

اقتصاد

جلد اول



شاروم فرهنگ

اقتصاد دانشی است که با توجه به کمبود کالا و ابزار تولید و نیازهای نامحدود بشری به تخصیص بهینه کالاها و تولیدات میپردازد. ریش بنیادین برای دانش اقتصاد مسئله حداکثر شدن رضایت و مطلوبیت انسان‌هاست. این دانش به دو بخش اصلی اقتصاد خرد و کلان تقسیم می‌شود. از آدام اسمیت به عنوان پیشروی اقتصاد مدرن نام برده می‌شود. امروزه این علم با استفاده از مدل‌های ریاضی از سایر علوم انسانی فاصله گرفته‌است. برای نمونه نظریه بازی‌ها که با استفاده از توپولوژی در حال گسترش است. در زمینه اقتصاد کلان نیز معادلات دیفرانسیل و بهینه سازی توابع مطلوبیت انتگرال با محدودیت معادلات دیفرانسیل معروف به معادلات هامیلتونی رواج دارد.

www.sharom.blogsky.com

www.sharom.loxblog.com

2007

مقدمه

اقتصاد

اقتصاد دانشی است که با توجه به کمبود کالا و ابزار تولید و نیازهای نامحدود بشری به تخصیص بهینه کالاها و تولیدات میپردازد. ریش بنیادین برای دانش اقتصاد مسئله حداکثر شدن رضایت و مطلوبیت انسانهاست. این دانش به دو بخش اصلی اقتصاد خرد و کلان تقسیم می‌شود. از آدام اسمیت به عنوان پیشروی اقتصاد مدرن نام برده می‌شود. امروزه این علم با استفاده از مدل‌های ریاضی از سایر علوم انسانی فاصله گرفته است. برای نمونه نظریه بازی‌ها که با استفاده از توپولوژی در حال گسترش است. در زمینه اقتصاد کلان نیز معادلات دیفرانسیل و بهینه سازی توابع مطلوبیت انتگرال با محدودیت معادلات دیفرانسیل معروف به معادلات هامیلتونی رواج دارد.

اقتصاد خرد

اقتصاد خرد به بررسی رفتار اقتصادی انسان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی و نحوه توزیع تولیدات و درآمد در بین آنها می‌پردازد. اقتصاد خرد به اشخاص به عنوان کارگران و تولید کنندگان سرمایه، و همچنین مصرف کنندگان نهایی نگاه میکند. به صورت مشابهی به شرکت‌های اقتصادی به عنوان مصرف کننده گان سرمایه و کار، و تولید کنندگان محصول نگاه میکند. اقتصاد خرد درصدد است تا پیامد رفتار عقلایی در انسان‌ها را شناسایی کند. با توجه به محدودیت منابع (مثلاً نیروی کار، سرمایه، زمین، توانایی مدیریت و...) انسان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی مایلند که بیشترین استفاده را از منابع موجود ببرند. توابع عرضه، تقاضا، تولید، هزینه، بازارها، تعادل عمومی و اقتصاد رفاه در این بخش جای می‌گیرند. منبع: اقتصاد خرد و ۲ دکتر طهماسب محتشم دولتشاهی-مبانی علم اقتصاد- اقتصاد خرد- اقتصاد کلان -دکتر طهماسب محتشم دولتشاهی

اقتصاد کلان

اقتصاد کلان به بررسی مسایل اقتصادی در سطح کلان ملی یک کشور می‌پردازد. حیطه بررسی اقتصاد جهانی را اقتصاد بین‌الملل به عهده دارد. مسایلی از قبیل ثبات اقتصادی، توازن تراز بازرگانی خارجی، رشد اقتصادی، اشتغال، تورم، مخارج و درآمدهای دولت، رکود اقتصادی، بحران اقتصادی، بیکاری، و اقتصاد توسعه در این بخش مورد بررسی قرار می‌گیرد. منبع: نظریه‌ها و سیاست‌ها در اقتصاد کلان -دکتر طهماسب محتشم دولتشاهی فقر و تبعیض به دلیل بررسی در سطح خانوار از مباحث اقتصاد خرد میباشد.

بر خلاف اقتصاد خرد رفتارهای فردی شکل دهنده اقتصاد کلان نیست هر چند که از جمع رفتارهای فردی شکل گرفته است. کینز پدر علم اقتصاد نوین نمونه بارزی را از آثار رفتار واحدی را در عرصه کلان و خرد ارائه داده است که به تناقض پس‌انداز مشهور است. اگر افراد به صورت انفرادی پس انداز کنند در سالهای بعد دارای امکانات و قدرت مالی بیشتری خواهند بود و خواهند توانست که از سرمایه جمع شده خود استفاده کنند ولی اگر تمامی افراد جامعه هم‌زمان پس‌انداز خود را افزایش دهند و بخش بیشتری از درآمد خود را پس انداز نمایند مصرف کل اقتصاد پایین می‌آید و این امر موجب کاهش تولید نیز خواهد شد که این امر به کاهش درآمد افراد در آینده منجر می‌شود. از اینرو افزایش پس انداز برای اشخاص مفید می‌تواند باشد ولی برای جامعه به صورت کلی تأثیرات متفاوتی نسبت به تأثیرات فردی آن دارد.

نمونه دیگر: اگر شرکتی یک یا چند تن از پرسنل خود را با ماشین‌آلات جایگزین نماید بی شک سود خواهد کرد و به نفع آن شرکت خواهد بود ولی اگر تمامی شرکتها به یکباره به این کار مبادرت ورزند بیکاری افزایش می‌یابد و موجب کاهش درآمد ملی و در نتیجه کاهش تقاضا برای تولیدات شرکتها شده و سود شرکتها را کاهش می‌دهد. از اینرو تأثیرات سطح کلان می‌تواند با تأثیرات در سطح خرد متضاد باشد..



زیر شاخه‌های علم اقتصاد

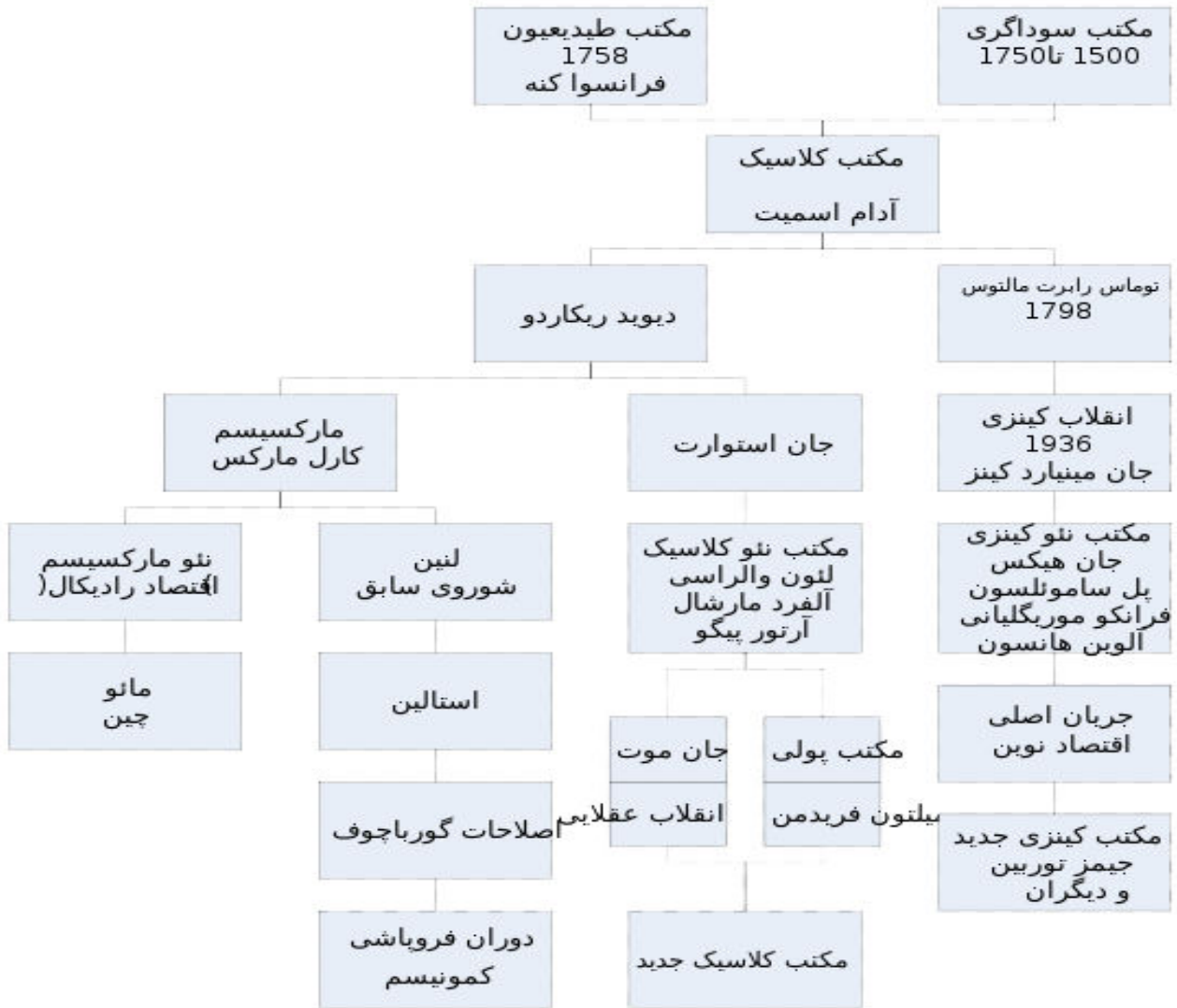
۱. اقتصاد رسانه
۲. اقتصاد سیاسی
۳. اقتصاد بین‌الملل
۴. اقتصاد رفاه
۵. مالیه
۶. اقتصاد کشاورزی
۷. اقتصاد صنعتی
۸. اقتصاد عمومی
۹. اقتصاد منابع طبیعی
۱۰. اقتصاد محیط زیست
۱۱. اقتصاد سنجی
۱۲. اقتصاد انرژی
۱۳. فلسفه اقتصادی
۱۴. اقتصاد توسعه
۱۵. اقتصاد شهری
۱۶. اقتصاد منطقه‌ای
۱۷. اقتصاد بخش عمومی
۱۸. اقتصاد مدیریت
۱۹. اقتصاد منابع پایان پذیر
۲۰. اقتصاد منابع تجدید پذیر
۲۱. اقتصاد خرد
۲۲. اقتصاد کلان
۲۳. برنامه ریزی اقتصادی
۲۴. اقتصاد ریاضی
۲۵. اقتصاد مهندسی
۲۶. اقتصاد نظری
۲۷. اقتصاد بازرگانی
۲۸. اقتصاد حمل و نقل
۲۹. تاریخ عقاید اقتصادی
۳۰. نظامهای اقتصادی
۳۱. فلسفه اقتصاد
۳۲. اقتصاد آموزش و پرورش
۳۳. اقتصاد سلامت
۳۴. اقتصاد ورزش
۳۵. بودجه ریزی
۳۶. اقتصاد جمعیت
۳۷. اقتصاد جنگل



مکاتب اقتصادی

۱. اخلاق گرای اقتصادی (مکتب اسکولاستیک)
۲. مکتب سوداگری (مرکانتیلیسم)
۳. مکتب اصالت طبیعت (فیزیوکراسی)
۴. مکتب اقتصادی کلاسیک (سنت‌گرای اقتصادی)
۵. مکتب نهادگرای
۶. مکتب تاریخی قدیم
۷. سوسیالیسم تخیلی
۸. سوسیالیسم علمی
۹. سوسیالیسم رقابتی
۱۰. سوسیالیسم اقتصادی
۱۱. نیو کلاسیسم (مارژینالیسم یا نهایی گرای)
۱۲. مکتب کینز
۱۳. نئو لیبرالیسم
۱۴. نیو کینزیسم
۱۵. مکتب شیکاگو (مانیتریسم یا پول محوری)
۱۶. کلاسیک‌های جدید جدید
۱۷. کینز گرایان جدید
۱۸. ساختارگرایان
۱۹. مکتب اتریش
۲۰. مکتب طرفداران طرف عرضه
۲۱. مکتب دورهای تجاری حقیقی
۲۲. نظریات اقتصادی حکیمان یونان باستان
۲۳. ورزش و اقتصاد





فصل اول

بخش اول : اقتصاد خرد

اقتصاد خرد

اقتصاد خرد شاخه‌ای از علم اقتصاد است که به مطالعه منحصر به فرد اقتصاد، تجزیه و تحلیل بازار، رفتار مصرف کنندگان و خانوارها و بنگاه‌ها می‌پردازد و اساس آن مدل‌های ریاضی است. اقتصاد خرد شاخه‌ای از علم اقتصاد است که به چگونگی رفتار انسان‌ها و انتخاب هایشان در سطح واحدهای خرد یا کوچک اقتصادی مانند یک فرد، یک بنگاه، یک صنعت یا بازار یک کالای خاص می‌پردازد و به چگونگی تعامل بین خریداران و مصرف کنندگان و عوامل موثر در انتخاب خریداران می‌پردازد به طور خاص اقتصاد خرد به الگوی عرضه و تقاضا برای کالاها و خدمات و همچنین تعیین قیمت خروجی در بازارهای خاص می‌پردازد و به طور معمول در بازارهایی که در آن کالاها در حال خرید و فروش هستند کاربرد دارد.

تفاوت بین اقتصاد خرد و کلان

علم اقتصاد به دو بخش اقتصاد خرد و اقتصاد کلان تقسیم می‌شود. اقتصاد کلان به مطالعه رفتار اقتصاد به عنوان یک صنعت کامل می‌پردازد و فقط در شرکت‌های خاص مورد بررسی قرار نمی‌دهد. این نگاه به پدیده‌های اقتصادی گسترده‌ای مانند تولید ناخالص ملی، تورم، بیکاری، و سطوح قیمت‌ها می‌پردازد. اقتصاد خرد نگاهی متمرکز در تئوری‌های اساسی عرضه و تقاضا دارد این که چه مقدار از چیزی را برای تولید و چه مقدار را برای هزینه در نظر بگیریم را مورد بررسی قرار میدهد. در حالی که این دو شاخه اقتصاد به نظر می‌رسد از هم متفاوت باشند اما کاملاً به هم وابسته و مکمل یکدیگرند و بسیاری از مسایل اقتصادی تداخلی از این دو مطالعه هستند. به عنوان مثال با افزایش نرخ تورم قیمت مواد اولیه افزایش می‌یابد و این به نوبه خود در قیمت نهایی کالاها تاثیر گذار است.

اهداف اقتصاد خرد

یکی از اهداف اقتصاد خرد بررسی بازار و برقرار کردن یک رابطه نسبی پولی بین کالاها و خدمات است. همچنین به بررسی موارد شکست بازار (مواردی که بازار قادر به تولید نتیجه مطلوب و در خور نبوده اند) می‌پردازد. تئوری‌هایی را برای داشتن یک بازار رقابتی شرح می‌دهد. در نظریه عرضه و تقاضا معمولاً فرض بر این قرار داده می‌شود که فضا کاملاً رقابتی است. این بدین معناست که خریداران و فروشندگان بسیاری در بازار وجود دارند و هیچ کدام از آنها نمی‌توانند بر قیمت‌ها تاثیر بگذارند. در معاللات زندگی واقعی این فرض با مشکل مواجه است زیرا بسیاری از خریداران و فروشندگان این توانایی را دارند که بر قیمت‌ها تاثیرگذار باشند. در خصوص نظریه عرضه و تقاضا در اغلب موارد تجزیه و تحلیل پیچیده‌ای نیاز است تا بتوان یک مدل عرضه و تقاضا ارائه داد.

زمینه‌های مهم در علم اقتصاد خرد

شامل برقراری تعادل عمومی، انتخاب تحت عدم اطمینان، تئوری بازیها و در نظر گرفتن کشش عرضه و تقاضا درون سیستم بازار است.



بخش دوم : عرضه و تقاضا

عرضه و تقاضا یک مدل اقتصادی می‌باشد که اثر قیمت را بر روی مقدار در بازار رقابتی بررسی می‌کند. قیمت بر روی مقدار تقاضا از طرف مصرف‌کنندگان و مقدار تولید از طرف عرضه‌کنندگان اثر می‌گذارد. در نتیجه اقتصاد در قیمت و مقدار به تعادل می‌رسد. سایر عوامل موثر در تعادل اقتصادی نیز در این مدل باعث تغییر تقاضا و عرضه می‌شوند.

اصول بنیادی

مدل عرضه و تقاضا در واقع برای بازار رقابتی تنظیم شده است که در آن هیچ یک از خریداران و فروشندگان نمی‌توانند اثر زیادی بر روی قیمت بگذارند، و قیمت به صورت یک داده است. مقدار تولید محصول توسط تولیدکننده و مقدار تقاضا توسط مصرف‌کننده، وابسته به قیمت محصول در بازار است. قانون عرضه می‌گوید که در ثابت بودن سایر شرایط مقدار عرضه وابسته به قیمت است و در قیمت بالاتر عرضه بیشتر و در قیمت پایینتر عرضه کمتر خواهد بود. و قانون تقاضا نیز می‌گوید با ثابت بودن سایر عوامل در قیمت‌های بالا تقاضا کمتر و در قیمت‌های پایین تقاضا بیشتر خواهد بود.

در بازار رقابتی قیمت تعادلی و مقدار تعادلی یک کالا با عرضه و تقاضای بازار برای آن کالا تعیین می‌شود. قیمت تعادلی یک کالا دقیقاً برابر با قیمتی است که مصرف‌کنندگان مقدار کالایی را که حاضرند در یک دوره زمانی خاص بخرند برابر با مقداری است که تولیدکنندگان آن کالا حاضرند عرضه کنند. در قیمت‌های بالاتر کمبود تقاضا اتفاق و باعث مازاد عرضه می‌شود. این اضافه عرضه به قیمت فشار می‌آورد و باعث می‌شود که قیمت دوباره به سطح تعادلی بازگردد. در قیمت‌های پایین‌تر نیز، مقدار تقاضا از مقدار عرضه بیشتر می‌شود و باعث مازاد تقاضا می‌شود. این مازاد تقاضا باعث افزایش قیمت و در نتیجه بازگشت قیمت به اندازه قبل خود (قیمت تعادلی) می‌شود. پس از اینکه قیمت به تعادل رسیده، این قیمت میل به استمرار و باقی ماندن دارد.

عرضه

عرضه عبارتست از جریان کالا - خدمات به بازار برای برآوردن تقاضا. همچنین می‌توان گفت: مقدار کالا و خدماتی است که تولید کنندگان حاضرند در قیمت‌های مختلف در اختیار مصرف کنندگان قرار دهند. شایان ذکر است که عرضه بستگی به دو عامل دارد:

۱- درآمد

۲- هزینه تولید

همچنین با ثابت در نظر گرفتن بعضی عوامل در کوتاه مدت یک رابطه مثبت بین مقدار عرضه کالا یا خدمات و قیمت آن ایجاد می‌شود که به قانون عرضه شهرت دارد.

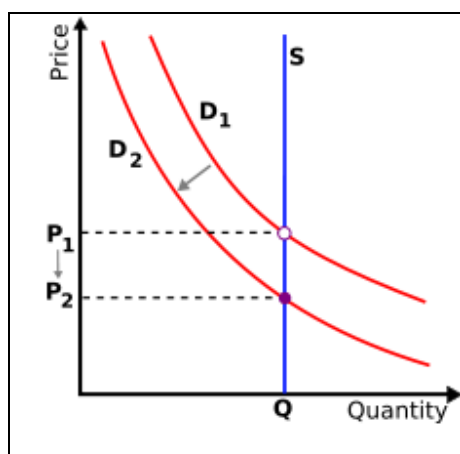
انتقال تابع عرضه

در تعریف منحنی عرضه بعضی عوامل مثل تعداد و اندازه بنگاه‌های تولیدی، فن‌آوری تولید، قیمت عوامل تولید و قیمت دیگر کالاهای مرتبط ثابت در نظر گرفته شده است. در صورت افزایش تعداد و اندازه بنگاه‌ها یا بهبود فن‌آوری یا کاهش قیمت عوامل تولید و یا قیمت کالاهای مرتبط منحنی عرضه به سمت پایین و راست منتقل می‌شود. در این صورت قیمت تعادلی کاهش و مقدار تولید افزایش می‌یابد و بلعکس.



منحنی عرضه عمودی

بعضی وقتها منحنی عرضه عمودی است یعنی عرضه ثابت است و امکان افزایش عرضه در کوتاه مدت وجود ندارد. چون عوامل تولید مانند سرمایه و نیروی کار در کوتاه مدت ثابت هستند. در این مواقع قیمت و مقدار تقاضا اثری بر روی میزان عرضه ندارد. مانند مقدار زمین بر روی دنیا که ثابت است. و قیمت بالاتر نمی‌تواند باعث شود که زمین بیشتری بوجود آید. و حتی اگر تقاضا کننده‌ای برای زمین نباشد باز زمین وجود دارد. در واقع کشش منحنی عمودی عرضه برابر با صفر است.



در اینجا قیمت از p_1 به p_2 رسیده است و منحنی تقاضا نیز از D_1 به D_2 رسیده است اما مقدار عرضه تغییری نکرده است.

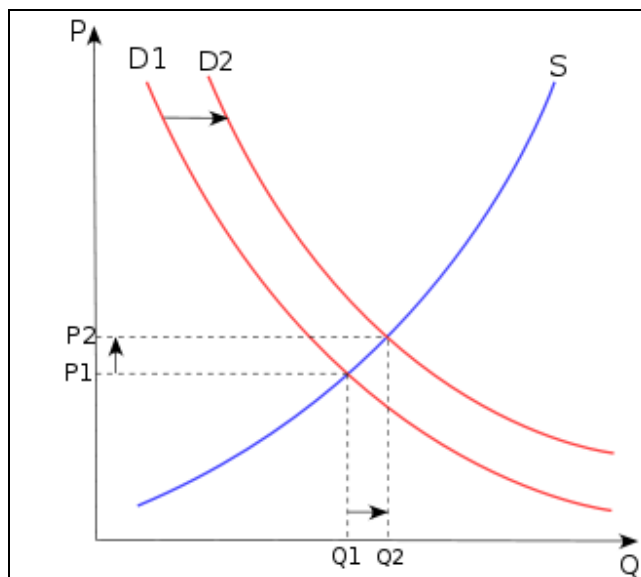
تقاضا

تقاضا یعنی میل و خواست و توانایی یک فرد برای دریافت کالا یا خدمتی. منحنی تقاضا مکان هندسی مجموعه نقاطی است که یک فرد برای بدست آوردن کالا یا خدماتی حاضر به پرداخت چه میزان پول است. و یک تولید کننده به ازای هر قیمتی مایل به چقدر تولید است. شیب منحنی تقاضا منفی است، یعنی اینکه هر چقدر قیمت افزایش یابد مقدار تقاضا کاهش می‌یابد. عوامل زیادی بجز قیمت بر روی تقاضای افراد موثر است که از آنجمله می‌توان به قیمت کالاهای جانشین و مکمل، سلیقه مصرف کنندگان، انتظارات از آینده و میزان درآمد مصرف کنندگان اشاره نمود. قانون تقاضا نیز به این معنی که با افزایش قیمت، مقدار تقاضا کاهش یافته و در مقابل با کاهش قیمت، مقدار تقاضا افزایش می‌یابد. به رابطه منفی قیمت و تقاضا قانون تقاضا می‌گویند.



انتقال منحنی تقاضا

در تعریف منحنی تقاضای یک کالا، به جز قیمت سایر عوامل موثر بر قیمت ثابت در نظر گرفته شده‌اند. این عوامل شامل: تعداد مصرف‌کنندگان در بازار، سلیقه آنان، درآمد آنان و قیمت کالاهای جانشین و مکمل آنها در صورتی که یکی از این عوامل تغییر کند منحنی تقاضا جابجا می‌شود. مثلاً اگر سلیقه مصرف‌کنندگان در استفاده بیشتر از این کالا برانگیخته شود و یا اگر درآمد پولی آنان افزایش یابد یا اگر قیمت کالاهای مکمل کاهش و کالاهای جانشین افزایش یابد، منحنی به سمت راست و بالا جابجا می‌شود و بلعکس در این صورت قیمت و مقدار تعادلی آن کالا نیز افزایش می‌یابد.



با جابجا شدن منحنی تقاضا به سمت راست و افزایش تقاضا، قیمت از p_1 به p_2 رسیده و مقدار تولید نیز از q_1 به q_2 افزایش یافته است.



بخش سوم : تولید**تولید**

تولید یا فرآوری، از اصطلاحات علم اقتصاد، به معنی تهیه کالا و خدمات مورد نیاز با استفاده از منابع و امکانات موجود است. فعالیت تولیدی سلسله اقداماتی است که برای تبدیل منابع به کالاهای مورد نیاز صورت می‌گیرد. تولید یا ساخت نام صنعت بسیار مهمی است که از ماقبل تاریخ ایجاد شد. شاید بتوان تولید را اولین صنعت بشر دانست. نیاز به تولید، منجر به پیشرفت تمام رشته‌های مهندسی شد.

تولید یا فرآوری، از اصطلاحات علم اقتصاد، به معنی تهیه کالا و خدمات مورد نیاز با استفاده از منابع و امکانات موجود است. فعالیت تولیدی سلسله اقداماتی است که برای تبدیل منابع به کالاهای مورد نیاز صورت می‌گیرد. از نظر اقتصاد تولید به مفهوم ساخت کالا یا ارائه خدمات می‌باشد. خدماتی مانند خدمات ارائه شده بوسیله پزشکان، معلمان، تعمیر کاران و ... نیز از نظر اقتصادی کالا به حساب می‌آیند زیرا همه افراد فوق نیز هدفشان از ارائه خدمت ارضای نیازهای دیگر افراد مردم است. از این گذشته، آنان که در شبکه توزیع به کار اشتغال دارند مانند عمده فروشان و خرده فروشان و کارکنان در واحدهایی که به حمل و نقل کالا یا مسافر مشغولند نیز بخشی از شبکه تولید به حساب می‌آیند. زیرا تولید کالا تا زمانی که کالاها به دست مصرف کننده نرسد کامل نمی‌گردد. تولید یا ساخت نام صنعت بسیار مهمی است که از ماقبل تاریخ ایجاد شد. شاید بتوان تولید را اولین صنعت بشر دانست. نیاز به تولید، منجر به پیشرفت تمام رشته‌های مهندسی شد. کالا هر چیزی است که بتوان برای جلب نظر، تملک، استفاده یا مصرف به بازار عرضه کرد و قابلیت تأمین یک خواسته یا نیاز را داشته‌باشد. کالاهای فیزیکی، خدمات، اشخاص، سازمانها و ایده‌ها از این دسته‌اند. در اصطلاح علم اقتصاد، محصولات و مواد مختلفی که توسط تولید کننده، به بازار عرضه شود و در برابر دریافت پول، یکی از نیازهای انسان را تأمین و رفع کند، کالا نام دارد. کالاهایی که در بازار عرضه می‌شوند، و به فروش می‌رسند تا توسط مصرف کنندگان خریداری شوند و به مصرف برسند، کالاهای مصرفی نام دارند. کالاهایی که تولیدکنندگان دیگری برای تولید کالاهای مختلف دیگر، آن‌ها را خریداری کنند و مورد استفاده قرار دهند، کالای واسطه‌ای نامیده می‌شود. کالاهایی که نیازهای اولیه مصرف کنندگان را تأمین می‌کند، کالاهای ضروری و کالاهایی که برای تأمین نیازهای کم اهمیت تر مصرف می‌شود، کالاهای لوکس نامیده می‌شود.



بخش چهارم : هزینه

هزینه شامل بهای اشیا یا خدماتیست که برای تحصیل درآمد مورد نیاز می‌باشد. به عنوان مثال: هزینه حقوق کارمندان، آب، برق، تلفن، درج آگهی در روزنامه، هزینه استهلاک اثاثه و ساختمان همگی بخشی از هزینه‌های یک موسسه می‌باشند. مبالغی که تولیدکنندگان برای تولید صرف می‌کنند، هزینه تولید نامیده می‌شود. اگر هزینه از درآمد بیشتر باشد آن را زیان و اگر هزینه از درآمد کمتر باشد، به آن سود گفته می‌شود. همانگونه که درآمد موجب افزایش سرمایه می‌گردد، هزینه موجب کاهش آن می‌شود.

هر کاهشی در صندوق هزینه محسوب نمی‌گردد. به عنوان مثال:

- خرید بسیاری از اقلام دارایی مانند خرید ساختمان و اثاثه هزینه محسوب نمی‌گردد.
- واریز بدهی و پرداخت وجه به طلبکاران هزینه محسوب نمی‌گردد.

برداشت نقدی صاحب موسسه از صندوق جزء هزینه جاری موسسه نمی‌باشد.



بخش پنجم : نقدینگی**نقدینگی**

چون میزان کالا و خدمات در جامعه محدود است، پس باید میزان نقدینگی به اندازه‌ای باشد که با کالا و خدمات برابری کند. اگر میزان نقدینگی بسیار افزایش یابد، کالا و خدمات در جامعه کم شده و قیمت‌ها (بهاها) افزایش می‌یابد (تورم). بنابراین کنترل نقدینگی از مهم‌ترین اهداف کشورها می‌باشد و سیاست‌های گوناگونی را بدین منظور می‌گذارند. برای نمونه افزایش فناوری و تولید درون‌مرزی، که با گردآوری کالای کافی و بسنده، از تورم جلوگیری می‌کند.

مدیریت نقدینگی

مدیریت نقدینگی یکی از بزرگ‌ترین چالش‌هایی است که سیستم بانکداری با آن روبرو است. دلیل اصلی این چالش این است که بیشتر منابع بانک‌ها از محل سپرده‌های کوتاه‌مدت تامین مالی می‌شود. علاوه بر این تسهیلات اعطایی بانک‌ها صرف سرمایه‌گذاری در دارایی‌هایی می‌شود که درجه نقدشوندگی نسبتاً پایینی دارند.

وظیفه اصلی بانک ایجاد توازن بین تعهدات کوتاه‌مدت مالی و سرمایه‌گذاری‌های بلند مدت است. نگهداری مقادیر ناکافی نقدینگی بانک را با خطر عدم توانایی در ایفای تعهدات و در نتیجه ورشکستگی قرار می‌دهد. نگهداری مقادیر فراوان نقدینگی، نوع خاصی از تخصیص ناکارآمد منابع است که باعث کاهش نرخ سوددهی بانک به سپرده‌های مردم و در نتیجه از دست دادن بازار می‌شود.

مدیریت نقدینگی به معنی توانایی بانک برای ایفای تعهدات مالی خود در طول زمان است. مدیریت نقدینگی در سطوح مختلفی صورت می‌گیرد. اولین نوع مدیریت نقدینگی به صورت روزانه صورت پذیرفته و به صورت متناوب نقدینگی مورد نیاز در روزهای آتی پیش‌بینی می‌شود. دومین نوع مدیریت نقدینگی که مبتنی بر مدیریت جریان نقدینگی است، نقدینگی مورد نیاز را برای فواصل طولانی‌تر شش ماهه تا دو ساله پیش‌بینی می‌کند. سومین نوع مدیریت نقدینگی به بررسی نقدینگی مورد نیاز بانک در شرایط بحرانی می‌پردازد.



بخش ششم : تورم**تورم**

تورم (به انگلیسی Inflation): از نظر علم اقتصاد اشاره به افزایش سطح عمومی تولید پول، درآمدهای پولی و یا قیمت است. تورم عموماً به معنی افزایش غیرمتناسب سطح عمومی قیمت در نظر گرفته می‌شود. تورم، روند فزاینده و نامنظم افزایش قیمت‌ها در اقتصاد است. هر چند طبق تئوری‌های مختلف، تعاریف متفاوتی از تورم صورت می‌گیرد، اما، تمامی آنها به روند فزاینده و نامنظم افزایش در قیمت‌ها اشاره دارند. مفهوم امروزی تورم، در قرن نوزدهم میلادی متداول شد. قبل از آن، مفهوم دیگری از تورم وجود داشت که جهت نشان دادن افزایش حجم اسکناس‌های غیرقابل تبدیل به طلا به کار برده می‌شد.

نرخ تورم برابر است با تغییر در یک شاخص قیمت که معمولاً شاخص قیمت مصرف کننده است.

تعریف

تورم دلالت بر وضعیت دارد که در آن تقاضای پولی برای محصول نسبت به تولید رشد می‌کند، وضعیتی که، در غیاب کنترلی موثر، به صورت افزایش قیمت یک واحد از کالای تولید شده آشکار می‌شود. تورم معمولاً با افزایش واقعی یا بالقوه سطح عمومی قیمت‌ها، یا به سخن دیگر، با کاهش قوه خرید واحد پولی همراه است. در بعضی مواقع تورم زمانی به وجود می‌آید که سطح عمومی قیمت‌ها به میزانی که افزایش در بازدهی عوامل و فرایندهای اقتصادی ایجاب می‌کنند تنزل نیابد. تورم آن طور که معمولاً فهمیده می‌شود، رابطه‌ای با افزایش نامعمول قیمت‌ها دارد. زمانی که اقتصاددانان درباره تورم صحبت می‌کنند، به رشد سطح عمومی قیمت‌ها اشاره دارند؛ تورم یعنی باید برای خرید کالاها و خدمات، پول بیشتری پرداخت شود.

پاره‌ای دیگر از تعاریف، تورم را سیر تراکمی افزایش قیمت‌ها و برگشت ناپذیری آن تعریف کرده‌اند. صاحب‌نظران دیگری همچون ریمون بار، ژان مارشال و گونار میردال تورم را افزایش زیاد و مداوم قیمت‌ها تعریف کرده‌اند. اگر رشد دستمزدها با رشد بهره‌وری در اقتصاد یکسان باشد، تورم به وجود نخواهد آمد.

انواع :**تورم مطلق و شبه تورم**

کینز تلاش می‌کرد که بین «شبه تورم» و «تورم مطلق» یا واقعی تفاوت قائل شود. نوع اول، وقتی پدید می‌آید که در یک جریان بهبود دوره‌ای، افزای در تقاضاهای پولی برای کالا تا حدی به صورت مخارج، منجر به افزایش اشتغال و بازده واقعی کالاها شود و تا حدی نیز قیمت و هزینه تولید یک واحد از کالا را بالا برد. نوع بعدی وقتی پدید می‌آید که «افزایش در مقدار تقاضای موثر، موجب افزایش باده نشده و تماماً خود را در افزایش هزینه هر واحد تولید منعکس می‌سازد که کاملاً متناسب با افزایش در تقاضای موثر است».

تورم حاد

اغلب تعیین درجه یا میزان تورم مفید واقع می‌شود. بدین ترتیب «تورم حاد» (برخی اوقات تورم مهارناپذیر) واژه‌ای است که درباره‌ی تجاری‌بی چون تجربه‌ی آلمان در سال‌های ۱۹۱۹-۲۳ بکار می‌رود. می‌توان تورم حاد را وضعیتی تعریف کرد که در آن افزایش مدام قیمت‌ها انتظار افزایش باز هم بیش تر را پیش می‌آورد به نحوی که جوش و خروش برای کالاها وضعیتی را پدید می‌آورد که پایان آن سقوط کامل پول است، در حالت تورم حاد سرعت گردش پول نقش مهمی ایفا می‌کند و به آن چنان سطحی ارتقا می‌یابد که واحد پول نخست نقش خود را به صورت ذخیره ساز ارزش و بالاخره



ضابطه‌ی تعیین ارزش و واسطه‌ی مبادله از دست می‌دهد. «تورم خزنده» از سوی دیگر، افزایش تدریجی اما دائمی هزینه‌ها و قیمت‌ها را می‌نمایاند که کم و بیش به وسیله‌ی سیاست‌های پولی و مالی با آن برخورد می‌شود.

تورم آشکار و نهان

تجربه‌ی کنترل‌های فوری که معمولاً در زمان جنگ و نیز بلافاصله بعد از آن اعمال می‌شوند، منجر به ایجاد تمایز بین «تورم نهان» و «تورم آشکار» شده است. بدین ترتیب «مشخصه‌ی وضعیت تورم نهان این است که قیمت‌ها و احتمالاً نیز حقوق‌ها از طریق اعمال کنترل‌های مستقیم ثبت می‌شوند، حال آن‌که در وضعیت تورم آشکار چنین کنترل‌هایی اعمال نمی‌شود.

ریشه‌های تورم

دیدگاه کینز دو دلیل عمده برای تورم ذکر می‌کند: کاهش عرضه کل و یا افزایش تقاضای کل. دیدگاه پول‌گرایان رشد عرضه پول مازاد بر رشد اقتصادی را عمده‌ترین دلیل تورم می‌داند. به عبارت دیگر، تورم، تناسب نداشتن حجم پول در گردش، با عرضه‌ی خدمات و کالاهاست. تقریباً تمام اقتصاددانان بر این نکته توافق دارند که تورم پایدار و درازمدت، ریشه‌ای جز عرضه‌ی پول و افزایش نقدینگی ندارد. هر چه میزان تورم بیشتر شود، قدرت خرید یک واحد پول کمتر می‌گردد.

پیامدهای تورم

تورم از جمله پدیده‌هایی است که می‌تواند آثار و تبعاتی مثبت و منفی به دنبال داشته باشد و مهمترین اثر آن توزیعی است به نحوی که به نفع گروه‌های پردرآمد و به ضرر گروه‌های فقیر و کم‌درآمد و حقوق‌بگیر است. به عبارت دیگر تورم به افراد دارای درآمدهای پولی ثابت، ضرر می‌زند و از قدرت خرید آنان می‌کاهد و در مقابل، به نفع اغلب کسانی تمام می‌شود که درآمدهای پولی متغیر دارند. گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس تصریح می‌کند: تورم همچنین هزینه‌های عمومی دولت را افزایش داده و در نتیجه دولت را مجبور به کسب درآمد بیشتر یا استقراض از بانک مرکزی می‌کند که در هر دو حالت ضربات جبران‌ناپذیری را به اقتصاد کشور وارد می‌کند. این گزارش در ادامه به طرح راهکارهای مبارزه با تورم پرداخته و تاکید می‌کند که حل معضل تورم در کشور کار خیلی پیچیده‌ای نیست و کافی است ریشه‌های تورم، که قابل شناسایی نیز هستند، به گونه‌ای از میان برداشته شوند.

آثار سیاسی و اجتماعی تورم

علاوه بر آثار اقتصادی، تورم بر ساختار اقتصاد و متغیرهای کلان اقتصادی تأثیرگذار است. تورم، در عصر حاضر، ابعاد اجتماعی و سیاسی گسترده‌ای پیدا کرده است. دلیل این مسئله، ارتباط تنگاتنگ تورم با زندگی افراد جامعه است. علاوه بر آن، ثبات سیاسی و اقتصادی یک کشور از طریق شاخص‌های متفاوتی سنجیده می‌شود که تورم از جمله آنهاست. شعار بسیاری از نامزدهای ریاست جمهوری در کشورهای در حال توسعه، کنترل و پایین آوردن روند رشد قیمت‌هاست. از این‌رو، تورم را می‌توان که یکی از پیچیده‌ترین، مهم‌ترین و حساس‌ترین مقولات اقتصادی و اجتماعی عصر حاضر دانست و بررسی و تحلیل آن، می‌تواند نقش بسزایی در تحلیل و تبیین مسائل اقتصادی داشته باشد.

وضعیت تورم در ایران

بر اساس گزارش صندوق بین‌المللی پول، ایران در سطح خاورمیانه بالاترین نرخ تورم را داراست. در حالی که میانگین نرخ تورم در کشورهای خاورمیانه برابر با ۳.۳ درصد است.

ایران، پنجمین نرخ بالای تورم را در سطح جهان دارد. بر اساس این گزارش، زیмбаوه با نرخ تورم ۱۸۷.۲ درصد، بالاترین نرخ تورم را در دنیا دارد.



به گزارش صندوق بین‌المللی پول، ژاپن با تورم منفی ۰.۲ درصد، صاحب پایین‌ترین نرخ تورم در سطح جهان است. این گزارش حاکی است در سطح جهان، ۲۶ کشور دارای نرخ تورم دو رقمی، یک کشور دارای نرخ تورم سه رقمی، ۱۵۲ کشور دارای نرخ تورم یک رقمی و یک کشور (ژاپن) دارای نرخ تورم منفی هستند.

صندوق بین‌المللی پول در جدیدترین گزارش خود از وضعیت شاخص‌های اقتصادی منطقه خاورمیانه، نرخ تورم سال جاری ایران را معادل ۲۶ درصد پیش‌بینی کرد که براساس آمار این نهاد بین‌المللی، بالاترین میزان تورم ایران در سال‌های اخیر بوده و تا پایان سال ۱۳۹۲ نیز بالاترین نرخ تورم خواهد بود.



بخش هفتم : شاخص قیمت**شاخص قیمت**

شاخص قیمت یا شاخص بها متغیری در اقتصاد است که تحولات قیمت را بر مبنای یک سال پایه نشان می‌دهد.

شاخص قیمت به طرق گوناگون محاسبه می‌گردد که بسته به طریقه محاسبه آن به دسته‌های زیر تقسیم می‌گردد:

- شاخص بهای مصرف کننده : شاخص قیمت مصرف کننده متوسط قیمت کالاها و خدماتی است که یک خانواده می‌خرد. تغییر در شاخص قیمت مصرف کننده تورم خوانده می‌شود.
- شاخص بهای تولید کننده : شاخص قیمت تولید کننده متوسط قیمت کالاها و خدماتی است که بنگاه‌ها به ازای تولید کالا و خدمات دریافت می‌کنند.
- شاخص بهای خرده فروشی
- شاخص بهای عمده فروشی

محاسبه شاخص قیمت

دو روش اصلی برای محاسبه شاخص قیمت وجود دارد. یکی شاخص لاسپیرز (Laspeyres) و دیگری شاخص پاشه (Paasche) است.

محاسبه شاخص لاسپیرز به این شکل است:

$$P_L = \frac{\sum p_t q_0}{\sum p_0 q_0},$$

و محاسبه شاخص پاشه به این صورت است:

$$P_P = \frac{\sum p_t q_t}{\sum p_0 q_t},$$

که در آنها p_0 و q_0 قیمت و مقدار در سال پایه را نشان می‌دهند در حالیکه p_t و q_t قیمت و مقدار را در سال مورد بررسی t هستند. اما باید دقت شود که این شاخص‌ها دارای محدودیت‌هایی می‌باشند از جمله نقاط ضعف این دو شاخص این است که سطح عمومی قیمت‌ها را غیر واقعی نشان می‌دهند شاخص پاشه کمتر از واقع و شاخص لاسپیرز بیش از واقع نشان می‌دهد و به نظر من اختلافاتی که بر سر تورم این اواخر پیش آمده به این مساله ارتباط دارد.



بخش هشتم : کالا**کالا**

در اصطلاح علم اقتصاد، محصولات و مواد مختلفی که توسط تولیدکننده، به بازار عرضه شود و در برابر دریافت پول، یکی از نیازهای انسان را تأمین و رفع کند، کالا نام دارد. کالاهایی که در بازار عرضه می‌شوند، و به فروش می‌رسند تا توسط مصرف کنندگان خریداری شوند و به مصرف برسند، کالاهای مصرفی نام دارند. کالاهایی که تولیدکنندگان دیگری برای تولید کالاهای مختلف دیگر، آنها را خریداری کنند و مورد استفاده قرار دهند، کالای واسطه‌ای نامیده می‌شود. کالاهایی که نیازهای اولیه مصرف کنندگان را تأمین می‌کند، کالاهای ضروری و کالاهایی که برای تأمین نیازهای کم اهمیت تر مصرف می‌شود، کالاهای تجملی نامیده می‌شود.

کالاهای اقتصادی

کالای اقتصادی به تمام کالاهای مادی یا معنوی اطلاق می‌شود که ارزش پولی داشته و قابلیت خرید و فروش داشته باشند. به عبارتی هر کالا یا خدمتی که فرد، حاضر به پرداخت مبلغی برای کسب آن باشد کالای اقتصادی محسوب می‌شود.

تقسیمات

کالای اقتصادی به کالاهای خوب و بد تقسیم می‌شوند. کالاهایی که فرد برای کسب آن حاضر به پرداخت مبلغی باشد کالای خوب و کالا یا خدمتی که فرد برای دور شدن از آن حاضر به پرداخت باشد کالای بد می‌باشد. مثلاً آشغال یا درد دندان.

کالاهای اقتصادی از دیدگاه مصرف نیز قابل تقسیم می‌باشند:

تقسیم بندی کالاهای اقتصادی		قابلیت جلوگیری از مصرف
رقابت مصرف‌کنندگان	بله	کالاهای خصوصی: غذا، لباس، خودرو و ...
رقابت مصرف‌کنندگان	بله	کالاهای خصوصی: غذا، لباس، خودرو و ...
رقابت مصرف‌کنندگان	خیر	کالاهای عمومی: امنیت عمومی پلیس، ارتش و تلویزیون‌های آنتنی
رقابت مصرف‌کنندگان	خیر	کالاهای گروهی: باشگاه‌های ورزشی، کافه‌ها و ...

مثال :

رای نمونه اگر دعای خیر گدا برای فردی با ارزش باشد و برای وی مطلوبیت و خوشایندی داشته باشد، آن دعای خیر یا رضایت‌مندی گدا برای شخص یک کالای اقتصادی می‌باشد. ولی راهنمایی یک پدر در زمینه‌های اقتصادی و یا سایر زمینه‌ها در صورتیکه برای فرد رضایت‌مندی نداشته باشد، کالای اقتصادی محسوب نمی‌شود.



بخش نهم : پول

پول

پول در تعریف ابتدایی آن وسیله، قطعه، شی، یا چیزیست که انسان‌ها برای تبادل خواسته‌ها، خدمات، کالاهای نیازها از آن استفاده می‌کنند.

در اقتصاد

در مفهوم اقتصادی پول بسیار متفاوت از تعریف عمومی آن است. حجم پول دارای آثار کاملاً بارزی در اقتصاد دارد و بر نرخ تورم، بهره، بیکاری و تولید تأثیر گذار است. در مفهوم اقتصادی پول واحدی برای اندازه گیری تولید اقتصادی و نیز واحدی برای ذخیره ارزش اقتصادی می‌باشد. پول رایج باید ۵ ویژگی داشته باشد:

- (۱) مورد قبول عموم باشد
- (۲) بادوام باشد
- (۳) استفاده از آن آسان بوده و قابل تقسیم باشد(۴) در کوتاه مدت دارای ارزش ثابت باشد (۵) تولید آن محدود باشد

انواع پول

پول بانکی (شامل وجوه و اعتبارات بانکی در بانکهای تجاری) پول نقد (شامل اسکناس و مسکوک) پول الکترونیک (شامل کارتهای اعتباری و نیز اعتبارت کدی (امروزه، چک، سفته، چک های مسافرتی، اسناد بهادار و دیگر اوراق با ارزش را نیز پول می گویند.

بخش دهم : زیان

زیان

در اصطلاح علم اقتصاد، هرگاه میزان هزینه از میزان درآمد بیشتر باشد، آن را زیان می‌گویند. برای دوری از وضعیت زیان، تولیدکنندگان می‌بایست تا حد ممکن هزینه‌های تولید را کاهش دهند.



بخش یازدهم : شکست بازار**تعریف**

شکست بازار مفهومی در تئوریهای اقتصادی است که در آن تخصیص کالاها و خدمات توسط نظام بازار آزاد به ناکارآمدی می انجامد. در واقع، خروجی دیگری وجود دارد که تحت این خروجی جدید، منفعت کل شرکت کنندگان در بازار بر زیانهای آنها غلبه میکند. (هرچند برخی شرکت کنندگان در این خروجی جدید ضرر میکنند). شکست بازار از دیدگاهی دیگر، به عنوان سناریویی که در آن پیگیری نفع شخصی توسط افراد به ناکارآمدی منجر می شود نیز میتواند دیده شود.

اولین کاربرد مفهوم شکست بازار توسط اقتصاددانان در سال ۱۹۸۵ بود اما ردپای آن را در آثار هنری سیدویک (Henry Sidgwick)، فیلسوف زمان ملکه ویکتوریا نیز میتوان پیدا کرد.

موارد شکست بازار و دخالت دولت

موارد متعددی را می توان برشمرد که سازوکار بازار در رسیدن به هدف "کارآمدی" شکست میخورد. در این موارد دولت به عنوان برطرف کننده شکست بازار و ایجادکننده "کارآمدی"، در اقتصاد دخالت میکند.

نبود رقابت

رقابت شرط لازم برای رسیدن به کارآمدی اقتصادی است. رقابت سبب می شود که بنگاهها در جستجوی یافتن کارآمدترین شیوه تولید برآیند و بیشترین مقدار محصول را با کمترین قیمت ممکن به دست مصرف کننده برسانند. اما شرایط رقابت کامل فقط به صورت یک حالت مبنا در مباحث نظری قابل تصور است و در عمل به طور کامل محقق نمیشود. واحدهای اقتصادی اگر در حالت رقابت نباشند میتوانند با تولید کمتر سود بیشتری نسبت به حالت رقابتی ببرند. بنابراین سعی میکنند به هر شیوه ای که ممکن باشد نوعی انحصار برای خود ایجاد کرده و از رقابت در امان بمانند. گاهی این انحصار از طریق خلاقیت و نوآوری و ایجاد تنوع در محصولات حاصل میشود. یعنی بنگاهها انگیزه نوآوری و خلاقیت دارند. این نوع انحصارات که پاداش خلاقیت بنگاهها است تا حدی که برای اقتصاد مفید باشند توسط قوانین حق مالکیت حمایت میشوند. اما گاهی انحصارات از طرق دیگر حاصل میشود. از آنجا که در این موارد کارایی اقتصادی کاهش می یابد، دولت با وضع قوانین ضدانحصار و قوانین رقابت منصفانه با این انحصارها مقابله میکند.

از طرف دیگر ماهیت بخشی از فعالیتهای اقتصادی ایجاب می کند که با توجه به محدودیتهای تکنولوژیکی و رعایت صرفه مقیاس، این فعالیتهای به شکل انحصاری عمل کنند. این انحصارات را انحصار طبیعی مینامند. توضیح اینکه در برخی از فعالیتهای مانند شرکتهای آب، برق، گاز و مخابرات، هزینههای اولیه و ثابت ایجاد صنعت، بسیار بالا است، ولی وقتی این هزینهها انجام شد ارائه خدمات به تعداد هرچه بیشتری از مشتریان باعث سودآوری صنعت میشود. در این نوع صنایع و فعالیتهای وجود تعداد زیادی عرضه کننده، به کارایی اقتصادی ضربه میزند. چراکه عرضه کالاها فقط در مقیاس وسیع میتواند سودآور باشد. هرچند با رشد تکنولوژی، بسیاری از حوزههای انحصار طبیعی موضوعیت خود را از دست داده است، لیکن علی الاصول هر جا که انحصار طبیعی وجود داشته باشد دولت به لحاظ حفظ حقوق عمومی، معیارهایی را برای کارکرد این واحدها تعیین میکند. در چنین حوزه هایی تعیین معیارهای فعالیت و کنترل اجرا به عنوان تنظیم بازار نامیده می شود که در کشورهای مختلف معمولاً توسط دولت و قوه قضائیه به اجرا در می آید.

اثرات خارجی (برونریزها)

حتی اگر رقابت کامل وجود داشته باشد باز هم ممکن است ساز و کار بازار کالاهایی را کمتر از مقدار بهینه و یا بیش از آن تولید کند. یک دلیل این نوع ناکارآمدی وجود اثرات خارجی (برونریزها) است. اثرات خارجی (برونریزها) وقتی وجود خواهند داشت که یک بنگاه یا فرد میتواند فعالیتی را انجام دهد که مستقیماً بر روی دیگران اثر (مثبت یا منفی) بگذارد، لیکن به ازاء آن پولی پرداخت یا دریافت نمیکند. به این ترتیب آن فرد یا بنگاه هزینهها یا منافع ناشی از این عمل خود را در محاسبات خود وارد نمیکند. کارخانه ای را در نظر بگیرید که فولاد تولید میکند. این کارخانه دود کورههای خود را به هوا



میفرستد که اثر منفی بر محیط اطراف و از جمله بر فعالیتهای کشاورزی و نیز سلامت افراد پیرامون کارخانه دارد. اما صاحب این کارخانه به ازاء این فعالیت که سایرین را متأثر می‌کند مبلغی پرداخت نمیکند و لذا کالای خود را ارزانتر از حالتی که مجبور به پرداخت هزینه تحمیل شده بر سایرین می‌بود، عرضه میکند. افراد پیرامون کارخانه مجبور به پرداخت هزینه آلودگی هوا و محیط زیست هستند. اگر کارخانه مجبور میشد که هزینه‌های تولید آلودگی را بپردازد مسلماً مقدار کمتری آلودگی تولید میکرد.

اثرات خارجی (برونریزها) میتواند مثبت باشد. وقتی که یک نفر خلایقی به خرج میدهد و فکر یا کالای بدیعی عرضه می‌کند که تحولی در جامعه ایجاد می‌کند شاید بابت آن مبلغی هم دریافت کند اما اثرات مثبت آن به مراتب بیشتر از قیمت آن است. این اثرات به کل جامعه میرسد. ابداع فکر الگوریتم که منجر به ایجاد رایانه شد، شاید برای مبدع آن درآمد چندانی ایجاد نکرده باشد لیکن منافع مثبت این فکر نصیب کل جامعه بشری شده است. اگر فردی که فعالیتش دارای عوارض خارجی (برونریزها) مثبت است بابت این عوارض درآمدی به دست می‌آورد مسلماً تعداد آن فعالیت و تولید آن نوع کالا بسیار افزایش می‌یافت.

در مواردی که اثرات خارجی (برونریزها) (چه مثبت و چه منفی) وجود داشته باشد دولت‌ها به عنوان برطرف کننده یا کاهش دهنده اثرات، وارد عرصه اقتصاد میشوند و مقدار تولید این نوع کالاها را به بهینه نزدیکتر میکنند. به عنوان مثال دولت با اخذ مالیات از کارخانه تولیدکننده آلودگی و یا استقرار معیارهای زیست محیطی (که خود میتواند به صورت نوعی مالیات باشد)، مانع از تولید بیش از حد آلودگی میشود. همچنین با ایجاد قوانین حق مالکیت معنوی و حمایت از تولید کالاهای دارای اثرات خارجی (برونریزها) مثبت و در واقع با پرداخت نوعی یارانه به این تولیدکنندگان، باعث افزایش تولید این کالاها میگردد. وارد شدن هزینه‌های غیرمستقیم تولید کالا که باعث بهبود تخصیص منابع میگردد درونی کردن اثرات جانبی نامیده میشود.

کالاهای عمومی

یک گروه خاص از کالاها، تحت عنوان "کالاهای عمومی" حالت خاصی از اثرات خارجی (برونریزها) مثبت هستند. یک خاصیت مهم کالاهای عمومی این است که مصرف یک کالای عمومی توسط یک فرد نمیتواند مانع از مصرف سایر افراد از آن کالا گردد. خاصیت دوم این نوع کالاها این است که ممانعت از استفاده یک فرد از این کالاها، هزینه بسیار بالایی دارد.

کالایی مانند دفاع ملی را در نظر بگیرید. اگر کشور یک سیستم دفاع ملی داشته باشد اولاً منافع این دفاع برای یک نفر مانع از منافع آن فرد دیگر نمیشود و ثانیاً خارج کردن یک نفر از افراد کشور از حوزه منافع دفاع ملی بسیار مشکل است. به عنوان یک مثال دیگر یک پارک در کنار خیابان را در نظر بگیرید. هر عابری میتواند با عبور از آن، از مناظر و هوای آن لذت ببرد بدون اینکه مانع لذت بردن فرد دیگر شود. به علاوه ممانعت از استفاده و لذت بردن فردی خاص از این مواهب، نیازمند هزینه زیاد است.

عمومی بودن یک کالا میتواند درجات داشته باشد. یک کالای عمومی خالص، کالایی است که هزینه حاشیه ای لازم برای استفاده یک فرد اضافی از منافع آن کالا صفر است و نیز منع افراد از استفاده از آن کالا غیر ممکن است. اما بسیاری از کالاهای عمومی خالص نیستند. استفاده افراد جدید از یک پارک هزینه هر چند کم برای دولت دارد و نیز با صرف هزینه زیاد میتوان افرادی را از استفاده از پارک منع کرد. برخی از کالاها، یکی از دو خاصیت کالاهای عمومی را دارند. به عنوان یک مثال دیگر، یک خیابان پرتراکم را در نظر بگیرید. این خیابان از این نظر که منع ورود یک ماشین جدید به آن مشکل است مانند یک کالای عمومی است لیکن از این دید که افزوده شدن یک استفاده کننده جدید هزینه حاشیه ای زیاد دارد مانند کالای خصوصی است.

علاوه بر کالاهای فوق که هر کدام به درجاتی عمومی محسوب میشوند، برخی از کالاها و خدمات دیگر هستند که هر چند کاملاً ویژگیهای کالای خصوصی را دارند و بخشی از آنها توسط بخش خصوصی فراهم میشود، لیکن به دلایل خاص که معمولاً منافع غیرمستقیم و بلندمدت آن برای جامعه است، توسط دولت نیز ارائه میشوند. خدمات بهداشتی و پزشکی و آموزش و پرورش از این نوع کالاها هستند که در اکثر کشورها از حمایتهای دولتی برخوردارند.



علت عرضه کالاهای عمومی توسط دولت این است که سازوکار بازار آن را به مقدار کافی عرضه نمیکند. یک خیابان با تعدادی خانه را در نظر بگیرید. این خیابان نیازمند روشنایی معابر است. اما سوال این است که همه افراد ساکن در این خیابان از نور معابر استفاده میکنند و لذا باید هزینه آن را بپردازند. اما این امکان وجود دارد که فردی منکر نیاز خود به نور معابر شود و لذا هزینه ای نپردازد. اگر سایرین روشنایی را تامین کنند، این فرد نیز از منافع آن بهره مند خواهد شد. به این ترتیب برخی افراد میتوانند "سواری مجانی" بگیرند و بدون پرداخت هزینه از منافع تولید کالای عمومی استفاده ببرند. حال اگر همه افراد چنین فکری بکنند، روشنایی خیابان هیچگاه تامین نخواهد شد.

در مورد کالای عمومی، دولت میتواند دخالت کند و با اخذ هزینه‌های آن (مالیات) این نوع کالاها را فراهم نماید. به عبارت دیگر دولت میتواند تشخیص دهد که چه کسانی از تولید کالاهای عمومی منتفع میشوند و با گرفتن هزینه تولید این کالا از این افراد، مقدار کافی از آن را تولید کرده و در ضمن مانع "سواری مجانی" افراد نیز بشود.

نبود بازار

سازوکار نظام بازار فقط وقتی خوب عمل می‌کند که وجود داشته باشد! در گذشته تصور غالب این بود که وقتی دولت عرصه را برای سازوکار بازار خالی کند، این سازوکار خود به خود باعث ایجاد نهادها و سازمانهای لازم خواهد شد. در حالیکه امروزه بازار خود به عنوان یک کالای تا حدی عمومی نگریسته می‌شود که شکل‌گیری آن در برخی موارد نیازمند دخالت دولت است. بسیاری از انواع بیمه‌ها مانند بیمه بیکاری، بیمه از کار افتادگی، تامین اجتماعی و بیمه محصولات کشاورزی در حد وسیع، فقط با دخالت دولت فراهم آمده است.

اطلاعات و دانش

مهمترین ویژگی ساز و کار بازار نوع پخش اطلاعات در آن است. در ساز و کار بازار، اطلاعات مصرف‌کننده و تولیدکننده در قیمتها تجلی می‌یابد. تولیدکننده بدون اینکه تک تک مصرف‌کنندگان را بشناسد و ارجحیتهای آنان را بداند از طریق قیمتها، اطلاعات کافی را برای میزان و نوع تولیداتی که مصرف‌کننده نیاز دارد دریافت میکند، و مصرف‌کننده نیز بدون اطلاع از جزئیات فرآیند تولید، اطلاعات لازم در مورد کالاهای تولیدی به دست می‌آورد. این اطلاعات در واقع زمینه ساز اصلی فعالیت آحاد اقتصادی هستند. هر جا که این اطلاعات به اندازه کافی تولید نشود فعالیت اقتصادی در حد بهینه انجام نخواهد شد. برخی از انواع اطلاعات مانند اطلاعات در مورد وضع هوا هر دو خاصیت کالاهای عمومی را دارند و بنابراین توسط بخش خصوصی به مقدار کافی تولید نمیشوند. در این موارد دخالت دولت باعث بهبود عملکرد بازار میشود.

در قسمت قبل گفته شد که نوآوری و خلاقیت دارای اثرات جانبی مثبت است. تحقیقات با فراهم آوردن اطلاعات جدید باعث بهبود عملکرد اقتصاد میشود، اما سازوکار بازار به دلیل وجود اثرات جانبی، مقدار کافی از این کالا را تولید نمیکند. دخالت دولت میتواند منجر به انجام تحقیقات در زمینه‌هایی گردد که نیازمند سرمایه زیاد هستند و در نتیجه بخش خصوصی تمایل چندانی به سرمایه‌گذاری در آن ندارد.

ثبات سازی اقتصاد

یک مثال بارز از موارد شکست بازار وجود دوره‌های رکود در اقتصادهای مبتنی بر ساز و کار بازار است. چگونه میتوان این ساز و کار را کامل و بی نقص دانست در حالیکه دوره‌هایی وجود دارند که رکود عمیق بر اقتصاد حاکم است و بخش قابل توجهی از نیروی کار در حالت بیکاری به سر می‌بیرند؟ هر چند بسیاری از اقتصاددانان معتقدند که ساز و کار بازار در نهایت موجب خروج اقتصاد از حالت رکود میشود، لیکن هزینه‌هایی که وجود و تداوم این دوره‌ها به اقتصاد تحمیل می‌کند به قدری زیاد است که اقتصاد دانان یکی از وظایف مهم دولت را حل این گونه مشکلات میدانند. بخش قابل توجهی از مباحث اقتصاد کلان معطوف به بررسی علل و عوامل بروز ادوار تجاری و اتخاذ سیاست‌های مناسب پولی و مالی برای مقابله با این ادوار به ویژه در حالت رکودی و نیز در حالت تورمی است. در مباحث مرتبط با اقتصاد کلان با تفصیل بیشتری سیاست‌های پولی و مالی به منظور هموارسازی شاخص‌های کلان اقتصادی بررسی خواهد شد.



سیاستها و راهکارها

وجود شکست بازار معمولاً به عنوان توجیهی برای دخالت دولت در بازار خاصی مطرح میشود. اقتصاددانان به خصوص آنهایی که در حوزه اقتصاد خرد کار میکنند، اغلب با دلایل شکست بازار و ابزارهای ممکن تصحیح آن سروکار دارند. چنین تحلیل‌هایی نقش مهمی در بسیاری از مطالعات و تصمیم‌سازیها و سیاست‌گذاریهای عمومی ایفا میکند. اما برخی دخالت‌های سیاستی دولت از جمله مالیات‌ها، یارانه‌ها، طرح‌های نجات، کنترل دستمزدها و قیمت‌ها و سیاست‌های تنظیمی که تلاش دارد تا شکست بازار را تصحیح کند، ممکن است به تخصیص ناکارآمد منابع منجر شود (این مسئله در برخی مواقع به شکست دولت نامیده میشود). بنابراین برخی مواقع انتخاب مابین خروجیهای ناکامل است یعنی خروجی بازار ناکارآمد یا بدون دخالت دولت. اما به هر حال، در صورت بروز شکست بازار، خروجی اقتصاد بهینه پرتو نخواهد بود. اقتصاددانان نئوکلاسیک و کینزین‌ها معتقدند دولت ممکن است با دخالت خود بتواند ناکارآمدی حاصل از خروجی بازار را بهبود بخشد در حالیکه برخی مکاتب دیگر اقتصادی مانند مکتب شیکاگو با این مسئله مخالفند و منتها تمام مشکلات را دخالت دولت در اقتصاد میدانند.



بخش دوازدهم : گمرک

گمرک

گمرک دستگاه نظارت و وصول حقوق و عوارض ورودی بر ارزش CIF کالا است برای کنترل واردات و صادرات و انحصارات هر کشور و وسیله‌ای برای نظارت در بازرگانی خارجی و یکی از منابع درآمد دولت‌ها است. حقوق گمرکی یک گونه مالیات غیرمستقیم است.

اشکانیان اداره گمرک در ایران وجود داشته و آنچه وارد کشور می‌گردیده، مانند: ابریشم چین و ادویه هندوستان و کالاهای رومی در دفاتر مخصوص ثبت و از صاحبان آنها حقوق معینی دریافت می‌شده، ولی کالاهای خارجی از پرداخت لایه بیشتربرده و چهارپا و گاو و گوسفند و اجناس دیگر بود. در دوره‌های بعد در ایران بیشتر رویه تجارت آزاد مرسوم بوده است. از زمان صفویه به بعد از کالاهای وارده به کشور حقوق و عوارضی بنام فرضه گرفته می‌شده است. عوارض گمرکی کالاهای وارد از طریق خلیج فارس به کیفیت بهای آنها تعیین می‌شده است، منتها چون دولت قادر به نظارت دقیق در اخذ حقوق گمرکی نبوده از زمان شاه سلیمان ۱۰۸۵ ه. ق. / ۱۶۷۴ م. گمرک به اجاره داده شد و این ترتیب بیش از دو قرن تا ورود رایزنان بلژیکی در ایران ادامه داشت. در سنه ۱۲۷۷ ه. ش. اجاره گمرک لغو شد. علت اصلی این الغاء این بود که به موجب عهدنامه ترکمانچای مقرر شده بود از کالاهای وارد از روسیه تزاری فقط پنج درصد بهایه عنوان حقوق گمرکی اخذ شود. و سه سال بعد، سایر دول نیز به عنوان دول کامله‌الوداد، از مزایای مزبور شروع به استفاده کرده بودند و در واقع حقوق گمرکی در ایران به طور یکنواخت بر اساس پنج درصد استوار گردیده بود، بدون آنکه با دولت ایران معامله شده باشد. بعداً که دولت ایران مبادرت به استقرار از روسیه و انگلستان نمود و درآمدهای گمرکی شمال و جنوب گروگان این وامها قرار داده شد، به منظور جلوگیری از حیف و میل درآمدهای گمرکی و با توجه به لزوم رعایت موازنه سیاسی، دولت ایران در زمان مظفرالدین شاه و صادرات امین الدوله مبادرت به استخدام مستشاران بلژیکی نمود. بنابه پیشنهاد رئیس هیئت مزبور که عنوان وزیر گمرکات یافته بود و فرمان همایونی مورخ ۱۸ ذیحجه ۱۳۱۸ ه. ق. اجاره گمرکخانه‌ها و وصول عوارض داخلی، از قبیل: حقوق‌خانات و راهداری و قیانداری ملغی و مقرر شد از بهای اجناس وارد به ماخذ ۵ درصد و به اضافه از هر بار چهل من تبریز بیست و دو شاهی از مکاری دریافت گردد. پس از استقرار مشروطیت، عنوان وزارت از رئیس هیئت مستشاران بلژیکی سلب شد و اداره کل گمرک تحت نظارت وزارت دارائی قرار گرفت. اولین تعرفه گمرکی ایران براساس وزن و ارزش، در سال ۱۲۸۲ ه. ش. بوسیله مستشاران بلژیکی تنظیم گردید و ده سال پس از اجرای آن، درآمدهای گمرکی کشور که در سال ۱۲۷۷ ده میلیون ریال بوده به ۴۷ میلیون ریال ترقی کرد. در سال ۱۲۹۹ ه. ش. تعرفه دیگری براساس وزن و تعداد وضع گردید که از لحاظ واردات، مشتمل بر ۵۲ باب و ۹۴ قسمت جزو و از لحاظ صادرات، مشتمل بر ۱۲ باب بود. حداکثر حقوقی که به موجب این تعرفه دریافت می‌شد در سال ۱۳۰۶ ه. ش. بالغ بر ۹۰ میلیون ریال بود. پس از الغای کاپیتولاسیون نخستین قانون تعرفه گمرکی ایران در اردیبهشت ۱۳۰۷ براساس حداقل و حداکثر حقوق گمرکی تصویب شد. بموجب آن، دولی که الغای کاپیتولاسیون را به رسمیت شناخته و بالنتیجه به عقد قرار داد بازرگانی با ایران توفیق یافته بودند از تعرفه حداقل استفاده کردند و کالاهایی که از سایر کشورها وارد می‌شد مشمول پرداخت حداکثر حقوق گمرکی گردید. در سالهای ۱۳۱۵ و ۱۳۲۰ و ۱۳۲۹ و ۱۳۳۲ ه. ش. چندین بار در قانون تعرفه گمرکی ایران تجدید نظر شد. و سرانجام با استفاده از تجربیات جامعه ملل سابق و طرحی که برای تعرفه گمرکی تهیه گردیده و در بسیاری از کشورهای جهان مورد استقبال و استفاده قرار گرفته بود، قانون تعرفه گمرکی در دهم تیر ۱۳۳۷ به تصویب مجلس شورای ملی رسید. قانون مزبور مشتمل بر ۳۶ ماده و جدول منضم به آن است که مشتمل بر ۲۱ فصل و ۸۶ بخش و ۹۹۱ نوع کالا است. در این فصول، انواع کالاها به حال ماده اولیه، نیمه ساخته و تمام شده و آماده به مصرف ذکر شده و با رعایت احتیاجات کشور، تولیدات داخلی، تقویت و حمایت صنایع ملی و قوه خرید و میزان نیازمندی طبقه مصرف کننده برای آنها حقوق و عوارض گمرکی وضع گردیده است. درآمد اداره گمرک در اولین سال تاسیس (۱۲۷۷ ه. ش.) جمعاً بالغ بر ده میلیون ریال بود و در سال ۱۳۳۸ ه. ش. به بیش از ۹ میلیارد ریال که برابر با یک سوم بودجه کل کشور بود رسید. در قبال این درآمد هنگفت، هزینه اداری گمرکخانه در سال ۱۳۳۸ بالغ بر ۲۴۰ میلیون ریال، یعنی کمتر، از ۳٪ درآمد مذکور بود. (ماهنامه گمرک از شماره ۳۴۷ به بعد، ایران در زمان ساسانیان تألیف کریستن سن ترجمه رشیدپاسمی چ ۲ ص ۱۴۶، میهن ما تألیف محمد حجازی صص ۶۷۵ - ۶۷۸، راهنمای ایران، نشریه دائره جغرافیای ستاد ارتش سال ۱۳۳۰ صص ۵۸-۵۵، جغرافیای اقتصادی کیهان صص ۴۱۵-۴۱۱، تاریخ تمدن اسلامی جرجی زیدان ج ۲ ص ۹۳ و ترجمه همان کتاب به فارسی ج ۲ ص ۱۱۰)



بخش سیزدهم : مزایده**مزایده**

آن چه که به عنوان تعریف مُزایده معمولاً ارائه می‌شود در واقع نوع خاصی از مزایده است که آنرا با عنوان مزایده انگلیسی یا مزایده استاندارد معرفی خواهیم کرد. اما اصولاً در هر مزایده سه عنصر مزایده گذار، کالا و پیشنهاد دهنده گان وجود دارد و مزایده زمانی شکل می‌گیرد که تقاضا برای کالا یا کالاها بیشتر از مقدار موجود است و پیشنهاد دهندگان برای برست آوردن کالا با یکدیگر رقابت می‌کنند. در هر مزایده، مزایده گذار تلاش می‌کند تا کالای خود را به بیشترین قیمت ممکن به فروش بگذارد و در مقابل، پیشنهاد دهندگان در پی تصاحب کالا با کمترین قیمت می‌باشند. انواع مختلف مزایده، هر کدام در پی یافتن روشی هستند که از یک طرف این حس را در پیشنهاد دهندگان به وجود آورد که کالا را به قیمت قابل قبولی خریدند و از سوی دیگر افراد را ترغیب کند تا نزدیکترین مبلغ به آن چه حاضر به پرداخت آن برای کالای مورد نظر هستند را پیشنهاد دهند.

پارامترهای مزایده

پارامترهای زیر را برای مزایده‌های مختلف می‌توان برشمرد:

- کالاها می‌توانند :
 - دارای قیمت نامشخص (مخفی از عموم) باشند.
 - دارای قیمت مشخص باشند
 - دارای قیمت وابسته باشند
- پیشنهاد می‌تواند :
 - سر باز باشد (تمامی پیشنهاد دهندگان از پیشنهادات با خبرند)
 - سر بسته باشد (پیشنهاد دهندگان از پیشنهادات دیگر بی خبرند)
- پیشنهاد پیشنهاد دهندگان می‌تواند :
 - با اولین پیشنهاد به پایان رسد
 - سیر صعودی داشته باشد
 - سیر نزولی داشته باشد
- اقلام پیشنهادی ممکن است :
 - یکی
 - چندین کالای مشابه
 - چندین کالای غیر مشابه
 - سببی از اقلام مختلف

باشد.

- تشخیص برنده مزایده با :
 - اولین قیمت (بالاترین قیمت)
 - دومین قیمت، nامین قیمت
 - انجام می‌شود.



علاوه بر موارد فوق پارامتر دیگری به نام زمان را نیز باید افزود.

- زمان مزایده می‌تواند :
 - محدود باشد
 - نامحدود و پایان آن در اختیار مزایده گذار باشد
 - نامحدود و پایان آن با پیروزی یک پیشنهاد دهنده تعیین گردد.

در واقع با جمع بندی این پارامترها می‌توان به دو تفاوت مهم در مزایده‌های مختلف رسید:

• فرمت فرایند مزایده

• اطلاعات موجود درباره خرید کالا

انواع مزایده

از دیدگاه امنیت و خصوصی بودن مزایده‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند:

مزایده خصوصی (Private Auction)

در این مزایده مشخصات پیشنهاد دهنده قیمت مخفی است و بنابراین هر کسی که کالای به مزایده گذاشته شده را خریداری می‌کند به عنوان بی نام شناخته می‌شود. این نوع مزایده معمولاً در مواردی به کار می‌رود که به دلایل امنیتی لازم است نام خریدار مخفی بماند، مانند مزایده برای نقاشی‌های بسیار گران قیمت یا جواهرات عتیقه.

مزایده عمومی (Public Auction)

در این نوع نام پیشنهاد دهندگان قیمت مشخص است و هر فردی می‌تواند در مزایده شرکت کند.

از دیدگاه مزایده گذار و کالا، مزایده‌ها به سه دسته تقسیم می‌شوند:

مزایده مبادله‌ای (Exchange Auction)

شرکا که شامل تعدادی از خریداران اصلی و حرفه‌ای هستند بر کار مزایده نظارت می‌کنند تا کسی تخلف نکند.

مزایده فروشی (Sale Auction)

که برای اقلام هنری و کالاهایی به کار می‌رود که تنها یک نوع از آنها وجود دارد.

مزایده دلالی (Dealer Auction)

رای اشیاء خاص جهت کلکسیون، ماشین و یا ماشین آلات به کار می‌رود.

اما از دیدگاه ساختاری انواع زیادی از مزایده‌های مختلف را می‌توان بر شمرد که در اصل هر یک از آنها ویژگی‌هایی را برای قیمت و تعداد کالا، شکل پیشنهادات و زمان مزایده تعیین می‌کنند.



بر این اساس ۴ نوع مزایده به عنوان مهمترین و اصلی‌ترین مزایده‌ها شناخته می‌شوند که عبارت‌اند از:

مزایده انگلیسی، مزایده هلندی، مزایده اولین قیمت مخفی، مزایده دومین قیمت مخفی

دو مزایده اول جزو مزایده‌های باز محسوب می‌شوند و دو مزایده آخر مزایده‌های سر بسته هستند.

مزایده انگلیسی (English Auction) یا مزایده استاندارد

این نوع مزایده مرسوم‌ترین نوع مزایده است. در این مدل خریداران برای خرید یک کالا با پیشنهاد قیمت بالاتر از قیمت پیشنهادی قبلی با یکدیگر رقابت می‌کنند. مزایده زمانی به اتمام می‌رسد که پیشنهادی بالاتر از پیشنهاد فعلی وجود نداشته باشد و یا اینکه پیشنهاد قیمت به مبلغ از پیش تعیین شده‌ای که آنرا «buy-out» می‌نامند، برسد. در این هنگام پیشنهاد دهنده با بالاترین قیمت کالا را خریداری می‌کند. فروشنده می‌تواند یک قیمت رزو شده را اعلام کند که در این صورت کالا به قیمتی پائین تر از مبلغ فوق به فروش خواهد رفت.

در روش دیگر مزایده انگلیسی افرادی متقاضی خرید کالا می‌شوند و سپس قیمت کالا از یک مقدار حداقل شروع شده و متناوباً افزایش می‌یابد و با افزایش قیمت افرادی اعلام می‌کنند که از مزایده خارج شده‌اند و زمانی که یک خریدار از مزایده خارج شد دیگر نمی‌تواند به مزایده باز گردد و مزایده زمانی به اتمام می‌رسد که تنها یک نفر باقی بماند.

مزایده هلندی (Dutch Auction)

این مزایده که به مزایده چینی نیز مشهور است، بدین شکل است که مزایده گذار، مزایده را با بالاترین قیمتی که مورد نظرش است آغاز می‌کند و سپس از قیمت مرتباً کاسته می‌شود تا زمانی که خریداری برای قیمت پیشنهادی یافته شود و یا اینکه قیمت به حداقل قیمت از پیش تعیین شده برسد. خریدار آخرین قیمت اعلام شده را پرداخت می‌کند. این نوع مزایده برای مواقعی مناسب است که فروش سریع کالاها مهم است و بنا بر این فروش تنها با یک پیشنهاد به انجام می‌رسد. این مزایده به دلیل استفاده فراوان آن در حراج گل هلندی به مزایده هلندی مشهور شده است. مزایده هلندی گاهی برای توصیف مزایده‌های آنلاینی که چندین کالای مشابه در یک زمان و به تعداد برابر از بالاترین پیشنهادات به فروش می‌رسند، نیز به کار می‌رود. اقتصاد دانان مزایده اخیر را با عنوان مزایده انگلیسی چند گانه صعودی نیز می‌خوانند. در عمل مشاهده می‌شود که در مزایده هلندی مزایده گذار سود بیشتری را از مزایده خواهد برد چرا که اگر شخصی واقعا خواهان یک کالا باشد نمی‌تواند صبر کند تا قیمت کالا خیلی پائین بیاید چرا که هر لحظه ممکن است فرد دیگری پیشنهاد خرید بدهد و بنابراین مزایده گذار کالا را می‌تواند اغلب با قیمتی نزدیک به حداکثر به فروش بگذارد.

مزایده چندگانه

این مزایده هم نوع دیگری از مزایده هلندی است که در بالا به آن اشاره شد، این مزایده زمانی انجام می‌شود که مزایده گذار می‌خواهد چندین کالا را به مزایده بگذارد ولی نمی‌خواهد همه اقلام را در یک پیشنهاد به یک نفر بفروشد. در واقع مزایده گذار می‌خواهد چندین کالا را در یک مزایده قرار دهد به طوری که افراد مختلف بتوانند در یک یا تعداد بیشتری از کالاها پیروز شوند. پیشنهاد دهنده دارای این اختیار است که تنها برای یک کالا و یا برای تمام کالاها پیشنهاد قیمت دهد. شکل مزایده بسیار شبیه به مزایده انگلیسی است به این صورت که خریداران با بالا بردن پیشنهاد بر سر کالاها با یکدیگر رقابت می‌کنند. برندگان مزایده کسانی هستند که بالاترین پیشنهاد را در لیست داده‌اند و می‌توانند تمام کالاهای مورد تقاضایشان را خریداری کنند. به عنوان مثال چنانچه ۱۶ کالا به مزایده گذاشته شده‌است، و حداقل ۶ نفر هر یک برای خرید ۳ کالا پیشنهاد داده‌اند، آنگاه حداکثر تنها ۵ نفر که بالاترین پیشنهادات را داشته‌اند قادر خواهند بود که هر ۳ کالای خود را خریداری کنند و نفر ششم تنها می‌تواند یک کالا را خریداری کند و مزایده گذاران دیگر نیز هیچ کالایی نخواهند داشت.



مزایده اولین قیمت مخفی (Blind Auction) (Sealed First-price Auction)

که به مزایده بالاترین پیشنهاد مخفی نیز مشهور می‌باشد، بدین شکل است که تمام پیشنهاد دهندگان در یک لحظه پیشنهاد خود را ارائه می‌کنند و بنا بر این هیچ یک از پیشنهاد دهندگان از پیشنهاد فرد دیگر مطلع نیست و سپس کالا به پیشنهاد دهنده با بالاترین قیمت فروخته می‌شود.

مزایده دومین قیمت مخفی (Vickrey Auction) (Sealed Second-price Auction)

در این مزایده که به مزایده ویکری (Vickrey Auction) نیز مشهور است، همانند مزایده قبل پیشنهاد دهندگان از پیشنهاد یکدیگر مطلع نمی‌باشند، اما بر خلاف مزایده قبل، فرد برنده دومین پیشنهاد قبل از پیشنهاد خودش را پرداخت می‌نماید. در تئوری این مزایده از نظر ریاضی مشابه با مزایده انگلیسی است چرا که پیشنهاد دهندگان را ترغیب می‌کند تا مبلغ واقعی مورد نظرشان را بیان کنند.

ما علاوه بر مزایده‌های اصلی ذکر شده مزایده‌های مختلف دیگری نیز وجود دارد که بعضاً بسیار به مزایده‌های مذکور شبیه می‌باشند:

مزایده ترکیبی (Combinatorial Auction)

در بعضی از موارد خریداران نیازمند مجموعه‌ای از کالاهای به حراج گذاشته شده می‌باشند که به آن بسته خرید می‌گویند. به عنوان مثال اگر یک دوچرخه را در نظر بگیرید، چنانچه چرخهای دوچرخه جداگانه و بدنه دوچرخه جداگانه به فروش برسد، یک پیشنهاد دهنده ممکن است برای سبدهی مشتمل بر یک چرخ و یک بدنه ۰ دلار پیشنهاد دهد ولی برای سبدهی شامل دو چرخ و یک بدنه ۲۰۰ دلار پیشنهاد بدهد. اگر خریدار مجبور باشد برای هر یک از کالاهای درون سبد به طور جداگانه در مزایده شرکت کند، ممکن است که دچار ضرر شود چراکه چنانچه در خرید کالاهای ابتدائی سبد موفق شود با شکست خوردن در مزایده کالاهای بعدی سبد دچار خسران می‌شود و اگر در کالاهای ابتدائی شکست بخورد. این مشکل با فروش تمام کالاها به صورت هم زمان و اجازه دادن به خریداران برای خرید چندین کالا، قابل حل شدن است. در چنین مزایده‌ای اگر پیشنهاد دهنده در مجموعه کالاهایی که متقاضی آن است برنده شد، تمام سبد به او تعلق می‌گیرد و در غیر این صورت هیچ کدام از کالاها به او اختصاص داده نمی‌شود. خریداران همچنین ممکن است تنها بتوانند یک سبد را برای خرید انتخاب کنند و نه بیشتر. مرتب ساختن پیشنهادات خریداران برای اینکه مشخص شود کدام خریدار در مزایده کدام سبد برنده است (و گاهی محاسبه مبلغی که برای سبد باید پرداخته شود) معمولاً بسیار پیچیده است. برای محاسبه معمولاً از الگوریتم‌های بهینه سازی مانند برنامه ریزی خطی استفاده می‌کنند.

مزایده در زمان محدود (The Time-Interval Auction)

از نظر ساختاری کاملاً شبیه به مزایده انگلیسی است اما مزایده در یک زمان مشخص پایان می‌یابد. در برخی موارد مدت مزایده چند روز و یا چند هفته به طول می‌انجامد، اما اغلب از ساعت شنی برای مشخص کردن طول زمان مزایده استفاده می‌شده است. در یکی از قدیمی‌ترین روشهای این مزایده از شمع برای طول مدت زمانی استفاده می‌شده است و مزایده تا زمانی ادامه می‌یافته که شمع روشن است. ویژگی این مزایده این است که در لحظات پایانی فرصتی برای فکر کردن بر روی افزایش قیمت برای پیشنهاد دهندگان نیست.



مزایده با سرویس پیشنهادی استاندارد

پیشنهاد دهندگان پیشنهاد خود را به صورت زوج‌های مرتب (s, d) ارائه می‌دهند، که در آن s تعداد سهم درخواستی و d تخفیف درخواستی به درصد است. برنده موظف است سهم را با پیشنهاد استاندارد با تخفیف $\% \lfloor \frac{d}{s} \rfloor$ خریداری نماید.

مزایده هم‌زمان یا مزایده ژاپنی

در این مزایده تمامی پیشنهادات در یک لحظه ارائه می‌شود و پیشنهاد دهندگان با انگشتان دست مبلغ پیشنهادی خود را اعلام می‌کنند در عمل این مزایده در یک لحظه قابل انجام نیست چرا که مزایده‌گذار زمانی را برای مشاهده علائم دست هر فرد صرف می‌کند، و این مزایده با سر و صدای زیاد پیشنهاد دهندگان برای جلب توجه مزایده‌گذار همراه است و معمولاً برای کالاهایی انجام می‌شود که فروش سریع آنها مطلوب است مثل غذای تازه.

مزایده با پیشنهاد قابل مشاهده

در این مزایده پیشنهاد دهندگان و مبلغ هر پیشنهاد مخفی است اما بالاترین پیشنهاد مشخص می‌باشد و هر زمانی که پیشنهادی بالاتر ارائه گردید به جای پیشنهاد قبلی قرار داده می‌شود.

مزایده با مبلغ واحد (Uniform Price Auction)

این مزایده برای کالاهایی است که چندین نمونه یک شکل (و یا کالای قابل تقسیم) به معرض فروش گذاشته می‌شود. و در N کالا به n پیشنهاد برتر با قیمت بالاترین پیشنهاد شکست خورده فروخته می‌شود.

مناقصه (RFQ Auction) (tender)](sourcing event)(reverse auction)

در این نوع جای خریدار و فروشنده عوض می‌شود و خریدار تقاضای خود را برای کالا یا خدماتی اعلام می‌کند و فروشنده‌گان پیشنهاد قیمت فروش را اعلام می‌کنند و این قیمت برای بدست آوردن معامله مرتباً کاهش می‌یابد. در پایان پایین‌ترین قیمت برنده خواهد بود.

مزایده هنر دیجیتال (Digital Art Auction)

این مزایده به طور نامحدودی می‌تواند ادامه داشته باشد و ویژه محصولاتی است که بدون صرف هیچگونه هزینه‌ای قابل تکثیر یا کپی برداری می‌باشند (مانند فیلم، نرم‌افزار، فرمول دارو). پیشنهاد دهندگان بالاترین پیشنهاد خود را ارائه می‌کنند که البته این پیشنهاد قابل حذف و یا تغییر در هر زمانی می‌باشد. فروشنده پیشنهادات را مورد بررسی قرار می‌دهد و در هر زمانی که تشخیص داد مزایده را با قیمت خاصی که در نظر می‌گیرد پایان می‌دهد. برندگان مزایده افرادی هستند که پیشنهادی به همان قیمت و یا بیشتر از آن ارائه کرده‌اند و یک کپی از محصول را دریافت خواهند کرد.

مزایده پیشنهاد منحصر به فرد (Unique Bid Auction)

در این نوع کاربران پیشنهادات مخفی خود را ارسال می‌کنند. این پیشنهادات در یک بازه مشخصی می‌بایست قرار داشته باشد (معمولاً سقف بازه تعیین می‌شود (با لاترین و در مواقعی پائین‌ترین پیشنهاد منحصر به فر برنده خواهد بود. این مزایده تا حدودی ویژگی بازی شانس را در خود دارد و معمولاً منجر می‌شود به اینکه برنده کالا را با قیمتی بسیار پائین تر از ارزش واقعی آن خریداری کند. مزایده پیشنهاد منحصر به فرد کاربرد زیادی در تجارت اینترنت دارد. به عنوان مثال اگر اتومبیلی ۲۰۰۰ دلار ارزش دارد و پیشنهادات از ۱۸۵۰ تا ۲۰۰۰ دلار بیش از یک بار ارائه شده است ولی پیشنهاد ۱۸۴۹ تنها توسط یک نفر ارائه شده باشد، آنگاه اتومبیل با قیمت ۱۸۴۹ دلار به وی فروخته می‌شود اما سود مزایده‌گذار زمانی



است که بابت ارائه هر پیشنهاد مبلغی دریافت می‌کند. مثلاً در مثال فوق اگر بابت هر پیشنهاد ۱ دلار دریافت کند، پس از دریافت ۲۰۰۰ پیشنهاد مبلغ خودرو را بدست آورده‌است.

مزایده با قیمت مشخص (Fixed Price Auction)

در این مزایده قیمت کالا از قبل ثابت و مشخص است و کالا به اولین پیشنهاد دهنده‌ای که متقاضی کالا است فروخته می‌شود.

مزایده سریع (Turbo Auction) (\$1 -No Reserve Auction)

این مزایده که برای کالاهای با متقاضی زیاد انجام می‌شود با قیمت بسیار پائین آغاز می‌شود (به طور معمول ۱ دلار برای هر کالایی) و به سرعت با پیشنهادات مختلف قیمت کالا بالا می‌رود و ضمناً این مزایده هیچ سقف قیمتی نخواهد داشت و تا جایی که پیشنهادات بالاتری وجود دارد قیمت افزایش می‌یابد.

مزایده معاوضه‌ای (Barter Auction)

در این مزایده مزایده‌گذار کالای مزایده گذاشته شده را با کالایی دیگر معاوضه می‌کند. معمولاً مزایده‌گذار لیستی از کالاهایی که مایل است با آنها مبادله صورت گیرد را اعلام می‌کند و پیشنهادات می‌تواند شامل کالاهایی غیر از کالاهای مورد تقاضا و یا پول نقد و یا ترکیبی از آنها باشد. در نهایت مزایده‌گذار تصمیم می‌گیرد که کالا را با کدام پیشنهاد معاوضه کند.

مزایده سوئیسی

این مزایده بر پایه مزایده اولین قیمت مخفی می‌باشد با این تفاوت که اگر برنده مزایده از پیشنهاد خود منصرف شود (معمولاً و نه همیشه) می‌تواند پیشنهاد خود را پس بگیرد! در واقع پیشنهاد قابل تغییر نیست اما برنده حق دارد که کالا را قبول کند و یا از خرید کالا انصراف دهد. تنها زمانی پیشنهاد دهنده ملزم به خریداری کالا است که پیشنهاد وی تفاوت قابل توجهی (معمولاً ۱۰ درصد) با پیشنهاد دوم داشته باشد.

مزایده دو طرفه (The Double Auction)

در این نوع از مزایده هم خریدار و هم فروشنده پیشنهاد ارائه می‌کنند و پیشنهادات از بیشترین تا کمترین طبقه بندی می‌شوند تا عرضه و تقاضا انجام گیرد. پیشنهادات فروش از پائین‌ترین قیمت شروع می‌شود و افزایش می‌یابد و پیشنهادات خرید بالاترین قیمت شروع، و کاهش می‌یابد. این فرمت به خریداران اجازه می‌دهد که خریداران در هر لحظه پیشنهادی را برای خرید مطرح کنند و فروشندگان پیشنهاد را قبول کنند. این مزایده ممکن است تا حدی گیج کننده به نظر برسد اما باید توجه کرد که پیشنهادات خریداران و فروشندگان در یک لحظه همپوشانی ندارند [۹]. به عنوان مثال فرض کنید که ۳ فروشنده کالاهای خود را به قیمت‌های ۱۵۰، ۲۰۰ و ۳۰۰ دلار به فروش می‌رسانند و ۳ خریدار نیز برای این سه کالا پیشنهادات ۲۲۰، ۳۰۰ و ۲۵۰ دلار را می‌دهند. در دو مورد عرضه و تقاضا همخوانی دارد ولی در مورد سوم قیمت کالا نامشخص است و چیزی بین ۲۰۰ و ۲۵۰ دلار خواهد بود. این مزایده گونه‌های متنوعی دارد که یکی از معروفترین آنها مزایده دو طرفه هلندی است که در آن ساعت خریدار شروع به تیک زدن می‌کند با قیمت بسیار بالا و مرتباً کاهش می‌یابد در یک لحظه خریدار ساعت را متوقف می‌کند و پیشنهاد یک واحد قیمت مطلوب خود را می‌دهد. در این لحظه ساعت فروشنده شروع به کار می‌کند و از یک قیمت پائین افزایش می‌یابد تا زمانی که فروشنده ساعت را متوقف کند و پیشنهاد واحد قیمت را بدهد. زمانی که این دو قیمت با هم منطبق شوند کالاها با قیمت به نتیجه رسیده فروخته می‌شوند.



(eBay) معروفترین سایت مزایده از چهار نوع مزایده زیر پشتیبانی می‌کند:

- (i) **نرمال:** فروشنده مقدار حداقلی را برای کالای خود مشخص می‌کند و خریداران شروع به پیشنهاد قیمت می‌کنند. اگر قیمت اولیه از قیمت نرمال بازار بالاتر باشد، کالا هیچ پیشنهادی دریافت نمی‌کند. این مزایده تنها برای یک کالا و یا بسته انجام می‌گیرد.
- (ii) **رزرو شده:** در این نوع قیمت کالا رزرو شده و مشخص است ولی این قیمت مخفی است و پیشنهاد دهندگان از آن اطلاعی ندارند و همانند مزایده نرمال پیشنهاد می‌دهند به محض اینکه پیشنهادی به قیمت رزرو شده رسید، eBay اعلام می‌کند که پیشنهاد به قیمت رزرو شده رسیده است. چنانچه پیشنهادی به قیمت رزرو شده نرسد فروشنده مجبور به فروش کالا نمی‌باشد.
- (iii) **هلندی:** برای چندین کالای مشابه صورت می‌گیرد، پیشنهاد دهندگان پیشنهاد خود را ارائه می‌کنند و در پایان کسی که بالاترین پیشنهاد را داشته است برنده می‌شود اما مبلغ پائین‌ترین پیشنهاد برنده را برای آن کالا می‌پردازد.
- (iv) **خصوصی:** هر شخصی در این مزایده می‌تواند شرکت کند اما مشخصات پیشنهاد دهندگان کاملاً مخفی باقی می‌ماند. البته ای‌بی فروشنده را از مشخصات خریدار اصلی مطلع می‌کند ولی حتی فروشنده نیز از مشخصات سایر پیشنهاد دهندگان آگاه نمی‌شود.

جمع بندی و نتیجه گیری

با توجه به آنچه در منابع مورد مطالعه و جستجو در اینترنت مشاهده می‌شود، دو نوع مزایده انگلیسی یا استاندارد و مزایده دومین قیمت مخفی یا ویکری از محبوب‌ترین و پر طرفدارترین مزایده‌ها هستند و در واقع این دو نوع مزایده دو شاخه اصلی مزایده یعنی مزایده سرباز و سر بسته را پوشش می‌دهند ضمن اینکه از لحاظ تئوری کارایی یکسانی هم دارند. و در واقع می‌توان گزینه‌های مختلف دیگر مزایده‌ها را در غالب این دو مزایده گنجانده البته بجز قالب مزایده هلندی (با توصیفی که از آن شد) که این مزایده در محیط اینترنت چندان مطلوب به نظر نمی‌رسد.



بخش چهاردهم : مالیه

فایننس علم مدیریت وجوه است. به طور کلی زمینه های فایننس امور مالی و کسب و کار، تأمین منابع مالی شخصی و عمومی است. فایننس شامل پس انداز در پول و اغلب شامل وام و زمینه معاملات مالی با مفهوم زمان، پول، ریسک و چگونگی ارتباط آنها است. همچنین فایننس به چگونگی صرف پول و بودجه می پردازد. یک شکل از فایننس مربوط به افراد و سازمان های تجاری است که پول خود را در بانک قرار میدهند. بانک سپس از این پول به افراد دیگر و یا شرکت های بزرگ برای مصرف و یا سرمایه گذاری وام می دهد و بهره بالاتری را دریافت می کند.

بخش پانزدهم : مالیات**مالیات**

مالیات بر حسب تعریف سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) پرداختی است الزامی و بلاعوض. مالیات ممکن است به شخص، موسسه، دارایی و غیره تعلق گیرد. چنین تعریفی پرداخت های تأمین اجتماعی را هم در بر می گیرد، حال آن که بر حسب مقررات و عرف مالیاتی ایران اصطلاح مالیات پرداخت های اخیر را شامل نمی گردد.

تعریف مالیات

به مثابه یک نوع هزینه اجتماعی است که آحاد یک ملت در راستای بهره وری از امکانات و منابع یک کشور موظفند آنرا پرداخت نمایند تا توانایی های جایگزینی این امکانات و منابع فراهم شود.

مالیات در واقع انتقال بخشی از درآمدهای جامعه به دولت و یا بخشی از سود فعالیت های اقتصادی است که نصیب دولت می گردد زیرا ابزار و امکانات دست یابی به درآمد و سودها را دولت فراهم ساخته است.

انواع مالیاتها در ایران**1 مالیاتهای مستقیم**

این دسته از مالیات ها مستقیماً از دارائی یا درآمد افراد وصول می گردد و شامل مالیات بر دارائی و مالیات بر درآمد می باشد.

الف: مالیات بر دارائی:

- مالیات بر ارث
- حق تمبر

ب: مالیات بر درآمد:

- مالیات بر درآمد اجاره املاک
- مالیات بر درآمد کشاورزی



- مالیات بر درآمد حقوق
- مالیات بر درآمد مشاغل
- مالیات بر درآمد اشخاص حقوقی
- مالیات بر درآمد اتفاقی

۲ - مالیاتهای غیر مستقیم

مالیاتهای غیر مستقیم که بر قیمت کالاها و خدمات اضافه شده و به مصرف کننده تحمیل می‌گردد بر دو نوع است:

الف : مالیات بر واردات

- حقوق گمرکی
- سود بازرگانی
- ۳۰٪ از مبلغ اتومبیل‌های وارداتی
- ۱۵٪ حق ثبت

ب : مالیات بر مصرف و فروش

- مالیات بر فرآورده‌های نفتی
- مالیات تولید الکل طبی و صنعتی
- مالیات نوشابه‌های غیر الکلی
- مالیات فروش سیگار
- مالیات اتومبیل
- ۱۵٪ مالیات اتومبیل‌های داخلی
- مالیات فروش خاویار
- مالیات حق اشتراک تلفن خودکار و خدمات بین‌الملل
- مالیات ضبط صوت و تصویر

مالیات بر ارزش افزوده

این مالیات نخستین بار توسط فون زیمنس در سال ۱۹۵۱ به منظور فائق آمدن بر مسائل مالی کشور آلمان طرح ریزی گردید، لیکن به رغم علاقه و تمایل شدید کشورهای نظیر آرژانتین و فرانسه در خصوص آگاهی از چگونگی ساختار آن، این مالیات بطور رسمی تا سال ۱۹۵۴ به مرحله اجرا در نیامد. از سال ۱۹۵۴ به بعد، برزیل، فرانسه، دانمارک و آلمان در زمره نخستین کشورهای بودند که این مالیات را در نظام مالیاتی کشور خود معرفی نمودند. کره جنوبی نخستین کشور آسیایی است که در سال ۱۹۷۷ با کمک صندوق بین‌المللی پول توانست این مالیات را در نظام مالیاتی خود پیاده نماید و بدنبال آن کشورهای ترکیه، پاکستان، بنگلادش و لبنان نیز اقدام به اجرای این مالیات نمودند. هم اکنون بیش از ۱۲۰ کشور جهان از سیستم مالیات بر ارزش افزوده بهره مند هستند.

به منظور اجرای این مالیات در کشور جمهوری اسلامی ایران، لایحه آن برای اولین بار در دی ماه ۱۳۶۶ تقدیم مجلس شورای اسلامی گردید. لایحه مزبور در کمیسیون اقتصادی مجلس مورد بررسی قرار گرفت و پس از اعمال نظرات موافق و مخالف به صحن علنی مجلس ارائه گردید که پس از تصویب ۶ ماده از آن بنا به تقاضای دولت و به دلیل اجرای سیاست "تثبیت قیمت‌ها به دولت مسترد گردید.



در سال ۱۳۷۰ بخش امور مالی صندوق بین‌المللی پول، در راستای اصلاح نظام مالیاتی جمهوری اسلامی ایران، اجرای سیاست مالیات بر ارزش افزوده را بعنوان یکی از عوامل اصلی افزایش کارایی و اصلاح نظام مالیاتی پیشنهاد نمود. با توجه به نظرات کارشناسان صندوق بین‌المللی پول، مطالعات و بررسیهای متعددی در این زمینه در وزارت امور اقتصادی و دارایی صورت پذیرفت و اجرای مالیات بر ارزش افزوده در سمینارها و کمیته‌های مختلف علمی با حضور کارشناسان داخلی و خارجی مورد تاکید قرار گرفت، اما در عمل به مرحله اجرا در نیامد. وزارت امور اقتصادی و دارایی در راستای طرح ساماندهی اقتصادی کشور، انجام اصلاحات اساسی در سیستم مالیاتی از جمله حذف انواع معافیتها، حذف انواع عوارض و گسترش پایه مالیاتی را با تاکید خاص بر کارایی نظام مالیاتی، شروع نمود و مطالعات جدید امکان سنجی در این زمینه به عمل آورد. با توجه به اهمیت بسط پایه مالیاتی بعنوان یکی از اصول اساسی سیاستهای مالی طرح ساماندهی اقتصاد کشور، معاونت درآمدهای مالیاتی وزارت امور اقتصادی و دارایی مطالعات علمی متعددی را با در نظر گرفتن خصوصیات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور در زمینه اجرای مالیات بر ارزش افزوده، از دی ماه ۱۳۷۶ آغاز کرد. لایحه مالیات بر ارزش افزوده، اکنون با در نظر گرفتن اثرات اقتصادی ناشی از اجرای این مالیات با اصلاحات و بازنگری‌های متعدد، به مجلس شورای اسلامی ارائه شده است. قانون مالیات بر ارزش افزوده با اختیارات ناشی از ماده ۸۵ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران در ۵۳ ماده و ۴۷ تبصره در تاریخ ۱۳۸۷/۲/۱۷ در کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی تصویب شده است تا در مدت آزمایشی ۵ سال از تاریخ اول مهرماه ۱۳۸۷ به اجرا گذاشته شود.

مالیات در سایر کشورها

مالیات در سایر کشورها شامل مالیات مستقیم و غیر مستقیم، مالیت بر املاک برای شهرداریها، (Property tax)



بخش شانزدهم : بهره‌وری**بهره‌وری**

بهره‌وری که یکی از مفاهیم اقتصاد و مدیریت است و اینگونه تعریف می‌شود: «مقدار کالا و یا خدمات تولید شده در مقایسه با هر واحد از انرژی و یا کار هزینه شده بدون کاهش کیفیت یا به این شکل: اثربخشی ضربدر کارایی». به دیگر سخن بهره‌وری عبارتست از بدست آوردن حداکثر سود ممکن با بهره‌گیری و استفاده بهینه از نیروی کار، توان، استعداد و مهارت نیروی انسانی، زمین، ماشین، پول، تجهیزات، زمان، مکان و... به منظور ارتقاء رفاه جامعه. بهره‌وری به نسبت کار انجام شده به کاری که باید انجام می‌شده اطلاق می‌شود.

تاریخچه بهره‌وری

می‌توان گفت برای نخستین بار لغت «بهره‌وری» توسط فردی به نام «کوئیزی» در سال ۱۷۷۶ (میلادی) بکار برده شد. بیش از یک قرن بعد یعنی در سال ۱۸۳۳ (میلادی) فردی به اسم «لیتر» بهره‌وری را «قدرت و توانایی تولید کردن» تعریف کرد. بایستی توجه داشت که واژه بهره‌وری با گسترش انقلاب صنعتی و جهت افزایش سودمندی حاصل از نیروی کار، سرمایه و مواردی از این دست گسترش یافت ولی اصطلاح بهره‌وری آب در چند ساله اخیر و به دلیل کمبود این ماده ارزشمند گسترش یافته‌است.

کاربردها

بر خلاف پندار برخی افراد بهره‌وری فقط برای صنایع نیست بلکه بهره‌وری سطوح مختلفی دارد و همه افراد در همه سطوح نقش دارند یعنی اینکه افراد می‌توانند با تفکر، ابداعات و نوآوری‌های خود عملاً در چند سطح گوناگون موثر واقع گردند، سطوح مختلف بهره‌وری عبارت‌اند از:

- سطح فرد
- سطح گروه کاری
- سطح سازمانی
- سطح رشته‌های تجاری، خدماتی، صنعتی و کشاورزی
- سطح بخش‌های اقتصادی
- سطح ملی و کشوری
- سطح جهانی

در سطوح فردی به دنبال تدابیری برای افزایش بهره‌وری فردی هستیم. و در سطح گروه نیز به دنبال افزایش بهره‌وری گروه کاری هستیم. بدیهی است که موضوع بهره‌وری بیشتر در سطوح سازمانی و رشته‌ها مطرح می‌شود و بیشترین ضوابط و شرایط مربوط به بهره‌وری را می‌توان در آنها مشاهده کرد. چه بسا برخی مشاغل و حتی برخی دستگاهها به دلیل انجام فعالیت‌های موزی و تکراری بودن وظایف سازمانی در یکدیگر ادغام شده و برخی از آنها حذف شده‌اند. بهره‌وری ملی که مهم‌ترین عنصر بهره‌وری است از ارتباط بین دولت، اقتصاد، جغرافیا، جمعیت و فرهنگ بدست می‌آید که عموماً به زبان ریاضیات ترجمه می‌شود و سپس نقطه بهینه آن بدست می‌آید.

موانع بهبود بهره‌وری

- نداشتن اعتقاد و باور ملی به نتایج و فواید بهبود بهره‌وری
- ترس از برخی نمودهای ظاهری بهره‌وری از جمله ترس از بیکاری
- ناآگاهی عمومی نسبت به مفاهیم و جایگاه بهره‌وری، میزان اهمیت آن و نقش و وظایف افراد در این راستا
- بی‌توجهی به فکرهای خلاق و مبتکر



- عدم توجه به رشته های مدیریت، اقتصاد و حسابداری
 - مقاومت افراد در مقابل تغییرات و عدم تمایل به ترک برخی عادات
 - غرق شدن در روش ها و تکنیکها و تغییر باورهای فکری
 - بلند پروازی و بی توجهی به مسائل به ظاهر کوچک و راه حل های خرد
 - مشخص نمودن متولی کار
 - ناهماهنگی و نبود هدایت و نظارت مناسب
 - ضعف تعهد اجرایی
 - عجله در حصول نتیجه
 - دخالت های بی جای برخی کارشناسان در سایر حوزه های کاری و اظهار نظرهای غیر کارشناسانه
 - عدم وجود کارشناسان خبره و یا عدم انگیزش آنها در ارزیابی سیستم و تجزیه و تحلیل و اندازه گیری بهره
- وری
- برخورد مقطعی با موضوع بهره وری و ناپیوستگی روند بهره وری

منافع و فواید بهره وری

فواید عمومی بهره وری عبارتند از: * صرفه جویی در هزینه ها

- افزایش کیفیت (مرغوبیت و مطلوبیت) کالاها و خدمات
- ثبات قیمت ها و یا حتی کاهش آن
- افزایش سطح رفاه عمومی جامعه
- افزایش درآمد و سود
- رضایت عمومی افراد
- رونق اقتصادی
- افزایش تولید و ارائه خدمات
- ثبات اقتصادی در بازار جهانی
- ایجاد اشتغال
- توسعه صنعتی
- توسعه پایدار ساختارهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، علمی و بهداشتی

منافع و فواید بهره وری برای سیستم های دولتی و شرکتها را می توان به شرح ذیل برشمرد:

- افزایش سود و درآمد
- کاهش هزینه ها
- افزایش تقاضا
- رضایت شغلی کارکنان
- سرعت عمل کارکنان
- دقت عمل کارکنان
- ایجاد رقابت سالمتر
- ارتقای شغلی کارکنان
- ایجاد محیط کاری جذاب
- آموزش عمومی کارکنان
- افزایش حقوق و دستمزد
- امنیت شغلی کارکنان
- انجام درست کارها و انجام کارهای درست
- افزایش کیفیت زندگی کاری
- افزایش رفاه کارکنان



• افزایش انگیزه کاری

بهبود و ارتقای بهره‌وری مستلزم کوشش و تلاش برنامه‌ریزی شده همه‌جانبه از سوی افراد و مسئولین ذیربط است که خود نیازمند بهبود شرایط کار و تغییر محرکه‌ها و روشهای انگیزشی کارکنان، بهبود نظامها، دستورالعملها، قوانین، بخشنامه‌ها، دستورالعملها، روشها، فناوری و غیره می‌شود.

عوامل موثر برای افزایش سطح بهره‌وری

بطور کلی عوامل موثر برای افزایش سطح بهره‌وری را می‌توان چنین برشمرد:

۱- بهبود کیفی عامل کار، با توجه به اینکه نیروی انسانی مهم‌ترین عامل در بهبودی بهره‌وری می‌باشد لذا می‌توانند با بکارگیری نکات ذیل موجبات ارتقای بهره‌وری را فراهم نمایند.

الف: نگرشهای مثبت کاری، به‌عنوان مثال غرور داشتن در کار و متمایل به پیشرفت مستمر.

ب: کسب مهارت‌های جدید و ارتقای تخصص با کمک آموزش.

ج: کمک به همکاران در مواقع لزوم و اجرای کارها به صورت گروهی و دسته جمعی

د: مشارکت در برنامه‌های بهبود بهره‌وری همچون کمیته‌های بهره‌وری، طرح پیشنهادها، نظام جامع کیفیت مدیریت و گروههای کنترل کیفی

ه: انجام درست کارها از بدو امر

و: حفظ سلامت جسمانی و تغذیه مناسب افراد

ز: انگیزش مناسب کارکنان از طریق اعطای پاداشهای مادی، تفویض اختیار، ایجاد محیط دوستانه و روابط غیررسمی بین کارکنان

ح: بالا رفتن سطح آموزش مستمر و مداوم نیروی کار

ط: انجام پژوهش و تحقیقات متناسب با کار

ی: سپردن کار به کاردان و گماردن افراد در مشاغل متناسب

ک: ایجاد شرایط خوب کاری و تفریحات سالم برای کارکنان

ل: بهبود روشهای انجام کار



م: استفاده از سیستم مکانیزه و روش خودکار

ن: حذف مراحل زاید

۲- بهبود روابط حاکم بین مدیر و کارکنان

الف: بکارگیری سبک مدیریتی صحیح و علمی

ب: توجه مدیریت به مشکلات کاری و زندگی کارکنان

ج: ایجاد سیستم اطلاعاتی مدیریتی صحیح جهت استفاده مدیران از اطلاعات و آمار درست و دقیق درباره عملکرد سیستم و عملیات انجام شده و سایر اطلاعات مورد نیاز.

د: ایجاد روابط دوستانه و صمیمی مدیریت با کارکنان

ه: دادن آگاهی و شناخت به کارگران و کارکنان درباره اهداف و وظایف سازمانی و جایگاه افراد در آن.

ز: ایجاد روحیه همکاری و مشکل‌گشایی در سازمان و باور داشتن آن توسط مدیران و کارکنان.

ج: کوشش و پشتیبانی مدیریت در زمینه مدیریت مشارکتی و بهره‌وری.

ی: بهره‌گیری از سرمایه‌های درون‌مرزی و برون‌مرزی در فعالیتهای تولیدی و دارای ارزش افزوده و پرهیز از مصرف در امور غیر ضروری غیر تولیدی.

۳- بهبود در بکارگیری رهاوردهای فناورانه

الف: استفاده از ماشین آلات و تجهیزات بهتر و سرمایه‌گذاری بیشتر در تجهیزات و ماشین آلات.

ب: اهمیت دادن و استفاده از قدرت نوآوری و خلاقیت کارکنان و پژوهشهای کاربردی آنها

ج: تحولات و پیشرفت فنی و دگرگونیهای فناورانه

د: استفاده صحیح و کامل تجهیزات فنی و فناوریها

ه: ایجاد واحدهای تحقیق و توسعه و اهمیت به جایگاه آنها

و: انجام پژوهش جهت دستیابی به فناوری برتر و کاهش هزینه‌های تولید و ابداع محصولات جدید و کیفیت برتر و افزایش تولید.



ز: یکپارچه کردن صنایع و ایجاد واحدهای عظیم و تولید هنگفت جهت صرفه جویی ناشی از تولید انبوه.

ج: تغییر و دگرگونی در کیفیت مواد اولیه و بهبود آن

ط: تغییر دگرگونی در فرآیند ساخت و عملکرد سیستم و بهبود شیوه‌ها و فنون مهندسی صنایع.

ی: استفاده از تدابیر ارگونومی (مهندسی انسانی یا دانش هماهنگ سازی میان انسان، محیط و ماشین) به منظور سلامتی، شادابی، رفاه و ایمنی کودکان

ک: نظام به موقع خدمات و تولید به هنگام، نظام (just in time production system git)

ل: نظام موجودی صفر یا بدون انبار، نظام (zero inventory) به منظور صرفه جویی در هزینه‌های سرمایه‌ای و عملیاتی انبار و انبارداری

م: استفاده از منابع پربازده.

بدیهی است برای افزایش سطح بهره‌وری عامل یا علت بخصوصی را نمی‌توان ارائه کرد بلکه ارتقای بهره‌وری معلول ترکیبی از عوامل گوناگون است و هرکدام به نوبه خود تأثیر لازم را می‌گذارد.



بخش هفدهم : تجارت آزاد

تجارت آزاد

تجارت آزاد مدل تجاری است که در آن کالاها و خدمات بدون محدودیت‌های دولتی بین و یا درون کشورها انتقال می‌یابد. این محدودیت‌ها شامل مالیات و تعرفه است. تفاوت تجارت آزاد با دیگر روش‌های تجاری این است که تخصیص کالا در میان کشورهای تجاری بر اساس قیمت‌های مصنوع صورت می‌گیرد که ممکن بازتاب واقعی عرضه و تقاضا باشند. موافقتنامه تجارت آزاد یکی از عناصر کلیدی مناطق تجارت آزاد است. بازار آزاد همان اقتصاد آزاد است که در آن خریداران و فروشندگان بدون هیچ قید و شرطی از لحاظ قیمت و مقدار باهم معامله می‌کنند و هیچگونه اجباری در خرید و فروش نیست. دولت افراد را آزاد گذاشته و تولیدکنندگان به خواست و رضایت خود به تولید می‌پردازند، و دولت هیچگونه مداخله‌ای برای تعیین قیمت و مقدار محصول تولیدی نمی‌کند. بازار آزاد یکی از اساس‌های مکتب کلاسیک یا لیبرالیسم در اقتصاد است که آدام اسمیت و دیوید ریکاردو از جمله پایه‌گذاران آن به شمار می‌روند.

در ادبیات

ارزش تجارت آزاد ابتدا توسط آدام اسمیت مشاهده شد و او اولین کسی بود که به این نظریه پرداخت. او اظهار داشت:

((شعار هر نان‌آور دوراندیشی این است که هرگز سعی نکن چیزی را که هزینه ساخت آن در خانه از هزینه خرید آن بیشتر است در خانه تولید کنی... اگر یک کشور خارجی بتواند کالایی را ارزان‌تر از آنچه خودمان می‌توانیم تولید کنیم به ما عرضه کند، بهتر است آن کالا را وارد کرده و بر تولید کالاهایی که در آنها مزیت داریم، متمرکز شویم.))

اکثر افراد این استدلال را می‌پذیرند؛ اما آنها نگران این هستند که اگر یک کشور دیگر، مثلاً چین، بتواند همه چیز یا تقریباً همه چیز را ارزان‌تر از آنها تولید کند، چه اتفاقی روی خواهد داد. آیا در این صورت تجارت آزاد چین با آمریکا به بیکاری کارگران آمریکایی که خود را ناتوان از رقابت با نیروی کار ارزان‌تر چینی می‌بینند، منجر نخواهد شد؟ پاسخ این سوال منفی است. دیوید ریکاردو در سال ۱۸۱۰ دلیل این امر را به خوبی توضیح داد.

ویژگی‌های تجارت آزاد

تجارت آزاد داری ویژگی‌های زیر است:

- تجارت کالا بدون تعرفه و گمرک و یا دیگر موانع تجاری
- دسترسی آزاد به بازارها
- عدم وجود سیاست‌های منحرف‌کننده تجارت که به سود برخی از افراد و شرکت‌ها باشد.
- دسترسی آزاد به اطلاعات بازار
- جنبش آزاد کارگری در بین و داخل کشورها
- حرکت آزاد سرمایه در بین و داخل کشورها

تاریخچه تجارت آزاد

در گذشته بازرگانی میان ملل مختلف بر اساس سیاست موازنه اقتصادی انجام می‌شده است. دیوید ریکاردو و آدام اسمیت از جمله نخستین اقتصاددانان مخالف موازنه بازرگانی بودند. به عنوان مثال آدام اسمیت بر این اعتقاد بود که تجارت آزاد دلیل شکوفایی تمدن‌هایی نظیر مصر باستان بود. بسیاری از لیبرال‌ها در بریتانیا، به ویژه در سده ۱۹ و اوایل سده ۲۰ (به عنوان مثال، جان استوارت میل) و همچنین در قرن بیستم در ایالات متحده (به عنوان مثال کوردل هال)، بر این باور بودند که تجارت آزاد مروج صلح است. رفته‌رفته و با توجه به این اعتقادات، کشورها به سوی الگوی تجارت آزاد حرکت کردند.



وضعیت کنونی

بیشتر کشورهای دنیا هم اکنون عضو سازمان تجارت جهانی می باشند که هر کدام محدودیت‌های خاصی را اعمال میکنند اما تمامی تعرفه‌ها و موانع تجاری را بر طرف نکرده اند. همچنین بیشتر کشورها نیز عضو مناطق تجارت آزاد می باشند که تعرفه‌های پایین تری را در بین کشورهای عضو دارا می باشند. بیشتر کشورها خطوط هوایی خارجی را از انتقال کالا و مسافر در داخل کشور خود منع کرده اند.

مخالفت‌ها

دانشگاهیان مورد بحث است. همچنین صنایع داخلی اغلب از تجارت آزاد به دلیل کاهش سود خود و بیشتر شدن سهم کالاهای وارداتی با قیمت پایین مخالفت می‌کنند. به عنوان مثال اگر ایالات متحده آمریکا تعرفه شکر وارداتی خود را کاهش می‌داد، تولیدکنندگان شکر سود و هزینه کمتری نصیبشان می‌شد و مجبور می‌شدند قیمت خود را افزایش دهند. این در حالی است که مصرف‌کنندگان شکر در آمریکا خواهان خرید شکر با قیمت کمتری هستند.

منطقه آزاد بازرگانی

منطقه آزاد بازرگانی (تجاری) به محدوده حراست شده بندری و غیر بندری گفته می‌شود که از شمول برخی از مقررات جاری کشور متبوع خارج باشد و با بهره‌گیری از مزایایی مانند معافیت‌های مالیاتی، بخشودگی سود و عوارض گمرکی، عدم وجود تشریفات زائد ارزی، اداری و مقررات دست و پاگیر و همچنین آسان‌گیری و تسریع در فرایندهای صادرات و واردات با جذب سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال فناوری به پیشرفت سرزمین اصلی یاری می‌نماید. جدیدترین آن، منطقه آزاد تجاری - صنعتی شهرستان ماکو می باشد که در ۲۴ مرداد ماه سال ۱۳۸۹ از طرف مجلس شورای اسلامی تصویب و پرونده آن در شورای نگهبان بسته شد و به جمع مناطق آزاد تجاری پیوست.

مناطق آزاد تجاری ایران

ایران ۷ منطقه آزاد تجاری-صنعتی دارد که عبارتند از: چابهار، قشم، کیش، اروند، انزلی، ارس و ماکو

بخش هجدهم : ارزش افزوده

ارزش افزوده به ارزشی که در فرآیند تولید به ارزش کالاهای واسطه‌ای افزوده می‌شود، گفته می‌شود. این مفهوم به فرآیند تولید مربوط است و نه به کالای خاص.

قانون ارزش افزوده در جمهوری اسلامی

فانون مالیات بر ارزش افزوده با اختیارات ناشی از ماده ۸۵ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران در ۵۳ ماده و ۴۷ تبصره در تاریخ ۱۷/۲/۱۳۸۷ در کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی تصویب شده است تا در مدت آزمایشی ۵ سال از تاریخ اول مهرماه ۱۳۸۷ به اجرا گذاشته شود.

در اکثر کشورهای جهان بر ارزش افزوده مالیات تعلق می‌گیرد. در ایران هم قانون مالیات بر ارزش افزوده در جلسه مورخ هفدهم اردیبهشت ماه یکهزار و سیصد و هشتاد و هفت کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی طبق اصل هشتاد و پنجم (۸۵) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران تصویب گردید و مجلس با اجراء آزمایشی آن به مدت پنج سال در جلسه علنی روز نهم بهمن ماه یکهزار و سیصد و هشتاد و شش موافقت نمود.



بخش نوزدهم : اقتصاد نفت

ذخایر عظیم نفت در ایران، خلیج فارس، عراق، عربستان سعودی، آمریکای جنوبی، آمریکا، کانادا، روسیه (ولگا، اورال و سیبری غربی)، آفریقا، لیبی، نیجریه، ونزوئلا، خلیج مکزیک و دریای شمال قرار دارد. حدود ۷۵ درصد از کل منابع نفت موجود جهان در خاورمیانه قرار دارد.

اقتصاد نفت

بازارهای جهانی نفت و گاز بر اساس تفکری منطقی و عقلانی حرکت نمی‌کنند و در پشت هر معامله‌ای ترس و تردید قرار گرفته است. تقاضای بیشتر و محدودیت عرضه نفت سبب بالارفتن قیمت شده است و این (نظریه هوبرت) که کل ذخایر قابل استخراج نفت آمریکا حتی اگر نفت آلاسکا را در نظر بگیریم فقط تا ۸ سال دیگر (۲۰۱۳) کفاف می‌دهد، نیز تقویت گشته است و قیمت نفت افزایش خواهد داشت. اگر چه هنوز تردیدهایی برای قیمت ۱۲۰ دلاری نفت وجود دارد، اما تشنج فعلی بازار، و وجود موارد ژئوپلیتیک متعدد همگی به یک معنی خواهند بود و آن افزایش قیمت نفت است. عموم مسائل ژئوپلیتیک حول محور خاورمیانه می‌گذرد. این بدان دلیل است که سه منبع از چهار منبع اصلی نفت جهان در این منطقه قرار گرفته است. این سه منبع در کشورهای ایران، عراق و عربستان سعودی واقع هستند که هر کدام دستخوش مشکلاتی بوده‌اند. با توجه به تمامی شرایط گفته شده، این گونه به نظر می‌رسد که بازار نفت کماکان آشفته خواهد ماند و فشار بیشتر در جهت افزایش قیمت و نه کاهش آن دیده خواهد شد.

دلایل قیمت‌های بالای نفت چیست؟

قیمت‌های بالا فعلاً ماندگار خواهد بود. از جهت عرضه، زمزمه‌هایی مبنی بر کاهش منابع در بخش‌های نفتی غیرعضو در اوپک همانند خلیج مکزیک و دریای شمال به گوش می‌رسد. با استناد بر آمار منتشره آژانس بین‌المللی انرژی (IAEA)، تولیدات عرضه‌کنندگان غیر اوپکی تا ۲۰۰ هزار بشکه در روز کاهش خواهد یافت. بخشی از دلایل این موضوع آن است که شرایط سیاسی و عدم جذابیت در قوانین سرمایه‌گذاری پاره‌ای کشورهای همانند مکزیک و روسیه مشکلاتی در راه کشف و توسعه منابع جدید نفتی در آنها به وجود آورده است. این مساله فشار بیشتری را بر تولیدکنندگان نفت در خاورمیانه به خصوص عربستان سعودی وارد می‌آورد. تقاضای بیشتر و محدودیت عرضه نفت سبب بالارفتن قیمت تا رقمی بالاتر از ۶۵ دلار برای هر بشکه شده است.

همچنین با توجه به منازعاتی که بر سر عدم شفافیت گزارش اعلام شده توسط عربستان مبنی بر حجم واقعی منابع ذخیره نفتی آنها به وجود آمده، خود دلیلی دیگر برای متشنج شدن بازار را فراهم آورده است.

از دلایل دیگر می‌توان به مساله ظرفیت بهره‌وری پالایشگاه‌های جهانی اشاره کرد. در اواسط دهه ۸۰، ظرفیت بهره‌وری پالایشگاه‌های جهانی تقریباً ۷۵ درصد بود و لیکن امروزه این ظرفیت به بیش از ۹۵ درصد رسیده است. خصوصاً پالایشگاه‌های ایالات متحده تحت فشار سنگینی قرار گرفته‌اند و ظرفیت بهره‌وری از آنها حتی از ۹۸ درصد نیز فراتر رفته است. از نقطه نظر تاریخی، بخش پالایشگاهی جزو بخش‌های مشکل‌زا برای شرکت‌های نفتی در جهت درآمدزایی بوده است و نتیجه بلندمدت آن، سرمایه‌گذاری اندک در این بخش بوده است که خود سبب شده است که پالایشگاه‌ها فرسوده و تجهیزات آنها قدیمی مانده باشد. در همین راستا، به سبب دلایل زیست محیطی، از سال ۱۹۸۰ به بعد هیچ پالایشگاه جدیدی نیز در ایالات متحده ساخته نشده است. این نکات نشان می‌دهد که پالایشگاه‌های فعلی تحت فشار هستند و به علت خرابی و تعمیرات می‌بایست بسته شوند. سیستم پالایشگاهی ایالات متحده بیشتر از حد قابل تحمل آن به کار گرفته شده است و مشکلات مربوط چه در ظرفیت پالایش و چه در وضعیت تولید سبب ایجاد حادثه‌های متعدد و به تبع آن از خط تولید خارج گشتن پالایشگاه‌ها گردیده است.



علاوه بر موارد فوق، توفان‌های فصلی در خلیج مکزیک و اضافه شدن تقاضای نفت از طرف چین و هند و همچنین فاکتورهای ژئوپلیتیک و گمانه‌زنی‌ها برای قیمت‌های بالاتر نفت نیز تأثیرگذار بوده است. در همین مدت، اقتصاد جهانی کاهش شدیدی را از خود بروز نداده است. در گذشته با بالارفتن قیمت نفت، اقتصاد دچار افت و یا بحران می‌گشت. ولی تاکنون با وجود قیمت‌های بیشتر نفت، رشد اقتصادی مشاهده شده است. همچنین، صندوق بین‌المللی پول رشدی ۶/۳ درصدی را برای اقتصاد آمریکا در سال ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ به همراه رشد اقتصادی اروپا و ژاپن پیش‌بینی کرده است.

به همین دلیل تقاضا برای نفت کاهش نخواهد یافت و این سبب می‌شود که نفت تبدیل به اهرمی کلیدی برای اقتصاد جهانی در سال‌های آتی شود. دنیای تازه‌ای که این قیمت‌های بالاتر نفت خواهند ساخت، تأثیرات قابل توجهی بر ساختار مناسبات سیاسی کشورها خواهد گذاشت.

تنش‌هایی میان آمریکا و چین بر سر تمایل چین به خرید شرکت نفتی آمریکایی UNOCAL توسط شرکت نفتی چینی CNOOC پدید آمد. تنش‌های دیگری در بین چین و ژاپن بر سر ذخایر احتمالی نفت و گاز در دریا میان آن دو و همچنین دسترسی به منابع انرژی روسیه به وجود آمده است.

رقابت بر سر در اختیار گرفتن نفت و گاز نظر قدرت‌ها را به منابع موجود در آفریقا نیز جلب کرده است و سیاست‌های ضد آمریکایی اتخاذ شده توسط هوگو چاوز، رییس جمهوری ونزوئلا که شامل کمک نفتی به کوبا و ایجاد موقعیتی مناسب برای چین در جهت ایجاد رابطه‌ای نزدیکتر با کشورهای آمریکای لاتین است، خود از دیگر نتایج تغییر در روابط سیاسی است.

مسایل ژئوپلیتیک

عموم مسایل ژئوپلیتیک حول محور خاورمیانه می‌گذرد. این بدان دلیل است که سه منبع از چهار منبع اصلی نفت جهان در این منطقه قرار گرفته است. این سه منبع در کشورهای ایران، عراق و عربستان سعودی واقع هستند که هر کدام دستخوش مشکلاتی بوده‌اند.

عراق کماکان دچار درگیری‌ها و جنگ‌های داخلی است و صنعت نفتی آنها هدف خرابکاری‌ها قرار می‌گیرد و تولیدشان بسیار کمتر از ظرفیت آن است. از دیدگاه جهانی برنامه هسته‌ای ایران هم جزو مسایل مرتبط با نفت قرار می‌گیرد و تحولات و گفت‌وگوها و نتیجه‌گیری‌های مرتبط با این موضوع در حرکت دادن قیمت تأثیرگذار است.

عربستان سعودی بزرگترین تولیدکننده نفت نیز با مسایل گوناگون سیاسی دست و پنجه نرم می‌کند. در ظاهر قدرت خاندان سعودی و داشتن رابطه‌های موثر و همچنین کنترل و در دست داشتن دستگاه‌های امنیتی و قدرت سیاستگذاری بر ذخایر نفتی آنها است که خود پایداری و ثبات را نمایش می‌دهد. ولیکن در حقیقت آن گونه که به نظر می‌رسد نخواهد بود و ما شاهد بروز تغییراتی دیگر در آینده خواهیم بود.

با توجه به تمامی شرایط گفته شده، این گونه به نظر می‌رسد که بازار نفت کماکان آشفته خواهد ماند و فشار بیشتر در جهت افزایش قیمت و نه کاهش آن دیده خواهد شد.

اقتصاد جهانی به لطف فناوری‌های گذشته توانسته است با این افزایش قیمت‌ها مدارا کند، اگر چه که نقطه‌ای وجود خواهد داشت که در آن قیمت، اقتصاد جهانی متحمل ضربات سنگینی خواهد شد. اما به راستی این نقطه در چه سطح قیمتی خواهد بود؟



اکتشاف و استخراج نفت

آنچه به ادعای مدعیان به اوج رسیدن تولید نفت اعتبار می‌دهد، ماجرای مشهور در تاریخ نفت است. در سال ۱۹۵۶ یک زمین شناس به نام کینگ هوبرت پیش بینی کرد که تولید نفت آمریکا در سال ۱۹۷۰ به اوج خود خواهد رسید. مدیران وی در شرکت شل بهتزرده شده بودند. آنها حتی کوشیدند آقای هوبرت را متقاعد کنند که از اظهار علنی این ادعا منصرف شود. اما حق با وی بود. تولید نفت آمریکا در سال ۱۹۷۰ به نقطه اوج رسید و از آن زمان مرتباً کاهش یافته است.

حتی کشف ذخایر قابل ملاحظه در خلیج پرودو در آلاسکا، به میزان ۱۳ میلیارد بشکه، نتوانسته است این روند را تغییر دهد. آقای هوبرت همچنین محاسبه کرد که کل ذخایر قابل استخراج نفت آمریکا ۱۷۰ میلیارد بشکه خواهد بود. ابتدا منتقدان با تحلیل وی مخالفت و استدلال کردند پیشرفت فناوری اکتشاف و استخراج سبب می‌شود میزان نفت موجود آمریکا افزایش یابد. همین اتفاق افتاد ولی ذخایر آمریکا از حدی که آقای هوبرت تخمین زده بود، بالاتر نرفت. حتی اگر نفت آلاسکا را در نظر بگیرد، تاریخ نفت آمریکا تقریباً عین پیش بینی آقای هوبرت سیر کرده است و منابع نفت داخلی آمریکا فقط تا ۸ سال دیگر کفاف می‌دهد.

چند سال پیش زمین شناسان شیوه‌های آقای هوبرت را به کل تولید نفت در جهان تعمیم دادند. تحلیل آنها حاکی از آن بود که تولید نفت در خلال اولین دهه قرن بیست و یکم به اوج خواهد رسید. برخی می‌گویند این نقطه اوج در سال ۲۰۰۵ یا ۲۰۰۶ از راه می‌رسد. دیوید گواستاین، فیزیکدان موسسه فناوری کالیفرنیا که کتابش با عنوان "پایان نفت" سال گذشته انتشار یافت، پیش بینی می‌کند اوج تولید نفت تا پیش از سال ۲۰۱۰ خواهد بود. رابرت هرش، تحلیلگر انرژی، می‌گوید که سال دقیق خیلی مهم نیست چون همین حالا خیلی دیر شده است. وی در تحقیقی برای وزارت نفت آمریکا چنین نتیجه گرفت که بیش از یک دهه وقت لازم است تا اقتصاد این کشور با افت تولید نفت سازگار شود.

جریان جدید درآمدهای نفتی

مخالفت‌های هوگو چاوز با سیاست‌های ایالات متحده منافی برای او به همراه داشته است. او از بالاتر رفتن قیمت نفت به محکم ساختن پایه‌های حکومت داخلی خویش پرداخته و کمک‌هایی به دیگر همکیشان خود در آمریکای لاتین کرده است. در سال ۲۰۰۲ ذخایر مالی خارجی ونزوئلا کمی بیش از ۸ میلیارد دلار بود ولیکن در اواسط سال ۲۰۰۵ این رقم به بیش از ۲۰ میلیارد دلار بالغ گشته است.

کشورهای حوزه خلیج فارس از جمله عربستان سعودی، کویت، بحرین، قطر و امارات متحده عربی در حال حاضر برای پاسخگویی به تقاضای موجود با رکوردی که در ۲۵ سال اخیر بی‌سابقه بوده است به استخراج نفت می‌پردازند.

این حرکت در تمامی این کشورها با نرخ رشد سریع‌تر و افزایش منابع مالی خارجی قابل مشاهده است. بنابر تحقیقات موسسه مالی بین‌المللی واشنگتن، کشورهای حوزه خلیج فارس در سال ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ بیش از ۳۶۰ میلیارد دارایی خارجی چه از اوراق قرضه و چه از دارایی‌های ثابت خریداری خواهند کرد که این رقم چیزی در حدود ۵۰ درصد بیشتر از مجموع خرید همین موارد در پنج سال اخیر بوده است. بیشتر این پول به سمت بازارهای آمریکایی و اروپایی سرازیر خواهد شد و همچنین مقداری از آن هم به خاورمیانه وارد خواهد شد.

عربستان همچنان بزرگترین صادرکننده نفت جهان است و درآمد این کشور از محل صادرات نفت تا پایان سال ۲۰۰۵ به ۱۷۰ میلیارد دلار خواهد رسید.

کشور روسیه با درآمد ۱۳۰ میلیارد دلاری دومین صادرکننده بزرگ نفت جهان در سال ۲۰۰۵ خواهد بود.



نروژ نیز با کسب بیش از ۵۱ میلیارد دلار سومین کشور جهان از لحاظ درآمد بالای حاصل از صادرات نفت خام در سال ۲۰۰۵ است.

درآمدهای نفتی ایران تا پایان سال ۲۰۰۵ به ۴۹ میلیارد دلار رسید که چهارمین درآمد بالا در میان سایر کشورهای صادر کننده نفت جهان است.

پژوهش انجام شده با عنوان «نفت و یارانه‌های نفتی در اقتصاد ایران» نشان می‌دهد یارانه‌های پرداختی به سوخت در سال ۸۵ هزینه‌ای معادل ۳۸ هزار و ۷۸۸ میلیارد تومان (معادل ۸۹۹/۴۲ میلیارد دلار) را به اقتصاد ملی ایران تحمیل کرده است.

سازمان اوپک اعلام کرده که اوپک از روز ۱۱,۲۰۰۷,۱۱,۱ تولید خود را به میزان ۵۰۰ هزار بشکه در روز افزایش خواهد داد. افزایش تولید نفت به دلیل مقابله با اثرات منفی قیمت ۷۷ دلاری نفت بر اقتصاد جهانی و کاهش ذخایر جهانی نفت اتخاذ شده است و این ۵۰۰ هزار بشکه بر تولید واقعی کشورهای عضو اضافه می‌شود به این ترتیب تولید واقعی ده کشور غیر از عراق و آنگولا از روز ۲۰۰۷-۱۱-۱ به ۲/۲۷ میلیون بشکه در روز می‌رسد. ولی علیرغم اعلام افزایش تولید اوپک بهای یک بشکه نفت خام برای اولین بار از مرز ۸۰ دلار عبور کرد.

همزمان با نشست شورای امنیت (گروه ۵+۱) برای بررسی وضعیت ایران، قیمت نفت در بازارهای آمریکا با افزایش دو و نیم درصدی به حدود ۸۴ دلار در هر بشکه رسید.

در آستانه فصل سرما، بهای نفت در بازارهای جهانی به رکورد کم سابقه ۹۳ دلار برای هر بشکه رسید و این در حالی است که قیمت این ماده خام در بازارهای خاور دور به بالای ۹۳ دلار رسید. افزایش بی سابقه بهای نفت را ناشی از تنش‌ها در خاورمیانه و تنزل ارزش دلار می‌دانند. بازارهای جهانی خود را برای افزایش بهای نفت به میزان صد دلار در هر بشکه آماده می‌کنند.

در آخرین روز سال ۲۰۰۷ میلادی قیمت هر بشکه نفت به بالای ۹۶ دلار آمریکا رسید، در حالیکه در آغاز سال ۲۰۰۷ میلادی قیمت هر بشکه نفت در حدود ۶۰ دلار آمریکا بود. به این ترتیب قیمت نفت در سال ۲۰۰۷ با افزایشی ۵۸ درصدی، بیشترین افزایش قیمت را در یک دهه گذشته داشته است.

کارشناسان بر این باورند که تنشهای موجود در خاورمیانه، کاهش قدرت دلار آمریکا و کمبود گنجایش ظرفیت کاری پالایشگاه‌ها از عوامل موثر در این افزایش قیمت بوده است. افزایش قیمت نفت بر قدرت خرید مصرف کنندگان در بسیاری از کشورها تاثیر محسوسی داشته. قیمت محصولات نفتی با افزایش نسبتاً چشمگیری در سال ۲۰۰۸ میلادی مواجه شد.

قیمت نفت در اوایل تابستان ۲۰۰۸ به رقم بی سابقه ۱۴۸ دلار رسید اما در اوج گرمای تابستان ۲۰۰۸ با آشکار شدن بحران مالی ۲۰۰۷-۲۰۰۹ در اقتصاد جهانی، روند نزولی گرفت و به زیر ۴۰ دلار در هر بشکه سقوط کرد!

اوپک

سازمان کشورهای صادر کننده نفت با نام اختصاری اوپک (OPEC)، یک کارتل بین المللی نفتی است که متشکل از کشورهای الجزایر، ایران، عراق، کویت، لیبی، نیجریه، قطر، عربستان سعودی، امارات متحده عربی، اکوادور، آنگولا و ونزوئلا است. مقر بین‌المللی اوپک از بدو تاسیس در سال ۱۳۳۹ در ژنو بود و در سال ۱۳۴۴ به شهر وین در کشور اتریش انتقال یافت.

هدف اصلی این سازمان، آنچنان که در اساسنامه بیان شده، به این شرح است: «هماهنگی و یکپارچه سازی سیاست‌های نفت کشورهای عضو و تعیین بهترین راه برای تامین منافع جمعی یا فردی آنها، طراحی شیوه‌هایی برای تضمین ثبات قیمت نفت در بازار نفت بین‌المللی به منظور از بین بردن نوسانات مضر و غیر ضروری؛ عنایت و توجه ویژه به کشورهای تولید کننده نفت و توجه خاص به ضرورت فراهم کردن درآمد ثابت برای کشورهای تولید کننده نفت؛ تامین نفت کشورهای مصرف کننده به صورت کارآمد، مقرون به صرفه و همیشگی؛ و بازده مناسب و منصفانه برای آنهايي که در صنعت نفت سرمایه گذاری می‌کنند».



این سازمان در راستای دفاع در مقابل سیاست استثماری شرکت های بزرگ نفتی مشهور به «هفت خواهران» که بدلیل در اختیار داشتن تکنولوژی تولید نفت و تسلط بر شبکه حمل و نقل نفت خام، از افزایش قیمت نفت جلوگیری می کردند و ارزش آن را بصورت مصنوعی در بازار پایین نگه می داشتند، به پیشنهاد ونزویلا در سال ۱۳۳۹ طی جلسه ای در بغداد با حضور نمایندگان کشورهای ایران، عربستان، ونزویلا، کویت و عراق تاسیس شد. اوپک در دهه نخست عمر خویش سعی در تداوم بقا و در دهه دوم سعی در تأثیرگذاری بر بازار نفت و اعاده حقوق کشورهای تولید کننده داشت. اکنون اوپک با افزایش وحدت نظر اعضایش، توانسته است تأثیرات مثبتی در جهت جلوگیری از سقوط ناگهانی و نیز افزایش انفجاری قیمت نفت داشته باشد.



اعضا

دوازده کشور در حال حاضر عضو این سازمان هستند. نام و تاریخ عضویت این کشورها عبارت است از:

- ایران (سپتامبر ۱۹۶۰)
- عراق (سپتامبر ۱۹۶۰)
- عربستان سعودی (سپتامبر ۱۹۶۰)
- کویت (سپتامبر ۱۹۶۰)
- ونزویلا (سپتامبر ۱۹۶۰)
- قطر (دسامبر ۱۹۶۱)
- لیبی (دسامبر ۱۹۶۲)
- امارات متحده عربی (نوامبر ۱۹۶۷)
- الجزایر (ژوئیه ۱۹۶۹)
- نیجریه (ژوئیه ۱۹۷۱)
- آنگولا (سپتامبر ۲۰۰۶)
- اکوادور (۲۰۰۶)

اعضای سابق

- گابون (عضویت کامل از سال ۱۹۷۵ تا ۱۹۹۵)
- اندونزی (عضویت کامل از دسامبر ۱۹۶۲ تا ۲۰۰۹)
- ر حال حاضر عضویت اندونزی در اوپک مورد بازنگری و تجدید نظر واقع شده است؛ چرا که این سازمان دیگر اندونزی را به عنوان یکی از صادرکنندگان اصلی نفت در نظر نمی‌گیرد.

زبان رسمی اوپک انگلیسی است، هرچند که زبان رسمی اکثر کشورهای عضو این سازمان عربی است و انگلیسی تنها در نیجریه زبان رسمی شمرده می‌شود. هفت عضو فعلی اوپک از میان کشورهای عرب هستند،



زبان رسمی اکوادور و ونزوئلا اسپانیایی است، زبان رسمی آنگولا پرتغالی و زبان رسمی ایران پارسی است.

حق عضویت در اوپک سالانه ۵ میلیون دلار است و تنها کشورهای صادر کننده نفت می‌توانند عضو این سازمان باشند.

تاریخچه

ونزوئلا اولین کشوری بود که با نزدیک شدن به ایران، عراق، کویت، و عربستان سعودی در سال ۱۹۴۹ و ارائه این پیشنهاد که آنها به تبادل نظر بپردازند و برای برقراری روابط نزدیک تر و همیشگی بین خود راههای جدیدی کشف کنند، در راستای تأسیس سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) گام برداشت. در سپتامبر ۱۹۶۰، دولت عراق کشورهای ایران، کویت، عربستان سعودی، و ونزوئلا را به اجلاسی در بغداد دعوت کرد تا در مورد کاهش قیمت مواد خام تولید شده توسط کشورهای متبوع خود به مذاکره بپردازند. در نتیجه این مذاکرات، اوپک با هدف یکپارچه سازی و هماهنگ کردن سیاست‌های ناظر بر نفت کشورهای عضو تأسیس شد. ایران، عراق، کویت، عربستان سعودی و ونزوئلا اعضای اولیه اوپک بودند. این سازمان بین سالهای ۱۹۶۰ تا ۱۹۷۵ گسترش یافت و قطر، (۱۹۶۱)، اندونزی (۱۹۶۲)، لیبی (۱۹۶۲)، امارات متحده عربی (۱۹۶۷)، الجزایر (۱۹۶۹) و نیجریه (۱۹۷۱) به جمع کشورهای اولیه اوپک پیوستند. اکوادور و گابن نیز بعدها به عضویت اوپک درآمدند، که اولی یعنی اکوادور در دسامبر ۱۹۹۲ از عضویت اوپک خارج شد و گابون نیز در ژانویه ۱۹۹۵ با تکرار حرکت اکوادور، از جمع کشورهای عضو اوپک خارج شد. اگر چه عراق همچنان یکی از اعضای اوپک محسوب می‌شود، لیکن تولیدات نفتی این کشور از مارس ۱۹۹۸ جزء سهام مورد توافق اوپک قرار نداشته‌است. تخمین و برآورد EIA بیانگر آن است که یازده عضو فعلی اوپک تولید کننده قریب به ۴۰٪ از نفت جهان هستند و حدود دو سوم (۶۵٪) ذخایر نفتی شناخته شده جهان در اختیار آنهاست.

میزان تولید

در این بخش میزان تولید نفت خام هریک از کشورهای تولیدکننده نفت عضو اوپک از ابتدای قرن بیست و یکم ارائه می‌گردد. (واحد ارقام ۱۰۰۰ بشکه در روز است)

نام کشور/سال (میلادی)	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰
 عربستان سعودی	۷,۹۲۲	۷,۵۲۵	۸,۷۰۹	۸,۹۵۷	۹,۳۹۰	۹,۱۱۲	۸,۶۵۴	۹,۱۱۲	۹,۱۱۲	۸,۰۵۵	۸,۰۵۵
 ایران	۲,۶۶۷	۲,۶۷۲	۲,۷۵۱	۲,۹۲۰	۲,۹۲۴	۲,۸۴۵	۲,۸۵۵	۲,۸۴۵	۲,۸۹۲	۲,۷۲۶	۲,۷۲۶
 ونزوئلا	۲,۹۴۹	۲,۸۹۱	۲,۶۱۷	۲,۵۸۲	۲,۶۲۹	۲,۵۲۹	۲,۴۲۸	۲,۴۲۸	۲,۴۸۷	۲,۳۱۱	۲,۳۱۱
 عراق	۲,۵۵۰	۲,۳۷۶	۲,۰۰۰	۲,۰۱۵	۱,۸۲۰	۱,۹۲۲	۲,۰۸۹	۱,۹۲۲	۲,۳۴۱	۲,۴۲۵	۲,۴۲۵
 امارات متحده عربی	۲,۲۴۸	۲,۱۵۱	۱,۹۸۸	۲,۳۴۲	۲,۴۴۷	۲,۵۴۰	۲,۵۰۴	۲,۵۴۰	۲,۵۵۷	۲,۲۵۶	۲,۲۵۶
 کویت	۲,۰۸۷	۲,۰۲۱	۱,۸۸۵	۲,۱۷۲	۲,۳۴۴	۲,۵۲۰	۲,۴۶۴	۲,۵۲۰	۲,۵۵۴	۲,۲۶۲	۲,۲۶۲
 نیجریه	۲,۰۲۲	۲,۰۹۸	۱,۹۶۹	۲,۱۲۱	۲,۲۵۲	۲,۴۱۲	۲,۳۲۵	۲,۳۲۵	۱,۹۴۷	۱,۸۱۱	۱,۸۱۱
 لیبی	۱,۴۰۵	۱,۲۶۱	۱,۲۱۴	۱,۴۲۲	۱,۵۲۷	۱,۶۴۲	۱,۷۰۲	۱,۷۱۰	۱,۷۱۸	۱,۵۵۷	۱,۵۵۷
 الجزایر	۸۰۷	۸۲۷	۸۶۴	۱,۱۲۴	۱,۲۲۸	۱,۲۴۹	۱,۲۶۴	۱,۲۵۸	۱,۲۸۱	۱,۲۷۲	۱,۲۷۲
 آنگولا					۱,۰۱۹	۱,۲۴۱	۱,۳۸۵	۱,۳۸۵	۱,۸۷۱	۱,۷۸۶	۱,۷۸۶
 قطر	۶۹۷	۶۸۵	۶۴۹	۷۴۸	۷۷۷	۷۹۵	۸۲۱	۸۰۷	۸۴۰	۷۷۶	۷۷۶
 اکوادور					۵۲۷	۵۲۲	۵۲۶	۵۰۷	۵۰۲	۴۷۶	۴۷۶
	۲۷,۹۸۸	۲۷,۲۳۴	۲۵,۲۵۵	۲۶,۹۷۱	۲۹,۰۴۰	۲۹,۸۶۴	۲۰,۵۲۲	۲۰,۱۷۱	۲۱,۲۰۵	۲۸,۷۱۴	۲۸,۷۱۴



بخش بیستم : اقتصاد مهندسی

اقتصاد مهندسی از شاخه‌های علم اقتصاد است و از روشهای تحلیلی که در برآورد هزینه و تعیین ارزش سیستم‌ها، فرآورده‌ها و خدمات به کار می‌روند، گفتگو می‌کند. موفقیت در حل مسائل مهندسی غالباً به توانایی و بررسی هر دو عامل اقتصادی و فنی وابسته است. مهندسان باید مسئولیت تفسیر اقتصادی کار خود را خود بر عهده گیرند. برای برقرار کردن ارتباط بین جنبه‌های فنی و اقتصادی کارهای مهندسی، تسلط یافتن مهندسان بر مفاهیم بنیانی تحلیل‌های اقتصادی لازم است.

اقتصاد مهندسی، مجموعه تکنیک‌هایی است که فرآیند مقایسه بین گزینه‌های قابل انتخاب را بر پایه اصولی اقتصادی، ساده سازی می‌کند. اقتصاد مهندسی در واقع ابزاری برای انتخاب بهترین یا به عبارتی مقرون به صرفه ترین گزینه از میان گزینه‌های پیش روی مهندسين است. به عبارت دیگر، اقتصاد مهندسی، ابزار اصلی تصمیم‌گیری مهندسين در پروژه هاست. مباحث علمی و فنی مطرح شده در طول دوره‌های تحصیلی رشته‌های مهندسی، گزینه‌های مختلفی را برای انجام امور محول شده به مهندسين، پیش روی آنها گذارده که همگی به لحاظ فنی و مهندسی قابل اجرا هستند. اما، این اقتصاد مهندسی است که مشخص می‌کند از میان گزینه‌های مختلف قابل اجرا از لحاظ فنی، کدامیک به لحاظ اقتصادی توجیه پذیر بوده و کدامیک فاقد توجیه اقتصادی است. به بیان دیگر، اگر قابلیت فنی اجرای گزینه‌ها و پروژه‌های مهندسی، شرط لازم انجام آنهاست، قابلیت مالی یا همان «توجیه اقتصادی» آنها نیز شرط کافی در اجرای آنها خواهد بود. اقتصاد مهندسی به طور مشخص، به مقوله دوم که همان بررسی توجیه پذیری اقتصادی گزینه‌های پیش روی مهندسين است، می‌پردازد.

نیاز به اقتصاد مهندسی از زمانی احساس شد که مهندسين به تجزیه و تحلیل اقتصادی تصمیمات مربوط به پروژه‌های مهندسی روی آوردند. اقتصاد مهندسی در حقیقت، قلب نپنده فرآیند تصمیم‌گیری است. تصمیمات مورد بحث در اقتصاد مهندسی، دربردارنده عناصری اساسی از قبیل جریان‌های نقدی پول، زمان و نرخ‌های بهره هستند. در نهایت، اقتصاد مهندسی کمک می‌کند تا با استفاده از روش‌های منطقی و ریاضیاتی، تصمیم‌گیری‌های بهتر و اقتصادی تری صورت گیرد.

در تعریف اینکه اقتصاد مهندسی چه چیزی است، مفید خواهد بود که بدانیم اقتصاد مهندسی چه چیزی نیست. اقتصاد مهندسی، فرآیند یا روشی برای تعیین اینکه چه گزینه‌هایی برای انتخاب وجود دارند، نمی‌باشد. بلکه برعکس، رسالت اقتصاد مهندسی، دقیقاً بعد از مرحله شناسایی گزینه‌های قابل انتخاب، شروع می‌شود. اگر بهترین گزینه واقعاً گزینه‌ای باشد که مهندس، آن را به عنوان یک گزینه قابل انتخاب، شناسایی نکرده باشد، در این صورت بدیهی است که استفاده از تمام ابزارهای تحلیلی اقتصاد مهندسی، به انتخاب آن گزینه منجر نخواهد شد.

گزینه‌های قابل انتخاب در امور مهندسی، معمولاً دربردارنده مواردی از قبیل هزینه خرید (هزینه اولیه)، عمر مفید پیش بینی شده، هزینه‌های سالانه نگهداری دارایی‌ها (هزینه‌های عملیاتی و نگهداری دارایی‌ها)، ارزش فروش مجدد پیش بینی شده (ارزش اسقاطی)، و نرخ بهره می‌باشد. بعد از جمع‌آوری امار، ارقام و برآوردهای مربوطه، تحلیل اقتصاد مهندسی می‌تواند راهنمای تعیین بهترین گزینه از دیدگاه علم اقتصاد باشد.



منابع :

منابع پارسی

۱. اقتصاد چیست؟، محمد مهدی بهکیش، نشر نی، چاپ دوم، ۱۳۸۱
۲. طبیبیان، محمد: اقتصاد خرد پیشرفته (مباحثی از مبانی نظری و کاربرد آن)؛ انتشارات پیشبرد.
۳. اقتصاد چیست؟، محمد مهدی بهکیش، نشر نی، چاپ دوم، ۱۳۸۱
۴. ف.م. جوانشیر، اقتصاد سیاسی، ۱۳۵۸
۵. ابطحی، سید حسین و بابک کاظمی (۱۳۸۳)، کتاب «بهرموری»، تهران، موسسه مطالعات پژوهشهای بازرگانی
۶. اورعی، ک.، ۱۳۷۸. تحلیل و محاسبه بهرموری. انتشارات نشر علوم دانشگاهی.
۷. مقالات بهره‌وری بتسا
۸. اقتصاد چیست؟؛ بهکیش، محمدمهدی؛ نشر نی، چاپ دوم، ۱۳۸۱
۹. یلی، مسعود. " مبانی اقتصاد ". نشر نی، چاپ اول، ۱۳۸۶.
۱۰. قانون مالیات‌های مستقیم مصوب سوم اسفند ۱۳۶۶، قانون اصلاح موادی از قانون مالیات‌های مستقیم مصوب بیست و هفتم بهمن ۱۳۸۰ همراه با قسمتی اصلاحیه بعد، جهانگیر منصور، نشر دیدار، ۳-۳۱-۸۷۸۶-۹۶۴
- ISBN
۱۱. متن کامل قانون مالیات بر ارزش افزوده
۱۲. پیش بینی کاهش چشمگیر درآمد نفتی ایران
۱۳. جایزه: جستجوی حماسی برای نفت، پول و قدرت»، دانیل یرگین (۱۹۹۳)
۱۴. تمام شدن گاز: پایان دوران نفت (۲۰۰۴)
۱۵. اعترافات یک جانی اقتصادی
۱۶. کنفرانس چشم انداز نفت و گاز خاورمیانه در لندن
۱۷. ویکی‌پدیای انگلیسی
۱۸. امنیت جهانی
۱۹. جایزه: جستجوی حماسی برای نفت، پول و قدرت»، دانیل یرگین (۱۹۹۳)
۲۰. اعترافات یک جانی اقتصادی
۲۱. کنفرانس چشم انداز نفت و گاز خاورمیانه در لندن
۲۲. سیاستهای تعاونی تولید کننده نفت - (۲۰۰۱)
۲۳. تمام شدن گاز: پایان دوران نفت (۲۰۰۴)
۲۴. بحران نفت پیش رو - (۲۰۰۴)
۲۵. بلنک، لیلند تی، و آنتونی جی تارکونین. مبانی اقتصاد مهندسی. ترجمه سیدعلی زیتون نژاد موسویان. تهران: آوای نور، ۱۳۸۹-5-17-5413-600-978 ISBN، خانه کتاب



منابع انگلیسی

- Mas-Colell, Andreu, Michael D. Whinston & Jerry R. Green: Microeconomic Theory; .۲۶
Oxford University Press.
- Rubinstein, Ariel: Lecture Notes in Microeconomic Theory; Princeton University Press .۲۷
<http://www.mibosearch.com> .۲۸
- Online Auctions: Notes on Theory, Practice and the Role of Agents Onn Shehory .۲۹
by Dr. Onn Shehory ۲۰۰۵ October .۳۰
- Auctions and Common Property Sloan School of Management Massachusetts Institute of .۳۱
Technology
- . “Nonparametric Approaches to Auctions.” ۲۰۰۴ Athey, Susan, and Philip A. Haile. .۳۲
Working paper, Stanford University and Yale University.
-), “English Auctions with Multiple Goods,” ۱۹۹۵ Gul, Faruk and Ennio Stacchetti (.۳۳
)” FIPA English Auction Interaction Protocol Specification” ۲۰۰۱ FIPA TC C (.۳۴
)” Foundations of Electronic Commerce” ۲۰۰۵ Noam Yanai (.۳۵
)” Rules for Standard Offer ۱۹۹۷ Charles River Associates and Market Design Inc (.۳۶
Service Auction”
<http://www.agorics.com/Library/Auctions> .۳۷
<http://www.xcent.com> .۳۸
<http://www.auction.com> .۳۹
- EBay The Smart Way (third edition) by Joseph T. Sinclair .۴۰
[Globalsecurity](http://www.globalsecurity.com) .۴۱

