

لذت بردن از مصرف، سرمایه نامحسوس رشد اقتصادی

یزدان نقدی^۱، سهیلا کاغذیان^۲، حمید امیر طائمه^۳

^۱ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه. y_naghdi@yahoo.com

^۲ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه. skaghazian@hotmail.com

^۳ دانشجوی دکتری علوم اقتصادی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه. hamid.amirtaemeh@gmail.com

چکیده :

فقط تولید کالا و رشد اقتصادی نمی تواند از زندگی ما حمایت کند، بلکه همه افراد از فقیر تا ثروتمند به تناسب ظرفیت خود نیاز دارند، از زندگی لذت ببرند تا سطح خوشبختی کل جامعه افزایش یابد. برای لذت بردن از مصرف کالا و خدمات که نتیجه رشد اقتصادی محسوب می شوند، احتیاج به "سرمایه انسانی در مصرف" داریم. دانش مصرفی، لذت بردن از مصرف و سطح خوشبختی جامعه را به عنوان "سرمایه نامحسوس" اقتصادی افزایش می دهد و در یک نگاه سیستمی این خود بهترین راه برای افزایش سرمایه اجتماعی و بالا بردن رشد و توسعه اقتصادی است. در این پژوهش با استفاده از تئوریهای مصرف، مدل ریاضی و نگاه سیستمی، به تحلیل رابطه معنا دار بین لذت بردن از مصرف به عنوان سرمایه نامحسوس و رشد و توسعه اقتصادی می پردازیم .

کلید واژهها : سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی در مصرف، سرمایه نامحسوس، سطح خوشبختی، لذت بردن از زندگی

طبقه بندی JEL: O31-O32-J24

۱. مقدمه :

برای زنده بودن باید مصرف کرد و از مصرف لذت^۱ برد، پرفسور پیگو (۱۹۲۲)^۲ به عنوان اولین کسی که رفاه را بصورت مستقل مطالعه کرد، می گوید : "پدیده ای سودمند اما غیر لازم است، البته فوریت و ضرورت دارد، دارای ابعاد مختلف است که جستجوی اصلی ما در اقتصاد را تشکیل می دهد به عبارت دیگر نوشیدن آب میوه بسیار ضروری تر از تابیدن نور است." مصرف و لذت بردن از مصرف یکی از ابعاد پر رنگ و قدرتمند زندگی می باشند که سهم بالایی از تولیدات اقتصادی (GDP) را به خود اختصاص می دهند، در طول تاریخ اقتصاد، اولین قدم در فرآیند های اقتصادی همواره نشات گرفته از مصرف کالا، خدمات و بهرمندی از لذت حاصل از مصرف بوده است. آن بخش از مصرف که تامین کننده نیازهای اولیه زندگی بشری است چه در زمینه مبانی کلی و چه در راستای توابع مصرف و مدل های اقتصادی تقریباً در قرن اخیر تغییر خاصی نکرده است و با پیشرفت های عظیمی که دانش و تکنولوژیهای جدید برای تمدن

¹ -Enjoyment of consumption

² - Pigou (1922)

بشری به ارمغان آورده اند این بخش تقریباً تامین کننده نیازهای اقتصادی بوده است، اما افق لایتناهی تفکر و حس لذت جویی بشر همواره انواع متنوع و مختلف نیازهای مصرفی را همگام با رشد دانش و تکنولوژی برای زندگی اجتماعی و انفرادی انسان ها به ارمغان آورده است، این بعد جدید مصرف که در قرن اخیر بسیار پرنگ گشته است نیازها و ضروریات های خاصی را در پی داشته که توانسته شکل کلی و ساختار زیر بنایی قوانین اقتصادی و تئوریهای مصرف را تحت تاثیر قرار دهد، در گذشته افراد برای خوردن، خوابیدن و لباس پوشیدن نیازمند آموزش مهارت های خاص نبودند، جزئیات و ظرافت ها کم رنگ بود و زمان و هزینه فرصت کمتری را به خود اختصاص می داد اما در دنیای امروز حتی برای نوشیدن آب هم (برای انتخاب آب معدنی مناسب از فروشگاههای بزرگ) باید انتخاب کردن، آموزش دید و کسب مهارت نمود، تنوع و ظرافت های کالا و خدمات علاوه بر اینکه نیازمند سرمایه گذاری در فرآیندهای تولید است نیازمند سرمایه گذاری در راستای روش ها و آموزش های مصرف (دانش مصرفی) نیز می باشد که در صورت عدم توجه به سرمایه انسانی در مصرف^۳ و تخصیص بهینه زمان (هزینه فرصت) فقط حجم زیادی از کالا و خدمات مصرف می شود بدون آنکه برای افراد لذت بخش باشد و به شادمانی و افزایش سطح خوشبختی به عنوان "سرمایه نامحسوس"^[۱] در کنار سرمایه اجتماعی^۴ بیفزاید. در نتیجه فقط بیماری مصرف زدگی ایجاد می گردد. این مشکل دنیای امروز ماست که هرچه بیشتر تولید و بیشتر مصرف می کنیم کمتر لذت می بریم.

چرا با وجود تکنولوژیهای جدید که کارها را در زمان کمتری انجام می دهند، اوقات فراغت افراد کمتر شده است؟
رشد و توسعه اقتصادی در راستای افزایش مصرف است، یا میزان لذت بردن از مصرف را افزایش می دهد؟ کمیت مصرف در سطح خوشبختی افراد موثر است، یا کیفیت و لذت بردن از مصرف؟
آیا سطح خوشبختی جامعه جزء معیارهای توسعه و رشد اقتصادی است؟
در این پژوهش با تمرکز بر نقش سرمایه نامحسوس، دانش و نوآوری، نقش زمان و تغییراتی که در طول زمان توابع مصرف از خود نشان داده اند و نیز نگاهی متفاوت به مصرف، که تاکید فراوان بر لذت بردن از مصرف به عنوان "سرمایه نامحسوس" دارد، گوشه ای از نقش مصرف و لذت بردن از مصرف را در راستای مفاهیم جدید اقتصاد خوشبختی به وسیله بررسی روند تئوری های مصرف، مدل های ریاضی و روشهای سیستم دینامیکی (SD) بررسی و تحلیل می نماییم و به اثبات فرضیه خود مبنی بر وجود رابطه معنا دار بین لذت بردن از مصرف به عنوان سرمایه نامحسوس و رشد و توسعه اقتصادی (GDP) می پردازیم.

۲. چهار چوب نظری :

از ارکان اصلی رفاه و خوشبختی، مصرف و لذت بردن از مصرف می باشد که محرک اصلی تغییر در روند تاریخ بوده است با ترسیم تصویری از اقتصاد شکار و جمع آوری میوه^۵ تا اقتصاد فراصنعتی امروز می توان نیاز انسان ها به مصرف و لذت بردن از مصرف را به وضوح دید، در تمدنهای بدوی افراد با کشتن حیوانات و مصرف آنی آنها رفع نیاز می کردند ولی با افزایش جمعیت و محدودیت های شکار و نیاز روز افزون به مصرف، انسانها به سمت پرورش حیوانات و کوچ نشینی برای رسیدن به علوفه بیشتر، روی آوردند و تمدن شیبانی بر پا گشت و رفته رفته با پیشرفتهای علمی (اختراعات و ابزار) نیاز به مصرف بیشتر و افزایش جمعیت، تمدن کشاورزی برای رسیدن به تولید و مصرف بیشتر شکل گرفت و در نهایت ما شاهد تمدن صنعتی با تغییرات گسترده در سطح دانش، نوآوری، تکنولوژی

³- Consumption human capital

⁴- Social Capital

⁵- Hunting-gathering economy

و شاخص های مصرف هستیم. زمانی که ادام اسمیت با خلق ثروت ملل بر بازارها تمرکز کرد و دست نامرئی را در راستای تولید و توزیع ضروریات زندگی انسان ها به حرکت وا داشت، ثروت ملل را معنا کرد ولی در دنیای امروز سوال اساسی اینجاست، که ثروت اصلی ملل چیست [۲]؟ در تمامی این مراحل که می تواند به عنوان روند رشد و توسعه اقتصادی و تغییرات تنوریهای مصرف خوانده شود مشکل اساسی کمبود منابع و شیوه های جدید تولید بوده است که این بحران ها تقریبا با نظریه های چون ابداع القایی فن آورانه (جان آر. هیکس ۱۹۳۲) و دیگر مدل های وابسته به نوآوری ودانش های جدید حل شده اند. توابع مصرف که نمونه مراحل توسعه دانش در علم اقتصاد را ارائه می دهند تقریبا با کشف مهم مفهومی توسط کینز (۱۹۳۶) آغاز شد و بعد از آن مشهود بود که برای مدت ها در آینده رابطه بین درآمد و مخارج مصرفی یک رابطه کلیدی در تحلیل های اقتصاد کلان خواهد بود که با توسعه اطلاعات آماری درباره رفتار مصرف کننده و روابط بین مصرف، درآمد و پس انداز تا حد معقولی تا پایان جنگ جهانی دوم کامل شد و حقایقی جالب و متناقض را در مورد نسبت مخارج مصرفی به درآمد خانوار آشکار کرد. قدم بعدی در سلسله تحقیقات تابع مصرف به تئوریهای دقیق تر واستادانه مربوط می شد، سه تئوری متفاوت توسط دوزنبری (۱۹۴۹) و فریدمن (۱۹۵۷) و یک سری مقالات از آندو برومبرگ و مودیگیلانی (دهه ۱۹۵۰) ارائه گردید که با توجه به وجوه اشتراک و تفاوت ها، مفاهیمی چون درآمد ناشی از کار، درآمد ناشی از دارایی، درآمد دائمی، سیکل زندگی مصرف، انتظارات عقلایی (و تطبیقی)، محدودیت های نقدینگی و اثر ثروت و ... را به وسیله مطالعات آماری و اقتصاد سنجی روشن کرد. در این میان مدلی که دوزنبری ارائه داد تفاوت آشکاری با مدل های دیگر داشت، که به تئوری های جدید مصرف نزدیکتر است، چرا که مدل وی با یک تابع مطلوبیت کاملا خصوصی و مستقل از مصرف سایر افراد شروع نمی شود بلکه تحلیل خود را بر پایه دو فرضیه مربوط به درآمد نسبی استوار نموده است. اول اینکه مصرف کننده آن اندازه که نسبت به مصرف خود در مقایسه با مصرف سایر افراد نگرانی دارد نسبت به سطح مطلق مصرف خود حساس نیست. مدل فیشری بر پایه حل مسئله بهینه یابی مصرف کننده آنگاه که می خواهد مطلوبیت خود را نسبت به محدودیت ارزش فعلی حداکثر نماید، تنها سطح مطلق مصرف وارد می شود $U = u(c_0, \dots, c_t, \dots, c_T)$ و مصرف نسبی در تابع وجود ندارد اما دوزنبری تابع خود را به صورت:

$$U = u(c_0/R_0 \dots c_t/R_t \dots c_T/R_T) \quad (1)$$

بیان می کند که R همان میانگین وزنی مصرف سایر افراد جامعه را نشان می دهد، وقتی مطلوبیت فرد افزایش می یابد که مصرف وی در مقایسه با مصرف سایر افراد جامعه (استاندارد مصرف متوسط ملی) افزایش یابد و نیز اثر چرخ دنده ای^۷ و اثر تقلیدی^۸ در مصرف را نیز تایید می کند. در قدمهای بعد مفاهیمی چون ساختار انتخاب^۹ نشان می دهد که ما به دلیل عضویت در اتحادیه ها، مسائل تخصص، آموزش و مهارت و ... هنگام انتخاب کار- فراغت قدرت انتخاب چندانی نداریم و در واقع به خاطر این عوامل بازار کار از حالت تعادل خالص خارج شده و نوعی چسبندگی و عدم تعادل بر آن حاکم است که مجبوریم انتخاب خود را با ساخت عدم تعادل کار- فراغت انجام دهیم. تمام این تئوریها توانسته اند ابعاد مختلف مصرف را توضیح و تحلیل نمایند اما تقریبا در چند دهه اخیر به دلیل تغییرات عظیمی که در روش ها و تکنولوژیهای تولید و تنوع کالا و خدمات ایجاد شده است، زاویه نگاه به مصرف تغییر کرده با اینکه مصرف کردن جزء نیازهای اساسی برای زنده ماندن است اما مشکل امروز دنیا نبود کالا برای مصرف نیست و برای سیاست های تثبیت اقتصادی تخمین میزان مصرف و عوامل ایجاد کننده آن کم اهمیت تر شده است، بلکه امروز عوامل درونی مصرف هستند که مورد تحلیل قرار می گیرند، لذت بردن که در حقیقت جزء ذات مصرف است و اصلی ترین عامل در افزایش سطح خوشبختی در راستای

⁶ - Absolute level

⁷ - Ratchet effect

⁸ - Demonstration effect

⁹ - Choice structure

افزایش سرمایه اجتماعی می باشد، عامل گم شده در دنیای امروز ماست. جان تامر^{۱۰} با نوشتن دو کتاب و چندین مقاله در طی سالهای ۱۹۸۱ تا ۲۰۰۶ بعد جدیدی از سرمایه انسانی تولید بنام "سرمایه نامحسوس" را معرفی می کند: "مبانی اقتصاد اصل سرمایه انسانی را در راستای سرمایه های محسوس چون سطح تحصیلات، بهداشت، مهارت و امید به زندگی پذیرفته است، و امروز نوبت آن است که تاثیر سرمایه های نامحسوس را در راستای رشد و توسعه اقتصادی به اثبات برسانیم و نشان دهیم که این بعد از سرمایه های انسانی چقدر می تواند کارایی و ظرفیت های انسانی را در تمام ابعاد زندگی بشر افزایش دهد." دنیا دچار مصرف زدگی شده است. سگال (۱۹۹۸)^{۱۱} با تحقیقات خود در آمریکا نشان می دهد با آنکه افزایش چشم گیری در زمینه مصرف کالا و خدمات (خانه ها، تحصیلات، حمل و نقل و غذا) وجود داشته است ولی رضایتمندی افراد تغییر خاصی نداشته است در حقیقت افراد بیشتر مصرف می کنند ولی لذت نمی برند و سطح خوشبختی آنها تغییر نمی کند. بینس وانگر (۲۰۰۶)^{۱۲} بیان می دارد با اینکه در دنیای امروز ابزارها زمان فعالیت ها را کاهش داده اند (تجهیزات منزل، هواپیما، پست الکترونیکی و...) و افراد می توانند زمان پس انداز کنند، اما همه دچار کمبود زمان هستند و زمان فراغت افراد کاهش یافته است و در حقیقت افراد گرفتار تلاشی بیهوده^{۱۳} شده اند، و شاید باید در تحلیل مصرف به دنبال اقتصاددانان رفتاری^{۱۴} گشت، که چرا افراد زمان برای لذت بردن از مصرف ندارند؟ ریچارد استرلین (۱۹۷۴، ۱۹۹۵، ۲۰۰۱) و در پی او اسوالد (۱۹۹۷)، دینر و آیشی (۲۰۰۱)، فری و استاتزر (۲۰۰۲)^{۱۵} با تحقیقات (آماري و اقتصاد سنجی) خود در کشورهای مختلف نشان دادند که ارتباط پر رنگ و معنا داری بین افزایش سطح مصرف و درآمد کشورها و میزان لذت و حس خوشبختی افراد وجود ندارد، (پول نه خوشبختی می آورد و نه کیفیت زندگی را افزایش می دهد). و حتی در نگاه انفرادی افرادی که در قرعه کشی برنده شده و سطح درآمد و مصرف خود را بالا می برند در طی چند سال سطح لذت و خوشبختی آنها افزایش نمی یابد. حال سوالات مهم اینجاست که رشد و توسعه اقتصادی (GDP) چه تاثیری بر مصرف و لذت بردن از مصرف داشته است؟ برای رسیدن به سطح بالای از توسعه تا چه اندازه باید روی لذت بردن از نتایج توسعه که همان افزایش رفاه و لذت بردن از مصرف است، سرمایه گذاری کرد؟ رابطه متقابل لذت بردن و رشد اقتصادی چگونه تعریف می گردد؟ چگونه می توان سطح لذت بردن از مصرف را در راستای سرمایه نامحسوس افزایش داد؟

۳. مواد و روش ها :

برای بررسی میزان لذت بردن از مصرف ابتدا باید لذت بردن که بخش مهمی از مفاهیم مصرف و خوشبختی را در بر می گیرد مورد تحلیل قرار داد، لذت بردن در زندگی و خوشبختی، سرچشمه مشترکی دارند با این تفاوت که لذت بردن فرآیندی بیرونی و وابسته به فعالیت و عمل کرد افراد است که نیازمند مصرف و زمان برای مصرف کردن است ولی خوشبختی بسیار کلی تر و جامع تر از لذت بردن است در حقیقت خوشبختی برگرفته از نگاهی کلی به زندگی است که تمام ابعاد مادی و معنوی زندگی را شامل می شود و برای پرداختن به آن نیازمند مطالعات وسیع، عمیق و بین رشته ای می باشیم که در این پژوهش نمی توانیم به آن بپردازیم، جوزف شومپیتر (۱۹۴۲)^{۱۶} می گوید: خوشبختی مجموع لذت ها و رنج های آدمی است. اما می توان گفت یک "زندگی خوب"^{۱۷} "سرشار از

¹⁰ - John F Tomer (1982 – 2006)

¹¹ - Segal (1998)

¹² - Binswanger, Mathias (2006)

¹³ - Treadmill

¹⁴ - Behavioral economists

¹⁵ - Esterlin (1997, 1995, 2001). Oswald (1997). Deiner and Oishi (2000). Frey and Stutzer (2002)

¹⁶ - Joseph A. Schumpeter (1942)

¹⁷ - Mario Cogoy (2007) – Good life

فعالیت و لذت بردن از فعالیت ها می باشد، بخش عمده فعالیت های ما شامل تامین نیازهای مصرفی در تمام ابعاد مادی همچون خانه زیبا، اتومبیل خوب و ابعاد غیر مادی مثل تفکر، زیبا شناسی می باشد، البته مصرف و لذت بردن از مصرف دارای ابعاد گوناگون و پیچیده ای است که در اینجا فقط به دو نکته مهم آن دانش (نوآوری) و زمان (تخصیص بهینه زمان و هزینه فرصت) می پردازیم، در این مقاله می خواهیم نگاه اقتصادی خود به دانش و تکنولوژی را عوض کنیم، (میشل و بیکر (۱۹۷۳) [۳] و بیکر (۱۹۷۶) [۱۸] دانش و تکنولوژی در تخصیص بهینه منابع در راستای افزایش و تنوع کالاها کمک می کنند نه در راستای لذت بردن از تولیدات و مصرف، در حقیقت دانش و تکنولوژیهای جدید بیشتر در قلمرو تولیدات فعالیت می کنند) دانشی که توان بالقوه انسان را در انجام کار بهبود می بخشد و جنبه سرمایه گذاری دارند) در صورتی که باید در قلمرو لذت قرار بگیرند، سرمایه انسانی باید از یک راستا و در موازات هم برای تولید و لذت بردن از تولیدات ایجاد گردد تا یاد بگیریم، لذت ببریم. نوآوری و خلاقیت که قدرت برتر انسان در تسلط بر طبیعت و نیازهای انسانی می باشند باید در راستای لذت بردن و خلق ابعاد جدید لذت و شادمانی عمل کنند. دانش و مهارت ها از دو طریق (حتما ابعاد دیگری نیز دارد) می توانند بر لذت بردن از مصرف تاثیر گذار باشند: اول آنکه شما وقتی از رانندگی لذت بیشتری می برید، که یک راننده ماهر باشید، زمانی از ورزش اسکی لذت می برید که آموزش های لازم را دیده باشید و ... (آموزش های که جنبه کیفی زندگی را افزایش می دهند و بعد مصرفی دارند) و با توجه به گستردگی و تنوع کالا و خدمات دنیای امروز اصلا بدون کسب مهارت و آموزش نمی توانیم از خیلی از کالاها و خدمات استفاده کنیم در نتیجه دانش و کسب مهارت برای مصرف، و توجه به سرمایه انسانی در مصرف و آموزش شیوه های صحیح مصرف کاملا لازم و ضروری است و در قدم بعد نقش دانش و نوآوری در طراحی جامعه در راستای افزایش لذت بردن است، برای رانندگی لذت بخش احتیاج به جاده مناسب، بیمه، سوخت مناسب، قوانین، اتومبیل با کیفیت و ... می باشد، به عبارت دیگر دانش و نوآوری باید در راستای ایجاد سیستم های اجتماعی در سطح کلی جامعه (روح حاکم بر جامعه) برای افزایش لذت باشند. البته سیاست نقش کلیدی ایفا می کند، که آیا دولت ها به دنبال سیاست گذاری در راستای افزایش لذت هستند؟ در نگاهی به تاثیر زمان، تئودر شولتز (۱۹۸۰) [۱۹] می گوید: ارزش وقت انسان در حال افزایش است، بازدهی اقتصادی و رفاه (خوشبختی) انسانها بطور اجتناب ناپذیری با یکدیگر در ارتباط هستند. پس در یک نگاه محدود اقتصادی اگر بخواهیم زمان افراد را به تولید، مصرف و کسب آموزش و مهارت تقسیم کنیم (که در دنیای واقعی ابعاد بسیار وسیع تری وجود دارد) می توان به ارزش و محدودیت زمان پی برد، ماریو کوگوی (۲۰۰۴ & ۲۰۰۷) [۴]، [۵]، مدلی ساده و مفید را در راستای روشن کردن ابعاد اهمیت تخصیص بهینه زمان مطرح می کند:

$$\pi = \frac{C}{NE} \quad (2)$$

N نشان دهنده جمعیت، E (enjoyment time) زمانی را نشان می دهد که افراد به لذت بردن اختصاص می دهند ($0 \leq E \leq 1$)، C مصرف (کالا و خدمات مصرفی)، C/N مقدار مصرف سرانه و π (میزان مصرف سرانه از سرانه زمان) لذت بردن است. طبق رابطه فوق وابستگی و تاثیر متقابل بین لذت بردن و میزان کالا و خدمات مصرفی و زمان وجود دارد که در واقع بدون تخصیص بهینه زمان که باید در همه ابعاد مورد استفاده قرار گیرد، تناقض ایجاد می گردد. حال اگر رفاه را بصورت:

$$U = u(E, \pi, H_C) \quad (3)$$

¹⁸ - Becker, G.S. (1976), "The Economic Approach to Human Behavior", University of Chicago Press

¹⁹ - Theodor W. Scholtz (1980)

H_c میزان سرمایه انسانی در مصرف را نشان می دهد که هم در راستای روشهای صحیح مصرف و هم در راستای طراحی جامعه در راستای لذت بردن از مصرف مفید است. سرمایه انسانی در راستای تولید و مصرف می توانند رقیب هم باشند ولی در تحقیقات و نوآوری در راستای تولید دانش جدید مکمل یکدیگر هستند که در کنار هم معنا پیدا می کند. اگر فقط سرمایه انسانی را در تولید در نظر بگیریم می توان تابع تولید را بصورت

$$C = NPH_P \quad (4)$$

$$H^0 = \beta NRH \quad (5)$$

$$H_C + H_P = H \quad (6)$$

P سهمی از زمان است که فرد به تولید اختصاص می دهد، H_P سرمایه انسانی در تولید است که وابسته به دانش و مهارت می باشد و NPH_P کل نیروی کار در تولید را نشان می دهد و β ضریب ثابت، R زمان اختصاص پیدا کرده به تحقیق و آموزش و H کل سرمایه انسانی شامل بخش تولید و مصرف را نشان می دهد، رشد سرمایه انسانی بستگی به زمان تحقیق و جمعیت (کیفیت جمعیت) دارد. محدودیت زمان (time-budget):

$$P + R + E = 1 \quad (7)$$

زمان به سه بخش زمان تولید، زمان تحقیق و آموزش و زمان لذت تقسیم می گردد.

$$\max \int_0^{\infty} e^{-Pt} u(E, \Pi, Hc) dt \quad p \geq 0 \quad (8)$$

p نرخ تنزیل می باشد. با برقراری شرایط اولیه خواهیم داشت:

$$\mu \beta NHP = \pi U \quad (9)$$

$$EU_E - \pi U_{\pi} = H_P U_{\pi} \quad (10)$$

$$EU_{H_C} = P U_{\pi} \quad (11)$$

$$\mu^0 / \mu = P - Bn(1 - E) - BnP \frac{H_C}{H_P} \quad (12)$$

$$\lim e^{-Pt} \mu H = 0 \quad (13)$$

μ قیمت سایه ای (shadow price) سرمایه انسانی می باشد. معادلات فوق تخصیص بهینه زمان را نشان می دهد، حال اگر جانشینی اشتباهی صورت بگیرد، نتایج رضایت بخش حاصل نخواهد شد، هر یک از عوامل به خودی خود دارای استقلال و وابستگی متقابل می باشند که در ارتباط متقابل با هم معنا پیدا می کنند. نکته مهم این جاست که هرچقدر سطح دانش و تحصیلات افراد بالا تر باشد زمان بیشتری را صرف کرده اند و هزینه فرصت بالا تری دارند و در نگاه دیگر انتظارات و نیاز آنها در راستای استفاده از کالاهای لوکس بیشتر است و تخصیص بهینه زمان ارزش بیشتری پیدا می کند. البته زمان لذت بردن با فراغت مفهوم نزدیک بهم دارند و شاید هم معنی هستند، اما متفکرانی چون گاس (۱۹۶۷) [۶] و اولتون (۱۹۹۳) [۷] بیان می دارند که فراغت زمانی است که ارتباطی به کار و فعالیت افراد ندارد و زمان افراد برای لذت بردن متفاوت از فراغت است. با توجه به مطالب فوق می توان گفت: علت لذت بردن افراد از

مصرف نشات گرفته از پیچیدگی و شلوغی محیط اطراف و عوامل مکمل است که تخصیص زمان را دشوار می سازد و لذت بردن محدود تر می گردد. در دنیای امروز برای لذت بردن یا باید بسیار توانمند بود و یا در سادگی (ساده) زندگی کرد .

۴. مدل سیستمی (SD) :

پیرو تاکید فراوان بر سرمایه انسانی، سرمایه انسانی کارآفرینان^{۲۰} (در راستای خلاقیت و نوآوری) و سرمایه اجتماعی اکنون " سرمایه نامحسوس " نیز به منابع اصلی رشد و توسعه اضافه شده است. جان تامر(۲۰۰۶) و دیگر متفکرانی چون جیمس کولمن (۱۹۹۰)^{۲۱}، کلاس نیلسون (۲۰۰۳)^{۲۲} که در راستای اقتصاد رفتاری می اندیشند بر سرمایه نامحسوس به عنوان عامل افزایش دهنده بهره‌وری (کارایی و اثربخشی) تاکید فراوان می کنند و از آن به عنوان عامل اصلی سرمایه سازمانی^{۲۳} در راستای افزایش کارایی برای رسیدن به اهداف اقتصادی نام می برند. سرمایه نامحسوس کمی نیست که بتوان آن را اندازه گیری کرد و از تحلیل کمی آن به نتایج اقتصادی و پیش بینی شرایط آینده رسید، شادمانی، لذت، نوع دوستی، نظم و هماهنگی و... همگی مصادیق سرمایه نامحسوس هستند که در تنظیم و برقراری تعادل در مغز برای افزایش کارایی بسیار ضروری می باشند و در حقیقت تاثیر مستقیم بر " قدرت شهود " [۸] افراد دارند، که در این پژوهش فرصت تحلیل دقیق تر نمی باشد. در همین راستا سرمایه اجتماعی نیز نقش کلیدی و دقیقی را بازی می کند که کمتر به آن توجه شده است. کولیه (۱۹۹۸) [۹]، می گوید: سرمایه اجتماعی عبارت است از انسجام درونی اجتماعی و فرهنگی جامعه، هنجارها و ارزش های حاکم بر کنش های متقابل مردم و نهادهای که این هنجارها و ارزش ها را در آن ها جایگزین می شوند. زمانی سرمایه اجتماعی پاداش اقتصادی می گیرد که کنش متقابل اجتماعی منجر به تاثیرات جانبی شوند و کنش جمعی برای کسب سود متقابل خارج از بازار را تسهیل نماید. ارو (۱۹۸۷)^{۲۴} استادانه در مورد سرمایه اجتماعی می گوید: شادی، اعتماد و ارزش های مشابه نمونه های "تاثیرات جانبی" مورد نظر اقتصاددانان هستند، آنها کالا هستند، آنها محصول هستند، ارزش واقعی، عملی و اقتصادی دارند، کارایی نظام را افزایش می دهند و شما را قادر می سازند مقدار بیشتری کالاها یا ارزش های مورد علاقه خود را تولید کنید. اما کالاهای نیستند که تجارت بازار آزاد در باره آنها ممکن و یا حتی با معنا باشد، پای شیوهای دیگری از اداره تخصیص منابع در کار است. لذت بردن به عنوان سرمایه نامحسوس که نشات گرفته از مصرف است (و سطح خوشبختی جامعه) همچون اعتماد و حقوق مالکیت از عوامل پر رنگ و قدرتمند سرمایه های تولیدی می باشد. اثرات و نتایجی که بالا رفتن سطح خوشبختی و لذت بردن از زندگی بر محیط و ابعاد زندگی انسان ها می گذارند بسیار فراتر از ظرفیت علم اقتصاد است و احتیاج به مطالعات بین رشته ای و عمیق دارد و نمی توانیم در این پژوهش به آن بپردازیم.

خانم رینا ایسلر (۲۰۰۷) در کتاب ثروت واقعی ملل می گوید: " من امیدوار و متعجب هستم، نه به خاطر نگاهی جدید به اقتصاد و افق های جدید رشد و توسعه اقتصادی بلکه به دلیل اینکه می بینم اقتصاد چنان علم قدرتمندی است که می تواند همه ابعاد زندگی انسان ها را در بر بگیرد." اما خیلی ساده می توان نشان داد، لذت بردن و شادی، امید می آفریند و امید کارایی و تولید را به راحتی افزایش می دهد.

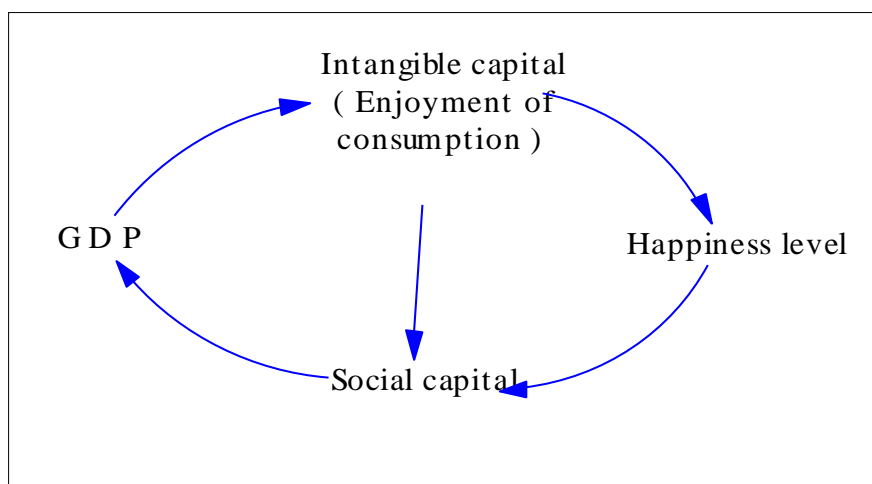
²⁰ - Entrepreneurship Capital

²¹ - James Coleman (1990)

²² - Klaus Nielsen (2003)

²³ - Organization capital

²⁴ - Arrow, Kenneth J.(1987)



نمودار ۱: سرمایه نامحسوس [۱۰]

چرخه فوق دارای باز خورد مثبت است و می تواند با توجه به لایتنهای بودن دانش و حس لذت جویی بشر تا ابد ادامه پیدا کند به شرط آنکه لذت بردن از زندگی و تخصیص بهینه زمان فراموش نگردد. و نیز می توان در نگاهی دیگر، بیان کرد که در مدل های رشد اقتصادی جدید همچون مدل دیوید رومر (۲۰۰۶) [۱۱]، که بر اساس دانش و نوآوری شکل گرفته اند و دانش را درون زا و پر کشش می دانند، به کیفیت جمعیت و عوامل موثر در تولید دانشهای جدید توجه بسیار شده است که می توان نقش لذت بردن و سطح خوشبختی را به وضوح دید، بر اساس مدل های R&D نشان می دهد :

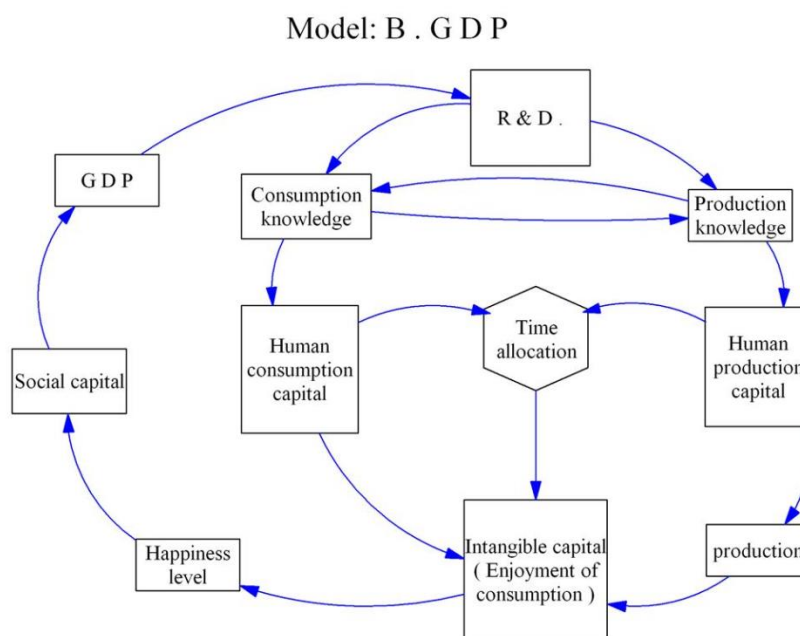
$$Y_t = [(1 - ak)K_t]^\alpha [A_t(1 - aL)L_t](1 - \alpha') \quad \{0 < \alpha < 1\} \quad (14)$$

$$A^* t = B[ak kt]^\beta [aL Lt]^\alpha A(t)\theta \quad \{\beta > 0, \beta \geq 0, \alpha \geq 0\} \quad (15)$$

a_L نشان دهنده متخصصان گروه های تحقیق و توسعه است، a_k میزان سرمایه گذاری در این بخش ها را نشان می دهد، θ (A^0) میزان کشش پذیر و درون زا بودن دانش را نسبت به دانش های که در گذشته ایجاد شده و نیز ارتباط با سایر عوامل مرتبط به تولید دانش از جمله سطح رضایتمندی و خوشبختی افراد که انگیزه بسیار قوی برای تولید دانش جدید و خلاقیت است را اثبات می کند که می توان آن را تحت تاثیر پذیر از سرمایه نامحسوس تولید دانست، و B پارامتر انتقال می باشد. گرچه اندازه گیری سرمایه اجتماعی دشوار است ولی مطالعات تجربی ناک (۱۹۹۶)، کلاک (۱۹۹۷) و ناک و کیفر (۱۹۹۷) نشان می دهد که کیفیت این نماگر به ما در تبیین تفاوت های موجود در میزان رشد اقتصادی کمک می کند. حال اگر بدون در نظر گرفتن سرمایه های فیزیکی به ساختن فرضیه خود پردازیم اولین گام را از دانش و نوآوری شروع خواهیم کرد، دیوید آدریتچ (۲۰۰۶)^{۲۵} می گوید: دانش و سرمایه انسانی کارآفرینان تنها ترین و پراهمیت ترین بازیگران اقتصاد مدرن هستند. به همان اندازه که دانش و تکنولوژیهای جدید به افراد روش های کارا و متنوع تولید را آموزش می دهند به همان اندازه نیز باید به جامعه نحوه لذت بردن و خوشبخت زندگی کردن را آموزش دهند نمی توان توقع داشت افرادی که نحوه استفاده از تکنولوژی جدید را نمی دانند، نحوه استفاده لذت بخش از آن را بلد باشند و نیز تخصیص بهینه زمان در

²⁵ Audertsch, D.(2006)

دنیای شلوغ امروز کار دشواری است که احتیاج به آموزش های زیر بنایی بسیار دارد، سرمایه انسانی در مصرف از ضروریات هر جامعه ای است، که می تواند در ایجاد و افزایش دیگر سرمایه های نامحسوس بسیار مفید باشد.



نمودار ۲: رشد اقتصادی [۱۲]

گروه های تحقیق و توسعه مرز دانش را با ابزار خلاقیت و نوآوری در راستای دانش تولیدی و دانش مصرفی که سرشار از آموزش های کیفی بر مبنای درست مصرف کردن و لذت بردن از مصرف است گسترش می دهند و سرمایه انسانی در تولید و مصرف را ایجاد می کنند که این خود هم باعث افزایش تولید است و هم باعث مصرف و لذت بردن از مصرف و افزایش سرمایه نامحسوس می گردد با این فرآیند که لازمه آن تخصیص بهینه زمان در تمام مراحل است سطح خوشبختی جامعه افزایش یافته و منجر به افزایش سرمایه اجتماعی می گردد که از عوامل اصلی رشد و توسعه اقتصادی است، و این خود باعث سرمایه گذاری بیشتر در فرآیندهای تحقیق و توسعه است که می تواند این چرخه را برای آینده لایتناهی بشر به ارمغان آورد. بحث افراد خاصی که می توانند تولید دانش کرده و به عنوان سرمایه انسانی کارآفرینان با قدرت نوآوری و خلاقیت بالا ایجاد کردند و در گروه های تحقیق و توسعه به فعالیت پردازند خود نکته بسیار مهمی است [۱۳].

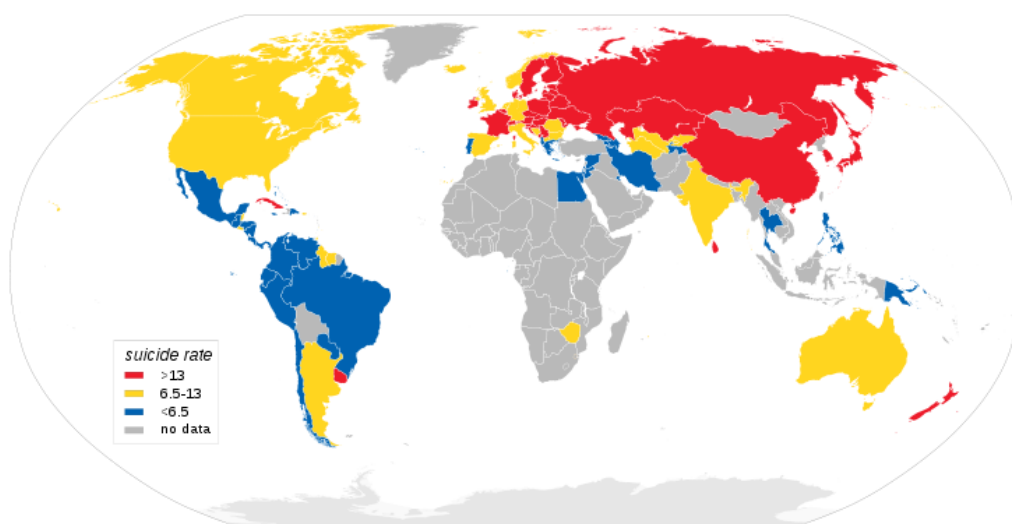
۵. تحلیل آماری:

یکی از معیارهایی که نشان دهنده عدم رضایتمندی و لذت بردن از زندگی می باشد و در حقیقت انتخاب افراد بین مرگ و زندگی^{۲۶} را می سازد، شاخص خود کشی^{۲۷} در بین جوامع است، که این خود نشان دهنده کمبود سرمایه نامحسوس می باشد. این نگاه جدید به

²⁶ - Life and Death

پدیده های اجتماعی و اقتصادی که تقریباً در دو دهه اخیر شکل گرفته اند برای حفظ تعادل اقتصادی انسان ها بسیار ضروری است. یانگ و لستر (۲۰۰۷) [۱۴]، با تحقیقاتی در زمینه میزان خودکشی در بین جوامع و انتخاب افراد در راستای زندگی و مرگ بحران های حاصل از فرآیندهای صنعتی و کمبود سرمایه نامحسوس را نشان می دهند. با نگاهی به نرخ خودکشی در دنیا:

بالا ترین آمار ($s \geq 13$) خودکشی متعلق به کشورهای تازه استقلال یافته و کشورهای صنعتی اروپای (۶،۵-۱۳) است، بیشترین دلیل خودکشی در کشورهای تازه استقلال یافته به دلیل مشکلات اقتصادی و سیاسی بوده است ولی در کشورهای اروپایی و امریکا که به سطح بالای از رشد و توسعه اقتصادی و قانونمندی رسیده اند، عدم رضایتمندی از زندگی و مشکلات روحی همچون افسردگی دلایل اصلی انتخاب مرگ بجای زندگی بوده است البته به دلیل آنکه خودکشی گونه ای از کژروی های اجتماعی است و در چهار چوب بسیاری از اصول اخلاقی کشورهای امروز قرار ندارد، طبق آمار خودکشی واقعی بیشتر از چیزی است که ثبت شده است.

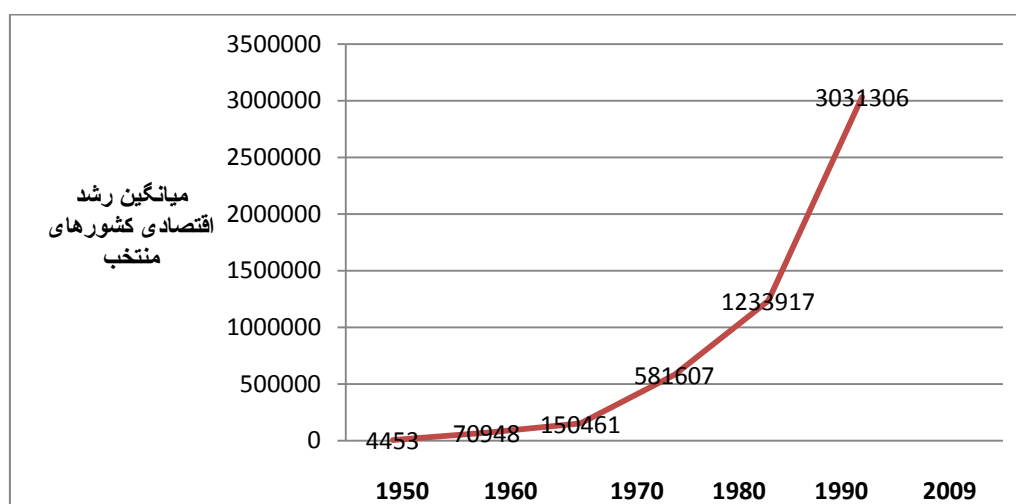


شکل ۱: نرخ خودکشی در دنیا (در هر صد هزار نفر) [۱۵]

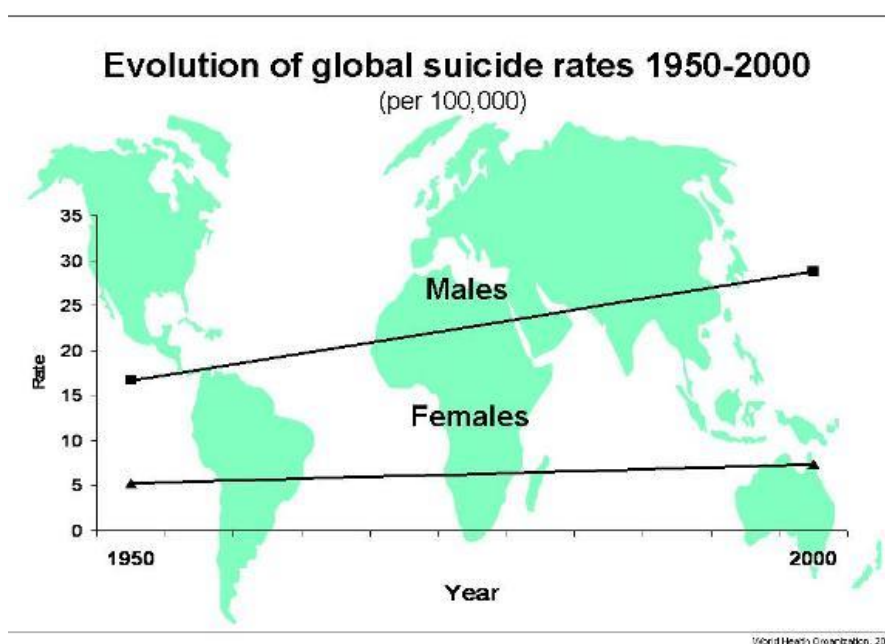
جدول ۱: میزان خودکشی در دنیا ۲۰۱۰ - (در هر صد هزار نفر) [۱۶]

۱	لیتوانی ۴۲	۷	بلژیک ۲۱	۱۳	چین ۱۳،۹	۱۹	آمریکا ۱۱	۲۵	آرژانتین ۶،۴
۲	روسیه ۳۸	۸	فنلاند ۱۸	۱۴	دانمارک ۱۳،۶	۲۰	هند ۱۰،۷	۲۶	ایران ۶
۳	بلاروس ۳۵	۹	سوئیس ۱۸	۱۵	آلمان ۱۳،۵	۲۱	سنگاپور ۹،۵	۲۷	برزیل ۴،۱
۴	قزاقستان ۲۸	۱۰	اتریش ۱۸	۱۶	سوئد ۱۳،۴	۲۲	اسپانیا ۸،۲	۲۸	تایلند ۴
۵	اوکراین ۲۶	۱۱	کره ۱۷،۹	۱۷	استرالیا ۱۲،۷	۲۳	ایتالیا ۷،۱	۲۹	کویت ۲
۶	ژاپن ۲۴	۱۲	فرانسه ۱۷،۵	۱۸	کانادا ۱۱،۹	۲۴	انگلستان ۶،۹		

خود کشی به یکی از ۱۰ علل اصلی مرگ در جوامع تبدیل شده است و ۰/۸۰ از خودکشیها به دلیل افسردگی صورت می پذیرد. مصرف داروهای آرام بخش و ضدافسردگی به شدت در میان جوامع صنعتی افزایش یافته است که نگرانی های بسیاری را ایجاد کرده است. جوامع پیشرفته تمام سعی خود را برای توسعه و پیشرفت علم پزشکی می کنند که جان انسان ها را نجات بدهند. غافل از آنکه خود مردم مرگ را انتخاب می کنند! با نگاهی به روند رشد اقتصادی کشورها از سال ۱۹۵۰ تا سال ۲۰۰۹ و مقایسه آن با نرخ خود کشی نتایج متناقضی مشاهده می شود که حتی توسعه اقتصادی را به چالش می اندازد.



نمودار ۳: میانگین رشد اقتصادی کشورهای منتخب [۱۷]



نمودار ۴: نرخ خودکشی [۱۸]

با مقایسه آماری به وضوح می توان دید که افزایش رشد اقتصادی با افزایش میزان خودکشی و در حقیقت کمبود و کاهش سرمایه های نامحسوس در جوامع هم راستا بوده است، رشد اقتصادی میزان تولید کالا و میزان مصرف را افزایش داده است اما لذت بردن از مصرف و در حقیقت کیفیت زندگی انسان ها را کاهش داده است. تاکاشی (۲۰۰۲) [۱۹]، با تحقیقات خود در ژاپن نشان می دهد که از سال ۱۹۹۸ خودکشی ۰/۳۴۰۷٪ افزایش یافته است که علت اصلی آن نیز افسردگی بوده است و هر ۱۵ دقیقه، یک نفر در ژاپن خودکشی می کند. در سال ۲۰۰۹ دولت ژاپن دست به اقدامات فوری برای کاهش خودکشی تحت برنامه ای به نام "به حداقل رساندن بدبختی"^{۲۸} زده است و بودجه ۱۳۳ میلیون^{۲۹} دلاری را به آن اختصاص داده است. در آمریکا نیز خودکشی از اصلی ترین مشکلات شناسایی شده با آمار بالای داروهای آرام بخش و مواد مخدر روبرو هستند که هر ۲۰ دقیقه یک نفر در آمریکا اقدام به خودکشی می کند. در ایران نیز به دلیل اعتقادات مذهبی و عوامل فرهنگی آمارها دقیق نمی باشد ولی بحران خودکشی و مصرف بالای داروهای آرام بخش و ضد افسردگی بسیار جدی است به طوری که فقط در چهار ماه اول سال ۱۳۸۹ تعداد ۹۲۲۷۳۴۴۴۵۲ عدد قرص (و معادل ۹۹۵۶۵۷۶۶۱۷۳۰۹ ریال) می باشد [۲۰]، و طبق آمار استان تهران بالاترین میزان خودکشی را دارد که به دلیل جمعیت میلیونی با دیگر استان ها مقایسه نمی شود، اما بالاترین استان ها در زمینه خودکشی به ترتیب ایلام، کرمانشاه، لرستان، همدان، گلستان، چهارمحال و بختیاری، کهگیلویه و بویراحمد، آذربایجان غربی، کرمان، کردستان می باشند که استان سیستان و بلوچستان نیز آمار بالای خودکشی دارد ولی به دلیل شرایط خاص امنیتی با دیگر استانها مقایسه نمی شود. بیشترین دلیل خودکشی در ایران مشکلات روحی، افسردگی و مشکلات خانوادگی بیان شده است و خودکشی عامل ۶ مرگ ایرانی ها شناسایی شده است.

۶. نتیجه گیری :

فرضیه تحقیق مبنی بر وجود رابطه معنا دار بین لذت بردن از مصرف در راستای سرمایه نامحسوس و رشد و توسعه اقتصادی با توجه به مدل پویای طراحی شده، تخصیص بهینه زمان و مطالعات آماری که نشان دهنده میزان بالای خودکشی و مصرف بالای داروهای آرام بخش و ضد افسردگی می باشد، تایید می گردد و کاهش سرمایه های نامحسوس در تمام جوامع حس می گردد. برای ادامه رشد و توسعه اقتصادی ما نیازمند اقتصادی جدید هستیم و برای مبارزه با بحرانها، باید سرمایه های جدید چون سرمایه انسانی کارآفرینان، سرمایه اجتماعی و سرمایه های نامحسوس را به توابع اقتصادی خود بیفزاییم. البته بسیار از متغیرها جنبه کیفی دارد و با وجود نقش پررنگ و اثبات شده ای که در فرایندهای اقتصادی دارد تعیین اندازه دقیق و کمی آنها دشوار است. پیشگوی بزرگ آدم اسمیت چند قرن پیش گفت: برای همه مردم از ثروتمند تا فقیر به تناسب درجه و توانمندی که دارند ضروری است که از زندگی لذت ببرند. اگر نتوانیم از زندگی لذت ببریم، رشد و توسعه اقتصادی به غیر از افزایش پیچیدگی و شلوغی دنیا هیچ سودی نخواهد داشت و ندارد. و شاید این پاسخ تمام سوالات این پژوهش باشد.

²⁸ - Minimize unhappiness

²⁹ - (12.4 billion YEN)

مراجع:

- [1] Intangible capital, "Organization capital and personal capital : the role of "Intangible Capital" formation in the economy , Tomer ,F John.(2006)
- [2] Eisler, Riane,"the Real Wealth of Nations".BK.berret-koehler,(2007)
- [3] Becker, G.S. (1976), "The Economic Approach to Human Behavior", University of Chcago Press
- [4] Cogoy, Mario.(2004) "Dematerialisation, time allocation, and the service economy", Volume, June 2004, Pages 165–181
- [5] Cogoy, Mario. (2007)."Enjoyment of life, the structure of time and economic dynamics", Handbook on the Economics of Happiness.
- [6] Chase,E.S.(1967)."Leisure and consumption",in K.Shell (ed),essay on the theory of optimal economic growth, Cambridge, MA:MIT Press, pp. 175-80-
- [7] Oulton,N.(1993),"Widening the human stomach : the effect of new consumer goods on economic growth and leisure" Oxford economic Paper
- [8] Frantz, Roger, "Intuition in behavioral economics".M.Esharoe,Inc,(2006).
- [9] Collier, Paul. (1998) "Social capital and poverty". Social Capital Initiative Working Paper No. 4, , Washington ,D.C
- [۱۰] یافته های پژوهش با استفاده از نرم افزار Vensim Software
- [11] David Romer. (2006)."Advnced macroeconomics".university of California
- [۱۲] یافته های پژوهش با استفاده از نرم افزار Vensim Software
- [۱۳] ابونوری ،عباسعلی و امیر طائمه،حمید.(۱۳۸۹). بررسی نقش سرمایه انسانی نوابغ و رشد اقتصادی. دانشگاه آزاد اسلامی -تهران مرکزی
- [14] Yang,Bijou and Lester, David.(2007)."A prolegpmenon to behavioral economic studies of SUICIDE."
- [۱۵] اینترنت Suicide Statistics ، مستخرج از سایت <https://afsp.org> > About Suicide
- [۱۶] اینترنت Suicide Statistics ، مستخرج از سایت <https://afsp.org> > About Suicide
- [۱۷] یافته های تحقیق International Monetary Fund (IMF)
- [۱۸] یافته های تحقیق Suicide Statistics ، مستخرج از سایت <https://afsp.org> > About Suicide
- [19] Takahashi,Yoshitomo.(2002)."Suicide in Japan: Present State and Future Directions for Prevention." .Tokyo institute of psychiatry.
- [۲۰] وزارت بهداشت، آمار مصرف داروهای آرام بخش ۱۳۸۹.

Enjoyment of consumption is a factor of Intangible capital of economic growth

Yazdan Naghdi¹, Soheila Kaghazian², Hamid Amir Taemeh³

¹ Assistant Professor of Economics at Islamic Azad University-Firoozkooh Branch, e-mail: y_naghdi@yahoo.com

² Assistant Professor of Economics at Islamic Azad University-Firoozkooh Branch, e-mail: skaghazian@hotmail.com.

³ Ph.D student in economics at Islamic Azad University, e-mail: hamid.amirtaemeh@gmail.com



Abstract:

By necessities we understand not only the commodities and economic growth which are indispensably for the support of life, every man is rich or poor according to the degree need enjoyment of life. Human consumption capital (consumption knowledge) and intangible capital improves the quality of enjoyment of all of society s member. In this study we used consumption theory; system thinking (SD) and mathematics model for connect between enjoyment (intangible capital) and economic growth.

Keywords: Enjoyment, human consumption capital, Social capital, Happiness level, Intangible capital

JEL: J24 – o31- o32