

Mövzu 26 . Mikroiqtisadi nəzəriyyənin hüdudları

- 1. Mənəvi məsuliyyətsizlik (moral hazard)**
- 2. Agent (agent)**
- 3. Sifarişçi (principal)**
- 4. Əks seçim (adverse selection)**
- 5. Sıqnal göndərmə (signaling)**
- 6. Yoxlama (screening)**
- 7. Kondorset paradoksu (Condorcet paradox)**
- 8. Arroununun imkansızlıqlar əyrisi (Arrow's impossibility theorem)**
- 9. Orta seçici teoremi (Median voter theorem)**

İqtisadi nəzəriyyə, insanların etdikləri seçimlərin və nəticədə insanlar arasında baş verən qarşılıqlı münasibətlərin öyrənilməsidir. Əvvəlki fəsillərdən göründüyü kimi bu nəzəriyyənin bir çox cəhətləri vardır. Lakin bütün bu cəhətlərin, reallığı tam, mükəmməl və dəyişməz şəkildə təsvir etdiyini düşünmək yanlış olardı. Bütün digər alimlər kimi, iqtisadçılar da hər zaman yeni sahələrin öyrənilməsi və fenomenlərin izah edilməsinə çalışırlar. Mikroiqtisadi nəzəriyyə barəsində bu sonuncu fəsildə, nəzəriyyənin hüdudlarını təşkil edən üç müxtəlif mövzunu birləşdirərək, cəmiyyət və insanların davranışlarının öyrənilməsinə iqtisadçıların necə çalışdıqlarına nəzər yetirilir.

Birinci mövzu asimmetrik informasiyanın iqtisadi nəzəriyyəsidir. Həyatın bir çox anlarında, bəzi insanlar digərlərindən daha çox məlumata sahib olurlar və bu fərq insanların verdikləri qərarlara və aralarında olan münasibətlərinə təsir edir. Bu asimmetriya barəsində düşünmək, dünyanın bir çox praktik məsələlərinə, məsələn işlənmiş avtomobillərin satışından tutmuş, hədiyyə vermək ənənəsinə qədər müxtəlif hadisələrə aydınlıq gətirə bilər.

İkinci mövzu siyasi iqtisad nəzəriyyəsidir. Bazar fəaliyyətinin nəticəsinin səmərəsiz olduğu və dövlət siyasətinin potensial olaraq nəticəni yaxşılaşdırma biləcəyi bir çox hallara əvvəlki fəsillərdə rast gəlmişsiniz. Lakin, "potensial olaraq" çox əhəmiyyətli bir şərtədir: bu şərtin yerinə yetirilib-yetirilməməsi siyasi institutların nə dərəcədə yaxşı

işləməsindən asılıdır. Siyasi iqtisad nəzəriyyəsi, iqtisadi nəzəriyyənin vasitələrindən istifadə etməklə dövlətin necə işlədiyini öyrənir.

Bu fəsildə nəzərdən keçiriləcək üçüncü mövzu davranışın iqtisadi nəzəriyyəsidir. Bu elm sahəsi, psixologiyada əldə olunan bəzi nəticələri iqtisadi problemlərin öyrənilməsinə tətbiq edir. Ənənəvi iqtisadi nəzəriyyədən fərqli olaraq, davranışın iqtisadi nəzəriyyəsində insan davranışlarına daha dəqiq, daha mürəkkəb və eyni zamanda reallığa daha yaxın nəzər nöqtəsindən baxılır.

Bu fəsildə çox geniş əhatəli mövzular nəzərdən keçirilir. Bu səbəbdən də, hər bir mövzu haqqında yalnız ümumi məlumat verilir. Burada məqsədlərdən biri, iqtisadçıların iqtisadiyyatın necə işləməsini öyrənmək cəhdlərində müraciət etdikləri bir neçə istiqaməti göstərməkdir. Digər bir məqsəd isə, sizi iqtisadi nəzəriyyədən daha çox kurs götürməyə sövq etməkdir.

ASİMMETRİK İNFORMASIYA

"Mən səndən çox bilirəm" ifadəsi uşaqlar arasında çox tez-tez istifadə olunur. Lakin, bu ifadə, eyni zamanda, insanların bir-biri ilə necə ünsiyyət yaratdıqları barəsində gizli bir həqiqəti ifadə edir. Bir çox hallarda, bir şəxs digərlərinə nisbətən baş verən hadisələr barəsində daha çox məlumata sahib olur. Lazım olan məlumatı əldə etməkdə yaranan fərqlər, informasiya asimetriyası adlanır.

Asimetrik informasiyaya istənilən qədər misal gətirmək olar. Məsələn, işçi işə cəkdiyi zəhmət barəsində işəgötürənə nisbətən daha çox məlumata sahibdir. Satıcı işlənmiş avtomobilin vəziyyəti barəsində, onun alıcısına nisbətən daha çox məlumata sahibdir. Birinci misal gizli əmələ aid olduğu halda, ikinci misal gizli xüsusiyyətə aiddir. Hər iki halda məlumatsız tərəf (işəgötürən, avtomobil alıcısı) lazım olan informasiyanı əldə etmək istəyir, məlumatlı tərəf (işçi, avtomobil satıcısı) isə bu informasiyanı gizlətmək istəyində ola bilər.

Asimetrik informasiya çox geniş yayıldığı üçün, son bir neçə on ildə iqtisadçılar onun öyrənilməsinə çox səy göstərirlər. Asimetrik informasiya mövzusunda araşdırmalara görə 2001-ci il iqtisadiyyat üzrə Nobel mükafatı üç iqtisadçıya verilmişdir (Corc Akerlof, Maykl Spense və Cozef Ştiqlitz). Gəlin bu üç

Gizli Əməl: Sifarişçi, Agent və Mənəvi Məsuliyyətsizlik

Mənəvi məsuliyyətsizlik problemi agent adlanan bir şəxsin, sifarişçi adlanan digər bir şəxs üçün hər hansı bir işi yerinə yetirdiyi halda ortaya çıxır. Əgər sifarişçi adlanan şəxs agentin fəaliyyətinə tam olaraq nəzarət edə bilmirsə, agent rəhbərin arzuladığına nisbətən daha az şey göstərəcəkdir. Mənəvi məsuliyyətsizlik termini, agent tərəfindən mənəvi cəhətdən məsuliyyətsiz sayıla biləcək əməllərin yerinə yetirilə biləcəyinə işarə edir. Bu cür hallarda sifarişçi agentin daha məsuliyyətli işə yanaşması üçün müxtəlif yollara əl atır.

İşçi və işəgötürən arasındakı münasibət mənəvi məsuliyyətsizliyə klassik nümunə sayılır. Bu halda işəgötürən sifarişçi, işçi isə agentdir. Mənəvi məsuliyyətsizlik isə, tam nəzarət altında olmayan işçinin işindən yayınmağa çalışmasıdır. Bunun qarşısını almaq üçün işəgötürən müxtəlif yollara əl ata bilər:

- Daha yaxşı nəzarət. Öz uşaqları üçün dayə tutan valideynlərin evlərində gizli kameralar quraşdırmalarına tez-tez rast gəlinir. Burada məqsəd dayəyə tam nəzarət etməkdir.

- Daha yüksək əmək haqqı verilməsi. Səmərəli əmək haqqı nəzəriyyələrinə görə (Fəsil 19-da müzakirə edilib), bəzi işəgötürənlər öz işçilərinə tələb və təklifi tarazlaşdıran əmək haqqından daha yüksək əmək haqqı müəyyən edirlər. Tarazlıq əmək haqqından daha çox əmək haqqı alan işçilərin işlərinə məsuliyyətsiz yanaşmaları daha az ehtimal olunur, çünki onlar öz yüksək məvacibli işlərini itirməkdən ehtiyat edirlər.

- Gecikdirilən ödəmələr. Bəzi hallarda firmalar öz işçilərinin məvaciblərinin bir hissəsini yubada bilirlər. Əgər işçinin işə məsuliyyətsiz yanaşdığı müəyyən olarsa, onda işçi məvacibin yubadılmış hissəsindən məhrum olur. Bunun ən yaxşı misalı ilin sonunda verilən bonuslardır. Buna bənzər başqa bir misal, işçilərin əmək haqlarının getdikcə artırılmasıdır. Burada məqsəd sadəcə qazanılan təcrübəyə görə deyil, eyni zamanda mənəvi məsuliyyətin davam etməsinə görə də verilən dəyərdir.

Mənəvi məsuliyyətsizliyin qarşısını alan bu müxtəlif mexanizmlər ayrı-ayrılıqda və ya birlikdə istifadə edilə bilər.

Mənəvi məsuliyyətsizliyə iş həyatından kənarda da tez-tez rast gəlinir. Məsələn, evini yanğından sığortalamış şəxs, evinə yanğın söndürən almaqdan imtina edə bilər,

çünkü yanğın söndürən ev sahibi üçün əlavə xərcdir, sığorta şirkəti üçün isə sığorta riskinin azaldılmasıdır. Daşqın riski yüksək olan çayın sahilində yaşayan ailə təbii mənzərədən faydalanır, dövlət isə daşqından sonra göstərilən maddi yardımın yükünü öz üzərinə götürür. Bu cür problemləri həll etmək üçün bir çox qanunlar mövcuddur: sığorta şirkəti ev sahiblərindən yanğın söndürən almalarını tələb edə bilər və ya dövlət daşqın riski yüksək olan ərazilərdə ev tikilməsini qadağan edə bilər. Lakin, sığorta şirkətləri ev sahiblərinin nə dərəcədə ehtiyatlı davrandıqları barəsində heç vaxt tam məlumata sahib olmayacaqlar. Eyni şəkildə, dövlət də, ailələrin yaşayış yeri seçdikləri zaman hansı risklərlə üzləşdikləri barəsində tam məlumata heç vaxt sahib olmayacaq. Buna görə də mənəvi məsuliyyətsizlik problemi tam həll olunmamış qalır.

MƏNƏVİ MƏSULİYYƏTSİZLİK - *tam nəzarətdə saxlanılmayan bir şəxsin məsuliyyətsiz və ya digər istənilməyən hərəkətləri etmək meylidir.*

AGENT - *sifarişçi adlandırılan digər bir şəxs üçün fəaliyyət göstərən şəxsdir*

SİFARİŞÇİ - *agent adlandırılan şəxsə müəyyən bir iş tapşırıran şəxsdir.*

Gizli Xüsusiyyətlər: Əks Seçim Problemi

Əks seçim problemi, satıcının satılan əmtəə haqqında alıcıya nisbətən daha çox məlumata sahib olduğu hallarda baş verir. Alıcı aldanaraq daha aşağı keyfiyyətli əmtəə almaq riski ilə üz-üzədir. Alıcı nöqteyi-nəzərindən əmtəənin "seçimi" "əks" ola bilər.

Əks seçim probleminin klassik nümunəsi işlənmiş avtomobil bazarıdır. İşlənmiş avtomobilin satıcısı avtomobilin bütün qüsurlarını bilir, alıcının isə bunlardan xəbəri yoxdur. Qüsurlu avtomobilin satışa çıxarılması ehtimalı daha çox olduğu üçün, alıcılar qüsurlu avtomobil almaqdan ehtiyatlı olmalıdırlar. Bu səbəbdən də, bir çox adamlar işlənmiş avtomobil bazarından avtomobil almaqdan çəkinirlər. Bu problem, cəmi bir həftə işlənmiş avtomobilin, təzə avtomobilə nisbətən bir neçə min dollar daha ucuz satıldığı zaman özünü biruzə verir. Avtomobilin alıcısı, satıcının tez tələsik avtomobilini satmağından şübhələnir və avtomobilin qüsurlu olduğunu ehtimal edir.

Əks seçim probleminin digər bir nümunəsi əmək bazarında baş verir. Digər səmərəli əmək haqqı nəzəriyyəsinə görə, işçilər öz qabiliyyətləri ilə fərqlənirlər və onlar öz qabiliyyətlərini onları işə götürən firmalara nisbətən daha yaxşı bilirlər. Firma əmək

haqqını azaltdıqda, ilk olaraq, daha qabiliyyətli olan işçilər işlərini tərk edəcəklər, çünki onlar yaxşı iş tapacaqlarından əmindirlər. Firma, bunun əksinə olaraq, tarazlıq əmək haqqından daha yüksək əmək haqqı ödəməklə, orta hesabla daha yaxşı işçilərin cəlb olunmasına nail ola bilər.

Əks seçim probleminin üçüncü nümunəsi sığorta bazarında müşahidə olunur. Məsələn, sağlamlıq sığortası alan şəxslər öz sağlamlıq problemləri barəsində sığorta şirkətinə nisbətən daha yaxşı məlumatlara sahibdirlər. Gizlədilən sağlamlıq problemləri olan şəxslərin sığortalanmaq istəkləri daha çox olduğu üçün, sığorta haqqı orta sağlam şəxslərə çəkilən tibbi xərclərdən daha yüksəkdir. Bunun nəticəsində, orta sağlam olan şəxslər yüksək qiymətlə sağlamlıq sığortası almaqdan imtina edə bilərlər.

Hər hansı bir bazarda əks seçim problemi mövcud olduqda, "gözəgörünməz əl" öz möcüzəsini tam yerinə yetirə bilmir. İşlənmiş avtomobil bazarında, gizli qüsurları olmayan avtomobil sahibləri, skeptik alıcıların təklif etdiyi aşağı qiymətlə avtomobillərini satmaq yerinə özlərinə saxlaya bilərlər. Əmək bazarındakı əmək haqqı, tələb və təklifi tarazlayan səviyyədə daha yüksək olduqda işsizlik yarana bilər. Sığorta bazarında, sağlamlıq riski aşağı olan şəxslər sağlamlıq sığortası almaqdan imtina edə bilərlər, çünki təklif olunan sığorta haqları onların həqiqi risklərini əks etdirmir. Dövlət tərəfindən maliyyələşdirilən sağlamlıq sığortası proqramlarının tərəfdarları, əks seçim problemini misal gətirərək lazım olan miqdarda sağlamlıq sığortası təmin etmək üçün özəl bazarlara etibar etməməyə çağırırlar.

ƏKS SEÇİM - *müşahidə olunmayan xüsusiyyətləri seçərkən məlumatsız tərəf üçün arzu olunmaz nəticənin əldə olunması riskidir*

Şəxsi Məlumatları Ötürmək üçün Sıqnal Göndərmə

Asimmetrik informasiya bəzi hallarda dövlət siyasəti üçün əsas olsa da, o, həmçinin, digər hallarda çətin izah oluna bilən şəxsi davranışları da izah edir. Bazarlar asimmetrik informasiya probleminə müxtəlif formalarda cavab verir. Bunlardan biri də sıqnal göndərmədir. Sıqnal göndərmə, şəxsi məlumata sahib məlumatlı tərəfin öz şəxsi məlumatını etibarlı şəkildə çatdırmaq üçün əl atdığı vasitələrdir.

Məlumatını məlumatsız tərəfə əvvəlki fəsillərdə siqnal göndərməyə aid nümunələr verilmişdir.

Fəsil -də məlumatını bildirməsi üçün gördüyü əməl göstərildiyi kimi, firmalar öz məhsullarının yüksək keyfiyyətini alıcılara bildirmək üçün reklama pul xərcləyirlər.

Fəsil -də göstərildiyi kimi, tələbələr kollec və universitet diplomları almaqla işəgötürənlərə öz yüksək qabiliyyətləri barəsində məlumat verirlər. Yadınıza salın ki, təhsildə siqnal nəzəriyyəsi, insan kapitalı nəzəriyyəsi ilə ziddiyyət təşkil edir. İnsan kapitalı nəzəriyyəsinə görə, təhsil alan şəxsin qabiliyyətləri artır, siqnal nəzəriyyəsinə görə isə, təhsil sadəcə olaraq mövcud qabiliyyətlər barəsində məlumat vermək üçün lazımdır. Reklam və təhsil kimi siqnal göndərmə nümunələri çox fərqli görünə bilər, lakin **səthin** altında onlar demək olar ki, biri-birinə çox bənzəyir. Hər iki halda daha məlumatlı olan bir tərəf (firma, tələbə), siqnal göndərərək qarşı, məlumatsız tərəfi (müşəri, işəgötürən) təklif etdiyi şeyin yüksək keyfiyyətinə inandırmağa çalışır.

Hər hansı bir fəaliyyətin effektiv siqnala çevrilməsi üçün nə tələb olunur? Əlbəttə ki, ilk növbədə siqnal bahalı olmalıdır. Əgər siqnal pulsuz olmuş olsaydı, hər kəs ondan istifadə edərdi və beləliklə, o heç bir məlumat daşımazdı. Eyni səbəbdən digər bir tələb də var: siqnal ondan istifadə edən üçün digərlərinə nisbətən daha ucuz və ya daha faydalı olmalıdır. Əks halda, hər kəs siqnalı əldə etmək üçün eyni dərəcədə həvəsli olardı və siqnal heç bir məlumat daşımazdı.

Yuxarıda qeyd olunan iki misala yenidən nəzər yetirək. Reklam misalında, keyfiyyətli məhsulu reklam edən firma daha çox fayda əldə edir, çünki onun məhsulunu alan müşəri çox güman ki, daimi müşəri olacaq (keyfiyyətsiz məhsul reklam edən firmanın əksinə olaraq). Buna görə də, keyfiyyətli məhsulu olan müəssisə üçün siqnal (reklam) üçün xərc çəkmək məntiqlidir. Müşəri üçün də, siqnalı məhsulun keyfiyyəti barəsində verilən məlumat kimi istifadə etmək məntiqlidir. Təhsil misalında, istedadlı tələbə üçün universiteti bitirmək daha asandır. Buna görə də, istedadlı tələbə üçün siqnalı (təhsil) əldə etmək üçün xərc çəkmək məntiqlidir. Eyni zamanda, işəgötürən üçün siqnalı işçinin istedadı barəsində verilən məlumat kimi istifadə etmək məntiqlidir.

Dünyada siqnal göndərmənin misalları boldur. Jurnal reklamlarında belə bir ifadəyə rast gəlmək mümkündür "televizorda göstərildiyi kimi". Nə üçün jurnalda

reklam yerləşdirən müəssisə üçün bu fakt belə vacibdir? Bunun bir izahı ondan ibarətdir ki, müəssisə bahalı signal (televizor reklamı) istifadə etdiyini çatdırmaq istəyir və bununla ümid edir ki, alıcılar onun məhsulunun yüksək keyfiyyətli olduğu qənaətinə gələcəklər. Eyni səbəbdən, elit universitetlərin məzunları mütləq bu faktı öz tərcümeyihallarında qeyd edirlər.

Signal göndərmə - məlumatlı tərəfin öz şəxsi məlumatını məlumatsız tərəfə bildirməsi üçün gördüyü əməldir

İnformasiyanı Aşkarlamaq üçün Yoxlama

Məlumatlı tərəfin, öz şəxsi məlumatını aşkarlamaq üçün istifadə etdiyi vasitələrə signal göndərmə adı verilir. Məlumatlı tərəfin şəxsi məlumatını aşkarlamaq üçün, məlumatsız tərəfin istifadə etdiyi vasitələrə isə yoxlama adı verilir.

Bəzi yoxlama nümunələri adi haldır. Məsələn, işlənmiş avtomobil alan şəxs avtomobilin usta tərəfindən yoxlanılmasını tələb edə bilər. Buna etiraz edən satıcı, avtomobilin qüsurlu olması ilə bağlı şəxsi məlumatını aşkarlamış olur. Alıcı daha aşağı qiymət təklif edə və ya başqa avtomobil axtara bilər.

Nəzarətdən keçirmənin digər nümunələri daha çətin sezilir. Məsələn avtomobil sığortası satan şirkətə nəzər yetirək. Şirkət, avtomobili etibarlı idarə edən şəxslərdən daha az, riskli idarə edən şəxslərdən isə daha çox sığorta haqqı almaq istəyir. Lakin sürücüləri bir-birindən hansı yolla fərqləndirmək olar? Sürücülər özlərinin etibarlı və ya riskli sürücü olduqlarını yaxşı bilirlər, lakin riskli sürücülər bu faktı heç vaxt boyunlarına almırlar. Sürücülərin keçmiş təcrübəsi onları fərqləndirmək üçün istifadə oluna bilər (həqiqətən də sığorta şirkətləri bundan tez-tez istifadə edir), lakin bir çox avtomobil qəzaları təsadüfi xarakter daşıdığına görə, "keçmiş təcrübə" gələcəkdəki risklərin qeyri-mükəmməl göstəricisidir.

Sürücüləri bir-birindən fərqləndirmək üçün, sığorta şirkəti iki müxtəlif sığorta paketi təklif edə bilər. Bir paketdə, avtomobil qəzasının bütün xərcləri ödənilir, lakin sığorta haqqı çox yüksəkdir. Digər paketdə, sığorta haqqı çox aşağıdır, lakin 1 000 dollara qədər olan xərcləri sığorta olunan tərəf ödəyir. Yəni, xərclərin 1 000 dollara qədər məbləğini sığorta olunan ödəyir, qalan hissəsini isə sığorta şirkəti ödəyir.

İkinci paket riskli sürücü üçün sərfəli deyil, çünki bu sürücünün qəza törətmək ehtimalı daha çoxdur. Bu cür seçim qarşısında, etibarlı sürücülər birinci paketi, riskli sürücülər isə ikinci paketi seçəcəklər və bununla da öz şəxsi məlumatlarını aşkarlamış olacaqlar.

***YOXLAMA** - məlumatlı tərəfin şəxsi məlumatını aşkarlamaq üçün məlumatsız tərəfin həyata keçirdiyi fəaliyyətdir.*

Asimmetrik İnformasiya və Dövlət Siyasəti

Bu fəsildə asimmetrik informasiyanın iki növünü nəzərdən keçirdik - mənəvi məsuliyyətsizlik və əks seçim. Bu problemə qarşı insanların signal göndərmə və yoxlama kimi vasitələrdən istifadə etdiyini də qeyd etdik. İndi isə asimmetrik informasiya haqqında öyrəndiklərimizin dövlət siyasətinin həddləri barəsində nə təklif etdiyinə baxaq.

Bazarın uğuru və iflası arasındakı gərginlik, mikroiktisadi nəzəriyyənin əsas mövzudur. Fəsil 7-də göstərildiyi kimi tələb və təklifin tarazlığı cəmiyyətin əldə etdiyi ümumi izafi faydanın maksimallaşdırılması baxımından səmərəli sayılır. Bu halda Adam Smitin "gözəgörünməz əli" səmərəliliyin əsasında durur. Lakin, sonrakı fəsillərdə kənar təsirlər (Fəsil 10), ictimai əmtəə (Fəsil 11), qeyri-mükəmməl rəqabət (Fəsil 15-dən 17-dək) və yoxsulluğun (Fəsil 20) öyrənilməsi bu nəticənin qeyri-mükəmməl olduğunu göstərdi. Bazarın iflasına aid bu nümunələr göstərdi ki, bəzən dövlət bazar fəaliyyətinin nəticələrini yaxşılaşdırma bilər.

Asimmetrik informasiyanın öyrənilməsi bazar fəaliyyətinin nəticələrinin səmərəliliyi haqqında şübhələri artırdı. Bəzi insanlar digərlərinə nisbətən daha çox informasiyaya sahib olduqda, bazar fəaliyyətinin nəticəsi sərvətlərin bu insanlar arasında ən səmərəli şəkildə paylanmasına nail olmaya bilər. Yüksək keyfiyyətli işlənmiş avtomobilə sahib olan bir şəxs avtomobilini satmaqda çətinlik çəkə bilər, çünki alıcılarda avtomobilin keyfiyyəti barəsində informasiya yoxdur. Daha az xəstələnən şəxslər ucuz sağlamlıq sığortası almaqda çətinlik çəkə bilərlər, çünki sığorta şirkəti onları daha çox (lakin gizli) xəstəlik problemləri olan şəxslərdən ayıra bilmir.

Bəzi hallarda asimmetrik informasiya dövlətin müdaxiləsini tələb etsə də, aşağıdakı üç səbəbdən bu məsələ mürəkkəbləşir. Birincisi, yuxarıda qeyd olunduğu

kimi, bəzi hallarda fərdi bazarda asimmetrik informasiya problemi signal göndərmə və yoxlama kimi yollarla həll oluna bilər. İkincisi, çox nadir hallarda dövlətin fərdi tərəflərə nisbətən daha çox informasiyası olur. Bazar fəaliyyətinin nəticəsi ən səmərəli həll yolu olmasa da, çox vaxt ikincisi ən səmərəli həll yolu ola bilər. Yəni informasiya asimmetriyası olduğu halda, siyasətçilər bazarın nisbətən səmərəsiz nəticəsini yaxşılaşdırmaqda çətinlik çəkə bilərlər. Üçüncüsü, hətta dövlət özü də qeyri-mükəmməl quruluşdur. Bu mövzuya növbəti bölmədə nəzər yetirilir.

SIYASİ İQTİSADI NƏZƏRİYYƏ

Biz artıq gördük ki, bazar nəticəsi resursların optimal bölüşdürülməsinə hər zaman nail olmur. Bazar nəticəsinin səmərəsiz və ya ədalətsiz olduğu hallarda, dövlət müdaxilə edərək vəziyyəti düzəltmək rolunu öz üzərinə götürə bilər. Lakin, fəal dövləti tam qəbul etməmişdən əvvəl bir faktı nəzərdən keçirmək lazımdır: dövlət özü də qeyri-mükəmməl təşkilatdır. Siyasi iqtisad nəzəriyyəsi (bəzən bu nəzəriyyəyə "ictimai seçim nəzəriyyəsi" də deyilir) iqtisadi metodlardan istifadə edərək dövlətin necə işlədiyini öyrənir.

Kondorsetin Səs Vermə Paradoksu

Bir çox inkişaf etmiş cəmiyyətlər dövlətin təşkilində demokratik prinsiplərə əsaslanırlar. Məsələn bir şəhər yeni parkın iki mümkün yerdən hansında salınacağına çox asanlıqla qərar verə bilər: daha çox səs toplayan yerdə. Lakin bir çox siyasi qərarlarda mümkün nəticələr ikidən çox olur. Məsələn, yeni park bir çox müxtəlif yerdə salına bilərdi. Bu cür hallarda, on səkkizinci əsr Fransız siyasi nəzəriyyəçisi Markiz de Kondorsetin məşhur ifadəsi ilə desək, demokratiya mümkün nəticələr arasında seçim etməkdə aciz qala bilər.

Məsələn, təsəvvür edin ki, şərti olaraq A, B və C adlandırdığımız üç müxtəlif nəticə mümkündür və Cədvəl 1-də göstərilən seçimləri olan üç seçici növü mövcuddur. Şəhərin meri bu şəxsi seçimləri birləşdirərək bütün cəmiyyətin nəyi seçəcəyini müəyyən etmək istəyir. O bunu necə etməlidir?

İlk olaraq, seçimləri iki-iki səsə qoya bilər. Əvvəlcə B və C arasında səs vermə keçirilərsə, 1 və 2-ci növ seçicilər B seçimini edəcəklər və B daha çox səs toplayaraq seçiləcəkdir. Daha sonra A və B arasında səs vermə keçirilərsə, 1 və 2-ci növ seçicilər A

seçimini edəcəklər və A daha çox səs toplayaraq seçiləcəkdir. Nəzərə alsaq ki, A seçimi B-dən, B seçimi isə C-dən daha çox səs toplayıb, şəhərin meri seçicilərin A seçimini üstün tutduqlarına dair nəticəyə gələ bilər.

İndi isə təsəvvür edin ki, şəhərin meri ən sonda A və C seçimlərini səsə qoyur. Bu halda 2 və 3-cü növ seçicilər C seçimini edəcəklər və C daha çox səs toplayaraq seçiləcəkdir. Nəticə olaraq, iki-iki səsə qoyulmada, A seçimi B-dən, B seçimi C-dən, C seçimi isə A-dan daha çox səs toplayır. Normal hallarda, seçimlər keçicilik xarakteri daşmalıdır, yəni, əgər A B-dən, B isə C-dən üstün tutularsa, A C-dən üstün tutulmalıdır. Kondorset paradoksu, demokratik seçimlərin hər zaman üçün keçicilik xarakterinə keçicilik xarakteri daşmadığını göstərir. İki-iki səsə qoyulmada cəmiyyətin seçimi malik seçim

Cədvəl1

Əgər A, B, və C seçimləri arasındakı aşağıdakı münasibət doğrudursa, onda iki-iki majoritar səsvermə sistemində, A seçimi B-dən, B seçimi C-dən, və C seçimi A-dən üstün tutulacaq.

Seçici növü

	Növ 1,	Növ 2,	Növ 3
Seçicilərin faizi	35,	45,	20
Birinci seçim	A	B	C
İkinci seçim	B	C	A
Üçüncü seçim	C	A	B

keçicilik xarakterinə malik ola bilər, lakin yuxarıdakı misaldan gördüyünüz kimi, bu hər zaman belə olmaya bilər.

Kondorset paradoksunun nəticələrindən biri də budur ki, seçimlərin hansı ardıcılıqla səsə qoyulması son seçilən nəticəyə təsir edə bilər. Əgər mer əvvəlcə A və B arasında səsvermə keçirərsə və sonra nəticəni C ilə müqayisə edərsə, onda C seçimi qalib çıxır. Lakin, əgər seçicilər əvvəlcə B və C arasında seçim edərlərsə və nəticəni A ilə müqayisə edərlərsə, onda A seçimi qalib çıxır. Üçüncü olaraq, əgər əvvəlcə A və C

arasında səsvermə keçirilərsə və nəticə B ilə müqayisə olunarsa onda B seçimi qalib çıxır.

Kondorset paradoksundan iki nəticə öyrənmək olar. Daha dar nəticə ondan ibarətdir ki, seçimlərin sayı birdən çox olduqda, seçim ardıcılığı demokratik seçimin nəticəsinə əhəmiyyətli təsir göstərə bilər. Daha geniş nəticə isə, ondan ibarətdir ki, majoritar səsvermə sistemi cəmiyyətin həqiqi seçimi barəsində bizə məlumat vermir.

Arrounun imkansızlıqlar nəzəriyyəsi

- müəyyən şərtlər altında, şəxsi seçimlərin birləşdirilərək ümumi ictimai seçim halına gətirilməsi üçün hər hansı mexanizmin mövcud olmadığını sübut edən riyazi nəticə.

Kondorset Paradoksu- *majoritar qaydanın cəmiyyət üçün keçici xarakterinə malik seçim edə bilməməsidir*

Arrounun İmkansızlıqlar Nəzəriyyəsi

Siyasi nəzəriyyəçilər Kondorset paradoksunu ilk dəfə müşahidə etdikdən bu günə qədər, müxtəlif səsvermə sistemlərinin öyrənilməsi və yenilərinin təklif olunmasına çox çalışıblar. Məsələn, iki-iki səs vermə sisteminə alternativ olaraq, şəhərin meri hər bir seçicidən seçimləri sıralamağı istəyə bilərdi. Hər bir seçici ən az istədiyi seçimə 1 xal, ondan daha çox istədiyi seçimə 2 xal, ondan da daha çox istədiyi seçimə 3 xal verə bilər. Ən çox xal qazanan seçim qalib sayılır. Cədvəl 1-də göstərilən seçimlərə əsaslanaraq, B seçimi qalib çıxacaq. (Hesablamaları özünüzdə edin). Bu səsvermə sistemi, onu kəşf edən on səkkizinci əsr Fransız riyaziyyatçısı və siyasətçisinin adı ilə Borda sistemi adlandırılır. Çox vaxt idman komandalarının reytingini müəyyən etmək üçün bu sistemdən istifadə edilir.

Mükəmməl səs vermə sistemi mövcuddurmu? İqtisadçı Kennet Arrou 1951-ci ildə nəşr etdirdiyi "Sosial Seçim və Şəxsi Dəyərlər" kitabında bu sualın cavabını araşdırır. Arrou əvvəlcə mükəmməl seçim sisteminin tərifini verir. O, cəmiyyətin üzvlərinin A, B, C və s. kimi müxtəlif nəticələr arasında seçim edə bildiyini qəbul edir. Daha sonra o fərz edir ki, cəmiyyət bu nəticələr arasında seçim etmək üçün aşağıdakı xüsusiyyətlərə malik olan seçim sistemi istəyir.

- Yekdillik: Əgər hər kəs A-nı B-dən üstün tutarsa, onda A seçilməlidir.

- Keçicilik: Əgər A B-dən, B isə C-dən üstün tutularsa, onda A C-dən üstün tutulmalıdır.

- Bir-biri ilə bağlı olmayan alternativlərin müstəqilliyi: Hər hansı iki A və B nəticələri arasındakı seçim, hər hansı bir üçüncü C nəticəsinin mövcud olub olmadığından asılı olmamalıdır.

Diktatorun olmaması: Elə bir şəxs yoxdur ki, onun seçimi digərlərinin seçimindən asılı olmayaraq hər zaman qalib gəlsin.

Bütün bu xüsusiyyətlər səsvermə sistemi üçün arzu olunan xüsusiyyətlər kimi görünür. Lakin, Arrow riyazi və təkzibedilməz şəkildə bütün bu xüsusiyyətlərə malik olan səsvermə sisteminin mövcud olmadığını sübut etmişdir. Bu qəribə nəticə, Arrowun imkansızlıqlar nəzəriyyəsi adlandırılır.

Arrowun nəzəriyyəsini isbat etmək bu kitabın məqsədlərindən kənardır, lakin bəzi misallar gətirərək bu nəzəriyyənin doğru olduğunu göstərmək mümkündür. Majoritar səs vermə sistemi ilə olan problem artıq nəzərdən keçirilib. Kondorset paradoksu göstərdi ki, majoritar səs vermə sistemi keçicilik xüsusiyyətinə malik olan nəticəni hər zaman əldə edə bilmir.

Digər misal olaraq, Borda sayım sistemi bir-biri ilə bağlı olmayan alternativlərin müstəqilliyi xüsusiyyətinə uyğun gəlmir. Cədvəl 1-də göstərilən seçimlərlə, B nəticəsi Borda sayımında qalib çıxır. Lakin, təsəvvür edin ki, C alternativini ortadan qaldırıyıq. Bu halda Borda sayımı nəticəsində A nəticəsi qalib çıxır. (Hesablamaları siz özünüz edə bilərsiniz.) Beləliklə, C alternativinin ortadan qaldırılması, A və B arasındakı seçimə təsir etdi. Bunun səbəbi ondan ibarətdir ki, Borda sayımında A və B arasındakı seçim onların topladığı xallardan asılıdır. Bu xallar isə əlaqəli olmayan C alternativinin mövcud olub-olmadığından asılıdır.

Arrowun imkansızlıqlar nəzəriyyəsi çox dərin və narahatedici nəticədir. Bu nəzəriyyə demokratiyanın dövlət forması kimi yararsız olduğunu göstərmir. Lakin, bu nəzəriyyə cəmiyyətin üzvlərinin seçimlərini toplamaq üçün hansı səsvermə sistemini tətbiq etməsindən asılı olmayaraq, bu sistem müəyyən mənada qüsurlu ictimai seçim mexanizmi olacaqdır.

Arrounun imkansızlıqlar nəzəriyyəsi - müəyyən şərtlər altında, şəxsi seçimlərin birləşdirilərək ümumi ictimai seçim halına gətirilməsi üçün hər hansı mexanizmin mövcud olmadığını sübut edən riyazi nəticədir.

Orta Seçici Kraldır

Arrou nəzəriyyəsinin mövcud olmasına baxmayaraq, əksər cəmiyyətlər öz liderlərini və dövlət siyasətlərini səs vermə yolu ilə, çox vaxt da majoritar sistemlə, müəyyən edirlər. Siyasi iqtisad nəzəriyyəsinin öyrənilməsində növbəti addım, majoritar sistemlə seçilən dövlətin necə işlədiyini təhlil etməkdir. Yəni demokratik cəmiyyətdə, hansı siyasətin seçiləcəyini kim müəyyən edir? Bəzi hallarda demokratik dövlət nəzəriyyəsi, bu suala heyretləndirici dərəcədə sadə cavablar təklif edir.

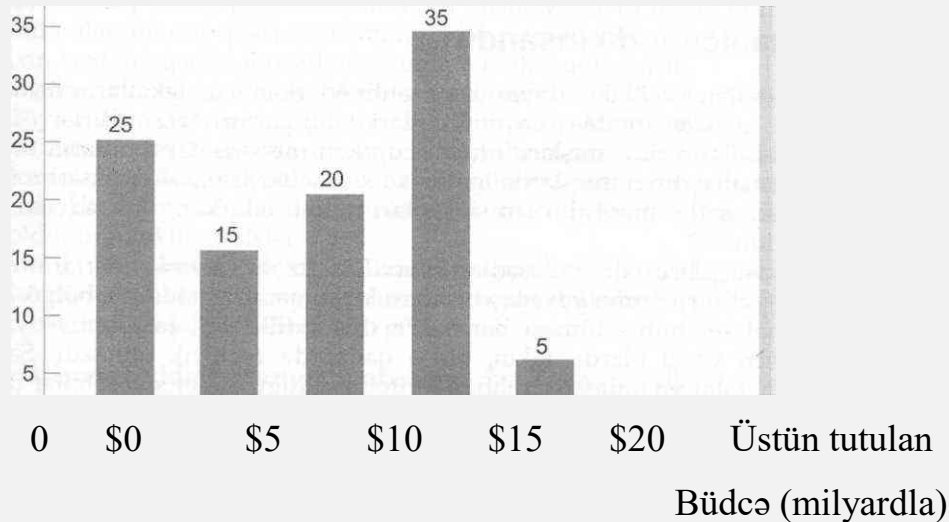
Bir misalı nəzərdən keçirək. Təsəvvür edin ki, cəmiyyət hər hansı bir ictimai əmtəə, məsələn, ordu və ya milli parklar üçün nə qədər pul xərclənəcəyini müəyyən edir. Hər bir seçicinin üstün tutduğu büdcə rəqəmi vardır, və o, bu büdcə rəqəminə daha yaxın olan nəticələri, daha uzaq olan nəticələrdən üstün tutur. Beləliklə, seçiciləri seçimlərinə görə ən az büdcədən ən çox büdcəyə qədər sıralaya bilərik. Təsvir 1 buna misaldır. Burada 100 seçici vardır və büdcə rəqəmi sıfırdan 20 milyard dollara qədər dəyişir. Bu cür seçimlər qarşısında, demokratiya hansı nəticəni əldə edəcək?

Məşhur nəticə sayılan "orta seçici teoreminə" görə, majoritar sistemdə orta seçicinin ən çox üstün tutduğu nəticə seçilir. Orta seçici, bütün seçicilər arasında tam orta mövqedə olan seçicidir. Məsələn, yuxarıdakı misalda, bütün seçiciləri bir xətt üzərində seçimlərinə görə ardıcıl sıralasaq və hər bir tərəfdən 50 seçici saysaq, ortada duran seçicinin 10 milyard dollarlıq büdcəni üstün tutduğunu görəcəyik. Bunun əksinə olaraq, ədədi orta hesabladıqda (bütün seçilən büdcələrin cəmi bölünsün seçicilərin sayı) üstün tutulan büdcə 9 milyard dollarlıq büdcədir və modal üsulla hesabladıqda (ən çox seçici tərəfindən üstün tutulan seçim) seçilən büdcə 15 milyard dollarlıq büdcədir.

TƏSVİR 1

Orta Seçim Teoreminə Nümunə

Bu qrafikdə 100 seçicinin ən çox üstün tutduğu büdcələr, sıfırdan 20 milyard dollaradək beş kateqoriyada cəmlənib. Əgər cəmiyyət majoritar qaydada səsvermə keçirərsə, orta seçici (10 milyard dollarlıq büdcəni üstün tutan) seçkinin nəticəsini müəyyən edir.



Orta seçicinin qələbə çalmasının səbəbi onun hər hansı nəticə ilə birə-bir müqayisədə daha üstün tutulmasıdır. Məsələn, bizim misalda, seçicilərin yarısı 10 milyard dollardan daha çox, digər yarısı isə 10 milyarddan daha az büdcəni üstün tuturlar. Əgər, məsələn, 8 milyard dollarlıq büdcə səsə qoyulsa, 10 milyard dollardan daha çox büdcəni üstün tutan seçicilər orta seçici ilə eyni səs verəcək. Buna bənzər olaraq 12 milyard dollarlıq büdcə səsə qoyulsa, 10 milyard dollardan daha az büdcəni üstün tutan seçicilər orta seçici ilə eyni səs verəcək. Hər iki halda, seçicilərin yarısından çoxu orta seçici ilə həmfikir olacaq.

Bəs Kondorset paradoksu özünü bu halda necə göstərir? Seçicilər hər hansı bir xətt parçası üzərində ən çox üstün tutduqları nöqtəni seçdikləri halda, Kondorset paradoksu ortaya çıxa bilməz. Belə halda orta seçicinin ən çox üstün tutduğu nəticə bütün digər nəticələrdən daha çox səs toplayır.

Orta seçici teoreminin əhəmiyyətli bir nəticəsi də ondan ibarətdir ki, seçkilərdə rəqabət aparan iki siyasi partiya seçilmə ehtimallarını artırmaq üçün, öz mövqelərini orta seçiciyə görə uyğunlaşdıracaqlar. Məsələn, təsəvvür edin ki, Demokratlar partiyası 15 milyard dollarlıq büdcəni, Respublikaçılar partiyası isə 10 milyard dollarlıq büdcəni

dəstəkləyir. Demokratların mövqeyi daha populyardır, çünki 15 milyardlıq büdcənin daha çox tərəfdarı var. Buna baxmayaraq, Respublikaçılar 50 faizdən çox səs toplayır: 10 milyardlıq büdcəni üstün tutan 20 seçici, 5 milyardlıq büdcəni üstün tutan 15 seçici və sıfır büdcəni üstün tutan 25 seçici Respublikaçıların mövqeyini dəstəkləyir. Demokratlar qalib gəlmək istəyirlərsə, öz mövqelərini orta seçiciyə yaxınlaşdırmalıdılar. Beləliklə bu teorem, iki partiyalı sistemdə hər iki partiyanın nə üçün bir-birinə yaxın mövqelər tutduğunu izah edir: Partiyaların hər ikisi orta seçiciyə yaxınlaşmağa çalışır.

Orta seçici probleminin digər bir nəticəsi ondan ibarətdir ki, azlıqda qalan görüşlər diqqətdən uzaq qalırlar. Təsəvvür edin ki, əhalinin 40 faizdən çoxu milli parklar üçün küllü miqdarda pul xərclənməsini istəyir, 60 faizi isə heç bir pulun xərclənməsini istəmir. Bu halda, orta seçicinin seçimi sıfırdır və bu azlıqda qalan görüşün təsirinə məruz deyil. Bu demokratiyanın məntiqi nəticəsidir. Hər bir kəsin seçimini nəzərə alan kompromis nəticə yerinə, majoritar sistemdə məhz ortada duran seçicinin görüşü nəzərə alınır.

Orta seçici teoremi - *əgər seçicilər hər hansı bir xətt parçası üzərində bir nöqtə seçirsə və hər bir seçici ən çox üstün tutduğu nöqtəyə daha yaxın olmaq istəyirsə, onda majoritar qaydada səsvermə median seçicinin ən çox üstün tutduğu nöqtəni seçəcəkdir insanların sayıdır*

Siyasətçilər də İnsandır

İqtisadçılar, istehlakçı davranışını təhlil edərkən istehlakçıların özlərinə ən çox fayda gətirən əmtəə və xidmətləri aldıklarını fərz edirlər. İqtisadçılar, müəssisələrin davranışlarını təhlil edərkən müəssisələrin onların mənfəətlərini maksimallaşdıran miqdarda əmtəə və xidmətlər istehsal etdiklərini fərz edirlər. Bəs siyasətlə məşğul olan insanları təhlil edərkən, iqtisadçılar nəyi fərz etməlidirlər?

Siyasətçilərin də məqsədləri var. Sözsüz ki, siyasi liderlərin hər zaman cəmiyyətin rifahının yaxşılaşdırılması və səmərəli və ədalətli bölgü arasında ən optimal seçimin edilməsi barəsində düşündüklərini fərz etmək yaxşı olardı. Düzdür, yaxşı olardı, lakin, bir o qədər də realistik olmazdı. Şəxsi maraq, istehlakçılar və müəssisə rəhbərləri üçün olduğu qədər siyasətçilər üçün də çox güclü stimül mənbəyidir. Bəzi siyasətçilər təkrar

seçilmək arzusundadır və öz seçici bazasını artırmaq üçün cəmiyyətin maraqlarını qurban verməyə hazırdırlar. (Səhifə 490-491-də Xəbərlərdə bölməsinə baxın). Bəzi siyasətçilərin isə stimulu sadəcə olaraq acgözlükdür. Əgər hər hansı şübhənz olarsa, dünyanın bir çox kasıb ölkələrində iqtisadi inkişafın qarşısını alan korrupsiyaya nəzər yetirə bilərsiniz.

Bu kitabda siyasi davranış nəzəriyyəsini tam əhatə etmək niyyətimiz yoxdur. Bu siyasət, nəzəriyyəçilərin işidir. Lakin siyasi iqtisad nəzəriyyəsi haqqında düşünərkən, yadda saxlayın ki, iqtisadi siyasət xeyirxah kral tərəfindən deyil, öz adi ehtiyacları olan real insanlar tərəfindən hazırlanır və tətbiq edilir. Bəzən bu insanlar ictimai maraqları üstün tutsalar da, bəzi hallarda öz şəxsi siyasi və maliyyə ambisiyalarını üstün tuturlar. Bunları nəzərə alaraq, real iqtisadi siyasətin dərsliklərdə keçilən iqtisadi siyasətdən çox fərqləndiyinə təəccüb etməməliyik.

DAVRANIŞIN İQTİSADI NƏZƏRİYYƏSİ

İqtisadi nəzəriyyə insan davranışlarını öyrənən elm olsa da, bu sahəni öyrənən yeganə elm deyildir. Məsələn, psixologiya elmi də insanların etdikləri seçimlərin öyrənilməsi ilə məşğul olur. İqtisadi nəzəriyyə və psixologiya elmləri adətən birbirindən müstəqil inkişaf edir, çünki onlar fərqli səpkidə suallara cavab axtarır. Lakin, son zamanlar davranışın iqtisadi nəzəriyyəsi adlandırılan yeni bir elm sahəsi ortaya çıxaraq, psixologiyada əldə olunan ən sadə nəticələrin iqtisadi nəzəriyyəyə tətbiq olunmasına başladı. Bu sahədə əldə olunan bəzi nəticələri nəzərdən keçirək.

İnsanlar Hər Zaman Rasional Davranmır

İqtisadi nəzəriyyədə xüsusi növ canlı varlıqlardan söz edilir. Bəzən bu canlı varlıqlara homo ekonomikus (iqtisadi insan) deyilir. Bu növün üzvləri həmişə rasional davranır. Firma rəhbərləri kimi, onlar mənfəətlərini maksimallaşdırır. İstehlakçı kimi isə öz faydalarını maksimallaşdırır (və ya ən yüksək bitərəflik əyrisindəki nöqtəni seçir). Bu canlı varlıqlar, mövcud məhdudiyyətləri nəzərə alaraq, bütün fayda və məsrəfləri qiymətləndirir və hər zaman ən düzgün yolu seçir.

Real insanlar isə, homo sapiensdir. Bir çox hallarda onlar iqtisadi nəzəriyyədə iştirak edən rəşional, hər şeyi dəqiqliklə hesablayan insanlara bənzəsələr də, əslində onlardan çox mürəkkəbdirlər. Real insanlar bəzən yaddan çıxartmaq, hirsənmək, çaşmaq və uzağı görməmək kimi xüsusiyyətlərə malik olur. İnsan düşüncəsində olan bu cür qeyri-mükəmməlliklər psixoloqların çörək ağacı olsa da, çox yaxın vaxtlara qədər, iqtisadçılar bunlara məhəl qoymurdu.

İqtisadi nəzəriyyə və psixologiyanın sintezi üzərində ilk işlərdən birinin təməlini qoyan alim Herbert Saymon təklif etmişdir ki, insanları "rəşional maksimallaşdırıcı" deyil, sadəcə olaraq, "kifayətləndirici" kimi qəbul etmək lazımdır. İnsanlar ən düzgün yolu deyil, özləri üçün kafi olan yolu seçirlər. Buna bənzər olaraq, digər iqtisadçılar da insanların "rəşionala yaxın" və ya "məhdud rəşional" olduğunu təklif etmişlər.

İnsanların davranışları və seçimləri üzərində aparılan tədqiqatlar, insanların etdikləri sistemətik səhvlərin müəyyən olunmasına yönəlmişdir. Bu cür sistemətik səhvlərdən bəzilərinə aşağıdakıları misal göstərmək olar:

- İnsanlar özlərinə həddindən artıq çox arxayındırlar. Təsəvvür edin ki, sizdən hər hansı bir rəqəmlə ifadə olunan sual soruşulur. Məsələn, Birləşmiş Millətlər Təşkilatına üzv olan Afrika ölkələrinin sayı və ya Şimali Amerikada ən hündür dağın hündürlüyü və s. Cavab olaraq sizdən tək bir rəqəm deyil, 90 faiz əmin olduğunuz interval soruşulur. Yəni siz elə bir interval deməlisiniz ki, həqiqi cavabın bu intervala düşəcəyindən 90 faiz əmin olasınız. Psixoloqlar bu cür eksperimentlər keçirərkən, müəyyən edirlər ki, əksər insanlar həddən artıq çox qısa interval deyirlər. Yəni həqiqi cavab 90 faizdən çox daha az hallarda verilən intervala düşür. Bu onu göstərir ki, insanlar öz qabiliyyətlərinə həddindən artıq çox arxayındırlar.

- * İnsanlar aydın, lakin az sayda olan müşahidələrə həddindən artıq çox etibar edirlər. Təsəvvür edin ki, siz X markalı avtomobil almaq istəyirsiniz. Bu avtomobilin etibarlılığını öyrənmək üçün, X markalı avtomobilin 1 000 sahibi arasında keçirilən sorğunun nəticələrini oxuyursunuz. Ondən sonra X markalı avtomobilə sahib olan dostunuzun rəyini soruşursunuz və o sizə deyir ki, avtomobil etibarlı deyil. Siz dostunuzun rəyini necə qarşılamalısınız? Rəşional fikirləşsəniz, dostunuzun rəyi sizin sorğuların sayını 1 000-dən 1 001-ə artırır, bu isə bir o qədər də əlavə məlumat vermir.

Lakin dostunuzun əhvalatı daha aydın olduğu üçün, siz ona daha çox etibar etməyi üstün tuta bilərsiniz.

- İnsanlar öz fikirlərini dəyişməyə həvəssizdirlər. İnsanlar yeni faktları öz mövcud fikirlərini təsdiq edici şəkildə izah etməyə meyl edirlər. Bir araşdırmada, iştirakçılardan ölüm hökmünün cinayətlərin qarşısını alıb-almadığı barəsində hesabat oxumaları və təhlil etmələri xahiş olunmuşdur. Ölüm hökmünün tərəfdarları hesabatı oxuduqdan sonra öz fikirlərində daha çox əminlik qazandıqları qeyd etdilər. Lakin, ölüm hökmünə qarşı çıxanlar da, öz fikirlərində daha çox əminlik qazandıqlarını iddia etdilər. Bu iki qrup, eyni faktı bir-birinə tamamilə zidd formada izah etdilər.

Öz verdiyiniz qərarlar barəsində fikirləşin. Siz yuxarıda sadalanan sisteməlik səhvlərə yol vermisinizmi?

Çox müzakirə olunan mövzulardan biri də, rasionallıqdan kənarlaşmaların iqtisadi fenomenlərin öyrənilməsində nə dərəcədə əhəmiyyətli olmasıdır. Məsələn, bəzi firmaların öz işçilərinə təqdim etdiyi 401 (k) planının, vergi üstünlüklərinə malik təqaüd əmanət hesablarının öyrənilməsində çox maraqlı nəticələr əldə olunur. Bəzi firmalarda işçilər bu planda iştirak etmək üçün çox sadə bir forma doldurmalıdırlar. Digər firmalarda işçilər avtomatik olaraq bu plana daxil edilir və çox sadə forma dolduraraq plandan imtina edə bilərlər. Araşdırmalar göstərir ki, ikinci halda daha çox işçi planda iştirak edir. Əgər işçilər rasionallıq maksimallaşdırıcılar olsaydılar, onda firmanın etdiyi təklifdən asılı olmayaraq, ən optimal seçimi edərdilər. Əslində isə işçilərin davranışı əhəmiyyətli dərəcədə ətalət nümayiş etdirir. Bu davranış rasionallıq insan fərziyyəsi ilə ziddiyyət təşkil edir.

Bəs nə üçün, psixologiya və sağlam fikrin şübhə ilə yanaşdığı rasionallıq fərziyyəsi iqtisadi nəzəriyyənin təməlini təşkil edir? Bunun bir cavabı ondan ibarətdir ki, rasionallıq tam doğru olmasa da, reallığa kifayət qədər yaxın təxmindir. Məsələn, rəqabət aparan və inhisarçı firmalar arasındakı fərqi öyrənərkən, firmaların rasionallıq olaraq mənfəətlərini maksimallaşdırması fərziyyəsi çox əhəmiyyətli və həqiqətə uyğun nəticələr ortaya çıxardı. Fəsil 2-dən yadınıza salın ki, iqtisadi modellərin məqsədi reallığı təqlid etmək deyil, problemin məğzini göstərməklə onun başa düşülməsinə kömək etməkdir.

İqtisadçıların belə tez-tez rasionallığı qəbul etmələrinin başqa bir səbəbi ondan ibarət ola bilər ki, iqtisadçılar özləri də rasiona l maksimumlaşdırıcı deyillər. Bir çox insanlar kimi, onlar da özlərinə çox arxayındırlar. Onların müxtəlif insan davranışı nəzəriyyələri arasında etdikləri seçim artıq dərəcədə ədalətin nəticəsi ola bilər. Digər tərəfdən iqtisadçılar yaratdıqları mükəmməl olmayan, lakin kafi olan nəzəriyyələri ilə məmnun ola bilərlər. Rasiona l insan modeli kifayətləndirici alim üçün ən münasib nəzəriyyə seçimi ola bilər.

İnsanlar Ədalət Haqqında Düşünürlər

İnsanların davranışlarını anlamaq üçün aparılan əhəmiyyətli bir eksperiment ultimatum oyunu adlandırılır. Oyun bu cür oynanılır: İki könüllüyə (onlar bir-birini tanımırlar) bir-birinə qarşı 100 dollar mükafatı olan oyun oynamaları təklif olunur. Oyundan əvvəl onlara qaydalar öyrədilir. Oyun püşk atılması ilə başlayır. Püşk nəticəsində oyunçulardan biri, A digəri isə B rolunu götürür. A oyunçusunun vəzifəsi 100 dollarlıq mükafatın hər iki oyunçu arasında necə bölüşdürülməsini təklif etməkdir. A oyunçusu təklif etdikdən sonra, B oyunçusu bu təklifi qəbul və ya rədd edə bilər. Əgər B oyunçusu təklifi qəbul edərsə, hər iki oyunçu A-nın təklifinə uyğun olaraq mükafat əldə edəcək, əks halda heç kəs, heç bir mükafat əldə etməyəcək və oyun tamamlanacaq.

Belə bir oyun təklif olunsaydı siz nə edərdiniz? Əgər siz A rolunda oynasaydınız 100 dolları nə cür bölərdiniz? Əgər B rolunda oynasaydınız? Hansı bölgünü qəbul edərdiniz?

Ənənəvi iqtisadi nəzəriyyədə insanların rasiona l olaraq öz gəlirlərini maksimumlaşdırdığı fərz edilir. Bu fərziyyəyə görə çox sadə nəticə əldə olunur: A oyunçusu ümumi mükafatı özünə 99 dollar, B oyunçusuna isə 1 dollar düşmək şərti ilə bölüşdürməyi təklif edir və B oyunçusu bu təklifi qəbul edir. Bunun izahı belədir ki, təklif edildikdən sonra B oyunçusu istənilən təklifi qəbul etməklə öz gəlirini artırmış olur və buna görə də istənilən təklifi qəbul etməlidir. A oyunçusu bunu bildiyi üçün B oyunçusuna 1 dollardan daha çox təklif etməyə heç bir səbəbi yoxdur. Oyunlar nəzəriyyəsinin dili ilə desək (bax Fəsil 16), 99-1 bölgüsü Nəş tarazlığıdır.

Lakin, real insanlar bu oyunu oynadıqda nəzəriyyədən çox fərqli nəticə əldə olunur. B rolunda olan oyunçular adətən 1 dollarlıq təklifi rədd edirlər. Bunu ehtimal etdikləri üçün, A rolunda olan oyunçular B oyunçusuna çox vaxt 1 dollardan dəfələrlə çox mükafat təklif edirlər. Bəziləri hətta 50-50 bölgüsünü təklif edir. Lakin daha çox hallarda A oyunçusu B-yə nisbətən az, məsələn 30 və ya 40 dollar təklif edir. Bu hallarda çox vaxt B oyunçusu təklifi qəbul edir.

Burada nə baş verir? Bunun təbii izahı ondan ibarətdir ki, insanlar müəyyən daxili ədalət prinsipini əsas tutaraq hərəkət edirlər. 99-1 bölgüsü o qədər ədalətsiz görünür ki, çox insanlar özlərinə zərər etsələr də bunu rədd edir. Bunun əksinə olaraq, 70-30 bölgüsü ədalətsiz olsa da, daha az ədalətsiz göründüyü üçün insanlar öz şəxsi maraqlarından keçirlər.

Ailə təsərrüfatlarının və firmaların davranışlarını öyrənərkən, daxili ədalət prinsipinin hər hansı bir rol oynadığını müşahidə etmədik. Lakin, ultimatum oyununun nəticəsi göstərdi ki, bəlkə də biz səhv etmişik. Məsələn, Fəsil 18 və 19-da əmək haqqının tələb və təklifin tarazlığı ilə necə müəyyən olunduğunu gördük. Bəzi iqtisadçılar təklif edirlər ki, firmanın işçiyə ödədiyi əmək haqqının ədalətli olub-olmamağı da nəzərə alınmalıdır. Məsələn, firmanın çox mənfəət əldə etdiyi bir ildə, işçilər (B rolunda olan oyunçu kimi) mükafatdan pay almaq arzusunda ola bilərlər (hətta tarazlıq əmək haqqı bunu tələb etməsə də). Firma isə öz növbəsində (A rolunda olan oyunçu kimi) işçilərə tarazlıq əmək haqqından daha çox əmək haqqı ödəmək qərarına gələ bilər ki, işçilərin işə həvəssiz yanaşma, tətillər və hətta vandalizm kimi əməllərinin qarşısını alsın. İnsanlar Vaxt Keçdikcə Ziddiyyətli Qərarlar Verirlər.

Hər hansı bir əziyyətli iş haqqında düşünün. Məsələn paltar yumaq, həyətdəki qarın təmizləmək və ya gəlir vergisi bəyannaməsini doldurmaq. İndi isə aşağıdakı suallara nəzər yetirin:

1. Siz bunlardan hansını seçərdiniz (A) əziyyətli işi 50 dəqiqə sərf edərək bu gün görmək, yoxsa (B) eyni işi 60 dəqiqə sərf edərək sabah görmək?
2. Siz bunlardan hansını seçərdiniz (A) əziyyətli işi 50 dəqiqə sərf edərək 90 gündən sonra, yoxsa (B) eyni işi 60 dəqiqə sərf edərək 91 gündən sonra görmək?

Bu cür seçim qarşısında qalan insanlar çox vaxt 1-ci sualda B seçimini və 2-ci sualda A seçimini edirlər. Gələcək vaxt haqqında fikirləşdikdə insanlar əziyyətli iş üçün sərf edəcəkləri vaxtı azaltmağa çalışırlar. Lakin eyni işi dərhal görmək lazım olduqda (1-ci sualda olduğu kimi), bu işi sabaha saxlamağı üstün tuturlar.

Müəyyən mənada, bu davranış təəccüblü deyil: Hər bir kəs hərdən bu günün işini sabaha saxlayır. Lakin, rəşional insan nəzəriyyəsi baxımından bu davranış müəmmalıdır. Təsəvvür edin ki, 2-ci suala (A) cavabı verilir. 90 gündən sonra həmin adama 1-ci sualı versək, o, bu dəfə işi sabaha saxlamağı üstün tutacaq. Sual doğuran odur ki, sadəcə olaraq, vaxtın keçməsi nə üçün insanların etdikləri seçimlərə təsir edir?

Öz həyatları boyunca insanlar çoxlu planlar qururlar, lakin çox vaxt bu planlar həyata keçmir. Siqaret çəkən dəfələrlə bu vərdişindən əl çəkməyi özünə söz verir, lakin sonuncu siqaretini çəkədikdən bir-iki saat sonra o öz sözünü pozur və yenidən siqaret çəkməyə başlayır. Öz çəkisini azaltmağa çalışan bir şəxs, desert yeməməyi özünə söz verir, lakin ofisiənt desert menyusunu gətirdikdə o öz sözünə əməl edə bilmir. Hər iki halda, dərhal əldə edilə bilən həzz keçmiş planların pozulmasına səbəb olur.

Bəzi iqtisadçılar fikirləşirlər ki, istehlak etmək yoxsa ehtiyat toplamaq qərarı insanların vaxt keçdikcə ziddiyyətli qərar verdiyi ən əhəmiyyətli misəldir. Bir çox insanlar üçün, istehlak etmək dərhal əldə olunan zövqdür. Qənaət etmək isə, siqaretdən və ya desərtədən imtina etmək kimi gələcəkdə əldə ediləcək mükafat üçün bu gün çəkilən əziyyətə bənzəyir. Bir çox siqaret çəkənlərin siqareti atmaq və bir çox artıq çəkili insanların daha az yemək arzularına bənzər olaraq, bir çox istehlak edən insanlar da daha çox ehtiyat toplamaq arzusundadırlar. Bir sorğunun nəticəsinə görə, Amerikalıların 76 faizi öz təqaüdləri üçün kifayət qədər ehtiyat toplamırlar.

Vaxt keçdikcə verilən ziddiyyətli qərarların nəticəsi olaraq, insanlar öz gələcək əməllərinin bugünkü planlarına uyğun olmasından əmin olmaq üçün müəyyən yollar tapmalıdırlar. Məsələn, siqaret çəkmək vərdişini tərgitmək istəyən bir şəxs öz siqaret qutusunu ata bilər və arıqlamaq istəyən bir şəxs öz desərtini soyuducuda gizlədə bilər. Bəs çox az qənaət edən bir şəxs nə edə bilər? O elə bir yol tapmalıdır ki, pullarını xərcləyib qurtarmamışdan əvvəl bir yerdə gizlədə bilsin. Bəzi təqaüd planları, məsələn 401 (k) planı məhz bu işi görür. İşçi öz əmək haqqından bir hissəsinin firma tərəfindən

çıxarılaraq xüsusi təqaüd hesabına qoyulmasına razılıq verir. Bu hesabdakı məbləğ təqaüddən əvvəl yalnız cərimə ödənilməklə çıxarıla bilər. Bu cür təqaüd planlarının belə populyar olmasının səbəbi bəlkə də elə bundadır. Belə planlar insanları dərhal həzz əldə etmək istəklərindən qoruyur.

NƏTİCƏ

Bu fəsildə mikroiktisadi nəzəriyyənin həddləri öyrənilir. Burada qeyd olunan fikirlər tam inkişaf etdirilmək yerinə, sadəcə qısa məlumat şəklində təqdim olundu. Bu təsadüfi deyil. Bunun bir səbəbi ondan ibarətdir ki, siz bu mövzuları daha ətraflı olaraq başqa kurslarda keçə bilərsiniz. Digər bir səbəb isə ondan ibarətdir ki, bu mövzular aktiv tədqiqat mövzularıdır və buna görə də hələ də dəyişməkdədir.

Bu mövzuların ümumi nəzəriyyədə yerini daha aydın görmək üçün, Fəsil 1-dən Ekonomiksin On Prinsipini yadınıza salın. Prinsiplərdən birinə görə, adətən bazarlar iqtisadi fəaliyyətin təşkili üçün yaxşı üsuldur. Digər bir prinsipə görə isə, dövlət bəzən bazar fəaliyyətinin nəticəsini yaxşılaşdırmaqla bilər. İqtisadi nəzəriyyəni daha dərinləndirən öyrəndikcə, siz bu prinsipləri və onlarla əlaqədar yaranan problemləri daha yaxından başa düşəcəksiniz. Asimmetrik informasiyanın öyrənilməsi sizi bazar fəaliyyətinin nəticəsinə daha çox şübhə ilə yanaşmağa, siyasi iqtisad nəzəriyyəsinin öyrənilməsi dövlətin təqdim etdiyi həll yollarına daha çox şübhə ilə yanaşmağa, davranış iqtisadi nəzəriyyəsinin öyrənilməsi isə insanların verdikləri qərarlara əsaslanan istənilən təşkilata (bazar və dövlət də daxil olmaqla) şübhə ilə yanaşmağa vadar edəcəkdir.

Bu mövzuları birləşdirən bir ortaq mövzu varsa, o da həyatın qarma-qarışıq olmasıdır. İnformasiya qeyri-mükəmməldir, dövlət qeyri-mükəmməldir və nəhayət insanlar qeyri-mükəmməldir. Əlbəttə, siz bunu iqtisadi nəzəriyyəni öyrənməmişdən çox-çox əvvəl də bilirdiniz, lakin iqtisadçılar bu qeyri-mükəmməllikləri o qədər dəqiq başa düşməlidirlər ki, onlardan istifadə edərək dünyanı başa düşmək və hətta inkişaf etdirmək mümkün olsun.

XÜLASƏ

- Bir çox iqtisadi əməliyyatlarda, informasiya asimmetrikdir. Gizli əməl olduğu halda, sifarişçi tutduğu agentin mənəvi məsuliyyətsiz davranışından narahat ola bilər. Gizli xüsusiyyətlər mövcud olduğu halda, alıcı əks seçim problemindən narahat ola bilər. Bəzi hallarda fərdi bazarlar asimmetrik informasiya problemini signal göndərmə və yoxlama yolları ilə həll edirlər.

Bəzi hallarda dövlət siyasəti bazar fəaliyyətinin nəticəsini yaxşılaşdırma bilsə də, bəzən dövlətin özü də qeyri-mükəmməl institut sayılır. Kondorset paradoksu göstərir ki, majoritar qayda cəmiyyət üçün keçicilik xüsusiyyətinə malik seçim əldə edə bilmir, və Arroununun imkansızlıqlar nəzəriyyəsi göstərir ki, mükəmməl səsvermə sistemi mövcud ola bilməz. Bir çox hallarda, demokratik institutlar orta seçicinin seçdiyi nəticəni əldə edəcəklər (digər seçicilərin rəyindən asılı olmayaraq). Əlavə olaraq, dövlət siyasətini müəyyən edən şəxslər ictimai maraqla yanaşı, şəxsi maraqlarla da stimullaşa bilərlər. Psixologiya və iqtisadi nəzəriyyənin öyrənilməsi göstərir ki, insanların qərarvermə mexanizmi ənənəvi iqtisadi nəzəriyyədə qəbul olunana nisbətən çox mürəkkəbdir. İnsanlar hər zaman rəşional davranmırlar, onlar iqtisadi nəticənin ədalətli olması haqqında fikirləşirlər (hətta öz zərərlərinə olsa da) və onlar vaxt keçdikcə ziddiyyətli qərarlar verirlər.