذاران و متولیان برای بازگرداندن اقتصاد به وضعیت مطلوب و مورد نظر به کار می بندند.

بنابر این سیاست های اقتصادی برای رسیدن به اهداف اقتصادی به کار گرفته می شود. اهداف اقتصادی عبارتند از اشتغال کامل، ثبات قیمت ها، رشد اقتصادی ثبات نرخ ارز و...

مهمترین و معروفترین سیاست های اقتصادی عبارتند از سیاست های مالی، پولی، ارزی و...

سیاست مالی

سیاست مالی عبارت است از سیاستی که از طریق ابزارهایی نظیر تغییر در هزینه های دولتی و یا تغییر در نرخ مالیات بر درآمد، بر تقاضای کل در اقتصاد اثر می گذارد. به عبارت دیگر هر اقدام آگاهانه دولت در جهت تغییر در هزینه های جاری و عمرانی، تغییر در مالیات مستقیم و تغییر در پرداختهای انتقالی و کمکهای بلا عوض سیاست مالی نامیده می شود.

هرچند در بلند مدت سیاست مالی پس انداز، سرمایه گذاری، و رشد اقتصادی را تحت تاثیر قرار می دهد اما پیش از همه و ابتداء - در کوتاه مدت - اثر سیاست مالی در مصرف خانوارها و بنگاهها برای کالاها و خدمات ظهور و بروز

می‌یابد. سیاست‌گذاران می‌توانند با افزایش یا کاهش مخارج و هزینه‌های دولتی یا تغییر نرخ مالیات تقاضای کل را تغییر دهند.

به طور کلی سیاست مالی به دو دسته تقسیم می‌شود. **سیاست مالی انبساطی و سیاست مالی انقباضی**. زمانی که اقتصاد در وضعیت کساد و رکودی قرار داشته باشد از سیاست مالی انبساطی استفاده می‌شود. زمانی که اقتصاد در اشتغال کامل قرار ندارد از این سیاست به منظور گسترش فعالیت‌های اقتصادی به کار گرفته می‌شود. اما سیاست مالی انقباضی زمانی به کار گرفته می‌شود که دولت بخواهد از تورم ناشی از بهره‌برداری اضافی از منابع تولید جلوگیری کند یا سرعت رونق اقتصاد بخصوص رونق‌های مقطعی و حباب‌وار- را مهار کند. سیاست مالی به عنوان یکی از مولفه‌های مهم اقتصاد کلان زاده نوآوری کینز در علم اقتصاد است. اقتصاد دانان پیش از کینز که از آنها به نام اقتصاد دانان کلاسیک یاد می‌شود بر آزادی فعالیت‌های اقتصادی پای می‌فشرده و دولت را از هرگونه دخالت در امور اقتصادی برحذر می‌داشتند. با پیش آمدن رکود بی سابقه معروف به بحران کبیر اقتصادی در غرب (۱۹۲۹) و در ماندگی سیاست‌گذاران و اقتصاددانان از حل بحران و رفع رکود، کینز نسخه شفا بخش توسل به سیاست مالی را پیش نهاد کرد. هرچند این نسخه زمانی پیچیده شد که اقتصاد‌های غربی بحران کبیر را پشت گذارده به تدریج به شرایط عادی باز می‌گشتند اما موفقیت‌ها و دستاوردهای اجرای این سیاست در زمینه کاستن از دامنه نوسانات اقتصادی در سالهای



بعد از بحران کبیر به خصوص بعد از جنگ جهانی دوم جایگاه و اهمیت آن را به عنوان جزیی از ابزارهای تثبیت اقتصاد کلان تحکیم کرد. نمودار ۱-۱۸ نوسانات اقتصادی را برای یک اقتصاد فرضی پیش و پس از تثبیت نشان می‌دهد. چنانکه می‌بینید قبل از تثبیت دامنه نوسانات بزرگتر است. به عبارت دیگر، گاهی این اقتصاد با تورم شدید و گاهی با بیکاری گسترده مواجه است. اما پس از تثبیت که با استفاده از ابزارهای تثبیت کننده حاصل

نمودار ۱۸

شده است دامنه این نوسانات محدود تر و کوچکتر شده و اقتصاد روند نسبتاً ثابتی را پیموده است.

منظور از تثبیت اقتصادی محدودسازی دامنه و حجم نوسانات اقتصادی و قراردادن اقتصاد در مسیر رسیدن به اشتغال کامل است. تثبیت اقتصاد کلان گاهی به مدد نهادهای مالی و مالیاتی تعبیه شده در درون نظام اقتصادی تحقق می‌یابد و گاهی با دخالت‌های برونی مانند قوه مجریه یا مقننه به دست می‌آید. آن دسته از نهاد‌های مالی و مالیاتی که با جلوگیری یا مهار و محدودسازی نوسانات اقتصادی به فرایند تثبیت اقتصادی کمک می‌کند اصطلاحاً تثبیت کننده‌های خود کار نامیده می‌شود. به طور مثال نظام مالیاتی یکی از ابزارهای تثبیت کننده خود کار است. زیرا هرگاه اقتصاد دچار رکود می‌شود درآمد مردم کاهش می‌یابد و با فرض اینکه که نرخ مالیات بر درآمد تصاعدی و متناسب

با درآمد افراد است مالیات های دریافتی توسط دولت به صورت خود کار کاهش می یابد. از سویی دیگر، کاهش مالیات بر درآمد منجر به افزایش تقاضای کل و مانع از گسترش نوسانات اقتصادی می شود. مخارج دولتی نیز مانند تثبیت کننده های خود کار عمل می کند. زیرا با پیدایش کساد و رکود بیکاری افزایش می یابد. در کشورهایی که بیمه های بیکاری و تامین اجتماعی فعال وجود دارد دولت به بیکاران بیمه پرداخت می کند. اینگونه پرداخت های انتقالی تقاضای کل را افزایش می دهد، در نتیجه اندک اندک رمق و رونق از دست رفته به اقتصاد باز می گردد. یا دست کم دامنه رکود محدود تر می شود. اما زمانی که احساس شود تثبیت کننده های خود کار از مهار یا جلوگیری از نوسانات اقتصادی عاجز است دولت یا مجلس با قانونگذاری به سمت سیاست های اقتصادی مانند سیاست مالی ارادی روی می آورند. این سیاست ها تثبیت کننده های اختیاری نامیده می شود. به طور مثال، زمانی که گستره و شدت رکود اقتصادی به اندازه ای است با تثبیت کننده های خود کار رفع نمی شود و ممکن است بتدریج اقتصاد به سمت بحران پیش رود، دولت با تغییر عاقدانه و ارادی میزان مخارج دولتی تلاش می کنند از تدوام رکود و شکل گیری بحران اقتصادی جلوگیری کنند. تغییر ارادی نرخ مالیاتهای شرکتی (مانند تقلیل یا معافیت کامل مالیاتی یا حتی پرداخت یارانه ها و تسهیلات) برای تشویق سرمایه گذاری و تحریک تقاضای کل یکی از نمونه های سیاست مالی اختیاری است.

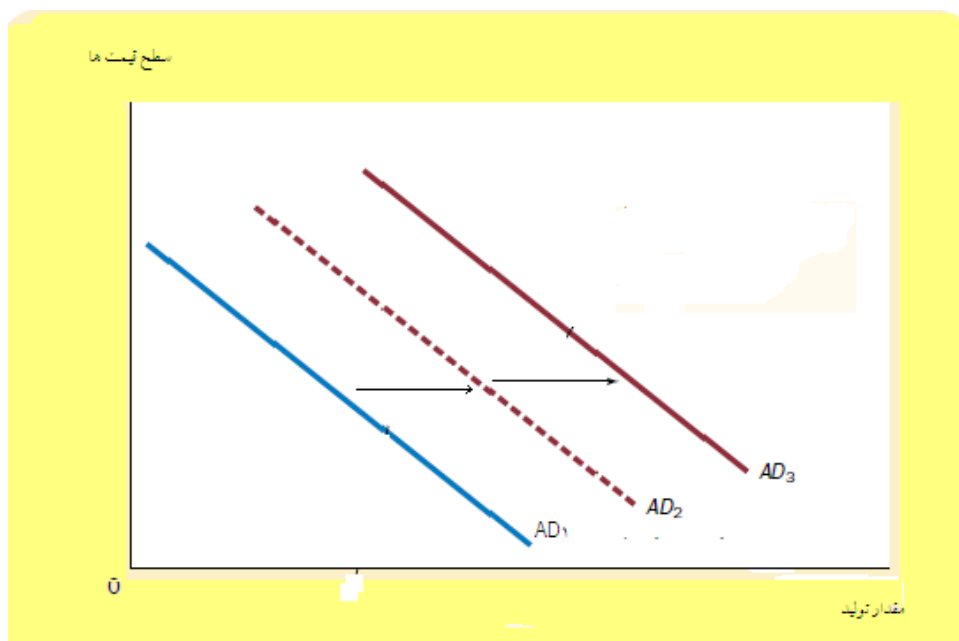
ساز و کار اثر گذاری سیاست مالی

فرض کنید دولت جمهوری اسلامی ایران برای حل مشکل رکود اقتصادی اجرای یک سیاست مالی انبساطی را دست می گیرد. در این راستا دولت به عنوان مثال، ۱۰۰۰ میلیارد تومان بر هزینه جاری خود می افزاید. با افزایش هزینه ها و خرید های دولت تقاضای کل افزایش می یابد و منحنی تقاضای کل به سمت راست جابجا می شود. در وهله اول ممکن است تصور شود که افزایش در عرضه کل دقیقاً به اندازه ۱۰۰۰ میلیارد ریال خواهد بود. اما این تصور بر واقعیت منطبق نیست. زیرا میزان اثر گذاری سیاست مالی بر منحنی تقاضای کل به دو اثر بستگی دارد:

۱- اثر ضریب فزاینده^{۱۲۶}

منظور از ضریب فزاینده عددی است که تغییر در مخارج (مانند تغییر در مخارج دولت) باید در آن ضرب شود تا میزان افزایش یا کاهش در درآمد کل بر اثر این تغییر (در مخارج) بدست آید. در بحث سیاست مالی، ضریب فزاینده ضریبی است که میزان افزایش/کاهش در تولید ناخالص داخلی بر اثر یک واحد افزایش/کاهش در مخارج دولتی را نشان می دهد. معمولاً ضریب فزاینده مخارج بزرگتر از واحد است. یعنی هر ریال افزایش در مخارج

دولتی باعث می شود درآمد بیش از یک واحد افزایش یابد. برای درک دلیل این افزایش از یک مثال ساده کمک می گیریم. فرض کنید چنانکه در سطور فوق اشاره شد دولت برای ایجاد رونق در اقتصاد و کاهش بیکاری مخارج خود را به مبلغ هزار میلیارد تومان افزایش دهد و آنرا در قالب احداث ساختمانهای جدید برای ادارت دولتی هزینه کند. این کار طبعاً از طریق قرارداد با تعدادی پیمانکار بنا و کارگر و ... صورت گیرد. آنها نیز (باتوجه به میل نهایی به مصرف) بخشی از درآمد خود را پس انداز و بخشی دیگر را برای خرید خوراک و پوشاک به مغازه دازان می پردازند. مغازه داران نیز بخشی از درآمد خود را پس انداز و بخشی دیگر را مصرف می کنند. به همین ترتیب مخارج یک گروه به صورت درآمد گروه دیگر در می آید و در چرخه اقتصاد دست بدست می شود. در نتیجه هزار میلیارد ریال افزایش در مخارج دولت درآمد ملی را بیش از هزارمیلیارد ریال افزایش می دهد. اما اینکه میزان افزایش چه قدر است به اندازه ضریب فزاینده بستگی دارد. برای مثال اگر، در نتیجه افزایش مخارج دولتی به اندازه هزار میلیارد تومان، درآمد ملی به اندازه دو هزار میلیارد تومان افزایش یابد ضریب فزاینده مخارج در ایران برابر ۲ است.

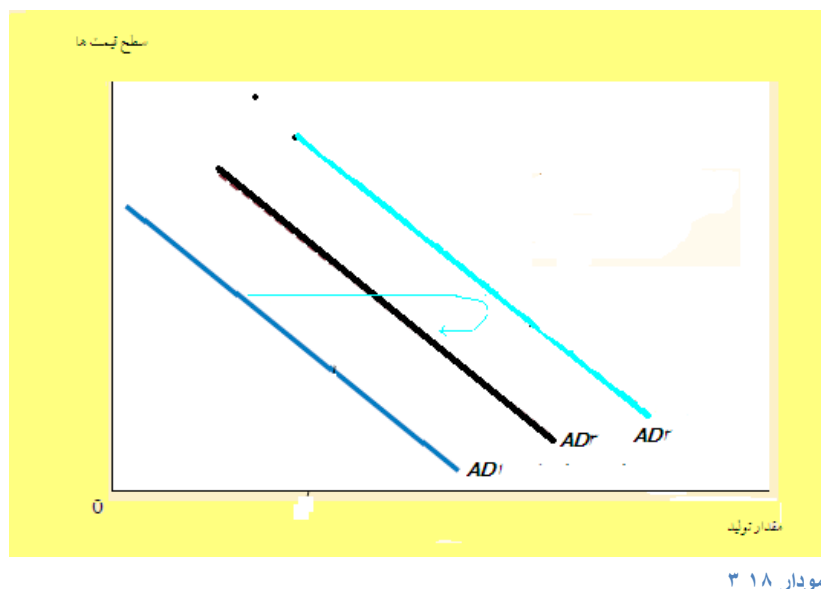


نمودار ۱۸-۲

چنانکه در نمودار ۱۸-۲ مشاهده می کنید در ابتدا منحنی تقاضای کل در حالت AD_1 قرار دارد. دولت یک سیاست انبساطی (افزایش ۱۰۰۰ میلیارد ریال به مخارج دولتی) را به اجرا گذارده است. اگر تقاضای کل برای کالاها و خدمات دقیقاً به اندازه هزار میلیارد ریال افزایش یابد منحنی تقاضای کل به سمت بالا و راست به اندازه AD_2 جابجا می شود. اما به دلیل اثر ضریب فزاینده در اقتصاد تقاضای کل بیش از ۱۰۰۰ میلیارد ریال افزایش می یابد. لذا منحنی تقاضای کل به AD_3 انتقال می یابد.

۲- اثر جایگزینی^{۱۲۷}

از سوی دیگر، افزایش در تقاضای کل برای کالاها و خدمات تقاضا برای پول را افزایش می دهد. با افزایش تقاضا برای پول نرخ بهره افزایش می یابد. افزایش در نرخ بهره باعث می شود هزینه سرمایه گذاری افزایش و در نتیجه سطح سرمایه گذاری کاهش یابد. کاهش در سطح سرمایه گذاری افزایش بیکاری و کاهش درآمد و به تبع آن کاهش تقاضای کل برای کالاها و خدمات را در پی دارد. سرانجام به دلیل این فرایند بخشی از افزایش در تقاضای کل، که در اثر اجرای سیاست انبساطی مالی پدید آمده بود، خنثی می شود. از این فرایند به عنوان اثر جایگزینی یاد می شود. در نتیجه، این اثر - اگر وجود داشته باشد- باعث خواهد شد که اثر خرید های دولت بر منحنی تقاضای کل کمتر از حالت قبلی باشد. بیان هندسی این فرایند در نمودار ۱۸ - ۳ نشان داده شده است.



نمودار ۱۸-۳ نشان می دهد که ابتدا منحنی تقاضای کل در AD_1 بوده است. با اجرای یک سیاست مالی انبساطی تقاضای کل برای کالاها و خدمات افزایش یافته و به منحنی تقاضای کل به سمت راست و بالا (AD_2) جابجا شده است. سرانجام به دلیل اثر جایگزینی بخشی از افزایش در تقاضای کل، که در اثر اجرای سیاست انبساطی مالی پدید آمده بود، خنثی می شود و منحنی تقاضای کل از AD_2 به سمت چپ و پایین (AD_3) جابجا می شود.

تغییر در مالیات

یکی دیگر از ابزار های مهم سیاست مالی در کنار سطح مخارج دولتی سطح مالیات بر درآمد. برای مثال وقتی دولت نرخ مالیات بر درآمد را کاهش دهد پول بیشتری در اختیار افراد و خانوار ها باقی می ماند. افراد و خانوار ها نیز بخشی

¹²⁷ Crowding-out Effect

از درآمد اضافی را پس انداز می کنند و مابقی آن را صرف خرید کالاها و خدمات می کند. از آنجا که کاهش مالیات بر درآمد منجر می شود به افزایش درآمد و افزایش درآمد بیشتر کالاها و خدمات را در پی دارد کاهش مالیات بر درآمد توسط دولت باعث افزایش در تقاضای کل و جابجایی منحنی تقاضای کل به سمت راست می شود. به همین طریق اجرای یک سیاست مالی انقباضی مانند افزایش مالیات بر درآمد باعث کاهش درآمدها و کاهش در مصرف شده منحنی تقاضای کل را به سمت چپ جابجا می کند.

اندازه انتقال منحنی تقاضای کل بر اثر تغییر مالیاتها نیز به اثر ضریب فزاینده و اثر جایگزینی بستگی دارد. زمانی که دولت مالیات بر درآمد را کاهش می دهد تا مصرف افزایش یابد درآمدها و سود بنگاهها نیز افزایش می یابد. افزایش درآمد و سود بنگاهها نیز به نوبه خود دوباره باعث افزایش در مصرف می گردد. در عین حال درآمد های بالاتر معمولاً با تقاضای بیشتری برای پول همراه است. و این امر نیز به نوبه خود نرخ بهره را افزایش می دهد. نرخهای بهره بالاتر هزینه استقراض را افزایش می دهد. افزایش در هزینه های استقراض باعث کاهش در سرمایه گذاری می شود. و این فرایند همان اثر جایگزینی است.

سیاست پولی

سیاست پولی از طریق تغییر در حجم پول، تغییر در رشد آن و یا شرایط اعطای تسهیلات مالی صورت می گیرد. و شاه کلید هر نوع تغییر در حجم پول در اختیار بانک مرکزی است.

سیاست پولی نیز مانند سیاست مالی به دو نوع تقسیم می شود: **سیاست پولی انبساطی و سیاست پولی انقباضی**. سیاست پولی انبساطی برای مقابله با رکود و یا مهار بیکاری و افزایش اشتغال به کار گرفته می شود. سیاست پولی انقباضی برای مهار تورم یا برطرف ساختن شکاف تورمی به کار گرفته می شود.

مکانیسم اثر گذاری سیاست پولی

چنانکه در فصل هفدهم دیدیم شیب منحنی تقاضای کل به سه دلیل نزولی است. ۱- اثر ثروت ۲- اثر نرخ بهره ۳- رابطه قیمت ها و خالص صادرات.

در میان این سه عامل، تنها عاملی که بانک مرکزی به صورت کاملاً مستقیم می تواند از طریق بازار پول بر آن تاثیر بگذارد و در واقع از این طریق اعمال سیاست پولی کند، نرخ بهره است. برای فهم نحوه اثر گذاری سیاست پولی بر تقاضای کل از طریق تغییرات نرخ بهره در اینجا به صورت مبسوط تر به نحوه شکل گیری نرخ بهره بر اساس نظریه کینز می پردازیم. این نظریه به نام نظریه **رجحان نقدینگی** معروف است.

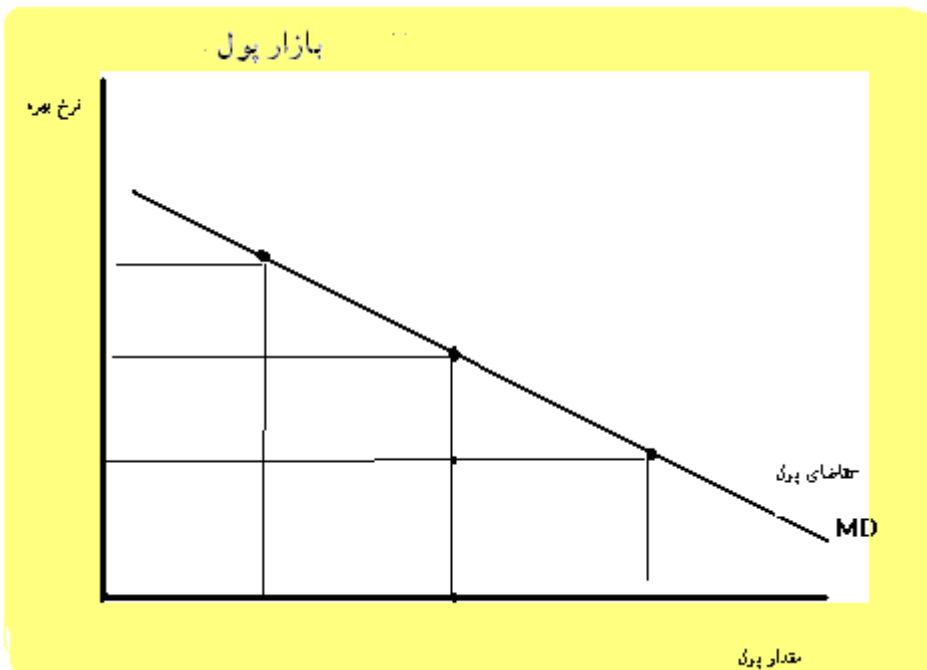
نظریه رجحان نقدینگی

نظریه رجحان نقدینگی که ابتدا توسط کینز مطرح گردید، نحوه شکل گیری و تعیین نرخ بهره و نقش عرضه و تقاضای پول در تعیین نرخ بهره را نشان می دهد.

اساس نظریه رجحان نقدینگی تبیین تقاضای پول است. از دید گاه کینز سه نوع تقاضا برای پول وجود دارد:

- ۱- تقاضای معاملاتی برای پول که از نقش پول به عنوان واسطه مبادله ناشی می شود. یعنی هرچه معاملات افراد بیشتر باشد تقاضای آنها برای نگهداری پول نقد بیشتر است. هم چنین با افزایش قیمت ها این نوع تقاضا برای پول افزایش می یابد.
- ۲- تقاضای احتیاطی برای پول از انگیزه پاسخگویی به هزینه های پیش بینی نشده ناشی می شود. تقاضای احتیاطی برای پول خود تابعی از میزان درآمد افراد است؛ به این معنا که هر چه درآمد افراد بیشتر باشد پول نقد بیشتری برای هزینه های پیش بینی نشده نگهداری می کنند.
- ۳- تقاضای بورس بازی برای پول که در واقع از انگیزه سود جویی نشات می گیرد. در این تقاضا افراد بجای نگهداری اوراق بهادار ترجیح می دهند پول نقد نگهداری کنند و با شکار فرصت ها مانند افزایش یا کاهش قیمت برخی از کالا ها مانند سکه یا سهام، سود بدست آورند. هرچند عوامل متعددی (مانند نرخ بهره، سطح قیمت ها و...)

در تعیین مقدار تقاضای بورس بازانه برای پول اثر می گذارد اما کینز با ارایه نظریه رجحان نقدینگی بر نرخ بهره به عنوان مهمترین عامل در تعیین مقدار تقاضای پول به انگیزه بورس بازی تاکید می ورزد. براساس این



نظریه میان نرخ بهره و نمودار ۱۸ ۴

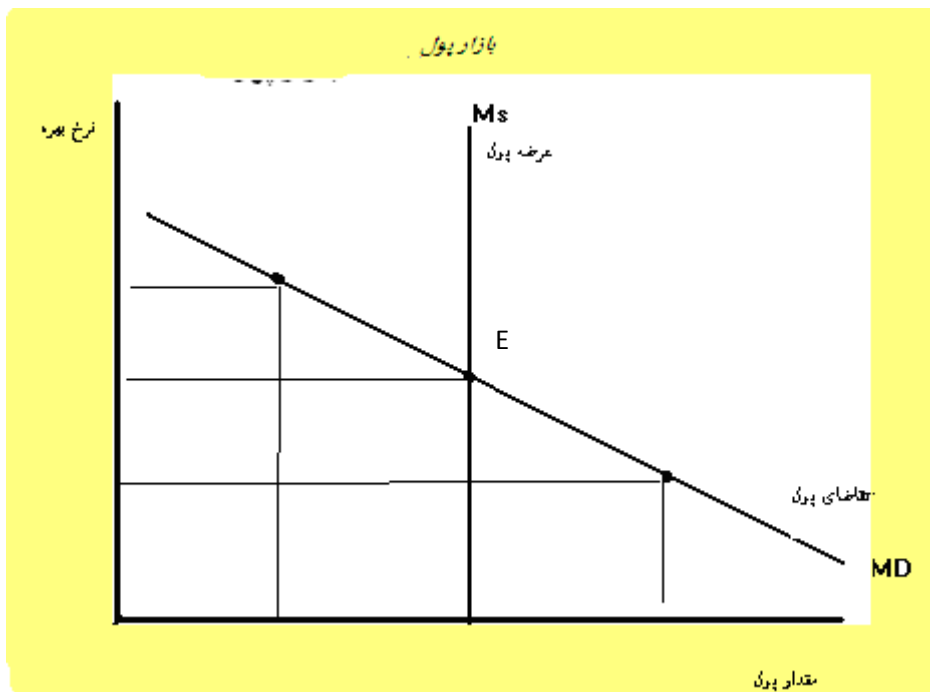
تقاضا برای پول رابطه معکوس برقرار است. یعنی با افزایش نرخ بهره مردم ترجیح می دهند پول کمتری به

صورت نقد نگهدارند. زیرا نگهداشتن پول به صورت نقد مستلزم آن است که فرد از دریافت بهره پول محروم شود. به دلیل این هزینه فرصت، افراد با مشاهده نرخ بهره بالا پول کمتری تقاضا می کنند. اگر این رابطه میان پول و نرخ بهره را در نمودار هندسی نشان دهیم می بینیم که شیب منحنی تقاضا برای پول به انگیزه بورس بازی (MD) نزولی است (نمودار ۱۸-۴).

این نمودار نشان می دهد که رابطه معکوس میان نرخ بهره و تقاضا برای پول به انگیزه بورس بازی برقرار است.^{۱۲۸} به این معنی که با افزایش نرخ بهره تقاضا برای پول کاهش می یابد و با کاهش آن تقاضا برای پول افزایش می یابد. سایر عوامل تاثیرگذار بر تقاضای پول از جمله سطح عمومی قیمت ها که تقاضای مبادلاتی پول را تحت تاثیر قرار می دهد و درآمد که تقاضای احتیاطی پول را متاثر می سازد، موجب جابجایی منحنی تقاضای پول در نمودار می شود.

تعادل در بازار پول

بازار پول نیز مانند هر بازاری از دو مؤلفه عرضه و تقاضا تشکیل می شود. چنانکه می دانیم عرضه پول توسط بانک مرکزی تعیین می شود. ما برای سادگی در تحلیل های خود آن را به عنوان یک متغیر برونزا که مستقل از متغیر های اقتصادی است در نظر می گیریم. عرضه پول برونزا را در نمودار ۱۸-۵ با منحنی عرضه عمودی و نماد M_s نشان می



دهیم

نمودار ۱۸-۴

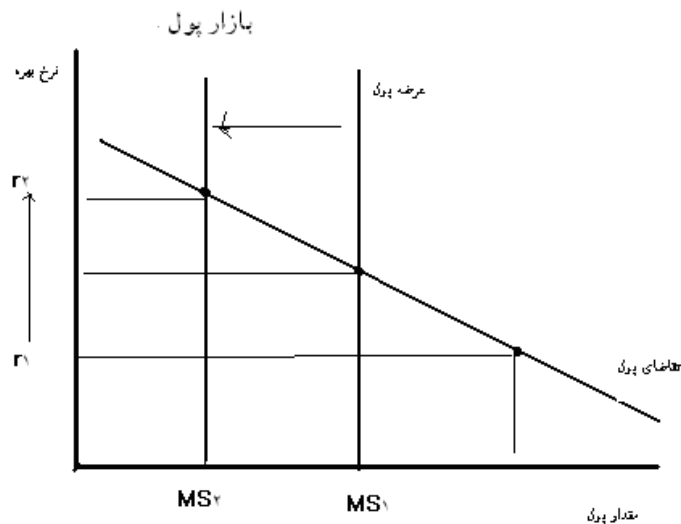
^{۱۲۸} . خوانندگان تیزبین به فرض ثبات سایر عوامل تاثیرگذار بر تقاضای پول توجه دارند.

بر اساس نظریه رجحان نقدینگی نرخ بهره به عنوان عامل ایجاد توازن میان عرضه و تقاضای پول عمل می کند. بنابراین یک نرخ بهره تعادلی وجود دارد که در آن مقدار تقاضای پول دقیقا با عرضه آن به توازن می رسند (نقطه E در نمودار ۱۸-۴).

پس از آشنایی اجمالی با نظریه رجحان نقدینگی اکنون می خواهیم ببینیم پیامد و تبعات این نظریه بر تقاضای کل برای کالاها و خدمات چیست. در فصل هفدهم دیدیم که یکی از عوامل نزولی بودن شیب منحنی تقاضا وجود اثر نرخ بهره است. از طرف دیگر، یکی از عوامل موثر بر تعیین نرخ بهره سطح قیمت هاست. افزایش سطح قیمت ها تقاضا برای پول را افزایش می دهد. افزایش تقاضا برای پول نرخ بهره را افزایش می دهد. افزایش نرخ بهره مقدار تقاضای کل کالاها و خدمات را کاهش می دهد. زیرا افزایش نرخ بهره باعث می شود هزینه سرمایه گذاری افزایش یابد و رغبت و تمایل سرمایه گذاران برای سرمایه گذاری کاهش یابد. با کاهش سرمایه گذاری میزان و سطح بیکاری افزایش و درآمد کاهش می یابد. در نتیجه تقاضا برای کالاها و خدمات کاهش می یابد.

تغییر در عرضه پول

فرض کنید با نك مرکزی^{۱۲۹} به منظور اجرای یک سیاست انقباضی پولی در جهت کاستن از نرخ تورم در کشور اقدام به انتشار اوراق قرضه نماید. با خرید اوراق قرضه توسط مردم حجم پول در گردش از MS₁ به MS₂ کاهش می یابد.

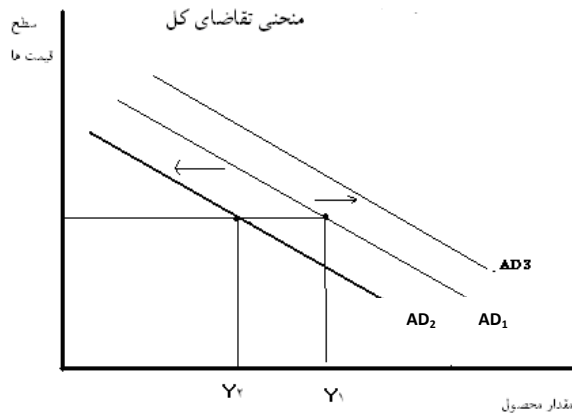


نمودار ۱۸ ۵

^{۱۲۹} - سازکار این سیاست ها در نظام غیر ربوی با نظام ربوی تفاوتی دارد. متها به دلیل آنکه نظریه کینز در چارچوب نظام ربوی ارائه شده است و از سوی دیگر این کتاب نیز جنبه مقدماتی دارد مطالب این کتاب در همان چارچوب اقتصاد مبتنی بر بهره (نظام ربوی) ارائه می شود.

کاهش در عرضه پول نرخ بهره را افزایش می دهد. با افزایش بهره سطح سرمایه گذاری و درآمد و در نتیجه تقاضا برای کالاها و خدمات کاهش می یابد. بدین ترتیب منحنی تقاضای کل در بازار کالاها به سمت چپ و پایین (از

AD_1 به AD_2) جابجا می شود (نمودار ۱۸-۷)



عکس این قضیه نیز صادق است. یعنی اگر بانک مرکزی فرضاً به منظور ایجاد اشتغال یک سیاست پولی انبساطی را به اجرا بگذارد عرضه پول افزایش و نرخ بهره کاهش می یابد. با کاهش نرخ بهره، سرمایه گذاری، درآمد و تقاضای کل افزایش می یابد و منحنی تقاضای کل نیز به سمت راست (از AD_1 به AD_3) جابجا می شود. بدین ترتیب می بینیم که سیاست پولی از رهگذر نرخ بهره بر تقاضای کل اثر می گذارد.

سایر سیاست های اقتصادی

علاوه بر دو سیاست مالی و پولی سیاستگذاران از سیاست های اقتصادی دیگری بر حسب نیاز و مقتضای اوضاع و

احوال نیز استفاده می کنند که عناوین برخی از آنها را بدون شرح و بسط برمی شماریم:

۱- سیاست درآمدی: منظور از سیاست درآمدی مجموعه تدابیر و اقداماتی است که دولت جهت کاهش یا کنترل سطح قیمتها از طریق نظارت بر دستمزدها و قیمت ها یا متقاعد کردن عاملان اقتصادی، بکار می گیرد. تعیین سقف دستمزدها یا مذاکره برسر دستمزدها را می توان نمونه هایی از این سیاست برشمرد. دولت تلاش می کند تا رهبران کارگران و اتحادیه ها را برای تثبیت دستمزدها و قیمت ها متقاعد و ترغیب کند. مهم ترین هدف این سیاست مهار تورم از طرق غیر پولی است.

۲- سیاست ارزی: آن دسته از اقدامات دولت که به منظور تثبیت، تنزیل یا تقویت نرخ ارز صورت می گیرد سیاست های ارزی نامیده می شود. تعدیل حساب جاری، حفظ ثبات بازارهای مالی داخلی، پیشگیری از بحران های ارزی و حداقل سازی آثار ناشی از شوکهای مختلف خارجی، جلب سرمایه گذاری خارجی از مهمترین اهدافی است که با اجرای سیاست ارزی تعقیب می شود.

۳- سیاست های تجاری: هر اقدام آگاهانه دولت و سیاستگذاران مانند وضع تعرفه، اعلام تشویق های صادراتی و نظیر اینها به عنوان سیاست بازرگانی شناخته می شود. تشویق یا گسترش صادرات، کاهش واردات ، بهبود تراز پرداختها و پیشگیری از کسری تراز پرداختها یا کاهش آن از مهمترین اهداف سیاست های تجاری است.

خلاصه

خروج اقتصاد از وضعیت مطلوب (تعادل) در اقتصاد نوسانات اقتصادی نامیده می شود. زمانی که اقتصاد از حالت تعادل خارج می شود بسته به اینکه نابسامانی و عدم تعادل در اقتصاد در عرضه کل یا تقاضای کل ریشه داشته باشد و هم چنین بسته به گرایش و تعلق خاطر به یکی از مکاتب اقتصاد کلان اقتصاددانان و سیاستگذاران از یکی یا ترکیبی از سیاست های اقتصادی استفاده می کنند.

منظور از سیاست های اقتصادی ساز کار و تدبیری است که سیاستگذاران و متولیان برای بازگرداندن اقتصاد به تعادل و رسیدن به اهداف اقتصادی مانند اشتغال کامل، ثبات قیمت ها، رشد اقتصادی ثبات نرخ ارز و... به کار می بندند.

مهمترین و معروفترین سیاست های اقتصادی عبارتند از سیاست مالی، پولی، ارزی و...

هر اقدام آگاهانه دولت در جهت تغییر در هزینه های جاری و عمرانی ، تغییر در مالیات مستقیم و تغییر در پرداختهای انتقالی و کمکهای بلا عوض سیاست مالی نامیده می شود .

سیاست مالی به دو دسته تقسیم می شود. سیاست مالی انبساطی و سیاست مالی انقباضی.

سیاست مالی جهت اعاده تعادل و تثبیت اقتصادی استفاده می شود. منظور از تثبیت اقتصادی محدودسازی دامنه و حجم نوسانات اقتصادی و قراردادن اقتصاد در مسیر رسیدن به اشتغال کامل است.

تثبیت اقتصاد کلان گاهی به مدد نهادهای مالی و مالیاتی تعبیه شده در درون نظام اقتصادی تحقق می یابد(تثبیت کننده های خود کار) و گاهی با دخالت نهاد های برونی مانند قوه مجریه یا مقننه به دست می آید (تثبیت کننده های اختیاری).

سیاست پولی از طریق تغییر در حجم پول ، تغییر در رشد آن و یا شرایط اعطای تسهیلات مالی صورت می گیرد. سیاست پولی نیز به دو دسته سیاست پولی انبساطی و سیاست پولی انقباضی تقسیم می شود.

سیاست پولی انبساطی برای مقابله با رکود و یا مهار بیکاری و افزایش اشتغال به کار گرفته می شود.

سیاست پولی انقباضی برای مهار تورم یا برطرف ساختن شکاف تورمی به کار گرفته می شود.

در اجرای سیاست پولی در ایران دو نوع ابزار سیاست پولی مستقیم (غیر مبتنی بر شرایط بازار) و غیرمستقیم (مبتنی بر شرایط بازار) استفاده می شود. ابزارهای مستقیم مانند الف) کنترل نرخ‌های سود بانکی ب) سقف اعتباری ابزارهای غیرمستقیم مانند الف) نسبت سپرده قانونی، اوراق مشارکت بانک مرکزی و سپرده ویژه بانکها نزد بانک مرکزی

منظور از سیاست درآمدی مجموعه تدابیر و اقداماتی است که دولت جهت کاهش یا کنترل سطح قیمتها و دستمزدها اتخاذ می کنند.

آن دسته از اقدامات دولت که به منظور تثبیت، تنزیل یا تقویت نرخ ارز صورت می گیرد سیاست های ارزی نامیده می شود.

هر اقدام آگاهانه دولت و سیاستگذاران مانند وضع تعرفه، اعلام تشویق های صادراتی و نظیر اینها به عنوان سیاست بازرگانی شناخته می شود

سوالات فصل هجدهم

- ۱ - نوسانات اقتصادی چیست؟
- ۲ - سیاست های اقتصادی را تعریف کنید و مهمترین سیاستهای اقتصادی را نام ببرید؟
- ۳ - سیاست مالی را تعریف کنید و انواع آن را توضیح دهید؟
- ۴ - سیاست مالی به چه منظور به کار گرفته می شود؟
- ۵ - تفاوت میان تثبیت کننده های خود کار و تثبیت کننده های اختیاری را بیان کنید؟
- ۶ - مکانیسم اثرگذاری سیاست پولی و اهداف سیاست پولی انبساطی و سیاست پولی انقباضی را توضیح دهید؟
- ۷ - دو ابزار سیاست پولی مورد استفاده در اقتصاد ایران را نام ببرید؟
- ۸ - منظور از سیاست های درآمدی و سیاست های ارزی چیست؟
- ۹ - سیاست های بازرگانی را تعریف کنید؟

بخش چهارم

اقتصاد : بین الملل و اقتصاد توسعه

فصل نوزدهم

اقتصاد بین الملل

تاکنون در مباحث و تحلیل های خود در باره اقتصاد کلان عمدتاً تعامل و داد و ستد میان کشورها را نادیده می گرفتیم. مثلاً زمانی که در باره بیکاری و تورم و... سخن می گفتیم برای رعایت سادگی در کار تحلیل فرض می کردیم که با یک اقتصاد بسته سر و کار داریم. اقتصادی که بادیگر اقتصاد های جهان تعامل ندارد. اما امروزه به لحاظ اقتصادی هیچ کشور و ملتی تافته جدا بافته و جزیره مجزا و منزوی از سایر کشورها نیست. وقتی زنگ رکود اقتصادی یا بحران مالی در کشوری به صدا در می آید پژواک آن کشورها و قاره های دیگر را می لرزاند. جهان امروز دنیای اقتصاد جهانی است. تحولات شگفت انگیز و ژرف در عرصه ارتباطات، حمل و نقل و سیاست های تجاری سرنوشت اقتصادی کشورها را به هم دیگر گره زده است. بیشتر تقابلی ها و تعامل های بین المللی امروز با توجه به منافع و پیوند های اقتصادی صورت می گیرد. همآوردی و رقابت کشورها امروز بر سر یافتن و توسعه نفوذ اقتصادی - یافتن بازار های بیشتر - تعریف می شود. به قول معروف شاید از ابتدای تاریخ تاکنون سرزمین های از دست رفته برای دولتها مایه سرشکستگی بود اما از امروز به بعد فتح یا از دست دادن بازارها شاخص سربلندی یا سرشکستگی ملتها خواهد بود. نوسانات اقتصاد بین الملل می تواند اثر عظیمی بر هر ملت در هر جای جهان برجای بگذارد. آثار تنش های نظامی و سیاسی در خاورمیانه می تواند چرخ صنایع چین، اتحادیه اروپا و آمریکا را کند تر سازد. بحران مالی در جنوب شرق آسیا بازارهای مالی کل جهان را متزلزل کند.

از این رو هر تحلیلی از اقتصاد کلان بدون در نظر گرفتن تعاملات و روابط اقتصادی خارجی کشورها صرفاً با تأمین هدف سادگی و آسانی تحلیل توجیه پذیر است. برای رسیدن به تحلیل واقعی تر و عینی تر لازم است فرض بسته بودن اقتصاد را کنار بگذاریم و به اقتصاد باز - که در آن یک اقتصاد با سایر اقتصاد های جهان تعامل دارد - بپردازیم.

اقتصاد دانان برای سنجش و گزارش میزان و اندازه تعامل و داد و ستد بین المللی کشورها از متغیرهای معینی استفاده می کنند. برخی از این متغیرها عبارتند از واردات، صادرات و تراز پرداخت ها.

به طور کلی در اقتصاد بین الملل مبادلات بین المللی مورد مطالعه و بررسی است. جریان بین المللی کالا را تجارت می نامند و به همین عنوان مورد مطالعه قرار می دهند. شعبه دیگری از اقتصاد بین الملل، که مباحث مربوط به جریان و عبور و مرور بین المللی سرمایه می پردازد، به عنوان مالیه بین الملل معروف است.

تجارت بین الملل

تجارت بین الملل به مقوله داد و ستد کالاها و خدمات میان ملتها و کشورهای جهان می پردازد. در بسیاری از کشورها تجارت خارجی نقش بسزایی در تولید ناخالص داخلی ایفا می کند.

تجارت بین الملل یا داد و ستد میان ملتها پیشینه ای بسیار طولانی دارد. راه ابریشم و مبادلاتی که در طول قرنهای متمادی میان کشورهای مختلف با عبور از این راه صورت می گرفت و در شکوفایی تمدنهای غنی مصر باستان، چین، ایران، هند و روم نقش بسزایی ایفا کرد گواه این مدعاست. در قرون اخیر روز به روز بر اهمیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی تجارت بین الملل افزوده شده است. صنعتی شدن، ظهور وسایل مدرن حمل و نقل، و ارتباطات، شکل گیری شرکت های فراملیتی، و فراگیر شدن پدیده پر آوازه جهانی شدن اطلاعات و رسانه ها، که به زعم بسیاری جهان را به دهکده کوچکی تبدیل کرده است، هریک به نوبه خود اهمیت تجارت بین الملل را فزون و فزونتر ساخته است.

تاریخ تجارت بین الملل روایت چگونگی شکل گیری جریان مبادله کالا میان سرزمین های دور از هم است. در روزگاران گذشته که هنوز واحد های جغرافیایی سیاسی به نام دولت و کشور شکل نگرفته بود تجارت بین الملل تنها می توانست به داد و ستد میان دو منطقه یا سرزمین دور تعبیر شود؛ داد و ستد و نقل و انتقالات کالاها به صورتی که در جهان مدرن از آن به عنوان تجارت بین الملل نام برده می شود.

اما پرسشی که ممکن است به ذهن خطور کند این است که فلسفه یا توجیه اقتصادی نهفته در ورای تجارت یا داد ستد میان ملتها و کشورها چیست؟ چرا ملتها با همدیگر تجارت می کنند؟ دلایل متعددی رامی توان به عنوان دلیل اقتصادی برای تجارت بر شمرد:

- ۱- تنوع در امکانات و شرایط تولید: یکی از دلایل تجارت ممکن است تفاوت در امکانات و استعدادهای تولیدی کشورهای باشد. مثلا برخی از کشورها از نعمت خدادای ذخایر عظیم انرژی برخوردارند در حالیکه برخی دیگر کشورها زمین های خوب و مساعد برای کشاورزی دارند.
- ۲- اختلاف سلیقه ها و ذایقه های مردمان کشورهای مختلف: یکی دیگر از دلایل تجارت میان کشورها اختلاف میان سلیقه آنهاست. مثلا فرض کنید دو جامعه الف و ب هر دو از امکانات و شرایط مساوی برای تولید سبزیجات برخوردارند اما جامعه الف عادت به استفاده از فلفل و جامعه ب شایق به خوردن کاهو باشد. کشور الف کاهو صادر و فلفل وارد خواهد کرد. در این صورت نیز مبادله صورت خواهد گرفت.
- ۳- تفاوت در هزینه های تولید: بدون تردید برجسته ترین دلیل تجارت میان کشورها اختلاف در هزینه های تولید است. مثلا در بسیاری از فرایندهای تولید محصولات صنعتی صرفه جویی فزاینده به مقیاس حاکم

است . یعنی با افزایش حجم تولید هزینه متوسط تولید محصول کاهش می یابد. زیرا هزینه های ثابت تولید محصول مانند هزینه های تحقیق و توسعه و بخش اعظم تجهیزات بر تعداد محصول سرشکن می شود. به طور کلی بسیاری از اقتصاد دانان کلاسیک و معاصر بر این باورند که تجارت آزاد تقسیم کار میان کشور ها را گسترش می دهد. تجارت آزاد میان کشور ها به هر کشور امکان میدهد که امکانات تولید و تنوع مصرف خودرا گسترش دهد و بدین ترتیب سطح زندگی ملتها بالا می رود.

نظریه های تجارت بین الملل

اقتصاد دانان متعددی کوشیده اند در باب چگونگی شکل گیری الگوی تجارت و در دفاع از سودمندی تجارت میان ملتها توجیه و مبنای نظری ارائه دهند. نخستین نظریه در باب سودمندی تجارت را آدام اسمیت با طرح نظریه مزیت مطلق در تجارت بین الملل ارائه کرد. براساس نظریه مطلق هر کشور می تواند از منافع تجارت بهره مند شود مشروط بر آن که کالایی را تولید و صادر کند که در آن مزیت مطلق دارد. فرض کنید ایران در تولید پسته و پاکستان در تولید پارچه مزیت مطلق دارد. اگر تنها دو کشور ایران و پاکستان را در نظر بگیریم و فرض کنیم در این دو کشور تنها دو کالای پسته و پارچه تولید می شود. بر اساس نظریه مزیت مطلق اگر ایران تمام امکانات خود را صرف تولید پسته و پاکستان تمام نیروی خود را صرف تولید پارچه نماید هم تولید پارچه و هم تولید پسته در این جهان فرضی گسترش خواهد یافت.

پس از اسمیت دوید ریکاردو نظریه دیگری به نام نظریه مزیت نسبی را مطرح کرد. بر اساس این نظریه حتی اگر کشوری در هر دو کالا مزیت مطلق دارد باز هم جا برای تجارت وجود دارد. در این شرایط هر یک از کشور ها باید به تولید و صدور کالایی بپردازد که در آن در مقایسه با کالای دیگر مزیت نسبی دارد. به بیان دیگر، مزیت نسبی عبارت است از توانایی یک کشور در تولید و صدور کالاهایی با هزینه نسبی کمتر و قیمت نسبی ارزانتر. به این مفهوم که هر کشوری که در کالای خاصی مزیت نسبی دارد، در تولید و صادرات آن کالا تخصص پیدا خواهد کرد و در مقابل، کالاهایی را که در آنها مزیت نسبی ندارد از سایر کشورها وارد خواهد نمود تا نیاز تقاضا کنندگان را پاسخگو باشد. مثلا فرض کنید پاکستان هم در تولید برنج و هم در تولید پارچه نسبت به ایران دارای مزیت مطلق است. با این حال، پاکستان در تولید برنج نسبت به پارچه دارای مزیت بیشتری است و عکس آن برای ایران صادق است . بر اساس نظریه مزیت نسبی ایران باید در تولید پارچه تخصص و تمرکز و پاکستان در تولید برنج تخصص یابد. آنگاه ایران تولید مازاد بر نیاز خود را به پاکستان صادر و نیاز خود از برنج را از پاکستان (که دارای تولید مازاد بر نیاز داخلی) است وارد کند.

نظریه هکشر اوهلین

سومین نظریه معروف در توجیه چگونگی شکل گیری الگوی تجارت و سودمندی آن نظریه ای است که به نام طراحان آن هکشر و اوهلین دوتن از اقتصاددانان معروف اقتصاد بین الملل نامگذاری شده است. این نظریه مدعی است که عامل موثر در تجارت میان کشور ها برخورداری آنها از عوامل و نهاده های تولید است. به عبارت دیگر هر کشور کالایی را تولید و صادر می کند که وفور نهاده های لازم برای تولید آن کالا در آن کشور بیشتر از سایر کشور هاست. مثلاً اگر دو کالای رایانه و فرش دستبافت و دو کشور ژاپن و هند را در نظر بگیریم هند به تولید فرش خواهد پرداخت زیرا نهاده لازم برای فرش دستبافت نیروی انسانی است و هند از این نظر بسیار غنی تر از ژاپن است. اما رایانه معمولاً با روبات ها و دستگاهها یی سرمایه بر تولید می شود. لذا ژاپن که سرمایه بیشتر دارد به تولید رایانه مبادرت و تمرکز خواهد ورزید. لذا هند در تولید فرش تخصص می یابد و مازاد تولید خود را به ژاپن صادر می کند و ژاپن نیز در تولید رایانه متخصص می شود و مازاد تولید خود را به هند صادر می کند.

علاوه بر این سه نظریه نظریه های جدیدی در باب تجارت بین الملل مطرح شده که به دلیل نوع رسالت مقدماتی این کتاب از ذکر آنها خود داری می کنیم.

چند اصطلاح کلیدی در اقتصاد بین الملل

اقتصاد هر کشوری که به تجارت بین المللی مبادرت می ورزد اقتصاد باز نامیده می شود. معروفترین شاخص برای سنجش میزان بازبودن اقتصاد یک کشور نسبت صادرات یا واردات آن کشور به تولید ناخالص داخلی آن کشور است. صادرات عبارت است از کالاها و خدماتی که در داخل یک کشور تولید می شود و در خارج به فروش می رسد. واردات نیز عبارت است از کالاها و خدماتی که در خارج از کشور تولید می شود و در بازار داخلی به مصرف می رسد.

جدول زیر وضعیت واردات و صادرات ایران برای سالهای ۱۳۸۱- تا ۱۳۸۴ را نشان می دهد.

جدول واردات و صادرات ایران برای سال های ۸۴-۱۳۸۱ (ارقام به میلیون دلار)			
سال	کل صادرات کالا (نفی و غیرنفی)	وردات کالاها	تراز بازرگانی
۱۳۸۱	۲۸۲۳۷	۲۲۰۳۶	۶۲۰۱
۱۳۸۲	۳۳۹۹۱	۲۹۵۶۱	۴۴۳۰
۱۳۸۳	۴۳۸۵۲	۳۸۱۹۹	۵۶۵۳
۱۳۸۴	۶۰۰۱۲	۴۰۹۶۹	۱۹۰۴۳

جدول ۱۸

استخراج از بانک مرکزی نماگرهای اقتصادی شماره ۴۳ سه ماه چهارم سال ۱۳۸۳

وقتی ارزش واردات را از ارزش صادرات کسر کنیم خالص صادرات به دست می آید. خالص صادرات یا به عبارت دیگر تفاضل صادرات و واردات یک کشور را تراز بازرگانی آن کشور نامند. اگر خالص صادرات عددی مثبت باشد، صادرات بیشتر از واردات است. به این معنا که ارزش کالاها و خدماتی که این کشور به خارج می فروشد بیشتر است از ارزش کالاها و خدماتی که این کشور از خارجیان می خرد. در این صورت گفته می شود که این کشور مازاد تراز بازرگانی دارد. اگر خالص صادرات عددی منفی باشد به این معناست که کالاها و خدماتی که این کشور از خارجیان خرید ه بیشتر از کالاها و خدماتی است که این کشور به خارجیان فروخته است. در این صورت گفته می شود که این کشور کسری تراز بازرگانی دارد. اگر خالص صادرات صفر باشد یعنی میزان واردات و صادرات دقیقاً باهم برابر باشد در این صورت گفته می شود حساب بازرگانی کشور در حالت تراز قرار دارد.

هرچند عوامل زیادی در تعیین تراز بازرگانی یک کشور اثر دارد اما موثرترین عوامل تعیین کننده میزان صادرات و واردات و تراز بازرگانی یک کشور عبارتند از:

- (۱) سلايق و علايق مصرف كننده گان در خريد كالاهاى ساخت داخل و خارج؛
 - (۲) قيمت كالاها در داخل و خارج؛
 - (۳) نرخ ارز؛
 - (۴) درآمد مصرف کنندگان داخلی و خارجی؛
 - (۵) هزینه های حمل و نقل کالا از یک کشور به کشور دیگر؛ و سرانجام
 - (۶) سياست هاى تجارى دولتها. منظور از سياست هاى تجارى آن دسته راهكارها و اقداماتى است كه دولت براى دستيابى به اهداف مشخصى مانند بهبود بازرگانى يا حمايت از توليد كنندگان داخلى از رهگذر افزايش صادرات يا کاهش واردات به كار مى بندند. معمولاً اين سياست ها در قالب يك سري قوانين و مقررات تجارى و اقدامات حمايتى نمود پيدا مى كند. دولت ها با وضع موانع تعرفه اى و گمركى و سهميه بندى واردات مى توانند حجم واردات را کاهش دهند. بر عكس آنها با اعطاي يارانه ها و جوايز صادراتى مى توانند صادرات را رونق بخشند. آزاد سازى تجارى (حذف يا تقليل تعرفه ها و اجازه دادن به سرمايه گذاريهاى خارجى) از ديگر نمونه هاى سياست هاى دولت در زمينه واردات و صادرات است.
- تغيير در هريك از متغيرهاى بالا در طول زمان باعث مى شود تراز بازرگانى يك کشور نيز تغيير كند.

مالیه بین الملل

در بخش اول این فصل در مورد رکن اول اقتصاد بین الملل یعنی تجارت بین الملل را به اختصار مطالبی بیان شد. تجارت بین الملل به مبادلات و داد و ستد کالاها و خدمات میان کشورها می پردازد. بخش دوم این فصل را به مالیه بین الملل اختصاص می دهیم.

در تجارت بین الملل با متغیرهایی مانند واردات و صادرات و تراز بازرگانی به عنوان شاخص های اندازه گیری مقادیر عبور (صدور و ورود) کالاها و خدمات در کشورها آشنا شدیم. اما در صادرات و واردات کالاها و خدمات متغیر بسیار مهم دیگری نیز به نام قیمت ها وجود دارد. از آنجا که در کشور های مختلف پولهای مختلفی در گردش است لذا تجارت و داد و ستد در روزگار معاصر با استفاده از پولهای مختلف انجام می گیرد. از این جاست که متغیری جدید به نام ارز وارد میدان می شود. ارز عبارت است از قیمت پول یک کشور به پول کشور دیگر. اما قیمت یک پول به پول دیگر چگونه تعیین می شود. قیمت پول ملی یک کشور به پول ملی کشور دیگر در بازار ارز تعیین می شود. بازار ارز جایی است که در آن پولهای ملی کشورهای مختلف با همدیگر مبادله می شود. درست همانگونه که قیمت های داخلی از طریق مکانیسم بازار عرضه و تقاضای کالاها و خدمات را تنظیم می کند در سطح بین المللی نیز نرخ ارز تعامل میان عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان واردات و صادرات را تنظیم می کند.

نرخ ارز اسمی

نرخ ارز اسمی عبارت است از نرخی که در آن پول یک کشور به پول کشور دیگر مبادله می شود. مثلاً اگر شما بخواهید ین (واحد پول ژاپن) را بخرید می توانید با مراجعه به بانک یا صرافی با پرداخت هر ۶۷ ریال یک ین بخرید. در اینجا نرخ اسمی ین ۶۷ ریال است. اگر نرخ ارز تغییر کند مثلاً لازم باشد برای خرید یک ین ۷۰ ریال پرداخت کند در این صورت گفته می شود نرخ ارز (نرخ مبادله ین و ریال) در بازار ایران افزایش یافته است. اگر این تغییر به صورت عکس باشد یعنی مثلاً بتوان با ۶۵ ریال یک ین خرید در این صورت گفته می شود نرخ ارز (نرخ مبادله ین و ریال) در بازار ایران کاهش یافته است. می دانیم کشورهای مختلف پولهای ملی مختلف دارند. ارزش پول ملی یک کشور در برابر پولهای سایر کشورها یکسان نیست. مثلاً ارزش ریال ایران در برابر یورو، دلار آمریکا، دلار کانادا، یوان چین، روپیه هند متفاوت است. لذا می توان گفت برای پول هر کشور نرخهای ارز مختلف وجود دارد. اما اقتصاد دانان برای سادگی تحلیل و بررسی نرخ ارز معمولاً شاخصی را در نظر می گیرند که نشانده میانگین نرخهای مختلف ارز است. درست همانگونه که شاخص قیمت مصرف کننده های کالاها را در یک کشور را به معیار واحد برای سنجش قیمت ها تبدیل

می کند شاخص نرخ ارز نیز نرخهای مختلف ارز را به مقیاس واحدی برای سنجش ارزش بین المللی پول ملی یک کشور تبدیل می کند.

نرخ ارز حقیقی

نرخ حقیقی ارز عبارت از نرخى است که در آن می توان کالاها و خدمات یک کشور را با کالاها و خدمات کشور دیگر مبادله کرد. فرض کنید که قیمت یک کیلو زیتون ایرانی ۱۸۰۰۰ ریال باشد و قیمت یک کیلو زیتون ترکیه ۴۰۰۰۰۰۰ لیره ترکیه باشد. در این صورت نرخ ارز حقیقی لیره ترکیه به ریال بدین صورت بدست می آید. برای محاسبه این نرخ ابتدا باید از نرخ ارزی اسمی برای تبدیل هر دو قیمت به پول واحد استفاده کنیم. برای محاسبه نرخ ارز حقیقی از فرمول زیر استفاده می شود.

$$\text{نرخ ارز حقیقی} = \frac{\text{نرخ ارز اسمی} \times \text{قیمت های داخلی}}{\text{قیمت های خارجی}}$$

اگر براساس نرخ ارزی هر ریال ایران برابر ۲۰۰ لیره ترکیه باشد در این نرخ حقیقی ارز برای زیتون با توجه به فرمول بالا چنین خواهد بود.

$$= ۰/۹ = \frac{۱۸۰۰۰ \times ۲۰۰}{۴۰۰۰۰۰۰}$$

در نتیجه نرخ ارز حقیقی ریال در برابر لیره ترکیه برابر است با ۰/۹. مفاد این عدد این است که اگر قرار باشد خریدار، زیتون ترکیه را با زیتون ایران مبادله کند باید به ازای هر ۹۰۰ گرم زیتون ترکیه یک کیلو زیتون ایرانی بپردازد.

بنابراین نرخ ارز حقیقی به نرخ ارزی اسمی و قیمت کالا در دو کشور بستگی دارد.

اما نرخ ارز حقیقی چه اهمیتی دارد؟ واقعیت این است که نرخ ارز حقیقی یکی از عوامل اصلی رقم زننده میزان واردات و صادرات میان کشورهاست. یک مصرف کننده زیتون برای اینکه بداند زیتون ترکیه ارزان تر است یا زیتون ایرانی از نرخ ارز حقیقی استفاده می کند.

اقتصاد دانان برای تعیین نرخ ارز حقیقی به جای قیمت یک کالا سطح عمومی قیمت ها در نظر می گیرند. یعنی برای اندازه گیری نرخ ارز حقیقی آنها از شاخص های قیمتی مانند شاخص قیمت مصرف کننده استفاده می کنند. بنابراین نرخ ارز حقیقی میان دو پول مانند ریال و لیره با استفاده از متغیرهای زیر بدست می آید:

شاخص قیمتی سبد کالای ایرانی (P)، شاخص قیمتی سبد کالای خارجی (P^*) و نرخ ارز اسمی (e) میان پولهای دو کشور. و به بیان نمادین

$$(\text{نرخ ارز حقیقی}) = P^* / (eX_n/P)$$

نرخ ارز نیز مانند بسیاری از متغیرهای اقتصادی در طول زمان نوسان دارد. سی سال پیش برای خرید یک دلار شاید کمتر یک دهم مقدار ریالی که اکنون لازم است کافی بود.

جدول روبرو نرخ برابری دلار به ریال را در بازار آزاد برای ۴ سال گذشته نشان می دهد.

نرخ ارز (ریال/دلار)		
نرخ بازار آزاد (متوسط فروش)	نرخ بازار بین بانکی (متوسط فروش)	
۸,۰۱۹	۷,۹۵۸	۱۳۸۱
۸,۳۳۳	۸,۲۸۲	۱۳۸۲
۸,۷۴۷	۸,۷۱۹	۱۳۸۳
۹,۰۴۲	۹,۰۲۶	۱۳۸۴

جدول ۱۸ ۲

منبع: بانک مرکزی نماگرهای اقتصادی شماره ۴۳ سه ماه چهارم سال ۱۳۸۳

اما پرسش این است که چه عواملی باعث می شود نرخ ارز تغییر کند؟ اقتصاددانان الگوهای متعددی برای تبیین و توجیه دلایل تغییر نرخ ارز ارائه داده اند. هر یک از این الگوها ناظر به یک یا چند عامل موثر بر تعیین نرخ ارز است. در کوتاه مدت تغییرات نرخ ارز در بازار با توجه به سیاست های پولی، تحولات سیاسی و تغییر در انتظارات و پیش بینی های مردم تعیین می شود. اما در بلند مدت تغییرات نرخ ارز را می توان با توجه به قیمت های نسبی کالاها و خدمات (یا به عبارت دیگر برابری قدرت خرید در کشورهای مختلف) و به شرط برقراری تجارت آزاد میان کشورها تبیین کرد.

نظریه برابری قدرت خرید بر اصلی به نام قانون یگانگی یا مشابهت قیمت ها مبتنی است. براساس این اصل قیمت هر کالایی باید در همه جا یکسان باشد. در غیر این صورت زمینه استفاده نشده برای کسب سود به وجود می آید. مثلاً فرض کنید خرید سبدهای کالاها (مانند پارچه، مواد خوراکی، نفت و دارو و ...) در ایران شصت هزار تومان هزینه داشته باشد. خرید همین سبد از کالا در افغانستان ۵۰۰۰ هزار افغانی هزینه داشته باشد. اگر

نرخ ارز میان این دو واحد پولی از قرار هر افغانی ۲۰ تومان باشد در این صورت هزینه خرید همان سبد کالا در افغانستان ۳۰۰۰ افغانی خواهد شد. با توجه به قیمت های نسبی و فرض وجود آزادی تجارت میان این دو کشور انتظار می رود عده ای زیادی از دو طرف مرز اقدام به خرید کالا از ایران و فروش آن در بازار های افغانستان کنند. نتیجه این امر افزایش واردات از ایران و تقاضا برای ریال ایران خواهد بود. با در نظر گرفتن قانون عرضه و تقاضا با افزایش تقاضا برای ریال ایران قیمت آن به نسبت افغانی افزایش خواهد یافت. در نتیجه برای خرید یک هزار ریال ایرانی مقدار بیشتری پول افغانی لازم است. سرانجام تفاوت در هزینه خرید و کسب سود از فروش همان سبد واحد در دو کشور به تدریج کمتر و کمتر می شود و با فرض ثبات قیمت های نسبی در هر کشور ارزش برابری واحد پول ملی هر دو کشور از قرار یک افغانی به ۱۲۰ ریال می رسد. اما باید به خاطر داشت که به دلیل وجود انواع موانع و عوامل بر سر راه تجارت میان کشور و دیگر عوامل اثر گذار برابری قدرت خرید میان کشور ها تنها تقریبی از نرخهای ارز میان کشور هاست نه تعیین کننده نرخ دقیق ارز.

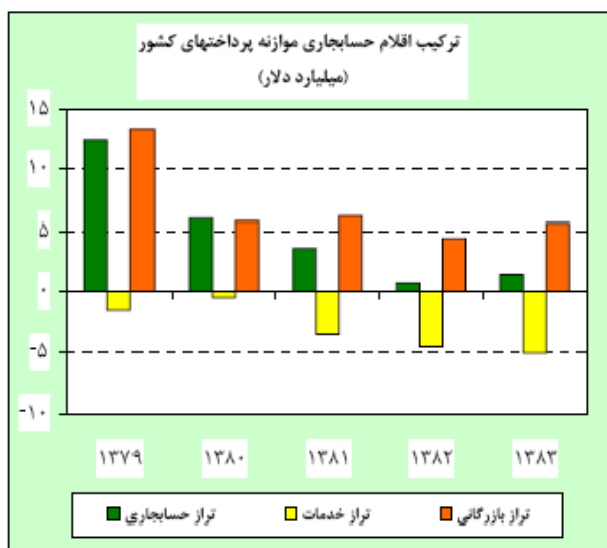
تراز پرداختها

هر گونه داد و ستد و مبادله میان دو کشور در حسابی به نام تراز پرداختها ثبت می گردد. تراز پرداختها عبارت است از ثبت منظم تمامی معاملات اقتصادی یک کشور با سایر کشور های جهان. تراز پرداختها وضعیت منابع و مصارف ارزی یک کشور را نمایش می دهد. به صورت کلی تراز پرداختها از دو حساب به نام حساب جاری و حساب مالی یا حساب سرمایه تشکیل می شود. در حساب جاری معاملات کالاها و خدمات و در حساب سرمایه جریان ورود و خروج سرمایه ثبت می شود. در حساب جاری معاملات تجاری، و پرداختهای انتقالی مانند هدایا و کمکهای مالی ثبت می شود. بخش دیگری از حساب جاری مربوط به تجارت نامریی است. منظور از تجارت نامریی خرید و فروش خدمات است، مانند خدمات حمل و نقل، بیمه فنی و مهندسی و جهانگردی، آموزش و تحصیل و ...

خالص انتقالات عبارت است از تفاضل

دریافتهها و پرداختهای انتقالی (کمکهای بلا عوض) دولتی و شخصی مردم و دولت یک کشور به مردم و دولت کشور دیگر.

در حساب سرمایه جریان ورود و خروج سرمایه ثبت و گزارش می شود. برای مثال سرمایه گذاری اتباع یک کشور در خارج از



ان کشور در حساب سرمایه گزارش می شود. خرید خانه، زمین و احداث کارخانه یا خرید اوراق قرضه و سهام یک کشور توسط اتباع خارجی و دریافت وام از موسسات و بانکهای خارجی نمونه هایی از ورود سرمایه به یک کشور اند. برعکس، اعطای وام از سوی دولت به کشورها و اتباع خارجی، خرید سهام و اوراق قرضه خارجی توسط اتباع داخل، خروج سرمایه از کشور به شمار می آید.

در نمودار بالا ترکیب تراز حسابجاری ایران برای سالهای ۸۳-۱۳۷۹ را مشاهده می کنید. در جدول زیر ساختار کلی تراز پرداختها را مشاهده می کنید.

۱- حساب جاری
تراز بازرگانی
تراز خدمات
خالص انتقالات
۲- خالص حساب سرمایه
۳- تغییرات ذخایر رسمی

جدول ۱۸ ۳

جدول زیر نمونه واقعی موازنه یا تراز پرداختهای حساب جاری کشور ج. ا. ایران را برای سالهای ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۴ نشان می دهد.

تراز پرداختها (حساب جاری)								
(میلیون دلار)								
تراز حساب جاری	انتقالات (خالص)	خدمات (خالص)	تراز بازرگانی	واردات کالا (فوب)	صادرات کالا			
					کل	غیرنفی	نفت و گاز	
۳,۵۸۵	۸۸۷	-۳,۵۰۳	۶,۲۰۱	۲۲,۰۳۶	۲۸,۲۳۷	۵,۲۷۱	۲۲,۹۶۶	۱۳۸۱
۸۱۶	۹۲۱	-۴,۵۳۵	۴,۴۳۰	۲۹,۵۶۱	۳۳,۹۹۱	۶,۶۳۶	۲۷,۳۵۵	۱۳۸۲
۱,۴۴۲	۸۰۰	-۵,۰۱۱	۵,۶۵۳	۳۸,۱۹۹	۴۳,۸۵۲	۷,۵۳۷	۳۶,۳۱۵	▲۱۳۸۳
۱۴,۰۳۷	۸۸۸	-۵,۸۹۴	۱۹,۰۴۳	۴۰,۹۶۹	۶۰,۰۱۲	۱۱,۱۸۹	۴۸,۸۲۳	□۱۳۸۴

جدول ۱۸ ۴ ای ۱۳۸۱ تا

۱۳۸۴ نشان می دهد.

تراز پرداختها (حساب سرمایه و تغییر در ذخایر بین المللی)				
(میلیون دلار)				
تغییر در ذخایر بین المللی (۱)	خالص حساب سرمایه			
	کل	بلند مدت	کوتاه مدت	
۴,۶۶۷	۲,۵۳۳	۳,۳۲۹	-۷۹۶	۱۳۸۱
۳,۷۱۰	۴,۴۷۶	۲,۰۴۵	۲,۴۳۱	۱۳۸۲
۸,۷۳۱	۷,۳۸۸	۱,۶۵۹	۵,۷۳۰	▲۱۳۸۳
۱۳,۵۷۴	-۴۱۱	۴۱۰	-۸۲۱	□۱۳۸۴

خلاصه

اقتصاد بین الملل دو شعبه دارد: الف) تجارت بین الملل که در آن نظریه های تبیین کننده عوامل ، دلایل و انگیزه های داد و ستد کالا ها و خدمات میان ملتها و کشورهای جهان بررسی می شود. ب) مالیه بین الملل: در مالیه بین الملل نظریه های مربوط رفتار متغیرهایی مانند ارز و جریان سرمایه مورد کاوش قرار می گیرد.

مهمترین دلایل شکل گیری تجارت عبارتند از: تنوع در امکانات و شرایط تولید، اختلاف سلیقه ها و ذایقه های مردمان کشور های مختلف، تفاوت در هزینه های تولید.

نخستین نظریه در باب تجارت بین الملل را آدام اسمیت با طرح نظریه مزیت مطلق ارائه کرد. پس از او دوید ریکاردو نظریه دیگری به نام نظریه مزیت نسبی را مطرح کرد.

بر اساس نظریه مزیت نسبی هر کشوری که در کالای خاصی مزیت نسبی دارد، در تولید و صادرات آن کالا تخصص پیدا خواهد کرد و در مقابل، کالاهایی را که در آنها مزیت نسبی ندارد از سایر کشورها وارد خواهد نمود.

سومین نظریه مهم نظریه هکشر اوهلین است . این نظریه مدعی است که هر کشور کالایی را تولید و صادر می کند که وفور نهاده های لازم برای تولید آن کالا در آن کشور بیشتر از سایر کشورهاست. ارز عبارت است از قیمت پول یک کشور به پول کشور دیگر. همانگونه که قیمت های داخلی از طریق مکانیسم بازار عرضه و تقاضای کالاها و خدمات را تنظیم می کند در سطح بین المللی نیز نرخ از تعامل میان عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان واردات و صادرات را تنظیم می کند.

تراز پرداختها عبارت است از ثبت منظم تمامی معاملات اقتصادی یک کشور با سایر کشورهای جهان. تراز پرداختها از دو حساب به نام حساب جاری و حساب مالی یا حساب سرمایه تشکیل می شود. در حساب جاری معاملات کالاها و خدمات و در حساب سرمایه جریان ورود و خروج سرمایه ثبت می شود. در حساب جاری معاملات تجاری ، و پرداختهای انتقالی مانند هدایا و کمکهای مالی ثبت می شود. در حساب سرمایه جریان ورود و خروج سرمایه ثبت و گزارش می شود.

ضمیمه الف

نظام پولی بین المللی

برای آنکه کشورها بتوانند به گونه ای موثر در مبادله کالاها و خدمات مشارکت کنند لازم است یک نظام پولی بین المللی وجود داشته باشد تا داد ستدهای اقتصادی را تسهیل کند. از نظر تاریخی هر یک از نظام های پولی بین المللی دارای مشخصات و ویژگیهای بوده اند که آنها را از یکدیگر متمایز می سازد.

برجسته ترین نظام پولی بین المللی در گذشته استاندارد طلای بین المللی بوده است. این نظام از سال ۱۸۸۰ میلادی تا ۱۹۱۴ میلادی زمینه ساز تسهیل مبادلات بین المللی بوده است.

در این نظام مقامات پولی هر کشور، قیمت طلا را برحسب پول ملی ثابت نگهداشته و سپس آماده می شدند که به خرید و فروش هر مقدار طلا، در آن قیمت پردازند. سیستم واحد پولی طلا، هر کشور را موظف می کرد که عرضه پول ملی خود را به ضریب معینی از ذخایر طلا محدود کند که در بانک مرکزی آن کشور نگهداری می گردد. بنابراین پول انتشار یافته داخلی به وسیله ذخایر طلای کشور حمایت می شد. در این نظام در حالی که ورود و خروج طلا آزادانه صورت می گرفت، بانک مرکزی هر کشور موظف بود که آن را باقیمت ثابت خرید و فروش کند. در نظام مزبور در حالی که طلا به مثابه یک پول بین المللی تلقی می گردید پول هر کشور نیز معادل طلا بود و به این ترتیب ارزش خارجی همه پولها به وسیله ثابت نگهداشتن قیمتهای آنها برحسب طلا تعیین می شد. بنا براین نرخ ارز در این شرایط با توجه به شرایط ویژه نظام پولی طلا تعیین و تعریف می شد.

نظام واحد پولی طلا با شروع جنگ جهانی اول فروپاشید. دلایل اصلی این امر بدهکاری کشورهای جنگ زده و ویران شده به آمریکا و پرداخت غرامت جنگی از طرف آلمان بود که منجر به فرار طلا و ثروتهای این کشور به سوی آمریکا می شد. این امر باعث شد تراز پرداختهای کشورهای ویران شده بعداز جنگ باکسری و تراز پرداختهای آمریکا با مازاد روبرو گردد. به دلیل فرار فزاینده طلا از کشورهای بحران زده سیاست آزادانه صادرات و واردات طلا به هم خورد و قانون منع فروش طلا در بسیاری از کشورها مانند انگلستان اعمال گردید. رابطه طلا با پول ملی قطع شد و عملاً بسیاری از کشورها غیر از آمریکا سیستم واحد پولی طلا را رها کردند.

با ظهور جنگ جهانی دوم توجهات از تشکیل یک نظام جامع پولی بین المللی منحرف شد تا زمانی که جنگ جهانی دوم به پایان خود نزدیک می شد یک کنفرانس بین المللی در برتن و ووز واقع در نیوهام شایر در سال ۱۹۴۴ برگزار گردید. براساس نظام برتن ووز میان دلار و طلا نسبت ثابت برقرار گردید. کشورها می توانستند به جای پشتوانه طلا از ذخایر بین المللی خود را به صورت دلار نگهداری کنند. در عوض بانک مرکزی ایالات متحده متعهد شد که در

صورت مراجعه کشورها به آنها در برابر هر ۳۵ دلار یک اونس طلا بدهد^{۱۳۰}. این نظام از سال ۱۹۴۶ تا ۱۹۷۱ نظام برتن و ودز بر عرصه سیاستگذاری ارزی در اقتصاد جهانی حاکم بود. اما در سال ۱۹۷۱ بدلیل اقدام ایالات متحده به تنزیل قیمت دلار این نظام با چالش جدی مواجه گردید و تا سال ۱۹۷۳ به کلی فروپاشید.

با فروپاشی نظام برتن و دز برخی از کشورها به سوی رژیم ارزی شناور و بسیاری دیگر به سوی رژیم ارزی ثابت روی آوردند. برای مثال در سال ۱۹۷۵، ۸۷ درصد کشورهای در حال توسعه از یکی از انواع رژیم ارزی ثابت استفاده می کردند. به تدریج کشورهای بیشتر و بیشتری به سمت رژیم شناور روی آوردند. برای آشنایی بیشتر برخی از ویژگیهای و گونه های رژیم های ارزی را معرفی می کنیم

رژیم های ارزی

رژیم ارزی ثابت

رژیم ارزی ثابت رژیمی است که در آن، یک نهاد پولی مرکزی مانند بانک مرکزی موظف می شود که نرخ برابری پول داخلی را با یک یا چند پول خارجی اعلام و نظارت نماید. معمولاً در این رژیم نرخ برابری ثابت با پول واحد مانند دلار و یا سبدهی از ارزهای مهم دنیاست. نرخ ارز در این رژیم ارزی براساس قانون تثبیت می شود نه براساس سیاست و بانک مرکزی موظف است پول داخلی را با پول خارجی که نرخ برابری با آن تثبیت شده است، معاوضه کند. این نرخ زمانی تغییر می کند که قانون آن را تغییر دهد.

رژیم ارزی تثبیت شده خزنده

در این رژیم بانک مرکزی یک ارزش برابری برای پول خود معین می کند و تغییرات کوچکی را در اطراف آن (مثلاً یک درصد) مجاز می داند.

رژیم شناور آزاد

رژیم شناور آزاد رژیمی است که در آن مسئولین اقتصادی هیچگونه تلاشی در جهت مدیریت و تثبیت نرخ ارز و یا دخالت برای پایین یا بالا بردن ارز به طور سیستماتیک از طریق تغییر نرخ بهره یا اعمال سیاست پولی انجام نمی دهند.

گذشته از این بانک مرکزی حتی هیچ گونه کنترلی را بر جریان سرمایه اعمال نمی کند. در این نظام نرخ ارز براساس مکانسیم عرضه و تقاضای بازار ارز تعیین می شود.

رژیم ارزی مدیریت شده

در این رژیم ارزی دستور العمل یا قواعد از پیش تعیین شده ای برای مداخله در نرخ ارز وجود ندارد. نرخ برابری یا نرخ هدف از پیش تعیین شده ای وجود ندارد. محدوده ای معین نیز برای نوسانات نرخ ارز وجود دارد. نرخ ارز براساس قواعد بازار تعیین می شود اما هرگاه دولت تشخیص دهد که مداخله ضروری یا سودمند است اقدام به مداخله می کند.

ضمیمه ب

آشنایی با سازمانها و نهاد های مالی و اقتصادی بین المللی

همزمان با پایان یافتن جنگ جهانی دوم کشورهای فاتح به سرمداری آمریکا در صدد برآمدند تا به منظور حفظ و تداوم نقش برتر و رهبری خود بر جهان مجموعه ای از نظام و نهادها ی پولی ، تجاری و اقتصادی را راه اندازی کنند. بارز ترین اینها عبارت بود از نظام پولی برتن وودز^{۱۳۱} که به نام شهری در آمریکا ، که ۷۳۰ هیئت از تمام ۴۴ کشور متفقین در آن گرد هم آمده بود ند، نامگذاری گردید.

هم چنین در این کنفرانس نهادهای معروف بین المللی مانند صندوق بین المللی پول (IMF^{۱۳۲}) ، بانک جهانی^{۱۳۳} و شالوده موافقت نامه عمومی تعرفه و تجارت موسوم به گات (GATT^{۱۳۴}) ، که در سال ۱۹۹۵ م. با باز تعریف حوزه فعالیت ها و اختیارات به سازمان تجارت جهانی (WTO^{۱۳۵}) تغییر نام داد، تاسیس شد. در اینجا برخی از این نهاد ها را به اختصار معرفی می کنیم

بانک جهانی

- گروه بانک جهانی سازمانی است متشکل از پنج سازمان (بانک بین المللی برای بازسازی و توسعه (IBRD)^{۱۳۶} ، موسسه مالی بین المللی (IFC)^{۱۳۷} ، انجمن توسعه بین المللی (IDA)^{۱۳۸} و اژانس

¹³¹ -Bretton Woods

¹³² -International Monetary Fund

¹³³ - World Bank

¹³⁴ -General Agreement on Tariffs and Trade

135- World Trade Organization

¹³⁶ - International Bank for Reconstruction and Development

¹³⁷ - International Finance Corporation

¹³⁸ - International Development Association

سرمایه گذاری چند جانبه تضمینی (MIGA)^{۱۳۹} و مرکز بین المللی برای حل منازعات سرمایه گذاری (ICSID)^{۱۴۰} که بر مبنای موافقت نامه های کنفرانس برتن وودز تاسیس شد و اهداف آن مبارزه با فقر، بهبود سطح زندگی مردم و تشویق سرمایه گذاری های بین المللی در کشورهای در حال توسعه اعلام شده است. این بانک وام های بلندمدت، کمک های بلاعوض، و کمک های فنی به کشورها ارائه می کند. این سازمان که رسماً در دسامبر سال ۱۹۴۵ اعلام موجودیت کرد عمدتاً در خدمت تامین مالی پروژه های عمرانی و بازسازی کشورهای اروپایی فعالیت کرده است و تا اواخر دهه ۱۹۵۰ به کشورهای در حال توسعه وامی اعطا نکرده است^{۱۴۱}. مقر این بانک در واشنگتن است.

صندوق بین المللی پول

این نهاد نیز با ادعای نظارت بر نظام مالی بین المللی از طریق نظارت بر نرخهای ارز و تراز پرداخت ها و هم چنین ارائه کمک های فنی و مالی به کشور های متقاضی تلاش برای تقویت همکاری های پولی، کمک به تثبیت مالی، تسهیل تجارت بین المللی، کمک به ایجاد اشتغال و رشد پایدار اقتصادی در کنفرانس برتن وودز تاسیس شد. مقر این سازمان که ۱۸۴ کشور جهان در آن عضویت دارد نیز در واشنگتن است. صندوق بین المللی پول و بانک جهانی هر دو از سوی منتقدان به عنوان ابزار های تضمین و تداوم منافع اقتصادی و مالی کشورهای غربی مانند آمریکا، ترویج اصول اقتصاد نئولیبرال، نادیده گرفتن حاکمیت ملی کشورها با تحمیل تعدیلات ساختاری و مشروط سازی مساعدت های خود متهم شده است. برخی از منتقدان ادعا کرده اند که سیاست های بانک جهانی و صندوق بین المللی پول در تشدید پاره ای از نابسامانی های اجتماعی و اقتصادی از جمله گسترش بیماری ایدز کمک کرده است^{۱۴۲}.

سازمان جهانی تجارت

سازمان جهانی تجارت یک نهاد بین المللی است که کار وضع و ساماندهی مقررات حل و فصل منازعات تجاری کشورهای عضو را بر عهده دارد. چنانکه اشاره شد این سازمان در تاریخ اول ژانویه سال ۱۹۹۵ در پی مذاکرات دور تجاری اروگوئه (۱۹۸۶-۱۹۹۴) تاسیس شد. این سازمان که هم اکنون ۱۴۹ کشور عضو دارد و مقر آن در سویس است عمدتاً به عنوان یکی از چند نهاد متولی گسترش تجارت آزاد جهانی و مدافع منافع قدرتهای بزرگتر و به خاطر پاره ای

¹³⁹ - Multilateral Investment Guarantee Agency

¹⁴⁰ International Centre for Settlement of Investment Disputes

¹⁴¹ - کلیت ص ۳۲۰

¹⁴² - http://en.wikipedia.org/wiki/World_bank

از رفتارها و مقررات تبعیض آمیز خصوصا در مورد پذیرش عضویت کشورهای بی طرف یا مخالف هژمونی جهانی ابر قدرتها مکررا با انتقادات، اعتراضها و تظاهرات مخالفان جهانی سازی مواجه بوده است.^{۱۴۳}

ضمیمه ج جهانی شدن

یکی دیگر از موضوعات مطرح و پرهیاهو در اقتصاد بین الملل مقوله جهانی شدن است. بیش از یک دهه و اندی است که این مقوله، چیستی و چرایی، سمت سوی حرکت و گسترش آن، رهاوردهای مثبت و پیامدهای ناگوار آن ذهن و زبان بسیاری از محققان و نویسندگان را به خود معطوف و مشغول داشته است. با این حال بسیاری از پرسشهای اولیه در باره چیستی و ماهیت جهانی شدن، دامنه شمول و مراحل و محرک ها، مضار و منافع و فرجام و پیامدهای آن بی پاسخ مانده است. هرچند برخی ابعاد مثبت جهانی شدن را بزرگتر و برجسته تر دیده و آن را مایه نعمت و برکت دانسته و به دفاع از آن برخاسته اند. برخی دیگر با اشاره به جنبه‌ها و پیامدهای منفی آن کمر به مذمت آن بسته و آن را مایه فلاکت و استثمار و قالب نو برای طرح‌ها و توطئه‌های استعمار جدید قلمداد کرده اند.

مدافعین جهانی شدن بیشتر پیشرفت‌های مطلوب فن آورانه و اطلاعاتی و مبادلات بین المللی را یکسره و بدون تبعیض به پای جهانی شدن ثبت می کنند. مخالفین جهانی شدن که عمدتا از طیف متفکران مخالف سرمایه داری لیبرال تشکیل می شوند. جهانی شدن را نه یک پروسه پذیرفتنی و مبارک بلکه پروژه ای توطئه آمیز و دامی پیش پای ممالک عقب مانده و جهان سوم می دانند. بسیاری از منتقدان بر این باورند که نهادهای بین المللی مانند بانک جهانی و صندوق بین المللی پول و سازمان تجارت جهانی ابزاری است در دست کشورهای غربی و صنعتی خصوصا ایالات متحده آمریکا جهت هدایت و مدیریت فرایند جهانی شدن بر اساس علائق و سلیق آن و در جهت تامین منافع و خواسته کشورهای مذکور.^{۱۴۴}

^{۱۴۳} برای آشنایی تفصیلی با نهادهای بین المللی مانند سازمان جهانی تجارت، صندوق بین المللی پول و بانک جهانی ر. ک. به :

۱- کلی کیت- (۱۳۸۴) سازمان های بین المللی ترجمه حسین شریفی نشر میزان

۲- دایره المعارف ویکی پدیا به ادرس :

http://en.wikipedia.org/wiki/Bretton_Woods_system

^{۱۴۴} بررسی مقوله جهانی سازی خارج از حوصله این کتاب است و خوانندگان علاقه مند می توانند برای بررسی تفصیلی این پدیده به منابع زیر مراجعه کنند.

۱. جهانی سازی چالشها و راهکارها ترجمه دکتر سید هادی عربی، سید اسحاق علوی و علیرضا لشگری، انتشارات پژوهشگاه حوزه و

سوالات فصل نوزدهم

- ۱- اقتصاد بین الملل بر دو شاخه تجارت بین الملل و مالیه بین الملل تقسیم می شود با اهم موضوعات مورد بررسی در هر یک از این دو شعبه را توضیح دهید؟
- ۲- مهمترین دلایل شکل گیری تجارت میان کشورها را توضیح دهید؟
- ۳- نظریه مزیت مطلق توسط کدام اقتصاددان مطرح گردید؟ مفاد این نظریه چیست؟
- ۴- نظریه مزیت نسبی را توضیح دهید؟
- ۵- از منظر نظریه هکشر - اوهلین چه عاملی تعیین کننده صادرات از یک کشور به سایر کشورهاست؟
- ۶- نرخ ارز چیست و چگونه تنظیم می شود؟
- ۷- تراز پرداختها را تعریف کنید و مولفه تشکیل دهنده آن را نام ببرید؟
- ۸- در حساب مالی و حساب جاری چه اقلامی ثبت می شود؟

فصل بیستم

توسعه و رشد اقتصادی

فاصله میان افراد، خانوارها و طبقات دارا و نادار، ثروتمند و غنی از لحاظ برخورداری یا محرومیت از مواهب اقتصادی و امکانات زندگی دردی است که از دیر باز جوامع بشری و انسانی از آن رنج برده است. با این حال، تا پیش از انقلاب صنعتی در وضعیت اقتصادی و سطح زندگی ملتها به طور عموم تفاوت‌های فاحش و چشمگیری وجود نداشته است. ولی پس از انقلاب صنعتی و تا کنون و به خصوص در قرن بیستم میلادی شکاف میان کشورهای جهان از لحاظ برخورداری از مواهب و تنعمات مادی و پیشرفت سطح رفاه زندگی در سایه دستاوردهای انقلاب صنعتی و غارت سرمایه‌ها و منابع کشورهای ضعیف مستعمراتی آرایش تازه‌ای میان کشورها به وجود آورده و آنها را به طور کلی به دو گروه توسعه یافته و درحال توسعه تقسیم کرده است. وجود این آرایش و مرزبندی باعث شده است بحث توسعه اقتصادی به یکی از مباحث کلیدی در علم اقتصاد - به خصوص در محافل سیاسی و علمی کشورهایی قرار گیرد که در دسته بندی بالا در گروه دوم جای می‌گیرند - بدل شود. عمق و گستره مباحث توسعه به عمق، تعدد، تنوع و تفاوت‌های معضلات و دردهای توسعه نیافتگی و درمان و علاج آنها وابسته است. با وجود این در این فصل می‌کوشیم شکل‌گیری و تکوین اقتصاد توسعه ماهیت و چیستی آن، شاخصهای سنجش توسعه یافتگی و چرخه اهداف، منابع، راهبردها و نهاد‌های قوام بخش فرایند توسعه را به طور گذرا مرور کنیم.

ظهور اقتصاد توسعه

نخستین نظریه‌های علمی در باره رشد و پیشرفت اقتصادی ملت‌ها و جوامع در قرن هفدهم (ربع چهارم این قرن)، هیجدهم و نوزدهم طرح و تدوین گردید. از زمان انتشار کتاب ثروت ملل آدام اسمیت تا جنگ جهانی دوم برای مدت ۱۵۰ سال اقتصاد توسعه، در چارچوب سرمایه‌داری لیبرال مبتنی بر اقتصاد آزاد، به عنوان بخشی از اقتصاد کلاسیک و نئوکلاسیک به شمار می‌آمد^{۱۴۵}. تا این مرحله مرز بندی مشخص مباحث مربوط به اقتصاد توسعه و سایر مباحث کلان اقتصادی شکل نگرفته بود. با پایان جنگ جهانی دوم و تولد تعادل و نظمی تازه در جهان همراه با رهایی و استقلال بسیاری از کشورهای مستعمره از یوغ اسارت چپاولگرانه استعمارگران شدت و عمق شکاف فقر و رفاه میان کشورها بیش از پیش برجسته تر و برملا تر شد. الگوها، نظریات و نسخه‌هایی که اقتصاددانان کشورهای پیشرفته آن زمان برای

^{۱۴۵} - چیرا م.ع. (۱۳۸۳) اسلام و توسعه اقتصادی ترجمه نظر پور و علوی دانشگاه مفید ص ۲۰

بهبود و پیشرفت شرایط اقتصادی کشورهای خود پیچده بودند با امکانات، معضلات و موقعیت کشورهای توسعه نیافته و تازه استقلال یافته همخوانی و همخوانی نداشت. بنابر این باید طرحی از نو افکنده می شد و نظریات تازه ای که با موقعیت و شرایط اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و اقلیمی کشورهای مذکور قرابت داشت طرح و تئوریزه می شد. در نتیجه مطالعه و بررسی شرایط اقتصادی کشورهای توسعه نیافته و طرح نظریه ها و دیدگاههایی برای رفع و رجوع معضلات و حل و فصل مشکلات اقتصادی این کشورها وجهه همت و کانون توجه بسیاری از اقتصاد دانان و پژوهشگران قرار گرفت. در نتیجه این تلاش، توجه و تمرکز حجم عظیمی از ادبیات (در قالب کتاب ها، مقاله ها، رساله ها و...) تخصصی در باره مباحث توسعه پدید آمد، مکاتب و رویکردهای متفاوت و متنوع شکل گرفت و رفته رفته اقتصاد توسعه به شاخه ای مجزا با هویتی مستقل در کنار دیگر شاخه های علم اقتصاد سر بر آورد. هر چند عوامل و شرایط فوق به طور کلی در تسریع و تشدید تلاشهای استقلال آفرین و هویت بخش برای اقتصاد توسعه نقش داشته است اما نقش برخی از عوامل در این راستا برجستگی و اثر گذاری بیشتری داشته است. از این رو مناسب است برخی از این عوامل را به طور جزئی تر توضیح دهیم.

پایان استعمار و ظهور کشورهای مستقل

در سالهای مقارن با پایان جنگ جهانی دوم، عصر استعمار رو به افول نهاده بود و ملتها و کشورها در چهار گوشه دنیا از این بند سیاه رهایی می یافتند. ملت‌هایی که به تازگی شاهد استقلال را به اغوش کشیده بودند بی صبرانه و مشتاقانه بدنبال اعاده و کسب موقعیت خود در خانواده بین المللی و تامین رفاه و افزایش سطح زندگی مردم خود بودند. آنها می خواستند هرچه سریعتر محرومیت را برطرف و کمبودها و عقب ماندگی های اجتماعی و اقتصادی شان را جبران کنند.

مبارزات و تلاشهای سیاسی و استقلال طلبانه این کشورها خود ملهم از امواج و احساسات ملی گرایانه و ناسیو نالیستی به پیش رفته و آزادی و استقلال سیاسی را برای آنها به ارمغان آورده بود. آنها تداوم و بقای این استقلال را در خود کفایی و استقلال اقتصادی می دیدند. و از این رهگذر می توانستند از دستاوردهای سیاسی خود پاسداری کنند. لذا سیاستمداران و سیاستمداران در این کشورها بیش از پیش برای رسیدن به راهکارهایی که بتواند آنها را در پیش برد این اهداف یاری رساند تلاش و توجه کردند. طبعاً کار یافتن این راهکار بر عهده اقتصاد دانان بود. اما دست اقتصاد دانان خالی بود. آنچه آنها در چنته داشتند یافته ها و اندوخته های نظری و تجربی کشورهای غربی بود. مطالعه و مقایسه شرایط اقتصادی کشورهای توسعه یافته و کشورهای توسعه نیافته نشان داد که بسیاری از نظریات و مدلها و تحلیلهای اقتصادی باب حال و متناسب با شرایط اقتصادی کشورهای در حال توسعه نیست. علاوه بر این مشاهده شکست و ناکامی دیدگاه های کلاسیک و نیوکلاسیک در گرگشایی از معضلات اقتصادی

غرب و بسته شدن دست نامریی خود کار بازار در رفع یا تعدیل عدم تعادل‌های اقتصادی از یک سو و موفقیت راهبردهای سوسیالیستی و کینزی از سوی دیگر تردیدها در باره توانایی نیروی های بازار و نظریات مدافع و مروج آن را بیش از پیش قوت بخشید و جهانشمولی و درستی دیدگاهها کلاسیک از جمله فرض اشتغال کامل بر اساس نظم خود کار بازار را زیر سوال برد.

جنگ سرد

با آغاز جنگ سرد، جهان به آوردگاه کشمکش ها و رقابت های دو اردوگاه متخاصم سوسیالیسم شرق و سرمایه داری غرب بدل شد. هریک از دو رقیب می کوشید با انواع شعارها و ترفندها و تبلیغات و از طریق تغذیه مالی، فکری و فرهنگی کشورهای بیطرف - که به هیچ یک از این دو اردوگاه نیوسته بودند - و سیاه نمایی حال و فرجام زندگی در اردوگاه رقیب از میان کشورهای توسعه نیافته یار گیری کنند. در این میان اردوگاه سرمایه داری غرب به سردمداری ایالات متحده امریکا سرمست از پیروزی در جنگ جهانی دوم در جستجوی گسترش سلطه و سیادت هرچه بیشتر خود و هراسان از گسترش و پیشروی کمونیسم کاروزار تبلیغاتی گسترده تری را در حمایت و دفاع از اصول و ارزشهای سرمایه داری براه انداخت. محور این تبلیغات شعار توسعه بود. حتی شکل گیری و رواج یافتن گروه بندی ملتها به دو گروه توسعه یافته و توسعه نیافته و برجسته تر شدن مرزبندی میان این دو ابداع و ارمغان امریکاییان است که در سخنرانی افتتاحیه ریاست جمهوری ترومن به جهانیان اعلام شد و از آن پس با بوق و کرنا ترویج و تبلیغ گردید.^{۱۴۶} طرح برخی نظریات مربوط به رشد مانند مراحل رشد رستو در کتاب وی تحت عنوان *مراحل رشد اقتصادی: بیانیه ای غیر کمونیستی* نیز در همین چارچوب قابل تحلیل است.

به طور کلی برآیند این رویدادها، شرایط و مسایل، ظهور اقتصاد توسعه بود که امروز به یکی از شاخه های مهم و جذاب در علم اقتصاد بدل شده است.^{۱۴۷}

ماهیت توسعه اقتصادی و ملاکهای سنجش آن

ارایه تعریف جامع و همه پذیر از توسعه - مانند بسیاری دیگر از مفاهیم در علوم انسانی و اجتماعی - کار دشواری است. این دشواری از یک سو از تفاوت نگرش ها و رویکرد های صاحب نظران و مکاتب مختلف نسبت به انسان، جامعه، خوشبختی، سعادت و هدف غایی آنها نشات می گیرد. از سوی دیگر تطبیق و پیاده سازی نظریات و راهبردهای توسعه و ناکامی آن نظریات در تحقق اهداف و آرمانهای مورد نظر نشان داده است که چیزی از قلم افتاده و یا عنصر و

^{۱۴۶} - استوا گوستاوو به نقل از ولفانگ زانکس (۱۳۷۷) نگاهی نو به مفاهیم توسعه ترجمه فریده فرهی، ص ۱۴

^{۱۴۷} - خوانندگان علاقمند می توانند برای توضیحات بیشتر در باره پیدایش اقتصاد توسعه مراجعه کنند به: عربی سید هادی و لشکری، توسعه در آینه تحولات صص ۱۸-۲۴

مولفه مهمی مورد غفلت قرار گرفته است. از این رو دیدگاههای متعددی در باره چيستی توسعه مطرح شده و بدین ترتیب با گذشت زمان و گسترش مطالعات علمی و تجربی و میدانی در باره نظریات توسعه تعریف این مفهوم نیز طی مراحل تحول و تکامل یافته است.^{۱۴۸}

توسعه به مثابه رشد اقتصادی

اقتصاددانان در سالهای آغازین ظهور توسعه به عنوان یک رشته مستقل و با مشاهده و مطالعه الگوهای موجود (کشورهای توسعه یافته) و تعمیم نتایج و تجربیات آن کشورها به سایر کشورها فرایند توسعه را دارای یک مسیر خطی و چند مرحله ای می دانستند. بر این اساس هر کشور خواهان توسعه باید از این مسیر و مراحل عبور کند. از نظریه های پیشرو در این باب نظریه مراحل رشد رستو بود. براساس این نظریه توسعه یک مسیر خطی است که همه کشورها با پیمودن آن می توانند به توسعه دست یابند. این مراحل عبارت اند از:

۱- مرحله سنتی ۲- مرحله ماقبل خیز ۳- مرحله جهش ۴- مرحله بلوغ اقتصادی ۵- مرحله مصرف انبوه

رشد اقتصادی به عنوان موتور محرکه توسعه قلمداد می شد. اهمیت و محوریت رشد ان قدر مورد بزرگنمایی و غلو قرار گرفت که برخی گمان کردند توسعه همان رشد اقتصادی است و این دو مفهوم را به عنوان مترادف به کار می بردند. مثلاً آرتور لوئیس رشد اقتصادی، پیشرفت اقتصاد و توسعه اقتصادی را واژه هایی می داند که صرفاً دامنه تنوع بیان را برای اقتصاد دانان گسترش می دهد.^{۱۴۹}

مدیسون درباره اصطلاح رشد و توسعه می گوید: «افزایش درآمد در کشورهای پیشرفته عموماً رشد اقتصادی و در کشورهای در حال توسعه یافته توسعه اقتصادی نامیده می شود»^{۱۵۰}.

"حتی سازمان ملل که دهه های شصت و هفتاد میلادی را دهه های توسعه می خواند توسعه را عمدتاً برحسب نیل به هدف نرخ رشد سالانه ۹ درصد تولید ناخالص ملی تعریف می کرد"^{۱۵۱} به هر روی، توسعه در دهه های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ میلادی تقریباً همیشه به عنوان یک پدیده اقتصادی در نظر گرفته می شد و فرض بر این بود که پیشرفت سریع در رشد تولید ناخالص ملی کل و سرانه، یا تدریجاً به شکل مشاغل و سایر امکانات اقتصادی عاید توده ها خواهد شد یا شرایط لازم برای توزیع گسترده تر منافع اقتصادی و اجتماعی رشد را فراهم خواهد آورد. «رشد اقتصادی» به تعبیر ساده عبارت است از افزایش تولید (کشور) در یک سال خاص در مقایسه با مقدار آن در سال پایه. در سطح کلان، افزایش تولید

^{۱۴۸} - برای توضیحات بیشتر در باره تحولات مفهوم توسعه مراجعه کنید به: عربی و لشکری توسعه در آینه تحولات، صص ۲۴-۵۳

^{۱۴۹} مرتضی قره باغیان؛ اقتصاد رشد و توسعه؛ ج ۱؛ (تهران؛ نشر نی؛ ۱۳۷۰)؛ ص ۸.

^{۱۵۰} همان؛ ص ۸

^{۱۵۱} - تودارو مایکل توسعه اقتصادی در جهان سوم ترجمه دکتر فرجادی تهران موسسه عالی پژوهش در برنامه ریزی و توسعه ۱۳۷۸ ص ۲۱

ناخالص ملی (GNP) یا تولید ناخالص داخلی (GDP) در سال مورد نظر به نسبت مقدار آن در یک سال پایه، رشد اقتصادی محسوب می‌شود.

در همین راستا حتی برای سنجش میزان توسعه کشورها از شاخصهایی استفاده می‌شد که درحقیقت شاخص سنجش رشد اقتصادی بود... یکی از این شاخصها شاخص درآمد سرانه بود^{۱۵۲}.

رشد همراه با توزیع درآمد

نارسایی باور به یگانگی رشد و توسعه زمانی پدیدار گشت که عده ای از کشورها توانستند نرخهای بالایی از رشد اقتصادی را تجربه کنند اما هنوز سطح زندگی مردم در بسیاری از زمینه ها هم چنان بدون تغییر ماند و شاخصهای دیگر توسعه یافتگی بهبود نیافت. این امر باعث شد اقتصاد دانان پارامتر دیگری - به نام توزیع عادلانه دستاورد های رشد اقتصادی - را بر تعریف توسعه اقتصادی بیافزایند.

در سالهای دهه هفتاد میلادی توسعه اقتصادی به عنوان کاهش یا از بین بردن فقر، نابرابری و بیکاری باز تعریف شد^{۱۵۳}. و توزیع مجدد رشد به یک شعار عمومی در ادبیات، مباحث و محافل مربوط به توسعه بدل شد. بدین ترتیب تنها در صورت بهبود - کاهش - در سه پدیده فقر، نابرابری و بیکاری در طی یک دوره گفته می‌شد که توسعه صورت گرفته است اما در صورت عدم تغییر یا وخامت یک یا دو تا یا همه این معضلات - حتی اگر درآمد سرانه در سایه رشد بالای اقتصادی به دو برابر رسیده باشد - توسعه تحقق نیافته است^{۱۵۴}. بنابراین برخی از اقتصاددانان (مانند دکتر محبوب الحق) با تاکید بر ابعاد کیفی توسعه و ضرورت تغییر نگرش نسبت به توسعه، رشد تولید ناخالص ملی را شرط لازم و نه شرط کافی توسعه دانستند^{۱۵۵}. بدین ترتیب توسعه و رشد در قالب دو مفهوم متفاوت اما مرتبط باهم در نظر گرفته شد.

توسعه به مثابه مفهوم فرا اقتصادی

بیش از چهار دهه توسعه مفهومی کاملاً اقتصادی تلقی می‌شد. یعنی افزایش انباشت سرمایه از راه وارد کردن سرمایه از خارج یا نرخ بالای پس انداز داخلی^{۱۵۶} از این رو بسیاری از پارامترهای اثرگذار غیر اقتصادی مورد غفلت قرار

^{۱۵۲} - درآمد سرانه از تقسیم درآمد ملی بک کشور (تولید ناخالص داخلی) به جمعیت آن به دست می‌آید

^{۱۵۳} Nafziger Wayne "From Seers to Sen: The Meaning of Economic Development" p 1

^{۱۵۴} - تودارو مایکل (۱۳۷۸) ترجمه غلام علی فرجادی موسسسه عالی پژوهش در برنامه ریزی و توسعه ص ۲۳

^{۱۵۵} به نقل از: عربی توسعه در اینینه تحولات ص ۳۵

^{۱۵۶} Stiglitz Joseph E Towards a New Paradigm for Development: Strategies, Policies, and Processes Prebisch Lecture, October 20, 2008 p. 6

گرفتند. بهبود چشمگیر برخی از شاخصهای کمی اقتصادی و عدم تحقق توسعه روشن ساخت که عوامل غیر اقتصادی دیگری نیز هستند که در توسعه نقش دارند اما از قلم افتاده اند. این امر سبب شد برخی از اقتصاددانان و اندیشمندان تمرکز بر راهبرد اقتصادی توسعه را کوتاه بینی بنامند^{۱۵۷} و در یک بازنگری در تعریف توسعه آنرا " فرایندی تمام عیار چند وجهی و در برگیرنده تمام ابعاد زندگی یک جامعه و بیداری و آگاهی و روابط آن جامعه با خارج"^{۱۵۸} قلمداد کنند.

بر اساس این بازنگری و تحول در تعریف، توسعه مفهومی است فراتر و مستلزم چیزی بیشتر از رشد اقتصادی و تغییر مثبت کمی و کیفی در زندگی بشر بدل گشت. تغییر کمی در قالب رشد اقتصادی نمود می یابد اما تغییر کیفی در سلامت جسمی و نشاط روحی و آرامش و تعادل روانی (کاهش انزوا، پریشانی احساس اعتماد به نفس) و طول عمر افراد جامعه و تحکیم و تثبیت روابط سالم و هنجارمند انسانی، اجتماعی و خانوادگی و گسترش افقهای انتخاب انسان تبلور می یابد. این نگره، توجه به توسعه سرمایه انسانی در کنار سرمایه اجتماعی را در پی داشته است. در زمینه سرمایه انسانی ریشه کنی فقر، آموزش بهداشت، مشارکت در زندگی عمومی و زیستگاه او مورد توجه قرار گرفته است. در زمینه سرمایه اجتماعی وجود اعتماد مردم به همدیگر به عنوان پیش شرط تقسیم کار و تخصص شمرده می شود. سرمنشا این اعتماد پای بندی مردم به هنجارهاست که می تواند از اعتقادات و ارزش های مذهبی، یا هنجارهای اجتماعی ناشی از نهادها یا قواعد رفتاری، ریشه گیرد. یکی دیگر از پارامترهای مهم در توسعه یافتگی به مفهوم فرابعدی آن توجه به کرامت، حرمت و و روحیات انسانها می باشد. بر اساس مفهوم فرابعدی توسعه دیگر رفتار، ارزش ها و روشهای غربیان مایه و معیار پیشرفت و توسعه یافتگی نیست. بلکه توسعه هر ملت و جامعه با توجه به ارزشها، رسوم، فرهنگ، سنت ها و تاریخ همان مردم تعریف و سنجیده می شود.

توسعه پایدار

یکی از نکات مهم در تحولات مفهوم توسعه، توجه به آثار جانبی توسعه و ماندگاری و دوام دستاوردهای آن است. بر اساس نگرش حاکم بر اقتصاد سرمایه داری انسان غربی، که همیشه در پی حد اکثر سازی منفعت و مطلوبیت خویش با تولید و مصرف انبوه است، آسیب های جدی و جبران ناپذیری را بر محیط زیست وارد کرده است. این امر سبب شد برخی از سیاستمداران و دانشمندان در دهه هفتاد میلادی نخستین زنگ خطر را به صدا در آورند و جهان را نسبت به

¹⁵⁷ Stiglitz Joseph E Towards a New Paradigm for Development: Strategies, Policies, and Processes Prebisch Lecture, October 20, 2008 p. 6

تخریب محیط زیست و نابودی منابع زیستی و تجدید ناپذیر هشدار دهند. از این رو توجه و سازگاری با محیط زیست به عنوان بخشی انفکاک ناپذیر از توسعه درآمده است.

معرفی تکامل و تطور مفهوم توسعه را با معرفی تازه ترین و معروف ترین دیدگاه در باره چستی توسعه به پایان می رسانیم؛ دیدگاه آمارتیاسن اقتصاد دانان معروف هندی که شهرت و مقبولیت این نظریه در باب توسعه جایزه نوبل در اقتصاد را برای این اقتصاد دان در سال ۱۹۹۸ به ارمغان آورد.

از دیدگاه آمارتیاسن آزادی هدف غایی زندگی و تلاش اقتصادی و هم چنین کارآترین راه رسیدن به تحقق بخشیدن به رفاه عمومی است. او می گوید " فایق آمدن بر محرومیت نکته کلیدی در توسعه است. فقدان آزادی، محدودیت هایی مانند گرسنگی، قحطی، جهالت، زندگی اقتصادی ناپایدار، بیکاری، تهدید و تخریب محیط زیست و فقدان دسترسی به آب سالم، بهداشت و درمان و... را در بر میگیرد. آزادی مبادله، قرارداد کار، فرصت های اجتماعی و امنیت تنها هدف توسعه یا مولفه های شکل دهنده توسعه نیست بلکه ابزار و وسایل توسعه است^{۱۵۹}. از دیدگاه آمارتیاسن توسعه اقتصادی عبارت است از رشد همراه با افزایش ظرفیت های تولیدی اعم از ظرفیت های فیزیکی، انسانی و اجتماعی. توسعه، امری فراگیر در جامعه است و نمی تواند صرفاً در بخشی از آن اتفاق بیافتد. توسعه، حد، مرز و سقف مشخصی ندارد بلکه به دلیل وابستگی آن به انسان، پدیده ای کیفی است و هیچ محدودیتی ندارد^{۱۶۰}.

شاخصهای توسعه

توسعه اقتصادی چگونه اندازه گیری می شود؟ با چه مقیاس و معیارهایی می توان اندازه توسعه یافتگی یک کشور را نشان داد؟ این بحث نیز تقریباً از ابتدای شکل گیری شاخه اقتصاد توسعه مطرح شده است و همانطور که مفهوم توسعه در طول زمان تغییر و تحول یافته، شاخص های توسعه نیز متحول شده است. چنانکه اشاره شد، ابتدا توسعه و رشد یکسان دانسته شد، در خلال دهه ۱۹۵۰ و تا اواسط دهه ۶۰ متخصصان توسعه ضمناً چنین فرض می کردند که هرگاه در اقتصاد تولید ملی سرانه افزایش یابد، رفاه همگان افزایش خواهد یافت، یا بتدریج منافع حاصل از رشد نصیب همگان خواهد شد. بهر حال واقعیات بتدریج این باور را تقویت کرد که در رشد اقتصادی شرط لازم برای توسعه است و نه شرط کافی. به عبارت روشنتر افزایش تولید ملی سرانه شرط لازم برای بهبود سطح زندگی و وضعیت زندگی مردم یک کشور است، نه شرط کافی. از این رو شاخص هایی در مورد نحوه توزیع منافع حاصل از رشد مورد توجه قرار گرفت.

"From Seers to Sen: The Meaning of Economic Development" p 8 available at Wayne^{۱۵۹} Nafziger
www.???.com

¹⁶⁰ Sen, Amartya K. (2009) *Development as Freedom*. New York: Alfred A. Knopf.

شاخص های توزیع درآمد و نیز شاخص های مربوط به وضعیت فقر و فقرا در این زمینه مورد توجه قرار گرفت. چنانکه در تحولات مربوط به مفهوم توسعه نیز اشاره شد، بتدریج نگاه به توسعه تغییر کرد و توسعه یافتگی پدیده ای چند بعدی تلقی شد که صرفاً با عوامل اقتصادی سر و کار ندارد. به همین ترتیب در مورد شاخص ها نیز برخی از محققان مساله فقر را تنها محدود به بعد اقتصادی آن ندانستند و لذا بجای اینکه فقر را فقط از زاویه درآمد سرانه بررسی کنند و یاس طح زندگی مردم را بر اساس شاخص های صرفاً اقتصادی اندازه گیری کنند، تعدادی از شاخص های اجتماعی مطرح شد که بعنوان نماگرهای اجتماعی (social indicators) شناخته می شود، این شاخص ها سالانه توسط بانک جهانی ارائه می شود. سازمان ملل متحد نیز هر ساله در گزارش توسعه انسانی آنها را گزارش می کند.

الف) معیارهای رشد اقتصادی

۱) شاخص GNP

اقتصاددانان برای بررسی و مقایسه رشد اقتصادی کشورها معمولاً از شاخص تولید ناخالص ملی (GNP) استفاده می کنند. بر اساس این معیار انتقادی که بتواند به نرخ رشد بالایی از GNP برسد در نیل به توسعه نزدیک تر و موفق تر است. البته شاخص تولید ناخالص ملی رشد یک اقتصاد به صورت کلی و صرف نظر از اینکه هر شهروند چه مقدار از این رشد بهره مند شده است را اندازه گیری می کنند.

۲- شاخص درآمد سرانه

این شاخص از تقسیم درآمد ملی یک کشور به جمعیت آن کشور به دست می آید بر اساس این شاخص کشورها به چند گروه درآمدی زیر تقسیم می شوند:

کشورهایی با درآمد پایین (کشورهایی با درآمد سرانه ۷۳۵ دلار و کمتر)

کشورهایی با درآمد متوسط: این گروه خود به دو دسته درآمد متوسط پایین (۲۹۳۵ - ۷۳۶ دلار) و متوسط بالا (۹۰۷۵ - ۲۹۳۵ دلار) تقسیم می شود.

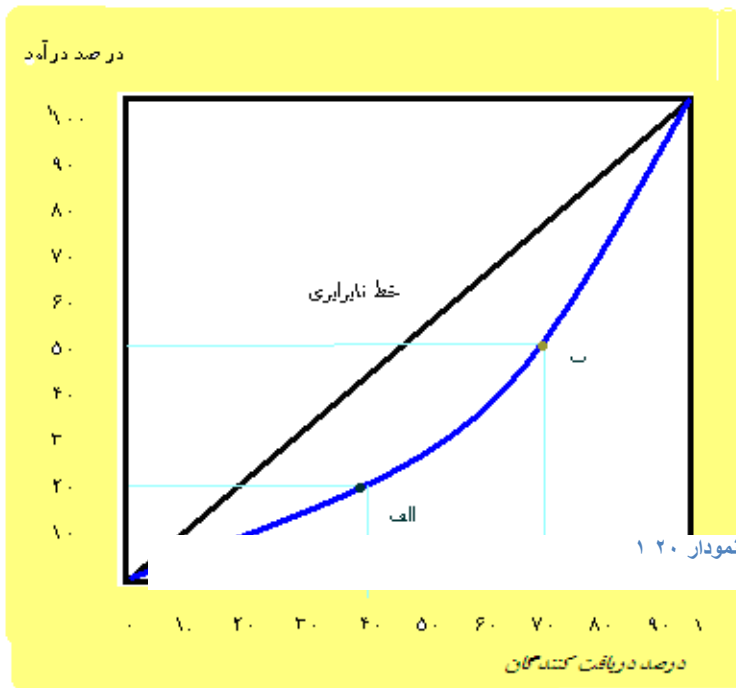
کشورهایی با درآمد بالا (درآمد سرانه بالاتر از ۹۰۷۶ دلار)^{۱۶۱}

به دلیل اینکه شاخص درآمد سرانه از قیمت های محلی کشورها محاسبه می شود و معمولاً سطح قیمت محصولات و خدمات در کشورهای مختلف جهان یکسان نیست برای یکسان سازی آنها و امکان مقایسه شاخص های کشورهای مختلف با یکدیگر معمولاً از شاخص دیگری برنامه شاخص برابری قدرت خرید

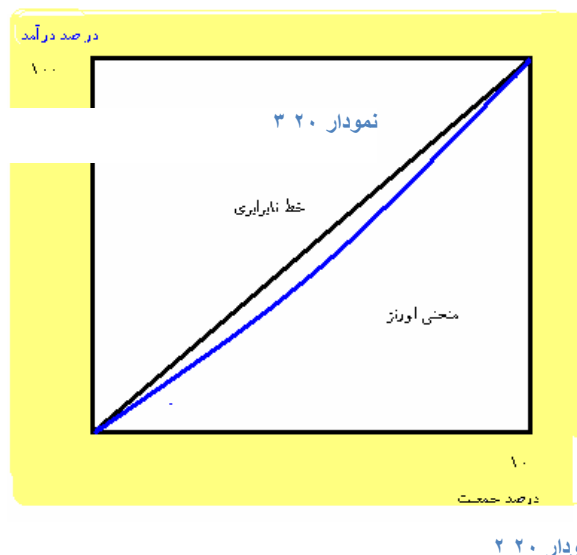
استفاده می شود. این شاخص با استفاده از حاصل ضرب مقدار تولید کالاها در هر کشور و قیمت های جهانی آن کالاها و پس از انجام تعدیلات لازم بدست می آید.

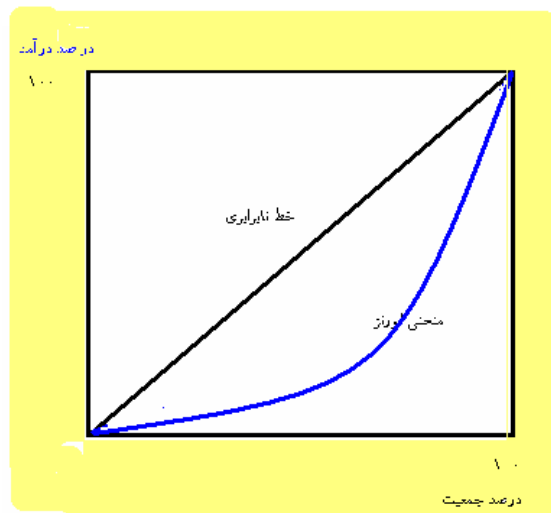
ب) شاخص های کاهش فقر و نابرابری: نحوه توزیع مواهب رشد. این شاخص های فوق به رغم آن تصویر کلی از وضعیت درآمد سرانه کشورها را بدست می دهد و امکان مقایسه درآمد سرانه میان کشورها را فراهم می کند هنوز نمی تواند چگونگی و وضعیت توزیع درآمد و میزان کاهش فقر و نابرابری در یک اقتصاد را اندازه گیری کند، بنابراین برای اینکه بتوان پی برد که در یک اقتصاد چه مقدار از درآمد نصیب چه کسی می شود و رشد اقتصادی به چه میزانی به کاهش فقر و نابرابری کمک کرده است شاخصهایی دیگری تعریف و ارائه گردید: مهمترین شاخصهای اندازه گیری چگونگی توزیع درآمد عبارت است از منحنی لورنز و ضریب جسنینی:

منحنی لورنز:



نمودار ۱-۲۰



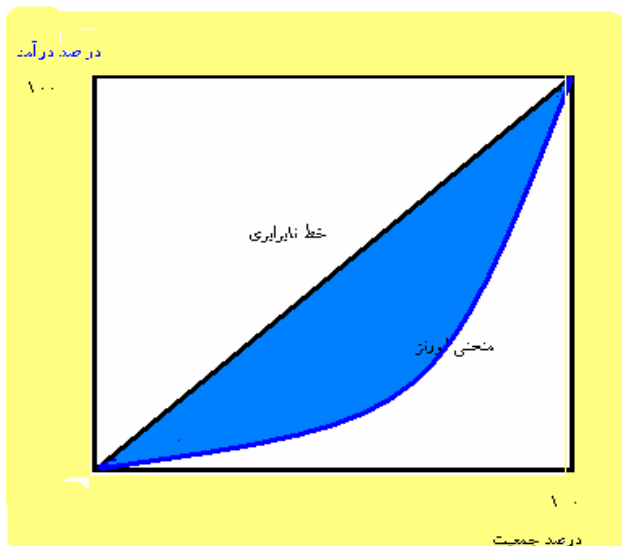


نمودار ۲۰ ۴

منحنی لورنز رابطه کمی واقعی بین در صد دریافت کنندگان درآمد و درصد کل درآمدی که به آنان می رسد را نشان می دهد. در ابتدا تمام افراد جامعه به ده گروه درآمدی تقسیم می شوند . سپس محورهای افقی و عمودی را در این نمودار به ده قسمت مساوی تقسیم می کنیم. که هر یک با یکی از گروههای دهگانه درآمدی منطبق است. چنانکه در نمودارمی بینید مثلا در نقطه الف ۴۰ درصد جمعیت تنها ۲۰ درصد از درآمد کل کشور را دریافت می کنند یا در نقطه ب ۷۰ درصد از جمعیت کل کشور تنها ۵۰ درصد از کل درآمد اقتصاد را دریافت می کنند. اگر منحنی لورنز روی قطر (خط نيمساز) قرار داشته باشد درجه برابری در توزیع درآمد به حد کمال می رسد یعنی درآمد کاملا به طور مساوی میان گروههای درآمدی تقسیم می شود. در اینجا هرچه منحنی لورنز از قطر دور تر می شود درجه نابرابری بیشتر و بیشتر می شود. اگر منحنی لورنز کاملا برخط افقی منطبق شود درجه نابرابری در افراطی ترین خود می رسد . در این وضعیت تمام درآمد ملی را یک فرد دریافت می کند. لذا در کشورهایی که درجه نابرابری بسیار شدید است منحنی لورنز خمیده تر و به خط افقی نزدیکتر است. مانند نمودار ۲۰-۲ اما در کشورهای که درجه نابرابری کمتر و یا اندک است منحنی لورنز به خط برابری کامل (قطر) نزدیک تر است. نمودار ۲۰-۳ سمت راست. با محاسبه نسبت مساحت ناحیه بین قطر و

منحنی لورنز (در نمودار ۲۰-۴ ناحیه سایه زده) و مساحت کل مثلث پایین و سمت راست که منحنی لورنز در آن رسم شده براحتی می توان درجه نابرابری در یک کشور را نشان داد . این نسبت به نام ضریب جینی^{۱۶۲} معروف است که از صفر (برابری کامل تا یک (نابرابری کامل) بسته به درجه برابری در کشورها تغییر می کند.

^{۱۶۲} - آماردان ایتالیایی که برای بار اول این نسبت را تدوین کرد.



جدول زیر شاخصهای نابرابری توزیع درآمد در مناطق

شاخصهای نابرابری توزیع درآمد در مناطق شهری

۱۳۸۳	۱۳۸۲	۱۳۸۱	
۰/۳۹۹۶	۰/۴۱۵۶	۰/۴۱۹۱	ضریب جینی
۱۵/۸۳	۱۵/۰۵	۱۴/۹۸	سهم ۴۰ درصد خانوارهای کم درآمد (درصد)
۳۷/۰۷	۳۶/۵۴	۳۶/۰۷	سهم ۴۰ درصد خانوارهای با درآمد متوسط (درصد)
۴۷/۱۰	۴۸/۴۲	۴۸/۹۵	سهم ۲۰ درصد خانوارهای با درآمد بالا (درصد)
۱۴/۴	۱۶/۰	۱۷/۱	نسبت ۱۰ درصد ثروتمندترین به ۱۰ درصد از فقیرترین خانوارها

شهری ایران برای سالهای ۷۸-۱۳۸۳ را نشان می دهد. براساس این جدول ضریب جینی (وضعیت توزیع درآمد در مناطق شهری) ایران در سال ۱۳۸۳ بهتر از دو سال قبل بوده است. هم چنین سهم خانوارهای کم درآمد و درآمد متوسط هر سال بهتر از سال قبل بوده است. با این حال هنوز

تا سال ۱۳۸۳، بیش از ۴۷ درصد درآمد در مناطق شهری به ۲۰ درصد جمعیت که در گروه درآمدی بالا قرار می گیرند تعلق دارد.

جدول ۲۰-۱

منبع بانک مرکزی تراز نامه و گزارش اقتصادی سال ۱۳۸۳

ماهیت فقر و شاخصهای اندازه گیری آن

هر چند شاخصهای سنجش چگونگی توزیع درآمد در چه نابرابری در توزیع درآمد را نشان می دهد اما نمی توان به صورت روشن بازگو کنند وضعیت فقر باشد. برای اندازه گیری وضعیت فقر نخست لازم است بدانیم فقر چیست؟ واقعیت این است که ارائه یک تعریف عینی از پدیده فقر کاری بس دشوار است. گفته می شود فقر محرومیت از رفاه است. اما محرومیت چیست؟ و چگونه می توان آن را اندازه گرفت. به طور مرسوم، فقر به معنای محرومیت مادی، فقدان درآمد، مصرف پایین تعریف می شده است. اما در یک تعریف جامع تر به فقر به عنوان یک پدیده چند بعدی نگریده می شود.^{۱۶۳}

¹⁶³ . sobbotina , Beyond Economic growth: intradution to susfainable development 2004 P 33.

از این رو اقتصاددانان کوشیده اند برای اندازه گیری توسعه یافتگی به جای شاخصهای تک بعدی از شاخص های چند بعدی استفاده کنند.

ج) شاخص های چند بعدی اجتماعی

معروف ترین شاخص چند بعدی اجتماعی شاخص توسعه انسانی^{۱۶۴} است که از سال ۱۹۹۰ به بعد از سوی سازمان ملل منتشر می شود. این شاخص ترکیبی است از چند شاخص اجتماعی مختلف که عمدتاً دستاوردهای کشورهای مختلف در زمینه بهبود سه بعد اساسی توسعه انسانی زیر را مقایسه و اندازه گیری می کنند: ۱) عمر طولانی و سالم که با شاخص امید به زندگی در ابتدای تولد اندازه گیری می شود (۲) میزان دسترسی به آموزش که از ترکیب با شاخص نرخ با سواد بزرگسالان و تعداد دانش آموزان مشغول به تحصیل اندازه گیری می شود. (۳) سطح زندگی قابل قبول که از شاخص درآمد سرانه (یا شاخص برابری قدرت خرید) بدست می آید.^{۱۶۵}

چرخه توسعه^{۱۶۶}

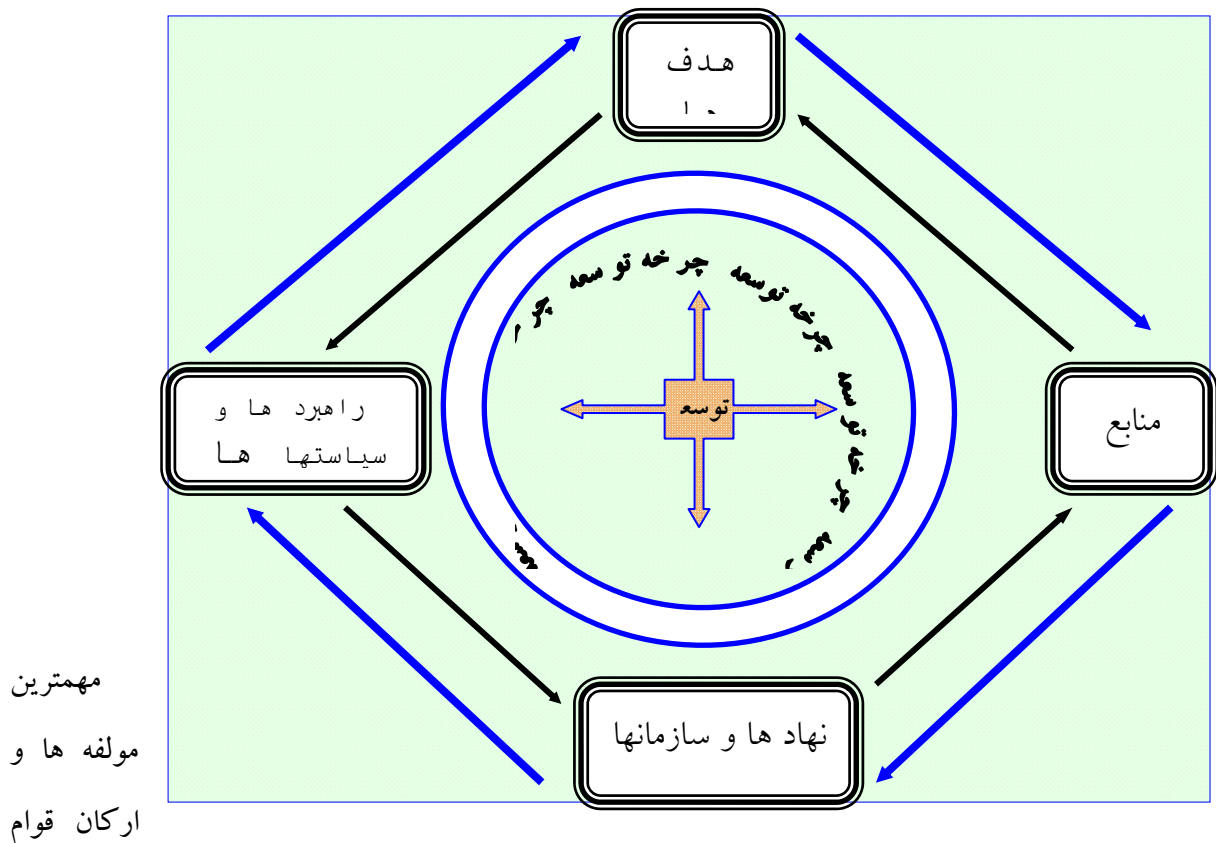
همان طور که اشاره شد توسعه بر اساس نگرشها و نظریه های تکامل یافته تر به مفهومی چند بعدی و پویا مبدل شده است. دستیابی به این پدیده بدون توجه به همه زوایا و ابعاد آن امکان پذیر نیست. فرایند توسعه زمانی در یک جامعه آغاز می شود و تکامل می یابد که از یک سوافقی روشنی از اهداف دستیافتنی و واقع گرایانه ترسیم شده باشد و برای رسیدن به این اهداف، با توجه به شرایط، امکانات اقتصادی - اجتماعی و ظرفیت و توانمندی کارگزاران و نهادهای جامعه راهبردهایی کارآمد و سازگار طراحی و به کار گرفته شود. مطالعات نشان می دهد که تنها جوامعی که نگاه جامع نگر و همه جانبه را ره توشه خود کرده اند و با برقراری سازگاری میان تمام مولفه های توسعه توانسته اند و می توانند این مسیر را با موفقیت پیمایند و به توسعه دست یابند.

¹⁶⁴ . Human Development Injoly.

¹⁶⁵ . برای نحوه محاسبه و آشنایی بیشتر با این شاخص ر. ک: به

UNDP , Human Development Report 2005.

¹⁶⁶ این بحث عمدتاً با اقتباس از مباحث شریف النسبی، چرخه توسعه: راهنمای رشد شتابان توسعه اقتصادی-صنعتی کشورهای در حال رشد موسسه خدمات فرهنگی رسا ۱۳۷۵ تهیه شده است



بخش توسعه عبارتند از اهداف، منابع، راهبردها و نهادها و سازمان ها. وابستگی و بهم پیوستگی دو جانبه و چند جانبه این ارکان و عناصر، توسعه را به چرخه ای (نمودار ۲۰-۴) شبیه می سازد که وجود خلل یا غفلت در کارکرد هر یک از آنها می تواند شاکله کل سیستم را با اختلال مواجه سازد و تحقق توسعه را تا سالیان زیادی به تاخیر بیندازد. به علاوه باید توجه داشت که فرایند توسعه فرایند خطی نیست که برای یکبار تحقق می یابد و پس از آن به پایان می رسد، بلکه فرآیندی است جاری و همواره در حال تکامل. و در این فرآیند همواره باید اهداف، منابع، راهبردها، و نهادها مجددا بر اساس شرایط باز تعریف و با یکدیگر هماهنگ و سازگار شود و همگام با پیشرفت و تحولات جامعه به پیش رود. (نمودار ۲۰-۴)

الف) اهداف کلی توسعه

اصولا توسعه فرایندی است که در نتیجه کوشش و تلاش جمعی و آگاهانه یک جامعه شکل می گیرد. از سوی دیگر فعالیت و کوشش آگاهانه رفتاری هدفمند است. بنا بر این برای رسیدن به توسعه پیش از تلاش و کوشش برای برنامه ریزی و سیاستگذاری باید اهداف کلی توسعه تدوین و تعریف شود.

هدف کلی توسعه از ایجاد تحول مثبت و سازنده در جامعه است. این تحول مستلزم حرکت از روابط، روشها و سازوکارهای قدیمی و ناکار در عرصه های تولید، بهداشت، تعلیم و تربیت، تغذیه، محیط زیست، و.. به سمت روشها و راهکارهای بهتر و کارا تر و علمی تر است^{۱۶۷}.

شاخص ترین اهدافی که باید از رهگذر فرایند توسعه بدست آید عبارتند از:

- (۱) کاهش و رفع فقر و محرومیت های اجتماعی - اقتصادی
- (۲) افزایش رفاه عمومی
- (۳) گسترش عدالت اجتماعی و کاستن از شکاف و نابرابری های (یا ایجاد تعادل) اجتماعی - اقتصادی، طبقاتی و منطقه ای و بخشی
- (۴) ارتقای سطح فکری - ذهنی، تعالی اخلاقی - معنوی - روانی، تحکیم روابط و ارزشهای انسانی
- (۵) احیا و حفظ کرامت، عزت نفس و استقلال سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در سطح فردی اجتماعی و ملی،

به طور کلی هر برنامه و راهبرد و سیاست توسعه ای باید اهداف فوق را نصب العین خود قرار دهد. رسیدن به تمام اهداف فوق در یک مرحله شاید امکان پذیر نباشد. لذا می توان اهداف فوق را در فازها و مراحل برنامه های مختلف در نظر گرفت. انتخاب و تعیین هر یک از این اهداف و اولویت ها باید متناسب با سایر ارکان توسعه یعنی امکانات، راهبردها و نهادها صورت بگیرد.

ب) منابع و امکانات

یکی دیگر از ارکان کلیدی و تعیین کننده در موفقیت سیاست ها جهت تحقق اهداف توسعه منابع و امکانات است.

عمده ترین منابع عبارتند از

الف) منابع طبیعی مانند معادن، جنگلها، زمین، آب، موقعیت جغرافیایی و..

ب) سرمایه

در سیر تکامل نظریات توسعه ابتدا اقتصاد دانان بر اهمیت و نقش منابع طبیعی و سرمایه فیزیکی تاکید می ورزیدند. لازمه این دیدگاه این بود که کشورهایی که از لحاظ منابع طبیعی و سرمایه فیزیکی در سطح برابر قرار دارند فرایند یکسانی را در مسیر توسعه تجربه می کنند. اما تجربه کشورها نشان داد که حتی که کشورهایی که از فراوانی منابع و

سرمایه فیزیکی (مانند طبیعی مورد نیاز تولید و پول) برابر برخوردار بودند به طور یکسان پیشرفت نکرده بودند. زیرا آنچه در مورد منابع و نقش آن در تسهیل دستیابی به اهداف توسعه و هموارسازی مسیر توسعه اهمیت دارد فعلیت یافتن و برخورداری از توان و تکنولوژی بهره برداری از این منابع است. و گرنه صرف فراوانی منابع در کشوری بدون قابلیت و ظرفیت بالفعل استفاده از آن نمی تواند به فرایند توسعه کمک کند. برای مثال اگر کشوری دارای منابع سرشار نفت و گاز باشد ولی توانایی لازم (دانش فنی یا سرمایه) برای کشف و استخراج و پردازش و پالایش آن را در اختیار نداشته باشد نمی تواند از این منابع در جهت پیشبرد اهداف توسعه استفاده کند. بنابر این عامل دیگری که در توسعه و پیشرفت از نظر دور مانده بود دانش، توانایی، مهارت و قابلیت بهره برداری از این منابع بود. از این دانش، و توانایی به نام سرمایه انسانی یاد می شود.

مطالعات تجربی نیز علت تفاوت در آهنگ توسعه کشورهای دارای انباشت سرمایه فیزیکی برابر را در تفاوت سطح سرمایه انسانی آنها تشخیص داده بودند. مهمترین عناصر سرمایه انسانی عبارت بود از تحصیلات، مهارت، تخصص. از این رو کشورها توسعه سرمایه انسانی (آموزش و تربیت نیروی انسانی ماهر) را در صدر برنامه ها و سیاستهای اقتصادی و توسعه ای خود قرار دادند. در بسیاری کشورها ظرفیت های آموزشی گسترش یافت، سهم آموزش و پژوهش در بودجه ها افزایش پیدا کرد. با این حال، خیل فارغ التحصلان دانشگاهها و مراکز تحصیلات عالی در بسیاری کشورها نتوانستند کار چشمگیری از پیش ببرند و گرهی از کار فرو بسته توسعه نیافتگی بازگشایند. مطالعات بعدی نشان داد که وجود و فراوانی سرمایه فیزیکی و نیروی انسانی ماهر (سرمایه انسانی) - هر چند شرط لازم پیشرفت و توسعه است اما الزاما شرط کافی نیستند. مکمل این دو سرمایه، شکل گیری و تحقق فضای اجتماعی و بستر نهادی لازم شامل اعتماد متقابل، رعایت هنجارها و ارزشهای گروهی و نهادی، وجدان کاری روحیه کارآفرینی و پاک بودن جامعه از کلاه برداری ها، تقلب و.. بود که از آن به عنوان سرمایه اجتماعی یاد می شود.

با طرح سرمایه اجتماعی به یکی از پرسشهای مهم در توسعه پاسخ داده شد. آن پرسش این بود که چرا نیروی های انسانی ماهر و متخصص وقتی در کشورهای توسعه یافته فعالیت می کنند نسبت به زمانی که در کشورهای در حال توسعه کار می کنند بهره وری و خلاقیت به مراتب بالاتری دارند؟ پاسخ این پرسش در وفور یا وجود سرمایه اجتماعی نهفته است.

ج) راهبردها و سیاستها

رسیدن به هر هدف مستلزم پیمودن راهی است به سوی آن هدف. توسعه از مقولاتی است که در آن انتخاب راه و راهکاری دقیق، درست و مناسب بسیار کلیدی و حیاتی است. و اگر این راه، و راهبرد با دقت کافی و کارشناسی لازم

انتخاب نشود چه بسا این راه به بیراهه بیانجامد؛ همه تلاش ها، برنامه ریزی ها، منابع و امکانات به هدر رود. در برخی موارد ممکن است هزینه اشتباه و انتخاب نادرست بسیار هنگفت باشد و فرصتهای از دست رفته هیچگاه باز نگردد. به این معنا که نه تنها وضع موجود را به وضع مطلوب نرساند بلکه به فرجامی وخیم تر و نابسامانی شدید تری منتهی شود. شناسایی و انتخاب راه درست ابتداء منوط است به درک حجم و عمق و گستردگی معضلی که در اهداف توسعه رفع و حل آن معضل منظور شده است ثانياً به شناخت شرایط اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی، اقلیمی و موقعیت ژئواکونومیکی و و ظرفیت و امکانات طبیعی و ثالثاً بر قابلیت ها، مهارت ها و توانمندی انسانی و سازمانی آن جامعه. بنابراین قبای سیاستگذاری توسعه هر کشوری باید به تناسب قامت و قابلیت خود آن کشور بریده و دوخته شود. هم چنین کشور ها می توانند به تناسب و اقتضای سایر عناصر توسعه مثلاً اهداف سلسله توسعه در مراحل مختلف راهبردها و سیاستهایی متفاوتی اتخاذ کنند.

بنابر این در فرایند توسعه راهبرد و سیاست جهانشمول و فراگیر وجود ندارد. ممکن است راهبردی در یک یا چند کشور با موفقیت همراه باشد اما در کشور های دیگر نتیجه مطلوب را بدست ندهد.

انواع راهبردهای توسعه^{۱۶۸}

برای دستیابی به توسعه و تحقق آن مباحثی بین اندیشمندان مطرح شده است که عموماً معطوف به انتخاب محور توسعه است. از برآیند این مباحث الگوهای متفاوتی بدست آمده است که معروفترین آنها را به صورت گذرا بر می شماریم:

الف) الگوی بازار محور

الگوی بازار محور به الگویی اطلاق می شود که دولت در هدایت و ساماندهی فعالیت های اقتصادی کمترین نقش (محدود به استفاده از ابزارهای پولی) را به عهده می گیرد. در این الگو عرضه و تقاضا در مکانیسم بازار تعیین می شود. در این راهبرد چرخ فعالیت های تولید و تخصیص منابع بر مدار انگیزه های شخصی افراد می چرخد. تمامی قیمت ها از جمله نرخ بهره و ارز بر اساس مکانیسم بازار تعیین می شود و نظام قیمت ها نقش اساسی در تخصیص منابع ایفا می کند و قدرت هر جریان و تشکل برهم زننده وضعیت رقابت کامل محدود می شود. هدف این است که از طریق برقراری نظام بازار رقابتی تخصیص بهینه منابع صورت پذیرد. از آنجا که تخصیص بهینه منابع در بازار رقابتی توأم با کارآیی است، لذا بهره وری افزایش یافته و موجب افزایش تولید و درآمد سرانه خواهد شد.

اهداف در این استراتژی عبارتند از:

^{۱۶۸} - این قسمت با اقتباس از گریفین کیث؟؟؟؟؟؟ تکمیل شده است

ایجاد ثبات بازار و اقتصاد به صورت خود کار، بهینه سازی تخصیص منابع از طریق آزادسازی قیمت ها و در نتیجه افزایش تولید و درآمد سرانه در جامعه، تضمین کارایی استفاده از سرمایه و تشدید نرخ پس انداز و سرمایه گذار (ب) الگوی تجارت محور:

این استراتژی مانند استراتژی بازار محور بر شالوده بازار آزاد و نقش انگیزه های شخصی در تخصیص بهینه منابع جامعه است. منتها در این راهبرد تجارت و سرمایه گذاری خارجی به عنوان موتور محرک رشد در جامعه مطرح می شود. جانمایه نظریه حامی این راهبرد این است که کشورهای توسعه نیافته می توانند با استفاده از ظرفیت بالای بازار جهانی و تکیه بر مزیت نسبی اقدام به گسترش تولید و صادرات و کسب درآمد کنند. در سایه فشار رقابت خارجی کارایی تولید داخلی حتی در زمینه های غیر صادراتی نیز افزایش می یابد و رشد باثبات و بلند مدت در جامعه شکل می گیرد.

معمولا الگوی تجارت محور در قالب راهبرد های زیر به اجرا گذارده می شود

● توسعه صادرات

(الف) صادرات مواد اولیه (مانند گاز، نفت خام و معادن)

(ب) کالا های نهایی،

(ج) کالاهای واسطه و قطعات: در بیشتر کشورهای جنوب شرق آسیا این راهبرد را به کار گرفتند

(د) صادرات مجدد: برخی کشور ها مانند امارات متحده عربی به دلیل به صرفه نبودن تولید و صادرات

داخلی استراتژی واردات کالا از سایر کشورها و صادرات مجدد به کشورهای همجوار را دست گرفتند

(ج) الگوی صنعت محور:

محور اساسی در این راهبرد حصول حداکثر رشد اقتصادی به ویژه در تولیدات کارخانه ای است. در این راهبرد تاکید بر نظام اقتصاد آزاد وجود ندارد. بر اساس الگوی صنعت محور توسعه صنعتی در اولویت قرار می گیرد. در این راستا برخی کشورها تاسیس و احداث صنایع سنگین و مادر مانند کارخانه های ذوب آهن، سیمان، خودروسازی، پالایشگاه نفت و... برخی دیگر تقویت صنایع سبک مانند صنایع مربوط به کالاهای نهایی مصرفی و کارخانه های کوچک را در راهبرد توسعه اقتصادی خود قرار می دهند.

البته بسیاری اوقات اصطلاح صنعت برای مجموعه ای از کار و کسب های تولیدی و خدماتی نیز به کار می رود. در این ارتباط دو راهبرد تقویت صنایع بزرگ و صنایع کوچک و متوسط قابل اشاره است. در این چهارچوب، صنایع بزرگ (در بیشتر کشورهای جهان) به بنگاههای (تولیدی، خدماتی و...) گفته می شود که معمولا تعداد کارمندان آن زیاد (مثلا بیش از ۱۰۰ نفر) باشد و راه اندازی آن مستلزم سرمایه هنگفتی باشد. و بنگاههای تولیدی دارای کمتر از ۱۰۰

نفر کارمند صنایع کوچک و متوسط اطلاق می شود. در این الگو معمولا استراتژی جایگزینی واردات تعقیب شده است، لذا همواره این کشورها با هدف تشویق و گسترش تولید صنعتی داخلی، موانع و محدودیت هایی را بر واردات وضع کرده اند. اما تجارب حاکی از آن است که اگر در مدت زمان مشخص و تعیین شده ای این استراتژی به سمت توسعه صادرات حرکت نکند، توفیق قابل قبولی در اجرای این الگو نخواهد بود.

د) الگوی کشاورزی محور:

در این راهبرد تکیه مستقیم و اساسی بر حصول حداکثر رشد در بخش کشاورزی است. به زعم طرفداران این راهبرد رشد بخش کشاورزی باعث افزایش عرضه مواد اصلی غذایی و معیشتی جامعه گردیده و از افزایش دستمزدها جلوگیری می کند. هم چنین رشد کشاورزی باعث ایجاد زمینه در تاسیس صنایع وابسته به کشاورزی می گردد. از سوی دیگر کاربرد بودن این صنایع به ایجاد اشتغال نیز کمک می کند. به علاوه از دید حامیان این راهبرد دستیابی به هدف فقرزدایی در این استراتژی با سهولت نسبی تحقق می یابد.

در بسیاری از کشور های روبه توسعه بخش بزرگی از جمعیت در روستا زندگی می کنند. در نتیجه کشاورزی بیشترین سهم اشتغال نیروی کار را به خود اختصاص می دهد. از سوی دیگر با بهبود وضعیت بهداشتی و درمانی بیشتر این کشورها با رشد جمعیت مواجه بوده اند. تامین و تداوم اشتغال و هم چنین رسیدن به خود کفایی ملی در مواد غذایی به علاوه وجود مزیت نسبی در تولیدات کشاورزی انگیزه ای بوده است که برخی از کشورها خصوصا در مراحل اولیه برنامه ریزی و تلاش هدفمند برای دستیابی به توسعه الگوی توسعه کشاورزی را به عنوان راهبرد توسعه خود بر گزینند. طرفداران الگوی کشاورزی محور به دو گروه زیر تقسیم می شوند.

- گروهی که ریشه مشکلات را در ساختار اجتماعی نهاد تولید می دیدند. آنها مانع اصلی پیش روی توسعه بخش کشاورزی را نابرابری در مالکیت اراضی و ناکارایی در مدیریت و بهره برداری آن می دیدند و برای حل این معضل اصلاحات ارضی را (در کشورهای مانند ایران) به اجرا گذارده اند.
- گروهی دیگر ریشه مشکلات را در ساختار فنی تولید و استمرار روشهای سنتی می دیدند. در این راستا نوسازی روشهای تولید، پیاده سازی طرح مکانیزاسیون و استفاده از بذر های اصلاح شده و... که به انقلاب سبز معروف شده است به عنوان علاج معضل معرفی شده است.

ه) الگوی توزیع محور

تاکید بر مقوله رشد اقتصادی و غفلت از سایر شاخص های توسعه در برخی از الگوهای توسعه فاصله و نابرابری های اجتماعی و اقتصادی را به همراه داشته است. از این رو محوریت توزیع قبل از رشد در راهبردهای توسعه مطرح شده است. برخی نیز بر راهبرد توزیع منافع رشد از طریق مکانیسم مالیات های

تصاعدی و توزیع منافع رشد در میان اقشار کم درآمد تر در قالب ارائه خدمات عمومی (مانند آموزش ، بهداشت) و پرداخت یارانه ها و کمک های بلاعوض تا کید می ورزند.

در برخی از راهبردهای توسعه تامین نیاز های اساسی مانند غذا، مسکن و.. برای همگان مورد توجه قرار گرفته است.

(و) الگوی برنامه محور (متمرکز)

الگوی متمرکز و سوسیالیستی در کشور های اتحاد جماهیر شوروی سابق به اجرا گذشته شد. پارادایم اقتصاد بازار به معنای آزادی مطلق بازار نیز هنوز تحقق نیافته است. در حال حاضر درجاتی از تمرکز در اغلب کشورهای دنیا دیده می شود . هرچند این تمرکز در برخی کشور ها شدید است اما شاید هیچ اقتصادی نتوان یافت که کاملا متمرکز باشد. هم چنین هیچ نمونه ای نمی توان سراغ کرد که کاملا بازاری باشد.

مطابق الگوی برنامه ای متمرکز که در شوروی سابق اجرا شد، ابتدا کل واحدهای تولیدی ولی در الگوی تعدیل شده واحدهای تولیدی متوسط و بزرگ در تملک دولت قرار گرفت. تقریبا کارکرد آزاد نظام بازار در تخصیص منابع و تثبیت اقتصاد و توزیع درآمد به طور کلی حذف شد و هدایت اقتصاد بر اساس برنامه ریزی متمرکز و تفصیلی بر اساس اولویت های سیاستی نهاد برنامه ریزی جایگزین آن شد. هدف این است که با تعیین دقیق و درست اهداف و اولویت ها، و با توجه به منابع و امکانات تخصیص بهینه منابع از طریق برنامه ریزی متمرکز صورت پذیرد و کارآیی اقتصادی تامین شود.

د) سازمانها و نهادها

چهارمین رکن مهم در توسعه یک کشور سازمان ها و نهادها هستند. نهادها ، سازمان ها ، انجمن ها ، تشکلهای سازمانهای غیر دولتی در فرایند توسعه حکم بازوان اجرایی را دارند. اهمیت، نقش و جایگاه نهادها و سازمانها در پروسه توسعه زمانی دوچندان می شود که متوجه می شویم این نهاد ها خود، به عنوان سازمان ها و گروههایی که به تلاشها و تعامل های جمعی برای پیشرفت چارچوب منظم و ساختار هدفمند و شفاف می بخشند ، هم هدف توسعه هستند و هم و کار گزار آن. در یک نگاه کلی شاید بتوان برخی از مهمترین نهادهای یک جامعه را، که تکوین و پایداری توسعه ره آورد تعامل مثبت ، همسو، هدفمند ، سازگار و و پویای آنهاست، به صورت زیر برشمرد:

■ بانکها و موسسات پولی اعم از دولتی و خصوصی

■ سازمان های تربیت کارآفرینان و نیروی انسانی[نظام آموزش عمومی ، دانشگاهها، مراکز فنی و حرفه

[...و

- مراکز تصمیم سازی اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و...
- مراکز حل و فصل دعاوی [نهاد قضایی مستقل، مقتدر، قانونمند، کارا، سریع، ارزان و در دسترس عموم]
- مراکز قانونگذاری
- بازارهای مالی
- نهادهای متکفل ایجاد و اداره زیرساختهای اجتماعی [حمایت های اجتماعی، بیمه، بهداشت و...]
- نهاد های متکفل و مرتبط با مسایل و روابط خارجی
- رسانه های جمعی
- سازمانهای غیر دولتی (NGO)
- مراکز توسعه تکنولوژی [موسسات پژوهشی کاربردی]
- صندوق های ضمانت توسعه صنعتی و...
- موسسات خدمات فنی و، تخصصی و اطلاعاتی
- موسسات صادراتی: تشکلهای صنعتی، کشاورزی و بازرگانی
- مراکز بازاریابی و اطلاع رسانی
- مراکز کنترل کیفی و توسعه استاندارد

زمانی فرایند توسعه می تواند در یک کشور شکل بگیرد که با نگاهی همه جانبه اهداف توسعه و مراحل آن متناسب با امکانات و شرایط آرایش یابد راهبردها و سیاست ها با توجه به اهداف و امکانات و ظرفیت نهادها اتخاذ شود و بالاخره نهاد ها و مجریان توسعه همگام و همسو با اهداف و اولویت ها، راهبردها و سیاست ها و امکانات، سازماندهی و باز آرای می شوند. و این امر میسر نیست مگر آن که نظام اقتصادی و اجتماعی کشور از ظرفیت و قابلیت لازم برای ایجاد و تغییر نهاد ها و سازمان ها را متناسب با نیازها و شرایط کشور فراهم نماید. اگر این تعامل و هماهنگی و سازگاری میان این عناصر چهارگانه برقرار شود آنگاه می توان گفت که حرکت به سمت توسعه پایدار و متوازن آغاز شده است.

خلاصه

تفاوت میان کشورهای جهان در سطح رفاه زندگی آنها را به طور کلی به دو گروه توسعه یافته و در حال توسعه تقسیم کرده است.

نخستین نظریه های علمی در باره رشد و پیشرفت اقتصادی ملت ها و جوامع در قرن هفدهم (ربع چهارم این قرن)، هیجدهم و نوزدهم طرح و تدوین گردید.

با پایان جنگ جهانی دوم و استقلال بسیاری از کشورهای مستعمره شرایط اقتصادی کشورهای توسعه نیافته و طرح نظریه ها و دیدگاههایی برای حل و فصل مشکلات اقتصادی این کشورها مورد توجه قرار گرفت، حاصل تاملات و مطالعات و نظریه ها در این باب به عنوان شعبه اقتصاد توسعه ابراز وجود کرد.

تعریف مفهوم توسعه طی مراحل تحول و تکامل یافته است. ابتدا تصور می شد توسعه اقتصاد مساوی است با رشد اقتصادی. سپس در سالهای دهه هفتاد میلادی توسعه اقتصادی به عنوان کاهش یا از بین بردن فقر، نابرابری و بیکاری یعنی **رشد همراه با توزیع درآمد** باز تعریف شد. در بازننگری دیگر، توسعه به عنوان فرایندی تمام عیارچند وجهی و در برگیرنده تمام ابعاد زندگی یک جامعه و بیداری و آگاهی و روابط آن جامعه باخارج (توسعه به مثابه مفهوم فرا اقتصادی و مستلزم چیزی بیشتر از رشد اقتصادی و تغییر مثبت کمی و کیفی در زندگی بشر) تعریف شد.

در مفهوم فرابعدی، توسعه هر ملت و جامعه با توجه به ارزشها، رسوم، فرهنگ، سنت ها و تاریخ همان مردم تعریف و سنجیده می شود و به آثار جانبی توسعه بر محیط زیست و ماندگاری و دوام دستاوردهای آن تحت عنوان توسعه پایدار توجه می شود.

اقتصاددانان توسعه برای اندازه گیری میزان و مقایسه کشور ها از لحاظ توسعه یافتگی از شاخص های مانند شاخص درآمد سرانه، شاخص های سنجش چگونگی توزیع درآمد [منحنی لورنز و ضریب جینی] استفاده می کنند.

منحنی لورنز رابطه کمی واقعی بین در صد دریافت کنندگان درآمد و درصد کل درآمدی که به آنان می رسد را نشان می دهد. با محاسبه نسبت مساحت ناحیه بین قطر و منحنی لورنز ضریب جینی بدست می آید. ضریب جینی که از صفر (برابری کامل تا یک (نابرابری کامل) تغییر می کند درجه نابرابری در یک کشور را نشان می دهد بر اساس نظریه های تکامل یافته تر، توسعه مفهومی است پویا و دارای ابعاد و ارکان متعدد. از تعامل میان این ابعاد ارکان چرخه ای به نام چرخه توسعه شکل می گیرد. این ارکان عبارتند از: اهداف توسعه، منابع، راهبردها و نهادها و سازمان ها.

عمده ترین منابع عبارتند از: منابع طبیعی، سرمایه، شامل سرمایه فیزیکی، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی.

مهمترین راهبردهای توسعه عبارتند از راهبرد بازار محور، راهبرد تجارت محور، راهبرد صنعت محور راهبرد کشاورزی محور، راهبرد توزیع محور و راهبرد برنامه محور (متمرکز).

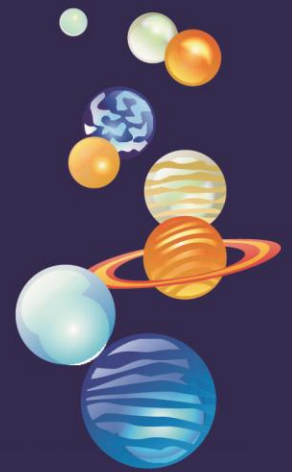
مهمترین نهادهای توسعه عبارتند از بانکها و موسسات پولی سازمان های تربیت کارآفرینان و نیروی انسانی مراکز تصمیم سازی اجتماعی اقتصادی فرهنگی ، مراکز حل و فصل دعاوی، مراکز قانونگذاری بازارهای مالی نهادهای متکفل زیرساختهای اجتماعی نهاد های مرتبط با روابط خارجی، رسانه های جمعی، سازمانهای غیر دولتی و...

سوالات فصل بیستم

- ۱- معیار دسته بندی کشورها به دو گروه توسعه یافته و در حال توسعه چیست؟
- ۲- اقتصاد توسعه به عنوان یک شاخه مستقل در علم اقتصاد چه زمانی ابراز وجود کرد؟
- ۳- سیر مراحل تکاملی تعریف مفهوم توسعه را شرح دهید؟
- ۴- مهمترین شاخصهای اندازه گیری وضعیت کشورها از منظر توسعه یافتگی را نام ببرید؟
- ۵- کاربرد در منحنی لورنز و منحنی جینی و تفاوت های آنها را توضیح دهید؟
- ۶- مهمترین ارکان تشکیل دهنده چرخه توسعه چیست؟
- ۷- ویژگیها و اهداف هر یک از راهبردهای توسعه ای زیر را بررسی کنید:
الف) راهبرد بازار محور ب) راهبرد تجارت محور ج) راهبرد صنعت محور د) راهبرد کشاورزی محور ه) راهبرد توزیع محور و) راهبرد برنامه محور
- ۸- مهمترین نهادهای موثر در توسعه را نام ببرید؟

مادسیج

شبکه آموزشی - پژوهشی ایران



مادسیج، پنجره ای به یادگیری نوین

مادسیج مخفف کلمه madsage به معنای شیفته دانایی و در مفهوم بومی به معنای دهکده علم و دانش ایران می باشد. در این مفهوم اشاره به دو کلمه سیج (یکی از روستاهای زیبای کشورمان) و ماد (یکی از اولین اقوام ایران) می باشد.

شبکه آموزشی - پژوهشی مادسیج (IRESNET) با هدف بهبود پیشرفت علمی و دسترسی هرچه راحت تر جامعه بزرگ علمی ایران، در فضای مجازی ایجاد شده است. هسته اولیه مادسیج از طرح پایان نامه کارشناسی ارشد جناب آقای رضا محمودی دانش آموخته رشته مدیریت آموزشی دانشگاه تهران که با راهنمایی استاد گرانقدر جناب آقای دکتر عبادی معاون دانشگاه مجازی مهر البرز می باشد، بر گرفته شده است.

IRan Education & Research NETWORK