

## بررسی عوامل موثر بر مصرف بخش خصوصی مریم شاهین<sup>1</sup>

### چکیده

هدف این پژوهش، بررسی عوامل موثر بر مصرف بخش خصوصی در دوره زمانی 1350 تا 1386 در کشور ایران با استفاده از روش تخمین رگرسیون حداقل مربعات معمولی است. داده های مورد نیاز این پژوهش از بانک اطلاعاتی بانک مرکزی اقتباس شده است. نتایج به دست آمده نشان می دهد که در مجموع ارتباط معناداری بین متغیرها وجود دارد. به نحوی که با افزایش تورم، مصرف کاهش و با افزایش تولید ناخالص داخلی و موجودی سرمایه مصرف نیز افزایش پیدا می کند. در این خصوص پیشنهاد می گردد از طریق نرخ سود سپرده های مناسب، می توان بخش قابل ملاحظه ای از پس اندازهای بخش خصوصی را به سمت بانک ها سوق داده و از طریق آن تقاضای سرمایه گذاری، تقاضای کل و تولید کل را تقویت ساخت.

**کلید واژه ها:** مصرف بخش خصوصی، شاخص بهای مصرفی خانوارهای شهری، تولید ناخالص داخلی، نرخ سود سپرده ها، موجودی سرمایه

### مقدمه

از آنجاکه منابع موجود در جهان محدود و تمایلات بشر به مصرف نامحدود است، بایستی به گونه ای از این منابع استفاده شود که نسل های آتی نیز بتوانند بهره مند شوند. تحقق این امر مستلزم مصرف بهینه کالاها و خدمات است. مصرف جزء تقاضای کل یعنی مخارج دولت سرمایه گذاری و خالص صادرات است. با توجه به سهم بالای هزینه های مصرفی از تولید ناخالص داخلی بررسی آن اقتصاددانان را به شناخت دقیق تر تقاضای کل هدایت می کند. شناخت میزان مصرف و به تبع آن به دست آوردن میل نهائی به مصرف می تواند جهت های اقتصادی آینده را در زمینه های تغییر الگوی مصرف و برآورد مخارج مصرفی آینده مشخص کند و از سوئی سیاست گذاران اقتصادی با شناسایی عوامل موثر بر مصرف قادر خواهند بود تا از طریق تحریک متغیرهای مورد نظر، میزان مصرف را در شرایط رکودی و یا تورمی در جهت مناسب هدایت کنند. هدف از این بحث آن است که الگوی مصرف بخش دولتی و ارتباط آن با ساختار اقتصادی کشور مورد بررسی قرار گیرد. در پرتو این بحث می توان اهدافی نظیر بررسی رابطه تورم و

<sup>1</sup> دانشجوی کارشناسی حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان)

مصرف، بررسی رابطه نرخ سود بانکی و مصرف، بررسی رابطه تولید ناخالص داخلی و مصرف، بررسی حجم نقدینگی و مصرف را دنبال کرد. از این حیث پاسخ به این سوالات لازم می باشد که آیا نرخ تورم، نرخ سود بانکی، تولید ناخالص داخلی و حجم نقدینگی، بر مصرف اثر دارد؟

### مبانی نظری تحقیق

#### دیدگاه و نظریات مختلف در خصوص مصرف

کلیه کالاها و خدماتی را که تولید می شوند و مصرف کننده چه با اراده خویش و چه تحت تاثیر عوامل روانی در پی خرید آن برای رفع نیاز خویش برمی آید، در چارچوب روابط اقتصادی مصرف می توان نامید و یا در مفهومی عام تر مصرف را به عنوان استفاده از کالاها و خدمات برای رفع نیاز می توان تعریف کرد. با توجه به این مفاهیم، در این بخش به تشریح دیدگاه هایی در خصوص مصرف پرداخته می شود.

#### نظریه مصرف کینز یا نظریه درآمد مطلق

نظریه مصرف کینز یا نظریه درآمد مطلق همان چیزی است که کینز در کتاب نظریه عمومی خود در سال 1936 بطور ضمنی به مطرح کردن يك تابع مصرف ساده پرداخته است و بیان می کند که مصرف تابعی مستقیم از سطح درآمد است و در ضمن به ازای هر يك ریال افزایش درآمد، مصرف نیز به میزان کمتر از يك ریال افزایش می یابد. در تابع مصرف، مصرف صرفا تابعی از سطح درآمد مطلق (نه نسبت به درآمد سایرین یا نسبت به درآمدهای گذشته و آتی خود فرد) است، که به نظریه درآمد مطلق نیز مشهور است. در این خصوص دو اصطلاح میل نهایی به مصرف و میل متوسط به مصرف بیان می شود. میل نهایی به مصرف عبارت است از تغییر در مصرف به ازای يك واحد تغییر در درآمد که در واقع برابر با مشتق تابع مصرف نسبت به درآمد است. واضح است که در تابع مصرف کینزی، میل نهایی به مصرف مقدار ثابت مثبتی است که از يك کوچکتر می باشد؛ دال بر اینکه با افزایش درآمد بخشی از آن صرف مصرف می شود. میل متوسط به مصرف عبارت است از نسبت مصرف به درآمد که در واقع برابر با شیب خطی که از هر نقطه بر روی تابع مصرف به مبدا مختصات وصل می شود، می باشد. از تابع مصرف کینزی بلافاصله تابع پس انداز کینزی را می توان استخراج کرد. این تابع بیان می کند که حاصل جمع مصرف و پس انداز با درآمد برابر است. برای تابع پس انداز نیز دو مفهوم زیر مطرح است:

میل نهایی به پس انداز عبارت است از تغییر پس انداز به ازای يك واحد تغییر در درآمد که در واقع مشتق تابع پس انداز نسبت به درآمد است. میل

متوسط به پس انداز عبارت است از نسبت پس انداز به درآمد که در واقع برابر با شیب خطی که از هر نقطه بر روی تابع پس انداز به مبدا مختصات وصل می‌شود، می‌باشد و همواره عدد مثبتی نیست (تفضلی، 1376).

#### نظریه درآمد نسبی دوزنبیری

در اواخر دهه 1940 دوزنبیری، با ارائه یک نظریه، که تا حدی نگرش روانشناسی و جامعه‌شناسی به بحث مصرف داشت، سعی کرد توضیح قابل قبولی از رفتار کوتاه مدت و بلند مدت مصرف ارائه دهد. نظریه دوزنبیری دارای دو فرضیه است. فرضیه اول آن است که یک فرد در تصمیم‌گیری مصرف تنها به سطح درآمد خود توجه ندارد، بلکه مصرف او تحت تاثیر مصرف و درآمد افراد هم گروه یا جامعه فرد نیز قرار می‌گیرد. در واقع فرد خود را با سایر افراد مقایسه کرده و آنچه تاثیر قابل توجه در مصرف او دارد، جایگاه او در میان افراد گروه یا جامعه او است نه صرف درآمد فرد. بدین ترتیب فرد تنها در صورتی احساس بهبود موقعیت از جهت مصرف و رفاه خواهد کرد که مصرف او نسبت به متوسط مصرف جامعه او افزایش یابد. این روحیه را اثر تقلیدی یا اثر تظاهری می‌نامند و به صورت ساده چنین بیان می‌شود که مصرف متوسط جامعه یا گروه فرد بعنوان مصرف استاندارد تلقی شده و سعی افراد بر آن است که به این مصرف استاندارد دست یابند. فرضیه دوم آن است که فرد بعد از عادت کردن به یک سطح مصرف در مقابل کاهش آن مقاومت نشان می‌دهد و به سختی حاضر است از آن سطح مصرف بکاهد. این روحیه را اثر چرخ دهنده می‌نامند.

دوزنبیری تحلیل می‌کند که چنانچه اقتصاد در مسیر رشد بلند مدت خود قرار داشته باشد و بنابراین تولید و درآمد ملی با نرخ ثابتی در حال افزایش باشد، آنگاه مصرف نیز بر روی تابع CL متناسب با درآمد افزایش می‌یابد. علیرغم آنکه تابع مصرف دوزنبیری با نتایج بلندمدت کوزنتس سازگار است و در ضمن در کوتاه مدت همانند تابع مصرف کینز با داده‌های سری‌های زمانی و برش مقطعی سازگار است، در جهت نظری چندان مورد استقبال قرار نگرفته است. بویژه واکنش غیرقرینه مصرف به کاهش و افزایش‌های ناگهانی درآمد، یکی از ضعف‌های اساسی آن محسوب می‌شود. در واقع همانطور که گاهی اوقات در مقابل کاهش درآمد، مصرف چندان کاهش نمی‌یابد، برای افزایش درآمد نیز همین موضوع برقرار است که نظریه دوزنبیری قادر به توضیح آن نیست (تیزهوش، 1376).

#### نظریه سیکل زندگی یا ادوار زندگی مصرف و پس انداز

در نظریه سیکل زندگی یا ادوار زندگی که توسط مودیگلیانی، برومبرگ، و آندو ارائه شد، بر این موضوع تمرکز صورت می‌گیرد که فرد طی زندگی

خود دوره‌های سه‌گانه کودکی و نوجوانی، میانسالی، پیری و بازنشستگی را پشت سر می‌گذارد. در شکل معقول و منطقی این نظریه چنین بحث می‌شود که معمولاً مصرف فرد طی کل دوران زندگی به آرامی در حال افزایش است، اگرچه از جهت نظری لزومی برای چنین روندی وجود ندارد. همچنین در این نظریه ادعا می‌شود که در سنین کودکی و نوجوانی درآمد فرد بسیار پایین است، بطوری که ابتدا نزدیک به صفر است. با گذشت زمان و وارد شدن فرد به سنین میان سالی و بازارکار، درآمد فرد شروع به افزایش قابل توجه می‌نماید (تفضلی، 1376).

#### نظریه درآمد دائمی

فریدمن نیز بر اساس نظریه مصرف بین دوره‌ای ایرونیگ فیشر نتیجه می‌گیرد که مصرف هر دوره به کل درآمدهای مورد انتظار فرد بستگی داشته و بنابراین تغییرات درآمد در یک دوره اثر چندانی بر مصرف بجا نمی‌گذارد. ثروت مادی شامل مواردی چون سهام، سپرده بانکی، اوراق قرضه، مسکن، کارخانه و امثال اینها است. منظور از ثروت انسانی نیز معادل پولی یا ریالی مهارت‌ها و توانایی‌های کاری فرد است. گرچه بیان ثروت مادی به صورت پولی ساده است، نشان دادن معادل پولی ثروت انسانی دشوار است.

#### جایگاه مصرف در روابط اقتصادی

روابط اقتصادی که مجموعه روابط انسانها با هم و با منابع طبیعی و ابزارها را برای تولید کالاها و خدمات مورد نیاز و مصرف جامعه در بر می‌گیرد، با توجه به دگرگونی‌های پدید آمده در روابط اقتصادی در نظام سرمایه‌داری و سپس نظام سوسیالیستی و چیرگی نظام سرمایه‌داری از سوی چند کشور بر کل جهان، کارکردی بسیار با اهمیت از نظر سرنوشت کشورهای جهان یافته است.

گذشته از ابتدای دوره استعمار که تسلط بر کشورها از نظر انتقال مازادهای اقتصادی آنان به کشور مرکز، تفاوت چندانی از این نظر با نظام‌های پیش از خود نداشت، با رشد صنعت در اروپا و ماشینی شدن آن، درچارچوب فعالیت اقتصادی برای سودبری و نه خود مصرفی بتدریج چند کشور غربی به تولید انبوه کالاهای صنعتی دست یافتند و با چیرگی خویش بر جهان بازاریابی آن را با نابودی صنایع سنتی کشورهای مورد هجوم تامین کردند. با توجه به اینکه در انتهای چرخه تولید می‌باید مصرف صورت گیرد و یا به دیگر سخن تقاضای موثر مصرفی (تقاضای مصرفی قادر به خرید) وجود داشته باشد و میزان تولید صنایع ماشینی بالاتر از تقاضای موثر داخلی بوده و هست، علاوه بر ضرورت گسترش بازار مصرف داخلی، گسترش آن در

خارج و بازداشتن رقبای کنونی و آینده به امری حیاتی برای تداوم تولید سرمایه‌داری تبدیل شده است. بدلیل تولید برای سود و عدم توزیع متناسب درآمدها، تولید برای آنان که قدرت خرید لازم را دارند صورت می‌گیرد و اینان نیز چون کل جمعیت را در بر نمی‌گیرند و تولید با توجه به امکانات فنی بسیار انبوه‌تر از حتی مصرف طبیعی داخلی است، اضافه تولید پدیدار می‌شود و برای برقراری تعادل اقتصادی جستجوی تقاضای موثر در خارج نیز به امری حیاتی بدل می‌شود.

از نظر آدام اسمیت با فرض اینکه تنها صاحبان سرمایه امکان پس انداز دارند و این که پس انداز در صورت مصرف آن در سرمایه‌گذاری موجب رشد و توسعه اقتصادی می‌گردد، مصرف غیرتولیدی و شخصی مغایر توسعه و برعکس، پس انداز و سپس سرمایه‌گذاری عامل اصلی توسعه تلقی می‌شود. بدین ترتیب از زاویه بررسی این مقاله، مصرفی که از مصرف تولیدی و یا سرمایه‌گذاری جدا می‌شود، از دید اسمیت مغایر با توسعه اقتصادی است. گذشته از عوامل اقتصادی موثر بر مصرف شامل؛ دارایی‌های مختلف مصرف‌کنندگان، کالاهای بادوام، دارایی‌های نگهداری شده و استانداردهای سطح زندگی، اعتبار مصرف‌کننده، نرخ بهره، تغییرات قیمت و انتظارات مصرف‌کننده به این تغییرات و توزیع درآمد، عوامل روانی که اصولاً فرد و جامعه‌ای را نیازمند داشتن کالا یا خدمات معینی می‌کند، بویژه در کشورهای جهان سوم که الگوی مصرف آنها با الگوی تولیدشان هماهنگی ندارد، دارای اهمیتی اساسی گردید. بحث اصلی در کشورهای جهان سوم در مصرف کالاها و خدمات، از دید شرکت‌های تولیدکننده صنعتی فراملیتی، ضد ارزش تلقی کردن تولیدات داخلی جهان سوم و برعکس ارزش تصورکردن تولیدات خارجی کشورهای مرکزی حتی در مواردی که تولید داخلی تفاوت چندانی با تولید خارجی ندارد، می‌باشد.

با توجه به اهمیت مصرف و تقاضا در تعادل اقتصادی و لزوم گسترش مصرف جهت گسترش تولید و با در نظر گرفتن تولید انبوه کالاها در کشورهای صنعتی و نبود تقاضای موثر کافی در داخل و در نتیجه اشباع بازار داخلی، نیازهای حیاتی برای تداوم تعادل اقتصادی و رشد آن به بازارهای خارجی پدیدار شده است. در چنین شرایطی عامل فرهنگی و نقش آن در تأثیر روی باورهای مصرفی جهان سوم اهمیتی بیشتر از گذشته یافته است. البته تعادل اقتصادی در کشورهای مرکزی و در کشورهای پیرامونی با توجه به آنچه که باین شد دچار تلاقی و برخورد می‌گردند. اگر وجود مصرف‌کنندگان انبوه در داخل و خارج شرط تعادل پویایی اقتصادی کشورهای صنعتی است، بدلیل وجود و تحمیل این ضرورت بر کشورهای

جهان سومی، در این کشورها، عدم تعادل اقتصادی و از هم گسیختگی تولید و مصرف ملی به پدیده‌ای عادی و دائمی تبدیل شده است (تیزهوش، 1376).

#### ابعاد مصرف

مصرف فرآیندی است که در آن ارزش استفاده چه بصورت تبدیل آن در فرایند تولید (مصرف تولیدی) و چه بصورت استفاده ناب و ساده آن در هنگام مالکیت برای ارضاء نیازها (مصرف نهایی) از بین می‌رود. هر دو گونه مصرف تولیدی و مصرف مصرفی می‌باید به رفع نیازهای انسان پاسخ دهد. نیازهای انسانی را به نیازهای زیستی، اجتماعی و روانی و اخلاقی می‌توان تقسیم کرد، که درجه اهمیت آنها و سهم آن در کل نیازها تغییر می‌کند و «پیوسته افزایش یافته و تنوع پیدا می‌کند. زیرا انسان در برابر آمل و آرزوهای خود حدی نمی‌شناسد و دائماً مقاصد تازه و وسایل جدید را کشف می‌نماید و زندگی اقران و همگان، انگیزه‌های تقلید و چشم و همچشمی را در بشر پدید می‌آورد و این جریان همیشه تجدید می‌شود». اما وسایلی که نیازهای انسان را می‌توانند برطرف سازند محدودند و یا توزیع نابرابر و ناکافی در زمان و مکان دارند و انسان چون نمی‌تواند همه چیز را در يك زمان دارا شود، ناگزیر از انتخاب است و هر انتخاب همراه با قربانی کردن دیگر هدف‌ها و خود دارایی هزینه‌ای است که هزینه فرصت نام دارد. بدین ترتیب کمیابی وسایل، ضرورت «انتخاب از میان هدف‌ها و هزینه، سه اندیشه‌اند که زمینه درك جوهر فعالیت اقتصادی را آماده می‌سازند. هدف فعالیت و تولید در اقتصاد ارضاء مصرف است و کالای اقتصادی که نیاز انسان را بر می‌آورد دارای سه شرط زیر: 1- وجود نیاز نزد فرد نسبت به آن کالا، 2- امکان مصرف آن و 3- محدودیت مقادیر موجود نسبت به نیازهای انسان است. کالاها و خدمات را می‌توان به دو گروه کالاها و خدمات مصرفی یا قطعی و کالاها و خدمات تولیدی یا غیرمستقیم مصرفی تقسیم کرد که هر کدام یا یکبار مصرف و یا با دوام بوده و در طی زمان بتدریج مصرف می‌شوند. همراه با افزایش مصرف فرد و خانوار، ترکیب کالاها و خدمات مصرفی نیز تغییر می‌کند و بتدریج از سهم هزینه‌های ضروری مربوط به خوراك، پوشاك و مسكن كاسته شده و هزینه‌های تجملی و غیرضروری جای آن را می‌گیرند. وجود سطح مصرف به اندازه کافی بالا امکان تاکید بر توسعه فن تولید انبوه را فراهم ساخته و تولید کنندگان با استفاده از ارتباط مزبور (با افزایش درآمد، مصرف کالاها غیرضروری می‌تواند افزایش یابد) فنونی را برای تحت تاثیر قرار دادن افراد و جهت دادن به مصرف آنان، مورد استفاده قرار داده‌اند که فنون بازاریابی، تبلیغات... از آن جمله است (رزاقی، 1374).

### مصرف بهینه

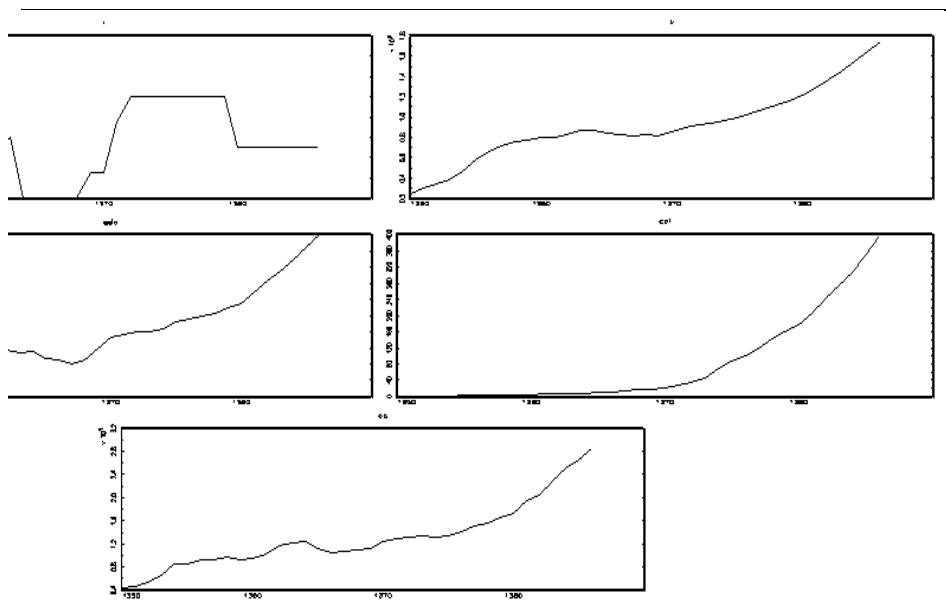
هر اقتصادی حدودی دارد و لااقل در کوتاه مدت، از مقادیر ثابت منابع اقتصادی برخوردار است. این منابع، یا به بیان دیگر همانگونه که اغلب عوامل تولید خوانده می‌شوند، داده‌های فرآیند تولید را تشکیل می‌دهند. فرآیندی که از آن مقادیر وسیع کالاها و خدمات اقتصادی پدید می‌آید و در نهایت، این کالاها و خدمات به شکلی خواست‌های مصرف‌کنندگان را ارضا می‌کنند. کل منابع اقتصادی، در هر لحظه‌ای از زمان، اقلام بسیار متنوع و گوناگونی را تشکیل می‌دهند که تنها می‌توان در یکی از چهار مورد زمین، کار، سرمایه و مدیریت طبقه‌بندی نمود. در همان موقع، تفاوت بالقوه کالاهای اقتصادی، تنها از راه استادی و هنرمندی و دانش فنی و تکنولوژی متداول بشر محدود می‌شود. علم اقتصاد، به نوبه خود، عبارت است از: بررسی اینکه جامعه چگونه و تا چه اندازه یک سیستم تولید و توزیع را برای مواجهه با مسئله کمیابی به کار می‌اندازند. اگر خواسته‌های معینی را بتوان به صورتی سنجیده و حساب شده نادیده گرفت، مسئله کمیابی را می‌توان حل کرد و یا آنکه لااقل به طور قابل ملاحظه‌ای تخفیف داد. با این همه، در حقیقت به این سادگی‌ها، مشکل کمیابی نمی‌تواند از بین برود. زیرا فرض بر این خواهد بود که یکی از اصول اساسی که بر مبنای آن نظام اقتصادی ما بنا نهاده شده است، حکایت از آن دارد که، تمامی مصرف‌کنندگان به طور مستقیم بر طریقه‌ای که طبق آن منابع تولید تخصیص می‌یابند، تاثیر می‌گذارند. این اصل مربوط به قلمرو مصرف‌کننده، منطقیاً هدف‌های نخستین مفروض در مدیریت روابط اقتصادی در جامعه ما را تکمیل می‌کند. یعنی آنکه، منابع اقتصادی باید به گونه‌ای تخصیص یابند که خواسته‌های اقتصادی تمامی افراد جامعه، بعنوان مصرف‌کننده، به بهترین نحو برآورد گردند. پس با فرض اینکه منابع اقتصادی کمیاب هستند، مسایل اجتناب‌ناپذیر مربوط به انتخاب روی می‌دهد. بنابراین تصمیماتی باید در این زمینه‌ها اتخاذ شود که چه طریقه‌ای را از بین فرآیندهای تولید برای تهیه هر یک از کالاها باید دنبال نمود، چه کالاهایی باید تولید شوند و به چه مقداری این تولیدات باید صورت گیرد و چگونه مقادیر معین کالاها و خدمات نهایی به مصرف‌کنندگان تخصیص یابد؟ علاوه بر آن چون هدف ما ارضای خواسته‌های مصرف‌کنندگان در حد ممکن و به صورت کامل است، این مسئله که تولید و تخصیص حتی المقدور در حد کارا صورت گیرند، امری اساسی می‌باشد (رحمانی، 1381).

### تخمین مدل و بررسی نتایج تجربی

بنابراین در خصوص مصرف، کینز معتقد به این مطلب بود که مصرف تابعی مستقیم از درآمد است. به هر میزان که درآمد تغییر کند، مصرف نیز تغییر می یابد. بر اساس نظریه دوزنبیری تغییرات مالی اثرات غیرقرینه ای را ممکن است داشته باشد. بدین معنا که کاهش درآمد منجر به افزایش محسوسی در تقاضای کوتاه مدت نمی شود. زیرا مصرف کنندگان همیشه سعی دارند که سطح مصرفشان را تا حد امکان در همان سطح سابق حفظ نمایند. طبق نظر فریدمن نیز مصرف هر دوره به کل درآمدهای مورد انتظار فرد بستگی داشته و بنابراین تغییرات درآمد در یک دوره اثر چندانی بر مصرف بر جا نمی گذارد. در فرضیه ادوار زندگی مطرح شد که افراد رفتار مصرفی و پس انداز خود را برای دوره های طولانی با نیت و هدف تخصیص مصرف به بهینه ترین صورت برنامه ریزی می کنند.

هریک از این نظریات به دنبال بررسی عوامل رشد بر الگوی مصرف بوده اند. در این بخش نیز در قالب الگوی زیر به دنبال بررسی عوامل رشد بر تعیین میزان مصرف میباشیم و در ادامه با ارائه پیشنهاداتی سعی در بیان راه کارهای مناسبی در جهت اصلاح الگوی مصرف خواهیم داشت.

داده های آماری این پژوهش عبارت است از شاخص بهای مصرفی خانوار، مصرف بخش خصوصی، تولید ناخالص داخلی، نرخ سود سپرده ها و موجودی سرمایه می باشد که نمودارهای ذیل از این داده ها استخراج گردیده است.





نمودار روند زمانی داده های آماری

با استفاده روش تخمین حداقل مربعات معمولی نتایج زیر به دست آمده:

$$Lcp = -1.5 - 0.17lcp_i + 0.52lgdp - 0.02r + 0.49lk + 0.04t$$

(-1.45) (-1.76) (7.38) (-1.18) (8.36)

(1.83)

تفسیر: نتایج نشان می دهد که تمام ضرایب با سطح اطمینان 90% معنادار میباشد. بدین معنا که هر یک از متغیرهای (CPI) نرخ تورم، (GDP) تولید ناخالص ملی، (R) نرخ سود سپرده های بانکی، (K) موجودی سرمایه، نقش موثری در تعیین میزان مصرف بخش خصوصی دارد. به نحوی که با افزایش CPI مصرف بخش خصوصی کاهش یافته و با افزایش GDP و موجودی سرمایه، مصرف بخش خصوصی افزایش یافته که این موضوع با مبانی نظری کاملاً مطابقت دارد.

بنابراین افزایش CPI که متضمن افزایش تورم می باشد، منجر به کاهش مصرف بخش خصوصی می گردد و افزایش GDP که متضمن افزایش سطح درآمد ملی است، سطح مصرف بخش خصوصی را افزایش می دهد. همچنین افزایش سطح موجودی سرمایه که متضمن ثروت بخش خصوصی است، عامل موثری در افزایش مصرف بخش خصوصی می باشد و نهایتاً نرخ سود سپرده های بانکی نیز با افزایش خود از طریق جذب پس انداز بخش خصوصی تا حد قابل توجهی مصرف بخش خصوصی را کاهش می دهد.

### نتیجه گیری

باتوجه به محدودیت منابع و امکانات، به این مبحث پرداخته می شود که چگونه و چه مقدار مصرف کنیم که صحیح باشد. هدف از پژوهش حاضر بررسی عوامل موثر بر مصرف بخش خصوصی در دوره زمانی 1350 تا 1386 با استفاده از روش رگرسیون حداقل مربعات معمولی می باشد.

نتایج تحقیق نشان می دهد که ارتباط معناداری بین مصرف و متغیرهایی نظیر نرخ تورم، موجودی سرمایه، تولید ناخالص ملی، نرخ سود سپرده ها وجود دارد. به عبارتی هرگاه نرخ تورم افزایش یابد طبق نتایج مصرف بخش خصوصی کاهش می یابد و همچنین با افزایش موجودی سرمایه و تولید

ناخالص ملی و نرخ سود سپرده ها، مصرف در بخش خصوصی نیز افزایش می یابد.

از آنجایی که براساس یافته های تحقیق، تمام تعیین کننده های مصرف بخش خصوصی اولاً معنادار بوده و ثانیاً مطابق با مبانی نظری می باشد، بنابراین می توان در جهت اصلاح الگوی مصرف با عنایت به هر یک از این عوامل تعیین کننده سیاستهای مناسبی را اتخاذ کرد. به عنوان مثال از طریق نرخ سود سپرده های مناسب می توان بخش قابل توجهی از منابع (پس اندازها) بخش خصوصی را به سمت بانک ها سوق داده و از آن طریق تقاضای سرمایه گذاری، تقاضای کل و تولید کل را تقویت ساخت.

### منابع و مأخذ

- پریوش، غلامحسین و بخشوده، محمد. (1385)، اثرات سیاست های پولی بر رفتار مصرفی خانوارهای روستایی ایران.
- تفضلی، فریدون. (1376)، اقتصاد کلان: نظریه ها و سیاست های اقتصادی. تهران: نشرنی.
- توانایان فرد، حسن. (1364)، تئوری مصرف. تهران.
- خشادوریان، ادموند و خیابانی، ناصر. (1380)، طرح یک الگوی کلان سنجی پویا برای سیاست گذاری در اقتصاد ایران. وزارت امور اقتصادی و دارایی، چاپ اول.
- دورنبوش، رودیگر و فیشر، استانی. (1376)، اقتصاد کلان. ترجمه محمدحسین تیزهوش تابان، تهران: انتشارات سروش.
- دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، (1363)، درآمدی بر اقتصاد اسلامی: قم.
- رحمانی، تیمور. (1381)، اقتصاد کلان. تهران: برادران.
- رزاقی، ابراهیم. (1374)، الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی. تهران: چا پخش.
- محتشم دولتشاهی، طهماسب. (1380)، مبانی علم اقتصاد.
- کمیته برنامه ریزی صنعت استان اصفهان. (1366)، الگوی مصرف و ساخت اقتصادی.
- مولود، احمد و همکار. (1387)، تخمین تابع مصرف بخش خصوصی در اقتصاد ایران.
- نوفرستی، محمد. (1379)، تحلیل آثار سیاست های پولی و ارزی به روش همجمعی در چاقوب یک الگوی اقتصاد سنجی کلان پویا، پایان نامه دکتری.

