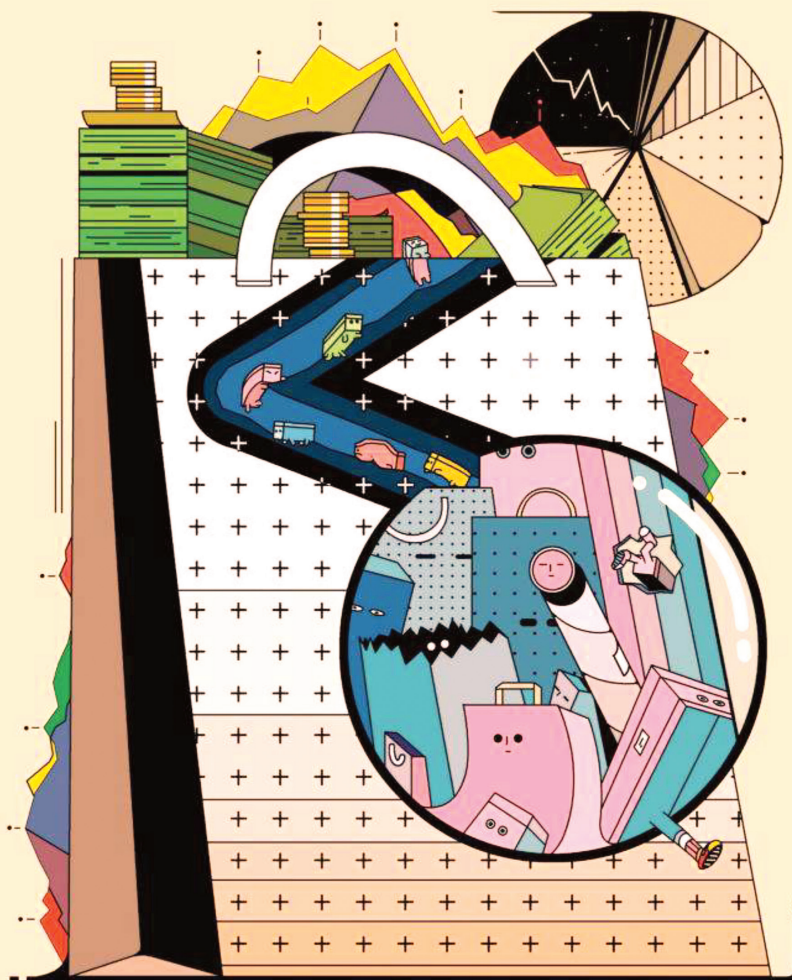


اقتصاد اطلاعات

اقتصاد مبتنی بر اطلاعات
چه تحولی را رقم خواهد زد؟

دکتر تقی ترابی
مهندس علی ثاقب موفق

انتشارات **راه پرداخت**





انتشارات راه پرداخت

برای دانلود نسخه کامل به وبسایت
فروشگاه انتشارات راه پرداخت مراجعه کنید
way2pay.shop

نسخه نمونه

بِسْمِ اللَّهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ

۱

۲

۳

۴

اقتصاد اطلاعات

اقتصاد مبتنی بر اطلاعات چه تحولی را رقم خواهد زد؟

سرشناسه:	ترابی، تقی، ۱۳۳۳ -
عنوان و نام پدیدآور:	اقتصاد اطلاعات / تقی ترابی، علی ثاقب موفق.
نویسندگان:	دکتر تقی ترابی، مهندس علی ثاقب موفق
مشخصات نشر:	تهران: راه پرداخت، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری:	۱۴۴ ص.؛ ۵/۲۱+۱۴/۵ س.م.
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۷۷۰۲-۰۲-۶
وضعیت فهرست نویسی:	فپا
موضوع:	نظریه اطلاعات در اقتصاد
موضوع:	Information theory in economics
موضوع:	منابع اطلاعاتی -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع:	Information resources -- Economic aspects
موضوع:	خدمات اطلاع‌رسانی -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع:	Information services -- Economic aspects
شناسه افزوده:	ثاقب موفق، علی، ۱۳۴۸ -
رده بندی کنگره:	HB۱۳۳
رده بندی دیویی:	۴۸۳۳/۳۰۳
شماره کتابشناسی ملی:	۷۶۳۵۶۳۸
وضعیت رکورد:	فپا

چرا از کاغذ بالکی استفاده می‌کنیم؟

۱. کاغذ بالکی از کاغذهای تحریر سفید، سبک‌تر است
 ۲. در تهیه آن از مواد شیمیایی استفاده نشده و شیوه تولید آن مکانیکال است
 ۳. نور را منعکس می‌کند و مانع از خستگی چشم هنگام مطالعه می‌شود
- « کاغذ بالکی به دلیل موارد بالا از کاغذ تحریر سفید گران‌تر است »



The mark of
responsible forestry
FSC® C009732

این کتاب با کاغذ بالکی
دوستدار محیط زیست
تولید شده است.

اقتصاد اطلاعات

اقتصاد مبتنی بر اطلاعات چه تحولی را رقم خواهد زد؟

نویسندگان:

دکتر تقی ترابی

مهندس علی ثاقب موفق

انتشارات راه پرداخت

عنوان:	اقتصاد اطلاعات
ناشر:	راه پرداخت
نویسندگان:	دکتر تقی ترابی، مهندس علی ثاقب موفق
ویراستار ارشد:	مینا والی
ویراستار محتوایی:	قاسم سرافرازی
ویراستار فنی:	یلدا شایسته‌فر
بازبینی نهایی متن:	علی ورامینی
صفحه‌آرا:	علیرضا کیوان
ناظر چاپ:	قادر شهبازی
نوبت چاپ:	اول ۱۴۰۰
شمارگان:	۱۰۰۰ نسخه
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۷۷۰۲-۰۲-۶
تلفن:	۰۲۱-۴۴۴۴۳۹۶۶
دورنگار:	۸۹۷۸۴۹۰۲
ایمیل:	info@way2pay.press
وبسایت:	way2pay.shop
لیتوگرافی:	هنراشکان
چاپ و صحافی:	واژه

همه حقوق چاپ و نشر این اثر برای «انتشارات راه پرداخت» محفوظ است. هرگونه تکثیر، انتشار و بازنویسی این اثر یا قسمتی از آن به هر شکل و شیوه (چاپی، صوتی، ویدئویی، دیجیتال و...) بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است.

فهرست

۱۱	مقدمه
۱۵	فصل اول: مفاهیم و اصول اولیه اقتصاد
۳۷	فصل دوم: علم اقتصاد و فلسفه آن
۵۵	فصل سوم: اقتصاد اطلاعات و قواعد آن
۷۹	فصل چهارم: کالا/خدمت و سرویس اطلاعاتی
۸۷	فصل پنجم: اصول و سازوکارهای بازار و اطلاعات
۱۰۵	فصل ششم: نقش اطلاعات در اقتصاد
۱۱۹	فصل هفتم: راهکارهای اقتصادی مبتنی بر اطلاعات

[یادداشت نویسندگان]

به تحریر کتاب اقتصاد اطلاعات وارد شدیم به این امید که قدمی هر چند کوچک برای رشد و رونق اقتصادی کشور، کاهش بیکاری، فقر و تبعیض برداریم. به عنوان پژوهشگر اقتصادی توفیق داشتیم که به یافته‌ها و ایده‌هایی دست یابیم که می‌تواند آگاهی ما را از پدیده‌های اقتصادی افزایش دهد. کتاب حاضر علاوه بر توجه به مفاهیم پایه‌ای و اصولی علم اقتصاد به مباحث نوین اقتصاد و اقتصاد اطلاعات محور و تحلیل آن‌ها می‌پردازد. ما به عنوان دانشگاهیان از توفیق بیشتری به لحاظ توجه بیشتر توسط جامعه اقتصادی کشور برخورداریم که این توفیق، آزادی عمل و حمایت توأم با مسئولیت است. وظیفه و مسئولیت ما این است که از پتانسیل دانشی و تجربه خویش در حوزه‌های مرتبط اقتصادی و فناوری اطلاعات و ارتباطات بهره گیریم تا آنچه را می‌توانیم انجام دهیم که آینده کشورمان نه تنها از لحاظ اقتصادی خوشبخت تر شود بلکه دارای عدالت اجتماعی بیشتری نیز باشد. انشاالله

دکتر تقی ترابی
مهندس علی ثاقب موفق

{

مقدمه

}

اقتصاد و اطلاعات دو موضوع به هم مرتبط هستند. به عبارتی باید گفت آمار و اطلاعات به اقتصاد وابسته‌اند. جنس تمام مباحث اقتصادی، به نوعی تحلیل و بررسی اطلاعاتی است که ماهیت مالی دارند. آمارهای اقتصادی، اعتبار، ارزش افزوده و بهای تمام شده، به نوعی هم اطلاعات تحلیل شده و هم درباره اقتصاد است. بنابراین نمی‌توان اطلاعات و اقتصاد را به راحتی از هم جدا کرد. به عبارتی اقتصاد و اطلاعات اقتصادی تقریباً یک عینیت واحد هستند. اقتصاد، علم انتخاب است و انتخاب هم در سایه وجود اطلاعات و استفاده درست از آن صورت می‌گیرد. اطلاعات، اساس هر گونه پیش‌بینی و تصمیم‌گیری مبتنی بر آن است و تصمیم‌گیری از نوع اقتصادی و مالی اهمیت ویژه‌ای برای انسان دارد. از این رو، این موضوع وابستگی بین اطلاعات و اقتصاد را در دنیای کنونی نمایان می‌سازد.

با پیشرفت فناوری‌های نوین، مخصوصاً فناوری اطلاعات، اقتصاد شرایط متفاوتی را نسبت به قبل تجربه می‌کند. این فناوری به مراتب فراتر از دستگاه‌های پول‌شمار بانک‌هاست که صرفاً کار شمارش اسکناس را تسهیل می‌کنند تا کارکنان از شمارش دستی رهایی یابند. در فناوری‌های نوین این موضوع مطرح شد که چرا پول‌های کاغذی و سکه‌ای باید شمارش، جابه‌جا یا مبادله شوند؟ پول در واقع به ازای کار و ارزشی که ایجاد کرد، پدیدار شد، سپس آن را اعتبار نامیدند و کارت‌های متنوع موجودی و اعتبار به وجود آمد. اکنون نیز برای انجام یک معامله، دیگر پول به صورت فیزیکی جابه‌جا نمی‌شود؛ بلکه با یک تراکنش، موجودی بانکی خریدار کاهش و موجودی بانکی فروشنده افزایش می‌یابد. این تازه ابتدای راه است و بیت‌کوین، پا را فراتر گذاشته و ارزش را جایگزین پول و اعتبار کرده‌اند که بسیار جالب و کاربردی هستند و میزان زیادی از مشکلات کنونی ناشی از پول و اعتبار را مرتفع می‌کنند.

در آینده نزدیک، هر فردی که کار ارزشمند و ارزش‌افزوده‌ای ایجاد کند، به ذخیره‌سازی الکترونیکی آن در بانک ارزش ملی، به نام خود او منجر خواهد شد، یعنی دقیقاً به اصل مفاهیم «سرویس و خدمت مبتنی بر کالا، خدمات و اطلاعات» می‌رسیم. هر فردی هر سرویسی که ارائه کند و هر ارزشی اعم از ارزش اجتماعی، سیاسی،

اقتصادی، دانشگاهی و فرهنگی ایجاد کند، متناسب با نوع ارزش و حجم افراد مشمول ارزش، در بخش پردازی سامانه، تحلیل هوشمند شده و در صورتی که کار این فرد به ایجاد بار ارزشی مثبتی منجر شده باشد، به همان اندازه به دارایی‌های اعتباری الکترونیکی او اضافه می‌شود و همچنین در صورتی که کسی کار غیرارزشی، غیراخلاقی، غیرانسانی، غیراجتماعی یا مهم‌تر غیراقتصادی انجام دهد، متناسب با ضرر و زبانی که متوجه آن مجموعه کرده، از اعتبار و موجودی‌اش در بانک اطلاعات الکترونیکی ملی کاسته می‌شود.

این اعتبار الکترونیکی مبنایی برای فرد است که می‌تواند از آن هزینه یا خرج کند. با این تعریف یک استاد دانشگاه با توجه به خلق ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی و کمک به ارتقای فرهنگی و دانش جامعه خود، ممکن است بسیار بیشتر از شرایط کنونی دارای موجودی اعتباری بانکی باشد، یا اینکه فردی که طرفدار محیط زیست است یا خدمات مددکاری متنوعی ارائه می‌دهد، دارای موجودی اعتباری بانکی بالایی خواهد بود. این موضوع به سایر فعالیت‌ها نیز تسری خواهد یافت.

به عبارت دیگر خوب یا بد بودن انسان‌ها، به نحوی به موجودی بانکی آنها گره می‌خورد و این همان اصل اساسی اقتصاد است که به تدریج در کشاکش مفاهیم بازار و سود و منفعت‌های گروه‌های ویژه گم شده است.

با علم اقتصاد می‌توان نگاه جدیدی به جهان داشت. اگر شما اقتصاد بیاموزید، می‌توانید وقایع را به گونه‌ای ببینید که هم‌تایان‌تان نمی‌بینند. توانایی اندیشیدن به مانند اقتصاددانان، یکی از مؤلفه‌های اساسی آموختن علم اقتصاد است. تنها با این نحوه تفکر است که شما می‌توانید دریابید جهان چگونه کار می‌کند. چه بخواهید تصمیماتی قابل دفاع در حوزه اندیشه‌های سیاسی بگیرید و چه بخواهید از پس امور دنیایی و دخل و خرج خانه‌تان برآیید، باید اول مقدمات اقتصاد را بدانید.

این اشتباهی رایج میان مردم است که گمان می‌کنند «اقتصاد مطالعه پول است». بله، قطعاً اقتصاد حرف‌های زیادی در مورد پول دارد و در حقیقت یکی از اهداف اصلی علم اقتصاد این است که تفاوت قیمت کالاها و خدماتی را که در بازار وجود دارد (که به صورت واحدهای پولی نشان داده می‌شود) توضیح دهد، اما بر خلاف این

اشتباه رایج، اقتصاد بسی گسترده تر از صرف مطالعه پول است. در وسیع ترین حوزه، اقتصاد را می توان مطالعه مبادلات تعریف کرد. این مبادلات شامل هر چیزی است که در شرایط بازار رخ می دهد، چه آنجا که فروشنده شیئی فیزیکی را تقدیم یا خدمتی را ارائه می کند و در عوض خریدار معادل پولی اش را می پردازد؛ چه آنجا که تهاثر یعنی مبادله بی واسطه و بدون نیاز به پول کالاها یا خدمات صورت می گیرد.

موضوع پول، ثروت، مال، مادیات و مالکیت، از جنبه های اخلاقی، ارزشی، قدرت و اثرات آن در جنبه های مختلف زندگی؛ از جمله کاری و شخصی، همواره محل مناقشه و چالش برای صاحب نظران حوزه های مختلف علمی و انسانی بوده است. در قشر عامه مردم نیز، برخی آن را منشاء شر و بدی و برخی آن را منشاء خیر و خوبی ارزیابی کرده اند. حالا با این شیوه و استفاده از فناوری اطلاعات می توان همین خیر و شرهای موجود را به حساب سپرده ای برای افراد جامعه تبدیل کرد.

موضوع اقتصاد نیز همین است که چگونه منابع محدود را برای ارضای نیازهای نامحدود تخصیص دهیم و اینکه چگونه دست به انتخاب بز نیم تا بیشترین نفع و مطلوبیت عاید ما شود. منابع می تواند شامل پول، ثروت، زمین و... باشد. در اصطلاح علمی به شیوه استفاده مؤثر از این منابع به منظور برآورده سازی نیاز بشر، «اقتصاد» می گویند. بنابراین واژه اقتصاد زمانی کاربرد دارد که بخواهیم به صورت علمی و پژوهشی، راجع به این منابع و پارامترهای مؤثر در شکل گیری و رشد آنها بحث کنیم. در این کتاب برآنیم که نگاه جدید و متفاوتی به موضوع اقتصاد داشته باشیم؛ بنابراین با خواندن و درک مفاهیم آن، ممکن است دیدگاه شما نسبت به آن تغییر کند یا اصلاح شود و مسیری را پیش چشم شما برای آینده ای توأم با ملاحظات اقتصادی سالم قرار دهد.

در اینجا با شرح و بررسی اقتصاد، اقتصاد اطلاعات و نقش فناوری اطلاعات در اقتصاد، جنبه های مختلف و ارزشمند آن تحلیل و تبیین شده و خواننده با به کارگیری مفاهیم و اصول اساسی آن، می تواند یک راهبرد مناسب برای خود در زندگی حرفه ای و شخصی اش تدوین کند تا آینده ای بهتر را برای خود رقم بزند.



فصل اول

مفاهيم و اصول اوليه اقتصاد



اصول موضوعه در اقتصاد

مطلب عقلایی و عمومی‌ای در میان اندیشمندان وجود دارد و آن، این است که «همه چیز را نمی‌شود تعریف کرد و همه چیز را هم نمی‌شود ثابت کرد». حتی در موارد زیادی در صورتی که لازم باشد برخی امور را اثبات کرد، باید برخی امور دیگر را ثابت شده دانست (چه واقعاً ثابت شده باشند و چه اینکه صرفاً فرض شود ثابت شده هستند). این بحث فلسفه، کاربرد اصول موضوعه و اصول متعارفه است که به اختصار ریشه‌ها و مؤلفه‌های اصلی آنها را مورد اشاره قرار می‌دهیم.

تا پیش از قرن نوزدهم، دانشمندان و پژوهشگران معمولاً سه دسته گزاره را مطرح می‌کردند که به اثبات آنها نمی‌پرداختند. یکی از آنها را «گزاره‌های بدیهی» و دیگری را «اصول موضوعه» می‌نامیدند و سومین گزاره به اصول متعارفه معروف بود. گزاره‌های بدیهی اساساً نیازمند اثبات نبودند؛ زیرا مثلاً اینکه کل از جزء بزرگ‌تر است، یک امر روشن تلقی می‌شد. اصول موضوعه، گزاره‌های دیگری بودند که به این دلیل اثبات نمی‌شدند که در علم دیگری اثبات شده بودند. دسته آخر، اصول متعارفه بودند که آنها نیز اثبات نمی‌شدند، نه به این دلیل که در علم دیگری به اثبات رسیده بودند؛ بلکه به این دلیل که اصلاً قابل اثبات نبودند. به عبارت دیگر این گزاره‌ها بدیهی نبودند، اما آن‌قدر بی‌تردید قلمداد می‌شدند که عملاً نقش بدیهی پیدا می‌کردند.

از قرن نوزدهم به بعد، مشاهده شد که تمایزات بین گزاره‌های مربوطه چندان قابل قبول نیستند. به این دلیل (و پس از آن) برای تمامی آنها یک حکم کلی در نظر گرفته شد. مثلاً همه را تحت عنوان اصول موضوعه یا اصول متعارفه یا پیش فرض و امثال آن قرار دادند. در عین حال، از آن زمان به بعد دیگر از عنوان اصول بدیهی استفاده نمی‌شود؛ زیرا آنها اعتبار علمی و پژوهشی مهمی به همراه ندارند. به هر صورت، طرح دستگاه‌های اصل موضوعی در بسیاری از رشته‌ها و از جمله اقتصاد، کارساز است. ما نیز وقتی از پیش فرض، اصل موضوع یا اصل متعارف استفاده می‌کنیم، منظوری یکسان داریم.

حال به برخی تعاریف و مفاهیم اولیه در اقتصاد می‌پردازیم. همان‌طور که اشاره شد، در اقتصاد یکسری اصول اولیه و بدیهی داریم که به آنها اصول موضوعه می‌گویند. اصول

موضوعه آن قدر بدیهی است که نیازی به اثبات ندارند و آنها را می‌پذیریم. این اصول عبارت‌اند از:

- اصل کمیابی (Scarcity)؛
- اصل بیش‌خواهی یا اصل ترجیح (Preference)؛
- اصل عقلایی؛
- اصل انتخاب.

اصل کمیابی

اصل کمیابی بدین معناست که منابع در جهان محدود است و هر چیزی که در عالم هست، مقدار کمی از آن وجود دارد. به عبارتی همه‌چیز هست، ولی کم است. در واقع منابع محدود است. منابع اگر هم فراوان باشند، در دسترس نیستند. در مقابل آن اصل فراوانی یا فراوانی مطلق است که همه‌چیز هست (مثل بهشت برین).

اولین موتور محرکه انسان همین اصل کمیابی است و اگر اصل کمیابی نبود، انگیزه کار و حرکت معنی نداشت و فلسفه زندگی به هم می‌ریخت. رقابت، یکی از نتایج همین اصل است که به تلاش و سرزندگی انسان‌ها منجر شده است (آیه شریفه لیس الانسان الی ما سعى). بزرگ‌ترین نعمتی که خداوند در ذات طبیعت قرار داده، همین کمیابی است. تا بشر با جست‌وجو بتواند کشف کند که این خود منشاء پویایی و حرکت انسان است. فضای حاکم بر تمام مثال‌های مربوط به تبادل، مفهوم «کمیابی» است. کمیابی می‌تواند به صورت موجز با این جمله توضیح داده شود که منابع محدودند و نیازها نامحدود. این حقیقت جهانی کمیابی است که منجر به آن چیزی می‌شود که مردم آن را «مسئله اقتصادی» می‌نامند. به عنوان یک جامعه، ما باید چه کارها یا خدماتی را با توجه به منابع محدود در دسترس مان تولید کنیم؟ علم اقتصاد می‌گوید مالکیت خصوصی این مسئله را حل می‌کند، اما پیش از آن باید به این نکته توجه کرد که این «کمیابی» است که به پیدایش این مسئله منجر شده است.

واژه Scarcity در لغت به معنای کمیابی است و به وضعی اختصاص می‌یابد که منابع در دسترس برای تولید محصول و تأمین نیازمندی‌ها نابسنداند. کمیابی مفهومی است

بسیار مهم که از گذشته‌های دور مورد توجه اندیشمندان رشته‌های مختلف علمی، از جمله علوم الهی و فلسفی، علوم تجربی و علوم انسانی و به‌ویژه علم اقتصاد بوده است. علمای علوم الهی با توجه به فلسفه خلقت بشر و سیر تکاملی بشریت، کمیابی را در ارتباط با زمان تعریف می‌کنند؛ یعنی فرصتی که خداوند به هر انسان و جامعه انسانی برای زندگی در این جهان و سیر مراحل تکاملی خود عطا کرده است. در علم اقتصاد توجه ویژه‌ای به مفهوم کمیابی شده و حتی برخی اقتصاددانان موضوع علم اقتصاد را برخورد با مسئله کمیابی می‌دانند. از این رو کلمه کمیابی دارای نزدیک‌ترین معنی به کلمه «محدود» یا «اقتصاد» است که در مقابل کلمه «نامحدود» یا «آزاد» به کار می‌رود.

کالاها کمیاب هستند؛ زیرا منابع به کار گرفته شده در تولید آنها، دارای استفاده‌های دیگر نیز هستند. هنگامی که مبادله آزاد صورت می‌گیرد، قیمت‌ها، کالاها و خدمات کمیاب را تخصیص می‌دهند. علم اقتصاد مطالعه چگونگی استفاده از منابع کمیاب جامعه به منظور تولید کالاهای با ارزش و توزیع آنها بین افراد مختلف است. در پشت این تعریف، دو نکته اساسی علم اقتصاد نهفته است؛ اول اینکه کالاها و منابع اقتصادی محدودند و دیگر اینکه جامعه باید از منابع خود به‌طور کارا استفاده کند.

برخی تحلیلگران، پیش‌بینی‌های هشداردهنده‌ای در مورد نتایج جمعیت در حال رشد، سطوح ناسالم و در حال رشد آلودگی محیط زیست، محدودیت تولید کشاورزی و انرژی‌های فسیلی ارائه داده‌اند. از جمله پرسش‌هایی که مطرح شده، این است که با توجه به برخی منابع خاص و کمیابی آنها، آیا جوامع انسانی در آینده نزدیک می‌توانند از بروز رنج‌ها و مرگ‌ومیرهای فاجعه‌آمیز جلوگیری کنند؟ چنین بحث‌هایی که نخستین بار توسط میدوز (Meadows) در سال ۱۹۷۲ مطرح شده بود، به وسیله «رابرت سولو» (Robert Solow) مورد بررسی قرار گرفت، چون منابعی که در مقایسه با تقاضا کمیاب هستند، قیمت بالاتری دارند. بدین روی توسعه کالای جانشین و تغییر در الگوی زندگی، مشروط بر آنکه به نفع تولیدکنندگان خصوصی باشد، تشویق خواهد شد. از جمله موارد جالب تاریخی، مواد خامی از قبیل قلع، مس و آهن است. سولو بحث می‌کند که قیمت منابع طبیعی در مقایسه با سایر کالاها، طی ۵۰ سال گذشته هیچ‌گونه روند فزاینده‌ای نداشته است. اقتصاددانان دست‌کم از زمان توماس مالتوس درباره کمیابی نسبی زمین کشاورزی به بحث پرداخته‌اند.

نگرانی‌های سده هجدهم که ناشی از رشد جمعیت است و ثمرات پیشرفت‌های فنی که عاید مالک زمین می‌شود، در کشورهای توسعه‌یافته امروز دیده نمی‌شود.

درباره کمیابی منابع اقتصادی دو نظر وجود دارد:

۱. **برطرف شدن کمیابی به واسطه تلاش:** منابع شناخته‌شده و آماده بهره‌برداری در هر زمان محدود است و در هر مقطع، برای رفع نیازهای بشر کافی نیست و برای مرتفع کردن نیازها، باید از منابع شناخته‌شده و غیرآماده بهره گرفت؛ همچنین باید این بهره‌گیری را به حد کمال رساند و از هر منبعی استفاده کامل کرد. بنابراین باید در جست‌وجوی منابعی بود که تاکنون بشر به آنها دست نیافته یا ناشناخته مانده‌اند و از این طریق کمیابی و محدودیت منابع را برطرف ساخت.

۲. **برطرف نشدن کمیابی به واسطه تلاش:** امکانات طبیعت (چه بالقوه و چه بالفعل) نسبت به نیازهای روبه‌رشد بشر، کافی نخواهد بود؛ زیرا امکانات طبیعت محدود است و بر آنها افزوده نمی‌شود؛ بلکه در اثر استفاده زیاد، روزبه‌روز از توانایی طبیعت کاسته می‌شود (قانون بازده نزولی)، حال آنکه نیازهای بشر، روزافزون است و همواره در اثر پیشرفت تکنیک و ارتقای سطح زندگی، بر نیازها و خواسته‌های انسان افزوده می‌شود. به علاوه، افزایش دائمی جمعیت بشر، نیازها را نیز بیشتر می‌کند. به نظر مالتوس، در حالی که جمعیت به‌طور تصاعد هندسی افزایش پیدا می‌کند (مثل ۲، ۴، ۸، ۱۶، ۳۲، ۶۴ و...) و سایل امرار معاش، به‌طور تصاعد حسابی (۲، ۴، ۶، ۸، ۱۰، ۱۲ و...) افزایش می‌یابد. در مقابل تکثیر نفوس، وسایل معیشت بر اثر کافی نبودن قابلیت تولید زمین و مکفی نبودن حاصل زراعت، به آن نسبت افزایش نمی‌یابد. در چنین شرایطی، هیچ راهی وجود ندارد، جز اینکه افزایش تولید مثل با افزایش تولید مواد غذایی متناسب شود. بر اساس نظر این دسته، زندگی بشر (با توجه به افزایش جمعیت) آینده وحشتناکی دارد؛ دست‌کم، آینده، مبهم و تاریک است. از این رو باید دست‌به‌کار کنترل رشد جمعیت شد و این رشد را به حدی محدود کرد که توانایی بشر و امکانات زمین، اجازه افزایش آن را می‌دهد.

تفاوت کمیابی و فقر

کمیابی با فقر متفاوت است. فقر به این معنی است که حداقل امکانات را در اختیار

نداشته باشیم، ولی کمیابی در ارتباط با امکانات و خواسته‌هاست. بنابراین حتی ثروتمندترین کشورها و افراد هم با کمیابی روبه‌رو هستند؛ زیرا هر چند امکانات زیادی در اختیار دارند، ولی نمی‌توانند به همه خواسته‌های خود دسترسی پیدا کنند. اگر امکانات نامحدود بود، کمیابی از بین می‌رفت. انسان‌ها طی قرون گذشته با اکتشافات و اختراعات خود به کمک رشته‌های مختلف علوم، امکانات و منابع در دسترس بشر را افزایش داده‌اند، ولی کمیابی کاهش نیافته و حتی ممکن است افزایش نیز یافته باشد؛ زیرا خواسته‌های بشر نیز رشد کرده و حتی به نظر می‌رسد که رشد خواسته‌های بشر از رشد امکانات بیشتر است. هر چه کمیابی بیشتر باشد، ضرورت علم اقتصاد و به کارگیری راه‌حل‌های آن نیز بیشتر نمایان می‌شود.

بررسی مسئله کمیابی از نظر علمی

در صورتی که مقصود از «کمیابی» این باشد که منابع شناخته‌شده و آماده در هر زمان برای نیازهای روبه‌رشد بشر در همان مقطع کافی نیست، سخنی درست است و برای رفع این کمیابی، باید از منابع مورد بهره‌برداری به گونه‌ای استفاده کرد که بیشترین بازده را داشته باشند. همچنین باید از منابعی که مورد استفاده قرار نگرفته، بهره‌برد و درصدد شناسایی منابعی برآمد که تاکنون شناسایی نشده‌اند. با توجه به این نظریه در مورد کمیابی، می‌توان گفت اقتصاد علمی است که نشان می‌دهد بشر چگونه در پی تأمین نیازهای فراوان و روبه‌افزایش خود، از منابع آماده و غیر آماده، کشف‌شده و کشف‌نشده برمی‌آید، بنابراین در صورتی که بشر اقدام مناسب را برای افزایش بهره‌وری از امکانات بالقوه و بالفعل انجام ندهد، ناگزیر باید کنترل جمعیت را هر چند در مقطعی محدود، بپذیرد و این نیز ناشی از عدم بهره‌برداری از تمام امکانات و تعطیل و راکد گذاشتن یا استفاده ناقص از آنهاست، نه ناشی از خست طبیعت و کمبود منابع طبیعی. در واقع مشکل در انگیزه و رفتار انسان است، نه در طبیعت.

اطلاعات موجود درباره جمعیت کره زمین و امکانات آن برای پاسخ به نیازهای رشد جمعیت، نشان می‌دهد که با ابزارها و منابع شناخته‌شده کنونی، می‌توان چندین برابر جمعیت فعلی، زمین را تأمین کرد؛ حال آنکه توانایی بشر همچنان روبه‌افزایش

است؛ زیرا:

۱. از همه امکانات طبیعی و انسانی کره زمین استفاده نمی‌شود. مثلاً با وجودی که یک چهارم وسعت کلی آمریکای لاتین بدون توسل به وسایل فنی استثنایی قابل کشت است، اما فقط از پنج درصد زمین‌ها، آن هم به صورتی کاملاً ابتدایی استفاده می‌شود.
۲. از آن مقدار امکانات طبیعی و انسانی که بهره گرفته می‌شود، استفاده کامل و صحیحی به عمل نمی‌آید، یعنی می‌توان از این منابع، با استفاده از آخرین دستاوردهای علمی بشر و به صورت بهینه بهره گرفت، حال آنکه اغلب با شیوه‌های سنتی و با وسایل ابتدایی کار انجام می‌شود. به عقیده «کلین کلارک» و چندین پژوهشگر دیگر، اگر همه زمین‌های قابل کشت مانند هلند و دانمارک مورد بهره‌برداری قرار می‌گرفت، دنیا می‌توانست به ۱۴ میلیارد نفر، سکنه خود غذا برساند.
۳. آخرین ابتکارات در زمینه تهیه مواد غذایی، تحول اساسی در این زمینه پدید می‌آورد. به طور مثال ژاپن توانسته به تولید محصولات کشاورزی روی سطح آب بپردازد و در این کار، هم سرعت تولید را بالا برده و در سال، چندین بار محصول برداشت می‌کند و هم بازده تولید در سطح آب را افزایش داده است.

کمیابی منابع اقتصادی

مفهوم کمیابی نتیجه وجود منابع کمیاب است. منابع را می‌توان نهاده‌هایی تعریف کرد که در تولید چیزهایی که ما خواستار آن هستیم، به کار می‌روند. اگر این منابع، مولد باشند، آنها را عوامل تولید می‌نامیم. عوامل تولید را می‌توان به شیوه‌های مختلف طبقه‌بندی کرد. یکی از انواع این طبقه‌بندی‌ها شامل منابع طبیعی، انسانی و مصنوعی است:

۱. **منابع طبیعی، زمین و ذخایر معدنی:** زمین یا ذخایر معدنی درون آن منبع طبیعی است که بیش از هر چیز دیگر به ذهن می‌آید. در برخی زمین‌ها مقادیر بسیار عظیمی از محصولات مختلف بدون افزودن کود به دست می‌آید؛ اما برخی زمین‌ها در وضعیت طبیعی، خاصیت باروری ندارند. گفتنی است امروزه منابع اقیانوس‌ها و مناطق منجمد قطب‌ها بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است.
۲. **منابع انسانی (کار):** برای تولید چیزهایی که خواستار آن هستیم، باید یک منبع

انسانی به کار گرفته شود. این منبع انسانی، عبارت است از سهم مولد «کار» عرضه شده کسانی که کار می کنند. هرگاه داوطلبان کار، دوره های کارآموزی را بگذرانند، سهم کار در تولید افزایش می یابد. آنگاه که منبع انسانی بدین گونه بهبود یابد، می گوییم سرمایه انسانی بهبود یافته است.

۳. منابع مصنوعی، ساخت بشر (سرمایه): وقتی برای کشت گندم، روی زمین کار انجام می شود، چیز دیگری نیز به کار می رود. این چیز دیگر معمولاً خیش یا تراکتور است؛ یعنی زمین و کار با منابع مصنوعی ترکیب می شوند تا چیزهایی را که ما می خواهیم، تولید کنند. این منابع مصنوعی سرمایه نامیده می شود.

۴. منبع انسانی دیگر (کارفرمایی): کارفرمایی شامل پذیرش خطر و احتمالاً از دست دادن مقادیر هنگفت در فعالیت جدید، ابداع شیوه های جدید برای تولید کالاهای موجود و به طور کلی آزمودن فکرهای تازه ای است که احتمالاً به سود مادی می انجامد. بدون وجود کارفرما هیچ سازمان اقتصادی قادر به فعالیت نیست. بی تردید کارفرمایی که یک منبع انسانی است، کمیاب است؛ هر کسی حاضر به پذیرش خطر نیست یا توانایی آن را ندارد که با موفقیت در امور مربوط به فعالیت اقتصادی تصمیم بگیرد.

کمیابی از نظر اسلام

در آیات متعددی از قرآن و نیز در روایات متعددی سخن از نعمت های خدا آمده است و بر خلاف دیدگاه اقتصاددانان بدبین که آینده اقتصادی بشر را وحشتناک یا تاریک ترسیم می کنند، اسلام، دورنمای اقتصادی امیدبخشی را فرا روی بشریت قرار می دهد. از این رواز دید اسلام، مشکلی به نام کمیابی منابع طبیعی، نسبت به نیازهای بشر، وجود ندارد. منابع طبیعی عطایای خدا به بشر است و عطای الهی با خست انجام نگرفته است. آیه «کلو و شربو ولا تسرفو» از مصادیق همین امر است. مصداق عینی فراوانی در بهشت برین است که صرف اراده انسان همه چیز در اختیار او قرار می گیرد. لیکن فراوانی در دنیا هست ولی در اختیار نیست و استتار شده است و قابل دسترس برای عموم نیست و برای حصول آن بشر بایستی با تحقیق، مطالعه، کشف و اختراع تلاش و کوشش کند.

اصل بیش‌خواهی (اصل ترجیح)

بشر همواره بیش را به کم ترجیح می‌دهد و هر موقع به چیزی دست یافت، مقدار بیشتر آن را به مقدار کمتر از آن ترجیح می‌دهد. در تمام انسان‌ها، بلااستثنا، این ویژگی بیش‌خواهی وجود دارد. بشر با اصل بیش‌خواهی بر اصل کمیابی فائق می‌آید، یعنی همواره انسان به دنبال کمال است، حال این کمال ممکن است در چیزهای مادی یا معنوی باشد که این بستگی به باورها و عقاید او دارد. اصل بیش‌خواهی، دومین موتور محرکه انسان است. یک تفاوت مهم بین انسان‌های متعالی مثل امام علی^(ع) و انسان‌های عادی این است که آنها بیش‌خواهی را برای دیگران می‌خواهند و در اینجا بیش‌خواهی از نوع کمال‌طلبی است، یعنی به لحاظ مادی به انفاق و بخشیدن تمایل دارند و بخشی از هر آنچه از مادیات را که جمع می‌کنند، می‌بخشند و به لحاظ معنوی هم نشر و انتشار علم، دانش و تجربیات، آنها را خشنود می‌سازد (زکات علم به نشر آن است).

در این اصل، دو دیدگاه وجود دارد؛ خوی انسانی، اینکه خداوند در ذات انسان چیزی را نمی‌گذارد که بد باشد؛ پس بیش‌خواهی الزاماً بد نیست. اصل بیش‌خواهی انسان را به نوعی کمال‌طلبی می‌رساند و از طرفی مبین این است که نیازهای انسان نامحدود است و انسان دائم کار و تلاش می‌کند تا به خواسته‌های نامحدود خود دست یابد. در مقابل این دیدگاه، خوی حیوانی قرار دارد که به معنی طمع است که بار ارزشی منفی دارد و مثل هر چیز دیگری در این عالم، بخش منفی آن است. از این رو بیش‌خواهی با آز و طمع متفاوت است و مقوله‌هایی کاملاً جدا از هم هستند.

ترجیحات و انتخاب از پایه‌ای‌ترین و اساسی‌ترین مباحث اقتصادی و سرآغاز بسیاری از کتاب‌های نوشته‌شده در زمینه اقتصاد خرد و اقتصاد مصرف‌کننده است.

علم اقتصاد از این منظر به کارگران نمی‌گوید که باید به سراغ آن کاری بروند که پول بیشتری عایدشان می‌کند، به صاحبان کسب‌وکار هم نمی‌گوید که اعمال‌شان تنها با مسائل تجاری باید جهت داده شود. در این علم حرف از هیچ «انسان اقتصادی» نیست. هر چه هست، قواعدی است که انتخاب مردم واقعی در مواجهه با کمیابی را توضیح می‌دهد. این قواعد متوجه این حقیقت است که نیازهای مردم با منابع محدود مواجه

است، اما این قواعد آن قدر گسترده هست که بتواند همه نیازهای مردم را پوشش دهد.

خودگروی و لذت‌گرایی

در مباحث فلسفه اخلاق، خودگروی به دو مفهوم متفاوت «خودگروی روان‌شناختی» و «خودگروی اخلاقی» به کار رفته است. بر اساس نظریه خودگروی روان‌شناختی، افراد بشر به گونه‌ای سرشته شده‌اند که همواره در پی سود یا بهروزی خود هستند. «فرانکنا» با استناد به تعبیر «باتلر»، می‌نویسد: «این بدان معناست که «خوددوستی» تنها «اصل» مبنایی در سرشت بشر است.» در مقابل، بر اساس خودگروی اخلاقی، انسان از نظر اخلاقی باید به دنبال تأمین منافع شخصی خود باشد. به اعتقاد برخی، خودگروی اخلاقی بر پایه «خودگروی روان‌شناختی» استوار است، یعنی استدلال خودگرایان اخلاقی برای توجیه این نکته که «چرا افراد تنها باید منافع خود را دنبال کنند»، این است که اساساً انسان به‌طور ذاتی به دنبال منافع خود است. بر این اساس، «حب ذات»، یا خوددوستی تنها اصل اساسی در سرشت انسان است که هدف نهایی همه فعالیت‌های انسان را مشخص می‌کند.

نفع شخصی یک فضیلت اخلاقی است و بیش‌خواهی چه با انگیزه خوددوستی و چه با انگیزه نوع‌دوستی به عنوان یک فضیلت اخلاقی به شمار می‌رود که در سرشت بشر نهاده شده است. کلیه علوم به نحوی از علم خداوند نشأت می‌گیرد و علم اقتصاد نیز الهی است.

فرانکنا در تبیین واژه «خودگروی روان‌شناختی» تأکید می‌کند که بر اساس این اصل، «ارضای نفس» هدف نهایی فعالیت انسان یا اصل لذت، «محرک» اصلی فعالیت‌های انسان به شمار می‌رود. در مقابل، تصور رفتاری غیر از این، در تضاد با واقعیت خواهد بود. به نظر او، خودگروی روان‌شناختی تنها به معنای این نیست که انسان بنا به سرشتش، خودگراست؛ بلکه این اصل بدین معناست که افراد بشر هیچ تمایلی به بهروزی دیگران جز به منزله ابزار و وسیله‌ای برای بهروزی خودشان ندارند. از این رو بر اساس خودگروی روان‌شناختی، چه بسا فرد کاری را به نفع دیگران انجام دهد، ولی هدف او از این کار، ارضای خود است، نه دیگرگرایی. بر این اساس فرانکنا ادعا می‌کند خودگروی اخلاقی عموماً بر خودگروی روان‌شناختی استوار است.

خودگروی به مثابه نوعی نظریه غایت‌گرایانه به‌طور عمده تفسیری لذت‌گرایانه از منفعت خودارائه می‌دهد. بر این اساس، منفعت فرد مفهومی جز خوشی و لذت ندارد و ضرر نیز به مفهوم رنج و الم است، یعنی خودگرایان اخلاقی لذت‌گرا، رفتاری را اخلاقی می‌دانند که لااقل به اندازه هر بدیل دیگری، غلبه خوشی بر رنج را به دنبال داشته باشد. این مفهوم در خودگروی روان‌شناختی نیز منعکس شده است؛ بنابراین انسان بنا بر سرشت خود، تنها به دنبال جلب لذت و دفع الم است.

مروری بر پیش‌زمینه‌های شکل‌گیری مفهوم خودگروی لذت‌گرایانه در علم اقتصاد نظریه خودگروی یا نگرش پیروی از نفع شخصی، سابقه دیرینه‌ای دارد. در آیین مسیحیت، «حب ذات» همواره مورد پذیرش بوده است. مسیحیان بر این عقیده‌اند که «هیوآدم، ما را از محدود کردن حب ذات در مقدار مقرر خودش، عاجز یا تقریباً ناتوان ساخته است». این ایده بعدها توسط هابز با تقریری غیردینی درباره سرشت انسان‌ها تبیین شد و در مباحث متفکران فردگرای پس از او؛ همچون نیچه و ماکس استیرنر نیز وارد شد. هرچند صاحب‌نظران درباره تفسیر هابز از ماهیت انسان، به‌عنوان موجودی «خودخواه»، اتفاق نظر ندارند، اما در عین حال حتی کسانی که نگرش پیچیده‌تری را به ایشان نسبت می‌دهند، به قول بلک‌برن، در مورد اهمیت پیروی از نفع شخصی و تأثیر تعیین‌کننده آن در ارزش‌های اخلاقی در نگرش هابز، اتفاق نظر دارند. بلک‌برن معتقد است که هابز در مقاطعی از زندگی خود بهترین نماد کفر، خودخواهی و بدعت را به نمایش گذاشته است.

به هر حال «نفع شخصی» چنان نقش مهمی را در مدل هابزی ایفا می‌کند که به گفته اریک رول، یکی از صاحب‌نظران تاریخ عقاید اقتصادی، از نظر هابز، پیروی از نفع شخصی آغاز انگیزش و تحریک افراد است که اصطلاح «قدرت مطلقه مستقل» ایشان نیز بر اساس آن شکل گرفته است.

از طرف دیگر خود هابز تمایلات و نفرت را سرچشمه پیدایش تکالیف می‌داند و معتقد است که مشاجرات، دشمنی و جنگ صرفاً به دلیل تمایلات و لذت‌ها پدید می‌آیند؛ همان چیزی که بتنام از آن به «لذت» و «درد» و میل و سجویک با عنوان «تمایلات»، منتها در محدوده مطلوبیت‌گرایی، تعبیر می‌کنند. اریک رول با توجه به این نکته، هابز و فلسفه

سیاسی او را آغاز مکتب مطلوبیت گرایی می‌داند.

ریچلز معتقد است هابز در تفسیر «دلسوزی»، علت ناراحتی ما از بدبختی دیگران را این واقعیت می‌داند که مشاهده بدبختی آنها به ما یادآوری می‌کند که چه بسا همین اتفاق برای ما نیز پیش بیاید. هابز می‌نویسد: «دلسوزی عبارت است از تصور یا خیال مصیبت آتی برای خودمان که ناشی از مشاهده مصیبت انسانی دیگر است.» بنابراین از نظر هابز، دلسوزی بیانگر نوعی حس این‌همانی با شخص رنج‌دیده است.

هابز همچنین رفتار اخلاقی انسان را «فردگرایانه» و «لذت‌جویانه» می‌داند. آن‌گونه که سورل بیان می‌کند، نظام ارزشی هابز را می‌توان «لذت‌گرایی روان‌شناسانه» نامید. در این نظام، بسیاری از انسان‌ها تنها در پی صیانت از خود و کسب منافع شخصی خودشان هستند.

افزون بر هابز، «برناردو مندویل» نیز به‌طور گسترده‌ای با عنوان «خودگرایی روان‌شناختی» شناخته شده است. در حالی که هابز اضافه بر پیروی از نفع شخصی، مصالح و منافع عمومی را نیز در نظر داشت و به مکتب سودگرایی نیز توجه می‌کرد، مندویل صرفاً بر نفع شخصی تکیه می‌کند. وی پزشک و اقتصاددان هلندی و پیشرو مکتب کلاسیک بود که کتاب «افسانه زنبورهای عسل» او یکی از منابع اصلی کتاب ثروت ملل آدام اسمیت به‌شمار می‌رود. وی در این کتاب با تشبیه جامعه به کندوی زنبور عسل، این نگرش را القامی‌کند که نفع شخصی، یک فضیلت اخلاقی است و با پیروی از نفع شخصی، جامعه به‌صورت غیرمستقیم منتفع خواهد شد. مندویل معتقد است مدیریت قوی می‌تواند امور منفی و شر را به امور مثبت تبدیل کند و در مقابل، مدیریت ضعیف می‌تواند صفات خوب مانند صرفه‌جویی و کمک به فقرا را به امور منفی بدل کند و به وخامت اوضاع اقتصادی منجر شود.

همچنین خودگرایی اخلاقی با این مشکل مواجه است که سود شخصی نمی‌تواند ما را به پیروی از این آموزه مسیح که خوبی و نیکی به دیگران به نفع ماست، بکشانند.

دیدگاه «هیوم» بدان دلیل مهم است که وی تأثیر زیادی در شکل‌گیری علم اقتصاد داشته و می‌توان او را یکی از بنیان‌گذاران این علم به‌شمار آورد. همچنین دیدگاه‌های هیوم نقش و تأثیر زیادی در شکل‌گیری افکار دوست و همفکرش آدام اسمیت داشته

است. این تأثیرپذیری، آن گونه که در بخش بعدی می آید، موجب شده اسمیت علم اقتصاد را بر اساس خودگروی شکل دهد.

خودگروی و لذت‌گرایی در اقتصاد کلاسیک

آدام اسمیت در کتاب ثروت ملل که در سال ۱۷۷۶ منتشر شد، با اثرپذیری از دیوید هیوم به بررسی نقش محوری شخصی در شکل دهی فعالیت‌های اقتصادی پرداخت. او در فراز مهمی از کتاب می گوید: «اگر ما توقع داریم که بتوانیم شام خود را توسط قصاب، بقال و نانوا تهیه کنیم، این مسئله به خیرخواهی آنها مربوط نمی شود؛ بلکه به این مسئله برمی گردد که هر یک از آنها به دنبال نفع شخصی خودشان هستند.» اسمیت این نکته را نیز بیان می کند که مازندگی خود را مرهون انسانیت آنها نیستیم؛ بلکه مرهون «خودخواهی» و «حب ذات» آنهایم.

تحلیلگران عقاید اقتصادی بر این مسئله اتفاق نظر دارند که آدام اسمیت تحت تأثیر اندیشمندانی مانند دکتر «فرانسوا کنه»، «فرانسیس هاجسون»، «دیوید هیوم»، «برناردو مندویل»، «توماس هابز» و «بنتام» بوده است.

اسمیت در زمینه جریان طبیعی فعالیت‌های اقتصادی، از فلسفه اصالت فرد دکتر «کنه» الهام گرفته که بر اساس آن، محرک اصلی فعالیت اقتصادی هر فرد را «منافع شخصی» او تشکیل می دهد. بر اساس این انگیزه، هر فردی در جامعه به دنبال منافع شخصی خود است، ولی فعالیت‌های ناهماهنگ افرادی که به دنبال منافع شخصی خود هستند، نتایج مطلوب رفاه اجتماعی را فراهم می سازد.

پیش تر بیان شد که مندویل بر این باور بود که «فواید عمومی از رذایل خصوصی ناشی می شوند»، ولی انجام‌دهندگان این رذایل، صرفاً به دنبال ارضای تمایلات خود هستند؛ بدون اینکه هرگز به فکر منافع اجتماع باشند. اسمیت از خودگروی افراد به «رذایل» تعبیر نمی کند و از این جهت از مندویل فاصله می گیرد، ولی همانند مندویل از سویی، افراد را خودگرا می داند و از سوی دیگر معتقد است که جامعه هم از این امر منتفع می شود.

اسمیت در توجیه نظریه «دست نامرئی» در اقتصاد، به این نکته اشاره می کند که بیشتر افراد در مبادلات اقتصادی خود، نه در اندیشه بهبود یا ارتقای منافع اجتماع هستند و نه

متوجه هستند که چنین کاری را انجام می‌دهند؛ بلکه آنها صرفاً به دنبال نفع خودشان هستند. با این حال افراد با پیروی از نفع شخصی، غالباً منافع جامعه را بیش از زمانی که واقعاً در صدد ارتقای منافع جامعه باشند، افزایش می‌دهند. اسمیت در این زمینه تا آنجا پیش می‌رود که مدعی می‌شود هرگز موردی را به یاد ندارد که کار مفیدی برای جامعه، از طریق کسانی که در اندیشه ارتقای منافع اجتماعی هستند، انجام شده باشد. بر این اساس اسمیت با نفی هر گونه ارزشی غیر از خودخواهی، با صراحت خودخواهی را امری می‌داند که همه افعال به خاطر آن انجام می‌شود.

آنچه تاکنون از آدام اسمیت نقل شد، برداشتی از کتاب ثروت ملل اوست که بخشی از دیدگاه‌های او را منعکس کرده و به واسطه آن وی به عنوان بنیان‌گذار و پدر علم اقتصاد شناخته می‌شود. بخش دیگر نظریه‌های اسمیت در کتاب اخلاقی او به نام «نظریه عواطف اخلاقی» آمده که ۱۷ سال پیش از کتاب ثروت ملل در سال ۱۷۵۹ منتشر شد. در این کتاب، اسمیت احساس هم‌دردی را عامل مهمی قلمداد می‌کند که به قول «مینی» شیرازه جامعه را حفظ می‌کند. این نکته درست در مقابل ایده‌ای بود که اسمیت در کتاب ثروت ملل مطرح کرد و به تعبیری «نفی هم‌دردی» یعنی «خودپرستی» را حفظ‌کننده قوام جامعه قلمداد کرد.

وجود این دو نگرش افراطی در این دو اثر آدام اسمیت، تحلیل‌گران را با نوعی تناقض مواجه کرده است. در این میان تحلیل‌گرانی چون «کاپلستون» که بیشتر با کتاب عواطف اخلاقی و موضوعات فکری، فلسفی و هنجاری اسمیت سروکار دارند، معتقدند اسمیت نظریه‌پردازی عاطفه‌گراست. از طرف دیگر، اقتصاددانان و تحلیل‌گران مسائل اقتصادی که عمدتاً با کتاب ثروت ملل و دیدگاه‌های اقتصادی اسمیت سروکار دارند، اسمیت را نظریه‌پرداز افراطی «پیروی از نفع شخصی» معرفی می‌کنند. حتی اگر نگرش فلسفی و اخلاقی اسمیت و دیدگاه عاطفه‌گرای اخلاقی وی به این افراد یادآور شود، با صراحت خواهند گفت این دیدگاه به مبانی ارزشی و هنجاری اسمیت برمی‌گردد که در جای خودش مهم و معتبر است، اما این نوع نگرش در زمینه اقتصاد و علم اقتصاد کارایی ندارد. این افراد معتقدند اسمیت هرگز دیدگاه‌های اخلاقی خود را درباره علم اقتصاد به کار نگرفت. این همان تفسیری است که «مارک بلاک»، یکی از طرفداران شاخص آن

به‌شمار می‌آید. «آمار تیا سن» به منزله یکی از فیلسوفان اقتصاد می‌کوشد تفسیر معتدلی از دیدگاه اسمیت ارائه دهد. ایشان در تلاش است تا به هر دو اثر اسمیت توجه کند. «سن» با اشاره به تفسیری که معمولاً اسمیت را طرفدار «انسان اقتصادی» در «پیروی از نفع شخصی» قلمداد می‌کند، این نوع تفسیر را بسیار گمراه‌کننده می‌داند. به باور وی، اسمیت در کنار اصل «نفع شخصی» و «حب ذات»، به اصول متمایز دیگری مانند «دیگرگرایی»، «احتیاط»، «هم‌دردی»، «خیرخواهی» و «روحیه میهن‌پرستی» نیز توجه کرده است.

با وجود توجه اسمیت به مسائل اخلاقی، تفسیر و تحلیل «سن» از دیدگاه‌های اسمیت با ادبیات موجود در علم اقتصاد سازگاری چندانی ندارد. این نکته را می‌توان با اندکی تأمل در سیر تحولات اقتصادی و به‌ویژه مفهوم دست‌نامرئی در اندیشه اسمیت روشن کرد. اصطلاح «دست‌نامرئی» آدام اسمیت دال بر این است که اگر تک‌تک افراد جامعه در جهت منافع شخصی خود حرکت کنند، آزادی عمل فعالیت‌ها موجب می‌شود که در مجموع، جامعه نیز در جهت بهترین منافع خود قرار بگیرد و در نهایت، رفاه بیشتری برای جامعه فراهم شود. بدیهی است که در این حالت، اقتصاد نیز همواره در تعادل عمومی خواهد بود.

به نظر «راثر فوردر»، مکانیسم «دست‌نامرئی» اسمیت بیشتر در کتاب نظریه عواطف اخلاقی وی و کمتر در کتاب ثروت ملل ایشان شکل گرفته است. همچنین «کران آی ون» با تأکید بر شکل‌گیری استعاره «دست‌نامرئی» در هر دو کتاب اسمیت، تأکید می‌کند که اسمیت از این طریق نشان داد که سیستم ایشان نیز همانند مندویل، فرگوسن و هیوم، بر این اساس شکل گرفته که انسان از طریق «حب نفس» تحریک می‌شود. ایشان تأکید می‌کند، «حب نفس» برای اسمیت اصل و ضابطه حرکت در نظریه اجتماعی است؛ همان‌طور که جاذبه، ضابطه حرکت در فیزیک نیوتن است.

اصل عقلایی

اصل عقلایی، به عملکرد اقتصادی افراد اطلاق می‌شود و انسان با عقل و فکر خود نسبت به انتخاب گزینه‌های پیش‌رو دست می‌زند و در راستای افزایش درجه ممنونیت و ارضای نیازهای مادی یا معنوی وی است. در کل تمامی رفتارهای انسان را می‌توان

در این تعریف گنجانند. برای نمونه، اگر شخصی از کالا یا خدمت خاصی لذت می‌برد، تلاش برای کسب آن در قالب این تعریف قرار می‌گیرد. حال ممکن است این رضایت مادی یا معنوی باشد.

یکی از فرضیات علم اقتصاد رفتار عقلایی انسان‌هاست؛ بدین معنی که کسی فعلی را برای عدم رضای شخصی خود انجام نمی‌دهد، یعنی هر عملی که از انسان سر می‌زند، در راستای برآوردن حداکثر مطلوبیت وی است. حال برخی از این حالات عاطفی و معنوی را خداوند متعال در وجود بشر به ودیعه گذاشته، مثل تأمین نیازهای اولیه خورد و خوراک و میل جنسی که به تداوم زندگی بشریت طی قرن‌ها منجر شده است. بر همین اساس و فرض‌های اولیه علم اقتصاد، انسان‌ها در پی به حداکثر رساندن مطلوبیت خود هستند و تمامی اعمال آنها در این راه، رفتار عقلایی محسوب می‌شود. گزینش کالایی از میان انبوهی از کالاها و خدمات از سوی مصرف‌کنندگان در راستای همین رفتار است. همان‌گونه که وجه تمایز انسان از حیوان، عقل است، وجه تمایز انسان توسعه‌یافته از انسان توسعه‌نیافته و انسان مدرن از انسان پیشامدرن، عقلانیت اوست. بسا انسان‌ها که دارای قوه «عقل» هستند، اما از عقلانیت بی‌بهره‌اند و بسا جوامعی که بهره‌هوشی ساکنان‌شان بسیار بالاست، اما توان بهره‌بردن از سرمایه عقل را ندارند. در این میان علم اقتصاد از همه علوم دیگر متمایز است. علوم طبیعی اصولاً نگران عقل نیستند. موضوع آنها طبیعت و قوانین حاکم بر آن است. تقریباً همه علوم انسانی غیر از اقتصاد نیز گرچه از انسان سخن می‌گویند، اما هیچ‌کدام از آنها عقلانیت انسان را مفروض نمی‌گیرند. روان‌شناسان بر رفتارهایی تمرکز دارند که عمده‌تأ ریشه در عاطفه و احساس دارند و جامعه‌شناسان بر رفتارهایی تمرکز دارند که ریشه در کنش‌ها و نهادهای اجتماعی دارند. در میان همه علوم، فقط و فقط اقتصاد است که تمام دستگاه عظیم فکری خود را بر فرض عقلانیت نهاده است؛ یعنی این علم فراخ، تمامی کاخ اندیشگی خویش را بر سنگ‌بنای عقلانیت نهاده است. پس علم اقتصاد از دو منظر بر عقلانیت استوار شده است؛ یکی از منظر موضوع مطالعه‌اش و دیگری از منظر شیوه اندیشه‌ورزی‌اش.

عقلانیت به عنوان پیش فرضی اساسی در بررسی رفتار عاملان اقتصادی در اقتصاد متعارف در نظر گرفته می‌شود. این عقلانیت یا علم انتخاب عقلایی (هاجسون، ۱۹۹۸)

که از مبانی انسان‌شناسی غربی پس از دوره رنسانس شکل گرفت، دارای تعبیر مختلفی است. در اقتصاد کلاسیک از عقلانیت به عنوان ابزاری برای به حداکثر رساندن مطلوبیت و سود استفاده می‌شود که از اندیشه‌های فلسفی دانشمندانی مانند بنتام سرچشمه گرفته است. این عقلانیت ابزاری که به عنوان راه‌حلی برای تحلیل رفتار سرمایه‌داران غربی شکل گرفته بود، دارای محدودیت‌هایی بود و جامعیت خود را از دست داد. در مقابل نهادگرایان با تأکید بر اینکه عقل انسان کامل نیست، با بررسی روان‌شناسی رفتار انسانی و تمرکز بر ساختار ذهنی به عنوان نهاد ذهن به ارائه نظراتی کامل‌تر و جامع‌تر در رابطه با رفتار عقلایی انسان پرداختند.

رفتار عقلایی در اقتصاد نئوکلاسیک به همراه فردگرایی در یک مفهوم ساده به معنی تلاش برای حداکثر کردن (در قالب مطلوبیت برای مصرف‌کننده و سود برای تولیدکننده) منافع مادی فردی است. این تعریف از عقلانیت - عقلانیت ابزاری - تا حدی مشکل تحلیل رفتار عاملان اقتصادی را حل کرده است. اما با توجه به اینکه این تعریف جدا از ارزش‌ها و باورها، برای همه جوامع یک نتیجه به دست می‌دهد و اینکه انگیزه رفتار اقتصادی انسان‌ها را فقط در نفع شخصی قرار می‌دهد؛ کمی دور از واقعیت به نظر می‌رسد. در مقابل اقتصاددانان نهادگرا با تأکید بر اینکه نهادها موضوع مطالعه اصلی نظریات اقتصادی هستند (همیلتون، ۱۹۱۹) و اینکه اقتصاد به مطالعه رفتار اقتصادی انسان می‌پردازد؛ بر ماهیت چندبعدی انسان تأکید می‌کند و به تبیین عقلانیت در رفتار انسانی می‌پردازند.

اصل انتخاب

با توجه به منابع محدود در جهان و ویژگی بیش‌خواهی انسان‌ها، ضروری است که نیازمندی‌های متنوع، اولویت‌بندی شود و آنگاه دست به انتخاب بزنیم، یعنی این اصول کمیابی و بیش‌خواهی ما را به سمت انتخاب اصلح و مطلوب‌تر می‌کشاند که مستلزم فکر و اندیشه است. به این معنا که باید عقلایی رفتار کنیم، اولویت‌بندی کنیم و دست به انتخاب بزنیم. به عبارت دیگر باید عقلایی، انتخاب کنیم. اصل انتخاب و اصل عقلایی لازم و ملزوم همدیگر هستند.

امروزه علمای علم اقتصاد، در تعریف این رشته از علم، علم اقتصاد را علم انتخاب می‌دانند. در واقع موضوع اصلی اقتصاد در سطح خرد، تئوری انتخاب است. در نظریه اقتصادی مصرف‌کننده، اقتصاددانان فرض می‌کنند که مصرف‌کنندگان بهترین سبد کالاها را که بتوانند، انتخاب می‌کنند. در این نظریه، مفهوم بهترین و بتوانند اهمیت بسیار دارد. در اینجا ما با نگاهی کاملاً انتزاعی به مفهوم بهترین می‌پردازیم. نقطه شروع مسئله تصمیم فرد، مجموعه‌ای از گزینه‌های ممکن است که فرد باید از میان آنها مناسب‌ترین یا بهترین را انتخاب کند.

ما همیشه در حال انتخاب هستیم، حتی وقتی انتخاب نمی‌کنیم. وقتی به مغازه می‌رویم و کالایی را به قیمت ۲۰ هزار تومان می‌خریم، تصمیم می‌گیریم که هزاران هزار کالای ۲۰ هزار تومانی دیگر را نخریم. همچنین گفتیم که بهای داشتن این کالا برابر است با ارزش تمام چیزهایی که از دست می‌دهیم. بله، مردم مدام انتخاب می‌کنند. موضوع اقتصاد همین است که چگونه منابع محدود را برای ارضای نیازهای نامحدود تخصیص دهیم و اینکه چگونه دست به انتخاب بزنیم تا بیشترین نفع و مطلوبیت عاید ما شود.

در اهمیت علم اقتصاد و ضرورت آگاهی بخشی نسبی مردم در این زمینه باید گفت هنگامی که کسی به شما بگوید اگر خودتان را از بالای پشت بام به پایین پرت کنید، زنده می‌مانید، شما چه کار می‌کنید؟ آیا حرف چنین فردی را باور می‌کنید؟ مسلماً خیر؛ چرا که در مدرسه با اصول فیزیک آشنا شده‌اید و می‌دانید این کار مساوی با نابودی شما خواهد بود. اما در مدارس به ما اصول اولیه اقتصاد را آموزش نمی‌دهند. برای همین افراد کلاهبردار خصوصاً در حوزه سیاست، می‌توانند به ما حرف‌هایی ۱۸۰ درجه خلاف واقع بگویند و ما نیز حرف آنها را بپذیریم. اگر مردم با اصول موضوعه اقتصاد آشنا باشند، با شناخت بیشتری به موضوعات اقتصادی وارد شده و حداقل کمتر از پیش فریب می‌خورند. اصول و قواعد دیگری نیز هستند که منتج به همین اصول اولیه هستند که در اقتصاد مفهوم و معنی پیدا می‌کنند.

قاعده اول: همه در حال مبادله هستند.

این یک اصل جهان شمول است که شما برای به دست آوردن یک چیز باید چیزهای

دیگر را از دست بدهید. به عنوان مثال برای خواندن این مطلب، زمانی را که می توانید استراحت کنید، کتاب بخوانید یا فیلم ببینید؛ از دست می دهید.

در اقتصاد نیز به همین صورت است. به عنوان مثال اگر دولت بخواهد سیاست های توزیع ثروت را در پیش بگیرد، باید هزینه های بنگاه های صنعتی مانند بیمه، مالیات و... را افزایش دهد که در این صورت باعث کاهش حاشیه سود بنگاه ها و بی رغبتی آنها به تولید می شود و در نهایت کیک اقتصاد کوچک تر شده که این در دید کلان به ضرر اقتصاد و تک تک افراد است. هنر آن است که دولت ها نقطه بهینه را پیدا کرده و از آن عدول نکنند.

قاعده دوم: ارزش هر چیز برابر است با ارزش تمام چیزهایی که به خاطر به دست آوردن آن، از دست می دهیم.

تصور کنید شما برای دانشگاه ثبت نام کردید و پس از گذشت چهار سال و خرج کردن ۱۰ میلیون تومان مدرک مهندسی گرفتید. آیا ارزش مدرک شما ۱۰ میلیون تومان است؟ مسلماً خیر، ارزش این مدرک برابر است با ۱۰ میلیون به علاوه تمام کارهایی که می توانستید در این مدت انجام دهید و ندادید. مثلاً در این مدت می توانستید در یک کار تمام وقت مشغول به کار شوید، اما نشدید.

قاعده سوم: افراد همواره به منافع حاشیه ای فکر می کنند. یک فرد عقلایی تنها زمانی کاری را انجام می دهد که منافع آن کار بیشتر از هزینه آن باشد. به عنوان مثال در مورد اخذ مدرک کارشناسی؛ اگر افزایش حقوق، و جبهه اجتماعی و... از هزینه ای که برای اخذ مدرک متحمل می شوید کمتر باشد، عقلانی نیست که مدرک را بگیرید و نمی گیرید.

قاعده چهارم: مردم به محرک ها پاسخ می دهند. به عنوان مثال هنگامی که قیمت سیب افزایش پیدا کند، مردم بیشتر از اینکه سیب بخرند، گلابی می خرند. از طرفی باغداران سیب که حاشیه سودشان افزایش یافته، اقدام به استخدام افراد بیشتری می کنند و سیب بیشتری تولید می شود تا دوباره قیمت سیب متعادل شود.

قانون بستن کمر بند ایمنی چه رابطه ای با حوادث رانندگی دارد؟ اقتصاددانی به نام «پلتزمن» (Peltzman) طی پژوهشی در سال ۱۹۷۵ دریافت که قانون کمر بند ایمنی دو اثر زیر را داشته است:

۱. کاهش مرگ و میر رانندگان؛

۲. افزایش حوادث رانندگی و مرگ و میر افراد پیاده.

علت: قانون کمر بند ایمنی باعث افزایش سرعت رانندگان و کم دقتی آنها شده بود.

نتیجه: اشخاص به انگیزه های خود پاسخ می دهند. اعمال هر سیاستی نه تنها دارای آثار مستقیم است؛ بلکه با توجه به انگیزه افراد، دارای آثار غیر مستقیم نیز هست. چنانچه سیاستی باعث تغییر انگیزه ها شود، قطعاً مردم رفتار خود را تغییر می دهند. در سال ۲۰۰۳ یک اتومبیل به تنهایی تمام رکوردهای فروش خودرو در سراسر آمریکا را از آن خود می کرد. نکته عجیب اینجاست که این خودرو تا چندی پیش، یک خودروی زیان ده بود که به طرز عجیبی به طور ناگهانی فروش آن شروع به افزایش نجومی کرد. ولی چرا؟ علت نمی توانست از تبلیغات باشد؛ چرا که به دلیل کاهش فروش شرکت، پول زیادی برای تبلیغات باقی نمانده بود. همچنین هیچ تغییری در ساختار ماشین یا قیمت آن ایجاد نشده بود که موجب اقبال ناگهانی به این خودرو شود، ولی این ماشین چه ماشینی بود و چرا فروش آن به طور ناگهانی این گونه افزایش یافت؟

این خودرو «اولدز موبیل» (Oldsmobile) از شرکت جنرال موتورز بود و علت این اتفاق عجیب یک پارادوکس جالب است. جنرال موتورز به دلیل زیان ده بودن این خط اتومبیل اعلام کرده بود که به زودی تولید این خودرو را متوقف می کند. در پاسخ به این بیانیه شرکت که این خودرو به زودی دیگر در بازار موجود نخواهد بود، فروش آن شروع به افزایش کرد؛ ولی چرا؟ علت را می توان به سادگی با اصل کمیابی توجیه کرد.

مردم تمایل زیادی به اشیاء و کالاهای خدماتی دارند که به تعداد کم یا در مدت محدود موجود باشند. در استراتژی های نخستین در مورد اینکه چگونه با محدود کردن زمان تخفیف ها یا پیشنهادهای خوب، می توان اقبال بیشتری به آن جلب کرد، صحبت هایی مطرح شد، ولی در این استراتژی در مورد آن به تفصیل صحبت می کنیم. پژوهش های علمی تا حد زیادی تأثیر اصل کمیابی را در فرایند تصمیم گیری انسان ها ثابت کرده است، ولی ما می توانیم آثار این اصل را در زندگی روزمره خود به وفور مشاهده کنیم. ترافیک زیاد مشتریان در روزهای پایانی حراج ها در مجتمع های خرید، نشانی از این اصل است. شاید جالب باشد که بدانیم این اصل حتی بر تصمیماتی که هیچ تأثیری در زندگی ما ندارد هم مؤثر است. در اکتبر ۲۰۰۳ حس اینکه به زودی چیزی از زندگی مردم کم

می شود، موجب شد هزاران نفر اتومبیل های خود را در حاشیه اتوبان رها کنند تا به تماشای آخرین پرواز هواپیمای کنکورد بایستند؛ چیزی که تقریباً هر روز طی ۳۰ سال گذشته اتفاق می افتاد. هنگامی که شرکت خطوط هوایی بریتانیا، در فوریه ۲۰۰۳ اعلام کرد به زودی پروازهای کنکورد را متوقف می کند، فروش بلیت های این هواپیما شروع به اوج گیری کرد. ولسی چگونه می توان از این اصل برای ترغیب و افزایش نفوذ در دیگران استفاده کرد؟ در بازاریابی، اگر شرکت شما ویژگی های محصول خود را به عنوان یک ویژگی کمیاب که سایر رقبا از آن بی بهره اند، معرفی کند، این ویژگی ها می تواند حس کمیابی را در مشتری تحریک کند. مشتری این گونه حس می کند که با خرید این محصول چیز کمیابی به دست می آورد و دیگرانی که از محصولات رقبا خرید می کنند، از آن بی بهره خواهند بود.

اصل عقلایی، به عملکرد اقتصادی افراد که در راستای افزایش درجه برآورده سازی و ارضای نیازهای مادی یا معنوی وی باشد، اطلاق می شود. در کل تمامی رفتارهای انسان را می توان در این تعریف گنجانند. برای نمونه اگر شخصی از کالا یا خدمت خاصی لذت می برد، تلاش برای کسب آن در قالب این تعریف قرار می گیرد. یکی از فرضیات علم اقتصاد رفتار عقلایی انسان هاست؛ بدین معنی که کسی فعلی را برای عدم رضای شخصی خود انجام نمی دهد، یعنی هر عملی که از انسان سر می زند، در راستای برآوردن حداکثر مطلوبیت وی است. حتی ممکن است فردی از اذیت شدن خودش لذت ببرد (در مورد بیماران روانی). این رفتار وی نیز در قالب رفتار عقلایی بررسی می شود. بر اساس فروض اولیه علم اقتصاد، انسان ها در پی به حداکثر رساندن مطلوبیت خود هستند و تمامی اعمال آنها در این راه رفتار عقلایی محسوب می شود. گزینش کالاها و خدمات از سوی مصرف کنندگان در راستای همین رفتار است.

با توجه به توضیحات مربوط به اصول موضوعه اقتصاد، می توان پی برد که آفرینش انسان و جهان چقدر در یک توازن هماهنگ و در عین حال پویا قرار دارد که همگی به منظور رشد و پیشرفت انسان است. حال هر چقدر حرکت انسان در راستای همین اصول که در واقع فطرت پاک او است، حرکت کند، موفق تر خواهد بود و مطلوبیت مادی و معنوی بیشتری عاید او می شود و در غیر این صورت نیز مسیر به سمت گمراهی

است؛ چرا که بر خلاف آنچه در خلقت انسان و جهان وجود دارد، حرکت می‌کند. می‌توان فلسفه خلقت آفرینش را در این دانست که چقدر انسان می‌تواند در راستای فطرت پاک خود پویایی و تعامل داشته باشد و کسب روزی حلال نیز از همین منظر قابل توجیه است.

بنابراین عقلانیت شامل رفتار منطقی است یا یک فرایند خردبنیان یا منطقی است و عاملان اقتصادی عقلایی، در درجه نخست منطقی هستند. آدم اسمیت آنها را انسان‌های خردمند می‌نامد؛ کسانی که بر کاربرد عقل و خرد تأکید دارند. عموماً اغلب اقتصاددانان کلاسیک از اصطلاحات زیر برای تعریف و توصیف فعالیت و رفتار عقلایی استفاده می‌کنند: تلاش‌های عقلی، صدای دلیل و حقیقت، توانایی استدلال (مالتوس)، شخص یا انسان مستدل، حالت سختی از استدلال (سینیور و کیرنس) یا منطق (میل). از حیث دیگر (همان‌طور که رایین و دیگران تأکید کردند) اسمیت مبنا و نسخه‌ای از مفاهیم عقلانیت را در اقتصاد سیاسی کلاسیک ارائه کرد. برای نمونه اسمیت پیشنهاد کرد که انسان منطقی یا انسان خردمند در همه عصرها، جدا از هر گونه ترکیبی از پوچی، حيله و تعصب در جوامع به نظر می‌رسد که برقرار باشد، یعنی همان چیزی که مذهب عقلایی محض نامیده می‌شود.

به علاوه اسمیت فرض می‌کند و انتظار دارد که عاملان عقلایی یا خردمند، هنگام ضرورت و جهت اطمینان، صلاح عمومی را بر نفع شخصی‌شان ترجیح دهند. همچنین اسمیت یک گام فراتر می‌رود و اظهار می‌کند که شخص عقلایی (خردمند) و اخلاقی (باتقوا) در عبارت مشهورش در کتاب «نظریه احساسات اخلاقی» با نوع دوستی توصیف می‌شود، به جای اینکه (معمولاً فرض می‌شود) با خودپرستی توصیف شود که «هر قدر فرد خودخواه فرض شود، ظاهر اقواعدی در ماهیتش وجود دارد که در بخت و اقبال دیگران به او نفع می‌رساند و شادی‌هایشان را که برای او ضروری است، ارائه می‌دهد». به عبارت دیگر آدم اسمیت مفهوم بنیادین نوع دوستی اصیل را به عنوان «در فکر خوشبختی دیگران بودن»، به جای مفهوم انتخاب عقلایی به عنوان «تغییر پذیری خودپرستی» پذیرفت (روس - آکرمن، ۱۹۹۶)، یا ترکیبی از هر دو با درجات متفاوت را پیشنهاد کرد.



فصل دوم
علم اقتصاد و فلسفه آن



فلسفه اقتصاد

برای حل و فصل مسائل اقتصادی جامعه، تنها نمی توان بر اقتصاد و تئوری های اقتصادی بسنده کرد. به عبارت دیگر برای پاسخگویی به مشکلات اساسی جامعه، تکیه بر تئوری اقتصادی لازم است، ولی کافی نیست. مشکلات مورد توجه ما نه تنها با علوم سیاسی، حقوق، مردم شناسی، روان شناسی و تاریخ ارتباط دارند، بلکه بیش از همه با فلسفه تماس می یابند. وی همچنین می گوید اقتصاددانی که فقط اقتصاد می داند، نمی تواند اقتصاددان خوبی باشد (تمدن، ۱۳۷۸)^۱. بین «جیمز توبین»، اقتصاددان بزرگ و «رابرت نوزیک»، فیلسوف مشهور در مورد عدالت اجتماعی بحثی جدی در می گیرد که هر دو در قانع کردن نفر مقابل با دشواری مواجه می شوند. در نهایت توبین خطاب به نوزیک می گوید: «هیچ چیز خطرناک تر از فیلسوفی که کمی اقتصاد بداند، نیست.» نوزیک بلافاصله پاسخ می دهد: «مگر اقتصاددانی که هیچ فلسفه نیاموخته باشد.»^۲

تأثیر گذاری فلسفه قدیم و جدید بر علم اقتصاد، وجود تکنیک های به خصوص در اقتصاد (که آن را به عنوان یک ابزار عام در میان سایر رشته های علوم اجتماعی در آورده)، بحث از منشاء خود علم اقتصاد، نقش برخی قرائت های فلسفی در جدایی فلسفه از اقتصاد و سرانجام بازگشت اقتصاد به رشته مادری اش (در زمان ارسطو) یعنی فلسفه نیز؛ دیگر ملاحظات کلی ارتباط اقتصاد و فلسفه را نشان می دهند (که در قالب یک سلسله سؤالات طرح می شود).

اگر در قرن ۱۹ فلسفه فیزیک کلاسیک بر اقتصاد تأثیر گذار بود، در قرن ۲۰ فلسفه علم پوپر، لاکاتوش و کوهن بر آن مؤثر بوده است. همچنین وجود عناصری چون تجزیه و تحلیل هزینه - فایده، تکنیک هایی برای تنظیم رفتار بهینه، دادن خصلت حسابگری و دقت و قدرت حسن استفاده از فرصت ها به کارگزاران در علم اقتصاد،

۱. اصولاً پروفیسور هایک به همراه پروفیسور میردال جایزه نوبل را عمدتاً به خاطر تبیین پیوند سازگار اقتصاد و دیگر رشته ها (به خصوص فلسفه)، اخذ کردند (دادگر، پدالله، ۱۳۸۳، تاریخ تحولات اندیشه اقتصادی، انتشارات دانشگاه مفید).

۲. رابرت نوزیک از فلاسفه برجسته ای است که به مقوله های دولت و مدیریت، نظریه مطلوبیت گرایی و به خصوص توزیع عادلانه درآمد ها و ثروت ها با کنکاشی عالمانه (و در عین حال با رویکردی خاص) مبادرت ورزیده است (Nozick, R, 1974, Anarchy, State and Utopia, Oxford, Blackwell).

می رود که آن را همچون خود فلسفه دستگاہی فراگیر سازد. فلسفه در یک مفهوم عام، مطالعه و بررسی مسائل کلی، انتزاعی و عمومی (مربوط به ماهیت وجود، دانش، اخلاق، عقل و اهداف انسانی) است. شعب سنتی فلسفه شامل متافیزیک، اخلاق، فلسفه سیاسی (رابطه بین دولت و شهروندان)، فلسفه علم و منطق است. در عین حال دو رویکرد کلی فلسفه تحلیلی و اقلیمی [یا قاره‌ای] در مطالعات فلسفی به کار می‌رود. در رویکرد تحلیلی، مفاهیم انتزاعی تعریف و تحلیل می‌شوند و تفاسیر گوناگون مربوط به سؤالات و مسائل آن مفاهیم مورد بررسی قرار می‌گیرند. اما در رویکرد فلسفه اقلیمی یا قاره‌ای (که عمدتاً در دانشگاه‌های قاره اروپا و شمال آمریکا تولید شده)، یک تئوری خیلی کلی برجسته می‌شود که به توضیح یکسری ایده‌هایی انتزاعی (از دغدغه‌های اصلی فلسفه) مبادرت می‌ورزد (تیچمن (Teichman)، ۱۹۹۵). جالب توجه است که اقتصاد با رویکرد تحلیلی، یکی از اصلی‌ترین قرائت‌های اصلی است که در عین حال به دنبال نفوذ در دیگر رشته‌های علوم اجتماعی و حتی علوم فیزیکی است. خلاصه چه استاد و پدر اصلی اقتصاد را ارسطو بدانیم (که معلم اول این رشته محسوب می‌شود) و چه آدام اسمیت (که بنیان‌گذار علم اقتصاد نامیده می‌شود)، اقتصاد و فلسفه ارتباط تنگاتنگی دارند (که با تفصیل دقیق‌تر به دنبال می‌آیند).

تعریف علم اقتصاد

«استنلی جونز» علم اقتصاد را «مکانیک مطلوبیت و خودنفعی» تعریف کرد. از این نگاه، اقتصاد را می‌توان علمی اجتماعی تلقی کرد که درباره نتایج کنش‌های آدمیان بر اساس خودنفعی کنکاش می‌کند. خودنفعی به این معناست که شخص سعی می‌کند با داشته‌های خود بهترین کار ممکن را برای خود انجام دهد.

«آلفرد مارشال» در کتاب معروفش «اصول علم اقتصاد» (۱۸۹۰)، به مثابه پرنفوذترین کتاب درسی اقتصاد در اواخر قرن ۱۹، علم اقتصاد را «مطالعه بشر در کسب و کار معمول زندگی» تعریف می‌کند. او ادامه می‌دهد که علم اقتصاد، آن بخشی از کنش فردی و اجتماعی را که با اکتساب و استفاده از نیازمندی‌های مادی رفاه، ارتباط تنگاتنگ دارد، آزمون می‌کند. بدین سان علم اقتصاد از یک سو مطالعه ثروت

و از سوی دیگر، بخشی از مطالعه انسان است. به نظر مارشال، وجه دوم علم اقتصاد (مطالعه انسان)، مهم‌تر از وجه اول است.

به نظر «لیونل رابینز» (۱۹۳۲)، علم اقتصاد عبارت است از علمی که رفتار انسانی را در ارتباط بین اهداف معین و وسایل کمیابی که کاربردهای مختلف دارد، مطالعه می‌کند.

«پل ساموئلسون» و «نورد هاوز» در سال ۱۹۴۸ کتابی را با عنوان «علم اقتصاد» منتشر کردند که تا سال ۲۰۰۴، ۱۸ بار چاپ و ویرایش شد. این کتاب به بیش از ۴۱ زبان ترجمه شده است. این اقتصاددانان علم اقتصاد را چنین تعریف می‌کنند: «مطالعه اینکه جوامع چگونه از منابع کمیاب برای تولید و محصولات ارزشمند و توزیع آنها در میان افراد مختلف استفاده می‌کنند.» ساموئلسون را گاهی «پدر علم اقتصاد مدرن» نیز می‌نامند.

پروفسور «منکیو» که کتابش با نام «اصول علم اقتصاد» (Principles of Economics) به فارسی (با نام «مبانی اقتصاد») هم ترجمه شده، می‌گوید علم اقتصاد، مطالعه چگونگی تخصیص منابع کمیاب است.

این تعریف را می‌توان پذیرفته‌شده‌ترین تعریف در میان اقتصاددانان است. منکیو در تشریح این تعریف ادامه می‌دهد که در اغلب جوامع، تخصیص منابع بر اساس کنش و واکنش میلیون‌ها انسان صورت می‌گیرد. از همین رو اقتصاد عبارت است از: مطالعه چگونگی تصمیم‌گیری مردم. همچنین اقتصاددانان چگونگی ارتباط متقابل میان آدمیان را مطالعه می‌کنند. علاوه بر این، اقتصاددانان نیروها و روندهای اثرگذار بر کل اقتصاد را مورد بررسی قرار می‌دهند.

بدین ترتیب منکیو سه تعریف را برای علم اقتصاد برمی‌شمارد. اقتصاد متشکل از رفتار متقابل مردمی است که با یکدیگر زندگی می‌کنند. با این تعاریف، منکیو سه موضوع اصلی علم اقتصاد را چنین برمی‌شمارد: ۱. مردم چگونه تصمیم می‌گیرند، ۲. مردم چگونه با یکدیگر ارتباط دارند و ۳. اقتصاد در مجموع چگونه کار می‌کند.

«لیارد» و «والترز» (۱۹۸۶) معتقدند علم اقتصاد عبارت است از: ایجاد بهترین چیزها؛ یعنی انتخاب با رعایت محدودیت‌ها. روش علم اقتصاد در هر شرایطی

همانا بهینه کردن مقید است. در واقع دو مسئله اقتصادی جامعه که علم اقتصاد باید پاسخگوی آن باشد عبارت‌اند از: ۱. عوامل تولید چگونه باید به محصولات تخصیص داده شود (چه چیز و چگونه باید تولید شود). ۲. این محصولات چگونه باید میان شهروندان توزیع شود (برای چه کسی باید تولید شود). در پایگاه اطلاعاتی دانشگاه پرینستون علم اقتصاد چنین تعریف شده است: «شاخه‌ای از علوم اجتماعی که با تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات و مدیریت آنها سروکار دارد.»

در پایگاه اطلاعاتی مؤسسه میزس آمده است: «علم تئوریکی است که درکی از معنا (meaning) و روایی (relevance) کنش‌های انسانی فراهم می‌کند. موضوع این علم، اشیا (Things) و موضوعات مادی (material objects) نیست؛ بلکه معانی و کنش‌های انسانی است.»

بر خلاف تعاریف فوق، هستند اقتصاددانانی که هنوز تعریف واحدی را برای علم اقتصاد نپذیرفته‌اند. به‌طور نمونه، «هندرسن» و «کووانت» (۱۳۷۶) معتقدند تعریف دقیقی از اقتصاد در دست نیست و محدوده این علم مدام در حال تغییر است. با این حال این‌گونه اقتصاددانان که تعریف دقیقی را برای این علم نپذیرفته‌اند، به ارائه یک تعریف مورد توافق اقتصاددانان می‌پردازند؛ هندرسن و کووانت با این رویکرد انتقادی، علم اقتصاد را علمی اجتماعی تعریف می‌کنند که همه فعالیت‌های فردی و جمعی مربوط به تولید، مبادله و مصرف کالاها و خدمات را دربر می‌گیرد. از دید این اقتصاددانان، تعریف رایج اقتصاد دارای نقص است؛ طبق تعریف رایج، علم اقتصاد، علم استفاده از منابع محدود به منظور تولید نیازهای انسانی است. این تعریف زمانی کافی خواهد بود که به‌طور وسیع به کار رود؛ به نحوی که منابع استفاده‌نشده و شرایط تولید کالاهای نهایی نیز در آن دیده شود و مورد توافق اقتصاددانان باشد. دقت داریم که هدف اصلی علم اقتصاد همچون هر علم دیگری، تبیین و پیش‌بینی است. از این رو در این علم، نظریه و تجربه در کنار هم قرار می‌گیرند.

در همه این تعاریف سه نکته مهم مشاهده می‌شود؛ نکته اول به ماهیت تعریف علم اقتصاد برمی‌گردد. همه این تعاریف مبتنی بر اتفاق نظر و اجماع اقتصاددانان است؛ هرچند این سخن به معنای «غیر واقعی» بودن این تعاریف نیست و نمی‌توان

از آن، نتیجه گرفت که اقتصاددانان در دام نظریات خود گرفتارند. این نتیجه‌گیری ما را به سمت پذیرش دو تعریف از سوی اقتصاددانان سوق می‌دهد که از نظر انطباق با واقعیت معتبر است. این دو تعریف، یا همان دو نکته عبارت‌اند از:

۱. مطالعه چگونگی تخصیص منابع کمیاب به خواسته‌های آدمی.
۲. مطالعه رفتار متقابل آدمیان از نظر تولید، توزیع و مصرف.

ویژگی‌های تفکر اقتصاددانان توسعه

۱. اولین ویژگی تفکر اقتصاددانان توسعه این اعتقاد است که مکانیسم قیمت‌ها یا کارکرد اقتصاد بازار توانایی لازم را در حل مسائل توسعه کشورهای جهان سوم ندارد. به نظر این گروه از اقتصاددانان، نقایص مربوط به شکست مکانیسم بازار در کشورهای در حال توسعه، به دلایل متعدد، بیشتر از کشورهای پیشرفته است. این نقایص عبارت‌اند از: درجه بالاتری از عدم تحرک منابع، تقسیم‌ناپذیری منابع و عدم وجود اطلاعات کامل در بازار. علاوه بر این، مکانیسم قیمت‌ها به دلایل دیگری نیز با شکست مواجه می‌شود که عبارت‌اند از: عوارض اقتصادی خارجی مثبت یا منفی (وجود کالاهای عمومی)، تأمین عدالت اجتماعی و وجود شرایط غیررقابتی به دلیل وجود فناوری با بازده صعودی. اقتصاددانان توسعه به ویژه بر دو مسئله «عوارض خارجی» و «بازده صعودی» در کشورهای جهان سوم تأکید می‌کنند. این نقایص موجب می‌شود که تخصیص منابع (در شرایط بازی آزاد عرضه و تقاضا) انحراف بیشتری از شرایط بهینه تخصیص منابع داشته باشد و برای تصحیح این انحرافات، دخالت دولت در کشورهای در حال توسعه، در مقایسه با کشورهای پیشرفته، ضرورت بیشتری می‌یابد.

۲. دومین ویژگی آنان این عقیده است که تجارت آزاد مانند تجارت آزاد قرن نوزدهم، اعتبار لازم را برای کشورهای جهان سوم از دست داده و از این رو محدودیت‌های دولتی برای تجارت و پرداخت‌های بین‌المللی در فرایند توسعه ضروری است.

۳. سومین مسئله این است که کاهش فقر و بهبود توزیع درآمد، دخالت وسیع دولت

را برای توزیع مجدد درآمد ایجاد می کند و لذا منابع محدود باید به نحوی بکار برده شود تا به جای رفع خواسته های تجمعی ثروتمندان، «نیازهای اساسی» افراد فقیر جامعه برآورده شود.

۴. چهارمین ویژگی تفکر اقتصاددانان توسعه این است که به نظر آنان توجه اقتصاددانان سنتی کلاسیک و نئوکلاسیک در مورد تخصیص مطلوب منابع، از اهمیت کمتری برخوردار است. به نظر این گروه اقتصاددانان، مکانیسم بازار فقط باید تعدیلاتی در حد «نهایی» ایجاد کند، در حالی که توسعه این کشورها با مفاهیم نهایی مربوط به نوسان عوامل تولید به صورت کاهش یکی از عوامل تولید در مقابل افزایش یکی دیگر از عوامل تولید امکان پذیر نیست و یک برنامه توسعه مؤثر، نیازمند تغییرات وسیع ساختاری است. مهم ترین وظیفه دولت طراحی یک استراتژی برای رسیدن به یک رشد سریع و عادلانه است؛ بنابراین متغیرهای کلان اقتصادی مانند پس انداز، تراز پرداخت ها و ایجاد موازنه بین بخش های اقتصادی مانند کشاورزی و صنعت، در اولویت قرار می گیرند.

۵. موضوع دیگری که به وسیله اقتصاددانان توسعه به ویژه ساختارگرایان مطرح می شود، مسئله اقتصاد رفاه است. به نظر این دسته از اقتصاددانان، نظریه نئوکلاسیک توسعه؛ موضوع اقتصاد رفاه و مفهوم معروف «قضیه دوم رفاه» را نادیده می گیرد. پیگو در رابطه با «قضیه دوم رفاه» می گوید: «فردی که دو کیف را با دو دست حمل می کند، مسلماً در شرایط بهتری نسبت به فردی قرار دارد که مجبور است یک کیف را با یک دست حمل کند.»

تجدید حیات اقتصاد نئوکلاسیک

از اواخر دهه ۱۹۷۰ به بعد، به تدریج برخی اقتصاددانان نئوکلاسیک، یک گروه مخالف نظریه را در مقابل مجموعه نظریه های مداخله طلبانه (اقتصاددانان توسعه) تشکیل دادند. در میان این دسته از اقتصاددانان می توان از بائر، لیتل، لعل و بالاسانام برد. «دی پاک لعل» در پاسخ شدیدی به مقاله «هیرشمن» با عنوان «ظهور و افول علم

اقتصاد توسعه»، کتاب خود تحت عنوان فقر «علم اقتصاد و توسعه»^۱ را منتشر کرد. وی با اظهار خشنودی از افول علم اقتصاد توسعه نتیجه می‌گیرد که «افول علم اقتصاد توسعه» به سلامت علم اقتصاد کشورهای در حال توسعه کمک خواهد کرد. «مقاله لعل» از طرف مطبوعات و مکاتب طرفدار تفکر نئوکلاسیک مورد استقبال فراوانی قرار گرفت. بیشترین استقبال از طرف مکتب شیکاگو به عمل آمد. مجله اکونومیست نیز به معرفی کتاب لعل به عنوان اثر منحصربه‌فرد در ادبیات اقتصادی پرداخت. افول علم اقتصاد توسعه از مطبوعات به تربیون‌های سیاسی راه یافت. نماینده آمریکا در بانک توسعه آسیایی در سال ۱۹۸۵ اعلام کرد که «به نظر ایالات متحده چیزی به اسم علم اقتصاد توسعه وجود ندارد». در این میان «بوئک بائر» نیز همزمان با لعل کتاب دیگری تحت عنوان «لغظی یا واقعیت» را منتشر کرد که در آن شدیداً از علم اقتصاد توسعه انتقاد شده بود. انتقاد بائر حتی از انتقاد لعل به مراتب شدیدتر بود. در حالی که به نظر لعل علم اقتصاد توسعه اشتباه و تعصب‌آمیز است، به نظر بائر علم اقتصاد توسعه کاملاً غلط، فاسد و تحت تأثیر مسائل سیاسی است. یکی از اتهامات این گروه و اقتصاددانان توسعه این است که اقتصاددانان توسعه مجموعه‌ای از نظریات عجیب و غریب را در مورد کشورهای جهان سوم ابداع کرده‌اند و با این کار همگانی بودن رفتار اقتصادی - عقلانی بشر را مورد تردید و انکار قرار داده‌اند. حمله لعل و دیگر اقتصاددانان نئوکلاسیک تنها متوجه هیرشمن نیست؛ بلکه کلیه اقتصاددانان توسعه غیر نئوکلاسیک بعد از دهه ۱۹۴۰ یعنی «لوئیس»، «نرکس»، «پربیش»، «چنری»، «سینگر» و «میدال» را نیز شامل می‌شود. اقتصاددانان نئوکلاسیک چهار اتهام اصلی را بر اقتصاددانان توسعه غیر کلاسیک وارد می‌کنند:

۱. این دسته اقتصاددانان اعتقادی به مکانیسم قیمت‌ها ندارند؛
۲. این اقتصاددانان منافع ناشی از بهبود تخصیص منابع را ناچیز می‌شمارند؛
۳. از نظر اقتصاددانان توسعه، آزادی تجارت به نفع کشورهای جهان سوم نیست و کنترل‌های دولتی در مورد واردات ضروری است؛

1. The Poverty of 'Development Economics', Deepkal Lal, Published in 1983

۴. توزیع مجدد در منابع تولیدی برای رفع فقر در کشورهای جهان سوم ضرورت دارد.

اقتصاددانان نئوکلاسیک مسئله «عدم کارکرد مکانیسم قیمت‌ها» را که به وسیله اقتصاددانان توسعه مطرح می‌شود، مورد انتقاد قرار می‌دهند. لعل به نظریه «عرضه مازاد نیروی کار» لوئیس اشاره می‌کند و می‌گوید: «انتقادی که به نظریه لوئیس وارد است، این است که منحنی عرضه کارگران روستایی را کاملاً افقی و «با کشش» بی‌نهایت» فرض می‌کند. در حالی که مطالعات و تجربیات نشان می‌دهد که این نظریه برای عرضه نیروی کار استحکام زیادی ندارد.» به نظر لعل، لوئیس در نظریه خود رابطه بین کار و اوقات فراغت را نادیده گرفته است. فرض قابلیت کشش (درصد تغییر در یک متغیر نسبت به درصد تغییر در سایر عوامل مؤثر بر آن متغیر) منحنی عرضه به این معناست که با مهاجرت برخی کارگران از روستاها به شهرها، کارگرانی که در روستاها باقی می‌مانند، حاضرند با همان دستمزدهای قبل با شدت بیشتری کار کنند؛ یا به تعبیری دیگر از اوقات فراغت خود بکاهند. در حالی که برخی مطالعات نشان می‌دهد کارگران فقط در صورتی حاضرند کار بیشتری انجام دهند که دستمزد بیشتری به آنان پرداخت شود. این مسئله در واقع به معنای این است که منحنی عرضه دارای شیب مثبت و صعودی است و نه کاملاً افقی که در نظریه لوئیس مطرح می‌شود. در ارتباط با مسئله تجارت خارجی، اقتصاددانان نئوکلاسیک کنترل واردات و اتخاذ سیاست جایگزین واردات را مورد انتقاد قرار می‌دهند. به نظر آنان کنترل تجارت و اعمال سیاست جایگزینی واردات انگیزه صادرات را کاهش داده و از شتاب رشد اقتصادی می‌کاهد. حمایت در واقع معادل یارانه‌ای است که به تولید کالاهای جایگزین واردات - و از طریق مالیات - تعلق می‌گیرد (به شکل افزایش قیمت کالاهای مصرفی داخلی). یارانه پرداخت شده به تولید کالاهای جایگزین واردات، موجب می‌شود که سودآوری صنایع صادراتی در مقایسه با صنایع جایگزین واردات کاهش یافته و تولیدکنندگان رغبت کمتری به تولید کالاهای صادراتی نشان دهند. از طرف دیگر حمایت از افزایش قیمت کالاهای جایگزین واردات باعث می‌شود

که مصرف کنندگان بخشی از درآمد خود را صرف خرید کالاهای صادراتی کنند که به طور نسبی ارزان تر است. کاهش انگیزه برای تولید کالاهای صادراتی همراه با فشار تقاضا برای این دسته از کالاها موجب می شود که انگیزه صادرات به طور کلی کاهش یافته و درآمدهای ارزی با کمبود بیشتری مواجه شوند. لعل همچنین به انتقاد از نظریه «راگنار نرکس» می پردازد و می گوید: «بررسی ها نشان می دهد بر خلاف بدبینی نرکس در مورد کمبود تقاضای کالاهای صادراتی کشورهای جهان سوم که شاید در دهه های ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰ صادق بوده، حجم تجارت کشورهای در حال توسعه (به استثنای نفت) طی سال های ۱۹۷۰ تا ۱۹۸۰ به نحوی سابقه ای افزایش یافته است.» «ایروینیک کراویس» نیز نظریه نرکس را مورد انتقاد قرار می دهد و می گوید: «بر خلاف نظریه نرکس، «تجارت» هیچ گاه «موتور رشد» نبوده؛ بلکه «تجارت» خدمتگزار رشد است و رشد اقتصادی نه تابع عوامل برونی؛ بلکه عمدتاً تابع عوامل درونی است و تجارت بین الملل در واقع توسعه فرصت های داخلی است، نه موجد آن.

لعل درباره مسئله توزیع درآمد می گوید: «مانمی توانیم برابری و کارایی را به عنوان تنها اهداف رفاه اجتماعی بپذیریم. سایر اهداف نیز (مانند آزادی) دارای ارزش اند و اگر توزیع مجدد درآمد با اهداف دیگر در تضاد قرار گیرد، احمقانه خواهد بود که اهداف دیگر را نادیده بگیریم و صرفاً بر هدف اقتصادی تأکید کنیم.»

همان گونه که قبلاً به آن اشاره شد، موضوع اقتصاد رفاه یکی از موضوعات مورد علاقه اقتصاددانان توسعه بوده است. لعل معتقد است که قضیه «بهترین دوم» در اقتصاد رفاه هیچ گونه مجوزی برای دخالت دولت فراهم نمی آورد. به عبارت دیگر قضیه «بهترین دوم» را نمی توان توجیهی برای دخالت بیشتر دولت به منظور افزایش رفاه جامعه دانست.

لعل معتقد است هیچ یک از بحث های اقتصاددانان توسعه از واقعیت کافی برخوردار نیست. به نظر وی جدی ترین اختلال در عملیات نظام قیمت ها در کشورهای جهان سوم، «نواقص مکانیسم بازار» نیست؛ بلکه ناشی از دخالت های بیش از حد دولت مانند کنترل تجارت خارجی، پروانه صدور مجوز و سایر اشکال کنترل قیمت است. مهم ترین تجربه ای که می توان از عملکرد توسعه کشورهای فقیر

در طول ۳۰ سال گذشته آموخت، این است که تصحیح قیمت‌ها مهم‌ترین ابزار کاهش فقر بوده است.

اگرچه عوامل متعددی در این تجدید حیات تفکر نئوکلاسیکی توسعه تأثیر داشته، ولی یکی از عوامل مهم داستان‌های موفقیت‌آمیز کره جنوبی، تایوان، سنگاپور و هنگ‌کنگ طی چند دهه گذشته بوده است. در واقع موفقیت کشورهای آسیای جنوب شرقی، به وسیله‌ای برای اقتصاددانان نئوکلاسیک تبدیل شده تا بدین وسیله تأییدی بر سیاست‌های تشویق صادرات (به‌عنوان کلید اصلی رشد سریع و عادلانه) بیابند. به نظر این اقتصاددانان تشویق صادرات اغلب با فقدان دخالت و نقش آفرینی آزادانه نیروهای بازار همراه بوده است. این گروه، هند را به‌عنوان نمونه‌ای از عملکرد نامناسب سیاست اقتصاددانان توسعه و کره جنوبی را به‌عنوان نمونه‌ای موفق از عملکرد خوب سیاست اقتصادی نئوکلاسیک مثال می‌زنند. به نظر این گروه از اقتصاددانان، موفقیت کره جنوبی به دلیل اتخاذ سیاست اقتصادی صحیح از جمله استفاده از مکانیسم بازار، تجارت آزاد از طریق سیاست تشویق صادرات و فقدان دخالت دولتی بوده است.

بر خلاف ادعای اقتصاددانان نئوکلاسیک، بررسی دقیق‌تر نشان می‌دهد که ارتباط دادن موفقیت یا شکست کره جنوبی و هند به کاربرد نظریه نئوکلاسیک با نظریه اقتصاددانان توسعه ساختارگرا بسیار خام و ساده‌اندیشانه است. مطالعه دقیق دو کشور کره جنوبی و تایوان (به نظر برخی اقتصاددانان، سنگاپور و هنگ‌کنگ نه به‌عنوان دو کشور؛ بلکه به‌عنوان دو دولت شهر باید مورد بررسی قرار گیرند) نشان می‌دهد که دلایل موفقیت این دو کشور پیچیده‌تر از آن است که به وسیله اقتصاددانان نئوکلاسیک مطرح می‌شود. دو کشور کره جنوبی و تایوان قبل از سیاست تشویق صادرات، سیاست جایگزینی واردات را به‌عنوان استراتژی اصلی توسعه انتخاب کرده بودند. عوامل تاریخی و ارتباط کره جنوبی با ژاپن از گذشته‌های دور نیز حائز اهمیت بسیار است. در واقع کره جنوبی بخش مهمی از ساختار صنعتی خود به‌ویژه در زمینه حمل و نقل و ارتباطات را از ژاپنی‌ها اخذ کرده است. کره با فراگرفتن تجربیات صنعتی ژاپنی‌ها، توانست طی دو دهه ۱۹۴۰-۱۹۲۰ دانش‌ها و مهارت‌های

فنی خود را گسترش دهد. همین استدلال به شکل تعدیل شده‌ای در مورد تایوان - به دلیل جذب تعداد قابل توجهی از نیروی انسانی ماهر از سرزمین اصلی چین - بعد از انقلاب سوسیالیستی ۱۹۴۹ وجود دارد.

نکته مهم دیگر، وجود رژیم مقتدر و تاحدی خودکامه کره جنوبی است که از نظر بین‌المللی مورد حمایت بوده است. در واقع دولت نقش عمده‌ای در توسعه اقتصادی کشور داشته است. دولت کره جنوبی برخی بخش‌های مهم صنعتی را در اختیار دارد؛ از جمله انحصار انرژی و تنباکو. به علاوه این کشور از مدت‌ها قبل کنترل خود را بر بخش خصوصی اعمال کرده است. این کنترل به شکل تخصیص اعتبارات رسمی، اعمال نفوذ بر انتصاب مدیران شرکت‌های عمده خصوصی، اعمال کنترل قیمت‌ها بر بسیاری از کالاها، از جمله مواد غذایی، کود شیمیایی و بسیاری دیگر از کالاها و خدمات شهری صورت می‌پذیرد. به این ترتیب مداخله دولت در فعالیت‌های اقتصادی خصوصی بسیار بیشتر از آن چیزی بوده که با نظام مکانیسم بازار آزاد می‌تواند سازگاری داشته باشد.

علاوه بر همه این عوامل؛ موقعیت استقرار و اهمیت ژئوپلیتیک منطقه، دسترسی نسبتاً مطلوب به بازارهای کشورهای پیشرفته، امکان استفاده از منابع مالی بین‌المللی، تغییر محل استقرار صنایع شرکت‌های چندملیتی از کشورهای مرکز به پیرامون و وجود زیرساخت فنی که قبلاً به دلیل اجرای سیاست‌های جایگزین واردات در این کشورها به وجود آمده، در موفقیت کره جنوبی و دیگر کشورهای آسیای جنوب شرقی نقش داشته است.

به‌طور کلی می‌توان گفت اقتصاددانان کلاسیک، دانشمندان «اقتصاد کلان» بودند؛ از این رو به مسئله رشد اقتصادی در بلندمدت توجه خاصی داشتند. با پایان گرفتن عصر مکتب کلاسیک توجه اقتصاددانان نئوکلاسیک به موضوع تخصیص منابع و نظریه مبادله معطوف شد و موضوع اقتصاد خرد اهمیت یافت. با ظهور نظریه کینز، مجدداً مسائل رشد و توسعه اقتصادی کشورها از اهمیت زیادی برخوردار شد و علم اقتصاد توسعه‌نویین عملاً از اواخر دهه ۱۹۴۰ و اوایل دهه ۱۹۵۰ شکل گرفت. اقتصاددانان توسعه بر خلاف اقتصاددانان نئوکلاسیک، جهان‌شمول بودن علم اقتصاد نئوکلاسیک

را مورد تردید قرار می‌دادند و این در حالی بود که اقتصاددانان نئوکلاسیک همان اصولی را که در مورد کشورهای پیشرفته به کار می‌گرفتند، در مورد کشورهای جهان سوم نیز صادق می‌دانستند.

اقتصاددانان توسعه اعتقاد چندانی به مکانیسم بازار نداشتند و معتقد بودند که شکست مکانیسم بازار در کشورهای جهان سوم به دلایل عدم تحرک تقسیم‌ناپذیری منابع و نبود اطلاعات کافی، نسبت به کشورهای پیشرفته، به مراتب بیشتر است. به علاوه به دلیل وجود مسئله «بازده صعودی»، «عوارض خارجی» و وجود «کالاهای عمومی»، مکانیسم بازار نمی‌تواند منابع را به نحو مطلوبی تخصیص دهد، از این رو دخالت دولت از طریق برنامه‌ریزی توسعه کلان اقتصادی در این کشورها از اهمیت بیشتری برخوردار است. این اقتصاددانان آزادی کامل تجارت خارجی را به نفع کشورهای جهان سوم نمی‌دانستند و پاره‌ای از محدودیت‌های دولتی را در مورد تجارت و پرداخت‌های خارجی ضروری می‌دانستند؛ بنابراین سیاست حمایت از صنایع نوزاد یا استراتژی جایگزین واردات را به عنوان راه‌حلی در مقابل سیاست تشویق صادرات (که براساس تقسیم کار بین‌المللی و تجارت آزاد استوار است) پیشنهاد می‌کردند. این اقتصاددانان همچنین توزیع مجدد درآمدها را به منظور کاهش فقر و بهبود توزیع درآمد ضروری می‌دانستند. فرمول «ابتدا رشد و سپس توزیع» به «ابتدا توزیع و سپس رشد» تبدیل و به دنبال آن برداشت جدیدی از توسعه مرسوم به «استراتژی نیازهای اساسی» مطرح شد.

به این ترتیب اقتصاددانان توسعه، «حمایت از صنایع نوزاد»، «استراتژی جایگزینی واردات»، «مکانیسم برنامه‌ریزی مرکزی و سیاست صنعتی شدن سریع به زبان بخش کشاورزی»، «کمک خارجی و بهره‌برداری از نیروی بیکار پنهان» و «استراتژی نیازهای اساسی» را به عنوان محورهای اصلی توسعه در نظریه‌های خود ارائه کردند. سیاست‌های پیشنهادی اقتصاددانان توسعه در عمل با موفقیت همراه نشد و اگرچه در مراحل اولیه در گسترش صنعتی شدن در کشورهای مختلف، به‌ویژه آمریکای لاتین مفید بود، ولی از دهه ۱۹۶۰ به بعد این سیاست با هزینه بیشتری (به شکل تورم فزاینده‌تر و کسری بیشتر تراز پرداخت‌ها) همراه شد. با عملکرد نه‌چندان موفقیت‌آمیز

سیاست‌های اقتصاددانان توسعه و برعکس، موفقیت کشورهای به اصطلاح چهار ببر آسیایی (کره جنوبی، تایوان، هنگ کنگ و سنگاپور)، اقتصاد نئوکلاسیک مجدداً تجدید حیات یافت و انتقادات علیه سیاست‌های اقتصاددانان توسعه رو به فزونی نهاد. اقتصاددانان نئوکلاسیک ریشه اصلی شکست نظریه‌های اقتصاددانان توسعه را نادیده گرفتن مکانیسم تخصیص منابع و نظام قیمتی می‌دانند. به نظر این گروه از اقتصاددانان، دخالت بیش از حد دولت در نظام اقتصاد بازار موجب تضعیف انگیزه‌های فردی، افزایش بوروکراسی، کاهش کارایی و نهایتاً تخصیص غیربهبینه منابع در کشورهای آمریکای لاتین شده است.

شکی نیست که هشدار اقتصاددانان نئوکلاسیک در مورد تخصیص غیربهبینه منابع، کاملاً اساسی و قابل تأمل بوده است. در واقع اقتصاددانان توسعه با توجه به کارکرد نامناسب بازار در برخی شرایط، به جای اینکه روش‌هایی برای عملکرد بهتر بازار ارائه دهند، به این نتیجه رسیدند که بازار را به وسیله سازوکار «برنامه‌ریزی» جایگزین کنند؛ بدون توجه به این واقعیت که برخی دخالت‌های دولتی ممکن است اثراتی ناگوارتر از اثرات بازار بر جای گذارد؛ چراکه فقط بازار با شکست مواجه نمی‌شود، بلکه برنامه‌ریزی نیز ممکن است شکست بخورد. البته نظریه‌های توسعه اقتصاددانان نئوکلاسیک نیز از انتقاد مبرا نیست؛ اقتصاددانان نئوکلاسیک تأکید را صرفاً بر موضوع تخصیص مطلوب منابع قرار می‌دهند و در این راه چنان پیش می‌روند که می‌گویند مکانیسم اقتصاد خرد می‌تواند کاملاً جایگزین برنامه‌ریزی توسعه کلان اقتصادی شود. این در حالی است که بحث اقتصاددانان توسعه، به‌ویژه در ارتباط با مسائل مربوط به اقتصاد رفاه و شکست بازار، کاملاً مفید و سازنده است.

امروزه به نظر می‌رسد که بسیاری از اقتصاددانان در این مسئله اتفاق نظر دارند که کنترل‌های بیش از حد اقتصادی و دخالت‌های غیرمنطقی دولت می‌تواند آثار مخربی بر جای بگذارد، ولی موضوع اصلی در واقع حدود دخالت دولت است، نه ضرورت دخالت آن. در واقع وظیفه دولت و برنامه‌ریزی این نیست که کاملاً جایگزین مکانیسم بازار شود؛ بلکه دولت باید به‌عنوان یک نهاد قدرتمند برنامه‌ریزی، به کارکرد بهتر بازار کمک کند و مکانیسم قیمت‌ها باید ابزار مفیدی در دست دولت برای سیاست‌گذاری

باشد. در غیر این صورت مکانیسم برنامه‌ریزی، بدون توجه به انگیزه‌ها و مکانیسم قیمت‌ها، نتایج موفقیت‌آمیزی به دست نخواهد آورد.

علاوه بر موضوع فوق، امروز ثابت شده که اولاً توسعه، فرایند پیچیده‌ای است که به یک یا چند عامل محدود اقتصادی مربوط نمی‌شود؛ بلکه کل نظام اجتماعی را به صورت مجموعه‌ای از عوامل اقتصادی و غیراقتصادی دربر می‌گیرد، ثانیاً اگرچه اطلاع از تجربه سایر کشورها می‌تواند در سیاست‌های توسعه بسیار مفید باشد، ولی الگوبرداری از استراتژی توسعه کشورهای دیگر موفقیت‌آمیز نخواهد بود. در واقع آنچه اکنون مورد توافق برخی اقتصاددانان است، این است که هر کشوری باید در چارچوب ویژگی‌های منحصر به فرد خود مورد بررسی قرار گیرد، از این رو امروزه گونه‌شناسی به عنوان روش مفیدی برای اقتصاد کشورها مطرح شده است.

اقتصاد و شرایط متفاوت جهان امروز

امروزه موضوع برون‌سپاری بسیار رایج شده است. به واگذاری فعالیت‌های یک شرکت به شرکت دیگر، برون‌سپاری می‌گویند. برون‌سپاری به دلیل اختلاف میزان حقوق افراد مختلف در اقصی نقاط دنیا رشد یافت و این کار یک صرفه‌جویی مالی بزرگ برای کشورهایی که این گونه فعالیت‌ها را به هم‌تایان خارجی خود می‌سپارند نیز محسوب می‌شود، یعنی اکنون بهتر می‌شود حرف «ال فریدمن» را فهمید که جهان مسطح است. آری زمین بازی اقتصاد مسطح شده است، دیگر خیلی فرقی نمی‌کند در آمریکا باشی، چین، ژاپن یا حتی شهر بنگلور در هندوستان. مشتریان و معاملات شما شامل افراد و قراردادهایی در هر گوشه از دنیا می‌شود. این روزها، بسیاری از شرکت‌ها کارهای خود را به افرادی واگذار می‌کنند که برای انجام کار روزانه خود لازم نیست در شرکت حضور داشته باشند؛ بلکه فعالیت روزانه خود را در منزل و از طریق اینترنت برای شرکت انجام می‌دهند. از رزرو بلیت هواپیما گرفته تا آموزش آنلاین زبان انگلیسی به دانش‌آموزان، همه و همه توسط کارمندانی صورت می‌گیرد که در منزل خود به فعالیت می‌پردازند و حتی شاید در کشوری زندگی کنند که نه شرکت‌شان در آن قرار دارد و نه حتی مشتری‌شان در آن سکونت دارد. به این دست

فعالیت‌ها خانه‌سپاری کار و فعالیت‌ها نیز گفته می‌شود.

برون‌سپاری اصطلاحی است که از سال ۲۰۰۰ میلادی به بعد برای توضیح فعالیت‌های برخی شرکت‌های خدماتی در سراسر جهان به وجود آمد؛ چراکه بعضی از شرکت‌ها نمی‌خواهند یا نمی‌توانند برخی فعالیت‌های خود را انجام دهند، یا حتی برای کاهش هزینه یا بالا بردن کارایی شرکت خود، برخی کارهای وقت‌گیر و پرهزینه شرکت را به شرکت‌های واسطه‌ای در هر جای دنیا می‌سپارند. در برخی بیمارستان‌های کوچک و متوسط آمریکا هم رادیولوژیست‌ها، فایل‌های سی‌تی‌اسکن را از طریق برون‌سپاری به پزشکان هندی و استرالیایی می‌سپارند. توجه به این نکته که میزان دستمزدی که پزشکان هندی دریافت می‌کنند، به‌طور قابل ملاحظه‌ای کمتر از پزشکان آمریکایی است، تا حد زیادی توجه‌کننده چرایی این امر است. به‌علاوه به علت تفاوت ساعات شبانه‌روز در آمریکا و هند و نیز به سبب کم‌شدن کارایی پزشکان آمریکایی در ساعات پایانی شب، فرایند برون‌سپاری می‌تواند به بالا بردن کارایی بیمارستان در این ساعات هم کمک کند. برخی شرکت‌های حسابداری آمریکایی هم با سپردن برخی فعالیت‌های پیش‌پاافتاده و وقت‌گیر خود به حسابداران در آن سوی دنیا و در بنگلور هند، در حقیقت با صرف هزینه بسیار کمتری بابت حقوق کارمندان هندی نسبت به هم‌تایان آمریکایی خود، در هزینه‌هایشان صرفه‌جویی می‌کنند. شرکت‌های هندی‌ای هم که از طریق قبول این برون‌سپاری‌ها به فعالیت می‌پردازند، با ورود ارز به کشورشان باعث پویاتر شدن اقتصاد خود می‌شوند. شاید آن‌طور که توماس ال فریدمن می‌گوید «جهان مسطح شده» و دیگر خیلی فرقی نمی‌کند کجا زندگی می‌کنید، درست باشد. افراد می‌توانند به مدد فناوری‌های نوین ارتباطی، هزینه‌های خود را کاهش دهند، کارایی خود را بالا ببرند و فعالیت کاری و علمی خود را در هر جای این زمین مسطح خاکی به انجام رسانند. «دیوید شلزینگر»، سردبیر مدیریت بین‌المللی رویترز در این خصوص می‌گوید: «کار جایی انجام می‌شود که قابلیت انجام آن وجود دارد.» حتی در ایران هم بسیاری از خبرگزاری‌ها و وب‌سایت‌های خبری و تحلیلی و روزنامه‌ها به استفاده از خبرنگاران افتخاری و روزنامه‌نگاران حق‌التحریری روی آورده‌اند و این یعنی کاهش هزینه‌های رسانه‌ها

و به هر اندازه که هر یک از این رسانه‌ها از طریق این «خانه‌سپاری» هزینه‌های خود را کاهش دهند، می‌توانند با بودجه حاصل از این صرفه‌جویی به همان نسبت گسترده‌گی فعالیت‌هایشان را بیشتر و مخاطبان بیشتری را جذب کنند. در نتیجه با گرفتن تبلیغات بیشتر و کسب درآمد بیشتر از این تبلیغات، می‌توانند فعالیت‌های خود را توسعه دهند. گرچه در نگاه اول به پدیده جهانی شدن، ممکن است این طور به نظر برسد که این پدیده می‌تواند تا حد زیادی به هر چه پویاتر شدن اقتصادهای ضعیف‌تر کمک کند، اما دو نکته وجود دارد که نباید از نظر شرکت‌ها و افراد ساکن کشورهای که اقتصادی نوپا دارند یا در حال توسعه‌اند، پنهان بماند و نباید فکر کنیم واقعاً زمین بازی اقتصاد جهان آن قدرها هم که ال فریدمن می‌گوید، مسطح شده است.

نکته اول آنکه اقتصادهای قوی‌تر دنیا هم بیکار ننشسته‌اند و با گسترش تولید محصولات خود و فروش آن در کشورهایی که اقتصادی نوپا دارند، سعی می‌کنند پولی را که به واسطه برون‌سپاری و خانه‌سپاری به این کشورها داده‌اند و حتی شاید مبلغی چند برابر آن را دوباره به اقتصاد کشور خود بازگردانند. گواه این مسئله هم صادرات اقتصاد آمریکا به هند است که از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۳ تقریباً دو برابر شده است. درست است که مردم در کشورهایی نظیر هند از طریق انجام کار برای شرکت‌های آمریکایی پول قابل توجهی به دست می‌آورند، اما به واسطه کاپیتالیسم و سرمایه‌داری بازار آزاد و مصرف‌گرایی که محصول همین عصر جهانی است، در واقع شاید مبلغی چند برابر واردات خود را تقدیم شرکت‌های آمریکایی نظیر مایکروسافت برای خرید برنامه‌هایی نظیر ویندوز یا ابر شرکت‌هایی نظیر کریر برای خرید سیستم‌های تهویه هوا کنند؛ محصولاتی که به‌ویژه در مورد خدمات نرم‌افزاری و رایانه‌ای در انحصار کشورهای پیشرفته و به‌خصوص ایالات متحده است.

نکته دوم هم این است که شرکت‌های کشورهای پیشرفته عموماً کارهایی را به شرکت‌های دیگر کشورها واگذار می‌کنند که تا حد زیادی پیش‌پا افتاده و وقت‌گیر هستند. در حقیقت با این کار زمین اقتصاد کشور خود را برای انجام فعالیت‌های بزرگ‌تر اقتصادی و علمی هر چه هموارتر می‌کنند، در حالی که کشورهای در حال توسعه خود را با کارهای دست‌دوم آمریکایی‌ها و سایر کشورهای پیشرفته

مشغول کرده‌اند. بنابراین کشورهای پیشرفته با سرعت بیشتری به پیشرفت‌های علمی و انحصاری کردن فناوری‌ها و تولیدات‌شان می‌پردازند و فرصتی می‌یابند تا فاصله خود را با کشورهای در حال توسعه هرچه بیشتر کنند. از آنجا که نمی‌توان جلوی پیشروی فرهنگ مصرف‌گرایی را گرفت که مرتب توسط غول‌های رسانه‌ای کشورهای پیشرفته تبلیغ می‌شود، تنها راهکار پیروزی در این معادله برای کشورهای که اقتصادی نوپا دارند، سخت‌کوشی در انجام کارهای برون‌سپاری شده کشورهای پیشرفته و در کنار آن تلاشی مضاعف برای پیشرفت علم و فناوری کشورشان است.



فصل سوم
اقتصاد اطلاعات و قواعد آن



اقتصاد اطلاعات

در دهه‌های اخیر بارشد آگاهی و دانش علمی در زمینه کاربردهای فناوری اطلاعات، شاهد رشد روزافزون اهمیت اطلاعات در اقتصاد مرتبط با کالا بوده‌ایم. با مشاهده این روند و مواردی از این دست که با سیاست اطلاعات مربوط هستند، به تدریج نقش صنایع اطلاعاتی در ساختار اطلاعات مشخص می‌شود. حال باید دید اندازه اقتصاد اطلاعات چقدر است؟ ارتباط بین بخش‌های اطلاعاتی و سایر بخش‌های اقتصاد چیست؟ پاسخ به این سؤالات باید قبل از بررسی نقش سایر بخش‌ها مد نظر قرار گیرد.

توسعه درآمد ملی و حساب تولید اقتصاددانان (NIPA) روشی سیستماتیک را برای اندازه‌گیری فعالیت‌های اقتصادی مهیا کرده و مرزهای مفهومی اقتصاد را با شناسایی فعالیت‌هایی که مشمول و غیرمشمول است، فراهم می‌کند. به هر حال موضوع اقتصاد اطلاعات نسبتاً جدید است. فریتز ماچلپ (Fritz Machlup) در سال ۱۹۶۲ به این مفاهیم پرداخت و آن را منتشر کرد، در حالی که در آن زمان هنوز مفهوم اقتصاد اطلاعات واضح و عمومی نبود. سؤال این است که آیا NIPA می‌تواند اندازه متناسب اقتصاد اطلاعات را تعریف کند، یا برای ساختار اقتصادی جدید باید سرویس‌ها و کالاهای اطلاعاتی بازتعریف شوند.

پیشرفت فناوری اطلاعات به تقویت اقتصاد و تغییرات اجتماعی مترتب با آن منجر می‌شود و شکل کسب و کار را تغییر می‌دهد. در نوع جدیدی از اقتصاد، موضوع اقتصاد اطلاعات ظهور می‌کند؛ جایی که تجارت و سرمایه‌گذاری در رقابت با دانش، شبکه‌سازی و چابکی بر روی اصول و مقیاس‌های جهانی متمرکز هستند. اجتماع جدید متناظر با این مفاهیم در حال ظهور است. البته با قابلیت‌های اطلاعاتی فراگیر که آن را از یک اجتماع صنعتی متفاوت می‌سازد و همچنین آن را رقابتی‌تر، آزادتر، کمتر متمرکز، کمتر پایدار و راحت‌تر برای پاسخگویی مشتری و نیاز کاربران و آشنا با محیط می‌سازد.

اقتصاد اطلاعات، حاکمیت را برای همه کشورها تغییر می‌دهد و برای پیاده‌سازی مؤثر به سیاست‌ها و قوانین جدید نیاز دارد. همچنین مستلزم اصلاح مؤسسات تجاری و سرمایه‌گذاری است و کشورها باید به سراغ آن بروند و ریسک آن را بپذیرند. خوشبختانه

انقلاب صنعتی چالش‌هایی را برای روش‌های جدید تجارت در کشورها ایجاد کرده که مستلزم زیرساخت و سیستم‌های اطلاعاتی و مخابراتی است. همچنین فرصت‌های خارق‌العاده‌ای را برای غلبه بر مشکلات شدید فقر و بی‌کفایتی و تخریب محیط زیست ایجاد کرده است.

تولید، توزیع و استفاده از اطلاعات شامل موضوعات اقتصاد مخابرات، رسانه‌های انبوه و سایر صنایع اطلاعاتی است و به نوآوری و هوشمندی اقتصاد منجر می‌شود. نقش اطلاعات در توسعه اقتصاد و نقش فناوری اطلاعات در عملکرد بازار مشهود است. اقتصاد اطلاعات با افزایش یکپارچگی تجارت و فناوری ارتباطات رشد و ظهور یافت که باعث تعریف مجدد بازارها، الگوهای اشتغال و شناسایی حرفه‌ها در اطراف جهان شد. روند کاهش محدودیت‌های اطلاعاتی در جهان باعث افزایش قدرت اقتصاد و تقویت آن می‌شود و رویدادهای مربوط به آینده اقتصاد اطلاعات را منتج می‌شود. رشد و پیشرفت اقتصاد اطلاعات با گذشته قابل مقایسه نیست. در آینده شاهد رشد محصولات اطلاعاتی هستیم، نه سرویس‌های اطلاعاتی.

برای حساب‌های درآمد ملی جهت انعکاس تغییر در یک اقتصاد اطلاعات، ساختاردهی مجدد تضمین نمی‌شود. تحلیل صورت گرفته در ساختار اقتصادی ایالات متحده برای تعیین این است که آیا تغییر در یک سرویس به اقتصاد اطلاعات مرتبط می‌شود یا خیر؟

اطلاعات، یکی از مهم‌ترین کالاهای عمومی در اقتصاد جهانی است. اینترنت هم مرکز لریه این اقتصاد جهانی است که باعث انتشار اطلاعات به دور دست‌ها می‌شود که هم اثربخش و هم مقرون به صرفه است.

اقتصاد اطلاعات ابتدا ابزاری برای بخش دفاعی ایالات متحده بود. به تدریج به سیستمی از کانال‌های ارتباطی بین دانشمندان و استادان دانشگاه و آکادمیک تبدیل شد و سپس فضایی برای مباحث مدنی شد و اکنون هم ابزاری برای تجارت است. توسعه تجارت الکترونیکی، باعث تحول اقتصاد اطلاعات می‌شود. مشارکت بین شرکت‌ها و دولت‌ها بیش از پیش اهمیت یافته و مؤسسات مالی که راهبر کسب و کار و اقتصاد هستند، می‌توانند مدیریت اقتصادی را در هزاره سوم به دست گیرند.

اطلاعات و فناوری ارتباطات کلید اصلی برای سعادت اقتصاد است و توانمندساز افق‌های جدید برای سازمان‌های آزاد است.

سیستم‌های مخابراتی به تدریج شخصی و به‌روزرسانی می‌شوند و در نتیجه شرکت‌های جدید بین صنایع و دولت‌ها و مؤسسات مالی ظهور پیدا می‌کنند. اینترنت ستون فقرات اقتصاد اطلاعات است و ایالات متحده اولین کشوری بود که همه جنبه‌های پشتیبانی مالی و توسعه فناوری را با آن کنترل می‌کرد. اینترنت به عنوان هاب فعالیت‌های اقتصادی و تجاری میلیون‌ها نفر در سراسر جهان است.

تولید، سرویس و محصول

هر چیزی که برای مشتری مطلوبیت ایجاد کند، تولید است. این تولید می‌تواند کالا یا خدمت باشد. «خدمت» همان لحظه که تولید می‌شود، همان لحظه هم مصرف می‌شود. خدمت یا سرویس، راهی برای خلق ارزش برای مشتری، با تأمین خواسته او، بدون داشتن ریسک یا هزینه‌های خاص است. از دیدگاه مشتری ارزش شامل دو عنصر مطلوبیت و ضمانت است که مطلوبیت، آنچه مشتری دریافت می‌کند و ضمانت، اینکه آن را چگونه دریافت کند و مدیریت خدمت، مجموعه‌ای از قابلیت‌های خاص سازمانی برای فراهم آوردن ارزش برای مشتریان به شکل خدمت است.

هدف مدیریت خدمت این است که توانایی‌ها و منابع ارائه‌شده از طریق خدمت از نظر کیفیت، هزینه و ریسک برای مشتری مفید و قابل قبول باشد و ارائه‌دهنده خدمت مسئولیت‌ها و مدیریت منابع را از عهده مشتری بردارد تا او بتواند توجه خود را بر کسب و کار خویش متمرکز کند. مدیریت خدمت همواره شامل یک کارفرما و یک کارگزار است که انجام کارها از طرف کارفرما به کارگزار واگذار می‌شود. توجه مشتری بیشتر معطوف به ارزش خدمت بوده و می‌خواهد از جزئیات فنی و ساختاری دوری کند؛ پنهان کردن آنچه مشتری به آن نیاز ندارد و نشان دادن آنچه برای او باارزش و مفید است.

زیان مرده

زیان مرده در اقتصاد، آن نفعی است که از جیب مامی رود، در حالی که به جیب شخص

ثالث نمی‌رود. واسطه‌ها با تولید خدمات این زیان مرده را کم می‌کنند. در اقتصاد تقسیم کار صورت می‌گیرد و همین واسطه‌ها باید باشند. در رابطه با این موضوع باید گفته شود که در اقتصاد، موضوع از تولید به مصرف نداریم و اینکه کل جمعیت یک شهر برای تأمین مایحتاج خود به باغ‌های اطراف شهر یا زمین‌های کشاورزی مراجعه کنند، منجر به مصرف بنزین، ترافیک و... می‌شود و در مجموع مقرون به صرفه نخواهد بود. از این رو کسب و کارهای میانی نقش توزیع کالا و خدمات را بر عهده می‌گیرند و باعث می‌شوند که این زیان مرده حداقل شود. طبق گفته هایک، اندیشمند بزرگ اقتصاد، بزرگ‌ترین کشف بشر، بازار و روابط بازار است. شبکه توزیع کالا در طول تاریخ به وجود آمده است. در گذشته، در برخی کشورها به واسطه نبود جاده، کامیون و سامانه حمل و نقل پیشرفته، برای انتقال کالا و مایحتاج مردم، قحطی‌های ناحیه‌ای داشته‌ایم، اما شبکه توزیع کالا توانست این مشکل را تا حدودی مرتفع کند. «توماس آکوئینی» مباحثی را درباره مالکیت و ثروت داشته و اینکه چه سیر تحولی را در طول تاریخ داشته و چه تصویری نسبت به مالکیت و ثروت داشته‌اند. اوایل مالکیت خصوصی مذموم بود، ولی در اسلام مالکیت محترم شمرده شد. توماس آکوئینی از کشیش‌های مسیحی (بعد از آدام اسمیت که پدر علم اقتصاد است) به این نتیجه رسید که به دنبال ثروت رفتن، راز و رمز موفقیت بشر است و مالکیت خصوصی باعث نجات و نظم و انضباط می‌شود.

سبک و سنگین کردن

یک چیز را به قیمت به دست آوردن چیز دیگری از دست می‌دهیم. در پدیده‌های اقتصادی نمی‌شود همه را با هم داشت؛ بنابراین معمولاً سبک و سنگین (Trade-Off) می‌کنیم. در اینجا ما در انتخاب منخیر هستیم.

هزینه - فرصت (Opportunity Cost)

انجام هر کاری مستلزم صرف زمان و هزینه است که این زمان و هزینه می‌تواند در عین حال برای کار دیگری صرف شود و این به معنی هزینه - فرصت است که معمولاً عامدانه و از روی آگاهی انجام می‌شود. مثل اینکه هزینه - فرصت کاشت شش تن گندم در یک

زمین واحد، عدم کاشت دو تن برنج در آنجاست و برعکس. حال باید به طور عقلایی و با اولویت بندی انتخاب کنیم.

اقتصاد، دانشگاه و صنعت

اقتصاد اطلاعات به اقتصاد دانش بنیان برمی گردد و همواره پارادوکس توسعه علمی و توسعه اقتصادی وجود داشته است؛ اینکه کدام یک باعث دیگری می شود. کانون علم و توسعه علمی، دانشگاه هاست و کانون اقتصاد، بنگاه های اقتصادی و صنایع است. خروجی دانشگاه، علم و فارغ التحصیلان است و اگر خروجی دانشگاه برای حوزه کار و صنعت مفید نباشد، ارتباطی بین این دو نخواهیم داشت. از این رو توسعه علمی و اقتصادی لازم و ملزوم یکدیگرند و در هیچ جامعه ای علم به تنهایی به رستگاری منجر نشده و توسعه علمی در بستر توسعه اقتصادی به وجود می آید.

اطلاعات نامتقارن

اطلاعات نامتقارن، زمانی است که یکی از طرفین مبادله اقتصادی اطلاعات بیشتری نسبت به طرف دیگر در اختیار دارد، یعنی موقعیتی که به آن اطلاعات نامتقارن گفته می شود و به منزله شکست اطلاعات است. اگر به ادبیات علم اقتصاد بنگریم، شکست اطلاعات را در واقع می توان نوعی شکست بازار دانست. شکست اطلاعات به طور کلی در دو حالت اتفاق می افتد. حالت اول زمانی است که اطلاعات تمام یا بخشی از حاضران در یک مبادله اقتصادی کامل نیست. حالت دوم نیز به زمانی اطلاق می شود که یکی از طرفین مبادله اقتصادی اطلاعات بیشتری نسبت به طرف دیگر در اختیار دارد، یعنی موقعیتی که به آن اطلاعات نامتقارن گفته می شود. در هر دو حالت احتمال بروز تخصیص غیر بهینه منابع وجود دارد و ممکن است مصرف کننده هزینه بسیار زیاد یا اندکی بپردازد یا بنگاه زیادتر یا کمتر تولید کند. با این همه شکست اطلاعات پدیده عجیبی نیست و یک اتفاق معمول است که در بسیاری از مبادلات اقتصادی اتفاق می افتد. می توان گفت اصطلاحاً زمانی کاسب، حبیب خداست که اطلاعات خود را با مشتری متقارن یا به نفع مشتری متمایل کند.

اطلاعات نامتقارن در واقع حالتی خاص از اطلاعات ناکامل است که تقریباً در اکثر بازارها امری شایع است. عمده بحث‌ها در اقتصاد اطلاعات به مسئله اطلاعات نامتقارن مربوط می‌شود، یعنی موقعیتی که در آن یک عامل اقتصادی در مورد مبادله خود اطلاعات خاصی دارد که طرف دیگر مبادله آن اطلاعات را ندارد. مثلاً کارگر در عرضه نیروی کار خود به کارفرما در مورد نحوه و میزان تلاش و بهره‌وری خود، از اطلاعات بیشتری برخوردار است تا کارفرما. از این جهت رفتار عاملان اقتصادی در شرایط عدم تقارن اطلاعات به‌طور حتم با تعامل‌های استراتژیک همراه است. نکته‌ای که در اینجا باید تأکید شود، این است که معمولاً طرف مبادله با اطلاعات بیشتر می‌خواهد فرد کمتر مطلع را استثمار کند. این رفتار فرصت طلبانه منجر به از بین رفتن ویژگی‌های خوب بازار رقابت کامل و باعث بروز نقص در بازار رقابت می‌شود. در کل می‌توان گفت اطلاعات نامتقارن موجب بروز دو نوع رفتار فرصت طلبانه و سودجویانه، تحت عنوان کژگزینی و کژمنشی می‌شود.

در واقع این موضوع که اطلاعات چگونه است، در تعیین مکانیسم قیمت اطلاعات و دستیابی به کارایی اهمیت دارد. در صورتی که اطلاعات در دسترس همگان یکسان باشد و همه افراد حاضر در بازار مورد نظر اطلاعات یکسانی داشته باشند، گفته می‌شود که فرض تقارن اطلاعات برقرار بوده و متعاقباً هیچ‌کس به دلیل نداشتن اطلاعات در معرض ناکارایی قرار نخواهد گرفت. به عبارت بهتر اگر فرض تقارن اطلاعات برقرار بود، دیگر دلیلی هم برای وجود اقتصاد اطلاعات وجود نمی‌داشت. از آنجا که در واقعیت افراد حاضر در بازار خاصی نسبت به موضوع مورد مبادله اطلاعات یکسانی ندارند، بنابراین افراد با عدم تقارن اطلاعات مواجه بوده و از این ناحیه امکان عدم تخصیص بهینه منابع و عدول از بهینه پارتو به آسانی امکان‌پذیر خواهد بود.

شکل‌گیری اقتصاد اطلاعات

به لحاظ تاریخی رشته «اقتصاد اطلاعات» با مقالات ویلیام ویکری و جرج استیگلر در سال ۱۹۶۱ متولد شد. اولین مقاله، «اقتصاد اطلاعات» تألیف جرج استیگلر و دومین مقاله، «سفته‌بازی متقابل، حراج‌ها و مناقصه‌های رقابتی مهر و موم شده» به قلم ویلیام

ویکری است. مقاله ویلیام ویکری دسته‌ای از موضوعات را تحت عنوان انگیزه‌ها، زمانی که عاملان اقتصادی، اطلاعات خصوصی دارند، مورد بررسی قرار داد. در ذیل این کار، ویکری همچنین بنیانی برای نظریه نوین حراجی ارائه کرد. ویکری نشان می‌دهد که با ارزش‌های خصوصی مستقل و مزایده‌گذاران همگن، قیمت مورد انتظار معامله در روش حراج از نوع انگلیسی و هلندی یکی است. او سپس مفهوم حراج مزایده مهر و موم شده قیمت دوم را وارد می‌کند و نشان می‌دهد معادل روش حراج انگلیسی است. ویکری برتری روش حراج انگلیسی بر حراج هلندی را در شرایط ریسک‌پذیری، وجود مزایده‌گذاران بی تجربه و سایر مواردی می‌داند که باعث دور شدن از فرض‌های استاندارد می‌شود و نشان می‌دهد که در آن روش حراج انگلیسی، بهینه‌پار است.

بنگاه و اقتصاد اطلاعات

جرج استیگلر یکی از مطرح‌ترین اقتصاددانان قرن بیستم و از پایه‌گذاران اصلی «تئوری اقتصادی اطلاعات و انحصارات چندجانبه» و همچنین تجزیه و تحلیل اقتصادی مقررات و تنظیمات دولتی و بخش عمومی است. یکی از مهم‌ترین وجوه پژوهش‌های استیگلر، کارهای او در زمینه تأثیر «اطلاعات» بر رفتار عاملان اقتصادی است. مقاله او تحت عنوان «اطلاعات و بازار کار» به عنوان نقطه عطفی برای مطالعات بیشتر او روی بیکاری بود. با توجه به نظریات استیگلر جویندگان کار به دوره‌های کوتاه مدت بیکاری نیاز دارند تا در عوض به دنبال کاری با درآمد بالاتر بگردند. نظریه او از این جهت تاریخی است که می‌گوید حتی در زمانی که افراد در یک بنگاه مشغول به کار هستند، اطلاعات کاملی درباره دستمزدها ندارند و ممکن است برای کاری یکسان دستمزدهای متفاوتی وجود داشته باشد و همین موضوع اهمیت دستیابی به اطلاعات را برای جویندگان کار دوچندان می‌کند.

به زبان ساده، استیگلر به دنبال پاسخ به این سؤال بوده که بازارها تا چه اندازه می‌توانند چندگانگی قیمت‌ها را تحمل کنند و به آنها واکنش نشان دهند. تلاش اصلی او در کتاب اقتصاد اطلاعات بررسی این موضوع است که تلاش برای دسترسی به اطلاعات چگونه رفتار اقتصادی ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد. او در کار نوآورانه‌اش در سال ۱۹۶۱ و پس از

آن در مقاله «انحصار چند جانبه» در سال ۱۹۶۴، اولین اقتصاددانی بود که نشان داد چگونه دستیابی به اطلاعات موثق و منابع آماری قابل استناد مورد استفاده عاملان اقتصادی قرار می‌گیرد و رفتار اقتصادی آنها را جهت می‌دهد. او در ادامه روش‌های تأثیر گذاری تصمیمات آماری بر اقتصاد کاربردی را معرفی می‌کند و با مثال نشان می‌دهد ایده‌هایش چگونه می‌تواند در دنیای واقعی مورد استفاده قرار گیرد.

اگر دقیق‌تر بنگریم، جرج استیگلر در مقاله خود مدل ساده‌ای برای جست‌وجو ارائه کرد؛ این مدل دربرگیرنده اطلاعات بود. او نظریه متعارف علم اقتصاد را به کار گرفت تا به‌طور درون‌زا مشخص کند که عاملان اقتصادی چه میزان اطلاعات باید کسب کنند. استیگلر از این واقعیت شروع می‌کند که هیچ خریداری از قیمت‌هایی که فروشندگان مختلف در هر زمان معین اعلام می‌کنند، آگاهی ندارد. در نتیجه خریداران برای پی‌بردن به مطلوب‌ترین قیمت، باید از فروشندگان مختلف نظرخواهی کنند. استیگلر این «نظرخواهی» را مدل‌سازی می‌کند که از آن دو نتیجه مهم حاصل می‌شود: اول اینکه پیش‌بینی می‌شود، پخش و توزیع قیمت اتفاق بیفتد که به معنای نقض قانون تک‌قیمتی است. در این صورت تفاوت در قیمت معاملات برای کالای همگن تحقق پیدا می‌کند. دوم اینکه در این مدل منابع بیکار پیش‌بینی شده است. فعالیت جست‌وجو نشان‌دهنده سرمایه‌گذاری در حصول قیمت فروش یا اجاره بالاتر است. علاوه بر آن مدل جست‌وجوی استیگلر راه دیگری فراهم می‌کند که به شناخت فرایند شکل‌گیری قیمت منجر می‌شود؛ شاید همان چیزی که «هایک» دو دهه قبل، به‌طور ضمنی به اهمیت آن اشاره کرده بود.

تسهیلات و اقتصاد اطلاعات

«جوزف استیگلیتز» (Joseph Stiglitz)، اقتصاددان معروف آمریکایی، به خاطر مدل تحلیل بازار مبتنی بر اطلاعات نامتقارن موفق به دریافت جایزه نوبل شد. دستاوردی که برای او جایزه نوبل را به ارمغان آورد، یک پیش‌برده مهم در اقتصاد اطلاعات محسوب می‌شود. از نظر این اقتصاددان، عاملان اقتصادی که عقلایی رفتار می‌کنند، در انواع و اقسام تصمیم‌گیری‌های روزمره‌شان باریسک و عدم اطمینان مواجه

هستند و رفتار خود را با در نظر گرفتن این واقعیت شکل می دهند. در دنیای پرریسکی که استیگلیتز از آن سخن به میان می آورد، اطلاعات ارزش حیاتی دارد. در چنین دنیایی، هر آن که بتواند به اطلاعات دقیق تری دسترسی داشته باشد، هم اوست که می تواند در مقایسه با دیگران منفعت بیشتری کسب کند.

در واقع او در نقطه آغاز، در این گزاره که افراد همه اطلاعات کافی برای انجام انتخاب های بهینه را در اختیار دارند، تردید می کند. برای این تردید، استیگلیتز دو دلیل عمده ذکر می کند که یکی مربوط به سمت تقاضا و دیگری مربوط به سمت عرضه است. تقاضای اطلاعات پرهزینه است و به زمان، تلاش و حتی پول نیاز دارد. برعکس، ما چند گزینه معقول را در نظر می گیریم و انتخاب می کنیم که به نظر رضایت بخش باشد. استیگلیتز متوجه شد که عدم تقارن اطلاعات، نه تنها در قراردادهای بیمه؛ بلکه در بسیاری از رفتارهای اقتصادی نیز وجود دارد. به عنوان مثال، اگر هیچ عدم تقارن اطلاعاتی در بازار اعتبارات نباشد، به عبارت دیگر اگر وام گیرندگان در مورد احتمال بازپرداخت وام خود، هیچ چیزی بیشتر از وام دهندگان ندانند، در این صورت وام دهندگان به سادگی می توانند نرخ بهره بالاتری از وام گیرندگان پرریسک (خطر عدم بازپرداخت بدهی) درخواست کنند. البته در سال های ۱۹۸۱ و ۱۹۸۳، استیگلیتز و همکارش نشان دادند برای کاهش زیان ها، وام دهندگان انگیزه دارند تا نه تنها نرخ بالاتری از وام گیرندگان پرریسک طلب کنند؛ بلکه اعتبار اعطایی به آنها را نیز سهمیه بندی و محدود کنند. در واقع چنین محدودیتی به طور گسترده در بازارهای اعتباری مشاهده می شود.

انسان اقتصادی یک بنگاه یا واحد اقتصادی با ترجیحات معین است که نفع شخصی خود را تعقیب می کند و به دنبال فرصت هایی برای خود می گردد تا به بهترین نحو انجام دهد. در مقابل استیگلر (۱۹۶۱) با ذکر مثالی در رابطه با نظریه جست و جو بهینه یابی نفع شخصی را به چالش می کشد: مصرف کننده می خواهد یک واحد از یک کالای معین را بخرد، مسلماً او ترجیح می دهد که در پایین ترین قیمت موجود در بازار باشد، متأسفانه او همه قواعد قیمت ها را با اطمینان درک نمی کند و هزینه هایی (پولی، زمانی و عدم مطلوبیت) در رابطه با فعالیتی که درک فرصت های معاملاتی او را افزایش می دهد - یعنی جست و جوی قیمت های کمتر - وجود دارد. همچنین رفتار اقتصادی دلالت دارد که

مصرف کننده در حال جست و جو است و تا مادامی که مزیت هایی را در آن برای خود نبیند، دید خودش را نسبت به این فرصت ها تغییر می دهد.

در نتیجه بنگاه ها ضرورتاً در پایین ترین قیمت موجود در بازار خرید نمی کنند، اما در کمترین قیمتی که آنها در مجموعه فرصت شان درک می کنند، خرید می کنند، در حالی که ممکن است بهترین فرصت ها در اطراف و جاهای دیگر موجود باشد. از آنجا که استیگلر (۱۹۶۱) تماماً روی مسئله استراتژی جست و جوی بهینه واقعی تمرکز دارد، این باید به مفروضاتی که با تعیین تنظیمات نهادی و محیط بنگاه ساخته می شوند، بستگی داشته باشد. نتیجه ای که می توان گرفت، این است که استراتژی های بهینه فقط اهمیت نسبی دارند و همچنین گفتار ارائه شده از سوی استیگلر در اقتصاد صراحتاً به فرصت های مصرف کنندگان و درک شان از این فرصت ها و به این حقیقت که این ادراک خودشان به رفتار اقتصادی (عقلایی) بستگی دارند، توجه دارد. فرصت ها به این صورت معین می شوند که همه هزینه - فایده های مشاهده شده، به خصوص اطلاعات، تصمیم سازی و هزینه های معاملات محاسبه شوند (دی، ۱۹۶۴).

خودرو و اقتصاد اطلاعات

بنابر مدل «آکرلوف» و نتایج حاصله در بازار ماشین های مستعمل، ماشین های مستعمل بد، ماشین های مستعمل خوب را از بازار خارج می کنند. عمده شهرت آکرلوف به دلیل نگارش مقاله «بازار بنجل ها، نااطمینانی کیفیت و سازوکار بازار» است. این مقاله در سال ۱۹۷۰ به چاپ رسیده است. او در این مقاله می کوشد به تعداد مشخصی از تأثیرات مخرب اطلاعات نامتقارن بر بازار بپردازد. جایزه نوبل سال ۲۰۰۱ برای این مقاله به او اعطا شد. به اعتقاد آکرلوف در بازار خودروی دست دوم خودروهای کم کیفیت تر می توانند عملکرد بازار را مختل کنند و به جای برقراری تعادل در عرضه و تقاضا، در نهایت خودروهای با کیفیت تر را به دلیل کاهش قیمت تعادلی از بازار خارج کنند.

آکرلوف توضیح می دهد که این مشکل ناشی از عدم تقارن اطلاعات است که بین عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان خودرو دست دوم وجود دارد؛ چراکه تنها فروشندگان جزئیات خودرو و کیفیت واقعی آن باخبر است. اگر متقاضیان قیمت را به عنوان شاخص

متوسط کیفیت خودروی مورد مبادله در نظر بگیرند، عرضه کنندگان خودروهای بهتر از بازار خارج می‌شوند و برعکس عرضه کنندگان خودروهای بدتر به بازار هجوم می‌آورند، زیرا عرضه کنندگان خودروهای بهتر قیمت بازار را کمتر از ارزش خودروی خود و فروشندگان خودروهای بدتر قیمت بازار را بیشتر از ارزش خودروی خود ارزیابی می‌کنند. این فرایند در نهایت می‌تواند به کاهش مستمر قیمت تعادلی و خروج تمام عرضه کنندگان از بازار منجر شود.

در مقاله دیگری تحت عنوان «مدل‌های دستمزد کارایی بازار کار» او و همسرش، «جانت یلن»، مبانی منطقی برای فرضیه دستمزد کارایی را ارائه می‌کنند. در این فرضیه، کارفرما دستمزدی بالاتر از دستمزد تعادلی می‌پردازد. این فرضیه برخلاف نتایج نئوکلاسیک‌هاست. به عبارت دیگر آکرلوف بازار کار را نیز دارای ویژگی عدم تقارن اطلاعات می‌داند و معتقد است که در بازار کار نیز زمانی که یک بنگاه نیروی کار استخدام می‌کند، ممکن است دانش کمتری در مورد توانایی‌های ذاتی نیروی کار نسبت به خود او داشته باشد. به طور کلی زمانی می‌توان انتظار بروز اطلاعات نامتقارن را داشت که رفتارهای افراد به راحتی قابل مشاهده نباشد.

کارایی بازار و مداخله دولت

همان‌طور که پیش‌تر هم اشاره شد، تا قبل از ظهور مدل اطلاعات ناقص و نامتقارن، در ادبیات سنتی اقتصاد نئوکلاسیک، فرض شده بود بازارها کارا هستند، به جز برخی موارد شکست بازار که معدود و تعریف شده هستند. اما کارهای استیگلیتز و دیگران، این فرض را وارونه کرد. آنها ادعا می‌کنند تنها در شرایط استثنایی، بازارها کارا هستند. استیگلیتز نشان داد؛ «با وجود بازارهای ناکامل یا اطلاعات ناقص که تقریباً در تمام اقتصادها هستند، حتی تخصیص منابع در یک بازار رقابتی، الزاماً به بهینه پارتو^۱ نمی‌انجامد.» به عبارت بهتر، ممکن است مداخلات مالیاتی، صرفاً بهبودی را بهینه پارتو^۲ ایجاد کند. این روش نشان می‌دهد چنین مداخلات مالیاتی تقریباً همیشه وجود

1. Pareto efficiency

۲. این مفهوم حالتی از تخصیص منابع است که در آن امکان بهتر کردن وضعیت یک فرد بدون بدتر کردن وضعیت فردی دیگر وجود ندارد

دارند و اینکه تعادل در شرایط اطلاعات ناقص، به ندرت می تواند بهینه پارتو باشد. اگرچه این نتایج و گستردگی موارد شکست بازار به معنای مداخله گسترده دولت در اقتصاد نیست، اما بر اساس این نتایج می توان ادعا کرد محدوده «بهینه» برای مداخلات توصیه شده دولت، قطعاً بسیار بزرگ تر از «موارد سنتی شکست بازار» است که تاکنون، مکاتب اقتصادی به رسمیت شناخته اند. اغلب بیان می شود در صورتی که با پدیده «آثار خارجی» روبه رو شویم، بازارها کارکرد مطلوب خود را از دست خواهند داد. حال می توان وجود اطلاعات ناقص یا بازارهای ناکامل و دارای ریسک (که می توان ادعا کرد همیشه وجود دارند) را جزء آثار خارجی در نظر گرفت. در حال حاضر چالش واقعی بر سر پیدا کردن تعادل درست بین بازار و دولت است؛ می دانیم در اقتصاد به هر دو نیاز است و می توانند مکمل یکدیگر باشند. البته تعادل مدنظر می تواند از زمانی به زمان دیگر و از مکانی به مکان دیگر، متفاوت باشد.

استیگلیتز علاوه بر ارائه مفاهیمی که اکنون به ابزارهایی استاندارد برای نه فقط نظریه پردازان، بلکه برای تحلیلگران سیاست نیز تبدیل شده اند، به توضیح شرایطی که تحت آن، سازوکار بازارها نامطلوب است و اینکه چگونه مداخله انتخابی دولت می تواند عملکرد بازارها را بهبود بخشد، کمک کرده است. این دستاورد به ویژه در کشورهای در حال توسعه که به طور نسبی با ناکارایی بازارها و بعضاً مشکلات حکمرانی و عدم تخصیص بهینه منابع مواجه اند، انطباق بیشتری هم می تواند داشته باشد. هرچه مکانیسم های علامت دهی قیمت از شفافیت کمتری برخوردار باشند، عدم تقارن اطلاعات بیشتر خود را نشان می دهد و به تبع آن انگیزه برای رفتار نامساعد حاصل از این عدم تقارن اطلاعات نیز بیشتر می شود.

آمار و اقتصاد

اگر بخواهیم تعریفی از علم آمار داشته باشیم، می توانیم بگوییم که آمار مجموعه ای از مفاهیم و روش های علمی است که در هر زمینه پژوهشی، برای گردآوری داده ها، فرآوری آنها و تحلیل شاخص های به دست آمده و نتیجه گیری ها، در شرایطی که عدم قطعیت و تغییر وجود دارد، به کار می رود. معمولاً به نتایج به دست آمده که به صورت

ارقام و اعداد تجلی می‌یابد، آمار گفته می‌شود.

در واقع، می‌توان گفت اقتصاددانان، پیشگام استفاده از آمار در علوم انسانی بوده‌اند. برخی دانشمندان آمار به دنبال یافته‌های ناشی از اندازه‌گیری متغیرهای اقتصادی، یکباره خود را در بین تئوری پردازان و صاحب نظران اقتصادی یافته‌اند. البته ماهیت موضوعات مورد بررسی علوم انسانی یک پیوند تاریخی و اساسی بین آمار و علوم انسانی به وجود آورده است. از سوی دیگر هنگامی که اقتصاد و سایر علوم اجتماعی و حتی سیاست به عرصه سیاست‌گذاری ورود پیدا می‌کنند، بیش از هر زمان دیگری در بررسی‌های مربوطه، همزاد و همراه آمار خواهند شد و در تعامل با هم معنی و مفهوم می‌یابند.

نکته مهمی که باید به آن توجه داشت، این است که امروزه تصمیم‌گیری در ارتباط با تخصیص بخش قابل توجهی از منابع هر جامعه، در بخش عمومی انجام می‌شود. دولت‌ها تمایل وافر به ترمیم نوسانات چرخه اقتصادی، کاهش اثرات نامطلوب اجتماعی و اقتصادی از جمله فقر، قحطی، محرومیت‌های بهداشتی و آموزشی، تخریب‌های زیست‌محیطی و... از خود نشان می‌دهند؛ بنابراین دولت نقش کلیدی در هدایت بسیاری از رویدادهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارد و به همین دلیل ضرورت شناخت دولت‌ها از وضعیت موجود اقتصادی و اجتماعی، ارزیابی نتایج سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های دولت‌ها، بیش از پیش احساس می‌شود.

امکان این شناخت، با امکان سیاست‌گذاری‌ها و نظارت‌های لازم فراهم نمی‌شود؛ مگر اینکه آمار و اطلاعات لازم برای شناخت و تحلیل مقولات مزبور فراهم باشد، حتی اثبات فضای مناسب کسب و کار و آگاهی و ایمان به وجود این فضا در چارچوب آمارهای اقتصادی و اجتماعی مسجل می‌شوند. آمارهایی چون تورم، اشتغال، رشد اقتصادی، سرمایه‌گذاری، پس‌انداز، وضعیت بخش‌های مختلف اقتصادی، متغیرهای پولی و مالی، نرخ بهره، نرخ ارز و آمار صدها متغیر دیگر در تصمیم‌گیری‌های خانوارها، بنگاه‌ها و دولت‌ها به نوعی مؤثر هستند.

در کلیه کشورهای جهان، نهادهایی متولی تولید آمار بخشی از بدنه دولت هستند، هر چند در برخی کشورها به طور موازی مؤسسات خصوصی نیز در کنار دولت در این زمینه فعالیت دارند.

مهم‌ترین دلیل این پدیده از کاربرد آمارهای اقتصادی و بعضاً اجتماعی ناشی می‌شود، زیرا اداره امور عمومی کشورها در حوزه‌های مختلف اجتماعی و به‌ویژه اقتصاد، ناگزیر از تولید آمار است. در ارتباط با جایگاه و ماهیت نهادهای متولی آمار، دو دیدگاه متفاوت وجود دارد؛ دیدگاه سنتی و دیدگاه نوین.

در دیدگاه سنتی، نهادهای متولی تولید آمار، سازمان‌های دولتی محسوب می‌شوند که وظیفه آنها نظیر بسیاری از دیگر بخش‌های تولید، تولید نوعی از کالاهای عمومی است که منطق ناکارآمدی دولت در فعالیت‌های اقتصادی در آنها نیز صدق می‌کند. اما در دیدگاه نوین، نهادهای متولی تولید آمار نوعی سرمایه اجتماعی محسوب می‌شوند. سرمایه اجتماعی مفهومی جامعه‌شناختی است که در اقتصاد، تجارت، علوم انسانی، بهداشت و... به‌منظور علاج همه مشکلات مطرح می‌شود و اشاره به ارتباطات درون و مابین گروهی دارد. گویی سرمایه اجتماعی به‌عنوان نوعی جامعه مدرن تلقی می‌شود؛ چراکه ارتباطات اجتماعی بهره‌وری افراد و گروه‌ها و کل جامعه را بالا می‌برد. در این نگرش، آمارهای منتشرشده توسط نهادهای متولی آمار تأثیر بسزایی در بهبود روابط و تعاملات فعالان اقتصادی و اجتماعی دارد.

بنابراین بی‌تردید آمارهای اقتصادی و اجتماعی به مثابه رشته‌های پیونددهنده در شبکه‌های جامعه، هم‌افزایی و همگرایی ایجاد می‌کنند، بنابراین دارای ارزش‌اند و موجب افزایش بهره‌وری برای همه اعم از خانوارها، بنگاه‌ها و دولت خواهند شد. آمارهای اقتصادی - اجتماعی وقتی به‌عنوان پیونددهنده ایفای نقش می‌کنند، دارای ساخت اجتماعی هستند؛ بنابراین مانند سایر اشکال دیگر سرمایه، مولد هستند.

این اعتمادی که باید به نهادهای متولی آمار وجود داشته باشد، سرمایه اجتماعی است. دیدگاه نوین به نهادهای متولی آمار بر این اساس شکل گرفته است، بنابراین موجودیت این سازمان‌ها را صرفاً به‌نگاه تولید محصولات آماری محدود نمی‌کند، یعنی اعتماد به نهادهای متولی آمار هسته اصلی این نگرش است، از این رو تمام ویژگی‌ها و مناسبات نهادهای متولی آمار؛ اعم از حقوقی، مالی، فنی و... از این موضوع متأثر خواهند بود.

ویژگی‌های نهاد متولی آمار از دیدگاه نوین عبارت‌اند از: ۱. عدم وابستگی، ۲. تولید آمارهای مرغوب و باکیفیت، ۳. پیشگیری از بروز کژتابی آمارها و ۴. مدیریت انتشار

آمارهای اقتصادی و اجتماعی در رسانه‌های ذی ربط.

۱. عدم وابستگی

گاهی آسیب دیدگی آنچنان آهسته اتفاق می افتد که پی بردن به منشاء آن به سادگی میسر نیست. در مورد آمار این گونه است و آسیب هایی که به آن وارد آمده، به کندی و به تدریج در یک دوره طولانی مدت تاریخی حاصل شده است؛ بنابراین منشاء آسیب هایی که گریبان گیر دقت و درستی آمارها شده، برای بیشتر افراد جامعه چندان ملموس نیست.

یکی از مهم ترین سرچشمه های بروز آسیب های ساختاری در آمارهای اقتصادی و اجتماعی، وابستگی نهاد مسئول به شرایط سیاسی و اجتماعی است؛ یعنی وضعیتی که دقت آمارهای اقتصادی به عنوان اولویت اصلی و یک پارامتر مهم تعریف نشده است. درخواست های غیرکارشناسی که در قالب دستورات اداری مطرح می شوند، در بیشتر موارد بدون اینکه مراجع صدور دستور بخواهند یا مطلع باشند، به بروز آسیب های جدی در فرایند تهیه آمارها منجر می شود. این آسیب ها گاهی به علت محدودیت هایی است که به واسطه منابع انسانی مالی، زمانی و دلایل فنی ایجاد می شود و گاهی نیز به دلیل ایرادات ساختاری است که اصولاً به مدیریت بخش عمومی وارد شده است.

نظام اداری به این دلیل که تأمین کننده انحصاری کالاها و خدمات برای دولت است، مانند هر انحصارگر دیگر گرایش به حداکثر کردن منافع خود دارد؛ بنابراین به عنوان یک انحصارگر چون رقیبی ندارد، به کیفیت و ارائه خدمت به موقع اهمیتی نمی دهد؛ به این معنا که نظام اداری برای بهینه سازی و پیشبرد منافع خود، بدون توجه به پیامدهای مخدوش کردن آمارها حرکت می کند. این تازه در شرایطی است که با اغراض سیاسی همراه نباشد.

این موضوع امکان ارزیابی درست را به دلیل فقدان آمارهای شفاف و برازنده برای هر استفاده کننده آمار، محدود می کند. مصیبت زمانی بیشتر می شود که اغراض سیاسی نیز در کار باشند. آمار مخدوش و قابل تفسیر به هر شکل، برای سوء استفاده در کسب رأی اکثریت، فضای مناسبی ایجاد می کند؛ زیرا امروزه استفاده از آمارهایی نظیر نرخ تورم، نرخ بیکاری، رشد اقتصادی و... مستمسک های مناسب و گریز ناپذیری در مناظرات و

مشاجرات سیاسی به شمار می روند. نمونه هایی وجود دارند که نشان می دهند نظام اداری در گزارش به رده های بالای مدیریت، آمارها را بدون تفکیک و طبقه بندی های لازم و به صورت غیر شفاف ارائه کرده است. هر چه آمارها کلی تر گفته شود، امکان پی بردن به صحت و سقم آنها غیر ممکن تر می شود. هر چه آمارها بر اساس طبقه بندی های علمی شناخته شده و بر مبنای موضوعات روشن ارائه شوند، امکان نظارت بر آنها و ارزیابی صحت و سقم آنها نیز بیشتر می شود.

گاهی شاهد بوده ایم که دولت ها در انتشار شاخص های اقتصادی سستی به خرج داده اند یا انتشار آن را به تعویق انداخته اند. گاهی با تغییر تعاریف و مفاهیم فنی شاخص ها، گاهی با تغییر هدفمند سال پایه برای مقاطع خاص، گاهی با توسل به برخی شاخص ها مثل تورم نقطه به نقطه و سایر ترندها؛ وضعیت در راستای اهداف سیاسی برخی جناح ها بهتر یا بدتر نشان داده شده است.

فرایند انتصاب مدیران دولتی نیز به نوبه خود می تواند سرچشمه آسیب های جدی به درستی و دقت آمارها باشد. در واقع مدیرانی که به این ترتیب هدایت فرایند گردآوری، محاسبه و انتشار آمارها را بر عهده می گیرند، ممکن است بر اساس گرایش های سیاسی و ملاحظات که اشاره شد، تعیین شوند. بی تردید شایستگی و توانایی های علمی و مدیریتی در این روند، دست کم اولویت نخست نخواهد بود؛ بنابراین بدنه علمی و کارشناسی تحت مدیریت افرادی فعالیت می کنند که قطعاً توانایی کافی برای داوری و قضاوت در اختلاف نظرهای کارشناسی و فنی بدنه را ندارد، در نتیجه نمی تواند تصمیم درست اتخاذ کند و این احتمالاً باعث بروز چنددستگی، رقابت های درون گروهی، تأخیر در جمع بندی و حتی توقف فعالیت های آماری برای دوره طولانی مدت می شود که این امر به نوبه خود به اتلاف منابع مالی، انسانی و لاینحل ماندن بحث های کارشناسی منجر می شود.

تولید محصولات آماری اصولاً پرهزینه است؛ بنابراین در شرایط محدودیت بودجه که معمولاً پدیده ای طبیعی است، با توجه به عدم درک اهمیت آمار و اهمیت اعتماد به آمار، بودجه های آماری در مضیقه بیشتری قرار می گیرند و این خود از دیگر سرچشمه های وارد آمدن آسیب های جدی به دقت و درستی آمارهاست. به این ترتیب وقتی صحت آمارها و تقارن آنها با وضعیت موجود از سوی مراکز علمی، تحقیقاتی، نظارتی، سیاسی و

فعالان اقتصادی با تردید مواجه شود، فارغ از اینکه آمار به عنوان یک ابزار مهم سنجش از دست رفته است، اعتماد به آمارهای اعلامی از طریق مراجع ذی صلاح نیز از بین می رود و این به معنی از دست رفتن سرمایه اجتماعی اعتماد است.

از این رو وابستگی های مالی مدیریتی، سیاسی و حتی فنی آبشخور این آسیب است. نهاد متولی آمار، باید از لحاظ مدیریتی، سیاسی، مالی و فنی دارای استقلال کامل باشد. باید اضافه کرد که این گزاره به این معنا نیست که نهاد متولی آمار نباید بخشی از دولت باشد؛ بلکه این گفته ناظر بر این مفهوم است که این نهاد نباید تحت تأثیر گرایش های ناپایدار و موضعی در عرصه بخش عمومی قرار گیرد. ایجاد ثبات در رویه های علمی، مالی، مدیریتی، حقوقی، اجرایی و... برای این نهاد اولین گام در مسیر است. کاربران محصولات این نهاد باید باور داشته باشند که سازوکار تعبیه شده برای ایجاد «اعتماد» به این نهاد، استقلال عمل را تضمین کرده و نظارت کافی و حرفه ای به منظور تولید محصولاتی که تصویری روشن، دقیق و شفاف از وضعیت موجود را ترسیم می کنند، وجود دارد.

۲. آمار مرغوب

آمارهای اقتصادی و اجتماعی زمانی می توانند در سیاست گذاری ها مورد استفاده قرار گیرند که برازندگی لازم و کافی برای تأمین اهداف تولید آنها وجود داشته باشد. به بیان دیگر آمارهایی که مرغوبیت مورد انتظار را تأمین نکنند، بدون استفاده خواهند ماند، یعنی گویی تولید نشده اند، در نتیجه بود و نبود آنها فرقی نمی کند.

حتی وجود آنها ممکن است خطرناک هم باشد؛ در نتیجه تولید آنها نقض غرض می شود. حتی با فرض اینکه هیچ عامل خارجی منجر به تزلزل اعتماد نشود، وجود آنها موجب تزلزل اعتماد می شود؛ بنابراین کیفیت آمارها الزامی تردیدناپذیر است.

کیفیت در آمار یعنی آنچه رضایت کاربران را در استفاده از آنها فراهم سازد. نهاد متولی آمار باید مجموعه ای از عوامل کیفیت نظیر جامعیت تعاریف و مفاهیم آماری، درستی برآوردها، بهنگام بودن آمارها، انتشار به موقع آمارها، دسترسی ساده به آمارها، شفافیت آمارها و قابل مقایسه بودن آمارها در ابعاد مکانی و زمانی در چرخه تولید و انتشار آمارهای رسمی برای استفاده بهینه کاربران را در نظر قرار دهد.

گرچه تصور عمومی معمولاً این است که مهم‌ترین عامل کیفیت آمار دقت و درستی آنهاست، اما سرعت تهیه آمار و انتشار به موقع و منظم در بازه‌های زمانی منظم و بهنگام بودن نیز جزئی انکارناپذیر از معیارهای کیفیت به‌شمار می‌روند. بخش دیگری از کیفیت آمار این است که آمارها کاربری راحت داشته باشند، پس باید کاربرپسند باشند. به عبارتی مرکز آمار باید سازوکاری کارآمد تعبیه کند که از طریق آن کاربران دقیقاً بدانند چه نوع اطلاعاتی موجود است، این آمارها بر اساس چه تعاریف و مفاهیمی تهیه شده‌اند و از چه طریقی می‌توان به آنها دسترسی پیدا کرد. بنابراین امروزه محدود کردن کیفیت و مرغوبیت آمارها صرفاً به دقت و درستی برآوردها، به هیچ وجه جایز و مطلوب نیست و کیفیت و مرغوبیت در کلیه معیارهایی که برشمردیم، تعریف می‌شود.

۳. کژتابی آمارها

آمارها ممکن است گاهی به گونه‌ای باشند یا به گونه‌ای استفاده شوند که تعبیر و تفسیر آنها متفاوت از چیزی باشد که آنها نشان می‌دهند. در این صورت گفته می‌شود که یک کج فهمی، کژتابی یا بدفهمی از آمارها ایجاد شده که در اصطلاح انگلیسی به آن mis understanding گفته می‌شود. تعاریف و مفاهیم، روش‌ها، بُعد زمانی و مکانی و کلیه ویژگی‌ها و خصوصیات فرایند تولید آمار، باید همراه با خود آمار، در اختیار کاربران باشد تا از بروز کج فهمی‌ها جلوگیری کند.

کژتابی آمارهای اقتصادی را می‌توان بر اساس نوع کاربران تفکیک کرد. گاهی این کج فهمی برای فضای عمومی جامعه رخ می‌دهد و گاهی برای کاربران و تحلیلگران حرفه‌ای آمار و در مواردی هم برای دولت و بخش عمومی. به عنوان مثال در شرایطی که اقتصاد در شرایط تورمی سنگین به سر می‌برد، آنچه در تصور عموم با شاخص تورم مقایسه می‌شود، باعث بی‌اعتمادی به آمارها می‌شود. برای مثال تورم رسمی اعلام شده ۳۳ درصد است، ولی مردم با مشاهده قیمت‌های روزانه که خود با آنها مواجه هستند، تصور می‌کنند تورم مثلاً ۹۰ درصد است.

در واقع شاید بهتر باشد با شاخص قیمت گروه خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و سایر کالاهای مصرفی روزانه مردم این مقایسه صورت گیرد، بنابراین لازم است که برای

مردم توضیح و تعاریف و مفاهیم آموزش داده شود که این نرخ تورم مربوط به سبد کالاهای مصرفی روزانه نیست و کل اقتصاد را دربر می گیرد، از این رو بالا بردن سواد آماری آحاد جامعه و افزایش آگاهی ها از طریق گنجاندن این مباحث در کتاب های درسی دانش آموزان یا افزایش آگاهی ها از طریق رسانه ها می تواند روشی مؤثر برای جلوگیری از این قبیل کژتابی ها در فضای عمومی جامعه باشد.

اما مشکل زمانی بیشتر می شود که استناد به آمارهای اقتصادی و اجتماعی کاملاً معتبر، حاوی منافع و سود اقتصادی یا گاه دارای پتانسیل سوءاستفاده برای جناح های سیاسی علیه برخی جناح های دیگر باشد. این پدیده نوعی سوءاستفاده آگاهانه از آمارها برای مقاصد خاص سودجویانه اقتصادی یا سیاسی است. به عنوان مثال برخی تحلیل های حساب شده می تواند برای برخی صنایع و فعالیت ها و بنگاه ها، منافع یا مضاری سنگین در پی داشته یا در بازار بورس اوراق بهادار یا برخی بازارها، سمت و سو، منحنی و اریب هایی^۱ ایجاد کند. در این صورت نوعی کژتابی در آمارهای اقتصادی ایجاد شده است.

به طور کلی کاربران آمارهای اقتصادی - اجتماعی باید بدانند در چه چارچوبی و تا چه میزان، از آمارها انتظار داشته باشند که تصویری از واقعیت را ترسیم کنند، زیرا قدرت توضیح دهنده گی نماگرها و شاخص های آماری بی نهایت نیست. به عنوان مثال نباید با در نظر گرفتن یک شاخص آماری به صورت تجریدی و فقط در یک سال و بدون در نظر گرفتن سایر شاخص ها اقدام به تحلیل و داوری مبنی بر موفقیت یا شکست یک سیاست یا برنامه در طول یک دوره طولانی کرد. بسیاری از نشانه های آشکار شده در یک سال (مثلاً نرخ تورم در یک سال خاص) می تواند نتیجه عملکرد سیاست ها و اقدامات انجام شده در دوره های پیشین و حتی در دوره های بسیار دورتر باشد. در بسیاری از منازعات سیاسی، گاهی تحلیلگران اقتصادی با استناد به همین آمارها (گرچه معتبر و صحیح هم هستند) جانبداری غیرمنصفانه ای از برخی جناح های سیاسی می کنند. این مورد نیز گونه ای دیگر از کژتابی آمارهاست که متأسفانه واقعیت را آنچنان که بوده، نشان نداده است.

۱. شرایطی در منحنی آمار که مبین انحراف جدی از وضعیت مطلوب و استاندارد است.

۴. آمارها و رسانه

امروزه در دنیای کوچک شده در سایر تحولات فناورانه فناوری اطلاعات و ارتباطات، میلیاردها انسان به وسیله رسانه‌ها می‌توانند از مناطق دوردست معلومات و اطلاعات خود را در اندک زمانی (در یک آن) با یکدیگر مبادله کنند. از سوی دیگر رسانه‌ها در عصر حاضر حکم تیغ دولبه‌ای را دارند که بسته به نوع کاربری آنها، بر افکار عمومی بسیار مؤثر هستند. آنها می‌توانند نقش نورافکن را در جامعه ایفا کنند یا آحاد جامعه را با فریب‌های نوین اطلاعاتی گمراه کنند. آمارها را نیز نمی‌توان از شمول این واقعیت‌ها و تأثیر رسانه‌ها مستثنی کرد. رسانه‌ها می‌توانند نقش بسزایی در ایجاد و حفظ اعتماد به آمار و نهاد متولی آمار یا معکوس آن ایفا کنند. این فرایند از مسیر اثبات عدم وابستگی نهاد متولی آمار می‌گذرد. جا افتادن عدم وابستگی نهاد متولی آمار در بین جامعه، تا حدود زیادی در گرو جلب نظر و رضایت رسانه‌های خبری است.

نشان دادن ارزش آمار به مردم، هدفی مهم برای نهاد متولی آمار است و این امر محقق نمی‌شود، مگر با کمک رسانه‌ها در نشان دادن اهمیت و نقش آمار. مرجعیت رسمی آمار اساساً باید به چه نهادی واگذار شود؛ مرکز آمار، بانک مرکزی، وزارت امور اقتصادی و دارایی یا هر نهاد دیگری؟ به این سؤال می‌توان به دو گونه پاسخ داد؛ یکی به لحاظ علمی و منطقی و دیگری بر اساس روال تاریخی و تجربی.

همان‌طور که می‌دانید در کشور ما هم مرکز آمار ایران و هم بانک مرکزی به‌طور مستقل به تولید آمارهای اقتصادی مشغول هستند که این موضوع به یک چالش اساسی در نظام آماری کشور تبدیل شده و برای مصرف‌کنندگان آمار نیز سردرگمی ایجاد کرده است. از سال‌ها پیش در جلسات مختلف برای دفاع از مرجعیت رسمی مرکز آمار به‌منظور تهیه و انتشار حساب‌های ملی، اقداماتی صورت پذیرفته است. البته این موضوع با چالش‌هایی مواجه است که عبارت‌اند از:

- در فرایند توسعه کشورهای بانک‌ها اولین نهادهایی بودند که هم‌زمان با شکل‌گیری اقتصاد یک کشور تشکیل شده‌اند. همراه با رشد و توسعه اقتصادی و گسترش دامنه فعالیت بانک‌های مرکزی و نیز فرایند تخصصی شدن امور در کشورهای توسعه‌یافته،

وظیفه جمع‌آوری آمار و ارقام و محاسبه نماگرهای اقتصادی از دستور کار بانک‌های مرکزی خارج شده و مراکز دیگری به صورت تخصصی متولی این امر شدند. در این زمان بنا به ضرورت، مراکز آماری به منظور جمع‌آوری و پردازش داده‌های خام مربوط به تمامی فعالیت‌های یک کشور تشکیل شدند.

در فرایند رشد و توسعه اقتصادی وظیفه تهیه حساب‌های ملی و شاخص قیمت از دستور کار بانک‌های مرکزی خارج شده و مراکز آماری به صورت تخصصی متولی این امر شدند. از زمان آغاز فعالیت تهیه حساب‌های ملی در جهان، در کشورهایی که دارای سازمان آماری بودند، نظیر ترکیه، از ابتدا تهیه حساب‌های ملی بر عهده این سازمان گذاشته شد و در کشورهایی که سازمان آماری وجود نداشت، تهیه حساب‌های ملی ابتدا بر عهده بانک مرکزی یا سایر سازمان‌ها گذاشته شد و در روند تاریخی توسعه به مراکز آماری منتقل شد. روند انتقال در حال حاضر همچنان ادامه دارد و کشورهای باقی‌مانده نیز به تدریج مسئولیت تهیه حساب‌های ملی را به سازمان‌های آماری واگذار می‌کنند.

نتایج تفصیلی تر گزارش کمیسیون سازمان ملل نشان می‌دهد در کشورهای توسعه‌یافته و کشورهای در حال انتقال، هیچ کشوری وجود ندارد که مسئولیت تهیه حساب‌های ملی آن بر عهده بانک مرکزی باشد. ۱۹ کشوری که در آنها حساب‌های ملی از طریق بانک مرکزی تهیه می‌شود، در گروه کشورهای در حال توسعه هستند که به طور عمده هفت کشور از آنها جزء آمریکای لاتین است، یک کشور در آسیای غربی و یک کشور در سایر مناطق آسیاست.

● ماده ۳ قانون تأسیس مرکز آمار ایران، مصوبه ۱۳۳۳، به صراحت تهیه حساب‌های ملی را بر عهده آن مرکز گذاشته است. در حالی که قانون مصوب تیر ماه ۱۳۳۱ در وظایف و اختیارات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران هیچ گونه اشاره‌ای به تولید آمار از جمله آمار حساب‌های ملی و شاخص قیمت توسط این بانک نکرده و وظایف دیگری برای بانک مرکزی تعیین کرده است.

به لحاظ منطقی می‌توان به اصل بی‌طرفی اشاره کرد. مطابق اصل بی‌طرفی، وظیفه اصلی بانک مرکزی حفظ ثبات ارزش پول، تعادل موازنه پرداخت‌ها و رشد مداوم اقتصادی از طریق اجرای سیاست‌های پولی است؛ بنابراین انتشار رسمی نرخ رشد اقتصادی توسط

بانک، اصل بی طرفی را نقض می کند و سازمانی بی طرف باید عهده دار تهیه ابزار لازم برای نظارت بر عملکرد بانک باشد. مرکز آمار ایران سازمان متخصص تولید آمار است و تشکیلات آن با محوریت حساب های ملی و شاخص های قیمت سازمان دهی شده است. بنابراین تولید آمار حساب های ملی و شاخص های قیمت نیز در تخصص این مرکز بوده و تخصص بانک مرکزی نیز در حوزه انتشار اسکناس، ضرب سکه، تنظیم نظام پولی و اعتباری، نظارت بر صدور و ورود ارز و پول، تنظیم حجم اعتبارات بانکی، نظارت بر بانک ها و مؤسسات اعتباری و... است.

وجود نهادهای دوگانه مانند بانک مرکزی در مرکز آمار ایران، مشکلاتی را در تهیه نظام آماری کشور ایجاد کرده است. یکی از چالش های اساسی در دو دهه اخیر مسئله مرجعیت رسمی مرکز آمار ایران برای انتشار آمار حساب های ملی از جمله رشد اقتصادی است که در نهایت به نفع مرکز آمار شد. مطابق قانون تأسیس مرکز آمار ایران که در سال ۱۳۳۳ اصلاح شده، تهیه حساب های ملی از وظایف این مرکز است. فعالیت های پراکنده ای که در زمینه محاسبه ارزش افزوده برخی فعالیت های اقتصادی در سال های قبل از پیروزی انقلاب اسلامی انجام شده، محاسبه تولید ناخالص داخلی^۱ و نیز تهیه جداول داده - ستانده ایران برای سال های ۱۳۳۲ از مهم ترین اقدامات گذشته دفتر حساب های اقتصادی مرکز آمار ایران بوده است.

به این ترتیب از سال ۱۳۳۳ مرکز آمار ایران و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران به طور موازی اقدام به تهیه و اعلام رشد اقتصادی و آمار حساب های ملی کردند. اما انتشار آمارهای موازی یکی از مسائلی است که همواره مورد انتقاد صاحب نظران بوده و اصولاً بعد از آغاز تهیه حساب های ملی توسط مرکز آمار ایران، باید این فعالیت توسط بانک مرکزی متوقف یا حداقل برای جلوگیری از آمارهای متناقض از اعلام آن جلوگیری می شد؛ ولی نه تنها این امر صورت نگرفت، بلکه در شورای عالی آمار این موضوع به تصویب رسید که مسئول تهیه آمار رشد اقتصادی، بانک مرکزی است، مگر اینکه در آینده در شورای عالی آمار، مصوبه دیگری به تصویب برسد.

پس از تغییر ریاست مرکز آمار و شروع به کار جناب آقای دکتر آذر، مجدداً موضوع مرجعیت رسمی مرکز آمار در تهیه حساب‌های ملی باریاست مرکز به منظور اخذ مصوبه قانونی مطرح شد. تلاش‌های مستمر ایشان در مجلس شورای اسلامی و نهادهای دیگر، در نهایت به گنجانیدن ماده ۳۴ در برنامه پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران منجر شد. در این قانون، مرجع بودن رسمی مرکز آمار به صورت جامع‌تری برای تمامی آمارهای تهیه‌شده مطرح شده است. بر مبنای ماده ۳۴ این قانون، مرکز آمار ایران مرجع رسمی تهیه، اعلام و انتشار آمارهای رسمی کشور است؛ پس مرجع نظام آماری باید مرکز آمار ایران باشد.

بهره‌مندی‌ها و نوآوری‌ها

برای سفارش اینترنتی این کتاب به وبسایت
فروشگاه انتشارات راه پرداخت مراجعه کنید
way2pay.shop



انتشارات راه پرداخت

اقتصاد اطلاعات

اقتصاد و اطلاعات دو موضوع به هم مرتبط هستند. به عبارتی باید گفت آمار و اطلاعات به اقتصاد وابسته اند. جنس تمام مباحث اقتصادی، به نوعی تحلیل و بررسی اطلاعاتی است که ماهیت مالی دارند. آمارهای اقتصادی، اعتبار، ارزش افزوده و بهای تمام شده، به نوعی هم اطلاعات تحلیل شده و هم درباره اقتصاد است؛ بنابراین نمی توان اطلاعات و اقتصاد را به راحتی از هم جدا کرد. به عبارتی اقتصاد و اطلاعات یک عینیت هستند. اقتصاد، علم انتخاب است و انتخاب هم مستلزم وجود اطلاعات و استفاده درست از آن است. اطلاعات، اساس هرگونه پیش بینی و تصمیم گیری مبتنی بر آن است و تصمیم گیری از نوع اقتصادی و مالی اهمیت ویژه ای برای انسان دارد. از این رو، این موضوع وابستگی بین اطلاعات و اقتصاد را در دنیای کنونی نمایان می سازد. این کتاب نگاه جدید و متفاوتی به موضوع اقتصاد دارد و در آن اقتصاد اطلاعات و نقش فناوری اطلاعات در اقتصاد، جنبه های مختلف و ارزشمند آن تحلیل و تبیین شده و خواننده با به کارگیری مفاهیم و اصول اساسی آن، می تواند یک راهبرد مناسب برای خود در زندگی حرفه ای و شخصی اش تدوین کند تا آینده ای بهتر را برای خود رقم بزند.



انتشارات راه پرداخت