



دیدگاه

شماره: ۸۸۲	موضوع: حذف چهار صفر و احتمال جهش قیمتی (تأثیرات روان شناختی مقیاس بندی جدید)
تاریخ: ۱۳۹۸/۱۰/۳۰	
تهیه و تنظیم: مهدی رضائی	
توضیح اجمالی:	
هفتم مهرماه سال جاری، لایحه حذف چهار صفر از پول ملی و معرفی پول ملی جدید به نامه پارسه در مجلس شورای اسلامی با قید یک فوریت تصویب شد. یکی از دلایل حذف پول ملی را اثر روانی مثبت حذف صفرها از پول ملی می دانند (احساس غرور ملی به خاطر کاهش صفرها)؛ اما همین اثرات روانی ممکن است برآیند منفی بر شاخص های اقتصادی بگذارد که یکی از این شاخص ها سطح قیمت ها است. ارزش هر واحد پول جدید به نام پارسه (p) برابر است با ۱۰ هزار برابر ریال (R). اگر یک محصولی دارای ارزش A باشد، بدیهی است که ارزش آن، قبل و بعد از تغییر پول ملی تغییر نمی کند؛ یعنی $A=A$. از منظر قضایای اساسی در منطق صوری، اتفاق خاصی رخ نداده است؛ بااین حال اگر این رخداد از منظر منطق دیالکتیکی نگریسته شود، بدین معنی که تغییرات شرایط نیز لحاظ شود، می توانیم بهتر قضاوت کنیم. به واقع، پس از حذف چهار صفر از پول ملی، ساختار روانی مصرف کننده و یا تولیدکننده تغییر می کند. از منظر اقتصاد رفتاری، این گونه بیان می شود که در هنگام تغییر شاخص بندی، حتی در صورت تغییر نکردن ارزش واقعی، رفتار انسان، دیگر رفتار عقلایی نیست؛ در این حالت، انسان دست به خودفریبی می زند. برای مثال فرض کنیم که قیمت کالایی نظیر A قبل از تغییر پول ملی ۱۰ هزار ریال بوده و پس از تغییر پول ملی، ارزش این کالا به یک پارسه تغییر می کند. در این حالت، فروشنده محصول مذکور، چون شمارنده واحد پول از ۱۰ هزار به یک تغییر کرده، گمان می برد که مغبون شده است، درحالی که خریدار (اعم از خریدار محصول نهایی یا محصول واسطه ای) از این کاهش قیمت خوشحال می شود و گمان می برد که جنس ارزان خریده است. در حقیقت هیچ کدام از این افکار واقعی نیست و همگی برخاسته از فرایند عدم رفتار عقلایی کامل است. این اتفاقات باعث می شود که فروشنده قدری به قیمت جنس خود بیافزاید؛ مثلاً کالای A را به ۱/۰۱ پارسه بفروشد و خریدار نیز به این قیمت راضی باشد. این نکته قابل ذکر است که ممکن است در این میان، فروشنده ای که با سبد محدودی از محصولات سروکار دارد، محاسبات درستی را انجام دهد و واقعاً بداند و یقین داشته باشد که ارزش محصول A تغییری نکرده است؛ اما خریدار از آن رو که با سبد متنوعی از محصول سروکار دارد (به عنوان مصرف کننده نهایی و خانوار و یا تولیدکننده در مقام تقاضاکننده محصولات متنوع واسطه ای)، دچار توهمی از محاسبات شود و در نتیجه اگر فروشنده از روی آگاهی و به نیت سودجویی قیمت محصول را افزایش داد، خریدار درعین حالی که از این وضع راضی است، به این افزایش قیمت تن دردهد. در این حالت احساس غرور ملی به خودفریبی بیشتر خریدار دامن می زند. بنابراین، این احتمال وجود دارد که با تغییر پول ملی از طریق حذف چهار صفر، اقتصاد کشور با جهش قیمت در برخی از بخش ها و کالاها مواجه شود. این جهش قیمتی می تواند ضمن داشتن تبعات اجتماعی، اقتصاد کشور با مشکل مواجه کند. تبعات اجتماعی این امر به این دلیل است که خریدار، پس از مدتی به ارزش واقعی محصول پی خواهد برد؛ بدین معنی که محاسبات عقلایی و درست فرد، با تأخیر و پس از گذشت زمان بروز می کند. لازم به ذکر است، این تحلیل تنها اثرات حذف چهار صفر را صرفاً از منظر این جنبه خاص بر قیمت کالا و خدمات مورد بررسی قرار داده است.	
نکات کلیدی:	
با توجه به بحث صورت گرفته راجع به جهش قیمت و تبعات اجتماعی و اقتصادی آن، دولت به عنوان بخشی از وظایف حاکمیتی خود، لازم است تا از این فرایند خودفریبی بازیگران اقتصادی یا سودجویی آگاهانه بخشی از این بازیگران جلوگیری کند و برای این کار لازم است تا مردم را به سمت تفکر و محاسبات دقیق راجع به تغییرات واحد پول ملی سوق دهد. در این میان، بهترین اقدام، آگاهی رساندن به مردم از طریق رسانه ها (نظیر آگاهی بخشی و اطلاع رسانی تلویزیونی، رادیویی و شبکه های مجازی) است. همچنین می باید به کرات اعلام شود که تغییر قیمت واقعی محصولات پس از تغییر پول ملی از سوی فروشندگان جرم است و در این راستا اقدامات لازم را صورت دهد. چنین اطلاع رسانی، حداقل نوعی بازدارندگی در برابر اقدامات سودجویانه حاصل از تغییر پول ملی ایجاد خواهد کرد.	