

اقتصاد به زبان ساده

لس لیوینگستون
ترجمه‌ی شادی صدری

آزاد
اقتصاد

اقتصاد

دین افیون توده هاست.

#مهسا_امینی
#زن_زندگی_آزادی

سعید فرهادی
@degar_goonesh

اقتصاد به زبان ساده

اقتصاد به زبان ساده

نویسنده: لس لیوینگستون

مترجم: شادی صدری

انتشارات دنیای اقتصاد

یادداشت ناشر

این کتاب که نخستین کتاب از «مجموعه آموزش اقتصادی» است، یکی از آسان‌ترین و روان‌ترین متن‌هایی است که درباره اقتصاد نوشته شده است. کتاب برای کسانی نوشته شده است که شوق و تمنای یادگیری علم اقتصاد را دارند اما تقریباً چیزی درباره آن نمی‌دانند. پرسش‌ها و مثال‌هایی که مولف در همه بخش‌های کتاب آورده است، خواننده را با کلیات دانش اقتصادی به همان شیوه‌ای که در دانشکده‌های اقتصادی جهان تدریس می‌شود آشنا می‌کند. در پایان هر فصل، خلاصه‌ای از مباحث مطرح‌شده آورده شده و پس از آن سوال‌هایی طرح شده است تا خواننده را به تکاپو وادار کند و آنچه آموخته است در خاطرش بماند.

بنابراین، این کتاب را باید مقدمه‌ای ضروری و آموزشی مفید برای آشنایی اولیه با علم اقتصاد و دریچه ورود به مباحثی به‌شمار آورد که شرح و بسط آنها به تدریج در کتاب‌های بعدی این مجموعه خواهد آمد. قرار است کتاب‌های این مجموعه، خواننده را به نقطه‌ای برسانند که بتواند کتاب‌های تخصصی اقتصاد را بخواند و علت بسیاری از کشاکش‌های سیاسی زمانه کنونی را بر سر توزیع منابع اقتصادی دریابد. کتاب بعدی این مجموعه «سیاست اقتصادی: شش گفتار درباره سوسیالیسم، کاپیتالیسم، اقتصاد و سیاست» نوشته لودویگ فون میزس است.

پیشگفتار

با وجود هزاران کتاب اقتصادی که در بازار یافت می‌شود، چرا باید این کتاب هم به آنها اضافه شود؟ پاسخ ساده است: بیشتر کتاب‌های اقتصادی، پربرگ و سرشار از آمار و ارقام ریاضی هستند و در آنها از واژه‌های تخصصی علم اقتصاد استفاده شده است که فقط متخصصان از آنها سر در می‌آورند. آن کتاب‌ها برای خوانندگان ناآشنا با علم اقتصاد کسالت‌آورند و خواندنشان دشوار است. بی‌خود نیست که می‌گویند علم اقتصاد، عبوس و خسته‌کننده است.

این کتاب، برخلاف کتاب‌های تخصصی، با زبان ساده نوشته شده و در آن از آمار و ارقام ریاضی و اصطلاحات دشوار و تخصصی خبری نیست و خواندنش لذت‌بخش است. با این حال، همه عقاید و مفاهیم بنیادی علم اقتصاد در این کتاب آمده است. البته این عقاید و مفاهیم با کلمات و عبارت‌هایی آسان توضیح داده شده‌اند. به همین دلیل می‌توان گفت این کتاب کوچک، خلاصه‌ای از همه مباحث مهم اقتصادی را در خود جای داده است و همین دلیلی خوب برای اضافه کردن یک کتاب اقتصادی دیگر به کتاب‌های موجود در بازار است.

لس لیوینگستون^۱

فصل اول: مقدمه

درس اول اقتصاد کمیابی است: چیزی در جهان نمی‌توان یافت که فراوان باشد و نیاز همگان را برآورده کند. درس اول سیاست، نادیده گرفتن درس اول اقتصاد است.

«توماس ساول^۲»

منابع کمیاب

ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که منابع آن محدود و خواسته‌های آدمیانش نامحدود است. اگر منابع نامحدود بود هرگز کسی از گرسنگی نمی‌مرد یا بی‌خانمان و ژنده‌پوش نمی‌شد. همگان به اندازه کافی چیزی برای خوردن و سقفی برای پناه بردن به آن و رختی برای پوشیدن داشتند. بعضی از ما ممکن است چنین وضعی داشته باشیم، اما برای عده زیادی از مردم جهان، اینها رویاهایی دور و دست‌نیافتنی است. عده کثیری از مردم گرسنه‌اند، بی‌خانمانند یا خانه کوچکی دارند و ژنده‌پوشند.

همچنین ما در دنیایی از خواسته‌های نامحدود زندگی می‌کنیم. حتی ثروتمندترین و برخوردارترین آدم‌هایی که در میان ما زندگی می‌کنند، ثروتشان هر قدر هم که باشد، از آنچه آرزویش را دارند کمتر است. برای مثال، مدیران ارشد شرکت انرون ثروت‌هایی باورنکردنی داشتند، ولی باز هم بیش از آن می‌خواستند.^۳ در بیشتر کشورهای در حال توسعه جهان، فقر همه‌گیر و شایع است. در این کشورها فقر قاعده است، نه استثناء.

آمریکا ثروتمندترین کشور دنیاست. با وجود این، در این کشور هم تهیدستانی یافت می‌شوند. همان‌طور که «توی» لابیات‌فروش در فیلم «ویولن زن روی بام» گفت: «هیچ شرم و خجالتی در فقیر بودن نیست، ولی افتخار بزرگی هم نیست. اگر من ثروتمند بودم، آسمان به زمین می‌آمد یا زمین به آسمان می‌رفت؟»

خلاصه اینکه کمبود منابع در سراسر جهان امری عادی است. کمبود منابع در کشورهای در حال توسعه بیداد می‌کند و در کشورهای ثروتمند هم، اگرچه به میزانی کمتر، وجود دارد. در کشورهای فقیرتر کمبود منابع و فقر گسترده توام با

خشونت و بی‌رحمی است. قدرتمندان، ضعیفان را چپاول می‌کنند و گروه‌های جنایتکار با دزدی و تبهکاری روزگار می‌گذرانند. جنگ‌سالاران به بیچارگان ستم می‌کنند و دیکتاتورهای شرور اندوخته‌های ناچیزی را که اتباع بی‌پناهشان با رنج و زحمت بی‌پایان به دست آورده‌اند با بی‌رحمی از آنان می‌ربایند تا این غارتگران در رفاه و تنعم بیاسایند و در بانک‌های سوئیس پول تلنبار کنند.

نظم اجتماعی و شکوفایی اقتصادی

می‌توان پرسید: چه چیزی ایالات متحده و دیگر کشورهای صنعتی را به‌سوی نظم اجتماعی و موفقیت اقتصادی رهنمون شده و چه چیزی کشورهای فقیر را به تهیدستی و هرج‌ومرج و خشونت کشانده است؟ به عبارت دیگر، چگونه بعضی کشورها خود را از تنگنای کمبود منابع و فقر شدید خلاص کرده و به کامیابی و رونق اقتصادی رسیده‌اند؟ پاسخ، حکومت قانون و از جمله حقوق مالکیت پر قدرت است. حکومت قانون و حقوق مالکیت پر قدرت، راه همیاری و مبادله سودمند و آزاد کالاها و خدمات را به روی مردم می‌گشاید. زیرا:

(۱) چنین محیطی دارای نظم و تا حدود زیادی عاری از جرم و فساد است.

(۲) قدرتمندان نمی‌توانند اموال ضعیفان را به راحتی تصاحب کنند.

(۳) مردم چون خاطر جمع هستند که ثمره رنج و کارشان نصیب خودشان می‌شود و بیم این را ندارند که دیگران آن را به یغما ببرند، شوق کار کردن دارند.

(۴) تعهدات و قراردادهای ضمانت اجرا دارند و قابل اعتماد و اتکا هستند.

(۵) دادوستد زمانی رونق می‌گیرد که حق مالکیت افراد بر کالاها روشن و قطعی باشد و صاحبان حق مالکیت بتوانند این حق را با فروش، معاوضه، هبه (بخشش) و اقسام دیگر معامله به دیگری منتقل کنند.

حکومت قانون و حقوق مالکیت پر قدرت

حکومت قانون و حقوق مالکیت پر قدرت موجب رهایی از زورگویی قدرتمندان قانون شکن و دیکتاتورهای غارتگر می شود. این آزادی به مردم امکان می دهد هر انتخابی که مایلند بکنند مشروط به اینکه انتخاب آنها در چارچوب قانون و مقید به رعایت حق آزادی و حق مالکیت دیگران باشد.

انتخاب های آزاد در چارچوب قانون و ملتزم به حقوق مالکیت دیگران، موجب دادوستدهایی میان افراد می شود که طرفین معامله از آن نفع می برند. اینکه هر یک از طرفین معامله در پی سود خود است، مشوق مبادله کالا و خدمات به قصد کسب پول می شود. منفعت شخصی است که انتخاب های افراد و معاملات آنان را رقم می زند. انتخاب های افراد که با انگیزه منفعت شخصی رقم می خورد به اقتصادی کارآمد راه می برد که:

۱- به صورت خودکار و خودجوش تنظیم می شود («دست نامرئی» آدام اسمیت)

۲- هر دادوستد داوطلبانه ای که در آن صورت می گیرد ثروت عمومی را افزایش می دهد. خلاصه اینکه، اقتصاد مطالعه انتخاب های شخصی است که افراد برای پیگیری منافع شخصی به آنها دست می یازند. انتخاب های شخصی افراد نیز که با انگیزه منفعت شخصی شکل می گیرند، مادام که حکومت قانون و حقوق مالکیت پر قدرت جاری است، به نوبه خود باعث افزایش ثروت عمومی می شوند. علت اینکه اعمال حکومت قانون از جمله اجرای حقوق مالکیت پر قدرت به ایجاد نظم اجتماعی و رفاه گسترده می انجامد، همین است. به حکم همین قاعده، فقدان حکومت قانون و عدم اجرای حقوق مالکیت پر قدرت، به فقر و خشونت و بدبختی می انجامد.

کارآمدی

در سطور بالا از اصطلاح «کارآمد» استفاده کردیم. معنی این واژه چیست؟ وقتی که مهندسان از اصطلاح «کارآمد» استفاده می کنند منظورشان این است که بازدهی کار از نیرویی که صرف انجام آن شده بیشتر است. برای مثال اگر در یک فعالیت، انرژی تولید شده بیش از انرژی مصرف شده برای انجام آن باشد، چنین فعالیتی کارآمد است. یعنی بازدهی آن فعالیت بیشتر از نیرویی است که

صرف انجامش شده است. در اقتصاد هم اصطلاح «کارآمد» همین معنی را دارد. برای مثال وقتی که خریدار و فروشنده معامله‌ای می‌کنند هر دو سود می‌برند و اگر غیر از این بود هرگز وارد معامله نمی‌شدند. خریدار و فروشنده هر دو به چیزی بیش از آنچه پیش از معامله داشته‌اند، دست می‌یابند. هنگام معامله ابتدا دو چیز وارد بازار می‌شود. یکی پولی است که خریدار به بازار می‌آورد و دیگری کالایی است که فروشنده به بازار می‌آورد. در پایان معامله هم طرفین دو چیز را از بازار خارج می‌کنند. خریدار در عوض پولش کالایی به خانه می‌برد و فروشنده در عوض کالایش پولی به خانه می‌برد.

آنچه فروشنده و خریدار به بازار برده‌اند با آنچه از بازار برگردانده‌اند به ظاهر برابر است؛ اما در واقع این گونه نیست. زیرا از نظر فروشنده ارزش پولی که به دست آورده از ارزش کالایی که فروخته، بیشتر است و از نظر خریدار ارزش کالایی که به دست آورده از ارزش پولی که پرداخت کرده بیشتر است. اگر غیر از این بود نه صاحب پول حاضر بود پولش را از دست بدهد و نه صاحب کالا حاضر می‌شد کالایش را از دست بدهد. پس فروشنده و خریدار هر دو در این معامله سود کرده‌اند و ارزش آنچه به دست آورده‌اند از نظر خودشان بیشتر از ارزش چیزی است که از دست داده‌اند. چنین معامله‌ای «کارآمد» خوانده می‌شود.

اصطلاح دیگری که اقتصاددانان برای توصیف معامله کارآمد به کار می‌برند، اصطلاح «بهینه پارتو» است. این اصطلاح پس از آن رایج شد که ویلفردو پارتو^۴ اقتصاددان و جامعه‌شناس ایتالیایی نظریه‌ای درباره معاملات و نتایج آنها وضع کرد و در آن توضیح داد که بهترین حالت معامله این است که در آن خریدار و فروشنده هر دو سود ببرند و کسی ضرر نکند. وقتی چنین معامله‌ای صورت می‌گیرد گفته می‌شود معامله مطابق فرمول «بهینه پارتو» یا «بهترین وضع معامله از نظر پارتو» رخ داده است. به عبارت دیگر معامله خوب از نظر پارتو، معامله‌ای است که در فضا و شرایطی انجام نشود که یکی از طرفین سود ببرد و دیگری ضرر کند.

هر معامله داوطلبانه‌ای، کارآمد است (یا مطابق بهینه پارتو شکل گرفته است) چون وضع هر دو طرف معامله، پس از معامله بهتر از وضعی است که قبل از

معامله داشته‌اند. درون هر اقتصادی معاملات پرشمار و گوناگونی رخ می‌دهد. هر یک از این معاملات، که به صورت آزادانه و داوطلبانه انجام شده باشد، معامله‌ای کارآمد یا بهینه است و اگر طرفین همه معاملات با اختیار و آزادی وارد داد و ستد شده باشد، کل این اقتصاد، کارآمد یا بهینه است. علت اینکه گفته می‌شود اقتصاد آزاد، کارآمدترین نظام اقتصادی است، همین است.

بازارهای آزاد و رونق

بازارهای آزاد که در چارچوب حکومت قانون کار می‌کنند، شالوده رونق اقتصادی‌اند. بازارهای آزاد، امکان فعالیت‌های بی‌پایان را برای سرمایه‌های انسانی و مادی فراهم می‌آورند و حکومت قانون از مالکیت خصوصی و حقوق افراد، پاسداری می‌کند. ریچارد رول^۵ و جان تالبوت^۶ در خلال پژوهش‌هایی درباره عوامل تعیین‌کننده درآمد سرانه در کشورهای جهان، به این نتیجه رسیدند که علت ۸۰ درصد تفاوت‌هایی که میان درآمد سرانه کشورهای مختلف برحسب تولید ناخالص ملی^۷ وجود دارد، قوانین و مقرراتی است که دولت‌ها وضع می‌کنند. عوامل سه‌گانه زیر، مهم‌ترین علت‌های شکل‌گیری این تفاوت‌ها هستند:

- «حقوق مالکیت» که پیش‌شرط آن، حکومت قانون پر قدرت و قوه قضائیه مستقل از قدرت سیاسی است؛
- «قوانین و مقررات» که تعیین‌کننده چارچوب‌های کسب و کار است؛
- «بازار سیاه» که تعیین‌کننده میزان فعالیت‌های اقتصادی غیررسمی یا غیرشفاف است.

خلاصه اینکه پژوهش‌های روال-تالبوت، شرحی است بر این موضوع که مردم در جایی سرمایه‌گذاری و کار و مصرف می‌کنند که موانع قانونی کسب و کار کمتر باشد، و مهم‌تر از آن، از حقوق مالکیت به‌خوبی پاسداری شود.

تشویق سرمایه‌گذاری دیرپا و رشد اقتصادی پایدار در گرو پیروی دولت‌ها از سیاست‌گذاری‌های شرافتمندانه، کاهش دادن مقررات دست‌وپاگیر و مهم‌تر از اینها، تضمین امنیت حقوق مالکیت است. جوامع بدون برخورداری از حقوق قانون، نخواهند توانست راه سوءاستفاده‌های شخصی و فساد بخش دولتی را

اقتصاد به زبان ساده | فصل اول: مقدمه

پسندید.

شرایط لازم

همه آنچه تاکنون گفته شد، به چند عامل مهم بستگی دارد. فرض را بر این گذاشته‌ایم که حالت‌های زیر درست هستند:

- هر دسته از کالاها و خدمات، فروشندگان و خریدارانی پرشمار دارد و بدین ترتیب هیچ خریدار یا فروشنده‌ای چنان بزرگ و قدرتمند نیست که بتواند بر قیمت کالاها و خدماتی که در بازار خرید و فروش می‌شوند، تاثیر قاطع بگذارد. به عبارت دیگر، همه خریداران و فروشندگان «قیمت‌پذیر» هستند نه «قیمت‌گذار».

- فروشندگان نمی‌توانند به صورت رسمی یا غیررسمی تبانی کنند و عرضه را کاهش دهند یا قیمت‌ها را بالا ببرند. خریداران هم نمی‌توانند از طریق تبانی، انجمن‌ها و گروه‌های خریداران تشکیل دهند و به وسیله آنها، فروشندگان را با زور و فشار وادار به تخفیف دادن یا اعطای امتیازات دیگری به اعضای خود کنند و چنین تخفیف‌ها و امتیازاتی را از خریداران غیرعضو دریغ کنند.

- همه خریداران و فروشندگان به طور کامل از حقایق مربوط به معاملات خود آگاهی دارند. برای مثال، خریداریک ماشین دست دوم به اندازه فروشنده آن در رابطه وضع آن ماشین خبر دارد (یا می‌تواند با کمک گرفتن از یک مشاور خبره، خبردار شود). یا متقاضی وام بانکی در زمان پر کردن تقاضانامه وام، شرایط مالی خودش را برای بانک به طور کامل و صادقانه توضیح می‌دهد.

- وقتی قصد خرید کالا یا خدماتی داریم، همه فروشندگان همان کالا یا خدمات را می‌فروشند؛ اگر متقاضی خرید کامپیوترهای شخصی و در حال تحقیق درباره آنها باشیم، به کامپیوترهای مشابه و همگن مراجعه می‌کنیم. مثلاً سیستم عامل ویستا با ۲ گیگابایت RAM و ۸۰ گیگابایت hard disk و CD/DVD/ X۲۴ RW optical drives. به عبارت دیگر، سیب را با سیب مقایسه می‌کنیم (کاربران آبل به خود نگیرند، منظورم سیب بود نه آبل).

- فرض بر این است که هزینه معاملاتی صفر است. مثلاً همه خریداران به لحاظ دسترسی به همه فروشندگان وضع یکسانی دارند. پس هیچ خریداری مجبور نیست برای رسیدن به فروشنده راهی درازتر از راه خریداران دیگر بییماید. هیچ

فروشنده‌ای هم خریداران را وادار به پرداخت حق عضویت پیش از خرید نمی‌کند یا موقعی که می‌بیند فروشندگان دیگر، هزینه ارسال دریافت نمی‌کنند، کالایش را رایگان ارسال نمی‌کند.^۹

- چنین شرایطی موجب پدید آمدن وضعی می‌شود که اقتصاددانان آن را «رقابت کامل» می‌نامند. اگر یکی از وضعیت‌های زیرپیش بیاید، رقابت کامل از بین می‌رود: «انحصار کامل طرف عرضه» یا وجود تنها یک فروشنده، «انحصار کامل طرف تقاضا» یا وجود تنها یک خریدار، «انحصار محدود طرف عرضه» یا وجود گروه اندکی فروشنده، «انحصار محدود طرف تقاضا» یا وجود گروه اندکی خریدار. پس در بازاری که فقط یک فروشنده، یک خریدار، چند فروشنده یا چند خریدار حضور داشته باشند، رقابت کامل وجود ندارد.

بازارهایی معدود یافت می‌شود که در آنها رقابت کامل یا نزدیک به کامل وجود دارد. برای مثال، در آمریکا سهام عادی در بازارهایی داد و ستد می‌شود که واقعا رقابت کامل بر آنها حکمفرماست؛ البته شاید به دلیل تفاوت‌های ناچیز هزینه‌های معاملاتی، نظیر حق‌العمل کارگزاران بورس که در معاملات بزرگ درصد کمتری می‌گیرند، نتوان از رقابت کامل و تمام‌عیار سخن گفت.

بیشتر بازارها در منطقه خاکستری سیر می‌کنند، یعنی در آنها رقابت کامل جاری نیست اما در معرض اشکال گوناگون انحصار کامل و انحصار محدود هم قرار ندارند.

این منطقه خاکستری، در نگاه نخست قدری گیج‌کننده به نظر می‌رسد، چون سخن از منطقه‌ای است که در آن هیچ چیز سیاه یا سفید نیست. با این حال، دو عامل وجود دارد که قدری از این گیج‌کنندگی می‌کاهد.

- نخست اینکه انواع انحصار کامل و محدود چه از طرف فروشنده باشد و چه طرف خریدار، ذاتا ناپایدار و گذرا هستند. بازار همواره در حال تحول و تغییر است. برای مثال، زمانی در کشور آمریکا بازار خودرو تحت تسلط سه شرکت بزرگ خودروسازی جنرال موتورز، فورد و کرایسلر بود؛ اما امروزه به علت نفوذ چشمگیر خودروسازان ژاپنی، کره‌ای و آلمانی نظیر تویاتا، هوندا، هیوندایی، کیاموتورز، بی ام و و مرسدس بازارهای خودرو آمریکا رقابتی‌تر شده‌اند. مثال

دیگر، رشد سریع و موفقیت شتابان شرکت‌های جدیدی مانند گوگل، آمازون و هول فودز است. اقتصاد متحول‌شونده ما برای انحصار فروشندگان و خریداران، اعم از نوع کامل یا محدود آنها جای امنی نیست. همیشه رقیبانی بالقوه و تکنولوژی‌هایی نو در گوشه‌وکنار کشورها یافت می‌شوند که انواع انحصارهای فروشندگان و خریداران کنونی را برچینند.

- دومین عاملی که موجب یکسان‌سازی وضع فروشندگان و خریداران می‌شود، پدیده رایج جایگزینی است. تعداد زیادی از کالاها و خدمات، جایگزین‌هایی دارند که بعضی بسیار شبیه این کالاها و خدمات هستند و برخی شباهت کمتری دارند؛ اما همین کالاهای مشابه آن‌قدر توانایی برآورده کردن نیاز متقاضیان را دارند که از تاثیر انواع انحصارات فروشنده و خریدار بکاهند. برای مثال، رادیوهای ماهواره‌ای را در نظر بگیرید که در خودروها از آنها برای شنیدن اخبار و برنامه‌های سرگرمی استفاده می‌شود. در حال حاضر، فقط دو تامین‌کننده خدمات ماهواره‌ای رادیویی در این عرصه فعالند که این دو هم درصدد ادغام و یکپارچه شدن هستند. حال پرسش این است که آیا این وضع انحصار محدود عرضه در حال تبدیل شدن به وضع انحصار کامل عرضه است؟ پاسخ قطعاً منفی است. زیرا این رادیوهای ماهواره‌ای جایگزین‌های پرشماری دارند: امواج رادیویی AM و FM و HD و ضبط‌صوت‌هایی که قابلیت پخش کاست و CD و MP3 دارند.

این جایگزین‌ها، قدرت رادیوهای ماهواره‌ای را برای تحمیل انحصاری قیمت به مصرف‌کنندگان، به شدت کاهش می‌دهند.

نیروهایی که بازارها را به سوی رقابت می‌رانند

در اقتصاد تحول‌یابنده ما، هیچ جای امنی برای انحصار کامل فروش، انحصار کامل خرید، انحصار محدود فروش یا انحصار محدود خرید یافت نمی‌شود. حتی اگر رقابت‌کنندگان بالقوه اندک‌شمار و تکنولوژی‌های نو بسیار ناچیز باشند، و در عین حال جایگزین‌های مناسبی هم پیدا نشوند، باز هم سایه شکست انحصار در گوشه‌وکنار بالای سر بازیگران اقتصادی در حرکت است. سرنوشت صنایع غذایی «کریپسی کرم»^۹ که تولیدکننده دونات‌هایی با ترکیبات

چربی و کربوهیدرات‌های مغذی است، مثال خوبی برای این بحث است. این شرکت از شرکت‌های «آتکینز»^۱ و «ساوت بیچ»^۲ که پروتئین غذاهایشان بیشتر بود، عقب افتاد. برخی از کالاها که با آنها بزرگ شده‌ایم، جای خود را به کالاهایی دیگر داده‌اند: با آمدن تلفن‌های همراه، تلفن‌های همگانی کنار خیابان‌ها منسوخ شده‌اند؛ لوح‌های فشرده (CD) جای خود را به MP۳ داده‌اند و حتی سینما و تئاتر، میدان را به نمایش‌های خانگی از طریق DVD و اینترنت واگذار کرده‌اند.

این درست است که شاید در بسیاری از بازارها رقابت کامل به صورت تمام‌عیار جاری نباشد، اما نیروهای فراوانی در کارند که مدام بازارها را به سوی رقابت کامل می‌برند. در نتیجه، پیش‌فرض‌هایی که رقابت کامل، بر آنها استوار است، ممکن است در همه حال صادق نباشند اما در غالب موارد صادقند. بنابراین در کشورهایی مانند ایالات متحده، بازارها منطقی‌تر به سوی اقتصاد آزاد سیر می‌کنند و اقتصاد ما منطقی‌تر به سوی کارآمدی می‌رود.

اقتصاد آمریکا رقابتی است. مثلاً از سی شرکت بورسی که در آغاز زیرمجموعه شاخص گروه صنعتی داو جونز بودند، اکنون فقط یکی از آنها یعنی شرکت جنرال الکتریک جزو این شاخص باقی مانده است. همچنین تنها ۱۰ درصد از شرکت‌های زیرمجموعه موسسه اعتبارسنجی استاندارد اند پورز، در طول سال، مبنای ارزیابی شاخص سهام قرار می‌گیرند.

برخی کشورها بدان علت بسیار ثروتمندند که شهروندانشان تحت لوای حکومت قانون زندگی می‌کنند و حقوق مالکیت در آنها با قدرت اعمال می‌شود، و در عین حال در معرض مقررات زائد دولتی قرار ندارند.^{۱۲} در مقابل، کشورهایی هم هستند که در آنها حکومت قانون یا کمرنگ است یا اصلاً وجود ندارد و حقوق مالکیت در آنها مبهم و غیرقابل اتکا است و دولت‌ها همه چیز را زیر سیطره مقررات خود درآورده‌اند و موجب فقر مردم شده‌اند.^{۱۳}

چنین کشورهای فقرزده‌ای در آفریقا و آسیا و آمریکای لاتین، فراوان یافت می‌شود. این کشورهای فقیر تا نتوانند حکومت قانون برپا کنند و حق مالکیت نیرومندی را به کرسی بنشانند و مقررات پر شمار و دست‌وپاگیر دولتی را کاهش دهند از این ورطه فقر خارج نخواهند شد.

چکیده فصل

- بیشتر بخش‌های جهان گرفتار کمیابی شدید منابع و فقر بنیانی هستند.
- بعضی کشورها کارهایی کرده‌اند که از دامنه کمیابی منابع کاسته‌اند و به کامیابی‌های بیشتری دست یافته‌اند.
- کشورهای کامیاب با برقرار کردن حکومت قانون و حقوق مالکیت استوار به چنین موقعیتی دست یافته‌اند.
- مردمی که زیر لوای حکومت قانون زندگی می‌کنند و از حقوق مالکیت برخوردارند، آزادانه انتخاب می‌کنند و ثروت‌های فردی و جمعی را افزایش می‌دهند.
- نتیجه حکومت قانون و حقوق مالکیت، اقتصاد رقابتی و کارآمد است که در چارچوب آن معاملاتی انجام می‌شود که موجب بهبود وضع طرف‌های معامله می‌شود.

پرسش‌هایی برای مباحثه

(۱) بانوی ثروتمندی به نام جین گودپرسن ۱۰۰ میلیون دلار برای احداث ساختمان دانشکده بازرگانی به یک دانشگاه دولتی اهدا کرد. نام این دانشکده را به احترام او گذاشته‌اند: جین گودپرسن. فکر می‌کنید خانم گودپرسن با انگیزه‌های بشردوستانه این کمک را کرده یا دنبال نفع شخصی بوده است؟

(۲) تصور کنید کشور فرضی ارهون در واشنگتن سفارتخانه دارد. روزی سفیر این کشور فرضی با خودرو خود در واشنگتن با سه برابر سقف سرعت مجاز در حال رانندگی است. ناگهان خودرو تغییر مسیر می‌دهد و در حاشیه خیابان با سه نفر برخورد می‌کند. دو نفر کشته می‌شوند و یک نفر به شدت زخمی می‌شود. افسری که شاهد این فاجعه بوده است، از صادر کردن احضاریه برای راننده خودداری می‌کند چون خودرو شماره دیپلماتیک و سفیر مصونیت دیپلماتیک دارد. آیا این نشان‌دهنده این است که حکومت قانون در آمریکا ضعیف است یا اینکه مصونیت دیپلماتیک در آمریکا با حکومت قانون سازگار است؟

(۳) پنج هزار ژنده‌پوش در منطقه قدیمی و مخروبه شهر گوتام زندگی می‌کنند. کسی به شورا مراجعه می‌کند و خواستار اجازه تخریب بافت‌های فرسوده آن منطقه و احداث ساختمان‌های مجلل و گران در آنجا می‌شود. سرمایه‌گذاران این طرح از شورای شهر می‌خواهند تملک و اداره این منطقه را به آنها بسپارد تا بتوانند بافت‌های فرسوده را تخریب کرده و در قالب چند شهرک مجزا نوسازی کنند. اگر این طرح اجرا شود مالیاتی که شورای شهر از شهرک‌های جدید اخذ می‌کند سه برابر مالیاتی خواهد بود که ساکنان خانه‌های کنونی این منطقه می‌پردازند. حال با این اوصاف اگر شورای شهر از اختیارات خود برای (اخراج ساکنان خانه‌های کهنه و) واگذاری این منطقه به سرمایه‌گذاران استفاده کند، آیا این معامله با بهینه پارتو در زمینه معاملات اقتصادی همخوانی دارد؟ آیا چنین کاری از منظر مفهوم حقوق مالکیت، موجه است؟

(۴) آیا معنای آموزه «نفع شخصی» این است که افراد بدان جهت در پی کسب پول هستند که بتوانند مهار زندگی خود را محکم کنند، یا توانایی خود را برای انتخاب‌های آزادانه افزایش دهند یا اینکه نفع شخصی چیزی نیست مگر حرص

ورزیدن؟

۵) مرکز شهر مدام در حال شلوغ‌تر شدن است و کار به جایی رسیده که جایی برای متوقف کردن خودروها باقی نمانده است. شورای شهر باید چه کند؟ آیا باید به هزینه شهرداری، توقفگاه‌های رایگان بسازد؟ توقفگاه‌هایی درست کند که مردم با پرداخت هزینه از آن استفاده کنند؟ یا باید کاری نکند و مشکل را به حال خودش رها کند؟ لندن امروزه برای حل این مشکل از کسانی که خودرو خود را وارد محدوده مرکزی شهر می‌کنند وجوهی دریافت می‌کند. آیا این روش خوبی برای حل مشکل ازدحام و ترافیک است یا نه؟

فصل دوم: تقسیم کار تخصصی، تجارت و تولید

تقسیم کار تخصصی، وابستگی مستقیم همگان را به فعالیت‌های مکمل دیگران، افزایش می‌دهد.

«گئورگ زیمل^{۱۴}»

زندگی خودکفا

در دوران کودکی‌ام، در مزرعه‌ای زندگی می‌کردم که پدر و مادرم در آن گله‌های گاو شیری و گوشتی پرورش می‌دادند. خوب یادم می‌آید که گاوها و گاو میش‌ها را می‌دوشیدیم و شیر و سرشیر و کره و خامه و دوغ و پنیر تولید می‌کردیم که بخشی از آن را خودمان مصرف می‌کردیم و بیشتر آن را می‌فروختیم. همچنین، در خاطرمان مانده که پدرم گاو میش‌ها را کشان‌کشان از رودخانه بیرون می‌کشید و کمکشان می‌کرد گوساله‌شان را به دنیا بیاورند. حتی به حیوانات بیمار آسپرین می‌خوراند و این کار را با ریختن پودر آسپرین به وسیله لوله‌هایی که با روزنامه‌های کهنه درست می‌کرد، انجام می‌داد. یک سر لوله را در دهان گاوها و گاو میش‌ها می‌گذاشت و خودش از سر دیگر، پودر آسپرین را به دهان حیوانات فوت می‌کرد. پدرم به شوخی می‌گفت که خیلی مهم است که موقع خوراندن دارو به گاوها، فوت اول را ما بکنیم. اگر به هر علتی گاو فوت اول را می‌کرد پدرم ناچار می‌شد با این فوت مقدار زیادی آسپرین مرحمتی گاو را ببلعد.

همچنین به خاطر دارم که سبزیجات و میوه هم می‌کاشتیم و گوشت قرمز و گوشت سفید خودمان را از فروش گاو و مرغ و بوقلمون تامین می‌کردیم و مقداری از میوه و سبزیجات را کمپوت و مربا و مقداری را برای زمستان خشک می‌کردیم. روی پشت بام پارچه‌ای پهن می‌کردیم و میوه و سبزی را روی آن می‌چیدیم تا با حرارت آفتاب خشک شود، پارچه‌ای هم روی آن می‌کشیدیم که از دسترس پرندگان دور بماند. هیزم اجاقمان را خودمان می‌شکستیم و انبار می‌کردیم و آب را با تلمبه از چاه می‌کشیدیم.

خلاصه اینکه بیشتر مایحتاج خود را خودمان می‌کاشتیم و پرورش می‌دادیم. پدر و مادرم از کله سحر تا سر شب در مزرعه و گاهی هم تا پاسی از شب در خانه

اقتصاد به زبان ساده | فصل دوم: تقسیم کار تخصصی...

کار می کردند. کارهای فراوانی بود که باید انجام می شد و حتی تعطیلات آخر هفته فرصت استراحت نبود، زیرا گاوها و گاو میش ها که نمی دانستند روزهای آخر هفته برای استراحت و تجدید قواست. در این روزها هم خودشان را به رودخانه می زدند و زایمان می کردند و باید کسی عین روزهای کاری هفته به آنها غذا می داد و شیرشان را می دوشید.

با وجود این همه خودکفایی، باز هم ناگزیر بودیم کالاهای پرشماری را که خودمان توان تولیدشان را نداشتیم، مانند قابلمه، ماهیتابه، کفش، لباس، ماشین آلات و ابزار، خودروهای سواری و باری و امثال اینها را از دیگران بخریم. پدر و مادرم زیاد کار می کردند اما همه چیز نداشتند و بی نیاز نبودند. خودکفا بودن از بعضی جهات بسیار رضایت بخش است، اما با وجود این رضایتمندی، موجب خلق ثروت فراوان نمی شود؛ زیرا خودکفایی لزوماً موجب کارآمدی نمی شود. همه کاره بودن یعنی تبحر نداشتن در هیچ کاری. همه کاره بودن، اساساً نمی تواند کارآمدی بیاورد. پایان راه خودکفایی، تهیدستی است.

تقسیم کار تخصصی

دیری است که همه پذیرفته اند تقسیم کار تخصصی، از پراکنده کاری و پخش کردن توانایی ها در کارهای مختلف، کارایی بیشتری دارد. «آدام اسمیت»، برای توضیح دادن تقسیم کار تخصصی، یک کارخانه میخ سازی را مثال می زند:

یکی سیم را از کلافش بیرون می کشد، دیگری آن را صاف می کند، سومی تکه تکه اش می کند، چهارمی سیم را نوک دار می کند، پنجمی نوک را می ساید و تیزش می کند. نوک دار کردن میخ دو سه مرحله کار دارد. دسته کردن و کنار هم چیدن میخ ها خودش کاری است و براق کردن آنها کاری دیگر. حتی کاغذپیچ کردن آنها هم خودش کاری است...

اسمیت دریافته بود که ۱۰ کارگر متخصص که هر کدام یکی از مراحل کار را انجام می دهند، هر روز مجموعاً ۴۸۰۰۰ میخ تولید می کنند اما کارگری که همه کارها را خودش انجام می دهد شاید روزی ۲۰ میخ تولید کند که این رقم با میانگین تولید هر کارگر در جریان تقسیم کار (۴۸۰۰ میخ) فاصله زیادی دارد.

هیچ یک از ما نمی توانیم همه چیزهای مورد نیاز خودمان را به تنهایی بسازیم.

اقتصاد به زبان ساده | فصل دوم: تقسیم کار تخصصی...

بلکه به جای چنین کاری، در حوزه محدودی متخصص می‌شویم و در همان حوزه تولید می‌کنیم. سپس درآمد حاصل از این تولید را صرف خرید کالاها و خدمات پرشمار و متنوعی می‌کنیم که دیگران ساخته‌اند. همین تخصصی شدن کارهاست که به هریک از ما امکان می‌دهد آنچه را خود تولید کرده‌ایم با تولیدات دیگران معاوضه کنیم.

البته ما از روزگاری که آدام اسمیت از تقسیم کار تخصصی در کارخانه میخ‌سازی مثال می‌زند تاکنون، راه درازی طی کرده‌ایم. در گذشته وقتی سخن از تخصص در میان بود، از پزشک و دندانپزشک و حقوقدان و حسابدار و فیزیوتراپیست سخن گفته می‌شد؛ اما امروزه کارها بسیار تخصصی‌تر شده است و معنای تخصص این گونه است:

- از پزشک سخن نمی‌گوییم بلکه از پزشک اطفال، جراح ستون فقرات و پزشک متخصص پوست حرف می‌زنیم.

- نمی‌گوییم دندانپزشک، بلکه از جراح لثه، دندانساز و متخصص کاشت دندان سخن می‌گوییم.

- به جای سخن گفتن از وکیل از وکیل دعاوی، وکیل خانواده و وکیل متخصص در امور مستغلات سخن می‌گوییم.

- به جای حسابدار، حالا از حسابرس، حسابدار مالیاتی و حسابدار جرم‌شناس سخن می‌گوییم.

- به جای فیزیوتراپیست هم از فیزیوتراپ ورم، فیزیوتراپ آسیب ورزشی یا فیزیوتراپ یوگا سخن می‌گوییم.

اقتصاد به زبان ساده | فصل دوم: تقسیم کار تخصصی...

با تخصصی شدن و جزء جزء شدن کارها، وابستگی همگان به فروش آنچه تولید می کنند و خرید آنچه برای مصرفشان نیاز دارند، بیشتر می شود. فعالیت اقتصادی اساساً چیزی نیست مگر داد و ستدهای داوطلبانه دارایی افراد. مالکان دارایی ها، آن بخشی از حق مالکیت خود را که برایشان ارزش کمتری دارد با چیزهایی که برایشان ارزش بیشتری دارد معاوضه می کنند. چیزی که برای یکی ارزش بیشتری دارد ممکن است برای دیگری ارزش کمتری داشته باشد. همین وضع است که اولی را تشویق به خرید می کند و دومی را تشویق به فروش. این تفاوت ارزش گذاری افراد است که موجب سر گرفتن داد و ستد می شود. تجارت، وضع هر دو طرف معامله را بهتر می کند. به عبارت دیگر، تجارت ثروت می آفریند. ثروت هر آن چیزی است که افراد برای آن ارزشی قائلند. بنابراین، ثروت اساساً مفهومی ذهنی است. ثروت چیزی است که در چشم خواهنده اش ارزشمند باشد.

ثروت

خلاصه مباحث بالا این است که بعضی کالاها یا خدمات ممکن است برای برخی افراد بیشتر از دیگران ارزش داشته باشد و همین اختلاف ارزش گذاری باعث می شود این افراد کالاها و خدمات خود را با کالاها و خدمات دیگران مبادله کنند. هر یک از طرفین مبادله چیزی به دست می آورد که بر ثروت و دارایی اش می افزاید. همه مبادلات آزاد، باعث افزایش ثروت طرفین مبادله می شود. این یک کنش برد-برد است. همه برنده می شوند و هیچ کس بازنده نمی شود. مبادله، مولد ثروت است. جوامعی که حقوق مالکیت روشن دارند و مبادله کالاها و خدمات در آنها با محدودیت های کمتری مواجه است، ثروتمندتر از جوامعی هستند که حقوق مالکیت آنها ناشفاف است و مبادله در آنها با موانعی مواجه است. تقسیم کار تخصصی مرهون مبادله است و مبادله مرهون تقسیم کار تخصصی.

ثروت حاصل مبادله و مبادله حاصل تقسیم کار تخصصی است. زیرا تقسیم کار تخصصی موجب می شود افراد به جای اینکه همه مایحتاج خود را بسازند، بخشی از آن را از دیگران بخرند. همچنین کارایی تقسیم کار تخصصی بیش از

اقتصاد به زبان ساده | فصل دوم: تقسیم کار تخصصی...

خودکفایی است و پرداختن به یک کار تخصصی، ثروت بیشتری نصیب افراد می‌کند تا اینکه خودشان بخواهند همه چیز را تولید کنند. شکوفا شدن مبادله و تجارت در گرو مصونیت داشتن در برابر غارتگری جنایتکاران و رهایی از جبر و زور دیکتاتورهاست. انتخاب آزاد مستلزم حکومت قانون و اعمال استیفای حقوق مالکیت افراد است که فرجامش رونق و شکوفایی جامعه است. آنچه اینجا گفته شد تاکید و تصدیق مباحث فصل اول بود: حکومت قانون و از جمله حقوق مالکیت اطمینان بخش، شالوده رشد و شکوفایی اقتصادی است.

چکیده فصل

- تقسیم کار تخصصی، بیش از خودکفایی راه افراد را به سوی تولید بیشتر و کسب ثروت بیشتر می‌گشاید.
- هرچه کار افراد تخصصی‌تر می‌شود، برای تامین نیازهایشان به دیگران وابسته‌تر می‌شوند.
- وقتی حکومت قانون برپا باشد و حقوق مالکیت محترم شمرده شود، راه افراد برای پرداختن به کارهای تخصصی هموارتر می‌شود و می‌توانند با انتخاب‌های آزاد خود موجب افزایش ثروت‌های فردی و اجتماعی شوند.
- حکومت قانون و برخورداری از حق مالکیت به اقتصاد رقابتی و کارآمد می‌انجامد و در چنین فضایی سود طرفین معاملات افزایش می‌یابد.

پرسش‌هایی برای مباحثه

- برخی افراد مشاغل تخصصی را رها می‌کنند و به حومه‌های شهرها یا روستاها کوچ می‌کنند تا در جای جدید زندگی ساده‌ای داشته باشند و غذایشان را خود تولید کنند، پوشاکشان را خودشان ببافند یا بدوزند و در یک کلام به دامن طبیعت بازگردند. آیا چنین انتخابی، از جنبه اقتصادی بهینه است؟ اگر پاسخ مثبت است، چطور می‌توان گفت کسی که با محروم کردن خود از خودرو و کامپیوتر و موبایل و تبلت و تلویزیون، سطح زندگی‌اش را تنزل داده، انتخاب بهینه کرده است؟ اگر پاسخ منفی است، آیا انتخاب چنین کسانی، خلاف منافع شخصی‌شان است؟

- بعضی می‌گویند تقسیم کار تخصصی، مرز ندارد و می‌تواند تا جزئی‌ترین وضع

اقتصاد به زبان ساده | فصل دوم: تقسیم کار تخصصی...

پیش برود. مثلاً می‌پرسند اشکالی دارد که تخصص گوش و حلق و بینی به اجزای ریزتری مانند متخصص گوش چپ و سوراخ چپ بینی هم تقسیم شود؟
- کدام گروه از افراد زیر بیشتر احتمال دارد به مشاغل تخصصی بپردازند؟

الف) کسانی که در کشورهای در حال توسعه زندگی می‌کنند یا کسانی که در کشورهای صنعتی زندگی می‌کنند؟

ب) ساکنان شهرها یا ساکنان حومه‌ها و مناطق روستایی؟

ج) ساکنان مناطق معتدل یا کسانی که در آب و هوای گرمسیری زندگی می‌کنند؟

- هرچه کار کسی تخصصی‌تر شود وابستگی‌اش به دیگران در هر دو زمینه خرید و فروش بیشتر می‌شود. چنین تخصصی‌شدنی، انتخاب‌های این فرد را افزایش می‌دهد یا کاهش؟ چگونه می‌شود میان تخصص و وابستگی، تعادل و توازن برقرار کرد؟

- بین تقسیم کار تخصصی و حکومت قانون و حقوق مالکیت چه رابطه‌ای برقرار است؟

فصل سوم: تقاضا برای کالاها و خدمات

همان اندازه که حقیقت کمیاب است، عرضه همیشه از تقاضا بیشتر است.

«جاش بیلینگز»^{۱۵}

خواسته‌ها یک چیزند و تقاضا چیزی دیگر

همین اول کار باید منظورمان را از «تقاضا» صریح و روشن بیان کنیم. تقاضا یعنی مقداری از کالایی خاص که افراد با پرداختن قیمتی معین می‌خرند. توجه داشته باشید که تقاضا مقدار کالایی نیست که افراد به آن نیاز دارند یا آرزو می‌کنند داشته باشند.

شاید کسی خواسته‌ها و نیازهایی مبرم داشته باشد اما خواسته و نیاز او در عالم واقع به خرید کالاها و خدمات ختم نشود. به قول معروف «اگر آرزوها اسب بودند، گداها هم سوارکار می‌شدند».^{۱۶} خواهند گان کالاها و خدمات نمی‌توانند آنچه را که توان پرداخت هزینه‌اش را ندارند بخرند. بنابراین نیازها و خواسته‌ها، تقاضای موثر نیستند. تقاضای موثر یعنی فقط مقدار واقعی خریداری شده. این را هم در نظر داشته باشید که مقادیری که افراد خریداری می‌کنند، ثابت نیست بلکه بسته به اینکه قیمت چه باشد فرق خواهد کرد.

پس در اقتصاد، مقداری که خریداری می‌شود هرگز ثابت نیست بلکه همواره وابسته به قیمت است. به این نکته مهم توجه داشته باشید که مردم در گفتگوهای روزانه‌شان درباره «تقاضا» طوری سخن می‌گویند که گویی تقاضای کالاها و خدمات، مقدار ثابتی است. مثلاً می‌گویند: تقاضا برای خودروهای لکسوز زیاد است، یا تقاضا برای خودروهای ناشناخته‌تر، کمتر است. گفتن چنین سخنی در گفتگوهای معمولی شاید مشکلی ایجاد نکند، اما آنگاه که بحث‌های جدی درباره قوانین اقتصادی در میان است، چنین سخنان مبهمی بیانگر چیزی نیستند.

مقدار تقاضا، به قیمت کالا یا خدمات مورد تقاضا بستگی دارد، زیرا کالاها کمیاب هستند. اگر عرضه همه کالاهای مورد تقاضا نامحدود بود همه می‌توانستند هر آنچه را می‌خواهند به دست آورند و دیگر کسی حاضر نبود برای تهیه کالاها، پشیزی بپردازد. مثلاً امروزه هوای مورد نیاز برای تنفس را به وفور

در اختیار داریم و بابت آن پولی نمی‌پردازیم. اما اگر هوا کمیاب شود، وضع این‌گونه نمی‌ماند. مثلا اگر آلودگی هوا بسیار شدید و تنفس ناممکن شود، شاید مجبور به خرید ماسک‌های تصفیه هوا شویم. مثال دیگر اینکه مبتلایان به بیماری‌های قلبی و تنفسی حاضرند برای خرید اکسیژن پول بپردازند. پس آن چیزی که قیمت را تعیین می‌کند، کمیابی است.

سه‌میه‌بندی

کمیابی یعنی اینکه برخی کالاها و خدمات آن‌قدر فراوان نیستند که نیاز همگان را برآورده کنند. این وضع، سه‌میه‌بندی را ضروری می‌کند. سه‌میه‌بندی را می‌توان به روش‌های زیر اعمال کرد:

- با جیره‌ای که دولت‌ها تعیین می‌کنند (مثلا هر نفر یک جفت کفش در سال). این روش را کشورهای درگیر جنگ جهانی دوم و اتحاد شوروی و رژیم‌های کمونیستی در دوران صلح به کار بستند.

- سه‌میه‌بندی مبتنی بر زد و بند و خاصه‌خواری. وقتی این روش جاری است، اعضای طبقه حاکمه یا نخبگان سیاسی از زد و بندها منتفع می‌شوند اما اکثر اعضای جامعه هیچ‌چیز یا تقریبا هیچ‌چیز نصیبشان نمی‌شود. مثلا در اروپای قرون وسطی، بارون‌ها و اسقف‌ها از مواهب زیادی برخوردار می‌شدند اما مردم عادی با پس‌مانده‌های دیگران، روزگار می‌گذراندند. [@degar_goonesh](https://t.me/degar_goonesh)

- سه‌میه‌بندی از طریق سازوکار قیمت‌ها. کمیابی موجب افزایش قیمت می‌شود و فقط کسانی می‌توانند به کالاهای کمیاب دست یابند که بتوانند قیمت آنها را بپردازند. هرگاه میزان عرضه کالا از میزان تقاضای آن با قیمت موجود کمتر شود، قیمت کالا افزایش می‌یابد. این افزایش قیمت به کاهش تقاضا می‌انجامد و عرضه را از تقاضا بیشتر می‌کند و این وضع آن‌قدر ادامه می‌یابد تا مقدار عرضه و تقاضا با قیمت جدید برابر شود.

سه‌میه‌بندی با روش جیره‌بندی کردن، ناکارآمد است، زیرا آزادی انتخاب افراد را محدود می‌کند و باعث فساد، جرم، بازار سیاه و راه‌های دیگر دوشیدن منابع دولت می‌شود. فرجام چنین وضعی، اقتصاد ناکارآمد و غیرمولدی است مانند آنچه در فروپاشی اتحاد شوروی سهم به‌سزایی داشت. تجربه اقتصاد اتحاد

اقتصاد به زبان ساده | فصل سوم: تقاضا برای کالاها و...

شوروی، نشان داد که آن اقتصاد توانایی تامین منابع کافی برای رقابت نظامی با آمریکا را نداشت. همین ناتوانی بود که به «جنگ سرد» پایان داد و اتحاد شوروی را به فروپاشی کشاند.

سهمیه‌بندی مبتنی بر زد و بند و خاصه‌خواری هم انگیزه‌های سخت‌کوشی و خلاقیت افراد عادی جامعه را از بین می‌برد، زیرا در چنین نظامی آنچه افراد عادی با سخت‌کوشی و خلاقیت تولید می‌کنند به قبضه نخبگان حاکم در می‌آید و افراد مولد و خلاق درمی‌یابند میان خودشان و افراد غیرمولد و غیرخلاق فرقی نیست.

سه‌میه‌بندی مبتنی بر زد و بند و خاصه‌خواری معمولا در کشورهایی یافت می‌شود که دیکتاتورها بر آن حکم می‌رانند یا تحت سلطه سختگیرانه نخبگان حاکم قرار دارند و فساد در آنها به شدت رواج دارد. در همه این اشکال سه‌میه‌بندی مبتنی بر زد و بند و خاصه‌خواری اقتصاد به غایت ناکارآمد است و میانگین درآمد سرانه بسیار پایین است.

سه‌میه‌بندی از طریق سازوکار قیمت‌ها کارآمد است. زیرا این روش موجب مبادلات داوطلبانه می‌شود که نتیجه‌اش افزایش ثروت همه طرف‌های مبادله و کارآمد شدن اقتصاد است. «قیمت‌ها اساسا سه کارکرد دارند. نخست اینکه قیمت‌ها موجب انتقال اطلاعات می‌شوند. این کارکرد قیمت‌ها برای ایجاد هماهنگی اقتصادی، حیاتی است. قیمت‌ها، اطلاعات مربوط به ذائقه مصرف‌کننده و منابع اقتصادی موجود و امکان‌های تولید را منتقل می‌کنند. کارکرد دوم قیمت‌ها این است که افراد را به گزینش کم‌هزینه‌ترین روش‌های تولید و بهترین بهره‌برداری‌ها از منابع موجود ترغیب می‌کنند. کارکرد سوم قیمت‌ها که نتیجه دو کارکرد دیگر است این است که مقرر می‌دارد چه کسی، چه چیزی را و به چه مقدار به دست آورد و این یعنی توزیع درآمد.»^{۱۷}

قانون تقاضا

افراد با تعدیل مقدار خریدشان به تغییرات قیمتی واکنش نشان می‌دهند. این کنش و واکنش در چارچوب قاعده‌ای انجام می‌شود که به عنوان «قانون تقاضا» شناخته می‌شود که مطابق آن هرگاه قیمت‌ها افزایش می‌یابد، مصرف‌کنندگان از مقدار خرید خود می‌کاهند و هرگاه قیمت‌ها کاهش می‌یابد بر مقدار خرید خود می‌افزایند. این قانون، مسائلی مانند این را هم توضیح می‌دهد که بیشتر افراد بدان جهت به جای مرسدس بنز، تویوتا کمری می‌خرند که هزینه تامین دومی کمتر است. به همین ترتیب علت این را که فروشگاه وال-مارت، بیشتر از فروشگاه تیفانی جواهرات می‌فروشد، توضیح می‌دهد. «قانون تقاضا» را با مثال زیر می‌توان نشان داد:

مثلا تقاضا برای برنامه‌های کامپیوتری با قیمت‌های مختلف می‌تواند مطابق جدول زیر باشد.

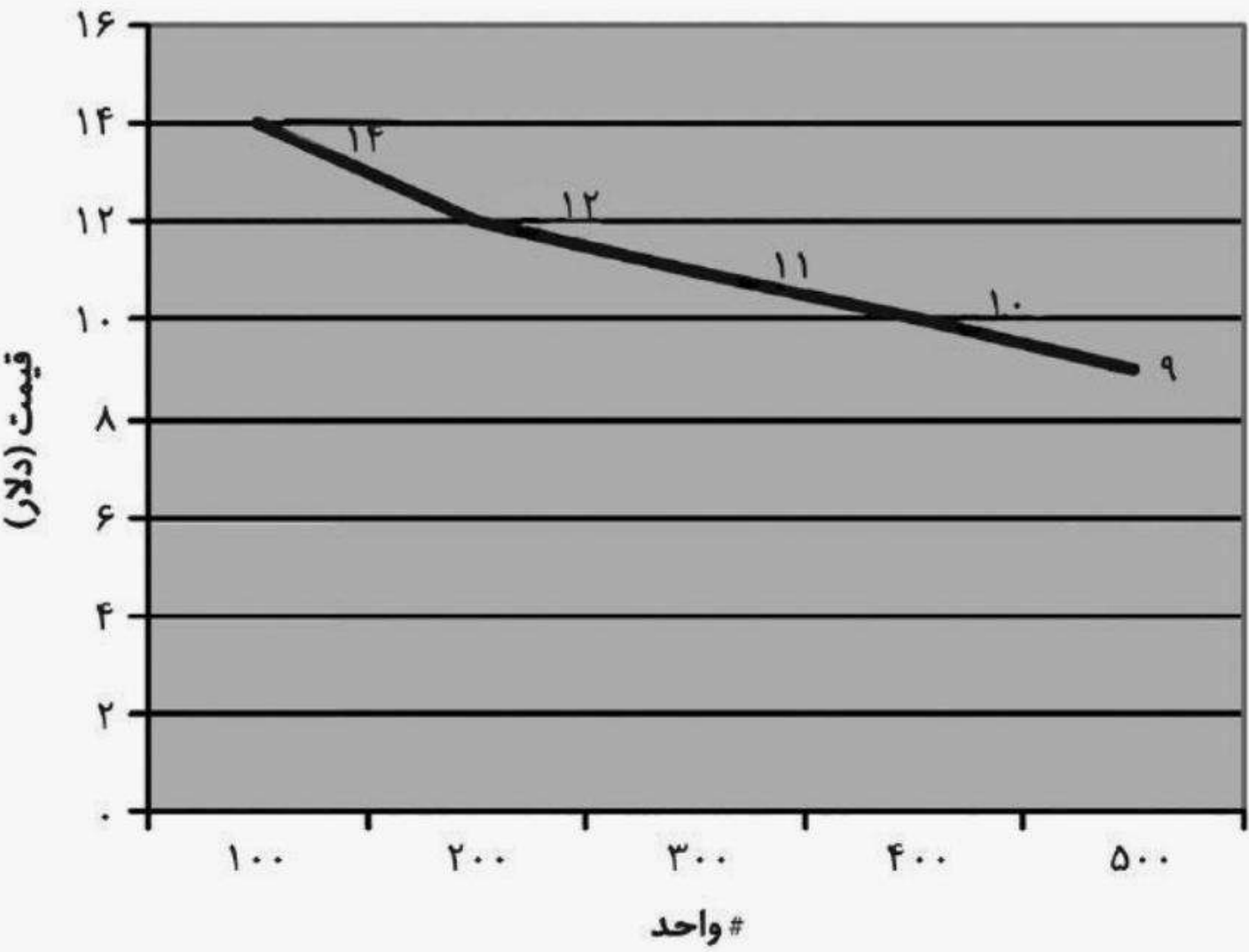
اقتصاد به زبان ساده | فصل سوم: تقاضا برای کالاها و...

تعداد تقاضا	قیمت هر برنامه
۱۰۰	۱۴ دلار
۲۰۰	۱۲ دلار
۳۰۰	۱۱ دلار
۴۰۰	۱۰ دلار
۵۰۰	۹ دلار

جدول ۱-۳

محاسبه هزینه کل هریک از مقادیر یاد شده یا منحنی تقاضا را می توان در قالب نمودار زیر یا منحنی تقاضا نشان داد.

نمودار ۱-۳



نمودار ۱-۳

کشش قیمتی تقاضا

قیمت کالاها و خدمات ممکن است بالا و پایین برود. پس این پرسش پیش

می‌آید که تغییر قیمت به چه طریقی بر مقدار خرید کالا تاثیر می‌گذارد. از تقسیم درصد تغییر کل مقدار خریداری شده بر درصد تغییر قیمت، عددی به دست می‌آید که «کشش قیمتی تقاضا» نامیده می‌شود. مثلاً اگر قیمت بنزین ۲۵ درصد افزایش پیدا کند، رفت و آمدهای غیر ضروری با خودروهای شخصی احتمالاً کمتر می‌شود و خرید بنزین ۱۵ درصد کاهش می‌یابد.

در این صورت، کشش قیمتی تقاضا عبارت است از ۱۵ درصد (درصد تغییرات در کل مقدار خریداری شده) تقسیم بر ۲۵ درصد (درصد تغییرات قیمت) که حاصل آن ۰.۶ درصد است. اگر این عدد بیش از یک باشد گفته می‌شود تقاضا باکشش است (یعنی اگر قیمت افزایش یابد، تقاضا کم می‌شود) و اگر این عدد کمتر از یک باشد گفته می‌شود تقاضا بی کشش است (یعنی اگر قیمت افزایش یابد، تقاضا ثابت می‌ماند یا تغییر ناچیزی می‌کند). در مثال بالا که خارج قسمت درصد تغییر تقاضا بر درصد تغییر قیمت، ۰.۶ درصد است، تقاضا بی کشش است.

به طور کلی، تقاضای باکَشش مربوط به کالاهای غیرضروری مصرف کنندگان است که اگر قیمت آنها به طرز چشمگیری افزایش یابد، کاهش تقاضای آن هم زیاد است. از طرف دیگر، تقاضای بی کشش مربوط به کالاهای ضروری مصرف کنندگان است که اگر قیمت آنها به طرز چشمگیری افزایش یابد، تقاضا برای آن فقط اندکی کاهش می یابد. مثال بنزین که بالاتر آمد، از این نوع است.

- کشش قیمتی تقاضا برای مراقبت های پزشکی اورژانسی پایین است (چون مثلا درمان شکستگی دست و پا، در عالم پزشکی تقریبا جایگزین ندارد).

- کشش قیمتی تقاضا برای بستنی بالاست (چون بستنی جایگزین های پرشماری مانند انواع شیرینی ها و دسر ها دارد).

کشش تقاضا تنها نوع کشش نیست. علاوه بر کشش تقاضا، کشش عرضه هم وجود دارد. کشش عرضه، چگونگی واکنش افراد را در برابر تغییر قیمت ها نشان می دهد.

عرضه کنندگان کالاها با تعدیل مقدار عرضه، به تغییر قیمت ها واکنش نشان می دهند. نام این کنش و واکنش، «قانون عرضه» است که طبق آن در پی افزایش قیمت ها، عرضه کنندگان، کالای بیشتری به بازار می فرستند و با کاهش قیمت ها از میزان عرضه می کاهند. مثلا اگر قیمت خانه از ۲۰۰ هزار دلار به ۲۵۰ هزار دلار افزایش یابد، اشتیاق به خانه سازی برای فروش بیشتر می شود و برعکس اگر قیمت خانه از ۲۰۰ هزار دلار به ۱۵۰ هزار دلار تنزل کند، خانه سازان، شوق کمتری برای خانه سازی نشان می دهند.

کشش قیمتی عرضه

خارج قسمت تقسیم درصد تغییر مقدار کل عرضه شده بر درصد تغییر قیمت، «کشش قیمتی عرضه» نامیده می شود. برای مثال، اگر میانگین قیمت یک خانه ۲۵ درصد افزایش پیدا کند سازندگان خانه مشتاق می شوند تولید خود را ۱۰ درصد افزایش دهند. در این صورت، کشش قیمتی عرضه عبارت است از ۱۰ درصد (درصد تغییرات در کل مقدار خریداری شده) تقسیم بر ۲۵ درصد (درصد تغییرات قیمت) که حاصل آن ۰.۴ درصد است.

اگر این عدد بیش از یک باشد گفته می شود عرضه باکشش است (یعنی اگر

اقتصاد به زبان ساده | فصل سوم: تقاضا برای کالاها و...

قیمت افزایش یابد، عرضه بیشتر می شود) و اگر این عدد کمتر از یک باشد گفته می شود عرضه بی کشش است (یعنی اگر قیمت افزایش یابد، عرضه ثابت می ماند یا تغییر ناچیزی می کند). در مثال بالا که خارج قسمت درصد تغییر عرضه بر درصد تغییر قیمت، ۰.۴ درصد است، عرضه بی کشش است.

کشش عرضه معمولا در بازه های بلندمدت بیش از کوتاه مدت است، زیرا ایجاد ظرفیت برای تولید بیشتر در زمان های طولانی تر رخ می دهد.

کشش عرضه و تقاضا، صرفا نظریه هایی آکادمیک نیستند. مثال زیر عملکرد کشش عرضه و تقاضا را در دنیای واقعی نشان می دهد.

پیتزافروشی زنجیره ای سیسیلی

پیتزافروشی زنجیره ای سیسیلی ماه گذشته ۳ هزار پیتزا به قیمت متوسط ۱۰ دلار فروخت. سیسیلی این ماه، ۳۳۰۰ پیتزا به قیمت متوسط ۹ دلار فروخت. کشش قیمتی تقاضا را برای پیتزا در این ماه حساب کنید. آیا تقاضا، باکشش بوده یا بی کشش؟ پاسخ شما برای مصرف کننده و عرضه کننده چه معنایی دارد؟

اگر پیتزافروشی سیسیلی می تواند هر یک از پیتزاهای خود را به طور متوسط ۱۱ دلار بفروشد، به سوی فروش ۳۶۰۰ پیتزا می رفت. کشش قیمتی عرضه را برای این پیتزاها حساب کنید. عرضه باکشش است یا بی کشش؟ پاسخ شما برای مصرف کننده و عرضه کننده چه معنایی دارد؟

عرضه و تقاضا و تغییرات و کشش آنها	مقدار تقاضا	قیمت تقاضا	مقدار عرضه	قیمت عرضه
ماه گذشته	عدد ۳۰۰۰	۱۰ دلار	عدد ۳۰۰۰	۱۰ دلار
این ماه	عدد ۳۳۰۰	۹ دلار	عدد ۳۶۰۰	۱۱ دلار
مقدار تغییر	عدد ۳۰۰	۱ دلار	عدد ۶۰۰	۱ دلار
درصد تغییر	۱۰ درصد	۱۰ درصد	۲۰ درصد	۱۰ درصد
میزان کشش	۱۰ درصد / ۱۰ درصد	-۱	۱۰ درصد / ۲۰ درصد	-۲

جدول ۲-۳: خلاصه ای از پیتزاهای عرضه شده و قیمت ها

وقتی عدد کشش معادل یک (واحد کشش) باشد، نه باکشش است نه بی کشش: دقیقا در وضع میانه قرار دارد.^{۱۸} کشش واحد به این معناست که مقدار کلی هزینه شده برای کالای مورد نظر، با وجود تغییرات در مقدار و قیمت،

اقتصاد به زبان ساده | فصل سوم: تقاضا برای کالاها و...

تقریباً ثابت می ماند.

پیتزافروشی سیسیلی ماه گذشته با فروش ۳۰۰۰ پیتزا، هر یک ۱۰ دلار، ۳۰.۰۰۰ دلار به دست آورد. این ماه با فروش ۳۳۰۰ پیتزای ۹ دلاری، ۲۹۷۰۰ دلار عایدش شد که تفاوت چندانی با ۳۰.۰۰۰ دلار ندارد. ولی این ماه، سود این پیتزافروشی با وجود فروش ۳۰۰ پیتزای بیشتر، افزایش که نیافته هیچ، حتی کاهش هم یافته است. چرا؟ چون آنها برای تولید ۳۰۰ پیتزای بیشتر متحمل هزینه بیشتری می شوند ولی سود کلی آنها با فرض اینکه هزینه تولید هر پیتزا ۶ دلار است، افزایشی نداشته است.

این ماه	ماه گذشته	
۳۳۰۰ پیتزا × ۹ دلار	۳۰۰۰ پیتزا × ۱۰ دلار	فروش ها
۲۹۷۰۰ دلار	۳۰۰۰۰ دلار	فروش کل
۱۹۸۰۰ دلار	۱۸۰۰۰ دلار	هزینه ها بر حسب هر پیتزا ۶ دلار
۹۹۰۰ دلار	۱۲۰۰۰ دلار	سود

جدول ۳-۳: تاثیر بر سود

درس تجربه اول

عرضه کنندگانی که با کشش واحد تقاضا (یعنی اگر قیمت یک درصد افزایش یابد تقاضا یک درصد کاهش می یابد) مواجهند انگیزه کمی برای افزایش تولید و فروش دارند. افزایش تولید و فروش هزینه چنین عرضه کنندگانی را افزایش خواهد داد نه سود آنها را، و در نتیجه سودشان کاهش خواهد یافت.

طرح بعدی پیتزافروشی سیسیلی، افزایش قیمت هر پیتزا تا ۱۱ دلار و برنامه فروش ۳۶۰۰ پیتزا بود. در چنین وضعی معادله کشش عرضه بدین شکل است:

$$(\% \text{ تغییرات در مقدار}) / (\% \text{ تغییرات قیمت}) = (۶۰۰/۳۰۰۰) / \text{کشش} = ۲ =$$

$$(۱۰ \text{ دلار} / ۱ \text{ یک دلار}) < ۱ = \text{عرضه با کشش}$$

توجه داشته باشید که این کشش عرضه است نه کشش تقاضا. زیرا صرف اینکه پیتزافروشی سیسیلی می خواهد ۳۶۰۰ پیتزا به قیمت ۱۱ دلار عرضه کند به این معنی نیست که خریداران هم حاضرند ۳۶۰۰ پیتزا را به قیمت ۱۱ دلار بخرند.

این افزایش قیمت برای خریداران به چه معناست؟ با افزایش یک دلار به قیمت هر پیتزا، خریداران پیتزاهای کمتری خواهند خرید. وقتی کشش واحد باشد،

اقتصاد به زبان ساده | فصل سوم: تقاضا برای کالاها و...

مصرف‌کنندگان به جای خرید ۳۰۰۰ پیتزای ۱۱ دلاری، حدود ۲۷۲۷ پیتزا خواهند خرید. پس اگر پیتزافروشی سیسیلی فکر می‌کند می‌تواند قیمت را بالا ببرد و فروش را هم افزایش دهد، خیال‌پردازی می‌کند. ولی حتی اگر پیتزافروشی سیسیلی نتواند پیتزای بیشتری به قیمت ۱۱ دلار بفروشد همین افزایش قیمت خودش سود بیشتری عاید آن می‌کند. در چنین وضعی، پیتزافروشی می‌تواند همین عایدی کل خود را که حدود ۳۰۰۰۰ دلار است، تنها با تولید ۲۷۲۷ پیتزا و کاهش هزینه‌ها، به دست آورد. پس سودآوری چنین کاری برای پیتزافروشی سیسیلی بیشتر است.

این ماه	ماه گذشته	
۱۱ دلار × ۲۷۲۷ پیتزا	۱۰ دلار × ۳۰۰۰ پیتزا	فروش‌ها
۲۹۹۹۷ دلار	۳۰۰۰۰ دلار	فروش‌ها
۱۶۳۶۲ دلار	۱۸۰۰۰ دلار	هزینه تولید به ازای ۶ دلار برای هر پیتزا
۱۳۶۳۵ دلار	۱۲۰۰۰ دلار	سود

جدول ۳-۴: تاثیر بر سود

درس تجربه دوم

عرضه کنندگانی که با کاهش واحد تقاضا مواجهند، (یعنی اگر قیمت یک درصد افزایش یابد تقاضا یک درصد کاهش می‌یابد) انگیزه افزایش قیمت و تن دادن به نتیجه آن را که کمتر شدن تولید و فروش است، دارند. کاهش واحد تقاضا موجب می‌شود تولیدکنندگان به کاهش هزینه‌ها از طریق کاهش تولید روی آورند. چنین کاری باعث کاهش درآمدها نمی‌شود، بلکه موجب افزایش سود می‌شود.

اهمیت کاهش اقتصادی در دنیای واقعی

سرانجام اینکه بد نیست هر کسی از کاهش قیمتی تقاضا در کسب و کار خودش خبر داشته باشد. کاهش، صرفاً یک تئوری اقتصادی مبهم نیست: کاهش، اطلاعات با ارزش کاربردی است. خیلی از کسب و کارها کالاهای خود را با بهره‌گیری از فقدان اطلاعات یکپارچه در بازارها به مشتریان دارای تقاضای پرکاهش با قیمت‌هایی پایین‌تر می‌فروشند و در عوض همان کالاها را با قیمت‌های بالاتر به مشتریان دارای تقاضای بی‌کاهش ارائه می‌کنند. چند مثال مرسوم در این زمینه:

- تخفیف به بازنشستگان و دانشجویان در سینماها و رستوران‌ها و شهر بازی‌ها و فروشگاه‌ها.

- تخفیف‌های ادواری کافه‌ها و تسهیلات ویژه برای بانوان در باشگاه‌ها.

- تخفیف‌های ویژه برای مشتریان اول وقت رستوران‌ها.

- تخفیف‌های لحظه آخر در شرکت‌های هواپیمایی.

- کارت تخفیف فروشگاه‌های بزرگ.

- تخفیف‌های دانش‌آموزی و دبیری و استادی برای مشتریان شرکت‌های تامین‌کننده نرم‌افزارهای کامپیوتری.

خریدارانی که تخفیف می‌گیرند، مشتریانی با بالاترین کاهش قیمتی هستند (که اگر تخفیف نگیرند از خرید منصرف می‌شوند). در نتیجه هر قدر کاهش قیمتی تقاضا بالاتر باشد، عرضه‌کننده ناگزیر است تخفیف بیشتری بدهد. جان کلام اینکه کاهش قیمتی تقاضا، قدرت عرضه‌کنندگان بازار را محدود می‌کند.

هرچه کشش قیمتی تقاضا بیشتر شود قدرت عرضه کنندگان کمتر می شود. فراموش نکنید که کشش قیمتی تقاضا به طرز چشمگیری وابسته به کالاهای جایگزین است. به همین علت است که هرچه کالاهای جایگزین بیشتر باشند، قدرت عرضه کنندگان کالاهای جایگزین دار کمتر می شود. هرچه جایگزین ها بیشتر باشند قیمت پذیری عرضه کنندگان از قیمت گذاری آنها بیشتر می شود.

چکیده فصل

- تقاضای موثر یعنی مقداری از کالا و خدمات که واقعا خریداری می شود، نه چیزی که خریداران خواهان آن هستند.
- میزان تقاضا پا به پای میزان قیمت تغییر می کند. طبق قانون تقاضا: هرچه قیمت کمتر باشد، بر مقدار تقاضا افزوده می شود.
- کمیابی حکم می کند که کالاها و خدمات، سهمیه بندی شوند.
- سهمیه بندی با یکی از روش های زیر انجام می شود:
- سهمیه بندی فیزیکی: X جفت کفش برای هر نفر در هر سال.
- سهمیه بندی مبتنی بر زد و بند و خاصه خواری: در این نوع سهمیه بندی مثلا فقط نجبا اجازه شکار آهو یا تناول گوشت آهو را دارند.
- (۱) سهمیه بندی از طریق سازوکار قیمت ها: هر کسی که پول دارد می تواند کالا بخرد.
- سهمیه بندی به روش جیره بندی ناکاراست زیرا آزادی انتخاب افراد را محدود می کند و در نتیجه فساد و جرم و بازار سیاه را به بار می آورد و منابع عمومی را که در اختیار دولت است به تاراج می دهد.
- سهمیه بندی مبتنی بر زد و بند و خاصه خواری انگیزه سخت کوشی و خلاقیت افراد عادی جامعه را از بین می برد، زیرا در چنین نظامی آنچه افراد عادی با سخت کوشی و خلاقیت تولید می کنند به قبضه نخبگان حاکم در می آید.
- سهمیه بندی از طریق سازوکار قیمت ها کارآمد است، زیرا موجب مبادلات داوطلبانه می شود و این نوع مبادلات، ثروت همه طرف های مبادله را افزایش می دهد و فرجامش اقتصاد کارآمد است.
- کشش قیمتی تقاضا، چگونگی تغییر میزان کالاهای مورد تقاضا را در پی تغییر

قیمت‌ها توضیح می‌دهد.

- کشش قیمتی تقاضا مستقیماً به وجود جایگزین‌ها بستگی دارد.
- اهالی کسب و کار با بهره‌گیری از منطق کشش قیمتی تقاضا، کالاهای خود را به مشتریان بی‌کشش در برابر قیمت‌ها با قیمت بیشتر بفروشند و به مشتریان پرکشش در برابر قیمت، با قیمت کمتر.
- میزان قدرت عرضه‌کنندگان در بازار، به مقدار کالاهای جایگزین بستگی دارد.

پرسش‌هایی برای مباحثه

۱- هرچه قیمت کمتر شود مقدار تقاضا افزایش می‌یابد. باین حال، در موارد نادر، این قانون تقاضا استثناهایی دارد، مثلاً اگر قیمت مواد غذایی افزایش پیدا کند، احتمالاً تقاضا برای نان افزایش می‌یابد. زیرا نان از بیشتر غذاها ارزان‌تر است و مصرف‌کنندگان از خرید غذاهای گران می‌کاهند و به خرید نان می‌افزایند. چنین کالاهایی اصطلاحاً «کالاهای نامرغوب» نامیده می‌شوند. غیر از نان چه کالاهایی به نظرتان کالای نامرغوب به‌شمار می‌روند؟

۲- کدام یک از کالاها و خدمات زیر تقاضای باکشش دارند؟

- پیتزای دومینو؛
- خمیر دندان کلگیت؛
- همبرگر مک دونالد؛
- عمل پیوند قلب؛
- نمایش‌های تلویزیون آیدل آمریکا؛
- خاویار؛
- کامپیوترهای آی-مک اپل؛
- آفیس ۲۰۰۷ ماکروسافت؛
- نوشیدنی‌های دام‌پریرگون.

۳- چرا پروازهای آخر وقت از پروازهای معمولی ارزان‌تر است؟ و چرا کرایه شنبه‌ها (آخر هفته) از بقیه روزهای هفته کمتر است؟

۴- مراقبت‌های بهداشتی در آمریکا به شیوه‌های گوناگون سهمیه‌بندی شده است و دسترسی افراد به آنها می‌تواند به یکی از این شیوه‌ها باشد:

اقتصاد به زبان ساده | فصل سوم: تقاضا برای کالاها و...

الف- خدمات بیمه همگانی دولت برای افراد بالای ۶۵ سال که خودشان در دوران اشتغال حق بیمه پرداخت کرده‌اند.

ب- خدمات بیمه‌ای دولت به تهیدستانی که توانایی پرداخت هزینه‌های درمانی ندارند.

ج- خدمات سازمان مراقبت‌های بهداشتی که افراد تحت پوشش آن با پرداخت حق بیمه ثابت سالانه از خدمات پزشکان طرف قرارداد این سازمان بهره‌مند می‌شوند.

د- سازمان ارائه خدمات ترجیحی (ارزان) که افراد تحت پوشش آن علاوه بر دریافت خدماتی مشابه خدمات سازمان مراقبت‌های بهداشتی، می‌توانند با پرداخت هزینه اضافی، از خدمات پزشکان غیر طرف قرارداد سازمان هم برخوردار شوند.

ر- شرکت‌های بیمه غیردولتی که بیماران تحت پوشش آنها می‌توانند پزشک معالج خود را انتخاب کنند.

هر یک از این روش‌های پنج‌گانه مراقبت بهداشتی، به کدامیک از اشکال سهمیه‌بندی که در زیر می‌آید، نزدیک است:

الف- سهمیه‌بندی فیزیکی (مادی)؛

ب- سهمیه‌بندی مبتنی بر زد و بند و خاصه‌خواری؛

ج- سهمیه‌بندی با سازوکار قیمت؛

د- ترکیبی از همه روش‌های بالا.

۵- قدرت هریک از موارد زیر در بازار منطقه شما چقدر است؟

- سوپرمارکت؟

- پمپ بنزین؟

- خشکشویی؟

- اداره برق؟

- مخابرات؟

- اداره پست؟

- تلویزیون کابلی؟

اقتصاد به زبان ساده | فصل سوم: تقاضا برای کالاها و...

- دندانپزشک؟

- شرکت بیمه درمانی؟

فصل چهارم: عرضه کالاها و خدمات

من مثل دیگران هستم. همه کاری که می‌کنم عرضه چیزهایی است که برایشان تقاضا هست.

«آل کاپون»^{۱۹}

هزینه چیست؟

هزینه یعنی از دست دادن منابع. مثلاً خرید انبوه بنگاه برای فروش مجدد کالاهای خریداری‌شده، مستلزم پرداخت پول است. چنین پولی، هزینه است. این از دست دادن منابع، هزینه کردن مستقیم و آشکار است که آن را «هزینه نقدی ضروری» هم می‌نامند.

بنگاه‌ها علاوه بر هزینه مستقیم و آشکار، هزینه‌هایی ضمنی هم دارند که به «هزینه فرصت» مشهور است. هزینه فرصت، ارزش فرصتی است که از آن چشم‌پوشی می‌شود که فرصت انتخاب‌شده دیگری پدید آید. اگر مشاوره که حق‌الزحمه‌اش بالاست، به جای سفر هوایی به اروپا، با کشتی تفریحی به آنجا برود، آن درآمدی که می‌توانست در زمان اضافه سفر کسب کند، هزینه فرصت اوست (که در سفر دریایی از دست داده است).

تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری مستلزم انتخاب کردن از میان گزینه‌های گوناگون است. همه انتخاب‌ها مربوط به آینده‌اند: بنابراین هزینه‌هایی که در گذشته شده یا هزینه‌های «برگشت‌ناپذیر» ربطی به تصمیم‌گیری ندارند. برای مثال تصمیم دارید خودرو خود را با خرید خودرو مدل جدید، تبدیل به احسن کنید.

پولی که قبلاً برای خرید خودرو کنونی پرداخته‌اید، از کف رفته است و مربوط به گذشته است و دخلی به معامله کنونی ندارد. چنین پولی در زمان معامله جدید، «هزینه برگشت‌ناپذیر» تلقی می‌شود. آنچه به این تصمیم یعنی معامله جدید مربوط می‌شود، قیمت خودرو جدید است به علاوه مبلغی که فروشنده از محل خرید خودرو قبلی به فروشنده می‌دهد.

هزینه‌های تبعی، هزینه‌های افزوده جدیدی هستند که به علت اتخاذ تصمیم جدید به هزینه‌های قبلی افزوده می‌شوند. مثلاً فرض کنید قرار است با خودرو خود به سفری بروید. یکی از همکارانتان از شما خواهش می‌کند همراهمان

اقتصاد به زبان ساده | فصل چهارم: عرضه کالاها و خ...

بیاید. هزینه اضافی یا نهایی همراه بردن این همکار برای شما چقدر است؟ با توجه به اینکه شما به هر حال این سفر را در پیش دارید، همراه شدن این همکار برایتان هزینه جدیدی ندارد مگر افزایش مصرف بنزین خودرو بر اثر افزایش سرنشین خودرو.

هزینه نهایی و هزینه متوسط

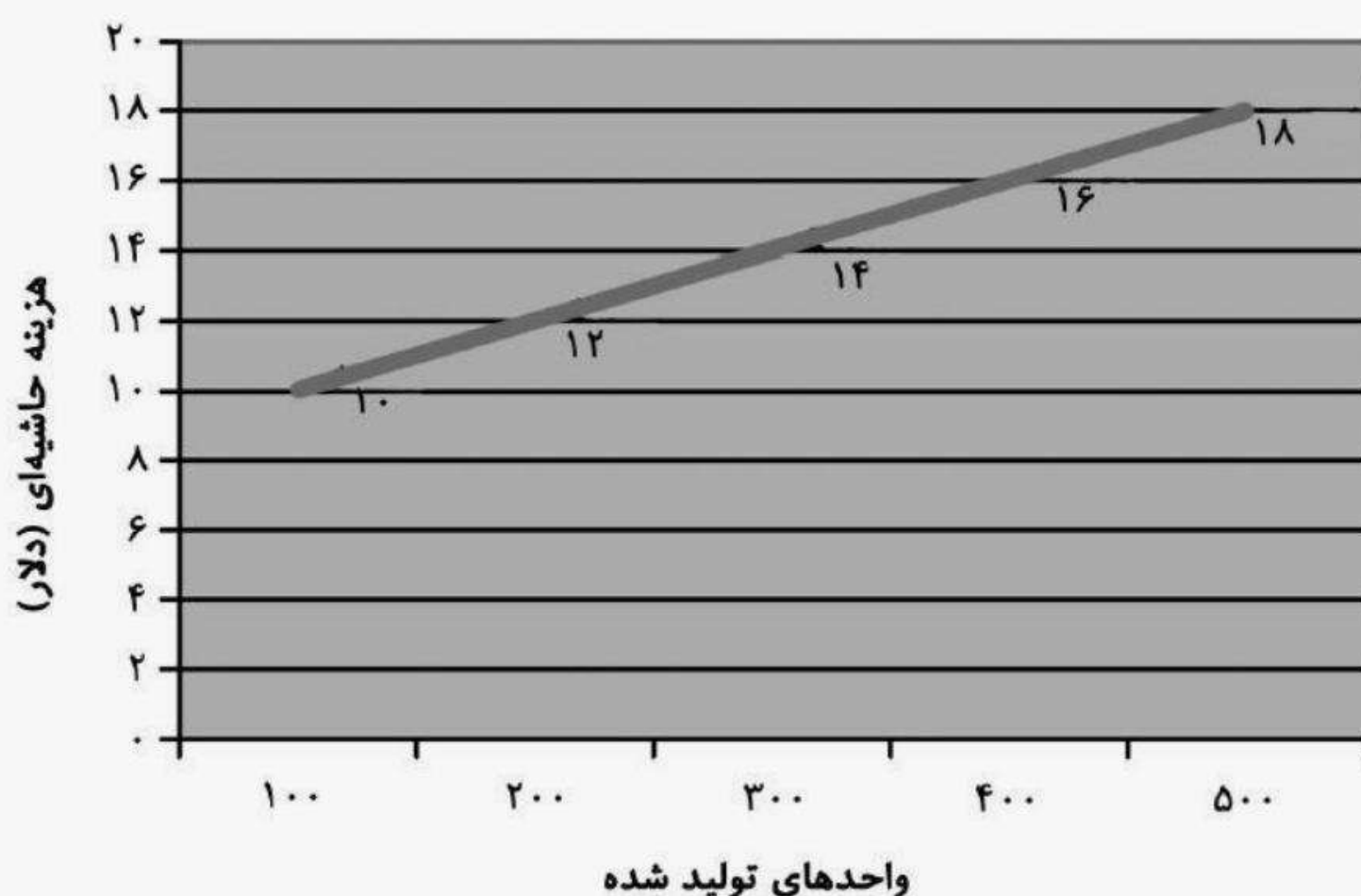
توجه به این نکته ضرورت دارد که هزینه نهایی و هزینه متوسط یکی نیستند. برای نشان دادن تمایز این دو مثالی بزنیم. یک کارخانه سازنده برنامه‌های کامپیوتری را در نظر بگیرید که می‌تواند انواع برنامه‌ها را با هزینه‌های زیر تولید کند:

مقدار تولید	هزینه کل	هزینه اضافی کل	هزینه نهایی هر واحد	هزینه متوسط هر واحد
۱۰۰ واحد	۱۰۰۰ دلار		۱۰ دلار (۱۰۰ واحد / ۱۰۰۰ دلار)	۱۰ دلار (۱۰۰ واحد / ۱۰۰۰ دلار)
۲۰۰ واحد	۲۲۰۰ دلار	۱۲۰۰ دلار	۱۲ دلار (۱۰۰ واحد / ۱۲۰۰ دلار)	۱۱ دلار (۲۰۰ واحد / ۲۲۰۰ دلار)
۳۰۰ واحد	۳۶۰۰ دلار	۱۴۰۰ دلار	۱۴ دلار (۱۰۰ واحد / ۱۴۰۰ دلار)	۱۲ دلار (۳۰۰ واحد / ۳۶۰۰ دلار)
۴۰۰ واحد	۵۲۰۰ دلار	۱۶۰۰ دلار	۱۶ دلار (۱۰۰ واحد / ۱۶۰۰ دلار)	۱۳ دلار (۴۰۰ واحد / ۵۲۰۰ دلار)
۵۰۰ واحد	۷۰۰۰ دلار	۱۸۰۰ دلار	۱۸ دلار (۱۰۰ واحد / ۱۸۰۰ دلار)	۱۴ دلار (۵۰۰ واحد / ۷۰۰۰ دلار)

جدول ۱-۴

توجه داشته باشید که منظور از هزینه نهایی هر واحد، هزینه آخرین واحد تولید شده است. هزینه متوسط هر واحد، هزینه کلی تقسیم بر تعداد کل واحدهای تولید شده است که یک عدد تجمیعی است. حال آنکه هزینه نهایی هر واحد، رقمی اضافی است نه عددی تجمیعی.

هرینه کل هر مقدار از واحدهای تولیدشده هم قابل محاسبه است. نتیجه این محاسبه منحنی عرضه است که در نمودار زیر دیده می‌شود.



نمودار ۱-۴

همان‌طور که در نمودار ۱-۴ مشاهده می‌شود، با هر افزایش قیمت، عرضه‌کنندگان مشتاق فروختن واحدهای بیشتری می‌شوند. این، قانون عرضه است. شیب منحنی عرضه برخلاف منحنی تقاضا که نزولی و به سمت راست نمودار است، صعودی و به سمت راست نمودار است. در فصل‌های بعدی خواهیم دید که منحنی‌های عرضه و تقاضا چگونه بر یکدیگر تاثیر می‌گذارند. اما در اینجا باید قدری درباره کشش عرضه بحث کنیم.

کشش قیمتی عرضه

کشش قیمتی عرضه، خارج‌قسمت حاصل از تقسیم درصد تغییرات مقدار عرضه‌شده بر درصد تغییرات قیمت است. اگر این نسبت بیشتر از یک باشد، عرضه باکشش است و اگر این نسبت کمتر از یک باشد، عرضه بی‌کشش است. عرضه همیشه در بلندمدت باکشش است نه در کوتاه‌مدت، چون در مدت طولانی، زمان کافی برای ساختن ظرفیت تولید بیشتر وجود دارد.

تشخیص دوره‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت خیلی مهم است. اطلاعات جدول ۱-۴ را ببینید. به فرض که عرضه‌کننده مندرج در این جدول، ۳۰۰ واحد کالا را با صرف ۲۴۰۰ دلار هزینه کل تولید کند، هزینه متوسط تولید هر واحد کالا ۸ دلار است. هریک از این واحدهای کالا با قیمت ۱۰ دلار فروخته می‌شود و ۳۰۰۰ دلار نصیب عرضه‌کننده می‌کند که ۶۰۰ دلار آن سود است (این ۶۰۰ دلار حاصل

اقتصاد به زبان ساده | فصل چهارم: عرضه کالاها و خ...

کسر ۲۴۰۰ دلار هزینه کل از ۳۰۰۰ دلار فروش کل است).

حال فرض کنید که همین عرضه کننده از یکی از مشتریان سفارش خرید ۱۰۰ واحد کالا به ازای هر واحد ۸ دلار دریافت کند. آیا باید این سفارش را قبول کند؟ اگر سفارش را قبول کند درآمد کل آن بابت با ۱۰۰ واحد کالای ۸ دلاری، ۸۰۰ دلار می شود و عایدی جدید از ۳۰۰۰ دلار به ۳۸۰۰ دلار افزایش خواهد داد.

هزینه کل برای تولید ۴۰۰ واحد کالا ۲۸۰۰ دلار است. بنابراین سود کل این عرضه کننده عبارت است از، ۳۸۰۰ دلار درآمد کل منهای ۲۸۰۰ دلار هزینه کل که می شود ۱۰۰۰ دلار.

با توجه به اینکه سود کل حاصل از تولید و فروش ۳۰۰ واحد کالا ۶۰۰ دلار بود و همین سود از محل تولید و فروش ۴۰۰ واحد به ۱۰۰۰ دلار رسیده است، نتیجه می گیریم که قبول پیشنهاد تولید ۱۰۰ واحد کالای اضافی، سود این عرضه کننده را ۴۰۰ دلار افزایش داده است. پس عرضه کننده باید پیشنهاد را قبول کند. آیا این پاسخ قطعی ماست؟ خیر. این کار اگر مگرهایی دارد.

اگر مگرها

اقتصاد به زبان ساده | فصل چهارم: عرضه کالاها و خ...

اگر مشتریان فعلی عرضه‌کننده متوجه شوند که وی کالاهایی را که به آنها ۱۰ دلار فروخته، به مشتری دیگری ۸ دلار فروخته است، چه می‌شود؟ به احتمال قریب به یقین می‌توان گفت مشتریان کنونی هم خواستار دریافت آن کالا به همان ۸ دلار می‌شوند. در این صورت، عرضه‌کننده ناگزیر می‌شود همه ۴۰۰ واحد کالای خود را با قیمت ۸ دلار برای هر واحد بفروشد و در حالی که هزینه تولیدش همان ۲۸۰۰ دلار قبلی است کالاهایش را به جای ۳۸۰۰ دلار، ۳۲۰۰ دلار بفروشد.

در این حالت اگرچه این عرضه‌کننده باز هم ۴۰۰ دلار سود خواهد برد اما سودش از زمانی که ۳۰۰ واحد کالا را به ازای هر واحد ۱۰ دلار می‌فروخت کمتر خواهد شد. پس پیشنهاد فروش ۱۰۰ واحد اضافی به ازای هر واحد ۸ دلار را نباید بپذیرد.

درس این مطلب چیست؟ قبول پیشنهاد جدید برای فروش ۱۰۰ واحد کالای اضافی به ازای هر واحد ۸ دلار و زیر قیمت همیشگی زمانی پذیرفتنی است و از آن انتظار سود می‌رود که مشتریان کنونی از این تخفیف خبردار نشوند یا دلیلی نداشته باشند که مطالبه قیمت کمتر بکنند. چگونه ممکن است چنین اتفاقی بیفتد؟

بخش‌بندی بازار

در بازاری که مبتنی بر بخش‌بندی باشد و مشتریان هریک از بخش‌ها توقع این را نداشته باشند که قیمت‌ها برای آنها و مشتریان بخش‌های دیگری باشد، چنین کاری شدنی است. تفاوت‌هایی مانند جنسیت و سن و ویژگی‌های دیگر، که پنهان‌کردنی و تغییردانی نیستند از جمله این بخش‌بندی‌ها هستند. موارد زیر از جمله این تقسیم‌بندی‌ها هستند که احتمالاً برایتان تازگی ندارد زیرا قبلاً در فصل سوم به آن پرداخته‌ایم.

- تخفیف به بازنشستگان و دانشجویان در سینماها و رستوران‌ها و شهربازی‌ها و فروشگاه‌ها.

- تخفیف‌های ادواری کافه‌ها و تسهیلات ویژه در باشگاه‌ها.

- تخفیف‌های ویژه برای مشتریان اول وقت رستوران‌ها.

اقتصاد به زبان ساده | فصل چهارم: عرضه کالاها و خ...

- تخفیف‌های لحظه آخر در شرکت‌های هواپیمایی.
 - کارت تخفیف فروشگاه‌های بزرگ.
 - تخفیف‌های دانش‌آموزی و دبیری و استادی برای مشتریان شرکت‌های تامین‌کننده نرم‌افزارهای کامپیوتری.
- در هر یک از موارد بالا، عرضه اقلام مشمول تخفیف را می‌شد فقط به مشتریان مندرج در فهرست تخفیف، و مثلاً با شناسایی دانشجویان و بازنشستگان به وسیله کارت دانشجویی یا گواهینامه رانندگی اختصاص داد. همچنین می‌توان تخفیف‌های ادواری کافه‌ها را به زنان محدود کرد و تخفیف‌های مشتریان اول وقت رستوران‌ها را در ساعت‌های خاص اعمال کرد. یا می‌توان به دبیران و استادان در قبال دریافت حواله‌های مبلغ‌دار، تخفیف‌هایی داد. این گروه‌های مشتری که درباره‌شان حرف زدیم بر مبنای کشش تقاضا بخش‌بندی شده بودند. آن بخش از مشتریان که تقاضای آنان بی‌کشش است، قیمت بیشتری می‌پردازند و مشتریانی که تقاضای باکشش دارند، قیمت‌های کمتری می‌پردازند. کشش قیمتی تقاضا به شدت وابسته به وجود جایگزین‌هاست و بدین ترتیب آن دسته از مشتریانی که تقاضای بی‌کشش دارند، کسانی‌اند که برای کالاهای مورد نیاز خود، به جایگزین‌های سهل‌الوصول دسترسی ندارند. برعکس، دسته دیگر مشتریان که تقاضای باکشش دارند، کسانی‌اند که برای کالاهای مورد نیاز خود، کالاهای جایگزین دارند. بنابراین، بنگاه‌ها نوعاً تخفیف‌های خود را به مشتریان عضو بخش خاصی از بازار محدود می‌کنند. از مشتریانی که عضو این بخش‌های مشمول تخفیف نیستند به دلیل اینکه کشش تقاضای آنها پایین است (یعنی بدون تخفیف هم حاضرند خرید کنند)، قیمت کامل کالاها گرفته می‌شود.

چکیده فصل

- هزینه کردن یعنی از دست دادن منابع. انگیزه افراد از هزینه کردن، معمولاً به دست آوردن کالاها و خدماتی است که ارزش آنها برایشان بیشتر از ارزش پولی است که برای آنها پرداخت می‌کنند.
- هزینه‌های مستقیم یا آشکار، پرداخت‌هایی واقعی‌اند و هزینه‌های ضمنی

اقتصاد به زبان ساده | فصل چهارم: عرضه کالاها و خ...

- چشم‌پوشی از فرصت‌هایی است که «هزینه فرصت» نامیده می‌شود.
- هزینه‌های تبعی، هزینه‌هایی هستند که به‌علت اتخاذ تصمیم جدید به هزینه‌های قبلی افزوده می‌شوند. بنابراین چنین هزینه‌هایی، هزینه‌های افزوده و جدیدی هستند که در پی اتخاذ تصمیم‌های جدید، پدید می‌آیند.
- هزینه‌های برگشت‌ناپذیر، هزینه تبعی نیستند؛ بلکه وجوهی هستند که قبلاً هزینه شده‌اند و هزینه‌شدنشان پیامد تصمیم‌های جدید نبوده است.
- منحنی عرضه، بیان تصویری نسبت مقادیر عرضه شده است با هزینه کل هر یک از مقادیر عرضه شده.
- بر اساس قانون عرضه، هرچه قیمت‌ها افزایش یابد بر میزان عرضه هم افزوده می‌شود، حال آنکه مطابق قانون تقاضا، با افزایش قیمت‌ها تقاضا کاهش خواهد یافت.
- عرضه‌کنندگان، کالاها و خدمات خود را به آن دسته از مشتریان که تقاضای بی‌کاهش دارند، با قیمت بالاتر و به مشتریانی که تقاضای باکاهش دارند با قیمت پایین‌تر می‌فروشند.

پرسش‌هایی برای مباحثه

- ۱- شرکت بزرگی در حال بررسی ساخت کارخانه خودروسازی در هند است. این شرکت برای تامین هزینه ساخت تاسیسات کارخانه‌اش می‌خواهد از بانک وام بگیرد. حال با توجه به اینکه کارخانه با پول بانک ساخته می‌شود، آیا این کار برای شرکت هزینه ندارد؟ اگر هزینه ندارد، چرا چنین است و اگر هزینه دارد، هزینه ساخت کارخانه برای شرکت چیست؟
- ۲- شرکت «الف» باید تصمیم بگیرد که یا شرکت «ب» را به قیمت ۸۰۰ میلیون دلار بخرد یا اینکه ۸۰۰ میلیون دلار بدهی خود را به بانک بپردازد و با این کار سالی ۸۰ میلیون دلار پس‌انداز کند (با متوقف شدن پرداخت بهره وام به بانک). اگر با این ۸۰۰ میلیون دلار، شرکت «ب» را بخرد، هزینه مستقیم و آشکار آن چیست؟ در این معامله، هزینه ضمنی یا هزینه فرصت خریدن شرکت «ب» برای شرکت «الف» چیست؟
- ۳- شرکت «الف»، هفت سال پیش با پرداخت ۳ میلیون دلار، ۱۰ درصد شرکت

«ب» را خریده است. برای به دست آوردن ۹۰ درصد باقی مانده باید ۸۰۰ میلیون دلار دیگر پردازد. بنابراین، هزینه کل شرکت «الف» برای به دست آوردن شرکت «ب» ۸۰۳ میلیون دلار می شود. هزینه برگشت ناپذیر شرکت «الف» در رابطه با سرمایه گذاری اش در شرکت «ب» چقدر است؟

۴- شرکت مصالح سازی «بیچ»، به مالکان ساختمان ها، تعمیرکاران و سازندگان شخصی مصالح می فروشد. آیا هر یک از این خریداران را می توان مشتریان بخش های مجزا به شمار آورد؟ اگر چنین است، شرکت بیچ بر چه مبنایی می تواند بخش های مشمول تخفیف را مشخص کند؟ کدام یک از این مشتریان حاضرند پول بیشتری پردازند، کدام یک حاضر نیستند و چرا؟

۵- بیشتر شرکت های هواپیمایی، برنامه پروازهای پشت سرهم دارند. چرا چنین برنامه ای دارند و اگر این طرح ها ربطی به کشش تقاضای مشتریان دارد، این ربط چگونه است؟

فصل پنجم: عرضه و تقاضا

مداقه (۱): پیدا کردن طرف چرب و چیلی نان

«امروز بیرس»^{۲۰}

بازار

بازار جایی است که فروشندگان و خریداران در آن کالا و خدمات داد و ستد می‌کنند. تاکنون درباره بازار یا بازارها سخن گفته‌ایم اما مشخص نکرده‌ایم منظورمان از این اصطلاحات چیست. در علم اقتصاد، بازار به هر سازوکاری گفته می‌شود که فروشندگان و خریداران در چارچوب آن بتوانند دادوستد کنند. چنین بازاری شاید فروشگاه باشد یا دفتر فروش شرکت، یا یکی از تالارهای بازار سهام یا بازار کالا. داد و ستد ممکن است به صورت حضوری انجام شود یا از طریق مراودات تلفنی و ایمیلی یا حتی علائم رمزی که در خلال مزایده‌ها و مناقصه‌ها بین طرفین رد و بدل می‌شود. بازار مفهوم گسترده‌ای است که تنها لازمه آن خریداران و فروشندگانی است که با هم مراوده و دادوستد کنند.

بازارها فرآیندهای پیچیده‌ای متشکل از قیمت‌های پیشنهادی فروشندگان و قیمت‌های مطلوب خریداران هستند که گاهی با پادرمیانی سازمان‌هایی مانند واسطه‌ها که کارشان کاهش هزینه‌های معاملاتی و تسهیل معاملات است، بر کارآمدی‌شان افزوده می‌شود. مثلاً فرض کنید کسی قصد خرید کتابی دارد. بیشتر کتاب‌ها طی زنجیره‌ای تولید می‌شوند که با نویسنده آغاز می‌شود، به ناشر فروخته می‌شود، ویراستار آن را می‌خواند، به حروفچین سپرده می‌شود، و در پی آن کتاب چاپ شده به مرکز پخش داده می‌شود و آن مرکز کتاب‌ها را در اختیار کتابفروشی‌ها می‌گذارد و سرانجام به دست کتابخوان‌ها می‌رسد. میان کتابخوان که مصرف‌کننده است تا نویسنده چند واسطه مانند ناشر و ویراستار و حروفچین و صفحه‌آرا و مرکز پخش و کتابفروش قرار دارد. حالا چرا همه این واسطه‌ها لازمند؟

واسطه در صنعت نشر

سیل دست‌نوشته‌های نویسندگان تازه کار به سوی ناشران روانه می‌شود و

بیشتر ناشران هم به جز کتاب‌هایی که خودشان سفارش تالیف یا ترجمه آن را داده‌اند، نمی‌پذیرند. به همین علت، فقط دست‌نوشته‌هایی را بررسی می‌کنند که ابتدا ویراستاران آنها را تأیید کرده باشند؛ زیرا ویراستاران علاوه بر توانایی تشخیص کتاب‌های پرفروش از کتاب‌هایی که روی دست ناشر می‌ماند، این را هم می‌دانند که هر ناشری چه کتاب‌هایی را می‌پسندد. مثلاً بعضی ناشران فقط آثار داستانی چاپ می‌کنند و برخی دیگر فقط آثار غیرداستانی را. گروهی فقط آثار کودک و نوجوان منتشر می‌کنند و ناشرانی هم کتاب‌های درسنامه‌ای و آشپزی و مذهبی و امثال اینها را ترجیح می‌دهند. پس ویراستاران، کارکرد مفیدی دارند و دست‌نوشته‌های نویسندگان را به جایی که باید می‌رسانند (البته این جا غالباً سطل زباله است).

مشهور است نویسنده‌ای که کتابی به ناشر سپرده بود از طولانی شدن زمان بررسی خسته شد و در نامه‌ای برای ناشر نوشت: «لطفاً سریعاً به من اطلاع دهید که کتابم را چاپ می‌کنید یا نه. باید این را بدانم زیرا اگر بدانم پاسختان منفی است «چیزهای دیگری در آستین دارم». ناشر به او پاسخ داد «پیشنهاد می‌کنیم این یکی را هم بگذارید کنار آنها.»

منابع ناشران برای سرمایه‌گذاری و تولید کتاب محدود است و غالباً نمی‌توانند میزان فروش کتاب را برآورد کنند. بنابراین، تمایل ناشران عمدتاً به سوی چاپ کتاب از نویسندگان مشهور است که کتاب‌هایشان در گذشته جزو پرفروش‌ها بوده است. پس یکی از کارهای ناشر، شناسایی و حذف کتاب‌هایی است که بخت چندانی برای فروش ندارند و شناسایی و انتخاب کتاب‌هایی که احتمال فروش آنها زیاد است. طبعاً در این راه گاهی هم دچار خطا می‌شوند و برخی کتاب‌های خوب را نمی‌پذیرند و کتاب‌هایی واقعاً به‌دردنخور را قبول می‌کنند. با این حال در غالب موارد، انتخاب‌های درست می‌کنند و کتاب‌های مورد تقاضای بازار را برمی‌گزینند و کتاب‌های کم‌تقاضا را پس می‌زنند.

مصححان و ویراستاران مانند گچکاران و نقاشان هستند که دیوارهای لخت و سیمانی و زمخت خانه‌ها را چنان زیبا می‌کنند که سکونت‌گاه‌هایی زیبا به‌دست می‌آید. آنها متن‌های نارسا و کژتاب را به نوشته‌هایی مطبوع با املا و انشای

اقتصاد به زبان ساده | فصل پنجم: عرضه و تقاضا

درست تبدیل می کنند و با این کارشان بر ارزش کتاب می افزایند. عمده فروشان کتاب، به مثابه پل های ارتباطی پخش کتاب در بازار عمل می کنند و نسخه های کتاب را به سراسر کشور و حتی جهان می رسانند. کتاب ها از مراکز منطقه ای میان کتاب فروشی ها پخش می شود. گاهی هم با افزودن مبالغی بر قیمت کتاب، آن را به صورت نسبه در اختیار کتاب فروشان می گذارند. خرده فروشان کتاب هم آن را در مکان هایی مناسب و خوشایند در اختیار مصرف کنندگان نهایی قرار می دهند. کتاب فروشی ها گاهی با استفاده از امکاناتی مانند صندلی های راحتی و کافی شاپ ها و پخش موسیقی، فضا را برای خریداران دلنشین می کنند.

نکته کلیدی این است که واسطه ها خدماتی مفید ارائه می کنند که مصرف کنندگان حاضرند برایش پول پردازند. واسطه ها برخلاف آنچه گاهی به غلط گفته می شود، عناصر مزاحم نیستند بلکه عناصر مفیدی هستند که کالاها و خدمات دلخواه مصرف کننده نهایی را به دستش می رسانند. البته گاهی هم ممکن است کسی بدون حضور واسطه ها بتواند خرید کند، اما کارکرد واسطه ها را نمی توان یکسره از بازار حذف کرد. مثلا مولف می تواند کتابش را به روش ناشر-مولف چاپ کند و با این کارش به ناشران و واسطه ها و ویراستاران آنها نیاز نداشته باشد. اما چنین مولفی به هر حال ناگزیر است کتابش را به طریقی ویراستاری و تصحیح و چاپ و توزیع کند و به بازار کتاب برساند. پس ناشر-مولف، واسطه ها را حذف نکرده بلکه کار آنها را به طریق دیگری انجام داده است.

خودتنظیمی بازار از طریق مکانیسم قیمت

بازارهای آزاد، از طریق تغییر قیمت ها خود را تنظیم می کنند. آنگاه که تقاضا از عرضه بیشتر می شود، قیمت به صورت خودکار افزایش می یابد و موجب افزایش عرضه و کاهش تقاضا (نسبت به عرضه جدید) می شود. و برعکس، آنگاه که عرضه بر تقاضا فزونی می گیرد، قیمت ها کاهش می یابد و به تبع آن عرضه هم کم می شود و تقاضا (نسبت به عرضه جدید) افزایش می یابد. این تعدیل خودکار، بازار را به وسیله توازن عرضه و تقاضا از طریق مکانیسم

اقتصاد به زبان ساده | فصل پنجم: عرضه و تقاضا

@degar_goonesh

قیمت، متعادل می‌کند. قیمت‌ها، علامت‌هایی هستند که عرضه و تقاضا را هماهنگ می‌کنند. حالا می‌توان با تلفیق بحث‌های قبلی درباره منحنی تقاضا و منحنی عرضه، جدول‌های ۱-۵ و ۲-۵ و نمودار ۱-۵ را ترسیم کرد.

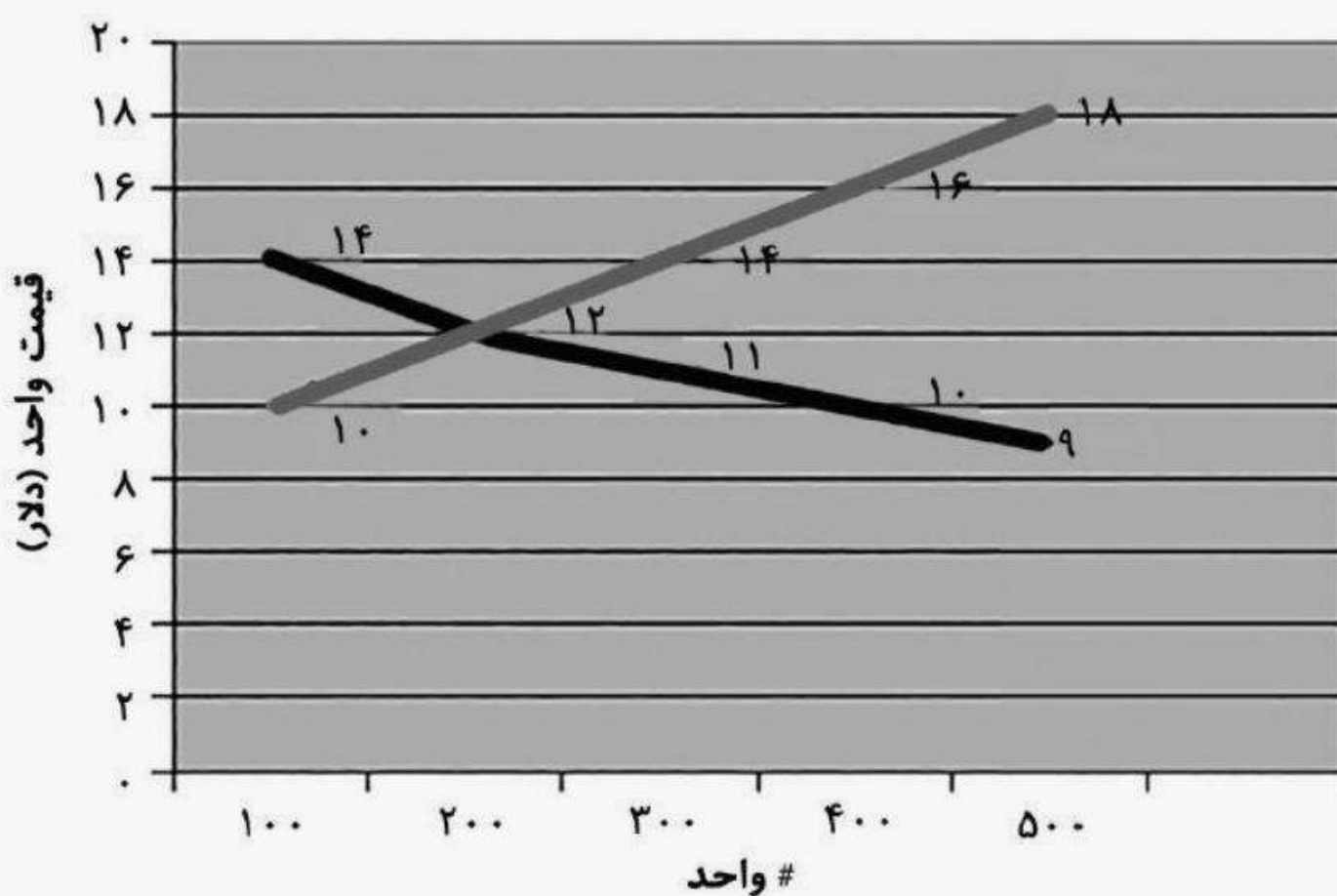
مقدار تقاضا	قیمت هر واحد کالا یا خدمات
۱۰۰	۱۴ دلار
۲۰۰	۱۲ دلار
۳۰۰	۱۱ دلار
۴۰۰	۱۰ دلار
۵۰۰	۹ دلار

اقتصاد به زبان ساده | فصل پنجم: عرضه و تقاضا

جدول ۱-۵

مقدار تولیدشده	هزینه نهایی	هزینه اضافی کل	هزینه نهایی هر واحد	هزینه متوسط هر واحد
۱۰۰	۱۰۰۰ دلار	-----	۱۰ دلار (۱۰۰۰ تقسیم بر ۱۰۰)	۱۰ دلار (۱۰۰۰ تقسیم بر ۱۰۰)
۲۰۰	۲۲۰۰ دلار	۱۲۰۰ دلار	۱۲ دلار (۱۲۰۰ تقسیم بر ۱۰۰)	۱۱ دلار (۲۲۰۰ تقسیم بر ۲۰۰)
۳۰۰	۳۶۰۰ دلار	۱۴۰۰ دلار	۱۴ دلار (۱۴۰۰ تقسیم بر ۱۰۰)	۱۲ دلار (۳۶۰۰ تقسیم بر ۳۰۰)
۴۰۰	۵۲۰۰ دلار	۱۶۰۰ دلار	۱۶ دلار (۱۶۰۰ تقسیم بر ۱۰۰)	۱۳ دلار (۵۲۰۰ تقسیم بر ۴۰۰)
۵۰۰	۷۰۰۰ دلار	۱۸۰۰ دلار	۱۸ دلار (۱۸۰۰ تقسیم بر ۱۰۰)	۱۴ دلار (۷۰۰۰ تقسیم بر ۵۰۰)

جدول ۲-۵



نمودار ۱-۵

همان طور که در نمودار ۱-۵ دیده می شود، منحنی تقاضا (مشکی) و منحنی عرضه (خاکستری) در نقطه ۲۰۰ واحد و قیمت هر واحد ۱۲ دلار یکدیگر را قطع می کنند؛ یعنی اینکه قیمت ۱۲ دلار نقطه ای است که مقدار تقاضا شده با مقدار عرضه شده برابر است. در قیمت ۱۲ دلار، بازار به نقطه تعادل می رسد. به عبارت دیگر، عرضه و تقاضا به وسیله نظام قیمت ها متوازن شده اند.

اگر قیمت هر واحد ۱۰ دلار بود، میزان تقاضا شده ۴۰۰ واحد می شد، ولی فقط ۱۰۰ واحد عرضه می شد و در نتیجه ۳۰۰ واحد کسری عرضه وجود می داشت. این کسری سبب افزایش قیمت می شد که میزان عرضه را افزایش می داد و میزان تقاضا کاهش پیدا می کرد. در نتیجه، این کسری مرتفع می شد و بازار به

تعالل می‌رسید.

طبق همین روال، اگر قیمت ۱۶ دلار بود، میزان تقاضا به صفر می‌رسید و از آنجا که ۴۰۰ واحد عرضه شده بود، ۴۰۰ واحد مازاد می‌بود. چنین مازادی موجب کاهش قیمت می‌شد و در نتیجه عرضه کاهش و تقاضا افزایش می‌یافت و آخر سر با حذف عرضه مازاد، بازار به تعادل می‌رسید.

بازارهای آزاد از طریق سازوکار قیمت، خودبه‌خود تنظیم می‌شوند. اگر تقاضا از عرضه بیشتر شود، قیمت خودبه‌خود بالا می‌رود و باعث افزایش عرضه و کاهش تقاضا می‌شود. برعکس، اگر تقاضا از عرضه کمتر شود، قیمت‌ها پایین می‌آید و موجب کاهش عرضه و افزایش تقاضا می‌شود. این مکانیسم خودتنظیمی بازار، بازارها را از طریق توازن عرضه و تقاضا متعادل می‌کند. قیمت‌ها، علائمی هستند که عرضه و تقاضا را هماهنگ می‌کنند.

در جوامعی که دولت‌ها به برنامه‌ریزی مرکزی روی می‌آورند و با دستکاری در این علائم قیمتی، بازار آزاد را تحت فشار می‌گذارند، این علائم از بین می‌روند. نتیجه چنین وضعی به هم خوردن هماهنگی میان عرضه و تقاضاست که موجب می‌شود گاهی کمبود عرضه پیش بیاید و گاه دیگر مازاد عرضه.

هزینه‌های بیرونی

در مباحثی که تاکنون مطرح کرده‌ایم فرض بر این بوده که انگار همه هزینه‌های تولید کالاها بر عهده عرضه‌کننده است. مثلاً هنگام خریدن قاشق و چنگال‌های استیل، فرض را بر این گذاشته‌ایم که عرضه‌کننده این کالا همه هزینه تولید آن را خودش پرداخته است. حال آنکه این پرسش هم در میان است که اگر این عرضه‌کننده، در فرایند تولید کالای خود هوا را با اسید سولفوریک آلوده کرده باشد و باران‌های اسیدی این آلودگی را وارد آب‌ها کرده باشد، هزینه اینها را چه کسی پرداخته است. آلودگی حاصل از فعالیت این عرضه‌کننده، به افرادی که هوای محیط پیرامون او را تنفس می‌کنند صدمه می‌زند، باران‌های اسیدی، محصولات کشاورزی را آلوده می‌کند و مواد شیمیایی آب‌ها به سفره‌های زیرزمینی سرازیر می‌شوند و آب آشامیدنی را آلوده می‌کنند و مردم را به سرطان مبتلا می‌کنند. هزینه این آلودگی را مردمی متحمل می‌شوند که با بیماری و

مرگ زود هنگام و هزینه‌های گزاف دوا و درمان دست‌وپنجه نرم می‌کنند. مردم بخت‌برگشته‌ای که در منطقه فعالیت تولیدکننده زندگی می‌کنند، بخشی از بار هزینه تولید استیل صرف شده در قاشق و چنگال‌های تولیدکننده را بر دوش می‌کشند و تولیدکننده این هزینه را که در ذات تولیدش نهفته است پرداخت نمی‌کند. اقتصاددانان به این بخش از هزینه که بر افراد خارج از کارخانه تحمیل می‌شود «هزینه بیرونی» می‌گویند. این هزینه بیرونی تأثیراتی منفی از این دست به جا می‌گذارد:

- همان‌طور که قبلاً گفته شد، هزینه‌هایی ناخواسته و زیان‌بار بر کسانی تحمیل می‌کند که نه عرضه‌کننده قاشق و چنگال هستند نه مصرف‌کننده آن. این هزینه بر دوش بداقبال‌هایی می‌افتند که برخلاف اراده و مصالح خودشان ناگزیرند چنین هزینه‌ای را بپردازند.

- هزینه‌های خارجی، کارایی اقتصادی را کاهش می‌دهند، زیرا این هزینه‌ها خلاف داد و ستدهای داوطلبانه و آفریننده ثروت هستند. در واقع، این هزینه‌های خارجی موجب کاهش ثروت کسانی می‌شوند که در معرض خسارت‌های آلودگی قرار دارند.

- کارخانه‌ای که از پرداخت بخشی از هزینه‌های خود سر باز می‌زند، در واقع از سوبسیدهایی برخوردار می‌شود که دیگران به آن دسترسی ندارند. قبلاً این را هم گفته‌ام که چنین سوبسیدهایی موجب تولید مازاد هم می‌شوند و در نتیجه تولید از آن نقطه تعادلی که سازوکار قیمت‌ها در بازارهای آزاد شکل می‌دهند، فراتر می‌رود و به کاهش کارآمدی و ثروت می‌انجامد.

هزینه‌های خارجی کارخانه‌ای که مثال زدیم و موارد پرشمار دیگری مانند رانندگی در حال مستی و بدون مراعات مقررات، رفتارهای مجرمانه، نشر مواد آلوده و بیماری‌زا، خشونت‌ورزی، جار و جنجال و بی‌ادبی و حتی ریختن زباله روی زمین پیامدهای منفی دارند. گاهی نیز هزینه‌های خارجی ممکن است مثبت باشند. مثلاً اگر همسایه ما به باغبانی و گلکاری علاقه‌مند باشد، از رایحه پیچک‌ها و سایه درختان بلوط و زیبایی سیب‌های او که از دیوار خانه ما آویزان شده است بهره‌مند می‌شویم و لذت می‌بریم. شاید هم گاهی سخاوت به خرج دهد و توت‌فرنگی‌های و گوجه‌های مازاد باغچه‌اش را به ما بدهد. مهم‌تر از همه اینها، فضای سبز و زیبایی که چنین همسایه‌ای ایجاد می‌کند بر ارزش معاملاتی خانه‌های اطرافش می‌افزاید.

با وجود اینکه برخی انواع هزینه‌های خارجی مفیدند، دغدغه اصلی اقتصاددانان یافتن راه‌هایی برای از بین بردن مسائلی است که از ناحیه هزینه‌های خارجی زیانبار پدید می‌آیند. یکی از این راه‌ها، وضع قوانین منع آلودگی و منع اعمال دیگری است که هزینه خارجی ایجاد می‌کنند و مجازات کسانی که چنین هزینه‌هایی را به دیگران تحمیل می‌کنند. راه حل منعطف‌تر، وضع مالیات بر افراد یا کسب‌وکارهایی است که از هزینه‌های خارجی مانند آلودگی منتفع می‌شوند. چنین مالیات‌هایی افراد و بنگاه‌ها را وادار می‌کند برای از بین بردن آلودگی، چاره‌ای بیندیشند و اگر چنین نکنند ناگزیرند مدام تاوان کار خود را بپردازند. اگر بنای کار بر بهبود وضع اقتصادی باشد، اساساً بهتر است از راه‌حل‌های مبتنی بر تصمیم‌هایی که همه کس را با یک چوب می‌راند، مانند قوانینی که ایجاد آلودگی و تحمیل هزینه‌های بیرونی دیگر را منع و مرتکبین را مجازات می‌کند، پرهیز شود. روش منعطف‌تری مانند وضع قانون آلودگی که هزینه‌های بیرونی بنگاه‌ها را به هزینه درونی آنها تبدیل می‌کند، کارسازتر است و موجب جاری کردن سازوکار قیمت‌ها می‌شود.

چکیده فصل

- بازار به هرگونه ترتیبیاتی گفته می‌شود که خریداران و فروشندگان در چارچوب آن داد و ستد می‌کنند.

اقتصاد به زبان ساده | فصل پنجم: عرضه و تقاضا

- واسطه‌ها از اجزای مهم بازار هستند. زیرا هدف‌هایی مانند تسهیل رابطه بین خریدار و فروشنده و کاهش هزینه معامله را محقق می‌کنند.
- واسطه‌ها، زائد و مزاحم نیستند. واسطه‌ها را می‌شود حذف کرد اما کار آنها اصلاً حذف‌شدنی نیست.
- بازارها با استفاده از سازوکار قیمت، خود را تعدیل و اشکالاتشان را برطرف می‌کنند.
- جامعه‌ای که در نظام بازار آزاد آن دستکاری شود و نظام برنامه‌ریزی متمرکز آن تقویت شود، علامت قیمتی‌اش را از دست می‌دهد و در چنین جامعه‌ای هماهنگی عرضه و تقاضا به هم می‌خورد: گاه با پدیده مازاد عرضه مواجه می‌شود و گاه دیگر با پدیده کمبود عرضه.
- هزینه‌های بیرونی، در کار علامت‌های قیمتی مداخله می‌کنند و با این کارشان، بهره‌وری را پایین می‌آورند. بهتر است از روش‌های مبتنی بر وضع قوانینی مانند آن که آلودگی و تحمیل هزینه‌های بیرونی دیگر را منع و مرتکبین را مجازات می‌کنند، پرهیز شود. روش منعطف‌تری مانند وضع قانون آلودگی که هزینه‌های بیرونی بنگاه‌ها را به هزینه درونی آنها تبدیل می‌کند، کارسازتر است و موجب جاری کردن سازوکار قیمت‌ها می‌شود.

پرسش‌هایی برای مباحثه

- ۱- کدام یک از اینها بازار است؟
 - سوپرمارکت؟
 - وال مارت؟
 - استارباکس؟
 - پمپ بنزین؟
 - مدرسه دولتی؟
 - کتابخانه عمومی؟
 - باشگاه خصوصی؟
 - ساختمان شهرداری؟
 - یک روزنامه؟

- گوگل؟
- پست الکترونیکی یا هو؟
- ۲- کدام یک از اینها واسطه است و چرا؟
- عمده فروش؟
- داروخانه؟
- دندان پزشک؟
- بانک؟
- اخبار شبکه ان.بی.سی؟
- سازمان ملل؟
- پارلمان انگلیس؟
- انجمن گلف بازهای حرفه ای؟
- شرکت ماکروسافت؟
- ۳- همسر من نمی تواند با معامله گران خودرو چانه بزند و هرگاه می خواهیم خودرو جدیدی بخریم خودم ناچارم کار دلالی را برعهده بگیرم. این کار موجب طولانی شدن زنجیره عرضه از کارخانه تا همسرم شده است. حالا چنین کاری از جنبه اقتصادی کارآمد است یا ناکارآمد و در هر یک از این حالت ها چرا؟
- ۴- کارایی اقتصادی کره شمالی و کوبا در مقایسه با کانادا چگونه است؟ چرا اقتصاد کره شمالی و کوبا کارآمدتر یا ناکارآمدتر از کانادا است؟
- ۵- دولت ایالات متحده آمریکا، برای تشویق مردم به استفاده از اتانول و دیگر سوخت های غیرفسیلی، به مصرف کنندگان این نوع سوخت یارانه می پردازد. چنین کاری اقتصاد آمریکا را کارآمدتر می کند یا ناکارآمدتر؟ چرا؟
- ۶- پشت چراغ راهنمایی منتظر سبز شدن چراغ هستیم. خودرویی از کنارمان عبور می کند که لاستیک چرخ هایش فرسوده است، از آگزش دود سیاه بیرون می آید و صدای موسیقی آن بلند است. آیا چنین کارهایی هزینه بیرونی مثبت دارند یا منفی و چرا؟

فصل ششم: موضوعات عرضه و تقاضا

همیشه می‌گوییم به جای برنامه‌سازی، انتخاب‌سازی کن.

«جنیفر انیستون»^{۲۱}

قیمت‌گذاری کار دولتهاست و این کار را غالبا به دلیل فشارهای سیاسی می‌کنند. قیمت‌گذاری دستوری نمی‌گذارد بازارها شفاف شوند و بدین ترتیب مانع کارکرد صحیح سازوکار قیمت‌ها می‌شود. پس قیمت‌گذاری لاجرم موجب کمبود یا مازاد عرضه می‌شود.

قیمت‌گذاری و کنترل قیمت‌ها معمولا به دو طریق اعمال می‌شود. گاهی قیمت‌گذاری و کنترل با تعیین حداکثر قیمت رخ می‌دهد که عرضه‌کنندگان حق ندارند بر کالاهای خود قیمتی بیش از سقف مجاز بگذارند. گاهی هم حداقل قیمت تعیین می‌شود که خریدار حق ندارد کمتر از آن بپردازد. یکی از نمونه‌های تحمیل سقف قیمت، تعیین قیمت اجاره است که صاحبان املاک حق ندارند برای املاک خود از حد معینی بیشتر اجاره بگیرند. تعیین سقف قیمت، معمولا موجب کاهش عرضه می‌شوند، زیرا وقتی بر اثر افزایش قیمت، تقاضا بالا می‌رود، عرضه‌کنندگان انگیزه‌ای برای پاسخ دادن به این تقاضای جدید را ندارند. در شهرهای نیویورک و سانتا مونیکا، آمریکا، (به ترتیب از سال ۱۹۷۱ و ۱۹۷۹) برای اجاره‌ها سقف تعیین شد و در هر مورد نتیجه کار این شده که صاحبان املاک از تعمیر و نگهداری ساختمان‌ها و ساختن خانه‌های اجاره‌ای جدید دست کشیده‌اند.

این سیاست قیمت‌گذاری موجب کمبود ساختمان‌های اجاره‌ای شده است و مستاجران هم که به علت کمبود شدید واحدهای استیجاری نمی‌توانند جای تازه‌ای پیدا کنند، خانه‌های قبلی را تخلیه نمی‌کنند. هرگاه مستاجری بر اثر بیماری یا عامل دیگری توانایی پرداخت اجاره نداشته باشد و مجبور به تخلیه خانه اجاره‌ای خود شود، مستاجران جدید برای به دست آوردن جای او، با پیشنهاد پرداخت‌های غیرقانونی به سراغش می‌آیند و چنین کارهایی موجب شکل‌گیری بازار سیاه خانه‌های اجاره‌ای شده است. به همین علت، فساد به بازار اجاره رسوخ پیدا کرده و با صدمه‌ای که به سازوکار قیمت‌ها زده، موجب

تضعیف بازار رقابتی شده است.

مثال دیگر، قانون منع گران‌فروشی است که فروشندگان را از بالا بردن قیمت‌ها پس از رخ دادن بلایای طبیعی مانند توفان‌هایی که گاهی در سواحل شرقی و جنوبی آمریکا رخ می‌دهد، منع می‌کند. این قانون در نگاه نخست قانون مفیدی به نظر می‌رسد که برای حمایت از آسیب‌دیدگان سیل و توفان در برابر سودجویان و طمع‌کارانی تنظیم شده که قصد چاپیدن قربانیان بلایای طبیعی را دارند. حال آنکه تجربه ساکنان فلوریدا به آنان آموخته است که همین قوانینی که با انگیزه‌های خیرخواهانه و برای محافظت از آنها تصویب شده پس از رخ دادن بلایای طبیعی علاوه بر اینکه دردی از آنها دوا نکرده، وضعیتشان را خراب‌تر هم کرده است: هرگاه در فلوریدا سیل و توفان می‌آید، مردم تا مدت‌ها برای بازسازی خانه‌های خود مصالح ساختمانی پیدا نمی‌کنند. اگر قانون سقف قیمت، مانع افزایش قیمت‌ها نمی‌شد، تولیدکنندگان و فروشندگان مصالح ساختمانی به دلیل قیمت‌های بالا، به فلوریدا سرازیر می‌شدند، کمبودها برطرف می‌شد و قیمت‌ها به سوی وضع عادی تنزل می‌کرد و مردمی که آواره شده بودند، زودتر خانه‌هایشان را می‌ساختند و بازمی‌گشتند. اما قوانین منع گران‌فروشی موجب کمبود مصالح شدند و این کمبود مدت‌های مدید ادامه یافت و بازسازی ویرانه‌ها را عقب انداخت. پس تعیین سقف قیمت همیشه باعث کمبود می‌شود و همواره به مردمی که قرار است این قوانین به کمکشان بیاید آسیب می‌زند.

حداقل قیمت با انگیزه خیرخواهانه تعیین می‌شود، اما ذاتاً مضر است. یکی از موارد تعیین حداقل قیمت، وضع قوانین حداقل دستمزد است که هدفش حمایت از کارگران غیرمتخصص از طریق «دریافت مزد بر حسب نیازهای معیشتی» آنان است.^{۲۲} این ظاهر قضیه است، اما آنچه واقعاً رخ می‌دهد این است که افزایش سقف حداقل دستمزدِ کارگران غیرمتخصص، هزینه استخدام آنان را برای کارفرمایان بالا می‌برد و کارفرمایان (در کشورهای صنعتی و پیشرفته)، کارگران غیرمتخصص را اخراج می‌کنند و به جای استخدام چنین کارگرانی که هزینه کردن برایشان مقرون به صرفه نیست، به روش‌هایی مانند

اقتصاد به زبان ساده | فصل ششم: موضوعات عرضه ...

اینها متوسل می‌شوند: برون‌سپاری کار در کشورهای در حال توسعه که هزینه استخدام کارگر در آنها کمتر است؛ استخدام مهاجران غیرقانونی که با دستمزدهای کمتر کار می‌کنند؛ و بهره‌گیری از ماشین‌های کم‌هزینه‌تر به جای کارگرانِ پرهزینه.

پس، نتیجه افزایش سقف حداقل دستمزد که قرار بوده است معیشت کارگران را بهبود بخشد، این می‌شود که کارگران غیرماهر کارشان را از دست می‌دهند و همان دستمزد کم را هم از دست می‌دهند و به کارگرانی بیکار تبدیل می‌شوند که امکان یافتن کار را هم از دست می‌دهند. در کشوری مانند فرانسه که سقف حداقل دستمزد نسبتاً بالاست، نرخ بیکاری جوانان بسیار بالاست اما در عین حال در سوپرمارکت‌ها کارگرانی که کالاهای خریداری شده مشتریان را برای آنان بسته‌بندی کنند یافت نمی‌شود و مشتریان ناگزیرند خودشان اقلام خریداری شده را بسته‌بندی و حمل کنند. علت چنین وضعی این است که افزایش سقف حداقل دستمزد، کارگران این بخش را بیکار و استخدام آنان را غیراقتصادی کرده است.

یکی دیگر از انواع تعیین حداقل قیمت، حمایت‌هایی است که در زمینه قیمت‌گذاری محصولات کشاورزی اعمال می‌شود. به کشاورزان در قبال کاشتن محصولاتی خاص (که دولت تعیین می‌کند)، یارانه‌هایی پرداخت می‌شود. این یارانه‌ها موجب می‌شوند کشاورز بتواند با فروش محصول یارانه‌ای خود، عایدی‌اش را از آنچه در بازار می‌توانسته است به دست آورد، بیشتر کند و در نتیجه تولید این نوع خاص محصول افزایش می‌یابد و در بازار مازاد عرضه رخ می‌دهد. محصول مازاد را نمی‌توان فروخت و ناچار یا در انبارهای دولتی تباه می‌شود یا (برای متعادل شدن عرضه و تقاضا) سوزانده می‌شود یا به طریق دیگری تلف می‌شود که در همه حال غیربهرینه شدن تولید رخ می‌دهد.

تعیین حداقل قیمت، همواره به تولید مازاد منجر می‌شود: کارگر غیرماهر مازاد، محصولات کشاورزی مازاد، و اساساً موجب تولید مازاد هر کالا و خدمتی می‌شود که مشمول این تعیین قیمت است. تعیین حداقل قیمت و نتایج آن، موجب برهم خوردن سازوکار قیمت می‌شود و به ناکارآمدی اقتصادی و اتلاف منابع می‌انجامد و به کسانی که قرار بوده است این برنامه کمک‌رسان آنان باشد، لطمه می‌زند.

کنترل قیمت‌ها، اعم از تعیین سقف یا تعیین کف، مانع انتخاب آزادانه افراد

می‌شود. این کنترل‌ها مداخله در معاملات داوطلبانه مردم هستند و به کمبود یا مازاد عرضه دامن می‌زنند، بازار سیاه یا فعالیت‌های اقتصادی زیرزمینی ایجاد می‌کنند، و موجب اعمال مجرمانه می‌شوند. قیمت‌هایی که در بازار آزاد شکل می‌گیرند، سبب شکل‌گیری عرضه و تقاضای هماهنگ می‌شوند و بازارها را شفاف و اقتصاد را کارآمد می‌کنند.

علاوه بر کنترل‌های قیمتی، مداخله‌های دیگری مانند مداخله‌های یارانه‌ای و مالیاتی (مانند مالیات فروش، مالیات‌های غیرمستقیم، عوارض گمرکی) هم در بازارها رخ می‌دهد. یارانه‌ها موجب مازاد عرضه می‌شوند، زیرا تولیدکننده کالا و خدماتی که یارانه دریافت می‌کند انگیزه فراوانی برای افزایش عرضه دارد. یکی از نمونه‌های رخ دادن مازاد عرضه بر اثر یارانه‌ها، افزایش تولید اتانول یارانه‌ای (در آمریکا) است که عرضه مازاد آن موجب غیربهرینه شدن تولید شده است. جالب است که یارانه اتانول موجب کاهش قیمت آن هم نشده است. این درست است که مصرف‌کنندگان اتانول یارانه‌ای آن را ارزان‌تر می‌خرند اما از آنجا که یارانه‌ها از شمول دارایی‌های مشمول مالیات خارجند، و دولت این کسری مالیاتی را از محل‌های دیگر تامین می‌کند، یارانه‌ای که اینجا دریافت شده جای دیگری در قالب مالیات پرداخت می‌شود. یارانه اتانول عوارض جانبی هم دارد. مواد اولیه اتانول غلاتی مانند گندم و ذرت هستند که بالا رفتن تقاضای آنها برای استحصال اتانول، موجب افزایش قیمتشان می‌شود. افزایش قیمت غلات که خوراک اصلی دام و طیور است به افزایش قیمت گوشت قرمز و سفید می‌انجامد. خلاصه اینکه، یارانه‌ها علاوه بر دامن زدن به مازاد عرضه کالاهای یارانه‌ای، نتایج ناخواسته‌ای مانند کمیاب شدن کالاهای دیگر هم به دنبال دارد. وضع مالیات بر کالاها یا خدمات، موجب افزایش قیمت و کمیابی آنها می‌شود. همان‌گونه که یارانه‌ها موجب مازاد عرضه می‌شوند، مالیات‌ها موجب کمیابی آنها می‌شوند؛ زیرا هر چیزی که مالیات آن افزایش یابد و بر اثر این مالیات، قیمتش بالا برود، متقاضیان کمتری خواهد داشت.

جان کلام اینکه، یارانه‌ها و مالیات‌ها، همانند قیمت‌گذاری، مداخله در سازوکار قیمت‌ها هستند و موجب مازاد عرضه یا کاهش عرضه می‌شوند؛ زیرا با

آمدنشان مانع شفاف‌سازی خود کار بازار می‌شوند و اقتصاد را ناکارآمد می‌کنند. منابع اقتصادی آنگاه که در تملک مالکان خصوصی نباشند، قیمتشان در بازار آزاد تعیین نمی‌شود و به‌صورت غیربهبینه تخصیص داده می‌شوند. مثال زیر یکی از نمونه‌های صدماتی است که مالکیت غیرخصوصی منابع می‌تواند وارد کند. این مثال، بسیار مشهور شده است و به‌عنوان «فاجعه منابع عمومی»^{۲۳} شناخته می‌شود.

فاجعه منابع عمومی بدین ترتیب رخ می‌دهد: چراگاهی را در نظر بگیرید که همه مجازند از آن استفاده کنند. هر گله‌داری می‌کوشد تا می‌تواند گله خود را در این چراگاه عمومی بچراند. چون این چراگاه یک کالای رایگان است. تا زمانی که جنگ و بیماری، شمار انسان‌های متقاضی چراگاه و حیواناتی را که قرار است چریده شوند، در سطحی پایین‌تر از ظرفیت چراگاه نگه می‌دارد، این برنامه ادامه می‌یابد و برای بهره‌برداران، کمابیش رضایتبخش است. اما سرانجام روز واقعه از راه می‌رسد و دیگر جنگ و بیماری نمی‌توانند جمعیت انسان‌های متقاضی و حیوانات را کاهش دهند و واقعیتِ فزونی تقاضای چراگاه بر ظرفیت چراگاه خود را نشان می‌دهد. در این مرحله، محدودیت منابع عمومی، چهره بی‌رحمانه و غمبار خود را نشان می‌دهد.

هر یک از گله‌داران، به اقتضای اینکه انسان‌هایی عاقل هستند، در جهت منافع خود عمل می‌کنند. هر یک از آنها، با بهره‌ای از آگاهی، با خود می‌گویند «چه ضرری دارد که من بر گله خود حیوانی دیگر بیفزایم؟» از آنجا که استفاده از چراگاه برای همه گله‌داران، بهره‌مندی از کالایی رایگان است، هیچ‌یک از آنها برای آوردن حیوانات بیشتر به چراگاه، درنگ نمی‌کنند. پس، گله‌داران همچنان به افزودن بر شمار گله خود در چراگاه عمومی ادامه می‌دهند تا روزی که چرای بی‌رویه، چراگاهی را که زمانی مرغزاری سرسبز و آباد بوده است به بیابانی خشک و بی‌حاصل تبدیل کند. و چنین می‌شود که همه گله‌ها و گله‌داران با گرسنگی و مرگ روبه‌رو می‌شوند. وقتی دسترسی همگان به منابع کمیاب آزاد باشد، هیچ‌کس در مصرف آن برای خود محدودیتی قائل نمی‌شود و همه با هم نابود می‌شوند. منابع عمومی دیگر هم در معرض همین

گرفتاری‌اند. مثلاً دریاچه‌ها و رودخانه‌ها و اقیانوس‌ها هم بر اثر صید بی‌رویه ماهی‌ها، خالی می‌شوند. مورد مشابه دیگر اینکه، جانوران وحشی به مزارع کشاورزان حمله می‌کنند و محصولات کشاورزی را می‌خورند یا تباه می‌کنند. آنگاه کشاورزان برای جلوگیری از این زیان، جانوران را می‌کشند. پس از اینکه این جمعیت جانوری از بین می‌رود دیگر توریست‌ها برای تماشای آنها به آن منطقه نمی‌روند و کشاورزان درمی‌یابند که با مرگ توریسم تجاری، تقاضا برای محصولات آنها هم از بین رفته است.

چگونه می‌توان مانع شکل‌گیری مسئله «فاجعه منابع عمومی» شد یا اگر رخ داد، آن را درست کرد؟ راهش تبدیل کردن این منابع عمومی به دارایی خصوصی است. اگر این منابع عمومی از طریق مزایده به متقاضیان واگذار شود، برنده مزایده از کسانی که می‌خواهند از چراگاه استفاده کنند، هزینه آن را می‌گیرد و دیگر «کالای رایگان» وجود ندارد. مالک خصوصی اجازه نخواهد داد که از چراگاه او بیش از ظرفیتش استفاده شود و گله‌دارانی که قرار است برای اضافه کردن هر حیوانی، پول بیشتری بپردازند، استفاده خود را محدود می‌کنند. در آفریقا با سپردن مالکیت جانوران وحشی به رؤسای قبایل، این مسئله را حل کرده‌اند.

رؤسای قبایل آفریقایی برای اینکه بتوانند توریست‌های بیشتری را به قبیله خود بکشانند، روستاییان را اجیر می‌کنند و به کار نگهبانی از جانوران در برابر شکارچیان غیرقانونی و جلوگیری از ورود جانوران به مزارع کشاورزان می‌گمارند. در نتیجه جانوران وحشی زنده می‌مانند، کشاورزان محصولات خود را می‌فروشند، توریسم شکوفا می‌شود و روستاییان پولدار می‌شوند.

درس

۱- وقتی مالکیت عمومی باشد، کسی دغدغه نگهداری از دارایی‌ها را ندارد. مالکیت عمومی از جنبه اقتصادی ناکارآمد است و ممکن است به «فاجعه منابع عمومی» بینجامد. اما با مالکیت خصوصی و حقوق مالکیت پر قدرت، بهره‌برداری از دارایی‌ها کارآمد می‌شود و به همگان نفع می‌رساند.

۲- وقتی که دسترسی رایگان به یک منبع اقتصادی امکان‌پذیر باشد، از آن منبع استفاده بی‌رویه می‌شود. در جهانی که منابعش کمیاب است، هیچ‌چیز واقعا رایگان نیست. به قول اقتصاددانان: «هرچه پول بدهی آتش می‌خوری.»^{۲۴}

بیاید نگاه دقیق‌تری بیندازیم و ببینیم اقتصاد اساسا درباره چیست. اقتصاد در مجموع درباره مبادله است. انتخاب‌هایی را که هنگام مبادله اقتصادی می‌کنیم، در نظر آورید. همه مبادله‌های اقتصادی، دربردارنده داد و ستدی هستند که وفق آن باید چیزی را بدهیم تا چیز دیگری را که می‌خواهیم به دست آوریم. چیزی که می‌دهیم و چیزی که می‌گیریم از نظر ما ارزش دارند. یکی از

فرض‌های اولیه علم اقتصاد این است که ارزش آن چیزی که در معامله می‌گیریم از ارزش آن چیزی که می‌دهیم بیشتر است. اگر آن چیزی که در مبادله گرفته‌ایم ارزش بیشتری نداشت، چنین مبادله‌ای نمی‌کردیم. یعنی اینکه وضع ما پس از مبادله بهتر از قبل از مبادله است. خلاصه این بحث چنین است:

- ما بدان جهت مبادله می‌کنیم که (الف) می‌خواهیم یک نیاز تخصصی را برآورده کنیم و خودمان متخصص و خودکفا نیستیم، و (ب) چیزهایی هست که ما آنها را از چیزهایی که داریم بیشتر می‌خواهیم.
- دیگران بدان جهت با ما مبادله می‌کنند که چیزهایی هست که آنها بیش از چیزهایی که دارند، می‌پسندند.
- این واقعیت که یک چیز واحد از نظر طرفین مبادله ارزش‌های متفاوتی دارد، موجب مبادله می‌شود.
- هر دو طرف مبادله آزادانه، چیزی به دست می‌آورند و اگر غیر از این بود تن به مبادله نمی‌دادند.
- مبادله آزادانه موجب خلق ثروت می‌شود.
- بیشترین ثروت‌ها در کشورهایی است که در آنها بازارها بیشترین آزادی را دارند.
- دادوستدهای آزادانه در بخش خصوصی رخ می‌دهد. همه مبادله‌های بخش خصوصی، داوطلبانه و ثروت‌آفرین هستند. حال آنکه مبادله‌های دولتی، داوطلبانه نیستند. برای مثال:
- پرداخت مالیات، اجباری است نه داوطلبانه. اگر کسی مالیاتش را ندهد جریمه و حتی زندانی می‌شود.
- هیچ‌کس بدون گواهینامه رانندگی و کارت شناسایی وسیله نقلیه، حق رانندگی ندارد.
- حق بیمه‌های تامین اجتماعی را بدون توجه به موافقت و مخالفت حقوق‌بگیران، از دستمزدشان کسر می‌کنند.
- اگر کسی با سرعت غیرمجاز براند، جریمه می‌شود.

خلاصه اینکه، همه مبادله‌ها با دولت، غیرداوطلبانه است. این مبادله‌ها اجباری‌اند و انتخاب آزادانه در آنها سهمی ندارد. می‌دانیم که انتخاب‌های آزادانه ثروت‌آفرین هستند، زیرا طرفین مبادله به انتخابی دست نمی‌زنند مگر اینکه به این نتیجه رسیده باشند که در عوض چیزی که می‌دهند، چیز بیشتری به دست خواهند آورد. از آنجا که مبادله‌هایی که با دولت‌ها می‌شود، حاصل انتخاب‌های آزادانه و داوطلبانه نیست، تشخیص اینکه ثروت‌آفرین هستند یا نیستند، ناممکن است.

از درون این بحث، یک پرسش مهم بیرون می‌آید: چه فعالیت‌هایی در بخش خصوصی و با انتخاب‌های آزادانه و داوطلبانه، بهتر انجام می‌شود و چه فعالیت‌هایی را دولت بهتر انجام می‌دهد؟ این پرسش، پاسخ‌های متفاوتی دارد: کمونیست‌ها و سوسیالیست‌ها معتقدند همه فعالیت‌ها را باید به بخش دولتی سپرد. به اعتقاد کمونیست‌ها و سوسیالیست‌ها، باید مالکیت خصوصی را کلاً جمع کرد و مالکیت همه چیز را در اختیار دولت قرار داد. چنین کاری به تشکیل دولت‌های کمونیستی و سوسیالیستی می‌انجامد که در برابر «فاجعه منابع عمومی» به شدت آسیب‌پذیر خواهد بود. شواهد زیادی از این نوع آسیب‌پذیری در کشورهای کمونیستی و سوسیالیستی در اختیار داریم: زیرساخت‌های کشورهایی مانند کوبا و بلاروس و کره شمالی از جمله راه‌ها و پل‌ها و ساختمان‌ها وضع نامناسبی دارند و به حال خود رها شده‌اند و اقتصاد آنها معمولاً آشفته و به هم ریخته‌اند.

بیشتر کشورهای اروپایی، اقتصادهایی مختلط دارند که آمیخته‌ای است از بخش دولتی بزرگ و بخش خصوصی بزرگ. وضع اقتصادی و رفاهی این کشورها از کشورهای کمونیستی و سوسیالیستی بهتر است، اما نرخ رشد اقتصادی و درآمد سرانه‌شان از ایالات متحده کمتر است. بخش دولتی ایالات متحده نسبتاً کوچک‌تر و بخش خصوصی آن نسبتاً بزرگ‌تر از کشورهای اروپایی است. وضع رفاهی آمریکایی‌ها هم بهتر از اروپایی‌ها و رشد اقتصادی‌شان بیشتر از اروپایی‌هاست.

لیبرتارین‌ها^{۲۵} معتقدند اگر بخش دولتی کاملاً از میان برداشته شود، رفاه و رشد

اقتصادی از این هم که هست بیشتر خواهد شد. لیبرتارین‌ها می‌گویند دولت باید فقط کارهایی را در دست بگیرد که بخش خصوصی از عهده آن بر نمی‌آید، مانند:

- اداره نیروهای مسلح برای دفاع از شهروندان در برابر دشمنان خارجی و تروریست‌ها. لیبرتارین‌ها این را پذیرفته‌اند که اداره ارتش کارآمد از عهده بخش خصوصی خارج است و باید در اختیار دولت بماند.

- اداره نظام قضایی برای محافظت از افراد جامعه در برابر جرم و جنایت به وسیله نهادهای پلیس و دادگاه و زندان و وکلای تسخیری و دادستانان.

هر آنچه غیر از این فعالیت‌ها، باید در اختیار بخش خصوصی باشد. من (مولف کتاب) نظر لیبرتارین‌ها را پیشنهاد یا رد نمی‌کنم اما این را می‌گویم که از نظر اقتصادی، پیشنهادها لیبرتارین‌ها بهره‌وری اقتصادی و ثروت‌آفرینی را افزایش می‌دهد؛ زیرا در وضعی که آنها پیشنهاد می‌کنند، قدرت انتخاب و آزادی افراد به حداکثر می‌رسد و اجبار به حداقل می‌رسد و به دلیل اینکه منابع حتی الامکان در اختیار بخش دولتی نیست، «فاجعه منابع عمومی» رخ نمی‌دهد.

چکیده فصل

- قیمت‌گذاری به دو روش اعمال می‌شود: تعیین حداقل قیمت و حداکثر قیمت.

- تعیین حداقل قیمت، موجب مازاد عرضه می‌شود و تعیین حداکثر قیمت موجب کمیابی می‌شود.

- قیمت‌گذاری، خواه تعیین حداکثر باشد یا حداقل، مداخله در دادوستدهای داوطلبانه است و موجب کمیابی یا مازاد عرضه می‌شود یا به بازار سیاه و فعالیت‌های زیرزمینی و اعمال مجرمانه دامن می‌زند. قیمت‌هایی که در بازار آزاد شکل می‌گیرند موجب هماهنگی و تعادل عرضه و تقاضا می‌شوند، بازارها را شفاف می‌کنند و اقتصاد را کارآمد می‌کنند.

- شکل‌های دیگر مداخله دولت در بازارها، یارانه‌ها و مالیات‌ها (مانند مالیات فروش، مالیات‌های غیرمستقیم و حقوق گمرکی) هستند. یارانه‌ها موجب مازاد عرضه می‌شوند و مالیات‌ها موجب کمیابی.

- آنگاه که منابع در اختیار مالکان خصوصی نیست، در بازار آزاد قیمت گذاری نمی شوند و تخصیص آنها به صورت بهینه نخواهد بود. چنین وضعی، راه را برای رخ دادن فاجعه منابع عمومی هموار می کند. وقتی منابع در تملک افراد باشد، مالکان به دلیل منافع شخصی خودشان از این منابع به خوبی محافظت می کنند. حال آنکه از مالی که مالک خصوصی ندارد، کسی نیست که انگیزه محافظت از آن را داشته باشد.

- سخن بالا تأییدی است بر این گفته لیبرتارین ها که همه منابع باید تا جایی که امکان دارد در تملک بخش خصوصی باشد. دولت فقط آنگاه باید منابع را تملک و اداره کند که چنین کاری برای بخش خصوصی ناممکن باشد، مانند ارتش و دستگاه قضایی.

- مالکیت خصوصی در چارچوب اقتصاد بنگاهی، بسیار کارآمدتر از مالکیت دولتی و اداره اقتصاد به شیوه متمرکز است.

پرسش هایی برای مباحثه

۱- کدام یک از موارد زیر از مصادیق تعیین سقف قیمت و کدام یک از مصادیق تعیین حداقل قیمت است؟

الف- کنترل اجاره ها؛

ب- خرید تضمینی محصولات کشاورزی؛

ج- تقبل هزینه های درمانی سالمندان و کم درآمدها؛

د- قوانین مبارزه با گران فروشی؛

ر- تعیین حداقل دستمزد؛

ز- جریمه رانندگی با سرعت غیرمجاز.

۲- تعیین حداقل (کف) قیمت، موجب کمبود عرضه می شود یا مازاد عرضه؟

تعیین حداکثر (سقف) قیمت، موجب کمبود عرضه می شود یا مازاد عرضه؟

۳- اموال موقعی که خصوصی باشند بهتر حفظ می شوند یا موقعی که دولتی باشند؟

۴- راه چاره «فاجعه منابع عمومی»، کدام یک از اینهاست؟

الف- مالیات گذاری دولت؟

اقتصاد به زبان ساده | فصل ششم: موضوعات عرضه ...

ب- پرداخت یارانه توسط دولت؟

ج- یا چیزی کاملاً متفاوت با این دو؟

۵- برای بالا بردن کارآمدی اقتصادی:

الف- چه منابعی باید در مالکیت دولت باشد؟

ب- مالکیت چه منابعی باید خصوصی باشد؟

فصل هفتم: مدیریت تصمیم‌گیری

وقتی ارزش‌های خودت را بشناسی، تصمیم‌گیری سخت نیست.

«روی دیزنی»^{۲۶}

وقتی اقتصاد آزاد و در اختیار بنگاه‌ها باشد، بیشتر تصمیم‌های اقتصادی را بخش خصوصی می‌گیرد. بسیاری از تصمیم‌گیران بخش خصوصی، مدیران اقتصادی‌اند. پس باید بینیم چگونه است که مدیران بخش خصوصی انتخاب‌های بهتری می‌کنند و تصمیم‌های بهتری می‌گیرند. چارچوب فرایند تصمیم‌گیری مدیریتی این‌گونه است:

۱- تشخیص راهی که باید انتخاب شود

برای تصمیم گرفتن باید دست کم دو راه پیش روی آدم باشد. زیرا اگر فقط یک راه باشد دیگر نیازی به تصمیم‌گیری نیست.

۲- تشخیص فایده‌ها و هزینه‌های هریک از راه‌ها

هر راهی که انتخاب شود، فایده‌هایی دارد که ممکن است برخی از آنها مالی باشد و برخی دیگر غیرمالی. همچنین هر راهی که انتخاب شود، پیامدهایی منفی دارد که به آن هزینه می‌گویند و معمولاً هم هزینه مالی و پولی است.

۳- ترسیم دقیق و شفاف همه فرض‌ها

در تمام مراحل تصمیم‌گیری باید فرض‌هایی در نظر گرفته شود. چنین کاری از آن جهت لازم است که ما هرگز نمی‌توانیم با صرف هزینه‌ای که مقرون به صرفه باشد، همه اطلاعاتی را که لازم داریم گردآوری کنیم و با استفاده از اطلاعات کامل، تصمیم بگیریم. فرض‌های ما نباید تصادفی و سرسری باشد، بلکه باید معقول و سنجیده باشد و با واقعیت‌ها سازگاری داشته باشد.

۴- برآورد فایده و هزینه

باید همه فواید و هزینه‌های کارمان را بدانیم که بتوانیم آنها را مقایسه کنیم. معمولاً شناسایی و برآورد هزینه‌ها آسان‌تر از فایده‌هاست. اما گاهی هم تعیین هزینه‌ها بسیار دشوار و چه بسا غیرممکن می‌شود. مثلاً اگر محصول یک بنگاه ناقص باشند و این بنگاه بخواهد آن را از سطح بازار جمع کند؛ چنین کاری احتمالاً به اعتبارش لطمه می‌زند و فروش آن محصول در آینده کاهش خواهد

یافت. هزینه چنین تصمیمی این است که از اعتبار بنگاه و فروش محصولاتش کاسته می‌شود. اما تعیین مقدار این هزینه، دشوار است. تعیین برخی فایده‌ها هم به همین شکل، دشوار و گاهی غیرممکن است. در همین مثال بالا، اگر تولیدکننده سریعاً بپذیرد که محصولش نقص داشته است و به سرعت آن را از سطح بازار جمع کند، ممکن است بر اعتبارش افزوده شود. اما محاسبه فایده‌ای که از ناحیه این افزایش اعتبار در آینده نصیبش خواهد شد، دشوار است.

۵- مقایسه فایده و هزینه هر گزینه‌ای با فایده و هزینه بهترین گزینه بعدی در فرهنگ واژگان اقتصادی، بهترین گزینه جایگزین را هزینه فرصتِ گزینه مورد بررسی می‌نامند. بهترین راه فهمیدن این موضوع این است که بدانید هزینه فرصت یعنی آن بخشی از فواید خالص است که اگر گزینه اول را رها کنید و گزینه بعدی را انتخاب کنید، از دست می‌دهید. مثلاً فرض کنید در حال بررسی مقایسه‌ای دو فرصت سرمایه‌گذاری با ریسک مشابه هستیم. انتظار می‌رود که نرخ بازدهی سرمایه‌گذاری در گزینه «الف» ۱۵ درصد و در گزینه «ب» ۱۲ درصد باشد. ما می‌توانیم یکی از این دو را انتخاب کنیم اما هر دو را نمی‌توانیم. در اینجا هزینه فرصت ما برای انتخاب گزینه «الف» و چشم‌پوشی از گزینه «ب»، همان ۱۲ درصدی است که انتظار می‌رود از انتخاب گزینه «ب» عاید شود.

۶- سرانجام، آن گزینه‌ای را انتخاب کنید که بیشترین ارزش اقتصادی را دارد. انتخاب گزینه بهتر یعنی انتخاب آن گزینه‌ای که منافع حاصل از آن کمترین هزینه را به دنبال داشته باشد. مدیریت تصمیم‌گیری یعنی همین کار. مدیریت کارآمد مستلزم مقایسه دقیق هزینه‌ها و فایده‌های گزینه‌های مورد بررسی است. مثلاً همه سازمان‌ها با تصمیم‌هایی مشابه اینها روبه‌رو هستند:

- اقلام گوناگونی را که قرار است در خط تولید به کار ببریم، بهتر است خودمان بسازیم یا آنها را از دیگران بخریم؟

- ساختمان و تجهیزات را اجاره کنیم یا بخریم؟

- واحد فروش اختصاصی تشکیل دهیم یا فروش را به روش برون‌سپاری، به شرکت‌های نمایندگی مستقل واگذار کنیم؟

- شعبه‌های جدید تاسیس کنیم یا با کسان دیگری که کسب‌وکار مشابه ما

دارند، وارد همکاری شویم؟

- نرم‌افزارهای مورد نیازمان را خودمان بنویسیم یا نسخه‌های آماده را بخریم؟
- شعبه‌های برون‌مرزی تاسیس کنیم یا چنین فعالیتی را با سرمایه‌گذاری مشترک با سرمایه‌گذاران بومی انجام دهیم؟
- به این فهرست، همچنان می‌توان اقلام دیگری اضافه کرد.

مسئولیت اجتماعی و بیشینه‌سازی سود

برخی، مسئولیت اجتماعی و بیشینه‌سازی سود را خلاف هم می‌دانند. یعنی فکر می‌کنند تصمیم‌های عقلایی درباره بیشینه کردن سود با عناصر فرهنگی و غیرمادی مانند توجه به اوقات فراغت در تعارض قرار دارد. گاهی این بدگمانی پدید می‌آید که بیشینه‌سازی سود، کاری خودخواهانه و خلاف حقیقت است که شاید با ارزش‌های اجتماعی و خیر عمومی سازگاری نداشته باشد. حال آنکه بسیاری از این عناصر کیفی با بیشینه‌سازی سود سازگارند و هنگام کسب سود باید آنها را هم در نظر گرفت.

این موضوع به علت تفاوت‌های بیشینه‌سازی سود در بازه‌های زمانی کوتاه و بلند، پدید آمده است. در بازه‌های کوتاه‌مدت، عناصر پولی و کمی ممکن است بر سر عناصر کیفی آوار شوند. معمولاً در مواقع اضطراری، چیزهای مهمی از قلم می‌افتد. هنگام تصمیم‌گیری‌های مهم و اضطراری، لحاظ کردن همزمان دقت و خردورزی و مهربانی کار بسیار دشواری است. در کوتاه‌مدت ممکن است دچار کوتاه‌بینی شویم. اما تاکتیک‌هایی که لازمه تصمیم‌های کوتاه‌مدت است، در بلندمدت به بیشینه‌سازی سود لطمه می‌زند. اگر شرکتی مشتریان و کارکنان و تامین‌کنندگان و سرمایه‌گذاران را استثمار کند، یا با دیگران با دقت و احترام و ادب برخورد نکند، با تبعات منفی آن روبه‌رو خواهد شد.

شرکت‌هایی که به مسئولیت اجتماعی بی‌اعتنا باشند با عواقب آن مواجه خواهند شد. رفتارهای غیراصولی و غیراخلاقی موجب مقاومت و دفع از طرف دیگران می‌شود. بنابراین، با در نظر گرفتن اینکه بیشینه کردن سود کاری بلندمدت است نه کوتاه‌مدت، می‌توان بیشتر عناصر غیرمادی، اگر نگوییم همه آنها، را زیر چتر بیشینه‌سازی سود قرار داد. چنین کاری با بیشینه‌سازی سود سازگار است و هیچ تعارضی با آن ندارد و ناگزیر به انتخاب یکی و کنار گذاشتن دیگری هم نیستیم. جان کلام اینکه «از هر دست بدهی از همان دست می‌گیری.»

پیامدهای مدیریت تصمیم‌گیری

شرکت‌های اقتصادی بزرگ امروزی، سرمایه‌های بزرگ لازم دارند. این مقادیر زیاد سرمایه، بسیار بیش از آن هستند که یک فرد یا حتی یک خاندان از عهده تامین آن برآید. به همین دلیل، شرکت‌ها با فروش سهام و اوراق قرضه به افراد، شرکت‌ها، صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک، صندوق‌های بازنشستگی، اتحادیه‌ها و سازمان‌های مشابه سرمایه مورد نیاز خود را تامین می‌کنند.

صاحبان سهام و اوراق قرضه شرکت‌های بزرگ، پرشمار و سازمان‌نیافته‌اند و در مناطق جغرافیایی دور از هم پراکنده‌اند. این سهامداران احتمالاً توانایی اداره شرکت را ندارند و ناگزیرند مدیرانی حرفه‌ای استخدام کنند که به نمایندگی از آنان شرکت را اداره کنند. برای اینکه این مدیران بابت کارهایی که انجام

می‌دهند، پاسخگو باشند و برحسب کارهای درست و نادرست خود پاداش بگیرند یا جریمه شوند، موظفند صورت‌های مالی شرکت تحت مدیریت خود را به صورت فصلی و سالانه منتشر کنند. صورت‌های مالی نتایج درست و نادرست تصمیم‌هایی را که مدیران گرفته‌اند و موفقیت و شکست عملکرد این مدیران را نشان می‌دهند.

غالبا گفته می‌شود، تصمیم‌ها پیامد دارند. پیامدهای تصمیم‌هایی که مدیران شرکت‌ها می‌گیرند، در صورت‌های مالی دیده می‌شود. بنابراین، صورت‌های مالی شرکت‌ها را می‌توان کارنامه‌هایی دانست که کیفیت کار و میزان موفقیت مدیریت تصمیم‌گیری را در آنها دید.

بیشتر ما به اهمیت «قواعد بازی» برای اقتصادی که خوب کار می‌کند واقفیم. منظور از قواعد بازی، حقوق مالکیت و حکومت قانون است. بیایید «قواعد بازی» را از جنبه اداره شرکت و گزارش‌های مالی، دقیق‌تر بررسی کنیم. گزارش‌های مالی ساختگی و متقلبانه، گزارش‌هایی هستند که در آنها مدیران شرکت برای فرار از تعهدات خود در برابر سهامداران و کارکنان و اعتباردهندگان و دولت و افکار عمومی، و پول به جیب زدن، عمدا اطلاعات غلط ارائه می‌کنند.

اقتصاددانان این شکست در انجام وظایف را مسئله «کارگزاری» می‌نامند. مدیریت کلان شرکت با این هدف شکل می‌گیرد که کارگزارِ امین «اصول سازمانی» و کارگزارِ امین سهامدارانی باشد که شرکت متعلق به آنهاست. حال آنکه کارگزار فاسد، از وظایف خود در قبال اصول غفلت و این اصول را قربانی منافع شخصی‌اش می‌کند. حقوق‌دانان این مسئله را «تعارض منافع» می‌نامند و علمای اخلاق آن را عدول از رفتار اخلاقی می‌خوانند. اما هر عنوانی که بر این کار گذاشته شود، مسئله به قوت خود باقی است: کارگزار مدیریت چگونه می‌تواند به وظایفش در قبال مالکان و ذی‌نفعان (کارکنان، اعتباردهندگان، دولت و مردم)، پایبند بماند؟

این مسئله‌ای بسیار مهم و آشنا و در عین حال بسیار دشوار است. بنیانگذاران ایالات متحده برای فائق آمدن بر این مسئله، دولت فدرال را تاسیس کردند که

قدرتش فقط آن قدری است که بتواند وظایفش را انجام دهد، نه اینکه چنان قدرتمند باشد که بتواند بر آمریکایی‌ها استیلایی مانند آنچه قبلاً انگلیسی‌ها برقرار کرده بودند و با انقلاب آمریکا برچیده شد، تحمیل کند. بنیانگذاران، از قانون اساسی به عنوان ابزاری برای تاسیس نهادهایی مانند تفکیک قوا و منشور حقوق و انواع نظارت‌ها برای ایجاد تعادل قوا استفاده کردند.

دولت ایالات متحده، پس از رکود بزرگ دهه ۱۹۳۰، کمیسیون بورس و اوراق بهادار را ایجاد کرد که کارش نظارت بر عملکرد بازارهای مالی آمریکاست. اساس کار این کمیسیون، افزایش شفافیت در امور مالی شرکت‌ها از طریق نظارت بر آنها و نشان دادن کارنامه عملکردشان به سهامداران و قرضه‌داران است. مفهوم بنیادی نهفته پشت این کار این بوده است که «روشنایی، آفت‌کش است.» ابزاری که برای تاباندن نور به تاریکخانه‌های مالی در نظر گرفته شد، الزام شرکت‌های دولتی به انتشار صورت‌های مالی فصلی است که برای بازبینی به حسابرسان مستقل سپرده می‌شوند و صورت‌های مالی سالانه که نظارت بر آنها اجباری است.

فایده شفافیت مالی برای جامعه این است که بازارهای سرمایه را که حلقه وصل بنگاه‌ها با منابع مالی هستند، کارآمدتر می‌کند. بازارهای کارآمد سرمایه با کاهش دادن ریسک فساد و تقلب و مفسد دیگر بازارهای غیرشفاف، هزینه تامین سرمایه را برای بنگاه‌ها کاهش می‌دهند. گزارش‌های مالی فسادآلوده و غیرشفاف، کارایی بازارهای سرمایه را کاهش می‌دهند و با بالا بردن ریسک، هزینه سرمایه را افزایش می‌دهند.

@degar_goonesh

شفافیت و علنیت در بازارهای مالی نتیجه کار حسابرسان مستقل و مدیران بنگاه‌ها (به‌ویژه مدیران مستقل) و کمیسیون بورس و اوراق بهادار است که عهده‌دار مقابله با فساد مدیران ارشد و تاباندن «روشنایی آفت‌کش» هستند. اما بدبختانه در سال‌های اخیر این افراد و نهادها (در ایالات متحده) نتوانسته‌اند به وظیفه خود عمل کنند و بسیاری از مدیران ارشد بنگاه‌ها بر آنها چیره شده‌اند. این قدرتِ لگام گسیخته مدیران و فقدان اهرم‌های مهار آنان به اشکال گوناگون خود را نشان داده است. مواردی از آنها به شرح زیر است:

قتصاد به زبان ساده | فصل هفتم: مدیریت تصمیم‌گی...

- پرداخت‌های نجومی به مدیران در قالب دستمزد و پاداش و «اضافات».

قتصاد به زبان ساده | فصل هفتم: مدیریت تصمیم‌گی...

- افزایش دستمزد اعضای هیئت‌مدیره شرکت‌هایی که عملکرد مالی خوبی نداشته‌اند.

- خرید صوری سهام شرکت‌هایی که عملکرد خوبی نداشته‌اند با قیمت‌هایی بالاتر از قیمت بازار برای بالا نگه‌داشتن تصنعی ارزش سهام.

- واگذاری سهام شرکت به کارکنان همان شرکت بدون اجازه سهامداران.

- هیئت‌مدیره‌هایی که اعضای آنها توسط مدیران ارشد شرکت دستچین می‌شوند و در ازای دریافت دستمزدها و پاداش‌های فراوان، فرمانبر مدیران می‌شوند.

- پناه بردن به معافیت‌های قانونی و ثبت شرکت در مناطقی که سختگیری‌های قانونی آنها کمتر است و در نتیجه کاهش دادن امکان پیگرد قانونی مدیران.

- تملک فزاینده سهام شرکت توسط نهادهای کم‌خاصیت عمومی و صندوق‌های بازنشستگی و صندوق‌های مشترک و تراست‌ها و بنیادها و مراکز دانشگاهی و سازمان‌های دیگری که هیچ انگیزه‌ای برای وادار کردن مدیران به افزایش کارآمدی و بهره‌وری بنگاه و افزایش دارایی سهامداران را ندارند.

وظیفه حسابرسان کاملاً روشن است. آنها باید در برابر اعمال نفوذ مدیران مقاومت کنند و هر جا موارد دستکاری در صورت‌های مالی مشاهده کردند، آن را صادقانه گزارش کنند. اما گاهی حسابرسان در برابر صورت‌های مالی دستکاری‌شده و فسادآلوده کوتاه می‌آیند یا بدتر از آن، چنین کارهایی را تسهیل می‌کنند. در این زمینه هیچ عذری پذیرفته نیست؛ اما اگر واقع‌بینانه به موضوع نگاه کنیم، وقتی که مدیران شرکت‌ها دست‌نشانده هیئت‌مدیره‌ها هستند و کمیسیون بورس و اوراق بهادار غالباً از همه‌جا بی‌خبر است، چنین اهمال‌هایی دور از انتظار نیست. با وجود ناتوانی مدیران بنگاه‌ها و قانونگذاران در زمینه انجام وظایفشان، این امیدواری وجود دارد که حسابداران خبره به وظایف اخلاقی خود عمل می‌کنند. اما این واقع‌بینی را هم نباید از دست داد که گاهی همین حسابداران خبره هم کوتاهی می‌کنند و به دست‌نشانندگان تبدیل می‌شوند.

آیا نشانه‌هایی وجود دارد که بتوان با رجوع به آنها، فساد صورت‌های مالی را

پیشاپیش متوجه شد؟ خیر، چنین نشانه‌هایی وجود ندارد. اما شاید به طریقی بتوان از رفتاری‌های احتمالی سر در آورد. مانند این موارد:

- وقتی ارزش سهام یک شرکت مدام و بدون نوسان و توقف رشد می‌کند، مراقب باشید که زیر کاسه نیم کاسه‌ای نباشد. شاید پرسید «مگر بد است که وضع شرکتی پیوسته رو به بهبود باشد؟» پاسخ این است که نه، اینکه ارزش سهام شرکت افزایش یابد چیز خوبی است، اما اگر مدیران با دستکاری ارزش سهام را افزایش داده باشند که سهامداران را راضی نگه دارند و موقعیت خود را حفظ کنند، چیز خوبی نیست. سرانجام چنین وضعی، افتادن شرکت به سراشیبی و انتشار صورت‌های مالی متقلبانه است.

- وقتی سهامدار شرکتی هستید و این شرکت می‌خواهد در شرکت دیگری ادغام شود، باید مراقب یک موضوع باشید. شکل مطلوب ادغام برای سهامداران این است که انتقال سهام شرکت اول به شرکت دوم با مکانیسم «ادغام پولی» انجام شود نه «ادغام سهام». تجربه نشان داده است که ادغام نوع اول موفق‌تر است. زیرا وقتی طلب سهامداران از بنگاه جدید که بر اثر ادغام ایجاد شده، طلب نقدی باشد، وصول طلب آسان‌تر است تا اینکه این طلب، تکه کاغذی باشد به نام طلب از ناحیه ادغام. به علاوه، وقتی سهامداران به جای طلب نقدی از بنگاه جدید، طلب کاغذی و سهمی داشته باشند، مدیران بنگاه جدید انگیزه کافی برای دستکاری در صورت‌های مالی و بالا بردن مصنوعی ارزش سهام را دارند. بدبختانه کوتاه‌ترین و سریع‌ترین راه برای بالا بردن قیمت سهام، اعمال متقلبانه است.

- اگر اعضای هیئت‌مدیره شرکتی که سهام آن را خریده‌اید یا قرار است بخرید، کسانی مانند افراد زیر هستند خیلی مراقب باشید: آدم‌های سرشناسی مانند ژنرال‌ها و سیاستمداران بازنشسته و ورزشکاران حرفه‌ای و هنرپیشه‌ها (که معمولاً تجربه کسب و کار ندارند)، مدیران شرکت‌های دیگر (که معلوم نیست در مقاطع خاص دلشان با کدام شرکت باشد). همچنین مراقب آن دسته از مدیرانی هم باشید که مدام در برنامه‌های تلویزیونی یا ورزشی شرکت می‌کنند، یا عضو هیئت‌امنای بیش از یک یا دو موسسه خیریه و دانشگاه و بیمارستان

قتصاد به زبان ساده | فصل هفتم: مدیریت تصمیم‌گی...

هستند. به مدیران بنگاه‌ها (از جیب سهامداران) دستمزد پرداخته می‌شود که کارشان را بکنند نه اینکه وقت خود را صرف شرکت در مجامع برای کسب محبوبیت و شهرت کنند.

- به مواردی هم که بالاتر درباره دستمزدها و پاداش‌های گزاف به مدیران توضیح داده شد، توجه کنید.

قتصاد به زبان ساده | فصل هفتم: مدیریت تصمیم‌گی...

- مطالبی را که درباره صورت‌های مالی نوشته می‌شود با دقت بخوانید و به این موضوعات بیشتر توجه کنید:

- معاملات با طرف‌های خاص (یعنی معاملاتی که مطابق روال عادی انجام نمی‌شوند و باید به دیده تردید نگریسته شوند). این گونه معاملات باید با بهره‌گیری از استانداردهای حسابداری، راستی‌آزمایی شوند.

- از اقدام‌های احتیاطی غفلت نکنید (مثلا ممکن است شرکت به دلیل اعمال متقلبانه تحت تعقیب قضایی باشد).

- برآوردهای مدیریتی که اهمیت بسیاری دارند. مانند اینها:

* برآورد سود قراردادهای ساختمانی بزرگ که ممکن است تکمیل آنها سال‌ها طول بکشد و مواردی که می‌توان برای تحقق سود مورد انتظار در میان مدت برنامه‌ریزی کرد اما ممکن مسائل پیش‌بینی نشده این سود را به خطر اندازد.

* توجه به ذخایر زیرزمینی نفت و گاز و ذغال سنگ و مواد معدنی با ارزش، که میزان آنها بر اساس برآوردهای جدید کم و زیاد می‌شود و در نتیجه قیمت آنها تابع نوسانات است.

* وام‌های بزرگی که علی‌الاصول بازگردانده می‌شوند اما این احتمال هم هست که بدهکاران فاسد از کار درآیند یا توانایی بازپرداخت بدهی خود را نداشته باشند (مثلا وام‌های بانکی به کشورهای که رژیم‌های آنها فاسد و ناتوانند و شاید وام دریافتی را پس ندهند. مانند وام‌هایی که بانک‌های فرانسوی و روسی به رژیم صدام حسین در عراق دادند).

- صورت‌های مالی و درصدهای آنها را کاملا مطالعه و تحلیل کنید. به‌ویژه مراقب مواردی باشید که یا مقادیری از عایدی عملیات مالی بابت تامین مالی سرمایه‌گذاری داخلی کسر شده یا مقادیری به هزینه‌های جذب سرمایه از بیرون اضافه شده است.

همچنین با دقت مراقب توانایی شرکت در بازپرداخت بدهی‌هایش باشید. گاهی شرکت‌ها برای سرپوش گذاشتن بر ناتوانی در بازپرداخت بدهی‌ها، صورت‌های مالی مجعول ارائه می‌کنند حال آنکه در واقع برای انجام تکالیف خود به جذب پول از بیرون نیاز دارند.

قتصاد به زبان ساده | فصل هفتم: مدیریت تصمیم‌گی...

- درباره سازوکارهای نظارتی شرکت‌ها زیاد شنیده می‌شود. این نظارت‌ها برای جلوگیری از تقلب و حفظ دارایی‌های شرکت اعمال می‌شود. نمونه‌هایی از نظارت:

* چک‌های شرکت، برخلاف چک‌های شخصی دوامضایی هستند.

* کارهایی که به کارمندان سپرده می‌شود، چند وقتی یک‌بار عوض می‌شود که اگر کسی کارهای متقلبانه می‌کند، فرصت کمتری برای این کارها داشته باشد.

* وظایف را تفکیک می‌کنند که مثلاً مامور ثبت سفارش خرید و مامور پرداخت مبلغ سفارش یک نفر نباشد که بتواند پول شرکت را به حساب شخصی خودش منتقل کند.

* تعیین سقف هزینه برای هر بخش یا هر نفر که هرکس خودسرانه هزینه نکند.

اما این را در نظر داشته باشید که در مواردی این نظارت‌ها، عمل نخواهند کرد. مثل موارد زیر:

- تبانی دو یا چند کارمند. مثلاً مامور ثبت سفارش خرید ممکن است با مامور پرداخت وجوه خرید، تبانی کند.

- غلبه مدیران بر دستگاه‌های نظارتی که نمونه‌اش در برخی شرکت‌هایی که در آنها تقلب‌های بزرگ رخ داد، مانند آدلفیا، انرون، سان‌ییم، تیکو و ورلد کام، دیده شد.

- از شرکت‌هایی که گزارش برآورد درآمدهای آینده را منتشر می‌کنند، پرهیز کنید. گزارش‌هایی که مطابق استاندارد حسابداری (Gaap) درباره درآمد شرکت‌ها منتشر می‌شوند، گزارش‌های قانونی و الزام‌آورند، اما «پروفورما»‌هایی که شرکت‌ها منتشر می‌کنند برای تاثیرگذاری بر گزارش‌های قانونی‌اند. هدف این گزارش‌ها ایجاد ابهام و سرپوش گذاشتن بر کاستی‌هاست. مدیرانی که چنین گزارش‌هایی منتشر می‌کنند قصد برقراری ارتباط و انتقال منظورشان را ندارند بلکه می‌خواهند سردرگمی ایجاد کنند. این گزارش‌ها پرچم‌های هشدارند که از نقص کار در یک جای شرکت خبر می‌دهند. همراهشان نشوید.

قتصاد به زبان ساده | فصل هفتم: مدیریت تصمیم‌گی...

- موضوع آخر و البته نه کم‌اهمیت اینکه سرمایه خود را صرف خرید سهام تعداد کمی از شرکت‌ها نکنید. اگر فقط یکی از این شرکت‌ها، انرون از آب درآمد، زیانی بزرگ خواهید دید. بهترین روش خرید سهام، تشکیل سبد سهام متشکل از سهام گروه‌های شاخص^{۲۷} است.

عملکرد سهام شرکت‌های زیرمجموعه این شاخص‌ها، معمولاً از عملکرد ۸۰ درصد صندوق‌های مشترک سهام، بهتر است. وقتی ارزش سهام صندوق‌های مشترک در یک سال خوب عمل می‌کند، ضرورتاً به این معنی نیست که سال بعد هم این صندوق‌ها وضع خوبی داشته باشند، بلکه بیشتر معطوف به عقبگرد و رسیدن به نقطه‌های میانگین هستند و این نقطه میانگین آنها معمولاً پایین‌تر از ارزش سهام گروه‌های شاخص است.

چکیده فصل

- چارچوب تصمیم‌سازی مدیریتی چنین است:
- شناسایی گزینه‌های ممکن؛
- محاسبه همه فایده‌ها و هزینه‌های هر یک از گزینه‌ها؛
- تعیین و ترسیم همه فرضیه‌ها؛
- تعیین مقداری و عددی فایده‌ها و هزینه‌ها؛
- مقایسه فایده‌ها و هزینه‌های هر گزینه‌ای با فایده‌ها و هزینه‌های بهترین گزینه بعدی؛
- و سرانجام، انتخاب گزینه‌ای که بیشترین ارزش اقتصادی را ایجاد می‌کند.
- اگر شرکت‌ها به منافع بلندمدت خود توجه نکنند درمی‌یابند که مسئولیت اجتماعی و پیشینه کردن سود با هم مغایرت ندارند.
- صورت‌های مالی، در حکم کارنامه مدیران هستند و کیفیت کار و میزان موفقیت آنان را در زمینه تصمیم‌سازی نشان می‌دهند.
- اگر قوانین با مشوق‌های اقتصادی و اصول رفتار اخلاقی سازگار نباشند، مسائل و مشکلات گزارش‌های مالی متقلبانه شرکت‌ها این قابلیت را دارند که حکومت قانون را برباد دهند.
- رفتارهای غیراخلاقی مدیران شرکت‌ها نشانه‌هایی دارد که برخی از آنها به

قتصاد به زبان ساده | فصل هفتم: مدیریت تصمیم‌گی...

شرح زیر است:

- پرداخت‌های نجومی به مدیرانی که عملکرد مالی خوبی هم نداشته‌اند؛
- قیمت‌گذاری غیرواقعی ارزش سهام؛
- به کار بردن شگردهایی مانند «قرص سمی» یا بالابردن مصنوعی قیمت سهام، پیش از فروش آن به شرکت‌های دیگر؛
- استفاده از مکانیسم مبادله سهام به جای پرداخت نقدی به سهامداران شرکتی که قرار است در شرکت دیگری ادغام شود؛
- هیئت‌مدیره‌هایی که اعضای آنها افراد مشهوری مثل بازیگران سینما و ورزشکاران حرفه‌ای و سیاستمداران هستند.

پرسش‌هایی برای مباحثه

- ۱- توصیه‌های زیر را که به صورت نامنظم نوشته شده‌اند به ترتیب اولویت‌های تحلیل هزینه-فایده، بنویسید:
 - تعیین مقداری و عددی فایده‌ها و هزینه‌ها؛
 - انتخاب گزینه‌ای که بیشترین ارزش اقتصادی را ایجاد می‌کند؛
 - محاسبه همه فایده‌ها و هزینه‌های هریک از گزینه‌ها؛
 - شناسایی گزینه‌های ممکن؛
 - تعیین و ترسیم همه فرضیه‌ها؛
 - مقایسه فایده‌ها و هزینه‌های هر گزینه‌ای با فایده‌ها و هزینه‌های بهترین گزینه بعدی.
- ۲- آیا می‌شود کاری کرد که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با پیشینه‌سازی سود آنها با هم سازگار شوند؟ اگر می‌شود، چگونه؟
- ۳- چگونه می‌شود، از درون عملکرد مدیران، برایشان کارنامه‌ای کاری استخراج کرد؟
- ۴- گزارش‌های مالی متقلبانه شرکت‌ها، چگونه حکومت قانون و حقوق مالکیت را به خطر می‌اندازند؟
- ۵- نشانه‌های پنجگانه‌ای که تقلب مدیران را برملا می‌کنند، کدامند؟

فصل هشتم: جهانی شدن

تا حقیقت بخواهد بند کفشش را ببندد، دروغ نیمی از جهان را گشته است.

«مارک تواین^{۲۸}»

در فصل دوم کتاب توضیح دادم که تقسیم تخصصی کارها، چگونه موجب تحریک و رونق تجارت می‌شود. اما هنوز این پرسش‌ها باقی مانده است که این تقسیم کار تخصصی را چه کسی، در چه زمینه‌ای و چرا انجام می‌دهد. این مثال‌ها را در نظر بگیرید: کشتی جک و جیل در جزیره‌ای دورافتاده غرق شده است. خوشبختانه در ساحل و زمین این جزیره صدف و نارگیل برای خوردن یافت می‌شود. جک می‌تواند در هر ساعت ۱۲ نارگیل بچیند یا ۱۰ صدف صید کند. جیل هم می‌تواند در همان یک ساعت ۹ نارگیل و ۱۴ صدف به‌دست آورد. طبیعتاً مهارت جک در چیدن نارگیل بیشتر است و مهارت جیل در صید صدف. بنابراین، وضع بهتر برای هر دو این است که جک به‌صورت تخصصی، نارگیل بچیند و جیل صدف صید کند. مهارت جک در زمینه چیدن نارگیل همان چیزی است که اقتصاددانان آن را مزیت نسبی او می‌خوانند؛ مزیت نسبی جیل هم صید صدف است. حالا این دو نفر که به‌صورت تخصصی کار می‌کنند، نارگیل و صدف را معامله می‌کنند.

وقتی هر یک از این دو نفر بر اساس مزیت نسبی خود به کاری مشغول می‌شود، و نارگیل‌ها و صدف‌ها بین آنها مبادله می‌شود، وضع هر دو بهتر می‌شود و وضعی که پیش می‌آید بهینه پارتو است. پس این را فهمیدیم که افراد بر اساس مزیت‌های نسبی خود به کارهای تخصصی می‌پردازند و با دیگران وارد دادوستد می‌شوند تا کالاها و خدمات دیگر را به‌دست آورند. همه طرف‌های چنین مبادله‌هایی در چارچوب بهینه پارتو و همان‌گونه که در جدول‌های ۸-۱ و ۸-۲ دیده می‌شود، وضع بهتری پیدا می‌کنند و منافع بیشتری کسب می‌کنند.

وقتی کار تخصصی باشد	افراد	نارگیل‌های چیده شده در یک ساعت	صدف‌های صید شده در یک ساعت	بهترین وضع چیدن نارگیل	بهترین وضع صید صدف
	جک	۱۲	۱۰	۱۲	
	جیل	۱۰	۱۴		۱۴
	کل			۱۲	۱۴

اقتصاد به زبان ساده | فصل هشتم: جهانی شدن

جدول ۱-۸

همان طور که جدول ۱-۸ نشان می‌دهد، جک و جیل مجموعاً ۱۲ نارگیل و ۱۴ صدف به دست می‌آورند.

وقتی کار تخصصی نباشد	افراد	نارگیل‌های چیده شده در یک ساعت	صدف‌های صید شده در یک ساعت	کل نارگیل‌ها	کل صدف‌ها
۳۰ دقیقه نارگیل می‌چیند و ۳۰ دقیقه صدف صید می‌کند	جک	۱۲	۱۰	۶	۵
۳۰ دقیقه نارگیل می‌چیند و ۳۰ دقیقه صدف صید می‌کند	جیل	۱۰	۱۴	۵	۷
	کل			۱۱	۱۲

جدول ۲-۸

جدول ۲-۸ نشان می‌دهد که وقتی کارها تخصصی نباشد، جک و جیل ناگزیر می‌شوند هر یک نارگیل و صدف مورد نیاز خود را پیدا کنند. حالا فرض کنید هر یک از آنها نیم ساعت وقت صرف چیدن نارگیل و نیم ساعت صرف صید یا پیدا کردن صدف کنند. جک و جیل در این نیم ساعت با هم فقط ۱۱ نارگیل (به جای آن ۱۲ تایی که در حالت کار تخصصی به دست می‌آورند) و ۱۲ صدف (به جای آن ۱۴ تایی که در حالت کار تخصصی به دست می‌آوردند)، عایدشان می‌شود. روشن است که جک و جیل موقعی که به صورت تخصصی کار می‌کنند از زمانی که غیرتخصصی کار می‌کنند و ناگزیرند خودکفا باشند، نارگیل و صدف بیشتری به دست می‌آورند.

کشورها هم به همین ترتیب و بر اساس مزیت‌های نسبی خود به کارهای تخصصی می‌پردازند و سپس محصول این کار تخصصی را کالاها و خدمات کشورهای دیگر مبادله می‌کنند. مثلاً تخصص آمریکایی بیشتر در تولید هواپیماهای جت و فیلم‌های سینمایی و گندم است و این محصولات را بیشتر از نیاز خود تولید می‌کنند و مازاد آن را به کشورهای دیگر صادر می‌کنند. در عوض کالاهای مورد نیاز خود را از کشورهایی که در زمینه تولید آنها تخصص دارند وارد می‌کنند. اتومبیل و تلویزیون را از ژاپن و کره، قهوه را از بزریل و انواع و اقسام کالاهای دیگر را از چین. به تعبیری می‌توانیم بگوییم آمریکایی‌ها تویوتا و هوندا را در مزارع آیوا می‌کارند- یعنی گندم‌هایی را که در میدوسترن برداشت کرده‌اند

اقتصاد به زبان ساده | فصل هشتم: جهانی شدن

به ژاپن می‌فرستند و ژاپنی‌ها به جای آن اتومبیل به آمریکا صادر می‌کنند. پس نتیجه می‌گیریم که تقسیم کار تخصصی بر پایه مزیت نسبی موجب رونق تجارت می‌شود و کمک می‌کند که همه طرف‌های مبادله، اعم از افراد و کشورها و فارغ از اینکه تجارت در سطح کشورها باشد یا در سطح جهانی، در چارچوب بهینه پارتو عمل کنند.

حالا این پرسش پیش می‌آید که اگر کشوری در زمینه تولید همه کالاها و خدمات مزیت نسبی داشته باشد و همه کشورها در این زمینه‌ها فاقد مزیت نسبی باشند، کشور دارنده مزیت نسبی در همه حوزه‌ها چه نیازی دارد که به تجارت جهانی وارد شود؟ برای پاسخ دادن به این پرسش باید بار دیگر به مثال جک و جیل در همان جزیره دورافتاده رجوع کنیم. حالا فرض می‌کنیم جک در هر دو زمینه یعنی چیدن نارگیل و صید صدف مزیت نسبی دارد. جزئیات چنین وضعی در جدول ۸-۳ آمده است.

اقتصاد به زبان ساده | فصل هشتم: جهانی شدن

وقتی کار تخصصی باشد	افراد	نارگیل های چیده شده در یک ساعت	صدف های صید شده در یک ساعت	کل نارگیل ها	کل صدف ها
مثال قبلی	جک	۱۲	۱۰	۱۲	
	جیل	۱۰	۱۴		۱۴
	کل			۱۲	۱۴
مثال جدید	جک	۱۰	۱۰	۱۰	
	جیل	۱۲	۱۴		۱۴
	کل			۱۰	۱۴

جدول ۳-۸

جدول ۳-۸ نشان می دهد که در مثال جدید و در وضع کار تخصصی، جک و جیل با هم ۱۰ نارگیل و ۱۴ صدف به دست می آورند.

وقتی کار تخصصی نباشد	افراد	نارگیل های چیده شده در یک ساعت	صدف های صید شده در یک ساعت	کل نارگیل ها	کل صدف ها
مثال قبلی	جک	۱۲	۱۰	۶	۵
	جیل	۱۰	۱۴	۵	۷
	کل			۱۱	۱۲
مثال جدید	جک	۱۰	۱۰	۵	۵
نیم ساعت برای نارگیل و نیم ساعت برای صدف	جیل	۱۲	۱۴	۶	۷
	کل			۱۱	۱۲

جدول ۴-۸

جدول ۴-۸ نشان می دهد که در مثال جدید و با فرض تخصصی نبودن کارها، جک و جیل ناگزیرند هریک برای خودشان نارگیل بچینند و صدف صید کنند. فرض کنیم هریک از آنها نیم ساعت از وقت خود را صرف چیدن نارگیل و نیم ساعت دیگر را صرف صید صدف می کند. جک و جیل مجموعاً ۱۱ نارگیل به دست می آورند (به جای ۱۰ تایی که در حالت تخصصی به دست می آوردند) و ۱۲ صدف (به جای ۱۴ تایی که در حالت تخصصی به دست می آوردند). این نتایج، دو وجهی است: وقتی کار تخصصی نیست، جک و جیل یک عدد نارگیل بیشتر به دست می آورند، اما از تعداد صدف هایشان دو تا کم می شود. آیا در

اقتصاد به زبان ساده | فصل هشتم: جهانی شدن

چنین وضعی جک و جیل سود کرده‌اند؟ جدول ۵-۸ به این پرسش پاسخ می‌دهد.

هزینه فرصت نارگیل‌ها	صدف‌های صید شده در یک ساعت	نارگیل‌های چیده شده در یک ساعت	افراد	وقتی کار تخصصی باشد
۱ صدف	۱۰	۱۰	جک	مثال جدید
$\frac{14}{12} = 1.17$ صدف	۱۴	۱۲	جیل	
۱.۰۹ صدف			میانگین	
+۱.۰۹		+۱	عایدی	
-۲ صدف	-۲		زیان	
-۰.۹۱ صدف			زیان خالص	

جدول ۵-۸

برای پاسخ دادن به پرسش بالا، باید مقدار نارگیل‌ها را به معادل صدف آنها تبدیل کنیم و آنگاه مقادیر صدف با صدف را مقایسه کنیم. همان‌طور که جدول ۵-۸ نشان می‌دهد، هزینه فرصت یک عدد نارگیل برای جک برابر است با یک عدد صدف، و برای جیل برابر است با ۱.۱۷ صدف، که میانگین آنها ۱.۰۹ صدف است.

وقتی که کارها تقسیم شده و تخصصی نباشد، جک و جیل یک عدد نارگیل به دست می‌آورند که برابر است با ۱.۰۹ صدف که بیشتر از مقداری است که با کار تخصصی به دست می‌آورند. اما هنگامی که کار تخصصی نمی‌کنند، در مقایسه با زمانی که کار تخصصی می‌کنند، ۲ صدف را از دست می‌دهند. زیان خالص کار غیرتخصصی در مقایسه با کار تخصصی، ۰.۹۱ صدف است.

این ارقام نشان می‌دهند که حتی به فرض اینکه یکی از طرفین مبادله در همه کالاها و خدمات هم مزیت نسبی داشته باشد، کارآمدی تقسیم کار تخصصی بیش از کار غیرتخصصی است. برای کشوری هم که در تولید همه کالاها مزیت نسبی دارد، باصرفه‌تر این است که از میان کالاها مزیت‌دار خود، آنهایی را که مزیت نسبی بیشتری دارند محور تولید خود قرار دهد و کالاهایی را که مزیت نسبی آنها از همه کمتر است از کشورهای که بازدهی اقتصادی‌شان پایین‌تر است، وارد کند. به عبارت دیگر، کشورها از جنبه مزیت نسبی در هر وضعی که

باشند، تقسیم تخصصی کارها و تجارت، از جنبه اقتصادی کارآمدتر از خودکفایی است. بنابراین، جهانی شدن، بهینه پارتو است و تجارت آزاد همواره کارآمدتر از حمایتگرایی است.

واردات و صادرات، وضع کشورهای واردکننده و صادرکننده را بهتر می کند و بهینه پارتو است. تجارت چه در سطح کشوری باشد و چه سطح جهانی موجب خلق ثروت می شود و برای طرفین معامله، خواه افراد و شرکت ها باشند یا کشورها، مفید است. هرچه موانع تجاری کمتر باشد، تجارت بیشتر و کارآمدتر می شود. موانع معمولاً عبارتند از سهمیه بندی برای واردات و صادرات و موانع تعرفه ای مانند افزایش مالیات ها و تعرفه های گمرکی. این موانع که نباشند، تجارت به منبع منافع متقابل برای واردکنندگان و صادرکنندگان تبدیل می شود.

تمایلات سیاسی

تمایل سیاسی کشورها معمولاً به سوی امضای پیمان هایی برای برداشتن موانع از سر راه تجارت است. موافقتنامه تجارت آزاد آمریکای شمالی (نفتا) میان کانادا و ایالات متحده و مکزیک یکی از نمونه هاست. سیاستمداران درباره ایجاد «وضع منصفانه» سخن می گویند و کشورها برای کاستن از محدودیت های تجاری، با هم کنار می آیند. گاهی به علت انعطاف ناپذیری طرفین قرارداد یا یکی از آنها، قرارداد به سرانجام نمی رسد. مثلاً بسیاری از کشورها به منظور حمایت از کشاورزان خود، واردات اقلام کشاورزی را ممنوع می کنند یا تعرفه ها و حقوق گمرکی گزافی بر این اقلام وارداتی وضع می کنند. سیاستمداران چنین استدلال می کنند که امتیازهای تجاری را باید به کشورهایی داد که آنان هم متقابلاً همان کار را بکنند که رابطه ای شفاف و منصفانه برقرار شود. اگر کشورها این اقدام متقابل را بپذیرند وضع طرفین خیلی بهتر می شود، اما اگر هم یکی نپذیرد و دیگری به صورت یکجانبه موانع تجاری را حذف کند، کشوری که موانع را به صورت یکجانبه حذف کند، باز هم وضع بهتری پیدا می کند. کشورها نباید برای رسیدن به همه هدف های تجاری، خود را از همان مقداری که می توانند به دست آورند، محروم کنند. به اصطلاح «کاچی به از هیچی». اما میل به

اقتصاد به زبان ساده | فصل هشتم: جهانی شدن

حمایتگرایی زیاد است و غیر از اقتصاددانان، کسانی که این موضوع را بفهمند بسیار کم شمارند.

حتی می‌توانیم گامی جلوتر بگذاریم و با حذف یکی دیگر از موانع تجاری یا حذف قوانین ضد دامپینگ، وضع اقتصادی خود را بهتر کنیم. دامپینگ یعنی اینکه کشورها کالاهای خود را با قیمت‌هایی بسیار پایین که به‌نظر می‌رسد برایشان به‌صرفه نباشد، به کشورهای دیگر صادر کنند. وقتی کشوری کالاهایش را به‌صورت دامپینگ به کشور دیگری صادر می‌کند، در کشور مقصد فغان به راه می‌افتد که کشور دامپینگ‌کننده، با نیت شوم ویران کردن صنایع داخلی ما چنین کاری می‌کند. سیاستمداران هم به میدان می‌آیند و با نطق‌های آتشین میهن‌پرستانه و تصویب قوانین ضد دامپینگ، راه واردات کالاهای ارزان را می‌بندند. این کارشان، سیاست خوب اما اقتصاد غلط است. (یعنی سیاستمداران را محبوب، اما اقتصاد را تباه می‌کند). اگر خارجی‌ها می‌خواهند صادرات خود را با سوبسید انجام دهند باید با خرسندی از آن استقبال کنیم و حتی آنها را تشویق کنیم که این کار را با شدت بیشتری انجام دهند تا ما بتوانیم از تخفیف آنها بهره‌مند شویم.

دقت بیشتر در این موضوع به ما نشان می‌دهد که کالاهای دامپینگی موجب کاهش قیمت‌ها و نفع بیشتر برای مصرف‌کنندگان می‌شوند. اما صاحبان صنایع داخلی و کارکنان آنها از کاهش قیمت‌ها زیان می‌بینند؛ زیرا اینها هم ناگزیرند برای اینکه در رقابت جا نمانند، قیمت کالاهای خود را پایین بیاورند. همین گروه اندک زیان‌دیدگان هستند که آه و فغان به راه می‌اندازند که همه چیز از دست رفته است و به سوژه مطبوعات تبدیل می‌شوند. اما کسی این را سوژه خبر خود نمی‌کند که دامپینگ موجب برخورداری افراد پرشمارتر از کالاهای ارزان شده است. این موضوع برای اقتصاددانان روشن است اما غیراقتصاددانان چندان متوجه آن نمی‌شوند. تکرار می‌کنم که فرجام «سیاست خوب»، «اقتصاد بد» است.

افراد بی‌اطلاع گمان می‌کنند حمایت‌گرایی لازم است و تجارت آزاد زندگی آنان را تهدید می‌کند. مثال بسیار روشنگر در این زمینه، مخالفت گسترده با برون‌سپاری^{۲۹} کارها در آمریکا است. اقتصاددانان می‌دانند که برون‌سپاری موجب کارآمدی و افزایش ثروت می‌شود، اما مخالفان برون‌سپاری نگران از

دست رفتن مشاغل خوب و کوچ کارگران آمریکایی به کشورهایمانند هند و بنگلادش و ویتنام هستند که در آنها دستمزدها پایین است و اتحادیه‌های کارگری نیستند که از استثمار کارگران توسط سرمایه‌داران بی‌رحم جلوگیری کنند.

از طرفی این حرف درست است که واردات کالاهای ارزان و برون‌سپاری کارها، به کارگران آمریکایی فشار وارد می‌کند. اما عایدات اقتصادی برون‌سپاری به نفع همه مصرف‌کنندگان آمریکایی است که تعدادشان بسیار بیشتر از کارگرانی است که قربانی واردات ارزان و برون‌سپاری کارها می‌شوند. برای روشن‌تر شدن این موضوع، بهره‌مندی مصرف‌کنندگان آمریکایی را از کالاهای ارزان فروشگاه زنجیره‌ای وال‌مارت در نظر بگیرید که بسیاری از اجناس خود را از چین و کشورهای دیگری وارد می‌کند که دستمزدها در آنها بسیار پایین‌تر از آمریکاست.

بهترین راه‌حل این مسئله این است که دولت مدتی به کارگران بیکار شده بر اثر واردات و برون‌سپاری، کمک کند تا بتوانند دوباره آموزش ببینند و شغل تازه‌ای پیدا کنند که بهره‌وری‌شان بیشتر شود و دستمزد بالاتری بگیرند. از آنجا که تجارت آزاد به همه مصرف‌کنندگان نفع می‌رساند و واردات ارزان به گروه کوچکی بیکارشدگان ضرر می‌زند، بدیهی است که آورده تجارت آزاد، بسیار بیش از هزینه آموزش مجدد کارگران است. پس در چنین وضعی، کمک دولت و آموزش دادن کارگران، هم عملی اخلاقی است هم اینکه موجب افزایش کارآمدی می‌شود. تنها مانع این راه‌حل اقتصادی، ناآگاهی عمومی و سوءاستفاده سیاستمداران از این ناآگاهی است.

استدلال‌های مخالفان سیاسی جهانی شدن، غالباً از این نوع است:

۱- جهانی شدن بر ثروت کشورهای ثروتمند می‌افزاید و از ثروت کشورهای فقیر می‌کاهد؛

۲- جهانی شدن موجب می‌شود شرکت‌های چندملیتی با کوچ به کشورها و مناطقی که یا قانون مبارزه با تخریب محیط زیست ندارند یا قوانین آنها سهل‌گیرانه است، با یکدیگر وارد مسابقه تمام‌عیار برای تخریب محیط زیست

کشورهای در حال توسعه شوند.

۳- جهانی شدن موجب می شود شرکت های چندملیتی با کوچ به کشورهایی که دستمزد کارگران ناچیز است وارد مسابقه تمام عیار برای بهره کشی بی رحمانه از کارزحمتکشان و کودکان شوند.

۴- جهانی شدن، عامل اصلی از دست رفتن مشاغل و افزایش بیکاری است. این اتهامات، نادرستند و دقیقا عکس آنها درست است. زیرا:

۱- جهانی شدن، فقط موجب ثروتمندتر شدن کشورهای ثروتمند نمی شود، بلکه ثروت همه کشورها را افزایش می دهد. موج جهانی شدن، قایق همه را کشورهای بزرگ و کوچک را بالا می برد. شواهدی فراوانی برای نشان دادن افزایش ثروت کشورهای در حال توسعه، وجود دارد. رشد و ترقی کشورهای زیر را در ۳۰ تا ۴۰ سال گذشته در نظر بگیرید: چین، هند، تایوان، کره جنوبی، هنگ کنگ، سنگاپور، مالزی، تایلند، ویتنام، لهستان، لیتوانی، فنلاند، اسپانیا، شیلی، برزیل، بوتسوانا، نیوزلند و امارات متحده عربی.

۲- فقط جهانی شدن است که به کشورهای فقیر امکان می دهد از طریق تجارت وضع خود را بهبود بخشند و ثروتی داشته باشند که با آن محیط زیست را حفظ کنند.

۳- این درست است که وضع کارگران در کشورهای در حال توسعه از وضع همتایان آنها در کشورهای صنعتی بدتر است، اما کارگران کشورهای در حال توسعه مشتاقانه در پی یافتن شغل در شرکت های چندملیتی اند، زیرا این شرکت ها دستمزد بیشتری به آنها می پردازند و شرایط کار بهتری پیدا می کنند و احتمال ارتقای آنها در این شرکت ها بیشتر است.

۴- جهانی شدن، به هیچ وجه موجب از دست رفتن مشاغل و بیکاری نمی شود؛ برعکس، مشاغل را افزایش می دهد و اشتغال را گسترش می دهد.

آن چیزی که مشاغل را از بین می برد، جهانی شدن نیست؛ بلکه تکنولوژی است که هم تولیدکننده اصلی مشاغل جدید است هم ویران کننده مشاغل کهنه. مثلا شاغلان کنونی بخش های سخت افزاری و نرم افزاری کامپیوترهای

اقتصاد به زبان ساده | فصل هشتم: جهانی شدن

شخصی را در نظر بگیرید. سی سال پیش نه کامپیوتر شخصی وجود داشت نه مشاغل مرتبط با آن. از طرف دیگر، مشاغلی مانند اپراتوری تلفن‌های قدیمی و تلگراف و حروفچین‌ها و امثال اینها را در نظر بگیرید که سی سال پیش بودند اما حالا بسیار کم شده‌اند. تکنولوژی نیرویی جوشان است که مشاغل کهنه را از بین می‌برد و مشاغل نو را جای آنها می‌نشاند.

چکیده فصل

اقتصاد به زبان ساده | فصل هشتم: جهانی شدن

- تئوری مزیت نسبی این را توضیح می‌دهد که افراد و کشورها از میان کالاها و خدمات پرشمار، یک یا چند مورد را انتخاب می‌کنند و به صورت تخصصی به تولید آنها می‌پردازند.
- تقسیم کار تخصصی بر پایه مزیت نسبی، موجب افزایش دادوستدهای داخلی و بین‌المللی می‌شود.
- تجارت، خواه در سطح کشوری باشد یا بین‌المللی، از جنبه اقتصادی کارآمد است و ثروت همه طرف‌های دادوستد را افزایش می‌دهد.
- حتی در موارد خاص هم که یکی از افراد یا کشورهای طرف‌های دادوستد تجاری، در همه انواع کالاها و خدمات، مزیت نسبی دارد، تقسیم تخصصی کارها و تجارت برای همه طرف‌ها کارآمدتر است و موجب افزایش ثروت همه آنها می‌شود.
- موانع تجاری مانند محدودیت صادرات و واردات، سهمیه‌بندی، حمایت‌گرایی، تعرفه‌های گمرکی، قوانین ضد دامپینگ، و مالیات‌های گزاف همگی موجب ناکارآمدی اقتصادی و کاهش ثروت می‌شوند.
- سیاستمداران دوست دارند کشورها به این توافق برسند که هرگاه کشوری امتیازی می‌دهد یا می‌گیرد، طرف مقابل هم همان کار را بکند، اما علم اقتصاد به روشنی نشان می‌دهد که اگر کشوری منتظر اقدام کشورهای دیگر نماند و به صورت یکجانبه موانع تجاری را بردارد، موجب افزایش کارآمدی اقتصادی و افزایش ثروت برای شهروندان خود خواهد شد.
- کاملاً روشن است که تجارت جهانی موجب افزایش کارآمدی و افزایش ثروت همه طرف‌های مبادله می‌شود. اما دولت‌ها طرفدار حمایت‌گرایی و وضع قوانین ضد دامپینگ هستند و با پیروی از افراد بی‌اطلاع، با برون‌سپاری کارها مخالفت می‌کنند.
- تجارت آزاد، به کسان بسیاری سود می‌رساند، اما به برخی کارگران که بر اثر واردات ارزان، مشاغل خود را از دست می‌دهند صدمه می‌رساند. از آنجا که شمار افرادی که از منافع تجارت آزاد برخوردار می‌شوند، بسیار بیشتر از شمار کارگرانی است که مشاغل خود را از دست می‌دهند، کاری که هم از جنبه

اقتصاد به زبان ساده | فصل هشتم: جهانی شدن

اقتصادی کارآمد است و هم اخلاقی است این است که دولت، کارگران بیکار شده را آموزش دهد تا آنان بتوانند مشاغل جدید پیدا کنند.

- سیاستمداران با این گمان خطا که بسیاری از مشکلات، حاصل جهانی شدن است، معمولاً با جهانی شدن مخالفت می کنند و در برابر آن می ایستند. حال آنکه جهانی شدن برای همه طرف های مبادله جهانی سودآور است و فقط گروهی اندک شمار از آن صدمه می بینند و شاید هم اصلاً به کسی آسیبی نرسد.

- برخلاف این گمان خطا که جهانی شدن موجب از دست رفتن مشاغل می شود، عکس آن صادق است و جهانی شدن، مشاغل را افزایش می دهد. تعداد مشاغلی که بر اثر جهانی شدن از بین می روند در مقایسه با تعداد مشاغلی که بر اثر رشد تکنولوژی از بین می روند، ناچیز است. تکنولوژی نیرویی جوشان است که مشاغل کهنه را از بین می برد و مشاغل نو را جای آنها می نشاند.

پرسش هایی برای مباحثه

۱- فرض کنید وارد فعالیت تجاری شده اید. بیشتر به چه کسی می فروشید؟ اگر کارمند یک بنگاه هستید، آیا کارفرمایان که نیروی کارتان را به او می فروشید، می تواند بزرگ ترین مشتری شما به حساب آید؟ بزرگ ترین تامین کننده شما چه کسی است؟ فروشگاه های نیازهای روزانه تان را از آنجا می خرید یا صاحبخانه ای که خانه اش را به شما اجاره داده است؟

۲- چقدر با پدیده جهانی شدن سروکار دارید؟ مثلاً اقلام زیر در کجا تولید شده و به دست شما رسیده اند: تلویزیون، موبایل، توستر، پیراهن، شلوار، کامپیوتر، مبل، راکت تنیس، چوب گلف و ...؟

۳- دسترسی به میوه های وارداتی در سوپرمارکت محله تان کار دشواری است؟ موز و انگور و هلو و هندوانه و آناناس و سیب زمینی و کاهو و آووکادو و امثال اینها که از سوپرمارکت محله تان می خرید، از کجا آمده اند؟

۴- با مهاجران غیرقانونی چه باید کرد؟ باید به کشورشان برگردانده شوند؟ زندانی شوند؟ از خدمات اجتماعی و رفاهی برخوردار شوند؟ به آنها کار داده شود؟

اقتصاد به زبان ساده | فصل هشتم: جهانی شدن

۵- چرا دارو در کانادا ارزان تر از آمریکاست و در مکزیک ارزان تر از هر دو؟ حالا که دارو در کانادا ارزان تر است چرا کسانی آن را نخرند و در آمریکا بفروشند و سودی ببرند؟

اقتصاد به زبان ساده | واژه‌نامه

واژه‌نامه

► A

arms lengths transaction

معاملات عادی و در شرایط متعارف

ask price (offer)

قیمت پیشنهادی فروشنده

► B

balance of trade

تراز پرداخت‌ها

bid price

بالاترین قیمتی که خریدار حاضر است بپردازد

bid-ask spread

تفاضل قیمت‌های مورد نظر فروشنده و خریدار

bonds

اوراق قرضه

brokerage fee

حق‌العمل کارگزار بورس

buyer

خریدار

► C

cash mergers

ادغام دارایی / ادغام نقدی / خرید نقدی

هنگام ادغام

coercion

زور / اجبار

collective wealth

ثروت عمومی

commitments

تعهدات

common stocks

سهام عادی

comparative advantage

مزیت نسبی

competition

رقابت

competitive

رقابتی

contract

قرارداد

corporate governance

اداره شرکت یا بنگاه

customs duty

عوارض گمرکی

► D

developing nations

کشورهای در حال توسعه

dynamic

تحول‌یابنده / جوشان / پویا

dynamics

سیر تحول

► E

early-bird discounts

تخفیف ویژه مشتریان اول وقت

economic prosperity

شکوفایی اقتصادی / رفاه اقتصادی / موفقیت

اقتصادی

efficiency

کارآمدی / کارایی

efficient

کارا / کارآمد

elastic

باکشش

elasticity

کشش‌پذیری

excise tax

مالیات غیرمستقیم / مالیات پنهان

explicit cost

هزینه مستقیم و آشکار

اقتصاد به زبان ساده | واژه‌نامه

externalities	آثار جانبی / پیامدهای خارجی	middleman	واسطه
		minimum wage	حداقل قانونی دستمزد
► F		monopoly	انحصار (طرف عرضه یا فروشنده)
financial statement	صورت مالی	monopsony	انحصار (طرف تقاضا یا خریدار)
► G		mutual funds	صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک
gross domestic product (GDP)	تولید ناخالص داخلی	► O	
gross national income (GNI)	تولید ناخالص ملی	oligopoly	انحصار محدود (طرف عرضه یا فروشنده)
► I		oligopsony	انحصار محدود (طرف تقاضا یا خریدار)
identical	مساوی / همانند / برابر / منطبق برهم	opportunity cost	هزینه فرصت
implicit cost	هزینه ضمنی	out of pocket costs	هزینه نقدی ضروری
incremental	اضافی	output	ستانده / عایدی / مداخل
incremental cost	هزینه اضافی / هزینه جدید	► P	
incremental cost	هزینه افزوده / هزینه جدید	Pareto efficiency	بهینه پارتو
index	شاخص	Pareto-efficient	بهینه پارتو
index fund	سهام گروه‌های شاخص	pension funds	صندوق‌های بازنشستگی
industrialized nations	کشورهای صنعتی	perfect competition	رقابت کامل
inelastic	بی‌کشش	price ceiling	سقف قیمت
inferior goods	کالاهای نامرغوب	price control	کنترل قیمت
input	داده / هزینه / مخارج	Price elasticity of demand	کشش قیمتی تقاضا
invisible hand	دست نامرئی	price floor	حداقل قیمت / کف قیمت
► L		price maker	قیمت‌گذار / تعیین‌کننده قیمت
law of demand	قانون تقاضا	price taker	قیمت‌پذیر / پذیرنده قیمت
law of supply	قانون عرضه	property rights	حقوق مالکیت
level playing field	وضع منصفانه	purchaser	خریدار
living wage	دریافت مزد بر حسب نیازهای معیشتی	► R	
► M		related party transactions	معاملات با طرف‌های خاص
marginal	اضافی / حاشیه / نهایی	relevant costs	هزینه‌های تبعی
marginal cost	هزینه نهایی	rule of law	حکومت قانون
market segmentation	بخش‌بندی بازار	rules of the game	قواعد بازی

اقتصاد به زبان ساده | واژه‌نامه

► S

scarce resources	منابع کمیاب
scarcity	کمیابی
secure property rights	حقوق مالکیت پر قدرت
self-interest	منفعت شخصی
seller	فروشنده
Senior discount	تخفیف ویژه بازنشستگان
shareholder	سهامدار
shortage	کمبود
social order	نظم اجتماعی
spontaneous	خودجوش
stakeholder	ذی‌نفع
standby airfare	

► T

title to goods	حق مالکیت بر کالاها
trade	دادوستد / تجارت
tragedy of the commons	فاجعه منابع عمومی
transaction	معامله / دادوستد
transaction cost	هزینه معاملاتی

► W

warlord	جنگ‌سالار
wealth	ثروت

@degar_goonesh

تخفیف‌های لحظه آخر در شرکت‌های

هواپیمایی

stock merger

ادغام سهام

sunk cost

هزینه برگشت‌ناپذیر

Supermarket coupons

کارت تخفیف فروشگاه‌های بزرگ

surplus

مازاد

یادداشت‌ها

[←۱]

- Les Livingstone:

اقتصاددان و مدیر بخش ام بی ای دانشگاه آمریکایی مریلند و مدرس ام بی ای در همین دانشگاه

[←۲]

- Thomas Sowell (۱۹۳۰-):

توماس ساول، اقتصاددان، جامعه‌شناس و فیلسوف سیاسی آمریکایی، به دلیل نظریه‌هایش درباره اقتصاد آزاد شهرت دارد. وی در کتاب معروف Economic Facts and Fallacies سوء برداشت‌های رایج از اقتصاد آزاد را با دقت و ظرافت نشان داده است. این کتاب با عنوان "حقایق و مغالطه‌ها در اقتصاد" به فارسی ترجمه و توسط انتشارات دنیای اقتصاد منتشر شده است.

[←۳]

- اشاره دارد به فساد مالی مدیران شرکت انرون که در سال ۲۰۰۱ افشا شد و این شرکت را تا مرز ورشکستگی پیش برد.

[←۴]

- Vilfredo Pareto (۱۸۴۸-۱۹۲۳)

[←۵]

- Richard Roll (۱۹۳۹-):

اقتصاددان آمریکایی که به دلیل تحلیل‌هایش در بازارهای مالی شهرت دارد.

[←۶]

- John Talbott (۱۹۵۵-):

اقتصاددان آمریکایی که علاوه بر تبحرش در بازارهای مالی به عنوان تحلیلگر خبره مسائل سیاسی هم شناخته می‌شود.

[←۷]

- gross national income (GNI):

منظور از تولید ناخالص ملی (GNI) مجموعه تولیدات هر کشوری در طول سال

به علاوه درآمد دولت و اتباع آن کشور در مناطق دیگر جهان است. تولیدات داخلی کشورها را تولید ناخالص داخلی (GDP) می‌گویند.

[←۸]

- مولف کمی جلوتر توضیح می‌دهد که این وضع مربوط به "رقابت کامل" و وضعی فرضی است؛ وگرنه در عالم واقع، بسیاری از فروشندگان برای ایجاد مزیت و افزایش انگیزه خرید، برای مشتریان خود تسهیلاتی مانند ارسال رایگان کالا در نظر می‌گیرند و برخی فروشندگان دیگر از مشوق‌های دیگری استفاده می‌کنند.

[←۹]

- Krispy Kreme

[←۱۰]

- Atkins

[←۱۱]

- South beach

[←۱۲]

- این ادعای مولف، منتقدان زیادی دارد. بسیاری از اقتصاددانان جهان، از جمله چند اقتصاددان به نام آمریکایی، اقتصاد آمریکا را این همه بی‌نقص نمی‌دانند. برای مطالعه بیشتر در این باره به کتاب‌های زیر مراجعه کنید:

۱- ریموند بیکر، پاشنه آشیل سرمایه‌داری، ترجمه سجاد امیری، انتشارات دنیای اقتصاد. تهران: ۱۳۹۶

۲- گری چارتیه و چارلز دبلیو. جانسون، بازار آری، کاپیتالیسم نه، ترجمه مهرداد ملایی، انتشارات دنیای اقتصاد. تهران: ۱۳۹۶

۳- جفری هاجسن، اقتصاد و آرمان‌شهر، ترجمه آرش طهماسبی، انتشارات دنیای اقتصاد. تهران: ۱۳۹۶

[←۱۳]

- این مبحث مهمی است که در کتاب زیر دقیق و موشکافانه بررسی شده است: دارون عجم اوغلو و جیمز رابینسون، چرا کشورها شکست می‌خورند، ترجمه

پویا جبل عاملی و محمدرضا فرهادی پور. انتشارات دنیای اقتصاد. تهران: ۱۳۹۵
(چاپ هفتم)

[\[←۱۴\]](#)

- Georg Simmel (۱۸۵۸-۱۹۱۸):

فیلسوف و جامعه‌شناس آلمانی

[\[←۱۵\]](#)

- Josh Billings (۱۸۱۸-۱۸۸۵):

نویسنده و طنزپرداز آمریکایی

[\[←۱۶\]](#)

- If wishes were horses, beggars would ride:

معنای تحت‌اللفظی این ضرب‌المثل انگلیسی همان است که در متن کتاب آمد.
اما در زبان فارسی ضرب‌المثل‌هایی نزدیک به آن می‌توان یافت از جمله "با
حلوا حلوا گفتن دهن شیرین نمی‌شه" و "کاشکی را کاشتند سبز نشد". برخی
هم ضرب‌المثل "زاغی کنی، روقی کنی، می‌خورمت" را معادل این ضرب‌المثل
انگلیسی گرفته‌اند که مهجور به نظر می‌رسد و احياناً دور از این معنا.

[\[←۱۷\]](#)

- Friedman, Milton. ۱۹۸۸. "Market Mechanisms and Central
Economic Planning." In Ideas, Their Origins, and Their
Consequences by G.Warren Nutter. Washington, DC:
American Enterprise Institute for Public Policy Research:
۲۷-۴۶.

[\[←۱۸\]](#)

- توضیح فنی‌تر این وضع این‌گونه است: اگر قدر مطلق کشش برابر با یک باشد
گفته می‌شود تقاضا با کشش واحد است یعنی اگر قیمت یک درصد افزایش
یابد تقاضا هم یک درصد کاهش می‌یابد.

[\[←۱۹\]](#)

- Al Capone (۱۸۹۹-۱۹۴۷):

تبهارو گانگستر معروف آمریکایی که به عنوان نماد بی قانونی شناخته می شود.
[←۲۰]

- مولف، این جمله را از کتاب Devil's Dictionary اخذ کرده است. این کتاب در ایران با عناوین "فرهنگ شیطان" و "دایره المعارف شیطان" شناخته می شود.
[←۲۱]

- Jennifer Aniston:

بازیگر و تهیه کننده فیلم و بازرگان آمریکایی
[←۲۲]

- "دریافت مزد برحسب نیازهای معیشتی"، یا living wage اصطلاح حقوقی یا الزام قانونی نیست، بلکه اصطلاحی اجتماعی و مبتنی بر این پرسش است که آیا حداقل دستمزد یا minimum wage آن قدر هست که نیازهای اولیه مزدبگیران را برآورده کند یا نه. اتحادیه های کارگری از این اصطلاح برای چانه زنی با کارفرمایان و بالا بردن سقف حداقل دستمزد استفاده می کنند.
[←۲۳]

- Hardin, G. (۱۹۶۸) The Tragedy of the Commons, Science ۱۶۲, ۱۲۴۳-۱۲۴۸. Commons are resources that are publicly owned and open to use by the public, such as public grazing lands, lakes and rivers, and sea coast.

"فاجعه منابع عمومی"، نظریه ای اقتصادی است مبنی بر اینکه وقتی منابع و ثروت ها متعلق به مالکان خاص نباشند و همه خود را مالک آن بدانند، مسابقه مصرف آنها در می گیرد و دیگر کسی پروای نگهداری و اداره اقتصادی چنین منابعی را ندارد.
[←۲۴]

- این جمله در اصل این بود: چیزی به نام ناهار مجانی وجود ندارد.
[←۲۵]

- Libertarians:

طرفداران آزادی اقتصادی کامل و محو همه مداخله‌های دولتی.

[←۲۶]

- Roy Disney (۱۸۹۳-۱۹۷۱):

برادر بزرگ‌تر والت دیزنی که کمپانی فیلم و سرگرمی "والت دیزنی" را با هم تاسیس کردند.

[←۲۷]

- منظور از گروه‌های شاخص، نهادهایی مانند داو جونز و استاندارد اند پورز است که شاخص اعلامی آنها میانگین ارزش سهام چند ده بنگاه زیرمجموعه نمونه‌گیری آنها را نشان می‌دهد.

[←۲۸]

- Mark Twain (۱۸۳۵-۱۹۱۰)

[←۲۹]

- Outsourcing:

منظور مولف این کتاب از "برون‌سپاری"، سفارش‌هایی است که بنگاه‌های صنعتی و تجاری و دولت آمریکا به کشورهای دیگر می‌دهند.