

مباحثی در

اقتصاد خرد

نگرش اسلامی

به قلم:

سیزده اندیشمند و اقتصاددان مسلمان

ویراستاران:

سعید طاهر، عیدیت غزالی و سید عمر سید عقیل

مترجم:

دکتر حسین صادقی

فهرستبرگه

مباحثی در اقتصاد خرد نگرش اسلامی / به قلم سیزده اندیشمند و اقتصاددان
مسلمان: ویراستاران سعید طاهر، عیدیت غزالی و عمر سید عقیل؛ مترجم
حسین صادقی. - [تهران]: دانشگاه تربیت مدرس، مؤسسه تحقیقات
اقتصادی، ۱۳۷۵.

که، ۵۷۵ ص. - مؤسسه تحقیقات اقتصادی دانشگاه تربیت مدرس؛ ۹،
ISBN 964-6230-08-3 بها: ۱۲۵۰۰ ریال

فهرست نویسی براساس اطلاعات فیبا (فهرست نویسی پیش از انتشار)
Readings in Microeconomics : an
ص. ۶۰ به انگلیسی:
Islamic Perspective.

واژه نامه

کتابنامه

۱. اسلام و اقتصاد. ۲. اقتصاد خرد. الف. طاهر، سعید، ویراستار. ب.
غزالی، عیدیت، ویراستار. ج. عقیل، عمر، ویراستار. د. صادقی، حسین،
۱۳۳۷ - مترجم. ه. دانشگاه تربیت مدرس. مؤسسه تحقیقات اقتصادی.

۲۹۷/۴۸۳۳

BP ۲۳۰/۲/م۱۳

۱۳۷۵

کتابخانه ملی ایران

م ۷۵-۸۸۳۷

نام کتاب: مباحثی در اقتصاد خرد - نگرش اسلامی
نویسندگان: سیزده اندیشمند و اقتصاددان مسلمان
تدوین کنندگان: سعید طاهر، عیدیت غزالی و سید عمر سید عقیل
مترجم: دکتر حسین صادقی
ناشر: مؤسسه تحقیقات اقتصادی دانشگاه تربیت مدرس
حروفچینی: مؤسسه تحقیقات اقتصادی
تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه
تاریخ انتشار: ۱۳۷۵
نوبت چاپ: اول
لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مرکز چاپ و انتشارات یاران
آدرس: تقاطع بزرگراه شهید دکتر چمران و بزرگراه جلال آل احمد
دانشگاه تربیت مدرس - مؤسسه تحقیقات اقتصادی
کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

شابک: ۹۶۴-۶۲۳۰-۰۸-۳

ISBN 964-6230-08-3

اسامی نویسندگان

محمد نجات... صدیقی (فصل ۱، فصل ۱۲ و فصل ۱۵)

سید عمر سید عقیل (فصل ۲ و فصل ۳)

منذر قحف (فصل ۴، فصل ۷، فصل ۹ و فصل ۱۳)

محمد فہیم خان (فصل ۵)

اسد زمان (فصل ۶)

محمد انس الرزقا (فصل ۸)

محمد عبدالمنان (فصل ۱۰، فصل ۱۶، فصل ۱۸ و فصل ۱۹)

م.م. متوالی (فصل ۱۱)

ابوعظیم اصلاحی (فصل ۱۴)

محمد اکرم خان (فصل ۱۷)

زیبر حسن (فصل ۲۰)

سید عبدالحمید الجنید (فصل ۲۱)

ابوالحسن م. صادق (فصل ۲۲)

ویراستاران :

سعید طاہر

عیدیت غزالی

سید عمر سید عقیل

تقدیم به :

شهدای اسلام که رفتند

تا

اسلام و معارف اسلامی زنده بماند.

« مترجم »

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۳	پیشگفتار ناشر.....
۱۴	پیشگفتار مترجم.....
۱۵	پیشگفتار.....
۱۶	دیاچه.....
۱۷	سپاسگزاری.....

بخش اول - مروری بر اقتصاد خرد در چهارچوب اسلامی

فصل اول: آموزش اقتصاد از دیدگاه اسلامی

۴	مقدمه.....
۴	نقطه‌ی شروع.....
۵	نیازها.....
۶	منابع و کمیابی نسبی آنها.....
۶	روش شناسی.....
۶	فرضها.....
۷	رفتار عقلایی.....
۷	چهارچوب نهادی.....
۹	اهداف اقتصاد اسلامی.....
۱۰	ضرورت‌های تحلیل اقتصادی: فراتر از بازار.....
۱۱	انگیزه‌ها.....
۱۳	برخی ابزارهای تجزیه و تحلیل.....
۱۵	قوانین اقتصادی.....
۱۵	بازار.....
۱۵	قلمرو و محدودیتها.....
۱۶	عرضه و تقاضا و قیمتهای تعادلی.....
۲۱	(توزیع) درآمد.....

۲۱ عواید و درآمدها.
۲۲ نیروی کار و دستمزد آن
۲۵ سود و سهم سود
۲۸ درآمد ناشی از دارایی: اجاره، درآمدهای اجاره‌ای و سهم سود
۲۹ پرداختهای انتقالی
۳۰ تولید
۳۰ انگیزه‌های تولید
۳۲ هزینه‌های تولید و قانون بازدهی‌های نزولی
۳۳ تامین مالی بنگاه و هزینه‌ی سرمایه
۳۷ تعادل بنگاه و صنعت
۳۸ مصرف
۳۸ رفتار مصرف‌کننده و سلسله مراتب نیازهای انسانی
۳۹ تحلیل مطلوبیت رفتار مصرف‌کننده
۴۰ رفتار مصرف‌کننده و نوع دوستی
۴۱ رفتار مصرف‌کننده و تصمیم به سرمایه‌گذاری
۴۱ سخن آخر
۴۴ ضمیمه فصل اول: انتقادی بر آموزش اقتصاد از دیدگاه اسلامی
۴۶ ارزشها در اقتصاد
۴۷ نیازها
۴۷ رفتار عقلایی
۴۷ چهارچوب نهادی
۴۷ چهارچوب
۴۸ چهارچوب نهادی
۴۹ ضرورت‌های تحلیل اقتصادی: فراتر از بازار
۴۹ انگیزه‌ها
۵۰ ثابت بودن سایر شرایط
۵۱ عرضه، تقاضا و قیمت‌های تعادلی
۵۱ ایده‌ی تعادل عمومی
۵۲ عواید و درآمدها

۵۳	سود و سهم سود
۵۳	درآمد ناشی از دارایی
۵۴	انگیزه‌های تولیدکننده
۵۵	تامین مالی بنگاه و هزینه‌ی سرمایه
۵۶	سخن آخر

بخش دوم - رفتار مصرف‌کننده

فصل دوم: رفتار عقلایی در تئوری اقتصادی - ارزیابی انتقادی

۶۲	مقدمه
۶۳	معنای رفتار عقلایی
۶۵	اشکال رفتار عقلایی
۶۵	رفتار عقلایی خودمحور
۶۶	پدیده‌ی تاریخی
۶۸	انتقادهایی در مورد رفتار عقلایی خود محور
۶۸	تقاضای بیش از حد و محدودیت بیش از حد
۶۸	انسان غیرواقعی
۶۹	موردی از نقص بازار در زمینه‌ی مسأله‌ی نوسازی شهری
۷۳	فهرست انتخابها
۷۴	مادی‌گرایی افراطی
۷۵	پیشرفت‌های جدید در رفتار عقلایی
۷۵	رفتار عقلایی محدود شده
۷۶	نوع دوستی
۷۸	جهان‌بینی اسلامی
۸۲	مفهوم و ضرورت‌های رفتار عقلایی در اقتصادی اسلامی
۸۸	نتیجه‌گیری

فصل سوم: رفتار مصرف‌کننده‌ی اسلامی

۹۶	اهمیت مکانسیم بازار
۱۰۷	رفتار مصرف‌کننده تحت تأثیر روحیه‌ی اسلامی

فصل چهارم: تئوری مصرف

مقدمه	۱۱۸
خردگرایی اسلامی	۱۱۸
مفهوم موفقیت	۱۲۰
مقیاس زمانی رفتار مصرف‌کننده	۱۲۲
مفهوم ثروت	۱۲۴
مفهوم اسلامی کالاها	۱۲۶
اخلاقیات مصرف	۱۲۷

فصل پنجم: تئوری مصرف‌کننده در چشم‌انداز اسلامی

مقدمه	۱۳۴
انتخاب نرمال سرمایه‌داری	۱۳۶
چهارچوب نرمال اسلامی	۱۳۷
مفهوم اسلامی نیاز	۱۴۱
مصلحت در برابر مطلوبیت	۱۴۲
قاعده‌ی تخصیص منابع به نیازها	۱۴۴
اختلاف چیست؟	۱۴۴
ساختار نهادی	۱۴۸
نهادهای اختیاری	۱۴۹
نهادهای وادارکننده	۱۴۹
نتیجه‌گیری	۱۵۰

فصل ششم: گامی در جهت بناکردن تئوری رفتار مصرف‌کننده‌ی اسلامی

مقدمه	۱۵۴
انتقادی از فریدمن	۱۵۵
عناصر دخیل در تئوری رفتار مصرف‌کننده	۱۵۷
مدلی برای ترجیحات	۱۶۰
یک برنامه تحقیق	۱۶۶

فصل هفتم: گفتاری در تئوری مصرف کننده در یک جامعه‌ی اسلامی

۱۷۲	مقدمه
۱۷۴	تئوری رفتار مصرف کننده در اقتصادهای متعارف
۱۷۶	انگیزه‌ها و اهداف رفتار مصرف کننده در شرایط فرهنگ اسلامی
۱۷۹	تصمیم به تخصیص درآمد
۱۸۱	بررسی کلان اقتصادی در زمینه‌ی رفتار مصرف کننده در جامعه‌ی اسلامی
۱۸۲	تصمیم به مخارج نهایی
۱۸۵	تصمیم به سرمایه گذاری
۱۸۹	نتایج

فصل هشتم: وابستگی جزئی در تابع مطلوبیت مسلمان

۱۹۸	اجزای نگرش اسلامی در زمینه‌ی رفتار اقتصادی فردی
۲۰۰	معرفی وابستگی جزئی در تابع مطلوبیت مسلمان
۲۰۰	فرضیه‌ی ممکن
۲۰۲	نکات کلی در مورد نمودار (۲-۸)
۲۰۲	سطوح مصرف از واجب تا حرام
۲۰۵	مجموعه‌ی انتخاب در مقابل مصرف کننده
۲۰۶	سطوح پاداش
۲۱۰	نتایج

بخش سوم - رفتار تولید کننده

فصل نهم: تئوری تولید

۲۱۶	مقدمه
۲۱۶	انگیزه‌های تولید
۲۱۹	اهداف تولید
۲۲۰	اهداف بنگاه
۲۲۱	عوامل تولید
۲۲۱	سرمایه به عنوان نیروی کار متراکم
۲۲۴	قیمت سرمایه چیست؟

ضمیمه: حق مالکیت..... ۲۲۵

فصل دهم: اهداف و رفتار بنگاه در ساختار اسلامی

بیان مسأله.....	۲۳۰
رد بهینه پارتو و فرضیه‌ی تقاضای داده شده.....	۲۳۱
معیار پارتو.....	۲۳۲
فرضیه‌ی تقاضای داده شده.....	۲۳۲
نقش محدود سود، رفتار حداکثر کردن فروش و ارضا و پیامدهای آن.....	۲۳۵
حداکثر کردن سود.....	۲۳۷
حداکثر ساختن فروش.....	۲۳۸
هدف رفتار ارضاکننده.....	۲۳۹
تحلیل درآمد و هزینه‌ی نهایی در برابر قیمت‌گذاری هزینه‌ی کامل.....	۲۴۱
تبلیغات.....	۲۴۳
نتایج.....	۲۴۶

فصل یازدهم: مدل رفتاری بنگاه اسلامی

مقدمه.....	۲۵۰
نتایج.....	۲۵۸

فصل دوازدهم: رفتار تولیدکننده‌ی اسلامی

مقدمه.....	۲۶۴
رفتار تولیدکننده‌ی اسلامی.....	۲۶۴
نتیجه‌گیری.....	۲۷۴

بخش چهارم - ساختار بازار

فصل سیزدهم: ساختار بازار: همکاری آزاد

مقدمه.....	۲۸۰
آزادی اقتصادی.....	۲۸۲
مسئولیت و آزادی.....	۲۸۲

۲۸۳ تاریخ آزادی اقتصادی در جامعه‌ی مسلمان
۲۸۵ تعاون
۲۸۷ حضور دولت در بازار
۲۹۱ قواعد بازی در اقتصاد اسلامی

فصل چهاردهم: مفهوم مکانیسم بازار از دیدگاه ابن تیمیه

۳۰۲ مقدمه
۳۰۲ مکانیسم بازار مطابق با درک ابن تیمیه
۳۰۸ تشکیل قیمت مطابق رأی برخی از متفکرین مسلمان
۳۱۱ تفکر غربی در زمینه‌ی مکانیسم قیمت تا اواسط قرن هیجدهم
۳۱۳ نتیجه‌گیری

فصل پانزدهم: انحصار و رقابت انحصاری

۳۱۸ مقدمه
۳۲۲ انحصار
۳۲۶ انحصار چند جانبه
۳۳۰ رقابت انحصاری
۳۳۴ نتایج

فصل شانزدهم: چشم‌اندازهای اسلامی در زمینه‌ی نقصهای بازار با تأکید خاص بر تئوری انحصار

۳۳۸ مقدمه
۳۳۹ تئوری انحصار
۳۴۳ تبعیض قیمت برنامه‌ریزی شده
۳۴۷ انحصار چند جانبه: ارزیابی تجربی

بخش پنجم - تخصیص منابع

فصل هفدهم: تخصیص منابع در اقتصاد اسلامی

۳۵۴ مقدمه
-----	-------------

۳۵۴	اصول کلی
۳۵۷	چه کالایی باید تولید شود؟
۳۵۷	چهارچوب کلی
۳۶۲	جهت‌گیری تخصیص منابع
۳۶۴	تبلیغات فروش و ایجاد تقاضا
۳۶۸	نتیجه‌گیری

فصل هیجدهم: دیدگاه‌های اسلامی در زمینه‌ی بازار، قیمت‌ها و تخصیص منابع

۳۷۲	مقدمه
۳۷۵	فروضهای به کار رفته
۳۷۷	نیاز در برابر تقاضا
۳۷۹	نگرش اسلامی به قیمت‌های بازار
۳۸۱	مازاد مصرف‌کننده
۳۸۲	مازاد تولیدکننده
۳۸۶	توزیع درآمد و مکانیسم بازار
۳۹۲	ثئوری اسلامی تقاضا بر مبنای نیاز مؤثر و عرضه بر مبنای ظرفیت بالقوه
۳۹۸	کشش تقاضای بر مبنای نیاز و عرضه بر مبنای ظرفیت
۴۰۲	سه‌گزینه‌ی مربوط به سیاست اقتصادی
۴۰۴	ضرورت‌های سیاست‌گذاری و سیاست‌های جایگزین اسلامی
۴۰۵	جیره‌بندی غیرقیمتی همراه با مکانیسم بازار
۴۰۶	قیمت‌گذاری صفر تا (π) برای تسهیلات و خدمات عمومی
۴۰۷	اجتماعی کردن سیاست‌گذاری
۴۰۹	قیمت‌های تعاونی هدایت شده
۴۱۱	ملی کردن قیمت‌ها
۴۱۳	نتایج

فصل نوزدهم: کارایی تخصیص، تصمیم و معیار رفاه در اقتصاد اسلامی بدون

بهره: نگرش مقایسه‌ای

۴۱۶	مقدمه
۴۱۷	بررسی روش‌های نئوکلاسیک و مارکسیستی تخصیص وجوه سرمایه‌گذاری

۴۱۷	تخصیص در شرایط دکترین شوکلاسیک
۴۲۷	گامی به سوی تئوری و تجربه‌ی تخصیص منابع در اسلام
۴۲۸	تفاوت‌های موجود میان اسلام و نظریه‌ی شوکلاسیک
۴۲۸	تفاوت‌های موجود میان اسلام و نظام مارکسیستی
۴۳۰	فرآیند واقعی تخصیص
۴۳۳	نقش مکانیسم قیمت
۴۳۴	عوامل ذهنی: معیار رفاه
۴۳۶	دو اصل و ده معیار رفاه
۴۴۴	کاربرد معیار رفاه
۴۴۶	نتایج

بخش ششم - توزیع

فصل بیستم: حداکثر ساختن سود: جنبه دنیوی در مقابل دیدگاه اسلامی

۴۵۲	مقدمه
۴۵۵	دیدگاه مادی: ارزیابی
۴۶۱	وضعیت اسلامی
۴۶۲	تجارت: واجب کفایی
۴۶۴	حمایت از مصرف‌کننده
۴۶۵	پاداش عوامل سود
۴۶۸	مصالح جامعه و حداکثر ساختن سود
۴۷۲	نتایج

فصل بیست و یکم: عوامل تولید و قیمت‌گذاری عوامل از دیدگاه اسلامی

۴۸۴	مقدمه
۴۸۵	جاذبه‌ی فلسفه تحقیقی
۴۸۶	نقش اقتصاددانان مسلمان
۴۸۸	عوامل تولید و اقتصاد اسلامی
۴۸۹	تعاریف عوامل تولید و مبنای طبقه‌بندی آنها
۴۹۰	سرمایه‌ی انسانی

۴۹۰	زمین
۴۹۱	کالاهاى سرمايه‌اى
۴۹۱	کارفرما
۴۹۳	مسأله‌ى تقسیم‌بندى / طبقه‌بندى
۴۹۶	تعريف يا طبقه‌بندى عوامل توليد از دیدگاه اقتصادى اسلامى
۴۹۹	حقوق مالکیت موجد تفاوتها
۵۰۲	عرضه و تقاضای عوامل تولید و مبنای آنها: تئورى بهره‌ورى نهایی
۵۰۵	عرضه‌ى عوامل
۵۰۷	اندازه‌گیرى ذخیره‌ى سرمايه
۵۰۸	موضوع موسسه و سود
۵۰۹	بازگشت به اهداف ارزشى اسلام

فصل بیست و دوم: قیمت‌گذاری عوامل و توزیع درآمد از دیدگاه اسلامى

۵۱۴	مقدمه
۵۱۵	عوامل تولید و تعاریف آنها
۵۱۵	تعداد عوامل تولید
۵۱۶	تعاریف عوامل تولید
۵۱۸	قیمت‌گذاری عوامل و توزیع درآمد در اقتصاد سنتى
۵۲۰	اصول هنجارى عمومى قیمت‌گذاری عوامل و توزیع درآمد
۵۲۰	عدالت
۵۲۰	کمیابى
۵۲۲	قیمت‌گذاری عوامل و توزیع درآمد: چهارچوب تئوریکى
۵۲۲	قیمت‌گذاری خدمات نیروى کار
۵۲۸	قیمت‌گذاری دارایی‌هاى فیزیکی
۵۲۹	سرمايه و کارفرمایى
۵۳۳	خلاصه و نکات قابل توجه
۵۳۹	فهرست عبارات و اصطلاحات

فهرست نمودارها

عنوان

صفحه

۷۲	۲-۱- سطح بهینه‌ی محصول برای یک کالا با هزینه‌های اجتماعی	
۷۳	۲-۲- سطح بهینه‌ی محصول برای یک کالای کاملاً زیان آور	
۱۳۶	۵-۱- فضای انتخاب مصرف کننده	
۱۳۷	۵-۲- ترتیب ترجیحات فرد مسلمان	
۱۴۷	۵-۳- انواع انتخابهای مصرف کننده	
۱۶۳	۶-۱- تابع مطلوبیت اولیه	
۱۸۱	۷-۱- رابطه‌ی پس انداز - مخارج نهایی	
	۷-۲- تابع ارتباط مخارج نهایی پس انداز همراه با خط بودجه‌ی مصرف کننده و	
۱۸۴	نقشه‌ی بی تفاوتی	
۱۸۵	۷-۳- تابع مخارج نهایی	
۱۸۶	۷-۴- رابطه‌ی میان مخارج نهایی کل در دو دوره	
۱۸۸	۷-۵- رابطه‌ی میان تصمیم به پس انداز و تصمیم به سرمایه گذاری	
۲۰۱	۸-۱- رابطه‌ی میان پاداش در جهان آخرت و مصرف دنیوی	
۲۰۴	۸-۲- ارتباط جزئی در تابع مطلوبیت فرد مسلمان	
۲۳۶	۱۰-۱- بنگاه در سطوح مختلف سود و تولید	
	۱۰-۲- تصمیم محصول بنگاه در اقتصاد اسلامی نشان دهنده‌ی تضاد با سطح	
۲۳۹	محصول حداکثر کننده‌ی سود و فروش در اقتصاد بازار است	
۲۴۲	۱۰-۳- نمایش شرط لازم و کافی برای حداکثر کردن سود بنگاه	
۲۴۵	۱۰-۴- هزینه‌ی تبلیغات در برابر مقدار فروش و سود، هزینه کل و درآمد کل	
۲۵۷	۱۱-۱- تعادل بنگاه اسلامی و بنگاه غیراسلامی	
۳۴۱	۱۶-۱- دو قسمت متفاوت مربوط به یک سطح محصول	
۳۴۱	۱۶-۲- دو سطح محصول متفاوت مربوط به یک قیمت	
۳۴۵	۱۶-۳- مجموعه‌ای از قیمت‌های متفاوت پوشش دهنده‌ی هزینه	
	۱۶-۴- قیمت محصول با تغییر هزینه با وجود منحنی تقاضای شکسته تغییری	
۳۴۸	نمی‌کند	
۳۵۶	۱۷-۱- قبل از تخصیص مجدد	

- ۱۷-۲- پس از تخصیص مجدد ۳۵۶
- ۱۸-۱- مازاد مصرف کننده: تفاوت میان آن چه که مصرف کننده مایل به پرداخت
آن است و آن چه که می پردازد ۳۸۱
- ۱۸-۲- مازاد تولیدکننده: تفاوت میان آن چه که تولید کننده مایل به فروش
آن است و آن چه که می فروشد ۳۸۳
- ۱۸-۳- قیمت بازار، تخصیص کالاها و نواحی فشار از جانب اسلام ۳۸۴
- ۱۸-۴- جعبه‌ی اجورث نشان دهنده‌ی توزیع نابرابر اولیه کالاها و پیامدهای ممکن توزیع
نابرابر ناشی از فرآیند مبادله در بازار ۳۸۸
- ۱۸-۵- مالکیت منابع بر قیمت‌های نسبی عوامل مؤثر است ۳۸۹
- ۱۸-۶- قیمت تعادلی بازار نشان دهنده‌ی کارایی و صرف نظر از مساوات است ۳۹۳
- ۱۸-۷- منحنی تقاضای مؤثر فردی و بازار و نیاز مؤثر اسلامی ۳۹۵
- ۱۸-۸- منحنی عرضه‌ی فردی و بازار و منحنی عرضه‌ی بالقوه‌ی اسلامی ۳۹۵
- ۱۸-۹- نیاز مبتنی بر کشش درآمدی ۴۰۰
- ۱۸-۱۰- سیاست‌های طراحی شده برای تثبیت قیمت و درآمد کشاورزان کوچک ... ۴۱۰
- ۱۹-۱- واحدهای محصول ۴۲۱
- ۱۹-۲- نمودار سربه سری غیرخطی برای درآمد نهایی نزولی (MR) و هزینه ۴۲۱
- ۱۹-۳- نمودار سربه سری غیرخطی برای هزینه‌ی نهایی صعودی و درآمد خطی .. ۴۲۲
- ۱۹-۴- معیار پارتو ۴۳۴
- ۲۰-۱- نمودار نشان دهنده‌ی اینکه مفهوم سود نرمال دارای هیچ برد ارزشی
نیست ۴۵۸
- ۲۰-۲- محصول، قیمت و سود تعادلی برای بنگاه‌های مادی و اسلامی ۴۷۰
- ۲۰-۳- رابطه‌ی میان ریسک و سود در یک بنگاه مادی ۴۷۱
- ۲۲-۱- قیمت گذاری عوامل در اقتصاد سنتی ۵۱۹
- ۲۲-۲- تعیین دستمزد در اقتصاد اسلامی: مورد عمومی ۵۲۵
- ۲۲-۳- تعیین دستمزد در اقتصاد اسلامی: مورد کشورهای در حال توسعه و دارای
نیروی کار ارزان ۵۲۸
- ۲۲-۴- تعیین از قبل سود و قرار داد مضاربه ۵۳۱
- ۲۲-۵- تعیین از قبل سود و قرارداد تجاری مشارکت ۵۳۲