



اقتصاد خرد
(با نگاهی به مباحث اسلامی)
جلد اول

سید محمد کاظم رجایی

تابستان ۱۳۹۱

رجایی، سیدمحمدکاظم، ۱۳۳۹- .
اقتصاد خرد (با نگاهی به مباحث اسلامی) (ج ۱) / سیدمحمدکاظم رجایی. - قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه؛
مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی(ره)، ۱۳۹۱.
سیزده، ۱۹۸ص: مصور، جدول، نمودار. - (پژوهشگاه حوزه و دانشگاه؛ ۲۲۳: اقتصاد؛ ۲۰) (مؤسسه آموزشی و
پژوهشی امام خمینی(ره)؛ ۹۶۷: اقتصاد؛ ۱۳)
بها: ۴۳۰۰۰ ریال
فهرست نویسی براساس اطلاعات فیبا.
نمایه.
۱. اقتصاد خرد. ۲. اسلام و اقتصاد. الف. پژوهشگاه حوزه و دانشگاه. ب. مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام
خمینی(ره). ج. عنوان.
۱۳۹۱ ۲۱۶ ر ۲ / ۱۸۰ / HB ۳۳۸ / ۵
شماره کتابشناسی ملی
۲۸۴۲۵۰۱



اقتصاد خرد (با نگاهی به مباحث اسلامی) (ج ۱)

مؤلف: دکتر سیدمحمدکاظم رجایی

ویراستار: سعیدرضا علی عسکری

ناشران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی(ره)

صفحه آرای: کاما

چاپ اول: تابستان ۱۳۹۱

تعداد: ۲۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی: سعیدی

چاپ: قم - سبحان

قیمت: ۴۳۰۰ تومان

کلیه حقوق برای ناشران محفوظ و نقل مطالب با ذکر مأخذ بلامانع است.

قم: ابتدای شهرک پردیسان، بلوار دانشگاه، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، تلفن: ۲۱۱۱۱ - ۲۵۱ (انتشارات: ۲۱۱۱۳۰۰) نمابر: ۲۸۰۳۰۹۰،
ص.پ. ۳۱۵۱ - ۳۷۱۸۵ ● تهران: خ انقلاب، بین وصال و قدس، نیش کوی اُسکو، تلفن: ۶۶۴۰۲۶۰۰ - ۰۲۱ و ۶۶۹۷۸۹۲۰

Website: www.rihu.ac.ir

Email: info@rihu.ac.ir

قم: خیابان شهیدا، کوی ۲۴ (ممتاز)، پلاک ۳۸، انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی(ره)،
تلفن: ۰۹۱۲۲۵۲۶۷۰۶ - ۰۲۵۱-۷۷۴۲۳۲۶

سخن ناشران

نیاز گسترده جوامع علمی و حوزوی و دانشگاهی به متون درسی با نگرش اسلامی در رشته‌های علوم انسانی، حقیقتی انکارناپذیر است. برای رفع این نیاز، مراکز پژوهشی با توجه به محدودیت‌های موجود، می‌توانند با یاری و همکاری یکدیگر، آثار مشترکی تدوین و ارائه کنند تا افزون بر ارتقای کمی و کیفی پژوهش‌ها، از تکرارها و موازی‌کاری‌ها جلوگیری شود. از این‌رو، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و مؤسسه آموزشی و پرورشی امام خمینی (ره) برای نیل به اهداف یادشده، سومین کار مشترک خود را با عنوان اقتصاد خرد (با نگاهی به مباحث اسلامی) (ج ۱) به جامعه علمی تقدیم می‌کنند.

این کتاب به عنوان متن درسی برای دانشجویان رشته «علوم اقتصادی» و «مدیریت» در مقطع کارشناسی و دیگر علاقه‌مندان به حوزه اقتصاد اسلامی تألیف شده است. امید است که مورد عنایت استادان و صاحب‌نظران قرار گیرد تا با پیشنهادهای ارزشمند و راهگشای خود ما را در غنی‌سازی این اثر یاری رسانند.

مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)

پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

بسم الله الرحمن الرحيم

علوم انسانی در حکم مجموعه قواعد تنظیم حیات انسان در بخش نرم‌افزاری فرهنگ و تمدن بشری، علوم و معارفی است که به صورت روش‌مند از رفتارها، باورها، نگرش‌ها، احساسات و همه پدیده‌های انسانی معنادار بحث می‌کند و از مصادیق یقینی آن فلسفه، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، علوم تربیتی، علوم اقتصادی، علوم سیاسی، مدیریت و حقوق است.

تحول در حوزه‌های علمی، به‌ویژه در علوم انسانی از فرازهای مورد تأکید حضرت امام خمینی (ره) و مطالبات جدی رهبر معظم انقلاب (مدظله) به‌ویژه در سال‌های اخیر است. اهمیت این تحول، ریشه در مطالعات علوم انسانی و نیازهای مترتب بر آن، به‌ویژه رشد و توسعه شتابان دانش و فرهنگ در عرصه جهانی دارد؛ زیرا در آن، از یک‌سو انسان، به عنوان اشرف مخلوقات و از دیگر سو روابط او با دیگران در عرصه بشری مطرح است و از این جهت این علوم بر علوم دیگر تقدم دارد. به‌واقع، رسالت مهم و اساسی این علم، ساختن انسان، پرورش شخصیت و توجه به شأن وجودی او و یک نگاه، رساندن او به سرمنزل مقصود و هدایت به سوی مرتبه انسان کامل است.

ایران اسلامی از بنیان‌های تمدنی غنی و توانمندی‌های فراوانی در درون و برون محیط‌های دانشگاهی و حوزه‌های علمیه برخوردار است و از این جهت، بستری مهیا برای ورود به عرصه‌های علمی و تولید دانش بومی در حوزه‌های علوم انسانی فراهم است. به‌پشتوانه چنین میراث‌گرانقدری، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره) با حمایت مالی معاونت آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری که رسالت و تکلیف اصلی آن تلاش برای تعمیق و گسترش علوم، معارف و ارزش‌های انسانی اسلامی و تطابق هرچه بیشتر

رشته‌ها و درس‌های دانشگاهی با نیازهای جامعه و کاربردی کردن آنها و تحول در ارتقای علوم انسانی با تقویت جایگاه و منزلت این علم است، زمینه‌های چاپ این اثر را فراهم آورده است. از استادان، فرهیختگان و صاحب‌نظران ارجمند می‌خواهیم تا با همکاری و راهنمایی‌های ارزشمند خود این معاونت را در جهت نقد کتاب حاضر و تدوین دیگر آثار مورد نیاز جامعه علمی یاری فرمایند.

معاونت آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

فهرست مطالب

۱	پیشگفتار
۳	فصل اول: علم اقتصاد و نظریه اقتصاد خرد
۳	علم اقتصاد
۹	هزینه فرصت
۱۱	منحنی امکانات تولید، کارایی و هزینه فرصت
۱۲	الگوی ساده اقتصاد یا جریان دایره‌وار درآمد
۱۴	موضوع اقتصاد خرد
۱۴	وظیفه اقتصاد خرد
۱۵	هدف اقتصاد خرد
۱۵	روش مورد استفاده در علم اقتصاد
۱۸	شیوه‌های نقد یک نظریه
۱۹	نظریه اقتصاد خرد یا نظریه قیمت
۲۰	○ تمرین
۲۰	○ منابعی برای مطالعه بیشتر
۲۳	فصل دوم: انسان اقتصادی
۲۳	انسان عقلایی
۲۵	نقد و بررسی
۲۵	انسان عقلایی فرض، یا واقعیت؟
۲۷	انسان اقتصادی در اقتصاد اسلامی
۲۷	مبانی
۲۸	انسان عقلایی موحد
۲۹	○ تمرین
۳۰	○ منابعی برای مطالعه بیشتر

۳۱	فصل سوم: ارزش‌ها و اقتصاد
۳۱	اقتصاد اثباتی و اقتصاد هنجاری
۳۲	مقایسه کار اقتصاددان با فعالیت یک مهندس، یا فیزیک‌دان
۳۳	سیر تاریخی بحث اثباتی - هنجاری
۳۳	تفکر ارسطو
۳۴	حاکمیت دیدگاه ارسطو تا کلاسیک‌ها
۳۶	هجوم تخصص‌گرایی
۳۷	نقش آفرینان در جهت استقلال کامل علم اقتصاد از اخلاق
۳۷	ریکاردو، نقطه آغازین جداسازی اقتصاد از اخلاق
۳۷	جونز
۳۸	مارشال
۳۹	سنیور
۴۰	رابینز
۴۱	جمع‌بندی توجیهات اثباتی بودن علم اقتصاد
۴۳	خنثایی ارزش در اقتصاد
۴۴	ریشه‌های ارزشی در علم اقتصاد و ضرورت جداسازی آنها
۴۶	ثبات و پایداری ریشه‌های ارزشی در نظام سرمایه‌داری
۴۶	ضرورت بومی‌سازی علم اقتصاد
۴۷	○ تمرین
۴۸	○ منابعی برای مطالعه بیشتر
۴۹	فصل چهارم: عرضه، تقاضا و تعادل در قالب کلی
۴۹	مقدمه
۵۰	سایر چیزها ثابت
۵۰	کالاها و خدمات
۵۲	انواع کالا
۵۲	تقاضا
۵۴	منحنی تقاضا
۵۵	عرضه
۵۸	بازار
۵۸	ویژگی‌های بازار رقابت کامل
۵۸	ویژگی‌های بازار اسلامی
۵۹	تقاضای بازار برای یک کالا
۶۰	حرکت روی منحنی تقاضا و انتقال آن

۶۲	عرضه بازار
۶۳	حرکت روی منحنی عرضه و انتقال آن
۶۴	تبادل و شکل‌گیری قیمت بازار
۶۵	مکانیسم بازار و ثبات و پایداری تبادل
۶۶	تبادل ناپایدار
۶۷	تغییرها در نقطه تبادل
۷۰	مبانی ارزشی مکانیسم خودکار بازار
۷۰	بازار
۷۱	انسان عقلایی
۷۱	تبادل یا تصویر مکانیکی از بازار
۷۲	تفکر دئیسم و دست نامرئی در مکانیسم بازار
۷۴	مبانی اقتصاد اسلامی و ریشه‌های ارزشی موجود در تبادل خودکار
۷۵	○ تمرین
۷۶	○ منابعی برای مطالعه بیشتر
۷۷	فصل پنجم: کشش
۷۷	کشش تقاضا
۷۹	محاسبه کشش تقاضا
۸۳	عوامل مؤثر بر کشش تقاضا
۸۴	کشش متقاطع تقاضا
۸۵	کشش درآمدی تقاضا
۸۶	نمونه کاربردی
۸۷	کشش قیمتی عرضه
۸۸	کشش در اقتصاد اسلامی
۸۸	○ تمرین
۹۰	○ منابعی برای مطالعه بیشتر
۹۱	فصل ششم: تحلیل‌هایی براساس عرضه و تقاضا
۹۱	اضافه رفاه مصرف‌کننده
۹۳	اضافه ارزش تولیدکننده
۹۴	دخالت دولت
۹۵	قیمت‌گذاری
۹۷	اثر مالیات بر عرضه و تقاضا
۹۷	انواع مالیات و تأثیر آن بر مقدار تولید
۹۹	منحنی‌های تار عنکبوتی

۱۰۱	تمرین
۱۰۲	منابعی برای مطالعه بیشتر
۱۰۳	فصل هفتم: نظریه رفتار مصرف‌کننده
۱۰۳	روش مطلوبیت
۱۰۵	پارادوکس ارزش
۱۰۶	مطلوبیت کلّ و مطلوبیت نهایی
۱۱۰	تعادل مصرف‌کننده
۱۱۰	قید بودجه
۱۱۰	شرط تعادل مصرف‌کننده با توجه به قید بودجه برای N کالا
۱۱۱	مبادله
۱۱۳	استخراج منحنی تقاضا
۱۱۴	اثر درآمدی و جانشینی
۱۱۴	تمرین
۱۱۵	منابعی برای مطالعه بیشتر
۱۱۷	فصل هشتم: نظریه رفتار مصرف‌کننده (روش منحنی‌های بی‌تفاوتی)
۱۱۷	مقدمه
۱۱۸	فرض‌ها و اصول حاکم بر مصرف‌کننده
۱۲۰	ویژگی‌های منحنی‌های بی‌تفاوتی
۱۲۲	خط بودجه مصرف‌کننده
۱۲۳	تعادل مصرف‌کننده
۱۲۵	حالت‌های خاص منحنی بی‌تفاوتی
۱۲۸	مبادله
۱۳۰	منحنی درآمد - مصرف و منحنی اینگِل
۱۳۱	پست و نرمال
۱۳۲	منحنی قیمت - مصرف و استخراج منحنی تقاضا
۱۳۳	اثر جانشینی و اثر درآمدی و تفکیک آنها
۱۳۵	انتخاب میان کار استراحت و منحنی تقاضای استراحت
۱۳۶	تمرین
۱۳۷	منابعی برای مطالعه بیشتر
۱۳۹	فصل نهم: منحنی تقاضای سازگار با مبانی اقتصاد اسلامی
۱۳۹	مقدمه
۱۴۰	مبانی فلسفی نظریه تقاضا در اقتصاد کلاسیک

۱۴۰	مبانی معرفت‌شناختی
۱۴۰	مبانی جهان‌شناختی
۱۴۱	مبانی انسان‌شناختی
۱۴۲	منطق تقاضاکننده در اقتصاد کلاسیک
۱۴۶	مبانی فلسفی نظریه تقاضا در اقتصاد اسلامی
۱۴۶	مبانی معرفت‌شناختی
۱۴۷	مبانی هستی‌شناختی
۱۴۸	مبانی انسان‌شناختی
۱۴۸	منطق تقاضاکننده در اقتصاد اسلامی
۱۵۰	انسان موجودی مرکب از جسم و روح
۱۵۱	لذت و رنج
۱۵۲	انواع لذت و رنج
۱۵۳	دفع رنج و لذت حقیقی
۱۵۳	لذت فعلی و انفعالی
۱۵۴	مفهوم سعادت و لذت و رنج ابدی
۱۵۶	لذت و رنج ابدی معیار سعادت
۱۵۷	اصول حاکم بر سمت تقاضا در اقتصاد اسلامی
۱۵۸	عوامل مؤثر بر تقاضا
۱۵۸	سلیقه
۱۵۸	قیمت کالا
۱۶۰	درآمد
۱۶۱	منحنی تقاضا
۱۶۳	تقاضای بازار
۱۶۴	جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۱۶۵	○ تمرین
۱۶۵	○ منابعی برای مطالعه بیشتر
۱۶۹	فصل دهم: بررسی رفتار تولیدکننده
۱۶۹	تولید و حداکثرسازی سود
۱۷۰	عوامل تولید
۱۷۱	تابع تولید
۱۷۱	کوتاه‌مدت و بلندمدت در فرایند تولید
۱۷۱	انواع تابع تولید در کوتاه‌مدت
۱۷۳	تابع تولید کاب - داگلاس

۱۷۴	تولید کل، تولید متوسط و تولید نهایی
۱۷۴	قانون بازده نزولی
۱۷۷	تولید در بلندمدت
۱۷۸	تولید با دو نهاد متغیر؛ منحنی‌های تولید یکسان
۱۷۸	ویژگی‌های منحنی‌های تولید یکسان
۱۸۰	خط هزینه یکسان
۱۸۱	تعادل تولیدکننده
۱۸۳	مسیر توسعه
۱۸۳	کشش تولید
۱۸۴	○ تمرین
۱۸۵	○ منابعی برای مطالعه بیشتر
۱۸۷	منابع و مأخذ
۱۹۱	نمایه‌ها

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ آيَتَيْنِ فَمَحَوْنَا آيَةَ اللَّيْلِ وَجَعَلْنَا آيَةَ النَّهَارِ مُبْصِرَةً لِّتَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ
وَلِتَعْلَمُوا عَدَدَ السِّنِينَ وَالْحِسَابَ وَكُلَّ شَيْءٍ فَصَّلْنَاهُ تَفْصِيلًا؛ ما شب و روز را دو نشانه قرار
دادیم، نشانه شب را تیره‌گون و نشانه روز را روشنی‌بخش گردانیدیم تا طلب فضل خداوند
(فعالیت اقتصادی) کنید و تا شماره سال‌ها و حساب (عمر و آمار رویدادها) را بدانید و هر
چیزی را به روشنی باز نمودیم (اسراء، ۱۲).

السَّلَامُ عَلَى الْأَيْمَةِ الدُّعَاءِ وَالْقَادَةِ الْهُدَاةِ وَالسَّادَةِ الْوُلَاةِ وَالذَّاذَةِ الْحُمَاةِ وَأَهْلِ الذِّكْرِ وَأَوْلَى الْأَمْرِ
وَبَقِيَةِ اللَّهِ وَخَيْرَتِهِ وَحَزْبِهِ وَعَيْبَةِ عِلْمِهِ وَحُجَّتِهِ وَصِرَاطِهِ وَنُورِهِ وَبُرْهَانِهِ وَرَحْمَةِ اللَّهِ وَبَرَكَاتِهِ.
إِنْ ذُكِرَ الْخَيْرُ كُنْتُمْ أَوْلَاهُ وَأَصْلُهُ وَفَرَعُهُ وَمَعْدِنُهُ وَمَأْوِيهِ وَمُنْتَهَاهُ بِأَبِي أَنْتُمْ وَأُمِّي وَنَفْسِي.

پیشگفتار

خدای بزرگ را شاکرم که توفیق گردآوری این مجموعه را به بنده خود عطا کرد. مجموعه حاضر تجربه چند سال تدریس اقتصاد خرد متعارف است. مزیت این کتاب در آن است که در راستای بومی‌سازی این دانش، افزون بر بیان ادبیات اقتصاد خرد متعارف، به صورت فشرده به مبانی بحث ورود پیدا کرده و به اختصار ادبیات اقتصاد اسلامی در زمینه مباحث خرد را ارائه می‌کند. از طرفی، تلاش بر این بوده است که مثال‌ها و تمرین‌هایی از اقتصاد ایران ارائه گردد. طبیعی است که این مسئله تا حدودی موجب حجیم شدن مطالب کتاب شود. برای حل این مشکل و با هدف تقویت اقتصاد خرد متعارف، اساتید محترم می‌توانند در صورت احساس کمبود وقت، فصل‌هایی مانند فصل ۲، ۳ و ۶ را به صورت فشرده ارائه و تفصیل آن را به مطالعه دانشجویان واگذارند. همچنان که موضوعاتی مانند تقاضای استراحت در فصل هشتم را می‌توان به مطالعه دانشجویان واگذار کرد.

این کتاب در دو جلد تنظیم شده است. هدف این بوده که سرفصل‌های درس اقتصاد خرد (۱) و (۲)، مصوب وزارت علوم را پوشش دهد. جلد اول آن مشتمل بر ده فصل است. فصل اول به تعریف دانش اقتصاد با نگرش خرد، هزینه فرصت و روش‌شناسی بحث اختصاص یافته است. به دلیل اینکه تعریف یک علم بیان‌کننده عصاره آن دانش است، تلاش شده است تا در این فصل خلاصه اقتصاد خرد با بیانی ساده و توصیفی ارائه شود. از آنجا که اقتصاد خرد به بررسی رفتار انسان اقتصادی می‌پردازد و جریان غالب اقتصاددانان، آن را دانش اثباتی معرفی می‌کنند. فصل‌های دوم و سوم، به هدف فراهم‌سازی زمینه‌های بحث و استحکام پایه‌های آن، به انسان عقلایی و موضوع ارزش‌ها و اقتصاد اختصاص پیدا کرده است. در فصل چهارم و پنجم، عرضه و تقاضا در قالب کلی و بحث‌هایی درباره آنها بررسی می‌شود. فصل پنجم انواع کشش

قیمتی، متقاطع و درآمدی تقاضا و کشش عرضه را به بحث گذاشته است. فصل‌های ششم و هفتم و هشتم به استخراج منحنی عرضه و تقاضا به ترتیب از دو روش مطلوبیت (در فصل هفتم) و منحنی‌های بی‌تفاوتی (در فصل هشتم)، به روش معمول کتب اقتصاد خرد پرداخته است. نقد و بررسی منطق تقاضاکننده و نظریه تقاضا و ارائه دیدگاه اسلامی در این باره به فصل نهم سپرده شده است. سرانجام در فصل پایانی، نظریه تولید بحث شده و نقد و بررسی منطق تولیدکننده و مباحث تولید در ادبیات اقتصاد اسلامی به اقتصاد خرد دو واگذار شده است.

در انجام این تحقیق از راهنمایی‌ها و نظرهای مشورتی و اصلاحی اساتید و دانش‌پژوهان محترم بهره‌مند بوده‌ایم. استاد محترم جناب آقای دکتر داوودی (دام عزه) افزون بر راهنمایی در طول دوران تحصیل، استاد درس اقتصاد خرد در دو مقطع ارشد و دکترای نگارنده بوده‌اند. آنچه در این کتاب به نگارش درآمده، مطمئناً متأثر از کلاس‌های ایشان بوده است. به‌ویژه که ایشان سرانجام کل کتاب را نیز ارزیابی کرده و از دیدگاه‌های ارزشمند خود نگارنده را بهره‌مند ساختند. راهنمایی‌ها و پی‌گیری‌های مستمر استاد محترم، جناب حجت‌الاسلام والمسلمین نظری، مدیر محترم گروه اقتصاد پژوهشگاه حوزه و دانشگاه در انجام این اثر کارساز بوده است. همچنین جناب حجة‌الاسلام والمسلمین دکتر نظریور، با دقت کتاب را مطالعه نموده، اشکالات مختلف را گوشزد و توصیه‌های ارزشمندی ارائه کردند. افزون بر راهنمایی‌های استادان محترم، تذکرات و تلاش‌های دانش‌پژوهان عزیز مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره) به‌ویژه حجج اسلام روح‌الله ملایی و سعید مهدی‌خانلو در کاهش نواقص این اثر مؤثر بوده‌اند. از همه این عزیزان صمیمانه سپاسگزارم و از خدای منان اجر جزیل برای آنها مسئلت می‌دارم.

لازم است از معاونت پژوهش مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره) و پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و گروه اقتصاد آن، که با پیگیری خود چاپ این کتاب را مقدور ساختند و جمع دیگری که در به ثمر رسیدن این اثر در انجام چاپ و نشر، زحماتی متحمل شده‌اند، تشکر شود. از خدای بزرگ تمنای اجر و پاداش برای همه این عزیزان را دارم.

صلوات خدا و اولیای الهی به روان پاک بنیانگذار جمهوری اسلامی و شهدای والامقام.

والحمد لله رب العالمین

سیدمحمدکاظم رجایی

قم - تابستان ۹۱

فصل اول

علم اقتصاد و نظریه اقتصاد خرد

اهداف فصل

- پس از مطالعه این فصل، انتظار از دانشجو آن است که بتواند:
- علم اقتصاد را تعریف کند؛
- هزینه فرصت را تعریف کرده و هزینه فرصت انتخاب‌های روزانه خود را محاسبه کند؛
- منحنی امکانات تولید را تعریف و عوامل ارتقای امکانات تولید کشور را توضیح دهد؛
- کارایی را تعریف کند؛
- موضوع، وظیفه و هدف اقتصاد خرد را تبیین کند؛
- روش مورد استفاده در اقتصاد خرد و شیوه‌های نقد آن را توضیح دهد.

علم اقتصاد

اصول نظریه قیمت یا اقتصاد خرد،^۱ جزئی از نظام اقتصاد سرمایه‌داری یا سرمایه‌مداری است. از ویژگی‌های این نظام، آزادی قابل توجهی است که افراد در فعالیت‌های مختلف دارند. در این نظام، مصرف‌کنندگان در انتخاب کالاهای مختلف که عرضه می‌شود، آزادند و تولیدکنندگان اجازه ورود و خروج از بازار را دارند. همچنین صاحبان منابع نیز در بازار خود آزادند. اقتصاد، که در زبان لاتین به آن economy گفته می‌شود، از دو کلمه یونانی oiko به معنای خانه و nemein به معنای اداره و نظم، تشکیل شده است. شاید به همین جهت ارسطو اقتصاد را به «سیاست تدبیر منزل» تعریف کرده است. علت استفاده این کلمه در یونان قدیم آن بوده که در آنجا مثل دیگر جوامع ابتدایی خانه و خانواده مرکز فعالیت اقتصادی بوده است.

1. microeconomics

تعریف جامع و مانع^۱ در هر علمی مشکل است؛ زیرا در تعریف، چکیده علم در یک یا چند جمله بیان می‌شود. برای علم اقتصاد تعریف‌های متعددی ارائه شده و نسبت به جامع (شمول) و مانع بودن (عدم شمول مسائل خارج از آن علم) هر تعریف، نقدهایی شده است. با یک مثال ساده زمینه تعریف علم اقتصاد با نگرش خرد را فراهم می‌سازیم.

هر یک از ما به عنوان مصرف‌کننده، براساس برنامه خصوصی خود یا بدون برنامه قبلی، برای برآورده شدن نیازهای روزانه زندگی خانوادگی، اقدام به خرید کالا و خدمات می‌کنیم. فرد مسلمان و عاقل با الگوی مصرف ایرانی را فرض کنید که درآمد ماهانه وی مبلغ ۶۰۰ هزار تومان است. رفتار اقتصادی او را در دو سناریو بررسی می‌کنیم. سناریوی اول، رفتار او به عنوان مصرف‌کننده؛ وی اول ماه مبلغ یادشده را دریافت و اقدام به خرید نیازهای زندگی خود و خانواده می‌کند. سناریوی دوم، رفتار او به عنوان تولیدکننده؛ وی مبلغ مزبور را به عنوان درآمد از فعالیت اقتصادی معینی کسب می‌کند. در سناریوی اول، قدری تصمیم‌گیری وی نسبت به خرید و هزینه کردن درآمد ماهانه فرد نمونه را تجزیه و تحلیل نموده، حرکت این تصمیم‌گیری را کند کرده تا با آن بیشتر آشنا شویم. در سناریوی دوم تصمیم‌گیری فرد نمونه برای سرمایه‌گذاری منابع در فعالیت تولیدی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

سناریوی اول؛ فرض کنید وی در مرحله اول، نیازهای خود را به سه طبقه بسیار ضروری، ضروری و دیگر نیازها رتبه‌بندی می‌کند. برخی نیازها هستند که امکان تأخیر انداختن آنها به ماه دیگر ممکن نیست، این نوع نیاز را به نیازهای بسیار ضروری تعریف می‌کنیم. فرض کنید هزینه‌های مربوط به آب، برق، تلفن و گاز مبلغ ۱۰۰ هزار تومان و اجاره منزل مسکونی رهنی به مبلغ ۱۰۰ هزار تومان است. طبیعی است تأخیر در پرداخت وجوه یادشده برای وی به شدت مشکل‌آفرین است، در نتیجه او مبلغ ۲۰۰ هزار تومان از درآمد ماهانه خود را بدون تردید باید به نیازهای بسیار ضروری تخصیص دهد. وی نسبت به ۴۰۰ هزار تومان باقی مانده قدرت تصمیم‌گیری دارد. به سخن دیگر، او باید بین نیازهای متعدد زندگی به مقدار مبلغ محدود باقیمانده دست به انتخاب بزند. در مرتبه دوم ذهن او متوجه ارضای نیازهای ضروری می‌شود. وی نیازهای ضروری را به نیاز به مواد غذایی، نیاز به لباس و پوشاک، نیاز به تربیت فرزندان و

۱. جامعیت تعریف یک علم این است که تعریف، همه مسائل آن علم را دربرگیرد و مانعیت آن به این است که مسائل خارج از آن علم را خارج کند.

وسایل و خدمات فرهنگی، نیاز به کالاها و خدمات تقویت کننده بُعد معنوی و روحی (مانند سفرهای زیارتی)، طبقه‌بندی و رتبه‌بندی می‌کند.

طبیعی است وی به دلیل محدود بودن مبلغ باقیمانده از درآمد خود، نمی‌تواند همه نیازهای باقیمانده را ارضا کند. او چاره‌ای ندارد جز اینکه بین این دسته از نیازهای طبقه‌بندی شده، دست به انتخاب بزند. انتخاب، نیاز به طبقه‌بندی و رتبه‌بندی گزینه‌ها، نیاز به ارزشیابی دارد. پس او نخست هر یک از نیازها را ارزشیابی نموده، رتبه‌بندی می‌کند، سپس دست به انتخاب می‌زند. فرض کنید او ابتدا تصمیم می‌گیرد به بازار کالای مواد غذایی رفته و اقدام به ارضای نیازهای مواد غذایی کند. در این مرحله، با یک گروه کالا مواجه می‌شود. در بین مواد غذایی گوشت، حبوبات، سبزیجات و... وجود دارد. فرض کنید به بازار مواد غذایی وارد می‌شود. در الگوی مصرف ایرانی، مقداری گوشت وجود دارد که برای مصرف خانواده و میهمان مورد نیاز است. تصمیم می‌گیرد مقداری گوشت فراهم سازد. مجدداً مشاهده می‌کند گوشت به دو قسم سفید و قرمز طبقه‌بندی می‌شود. فرض کنید توصیه‌های پزشکی و تبلیغات، تمایل او را به گوشت سفید بیشتر کرده است. در نتیجه وارد بازار گوشت سفید می‌شود مشاهده می‌کند چند نوع گوشت سفید در بازار وجود دارد؛ مرغ، ماهی، میگو و...؛ با نگاه به انواع گوشت سفید مقدار تمایل خود را نسبت به آنها بررسی می‌کند. مرغ را با ماهی و میگو و... مقایسه می‌کند. فرض کنید در ذهن او ارزش ماهی نسبت به مرغ و میگو بیشتر است، به سخن دیگر، «ارزش نسبی ذهنی» ماهی در تمایلات او بیش از مرغ، میگو و بقیه است، یعنی از ماهی رضایت خاطر بیشتری نسبت به دیگر اقسام گوشت سفید عاید او می‌شود. تصمیم به خرید ماهی می‌گیرد. مشاهده می‌کند انواع ماهی در بازار وجود دارد، با مشاهده انواع ماهی تمایلات خویش را بررسی کرده، آنها را با یکدیگر مقایسه می‌کند. برای مثال، با نگاه به تمایلات خود مشاهده می‌کند که ماهی سفید برای او مطلوبیت و رضایت خاطر بیشتری فراهم می‌سازد. پس از این ارزشیابی و مقایسه، تصمیم به خرید می‌گیرد. به سرعت محدودیت درآمد او، به وی پیام می‌دهد «به چه قیمتی؟»، از قیمت آن سؤال کن! او از قیمت سؤال می‌کند. فرض کنید هر کیلو ۴ هزار و پانصد تومان، گرچه به خرید ماهی سفید تمایل دارد، ولی توانایی هم شرط است. در نتیجه محدودیت درآمد وی را وادار می‌سازد از قیمت آن نوع ماهی‌هایی که به‌طور نسبی به آنها تمایل دارد اطلاعات به دست آورد. از قیمت آنها سؤال کرده، قیمت هر یک را با دیگری مقایسه و قیمت‌های نسبی آنها را به دست می‌آورد. به بیان دیگر، ارزش نسبی عینی (خارجی) آنها را

محاسبه می‌کند. پس از این دو نوع ارزشیابی، فرض کنید سه کیلو ماهی آزاد خریداری و در سبد کالای مورد نیاز خود قرار می‌دهد. او اکنون بخشی از درآمد خود را خرج کرده و اقدام به انتخاب یک نوع کالا (ماهی آزاد) و یک مقدار (سه کیلو) کرده است. به همین ترتیب، در خرید گوشت قرمز، حبوبات، پوشاک، لوازم فرهنگی و... ابتدا کالاها را «طبقه‌بندی» و «رتبه‌بندی» نموده با توجه به تمایلات شخصی خود «ارزش نسبی ذهنی» (تمایلات نسبی) آنها را محاسبه، سپس با توجه به درآمد خود «ارزش عینی خارجی» (قیمت بازاری نسبی) آنها را به دست آورده و سرانجام دست به انتخاب می‌زند. به همین شیوه وجوه باقیمانده را خرج و تلاش می‌کند نیازهای خود را «به بهترین وجه ممکن ارضا کند» یا درآمد خود را «به بهترین وجه تخصیص دهد».

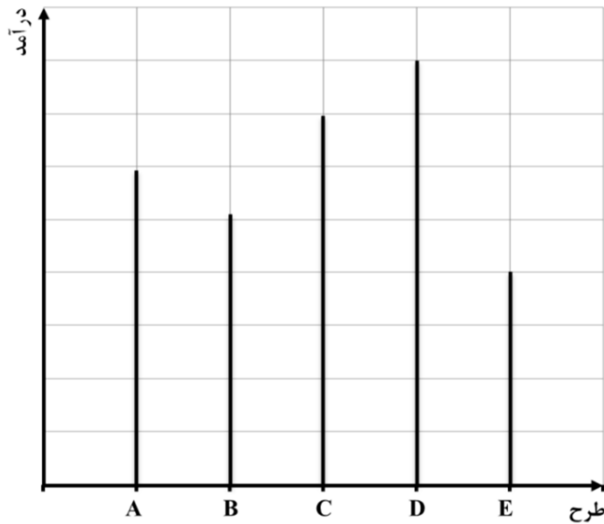
ارضای نیازها به بهترین وجه، به معنای این است که «رضایت خاطر» یا «لذت» خود را با توجه به درآمد محدود خویش حداکثر کرده است. همچنان که تخصیص درآمد به بهترین وجه، یعنی بین کالاهای مختلف سبدی از کالاها را انتخاب کرده که بیشترین رضایتمندی را نصیب او می‌سازد و هر تغییری در سبد انتخابی موجب کاهش رضایتمندی او می‌شود.

با تجزیه و تحلیل رفتار مصرفی انسان نمونه یادشده، می‌توان نکات ذیل را به‌طور خلاصه بیان کرد:

- فرد براساس سلیقه و تمایل خود برای کالا اقدام به خرید می‌کند؛ در نتیجه کالایی را که به آن تمایل ندارد (خواه منشأ آن ذوق و سلیقه فردی باشد، یا منع شرعی) در مواردی حتی اگر رایگان هم باشد، نمی‌خرد.
- کالاهایی را که به آنها تمایل دارد، با یکدیگر مقایسه نموده و «ارزش نسبی ذهنی» آنها را به دست می‌آورد.
- اگر از پیش از قیمت کالایی که در طبقه‌بندی بالا ارزش نسبی ذهنی آن بیشتر است، اطلاع ندارد، اقدام به کسب اطلاع از «قیمت» آن می‌کند.
- قیمت کالایی که تمایل بیشتری به آن پیدا کرده را با دیگر کالاها مقایسه نموده و «ارزش نسبی عینی خارجی» آن را به دست می‌آورد.
- براساس دو معیار بالا کالاها را ارزشیابی می‌کند.
- «نوع» و «مقدار» کالایی که بیشترین رضایتمندی یا لذت را برای او فراهم می‌سازد، «انتخاب» و خریداری می‌کند.

سناریوی دوم: بررسی بالا تجزیه و تحلیل رفتار انسان به عنوان مصرف‌کننده بود. این انسان به ازای درآمد ماهانه ۶۰۰ هزار تومان اقدام به فعالیت اقتصادی کرده است. به سخن دیگر، ممکن است کار خود را عرضه کرده در نتیجه مبلغ یادشده را به عنوان دستمزد دریافت کرده باشد. ممکن است زمین، خانه یا ابزار تولید در تملک خود را به اجاره داده و این مبلغ اجاره باشد. ممکن است مبلغ یادشده، سود و جوهی باشد که فرد نمونه ما مستقیم سرمایه‌گذاری کرده یا از طریق نظام بانکی در طرحی مشارکت کرده باشد. خلاصه اینکه فرد نمونه ما یک رفتار تولیدی دارد که مناسب است رفتار او به عنوان تولیدکننده نیز همانند رفتار او به عنوان مصرف‌کننده، تجزیه و تحلیل شود.

فرض کنید فرد یادشده مبلغ ۵۰۰ میلیون تومان وجه نقد در اختیار دارد و می‌تواند نسبت به کسب درآمد از آن تصمیم‌گیری و اقدام کند. گرچه او هر مبلغ که تمایل داشته باشد می‌تواند از سیستم بانکی استقراض نموده و سرمایه‌گذاری کند، ولی فرض کنید وی مایل است تنها مبلغ یادشده را خود به صورت مستقیم سرمایه‌گذاری کند. برای او مشخص است که با مبلغ بالا نمی‌توان نسبت به طرح‌هایی همچون ایجاد یک کارخانه سیمان و پتروشیمی اقدام کرد، در نتیجه از ابتدا فکر طرح‌های بزرگ نیز به ذهنش خطور نمی‌کند. به این معنی نیست که او نسبت به ایجاد کارخانه سیمان تمایل ندارد، بلکه محدودیت منابع، مانع است. به سرعت طرح‌ها را طبقه‌بندی کرده و طرح‌های سنگین را کنار می‌گذارد. محدودیت منابع او را وادار می‌کند به طرح‌های ۵۰۰ میلیون تومانی بیندیشد. شروع به طبقه‌بندی طرح‌ها و پروژه‌های ممکن می‌کند. فرض کنید طرح‌ها را به کشاورزی، صنعتی و خدماتی دسته‌بندی نموده است. در طرح‌های کشاورزی با مبلغ موجود می‌تواند زمینی فراهم کرده و نسبت به کشت گندم اقدام کند، اقدام به احداث باغ پسته یا زیتون نماید یا به پرورش دام بپردازد. فرض کنید در طرح‌های صنعتی با مبلغ یادشده تنها می‌تواند اقدام به ایجاد یک کارگاه تولید کفش نماید و در طرح‌های خدماتی می‌تواند به احداث یک مؤسسه نشر، یک مؤسسه توزیع کالا یا خدمات حمل‌ونقل اقدام کند. در نتیجه، او با مجموعه‌ای از طرح‌ها مواجه می‌شود که می‌توان با مبلغ ۵۰۰ میلیون سرمایه‌گذاری کرد. او به دنبال کسب درآمد برای امور معیشتی خود و خانواده است، در نتیجه طبیعی است که درآمد این طرح‌ها را با یکدیگر مقایسه و طرحی که بیشترین درآمد را داشته باشد انتخاب کند. نمودار شماره ۱-۱ در محور افقی انواع طرح‌های ممکن با مبلغ ۵۰۰ میلیون تومان (هزینه همه طرح‌ها یکسان فرض شده است) و محور عمودی درآمد ناشی از هر یک از این طرح‌ها را نشان می‌دهد.



نمودار ۱-۱: طرح‌های تولید مختلف با سرمایه یکسان

فرد تولیدکننده طرح‌های ممکن از A تا E، یعنی طرح‌هایی که تنها ۳۰ میلیون تومان سرمایه پولی نیاز دارند را از جهت درآمد با یکدیگر مقایسه می‌کند. ممکن است او تمایل داشته باشد در همه طرح‌های بالا سرمایه‌گذاری کند، ولی منابع محدودی که براساس آن تصمیم به سرمایه‌گذاری کرده است به او چنین امکانی را نمی‌دهد. در نتیجه، با ثابت بودن دیگر شرایط، وی به آن طرحی اقدام می‌کند که با هزینه ثابت مبلغ بیشتری به او درآمد دهد. طبیعی است وی مبلغ مزبور را در طرح D سرمایه‌گذاری می‌کند.

تحلیل بالا نتیجه می‌دهد:

- انسان مفروض، به عنوان تولیدکننده، با محدودیت منابع مواجه است؛
- تخصیص بهینه منابع، انسان را وادار می‌کند طرح‌های ممکن را ارزیابی نموده (و با فرض هزینه یکسان) درآمد آنها را نسبت به یکدیگر مقایسه کند؛
- سرانجام پس از ارزشیابی طرح‌های ممکن، او منابع خود را به طرحی اختصاص می‌دهد که بیشترین درآمد را داشته باشد. به سخن دیگر، او پس از «ارزشیابی» دست به «انتخاب بهترین طرح» می‌زند؛ یعنی تلاش می‌کند «منابع کمیاب را به بهترین وجه تخصیص دهد».

عصاره رفتار اقتصادی انسان به عنوان تولیدکننده و به عنوان مصرف‌کننده را می‌توان در یک جمله خلاصه کرد و آن اینکه انسان اقتصادی به دنبال: «ارزشیابی و انتخاب» به منظور حداکثر کردن مطلوبیت است. همچنان که می‌توان گفت او به دنبال «تخصیص بهینه منابع» برای حداکثر کردن سود است. در مثال بالا، انسان به عنوان مصرف‌کننده به دنبال تخصیص بهینه بودجه ماهانه ۶۰۰ هزار تومانی خود می‌باشد، یا به دنبال ارزشیابی و انتخاب نوع و مقدار کالای مصرفی است که رضایتمندی او را حداکثر کند. همچنان که انسان به عنوان تولیدکننده به دنبال ارزیابی طرح‌ها و انتخاب بهترین طرح است و به عبارت دیگر، به دنبال تخصیص بهینه منابع ۵۰۰ میلیون تومانی خود می‌باشد. در نتیجه، علم اقتصاد را می‌توان به علم «ارزشیابی و انتخاب»، یا علم «تخصیص بهینه منابع» تعریف کرد.

اینکه بیان شد اقتصاد علم انتخاب است، زیرا در خارج، جامعه بالفعل با کمیابی منابع^۱ مواجه است. بعضی از منابع به قدری فراوان‌اند که می‌توان از آنها به صورت رایگان، استفاده کرد مثل: هوا، این منابع دارای هیچ قیمتی نمی‌باشند. اینها به «منابع رایگان»^۲ معروف‌اند. اگر همه منابع جهان از این نوع منابع بودند و به‌طور نامحدود وجود داشتند، نیازی به اقتصاد حس نمی‌شد، اما اغلب منابع بالفعل کمیاب‌اند، یعنی در برابر خواسته‌های انسان محدودند، اینها به «منابع اقتصادی»^۳ معروف‌اند. علت وجود قیمت روی کالاها، کمیابی است. اگر کمیابی وجود نداشت قیمت هم نبود.

هزینه فرصت

با توجه به محدودیت و کمیابی منابع، فرد یا جامعه نمی‌تواند به همه خواسته‌های خود دست یابد. به‌ناچار باید آنهایی را که به‌طور نسبی از مطلوبیت بیشتری برخوردارند، انتخاب کند. انسان، بدین سبب که نمی‌تواند در یک زمان همه چیز را دارا باشد و هر فعالیت اقتصادی را انجام بدهد، باید به انتخاب‌هایی دست بزند. ناگزیر است برای رسیدن به هدف معین اهداف دیگر را قربانی کند. وسایل محدود و زمان کمیاب را برای تحقق مقاصد دیگر به کار نبرد.

1. scarcity of resources

2. free resources

3. economy resources

بنابراین، در رفتار اقتصادی انسان به عنوان مصرف‌کننده یا تولیدکننده، هر انتخابی با یک مجموعه قربانی همراه است. در میان این قربانی‌ها یکی بیش از بقیه در رفتار اقتصادی مصرف‌کننده «مطلوبیت» و در رفتار اقتصادی تولیدکننده «درآمد» دارد، آن قربانی «هزینه فرصت»^۱ نام دارد. به سخن دیگر، هزینه فرصت در تولید، عبارت است از: «مقدار درآمدی که عامل تولید در بهترین وضعیت در غیر از مورد به کار گرفته شده می‌توانست به دست آورد». در سمت مصرف، هنگامی که فرد بخشی از درآمد محدود و کمیاب خود را به خرید یک جلد کتاب اختصاص می‌دهد، او مجبور است از خرید کالاهای متعددی که با آنها رضایتمندی به دست می‌آورد، صرف نظر کند. در میان دیگر کالاها که از دست داده و قربانی انتخاب خود نموده است، یک کالا رضایتمندی بیشتری نصیب او می‌ساخت «از میان قربانی‌ها آن کالایی که رضایتمندی بیشتری به مصرف‌کننده می‌دهد و به دلیل انتخاب گزینه مورد نظر از آن صرف نظر کرده است» فرصت ازدست‌رفته یا هزینه فرصت نام دارد. انتخاب طرح D از سوی فرد نمونه در نمودار شماره ۱-۱، قربانی کردن دیگر طرح‌ها را به دنبال دارد. بین دیگر طرح‌ها (غیر از طرح انتخابی)، با فرض همسان بودن هزینه‌ها، آن طرحی که بیشترین درآمد را دارد، فرصت ازدست‌رفته یا هزینه فرصت مؤسسه تولیدی است. پس «هزینه فرصت یک قربانی (بهترین گزینه غیر از گزینه انتخابی) است که فعال اقتصادی می‌دهد تا میان چند عمل ممکن به انتخاب مبادرت ورزد». توجه به این نکته مهم است که منظور از هزینه‌ها در اقتصاد هزینه فرصت است.

شایان گفتن است که تشخیص بهترین گزینه، غیر از گزینه انتخابی، همیشه به سادگی ممکن نیست. شاید بتوان عرف را به عنوان معیار تشخیص هزینه فرصت در نظر گرفت و بر این اساس به تعریف دیگری برای هزینه فرصت دست یافت که آن قربانی ازدست‌رفته‌ای که عرف آن را فرصت ازدست‌رفته معرفی می‌کند، هزینه فرصت است.

از طرفی، این پرسش مطرح است که آیا هر عمل غیر قانونی یا غیر شرعی غیر از گزینه انتخابی که مطلوبیت یا سود بالاتر داشته باشد آیا می‌تواند فرصت ازدست‌رفته تلقی شود؟ به نظر می‌رسد نقش قانون، شرع، اخلاق و شؤونات اجتماعی را نباید نادیده گرفت. هزینه فرصت در قالب شرع، قانون، اخلاقیات و شؤونات اجتماعی باید معنی پیدا کند. به سخن دیگر، هزینه

1. opportunity cost

فرصت، خود متأثر از ارزش‌ها و در چارچوب ارزش‌های جامعه تعیین می‌شود. برای مثال جامعه‌ای که شراب را حرام می‌داند، نمی‌تواند مطلوبیت ناشی از آن را به عنوان فرصت ازدست‌رفته برای انتخاب کالای مصرفی دیگر در نظر بگیرد. همچنان که تولیدکننده‌ای که بهره و ربا را حرام می‌داند نمی‌تواند آن را به عنوان فرصت ازدست‌رفته برای سرمایه پولی خود تلقی کند.

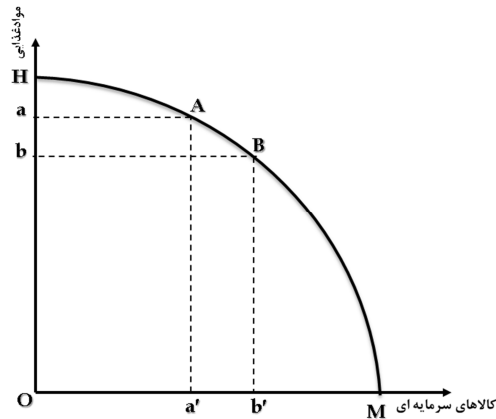
منحنی امکانات تولید، کارایی و هزینه فرصت

«منحنی امکانات تولید»^۱ نشانگر این است که اگر همه امکانات تولید کشور به کار گرفته شوند، به گونه‌ای که نیروی کار، بیکار و سرمایه معطل نداشته باشیم، اقتصاد در نقطه کارا عمل کرده است. در این صورت، اگر همه امکانات برای تولید مواد غذایی به کار گرفته شود، به مقدار OH تولید می‌شود و اگر همه امکانات به سمت کالاهای سرمایه‌ای تخصیص پیدا کند و مواد غذایی تولید نشود، به مقدار OM کالای سرمایه‌ای تولید می‌شود و با انتخاب ترکیبی از مواد غذایی و کالای سرمایه‌ای، منحنی امکانات تولید به دست می‌آید که حالت تقعر خواهد داشت (علت تقعر منحنی امکانات تولید چیست؟).

نقاط روی منحنی امکانات تولید دست‌یافتنی و کارا هستند. کارایی به وضعیتی گفته می‌شود که ممکن نباشد تولید یک کالا (برای مثال مواد غذایی) را افزایش دهیم، بدون اینکه مقدار تولید از کالای دیگر (برای مثال کالای سرمایه‌ای) را کاهش دهیم.

نقاط خارج از منحنی امکانات تولید با منابع مولد موجود کشور قابل دسترس نیست. همچنان که نقاط داخل منحنی، گرچه دست‌یافتنی، ولی به معنای وجود سرمایه معطل و نیروی کار بیکار در کشور است. با افزایش منابع مولد جامعه یا ارتقای بهره‌وری از طریق بهبود دانش فنی و انگیزه نیروی کار از طریق ارتقای سطح ایمان و تقوای آن، این امکان فراهم می‌شود که منحنی امکانات تولید به بیرون انتقال یابد و به ترکیبات کالایی خارج از منحنی امکانات تولید دسترسی پیدا شود.

1. production possibility curve

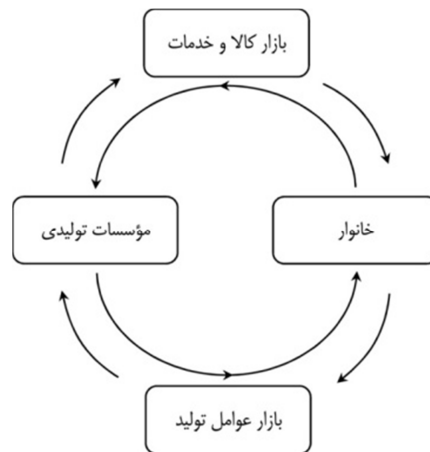


نمودار ۲-۱: منحنی امکانات تولید

چنان که در نمودار شماره ۲-۱ مشاهده می‌شود، هزینه فرصت اضافه کردن مقدار ba مواد غذایی، از دست دادن مقدار $a'b'$ کالای سرمایه‌ای است. و برعکس، هزینه اضافه کردن $a'b'$ به کالای سرمایه‌ای، از دست دادن مقدار ba مواد غذایی است.

الگوی ساده اقتصاد یا جریان دایره‌وار درآمد

در مثال پیشین مشاهده شد که فرد نمونه، همه مبلغ ۶۰۰ هزار تومان درآمد خود را به بازار کالا و خدمات برده و تقاضای کالا و خدمت نمود. او ۲۰۰ هزار تومان را در مقابل کالاهای مسکن، آب، برق، تلفن و گاز و ۴۰۰ هزار تومان باقیمانده را در مقابل مواد غذایی، پوشاک، لوازم فرهنگی و... پرداخت کرد. به سخن دیگر او در بازار کالا و خدمات به مبلغ ۶۰۰ هزار تومان تقاضای کالا و خدمت کرد.



نمودار ۳-۱: جریان دایره‌وار درآمد

چنان که در نمودار شماره ۱-۳ مشاهده می‌شود، در یک اقتصاد ساده و بدون دولت، پول از خانوار به بازار کالا و خدمات جریان پیدا کرده و مقابل آن جریان فیزیکی کالاها و خدمات یا عرضه کالا و خدمت از آن بازار به سمت خانوار حرکت می‌کند. سمت راست پایین نمودار نشان می‌دهد، فرد عوامل تولید (نیروی کار، زمین، سرمایه) خود را به بازار عوامل تولید «عرضه» کرده و در مقابل پول نقد، به عنوان دستمزد، اجاره، سود سرمایه دریافت می‌کند. به سخن دیگر، مؤسسه تولیدی (سمت چپ نمودار) عامل تولید (نیروی کار، عوامل طبیعی، سرمایه) از خانوار تقاضا نموده و در مقابل پول نقد به او پرداخت می‌کند. تولیدکننده عوامل تولید را در مؤسسه تولیدی خود با شیوه خاص تولید ترکیب نموده و کالا و خدمت تولید می‌کند. سپس کالاها و خدمات تولیدشده را به بازار کالا و خدمات عرضه کرده و در مقابل آن پول دریافت می‌کند.

از جریان دایره‌وار درآمد می‌توان نتایج ذیل را استخراج کرد:

- خانوار، عوامل تولید را به مؤسسه تولیدی «عرضه» و در مقابل پول نقد دریافت می‌کند؛
 - مؤسسه تولیدی، عوامل تولید را از خانوار «تقاضا» نموده و در مقابل آن پول پرداخت می‌کند؛
 - محل یا فضای تلاقی خانوار و مؤسسه تولیدی برای «عرضه» و «تقاضا»ی عوامل تولید، «بازار عوامل تولید» نام دارد؛
 - مؤسسه تولیدی عوامل تولید را در مؤسسه ترکیب کرده و کالای جدید تولید می‌کند؛
 - مؤسسه تولیدی کالاها و خدمات تولیدشده را «عرضه» کرده و در مقابل آن پول دریافت می‌کند؛
 - خانوار کالاها و خدمات را «تقاضا» نموده و در مقابل آن پول پرداخت می‌کند؛
 - محل یا فضای تلاقی خانوار و مؤسسه تولیدی برای «عرضه» و «تقاضا»ی کالا و خدمت «بازار کالا و خدمات» نام دارد؛
 - جریان پول و عوامل تولید از خانوار به سمت مؤسسه تولیدی و جریان کالا و پول از مؤسسه تولیدی به سمت خانوار مرتب ادامه دارد.
- عصاره الگوی ساده اقتصاد بالا که به «جریان دایره‌وار درآمد» معروف است این است که «اقتصاد چیزی جز عرضه و تقاضا نیست». به قول ساموئلسن، کل اقتصاد را می‌توان در دو کلمه خلاصه و به یک طوطی یاد داد و آن دو کلمه «عرضه و تقاضا» است.

موضوع اقتصاد خرد

گرچه می‌توان قیمت را به عنوان موضوع اقتصاد خرد تلقی کرد، ولی قیمت از برآیند رفتار انسان به عنوان مصرف‌کننده و تولیدکننده و بازار به دست می‌آید. در نتیجه، می‌توان گفت اقتصاد خرد، رفتار انسان اقتصادی به عنوان مصرف‌کننده و به عنوان تولیدکننده و بازار به عنوان مجموعه را بررسی می‌کند. در اینجا پرسش‌های اساسی مطرح است از جمله اینکه چرا اقتصاد خرد به بررسی رفتار انسان اقتصادی می‌پردازد؟ انسان اقتصادی کیست و چه ویژگی‌هایی دارد؟ در فصل‌های دوم و سوم به این پرسش‌ها پاسخ داده می‌شود.

وظیفه اقتصاد خرد

از الگوی ساده جریان دایره‌وار درآمد مشخص شد که نظریه اقتصاد خرد وظیفه دارد تقاضای عوامل تولید از سوی مؤسسه تولیدی و عرضه عوامل از سوی خانوار و جریان پول از مؤسسه تولیدی به خانوار و در نتیجه فضای تلاقی آنها، یعنی بازار عوامل تولید و چگونگی شکل‌گیری قیمت عوامل تولید را مطالعه و بررسی کند. چنان که ترکیب عوامل تولید در مؤسسه تولیدی بر اساس توابع تولید فرضی و تعیین مقدار تولید از سوی مؤسسه تولیدی و عرضه کالا و خدمت و تقاضای آن از سوی خانوارها و در نتیجه بازار کالا و خدمات و چگونگی شکل‌گیری قیمت در آن را مطالعه و بررسی می‌کند.

به سخن دیگر، با توجه به کمیابی بالفعل منابع اقتصادی و هزینه فرصت عوامل تولید، و با فرض اینکه انسان در کردار مصرفی و تولیدی خود عقلایی عمل می‌کند، نظریه اقتصاد خرد موظف است به پرسش‌های ذیل پاسخ دهد:

- مؤسسه تولیدی چه کالایی را و به چه مقدار تولید می‌کند؟
- مقدار بهینه تقاضای عوامل تولید از سوی مؤسسه تولیدی چقدر است؟
- عرضه عوامل تولید بر چه اساسی شکل می‌گیرد؟
- کالاها و خدمات تولیدشده چگونه توزیع می‌شوند؟
- قیمت کالا و محصول نهایی و عوامل تولید چگونه تعیین می‌شوند؟
- مصرف‌کننده چه مقدار کالا و خدمت خریداری می‌کند؟

هدف اقتصاد خرد

هدف اقتصاد خرد پاسخگویی به پرسش‌های یادشده است. اقتصاد خرد در پاسخ به پرسش‌های پیش‌گفته، نظام قیمت‌ها را معرفی می‌کند و معتقد است نظام قیمت‌ها به خوبی همه این پرسش‌ها را پاسخ می‌گوید و مشخص می‌کند که چه مقدار تولید کرده، چه مقدار مصرف شود و کالاهای نهایی چگونه بین مصرف‌کنندگان توزیع گردد. همچنان که مشخص می‌کند عوامل تولید چگونه بین تولیدکنندگان توزیع شوند. به سخن دیگر، هدف توزیع و تخصیص است. در پاسخ به این پرسش که با نظام برنامه‌ریزی یا نظام دیگری هم می‌توان به پرسش‌های یادشده پاسخ گفت، آنان معتقدند این نظام قیمت‌هاست که هدف انسان اقتصادی به عنوان مصرف‌کننده، یعنی حداکثرسازی مطلوبیت و هدف انسان اقتصادی به عنوان تولیدکننده، یعنی حداکثرسازی سود و سرانجام رفاه جامعه را مورد توجه قرار می‌دهد.

اهداف را به اهداف غایی و میانی، یا به اهداف اساسی، عملی و ارزشی تقسیم می‌کنند. شاید بتوان گفت اهداف ارزشی فراگیرتر از اهداف دیگرند و بر سایر اهداف تأثیرگذارند. در نتیجه انسان هدفمند نمی‌تواند از ارزش‌ها متأثر نباشد، بلکه لزوماً متأثر از ارزش‌هاست. ضمن اینکه هدف غایی در اقتصاد با نگاه خرد یا کلان، رفاه اقتصادی است و در بحث رفاه، مشاهده خواهیم کرد که ارزش‌ها در شکل‌دهی تابع رفاه اجتماعی بسیار تأثیرگذارند.

روش مورد استفاده در علم اقتصاد

در اقتصاد، از دو روش شناخته‌شده قیاسی و استقرائی برای شکل دادن به نظریه‌های اقتصادی استفاده می‌شود. مبنای اصلی این دو روش همان قیاس و استقراء منطقی است. روش استقراء، از جزء به کل رسیدن، با مشاهده واقعیات خارجی است و در اقتصاد ابزار آن بیشتر آمار و اقتصادسنجی است. روش قیاسی، عبارت از روش استدلال عقلی و انتقال از معلول به علت، یا برعکس است.

برای شکل‌گیری یک نظریه اقتصادی در اقتصاد خرد متعارف، مراحل ذیل طی می‌شود:

۱. فرض‌ها یا اصول مسلّم؛ نظریه براساس آنها بنا می‌شود و آنها چارچوب اولیه نظریه را می‌سازند. فرض‌ها به صورت قضایای کلی بوده و از اصول بدیهی، نتایج نظریه‌های دیگر، قواعد و احکام عرفی، یا شرایط محیطی و زیستی شکل می‌گیرند. گرچه یک اقتصاددان با اصول موضوعه غیر عقلایی به تقریر یک نظریه علمی نمی‌پردازد، ولی این

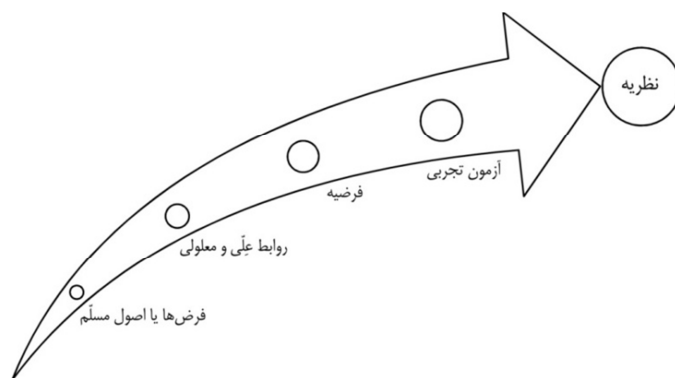
اصول را داده شده و موضوعه تلقی می‌کند و به درستی یا عقلایی بودن آنها توجهی ندارد. بر این اساس، لازم نیست فرض‌ها و اصول موضوعه علم اقتصاد از خود آن علم گرفته شده باشند، بلکه می‌توانند از دیگر علوم یا آیین‌ها گرفته شوند.

۲. فرضیه؛ نتایج و قواعد به دست آمده از فرض‌ها در مورد یک پدیده اقتصادی را با استفاده از روابط و دلایل منطقی، یک فرضیه اقتصادی می‌گویند.

۳. نظریه؛ با آزمون تجربی یک فرضیه اقتصادی و با تأیید نسبی روابط و قواعد ارائه شده در آن به وسیله مشاهدات و تحقیقات تجربی در مورد پدیده‌های خاص اقتصادی، یک نظریه ساخته می‌شود.

مدلی که در ذیل مشاهده می‌کنید روش رسیدن از فرض‌ها و اصول مسلم، به نظریه است. چنان که مشاهده می‌شود با در نظر گرفتن مجموعه‌ای از فرض‌ها، روابط علی و معلولی میان آنها که معمولاً با زبان ریاضی و هندسی بیان می‌شود، تبیین می‌گردند و براساس آنها، فرضیه ساخته می‌شود. با آزمون تجربی، فرضیه به نظریه می‌انجامد.

تکرار تأیید نسبی تجربی یک فرضیه، آن را به صورت یک قانون درمی‌آورد. این نظریه یا قانون، خود می‌تواند به عنوان فرض‌های یک نظریه دیگر اقتصادی به صورت قواعد کلی در روش قیاسی به کار رود.



مدل رسیدن از فرض‌ها و اصول مسلم به نظریه

چنان که در فصل سوم مشاهده خواهد شد، این روش براساس اقتصاد اثباتی است. در تعبیرهای صاحب نظران مختلف، نظریه، دارای یک معنای منحصر به فرد نیست و دامنه معنایی وسیعی