

بِسْمِ اللَّهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ

اقتصاد اطلاعات

اقتصاد مبتنی بر اطلاعات چه تحولی را رقم خواهد زد؟

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 برخلاف 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 به‌صورت 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. به‌عنوان 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. هرچه کمیابی بیشتر باشد، ضرورت علم اقتصاد و به‌کارگیری 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 به‌گونه‌ای 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 غیرآماده، 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 نمی شود. مثلاً با وجودی که یک چهارم وسعت کلی آمریکای لاتین بدون توسل به وسایل فنی استثنایی قابل کشت است، اما فقط از پنج درصد زمین ها، آن هم به صورتی کاملاً ابتدایی استفاده می شود.
۲. از آن مقدار امکانات طبیعی و انسانی که بهره گرفته می شود، استفاده کامل و صحیحی به عمل نمی آید، یعنی می توان از این منابع، با استفاده از آخرین دستاوردهای علمی بشر و به صورت بهینه بهره گرفت، حال آنکه اغلب با شیوه های سنتی و با وسایل ابتدایی کار انجام می شود. به عقیده «کلین کلارک» و چندین پژوهشگر دیگر، اگر همه زمین های قابل کشت مانند هلند و دانمارک مورد بهره برداری قرار می گرفت، دنیا می توانست به ۱۴ میلیارد نفر، سکنه خود غذا برساند.
۳. آخرین ابتکارات در زمینه تهیه مواد غذایی، تحول اساسی در این زمینه پدید می آورد. 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 می کند و هم بازده تولید در سطح آب را افزایش داده است.

کمیابی منابع اقتصادی

مفهوم کمیابی نتیجه وجود منابع کمیاب است. منابع را می توان نهاده هایی تعریف کرد که در تولید چیزهایی که ما خواستار آن هستیم، به کار می روند. اگر این منابع، مولد باشند، آنها را عوامل تولید می نامیم. عوامل تولید را می توان به شیوه های مختلف طبقه بندی کرد. یکی از انواع این طبقه بندی ها 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 می آید. در برخی زمین ها مقادیر بسیار عظیمی از محصولات مختلف بدون افزودن کود به دست می آید؛ اما برخی زمین ها در وضعیت طبیعی، خاصیت باروری ندارند. گفتنی است امروزه منابع اقیانوس ها و مناطق منجمد قطب ها 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 بیش خواهی 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 «هبوط آدم، 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، به عنوان 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 القای می‌کند 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 هاچسون»، «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 انجام دهندگان 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 می دهند؛ 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 می دهند. اسمیت در این زمینه تا آنجا پیش می رود که مدعی می شود 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 می داند که همه افعال به خاطر آن انجام می شود.

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 بنیان گذار و پدر علم اقتصاد شناخته می شود. 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 می کند که به قول «مینی» شیرازه جامعه را حفظ می کند. 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 می کنند. 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 برمی گردد 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 عمده‌تأثیرش 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 جهان‌شمول 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، کالاهای و 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

می‌شود، موجب شد هزاران نفر اتومبیل‌های 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 می‌افتاد. هنگامی که شرکت خطوط هوایی بریتانیا، در فوریه ۲۰۰۳ اعلام کرد به زودی پروازهای کنکورد را متوقف می‌کند، فروش بلیت‌های این هواپیما شروع به اوج‌گیری کرد. ولسی چگونه می‌توان از این اصل برای ترغیب و افزایش نفوذ در دیگران استفاده کرد؟ در بازاریابی، اگر شرکت شما ویژگی‌های محصول خود را به عنوان یک ویژگی کمیاب که سایر رقبا از آن بی‌بهره‌اند، معرفی کند، این ویژگی‌ها می‌تواند حس کمیابی را در مشتری تحریک کند. مشتری این گونه حس می‌کند که با خرید این محصول چیز کمیابی به دست می‌آورد و دیگرانی که از محصولات رقبا خرید می‌کنند، از آن بی‌بهره خواهند بود.

اصل عقلایی، به عملکرد اقتصادی افراد که در راستای افزایش درجه برآورده‌سازی و ارضای نیازهای مادی یا معنوی وی باشد، اطلاق می‌شود. در کل تمامی رفتارهای انسان را می‌توان در این تعریف گنجانده. برای نمونه اگر شخصی از کالا یا خدمت خاصی لذت می‌برد، تلاش برای کسب آن در قالب این تعریف قرار می‌گیرد. 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. حتی ممکن است فردی از اذیت‌شدن خودش لذت ببرد (در مورد بیماران روانی). این رفتار وی نیز در قالب رفتار عقلایی بررسی می‌شود. بر اساس فروض اولیه علم اقتصاد، انسان‌ها در پی به حداکثر رساندن مطلوبیت خود هستند و تمامی اعمال آنها در این راه رفتار عقلایی محسوب می‌شود. گزینش کالاها و خدمات از سوی مصرف‌کنندگان در راستای همین رفتار است.

با توجه به توضیحات مربوط به اصول موضوعه اقتصاد، می‌توان پی برد که آفرینش انسان و جهان چقدر در یک توازن هماهنگ و در عین حال پویا قرار دارد که همگی به‌منظور رشد و پیشرفت انسان است. حال هر چقدر حرکت انسان در راستای همین اصول که در واقع فطرت پاک او است، حرکت کند، موفق‌تر خواهد بود و مطلوبیت مادی و معنوی بیشتری عاید او می‌شود 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.