

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اقتصاد

رشته‌های ادبیات و علوم انسانی – علوم و معارف اسلامی

پایه دهم

دوره دوم متوسطه

۱۳۹۵

این کتاب در سال ۱۳۹۵ در شورای متشکل از آقایان عادل پیغامی، مهدی طغیانی و خانم‌ها فهیمه السادات حقیقی، زهرا آقایی، فخری امام جمعه، حکیمه بیلری، مریم یزدان‌پناه، مورد اصلاح و بازنگری قرار گرفت.



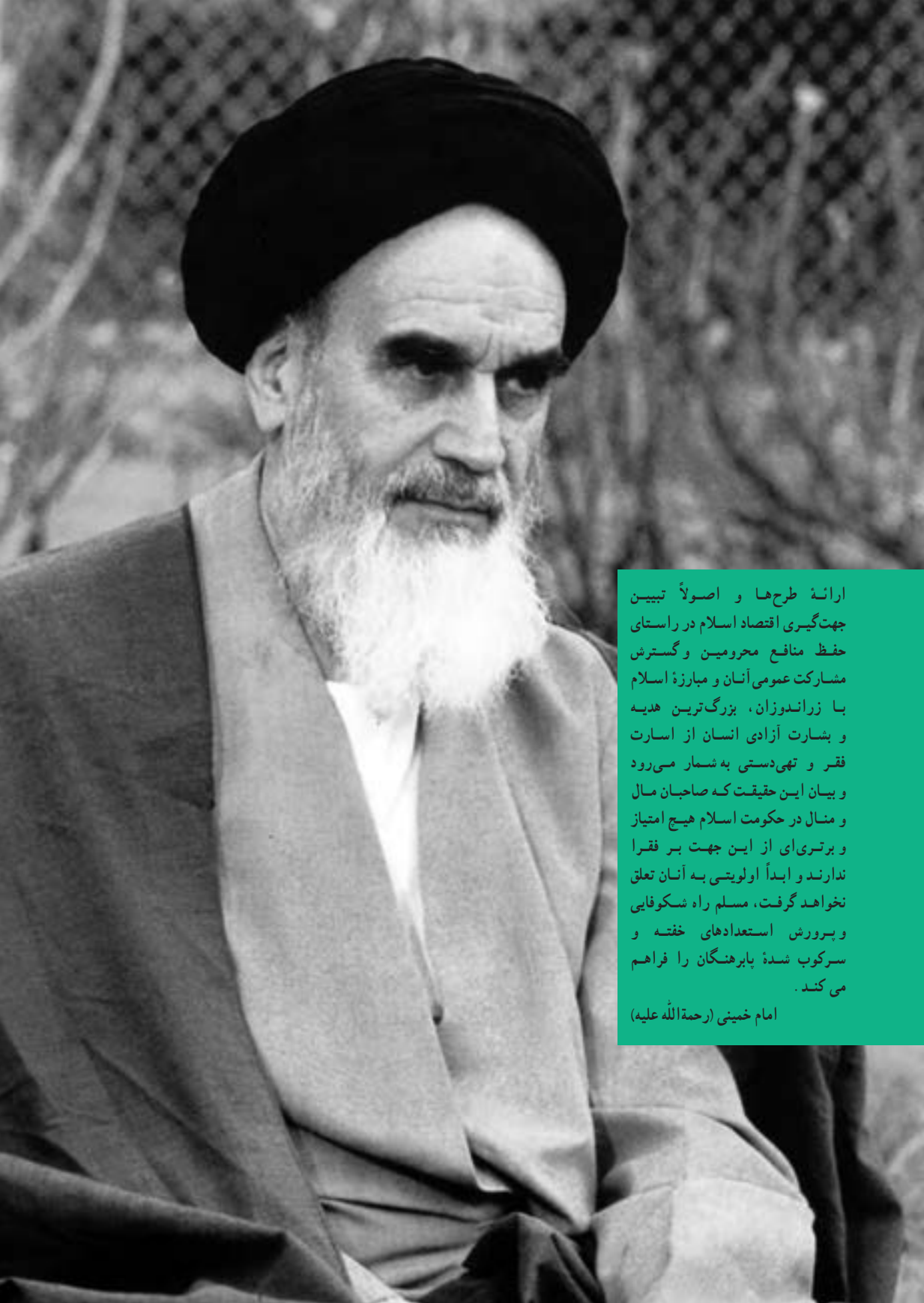
وزارت آموزش و پرورش

سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی

نام کتاب:	اقتصاد - پایه دهم دوره دوم متوسطه - ۱۱۰۲۲۱
پدیدآورنده:	سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی
مدیریت برنامه‌ریزی درسی و تألیف:	دفتر تألیف کتاب‌های درسی عمومی و متوسطه نظری
شناسه افزوده برنامه‌ریزی و تألیف:	محمود روزبهان، ناصر ذاکری، سیدمجتبی فنائی، میرحسین یوسف شاهی، یحیی فردای، عادل پیغامی و نسرتین جعفری (اعضای شورای برنامه‌ریزی)
مدیریت آماده‌سازی هنری:	سیدمجتبی فنائی، محمود روزبهان، ناصر ذاکری و عادل پیغامی (اعضای گروه تألیف) - افسانه حبیب‌زاده کلی، افسانه حجتی طباطبائی، محمد دانشگر (ویراستار)
شناسه افزوده آماده‌سازی:	اداره کل نظارت بر نشر و توزیع مواد آموزشی لیدا نیک‌روش (مدیر امور فنی و چاپ) - مجید ذاکری یونسی (مدیر هنری) - حمید ثابت کلاچاهی (طراح گرافیک، صفحه‌آرا و طراح جلد) - زهرا ایمانی نصر، احمد رضا امینی، ناهید خیام‌باشی (امور آماده‌سازی)
نشانی سازمان:	تهران: خیابان ایرانشهر شمالی - ساختمان شماره ۴ آموزش و پرورش (شهید موسوی) تلفن: ۸۸۸۳۱۱۶۱-۹، دورنگار: ۸۸۳۰۹۲۶۶، کد پستی: ۱۵۸۴۷۴۷۳۵۹ وبگاه: www.irtextbook.ir و www.chap.sch.ir
ناشر:	شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران تهران: ۱۷ جاده مخصوص کرج - خیابان ۶۱ (دارویش) تلفن: ۴۴۹۸۵۱۶۱-۵، دورنگار: ۴۴۹۸۵۱۶۰، صندوق پستی: ۳۷۵۱۵-۱۳۹
چاپخانه:	شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران «سهامی خاص»
سال انتشار و نوبت چاپ:	چاپ اول ۱۳۹۵

شابک ۹۷۸-۹۶۴-۰۵-۲۵۰۴-۳

ISBN: 978-964-05-2504-3



ارائه طرح‌ها و اصولاً تبیین جهت‌گیری اقتصاد اسلام در راستای حفظ منافع محرومین و گسترش مشارکت عمومی آنان و مبارزه اسلام با زراندوزان، بزرگ‌ترین هدیه و بشارت آزادی انسان از اسارت فقر و تهی‌دستی به شمار می‌رود و بیان این حقیقت که صاحبان مال و منال در حکومت اسلام هیچ امتیاز و برتری‌ای از این جهت بر فقرا ندارند و ابتدا اولییتی به آنان تعلق نخواهد گرفت، مسلم راه شکوفایی و پرورش استعدادهاى خفته و سرکوب شده پابرهنگان را فراهم می‌کند.

امام خمینی (رحمة الله علیه)

کلیه حقوق مادی و معنوی این کتاب متعلق به سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی وزارت آموزش و پرورش است و هرگونه استفاده از کتاب و اجزای آن به صورت چاپی و الکترونیکی و ارائه در پایگاه‌های مجازی، نمایش، اقتباس، تلخیص، تبدیل، ترجمه، عکس برداری، نقاشی، تهیه فیلم و تکثیر به هر شکل و نوع، بدون کسب مجوز ممنوع است و متخلفان تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

فهرست

بخش ۱ آشنایی با اقتصاد

۸	فصل اوّل : اقتصاد چیست؟
۲۳	فصل دوم : تولید
۳۱	فصل سوم : بازار
۴۰	فصل چهارم : آشنایی با شاخص‌های اقتصادی

بخش ۲ نهادهای پولی و مالی

۵۲	فصل اوّل : پول
۶۲	فصل دوم : بانک
۷۱	فصل سوم : بازار سرمایه

بخش ۳ توسعه اقتصادی

۷۸	فصل اوّل : رشد، توسعه و پیشرفت
۸۵	فصل دوم : فقر و توزیع درآمد

بخش ۴ مدیریت کلان اقتصادی

۹۰	فصل اوّل : دولت و اقتصاد
۹۸	فصل دوم : بودجه و مالیه دولت

بخش ۵ اقتصاد جهان و ایران

۱۱۰	فصل اوّل : اقتصاد بین‌الملل
۱۲۴	فصل دوم : اقتصاد ایران
۱۳۵	فصل سوم : اقتصاد ایران در مسیر پیشرفت

در این کتاب، مواردی که در پیرامند* قرار گرفته برای مطالعه آزاد است و مورد ارزشیابی قرار نمی‌گیرد.

دانش آموز عزیز

علم اقتصاد بخشی از دانش بشری است که در طول دو قرن اخیر اهمیت زیادی یافته است. این رشته شاخه‌ای از علوم اجتماعی است اما بین رشته‌های مختلف این علوم، جایگاه ویژه‌ای دارد. دلیل این امر نیز اهمیت یافتن روزافزون مسائل و موضوعات اقتصادی در زندگی بشر امروزی است، برای مثال، امروزه در سطح بین‌المللی، کشورهای شناخته شده و مطرح هستند که اقتصادی قوی دارند. از سوی دیگر در قرون اخیر با تغییرات سریع فناوری و تحولاتی که در ساختار اقتصادی جوامع به وقوع پیوسته، علم اقتصاد نیز به طور دائم پیچیده‌تر شده است. یکی از دلایل اهمیت این موضوع، عنایت مقام معظم رهبری است. ایشان مهم‌ترین مسئله هر سال را با یک شعار به منظور توجه و هدایت جامعه به اطلاع عموم می‌رسانند. طی چند سال اخیر، معظم‌له موضوعات اقتصادی را شعار سال اعلام فرمودند و با تأکید بر اقتصاد مقاومتی و دهه عدالت و پیشرفت، فضای جدیدی را رقم زدند. سعی مؤلفان این کتاب این بوده است که مفاهیم و اصطلاحاتی از مباحث اقتصادی را به شما دانش‌آموز عزیز معرفی کنند و به این وسیله، زمینه لازم درک مسائل و مباحث اقتصادی را فراهم آورند؛ بنابراین، کتاب حاضر مجموعه مفیدی از اطلاعات لازم را برای درک مسائل واقعی اقتصادی مطرح در جامعه امروزی در اختیار شما قرار می‌دهد.

به منظور یادگیری هر چه بهتر مباحث مطرح شده و درک بهتر آنها، هر فصل کتاب با یک سؤال انگیزاننده آغاز شده است. در عین حال در هر فصل نیز فعالیت‌ها و پرسش‌هایی را گنجانده‌ایم. امیدواریم با انجام دادن این فعالیت‌ها و تمرین‌ها مطالب را بهتر بیاموزید و آموخته‌ها را در زندگی خود به کار گیرید.

گروه اقتصاد

دفتر تألیف کتاب‌های درسی ابتدایی و متوسطه نظری

بخش ۱

آشنایی با اقتصاد



فصل اول

اقتصاد چیست؟

چرا علم اقتصاد را می‌آموزیم؟

انسان^۱ به عنوان جانشین خدا روی زمین اهداف، برنامه‌ها و مأموریت‌هایی از جمله آبادانی زمین و رفع نیازهای خود، خانواده و دیگران را دارد. رفع این نیازها از طریق منابع و امکاناتی است که خداوند در اختیار انسان گذاشته است. در این تصویر بسیار ساده از حیات انسان با دو مفهوم یعنی «نیازهای انسان» و «منابع و امکانات» روبه‌رو می‌شویم.

دانش اقتصاد کمک می‌کند انسان برای رفع نیازها، از منابع و امکانات به نحو صحیح و بهینه استفاده، و بهترین‌ها را انتخاب کند.

نیازهای انسان

نیازهای انسان محرک فعالیت و تلاش او است؛ به عبارت دیگر، انسان به دنبال احساس نیاز تصمیم می‌گیرد که آن نیاز را برطرف سازد و بعد از رفع نیاز، احساس رضایت می‌کند.

نیازهای انسان مراتبی دارد. به‌طور طبیعی اولین مرتبه از نیازهای اولیه زندگی، مادی است؛

۱- وقتی از انسان نام می‌بریم، فقط به فرد توجه نداریم؛ بلکه علاوه بر تک افراد، همه هویت‌های جمعی هر انسان مثل خانواده، گروه، اجتماع، جامعه، ملت و امت نیز مدنظر است.

نیاز به غذا که با آن رفع گرسنگی کند، آب سالم که رفع تشنگی کند، سرپناهی که در آن از گزند سرما، گرما و درندگان مصون بماند و نیاز به امنیت از نیازهای اولیه انسان به‌شمار می‌رود. نیازهای انسان به نیازهای مادی محدود نمی‌شود بلکه نیازهای عاطفی، روحی، نیاز به علم، هنر، فرهنگ، دین و اخلاق، نیاز به ارتباط و تعامل با انسان‌ها و ... از جمله نیازهایی است که بدون رفع آنها انسان به کمال خود نخواهد رسید.

انسان موجودی کمال جو است؛ به همین دلیل با برآورده شدن پاره‌ای از نیازهایش، احساس بی‌نیازی به او دست نمی‌دهد؛ بلکه نیازهای تازه‌ای در او شکل می‌گیرد. اگر انسان در نیازهای مادی و حیوانی خود متوقف شود، کمال‌جویی به نوعی سیری ناپذیری تبدیل می‌شود؛ مثل انسان تشنه‌ای که تشنگی خود را با آب دریا برطرف کند که در این صورت تشنه‌تر خواهد شد.

همچنین اگر انسان در رفع نیازهای طبیعی خود، مراتب نیازها را به‌خوبی طی نکند و در یک مرتبه متوقف بماند به خلق نیازهای کاذب برای خود اقدام می‌کند تا حس کمال‌جویی خود را سیراب کند. پیگیری نیازهای کاذب و یا زیاده‌روی در رفع نیازهای مادی، موجب توقف و یا انحطاط انسان می‌شود.

نیازهای اولیه انسان

امنیت	بهداشت و درمان	آموزش	مسکن	پوشاک	خوراک	و ...
-------	----------------	-------	------	-------	-------	-------

فعالیت ۱-۱

فهرستی از نیازهای مادی و غیرمادی انسان‌ها ارائه کنید.

منابع و امکانات

خداوند منابع، امکانات و ثروت‌های طبیعی و انسانی را به امانت در اختیار جانشین خود قرار داده است تا با رفع نیازهای خود و همنوعانش، مأموریتی را که دارد به‌جا آورد.

در این باره به دو نکته مهم می‌توان اشاره کرد:

نکته اول اینکه منابع و امکانات در دسترس انسان، محدود است. زمین‌های کشاورزی، ذخایر معدنی، منابع طبیعی، سرمایه و نیروی کاری که در اختیار جامعه قرار دارد - هر قدر هم که زیاد باشد - محدود است.

حتی ممکن است زمین‌های کشاورزی نسبتاً زیادی در اختیار جامعه باشد ولی زمین‌های مرغوبی که بازدهی خوبی دارند، و یا زمین‌هایی که نزدیک به محل زندگی و تجمع انسان‌ها قرار دارند محدود است. ذخایر معدنی با وجود فراوان بودن در کره زمین - به دلیل ناشناخته بودن بسیاری از این ذخایر و نیز محدود بودن دانش فنی بشر - محدود است. علاوه بر این استفاده بی‌رویه از منابع در قرن گذشته، محدودیت‌های بیشتری را برای بشر فراهم کرده است؛ بنابراین استفاده از منابع باید با حفظ و صیانت از آنها و رعایت عدالت بین نسلی همراه باشد.



قطعه زمینی که قسمتی از آن قابل کشت و قسمت‌های دیگر آن غیر قابل کشت است.

دومین نکته این است که حتی اگر مشکل «کمبود منابع» نداشتیم و داشته‌های بشر نامحدود باشد، انسان در بهره‌برداری از این منابع، محدودیت دارد؛ به عبارت دیگر این منابع و امکانات برای انسان، هم امکان مصارف متعددی دارد و هم با روش‌های مختلفی می‌تواند از آنها استفاده کند؛ به طور مثال زمین‌های کشاورزی را هم می‌توان برای تولید پوشاک به زیر کشت پنبه برد و هم برای تهیه غذا در آن گندم کاشت. روش‌های کشت و آبیاری هم گونه‌گون است. انسان به دلیل محدودیت‌هایش، نمی‌تواند همه آنچه را می‌خواهد هم‌زمان و همیشه داشته باشد؛ در نتیجه باید انتخاب کند. این دو محدودیت وضعیتی ایجاد می‌کند که اقتصاددان‌ها به آن «کمیابی» می‌گویند.

فعالیت ۲-۱

پول ماهانه یکی از امکاناتی است که ممکن است والدین در اختیار شما قرار دهند. گزینه‌های خود را از مصارف متعدد آن فهرست، و بحث کنید که انتخاب‌های شما با انتخاب‌های دیگران چه تفاوتی دارد؟

مسئله اقتصادی

از مطالب گفته شده می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد:

۱- نیازها و خواسته‌های انسان، گوناگون و نامحدود است.

۲- انسان، بهره‌بردار و منابع و امکانات موجود محدود است. (کمیابی)

۳- انسان‌ها باید با بهترین روش، و در بهترین محل استفاده، انتخاب بهینه‌ای را از منابع و امکانات به عمل آورند و بیشترین منافع را برای خود و جامعه تأمین کنند؛ بدین ترتیب، انسان با یکی از مهم‌ترین مسائل زندگی و موضوع اصلی علم اقتصاد، یعنی انتخاب روبه‌رو می‌شود. دانش اقتصاد کمک می‌کند بهترین‌ها را انتخاب کنیم. اینکه چه چیزی، با چه روشی، توسط چه کسی و برای چه کسی، چه زمانی، چه مکانی و به چه مقداری تولید یا مصرف شود، فهرستی از انتخاب‌های روزمره همه ما است که با کمک دانش اقتصاد به پاسخ آنها می‌اندیشیم.

پرسش‌هایی از این قبیل را می‌توان در یک پرسش اساسی خلاصه کرد:

«بهترین استفاده از منابع و امکانات کدام است؟»

به یقین، ملاک «بهترین بودن» این است که با استفاده از این منابع بتوان بیشترین میزان منافع (مانند تولید) را به دست آورد و سطح بالاتری از رفاه را برای انسان فراهم کرد.

فعالیت ۱-۳

فهرستی از انتخاب‌های پیش روی خود را در عرصه زندگی فردی، خانوادگی، اقتصادی و اجتماعی تهیه، و در مورد روش انتخاب خود، گفت‌وگو کنید.

مسئله انتخاب

خداوند انسان‌ها را به گونه‌ای آفریده است که به حکم فطرت و سرشت خود در هر انتخابی به دنبال بیشترین منافع و کمترین هزینه و ضرر هستند؛ به عبارت دیگر در هر انتخابی منافع و هزینه‌های آن را مورد توجه قرار می‌دهیم و چنانچه منافع آن از هزینه‌ها بیشتر باشد، انتخاب می‌کنیم و در غیر این صورت از آن صرف نظر می‌کنیم. البته چه بسا ممکن است در تشخیص دقیق منافع و هزینه‌ها اشتباه کرده، و انتخاب نادرستی داشته باشیم، اما در مورد «روش انتخاب» (هزینه - فایده) هیچ‌گاه اشتباه نمی‌کنیم.

برخی انسان‌ها عقلانیت محدود دارند؛ به طور مثال منافع را صرفاً در منافع مادی و حیوانی خلاصه می‌کنند و یا صرفاً نگاهی کوتاه مدت دارند؛ گاهی در تعیین فهرست کامل هزینه‌ها و ضررها و

میزان آنها خطا می‌کنند. تولیدکننده‌ای که از کیفیت محصول خود می‌کاهد، فروشنده‌ای که کم فروشی، و یا از بی‌اطلاعی مشتری سوء استفاده می‌کند، تخریب و برداشت بی‌رویه از جنگل و آب‌های زیرزمینی، فردی که آخرت خود را خرج دنیایش می‌کند، و ... همه برای کسب منفعت، به این انتخاب‌ها دست می‌زنند؛ اما منفعتی کم، موقتی و کوتاه مدت را با منافع زیاد، دائمی و بلندمدت جایگزین کرده‌اند؛ به عبارت دیگر «عقلانی» رفتار نکرده‌اند.

فعالیت ۱-۴

در مثال‌های یاد شده، بحث کنید چرا اگر فرد یا جامعه‌ای به دنبال منافع واقعی و درست خود باشد، انتخاب‌های کوتاه‌مدتی نمی‌کند؟ کشورهای موفق چگونه انتخاب‌هایی کرده‌اند؟

هزینه فرصت

قانون حیات انسانی این است که هر انتخابی مستلزم از دست دادن انتخاب یا انتخاب‌های دیگری است؛ به عبارت دیگر افراد و جوامع با هر انتخابی، «بده - بستان» می‌کنند؛ چیزی را انتخاب می‌کنند و چیزهایی را از دست می‌دهند. همیشه با انتخاب اینکه زمین، زمان، پول و سایر امکانات خود را صرف چه چیزی کنند، یک انتخاب به دست می‌آورند و ده‌ها انتخاب ممکن دیگر خود را از دست می‌دهند.

انسان‌ها و جوامع، همیشه بهترین و برترین گزینه خود را از نظر منافع، انتخاب می‌کنند و با این انتخاب، بهترین «گزینه بعدی» خود را از دست می‌دهند؛ به عنوان مثال، شخصی که زمین کشاورزی دارد قبل از زراعت به این می‌اندیشد که در زمین خود چه محصولی را بکارد. او فهرستی از محصولات را در ذهن خود دارد و با محاسبه منافع فروش آنها در پایان کار، و مشورت‌ها و مطالعه‌هایی که انجام می‌دهد، گزینه‌های خود را از بالا به پایین مرتب می‌کند. سرانجام بهترین انتخاب خود را انجام می‌دهد. او هرچند هنوز به زراعت اقدام نکرده و ظاهراً هزینه‌ای نکرده است اما با انتخاب خود، یک هزینه مهم کرده، و در فهرست خود، منافع مورد انتظار از دومین انتخاب خوب خود را از دست داده است؛ به‌طور مثال با انتخاب کاشتن گندم، منافع کاشتن توت‌فرنگی را دیگر در آن سال نخواهد داشت. فراموش نکنید که او نمی‌توانست همزمان هر دو را انتخاب کند و به ناچار باید از فهرست خود یکی را انتخاب می‌کرد. مقدار منافع از دست داده گزینه دوم، هزینه فرصت انتخاب گزینه اول (گندم) است. اقتصاددانان به این هزینه مهم «هزینه فرصت» می‌گویند که برخی در محاسبات هزینه - فایده لحاظ نمی‌کنند.

شکل زیر، نشان می‌دهد که از زمین چه استفاده‌هایی می‌توان به عمل آورد. محل خالی را با پیشنهاد خود پر کنید. همچنین با در نظر گرفتن اولویت‌های شهر خود، آنها را به ترتیب شماره گذاری کنید و هزینه فرصت انتخاب خود را تعیین کنید.



تعریف علم اقتصاد

با توجه به آنچه گفته شد، علم اقتصاد دربارهٔ چگونگی انتخاب و تصمیم‌گیری انسان در زندگی اقتصادی خویش مطالعه می‌کند و به نوعی «علم انتخاب» است. تصمیماتی که انسان در مورد مسائل اقتصادی می‌گیرد، عمدتاً در نیازها و خواسته‌های نامحدود او ریشه دارد و باید از طریق به کارگیری منابع و امکانات محدود و در دسترس، عملی شوند؛ پس می‌توان علم اقتصاد را به این صورت تعریف کرد:

«علم اقتصاد علمی است که انتخاب‌های بشر را به صورت رابطهٔ بین منابع و عوامل تولید کمیاب — که موارد استفادهٔ مختلف دارند — و نیازهای مادی نامحدود او مطالعه، و با ارائهٔ بهترین انتخاب‌ها، رفتارهای فردی و جمعی انسان را مدیریت می‌کند.»

این تعریف دقیقاً در برگیرندهٔ سه نکتهٔ مهم است که عبارت است از: «نامحدود بودن نیازها»، «کمیابی منابع» و «امکان مصارف متعدد منابع»؛ از این رو، می‌توان گفت «هدف علم اقتصاد، راهنمایی انسان برای بهترین انتخاب و به کارگیری بهترین روش به منظور استفاده از منابع و امکانات خویش است.»

از آنجا که تغییر در اطلاعات، انگیزه‌ها، توانایی‌ها، توزیع برابر یا نابرابر فرصت‌ها، انتخاب‌ها و تصمیمات دیگران و... در انتخاب‌های انسان تأثیر دارد، علم اقتصاد خود را به مطالعه این موارد نیز موظف می‌داند.

علم اقتصاد دربارهٔ چه موضوعاتی بحث می‌کند؟

در هر یک از علوم بشری، دانشمندان با استفاده از روش‌ها و آزمایش‌های مرتبط و مناسب دربارهٔ موضوعات و مسائل خاصی مطالعه می‌کنند؛ مثلاً در علم شیمی، شیمی‌دان‌ها دربارهٔ مواد مختلف و تأثیر آنها بر یکدیگر مطالعه می‌کنند؛ زیست‌شناس‌ها در مورد وضعیت گونه‌های مختلف جانداران مطالعه می‌کنند.

دانشمندان علوم اقتصادی هم موضوعات اقتصادی مانند تولید، مصرف، توزیع، تجارت، قیمت، رشد و پیشرفت، فقر، مالیات و... را با روش‌های علمی مورد مطالعه قرار می‌دهند. دانش اقتصاد با دقت دربارهٔ انواع منافع و هزینه‌ها کمک می‌کند انسان‌ها، سازمان‌ها و کشورها در استفاده از منابع و امکاناتشان بهترین‌ها را انتخاب کنند. نتیجه این تلاش فکری، پدید آمدن «اندیشهٔ اقتصادی» است. با گسترش و پیشرفت تمدن بشری، اندیشهٔ اقتصادی بشر نیز تکامل بیشتری یافت و با عنوان «علم اقتصاد» در

جایگاه یکی از مهم‌ترین دانش‌های بشری و علوم دانشگاهی قرار گرفت.

علم اقتصاد مانند هر علم دیگری دربارهٔ موضوعات معینی با روش‌های خاصی بحث می‌کند و برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های مشخصی طراحی شده است.

برخی از سؤالات و دغدغه‌هایی که اقتصاددانان به آنها می‌پردازند، عبارت است از:

– چگونه مردم در مورد خریدن یا نخریدن یک کالا تصمیم می‌گیرند؟ چگونه مقدار کالایی را که باید بخرند، تعیین می‌کنند؟

– چگونه تولیدکنندگان دربارهٔ تولید یا میزان تولید هر کالا تصمیم می‌گیرند؟

– چرا قیمت بعضی کالاها افزایش می‌یابد اما قیمت بعضی ثابت می‌ماند یا حتی کاهش می‌یابد؟

چرا گاهی تورم افزایش بیشتری می‌یابد؟

– چرا بعضی مؤسسات تولیدی به سودهای سرشار دست می‌یابند اما بعضی دیگر ضرر می‌کنند و حتی ورشکسته می‌شوند؟

– چرا در بعضی کشورها، تولید، زیاد و در بعضی کم است؟ چرا رشد اقتصادی بعضی کشورها با ثبات و بعضی دیگری بی‌ثبات است؟

– آثار و پیامدهای انتخاب نسل فعلی (در مصرف بی‌رویه انرژی یا تخریب محیط‌زیست) بر انتخاب‌ها و رفاه نسل بعدی چیست؟

– انتخاب‌های ملت‌ها و کشورها بر زندگی آنها و فرزندانشان چه تأثیری داشته است؟

این پرسش‌ها و بسیاری از پرسش‌های مشابه دیگر در محدودهٔ مطالعات اقتصادی قرار می‌گیرد. البته همه این مسئله‌ها و موضوعات، ابعاد اجتماعی، فرهنگی، تاریخی، روان‌شناختی، حقوقی و سیاسی و... هم دارد و صرفاً اقتصادی نیست. اقتصاددانان با همکاری دانشمندان رشته‌های مختلف تلاش می‌کنند تا برای هر یک از این پرسش‌ها، پاسخ مناسب و منطقی ارائه کنند.

برخی موضوعات مورد بحث علم اقتصاد به طور درهم در جدول زیر آمده است.
طبق نمونه آنها را پیدا کنید و در جای مناسب بنویسید.

س	د	ب	س	ا	ن	د	ا	ر	ت	الف	ارز	ت	_____	و	_____
ر	م	د	ا	ص	ت	ق	ا	ض	ا	ب	ق	_____	ع	_____	
م	ا	ل	ی	ا	ت	و	ل	ی	د	پ	د	_____	ت	_____	
ا	ل	و	م	ب	و	د	ج	ه	ر	ت	م	_____	م	_____	
ی	ی	ا	ت	ا	ز	و	ا	ی	ا	س	ت	_____	ب	_____	
ه	ا	ر	و	ن	ی	ن	ر	ج	م						
گ	ت	ز	س	ک	ع	ر	ض	ه	د						
ذ	پ	س	ا	ن	د	ا	ز	ن	ی						
ا	س	م	ص	ر	ف	ک	ر	د	ش						
ر	ت	د	ج	و	ا	ر	د	ا	ت						
ی	و	ر	و	ن	ت	و	س	ع	ه						

اهمیت علم اقتصاد

امروزه علم اقتصاد جایگاه والایی بین مجموعه دانش و معارف بشری دارد. رشته اقتصاد در معتبرترین دانشگاه‌های جهان به عنوان یک رشته تحصیلی مهم مورد توجه است و جزء انتخاب‌های اول دانش‌آموزان نخبه و مستعد برای ورود به دانشگاه به شمار می‌رود؛ چرا که هم عمق علمی زیادی دارد و هم به دلیل نیاز مؤسسات دولتی و نیز شرکت‌ها و مؤسسات خصوصی به خدمات و مطالعات اقتصاددانان از بازار کار خوبی برخوردار است. در این دانشگاه‌ها، رشته اقتصاد با تخصص‌های گوناگون و متنوع تدریس می‌شود. دانشگاه‌ها سعی می‌کنند با تربیت کارشناسان برجسته اقتصادی، اعتبار علمی خود را در مقایسه با سایر دانشگاه‌ها افزایش بدهند.

همچنین، امروزه نشریات علمی فراوانی در رشته اقتصاد و گرایش‌های مختلف آن منتشر، و

مقالات علمی بسیار زیادی در این عرصه نوشته می‌شود؛ اینها بدین معناست که در جهان امروز اهمیت علم اقتصاد و متخصصان این رشته روزبه‌روز بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

اقتصاد و آموزه‌های اسلامی

دین اسلام به عنوان دینی کامل در پی سعادت واقعی و کامل انسان‌هاست و دنیا و آخرت را همراه با هم مورد توجه قرار می‌دهد^۱؛ به عبارت دیگر با اینکه ارتقای معنوی انسان و خداگونه شدن او را مدنظر قرار داده است و تلاش می‌کند انسان را از اسیر مادیات شدن و دل بستن به دنیا برهاند، بی‌اعتنایی به مسائل دنیوی و اقتصادی را قبول ندارد و به‌دست آوردن آخرت را در گروی از دست دادن و کنار گذاشتن دنیا نمی‌بیند. از ویژگی‌های مهم اسلام این است که عبادت را صرفاً به رابطه فرد با خدا محدود نمی‌کند و به همه ارتباطات و پیوندهای افراد با یکدیگر (از جمله روابط اقتصادی) هم رنگ عبادت می‌زند. اسلام در دسترس نبودن معاش را خطری می‌داند که اعتقادات انسان را تهدید می‌کند^۲. از نظر اسلام، تلاش برای رفع فقر و رسیدن به رفاه و توانگری مادی پسندیده است. فردی که برای ارتقای سطح زندگی خانواده یا هموعانش می‌کوشد، همانند کسی که در راه خدا جهاد می‌کند، شایسته تقدیر است^۳؛ بدین ترتیب از نظر اسلام، اقتصاد در زندگی فرد اهمیت ویژه‌ای دارد؛ اما عقل انسان را به تنهایی برای موفقیت و رسیدن به هدف کافی نمی‌داند. دلیل فرستادن پیامبران و فلسفه ارائه دین هم همین است؛ به همین دلیل با در نظر گرفتن سعادت بشر و نیازهای واقعی آن، اهداف، برنامه‌ها، قوانین و روش‌هایی را معرفی می‌کند تا انسان‌ها با هزینه کمتر به پیشرفت و سعادت برسند. قرآن تأکید می‌کند که رفع همه مشکلات انسان (حتی مشکلات و نیازهای مادی وی) در گروی عمل به آموزه‌های الهی است. پیامبران الهی مبارزه با ظالمان، استثمارگران و سوء استفاده‌کنندگان از انسان را که در عرصه اقتصادی بیشتر مشاهده می‌شود در سرلوحه برنامه‌های خود داشتند و تلاش برای رفع محرومیت‌ها، برخورداری از فرصت‌ها، و حفظ کرامت انسانی را وظیفه خود می‌دانستند.

تمامی آنچه اسلام در قالب تأکید بر اخلاق و احکام اقتصادی ارائه کرده، چراغ راه و تکمیل‌کننده فرایندی است که عقلانیت اقتصادی برای رسیدن به اهداف خود بدان‌ها نیازمند است.

علاوه بر این، یکی از علت‌های توجه اسلام به اقتصاد، اهمیت روزافزون مسائل اقتصادی در

۱- ربنا اتنا فی الدنيا حسنه و فی الاخره حسنه (قرآن کریم؛ سوره بقره، آیه ۲۰۱).

۲- من لا معاش له، لا معاد له (بحار الانوار؛ جلد ۵، ص ۲۹۵).

۳- الکاد علی عیاله، کالمجاهد فی سبیل الله (بحار الانوار؛ جلد ۹۶، ص ۳۲۴).

اجتماع و حیات جمعی انسان‌ها، و تأثیر عوامل اقتصادی بر همه جنبه‌های زندگی فرد، خانواده و جامعه – اعم از اجتماعی، سیاسی و فرهنگی – است. کشوری که وضعیت اقتصادی آن نابسامان باشد و نتواند پایه‌های بقیه کشورهای دنیا در مسیر پیشرفتی همه جانبه حرکت کند، بسیار آسیب‌پذیر، و از نظر اجتماعی و سیاسی به بحران‌های گسترده دچار می‌شود. چنین جامعه‌ای نمی‌تواند با اتکا به فرهنگ ملی خود، مسیر آینده خویش را تعیین کند و به شدت تحت تأثیر اقتصادهای مهاجم قرار می‌گیرد؛ از این رو، جامعه اسلامی برای حفظ هویت و استقلال سیاسی و فرهنگی خود، باید به رشد و پیشرفت اقتصادی به مثابه یکی از مهم‌ترین ابزارها در این مسیر توجه کند.

چند مفهوم اولیه

۱- کالا: شیئی با ارزش اقتصادی و بازاری است که برای تأمین نیاز یا خواسته‌ای تولید می‌شود؛ مثلاً انسان نیاز به غذا را از طریق مصرف محصولات غذایی برطرف می‌کند. لوازم التحریر، لباس، دارو، اسباب‌بازی، پارچه، انواع میوه و ... همه کالا هستند؛ برای به دست آوردن این کالاها باید به تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان آنها پول بپردازیم. کالا مفهومی اقتصادی است بنابراین اشیایی که در بازار خرید و فروش نمی‌شود، کالا به شمار نمی‌رود.



۲- خدمات: آنچه انسان در مقابل پول خریداری می‌کند و به وسیله آن نیازها یا خواسته‌هایش را برطرف می‌سازد و غیر ملموس و غیر فیزیکی است، خدمات نام دارد؛ برای مثال، انسان به دانستن نیاز دارد و برای رفع این نیاز باید به مؤسسات آموزشی مراجعه، و با پرداخت پول یا مالیات، آموزش مورد نیاز خود را خریداری کند. در این مثال، او کالای قابل لمسی را خریداری نکرده، اما در برابر پولی که

پرداخت کرده، مابه‌ازای غیرملموسی را دریافت کرده و برداشته‌های خود افزوده است. خدماتی که معلمان، پزشکان، رانندگان و مشاوران حقوقی ارائه می‌کنند نیز از این نوع است.



فعالیت ۱-۲

چند نمونه از کالاها و خدماتی را فهرست کنید که در طول یک ماه مورد استفاده خانواده شما قرار می‌گیرد.

۳- کالاهای مصرفی و واسطه‌ای: کالاهایی که در بازار عرضه می‌شود و به فروش می‌رسد، ممکن است توسط مصرف‌کنندگان نهایی خریداری شود و به مصرف برسد که به آنها «کالای مصرفی» می‌گوییم؛ اما هرگاه تولیدکنندگان دیگری برای ادامهٔ فرایند تولید و تبدیل آنها به کالاهای مختلف دیگر، آنها را خریداری کنند و مورد استفاده قرار دهند، آنها را کالای واسطه‌ای می‌نامیم؛ به عبارت دیگر برخی کالاها و یا خدمات، هر چند خروجی یک کارخانه یا بنگاه تولیدی است، اما هنوز در فرایند تولید و تکمیل است و در بنگاه تولیدی دیگری به عنوان ورودی بکار برده می‌شود؛ برای مثال گوجه فرنگی‌ای که خانوارها تهیه می‌کنند و به مصرف می‌رسانند، «کالای مصرفی» است، اما وقتی همان گوجه فرنگی توسط کارخانه‌ها خریداری می‌شود و برای تولید کالاهای دیگر مثل رب گوجه فرنگی به کار می‌رود، «کالای واسطه‌ای» نام دارد.



فعالیت ۸-۱

پنج مورد کالای واسطه‌ای نام ببرید.

۴- کالاهای بادوام و بی‌دوام: برخی کالاها، خودشان مصرف نمی‌شوند بلکه در طول زمان، خدمات آنها مورد مصرف قرار می‌گیرد؛ مثل اتومبیل و یخچال؛ به این کالاها، در اقتصاد، «کالای بادوام» گویند. این کالاها با یک بار مصرف، تمام نمی‌شوند. اگر کالاهای بادوام در فرایند

تولید و به وسیلهٔ بنگاه‌های تولیدی به کار گرفته شوند، «کالای سرمایه‌ای» نامیده می‌شوند.

۵- کالای سرمایه‌ای: به کالاهای بادوامی که در فرایند تولید از سوی نیروی انسانی به کار گرفته می‌شود، کالای سرمایه‌ای گویند. یخچال در منزل، کالای بادوام مصرفی و یخچال در مغازه بستنی فروشی، کالای سرمایه‌ای است. تراکتور، ماشین‌آلات کارخانه‌ها و ابزار تولیدی، مثال‌های دیگر کالای سرمایه‌ای است.

۶- کالای ضروری و تجملی: کالاهای تولیدی یا برای تأمین نیازهای اولیه (مانند خوراک، پوشاک و مسکن) یا برای تأمین نیازهای کم اهمیت تر آنان (مانند نورافشان^۱ و فرش‌های گران‌قیمت) مصرف می‌شود. مصرف‌کننده، میزان اهمیت کالا را با حساسیت خود نسبت به قیمت نشان می‌دهد. اگر فردی به‌رغم تغییر زیاد قیمت کالا در بازار، مصرف آن را تغییر ندهد به اصطلاح اقتصادی «کالای ضروری» است (مثل نمک و دارو) و اگر فرد با کوچک‌ترین تغییر در قیمت، مصرف کالایی را تغییر دهد، اصطلاحاً آن کالا، «کالای لوکس و تجملی» نام دارد. با این تعریف مشاهده می‌شود که ضروری یا تجملی بودن کالا مفهومی اقتصادی است و از فردی به فرد دیگر، از زمانی به زمان دیگر و از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت خواهد بود.

بازیگران و فعالان عرصهٔ اقتصاد

در عرصهٔ اقتصاد، افراد، خانوارها، سازمان‌ها و مؤسسات، دولت‌ها و حتی مؤسسات بین‌المللی یا چند ملیتی، فعالیت می‌کنند. هر یک از اینها، نقش و وظیفه‌ای دارند. افراد، خانواده‌ها یا شرکت‌ها، انواع مؤسسات انتفاعی یا غیرانتفاعی، خیریه‌ها، و... در تولید محصولات و یا مصرف آنها و مبادله با یکدیگر نقش ایفا می‌کنند، اینها «بازیگران خرد» اقتصاد هستند. به دولت که برای ایجاد نظم و انضباط و نظارت بر عملکرد اقتصاد یا تأمین برخی نیازهای عمومی (مثل دفاع نظامی) فعالیت می‌کند، «بازیگر کلان» می‌گویند. اگر در بررسی خود از سطح جامعه فراتر برویم و صحنه بین‌المللی و جهانی را در نظر بگیریم، ملاحظه می‌کنیم که کشورها (بازیگران کلان) با یکدیگر روابط و مبادلات مختلف تجاری و اقتصادی دارند و البته در سطح جهان نیز نهادهایی نیاز است که با کمک آنها روابط اقتصادی بین کشورها بیشتر رونق بگیرد و حقوق همهٔ طرف‌های درگیر در تجارت جهانی حفظ شود. در نتیجه سازمان‌های اقتصادی بین‌المللی و جهانی یا منطقه‌ای هم مورد نیازند.

۱- واژهٔ مصوب فرهنگستان به‌جای لوستر

برای اقتصاددانان مهم است چه در عرصه داخلی و چه در عرصه خارجی، توانایی و قابلیت‌های بازیگران به خوبی رشد کرده؛ تقسیم کار درست و تعامل، همکاری و هم افزایی بیشتر بین آنها شکل گرفته باشد و فعالیت‌های یکدیگر را خنثی نکنند؛ بدین ترتیب مثل یک گروه موفق عمل می‌کنند.

پرسش

- ۱- منظور از داشتن «قابلیت مصارف متعدد» منابع و امکانات چیست؟
- ۲- چرا افراد باید در میان خواسته‌های خود به انتخاب دست بزنند؟
- ۳- به نظر شما با به‌کارگیری روش علمی، چه مسائلی را در زندگی اقتصادی جامعه می‌توان پیش‌بینی کرد؟
- ۴- به نظر شما دولت چگونه می‌تواند بر فعالیت تولیدکنندگان نظارت کند؟
- ۵- اقتصاد چیست؟ دیدگاه اسلام نسبت به اقتصاد چگونه است؟
- ۶- بین وضعیت اقتصادی و استقلال فرهنگی - سیاسی جامعه چه ارتباطی است؟
- ۷- زمانی داشتن تلفن همراه کالایی تجملی بود. اساسی و ضروری بودن تلفن همراه یا لوکس و تجملی بودن آن، چگونه تعیین می‌شود؟
- ۸- هزینه فرصت بیانگر چه چیزی است؟ این اصل چگونه در تصمیم‌گیری درست به ما کمک می‌کند؟
- ۹- فعالان اقتصادی خرد، کلان و بین‌المللی را نام ببرید.

فصل دوم

تولید

آیا منابع و امکانات طبیعت به طور مستقیم مورد استفاده قرار می‌گیرد؟

انسان قدرت خلق اشیا را ندارد؛ اما می‌تواند آگاهانه و با برنامه‌ریزی و تلاش خود در مواد، و محیط پیرامون خود تغییر ایجاد و تولید کند. در نتیجه برخلاف حیوانات، انسان‌ها در طول تاریخ به‌طور روز افزونی مصنوعات و محصولات مختلفی تولید کرده و تمدن‌ها ساخته‌اند.

انسان برای تهیه کالا و خدمات مورد نیاز خود با استفاده از منابع و امکانات، به کار و تلاش نیاز دارد؛ به عبارت دیگر، این منابع به گونه‌ای که هست نمی‌تواند مورد استفاده قرار گیرد و نیازهایمان را برطرف کند؛ بلکه باید با برخی اقدامات و ایجاد ارزش مصرفی و مبادلاتی، به کالاها و خدماتی تبدیل شود که می‌تواند نیازهای ما را برآورده کند. این سلسله اقدامات همان «تولید» است.

از طریق فعالیت‌های تولیدی، کالاها و خدمات مورد نیاز افراد و جوامع تهیه می‌شود. محصولات کشاورزی، محصولات صنعتی و فناوری‌ها و محصولات دانش بنیان، حتی ایده و نوآوری‌ها، همه و همه حاصل فعالیت‌های تولیدی است.

فعالیت ۱-۲

برای اینکه هر کالایی آماده مصرف شود، چه مرحله‌ای را باید طی کند؟ این مراحل را فهرست کنید.

تولیدکنندگان

همه فعالان اقتصادی به نوعی تولیدکننده محصول (کالا یا خدمات) هستند؛ به عنوان مثال کشاورزان و صنعتگران، کالا تولید می کنند. تعمیرکاران، رانندگان، کارکنان دولت، مشاوران و متخصصان، بانک‌ها، بیمه‌ها و زنان خانه‌دار خدمات تولید می کنند. تولیدکنندگان با فعالیت خود، ارزش افزوده ایجاد می کنند. تولید و رسیدن به محصول چندگونه است.

انسان محصول آماده طبیعت را مستقیماً برداشت می کند بدون اینکه کاری روی آن انجام دهد؛ مثل بهره‌برداری از علف مراتع، چوب جنگل‌ها، معادن و یا ماهی دریاها. این اقدام را، که موجب مالکیت فرد می شود، «حیازت» می نامند. بدون این، اولین تولید انسان ممکن نبوده است؛ به طور مثال اولین انسانی که گندم کاشت، بذر گندم را از گندم‌های خودروی وحشی به دست آورده بود. در نوع اول تولید، انسان با در اختیار داشتن منابع و محصولات طبیعی، و همچنین با کار خود و استفاده از ابزار، منابع طبیعی را به تولید می رساند؛ مثل زراعت، باغبانی و پرورش ماهی. به این نوع از تولید «احیا» می گویند.

نوع دوم از تولید، که «صنعت» نام دارد از ترکیب و تبدیل مواد حیازت شده و یا محصولات به دست آمده از احیای منابع طبیعی و ایجاد ارزش مصرفی یا مبادلاتی در آنها به دست می آید؛ مثل صنایع غذایی، پوشاک، پتروشیمی و...

نوع سوم تولید، تولید محصولاتی است که محسوس و ملموس نیست و به عبارت امروزی «محصولات نرم» به شمار می رود. به این دسته از تولیدات هم، که قبلاً توضیح داده شد، «خدمات» می گویند.

برای روشن شدن موضوع و چگونگی این ارتباط به این مثال توجه کنید :

یک مؤسسه تولیدی به بهره‌برداری از معادن آهن اقدام می کند (استخراج سنگ آهن). مؤسسه دوم سنگ آهن را در مرحله اولیه فراوری به نرمة سنگ آهن و سپس به گندله (آهن اسفنجی) تبدیل، و آن را به مجتمع فولادسازی عرضه می کند. مؤسسه سوم گندله‌ها را به محصولات فولادی از جمله ورق فولادی، تبدیل می کند. ورق‌های فولادی را کارخانه اتومبیل‌سازی خریداری می کند و با استفاده از آنها قطعات مختلف بدنه اتومبیل را تهیه می کند. در نهایت، اتومبیل به بازار عرضه می شود و در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می گیرد.

در مثال فوق مراحل تولید را می بینید. در هر مرحله بر ارزش محصول، افزوده می شود. هر مؤسسه‌ای بر روی محصول مؤسسه قبلی کار، و «ارزش افزوده» ایجاد می کند.

انگیزه تولیدکنندگان

نانوایان، خواربارفروشان، رانندگان تاکسی و صنعتگران، روزانه به کار و تولید مشغول هستند و نیازهای مشتریان خود را تأمین می‌کنند. انگیزه آنان از تولید چیست؟

بی‌تردید انگیزه بسیاری از تولیدکنندگان کالاها و خدمات، برطرف کردن نیازهای خود و خانواده و تأمین منافع شخصی است. با رشد بیشتر عقلی، افراد به منافع ملی و اجتماعی نیز می‌اندیشند و اهداف والاتری را نیز دنبال می‌کنند. بنابراین انگیزه بیشتر انسان‌ها در فعالیت‌های روزمره خود، کسب روزی حلال، خدمت به هم‌نوعان و آبادانی و موفقیت کشور است که «عبادت» تلقی می‌شود و ارزش بسیاری دارد؛ بدین ترتیب، راننده تاکسی در پایان یک روز تلاش می‌تواند با رضایت خاطر ناشی از یک روز خدمت به هم‌سهریان و هم‌نوعان خود به خانه برود یا خواربارفروش از اینکه کالای مورد نیاز مردم را تهیه کرده و در اختیارشان قرار داده است، احساس رضایت خاطر خواهد کرد.

در نتیجه، مجموعه‌ای از انگیزه‌های شخصی و خانوادگی مثل کسب درآمد و انگیزه‌های انسانی و ملی در تداوم و توسعه تولید دخیل است.

تولیدکنندگان و مؤسسات اقتصادی براساس انگیزه‌های خود به دو دسته عمده «انتفاعی» و «غیرانتفاعی» تقسیم می‌شوند.

فعالیت ۲-۲

در مورد انگیزه‌های تولیدکنندگانی که می‌شناسید (مدرسه‌سازان و نانوای محله و...) بحث کنید.

عوامل تولید

تولیدکنندگان برای انجام فعالیت‌های تولیدی خویش به ورودی‌های مختلفی نظیر نیروی کار، مواد اولیه، تجهیزات و سایر ملزومات نیازمندند که به آنها «نهادهای تولید» یا «عوامل تولید» می‌گویند. بدیهی است که تولیدکنندگان کالاهای مختلف به نهاده‌های متفاوتی نیاز دارند؛ برای مثال، یک مؤسسه تولید محصولات کشاورزی، به زمین کشاورزی، نیروی کار، آب، کود، انبار و سردخانه نیاز دارد؛ در حالی که یک مؤسسه تولید محصولات صنعتی به نیروی کار، ماشین‌آلات، مواد اولیه و نظایر آن نیازمند است.

به طور کلی، عوامل تولید را می‌توان به سه دسته اصلی منابع طبیعی، عوامل انسانی و سرمایه تقسیم کرد.

۱- منابع طبیعی: در جریان تولید کالاها و خدمات از امکانات و منابعی استفاده می‌کنیم که خداوند از طریق طبیعت در اختیار ما قرار داده است. در فعالیتهای کشاورزی، زمین و در فعالیتهای صیادی، دریا مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. در فعالیتهای صنعتی نیز از مواد خامی استفاده می‌شود که از معادن استخراج می‌شود. همه این عناصر جزء منابع طبیعی شناخته می‌شود. اقتصاددانان این مجموعه را با عنوان «زمین» معرفی می‌کنند.

۲- سرمایه: انسان برای بهره‌برداری از منابع طبیعی علاوه بر کار به سرمایه نیز نیازمند است. سرمایه به دو دسته «سرمایه فیزیکی» (ابزار، تجهیزات و ماشین آلات تولید) و «سرمایه مالی» (پولی که به صورت منابع مالی وارد تولید شده است) تقسیم می‌شود.

به کالاهای بادوام سرمایه‌ای که در جریان تولید به کار گرفته می‌شود، «سرمایه فیزیکی» می‌گویند. تراکتور برای کشاورز و کامیون برای شرکت‌های حمل‌ونقل، سرمایه فیزیکی است. کالاهای سرمایه‌ای در طول زمان بادوام است و خدمات آنها در جریان تولید مورد استفاده قرار می‌گیرد و تولیدکننده با آنها ارزش افزوده ایجاد می‌کند.

سرمایه مالی صرف خرید یا اجاره سرمایه‌های فیزیکی، زمین و یا پرداخت دستمزد به عوامل انسانی می‌شود. دقت کنید سرمایه مالی مستقیماً در تولید نقش ندارد بلکه با تبدیل به عوامل تولید دیگر به تولید کمک می‌کند.

۳- عوامل انسانی: تولید و فراهم آوردن محصولات مورد نیاز با استفاده از منابع طبیعی، نیازمند کار و تلاش انسان است؛ به عبارت دیگر تا تلاش انسان نباشد، منابع بیکران و باارزش طبیعت امکان استفاده پیدا نمی‌کند؛ به همین دلیل، نقش عوامل انسانی در جریان تولید بی‌بدیل و بسیار مهم است.

عوامل مولد انسانی شامل نیروی کار (کارگر ساده)، کارفرما (صاحب کسب و کار و محصول)، مدیر، متخصص و کارآفرین^۱ است. گاهی از متخصصان به عنوان «سرمایه انسانی» یاد می‌شود. اگر چه هر یک از عوامل تولید در جای خود دارای اهمیت است و نقش و تأثیر هیچ یک را نمی‌توان انکار کرد، اما انسان نسبت به سایر عوامل تولید از اهمیت خاصی برخوردار است و به عنوان برترین عامل تولید به شمار می‌رود؛ زیرا وظیفه ترکیب سایر عوامل تولید را نیز برعهده دارد. همچنین

۱- کارآفرین، نوآور و خطرپذیر است. در هر کسب و کاری نوآوری ضرب در خطرپذیری، میزان کارآفرینی را نشان می‌دهد.

سرمایه فیزیکی (یا ابزار و تولید) در واقع حاصل کار گذشته انسان‌ها است.^۱

سازمان تولید

«سازمان تولید» جایگاه و نقش هر یک از عوامل تولید را تعیین می‌کند. بحث سازمان تولید در واقع پاسخ به این سؤال است که تولیدکننده و صاحب اصلی محصول تولیدی کیست. در این زمینه دو حالت را می‌توان در نظر گرفت:

گاهی سازمان تولید، مشارکتی است و همه عوامل تولید صاحب محصول هستند. در این صورت همه با هم در فرایند تولید مشارکت می‌کنند و محصول یا ارزش محصول به طور مساوی و یا با نسبتی تقسیم می‌شود که به توافق رسیده‌اند؛ برای مثال صاحبان زمین، بذر، تراکتور و نیروی کار همه با هم، یک واحد تعاونی کشت و صنعت راه‌اندازی می‌کنند و به تولید گندم می‌پردازند و عواید را نیز بین خود تقسیم می‌کنند.

گاهی هم مالکیت کسب و کار تولیدی متعلق به یکی یا به صورت مشترک به برخی از عوامل تولید است؛ مثلاً صاحب سرمایه یا زمین به تنهایی مسئولیت تولید را برعهده می‌گیرد و یا مشترکاً با صاحب تراکتور «صاحب تولید» می‌شوند. در این صورت تمام منافع، خطر (ریسک) و هزینه‌های تولید بر عهده صاحب تولید است و سایر عوامل تولید، دستمزد یا اجاره می‌گیرند.



نیروی انسانی ماهر (سرمایه انسانی)



نیروی انسانی نیمه‌ماهر



نیروی انسانی ساده

۱- سرمایه‌های اجتماعی (شامل اخلاق، وفای به عهد، صداقت، احترام به قانون و...) و سرمایه معنوی هم از دیگر انواع سرمایه به شمار می‌رود که مورد توجه اقتصاددانان است.

بدین ترتیب، انواع سازمان‌های تولیدی به سازمان‌های تعاونی، خصوصی، سهامی خاص و سهامی عام تقسیم می‌شود. بدیهی است توزیع درآمد بین عوامل تولید در هر صورت باید عادلانه و بر اساس میزان مشارکت آنها در تولید و قبول خطر باشد.

هزینه تولید

تولیدکنندگان برای تولید محصولات خود - اعم از کالاها یا خدمات - به ناچار باید هزینه کنند. آنها باید محلی را به عنوان کارگاه، مغازه یا دفتر کار و همچنین ماشین‌آلات و سایر ابزارها و سرمایه‌های فیزیکی را خریداری یا اجاره کنند و نیز مواد اولیه را بخرند و تعدادی کارگر و کارمند را نیز به استخدام خود در آورند. مبالغی را که تولیدکنندگان برای تولید، صرف می‌کنند، «هزینه‌های مستقیم تولید» می‌نامند؛ برای مثال تولیدکننده گندم تا قبل از رسیدن به عایدی و خرمن، هزینه‌هایی را متقبل می‌شود. این هزینه‌ها در واقع همان پول‌هایی است که برای خرید یا اجاره عوامل تولید به صاحبان آنها می‌پردازد؛ زمین را در اختیار می‌گیرد تا در آن به فعالیت کشاورزی بپردازد. در مقابل به صاحب زمین، که ممکن است یک شخص خاص یا دولت - به عنوان نماینده کل جامعه - باشد، «اجاره» می‌پردازد و یا نیروی انسانی را به کار می‌گیرد و در مقابل به کارگران و کارمندان خود «مزد» یا «حقوق» می‌پردازد. همچنین از سرمایه فیزیکی (تراکتور یا گاوآهن و گاو) برای فعالیت تولیدی خود استفاده می‌کند و قیمت یا اجاره ابزار تولید را نیز به صاحبان آن می‌پردازند؛ بدین ترتیب در پایان تولید، همه محصول و سود و زیان هر چه باشد به صاحب کار (یا صاحب کاران) می‌رسد.

دقت کنید در اقتصاد اسلامی عوامل انسانی هم می‌تواند «صاحب تولید» شود و هم می‌تواند دستمزد بگیرد و در سود و زیان شریک نشود. در واقع به دلیل اهمیت انسان، دو انتخاب به وی داده شده است؛ اما صاحب سرمایه مالی یا به صورت قرض الحسنه در تولید مشارکت می‌کند و اجر الهی و اجتماعی می‌برد و یا به عنوان صاحب کار در سود و زیان شریک می‌شود؛ به عبارت دیگر سرمایه مالی (پول) نمی‌تواند مانند سرمایه فیزیکی (تراکتور) اجاره بگیرد؛ چرا که ربا در اسلام حرام است.

فعالیت ۲-۳

۱- به رساله عملیه مرجع تقلید خود مراجعه، و تحقیق کنید آیا
الف) عامل انسانی می‌تواند در زیان شریک شود.

ب) ابزار تولید می‌تواند در محصول و عایدی نهایی شریک شود؟
۲- به سیاست اول از سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی مراجعه کنید و بر اساس مطالب این درس راهکارهایی را پیشنهاد دهید.

درآمد و سود

تولیدکنندگان با فروش محصولات خود درآمد به دست می‌آورند. اگر میزان درآمد از هزینه بیشتر باشد، می‌گوییم تولیدکننده از فعالیت خود سود برده است. بدیهی است میزان سود برابر است با تفاوت درآمد و هزینه:

$$\text{کل محصول} \times \text{قیمت} = \text{درآمد}$$

$$\text{هزینه‌های مستقیم} - \text{درآمد} = \text{سود حسابداری}$$

برای مثال، اگر تولیدکننده‌ای در طول یک دوره زمانی معین - مثلاً یک سال - برای فعالیت‌های تولیدی خود ده میلیون ریال هزینه کرده باشد و کالاهای تولید شده را دوازده میلیون ریال بفروشد، می‌گوییم دو میلیون ریال سود برده است.

اگر تولیدکننده، خودش مغازه یا ابزار تولید داشته باشد و با خودش کار کند به این عوامل تولید هزینه‌ای در ظاهر پرداخت نمی‌کند. هرچند تولیدکننده برای زمین یا تراکتور خود به ظاهر هزینه‌ای نپرداخته در واقع هزینه‌ای کرده است؛ چرا که می‌توانست آنها را به دیگری اجاره دهد و کسب درآمد کند؛ بنابراین نمی‌توان هزینه کل را بدون اینها محاسبه کرد. اقتصاددانان این هزینه غیرمستقیم را «هزینه فرصت»^۱ می‌نامند و هزینه‌های تولید را شامل هزینه‌های مستقیم و هزینه‌های فرصت می‌دانند.

$$\text{هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم} - \text{درآمد} = \text{سود اقتصادی (سود ویژه)}^۲$$

فعالیت ۲-۴

یک فرم اظهارنامه مالیاتی را بررسی، و به‌طور فرضی تکمیل کنید.

اگر درآمدهای به دست آمده از هزینه‌های تولید کمتر باشد، تولیدکننده دچار ضرر و زیان می‌شود. بنابراین تلاش می‌کند با افزایش درآمد و کاهش هزینه‌ها از وضعیت زیان، دوری کند. تولیدکننده‌ای که در

۱- در مورد چگونگی محاسبه هزینه فرصت مثال می‌زنیم. اگر صاحب زمین در استفاده از زمین خود پنج انتخاب داشته باشد که هر یک میزانی از عایدی را به وی می‌رساند قطعاً وی بیشترین عایدی را انتخاب می‌کند و زمین خود را به آن کار تخصیص می‌دهد. با این انتخاب وی دومین عایدی را از دست داده است. به میزان عایدی انتخاب دوم، «هزینه فرصت» می‌گویند. شخصی که تصمیم گرفته با تراکتور خود کار کند، دومین انتخاب (مثل اجاره دادن آن) را از دست داده است؛ بنابراین مبلغ اجاره تراکتور، هزینه فرصت وی محسوب می‌شود.
۲- در تکمیل فرم اظهارنامه مالیاتی، تولیدکنندگان سود ویژه خود را درج می‌کنند.

مثال قبل از او یاد شد، ممکن است بتواند با صرفه جویی و افزایش بهره‌وری^۱ (مثل پرهیز از استخدام نیروی کار غیرلازم یا صرفه جویی در مصرف مواد اولیه و انرژی و یا جلوگیری از ریخت و پاش‌ها)، هزینه‌های تولید را از سطح ده میلیون ریال به نه میلیون ریال کاهش دهد؛ بدون اینکه از میزان تولید بکاهد؛ به این ترتیب، او، یک میلیون ریال به سود خود اضافه کرده است.

از سوی دیگر، می‌تواند با بازاریابی برای محصولات خود، بازار خوبی فراهم کند و کالاهایش را با قیمت مناسب بفروشد. در این صورت تولیدکننده مورد نظر ما با تلاش خود می‌تواند میزان درآمد حاصل از فروش را از دوازده میلیون ریال در سال به دوازده و نیم میلیون ریال افزایش دهد و بدین ترتیب، نیم میلیون ریال به سود خود اضافه کند.

فعالیت ۵-۲

یک واحد تولیدی را در نظر بگیرید :

الف) تحقیق کنید این واحد تولیدی چه هزینه‌هایی دارد.

ب) به نظر شما، چگونه می‌توان سود این واحد تولیدی را افزایش داد؟

پرسش

- ۱- تولید چیست ؟
- ۲- آیا همه محصولات تولید شده به صورت مستقیم به مصرف می‌رسد؟ چرا؟
- ۳- سود چیست و چگونه محاسبه می‌شود؟
- ۴- تولیدکنندگان برای جلوگیری از ضررهای کوتاه‌مدت یا بلندمدت خود چه اقداماتی انجام می‌دهند؟
- ۵- عوامل تولید را نام ببرید.
- ۶- آیا می‌توان یکی از عوامل تولید را از دیگر عوامل مهم تر دانست؟ چرا؟
- ۷- پولی که تولیدکنندگان برای خرید عوامل تولید می‌پردازند با چه عنوان‌هایی نصیب خانواده‌ها می‌شود؟
- ۸- هر کسب و کاری به چند صورت می‌تواند سازماندهی شود؟ توضیح دهید.

۱- بهره‌وری یعنی به دست آوردن بیشترین خروجی با کمترین ورودی. دو تولیدکننده که عوامل تولید یکسانی دارند، آنکه محصول بیشتری داشته باشد، بهره‌وری بیشتری داشته است.



بازار

آیا می‌دانید بازار چگونه شکل می‌گیرد؟

تفاوت انسان‌ها در توانایی‌ها موجب می‌شود که انسان به تنهایی قادر به تأمین همه نیازهای خود نباشد و نیازمند تعاون و همکاری با دیگران باشد. از سوی دیگر هر فرد در تولیدی تخصص می‌یابد و در اجتماع با یکدیگر تقسیم کار می‌کند؛ بنابراین، مبادله، مسئله معامله، خرید و فروش و تجارت مطرح می‌شود. در نتیجه افراد اجتماع را می‌توان در دو دسته «عرضه‌کننده» (تولیدکننده) و «تقاضاکننده» (مصرف‌کننده) در نظر گرفت. تعامل خوب بین این دو و تجارت سالم و عادلانه، موجب شکل‌گیری منافع دو سویه و بهبود زندگی همه می‌شود.

چگونگی تصمیم‌گیری و اقدام هر یک از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و نیز واکنش آنها نسبت به تغییرات وضعیت اقتصادی با عنوان «رفتار اقتصادی» شناخته می‌شود.

بررسی رفتار اقتصادی مصرف‌کنندگان

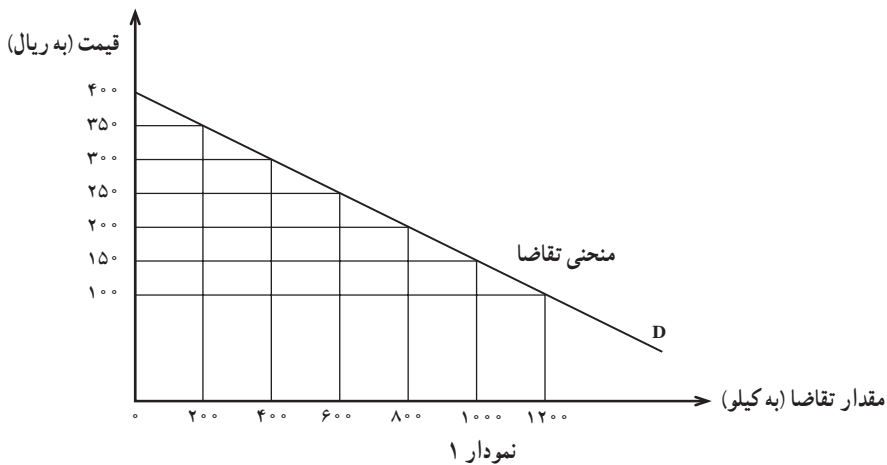
مصرف‌کنندگان کالا می‌خرند، و به عبارت دیگر تقاضا می‌کنند. تصمیم آنها در مورد مصرف کالا از عواملی مانند قیمت کالا، درآمد، سلیقه خودشان، تبلیغات و قیمت سایر کالاها تأثیر می‌پذیرد. با فرض ثابت بودن همه این عوامل جز قیمت کالا با افزایش قیمت یک کالا، میزان مصرف یا خرید آن از سوی مصرف‌کنندگان غالباً کاهش می‌یابد. در مقابل با کاهش قیمت کالا مقدار خرید آن افزایش می‌یابد؛

به عبارت دیگر، قیمت یک کالا و مقدار خرید آن به وسیله مصرف کنندگان با هم رابطه معکوس دارد. این مثال به تقاضا برای گوشت قرمز مربوط است:

جدول ۱

قیمت (به ریال)	مقدار خرید (به کیلو)
۱۰۰	۱۲۰۰
۱۵۰	۱۰۰۰
۲۰۰	۸۰۰
۲۵۰	۶۰۰
۳۰۰	۴۰۰
۳۵۰	۲۰۰
۴۰۰	-

جدول ۱، مقدار خرید گوشت قرمز را به ازای قیمت‌های مختلف نشان می‌دهد. این اطلاعات را می‌توان به صورت نمودار هم نشان داد. منحنی تقاضا، که نشان دهنده چگونگی رفتار اقتصادی مصرف کنندگان است در نمودار ۱ و با استفاده از اطلاعات جدول ۱ رسم شده است.



نزولی بودن منحنی تقاضا به این معناست که با افزایش قیمت یک کالا، مقدار تقاضای آن کاهش می‌یابد و در مقابل با کاهش قیمت، مقدار تقاضا افزایش می‌یابد.^۱

فعالیت ۳-۱

قیمت یک کالای خاص را در ماه‌های متفاوت سال یادداشت، و رابطه قیمت و مقدار تقاضای آن را بررسی کنید.
تحقیق کنید چرا کالایی در گذشته و یا در جامعه‌ای، تجملی و در زمانی و مکانی دیگر ضروری به شمار رفته است؟

بررسی رفتار اقتصادی تولیدکنندگان

تصمیم تولیدکنندگان در مورد میزان تولید کالا از عواملی چون سطح قیمت آن کالا، هزینه‌های تولید (قیمت‌های عوامل تولید) و پیش‌بینی تولیدکنندگان در مورد رونق یا رکود بازار تأثیر می‌پذیرد.

با بررسی رفتار تولیدکنندگان به این واقعیت پی می‌بریم که با افزایش قیمت یک کالا میزان تولید و عرضه آن افزایش می‌یابد؛ زیرا افزایش قیمت به معنای کسب منفعت بیشتر است و این امر تولیدکنندگان را تشویق می‌کند که بر میزان فعالیت خویش بیفزایند. همچنین، سبب می‌شود که تولیدکنندگان جدید نیز وارد میدان شوند و با امید به کسب سود به فعالیت پردازند. در نتیجه تولید و عرضه کالا افزایش می‌یابد.

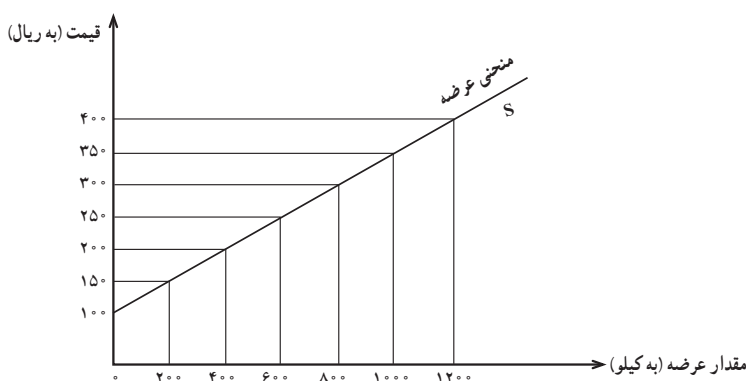
در جدول ۲، مقدار عرضه گوشت قرمز به ازای قیمت‌های مختلف نشان داده شده است. این اطلاعات را می‌توان به شکل نمودار نیز نشان داد. منحنی عرضه نشان‌دهنده چگونگی رفتار اقتصادی تولیدکنندگان است. این منحنی در نمودار ۲ و با استفاده از اطلاعات جدول ۲ رسم شده است.

۱- شیب منحنی تقاضا نشان‌دهنده میزان حساسیت میزان تقاضای فرد نسبت به قیمت است. براساس شیب و همین درجه حساسیت، کالاها به دو دسته ضروری و لوکس تقسیم می‌شود. اگر شیب منحنی تقاضا زیاد باشد، یعنی عکس العمل مصرف‌کننده در برابر قیمت کم است که اصطلاحاً می‌گوییم کنش قیمتی تقاضا کم است که به آن، کالای ضروری می‌گوییم. کالای لوکس برعکس این حالت است.

جدول ۲

مقدار عرضه (به کیلو)	قیمت (به ریال)
۰	۱۰۰
۲۰۰	۱۵۰
۴۰۰	۲۰۰
۶۰۰	۲۵۰
۸۰۰	۳۰۰
۱۰۰۰	۳۵۰
۱۲۰۰	۴۰۰

صعودی بودن منحنی عرضه به این معناست که با افزایش قیمت، مقدار عرضه گوشت قرمز افزایش خواهد یافت و در مقابل با کاهش قیمت، عرضه آن نیز کاهش می یابد.^۱



نمودار ۲

تعال و قیمت تعادلی

مواجهه تقاضاکننده و عرضه کننده، «بازار» را شکل می دهد. رفتار اقتصادی تولیدکنندگان و مصرف کنندگان باید هماهنگ باشد. در یک قیمت مشخص و ثابت، اگر تولیدکنندگان بیشتر از مقدار تقاضای مصرف کنندگان، گوشت قرمز تولید کنند به فروش آن مقدار اضافی موفق نخواهند شد (مازاد

۱- شیب منحنی عرضه نشان دهنده درجه حساسیت تولیدکننده نسبت به قیمت است. اگر تولیدکننده ای به دلیل مدیریت ضعیف یا فرسوده بودن تجهیزات نتواند با افزایش قیمت، تولید خود را افزایش دهد، منحنی عرضه اش با شیب بیشتر است و اصطلاحاً می گوئیم کنش قیمتی عرضه پایین است.

عرضه یا کمبود تقاضا). همچنین، اگر مصرف کنندگان بخواهند به مقداری بیشتر از آنچه تولید کنندگان عرضه کرده اند، گوشت قرمز خریداری کنند، دچار مشکل خواهند شد (مازاد تقاضا یا کمبود عرضه). عاملی که این هماهنگی را ایجاد، و عرضه و تقاضا را مساوی هم می کند، قیمت کالا است. برای بررسی این مسئله، دو جدول ۱ و ۲ را در کنار هم بررسی می کنیم. جدول ۳ ترکیب این دو جدول است. همان طور که در جدول ۳ مشاهده می کنید در سطح قیمت ۲۵۰ ریال، بین عرضه و تقاضا برابری ایجاد شده است؛ زیرا مصرف کنندگان در این سطح قیمت، فقط ۶۰۰ واحد گوشت قرمز خریداری می کنند. از سوی دیگر، تولید کنندگان هم به همین میزان گوشت قرمز تولید و عرضه کرده اند؛ به عبارت دیگر، نه تولید کنندگان برای به فروش رساندن کالاهای خود با مشکل روبه رو شده اند و نه خریداران با کمبود کالا برای خرید مواجه می شوند.

جدول ۳

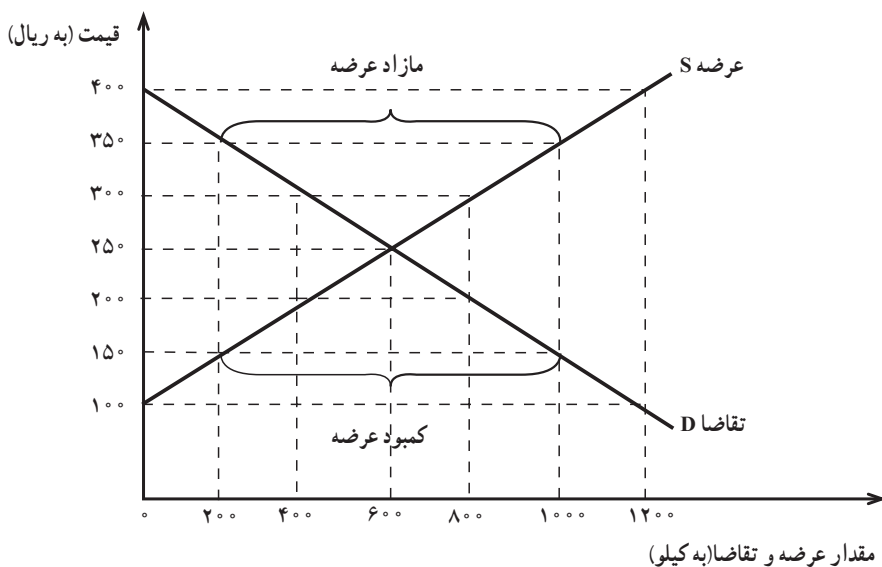
قیمت (به ریال)	مقدار تقاضا (به کیلو)	مقدار عرضه (به کیلو)
۱۰۰	۱۲۰۰	۰
۱۵۰	۱۰۰۰	۲۰۰
۲۰۰	۸۰۰	۴۰۰
۲۵۰	۶۰۰	۶۰۰
۳۰۰	۴۰۰	۸۰۰
۳۵۰	۲۰۰	۱۰۰۰
۴۰۰	۰	۱۲۰۰

با بررسی جدول ۳ متوجه می شویم که در سطوح دیگر قیمت، بین عرضه و تقاضا تعادل وجود ندارد؛ مثلاً در سطح قیمت ۲۰۰ ریال، مصرف کنندگان به خرید ۸۰۰ واحد کالا مایل هستند؛ در حالی که تولید کنندگان فقط ۴۰۰ واحد کالا تولید و عرضه می کنند. در این حالت، می گوییم که در بازار آن کالا، کمبود عرضه وجود دارد؛ زیرا گروهی از مصرف کنندگان به خرید کالای مورد نظر خود موفق نمی شوند. همچنین در سطح قیمت ۳۰۰ ریال، مصرف کنندگان مایل به خرید ۴۰۰ واحد کالا هستند در حالی که تولید کنندگان ۸۰۰ واحد کالا تولید و عرضه می کنند. در این حالت، می گوییم که در بازار

آن کالا، مازاد عرضه وجود دارد؛ زیرا گروهی از تولیدکنندگان برای محصولات خود خریدار پیدا نمی‌کنند.

بنابراین در سطح قیمت کمتر از ۲۵۰ ریال در بازار با کمبود عرضه روبه‌رو می‌شویم؛ زیرا به دلیل ارزان بودن کالا، تقاضا برای آن زیاد است؛ در حالی که تولیدکنندگان برای تولید آن کالا به آن مقدار، انگیزه کافی ندارند؛ در نتیجه، تولید و عرضه آن کم می‌شود. همچنین در سطح قیمت بیش از ۲۵۰ ریال در بازار با مازاد عرضه روبه‌رو می‌شویم؛ زیرا به دلیل گران بودن کالا، تولیدکنندگان، که به دنبال کسب سود بیشتری به تولید بیشتر می‌پردازند؛ در حالی که مصرف‌کنندگان به خرید و مصرف این کالای گران به آن مقدار تمایل نشان نمی‌دهند. این وضعیت در نمودار ۳ نشان داده شده است.

سطح قیمت ۲۵۰ ریال را، که به‌ازای آن مقدار عرضه و تقاضا با هم برابر می‌شود، «قیمت تعادلی» می‌گویند؛ زیرا بازار با این قیمت به تعادل و ثبات می‌رسد و در آن کمبود یا مازاد مشاهده نمی‌شود.



نمودار ۳

حال این پرسش مطرح می‌شود: «اگر در بازار، کمبود یا مازاد باشد، چه اتفاقی خواهد افتاد؟» برای پاسخ دادن به این پرسش، ابتدا وضعیت کمبود را مطالعه می‌کنیم.

در این بازار گروهی از مصرف‌کنندگان به خرید کالای مورد نیاز خود موفق نخواهند شد. این گروه برای خرید کالا حاضرند مبلغ بیشتری بپردازند و این امر سبب افزایش قیمت کالا می‌شود.

افزایش قیمت باعث می‌شود که از یک سو، تولیدکنندگان به تولید رغبت بیشتری نشان دهند و از سوی دیگر، مصرف‌کنندگان از مصرف خود بکاهند؛ پس در حالت کمبود، قیمت زیاد می‌شود. این افزایش قیمت تا سطحی ادامه می‌یابد که در آن، فاصله عرضه و تقاضا از بین برود و تعادل در بازار برقرار شود؛ این سطح قیمت همان قیمت تعادلی است.

در مقابل در وضعیت مازاد عرضه، چون گروهی از تولیدکنندگان موفق نمی‌شوند کالایشان را بفروشند، حاضر خواهند بود آن را با قیمتی کمتر به فروش برسانند؛ در نتیجه، قیمت کم می‌شود. با کم شدن قیمت از یک سو مصرف‌کنندگان، مقدار خرید خود را افزایش می‌دهند و از سوی دیگر، تولیدکنندگان از مقدار تولید می‌کاهند؛ پس در حالت وجود مازاد عرضه، قیمت کاهش می‌یابد. این کاهش قیمت تا سطحی ادامه می‌یابد که در آن، فاصله عرضه و تقاضا از بین برود و در بازار تعادل برقرار شود. همان‌طور که می‌بینید، باز هم به همان سطح قیمت تعادلی می‌رسیم که موجب برابر شدن مقدار عرضه و تقاضا می‌شود.

هرگاه در بازار، قیمت در سطح قیمت تعادلی نباشد، عواملی آن را به سمت قیمت تعادلی می‌کشانند؛ مشروط بر اینکه عوامل بیرونی مثل قیمت‌گذاری دولت مانع این تعدیل نشود.

فعالیت ۲-۳

جدول زیر را کامل کنید. آن‌گاه منحنی‌های عرضه و تقاضا را در یک دستگاه مختصات رسم کرده و نقطه تعادل را مشخص کنید.

قیمت (به ریال)	مقدار تقاضا (به کیلو)	مقدار عرضه (به کیلو)
-	-	-
-	-	-
۲۰۰	۵۰	۵۰
-	-	-
-	-	-

در مباحث اقتصادی وقتی از بازار کالای خاصی سخن می‌گوییم، منظور ارتباط خریداران و فروشندگان آن کالا است و نه ضرورتاً، مکان خاصی که به اصطلاح «بازار» نامیده می‌شود.

انواع بازار

در بازار هر محصول، گاه تعداد فروشندگان و خریداران به قدری زیاد است که حضور و رفتار هر یک از عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان به نسبت کل بازار بسیار کوچک خواهد بود و در عمل، هیچ‌یک از طرفین به تنهایی در شکل‌گیری قیمت تأثیرگذار و به عبارت دیگر «قیمت‌گذار» نیستند. در این صورت بازار را به اصطلاح «بازار رقابتی» می‌نامند. بازار محصولاتی چون ماکارونی معمولاً رقابتی است.

گاه به دلایل طبیعی، اقتصادی، قانونی و یا حتی غیرقانونی، تعداد فروشنده یا خریدار به یک یا چند نفر محدود می‌شود. این وضعیت را «انحصار» می‌گوییم و تولیدکننده یا فروشنده منحصر به فرد را «انحصارگر در فروش» و خریدار یا تقاضاکننده منحصر به فرد را «انحصارگر در خرید» می‌نامیم. انحصارگر، «قیمت‌گذار» است و خریداران در بازار انحصاری قیمت‌پذیرند. در کشور ما شرکت‌توانیر به دلیل طبیعی و شرکت‌های خودرویی به دلایل قانونی انحصارگر در فروش کالای خود به شمار می‌روند. شرکت پخش و پالایش فراورده‌های نفتی از یک سو تنها خریدار و از سوی دیگر تنها فروشنده محصولات نفتی است.

انحصارگر غیرقانونی معمولاً با افزایش قیمت خود به مشتریان و رفاه جامعه ضرر می‌زند؛ بنابراین دولت باید مانع شکل‌گیری آن و تبانی برخی از تولیدکنندگان شود. اما انحصار طبیعی و قانونی مشروط به مواظبت و مقررات‌گذاری صحیح دولت می‌تواند برای مصرف‌کننده سودمند باشد. برخی دیگر از انواع بازارها را هم می‌توان در قالب حراجی‌ها دید که به دو صورت مزایده و مناقصه مشاهده می‌شود. فروشندگان آثار هنری در نمایشگاه‌ها و حراجی‌ها، مزایده و خریداران عمده کالا و خدمات (مثل خریدهای دولتی) مناقصه برگزار می‌کنند.

- ۱- تولیدکنندگان و مصرف کنندگان هنگام افزایش قیمت یک کالای معین، چه رفتاری از خود نشان می دهند؟
- ۲- عوامل مؤثر بر تصمیم مصرف کنندگان را در خرید هر کالا نام ببرید.
- ۳- عوامل مؤثر بر تصمیم تولید کنندگان را در عرضه هر کالا نام ببرید.
- ۴- بازار چیست و چه زمانی شکل می گیرد؟
- ۵- بازار در چه شرایطی دچار مازاد عرضه، و در چه شرایطی دچار کمبود عرضه می شود؟
- ۶- هنگامی که بازار دچار کمبود عرضه است، چگونه می تواند به حالت تعادلی برسد؟
- ۷- بین بازار انحصاری و بازار رقابتی چه تفاوتی است؟

فصل چهارم

آشنایی با شاخص‌های اقتصادی

چگونه می‌توانیم میزان فعالیت‌های اقتصادی را در سطح جامعه اندازه‌گیری کنیم؟

پزشکان برای درمان بیمار نیازمند معاینه، بررسی برخی شاخص‌های حیاتی و گاه استفاده از نتایج متخصصان آزمایشگاهی هستند. اقتصاددانان نیز برای بررسی وضعیت موجود و اندازه‌گیری فعالیت‌های اقتصادی و همچنین مطالعه روند تغییرات و یا نتایج سیاست‌های اقتصادی، نیازمند استفاده از آمار و شاخص‌های اقتصادی هستند. سنجه‌ها و شاخص‌های اقتصادی بسیار مهم است؛ زیرا هرگونه اشتباه در اندازه‌گیری آنها موجب اشتباه در تشخیص بیماری اقتصادی و یا روند بهبود می‌شود.

آمارهای اقتصادی در سطوح چهارگانه خرد (یعنی سطح خانوار یا شرکت‌ها و مؤسسات تولیدی)، شهری، منطقه‌ای و کلان (ملی و بین‌المللی) ارائه می‌شود.

حسابداری ملی شاخه‌ای از مطالعات اقتصادی است که با ارائه شاخص‌های گوناگون به بررسی و اندازه‌گیری میزان فعالیت‌های اقتصادی در سطح ملی می‌پردازد؛ مثلاً، میزان تولید کالا و خدمات، صادرات، واردات، مصرف و پس‌انداز کل کشور، حجم نقدینگی^۱ و سطح عمومی قیمت‌ها و سایر متغیرهای کلان را در جامعه محاسبه می‌کند. بررسی و اندازه‌گیری‌های مرکز آمار، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و یا بانک مرکزی، تصویری روشن از اقتصاد و روند تغییرات آن و رفاه مردم ارائه می‌کند.

۱- در فصل بول معرفی خواهد شد.

به همین دلیل، می‌توان گفت آمارهای اقتصادی و حسابداری ملی اهمیت بسیاری دارد.

فعالیت ۱-۴

گاهی در جنگ اقتصادی ارائه آمارهای غلط، ذهنیت نادرست در بین مردم ایجاد می‌کند و یا موجب اشتباه محاسباتی در بین مسئولان و نخبگان می‌شود. مثال‌هایی را ارائه کنید.

تولید ملی و اندازه‌گیری آن

یکی از مهم‌ترین متغیرهایی که حسابداری ملی به مطالعه آن می‌پردازد، میزان کل تولید کالا و خدمات در جامعه یا «تولید کل» است. اینکه جامعه‌ای در طول یک سال چه مقدار کالا و خدمت تولید می‌کند، اهمیت زیادی دارد؛ زیرا نشان‌دهنده قدرت و توان اقتصادی آن جامعه، سطح رفاه و درآمد اعضای آن، میزان پس‌انداز و سرمایه‌گذاری و در نهایت، امکان پیشرفت آن جامعه در آینده است. در حسابداری ملی فقط آن دسته از فعالیت‌های تولیدی (اعم از تولید کالا یا خدمات) در محاسبه و سنجش منظور می‌شود که دارای چهار شرط زیر باشد:

۱- از بازار عبور کند؛ یعنی تولیدکننده، آنها را در مقابل دریافت پول به مصرف‌کننده تحویل دهد؛ پس اگر فردی برای تعمیر لوازم خانگی خود به تعمیرکار پول بپردازد، فعالیت تولیدی صورت گرفته است و ارزش آن محاسبه می‌شود؛ اما اگر خودش آنها را تعمیر کند، محاسبه‌ای انجام نمی‌گیرد. با این شرط، فعالیت تولیدی زنان در مزرعه‌ها در تولید کل کشور محاسبه می‌شود ولی فعالیت تولیدی آنان در خانه و کالاهای خدماتی که به صورت غذا، بهداشت و تربیت فرزندان تولید می‌کنند در تولید کل کشور محاسبه نمی‌شود!

۲- فعالیت‌هایی که به تولید کالا یا خدمات «نهایی» منتهی شود؛ به عبارت دیگر، کالاهایی را که تولیدکنندگان تولید، و به بازار عرضه می‌کنند یا توسط مصرف‌کنندگان خریداری می‌شود و به مصرف می‌رسد (کالاهای نهایی)، یا سایر تولیدکنندگان آنها را خریداری می‌کنند و برای تولید کالاهای دیگر مورد استفاده قرار می‌دهند (کالاهای واسطه‌ای).

از آنجا که ارزش کالاهای واسطه‌ای در درون کالاهای نهایی است در محاسبه تولید کل جامعه باید از محاسبه ارزش کالاهای واسطه‌ای صرف‌نظر، و فقط کالاهای نهایی را محاسبه کنیم؛ در غیر این صورت، ارزش کالاهای واسطه‌ای در واقع دوبار محاسبه شده است؛ یک بار به صورت

بخشی از ارزش کالاهاى نهایی و یک بار هم به صورت مستقل.

۳- قانونی و مجاز باشد؛ فعالیت‌های غیرقانونی نظیر قاچاق و مانند آن جزء تولید کشور محاسبه نمی‌شود؛ زیرا از یک سو از این فعالیت‌ها اطلاع دقیقی در دست نیست و از سوی دیگر، محاسبه آنها نوعی مشروعیت دادن به آنها تلقی می‌شود.

فعالیت ۲-۴

در منطقه شما چه نوع فعالیت‌هایی انجام می‌شود که در حسابداری ملی محاسبه نمی‌شود؟ علت‌های آن را به بحث بگذارید.

تولید ناخالص ملی و داخلی

در اندازه‌گیری تولید هر کشور، براساس اینکه برای تحلیل‌گر اقتصادی مرزهای داخلی آن کشور مهم باشد یا ملت آن، شاخص تولید را به دو دسته داخلی و ملی تقسیم می‌کنند. به این معنا که اگر مثلاً هدف، محاسبه «تولید داخلی» باشد باید تمام خدمات و کالاهاى تولید شده در داخل کشور در طول یک سال - چه تولید مردم خود آن کشور و چه تولید خارجی‌های مقیم آن کشور - محاسبه شود. بر این اساس، تولید آن گروه از مردم کشور، که در خارج اقامت دارند، محاسبه نمی‌شود؛ اما اگر منظور محاسبه «تولید ملی» باشد، باید ارزش همه خدمات و کالاهاى که مردم هر کشور در طول یک سال - چه در داخل کشور و چه خارج از کشور - تولید کرده‌اند، محاسبه شود. بدیهی است در اینجا تولید خارجی‌ها در داخل

مرزهای هر کشور هر چند در تولید داخلی آن کشور محاسبه می‌شود اما در تولید ملی کشور محاسبه نمی‌شود.

این دو شاخص مهم را بدین صورت تعریف می‌کنیم:

«تولید ناخالص ملی، ارزش پولی تمام کالاها و خدمات

نهایی است که در طول یک سال، توسط یک ملت تولید شده است.»

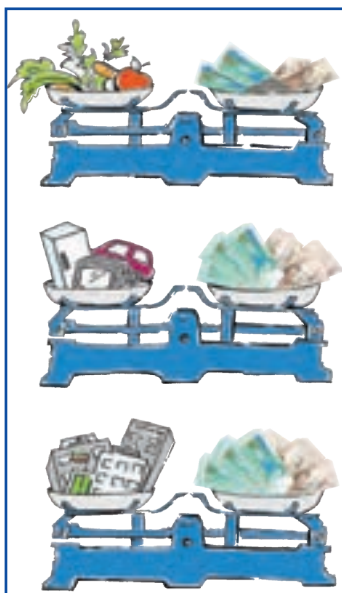
«تولید ناخالص داخلی، ارزش پولی تمام کالاها و

خدمات نهایی است که در طول یک سال، داخل محدوده

مرزهای جغرافیایی کشور تولید می‌شود.»

«تولید گونه‌های مختلفی دارد؛ اما در حسابداری ملی همه

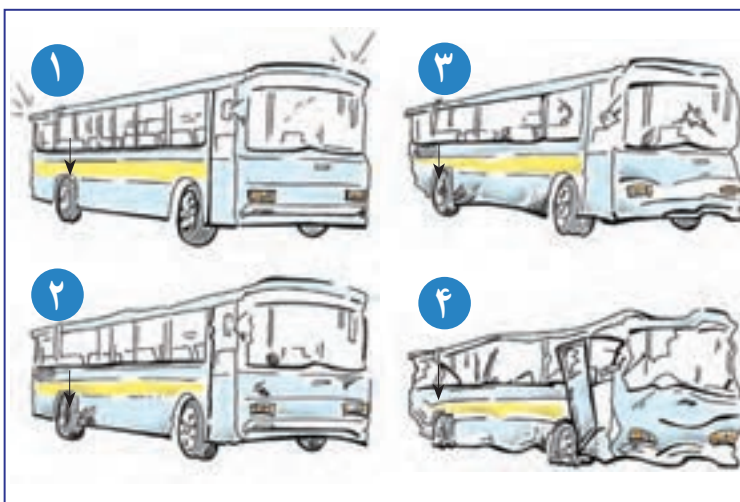
این گونه‌ها با یک ترازو و یک معیار سنجیده می‌شود؛ پول.»



تولید ناخالص ملی به اختصار «GNP»^۱ و تولید ناخالص داخلی به اختصار «GDP»^۲ نامیده می‌شود و هر دو از مهم‌ترین شاخص‌های اقتصادی است که میزان زیاد آنها، بیانگر قدرت اقتصادی و تولیدی بیشتر و بهره‌وری بالاتر آن کشور و استفادهٔ بهینه از همهٔ عوامل تولید خود است. در برخی موارد از این دو شاخص به عنوان درجهٔ پیشرفت هر ملت و سطح زندگی اعضای آن نیز استفاده می‌شود. همان‌طور که می‌بینید، دو شاخص تولید ناخالص ملی و تولید ناخالص داخلی در تعریف با هم تفاوت دارند اما در عمل، جز در مورد برخی کشورها، که نیروی کار و سرمایه‌های زیادی از آنها در خارج از مرزهایشان کار می‌کنند (مثل لبنان که تولید ملی آن بیشتر از تولید داخلی است) یا در کشور خود حضور چشمگیری از تولیدکنندگان چند ملیتی دارند (مثل هنگ کنگ)، تفاوت فاحشی با هم ندارند و بنابراین در کشورهایی مثل ایران به جای یکدیگر به کار می‌روند. ممکن است سؤال کنید خالص و یا ناخالص بودن تولید ملی و داخلی ناشی از چیست؟ برای پاسخ به این سؤال باید مفهوم استهلاك را بشناسیم.

استهلاك

بخشی از سرمایه‌های هر کشور از قبیل ماشین‌آلات، ساختمان‌ها، راه‌ها و نظایر آن، که در فعالیت‌های تولیدی مورد استفاده قرار می‌گیرد، به مرور زمان فرسوده می‌شود و از بین می‌رود؛ بنابراین، باید بخشی از تولیدات کشور را صرف جبران این فرسودگی، یعنی تعمیر یا جایگزینی آنها



۱- Gross National Product

۲- Gross Domestic Product

کنیم؛ به بیان دیگر از کل تولید جامعه در طول یک سال باید قسمتی را به هزینه‌های جایگزینی سرمایه‌های فرسوده شده اختصاص دهیم؛ به عنوان مثال اگر به‌طور متوسط عمر مفید سرمایه‌های فیزیکی کشور ۲۰ سال باشد، سالانه می‌باید معادل ۵٪ ارزش آن سرمایه را به عنوان استهلاک در نظر بگیریم و از تولید کم کنیم.

بدین ترتیب، اگر کل تولیدات جامعه را اندازه‌گیری کرده باشیم، آن را «تولید ناخالص» می‌نامیم؛ اما اگر هزینه‌های استهلاک را از تولیدات ناخالص کسر کنیم، آن را «تولید خالص» می‌نامیم؛ به عبارت دیگر:

هزینه استهلاک - تولید ناخالص ملی (یا داخلی) = تولید خالص ملی (یا داخلی)

فعالیت ۳-۴

در کشوری، کالاهای زیر در مدت یک سال تولید شده است. با توجه به رقم این تولیدات، تولید ناخالص و خالص داخلی این کشور را محاسبه کنید:

مواد غذایی ۴۰ تن از قرار هر تن ۲۰۰,۰۰۰ ریال

ماشین‌آلات ۳۵۰ دستگاه از قرار هر دستگاه ۲,۰۰۰,۰۰۰ ریال

پوشاک ۵۰۰۰ عدد از قرار هر عدد ۲۰,۰۰۰ ریال

خدمات ارائه شده ۴۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال

استهلاک در هر سال ۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال

درآمد ملی

با فرض اینکه هر تولید ملی (یا داخلی)، درآمدی را برای تولیدکنندگان آن و عوامل تولید ملی (یا داخلی) ایجاد کرده است، می‌توان درآمد ملی (یا داخلی) را نیز، که دقیقاً معادل تولید است به عنوان شاخص‌های کلان اقتصادی مورد استفاده قرار داد.

درآمد ملی دربرگیرنده مجموع درآمدهایی است که در طول سال نصیب ملت می‌شود. این درآمدها عبارت است از: درآمد حقوق‌بگیران (دستمزدها)، درآمد صاحبان سرمایه (قیمت خدمات سرمایه)، درآمد صاحبان املاک و مستغلات (اجاره)، درآمد صاحبان مشاغل آزاد و سودی که نصیب شرکت‌ها و مؤسسه‌ها می‌شود.

محاسبه تولید کل جامعه

چگونه می‌توان تولیدات کل جامعه را که در گستره کشور و چه بسا کره زمین پخش است، محاسبه کرد؟ اینکه کجا و در چه بزنگاهی تولیدات را ببینیم و اندازه‌گیری کنیم، موجب می‌شود تا روش‌های مختلفی برای محاسبه تولید کل کشور داشته باشیم.

گاهی ارزش پولی تولیدات نهایی را آنجا که به خانوار فروخته می‌شود، جمع می‌زنیم و تولید کل را به دست می‌آوریم (چه به دست فروشنده نگاه کنیم و چه به دست مصرف‌کننده). بدیهی است در این محاسبه، نگران اندازه‌گیری تولیدات واسطه‌ای و مواد اولیه نیستیم؛ چرا که ارزش پولی همه آنها را در محاسبه کالاها و خدمات نهایی خود به خود اندازه‌گیری کرده‌ایم. به این روش «روش هزینه» می‌گویند.

در روش دوم با علم به اینکه هر آنچه در کشور تولید شده و درآمدی کسب شده نهایتاً بین عوامل تولید تقسیم شده است، با جمع زدن همه اجزای آن (مزدها، سودها، اجاره‌ها)، درآمد همه بازیگران و فعالان اقتصادی داخلی یا ملی، تولید کل را محاسبه می‌کنیم. این روش را «روش درآمدی» می‌نامند.

در روش سوم یا «روش ارزش افزوده»، مجموع ارزش افزوده‌هایی که در مراحل مختلف تولید در بخش‌های مختلف اقتصادی ایجاد می‌شوند را با هم جمع زده و تولید کل را محاسبه می‌کنند.

بدیهی است هر سه روش، جواب یکسانی به ما خواهد داد. از این رو برای جلوگیری از اشتباه، متولیان حسابداری ملی کشور حداقل با دو روش محاسبه، و نتایج را با هم مقایسه می‌کنند.

فعالیت ۴-۴

گاهی رشد تولید از طریق افزایش تولیدات صنعتی موجب تخریب محیط‌زیست می‌شود. به همین دلیل اقتصاددانان با کسر تخریب‌های زیست محیطی از کل تولیدات، GDP سبز را محاسبه می‌کنند. در این خصوص بحث کنید.

شاخص‌های نسبی

گاهی شاخص‌های مطلق، تصویر خوبی از واقعیت ارائه نمی‌کند و باید از شاخص‌های نسبی استفاده کرد؛ مثلاً اگر مسابقه وزنه‌برداری بین فیل و مورچه برگزار شود و به عدد مطلق وزنه‌ای که هر یک بلند می‌کنند توجه کنیم، قطعاً فیل همیشه برنده است؛ اما اگر رکورد آنها را به تناسب وزن آنها مقایسه کنیم (تقسیم وزنه به وزن آنها) در این صورت مورچه برنده می‌شود! به همین دلیل، اغلب در مطالعات آماری و برای دستیابی به تصویر دقیق‌تر و واقعی‌تر می‌باید از شاخص‌های نسبی استفاده کنیم.

از آنجا که تولید ملی، حجم و بزرگی اقتصاد را نشان می‌دهد، معمولاً برای مقایسه عملکرد دو کشور (مثلاً میزان صادرات آنها) متغیرهای مورد مقایسه را بر تولید ملی تقسیم می‌کنند تا شاخص نسبی ساخته شود؛ به عبارت واضح‌تر، اگر صادرات مالزی ۵۰ میلیارد دلار و صادرات جیبوتی ۵ میلیارد دلار باشد، نمی‌توان بسادگی چنین نظر داد که صادرات مالزی ۱۰ برابر جیبوتی است! با تقسیم اندازه صادرات به حجم کل اقتصاد هر یک (تولید ملی آنها) چه بسا به‌طور نسبی، کشور جیبوتی را در زمینه صادرات موفق‌تر از مالزی نشان دهد.

گاهی هم عامل مورد توجه در حجم اقتصاد، جمعیت است. برای مقایسه بهتر بین دو کشور و یا یک کشور در طول زمان، درآمد (یا تولید) ملی را به جمعیت آن کشور تقسیم می‌کنند و شاخص نسبی با نام شاخص «درآمد سرانه» می‌سازند. با توجه به تفاوت چشمگیر جمعیت کشورهای مختلف، محاسبه شاخص‌ها به‌صورت سرانه - که سهم متوسط هر فرد جامعه در میزان تولید یا درآمد آن جامعه است - می‌تواند معیار بهتری برای مقایسه سطح زندگی و رفاه افراد جوامع مختلف باشد.

محاسبه به قیمت جاری و قیمت ثابت

شاخص‌های نشان‌دهنده تولید کل جامعه - اعم از تولید ناخالص ملی، تولید ناخالص داخلی و ... - برحسب واحد پول سنجیده می‌شود؛ زیرا نمی‌توان مثلاً دو تن سیب، بیست تن گندم و ۱۰۰۰ جلد کتاب را با هم جمع کرد؛ اما می‌توان ارزش آنها را برحسب پول محاسبه و حاصل جمع آنها را معلوم کرد؛ بدین ترتیب، می‌توان میزان تولید جامعه را در سال‌های مختلف با هم مقایسه کرد؛ مثلاً ممکن است میزان تولید کل در طی سه سال بی‌دری به ترتیب ۱۰۰۰، ۱۱۰۰ و ۱۲۵۰ هزار میلیارد ریال باشد. با توجه به این ارقام آیا تولید کل این کشور در طول سه سال گذشته افزایش یافته است؟ پاسخ این است که هر چند این ارقام ظاهراً افزایش نشان می‌دهد، نمی‌توان آن را حتماً به حساب افزایش تولید کل کشور گذاشت. ارقام محاسبه شده برای هر سال در اصل حاصل ضرب مقدار کالاهای تولید شده در قیمت همان سال واحد آن کالاهاست. بنابراین ممکن است افزایش مشاهده شده صرفاً ناشی از افزایش قیمت‌ها طی این سه سال باشد.

پس، افزایش از ۱۰۰۰ ریال به ۱۱۰۰ ریال ممکن است به دلیل افزایش مقدار تولید یا افزایش قیمت کالا یا هر دوی آنها باشد؛ به عبارت دیگر، اگر جامعه دچار تورم باشد، مقدار تولید کل محاسبه شده هر سال حتی اگر محصولات تولیدی افزایش نداشته باشد، رقم بزرگ‌تری را نشان می‌دهد.

به جدول زیر توجه کنید.

جدول ۱

کالا	مقدار تولید در سال	قیمت در سال	مقدار تولید در سال	قیمت در سال	مقدار تولید در سال	قیمت در سال
سیب	۳۰۰۰ کیلو	۱۰	۳۰۰۰	۱۵	۳۲۰۰	۱۲
لوح فشرده	۲۰۰۰ عدد	۲۰	۱۵۰۰	۲۲	۲۵۰۰	۱۵

فرض کنید ایران یا ایرانیان فقط دو کالا تولید می کنند. برای محاسبه تولید کل (داخلی یا ملی) در سال ۱۳۹۴ مقدار تولید را در قیمت های آنها ضرب، و مجموع ارزش پولی آن را محاسبه می کنیم:

$$70,000 = (10 \times 3000) + (20 \times 2000)$$

واحد پولی

حال همین محاسبه را برای سال ۱۳۹۵ نیز انجام می دهیم:

$$78,000 = (15 \times 3000) + (22 \times 1500)$$

واحد پولی

به ظاهر تولید کل، ۸۰۰۰ واحد افزایش یافته است؛ اما نگاهی به ارقام نشان می دهد تولید سیب نسبت به سال قبل ثابت مانده و تولید لوح فشرده کمتر شده است. در نتیجه انتظار می رفت که بگوئیم تولید کل در مجموع کاهش یافته است؛ اما محاسبه این گونه نشان نداد؛ علت چه بود؟ چون در محاسبه تولید ملی ارزش پولی آنها را با هم جمع زدیم به دلیل افزایش قیمتی که در هر دو محصول پدید آمده بود، خروجی محاسبه، افزایش نشان داد در حالی که اقتصاد طی یکسال گذشته تولید کمتری داشته است.

برای برطرف شدن این مشکل، اقتصاددانان سال معینی را به عنوان «سال پایه» انتخاب می کنند و ارزش تولیدات هر سال را برحسب قیمت کالاها و خدمات در سال پایه (نه سال جاری) محاسبه می کنند؛ بدین ترتیب، اثر تغییرات قیمت در محاسبه تولید کل از بین می رود و تغییرات فقط نشان دهنده تغییر میزان تولید کالاها و خدمات خواهد بود.

در این مثال، اگر سال ۱۳۹۴ را سال پایه در نظر بگیریم، تولیدات سال ۱۳۹۵ را می باید براساس قیمت های سال ۱۳۹۴ ارزش گذاری کنیم. در این صورت تولید کل معادل می شود با

$$60,000 = (10 \times 3000) + (20 \times 1500)$$

واحد پولی

بر این اساس، تولید کل در سال دوم به قیمت جاری برابر با ۷۸۰۰۰ ریال و به قیمت ثابت (با در نظر گرفتن سال اول به عنوان سال پایه)، برابر با ۶۰،۰۰۰ ریال است که به درستی کاهش تولید کل

فعالیت ۴-۵

در جدول ۱، تولید کل سال ۱۳۹۶ را به قیمت های جاری و ثابت محاسبه کنید.

این دقت و توجه، فقط به محاسبه تولید جامعه منحصر نیست بلکه اقتصاددانان در محاسبه سایر شاخص های اقتصادی مثل میزان صادرات، واردات، مصرف و ... نیز به جای متغیرهای با قیمت های جاری (متغیرهای اسمی) از متغیرهای با قیمت ثابت (متغیرهای واقعی یا حقیقی) استفاده می کنند و به همه سیاست گذاران، اهالی رسانه و مردم توصیه می کنند که همیشه و به ویژه وقتی پای مقایسه ای در میان است، همه متغیرهای اقتصادی را به قیمت های ثابت محاسبه و در تحلیل ها وارد کنند؛ چرا که استفاده از متغیرهای اسمی به جای متغیرهای واقعی بسیار غلط انداز است؛ مثلاً اگر در رسانه اعلام شد که صادرات کشور ۲۰٪ افزایش داشته است این اعلام چندان معنادار نیست؛ چرا که معلوم نیست افزایش در وزن و حجم بوده است و یا افزایش به قیمت های جاری یا به قیمت های ثابت سال پایه. چه بسا اگر مثلاً تورم جهانی ۳۰ درصد بوده، و صادرات اسمی ۲۰ درصد افزایش یافته باشد در واقع صادرات واقعی ۱۰ درصد کاهش هم یافته است!

همچنین است حقوق و دستمزدها و میزان سود بانکی یا سودهای سهام در بازار سرمایه که باید آنها را به قیمت های ثابت (تورم در رفته = واقعی) مورد استفاده قرار داد؛ به طور مثال، اگر دستمزد کارکنان دولت ۱۰٪ افزایش یابد و در همان زمان تورم ۱۰٪ باشد، در واقع قدرت خرید واقعی آنان تغییری نکرده است و یا اگر در همان حالت بانک ها به سپرده های مردم ۱۲٪ سود اسمی بپردازند در واقع بعد از کسر تورم ۲٪ سود واقعی داشته ایم.

فعالیت ۴-۶

به سایت مرکز آمار ایران یا سالنامه آماری در کتابخانه عمومی شهر خود مراجعه، و فهرستی از آمارهای اقتصادی تأثیرگذار در زندگی روزمره خودتان را تهیه کنید.

- ۱- دلیل اهمیت آمار و اطلاعات و حسابداری ملی را بیان کنید.
- ۲- فعالیت تولیدی چیست؟
- ۳- چرا در اندازه‌گیری تولید کل جامعه، ارزش کالاهای واسطه‌ای محاسبه نمی‌شود؟
- ۴- برای محاسبه فعالیت‌های تولیدی در حسابداری ملی چه شرایطی لازم است؟
- ۵- چه زمانی استفاده از متغیرهای خالص نسبت به متغیرهای ناخالص برای تحلیل اقتصادی توصیه می‌شود و چه زمانی توصیه نمی‌شود؟
- ۶- چند روش برای محاسبه تولید کل وجود دارد؟ روش ارزش افزوده را در محاسبه ارزش کل تولیدات جامعه شرح دهید.
- ۷- برای جلوگیری از اشتباه ناشی از افزایش قیمت در محاسبه متغیرهای اقتصادی، چه باید کرد؟
- ۸- چرا درآمد سرانه کشورها بهتر می‌تواند توان تولید و یا رفاهی آنها را نشان دهد؟