

به نوعی قانون ابتدایی تقاضا در اقتصاد خرد را نقض می‌کند. کالای گیفن به نام سر رابرت گیفن، اقتصاددان اسکاتلندی است که آلفرد مارشال این ایده را به او نسبت داد. می‌دانیم برای تمام کالاها منحنی تقاضا دارای شیب منفی می‌باشد یعنی زمانی که قیمت افزایش می‌یابد تقاضا برای کالا کاهش می‌یابد اما کالاهای گیفن یک استثنا در این قانون هستند. با این اوصاف در تعادل قیمت و مقدار افزایش قیمت در مورد کالای گیفن باعث می‌شود تقاضا در این کالا افزایش یابد. یک مثال کلاسیک ارائه شده توسط مارشال، غذای اصلی بی‌کیفیت است که تقاضای آنها ناشی از فقر است که باعث می‌شود خریداران آنها نتوانند از عهده مواد غذایی بهتر برآیند. با افزایش قیمت کالای اصلی، دیگر آنها توانایی تهیه رژیم غذایی خود با غذاهای بهتر را ندارند و باید مقدار بیشتری از همان غذای بی‌کیفیت را مصرف کنند.

کالای لوکس

در ادبیات اقتصادی، کالای لوکس کالایی است که تقاضا به نسبت بیشتری از افزایش درآمد در کالای مدنظر افزایش می‌یابد، لذا مخارج بر روی کالا به‌طور نسبی بیشتر از کل مخارج خواهد بود. کالای لوکس در نقطه مقابل کالای ضروری است که تقاضا در آن به نسبت کمتری از افزایش درآمد افزایش می‌یابد (Varian, 1992, p. 117). کالای لوکس دارای کشش درآمدی تقاضای بالایی می‌باشد: هنگامی که مردم درآمد بیشتری کسب می‌کنند، به‌طور نسبی مقدار بیشتری از کالای لوکس را مصرف خواهند کرد. کشش درآمدی مقدار ثابتی باتوجه به مقادیر مختلف درآمد نیست و با تغییرات درآمد مقدار و شدت تغییر آن می‌تواند متفاوت باشد، یعنی کالای لوکس ممکن است کالای ضروری یا کالای پست در مقادیر مختلف درآمدی باشد.

کالای نرمال یا کالای عادی

کالایی نرمال نامیده می‌شود که تقاضایش با افزایش درآمد افزایش یابد یا به‌طور مشخص کشش درآمدی کالا مثبت باشد. به صورت ریاضی کالا زمانی نرمال است که:

$$\epsilon_x = \frac{\Delta Q_x / Q_x}{\Delta Y / Y} \geq 0$$

در تعریف بالا، Q_x مقدار کالای x و Y نشان‌دهنده درآمد مصرف‌کننده می‌باشد. از رابطه بالا چنین استنتاج می‌شود که کالای نرمال کالایی است که یک تغییر در درآمد مصرف‌کننده منجر به تغییر هم‌جهت تقاضای فرد از کالای x می‌شود. دو نوع کالای

Good

در علم اقتصاد، کالاها و خدمات براساس معیارهای خاصی در گروه‌های مختلفی دسته‌بندی می‌شوند. در ادامه به تبیین برخی از اقسام کالاها در اقتصاد پرداخته شده است.

کالای پست

کالای پست کالایی است که وقتی درآمد فرد افزایش می‌یابد تقاضای وی از آن کالا کاهش می‌یابد (Mankiw, 2012, p. 70). بحث پست بودن مرتبط با قدرت خرید فرد است تا اینکه مربوط به کیفیت کالا باشد (Varian, 2014, p. 96). سبزمینی می‌تواند یکی از مصادیق کالای پست به‌شمار آید. به‌طور کلی مطابق با عملکرد تابع تقاضای یک کالای پست می‌توان این‌گونه متصور شد که مردم با درآمدهای بالاتر و یا افرادی که بیشتر علاقه دارند کالاهایی مانند برنج و گندم را مصرف کنند، سبزمینی را در سبد مصرفی خود قرار نمی‌دهند. با این حال در برخی کشورها سبزمینی کالای پست نیست و به‌عنوان یک کالای نسبتاً گران برای تأمین کالری مورد استفاده قرار می‌گیرد.

کالای سرمایه‌ای

مفهوم اقتصادی کالای سرمایه‌ای در حقیقت مجموعه‌ای از کالاهای ناهمگون است که هر کدام ویژگی مشخص خود را دارند (Hagemann, 1987) و در شکل کالای بادوام در تولید کالا و خدمات مورد استفاده قرار می‌گیرند. کالاهای سرمایه‌ای شکل خاصی از کالاهای اقتصادی و دارایی ملموس هستند. ماشین‌آلات، ابزار، ساختمان، کامپیوتر و دیگر لوازمی که در فرایند تولید مورد استفاده قرار می‌گیرند از جمله مهم‌ترین مثال‌های کالای سرمایه‌ای هستند (Samuelson and Nordhaus, 2004).

چرخه عمر کالای سرمایه‌ای شامل، درخواب، مست، مهندسی و تهیه، تولید، راه‌اندازی، نگهداری و در انتها از رده خارج شدن است. با این اوصاف کالاهای سرمایه‌ای یکی از عناصر تشکیل‌دهنده موجودی دارایی‌های سرمایه‌ای یا سرمایه ثابت هستند و در فرایند رشد اقتصادی و تولید و همچنین توزیع درآمد نقش اساسی دارند.

کالای گیفن

در ادبیات اقتصادی کالای گیفن کالایی است که مردم مقدار بیشتری از آن وقتی قیمت کالا افزایش می‌یابد مصرف می‌کنند که

را خود بسازد و استفاده کند. دوم اینکه، یک شرکت می‌تواند کالاهای واسطه‌ای را تولید و آن را به دیگران بفروشد و سوم اینکه، شرکت می‌تواند کالاهای واسطه‌ای را برای تولید کالاهای نهایی خریداری نماید. کالای واسطه در GDP یک کشور مورد محاسبه قرار نمی‌گیرد و ارزش کالای واسطه‌ای در حقیقت در درون ارزش کالای نهایی قرار می‌گیرد و تنها کالای نهایی است که در محاسبه GDP قرار دارد (شاگری سیاوشانی، ۱۳۹۵، ص. ۴۶). توصیف کالاهای واسطه‌ای به‌عنوان کالای فیزیکی می‌تواند گمراه‌کننده باشد، زیرا در اقتصادهای پیشرفته، حدود نیمی از ارزش ورودی کالای واسطه‌ای به‌صورت خدمات می‌باشد.

کتاب‌شناسی

- توکلیان، ح. و صارم، م. (۱۳۹۶). *الگوهای DSGE در نرم‌افزار Dynare* الگوسازی، حل و برآورد مبتنی بر اقتصاد ایران. پژوهشکده پولی و بانکی. شاگری سیاوشانی، ع (۱۳۹۵). *اقتصاد کلان: نظریه‌ها و سیاست‌ها*. رافع.
- Hagemann, H. (1987). Capital Goods. In J. Eatwell, M. Milgate and P. Newman (Eds), *The New Palgrave: A Dictionary of Economics* (pp. 345-347). Macmillan.
- Mankiw, N. G. (2012). *Principles of Economics* (6rd ed.). South-Western Cengage Learning.
- Samuelson, P. A., and Nordhaus, W. D. (2004). *Economics* (18rd ed.) McGraw-Hill.
- Varian, H. R. (1992). *Answers to Exercises: Microeconomic Analysis* (3rd ed.). Norton.
- Varian, H. R. (2014). *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach* (9rd ed.). Norton.

سید محمدهادی سبحانیان

مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران

مسلم قلی‌پور

دانشکده اقتصاد، دانشگاه تهران

نرمال وجود دارد: کالای ضروری و کالای لوکس. کالای نرمال زمانی به‌صورت کالای ضروری طبقه‌بندی می‌شود که کشش درآمدی کمتر از یک و زمانی به‌صورت کالای لوکس طبقه‌بندی می‌شود که کشش درآمدی بالاتر از یک باشد. با توجه به نظریه اقتصادی، در یک سبد کالایی، بایستی حداقل یک کالای نرمال وجود داشته باشد (همه کالاها نمی‌توانند پست باشند). نکته قابل توجه آن است که همه کالاها در تمام سطوح درآمدی کاملاً نرمال یا پست نیستند. به‌عنوان مثال اتومبیل‌های دست‌دوم می‌توانند کشش درآمد مثبت در سطوح پایین درآمدی داشته باشند. باین‌حال، کشش درآمدی تقاضای خودروهای دست‌دوم به‌طور متوسط در سطوح بالاتر درآمد منفی می‌شود.

کالای نهایی

کالای نهایی کالایی است که توسط مصرف‌کننده برای برآورده کردن نیازهایش مورد استفاده قرار می‌گیرد. این کالاها در آخرین مرحله فرایند تولید قرار دارند و پس از پردازش نهاده و تبدیل آن به کالای واسطه در انتهای چرخه تولید کالای نهایی از این چرخه به دست می‌آید (توکلیان و صارم، ۱۳۹۶، ص. ۱۲۹). در محاسبه درآمد ملی عبارت کالای نهایی فقط شامل کالاهای جدید ساخته شده در یک سال معین هستند. برای مثال در محاسبه GDP کالاهایی که در سال‌های قبل محاسبه شده‌اند برای جلوگیری از محاسبه مجدد حذف می‌شوند (شاگری سیاوشانی، ۱۳۹۵، ص. ۴۵).

کالاهای نهایی به سه طبقه دسته‌بندی می‌شوند: ۱. کالاهای بادوام؛ ۲. کالاهای بی‌دوام؛ ۳. خدمات. کالاهای بادوام دارای عمر طولانی مدت هستند که به‌طور متوسط بالای ۱ سال عمر می‌کنند. کالاهای بی‌دوام برای مصرف فوری مورد استفاده قرار می‌گیرند و خدمات مصرفی نیز غیرقابل لمس هستند، خدمات مصرفی قابل مشاهده یا حس کردن نیستند اما استفاده از آنها به مصرف‌کننده رضایت و مطلوبیت می‌دهد.

کالای واسطه‌ای

کالای واسطه‌ای یا کالای نیمه‌تمام در حقیقت نوعی نهاده برای تولید دیگر کالاها من جمله کالای نهایی می‌باشد. کالاهای واسطه‌ای به‌طور کلی می‌توانند به سه روش مختلف ساخته و استفاده شوند: اول اینکه، یک شرکت می‌تواند کالاهای واسطه‌ای