

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمه‌ای بر اقتصاد نهادگرا

جان کریوکن، آنتون اسپتهون، آنتون دن برک

ترجمه: اصلاان قودجانی

دفتر مطالعات اقتصادی

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

گروینوگن، جان
مقدمه‌ای بر اقتصاد نهادگرا/ نویسندگان جان گروینوگن، آنتون اسپیتهوون، آنت
ون دن برگ؛ مترجم اصلان قودجانی. -- تهران: مجلس شورای اسلامی، مرکز
پژوهش‌ها، ۱۳۹۱.
۵۹۴ ص: جدول، نمودار.-(مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ ۱۳۹۱/۱۰۸)
ISBN: 978-600-6350-14-1: ۱۵۰۰۰۰ ریال
فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیپا.
نوع منبع: چاپی.
کتابنامه: ص. [۵۸۵]-۵۹۴.
۱. اقتصاد نهادی. الف. قودجانی، اصلان، مترجم. ب. مجلس شورای اسلامی. مرکز
پژوهش‌ها. دفتر مطالعات اقتصادی. ج. عنوان.
HB ۹۹/۵/۳۴م۷
۱۳۹۱

این کتاب ترجمه‌ای از اثر زیر است:

John Groenewegen, Antoon Spithoven and Annette Van den berg, *Institutional Economics; an Introduction*, Palgrave Macmillan, London, 2010.

عنوان: مقدمه‌ای بر اقتصاد نهادگرا

مؤلفان: جان گروینوگن، آنتون اسپیتهوون، آنت ون دن برگ

ترجمه: اصلان قودجانی

ناظر علمی: دکتر احمد میدری

ناشر: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

نوبت چاپ: اول، پاییز ۱۳۹۱

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰۰۰۰ ریال

مسئولیت صحت مطالب کتاب با مترجم است.

کلیه حقوق برای مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی محفوظ است.

فهرست مطالب

سخن ناشر	۱
پیشگفتار	۳
سیاسگزاری	۵
درباره نویسندگان	۷
بخش اول مقدمه	۹
مقدمه	۱۱
فصل اول اقتصاد نهادگرا درباره چیست؟	۱۳
مقدمه: دنیای مبادلات	۱۳
۱-۱ هماهنگ‌سازی مبادلات در دنیای پیچیده	۱۷
۱-۱-۱ مبادلات در دسرساز در زندگی واقعی	۱۷
۱-۱-۱-۱ انرون و پارملات	۱۷
۱-۱-۱-۲ بحران مالی	۱۸
۱-۱-۱-۳ ناظران و تحریم‌ها	۲۰
۱-۱-۱-۴ میکروسافت	۲۰
۱-۱-۱-۵ گزیروم	۲۲
۱-۱-۱-۶ حمایت‌گرایی	۲۳
۱-۱-۱-۷ گرم شدن جهانی	۲۴
۱-۱-۱-۸ طوفان کاترینا	۲۴
۱-۲ اقتصاد نهادگرا	۲۶
۱-۲-۱ مبادلات	۲۶
۱-۲-۲ بهینه‌سازی رفتار و فرصت‌طلبی	۲۸
۱-۲-۳ مخاطره‌ها و عدم اطمینان‌ها	۳۰
۱-۲-۴ رقابت کامل و کارایی	۳۱

۳۲ نواقص بازار	۱-۲-۵
۳۳ اطلاعات ناقص	۱-۲-۵-۱
۳۵ قدرت بازار	۱-۲-۵-۲
۳۶ آثار بیرونی	۱-۲-۵-۳
۳۹ کالاهای کاملاً عمومی خالص	۱-۲-۵-۴
۴۰ انحصار طبیعی	۱-۲-۵-۵
۴۱ هزینه‌های مبادله	۱-۲-۶
۴۴ نهادها	۱-۲-۷
۴۶ نهادهای رسمی و غیررسمی	۱-۲-۷-۱
۴۷ محیط نهادی	۱-۲-۷-۲
۵۰ نهادینه شدن به‌مثابه یک فرایند	۱-۲-۷-۳
۵۳ کارایی نهادها	۱-۲-۷-۴
۵۴ نهادها ممکن‌کننده و محدودکننده‌اند	۱-۲-۷-۵
۵۶ نظام‌های اقتصادی و ساختارهای سازمان‌دهی	۱-۲-۸
۵۹ مضمون اقتصاد نهادگرا	۱-۲-۹
۶۱ رویکردهای کارایی ایستا و منافع گروهی ایستا	۱-۲-۹-۱
۶۳ رویکردهای کارایی پویا و منافع گروهی پویا	۱-۲-۹-۲
۶۴ نهادها مهم‌اند	۱-۳
۶۵ نهادها و توسعه	۱-۳-۱
۶۸ شرح مختصری از کتاب	۱-۴
۶۸ اقتصاد راهزنی: پیش‌گزارشی از آنچه در این کتاب خواهید خواند	۱-۴-۱
۶۹ راهزنان به‌مثابه عوامل عقلایی	۱-۴-۱-۱
۷۱ زمان تصمیم	۱-۴-۱-۲
۷۲ مقاومت بی‌فایده است	۱-۴-۱-۳
۷۳ افسر راهزن	۱-۴-۱-۴
۷۴ نقش حکومت	۱-۴-۱-۵
۷۵ راهزنی امروزی	۱-۴-۱-۶
۷۶ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر	۱-۵
۷۷ پیوست‌ها	

پیوست الف) تحلیل نئوکلاسیکی ساختارهای بازار	۷۷
پیوست ب) دور شدن از الگوی رقابت کامل	۸۷
بخش دوم مباحث نظری	۹۱
مقدمه	۹۳
فصل دوم چارچوب تحلیلی	۹۵
مقدمه	۹۵
۲-۱ درباره نظریه	۹۶
۲-۱-۱ نظریه، انتزاع است	۹۶
۲-۱-۲ عاملیت و ساختارها	۹۸
۲-۱-۳ فردگرایی، جمع‌گرایی و تعامل‌گرایی روش‌شناختی	۱۰۰
۲-۱-۴ متغیرهای درون‌زا و برون‌زا	۱۰۳
۲-۱-۵ نهادها مهم‌اند	۱۰۵
۲-۲ دو مکتب در اقتصاد نهادگرا: اقتصاد نهادگرایی جدید و اقتصاد نهادگرایی اولیه	۱۰۸
۲-۲-۱ اقتصاد نهادگرایی جدید	۱۱۰
۲-۲-۱-۱ درون‌زا و برون‌زا	۱۱۱
۲-۲-۱-۲ عوامل الگو	۱۱۱
۲-۲-۱-۳ ساختارها	۱۱۴
۲-۲-۱-۴ ایستایی‌شناسی تطبیقی	۱۱۴
۲-۲-۱-۵ پویایی‌شناسی	۱۱۵
۲-۲-۲ اقتصاد نهادگرایی اولیه	۱۱۶
۲-۲-۲-۱ درون‌زا و برون‌زا	۱۱۸
۲-۲-۲-۲ عوامل موجود در مدل	۱۲۱
۲-۲-۲-۳ ساختارها	۱۲۶
۲-۲-۳ مقایسه رویکردهای اقتصاد نهادگرایی جدید و اقتصاد نهادگرایی اولیه	۱۲۸
۲-۳ درباره مناسبت نظریات نهادگرایانه	۱۳۰
۲-۳-۱ آیا نظریه با پرسش مطرح شده مناسبت دارد؟	۱۳۳
۲-۳-۲ آیا نظریه با شرایط مورد نظر مناسبت دارد؟	۱۳۴

۱۳۴ شیوه کاستن از انتزاع ۲-۳-۲-۱
۱۳۶ نگاهی دقیق‌تر به نظام‌های اقتصادی ۲-۴
۱۳۶ الگوی آنگلو ساکسون ۲-۴-۱
۱۳۸ الگوی اروپای غیرانگلستان ۲-۴-۲
۱۳۹ الگوی آسیایی ۲-۴-۳
۱۴۰ انواع آرمانی و واقعی نظام‌های اقتصادی ۲-۴-۳-۱
۱۴۱ ملاحظات پایانی ۲-۵
۱۴۲ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر ۲-۶
۱۴۳ پیوست‌ها
۱۴۳ پیوست الف) وبلن و کامونز، بنیان‌گذاران اقتصاد نهادگرا
۱۴۵ پیوست ب) داگلاس نورث
۱۴۷ فصل سوم رویکردهای ایستا به نهادها
۱۴۷ مقدمه
۱۴۹ ۳-۱ نظریه حقوق مالکیت
۱۵۱ ۳-۱-۱ واگذاری حقوق مالکیت
۱۵۵ ۳-۱-۱-۱ مالکیت خصوصی
۱۵۶ ۳-۱-۱-۲ کالاهای آزاد
۱۵۶ ۳-۱-۱-۳ مالکیت مشترک (مشاع)
۱۶۱ ۳-۱-۱-۴ مالکیت عمومی
۱۶۴ ۳-۱-۲ ضمانت اجرای حقوق مالکیت
۱۶۸ ۳-۱-۲-۱ انگیزه‌ها: مشکلات و راه‌حل‌ها
۱۷۱ ۳-۲ نظریه‌های قراردادهای
۱۷۳ ۳-۲-۱ نظریه عاملیت
۱۷۷ ۳-۲-۱-۱ کژگزینی
۱۸۰ ۳-۲-۱-۲ مخاطره اخلاقی
۱۸۵ ۳-۲-۲ نظریه قرارداد ضمنی
۱۸۵ ۳-۲-۲-۱ سازوکارهای خودتضمینی و خودنظارتی
۱۸۷ ۳-۲-۲-۲ قراردادهای رابطه‌ای
۱۹۰ ۳-۳ نظریه هزینه مبادله ساختارهای سازمان‌دهی

۱۹۱	۳-۳-۱	اقتصاد هزینه مبادله
۱۹۲	۳-۳-۱-۱	تعیین دارایی
۱۹۶	۳-۳-۱-۲	تکرار
۱۹۷	۳-۳-۱-۳	عوامل تعیین کننده ساختار سازمان دهی
۱۹۸	۳-۳-۲	ساختارهای سازمان دهی
۲۰۱	۳-۳-۲-۱	بازار آرمانی
۲۰۲	۳-۳-۲-۲	مخاطره بازار
۲۰۲	۳-۳-۲-۳	بازار نهادی شده
۲۰۲	۳-۳-۲-۴	بنگاه خصوصی
۲۰۴	۳-۳-۲-۵	پیوندی
۲۰۶	۳-۳-۲-۶	نظارت
۲۰۷	۳-۳-۲-۷	شرکت دولتی
۲۰۸	۳-۴	رویکرد منافع گروهی
۲۰۸	۳-۴-۱	حقوق مالکیت
۲۰۹	۳-۴-۲	عاملیت
۲۱۰	۳-۴-۳	ساختارهای سازمان دهی
۲۱۱	۳-۵	ملاحظات پایانی
۲۱۳	۳-۶	پرسش هایی برای مطالعه بیشتر
۲۱۵		فصل چهارم پویایی نهادها
۲۱۵		مقدمه
۲۱۷	۴-۱	محرك های تغییر نهادی
۲۱۸	۴-۱-۱	محرك های برونزای تغییر
۲۱۸	۴-۱-۱-۱	فرهنگ
۲۲۰	۴-۱-۱-۲	فناوری
۲۲۱	۴-۱-۱-۳	دولت
۲۲۲	۴-۱-۲	انگیزه های تغییر: کارایی و منافع گروهی
۲۲۲	۴-۱-۲-۱	کارایی
۲۲۳	۴-۱-۲-۲	منافع گروهی

۲۲۳	۴-۲ رویکرد تطوری به پویایی‌های نهادی
۲۲۷	۴-۲-۱ نهادها به‌مثابه یک تعادل
۲۲۹	۴-۲-۱-۱ تعادل‌های چندگانه: سابقه تاریخی مهم است
۲۳۰	۴-۲-۱-۲ تطور داروینی
۲۳۳	۴-۲-۱-۳ وابستگی به مسیر
۲۳۵	۴-۲-۱-۴ تغییر تدریجی و «تعادل‌های قطع شده»
۲۳۶	۴-۲-۲ علیت انباشتی
۲۳۸	۴-۲-۲-۱ رفتار حساب نشده و عاداتی
۲۳۸	۴-۳ رویکرد طرح‌ریزی به پویایی‌های نهادها
۲۳۹	۴-۳-۱ طراحی نهادهای کارآمد: رویکرد اقتصاد نهاد‌گرای جدید
۲۴۰	۴-۳-۱-۱ ساختارهای سازمان‌دهی کارآمد عمومی
۲۴۱	۴-۳-۲ طراحی نهادهای کارآمد: رویکرد اقتصاد نهاد‌گرای اولیه
۲۴۱	۴-۳-۲-۱ نهادها: موضوعی از مقوله ارزش‌گذاری
۲۴۱	۴-۳-۲-۲ درباره «آنچه هست» و «آنچه باید باشد»
۲۴۵	۴-۳-۲-۳ باورهای توافق شده
۲۴۷	۴-۳-۲-۴ فرایند مداوم انتخاب ساختگی
۲۴۸	۴-۴ پویایی‌شناسی نظام‌های اقتصادی
۲۵۰	۴-۵ ملاحظات پایانی
۲۵۱	۴-۶ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر
۲۵۳	بخش سوم ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی
۲۵۵	مقدمه
۲۵۷	۱. رویکرد ایستا
۲۵۸	۲. رویکرد کارایی ایستا: اقتصاد هزینه مبادله
۲۶۳	۳. رویکرد منافع ایستا
۲۶۳	۴. رویکرد پویا: کارایی در مقایسه با منافع گروهی
۲۶۷	فصل پنجم بازارها
۲۶۷	مقدمه

۲۷۱	۵-۱ رویکرد کارایی ایستا به بازارها
۲۷۱	۵-۱-۱ رویکرد اقتصاد نئوکلاسیک به بازارها
۲۷۱	۵-۱-۱-۱ بازارهای تک‌دفعه‌ای
۲۷۳	۵-۱-۱-۲ بازارهای مشروط
۲۷۵	۵-۱-۲ رویکرد اقتصاد هزینه مبادله به بازارها
۲۷۶	۵-۱-۲-۱ شرایط قانون قراردادها
۲۷۷	۵-۱-۲-۲ حقوق مالکیت
۲۷۸	۵-۱-۲-۳ آثار حسن شهرت
۲۷۹	۵-۱-۲-۴ مخاطره
۲۸۰	۵-۱-۳ ساختارهای مختلف سازمان‌دهی در بازار رقابتی
۲۸۳	۵-۱-۴ فرصت‌طلبی و آثار بیرونی
۲۸۴	۵-۱-۴-۱ انتخاب معکوس: بازار کالاهای بنجل
۲۸۶	۵-۱-۴-۲ مخاطره اخلاقی: اسارت
۲۸۷	۵-۱-۴-۳ آثار بیرونی
۲۸۸	۵-۲ رویکرد منافع گروهی ایستا به بازارها
۲۸۹	۵-۲-۱ قدرت بازار
۲۹۲	۵-۲-۱-۱ ایجاد قدرت بازار
۲۹۳	۵-۳ رویکرد کارایی پویا به بازارها
۲۹۳	۵-۳-۱ نظریه فرایند بازار
۲۹۵	۵-۳-۱-۱ نقش کارآفرینان
۲۹۷	۵-۳-۱-۲ کارآفرین به‌مثابه نیروی پویا
۲۹۸	۵-۳-۱-۳ تخریب خلاقانه
۲۹۹	۵-۳-۱-۴ ورود محصولات جدید مستلزم تغییر ترجیحات است
۳۰۱	۵-۳-۲ کارآفرینان نهادی
۳۰۲	۵-۳-۲-۱ علیت انباشتی
۳۰۳	۵-۴ رویکرد پویای منافع به بازارها
۳۰۴	۵-۴-۱ تغییر به معنای توزیع مجدد هزینه‌ها و منافع
۳۰۴	۵-۴-۱-۱ تغییر در توازن قدرت
۳۰۶	۵-۴-۱-۲ شکوفایی خصوصی، فقر عمومی

۳۰۷ قدرت جبران کننده ۵-۴-۱-۳
۳۰۸ دو نوع بازار آرمانی نیروی کار: اروپای غیرانگلستان در مقایسه با انگلوساکسون ۵-۴-۲
۳۱۰ ملاحظات پایانی ۵-۵
۳۱۱ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر ۵-۶
۳۱۳ پیوست
۳۱۳ پیوست الف) انواع مختلف حراجی‌ها
۳۱۷	فصل ششم بنگاه‌ها
۳۱۷ مقدمه
۳۱۹ ۶-۱ رویکرد ایستای کارایی به بنگاه‌ها
۳۲۰ ۶-۱-۱ نظریه نئوکلاسیکی بنگاه‌ها: بنگاه به‌مثابه یک جعبه سیاه
۳۲۰ ۶-۱-۲ بنگاه نمونه: بنگاه به‌مثابه یک سازمان قراردادی نهاده‌ها
۳۲۲ ۶-۱-۳ شبکه قراردادها: بنگاه به‌مثابه یک ساختار حقوقی
۳۲۴ ۶-۱-۴ رویکرد اقتصاد هزینه مبادله به بنگاه‌ها
۳۲۶ ۶-۱-۴-۱ نظام قانون قراردادها
۳۲۷ ۶-۱-۴-۲ حقوق مالکیت
۳۲۸ ۶-۱-۴-۳ آثار حسن شهرت
۳۳۰ ۶-۱-۴-۴ مخاطره
۳۳۱ ۶-۱-۴-۵ خلاصه
۳۳۱ ۶-۲ رویکرد ایستا به منافع بنگاه‌ها
۳۳۲ ۶-۲-۱ تفکیک مالکیت از مدیریت
۳۳۳ ۶-۲-۱-۱ انگیزه‌ها
۳۳۹ ۶-۲-۱-۲ ذی‌نفعان درون بنگاه: نظام‌های بنگاه‌داری برای جلوگیری از سوء‌کاربرد قدرت
۳۴۰ ۶-۲-۲ ادغام‌ها
۳۴۱ ۶-۲-۲-۱ قدرت بازار
۳۴۴ ۶-۲-۲-۲ هزینه‌های مربوط به گسترش منافع گروهی
۳۴۶ ۶-۳ رویکرد کارایی پویا به بنگاه‌ها
۳۴۶ ۶-۳-۱ بنگاه کارآفرینی
۳۴۸ ۶-۳-۱-۱ چرخه‌های عمر محصول و سازمان‌دهی مجدد بنگاه‌ها

۳۵۰	۶-۳-۲ از تشکیلات یکپارچه (U شکل) تا چندبخشی (M شکل)
۳۵۴	۶-۴ رویکرد پویا به منافع گروهی بنگاه‌ها
۳۵۵	۶-۴-۱ قدرت مسئولان اجرایی
۳۵۶	۶-۴-۱-۱ فناوری و مسئولان اجرایی
۳۵۷	۶-۴-۱-۲ اهداف مسئولان اجرایی
۳۵۹	۶-۴-۲ قدرت جبران‌کننده
۳۶۰	۶-۴-۲-۱ الگوی اروپای غیرانگلستان در مقایسه با آنگلوساکسون
۳۶۲	۶-۵ ملاحظات پایانی
۳۶۴	۶-۶ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر
۳۶۵	فصل هفتم همکاری بین بنگاه‌ها
۳۶۵	مقدمه
۳۶۷	۷-۱ همکاری بین بنگاه‌ها در نظر و عمل
۳۶۷	۷-۱-۱ رویکردهای مختلف نظری به همکاری بین بنگاه‌ها
۳۷۲	۷-۱-۲ مثال‌های واقعی از پیوندی‌ها
۳۷۳	۷-۱-۲-۱ شبکه‌های عرضه ژاپنی
۳۷۶	۷-۱-۲-۲ تعاونی‌ها
۳۷۶	۷-۱-۲-۳ صدور مجوز و نمایندگی
۳۷۹	۷-۱-۲-۴ بانکداری اسلامی
۳۸۰	۷-۲ رویکرد کارایی ایستا به پیوندی‌ها
۳۸۰	۷-۲-۱ رویکرد اقتصاد هزینه مبادله به پیوندی‌ها
۳۸۱	۷-۲-۱-۱ نظام قانون قراردادها
۳۸۱	۷-۲-۱-۲ حقوق مالکیت
۳۸۳	۷-۲-۱-۳ آثار حسن شهرت
۳۸۳	۷-۲-۱-۴ مخاطره
۳۸۶	۷-۲-۱-۵ خلاصه
۳۸۷	۷-۳ رویکرد منافع ایستای گروهی به پیوندی‌ها
۳۸۷	۷-۳-۱ گروه فشار سبز
۳۸۸	۷-۳-۲ کارتل‌ها
۳۸۹	۷-۴ رویکرد پویا به کارایی پیوندی‌ها

۳۸۹ اعتماد ۷-۴-۱
۳۹۱ یادگیری ۷-۴-۲
۳۹۲ رویکرد منافع پویای گروهی به بیوندی‌ها ۷-۵
۳۹۳ نظریه قدرت بازار ۷-۵-۱
۳۹۵ ترس از ورود ۷-۵-۱-۱
۳۹۶ ترس از محصولات جانشین ۷-۵-۱-۲
۳۹۶ قدرت چانه‌زنی خریداران ۷-۵-۱-۳
۳۹۷ قدرت چانه‌زنی عرضه‌کنندگان محصولات واسطه‌ای ۷-۵-۱-۴
۳۹۷ رقابت بین بنگاه‌های موجود ۷-۵-۱-۵
۳۹۸ اوپک و شکل‌گیری محصولات جانشین ۷-۵-۲
۴۰۰ ملاحظات پایانی ۷-۶
۴۰۰ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر ۷-۷
۴۰۳ بخش چهارم ساختارهای سازمان‌دهی عمومی
۴۰۵ مقدمه
۴۱۷ فصل هشتم مداخله دولت برای منافع همگانی
۴۱۷ مقدمه
۴۱۸ ۸-۱ رویکرد ایستا به مداخله دولت
۴۲۰ ۸-۱-۱ اطلاعات ناقص
۴۲۲ ۸-۱-۱-۱ مداخله کلی دولت در موارد نواقص اطلاعاتی
۴۲۶ ۸-۱-۱-۲ مداخله ویژه در هر بخش در موارد نقص اطلاعات
۴۳۲ ۸-۱-۲ قدرت بازار و انحصارهای طبیعی
۴۳۳ ۸-۱-۲-۱ قدرت بازار
۴۳۸ ۸-۱-۲-۲ خط‌مشی رقابت
۴۴۲ ۸-۱-۲-۳ انحصارهای طبیعی
۴۵۰ ۸-۱-۳ آثار بیرونی
۴۵۱ ۸-۱-۳-۱ آثار بیرونی نامطلوب
۴۵۹ ۸-۱-۳-۲ آثار بیرونی مطلوب
۴۶۲ ۸-۱-۴ کالاهای کاملاً عمومی

۴۶۴	۸-۱-۵	رویکرد اقتصاد هزینه مبادله به نظم عمومی
۴۶۸	۸-۲	رویکرد پویا به مداخله دولت
۴۶۹	۸-۲-۱	برنامه‌ریزی متمرکز و رهنما
۴۷۰	۸-۲-۱-۱	ابتدا سیاست
۴۷۰	۸-۲-۱-۲	برنامه‌های اقتصادی متمرکز
۴۷۱	۸-۲-۱-۳	مشکلات نظام‌های اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز
۴۷۳	۸-۲-۱-۴	دشواری‌های نظام‌های عریض و طویل و ساختارهای صنعتی پیچیده
۴۷۴	۸-۲-۱-۵	برنامه‌ریزی رهنما
۴۷۵	۸-۲-۱-۶	معضل هماهنگی
۴۸۰	۸-۲-۱-۷	تثبیت‌شدگی برنامه‌ریزی رهنما
۴۸۱	۸-۲-۲	سیاست‌های صنعتی و فناورانه
۴۸۲	۸-۲-۲-۱	مرحله معرفی: سیاست فناوری
۴۸۵	۸-۲-۲-۲	مراحل توسعه، پختگی و رکود: سیاست صنعتی
۴۸۶	۸-۲-۳	رقابت‌مندی نهادی
۴۹۰	۸-۳	ملاحظات پایانی
۴۹۰	۸-۴	پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر
۴۹۲		پیوست‌ها
۴۹۲		پیوست الف) تشریح هزینه‌های ثابت و بازده به مقیاس
۴۹۵		پیوست ب) شرح نموداری دشواری‌های نظارت بر یک انحصار طبیعی
۴۹۶		پیوست ج) شرح نموداری مالیات اصلاحی در وضعیت یک اثر بیرونی نامطلوب
۴۹۹		فصل نهم شکست‌های حکومت
۴۹۹		مقدمه
۵۰۳	۹-۱	رویکرد ایستا به شکست‌های حکومت
۵۰۳	۹-۱-۱	شکست‌های حکومت در وضعیت اطلاعات کامل
۵۰۴	۹-۱-۱-۱	تناقض نمای ارو
۵۰۵	۹-۱-۱-۲	تحلیل هزینه - فایده و جبران خسارت
۵۰۸	۹-۱-۱-۳	مشکلات حقوق مالکیت
۵۱۴	۹-۱-۲	شکست‌های حکومت در وضعیت اطلاعات ناقص
۵۱۵	۹-۱-۲-۱	آثار جانبی ناخواسته

۵۲۶	مشکلات عاملیتی در حکومت	۹-۱-۲-۲
۵۳۶	رویکرد پویا به شکست‌های حکومت	۹-۲
۵۳۷	مخاطره نظارتی	۹-۲-۱
۵۳۸	بُعد بین‌المللی	۹-۲-۱-۱
۵۳۹	گروه‌های فشار	۹-۲-۲
۵۳۹	افزونه‌خواهی	۹-۲-۲-۱
۵۵۰	فرایند آزادسازی، خصوصی‌سازی و نظارت	۹-۲-۳
۵۵۱	انحصارهای طبیعی	۹-۲-۳-۱
۵۵۲	انواع دیگر شرکت‌های دولتی	۹-۲-۳-۲
۵۵۵	افزونه‌خواهی در مؤسسات عمومی: تعهد و قبضه نظارتی	۹-۲-۳-۳
۵۵۷	ملاحظات پایانی	۹-۳
۵۵۸	پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر	۹-۴
۵۵۹	پیوست‌ها	
۵۵۹	پیوست الف) قضیه امکان‌ناپذیری ارو	
۵۶۲	پیوست ب) شرح نموداری نظریه دیوان‌سالاری	
۵۶۵	پسگفتار	
۵۶۷	واژه‌نامه	
۵۸۵	منابع و مآخذ	

فهرست جدول‌ها

- جدول ۱-۱ تبیین ساختارهای سازمان‌دهی: ترکیب چهار رویکرد ۶۴
- جدول ۱-۲ سهم سرمایه از کل ثروت ۶۷
- جدول ۲-۱ مقایسه اقتصاد نهادگرایی جدید و اولیه ۱۲۸
- جدول ۳-۱ تقسیم‌بندی کالاها برحسب ویژگی‌های آنها ۱۵۴
- جدول III-۱ مشخصات ساختارهای سازمان‌دهی ۲۶۰
- جدول ۵-۱ رویکردهای ایستا و پویای کارایی و منافع گروهی در بررسی بازارها ۲۷۰
- جدول ۵-۲ بازار و مشخصات شرایط نهادی اصلی آن ۲۸۰
- جدول ۵-۳ اثر نهادها بر اداره یک کسب‌وکار ۲۸۸
- جدول ۵-۴ قلمروی بازار نیروی کار در دو الگوی اروپای غیرانگلستان و انگلوساکسون ۳۱۰
- جدول ۵-۵ مشخصات انواع مختلف حراج ۳۱۵
- جدول ۶-۱ رویکردها به بنگاه‌ها: ایستا و پویای کارایی و منافع گروهی ۳۱۹
- جدول ۶-۲ سلسله‌مراتب و مشخصات شرایط نهادی اصلی آنها ۳۳۱
- جدول ۶-۳ قلمروی بنگاه در الگوهای اروپای غیرانگلستان و انگلوساکسون ۳۶۱
- جدول ۶-۴ مشخصات بنگاه‌ها ۳۶۳
- جدول ۷-۱ رویکردهای ایستا و پویای کارایی و منافع گروهی به پیوندی‌ها ۳۶۶
- جدول ۷-۲ پیوندی و مشخصه‌های شرایط نهادی اصلی آن ۳۸۵
- جدول ۷-۳ منابع اطمینان ۳۹۱
- جدول IV-۱ شکل‌های مختلف مداخله دولت برای منافع همگانی ۴۱۳
- جدول IV-۲ رویکرد ایستا و پویا و رویکردهای منافع گروهی درباره مداخله حکومت ۴۱۵
- جدول ۸-۱ مداخله حکومت با سیر صعودی ۴۶۶
- جدول ۸-۲ جدول داده - ستانده یک برنامه متمرکز ۴۷۱
- جدول ۸-۳ نرخ‌های مالیات شرکت‌ها (درصد) در ۳۰ کشور عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۸ ۴۸۷
- جدول ۹-۱ مقادیر صرف شده برای اعمال نفوذ در ایالات متحده، ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۸ ۵۴۳
- جدول ۹-۲ شاخص برداشت ذهنی فساد در سال ۲۰۰۸: بهترین و بدترین ۱۰ کشور ۵۴۹
- جدول ۹-۳ ترتیب ترجیحات منجر به تناقض نمای آرو ۵۶۰

فهرست شکل‌ها

- شکل ۱-۱ طرح نهادی سلسله‌مراتبی ۵۹
- شکل ۱-۲ تعادل بازار در حال رقابت کامل ۸۰
- شکل ۱-۳ زیان از دست رفته در وضعیت انحصاری ۸۶
- شکل ۱-۴ اصلاح ناکارآمدی بازار ۸۸
- شکل ۲-۱ رابطه بین عامل و ساختار ۱۰۱
- شکل ۲-۲ متغیرهای درون‌زا و برون‌زا در اقتصاد نئوکلاسیک ۱۰۴
- شکل ۲-۳ نهادها مهم‌اند ۱۰۵
- شکل ۲-۴ الگوی اقتصاد نهادگرای جدید برای نهادها ۱۱۱
- شکل ۲-۵ الگوی اقتصاد نهادگرای اولیه برای نهادها ۱۱۷
- شکل ۲-۶ نظام اقتصادی به‌مثابه بخشی از نظام اجتماعی ۱۱۸
- شکل ۳-۱ هزینه‌های عاملیت ۱۸۴
- شکل ۳-۲ یک آرایش عقد قرارداد ۱۹۹
- شکل ۴-۱ بازتولید نهادی ۲۱۷
- شکل ۴-۲ محرک‌های برون‌زای تغییر نهادی ۲۱۸
- شکل ۴-۳ توصیف درون‌زای پویایی‌های نهادها ۲۲۵
- شکل ۴-۴ پویایی‌های نهادها به‌مثابه انتخاب ساختگی ۲۴۷
- شکل III-۱ هزینه‌های مبادله به‌مثابه تابعی از تعیین‌داری ۲۶۱
- شکل ۵-۱ قلمرو بازار ۲۷۶
- شکل ۶-۱ دامنه کار بنگاه ۳۲۵
- شکل ۶-۲ الگوی آنگلو ساکسون ۳۳۹
- شکل ۶-۳ الگوی اروپای غیرانگلیستان ۳۴۰
- شکل ۶-۴ چرخه عمر محصول ۳۴۹
- شکل ۶-۵ تشکیلات یکپارچه (U شکل) ۳۵۱
- شکل ۶-۶ تشکیلات چندبخشی (M شکل) ۳۵۲
- شکل ۷-۱ قلمرو پیوندی ۳۸۰
- شکل ۷-۲ پنج عامل پورتر ۳۹۵

- شکل ۸-۱ انحصار طبیعی ۴۹۵
- شکل ۸-۲ درونی سازی یک اثر بیرونی نامطلوب ۴۹۶
- شکل ۹-۱ هزینه‌ها و منافع ناشی از مداخله حکومت ۵۰۱
- شکل ۹-۲ اهداف متفاوت سیاستمداران و دیوانسالاران ۵۶۳

فهرست کادرها

- کادر ۱-۱ هزینه‌های مبادله چقدر بزرگ هستند؟ ۴۴
- کادر ۱-۲ هماهنگ‌سازی مبادلات در زنجیره عرضه ۵۵
- کادر ۲-۱ فرهنگ و مهارت نگهداری ماشین‌ها: حکایتی آموزنده ۱۰۶
- کادر ۲-۲ گروه‌های برگزیده و قدرت: مشکل فقط آن است که نباید پیشرفت کرد ۱۰۷
- کادر ۲-۳ آب‌وهوا: درون‌زا یا برون‌زا؟ ۱۲۰
- کادر ۲-۴ انجمن‌ها و نشریات حوزه اقتصاد نهادگرا ۱۳۰
- کادر ۲-۵ تعادل عمومی: والرأس، آرو و دبرو ۱۳۵
- کادر ۳-۱ فاجعه مشاعات از زبان اعداد ۱۵۸
- کادر ۳-۲ حقوق مالکیت خصوصی در حکومت‌های کمونیست: اتحاد جماهیر شوروی و چین ۱۶۳
- کادر ۳-۳ قضیه کوز از زبان اعداد ۱۶۶
- کادر ۳-۴ خطرگریزی ۱۷۴
- کادر ۳-۵ کژگزینی در بازار بیمه ۱۷۷
- کادر ۳-۶ مخاطره اخلاقی در بازار بیمه ۱۸۲
- کادر ۳-۷ نظریه صوری قراردادهای ضمنی ۱۸۹
- کادر ۳-۸ مشکل اسارت در بخش گاز ۱۹۳
- کادر ۴-۱ پول: یک نهاد خودتضمین ۲۲۷
- کادر ۴-۲ سلسله وابستگی به مسیر در تغییرات اقتصادی: کورتی ۲۳۳
- کادر ۴-۳ جنگ‌های تصویری ۲۳۴
- کادر ۴-۴ علیت انباشتی و زنان شاغل ۲۳۷
- کادر ۴-۵ حقیقتی دردسرساز ۲۴۵
- کادر ۵-۱ بازار تک‌دفعه‌ای برای محصولات لبنی ۲۷۲
- کادر ۵-۲ بازارهای سلف برای شیر ۲۷۴
- کادر ۵-۳ حسن شهرت و صنعت الماس ۲۷۸
- کادر ۵-۴ از گهواره تا گهواره ۲۸۲
- کادر ۵-۵ بازار ماهی فولتون ۲۸۲
- کادر ۵-۶ بازار خودروهای دست دوم در شرایط اطلاعات نامتقارن ۲۸۵

- کادر ۵-۷ بدنه‌سازی فیشر ۲۸۶
- کادر ۵-۸ کارآفرینان نهادی در نظام‌های اقتصادی نوظهور از نوع بازار ۳۰۲
- کادر ۵-۹ اثر تحریم‌های مصرف‌کننده ۳۰۷
- کادر ۶-۱ کارخانه سنجاق‌سازی ۳۲۰
- کادر ۶-۲ مک‌دونالدز و لغت‌نامه انگلیسی آکسفورد ۳۲۹
- کادر ۶-۳ استورک ۳۳۸
- کادر ۶-۴ مورد گوگل و دابل کلیک ۳۴۲
- کادر ۶-۵ سه بنگاه، یک موقعیت غالب؟ (ایرتورز مورد فرست‌چویس) ۳۴۳
- کادر ۶-۶ کنام اژدها ۳۴۷
- کادر ۶-۷ مثال‌های تاریخی برای سازمان‌های قالب U و M ۳۵۳
- کادر ۶-۸ باغبان خاموش ۳۶۰
- کادر ۷-۱ معمای زندانی ضرورت همکاری را نشان می‌دهد ۳۶۷
- کادر ۷-۲ کارتل‌ها و تقلب ۳۶۹
- کادر ۷-۳ کارتل یا همکاری ضمانت شده؟ ۳۷۲
- کادر ۷-۴ تعاونی‌ها بر صرفه‌های به مقیاس اثر می‌گذارند و هزینه‌های مبادله را کم می‌کنند ۳۷۶
- کادر ۷-۵ والت دیزنی: ساخت چین؟ ۳۷۷
- کادر ۷-۶ مقابله‌به‌مثل به‌مثابه راهبرد تعادلی خودتضمین ۳۹۳
- کادر IV-۱ تفکیک سه قوه: حکومت، دولت و سرپرستی عمومی ۴۰۶
- کادر ۸-۱ برچسب‌های انرژی در اتحادیه اروپایی و ژاپن ۴۲۳
- کادر ۸-۲ نظام‌های مختلف مسئولیت ۴۲۵
- کادر ۸-۳ خدمات بازرسی غذا و داروی چین ۴۲۸
- کادر ۸-۴ نظارت در بخش مالی ایالات متحده ۴۳۰
- کادر ۸-۵ نجات دادن بانک‌های بزرگ ۴۳۱
- کادر ۸-۶ سلطه، سوءاستفاده از سلطه و قانون آمریکایی ۴۳۷
- کادر ۸-۷ سیاست ارفاق برای همکاری با کارتل ۴۴۱
- کادر ۸-۸ پایداری انحصارهای طبیعی ۴۴۳
- کادر ۸-۹ تعرفه دویخشی ۴۴۵
- کادر ۸-۱۰ مسابقه زیبایی سوئدی ۴۴۷
- کادر ۸-۱۱ مبادله آلاینده‌ها ۴۵۴

- کادر ۸-۱۲ مبارزه با جنگل‌زدایی ۴۵۵
- کادر ۸-۱۳ ممنوعیت استعمال دخانیات: کاربردی برای نظریه حقوق مالکیت ۴۵۶
- کادر ۸-۱۴ ممنوعیت کالاهای غیرایمن در آمریکای شمالی ۴۵۹
- کادر ۸-۱۵ حفاظت از اماکن میراث جهانی ۴۶۴
- کادر ۹-۱ هزینه‌های رعایت قانون: زمان صرف شده برای مالیات ۵۰۲
- کادر ۹-۲ مخاطرات ملی کردن بانک‌ها ۵۰۹
- کادر ۹-۳ استفاده اضافی از مراقبت‌های درمانی ملی ۵۱۳
- کادر ۹-۴ هزینه‌های اضافی تأمین اجتماعی: موارد آلمان و هلند ۵۲۰
- کادر ۹-۵ ماجراهای شل و بی پی در روسیه ۵۳۸
- کادر ۹-۶ اعمال فشار در صنعت بوم‌شناسی ۵۴۲
- کادر ۹-۷ اعمال نفوذ به نفع و به ضرر لامپ سبک کم‌مصرف ۵۴۵
- کادر ۹-۸ اعمال نفوذ در صنعت تنباکو ۵۴۷
- کادر ۹-۹ تجربه کالیفرنیا ۵۵۳

سخن ناشر

اقتصاد نهادگرا با همان هدفی شکل گرفت که از آغاز دغدغه علم اقتصاد بوده است؛ تبیین پدیده‌های عالم واقع به شیوه‌ای واقع‌بینانه. پس موضوع این شاخه نسبتاً نوظهور و شیوه تبیین پدیده‌ها ازسوی صاحب‌نظران این حوزه، به‌هیچ‌وجه غیرمعمول یا عجیب و جدید نیست.

بی‌شک یکی از دلایل شکل‌گیری اقتصاد نهادگرا، شیفستگی بیش از اندازه «اقتصاد جریان اصلی» نسبت به ریاضیات، روش‌های ریاضی و تقلید نابجا، ناشیانه و افراطی از ابزارهای علوم طبیعی و مهندسی در حوزه علم اقتصاد بوده است که در مغرب‌زمین - زادگاه علم اقتصاد امروزی - سابقه‌ای حداقل دویست‌ساله دارد و در چند دهه اخیر در جمع اقتصادخوانندگان کشورهای در حال توسعه نیز به‌شدت تقلید می‌شود، به‌طوری‌که گویا جایگزین هدف - یعنی پی بردن به واقعیت‌های اقتصادی - شده است. به‌عبارت‌دیگر، اقتصاد نهادگرا برای رسیدن به اهدافش از ریاضیات به‌عنوان یک وسیله استفاده می‌کند نه یک هدف، هرچند دشمنی یا بی‌اعتنایی به ریاضیات را هم در پیش نمی‌گیرد.

یکی از دلایلی که اقتصاد نهادگرا نتوانسته آن‌طور که باید و شاید - به‌ویژه در بین دانشجویان و دانشگاہیان ایران - شناخته شده و مقبول باشد؛ دشواری‌ها و پیچیدگی‌های مقالات و نوشته‌های صاحب‌نظران این حوزه است که مطالعه و فهم آنها را به‌خصوص برای دانشجویان دوره کارشناسی به کاری دشوار و نه‌چندان جذاب تبدیل کرده است. ازاین‌رو کتاب حاضر زبان ساده و شیوه تازه‌ای در پیش گرفته است که برای معرفی اقتصاد نهادگرا در نوع خود کم‌نظیر بوده و فرصتی مغتنم و ارزنده برای آشنایی دانشجویان کارشناسی، کارشناسی ارشد و دیگرانی است که تا به امروز به‌دلیل پیچیدگی‌های

بحث در این حوزه، از آشنایی با اقتصاد نهادگرا دوری کرده‌اند. این کتاب برخلاف آثار معمول در این قلمرو، از ابزارهای «اقتصاد جریان اصلی» نیز برای تحلیل موضوعات و معرفی اقتصاد نهادگرا استفاده کرده است تا خواننده تازه‌وارد بتواند آسان‌تر به فهم مطالب بپردازد.

به این ترتیب امیدواریم بتوانیم با فتح باب آشنایی با این شاخه از علم اقتصاد، بر توانایی تحلیلی دانشجویان و دانشگاہیان ایرانی افزوده و گرایش به واقع‌بینی در کلاس‌های درس اقتصاد را زنده سازیم. در انتها لازم است از آقایان دکتر علی نصیری‌ا قدم برای پیشنهاد ترجمه کتاب، اصلا ن قودجانی برای ترجمه آن، دکتر احمد میدری برای نظارت علمی و رسول رئیس‌جعفری برای مطالعه و اصلاح متن، تشکر نماییم.

دکتر کاظم جلالی

رئیس مرکز پژوهش‌ها

پیشگفتار

نهادهای بخش گسترده‌ای از زندگی اقتصادی انسان‌ها هستند که در شاخه‌های متعددی از علم اقتصاد به آنها توجه می‌شود. در این کتاب خواهیم گفت که **نهادهای شامل همه قواعد اجتماعی و جرمیه‌ها می‌شود تا به این ترتیب تعاملات اقتصادی یا مخاطره کمتر و پیش‌بینی‌پذیری بهتر به انجام برسد.** از این رو مبادله آسان‌تر می‌شود و رفاه اجتماعی افزایش می‌یابد.

نهادهای همواره در نظریه‌پردازی و سیاستگذاری اقتصادی - مثلاً برای اصلاح **نواقص بازار** از قبیل آثار بیرونی و سوءاستفاده از قدرت بازار با توسل به قوانین و مقررات حکومتی - به کار رفته‌اند. در گذشته پرداختن به نهادهای فقط محدود به قواعد کلیدی برای عملکرد بازار بود ولی ظهور اقتصاد نهادگرا وضع را تغییر داد. **اقتصاد نهادگرا یا پدید آوردن برداشت جامع از نهادهای حوزه‌هایی مانند ارزش‌ها و هنجارها، قوانین و مقررات و نیز همه شیوه‌های سازمان‌دهی از قبیل قراردادهای بازار و بنگاه‌ها را دربرگرفت.** مهم‌ترین دغدغه اقتصاد نهادگرا مشخص کردن نحوه ظهور نهادهای، تغییرات و آثار آنها بر رفتار اقتصادی است. در اقتصاد نهادگرا دو مکتب فکری مختلف شکل گرفته است: «اقتصاد نهادگرای اولیه» و «اقتصاد نهادگرای جدید». اقتصاد نهادگرای اولیه در قیاس با اقتصاد نئوکلاسیک براساس فرضی کاملاً متفاوت درباره رفتار اقتصادی و چگونگی الگوسازی برای نهادهای کار می‌کند. با این حال مبانی فروض اقتصاد نهادگرای جدید خیلی بیشتر به اقتصاد نئوکلاسیک نزدیک است. در این کتاب هر دو نحله را بررسی می‌کنیم تا نقش هر کدام به‌عنوان ابزاری برای درک بهتر نهادهای بر خواننده معلوم شود.

اکنون اقتصاد نهادگرا در گوشه و کنار دنیا جای خود را در بسیاری از دروس دانشگاهی باز کرده است ولی به‌سختی می‌توان کتابی پیدا کرد که هر دو شاخه اقتصاد نهادگرا را به

شکل متوازن مطرح کرده باشد. به همین دلیل با نوشتن این کتاب کار واقعاً دشواری را تحمل کردیم؛ زیرا برای آشنا کردن دانشجویان با هر دو نحله مذکور - آن هم در یک کتاب مقدماتی - ما ناچار بودیم مبانی آنها را بررسی کرده و به ساده‌ترین شکل ممکن مطرح کنیم. اذعان داریم که نتوانسته‌ایم در همه موارد به تفاوت‌های ظریف آن دو شاخه اشاره کنیم. از مشترکات متعدد بین آن دو شاخه و نیز از تحولات آنها آگاه بوده‌ایم ولی هدف اصلی ما معرفی مبانی اقتصاد نهادگرا برای دانشجویانی بوده است که فقط آشنایی مقدماتی با مبانی اقتصاد نهادگرا دارند. هدف ما به‌هیچ‌وجه بحث درباره تاریخچه دو شاخه مذکور یا سابقه اختلاف‌نظرهای آنها نبوده است. همچنین بی‌تردید قصد نداشتیم اقتصاد نهادگرا را از دریچه نگاه یکی از پیروان پروپا قرص یکی از این دو نحله مطرح کنیم یا به دانشجویان بگوییم کدام یک از آن دو شاخه درست یا غلط می‌گویند. برعکس می‌خواستیم به خواننده بگوییم که هر کدام از آن دو شاخه طرفداران و مخالفانی دارد و بنا به هدف محقق گاهی اقتصاد نهادگرای جدید و گاهی اقتصاد نهادگرای اولیه مطلوب است.

برای آنکه تفاوت‌ها و حتی تنوع افکار بین این دو نحله موجب پیریشانی فکری خواننده نشود، تصمیم گرفتیم نوعی تقسیم‌بندی دوگانه ایستا و پویا را در نظر بگیریم تا نگرش به پدیده‌ها در هر دو شاخه با توجه به آن تقسیم‌بندی انجام شود.

این کتاب دارای چهار بخش است: مقدمه، نظریه، کاربرد در ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی و کاربرد در ساختارهای سازمان‌دهی عمومی. در بخش نخست مبانی اقتصاد نهادگرا را ذکر کرده و به شکل ساده خواننده را با چارچوب نگرش در این حوزه آشنا می‌کنیم. در بخش دوم چارچوب نظری را مفصل‌تر مطرح کرده، با توجه به شیوه نگرش در اقتصاد نهادگرای جدید و اقتصاد نهادگرای اولیه، هر دو رویکرد ایستا و پویا را بررسی می‌کنیم. چون مبادلات اقتصادی در واقع قانون اقتصاد نهادگرا محسوب می‌شوند، بخش عمده‌ای از بحث را به ساختارهای سازمان‌دهی یعنی به سازوکارهای مختلفی اختصاص داده‌ایم که مبادله بین عوامل اقتصادی را شکل می‌دهند. سپس در بخش‌های سوم و چهارم رویکردهای نظری این حوزه را به ترتیب در بررسی ساختارهای حکمرانی خصوصی و عمومی به کار خواهیم برد.

جان گروینوگن، آنتون اسپیته‌وون

آنتون دن برگ

سپاسگزاری

این کتاب با کمک تعداد کثیری از دوستان آماده شده است که باید در ابتدا از حمایت‌های ارزشمند یان کیس وینترز و ماکس هیوود^۱ تشکر کنیم که هر دو، بخش اعظم اوقات فراغت خود را برای کمک به بهبود محتوای کتاب صرف کردند. ما در جمع‌آوری این کتاب مدیون نکات ارزشمند هفت داور بی‌ادعا و جمعی از دوستان دانشگاهی خود^۲ هستیم. همچنین از پرسش‌های دانشجویان در موقع تدریس پیش‌نویس کتاب در مدرسه اقتصادی دانشگاه اوترخت نیز بسیار منتفع شده‌ایم.

ویراستار^۳ کتاب در روان کردن متن بسیار مؤثر بوده است و نباید از زحمات صفحه‌آرا و دوستانی که تنظیم شکل‌ها را برعهده داشتند، غافل ماند.

از مسئولان انتشارات پالگریو^۴ نیز که در زمان آماده‌سازی کتاب صبر و جسارت از خود نشان دادند، سپاسگزاریم. در نهایت قدردان سازمان‌های زیر هستیم که استفاده از مطالب انحصاری خود به ترتیب درباره پایگاه داده‌های «اعمال نفوذ» و «شاخص برداشت ذهنی درباره فساد» را ممکن ساختند:

The Center for Responsive Politics/OpenSecrets.org; and Transparency International.

1. Jan Kees Winters and Max Heywood

2. Paul D. Bush, Bas van Groezen, Gerwwin van der Laan, Tim Legierse, Katrin Muehfeld, Peter van Santen, Erwin van Ssa, Anna van der Schors and Arlid Vatn

3. Keith Povey Editorial Services Limited

4. Jamie Marshall and Neha Sharma of Palgrave

درباره نویسندگان

جان گروینوگن^۱ استاد تمام در «اقتصاد زیرساخت‌ها» در دانشگاه فناوری دلف^۲ است. او به حوزه‌های تحقیقی سازمان‌دهی اقتصادی و روابط بین نهادها و فناوری علاقه‌مند است.

آنتون اسپیتھوون^۳ در دانشکده اقتصاد دانشگاه اوترخت استادیار و عضو گروه اقتصاد نهادگراست. وی به سالخورده‌گی جمعیت و مراقبت‌های درمانی علاقه دارد.

آنت ون دن برگ^۴ در دانشکده اقتصاد دانشگاه اوترخت استادیار و عضو گروه اقتصاد نهادگراست. او بیش از همه حوزه‌ها به مباحث سازمان‌دهی شرکت‌ها - به‌ویژه مشارکت کارگران در این زمینه - می‌پردازد.

-
1. John Groenewegen
 2. Delf
 3. Antoon Spithoven
 4. Annette Van den berg

بخش اول

مقدمه

مقدمه

در نخستین بخش از این کتاب با مفاهیم اصلی اقتصاد نهادگرا آشنا خواهید شد و اینکه مفاهیم مقدماتی را چگونه می‌توان در مصادیق متعددی از زندگی روزمره به کار گرفت تا به این ترتیب مناسبت این بحث‌ها معلوم شود. اگر دانشجوی اقتصاد باشید احتمالاً نخستین دوره‌های درسی شما به مبانی اقتصاد خرد و کلان اختصاص داشته و تا حدی نیز اقتصاد کسب‌وکار را خوانده‌اید. همچنین بدون شک با شیوه‌هایی آشنا شده‌اید که مصرف‌کنندگان با آنها مطلوبیت خود را به حداکثر رسانده، مدیران نیز به حداکثر سود می‌رسند و به شما یاد داده‌اند که بنگاه‌ها چگونه حساب‌های خود را سامان داده، نتایج سالانه را به اطلاع سهام‌داران می‌رسانند.

تقریباً همه این مطالب مقدماتی در دوره‌های آموزش اقتصاد، به اداره کردن کسب‌وکار در **دنیایی نسبتاً آرمانی** مربوط می‌شود. در چنین دنیایی مدیران تلاش می‌کنند که حداکثر سود ممکن را محقق سازند و ماشین‌ها و کارگران را به بهترین شیوه به کار گیرند. در این نمایش آرمانی از نظام اقتصادی، اوضاع مصرف‌کنندگان نیز رو به راه است؛ زیرا به نظر، ایشان به خوبی می‌دانند چگونه باید بهترین کالاها را با ارزان‌ترین قیمت بخرند. در این شیوه نگرش - که مقتضای واقع‌گرایانه زندگی را نادیده می‌گیرد - مردم و دنیای پیرامون آنان موضوعاتی انتزاعی هستند؛ پس می‌توان آنان را با نوع ویژه‌ای از عقلانیت در مدل‌ها وارد کرد به نحوی که گویی ایشان اطلاعات کامل را از قیمت کالاها به دست آورده، دقیقاً در جایگاهی قرار دارند که ساختار بازار برای آنان در نظر گرفته شده است. به این ترتیب اصلاً توجه نمی‌شود که مبادلات چگونه هماهنگ شده و به انجام رساندن آنها چه هزینه‌هایی دارد.

در بخش نخست این کتاب می‌آموزید که **اقتصاد نهادگرا به صراحت به مبادلات نظام**

اقتصادی تأکید کرده، چگونگی هماهنگ شدن این مبادلات را بررسی می‌کند و اینکه هزینه‌های مبادله کاملاً وابسته به این نوع هماهنگی‌هاست و نهادها چگونه می‌توانند در کاهش این هزینه‌ها نقش ایفا کنند. همچنین با مثال‌هایی می‌آموزید که چرا مبادلات هیچ‌گاه بدون هزینه نیستند و این واقعیت به چه شکل موجب ایجاد و تطور نهادهایی شده است که هماهنگی مبادلات را ارزان‌تر می‌کنند. نهادها به‌طور کلی قواعدی هستند که مبادلات را تسهیل می‌کنند. یکی از نکاتی که خواهید یافت از این قرار است که هرچند نهادها مبادلات را تسهیل کرده و باعث افزایش کارایی می‌شوند، اما گاهی در این زمینه به توفیق نمی‌رسند. ممکن است منافع جمعی در یک نظام اقتصادی وجود داشته باشد یعنی مردم در صدد قبضه و سلطه بر نهادها باشند تا منافع خصوصی خود را از دل آنها بیرون بکشند. اقدامات گروه‌های ذی‌نفع گاهی موجب تغییراتی در نهادها می‌شود به شکلی که آن نهادها دیگر به آسان شدن مبادلات منجر نشده، رفاه کل جامعه را بهبود نداده و صرفاً در خدمت منافع گروه‌های ویژه قرار می‌گیرند. همچنین خواهید آموخت که وقتی افراد به رفتارهای فرصت‌طلبانه روی می‌آورند، موفق می‌شوند قواعد نهادی را زیر پا بگذارند که در این صورت شاید نهادها کارایی خود را از دست بدهند.

مردم تلاش می‌کنند با تغییر دادن نهادها راه این فرصت‌طلبی‌ها را ببندند. در بخش اول می‌بینید که نهادها با گذشت زمان تغییر می‌کنند. چنین تغییراتی تا حدی حاصل اقدامات آگاهانه مردم و تا حدی ناشی از فرایندهای غیرآگاهانه خودجوش است. تأثیر نهادها می‌تواند با پیروی داوطلبانه یا با ضمانت اجرای بیرونی حاصل شود. در این کتاب خواهید دید که دنیای نهادها نسبتاً پیچیده است. نظریه‌های اقتصاد نهادگرا - برای ساده کردن این پیچیدگی‌ها - به تجرید از دنیای پیچیده پرداخته، اغلب نهادها را به روش ایستا بررسی می‌کنند. در بخش اول با هر دو نگرش ایستا و پویا با نهادها و همچنین با دو رویکرد کارایی و منافع جمعی برای درک نهادها آشنا می‌شوید. در نهایت از مطالب بخش اول می‌فهمید که مدیران بنگاه‌ها و سیاستگذاران حکومتی چگونه می‌توانند از آموزه‌های اقتصاد نهادگرا برای بهبود عملکرد بنگاه‌ها و کل نظام اقتصادی بهره‌برداری کنند. البته لازم است قبل از سخن گفتن درباره مباحث سیاستگذاری در حوزه مسائل زندگی روزمره، با موضوع اقتصاد نهادگرا آشنا شوید.

فصل اول اقتصاد نهادگرا درباره چیست؟

مقدمه: دنیای مبادلات

نهادها، به تعبیری ساده، قواعدی برای آسان کردن مبادلات هستند. حال باید دید مبادلات چیستند و چرا قواعد ویژه‌ای برای تسهیل آنها لازم است؟ مردم در گوشه و کنار جهان با تبادل اقلامی از قبیل کالاها، پول، اطلاعات و خدمات به کسب و کار می‌پردازند. به عبارتی انسان‌ها باهم به توافق رسیده و مبادلات را هماهنگ می‌کنند. ایشان ممکن است خویش‌فرما باشند یعنی محصولات را خود تولید کنند و به فروش برسانند؛ ممکن است دیگران را استخدام کنند یا احتمال دارد که در ازای دریافت دستمزد برای شخص دیگری کار کنند. امکان دارد ایشان به هر دلیل قادر به کار کردن نباشند و به خانواده، جامعه محلی یا دولت متکی باشند. تولید محصول و کسب درآمد مردم را به مبادله کالاها و خدمات قادر می‌کند.

اگر مردم می‌توانستند کل مایحتاجشان را تولید کنند، این مبادلات اصلاً ضرورت نداشت، اما چنین کاری تقریباً محال است. مدت‌های مدیدی است که می‌دانیم تخصصی شدن می‌تواند بهره‌وری کل را زیاد و به این ترتیب رشد اقتصادی هر جامعه را بیشتر کند. اگر هرکس صرفاً به تولید یک یا چند قلم [از کالاها یا خدمات] بپردازد، آن فعالیت با کارایی بیشتر انجام می‌شود؛ مثلاً افزایش تجربه کارگران در نهایت سرعت و مقدار تولید را افزایش می‌دهد.

البته تخصصی شدن فقط در صورت مبادله تولید مازاد مردم امکان‌پذیر است. به این ترتیب هم‌زمان با تخصصی شدن، مکان‌هایی به نام «بازار» برای مبادله شکل گرفت. با گذشت زمان و پیشرفت فناوری - که امکانات حمل‌ونقل و مخابرات را گسترش داد - شبکه بازارها و بنگاه‌ها به طرز عجیبی گسترش یافت و در نتیجه اکنون روش‌های بی‌شماری برای مبادله محصولات وجود دارد. برای مثال این روش‌ها، مغازه‌های کوچک و بانک‌های محلی تا مراکز فروش گول‌آسا و بانکداری الکترونیک برای مصرف‌کنندگان؛ از طرح‌های

سرمایه‌گذاری محلی تا بورس‌های بین‌المللی سهام برای سرمایه‌گذاران و از عرضه‌کنندگان محلی تا مزایده‌های هنگفت برای تجار را دربرمی‌گیرد. ممکن است مبادله بین اشخاص و سازمان‌ها انجام گیرد، ولی اغلب شامل حکومت‌های ملی (بین‌المللی) نیز می‌شود که می‌توانند در هر دو نقش تولیدکننده و مصرف‌کننده کالاها عمل کنند. ما از اصطلاح عامل^۱ برای وصف هر تصمیم‌گیرنده در یک فعالیت اقتصادی (تولید، توزیع و مصرف) استفاده می‌کنیم؛ خواه او یک فرد، گروهی از افراد، یک سازمان، یک بنگاه یا یک حکومت باشد.

انسان‌ها در بخش اعظم تاریخ در مقیاس محلی تجارت می‌کردند، ولی کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل و ارتباطات در خلال قرن‌های متمادی به معنای آن بود که دنیا به تدریج «کوچک‌تر» شده است، به طوری که اکنون مردم می‌توانند کالاهایشان را در سراسر دنیا معامله کنند. ما معمولاً کالاها و خدماتی را خریداری می‌کنیم، بدون اینکه فروشنده را شخصاً بشناسیم و بدون اینکه قبل از خرید بتوانیم کیفیت واقعی کالاها را دقیقاً تعیین کنیم. ما به استقراض یا قرض دادن می‌پردازیم بدون اینکه بتوانیم به قابلیت اطمینان گروه یا گروه‌های مقابل پی ببریم. به تعبیری، امروزه مبادلات در دنیایی رخ می‌دهند که اطلاعات نامتقارن، مهم‌ترین ویژگی آن به‌شمار می‌رود.

موضوع آن است که مبادله‌ها در چه شرایطی بدون دردسر انجام می‌شوند و چگونه می‌توان توفیق و شکست آنها را تعیین کرد؟ خواهیم دید که گاهی عوامل مختلف در بازار از مبادله منتفع می‌شوند ولی به دلیل بی‌اعتمادی زیاد به یکدیگر یا ناتوانی در کاهش عدم اطمینان به اندازه کافی، به توافق نمی‌رسند. در این کتاب شرح خواهیم داد که در برخی موارد سازمان‌های خصوصی (یک بنگاه یا یک سرمایه‌گذاری مشترک) و در موارد دیگر سازمان‌های عمومی (مانند یک وزارتخانه یا یک قانونگذار) به تسهیل مبادلات قادرند.

در اینجا بهتر است لغت محصول^۲ را به‌عنوان واژه کلی برای هر مورد مبادله‌پذیر - اعم از کالاها، خدمات، منابع، سرمایه، نیروی کار، دارایی‌ها، پول یا حقوق مالکیت (معنوی) - تعریف کنیم. تعداد بی‌شماری محصول با هدف فروش در بازار تولید

1. Actor
2. Product

می‌شوند. آغاز تولید معمولاً مستلزم سرمایه‌گذاری است. اگر مردم از سرمایه کافی برای سرمایه‌گذاری برخوردار نباشند، باید دیگران را متقاعد به سودآور بودن سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارشان کنند. سرمایه ممکن است گاهی صرفاً براساس اعتماد و البته اغلب براساس برنامه‌ای موجه برای کسب‌وکار فراهم آید تا کسب‌وکاری مشترک شروع شود. امکان دارد افراد پس‌اندازهای خود را در کاری مشترک وارد کنند و به سهام‌دار تبدیل شوند یا با دادن وام، پول خود را در آن طرح به‌کار اندازند. وقتی طرحی راه افتاد باید مشتریان بالقوه را متقاعد به مفید بودن خرید محصولات آن طرح کرد.

چند ترفند حفاظتی (تضمین‌های اطمینان‌بخش)^۱ برای ارتقای اعتماد بستانکاران و مشتریان (در آینده) وجود دارد. از یک‌منظر اعتباردهندگان^۲ (بستانکاران) باید با دلیل قانع شوند که به اصل سرمایه خود و نیز سود آن دست خواهند یافت. از منظر دیگر مشتریان باید با دلیل مطمئن شوند که با استقراض پول، فایده‌ای نصیب آنها می‌شود. **تضمین‌های اطمینان‌بخش ممکن است عمومی یا خصوصی باشند.** تضمین‌های اطمینان‌بخش خصوصی شامل **وثیقه**، ترس از **جریمه‌ها یا نرخ‌های بهره** بیشتر در صورت افزایش احتمال قصور از سوی بدهکار است. تمهیداتی مانند **ضمانت**^۳ و **ضمانت تعویض**^۴ موجب اعتمادسازی در مصرف‌کننده می‌شود. روش کاملاً متفاوت دیگر برای تحریک صاحبان کسب‌وکار به رعایت صداقت، وجود **انجمن‌های بسیار اثرگذار مصرف‌کنندگان** است که عموم مردم را از کسب‌وکارهای سالم و ناسالم آگاه می‌کنند. تضمین‌های اطمینان‌بخش عمومی مشتمل بر **مقررات حکومتی** - از قبیل حقوق قراردادها - است که در صورت بروز اختلاف بین یک شرکت و مشتریان آن، به‌مثابه پشتوانه حقوقی عمل می‌کند. مثلاً امکان دارد مشتری از کیفیت محصولات دریافت شده ناراضی باشد و برای تصمیم‌گیری درباره موضوع به یک دادگاه مراجعه کند.

مبادلات اغلب به‌رغم تضمین‌های اطمینان‌بخش به دردر ختم می‌شوند و مناقشه برمی‌انگیزند. گاهی طرف‌های خصوصی می‌توانند اختلافات را حل‌وفصل کنند، ولی در بسیاری از موارد یک مقام مسئول عمومی باید اختلاف را رفع کند. این رویدادها ممکن

1. Safeguard
2. Creditor
3. Guarantee
4. Warrantee

است به طراحی تضمین‌های اطمینان‌بخش جدید منجر شود. گاهی نیز هیچ راه‌حلی یافت نمی‌شود و مبادله در نهایت به شکست می‌انجامد.

امکان دارد پیچیدگی‌های مختلفی در مبادله راه پیدا کند. مردم گاهی به این دلیل به توافق نمی‌رسند که بعداً بتوانند از آن کار شانه خالی کنند. آنها ممکن است از اینکه اقداماتشان توسط دیگران مشاهده نمی‌شود نفع ببرند. کارمندان گاهی - اگر بتوانند - کمتر از آنچه که مقرر است کار می‌کنند. مغازه‌داران اگر بدانند که مشتریان تنها پس از خرید کالا به کیفیت آن پی می‌برند، ممکن است کالای نامرغوب را با سود گزاف بفروشند. این کار در مورد ابزار فنی جدیدی مصداق دارد که مشتریان هیچ‌گونه آشنایی با آن ندارند یا شامل حال خودروی دست دومی می‌شود که شاید به‌ظاهر بی‌نقص به نظر می‌آید، ولی معایب آن فقط پس از رانندگی معلوم می‌شود. همچنین گاهی مدیرانی که پول مردم در دست آنان است آن را - همانند آنچه در مورد مدیر سابق نزدیک^۱، برنارد مدوف^۲، رخ داد - با شتاب‌زدگی یا برای منافع خود صرف می‌کنند. وی یک طرح سرمایه‌گذاری با سودآوری تضمین شده و زیاد پیشنهاد کرد، ولی سودهای آن طرح از جیب سرمایه‌گذاران جدید و نه با فعالیت‌های مولد تأمین می‌شد، به طوری که آن مجموعه در نهایت نتوانست پایدار بماند و مشتریان در مجموع بیش از ۵۰ میلیارد دلار ضرر کردند. این‌گونه فریب‌کاری به طرح پونزی^۳ نیز معروف است که به نام چارلز پونزی^۴ - کسی که اولین بار آن را به کار برد - اشاره می‌کند.

علاوه بر این برخی افراد از وابستگی دیگران به ایشان منفعت کسب می‌کنند مثلاً عرضه‌کننده انحصاری یک محصول ضروری شاید بتواند قیمت آن را به دلیل فقدان رقابت افزایش دهد. همچنین احتمال دارد یکی از معدود کارفرمایان در یک منطقه بتواند کارکنان خود را به دریافت مزایای شغلی کمتر وادار کند. گاهی نیز اشخاصی از یک گروه ذی‌نفع مقتدر می‌توانند با اعمال نفوذ در حکومت، قوانین را به نفع خود و به ضرر اکثریت دستکاری یا تدوین کنند.

در ادامه به برخی مثال‌های جالب و واقعی در خصوص مبادلات در گوشه و کنار جهان می‌پردازیم و اقدامات مردم را در رفع این مشکلات از طریق ایجاد نهادها بررسی می‌کنیم.

-
1. Nasdaq
 2. Bernard Madoff
 3. Ponzi Scheme
 4. Charles Ponzi

۱-۱ هماهنگ‌سازی مبادلات در دنیای پیچیده

قبلاً پرسیدیم در چه شرایطی مبادلات به‌سهولت یا به‌سختی برقرار می‌شوند و چگونه می‌توان این وضعیت را تبیین کرد. این بحث به هماهنگی مبادلات مربوط است: مبادلات بین عوامل چگونه رخ می‌دهد؟ به‌رغم آنکه محصولات را در جامعه‌ای پیشرفته مبادله می‌کنیم که خصیصه آن پیچیدگی است، چند راه برای حصول اطمینان از عمل کردن تمامی طرف‌های قرارداد به تعهدات خود و ارائه خدمت طبق توافق‌های انجام شده وجود دارد. این مبادلات اغلب برای هر دو طرف مفید است چراکه هر دو طرف واقفاند که به نفع طرف مقابل است به وظیفه خود در معامله عمل کند و اگر چنین نکند، قواعد و سازوکارهای نوشته و نانوشته‌ای برای جانب‌داری از طرف آسیب‌دیده وجود دارد که رعایت [تعهدات] را تضمین می‌کند. این قواعد را نهادها می‌نامیم. **نهادها را** می‌توان در این وهله به شکل تقریبی به‌مثابه قواعد و ضمانت‌های اجرایی^۱ همراه با آنها **توصیف کرد که معاملات را کم‌خطرتر و پیش‌بینی‌پذیرتر کرده است.** بنابراین نهادها برای فراهم کردن تضمین‌های اطمینان‌بخش ویژه - قبل از ورود به یک مبادله - به‌وجود می‌آیند. از این‌روست که مبادلات می‌توانند بدون دردسر به پیش بروند.

مثال‌های زیر نشان می‌دهند می‌توان مجموعه شرایط مختلفی را از هم تمییز داد که مبادلات در این شرایط، در نظر اول، قطعاً بدون دردسر نخواهند بود و موجب شکل‌گیری نهادها می‌شوند. ابتدا با ارائه توصیف‌ها و بدون تفسیر تفصیلی کار را شروع می‌کنیم. پس از این مرور کلی، سعی داریم مشکلات هماهنگی را با کمک اقتصاد نهادگرا تفسیر کنیم. همچنین باید آماده شویم که تعریفی دقیق‌تر از نهادها ارائه دهیم.

۱-۱-۱ مبادلات دردسرساز در زندگی واقعی

۱-۱-۱-۱ انرون و پارمالات^۲

در اکثر کشورهای در حال توسعه بحث‌های دامنه‌داری درباره حکمرانی (سازمان‌دهی)^۳ شرکتی برقرار است. ظاهر این بحث‌ها به روش اداره بنگاه‌ها - نه فقط برای منافع

1. Sanctions
2. Enron and Parmalat
3. Corporate Governance

سهام‌داران، بلکه برای منافع همه ذی‌نفعان دیگر از قبیل کارمندان، تأمین‌کنندگان [نهادها و ...]، بانک‌ها و مردمی که در مجاورت بنگاه زندگی می‌کنند - مربوط است. این بحث‌ها به دلیل چند رسوایی بزرگ در کسب‌وکارها در اوایل قرن بیست‌ویکم نظرها را به خود جلب کرد. از این میان می‌توان به جنجال انرون در ایالات متحده و افتضاح حسابداری پارملات در ایتالیا، اشاره کرد که زیانزد شدند.

ارائه اطلاعات غلط درباره سودآوری آن مجموعه‌ها به عموم ازسوی برخی مدیران ارشد فصل مشترک این رسوایی‌هاست. آنان با ایجاد این باور که سرمایه‌گذاری در این بنگاه‌ها سودهای گزافی به همراه دارد آنها را به این امر متقاعد می‌کنند. معلوم نیست مدیران ارشد تا چه حد حساب‌برسان بیرونی را - که مسئول نظارت بودند - گمراه کردند تا حساب‌های مطمئنی درباره سود سالانه آن بنگاه‌ها منتشر کنند یا اینکه آیا مدیران و حساب‌برسان باهم همدست بوده‌اند یا نه. اما نکته اصلی این بود که وقتی کلاهبرداری عیان شد، افت شدید قیمت سهام این بنگاه‌ها را به دنبال داشت و نه تنها به سهام‌داران بلکه به کارکنان و عرضه‌کنندگان آن بنگاه‌ها نیز خسارت جدی وارد کرد. انرون و حساب‌برسان آن ورشکسته شدند و بسیاری از مردم شغل خود را از دست دادند. پارملات نیز به دلیل بدهی‌های هنگفت پرونده ورشکستگی باز کرد، ولی با تلاش‌های کارکنان خود، اتحادیه‌های کارگری و حکومت مرکزی نجات یافت. به‌رغم بهبود بعدی در اوضاع پارملات، برخی اعتباردهندگان و بسیاری از صاحبان پس‌اندازهای کوچک، پول هنگفتی از دست دادند. به دلیل این افتضاحات و موارد مشابه آنها، قوانین عمومی در مورد حکمرانی شرکتی در سراسر دنیا سخت‌گیرانه‌تر شد تا اعتماد سرمایه‌گذاران دوباره برقرار شود.

۲-۱-۱-۱ بحران مالی

یکی از مصادیق انگشت‌نما در مورد شکست حکمرانی شرکتی همان بحران مالی جهانی است که در سال ۲۰۰۸ بروز کرد. در ایالات متحده وام‌های رهنی بزرگی را به مردم فروختند که به دلیل فقدان درآمد یا دارایی هیچ‌گاه قادر به بازپرداخت وام نبودند و خانه‌هایی هم که خریداری شد، به اندازه فک رهن وام‌ها ارزش نداشت. این وام‌های مسکن با سایر وام‌ها گره‌خورده و مبنایی (وثیقه) برای سایر انواع محصولات مالی شد؛

به نحوی که قیمت واقعی محصولات کاملاً مبهم بود. این بسته‌های مالی در سراسر جهان به قیمتی بسیار بیش از آنچه که در تضمین مخاطره آنها منظور شده بود، به بانک‌ها و سرمایه‌گذاران خصوصی فروخته شد.

دارایی‌های بانکی به دلیل ارزیابی نادرست مخاطره‌ها، بیش از حد قیمت‌گذاری شدند. به این ترتیب با معلوم شدن موضوع، نسبت بین بدهی‌ها و دارایی‌ها خراب‌تر شد. چون هیچ‌کس - حتی خود بانک‌ها - از گستردگی مشکل قیمت‌گذاری آگاهی نداشت، بانک‌ها قادر به تخمین ارزش واقعی دارایی‌های خود نبودند و این وضعیت به افزایش بی‌اعتمادی عمومی منجر شد. این نگرانی به وجود آمد که اگر مردم به بانک‌ها اعتماد نکنند، پس‌اندازها و سرمایه‌گذاری‌های خود را پس می‌گیرند و به این ترتیب چون بانک‌ها از لحاظ مالی - از طریق بده‌بستان‌های بین بانکی - به هم وابسته‌اند، یکی پس از دیگری سقوط خواهند کرد. وام دادن بانک‌ها به یکدیگر تقریباً متوقف شد. برخی بانک‌ها عملاً ورشکسته شدند، برخی دیگر توسط حکومت - و در واقع از جیب مالیات‌دهندگان - نجات یافتند. این بحران مالی به دلیل کاهش وام‌دهی و کاهش اعتماد عمومی بر نظام اقتصادی تأثیر نامطلوبی بر سرمایه‌گذاری و مصرف گذاشت و در نهایت کاهش رشد و حتی رکود و افزایش بیکاری را به دنبال داشت.

کارشناسان ناظر معتقدند معاملات ناسالم - که مبنای بحران بود - به دلیل نظام‌های پرداخت انگیزشی^۱ یا نظام‌های پرداخت براساس عملکرد^۲ در کل بخش تجاری رخ داد. ظاهر قضیه را این‌گونه می‌توان توضیح داد: نظام‌های پرداخت انگیزشی یا براساس عملکرد، در ابتدا به عنوان روشی برای همسو کردن منافع مدیران با مالکان به کار رفتند (فصل ششم را مطالعه کنید). دستیابی به اهداف مشخص هم به دلیل افزایش ارزش سهام و ارزش سهم سود به نفع سهام‌داران بود و هم به دلیل افزایش دستمزدها به نفع مدیران. اما این نظام‌ها در نهایت بسیاری از مدیران را وسوسه کرد که در ایجاد محصولات مالی به خطرهای بزرگ روی بیاورند (خطرهایی که عملاً هیچ‌کس آنها را نمی‌شناخت). در بخش چهارم می‌توانید با روش‌هایی که حکومت‌ها برای رفع این مشکلات به کار گرفته‌اند، آشنا شوید.

-
1. Incentive Pay Systems
 2. Performance-based Pay Systems

۳-۱-۱ ناظران و تحریم‌ها

حتماً ضروری نیست کسب‌وکارهایی که معاملات صادقانه انجام نمی‌دهند، با سازوکارهای عمومی و تحت ضمانت اجرای حقوقی اصلاح شوند. گاهی ممکن است اگر اطلاعات مربوط به یک شرکت آشکار باشد، مداخله خصوصی به‌خوبی عمل کند. بسیاری از شرکت‌های چندملیتی دائماً تحت نظارت برخی گروه‌های ویژه ذی‌نفع و رسانه‌ها (ناظران)^۱ هستند که در صورت نقض هنجارهای اخلاقی یا حقوقی، به مردم اطلاع‌رسانی می‌کنند. مثال‌های بارز این وضعیت شامل ناظرانی است که بهره‌برداری بنگاه‌ها از کار کودکان را در کشورهای در حال توسعه - عمدتاً در آفریقا و آسیا - آشکار کردند و یا به معرفی بنگاه‌هایی پرداختند که در سرکوب شهروندان با حکومت‌های خودکامه همکاری می‌کردند. مردم حالا در سراسر دنیا به‌دلیل پیشرفت‌های سریع - به‌خصوص در حوزه اینترنت - می‌توانند خیلی آسان‌تر با سوءاستفاده‌های شرکت‌های بزرگ آشنا شوند. به این دلیل گروه‌های فعال در این زمینه می‌توانند برنامه‌های تحریم توسط مصرف‌کننده را راه بیندازند و امیدوار باشند که با اثرگذاری بر درآمدهای صاحبان کسب‌وکارهای مخالف هنجارهای اخلاقی بتوانند ایشان را به تغییر راهبردهایشان وادار کنند. تحریم‌ها علیه بنگاه‌هایی همچون پپسی‌کو، هاینکن و خطوط هوایی اتریش^۲ صورت گرفت، زیرا آن بنگاه‌ها با حکومت نظامی برمه (میانمار) معامله می‌کردند. این تحریم‌ها بسیار مؤثر واقع شد و بنگاه‌های مذکور بلافاصله آن کشور را ترک کردند. در سایر موارد هم بنگاه‌ها پس از مورد هدف واقع شدن برای تحریم، استفاده از کار کودکان (مثلاً در صنایع پوشاک ورزشی) را کنار گذاشتند یا شرایط شغلی را در کل بهتر کردند (مثلاً بنگاه‌های صنعت غذاهای آماده، به مبارزه‌ای که برای «غذای سالم» تبلیغ می‌کرد، واکنش نشان دادند).

۴-۱-۱ مایکروسافت

مثال‌ها تا به اینجا معطوف به شرایط اطلاعات ناقص بود که در آن مشتریان در ابتدا از نابسامانی‌های اجتماعی بی‌خبرند و یا نمی‌دانند کدام بنگاه‌ها به‌عمد درصددند اذهان

1. Watchdogs

2. PepsiCo, Heineken and Austrian Airlines

عمومی را گمراه کنند. البته ممکن است سازمان‌ها یا حتی افرادی آشکارا به سرمایه‌گذاران و مصرف‌کنندگان لطمه بزنند و دلیل آن نیز صرفاً قدرت کافی ایشان برای این کار باشد. تا وقتی یک گروه از سلطه بر یک محصول یا منبع پرطرفدار برخوردار است - که جانشین‌های اندک یا هیچ برای آن موجود است - آن گروه از توانایی افزایش قیمت محصول برخوردار خواهد بود. یکی از مصادیق بارز این وضعیت، شرکت مایکروسافت است که به لطف سیستم عامل ویندوز برای رایانه‌های شخصی، در بازار پیشتاز شده است. مایکروسافت ظاهراً به دلیل این برتری توانسته تلاش تولیدکنندگان دیگر در رقابت‌های نرم‌افزاری و ورود موفق به بازار را سد کند.

دو مورد از همه چشمگیرتر است: مایکروسافت در آخرین دهه قرن بیستم، به رایگان جست‌وجوگر اینترنت اکسپلورر^۱ را در ویندوز گنجانده و سازندگان رایانه را به نصب ویندوز - از جمله این جست‌وجوگر - وادار کرد. این کار به شدت فروش جست‌وجوگر رقیب یعنی نتاسکیپ^۲ را کاهش داد و به یک محاکمه ضدتراستی طولانی مدت در ایالات متحده منجر شد. در نهایت طبق توافق، مایکروسافت مجبور شد توافق‌نامه‌های خدمات‌رسان^۳ خود را در اختیار عموم قرار دهد به نحوی که رقبا بتوانند نرم‌افزارهای سازگار با آن بسازند. در دادگاه دوم در سال ۲۰۰۷ کمیسیون اروپایی، مایکروسافت را محکوم کرد که به شکل‌های مختلف از قدرت خود در بازار سوءاستفاده کرده است. آن شرکت در کنار سایر اتهامات، به جرمی شبیه به مورد نتاسکیپ نیز محکوم شد زیرا برنامه مدیاپلیر^۴ را درون بسته ویندوز قرار داده، بازهم عملاً سایر عرضه‌کنندگان را از رقابت مؤثر بازداشته بود. مایکروسافت همچنین به مخفی نگاه داشتن برخی اطلاعات ضروری برای تهیه مجموعه‌های خدمات‌رسان گروهی سازگار با ویندوز (قابل کاربرد تعاملی) از رقبای خود محکوم شد. یکی از این اطلاعات، مجموعه سان^۵ بود.

-
1. Internet Explorer
 2. Netscape
 3. Server
 4. Media Player
 5. Sun

۵-۱-۱-۱ گزپروم

نه تنها بنگاه‌ها بلکه دولت‌های ملی نیز اگر به منافع مهمی مانند نفت یا گاز دسترسی داشته باشند، می‌توانند جایگاه مسلطی را در بازار به‌دست آورند. این موضوع از سال ۲۰۰۴ به‌خوبی در مناقشات مربوط به گاز در اروپا بارز است که توسط شرکت دولتی گزپروم^۱ روسیه به‌وجود آمد. این شرکت گاز طبیعی را با لوله به کشورهای اروپای غربی و شرقی می‌فرستد که منبعی برای جانشین کردن گاز ندارند. گزپروم از سال ۲۰۰۴ به‌تدریج بهای بیشتری برای گاز ارسال شده به جمهوری‌های سابق شوروی - که به گاز ارزان عادت داشتند - درخواست کرد. آن کشورها پس از استقلال با افزایش قیمت گاز به‌اندازه دوبرابر یا بیشتر روبه‌رو شدند که به اعتراض‌های فراوان انجامید. کشورهایی مانند اوکراین و بلاروس در آغاز از پذیرش قیمت‌ها امتناع کردند و برای جلوگیری از افزایش قیمت به مذاکره پرداختند. آنان ادعا کردند که گزپروم برای تغییر یک‌جانبه قیمت‌های قراردادهای از حق قانونی برخوردار نیست و این کار ممکن است توان رقابتی آن شرکت را به خطر بیاندازد. اما گزپروم نیز پا پس نگذاشت و تهدید کرد که صدور گاز به این کشورها را قطع خواهد کرد. این کار عملاً برای بلاروس در اوایل سال ۲۰۰۴ و برای اوکراین در اوایل سال ۲۰۰۶ انجام شد. بلافاصله پس از قطع گاز مذاکرات آغاز شد و هر دو طرف تا حدی مصالحه کردند، ولی گزپروم بیشتر منتفع شد. در اوایل سال ۲۰۰۹ همین واقعه تکرار شد و به کشورهای اروپایی - به‌ویژه بلغارستان به‌سختی - خسارت وارد کرد.

این مناقشات وابستگی شدید اتحادیه اروپا به گاز روسیه را ثابت کرد. البته روسیه نیز به‌شدت به پرداخت بهای گاز توسط اروپایی‌ها وابسته است. این وابستگی متقابل به معنای آن است که هیچ‌یک از دو طرف نمی‌توانند مدت طولانی از موقعیت خود سوءاستفاده کنند، زیرا چنین کاری در نهایت اثر معکوس برای اقدام‌کننده به دنبال خواهد داشت. اگر یکی از طرفین، حسن شهرت خود را به‌عنوان یک شریک مطمئن تجاری به خطر بیاندازد، طرف دیگر به دنبال جانشین خواهد گشت و این رویدادها عملاً اروپایی‌ها را به جست‌وجوی انرژی‌های جانشین واداشته است.

۶-۱-۱-۱ حمایت‌گرایی

رفتارهای حمایت‌گرایانه دولت‌های ملی نیز ممکن است جلو مبادلات را بگیرد. در حال حاضر ۱۴۰ کشور - از جمله ایالات متحده، چین و همه اعضای اتحادیه اروپایی - در سازمان تجارت جهانی^۱ عضو هستند. این سازمان از تجارت آزاد در سراسر دنیا حمایت می‌کند. همه دولت‌های عضو سازمان تجارت جهانی مجموعه‌ای از قواعد چندجانبه را که مبنای تجارت بین‌المللی است امضا کرده‌اند که آنها را به رفتاری برابر با همه طرف‌های تجاری - مطابق با اصول غیرتبعیض‌آمیز - مکلف می‌کند. همچنین اعضای سازمان تجارت جهانی خود را به کاهش تعرفه‌های وارداتی و یارانه‌های غیرمنصفانه متعهد دانسته‌اند. هدف از این تمهیدات، حصول اطمینان از برقراری تجارت در همه نقاط است که در نهایت به نفع همه طرف‌های درگیر تمام می‌شود.

برخی طرف‌داران تجارت آزاد مانند ایالات متحده و اتحادیه اروپایی، به‌رغم عضویت در سازمان تجارت جهانی اخیراً اقدامات حمایت‌گرایانه‌ای را در پیش گرفته‌اند. این رویه دلایل متعددی داشته که مهم‌ترین آنها خطر رو به رشد کشورهای به‌اصطلاح «کم‌دستمزد» - و مهم‌تر از همه کشورهای آسیایی مانند چین و هندوستان - بوده است که رقابت‌مندی بخش‌های صنعتی در اروپا و آمریکا و در نتیجه اشتغال داخلی آن مناطق را به خطر انداخته‌اند. گروه‌های ذی‌نفع - از قبیل صنایع ملی و اتحادیه‌های تجاری - اتحادیه اروپایی و حکومت ایالات متحده را به اجرای اقدامات حمایت‌گرایانه (مثلاً با محدود کردن واردات چینی از قبیل منسوجات، مواد شیمیایی و فولاد) ترغیب کرده‌اند. با این حال منافع ذی‌نفعان حمایت‌گرایی معمولاً به‌اندازه زیان‌های آسیب‌دیدگان از این اقدام نیست زیرا مصرف‌کنندگان آمریکایی و اروپایی به‌دلیل محدودیت‌ها - نسبت به وضعیت تجارت آزاد - بهای بیشتری بابت این محصولات می‌پردازند. همچنین تولیدکنندگان و کارگران در کشورهای کم‌دستمزد با تجارت آزاد درآمد بیشتری کسب می‌کنند و افزایش قدرت خرید خود را برای خرید کالاها از ایالات متحده و اتحادیه اروپایی صرف می‌کنند.

بسیاری از ناظران مطمئن نیستند که سازمان تجارت جهانی در عمل قادر است اعضای خود را به رعایت قواعدی وادارد که با نظر مشترک اعضا تدوین شده است.

1. World Trade Organization (WTO)

۷-۱-۱-۱ گرم شدن جهانی

مبادلات گاهی عوارضی جانبی به بار می‌آورند که احتمالاً برای طرف‌های سوم - آنهایی که اصلاً در این مبادلات شرکت نکرده‌اند - مضر است. یکی از مهم‌ترین مثال‌های این آثار جانبی در دنیای امروز، انتشار دی‌اکسیدکربن کارخانه‌ها، خودروها و هواپیماها در جو است. این گاز موجب حبس گرمای خورشید در جو می‌شود. اندکی دی‌اکسیدکربن بسیار مفید است و بدون آن حیات ممکن نیست ولی طبق شواهد قاطع، انتشار اضافی این گاز - به گفته هیئت بین‌حکومتی ملل متحد درباره تغییرات آب‌وهوایی^۱ - موجب گرم شدن بیش از حد زمین می‌شود. دمای متوسط کره زمین در قرن گذشته ۰/۷۵ درجه سانتی‌گراد زیاد شده است و احتمالاً زیادتر هم خواهد شد. این افزایش دما قبلاً نیز مشکلاتی، همچون آب شدن توده یخ‌های قطبی را پدید آورده است. با آب شدن این یخ‌ها سطح آب اقیانوس‌ها بالا آمده، موجب بروز سیل در بسیاری از مناطق جهان شده و احتمالاً تغییرات فراگیری در آب‌وهوا به وجود می‌آورد.

اما چرا مبارزه با گرم شدن زمین این قدر سخت است؟ نکته اصلی آن است که دی‌اکسیدکربن محصول جانبی فعالیت‌های اقتصادی است یعنی کشورها بدون دستیابی به پیشرفت‌های فناورانه باید برای کاهش انتشار دی‌اکسیدکربن، فعالیت‌های اقتصادی خود را کم کنند. تقریباً هیچ کشوری نیست که بخواهد به‌طور یک‌جانبه به این کار اقدام کند، رشد خود را به بهای منتفع شدن دیگران از این کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای فدا کند. کاهش انتشار این گازها مستلزم اقدام هماهنگ جهانی و - آن‌طور که در همایش گرم شدن زمین در بالی^۲ هندوستان در سال ۲۰۰۷ معلوم شد - کار سختی است. در آن اجلاس بازیگران اصلی انتشار گازها اظهار کردند قبل از اقدام جدی ایشان باید دیگران دست به کار شوند!

۸-۱-۱-۱ طوفان کاترینا^۳

این مثال‌ها نشان می‌دهد وقتی گروه بزرگی از مردم هدفی مشترک دارند، بعضی از اعضای

1. The United Nation's Intergovernmental Panel on Climate Change

2. Bali

3. Hurricane Katerina

گروه سعی می‌کنند قسمتی از بار تلاش خود را برعهده اعضای دیگر بیندازند. این کار موجب کوتاهی و رسیدن به وضعیتی می‌شود که اصلاً مبادله مطلوبی رخ نمی‌دهد یا حداقل به مقدار کافی محقق نمی‌شود. پیامدهای تلخ چنین اوضاعی را می‌توان با یک مثال آشکار درباره شکست در مهار سیلاب توضیح داد. در اواخر آگوست ۲۰۰۵ شهر نیواورلئان^۱ با طوفان کاترینا درهم شکسته شد. آن طوفان مهیب و جریان یافتن موج‌های دریا به خشکی رخنه‌های متعددی در سدهای کوچک محلی (معروف به لیویز^۲) به وجود آورد، آب قسمت اعظم شهر را فراگرفت و هزاران نفر را مجروح و صدها هزار نفر را بی‌خانمان کرد. فرایند بازسازی بسیار پرهزینه بود هنوز هم ادامه دارد و سال‌ها به طول خواهد انجامید.

اندکی پس از این مصیبت، بسیاری از ناظران آن را با فاجعه سیل هلند در سال ۱۹۵۳ مقایسه کردند. در آنجا هم سدهای کوچک در برابر طوفان مهیب درهم شکستند و علاوه بر وارد شدن خسارت به ناحیه‌ای وسیع، ۱۸۰۰ نفر جان خود را از دست دادند. حکومت هلند بلافاصله پس از آن واقعه طرح‌هایی برای حفاظت از آن سرزمین کم‌ارتفاع در برابر سیل‌های جدید به اجرا درآورد. با اتکا به منابع عمومی، آنچه که اصطلاحاً تأسیسات دلتا^۳ نامیده می‌شود ساخته شد. رشته‌ای از سدها و موانع که توان مقاومت در برابر بزرگ‌ترین طوفان‌ها را داشته باشند. در نیواورلئان از قبل معلوم بود که سدهای محلی به اندازه کافی مستحکم نیستند، ولی به‌رغم اخطارهای متعدد، کاری برای تقویت آنها انجام نشد. این کوتاهی عمدتاً به دلیل ناتوانی در تأمین منابع کافی برای اجرای این طرح هنگفت بود. ساکنان عمدتاً فقیر این ناحیه نمی‌توانند از جیب خود هزینه‌های این کار را تقبل کنند. علاوه بر این آنان می‌دانند که کنگره ملی یک بودجه عمرانی بزرگ را - به‌ویژه برای حمایت از طرح‌های پرهزینه‌ای شبیه به این - تصویب کرده است. این دو دلیل معلوم می‌کند که چرا چند سال قبل از فاجعه، مردم محلی از طرح افزایش مالیات‌ها برای تأمین مالی بهسازی سدها حمایت نکردند.

در اوایل سال ۲۰۰۸ - پس از چند سال مشاجره درباره آنکه چه کسی و چه چیزی مسبب این بلا بوده است - یکی از قضات فدرال رأی خود را اعلام کرد. او دریافت که

1. New Orleans
2. Levees
3. Delta Works

شرکت مهندسان ارتش ایالات متحده - مؤسسه‌ای که در سال ۱۹۶۵ به دلیل یک سیل تأسیس شده بود - در فراهم کردن تمهیدات کافی علیه سیل برای شهروندان نیواورلئان کوتاهی کرده است. کوتاهی بزرگ آن بود که در مرتبه فدرال، منابع هنگفتی برای طرح‌های ملی آب در نظر گرفته شده بود، ولی آن پول‌ها در نهایت بر مبنای قدرت سیاسی و اعمال نفوذها - و نه بر اساس اولویت‌های اضطراری - تخصیص یافته بود. حال مثال‌های خود درباره مبادلات در دسرساز در دنیای واقع را تمام می‌کنیم. در ادامه نشان می‌دهیم که رویکرد اقتصاد نهادگرا به تبیین روش‌های مختلفی می‌پردازد که مبادلات از آن طریق رخ می‌دهند.

۱-۲ اقتصاد نهادگرا

اقتصاد نهادگرا به تبیین روش‌های مختلفی مشغول است که افراد با آنها مبادله می‌کنند؛ به عبارتی اقتصاد نهادگرا به بررسی این موضوع می‌پردازد که مردم مبادلات خود را چگونه هماهنگ می‌کنند. نهادها هماهنگ‌سازی مبادلات را به آسانی و با هزینه اندک ممکن می‌کنند. اما نهادها فقط به افزایش کارایی مربوط نیستند و علاوه بر این به تفویض حقوق و تکالیفی می‌پردازند که معلوم می‌کند چه کسانی منتفع و چه کسانی هزینه‌ها را متقبل می‌شوند. اقتصاد نهادگرا همانند هر رشته علمی دیگر با چند فرض آغاز شده و تعاریف مشخصی را به کار می‌گیرد که به آنها می‌پردازیم.

۱-۲-۱ مبادلات

مبادلات^۱ یکی از مفاهیم اصلی در اقتصاد نهادگراست. در نوشته‌ها و مقالات این حوزه چند تعریف برای مبادلات وجود دارد و توصیف ما در بردارنده مهم‌ترین ویژگی‌هاست. حتماً باید توجه کرد که مبادله انتقال (حقوقی) مالکیت را شامل می‌شود و به این دلیل شامل واگذاری حقوق و وظایفی است که توسط طرف‌های مبادله یا جامعه معین می‌شوند. مبادلات صرفاً «معاوضه کالاها نیست بلکه شامل واگذاری تملک حقوق مالکیت و آزادی‌هایی است که جامعه آنها را مشخص می‌کند و به این دلیل باید قبل از تولید توسط نیروی کار و مصرف توسط مصرف‌کننده یا قبل از معاوضه عملی کالاها، طرف‌های درگیر مذاکره کنند»

(Commons, 1931: 652). ملاحظات نهفته در این معنای فراگیر برای مبادله، در ادامه و پس از ذکر سه نوع مبادله‌ای که قابل تمییز از یکدیگرند (براساس متن کامونز در سال ۱۹۳۱ و نوشته فوربوتن و ریشر^۱ در سال ۱۹۹۸) آشکارتر خواهد شد:

- مبادله بازاری^۲ که در بازار بین خریداران و فروشندگان منفرد رخ می‌دهد، به شکل داوطلبانه موجب انتقال دارایی به مشتری و انتقال پول به فروشنده می‌شود. مبادلات بازاری که به «مبادلات چانه‌زنی»^۳ نیز معروف است (Commons, 1931)، به مبادله مالکیت بین عواملی مربوط می‌شود که از لحاظ حقوقی هم‌ارزند. با این حال، هم‌ارزی حقوقی با نابرابری اقتصادی ناسازگار نیست و قدرت چانه‌زنی است که قیمت را تعیین می‌کند.

- مبادله مدیریتی^۴ که خصیصه آن رابطه بین یک مافوق و یک زیردست حقوقی در هر سازمان است. این مبادله بین شخص صاحب احاطه (مدیر، کارفرما یا رئیس) و شخص تحت مدیریت یا فرمان (کارمند) رخ می‌دهد.

- مبادله سیاسی^۵ توافق بین تصمیم‌گیرندگانی است که از قدرت قانونی برای تعیین چگونگی توزیع ثروت در جامعه برخوردارند. وقتی کشوری کالا و خدمتی ارائه می‌کند، قوانین، مقررات و سازمان‌های مختلف‌اند که تصمیم‌گیری در مورد چگونگی توزیع هزینه‌ها و منافع آن تولیدات در مقیاس ملی و بین اعضای جامعه را مشخص می‌کنند. ممکن است توزیع حقوق مالکیت باشد که توزیع ثروت را تعیین می‌کند، ولی در عین حال ممکن است مردم جامعه برای توزیع مجدد ثروت از راه مالیات‌ها و کمک‌های اجتماعی به یک تصمیم جمعی اقدام کنند. واضح است که چنین تصمیماتی توسط حکومت اتخاذ می‌شوند، اما ممکن است یک دستگاه مشورتی خصوصی مانند انجمن کارفرمایان یا اتحادیه‌های کارگری به‌طور مشترک با حکومت شرایط اشتغالی (مثلاً حداقل دستمزد یا ساعات کار) را تعیین کنند که در این حالت، اصطلاح «مبادلات سهمیه‌بندی»^۶ نیز به کار می‌رود (Commons, 1931).

-
1. Furoboten and Richter
 2. Market Transaction
 3. Bargaining Transactions
 4. Managerial Transaction
 5. Political Transaction
 6. Rationing Transactions

پس با این اوصاف می‌توان دریافت که امکان وقوع یک مبادله و شرایط آن، نه فقط با رقابت و کمیابی، بلکه با مجموعه شرایط نهادی - شامل قوانین و قواعد مربوط به قدرت اقتصادی و سیاسی - تعیین می‌شود. در اقتصاد نهادگرا به‌شدت به توزیع قدرت بین گروه‌های ذی‌نفع در جامعه توجه می‌شود. از سرخط خبرهای روزمره می‌توان فهمید بخش عمده بحث‌های سیاسی به توزیع ثروت مربوط است. چه چیز نصیب چه کسی شود و هزینه‌ها به دوش چه کسی باشد؟ پاسخ به این پرسش در اقتصاد نهادگرا از این نوع که «بازار موضوع را مشخص می‌کند»، نیست. در این حوزه، هرگونه سازوکار تخصیص در نظام اقتصادی، بخشی از یک محیط بزرگ‌تر است که در آن قوانین، قواعد و سازمان‌ها به تعیین پیامدهای بازار می‌پردازند. وظیفه این محیط و آثار آن بر رفتار عوامل اقتصادی است که موضوع اصلی بحث‌ها در اقتصاد نهادگراست.

۱-۲-۲ بهینه‌سازی رفتار و فرصت‌طلبی

مثال‌های قبلی نشان داد که مبادلات در محیط خلأ هماهنگ نمی‌شوند. مردم برای آنکه مازاد تولیدشان را مبادله کنند، باید به اندازه کافی مطمئن شوند که چنین مبادله‌ای وضع ایشان را بهتر می‌کند. در نظریه متعارف اقتصادی فرض می‌شود که مردم برای منفعت شخصی خود تقلا می‌کنند، یعنی می‌خواهند رفاه خود را بهبود بخشند. رفاه به زبان اقتصادی با «سود» یا «مطلوبیت» تعیین می‌شود. فرض بر این است که افراد مطلوبیت یا سود خود را به حداکثر می‌رسانند و چنین کاری درعین حال به معنای به حداقل رساندن هزینه‌ها نیز است. به عبارتی مردم - طبق فرض - رفتار بهینه‌سازانه^۱ از خود نشان می‌دهند. اگر آنان با هدف تحقق خواسته‌های واضح خود، این رفتار حساب شده را بروز دهند، اقتصاددانان رفتار ایشان را رفتار عقلایی^۲ می‌خوانند. در پیوست الف از این فصل به اختصار اما به دقت به شرح مفهوم عقلانیت خواهیم پرداخت.

رفتار بهینه‌سازانه در بسیاری موارد به پیامدی ختم می‌شود که - خواسته یا ناخواسته - به نفع دیگران نیز است (مثل یک فرد از خود گذشته که با کمک به دیگران مطلوبیت فردی به دست می‌آورد). باین حال غالباً اتفاق می‌افتد که مبادلات خصوصی به

1. Optimizing Behavior
2. Rational Behavior

شکل ناخواسته موجب ارتقای رفاه طرف‌های سوم می‌شوند: این وضعیت معمولاً به‌دست نامرئی^۱ معروف است. استعاره دست نامرئی در اصل از این قرار است که هرچند افراد تحت انگیزش منافع شخصی‌شان قرار دارند، ولی درعین‌حال در خدمت منافع دیگران و جامعه نیز قرار می‌گیرند. چنین تعبیری نخستین بار توسط آدام اسمیت - فیلسوف و اقتصاددان بزرگ - به‌کار رفت. او درزمینه دست نامرئی نوشت: «ما شام خود را نه مدیون نیکوکاری قصاب، آب‌میوه فروش یا نانوا، بلکه مدیون توجه ایشان به منفعت شخصی‌شان هستیم. ما نیازهای خود را - نه به‌واسطه انسانیت آنان بلکه از خودخواهی ایشان - تأمین می‌کنیم و هیچ‌گاه با آنان از نیازهای خود حرف نمی‌زنیم بلکه به سود ایشان اشاره می‌کنیم» (Smith, 1776: 14).

در قضیه دست نامرئی پربرکت، فرض بر این است که طرف‌های مبادله طبق مفروضات پیوست الف از این فصل رفتار می‌کنند. اگر ایشان چنین نکنند یا اگر آن مفروضات تغییر کند، رفتار بهینه‌سازانه فردی ممکن است به پیامدهایی بیانجامد که به دیگران آزار برساند. قبلاً نمونه‌هایی از این رفتارها را در همین فصل دیده‌ایم. وقتی دو عامل قراردادی را امضا کنند و فروشنده کالاها گمان کند که تحویل کالا به نفع او نیست، می‌تواند تصمیم به نقض قرارداد بگیرد. فردی خودخواه محاسبه می‌کند که پیروی از قرارداد مطلوبیت بیشتری دارد یا نقض آن. اقتصاد نهادگرا نیز بیشتر متوجه رفتار خودخواهانه است. در فصل سوم درباره دردهای عقد قرارداد صحبت خواهیم کرد و می‌گوییم که چگونه مردم برای حفظ خود در برابر پیامدهای رفتار خودخواهانه دیگران، بندهایی را در قرارداد می‌گنجانند. در فصل چهارم درباره چگونگی دگرگونی خودجوش نهادها در نتیجه تأثیرپذیری افراد خودخواه از دست نامرئی بحث می‌کنیم.

در واقعیت نه تنها با مردم خودخواه، بلکه با عواملی سروکار داریم که به شکل حساب شده‌ای منافع شخصی و بهره‌برداری از اطلاعات نامتقارن را - به ضرر دیگران - دنبال می‌کنند. این رفتار در اقتصاد نهادگرا رفتار فرصت‌طلبانه^۲ نام دارد. اغلب اقتصاددانان نهادگرا آن را به‌مثابه «منفعت‌طلبی شخصی از راه فریب‌کاری» دانسته‌اند (این اصطلاح توسط

1. Invisible Hand
2. Opportunistic Behavior

اولیور ویلیامسون اقتصاددان برجسته و برنده جایزه نوبل ۲۰۰۹، ابداع شد) و معنای آن این است که شخص امکان دارد تلاش کند با دروغ و فریب به اهداف خود برسد. اقتصاد نهادگرا به ما یاد می‌دهد در چه شرایطی می‌توان منتظر رفتار فرصت‌طلبانه بود، در چه شرایطی باید از خود محافظت کرد و چه ابزارهایی برای این کار وجود دارد. همچنین اقتصاد نهادگرا به ما می‌آموزد که فرصت‌طلبی به مجموعه فراگیر و گسترده هنجارها و ارزش‌ها بستگی دارد. خواهید آموخت که در یک جامعه یا بازار، مردم به فرصت‌طلبی گرایش دارند درحالی‌که در محیطی دیگر به اعتماد تمایل پیدا می‌کنند.

۳-۲-۱ مخاطره‌ها و عدم اطمینان‌ها

مردم در حالت آرمانی همیشه در نظر می‌گیرند که رفتار بهینه‌سازانه ممکن است - حتی در صورت عدم تمایل همه طرف‌های مبادله - به پیامدهای ناگواری ختم شود. قبلاً نیز گفتیم کار عاقلانه آن است که قبل از به بن‌بست رسیدن یک معامله شغلی، تضمین‌های اطمینان‌بخش برای خود بسازیم. اقدامات حفاظتی برای نجات دادن مردم از زیان دیدن در نتیجه مخاطره‌ها و عدم اطمینان‌های اقتصادی ضروری‌اند.

مخاطره^۱ را به‌مثابه وضعیتی تعریف می‌کنیم که می‌دانیم احتمال مجموعه‌ای از پیامدهای ممکن (شناخته شده) و مشخص چقدر است. مثلاً پیامدهای ممکن پرتاب یک تاس شش است که احتمال وقوع هر پیامد (به‌طورکلی) یک‌ششم است. همچنین مخاطره (احتمال) آنکه شما بار سفر خود را در مسافرت با خطوط هوایی ایالات متحده گم کنید، طبق تخمین‌ها حدود ۰/۸ درصد است.

عدم اطمینان^۲ (نااطمینانی) را به‌مثابه وضعیتی تعریف می‌کنیم که (دقیقاً) معلوم نیست چه مجموعه پیشامدهایی رخ خواهد داد و یا وضعیتی که در آن معلوم نیست احتمال یک پیشامد ممکن چقدر است. مثلاً معلوم نیست که یک شرکت نفتی در بلندمدت چقدر نفت اندوخته دارد و علاوه بر آن معلوم نیست که پیشرفت‌های فناورانه آتی تا چه حد قیمت‌های سایر منابع انرژی را کاهش خواهد داد. به‌دلیل این نااطمینانی‌ها،

1. Risk

2. Uncertainty

شرکت‌های نفتی ممکن است حتی اگر قیمت فعلی نفت زیاد باشد و از لحاظ نظری انگیزه خوبی برای سرمایه‌گذاری فراهم کند، در برابر سرمایه‌گذاری‌های خیلی بزرگ در استخراج نفت مقاومت به خرج دهند. مخاطره‌ها و ناطمینانی‌ها ممکن است ناشی از رفتار شرکای کسب‌وکار یا کلی‌تر از آن ناشی از هرگونه کاستی در بازار باشد که در ادامه به آنها می‌پردازیم.

۴-۲-۱ رقابت کامل و کارایی

معیار نواقص بازار، الگوی نئوکلاسیک بازار در مورد رقابت کامل^۱ است که با پیامدهای کارآمد آن مشخص می‌شود. در پیوست الف اطلاعات جزئی این امر درباره فروض اصلی و تحلیل‌های ترسیمی بازارها در اقتصاد نئوکلاسیک همراه ارتباط آنها با کارایی را خواهید یافت. در اینجا بحث را به جنبه‌های اساسی الگوی متعارف رقابت کامل محدود می‌کنیم. در این الگو فرض بر این است که مبادلات در یک دنیای کاملاً بدون ابهام و توسط کثیری از خریداران و فروشندگان انجام می‌شود به طوری که هیچ‌کس نمی‌تواند به تنهایی به نفع خود بر قیمت‌ها اثر گذارد. قیمت رقابتی در حالت تعادل برابر با هزینه‌های نهایی تولید است. گفته می‌شود بازارهای کاملاً رقابتی نتیجه تخصیص بهینه‌اند: وقتی همه اطلاعات مناسب فراهم باشد، افراد عقلایی (با توجه به قیمت و کیفیت محصولات و نهادهای تولید و نیز سایر امور) به بهترین شرایط ممکن برای مبادله می‌رسند. به این ترتیب رفاه کل جامعه حداکثر می‌شود.

دو نوع کارایی در این موضوع مناسبت دارد: کارایی تولیدی (فنی)^۲ و کارایی تخصیصی^۳. اولی صرفاً به معنای تولید یک محصول با حداقل هزینه - با توجه به ثابت بودن فناوری - است، اما دومی شامل ترجیحات مصرف‌کنندگان و تخصیص بهینه منابع (از جمله نهاده‌ها) است: تولید کردن یک محصول با کمترین هزینه ممکن است، ولی تولید کردن محصولی که مصرف‌کنندگان آن را بیسندند اهمیت دارد؛ به طوری که منابع (نهاده‌ها و ستانده‌ها) با کارآمدترین شکل تخصیص داده شوند. در علم اقتصاد مفهوم کارایی پارتو^۴

-
1. Perfect Competition
 2. Productive (Technical) Efficiency
 3. Allocative Efficiency
 4. Pareto Efficiency

خیلی کاربرد دارد. این مفهوم مشابه کارایی تخصیصی است و در تعریف خود بر ترجیحات افراد تأکید می‌کند. کارایی پارتو در صورتی محقق می‌شود که نتوان رفاه یک نفر را بدون کاهش رفاه دیگری بهبود بخشید. این وضعیت را با اصطلاح «بهینه اول»^۱ نیز می‌شناسند (پیوست ب در این فصل را مطالعه کنید). منظور آدام اسمیت از سازوکار دست نامرئی، رسیدن به این‌گونه پیامد کارآمد توزیعی بود.

اقتصاددانان پی برده‌اند که راه‌حل بهینه پارتو در شرایط توزیع ویژه منابع بین اعضای یک جامعه محقق می‌شود. اگر این توزیع - مثلاً با مبادلات سیاسی - تغییر کند، در آن صورت ترجیحات بیان شده به واسطه بازار نیز تغییر خواهد کرد و در نتیجه تخصیص منابع نیز دگرگون می‌شود.

هر دو کارایی تولیدی و توزیعی، شکل‌هایی از کارایی ایستا^۲ به‌شمار می‌آیند که با سومین نوع کارایی یعنی کارایی پویا^۳ در تقابل است. کارایی پویا هنگامی رخ می‌دهد که فنون تولید یا توزیع بتواند در نتیجه پیشرفت‌های فناورانه (نوآوری) بهبود یابد (مثلاً در واکنش به فشارهای بالقوه رقبا). اقتصاد نهادگرا بسیار به شرایطی علاقه‌مند است که نوآوری‌ها را تسهیل می‌کند؛ به نقش کارآفرینانی علاقه دارد که با پذیرش مخاطره‌ها به بازارهای جدید وارد می‌شوند؛ به‌دقت به بررسی فرایندهایی می‌پردازد که نوآوری‌ها با آنها به‌کار می‌آیند؛ به مطالعه نقش حکومت‌ها می‌پردازد و ... در فصول بعدی خواهید دید که بعضی جوامع از لحاظ پویایی کارآمدتر از دیگران‌اند. اقتصاددانان نهادگرا معتقدند این تفاوت‌ها با محیط نهادی که کارآفرینان در آن فعالیت می‌کنند، ارتباط تنگاتنگی دارند.

۵-۲-۱ نواقص بازار

بحث درباره کارایی را با رعایت معیار الگوی متعارف رقابت کامل ادامه می‌دهیم که همان کارایی تخصیصی است. از چنین منظری وقتی نقص بازار وجود دارد که بازار به فروض اصلی الگوی متعارف رقابت کامل واکنش نشان ندهد به‌طوری‌که ناکارآمدی بروز کند. در بازارهای واقعی امکان دارد با چند نوع نواقص بازار روبه‌رو شویم که کم‌وبیش به

-
1. First Best Solution
 2. Static Efficiency
 3. Dynamic Efficiency

از دست رفتن کارآمدی منجر می‌شود. در ادامه به شرح دقیق این نواقص می‌پردازیم:

- اطلاعات ناقص؛^۱

- قدرت بازار؛

- کالاهای عمومی محض؛

- آثار بیرونی^۲ و کالاهای (نا)شایسته؛^۳

- انحصارهای طبیعی.

در فصل‌های پنجم تا هفتم نشان خواهیم داد که عوامل بخش خصوصی در چه زمان و چگونه از طریق ترتیبات نهادی تکمیلی، با این مشکلات برخورد می‌کنند. با این حال آنان در برخی شرایط قادر نیستند به تنهایی این دردها را برطرف کنند. به این ترتیب در فصل هشتم خواهیم دید که یکی از اهداف مهم سیاستگذاری حکومتی در نظام اقتصاد بازار به رفع همین نواقص مربوط است تا بازار بتواند تا حد امکان به درستی کار کند. شکل ۴-۱ در پیوست ب به‌طور تقریبی نشان می‌دهد که در چه شرایطی می‌توان نواقص بازار را به شیوه مطلوب برطرف کرد. چنین طرحی به تفصیل در بخش‌های سوم و چهارم از این کتاب تشریح شده است.

۱-۲-۵-۱ اطلاعات ناقص

برخلاف آنچه در شرایط رقابت کامل فرض می‌شود، در عمل اغلب مردم آگاهی کامل ندارند. این وضعیت با اصطلاح اطلاعات ناقص شناخته می‌شود. به تعبیر ساده، اطلاعات ممکن است به شکل نابرابر در میان عوامل مختلف توزیع شود یا دانش همه عوامل درگیر در مبادله ناقص باشد که هر دوی این حالت‌ها موجب مخاطرات و نااطمینانی‌هایی به شرح زیر می‌شوند. اولین نوع از اطلاعات ناقص هنگامی رخ می‌دهد که اطلاعات بعضی عوامل اقتصادی بیش از دیگران باشد و این عوامل از برتری خود در این زمینه [سوء] استفاده کنند. این وضعیت را اطلاعات نامتقارن^۴ می‌نامند. ممکن است در بازار اوراق بهادار (که سهام و اوراق

1. Imperfect Information
2. Externalities
3. Demerit Goods
4. Asymmetric Information

قرضه در آن مبادله می‌شود) خودی‌ها^۱ اطلاعاتی به‌دست آورند که غیرخودی‌ها^۲ از آن بی‌خبرند. همچنین شاید بعضی افراد که ارتباط تنگاتنگی با یک شرکت دارند، بفهمند که آن شرکت به‌زودی نتایج ناگواری به‌بار خواهد آورد و با فروش سهام خود از آن شرکت - دقیقاً قبل از اعلام آن اخبار - منتفع شوند. امکان دارد وقتی سایر سرمایه‌گذاران از این وقایع مطلع شوند، اعتماد خود به بازار سهام را از دست دهند و شاید معامله در این بازار را کنار بگذارند. اگر این سوءاستفاده از علم غیب^۳ (که به مبادله خودی نیز معروف است) به‌کرات اتفاق بیافتد، سیری قهقراپی به‌وجود می‌آورد که روزبه‌روز از تمایل به خرید سهام کم و دسترسی کارآفرینان را به سرمایه برای کسب‌وکار دشوار می‌کند. این فرایند در نهایت اثری مخرب بر رشد اقتصادی می‌گذارد. به همین دلیل است که مقامات اکثر کشورها سعی می‌کنند با غیرقانونی دانستن مبادلات خودی، از وقوع آن جلوگیری کنند.

افتضاحات انرون و پارملات در حکمرانی شرکتی نیز نشان می‌دهد که چگونه افرادی خاص (در این مثال مدیران ارشد) با سوءاستفاده از اطلاعات نامتقارن، فرصت‌طلبانه در خدمت منافع شخصی خود بودند و آسیب جدی به سهام‌داران بنگاه‌ها وارد کردند.

دومین مثال از اطلاعات ناقص، وضعیتی است که در آن همه عوامل با فقدان بنیادی اطلاعات مواجه‌اند. یکی از مثال‌های جالب برای این پدیده اغلب در مزایده‌ها رخ می‌دهد و موجب نفرین برنده^۴ می‌شود. تصور کنید در خلال یک مزایده چندین عامل می‌توانند برای یک محصول قیمت پیشنهاد دهند، ولی هیچ‌یک قیمت واقعی آن محصول را نمی‌داند. بهترین مثال مربوط به صنعت نفت است که تعداد زیادی از شرکت‌های نفتی به دنبال میادین جدید نفتی و رقابت بر سر حقوق حفاری هستند. چون ارزش واقعی یک میدان نفتی نامعلوم است و باید تخمین زده شود، می‌توان فرض کرد که شرکت‌های مختلف از طریق کارشناسان خود ارزیابی‌های مختلفی درباره ارزش میادین به‌دست می‌آورند. پیشنهاددهنده بیشترین مبلغ، در مزایده برنده می‌شود و احتمال دارد کارشناسان مشورت‌دهنده به برنده مزایده، تخمین بیش از اندازه‌ای درباره

1. Insiders
2. Outsiders
3. Foreknowledge
4. Winner's Curse

ارزش میدان نفتی ارائه کرده باشند که در این حالت برنده مزایده به یک بازنده تبدیل می‌شود و در واقع «نفرین شده»^۱ می‌شود (Thaler, 1988: 192).

هر دو نوع اطلاعات ناقص به پیامدهای ناکارآمد بازار منجر می‌شود و هرچند ممکن است بازهم مبادلاتی انجام پذیرد، اما ناکافی بودن اطلاعات درباره ارزش حقیقی محصول مبادله شده، قیمت‌های بسیار زیاد یا کیفیت خیلی کم را به دنبال دارد. در نتیجه تعداد کل مبادلات - در مقایسه با نتیجه کاملاً رقابتی - بهینه نیست.

۲-۵-۱ قدرت بازار

برخلاف شرایط اطلاعات کامل - که در آن هیچ‌یک از طرف‌های حداکثرکننده سود در بازار بر قیمت اثر نمی‌گذارند (و برابری بین قیمت و هزینه‌های نهایی وجود دارد) - قدرت بازار^۲ همان توانایی یک فروشنده یا گروهی از فروشندگان برای وضع قیمتی بیش از میزان هزینه‌های نهایی است. انواع بازار مشتمل بر قدرت بازار عبارت‌اند از: انحصار در عرضه، انحصار چندقطبی و رقابت انحصارگرایانه. در همه این ساختارهای بازار، عرضه‌کنندگان قادرند قیمت‌ها را تنظیم کنند و احتمالاً سودی بیش از سود حالت رقابت کامل به دست آورند.

نقص بازار می‌تواند به دلیل طرف تقاضای بازار نیز ایجاد شود. چنین وضعی در انحصار خرید رخ می‌دهد. در این وضعیت یک خریدار منفرد می‌تواند قیمتی کمتر از حد رقابتی پرداخت کند. در پیوست الف همین فصل اطلاعات جزئی (فنی) بیشتری درباره شکل‌های مختلف اطلاعات ناقص ارائه شده است. در این قسمت کافی است تأکید کنیم: وقتی در طرف عرضه یا تقاضای بازار فقط یک یا چند بنگاه فعال باشند و این بنگاه‌ها بتوانند مانع از ورود دیگران به آن بازار شوند، آنگاه عرضه‌کنندگان قدرتمند از فرصت تنظیم قیمت‌هایی بالاتر از قیمت رقابتی برخوردار می‌شوند. همچنین خریداران می‌توانند قیمتی کمتر از حالتی بپردازند که در صورت وجود رقبا می‌پرداختند. رقابت ممکن است به چند شکل توسط فعالان خصوصی مهار شود. یکی از موانع ورود به هر صنعتی هنگامی رخ می‌دهد که یک عامل از دسترسی (تقریباً) انحصاری به

1. Cursed

2. Market Power

یک منبع مهم برخوردار باشد. مثال گزیروم در ابتدای همین فصل را به یاد بیاورید: یک شرکت دولتی تنها عرضه‌کننده گاز به چندین کشور است و جایگاهی بسیار قدرتمند دارد. این جایگاه به افزایش شدید قیمت درخواست شده توسط گزیروم برای ادامه دادن به صدور گاز به جمهوری‌های شوروی سابق منجر شد. کاهش رقابت همچنین در صورتی رخ می‌دهد که گروهی از بنگاه‌ها با کاهش هم‌زمان و برنامه‌ریزی شده عرضه خود به بازار، رقابت بین خود را کاهش دهند و قیمت‌ها را با این روش زیاد کنند. مصداق شناخته شده این وضعیت همان اوپک (سازمان کشورهای صادرکننده نفت)^۱ یعنی کارتل صنعت نفت است (فصل هفتم را مطالعه کنید). ورود به یک صنعت ممکن است توسط قواعد قانونی نیز مسدود شود که آن را در بخش چهارم بررسی خواهیم کرد.

۳-۲-۵ آثار بیرونی

گاهی تصمیمات مصرف‌کنندگان یا تولیدکنندگان یک کالا یا خدمت، هزینه‌ها یا منافع بی‌واسطه‌ای برای افراد دیگری پدید می‌آورد که در آن مبادله نقش نداشته‌اند. این آثار را آثار بیرونی می‌نامیم. یک اثر بیرونی همان عارضه جانبی اقتصادی است که بازار به آن نمی‌پردازد و به همین دلیل در قیمت‌ها نمایان نمی‌شود. این آثار ممکن است خوشایند (سودآور) یا ناخوشایند (هزینه‌ساز) باشند. برخی از مثال‌های معروف در حوزه آثار بیرونی خوشایند عبارت‌اند از: بهبود وضعیت مستغلات و املاک برخی افراد که موجب افزایش کیفیت زندگی در یک محله می‌شود، به‌این ترتیب قیمت املاک را در آن ناحیه زیاد می‌کند؛ استحصال عسل از زنبورهای عسل توسط یک زنبوردار که در عین حال باعث گرده‌افشانی گل‌های اطراف کندوها می‌شود و در نهایت بر میزان محصول باغداران اثر می‌گذارد و تأسیس یک مغازه لبنیاتی که با تبلیغات خود باعث افزایش تقاضای شیر می‌شود، کل مغازه‌های لبنیاتی منطقه را به رایگان منتفع می‌کند. بعضی از مثال‌ها برای آثار بیرونی ناخوشایند عبارت‌اند از: گوش کردن به موسیقی با صدای بلند و آزار رساندن به همسایگان؛ انداختن آشغال در اماکن عمومی؛ و آن دسته از فرایندهای تولید که مشکلات زیست‌محیطی - از قبیل آلودگی هوا یا آب - ایجاد می‌کنند. این اقدامات شاید

1. Organization of the Petroleum Exporting Countries (OPEC)

به حال افرادی که به‌طور مستقیم به مبادله مشغول‌اند، مفید باشد، اما رفاه دیگران را کاهش می‌دهد بدون آنکه بابت آن جریمه‌ای پرداخت شود.

در صورت وجود آثار بیرونی، مغایرت بین هزینه‌ها و منافع خصوصی و جمعی پیش می‌آید و به‌این ترتیب رسیدن به یک پیامد کارآمد ممکن نمی‌شود. آثار بیرونی خوشایند احتمالاً به تخصیص ناکافی منابع منجر می‌شود زیرا مصرف‌کننده یا تولیدکننده محصول نمی‌تواند از طرف سوم - که منتفع شده است - هزینه‌ای بابت منفعت او مطالبه کند و در نتیجه مقدار مبادله به کمتر از میزان بهینه می‌رسد. آثار بیرونی ناخوشایند احتمالاً به تخصیص اضافی منابع ختم می‌شود زیرا مصرف‌کننده یا تولیدکننده محصول بابت هزینه‌هایی که به دیگران تحمیل کرده است، هیچ هزینه‌ای نمی‌پردازد و به همین دلیل مقدار مبادله شده در بازار زیاد می‌شود. مثال گرم شدن کره زمین که در ابتدای این فصل به آن اشاره شد، نشانگر هزینه‌های گزافی است که به‌دلیل یک اثر بیرونی ناخوشایند یعنی انتشار آلاینده‌های کربنی - که خطری جدی برای محیط طبیعی و سلامت جمعیت ایجاد می‌کنند - هزینه‌های زیادی بر دوش طرف‌های سوم می‌گذارد.

یکی از زیرگروه‌های ویژه در حوزه آثار بیرونی را می‌توان به‌اصطلاح کالاهای شایسته^۱ و کالاهای ناشایسته مربوط دانست. کالاهای شایسته محصولاتی است که (گمان می‌شود) برای خود مصرف‌کننده مفیدند، درعین حال آثار بیرونی مفیدی نیز دارند، درحالی‌که کالاهای ناشایسته محصولاتی است که (گمان می‌شود) برای مصرف‌کننده بی‌واسطه آنها مضرند، علاوه‌بر این آثار بیرونی ناخوشایندی نیز به‌جا می‌گذارند. به‌نظر می‌رسد که مصرف‌کنندگان در اغلب موارد از مزایای کالاهای شایسته یا مضرات کالاهای ناشایسته آگاه نیستند. یک حکومت (پدرسالارانه) ممکن است اقداماتی فعالانه را برای ترویج مصرف کالاهای شایسته - و درعین حال منع مصرف کالاهای ناشایسته - به‌عمل بیاورد.

برخی مثال‌های کالاهای شایسته عبارت‌اند از سر زدن به موزه‌ها، کتابخانه‌ها، تأسیسات ورزشی و بهداشتی و تحصیل کردن. گفته می‌شود برخورداری از آموزش (های فرهنگی) موجب افزایش میزان فرهیختگی جامعه و افزایش رشد فکری می‌شود و به آرامش اجتماعی کمک می‌کند. همچنین در جامعه‌ای با افراد سالم و برخوردار از تناسب اندام،

هزینه‌های پزشکی برای کل جامعه کمتر است. اگر تعداد بیشتری از مردم به آموزش‌های مناسب دست پیدا کنند، دانش در جامعه افزایش می‌یابد و رشد اقتصادی تسریع می‌شود. شاید اشخاص به‌خوبی مزایای این کالاها را درک نکنند؛ مثلاً نوجوانان گاهی به‌دلیل کوته‌نگری خود مایل به مدرسه رفتن نباشند. در فصل هشتم به تفصیل آثار بیرونی مفید آموزش و فعالیت‌های انجام گرفته توسط حکومت‌ها برای تشویق به آموختن را شرح خواهیم داد.

در مورد کالاهای ناشایسته نیز شاید حکومت به ضرورت کاستن از انگیزه‌های مصرف - از راه مداخله در بازار - مثلاً با افزایش قیمت‌ها از طریق مالیات‌ستانی بیشتر پی ببرد. غذاهای چرب، محصولات دخانی و الکل، بی‌شک آثار مخربی بر مصرف‌کننده و نیز سایر افرادی که با تبعات آنها سروکار دارند، باقی می‌گذارد. مثلاً اشخاص چاق، استعمال‌کنندگان تنباکو یا سیگار، ممکن است به چاقی مفرط، سرطان ریه یا آسیب‌های مغزی دچار شوند و به‌عنوان یک شهروند تولیدکننده، نسبت به حالتی که این کالاها در سبد مصرف آنها قرار نمی‌گیرد، محصولات کمتری تولید کنند. این هزینه‌های ناخوشایند را بسیاری اوقات بنگاه‌ها و مصرف‌کنندگان به حساب نمی‌آورند، از این رو شاید مداخله حکومت لازم باشد.

مردم آسیب‌دیده از این کالاها می‌توانند درباره جبران خسارت و کاهش رفاه خود با تولیدکنندگان مذاکره کنند، اما اغلب مداخله حکومت لازم است. این مداخله معمولاً با وضع مالیات بر محصولی انجام می‌شود که اثر بیرونی را به‌وجود آورده است. با وضع این تعرفه‌ها قیمت‌های فروش زیاد می‌شود و مقدار فروش و در نتیجه آسیب‌های واردشده به گروه‌های سوم کم می‌شود. اما در سایر موارد ممکن است گروه‌های خصوصی بتوانند به چنین نتیجه‌ای برسند. مثلاً احتمال دارد همه تولیدکنندگان نوشیدنی توافق کنند که با کنار گذاشتن مبلغی برای هر واحد فروش، خریداران را در ازای دریافت پول به پس دادن بطری‌های خالی ترغیب کنند. چنین راهی برای مشکل زباله‌ها می‌تواند یک راه حل خنثی از لحاظ هزینه‌ای باشد. در این حالت بازار با توسل به یک قرارداد، به‌خوبی به هماهنگ‌سازی مبادله قادر است.

باین حال وقتی تعداد عوامل زیاد باشد یا اثر بیرونی خیلی پیچیده به‌نظر رسد، ممکن

است هزینه‌های هماهنگ‌سازی مبادله بازدارنده باشد و خسارت‌های اضافی را نتوان درونی کرد. در آن حالت می‌گوییم بازار به‌دلیل ناتوانی در درونی کردن آثار بیرونی - که بر هزینه‌ها و منافع جامعه اثر می‌گذارد - شکست خورده است. چنین حالتی یک شکست محسوب می‌شود، زیرا قیمت‌های بازار باید نشانه کمیابی‌های واقعی باشند، یعنی قیمت محصول مبادله شده باید هزینه‌های جبران سروصدا، بوهای ناخوشایند یا آلودگی را دربرگیرد. قبلاً نیز گفته شد که تاکنون به‌خوبی با آثار جانبی و ناخوشایند دی‌اکسیدکربن برخورد نشده و این کاستی دقیقاً به‌دلیل پیچیدگی‌های این موضوع، زیاد بودن تعداد گروه‌های ذی‌نفع و تبعات مالی هنگفت برای پرداختن به این مشکل بوده است.

۴-۵-۲-۱ کالاهای کاملاً عمومی خالص^۱

محصولات ویژه‌ای وجود دارند که عامه مردم را نمی‌توان از منافع آنها محروم کرد (مثلاً روشنایی خیابان‌ها یا تجهیزات دفاعی یک کشور که دقیقاً مقابل کالاهای به‌اصطلاح خصوصی قرار دارند) و خصیصه آنها عدم امکان محروم کردن است (فصل سوم را مطالعه کنید). بازار قادر نیست در حوزه کالاهای به‌اصطلاح کاملاً عمومی به هماهنگ کردن عرضه با تقاضا پردازد، زیرا هر عرضه‌کننده بالقوه می‌داند تا وقتی محصول مورد نظر وجود دارد نمی‌توان مردمی را که بابت آن بهایی نمی‌پردازند، محکوم کرد. این وضعیت به ماهیت ویژه کالای مورد بحث بستگی دارد: وقتی چراغ خیابان نصب شود، عابران از ایمنی و راحتی آن بهره‌مند می‌شوند. به‌طورکلی غیرممکن است که عرضه‌کننده روشنایی معابر بتواند آنهایی را که بابت مصرف روشنایی و بهره‌مندی از آن بهایی نپرداخته‌اند، از نور محروم کند. این ویژگی را در حوزه اقتصاد با «منع‌ناپذیری»^۲ و رفتار آنان را که بدون پرداخت پول از مزایا بهره‌مند شده‌اند، «سواری مجانی»^۳ می‌نامند.

هیچ‌یک از فعالان بازار - با وقوف به مشکلات منع‌ناپذیری و سواری مجانی - به تولید این کالاهای کاملاً عمومی روی نمی‌آورد و هیچ مصرف‌کننده‌ای آن کالاها را به‌واسطه سازوکار بازار مطالبه نمی‌کند. در فصل سوم با دقت بیشتری به این پدیده

1. Pure Public Goods
2. Nonexclusiveness
3. Free-riding

خواهیم پرداخت. مثال مربوط به حفاظت فقرا در برابر سیل در نیواورلئان که قبلاً گفتیم، یکی از این موارد است. سدهای دفاعی کوچک معمولاً ویژگی غیرانحصاری بودن دارند. هرچند ساکنان شهر به شدت خواستار بهسازی مجموعه سدها بودند، ولی این بهسازی رخ نداد. صرف‌نظر از اینکه آیا افراد شدیداً نیازمند به سدها می‌توانستند هزینه‌ها را بپردازند یا خیر، واقعیت آن است که چون برخی می‌توانستند بدون پرداخت هیچ بهایی از مزایای سدها بهره‌مند شوند، کار بهسازی آغاز نشد.

۵-۲-۱-۵ انحصار طبیعی

آخرین نوع از نواقص بازار به دلیل مشخصه‌های ویژه فرایند تولید به وجود می‌آید: فناوری تولید موجب کاهش دائمی هزینه‌های متوسط تولید می‌شود. به عبارتی مقیاس بهینه تولید - در مقایسه با کل تقاضای بازار - مجال فعالیت دو یا چند بنگاه را در بازار فراهم نکرده، به این ترتیب به انحصار طبیعی منجر می‌شود. چنین انحصاری «به‌طور طبیعی» ناشی از فناوری تولید است. پس بهترین راه تولید یک کالا یا خدمت آن است که فقط یک بنگاه در بازار وجود داشته باشد زیرا هزینه‌های تولید به حداقل می‌رسد یا به عبارت دیگر، انحصار - از لحاظ هزینه‌ای - کارآمدترین روش است. معمولاً شرکت‌های خدمات همگانی از قبیل آب و برق مصادیق انحصارهای طبیعی به‌شمار می‌آیند. وقتی زیربنای پرهزینه این محصولات برقرار شد، آنگاه عرضه مقادیر بیشتر آب یا برق موجب می‌شود که هزینه‌های ثابت بر مقادیر زیاد تولید سرشکن شود، هزینه‌های متوسط مدام کاهش یابد.

البته چون این انحصار قادر است قیمت‌ها را برای به حداکثر رساندن خود در حدی بیش از هزینه‌های نهایی وضع کند، بازار به شکل ناکارآمد عمل می‌کند. اگر عرضه‌کننده این محصول مجبور شود قیمت خود را در حد رقابتی - یعنی مساوی با هزینه‌های نهایی - وضع کند، احتمالاً ضرر می‌کند و تولید را متوقف خواهد کرد. به این ترتیب یک دوراهی معماگونه وجود دارد: کارایی هزینه‌ای مستلزم وجود فقط یک عرضه‌کننده است، ولی کارایی تخصیصی مستلزم نظارت قیمتی است تا از قیمت‌گذاری انحصاری جلوگیری شود، هرچند قیمت‌گذاری معادل با هزینه نهایی، به خسارت تولیدکننده منجر می‌شود.

در فصل هشتم درباره این دوراهی انحصار طبیعی و نیز در مورد راه‌هایی که حکومت‌ها می‌توانند این‌گونه انحصارها را تحت نظارت قرار دهند، بیشتر می‌آموزیم.

۶-۲-۱ هزینه‌های مبادله

بحث خود را درباره کارایی با این پرسش ادامه می‌دهیم که عوامل اقتصادی چگونه می‌توانند با هدف کارآمدسازی مبادلات تلاش‌های خود را هماهنگ کنند؟ این پرسش که در اقتصاد نئوکلاسیک به آن پرداخته نمی‌شود، محور بحث‌های اقتصاد نهادگراست. ما نه فقط به حداقل‌سازی هزینه‌های تولید، بلکه به حداقل کردن هزینه‌های مبادله^۱ نیز علاقه داریم.

از بحث‌های قبلی دریافتیم عوامل در صحنه عمل با نواقص و ناطمینانی‌های مختلفی روبه‌رو می‌شوند. قدرت بازار و وابستگی‌ها احتمالاً مصرف‌کننده را مجبور به پرداخت هزینه‌ای بیش از حد برای یک کالا می‌کند که مثلاً شاید نتیجه رفتار مایکروسافت و گزپروم باشد. همان‌طور که ناطمینانی درباره مقدار منابع نفت (و قیمت آنها) نشان می‌دهد، همه جزئیات مبادلات (آینده) بر ما معلوم نیستند. وجود کالاهای کاملاً عمومی و آثار بیرونی ممکن است به رفتار مفت‌خوارانه منجر شود که ظاهراً در مورد سدهای دفاعی در برابر سیل در نیواورلئان و مذاکرات مداوم درباره کاهش آلاینده‌های کربنی نیز صادق است. خلاصه اینکه مردم آن‌قدر خیره نیستند که قضاوت کنند آیا کالای مورد نظر - چه از منظر شخصی و چه اجتماعی - به اندازه پولی که می‌پردازند، ارزش دارد یا خیر. جمع‌آوری و ارزیابی تمام اطلاعات لازم برای یک تصمیم‌گیری بهینه، حتی اگر ممکن باشد بسیار پرهزینه است. اما عوامل بازار با فرض رفتار بهینه‌سازانه سعی می‌کنند سودآورترین مبادلات ممکن را انجام دهند.

عوامل بازار برای آنکه قادر به انجام دادن مبادله‌ای با امنیت شوند مجبور به تقبل هزینه‌هایی هستند تا بفهمند فرصت‌های مبادله چگونه و کجا رخ می‌دهد و مخاطرات و ناطمینانی‌های احتمالی کدام است. این هزینه‌ها اصطلاحاً هزینه‌های مبادله نام دارند. منابع لازم برای مبادله موجب کاهش رفاه حاصل شده آن می‌شود. هزینه‌های مبادله را باید به هزینه‌های تولید افزود که شامل هزینه‌های آماده‌سازی، عقد قرارداد و ضمانت

اجرای آن در بازار، و مبادلات مدیریتی و سیاستی می‌شود. در ادامه به‌اختصار درباره هزینه‌های مرتبط با این سه نوع مبادله بحث می‌کنیم. هزینه‌ها از لحاظ مبادلات بازار مشتمل بر چند جنبه می‌شوند:

۱. **هزینه‌های جست‌وجو و اطلاعات:** این هزینه‌ها به تلاش‌های لازم برای یافتن پاسخ سؤالاتی از این قبیل می‌شوند: چه کسی محصول را ارائه می‌کند؟ آیا فروشنده همان مالک محصول است؟ شرایط فروش چیست؟ کیفیت محصول چیست؟ برای دسترسی به این اطلاعات، صرف وقت لازم است و گاهی ممکن است هزینه‌هایی نیز برای مشورت یا سفر لازم باشد.

۲. **هزینه‌های تهیه پیش‌نویس قرارداد، مذاکره و عقد نهایی قرارداد:** عامل زمان در این مورد نیز وجود دارد، ولی ممکن است هزینه‌های دیگری مانند هزینه‌های واسطه‌گری، مشاوره حقوقی یا خدمات یک بنگاه معاملات ملکی نیز وجود داشته باشد.

۳. **هزینه‌های نظارت و ضمانت اجرا:** هزینه‌هایی وجود دارد که برای حصول اطمینان از پایبندی طرف مقابل به تعهداتش تحمیل می‌شود؛ خواه این تعهدات ماهیت خصوصی داشته باشند (عقد یک قرارداد کسب‌وکار)، خواه ماهیت عمومی (رعایت قانون). خریدار مجبور به بررسی کیفیت محصول و فروشنده مجبور به نظارت بر پرداخت بهای آن است؛ مثلاً فروشنده مجبور است تحقیق کند که کارت اعتباری خریدار معتبر است. علاوه بر این وقتی یک طرف دریابد طرف دیگر به قول خود پایبند نبوده، هزینه‌هایی تحمیل خواهد شد: شاید به استخدام یک وکیل نیاز باشد تا در دادگاه از منافع طرف‌های مبادله دفاع کند.

هزینه‌های مطرح شده در شماره‌های ۱ و ۲ را به اصطلاح هزینه‌های پیش از وقوع^۱ و هزینه‌های مشمول شماره ۳ را هزینه‌های پس از وقوع^۲ می‌نامند. وقتی تصمیمی درباره یکی از اقدامات آینده - مثلاً یک قرارداد - اتخاذ می‌شود، طرف‌های مبادله انتظارات خود را براساس اطلاعات ناقصی تنظیم می‌کنند که در لحظه تصمیم‌گیری - یعنی قبل از وقوع رخداد - در اختیار دارند. پس از امضای قرارداد ممکن است رفتار طرف‌ها با آنچه که قبلاً مورد انتظار بوده است، فرق داشته باشد و به این دلیل هزینه‌هایی برای بازداری یا مقابله با فریب‌کاری صرف شود. به این دلیل قبل از تصمیم‌گیری نهایی درباره یک قرارداد، شرکای

1. Ex-ante Costs

2. Ex-post Costs

مبادله باید مشکلات احتمالی را پیش‌بینی کنند. هزینه‌های پیش از وقوع به‌منظور کاستن هزینه‌های پس از وقوع - تا حد ممکن - تقبل می‌شوند. در فصل پنجم بحثی ویژه درباره هزینه‌های مبادله بازار ارائه خواهیم کرد.

هزینه‌های مبادله مربوط به مبادلات مدیریتی، هزینه‌هایی است که یک مقام بالادست یا یک مدیر برای اداره و نظارت بر یک زیردست یا کارمند ایجاد می‌کند. در چنین وضعیتی هزینه‌های متنوعی از قبیل هزینه‌های جست‌وجو و اطلاعات (در مورد دستورالعمل استخدام)، هزینه‌های مصاحبه، عقد قرارداد و موافقت و هزینه نظارت و تنبیه پیش می‌آیند تا به این وسیله به شناسایی و جلوگیری از بروز رفتارهای فرصت‌طلبانه در یک سازمان اقدام شود. در فصول ششم و هفتم مجدد به موضوع هزینه‌های مبادله مدیریتی خواهیم پرداخت.

درباره مبادلات سیاسی می‌توان گفت که فرایند تصمیم‌گیری جمعی برای تدوین قوانین و مقررات یا برای تغییر دادن آنها شامل هزینه‌های مبادله جست‌وجو، تهیه و انتشار اطلاعات، هزینه‌های سازمان‌دهی فرایند مشاوره، هزینه‌های تهیه پیش‌نویس قوانین و امثال اینهاست. همچنین نهادهای حکومتی باید بررسی کنند که آیا قوانین نقض شده‌اند یا خیر (هزینه‌های ضمانت اجرا). به این ترتیب هزینه‌های مبادله همان کل هزینه‌های مرتبط با تنظیم، برقراری و جرح و تعدیل تشکیلات رسمی و غیررسمی سیاسی در یک مجموعه، به‌علاوه همه هزینه‌های اجرایی آن است. این هزینه‌ها نه تنها هزینه‌های سازمان‌های حکومتی از قبیل دستگاه‌های قضایی، نظامی، وزارتخانه‌ها و نظام آموزشی، بلکه آن دسته از آثار بیرونی ایجادشده از سوی طرف‌های سیاسی و گروه‌های فشار را نیز دربرمی‌گیرد که سعی دارند در فرایند تصمیم‌گیری سیاسی مشارکت کنند. در فصول هشتم و نهم به این موضوع می‌پردازیم.

کادر ۱-۱ برآوردی از اندازه هزینه مبادله در جوامع امروزی را نشان می‌دهد. در ادامه سعی داریم بدانیم هزینه‌های مبادله از کجا پیدا می‌شوند. ریشه‌های این هزینه‌ها کدام‌اند و آیا راه‌های کارآمدی برای به حداقل رساندن این هزینه‌ها وجود دارد؟ درخصوص اینکه اقتصاد نهادگرا چگونه به موضوع هماهنگ‌سازی مبادلات و نقش نهادها می‌پردازد، بحث خواهیم کرد.

کادر ۱-۱ هزینه‌های مبادله چقدر بزرگ هستند؟

هزینه‌های مبادله در عمل چقدر مهم هستند؟ طبق تحقیق والیس و نورث^۱ (۱۹۸۶)، سهم هزینه‌های مبادله از تولید ناخالص داخلی ایالات متحده، از سال ۱۸۷۰ مدام افزایش یافته، در سال ۱۹۷۰، «بخش هزینه‌های مبادله» به ۵۴/۷ درصد از تولید ناخالص داخلی آن کشور رسیده است.

هزینه‌های مبادله در نظام اقتصادی ایالات متحده

سال	هزینه‌های مبادله از بخش خصوصی (درصد)	هزینه‌های مبادله از بخش عمومی (درصد)	کل هزینه‌های مبادله به‌عنوان درصدی از تولید ناخالص داخلی در ایالات متحده
۱۸۷۰	۲۲/۵	۳/۶	۲۶/۱
۱۸۹۰	۲۹/۱	۳/۶	۳۲/۷
۱۹۱۰	۳۱/۵	۳/۷	۳۵/۲
۱۹۳۰	۳۸/۲	۸/۲	۴۶/۳
۱۹۵۰	۴۰/۳	۱۰/۹	۵۱/۲
۱۹۷۰	۴۰/۸	۱۳/۹	۵۴/۷

Source: Wallis and North, 1986: 121.

تلاشی جدیدتر نیز توسط فوروبوتن و ریشتر برای محاسبه هزینه‌های مبادله انجام شده است. آنان تخمین زده‌اند که این هزینه‌ها در کشورهای توسعه‌یافته ممکن است به بیش از ۶۰ درصد تولید ناخالص داخلی برسد (Furubotn and Richter, 1998, 51. n). این تخمین‌ها نشان می‌دهد هزینه‌های مبادله در یک نظام اقتصادی پیشرفته به‌اندازه هزینه‌های تولید یا حتی بیش از آن مهم‌اند. اقتصاددانان معمولاً هزینه‌های مبادله را با فعالیت‌های دیوان‌سالاری بی‌فایده مرتبط و آنها را در مقایسه با هزینه‌های تولید ناچیز دانسته‌اند. اما بدون قراردادها - و بدون منشی‌هایی که آن قراردادها را تایپ و وکلایی که ضمانت اجرای آنها را تأمین و حسابدارانی که بر نتایج آنها نظارت کنند - زندگی در دنیای پیچیده امروز غیرممکن می‌شود.

۱-۲-۷ نهادها

لغت «نهادها»^۲ در زبان انگلیسی - بسته به اقتضای آن - چند معنا دارد:

1. Wallis and North
2. Institutions

- یک تشکیلات تثبیت شده؛

- ساختمانی که یک سازمان در آن مستقر شده است؛

- یک رسم، عادت یا قاعده.

معنای اول در مطبوعات از همه متداول تر است، مثلاً بانک‌ها را با عنوان «نهادهای مالی» و سازمان ملل متحد و ناتو را به‌مثابه «نهادهای بین‌المللی» محسوب می‌کنند. یک نهاد همچنین می‌تواند مکانی باشد که افراد زمین‌گیر یا مسکین را به آنجا می‌فرستند (تا در «خانه سالمندان یا سرای معلولان مستقر شوند»). یا فردی که سال‌ها در سازمانی کار کرده و وظیفه‌ای مهم (و غالباً اجتماعی) در آنجا برعهده دارد، یک نهاد محسوب می‌شود: «او فراتر از یک همکار و در حکم یک نهاد است!»

با این حال در اقتصاد نهادگرا، برای لغت «نهاد» مضمونی ویژه در نظر گرفته شده است. آنچه مورد نظر ماست، به سومین معنای فوق‌الذکر نزدیک‌تر است. همان‌طور که قبلاً به‌اختصار گفته شد، نهادها قواعدی اثرگذار بر رفتارند و با هدف فراهم کردن تضمین‌های اطمینان‌بخش ویژه - قبل از ورود به یک مبادله - طراحی شده‌اند. جوامع در گذر زمان انواع تضمین‌های اطمینان‌بخش را با ساختن قواعد و سازوکارهای تنبیهی تعبیه کرده‌اند. در چنین مقتضایی نهادها قواعدی ساخته بشر هستند و ضمانت‌های همراه با آنها نیز که به قصد کم‌خطر کردن و پیش‌بینی‌پذیر کردن مبادلات طراحی شده‌اند، چنین وصفی دارند.

نهادها ممکن است به شکل‌های مختلف - از باورهای کاملاً نهفته در میان مردم درباره نحوه رفتار با یکدیگر، تا قواعد عملی (تجاری) درباره نحوه کاربرد انواع پول‌ها و قواعد کیفی - درآیند. آنها همچنین از برداشت‌های ضمنی و توافقات قراردادی بین شرکای کسب‌وکار یا بین کارگر و کارفرما تا قوانین کاملاً واضح حکومتی را دربرمی‌گیرند. پس زبان، رسوم، هنجارها، برچسب‌ها، قوانین حقوقی و استانداردها (از قبیل مجموعه‌های اوزان و مقادیر) همگی نهاد در نظر گرفته می‌شوند.

در نوشته‌های موجود، نهادها به شکل‌های مختلف توصیف شده‌اند (See for Example, Vatn, 2005; Hodgson, 2006). ما در این کتاب نهادها را به‌مثابه نظام‌هایی از قواعد سلسله‌مراتبی مصنوعی تعریف می‌کنیم که رفتار و تعاملات اجتماعی را شکل می‌دهند.

آنها از قواعد دیرینه، بادوام و باثبات تشکیل شده‌اند و ارزش‌های اجتماعی تا هنجارها و قوانین منبعث از قواعد ویژه را دربرمی‌گیرند. نهادها مجموعه‌هایی هستند که در آنها قواعدی به شکل سلسله‌مراتبی گنجانده شده است و قواعد کلی‌تر مرزهای قواعد ویژه را مشخص می‌کنند. قواعد نهادی تنها بخشی از آن مجموعه‌اند که ماندگارند و رفتارها را شکل می‌دهند. در ادامه ویژگی‌های انواع مختلف نهادها را بیشتر شرح می‌دهیم.

۱-۲-۷-۱ نهادهای رسمی و غیررسمی

ابتدا بین نهادهای رسمی^۱ و غیررسمی^۲ تفاوت قائل می‌شویم (هرچند اغلب تعیین حد فاصل آنها کار دشواری است). همچنین تمایز بین نهادهای عمومی و خصوصی را بررسی می‌کنیم.

نهادهای رسمی همچون قواعد رفتاری عمومی‌اند که توسط مقامات رسمی و برخوردار از قدرت قانونگذاری (مجلس قانونگذاری) طراحی می‌شوند و ضمانت اجرای آنها این‌گونه است: ۱. توسط یک مقام عمومی با قدرت اجرایی (قوه مجریه یا حکومت که از نیروهای انتظامی، تشکیلات نظارتی و سایر مؤسسات مرتبط با ضمانت اجرا استفاده کند) و ۲. یک قدرت قضایی (قضات) که از حق و قدرت جریمه کردن هر فرد یا سازمان، به‌دلیل نقض قواعد برخوردار است. مثال‌هایی از نهادهای رسمی عبارت‌اند از: قوانین و مقررات حکومتی با هدف تحقق اهداف سیاسی ویژه. اجرای قوانین سخت‌گیرانه‌تر، پس از وقوع پرونده انزور و محکومیت‌های قضایی در پرونده میکروسافت، همگی در قلمرو نهادهای رسمی جای می‌گیرند. علاوه بر این، قواعد خصوصی متعددی همانند موارد تصریح شده در قراردادها درباره تحویل کالاها و خدمات یا موافقت‌نامه‌های نیروی کار - تحت حمایت قانون (مثلاً قانون قراردادها) بوده و به‌این‌ترتیب می‌تواند از ضمانت حقوقی برخوردار باشد.

نهادهای غیررسمی را به‌مثابه قواعد رفتاری خصوصی (شخصی) تعریف می‌کنیم که به‌تدریج و به شکل خودجوش پدید آمده‌اند و چون قواعد آنها توسط خود طرف‌های

1. Formal Institutions
2. Informal Institutions

خصوصی تضمین می‌شود و یا چون به نفع عوامل مبادله است که به سهم خود از آن قواعد پیروی کنند، به هیچ‌گونه ضمانت اجرای قانونی نیازمند نیستند.^۱ اولین زیرگروه از این نهادها شامل سازوکارهای خودنظارتی^۲ یعنی قواعد و ضمانت‌های احتمالی است که عوامل خصوصی بر سر آنها توافق کرده‌اند. دومین زیرگروه به سازوکارهای خودتضمین^۳ مربوط می‌شود که نشان می‌دهد آن قواعد به شکل خودجوش رعایت می‌شوند. مثال قبلی درباره قواعد تدوین شده توسط سازمان تجارت جهانی را می‌توان مصداقی از سازوکار خودنظارتی در نظر گرفت. همچنین مثال تحریم‌ها نشان داد که ترس از زوال حسن شهرت را می‌توان مصداقی از یک سازوکار خودتضمین در نظر گرفت. پس اولین نوع سازوکارها به نهادهای غیررسمی و ضمانت‌ها یا تنبیهاتی مربوط است که توافق دوجانبه درباره آنها وجود دارد، درحالی‌که دومین نوع به آن دسته از نهادها و ضمانت‌های غیررسمی مربوط می‌شود که به شکل خودجوش رعایت می‌شوند.

واضح است که دو واژه «رسمی» و «عمومی» - و نیز دو واژه «غیررسمی» و «خصوصی» - را نمی‌توان باهم معادل دانست. همچنین باید تأکید کرد که ممکن است انگیزه‌های نهفته در پس این قواعد رسمی را بتوان در قصد بهبود کارایی کلی یا در قصد حفاظت از برخی منافع ویژه پیدا کرد. کارایی در حالت دوم (برحسب رفاه اقتصادی) اغلب کاهش می‌یابد. به‌زودی این موضوع مهم را بررسی خواهیم کرد.

۲-۷-۱ محیط نهادی

مردم کسب‌وکار خود را در محیطی نهادی^۴ انجام می‌دهند که شامل همه قواعد رسمی و غیررسمی است و در مبادلات اقتصادی بر رفتارها اثر می‌گذارد. به‌دلیل تفاوت‌های نهادی در نقاط مختلف جهان، هر جامعه - خواه در مقیاس محلی خواه ملی - محیط

۱. تعریف نورث از نهادهای غیررسمی تا حدودی متفاوت از این تعریف است. نهادهای غیررسمی شبکه اجتماعی درهم تنیده‌ای از باورها، رسوم و عقاید رایج در جوامع است که ممکن است برخی عوامل خصوصی توافقی بر سر آنها نداشته باشند و به‌اجبار آن قواعد را رعایت کنند. برای مطالعه بیشتر می‌توانید به فصل پنجم کتاب *نهادها، تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی* داگلاس نورث ترجمه محمدرضا معینی مراجعه کنید - م.

2. Self-regulating Mechanisms
3. Self-enforcing Mechanisms
4. Institutional Environment

نهادی مخصوص به خود دارد که شامل سلسله‌مراتبی از انواع مختلف نهادهاست: ارزش‌ها، هنجارها، پیمان‌ها،^۱ قوانین و قواعد ویژه (خواه رسمی، خواه غیررسمی) (Williamson, 2000; North, 1990).

ارزش‌ها^۲ در دل فرهنگ هر جامعه (همه ابعاد رفتارهای فردی و جمعی مشترک بین همه یا تقریباً همه اعضای برخی گروه‌های اجتماعی) جای دارند و ترجیحاتی همگانی درباره اهداف قابل تحقیق بوده، دربرگیرنده مواردی هستند که اکثر شهروندان یک جامعه آن را «خوب» می‌دانند. ارزش‌ها نمایانگر باورهای مرتبط با مهم‌ترین امور زندگی‌اند. در بخش بزرگی از دنیا ارزش‌های مهم عبارت‌اند از آزادی فردی، عدالت، امنیت، صلح، رونق و آبادانی و محیطی متمدن. چون ارزش‌ها به‌طور کلی جهت‌گیری رفتار مردم را تعیین می‌کنند، آنها را می‌توان به‌مثابه نهادهای هماهنگ‌کننده کلی در نظر گرفت (Ayres, 1961; Hodgson, 1998).

هنجارها^۳ عقایدی همه‌گیر درباره چگونگی دستیابی به ارزش‌ها هستند؛ به عبارتی شیوه‌های مقبول برای رفتار مردم را در هر گروه مشخص می‌کنند، به‌طوری‌که ارزش‌های جامعه محقق شود یا حداقل نقض نشود. مثال‌هایی از هنجارها عبارت‌اند از: همبستگی (برای دستیابی به عدالت)، رقابت (برای رسیدن به رونق) و اصل «آلوده‌کننده باید هزینه‌ها را بپردازد» (برای رسیدن به محیطی قابل تحمل). اعضای منفرد هر جامعه باید گاهی هنجارها را در نحوه تفکر شخصی خود درونی کنند به‌طوری‌که هر هنجار به بخشی از خودآگاهی آنها تبدیل شود. در این صورت مردم برای دوری از احساس گناه به این هنجارها عمل می‌کنند و در غیر این صورت به‌دلیل فشارهای بیرونی (اجتماعی) و ترس از طرد شدن به رعایت آن هنجارها ترغیب می‌شوند.

پیمان‌ها قواعدی عملی‌اند که رفتارها را در مواقع بغرنج شکل می‌دهند. پیمان‌ها مشکلات هماهنگی را - که به‌ویژه در دنیایی با پیچیدگی روزافزون مهم‌اند - کاهش می‌دهند. مثلاً استفاده از مقیاسی مشترک برای اندازه‌گیری طول، وزن و زمان با توسل به واحدهای مشابه، و قواعدی درباره نحوه رفتار در تعاملات اجتماعی و در رفت‌وآمد.

1. Conventions
2. Values
3. Norms

بنابراین اگر هنجار باشد که مردم باید برای سهمیم شدن در ارزش امنیت، به روش مطمئن رانندگی کنند، پیمان آن است که رانندگی از سمت راست یا از سمت چپ جاده انجام شود.

وقتی عوامل یک جامعه درباره ارزش‌ها، هنجارها و پیمان‌ها اتفاق نظر داشته و همگی کارکرد این نهادها را به نفع خود بدانند، هریک از ایشان به‌طور خودجوش از این ارزش‌ها، هنجارها و پیمان‌ها حمایت خواهند کرد و آنها را در ارزش‌ها و رفتار خود درونی می‌کنند و انتظار دارند سایر اعضای جامعه نیز چنین کنند. با این حال همیشه این‌طور نیست: امکان دارد در جامعه‌ای ارزش‌های گوناگونی موجود باشد که توسط گروه‌های ذی‌نفع مختلفی حمایت می‌شوند. شاید به نفع کل جامعه باشد که یک هنجار رفتاری مشخص به اجرا درآید، ولی بخش عمده مردم آن هنجار را به نفع خود ندانند. به همین ترتیب گروه‌های مختلف اجتماعی نیز ممکن است با یکدیگر هم‌عقیده نباشند و درباره پیمان‌ها باهم مناقشه کنند. در چنین وضعیتی نهادها نمی‌توانند به شکل خودکار رفتار مردم را به مقصد صحیح هدایت کنند و به این دلیل ضمانت‌های رسمی و قوانین رسمی برای شکل‌گیری رفتار [واحد] در میان مردم لازم است.

قوانین^۱ (و مقررات)، قواعدی رسمی شده‌اند که توسط حکومت به شکل هنجارها و پیمان‌های مدون به تصویب رسیده‌اند. مردم وقتی گمان کنند که نقض قواعد موجود به نفع آنهاست، وسوسه می‌شوند که چنین کنند. در چنین مواقعی ضمانت اجرای طرف سوم - با ضمانت اجرای قانونی - لازم است. قوانین به انواع مشخصی از قیود و شروط می‌انجامند که اقدامات عوامل برای رعایت هنجارها و پیمان‌ها را تقویت یا محدود می‌کنند تا از مناقشات پرهیز و یا به رفع آنها کمک شود. مثال‌های این حوزه عبارت‌اند از: قوانین مالیاتی یک کشور (برای رعایت هنجار همبستگی)؛ وظیفه قانونی بنگاه‌های با مسئولیت محدود برای ارائه اطلاعات سود و زیان خود به مقامات دولت و در نتیجه آگاه کردن سرمایه‌گذاران (بالقوه) به‌منظور تصمیم‌گیری صحیح (برای رعایت هنجار آلوده نکردن محیط). مردم به تدریج به دلیل آنکه نقض این قوانین موجب تنبیه ایشان توسط حکومت (مثلاً با جریمه یا رفتن به زندان) می‌شود، به این قوانین پایبند می‌شوند.

ارزش‌ها، هنجارها، پیمان‌ها و قوانین از لحاظ سلسله‌مراتبی در هم تنیده‌اند. از بالا به پایین می‌توان یک سلسله‌مراتب از کلی‌تر به جزئی‌تر و از رعایت خودجوش تا تنبیه‌های رسمی را مشاهده کرد. ارزش‌ها مبنای هنجارها و هنجارها مبنای پیمان‌ها، قوانین و قواعد ویژه ناشی از آنها به‌شمار می‌آیند. به عبارتی حرکت از ارزش‌ها به قوانینی که قیدوشرط‌های اندکی در آنها وجود دارد، با کاهش عمومیت همراه است. با این حال هنجارها، پیمان‌ها و قوانین را نمی‌توان به شکل یک‌جانبه با ارزش‌ها مرتبط دانست. مثلاً آزادی فردی در اغلب جوامع یکی از ارزش‌های بنیادی محسوب می‌شود ولی این ارزش در کشورهای مختلف با هنجارها، پیمان‌ها و مقررات مختلفی نقض می‌شود، هرچند آن ارزش در همه کشورها یکسان است. برای دستیابی به آزادی مذهبی، آزادی اجتماعات و آزادی مطبوعات شاید اصول مردم‌سالارانه به‌عنوان هنجار محسوب شوند، ولی مردم‌سالاری نیز در نقاط مختلف دنیا به شکل‌های مختلف عملی می‌شود. در ایالات متحده و انگلستان، انتخابات در بخش‌ها انجام شده و «برنده انتخابات همه‌چیز را می‌برد» در حالی که در اکثر کشورهای اروپایی قاعده نمایندگی متناسب^۱ برقرار است. به همین ترتیب ممکن است کشورها در چگونگی برقراری آرامش باهم فرق داشته باشند: ممکن است این هنجار در یک کشور از راه اعتمادسازی با کشورهای بیشتری عملی شود، در حالی که در کشور دیگر با ساختن زرادخانه‌های بزرگ به اجرا درآید که احتمالاً به مسابقه تسلیحاتی نیز منجر می‌شوند.

۳-۷-۲-۱ نهادینه شدن به‌مثابه یک فرایند

در اقتصاد نهادگرا به انواع مختلف نهادها، چگونگی ارتباط آنها با یکدیگر، نحوه اثرگذاری آنها بر رفتارها، شیوه طراحی و چگونگی تغییر خودجوش آنها و نحوه اثرگذاری آنها بر افکار مربوط به مفاهیم محوری از قبیل رقابت و کارایی توجه می‌شود. وقتی ارزش‌ها، هنجارها، پیمان‌ها و قوانین با یکدیگر در تقابل باشند، جامعه باید راه‌هایی برای رفع این تضادها - یا حداقل کنار آمدن با آنها - بیابد. در اقتصاد نهادگرا یک مکتب فکری مهم وجود دارد که ملهم از تلاش‌های جان آر. کامونز است و نهادها در آن به‌مثابه

1. Proportional Representation

سازوکارهای رفع اختلاف (فصل دوم را مطالعه کنید) محسوب می‌شوند. اختلافات ممکن است به دلیل تفاوت مردم از لحاظ رتبه‌بندی ارزش‌ها رخ دهد. در حالات اضطراری، ارزش بنیادی عدالت (حق همه برای برخورداری از طرز برخورد برابر) شاید نسبت به ارزش بنیادی دیگری کم‌اهمیت‌تر شود؛ ممکن است آزادی بیان با آزادی مذهبی ناسازگار باشد؛ امکان دارد آزادی حق جانشینی (وراثت) با قوانین یکپارچه‌سازی زمین‌ها در تعارض باشد و قواعد مربوط به محیط کار ایمن (مانند پوشش مناسب کف محل که مانع از سر خوردن کارگران شود) با قواعد بهداشتی ناسازگار شود (سطوح صیقلی را آسان‌تر می‌توان تمیز کرد).

نه تنها مشکلات مربوط به رتبه‌بندی ارزش‌ها و هنجارهای مختلف، بلکه تعاریف نیز ممکن است باهم فرق داشته باشند. مثلاً ارزش آزادی را در نظر بگیرید. مردمی هستند که آزادی فردی را امری بسیار مهم می‌شمارند و به شدت از مالکیت خصوصی و سازوکار بازار دفاع می‌کنند. اما کسانی هستند که مشتاقانه به اعمال فشار برای مداخله جدی در سازوکار بازار و توزیع مجدد درآمدها می‌پردازند تا به این ترتیب فقرا از امکان رشد و آموزش بهره‌مند شوند.

به نظر اقتصاددانان نهادگرا، ارزش‌ها، هنجارها، پیمان‌ها و قوانین را باید پیامدهای گفت‌وگوی مداوم بین گروه‌های موجود در یک جامعه دانست. نهادها بخشی از یک فرایند تغییر مداوم هستند. مردم همیشه به یک عقیده پایبند نمی‌مانند و اگر شرایط تغییر کند، در اهداف خود تجدیدنظر می‌کنند. به این ترتیب نهادها نیز تغییر خواهند کرد. آنچه از لحاظ عملکرد اقتصادی اهمیت دارد، در حیطه ارزش‌ها، انتخاب‌های یک جامعه قرار می‌گیرد. ارزش‌ها، هنجارها و قوانین نتیجه فرایندهای اجتماعی و سیاسی‌اند. این فرایندها هیچ‌گاه مستقل از ارزش‌ها نیستند و همواره افکار و منافع گروه‌ها و افراد در آنها وجود دارد.

وظیفه علوم اجتماعی به‌طور عام و اقتصاد نهادگرا به‌طور خاص است که معلوم می‌کنند ارزش‌ها در جامعه‌ای و در یک دوره زمانی مشخص چگونه انتخاب شوند. آیا این ارزش‌ها نتیجه فرایند مردم‌سالارانه‌ای هستند که در آن گروه‌های ذی‌نفع مختلف مشارکت می‌کنند یا حاصل سلطه گروهی برگزیده بر فرایند تصمیم‌گیری‌اند؟ آیا این

ارزش‌ها مثلاً نتیجه فرایندی است که تحت احاطه اتحادیه‌های قدرتمند کارگری - با هدف حفاظت از بازارهای نیروی کار در برابر مهاجران ناخواسته - قرار دارد؟ آیا حاصل امور، نتیجه اعمال فشار برخی شرکت‌های چندملیتی صاحب‌نفوذ است که تهدید می‌کنند اگر سیاستگذاران از منافع آنها حمایت نکنند، تولید خود را به نیروی کار ارزان در کشورهای دیگر برون‌سپاری خواهند کرد؟

اقتصاد نهادگرا نشان می‌دهد در چه مواردی پیامدها نتیجه عملکرد کارآمد بازارهایی هستند که در آنها منافع مختلف باهم به تعادل رسیده‌اند یا در چه مواردی پیامدها در خدمت منافع ویژه قرار دارند. همچنین به‌طور کلی وظیفه علوم اجتماعی و به‌طور خاص اقتصاد نهادگراست که بگویند در صورت رعایت سایر ارزش‌ها، ساختار نهادی کارآمد چگونه باید باشد. پس اگر جامعه‌ای کوچک بخواهد تخصیص و توزیع منابع خود را تغییر دهد، علوم اجتماعی باید نشان دهد چنین تغییری چگونه باید انجام پذیرد. اگر لازم است برای پایان یافتن گرم شدن کره زمین، رفتارها تغییر کنند، در آن صورت کدام مجموعه از شرایط نهادی به شکل صحیح بر رفتارها اثر می‌گذارد؟

ممکن است ریشه تغییرات نه در تغییر گرایش‌ها و ترجیحات شهروندان، بلکه در تغییر گرایش‌های سیاست‌مداران باشد (که مثلاً ناشی از کسب بینش جدید برمبنای مطالعات علمی است). پیشرفت‌های اخیر در زمینه باورهای متداول درباره کهنسال شدن جمعیت انسان‌ها ممکن است این فرایند پویا را به‌خوبی مشخص کند. به دلیل افزایش تعداد افراد بزرگ‌تر از ۶۵ سال، مفهوم بازنشستگی در حال تغییر است تا به این ترتیب در بسیاری از کشورهای غربی با کمبود شدید نیروی کار به شکل جدیدی برخورد شود. کشورهای مذکور در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ نگرش خود نسبت به بازنشستگی زود هنگام را کاملاً عوض کردند. پس نهادهای مربوط به محیط کار - از قبیل ساعات کار افراد کهنسال در یک روز - نیز باید تغییر کنند (Spithoven, 2008).

نه تنها ممکن است ترتیب اولویت و تعاریف ارزش‌ها در کشورهای مختلف یا درون یک کشور باهم فرق داشته باشد، بلکه ممکن است افکار مربوط به چگونگی دستیابی به این ارزش‌ها نیز متفاوت باشد. یکی از مصادیق این تفاوت‌ها، ارزش ثروت است. افکار مربوط به چگونگی دست یافتن به ثروت برای همه شهروندان از کشوری تا کشور دیگر

فرق می‌کند؛ در برخی کشورها حکومت سعی می‌کند رفاه را با کمترین مداخله افزایش دهد، قواعد رقابت آزاد را ترویج کند. اما در سایر کشورها اکثر مردم معتقدند بهبود وضعیت رفاه با مداخله حکومت به بهترین شکل عملی می‌شود تا علاوه بر سایر راهکارها، نواقص بازار اصلاح و جایگاه ضعفا در جامعه بهتر شود یا از رقابت‌مندی صنایع داخلی حمایت به عمل آید (که در مثال سازمان تجارت جهانی درباره‌اش گفته شد).

اقتصاددانان نهادگرا بر اهمیت مطالعه شرایط نهادی مختلف تأکید می‌کنند، زیرا به این ترتیب رفتارهای متغیر عوامل اقتصادی را می‌توان درک و پیش‌بینی کرد. علاوه بر این، شرایط نهادی ایستا نیستند، بلکه در معرض فرایند تغییر مداوم قرار دارند. محرک‌های مختلفی برای تغییرات نهادی وجود دارد که در فصل چهارم بیشتر درباره آنها خواهیم گفت.

۴-۷-۲-۱ کارایی نهادها

نهادها در چه صورت کارآمدند؟ در چه شرایطی اهداف نهادها محقق خواهد شد؟ وقتی هنجارهایی در جامعه وجود داشته باشد که هیچ‌کس آنها را رعایت نکند، آن هنجارها کارایی ندارند و نمی‌توانند رفتارها را شکل دهند. برای کارآمد شدن یک نهاد، دو شرط باید وجود داشته باشد (Kasper and Streit, 1999). در درجه اول، درصد قابل توجهی از مردم باید بر آن نهاد صحنه بگذارند تا مقبول شود؛ و علاوه بر آن، حتی اگر اکثریت مردم آن قواعد را قبول و مطابق آن رفتار کنند، باید ضمانت‌ها یا تنبیهات معتبر (برخورد از ضمانت اجرا) وجود داشته باشد تا بقیه افراد را از اقدام علیه آن هنجارها بازدارد. بهتر است در مورد هر دو شرط بحث کنیم.

برای آنکه قواعد به شکل فراگیر پذیرفته شوند، لازم است سه شرط را برآورده سازند: آنها باید همگانی، مشخص و نامقید^۱ باشند. همگانی بودن یعنی آنکه قواعد باید تبعیض‌آمیز نباشند یا به عبارتی باید به شکلی برابر در همه شرایط برای همه افراد به کار روند. عدالت طبقاتی (قوانین مختلف برای افراد مختلف) باید برقرار باشد و مردم باید مطمئن باشند که خود حاکمان از قانون اطاعت می‌کنند. شرط مشخص بودن قواعد معلوم می‌کند که قواعد باید شفاف و قابل اطمینان باشند به طوری که همه شهروندان بدانند در

آن قواعد چه چیزی نهفته است و در صورت عدم رعایت آنها چه رخ خواهد داد. سومین معیار یعنی مقید نبودن نشان می‌دهد قواعد باید انعطاف‌پذیر باشند یعنی به عوامل اجازه دهند که در واکنش به شرایط جدید، پیش بروند. البته تنش خاصی بین معیارهای دوم و سوم وجود دارد زیرا قواعد نامقیدتر (انعطاف‌پذیرتر) کمتر مشخص (ثابت) خواهند بود. اقتصاددانان نهادگرا در مورد شرط دوم برای کارآمدی نهادها تأکید می‌کنند که باید ضمانت‌ها معتبر باشد تا بخشی از جمعیت را از اقدامات فرصت‌طلبانه بازدارد. به این ترتیب همه نهادهای کارآمد باید با تنبیهات ضمانت‌پذیر^۱ تکمیل شوند که ممکن است غیررسمی و مبتنی بر سازوکارهای خودتضمینی یا خودنظارتی یا براساس قوانین رسمی قرار گیرد. وجود ضمانت‌های معتبر مهم است. اگر مردم بتوانند به آسانی و بدون هیچ پیامدی قاعده‌ای را زیر پا بگذارند، دیگران نیز ممکن است این کار را شروع کنند و در نهایت وضعیت به ماریچی نزولی و تخریب کامل یک نهاد ختم شود.

تنبیه‌ها می‌توانند سلبی یا ایجابی^۲ باشند. تنبیهات سلبی، تمهیداتی برای برخورد با رفتار نقض‌کننده هنجارند، در حالی که تنبیهات ایجابی پاداش‌ها یا تشویق‌هایی برای رفتار کردن به شیوه خاص‌اند. یک مثال از تنبیه ایجابی برای دانش‌آموزان، درجه ممتاز است که باعث تشویق برای کسب موفقیت می‌شود. مثال دیگر از این تنبیه، پرداخت براساس عملکرد (به جای دستمزد براساس سابقه) است تا بهره‌وری کارگران به این ترتیب زیاد شود.

۵-۷-۲-۱ نهادها ممکن‌کننده و محدودکننده‌اند

نهادها رفتارها را شکل می‌دهند و به این ترتیب پیش‌بینی‌پذیری رفتارها را زیاد می‌کنند. به این ترتیب عدم اطمینان درباره کنش‌ها و واکنش‌های دیگران در بازار کم می‌شود و عوامل بازار قادر می‌شوند قراردادهایی تنظیم و مبادلات خود را هماهنگ کنند. نهادها مبادلات اقتصادی را - در هر دو حوزه ملی و بین‌المللی - ممکن می‌کنند. مثلاً دو نهاد اصلی زبان و پول را در نظر بگیرید. زبان ابزاری برای برقراری ارتباط است که به قواعد زبان‌شناختی و برداشت مشترک از معانی بستگی دارد. بدون درک متقابل و صحیح - بر مبنای زبان مشترک - خطاهای ارتباطی ممکن است آثاری به شدت مخرب بر جای

1. Enforceable Sanctions

2. Negative or Positive

گذارند. به همین ترتیب یک پول مشترک برای مبادله کالاها و خدمات لازم است. محصولات عموماً با توسل به پول - به عنوان یک واسطه متعارف - در بازار مبادله می‌شوند؛ زیرا این واسطه به عنوان نهادی کارآمد برای تجارت شناخته شده است: استفاده از پول، مقایسه محصولات مختلف و خرید و فروش آنها را آسان تر می‌کند. همچنین یک نظام مالی مطمئن نیز برای حمایت از مبادلات ضروری است. اگر مردم اعتماد خود به این نظام را از دست بدهند، ممکن است سراسیمه شوند، پس اندازهای خود را هم‌زمان از بانک‌ها بیرون بکشند و موجب بحران (احتمالاً جهانی) شوند. بسیاری از اقدامات مردم - از قبیل تخصصی شدن نیروی کار در مقیاس بین‌المللی در زمینه تولید قطعه‌ای از یک محصول - اصلاً بدون نهادها قابل تصور نیست (کادر ۱-۲ را مطالعه کنید).

کادر ۱-۲ هماهنگ‌سازی مبادلات در زنجیره عرضه

امروزه بخش اعظم کار در صنایع الکترونیک، واحدبندی^۱ شده است. کارت‌های حافظه، صفحه‌کلیدها، کارت‌های بی‌سیم، کنترل‌کننده‌های گرافیکی و ریزپردازنده‌های رایانه‌ای نه تنها در بنگاه‌های مختلف بلکه در کشورهای مختلف تولید می‌شوند.

چنین وضعیتی مستلزم آن است که تولیدکنندگان متعدد بتوانند طراحی، ساخت و توزیع رایانه‌ها را با ارتباطی تنگاتنگ بین خود انجام دهند. همه این مراحل تولید را نمی‌توان به‌سادگی جدا از هم انجام داد. برنامه‌ریزی و طراحی واحدهای مختلف باید هم‌زمان باهم صورت پذیرد. برای آنکه یک مجموعه به‌خوبی کار کند، لازم است کارگران مثلاً در تایوان، مالزی یا تایلند به زبان مشابه سخن گویند و همان استانداردهای کارگران در ایالات متحده را رعایت کنند. علاوه بر این صنایعی که روند تحولات فناورانه در آنها سریع است، کارآموزی مداوم کارگران ضروری است: بدون یک زبان مشترک، احتمال شکست در هماهنگی بسیار زیاد می‌شود.

یکی از مثال‌های بارز برای شکست در هماهنگ‌سازی گروه‌های مختلفی که در یک طرح کار می‌کردند، درهم شکستن مدارپیمای جوی مریخ^۲ در سال ۱۹۹۹ است. یکی از گروه‌های مهندسی از واحدهای استاندارد (متریک) استفاده می‌کرد در حالی که گروه دیگر در ناسا از واحدهای انگلیسی برای عملکرد سفینه سود می‌جست. کاستی در انتقال اطلاعات موجب اختلال در فرمان‌های هدایت سفینه برای فرود صحیح پس از چرخیدن به دور مریخ شده در نتیجه سفینه با آن سیاره برخورد کرد.

1. Modularized
2. Mars Climate Orbiter

نهادها علاوه بر امکان‌پذیر کردن مبادلات، محدودیت‌هایی نیز برای رفتار انسان‌ها وضع می‌کنند. بخش قابل توجهی از کل قواعد، معطوف به محدود ساختن و ممنوعیت‌هاست تا عوامل را از رفتارهایی که احتمالاً به دیگران لطمه می‌زند، منصرف سازد. هماهنگی صحیح مبادلات، به رعایت همین قواعد بستگی دارد مثلاً در زنجیره عرضه، بسیار مهم است که هر قطعه به‌موقع تحویل داده شود. تأخیر در تحویل یک قطعه ممکن است کل زنجیره عرضه را با تأخیر روبه‌رو کند، کل مزایای تخصصی شدن را کاهش دهد یا در صورتی که کارگران در بخش‌های متوالی زنجیره عرضه نتوانند کار خود را انجام دهند، آن را به کلی زایل سازد. قواعد تضمین‌پذیر و تنبیه‌های بازدارنده‌ای لازم است تا مردم را از تحویل با تأخیر بازدارد. پرداخت نیز باید به‌موقع باشد؛ زیرا در غیر این صورت عرضه‌کنندگان خسارت دیده یا در بدترین حالت، ورشکست می‌شوند.

به‌طور خلاصه، نهادها با توجه به کارکردهای ممکن‌کننده و محدودکننده خود موجب افزایش امکان پیش‌بینی رفتارها می‌شوند و به همین دلیل هم تصور کردن جامعه بدون آنها ممکن نیست.

۸-۲-۱ نظام‌های اقتصادی و ساختارهای سازمان‌دهی

مفهوم محیط نهادی رابطه‌ای نزدیک با مفهوم نظام اقتصادی^۱ دارد. نظام اقتصادی چارچوبی از نهادهای مرتبط باهم است که بر روش‌های سازمان‌دهی تولید، مصرف و توزیع کالاها و خدمات در یک جامعه توسط مردم اثر می‌گذارد. یک نظام اقتصادی را می‌توان از ابعاد مختلف بررسی کرد.

از یک‌منظر می‌توان نظام اقتصادی را با دورنمای کلان بررسی کرد: در این رویکرد نظام اقتصادی ممکن است به دو شکل افراطی (آرمانی) دیده شود: ۱. یک نظام بازاری محض (نظام کاملاً سرمایه‌داری) که مالکیت خصوصی و بازارها مشخصه‌های اصلی آن هستند یا ۲. یک نظام اقتصادی با برنامه‌ریزی متمرکز که در آن محصولات تحت مالکیت دولت یا کل جامعه قرار دارند. همچنین نظام اقتصادی را می‌توان از منظر خرد شناسایی کرد: از روزه بازار که متشکل از بنگاه‌ها و خانوارهایی است که عوامل منفرد آن محسوب می‌گردند.

موضوع بررسی‌های اقتصاد نهادگرا به‌عنوان یک شاخه از اقتصاد، چگونگی کارکرد این نظام‌های اقتصادی در هر دو مقیاس خرد و کلان است. پرسش اصلی آن است که نهادها چگونه رفتارها را امکان‌پذیر و درعین‌حال محدود می‌کنند و چگونه هماهنگی مبادلات ممکن می‌شود. این سؤالات همان چیزی است که ما «محتوای» اقتصاد نهادگرا می‌نامیم. سازوکارهای عملی در نظام‌های مختلف اقتصادی - که به عملکرد ویژه برحسب رشد کلان اقتصادی منجر می‌شوند - کدام‌اند؟ بهتر است تأملی دقیق‌تر درباره دو رویکردی انجام دهیم که نظام‌های اقتصادی به‌واسطه آنها قابل مشاهده‌اند و ابتدا با رویکرد کلان آغاز کنیم.

در یک نظام اقتصادی صرفاً بازاری، مردم خود تصمیم می‌گیرند که چگونه بهترین استفاده را از فرصت‌های اقتصادی به‌عمل آورند. حکومت خود را به استقرار، نظارت و ضمانت اجرای قواعدی مقید می‌کند که شرایط لازم برای بهره‌برداری عوامل خصوصی از منابع موجودند. اما حکومت در یک نظام اقتصادی با برنامه‌ریزی متمرکز سعی می‌کند نیازهای مردم را برآورده سازد. چون برنامه‌ریزان از توزیع عرضه و تقاضای فردی آگاه نیستند، حکومت باید تصمیم بگیرد که کدام عوامل به کمک نیاز دارند. ولی چنین تصمیمی ممکن است به‌دلیل فقدان اطلاعات کافی نامطمئن باشد. در فصل هشتم بیشتر در این باره خواهیم گفت.

این دوگونه آرمانی از نظام‌های اقتصادی، صرفاً نظری بوده، در زندگی عملی وجود ندارند. هر نظام اقتصادی یک قالب ترکیبی^۱ از نظام اقتصادی بازار کاملاً آزاد و نظام اقتصادی برنامه‌ریزی شده است. در برخی کشورها نظام اقتصادی عمدتاً تحت تأثیر خصایص بازار بوده، حکومت در آن نقش اندکی ایفا می‌کند، درحالی‌که در کشورهای دیگر تا حدی آزادی اقتصادی وجود دارد، ولی نفوذ حکومت خیلی زیاد است. اکثر کشورها بین این دو وضعیت قرار دارند: در اصل همه شهروندان از آزادی مطلوب برای مبادله به شیوه مناسب برای خود برخوردارند، ولی درعین‌حال حکومت می‌تواند در فرایند مبادله آزاد دخالت کند تا (برای ارتقای کارایی) از منافع عمومی حمایت کرده باشد یا از منافع برخی گروه‌های ذی‌نفوذ حمایت کند. هرچند مداخله حکومت معمولاً موجب نمی‌شود رفاه همه

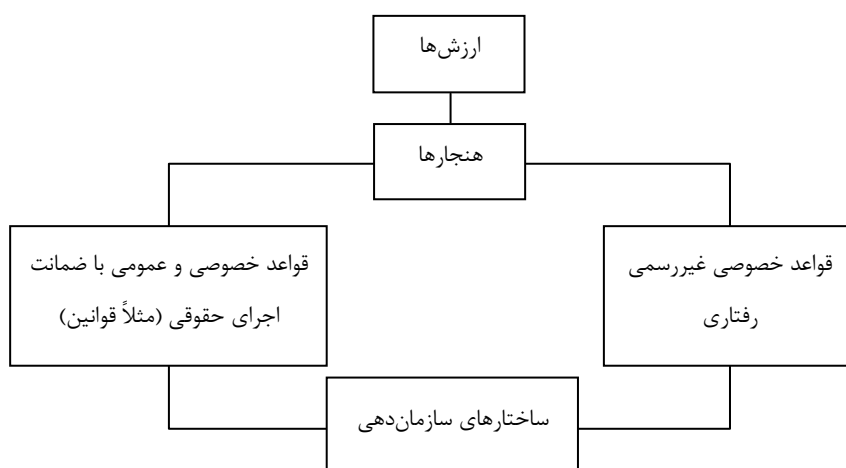
شهروندان یک جامعه به‌طور هم‌زمان بهبود یابد، ولی اکثر حکومت‌ها شبیه به هم دخالت می‌کنند: به دلایل سیاسی، موازنه‌ای که بین اهداف اقتصادی و سایر اهداف (مثلاً عدالت) برقرار می‌شود. بخش چهارم کتاب را به این موضوع اختصاص داده‌ایم.

در رویکرد خرد به نظام اقتصادی بر سازوکارهای موجود در یک نظام اقتصادی - از قبیل کارکرد بازارها و سازمان‌های منفرد - تأکید می‌کنیم. در چنین زمینه‌ای یک ساختار سازمان‌دهی^۱ (تدبیر) را به‌مثابه یک چارچوب نهادی تعریف می‌کنیم که در آن عوامل اقتصادی مبادلات خود را هماهنگ می‌کنند. مثال‌های ساختارهای سازمان‌دهی شامل قراردادهای بازاری، بنگاه‌های خصوصی و شرکت‌های دولتی، مؤسسات عمومی قانونگذار و وزارتخانه‌ها می‌شود. یک ساختار سازمان‌دهی - علاوه بر سایر چیزها - معلوم می‌کند کدام گروه‌ها در مبادله شرکت می‌کنند، چه کسی مالک چه چیزی است و چه کسی اجازه تصمیم‌گیری دارد. چون یک ساختار سازمان‌دهی فی‌نفسه یک مجموعه از قواعد است، آن را می‌توان به‌خودی‌خود یک نهاد محسوب کرد.

همان‌طور که به‌تفصیل در فصل سوم و بخش سوم از این کتاب خواهیم گفت، عوامل اقتصادی - در شرایط اقتصادی مشخص - بهترین ساختار سازمان‌دهی را انتخاب خواهند کرد. مبادلات در یک محیط کاملاً ایمن بازاری اغلب بیشتر با عقد قرارداد در بازار سازمان‌دهی می‌شوند که کارآمدترین روش برای مبادله است. اما در یک محیط پیچیده‌تر و کم‌ایمن، مردم اغلب تمایل دارند فعالیت‌های خود را در قالب یک بنگاه سازمان‌دهی کنند تا در هزینه‌های مبادله صرفه‌جویی شود. ایشان قدرت تصمیم‌گیری را به یک قدرت مرکزی - مثلاً مقام ارشد اجرایی^۲ - می‌سپارند تا فعالیت‌ها را با یکدیگر هماهنگ کند. قراردادهای بازار و بنگاه‌ها هر دو مصادیقی از ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی‌اند. در سایر شرایط ممکن است حکومت تصمیم بگیرد که خواه با مشخص کردن قواعد دقیق برای طرف‌های خصوصی (از راه مقررات عمومی) خواه با سازمان‌دهی خود مبادله (به‌وسیله شرکت‌های دولتی) نقشی فعال در مبادلات ایفا کند. قانونگذاری و شرکت‌های دولتی مصادیقی از ساختارهای حاکمیتی عمومی‌اند که بخش چهارم از این کتاب حول آنها تنظیم شده است.

1. Governance Structure
2. Chief Executive Officer

نهادها را به مثابه نظام‌هایی سلسله‌مراتبی و قواعدی مصنوعی تعریف کردیم که رفتار و تعاملات اجتماعی را شکل می‌دهند. در شکل ۱-۱ به‌طور خلاصه، سلسله‌مراتب نهادها ترسیم شده است. در بالای نمودار نهادهای عمومی به شکل ارزش‌ها رسم شده‌اند. این نهادها بر هنجارها اثر می‌گذارند که به نوبه خود بر قواعد عمومی و خصوصی - به هر دو شکل رسمی و غیررسمی - تأثیرگذارند. هر چقدر به سمت پایین شکل برویم، قواعد مشخص‌تر می‌شوند. چون ساختارهای سازمان‌دهی نیز شکل‌های خاصی از نهادها به حساب می‌آیند، آنها را در پایین‌ترین لایه شکل قرار دادیم.



شکل ۱-۱ طرح نهادی سلسله‌مراتبی

۹-۲-۱ مضمون اقتصاد نهادگرا

همان‌طور که گفته شد، اقتصاد نهادگرا به بررسی چگونگی عملکرد نظام‌های اقتصادی (توصیف آنچه که «هست») می‌پردازد. همچنین این شاخه به شیوه‌ای می‌پردازد که باید نظام‌های مذکور مطابق آن کار کنند تا اهدافی که جامعه برای خود تعیین کرده است حاصل شود (روش هنجاری یعنی آنچه که «باید باشد»). اقتصاد نهادگرا درباره طراحی نهادهای کارآمد و مفید است تا رفتارها به شیوه‌ای شکل بگیرند که نظام به خوبی عمل

کند. اهداف مطلوب، در یک فرایند سیاسی تعیین می‌شوند و ممکن است به تولید در بخش کشاورزی، میزان نوآوری در صنایع شیمیایی، بهره‌وری نیروی کار در بخش تولید صنعتی، کاهش آلودگی در سطح جهانی، توزیع منافع و هزینه‌ها بین گروه‌های مختلف درآمدی و امثال اینها مربوط باشند.

محتوای اقتصاد نهادگرا تا حدی پیچیده است. این شاخه دربرگیرنده لایه‌های مختلف از نهادهایی است که درهم تنیده‌اند و ممکن است با گذشت زمان تغییر کنند. همچنین تقلا برای کارآمدی ممکن است یکی از دلایل وجود و دگرگونی نهادها باشد، ولی نقش منافع مشترک نیز به همان اندازه مهم است. علاوه بر اینها، ارزش‌گذاری نیز نقش خطیری دارد: اگر ارزش محیط زیست پاک و هنجار «آلوده‌کننده باید هزینه را بپردازد» واقعاً زیاد باشد، در آن صورت نتیجه کار بازارها به شدت به قوانینی بستگی خواهد داشت که رفتار تولیدکننده و مصرف‌کننده را محدود می‌کنند و علاوه بر آن به وجود بازارهای حق آلاینده‌گی، به گرایش‌ها و هنجارهای تک‌تک مصرف‌کنندگان و اموری شبیه به اینها نیز بستگی دارد. اما اگر برخلاف آن وضعیت، آلوده‌کنندگان یک گروه قدرتمند برای اعمال نفوذ تشکیل دهند، احتمال دارد که منافع ویژه ایشان به مصلحت عموم ترجیح داده شود. این توزیع ویژه حقوق است که نتیجه کار بازار را تعیین می‌کند (Vatn, 2005).

حال که درک بهتری از روابط بین لایه‌های مختلف نهادها به دست آوردیم و فهمیدیم که نهادها با گذشت زمان تغییر می‌کنند، در معرض فرایندهای ارزش‌گذاری قرار می‌گیرند، می‌توانیم بهتر بفهمیم که مردم - بسته به محیط (نهادی) که در آن عمل می‌کنند به شکل‌های مختلف فکر و رفتار می‌کنند. آنچه در شرایط ایالات متحده موجب ایجاد نتایج کارآمد می‌شود، ممکن است در چین آن نتایج را به بار نیاورد. حتی در یک جامعه هم آنچه در سال ۲۰۰۰ کارآمد است، احتمالاً در سال ۲۰۱۰ ناکارآمد خواهد بود. چرا؟ چون ارزش‌ها و هنجارهایی که عوامل اقتصادی را با آنها ارزشیابی و تصمیم‌گیری می‌کنند، در جوامع چینی و آمریکایی باهم فرق دارند، چراکه نهادها با گذشت زمان متحول می‌شوند. در فصل دوم با دقت بیشتری به تأثیر محیط نهادی خواهیم پرداخت.

به دلایل تحلیلی و آموزشی تصمیم گرفتیم با محتوای پیچیده اقتصاد نهادگرا به دو روش مختلف برخورد کنیم: از منظر ایستای تطبیقی و پویا. همچنین در هر دو روش مذکور، هر دو رویکرد کارایی و نیز منافع را در نظر خواهیم داشت.

۱-۲-۹-۱ رویکردهای کارایی ایستا و منافع گروهی ایستا

در رویکرد ایستا نسبت به عملکرد نظام‌های اقتصادی با توجه به تعداد مشخصی از عوامل محیطی مانند فناوری (دانش متعارف برای تولید کالاها) منابع طبیعی، قوانین و مقررات عمومی (مثلاً درباره رقابت)، و ترجیحات تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان (حداکثرسازی سود، حداقل‌سازی هزینه‌های مبادله و حداکثرسازی مطلوبیت) چگونه می‌توان نوع ساختار سازمان‌دهی انتخاب شده توسط عوامل بهینه‌کننده را تبیین کرد. این رفتار بهینه‌کننده بسته به آنکه هدف مورد نظر، افزایش رفاه همگانی یا صرفاً افزایش منافع گروه خاصی در جامعه (به بهای آسیب دیدن سایر گروه‌ها) باشد، ممکن است به کارایی ایستا (تخصیصی و یا تولیدی) منجر شود یا نشود.

در رویکرد ایستا بیشتر به بهینه‌سازی در شرایط مشخص توجه می‌شود. وقتی تصمیمات بهینه‌سازی اتخاذ شوند - مثلاً درباره نوع ساختار سازمان‌دهی - این شرایط باقی می‌مانند تا آنکه تغییری در یکی از قیود رخ دهد. مثلاً یک نوآوری می‌تواند به تغییری در فناوری منجر شود که بنگاه‌های بهینه‌کننده را مجبور به تغییر مقیاس تولید یا تغییر ساختار حاکمیتی می‌کند. دو وضعیت مذکور - یعنی قبل و بعد از تغییر در عامل محیطی - را می‌توان باهم مقایسه کرد. ساختار سازمان‌دهی انتخاب شده در زمان قبل از تغییر و بعد از آن کدام است؟ اگر این مقایسه انجام شود، می‌گوییم که ایستایی تطبیقی روی داده است یعنی دو وضعیت ایستا باهم مقایسه شده‌اند. در فصل دوم درباره رویکرد ایستا بیشتر خواهید آموخت.

ارتقای کارایی به معنای ایستای آن متضمن حداقل‌سازی هزینه‌های تولید و علاوه بر آن، حداقل‌سازی هزینه‌های مبادله است (یعنی آیا هزینه‌های هماهنگ‌سازی مبادلات به حداقل رسیده‌اند؟). حداقل‌سازی هزینه‌های مبادله از مباحث اصلی رویکرد ایستا از اقتصاد نهادگراست. نهادها در این بخش از اقتصاد نهادگرا به‌عنوان نتیجه رفتار

بهبودسازی در نظام اقتصادی - تحت محدودیت‌های فناوری، قوانین و ... - تلقی می‌شوند. سیاستمداران به وضع قوانین و مقررات کارآمد می‌پردازند و عوامل - در مقیاس خرد - ساختارهای حاکمیتی کارآمد را انتخاب می‌کنند. چون چنین تحلیلی در یک محیط ایستای مشخص - از لحاظ فناوری، ارزش‌ها، هنجارها و ترجیحات - صورت می‌گیرد، آن را رویکرد کارایی ایستا^۱ نسبت به نهادها می‌نامیم.

البته قبلاً گفتیم که علاوه بر دورنمای کارایی، دورنمای مهم دیگری در تبیین وجود ساختارهای سازمان‌دهی وجود دارد که آن را رویکرد ایستای منافع گروهی^۲ می‌نامیم. عوامل در یک نظام اقتصادی دائماً سعی می‌کنند از منافع خود حفاظت کنند. فرض کنید این عوامل از حقوق مالکیت خصوصی برخوردارند و برای به حداکثر رساندن سود شخصی خود آزادند هرچه می‌خواهند بکنند. ممکن است این فعالان با هرگونه تلاشی برای ایجاد نهادها - که امکان سودآوری ایشان را محدود کند - به مخالفت بپردازند.

عوامل فعال در یک نظام اقتصادی فرصت‌هایی ایجاد می‌کنند تا سود و مطلوبیت خود را به حداکثر برسانند. آنان همچنین از قدرت خود برای حمایت از منافع شخصی استفاده می‌کنند. آنان اهداف مخصوص به خود دارند و از هر ابزاری برای تحقق آن اهداف بهره‌برداری می‌کنند. آن ابزارها گاهی با رقابت سالم سازگار نیست. برخی افراد در بسیاری موارد از دیگران قوی‌ترند و می‌توانند شیوه‌های حاکم بر مبادلات را دستکاری کنند. اگر بنگاهی بتواند رقبا را از دسترسی به شبکه یکپارچه خود بازدارد (چیزی که در قسمت‌هایی از بخش انرژی دیده می‌شود) در آن صورت تبیین ساختار حاکمیتی موجود نشان می‌دهد که نه کارایی، بلکه بازی قدرت و حفاظت از منافع در کار است. مثال‌های بی‌شماری از این وضعیت در زندگی واقعی وجود دارد: قبلاً به سوءاستفاده از قدرت توسط مایکروسافت و گزیروم اشاره کردیم و نقش ناخوشایند حفظ منافع شخصی را در حفاظت ضعیف در برابر سیل در نیواورلئان شرح دادیم. اقتصاددانان نهادگرا در مطالعات خود هر دو دسته دلایل کارایی و منفعت‌طلبی را برای تبیین وجود نهادها به کار می‌گیرند.

1. Static Efficiency Approach
2. Static Vested Interest Approach

۱-۲-۹-۲ رویکردهای کارایی پویا و منافع گروهی پویا^۱

رویکرد کارایی پویا به چگونگی شکل‌گیری تغییرات نهادی در گذر زمان مربوط می‌شود. محقق به کشف محرک‌های تغییرات نهادی و چگونگی عملکرد سازوکارهای علیتی مرتبط با تغییر در یک نظام اقتصادی می‌پردازد. در مورد کارایی او علاقه‌مند به موضوع دسترسی به اطلاعات است: بنگاه‌های بازار چگونه از کارآمدترین مقیاس تولید آگاه می‌شوند و چگونه می‌فهمند که کارآمدترین ساختار سازمان‌دهی کدام است؟ آیا اطلاعاتی از راه نظام قیمت‌ها موجود است که عوامل بتوانند پیش از وقوع درباره کارآمدترین راه‌حل‌ها چیزی بدانند؟ آیا آن عوامل با گذشت زمان و با سعی و خطا به واقعیت‌ها واقف می‌شوند؟ آیا ایشان قادرند از کارآمدترین رقبا تقلید کنند؟

بررسی فرایند تغییرات نهادی، دلایل انعطاف‌پذیری نهادها، تمایل آنها به دوری از تغییر و دلایل اصرار عوامل به رعایت شیوه‌های قدیمی را برای محقق معلوم می‌کند. رویکرد پویا فروزی را که رویکرد ایستا درباره انعطاف‌پذیری عوامل - در پذیرش گزینه‌های کارآمد مطرح می‌کند - مورد تردید قرار می‌دهد. در واقع گاهی شرایط طوری است که تغییرات تدریجی به سمت گزینه‌های کارآمدتر امکان‌پذیر است، ولی اغلب مواقع این‌طور نیست. این واقعیت نه تنها به دلیل مقاومت در برابر تغییر، بلکه به دلیل حفاظت از منافع شخصی نیز است، از این رو ناچاریم از رویکرد منافع گروهی پویا استفاده کنیم. تغییر نهادی غالباً متضمن توزیع مجدد هزینه‌ها و منافع است: وضع برخی فعالان پس از تغییر بهتر و بعضی دیگر بدتر می‌شود. پس در رویکرد پویا، توجیه تغییر یا انعطاف‌ناپذیری نهادها را می‌توان در راهبردهای گروه‌های ذی‌نفع قدرتمندی جست‌وجو کرد که از منافع بلندمدت خود دفاع می‌کنند.

هر دو رویکرد ایستا و پویا محاسنی دارند (فصول دوم و چهارم را مطالعه کنید). گاهی - بسته به موضوع مورد بحث - رویکرد ایستا مناسب‌تر و گاهی رویکرد پویا ارجح است. هرچند فصل سوم کاملاً به رویکرد پویا اختصاص دارد، ولی در تمام فصول بخش‌های سوم و چهارم از این کتاب، آموخته‌های نظری بخش دوم در هر دو رویکرد ایستا و پویا را به کار خواهیم برد و در این دو رویکرد به هر دو نگرش کارایی و منافع

توجه خواهیم کرد. برای هر یک از این فصول کاربردی یک طرح مناسب - مشابه با آنچه در جدول ۱-۱ دیده می‌شود - تنظیم می‌کنیم.

جدول ۱-۱ تبیین ساختارهای سازمان‌دهی: ترکیب چهار رویکرد

رویکرد ایستا	رویکرد پویا	
با توجه به محیط نهادی و مشخصات عوامل، کدام ساختار سازمان‌دهی می‌تواند هزینه‌های مبادله را به حداقل برساند؟	وقتی عوامل مطابق روش کارایی عمل می‌کند، تغییرات نهادی چگونه رخ می‌دهد؟	کارایی
با توجه به محیط نهادی و مشخصات عوامل، وقتی گروه‌های قدرتمند ذی‌نفع از منافع خود حفاظت می‌کنند، چه ساختار سازمان‌دهی انتخاب خواهد شد؟	وقتی عوامل مطابق روش منافع عمل می‌کنند، تغییرات نهادی چگونه رخ می‌دهد؟	منافع گروهی

صرف‌نظر از نوع رویکرد مورد نظر، همه رویکردها بر اهمیت نهادها در شکل دادن به رفتار اقتصادی و تعاملات اجتماعی تأکید می‌کنند که در ادامه به آن می‌پردازیم.

۱-۳ نهادها مهم‌اند

از زمانی که یک نهادگرا یعنی داگلاس سی. نورث^۱ در سال ۱۹۹۳ جایزه نوبل دریافت کرد، جمله «نهادها مهم هستند»^۲ خیلی معروف شده است. نورث هنگام دریافت جایزه گفت: «وقتی مبادله پرهزینه شود، اهمیت نهادها معلوم می‌شود و مبادله واقعاً پرهزینه است» (North, 1994: 360). شواهد تجربی بی‌شماری توسط اقتصاددانان ارائه شده است که این گزاره را ثابت می‌کند. آن شواهد همگی نشان می‌دهد وقتی جوامعی مشابه از لحاظ شاخص‌هایی مانند اندازه جمعیت، اندازه کشور، آب‌وهوا و بهره‌مندی‌های طبیعی باهم مقایسه شوند و رفاه اقتصادی آنها بسیار باهم فرق داشته باشد، تفاوت رفاه اقتصادی آنها را فقط با پرداختن به تفاوت در محیط نهادی آنها می‌توان توضیح داد.

1. Douglass C. North
2. Institutions Matter

قواعد رسمی و غیررسمی در هر جامعه، اثر چشمگیری بر امکان‌پذیری انجام مبادله با هزینه‌های مبادلاتی اندک می‌گذارند. در این زمینه، اعتماد نقش بسیار مهمی دارد. آیا یک حکومت معتمد و یک نظام قضایی بی‌طرف وجود دارد که از حقوق تک‌تک عوامل دفاع کند؟ آیا ارزش‌های اخلاقی مفیدی در جامعه وجود دارد که عزت نفس را ترویج و برای همه مردم فرصت ایجاد کند؟ اگر مردم در چنین شرایطی زندگی کنند، برای پرداختن به فعالیت اقتصادی انگیزه بیشتری دارند و آن فعالیت نیز به‌نوبه خود در کل به نفع پیشرفت جامعه است. در ادامه به این بحث می‌پردازیم.

۱-۳-۱ نهادها و توسعه

بی‌شک مبادلات روزمره - از قبیل مراجعه به بانک و خرید یا فروش کالاها - می‌تواند در کشورهای در حال توسعه تجربیاتی متفاوت [از کشورهای توسعه‌یافته] باشد. حتی در ساده‌ترین معاملات باید بر موانعی چیره شد: فساد، خط قرمزها، بی‌اعتمادی و ... مبادلات دیگر مانند فراهم کردن سرمایه برای یک کسب‌وکار جدید نیز تقریباً غیرممکن است. اگر یکی از طرف‌ها به عهد خود وفا نکند، راه‌های قلیلی برای ضمانت اجرای یک توافق وجود دارد؛ نظام قضایی کند و ناکارآمد و تضمین‌های اطمینان‌بخش واقعاً مطمئن بسیار اندک‌اند. این دشواری‌ها دلیل اصلی کمتر توسعه‌یافتگی برخی کشورها نسبت به دیگران است. هرچه این مشکلات وخیم‌تر باشد، بیشتر احتمال دارد سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی بخت خود را در جای دیگری آزمایش کنند. از زمان کار پیش‌گامانه نورت (North, 1981) که نشان داد نهادها چگونه در طول تاریخ با رشد اقتصادی ارتباط داشته‌اند، مطالب فراوانی در این باره نوشته شد که نشان می‌دهند چگونه مفاهیمی غیرمادی مانند اعتماد، نقشی چشمگیر در توسعه ایفا می‌کنند. به قول نورت: «نهادها ساختار انگیزشی یک جامعه را تشکیل می‌دهند و به این دلیل نهادهای سیاسی و اقتصادی همان عوامل تعیین‌کننده اصلی در عملکرد اقتصادی هستند» (North, 1994: 356).

مزایای تخصصی شدن فقط در صورتی می‌تواند حاصل شود که چارچوب نهادی صحیح باشد. مثلاً انقلاب صنعتی در قرون هجدهم و نوزدهم به ضمانت اجرای حقوق مالکیت بستگی داشت. آدام اسمیت از قبل به این موضوع واقف بود که گفت: «تجارت و

صنعت به‌ندرت می‌تواند به مدت طولانی در کشوری شکوفا باشد که ... مردم آن، خود را در تملک دارایی‌های شخصی ایمن نمی‌بینند» (Smith, 1776: 862). در اقتصاد دانش‌بنیانی که ما در آن زندگی می‌کنیم، عواملی مانند اعتماد و عدالت روزبه‌روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند.

در چند قرن گذشته ثروت هر کشور به چند عامل بستگی داشته است: منابعی مانند طلا یا نفت (که بانک جهانی (۲۰۰۶) آنها را «سرمایه طبیعی» می‌نامد) یا صنایع و ماشین‌آلات سنگین (سرمایه تولید شده). با این حال به‌راحتی می‌توان کشورهای نفت‌خیزی پیدا کرد که توسعه نیافته‌اند و نیز کشورهای توسعه‌یافته‌ای مانند سوئیس را دید که منابع طبیعی اندکی دارند. کشورهایمانند هندوستان و آرژانتین - که در اواسط قرن بیستم قصد کردند صنایع سنگین را حمایت کنند - دریافتند که رشد بلندمدت یک توهم است. نویسندگان فراوانی بر اهمیت آموزش و پیشرفت فناورانه برای ایجاد ثروت ملی تأکید کرده‌اند.

با این حال یکی از مقالات اثرگذار - که توسط رودریک و همکاران (Rodrik et al., 2004) نوشته شد به عوامل تعیین‌کننده جدی در رشد اقتصادی تأکید می‌کند. آنان با اشاره به اینکه درآمد سرانه لوکزامبورگ حدود صد برابر سریلانکاست، می‌نویسند: «در اقتصاد به‌ندرت می‌توان موضوعی پیدا کرد که نسبت به این موضوع، دشواری‌های ذهنی بیشتری داشته یا بیش از این با زندگی اکثریت مردم جهان مرتبط باشد» (2004: 132). این نویسندگان سعی می‌کنند بفهمند چرا برخی کشورها قادر به نوآوری‌اند و بیش از دیگران موفق به انباشت سرمایه می‌شوند. ایشان سه عامل را از عوامل بالقوه اصلی در تعیین این وضعیت شناسایی کردند: وضعیت جغرافیایی، تجارت و نهادها. نتیجه‌گیری اصلی آنان از این قرار است که نهادها - به‌ویژه حقوق مالکیت و حاکمیت قانون - مهم‌ترین عامل در تبیین تفاوت‌های توسعه میان کشورهای مختلف‌اند.

یافته‌های آن گروه توسط بانک جهانی (XIV: 2006) تأیید می‌شود که دریافت «شکل غالب ثروت در همه جای دنیا، سرمایه غیرمادی - یعنی سرمایه انسانی و کیفیت نهادهای رسمی و غیررسمی - است». سرمایه غیرمادی شامل هر چیزی است که مادی

نباشد یا به عبارتی، در تخمین‌های سرمایه تولید شده و طبیعی وارد نشود. این سرمایه شامل مهارت‌ها (سرمایه انسانی) و روش حکومت و تدبیر اجتماعی - از قبیل میزان حضور نهادهایی مانند نظام قضایی عادلانه و یک حکومت سازنده و حامی - است. جدول ۱-۲ نشان می‌دهد سرمایه طبیعی در کشورهای ثروتمند، فقط ۲ درصد از کل ثروت است و ۸۰ درصد سرمایه به شکل غیرمادی است. باین حال سرمایه طبیعی هنوز هم در کشورهای کم‌درآمد اهمیت دارد (۲۶ درصد از کل ثروت).

جدول ۱-۲ سهم سرمایه از کل ثروت

(درصد)

سرمایه طبیعی	سرمایه تولید شده	سرمایه غیرمادی	
۲۶	۱۶	۵۹	کشورهای کم‌درآمد
۱۳	۱۹	۶۸	کشورهای با درآمد متوسط
۲	۱۷	۸۰	کشورهای پردرآمد سازمان همکاری اقتصادی و توسعه ^۱
۴	۱۸	۷۸	کل دنیا

Source: World Bank, 2006: 4.

البته نمی‌خواهیم بگوییم که کل تلاش کشورهای در حال توسعه باید به تقلید از نهادهای کشورهای توسعه‌یافته معطوف شود. اروپا، ایالات متحده و ژاپن کاملاً توسعه‌یافته‌اند، ولی نهادهای آنان باهم فرق دارد. نورث (۱۹۹۴) هشدار می‌دهد که انتقال قواعد سیاسی و اقتصادی کشورهای غربی به جهان سوم نمی‌تواند رشد آنها را تضمین کند. باین حال این اجماع وجود دارد که فصل مشترک کشورهای توسعه‌یافته، احترام جدی به حقوق مالکیت و حاکمیت قانون است. توسعه کشورهایمانند کره جنوبی از دهه ۱۹۶۰، سنگاپور از دهه ۱۹۷۰، و اسپانیا و ایرلند از دهه ۱۹۸۰ نشان می‌دهد که سیاست‌های مهیاکننده انگیزه‌های صحیح قادرند کشوری را ظرف مدت چند دهه به مسیر صحیح بکشاند.

1. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)

۴-۱ شرح مختصری از کتاب

این کتاب مشتمل بر چهار بخش است. پس از این بخش مقدماتی (فصل اول)، به بخش نظری خواهیم پرداخت (فصول دوم، سوم و چهارم). در بخش دوم نقطه عزیمت ما ارائه یک چارچوب نظری است که رویکرد ایستا به اقتصاد نهادگرا را با رویکرد پویا تلفیق می‌کند. خواهید آموخت که نظریه می‌تواند در مطالعه محیط‌های نهادی پیچیده‌ای که مبادلات مردم در آنها انجام می‌شود به شما کمک کند. همچنین کاربرد الگوها و نظریه‌ها به شما کمک می‌کند تا توضیح دهید چرا و چگونه در این محیط تغییراتی اتفاق می‌افتد. در این کتاب، نظریه را با مثال‌های جهان واقع پیوند خواهیم زد. همانند مثال قبل در مورد نهادها و توسعه، در سراسر کتاب معلوم خواهیم کرد که «نهادها مهم هستند» یعنی رفتار اقتصادی (به معنای مبادلات هماهنگ) همواره تحت تأثیر نهادهای رسمی و غیررسمی است که در هر جامعه حضور دارند.

درعین‌حال معلوم خواهیم کرد که طرف‌های مبادله ممکن است سعی در متأثر کردن نهادها داشته باشند (تغییر دهند) تا آن نهادها - احتمالاً به بهای خسارت دیگران - در خدمت منافع ایشان درآیند. در بخش سوم (فصول پنجم، ششم و هفتم) به روش‌های مختلفی می‌پردازیم که مبادلات در بخش خصوصی با آنها هماهنگ می‌شوند. بخش چهارم (فصول هشتم و نهم) به مبادلاتی مربوط است که تحت نظارت بوده یا کاملاً توسط مقامات عمومی هماهنگ می‌شود. همچنین نشان می‌دهیم عملکرد نظام‌های اقتصادی را می‌توان نتیجه کار عواملی دانست که برای بهبود کارایی تلاش می‌کنند و نیز حاصل کار افرادی که برای حفظ منافع خود در تلاش‌اند.

برای تأکید بر اهمیت نهادها، این فصل را با مثالی دیگر به پایان می‌بریم که ملهم از کار لیسون (Leeson, 2007a, 2007b) بوده و به معرفی برخی تذکرات اصلی مربوط است که در کل کتاب به‌طور مفصل بحث می‌شود.

۴-۱-۱ اقتصاد راهزنی: پیش‌گزارشی از آنچه در این کتاب خواهید خواند

وقتی فیلم دزدان دریای کارائیب: در آخر دنیا^۱ در سال ۲۰۰۷ به نمایش درآمد، چند

1. Pirates of the Caribbean: At World's End

منتقد اشاره کردند که بخش‌هایی طولانی از فیلم به ملاقات‌ها و صحبت‌ها اختصاص داده شده و مثلاً به نمایی بزرگ از دامن طبیعت اشاره می‌کردند که در آن جمعیت بین‌المللی راهزنان پس از وضع قوانین در تشکیلات بزرگ و خطرناک خود، به شاه راهزنان رأی دادند. یکی از منتقدان نوشت: «این راهزنان - به‌عنوان اراذل آزاد و بی‌پروای دریاهای آزاد - کاملاً به نظام دیوان‌سالاری خود علاقه‌مند به‌نظر می‌رسند ... آنان را می‌توان حقوق‌دانان کارائیب نامید» (Rose, 2007: 8).

با این حال به‌نظر می‌رسد فیلم‌سازان کار خود را به‌خوبی انجام داده بودند. مورخان نشان داده‌اند که قوانین برای رونق کار راهزنان از نقش اساسی برخوردارند و بدون آنها «راهزنان همانند ساختمانی که پی نداشته باشد، فرومی‌ریزند» (Rediker, 1987: 287).

در عصر طلایی راهزنی (که مورخان آن را بین سال‌های ۱۶۳۰ تا ۱۷۳۰ می‌دانند)، راهزنان یک مجموعه تشکیلاتی بسیار موفق و سازمان‌دهی شده را هدایت می‌کردند. آنان حملات خود را با ناوگان کشتی‌هایی رهبری می‌کردند که گاهی هم‌زمان شامل چند هزار راهزن بود و میلیون‌ها پوند اموال مسروقه را جابه‌جا می‌کرد. همه این واقعیت‌ها با تشکیلاتی حاصل می‌شد که اکثر اعضای آن را داوطلبان تشکیل می‌دادند و باید برای خود قواعدی - غیرقانونی - وضع می‌کردند تا امور خود را با آن اداره کنند. در فصل دوم خواهیم دید چنین ترتیباتی به‌خوبی با آن چارچوب تحلیلی سازگار است که در آن عوامل - با توجه به یک محیط نهادی مشخص - به تعیین ساختار اداره امور خود می‌پردازد.

۱-۴-۱-۱ راهزنان به‌مثابه عوامل عقلایی

طبق برخی منابع ذکرشده توسط لیسون، راهزنان، جامعه‌ای کاملاً سازمان‌یافته بودند. قواعد ایشان را می‌توان اقدامات انسان‌هایی عقلایی دانست که در جست‌وجوی به حداکثر رساندن سود خود بودند. به‌رغم تصویری که از ایشان به‌عنوان اراذل عیاش و می‌گسار ترسیم شده است که زندگی‌های ماجراجویانه داشته‌اند، به مرگی فجیع می‌میرند، اکثر آنان در سن زیاد و در بسیاری موارد به‌عنوان اشخاصی ثروتمند دنیا را ترک کردند و خطرهایی که با آن روبه‌رو بودند، بیش از خطرهای موجود در زندگی تجار دریانورد نبود. هر دو دسته نهادهای رسمی و غیررسمی نقش مهمی در زندگی راهزنان داشتند.

باینکه راهزنی کاری غیرقانونی و مجازات آن اغلب مرگ بود (مجازات‌ی که از نوع نظارت عمومی همراه با تنبیه سلبی و رسمی محسوب می‌شد)، انگیزه‌های آشکاری برای پیوستن به راهزنان وجود داشت. پیوستن به راهزنان برای یک دریانورد، تصمیمی کاملاً عقلایی به حساب می‌آمد. ناخداهای کشتی‌های تجاری روی عرشه از قدرت بی‌حد و حساب برخوردار بودند، با سوءاستفاده از قدرت خود، با ملوانان بد رفتاری می‌کردند. ناخداها خوب غذا می‌خوردند در حالی که ملوانان گرسنه بودند. همچنین دلایل منطقی وجود داشت که ناخداهای کشتی‌های راهزن با ملوانان به‌خوبی رفتار کنند. چراکه هیچ چارچوب قانونی از آن ناخداها در صورت بروز شورش حمایت نمی‌کرد و سرنوشت ناخدایی که دائماً با خدمه کشتی بد رفتاری می‌کرد، احتمالاً غرق شدن در دریا بود. این شیوه رفتار با فرمانده بی‌رحم، یک نهاد غیررسمی بود که یک سازوکار خودنظارتی کارآمد محسوب می‌شد. به این ترتیب راهزنان معمولاً نسبت به ملوانان معمولی از آزادی بیشتر و شرایط زندگی مطلوب‌تر برخوردار بودند.

البته درآمد راهزنی هم بد نبود. یک ملوان معمولی در یک کشتی تجاری در سال‌های ۱۷۰۰ تا ۱۷۵۰ به‌طور متوسط ۱/۶ پوند در ماه دستمزد می‌گرفت که تقریباً معادل ۲۰۰ پوند استرلینگ در زمان حاضر است. حتی به یک ناخدا هم بیش از ۶ پوند در ماه پرداخت نمی‌شد. اما شاید یک راهزن در یک دستبرد موفق می‌توانست آن قدر به دست آورد که برای همیشه بازنشسته شود. موارد مستندی از راهزنی‌هایی وجود دارد که هر کدام به ۵۰۰/۰۰۰ پوند می‌رسید (مثلاً در سال ۱۷۲۰ برای ناوگان اژدهای پرنده^۱). با توجه به اینکه در آن زمان با ۵۰۰ پوند می‌شد عمری را سر کرد، این ارقام بسیار چشمگیرند.

نقش انگیزه‌ها در علم اقتصاد بسیار مهم است. اقتصاد نهادگرا توجه ویژه‌ای به نحوه طراحی یک سازمان مبدول می‌کند، به نحوی که اعضای آن سازمان از انگیزه سالم برای کار کردن به‌منظور نیل به هدف مشترک برخوردار شوند. انگیزه‌ها در قسمت‌های متعددی از این کتاب بررسی شده‌اند: مثلاً فصل سوم شامل تحلیل انگیزه‌ها در شرایط نظریه حقوق مالکیت، نظریات قرارداد و اقتصاد هزینه‌های مبادله و پس از آن در بخش سوم و چهارم، انگیزه‌ها در ساختارهای مختلف تدبیر که شرح خواهیم داد.

۲-۱-۴ زمان تصمیم

راهزنان قبل از سوار شدن به کشتی در یک شورا گرد می‌آمدند تا تصمیم بگیرند ابتدا برای تأمین تدارکات کجا بروند. پس از تصمیم‌گیری اولیه، شورای دوم معلوم می‌کرد که برای دزدیدن غنائم کجا بروند. در شورای دوم در اسناد مکتوب مشخص می‌شد که هر راهزن چقدر از غنائم سهم می‌برد. این مقادیر برحسب درصد از غنائم و طبق قاعده «هرکه عمل نکند، سهمی نمی‌برد» تعیین می‌شد. قواعد ویژه‌ای برای پرداخت به همه اعضای ناوگان - از جمله نجار و جراح - و نیز شکل تکامل نیافته‌ای از بیمه سلامت در قالب جبران خسارت از دست رفتن اعضای مختلف بدن وجود داشت. مثلاً از دست دادن دست راست: ۶۰۰ هشت‌قسمتی^۱ یا پنج برده، و از دست دادن چشم: ۱۰۰ هشت‌قسمتی یا یک برده («هشت‌قسمتی» نام سکه‌های اسپانیایی در آن زمان بود). گاهی انگیزه‌ها نیز در قالب تنبیهات ایجابی - از قبیل پاداش در ازای ابراز شجاعت و نشانه‌گیری دقیق - تقویت می‌شدند. بندهای مکتوب در اساسنامه راهزنی باید به تأیید همه اعضا می‌رسید و مصداقی از یک قرارداد بود. با گذشت زمان ناوگان‌ها بهترین شروط را از سایر اساسنامه‌ها اقتباس و بندهای غیرمفید را حذف کردند. به این ترتیب یک نظام قانونی نسبتاً یکدست در بین راهزنان پدید آمد. یکی از فواید صورت‌جلسه‌های مردمی در شوراهای راهزنی آن بود که اثربخشی نهادها به شدت زیاد می‌شد. با توجه به آنکه راهزنان در مورد بندها توافق کرده بودند، مشکلات انضباطی بسیار کمتری - نسبت به مشکلات موجود برای ناخدا یا افسر نظامی کشتی‌ها - بین آنان پیش می‌آمد. به عبارتی آن قرارداد خودتضمین می‌شد، یعنی نیاز به مجازات‌ها را کم می‌کرد. می‌توان این نظام حقوقی را نوعی پیمان دانست که هرکس باید به دلیل اثبات شده بودن کارایی آن نظام در سال‌های متمادی، به آن پایبند بماند. شکل‌گیری آن نظام حاصل فرایندی پویا بود که در فصل چهارم کلیات آن را به‌دقت تشریح خواهیم کرد.

همچنین برخورداری راهزنان از نوعی بیمه سلامت، طفره رفتن از مبارزه را به هنگام حمله به کشتی‌های تجاری کم می‌کرد. طفره رفتن^۲ یکی از اصطلاحات پرکاربرد در علم

1. Pieces of Eight

2. Shirking

اقتصاد است و رفتار کسی را نشان می‌دهد که (سعی می‌کند) از وظیفه محول شده شانه خالی کند. نوشته‌های فراوانی درباره انگیزه‌ها و کاهش طفره رفتن در سازمان‌ها وجود دارد. مطالب بیشتر در این زمینه را می‌توانید در فصول سوم و ششم مطالعه کنید. سایر قواعد نیز بدون ابهام بودند. هر راهزنی که قطعه‌ای از غنائم را نزد خود نگاه می‌داشت، به شدت مجازات می‌شد یا حداقل از جمع راهزنان اخراج می‌گردید. گاهی به تصادف تفتیش انجام می‌شد تا معلوم شود هیچ‌کس در هیچ جای کشتی چیزی پنهان نکرده باشد. راهزنان نسبت به ضمانت اجرای حقوق مالکیت خود بسیار جدی بودند (فصل سوم را مطالعه کنید).

۳-۱-۴ مقاومت بی‌فایده است

اما راهزنان در «مبادلات» خود با موانعی روبه‌رو بودند و مهم‌ترین آنها خشونت محسوب می‌شد که در برخورد با کشتی‌های دیگر (طعمه‌ها) اتفاق می‌افتاد. این خشونت‌ها گاهی به غرق شدن یکی از طرفین یا هر دو ختم می‌شد که به معنای از دست رفتن غنائم بود. راهزنان باینکه به قاتلان خون‌آشامی معروف شده‌اند که شیفته جنگیدن هستند، در عمل به دنبال حداقل کردن این هزینه‌های مبادله بودند. در فصل سوم خواهیم دید که هزینه‌های مبادله نه تنها برای درک ساختارهای سازمان‌دهی راهزنی یا «قرارداد بازار»، «سلسله‌مراتب» و «ساختارهای پیوندی»^۱ اهمیت خطیر دارند (هر سه مورد را در بخش سوم تشریح می‌کنیم)، بلکه برای درک ساختارهای سازمان‌دهی عمومی یعنی «قانونگذاری» و «شرکت‌های دولتی» نیز مهم‌اند (بخش چهارم را مطالعه کنید).

البته با این توصیف‌ها نمی‌خواهیم بگوییم راهزنان انسان‌های خوبی بودند: آنان وقتی می‌خواستند اسرا را به قصد گرفتن اعتراف یا به جرم مقاومت، شکنجه کنند یا بکشند، از روش‌های بسیار نوآورانه‌ای استفاده می‌کردند. برای آشنایی با اعمال خون‌بار آنان که شامل نشان دادن امعاء و احشاء قربانیان روی عرشه، جزئیاتی شامل چاقو، آتش، طناب و امثال آن است، به نوشته لیسون^۲ رجوع کنید. اما راهزنان چگونه می‌توانستند

1. Hybrid Structures
2. Leeson

یک کشتی را بدون زور تصرف کنند؟ یکی از راه‌های اجتناب ایشان از خونریزی، بزرگ‌نمایی درباره جایگاهشان به‌عنوان انسان‌های بی‌رحمی بود که هیچ گذشته‌ای از خود نشان نمی‌دهند. آنان به‌این ترتیب امیدوار بودند که طرف مقابل را می‌ترسانند و به‌سرعت وادار به تسلیم می‌کنند. در بخش سوم به موضوع حسن شهرت^۱ و اهمیت آن در کاهش هزینه مبادله خواهیم پرداخت.

در زمانه‌ای که تنها راه شناسایی سایر کشتی‌ها در دریا استفاده از پرچم‌ها بود، نشان معروف جولی روجر^۲ با مجموعه و استخوان‌های متقاطع، نمادی بود که دزدان دریایی از ملیت‌های مختلف برای شناسایی و ایجاد رعب از آن استفاده می‌کردند. سایر راهزنان هم از پرچم قرمز استفاده می‌کردند که اعلام می‌کرد در صورت مقاومت هیچ رحمی در کار نخواهد بود. هر دو پرچم با قصد مشخصی به‌کار می‌رفتند: تا ناخداها (یا خدمه) را متقاعد کنند که بدون درگیری تسلیم شوند. قاعده رحم کردن به آنان که تسلیم می‌شدند، به‌شدت توسط راهزنان رعایت می‌شد. متأسفانه راهزنان در بی‌رحمی نسبت به کسانی که مقاومت می‌کردند، بسیار جدی بودند و در صورتی که معلوم می‌شد با ایشان همکاری نشده است، ناخدا و خدمه همگی کشته می‌شدند. در هر حال شواهدی وجود دارد که جولی روجر و پرچم قرمز به‌شدت مفید بودند و اغلب مانع از نزاع می‌شدند. این نمادها را که به شکل پرچم بودند، می‌توان در عمل به‌مثابه یک نهاد غیررسمی مؤثر دانست که با هدف محدود کردن یک رفتار خاص به‌کار گرفته می‌شد.

۴-۱-۴ افسر راهزن^۳

راهزنان باآنکه معمولاً از ناخدای خود رفتارهای مناسب می‌دیدند، اما از خطرهای استثمار توسط او آگاهی داشتند، از این‌رو به دنبال راهی برای محدود کردن قدرت وی بودند. آنان برای این کار، مقام افسر راهزن را پدید آوردند؛ شخصی که مسئولیت توزیع غذا، انتخاب غنائم و قسمت کردن آنها را برعهده داشت. ناخدا عمدتاً در خلال جنگ‌ها مسئول بود. این تقسیم قدرت موجب کاهش سوءاستفاده از قدرت می‌شد. افسر راهزن و

1. Reputation
2. Jolly Roger
3. Quartermaster

ناخدا هر دو با رأی راهزنان انتخاب می‌شدند و در صورت ناراضی بودن خدمه کشتی راهزنی از کار ایشان برکنار و گاهی در یک جزیره متروک رها می‌شدند. رابطه بین ناخدا، افسر راهزن و خدمه کشتی‌های راهزنی را می‌توان با نظریه کارفرما - کارگزار^۱ به‌طور خلاصه مربوط به مشکلات واگذاری قدرت تصمیم‌گیری به افرادی است که نظارت بر کار آنان دشوار است. این نظریه در بررسی عملکرد حکومت‌ها، صاحبان کسب‌وکار و سازمان‌های غیرانتفاعی به‌کار می‌رود که در بخش‌های کاربردی این کتاب به آن خواهیم پرداخت.

۵-۱-۴-۱ نقش حکومت

البته همه راهزنان غیرقانونی عمل نمی‌کردند و رابطه بین دولت‌های ملی و راهزنان اغلب پیچیده بود. «راهزنان خودی»^۲ راهزنانی بودند که توسط حکومت‌های ملی برای حمله به کشتی‌های کشورهای دشمن مأمور می‌شدند. کالاهایی که آن راهزنان غارت می‌کردند، بین حکومت و ایشان تقسیم می‌شد. متأسفانه گاهی راهزنان خودی فراموش می‌کردند که فقط قرار بوده است به کشتی‌های دشمن حمله کنند و به‌این‌ترتیب با پیروی از روال متعارف راهزنان، به همه کشتی‌ها دستبرد می‌زدند. سایر سیاست‌های حکومت‌ها به شکل غیرمستقیم بر فعالیت‌های راهزنی اثر می‌گذاشت. پس از خاتمه جنگ جانشینی اسپانیا^۳ در سال ۱۷۱۳، بسیاری از ملوانان نیروی دریایی بیکار شدند. در همان زمان سیاست‌های سوداگرانه حکومت‌ها محدودیت‌های بسیاری برای دریانوردی ایجاد کرد و گزینه‌های قانونی ملوانان برای یافتن شغل قانونی را کاهش داد. مثلاً دریانوردان انگلیسی اجازه نداشتند در کشتی‌های خارجی کار کنند. این محدودیت‌های تجاری به‌ناچار بازارهای سیاه و قاچاق را تقویت کرد، به‌این‌ترتیب گزینه‌های جذابی برای اشتغال دریانوردان بیکار فراهم آورد.

1. Principle-agent
2. Privateers
3. The War of Spanish Succession

۶-۱-۴-۱ راهزنی امروزی

امروزه راهزنان کماکان - به‌ویژه در مناطقی مانند اندونزی، سواحل سومالی و شمال برزیل - به‌کار خود ادامه می‌دهند. طبق نظر اداره کشتی‌رانی بین‌المللی^۱ خطرناک‌ترین نواحی در سال ۲۰۰۷ عبارت بودند از اندونزی، نیجریه، سومالی، بنگلادش و تانزانیا. راهزنان امروزی به‌جای چاقو و تیپانچه از سلاح‌های خودکار و نارنجک‌ها و موشک‌ها استفاده می‌کنند. آنان همچنین از روش‌های جدیدی مانند نگاه داشتن خدمه و کشتی به‌عنوان گروگان - به‌جای صرفاً دزدیدن محموله‌ها - استفاده می‌کنند.

راهزنان همچنین به پول‌های نقدی علاقه دارند که در اکثر کشتی‌ها در جایی امن - برای پرداخت مخارج بندری و دستمزد ملوانان و خرید ملزومات - نگهداری می‌شود. یکی از معضلات مبارزه با راهزنان امروزی آن است که اگر حمله آنان در آب‌های بین‌المللی رخ دهد، خلأ حقوقی وجود دارد، یعنی معلوم نیست کدام کشور باید از کشتی‌های طعمه دفاع کند و یا مسئولیت بازجویی و مجازات متجاوزان را برعهده بگیرد. این معضل با همان پدیده رفتار مبتنی بر سواری مجانی مرتبط است که چندین بار در این کتاب به آن پرداخته‌ایم. در واقع حمله کردن به ناوگانی غیرمسلح در دریاهایی که چند روز طول می‌کشد تا قوای کمکی از راه برسند، برای مجرمان کار آسانی است. شرکت‌های دریانوردی غالباً این‌گونه حوادث را گزارش نمی‌کنند، زیرا از خبررسانی غلط و نیز از دست دادن بیمه خود می‌ترسند.

یکی از گزارش‌های مجله *جغرافیای ملی*^۲ راهزنان را چنین توصیف کرد که به توانایی خود برای «غیب کردن» کل بار کشتی‌ها مباحثات می‌کردند (Gwin, 2007). آن گزارش همچنین ادعا کرد که آموزش‌های پرهزینه لازم برای اخذ گواهی دریانوردی موجب سوق دادن بسیاری از افراد به راهزنی می‌شود. به‌نظر می‌رسد که - در یک محیط نهادی خاص - دسته‌ای از دریانوردان کماکان به مقایسه عقلانی مزایای کار قانونی با کار راهزنی خواهند پرداخت و تا وقتی که تحلیل اقتصادی آنان، راهزنی از کشتی‌ها را توجیه کند، آنان کماکان راهزن باقی خواهند ماند.

1. The International Maritime Bureau

2. *National Geographic*

۱-۵ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر

۱. منظور از نهاد چیست؟
 - الف) ابتدا به‌طور کلی توضیح دهید.
 - ب) با کمک طرح نهادی (شکل ۱-۱) به‌دقت تشریح کنید.
 - ج) درباره اهمیت بررسی نهادها بحث کنید.
۲. تفاوت بین نهادهای رسمی و غیررسمی چیست؟
۳. چرا در جوامع معمولاً هر دو دسته نهادهای رسمی و غیررسمی وجود دارد؟
۴. آیا نهادهایی را می‌شناسید که فقط در کشور شما - و نه در جای دیگر - وجود داشته باشند؟
۵. رابطه بین نواقص بازار و نهادها کدام است؟
۶. به شیوه خودتان فرق بین «رویکرد کارایی» و «رویکرد منافع گروهی» را در اقتصاد نهاد‌گرا توضیح دهید.
۷. «نهادها مهم هستند» یکی از عبارات معروف است. با ذکر مثال‌های شخصی خودتان این جمله را تشریح کنید و رابطه آن با کارکرد ممکن‌کننده و محدودکننده نهادها را شرح دهید.
۸. رفتار مبتنی بر سواری مجانی را توصیف کنید.
۹. زندگی خود (یا یکی از تحقیقات موردی) را در نظر گرفته، حداقل سه مورد از مفاهیم اقتصاد نهاد‌گرا را که در این فصل ذکر شده است، در آن به‌کار بیندید.

پیوست‌ها

پیوست الف) تحلیل نئوکلاسیکی ساختارهای بازار

اقتصاد نهادگرا به روشی می‌پردازد که عوامل با آن مبادلات خود را در دنیای ناکامل سازمان‌دهی می‌کنند. الگوی مبنای نئوکلاسیک به تشریح دنیای کامل می‌پردازد و در نتیجه در حکم یک مرجع عمل می‌کند. همچنین اقتصاد نئوکلاسیک امروزی^۱ نیز به بررسی نواقص بازار پرداخته، اما فقط به راه‌حل‌های نهادی تأکید نمی‌کند. پیوست الف به‌طور خاص برای خوانندگانی است که هنوز با مبانی اقتصاد نئوکلاسیک آشنا نیستند. ابتدا فروض مربوط به مشخصه‌های عوامل توصیف خواهد شد و پس از آن مشخصات بازارهایی وصف می‌شود که عوامل در آنها فعالیت می‌کنند.

۱. فروض نئوکلاسیک درباره عوامل

در اقتصاد نئوکلاسیک، عوامل به‌مثابه افرادی کاملاً عقلایی و بهینه‌کننده با ترجیحات مشخص فرض می‌شوند که مبادلات ایشان به پیامدهای تعادلی منجر می‌شود. بد نیست اندکی در این باره توضیح دهیم. عوامل (افراد یا بنگاه‌ها) در صورتی (کاملاً) عقلایی رفتار می‌کنند که مطلوبیت (سود) کل خود را با توجه به محدودیت‌های موجود، به حداکثر برسانند. این ویژگی را رفتار بهینه‌کننده می‌نامیم.

عوامل کاملاً عقلایی دقیقاً می‌دانند که درصد تحقق چه اهدافی هستند. آنان همچنین به‌دقت واقف‌اند که کدام‌یک از ابزارهای موجود می‌تواند برای تحقق هر هدف به کار آید؛ ایشان می‌دانند کدام ترکیب از عوامل تولید موجب حداقل شدن هزینه‌ها می‌شود یا کدام ترکیب از محصولات مطلوبیت را حداکثر می‌کند. رفتار ایشان برخاسته از ترجیح^۲ است. یک ترجیح عقلایی - به تعبیر ساده - وضعیتی است که به روشی باثبات، یک محصول یا بسته‌ای از محصولات را نسبت به دیگری ارجح می‌داند. ترجیحات طبق فرض، از پیش معلوم‌اند.

نظریه نئوکلاسیک فقط با رفتار فرد^۳ سروکار دارد. به تعبیری عوامل منفرد همان

1. Modern Neoclassical Economics
2. Preference Driven
3. Individual

واحدهای تحلیل هستند و فرقی ندارد که ایشان یک تولیدکننده یا یک بنگاه باشند، یا به‌عنوان یک مصرف‌کننده یا خانه‌دار بررسی شوند. در یک بازار کاملاً رقابتی، تعادل همان تساوی تقاضای کل مصرف‌کنندگان منفرد با عرضه کل عرضه‌کنندگان منفرد است. افراد کاملاً عقلایی از مجرای قیمت‌ها اطلاعات لازم برای اتخاذ تصمیم‌های صحیح (رفتار بهینه‌کننده) را به‌دست می‌آورند.

۲. فرض نئوکلاسیک درباره بازارها

در این بخش برای آنکه خواننده درک دقیق‌تری از کارکرد بازارها در نظریه نئوکلاسیک به‌دست آورد، به‌اختصار مفاهیم اصلی موجود در الگوهای رقابت کامل و ناقص را ارائه می‌کنیم.

● رقابت کامل

در الگوی اصلی اقتصاد نئوکلاسیک، تعادل طبق فرض در بازاری برقرار می‌شود که در آن همه مصرف‌کنندگان به حداکثرسازی مطلوبیت و همه تولیدکنندگان به حداکثرسازی سود خود مشغول‌اند. مصرف‌کنندگان، ترجیحات (مطلوبیت) خود را و تولیدکنندگان نیز فناوری‌های تولید خود را کاملاً مشخص می‌دانند. اگر شرایط فنی معینی در مورد ترجیحات و فناوری‌ها برآورد شود (ما در این کتاب به آنها کاری نداریم)، آنگاه یک تعادل را در الگوی نئوکلاسیک رقابت کامل می‌توان براساس پنج شرط مهم زیر توصیف کرد:

۱. محصولات همگن و کاملاً جانشین یکدیگرند، پس می‌توان دریافت که عرضه‌کنندگان نه بر مبنای تفاوت‌های کیفی، بلکه فقط براساس قیمت با یکدیگر رقابت می‌کنند.

۲. تعداد خریداران و فروشندگان به‌اندازه کافی زیاد است تا هیچ‌کس قدرت بازار را در دست نگیرد، به عبارتی هیچ‌کس به تنهایی بر قیمت منابع یا محصول نهایی اثر نمی‌گذارد.

۳. همگان از تمام اطلاعات مربوط به قیمت و کیفیت آگاه هستند و در نتیجه (با توجه به همگنی) فقط یک قیمت وجود خواهد داشت.

۴. در هیچ‌یک از انواع بازارها (کالاها و خدمات، نیروی کار، سرمایه و منابع طبیعی)، هیچ مانعی برای ورود یا خروج وجود ندارد؛ به این ترتیب کارآفرینان قادرند آزادانه به بازارهای سودآور وارد و از بازارهای خسارت‌آور خارج شوند.

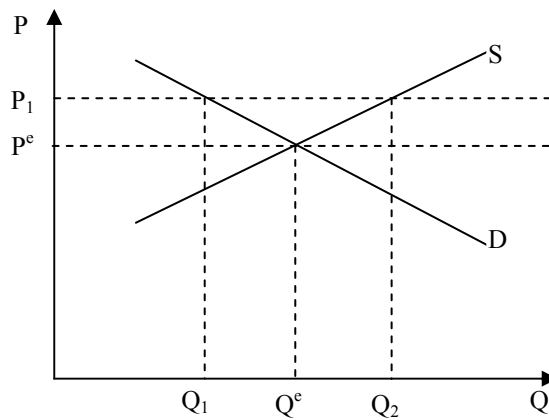
۵. کالاهاى عمومی و آثار بیرونی وجود ندارند.

وقتی همه این شرایط برقرار شد، سازوکار قیمت تضمین می‌کند یک پیامد تعادل رقابتی حاصل شود که مطلوبیت افراد و سود بنگاه‌ها را به حداکثر می‌رساند. این مطلب را در ادامه به تفصیل شرح می‌دهیم.

• تعادل جزئی

در تحلیل تعادل جزئی^۱، شرایط تعادل در یک بازار برای یک محصول خاص بررسی می‌شود. این تحلیل - که تا حد یک منحنی عرضه و یک منحنی تقاضا ساده شده - در شکل ۱-۲ ترسیم شده است. قیمت‌ها (P) روی محور عمودی و مقدار (Q) روی محور افقی است. منحنی تقاضا (D) نشان‌دهنده حداکثر قیمتی است که افراد مایل‌اند با توجه به درآمد خود، ترجیحات خود و قیمت‌های سایر کالاها برای مقدار خاصی از یک محصول بپردازند. به عبارتی منحنی تقاضا نمایانگر فایده‌های نهایی است که خریداران از مصرف یک واحد بیشتر، به دست می‌آورند. منحنی عرضه (S) حداقل قیمتی را نشان می‌دهد که خریداران مایل‌اند مقدار مشخصی از یک کالا را با توجه به تعداد عرضه‌کنندگان، مشخصات فناوری و قیمت‌های عوامل تولید در آن قیمت بفروشند، یا به عبارتی، منحنی عرضه نمایانگر آن هزینه‌های نهایی (MC) است که عرضه‌کننده باید برای تولید یک واحد بیشتر، متقبل شود.

قیمتی که مصرف‌کنندگان مایل‌اند در قیمت P^e و مقدار Q^e پرداخت کنند، برابر با هزینه‌های نهایی ($P = MC$) بوده و بازار در آنجا تسویه می‌شود، یعنی بازار در تعادل است. در رقابت کامل که همه بازارها در تعادل مذکور به سر می‌برند رفاه اقتصادی به حداکثر می‌رسد و در اینجا به یک وضعیت کارا می‌رسیم.



شکل ۱-۲ تعادل بازار در حالت رقابت کامل

• تعادل عمومی

عیب تحلیل تعادل جزئی آن است که بازارهای منفرد را جدا از یکدیگر بررسی می‌کند، درحالی‌که بازارها در دنیای واقعی با یکدیگر پیوند دارند؛ اگر تعادل در بازار نیروی کار مثلاً به دلیل افزایش دستمزدهای کارگران سیب‌چین تغییر کند، هزینه‌های تولیدی عرضه‌کنندگان سیب زیاد شده، در نتیجه هزینه تعادلی در بازار سیب افزایش می‌یابد. اگر مصرف‌کنندگان ناگهان دریابند خوردن سیب خیلی سالم‌تر از خوردن همبرگر است، این موضوع در سایر بازارها - مثلاً بازارهای پرتقال و سیب‌زمینی سرخ‌کرده - اثر می‌گذارد (البته به شرطی که دو محصول به ترتیب جانشین سیب و همبرگر در نظر گرفته شوند). به این ترتیب در تحلیل تعادل عمومی، همه بازارها هم‌زمان بررسی می‌شوند.

لئون والراس، اقتصاددان سرشناس، تعادل عمومی را وضعیتی می‌دانست که همه بازارهای مشمول رقابت کامل، به‌طور هم‌زمان و با توجه به پیوند بین آن بازارها از راه محدودیت بودجه (مساوی بودن درآمد حاصل شده در بازارهای نهاده‌ها با ارزش کل کالاها و خدمات مصرف شده در بازارهای محصول) در تعادل به‌سر ببرند.

چون تمام بازارها به هم وابسته‌اند، باید همه قیمت‌ها و مقادیر عرضه و تقاضا را به‌طور هم‌زمان متوازن کرد. با این حال اگر نظام اقتصادی در حالت عدم تعادل باشد، گروه‌های بازاری باید سعی کنند با آزمون‌های مکرر بفهمند قیمت‌ها و مقادیر تعادلی کدام‌اند.

قیمت‌ها آن قدر با سعی و خطا تغییر می‌کنند تا تعادل حاصل شود. والراس این فرایند دستیابی به تعادل را جست‌وجوی دست‌به‌عصا^۱ نامید. او برای تنظیم قیمت‌ها موجودی فرضی به شکل حراج‌کننده در نظر گرفت. حراج‌کننده با اعلام کردن قیمت‌ها و سپس اصلاح آنها به منظور دستیابی به تعادل، تنظیم بازار را آسان می‌کند. مبادله فقط در نقطه تعادل رخ می‌دهد.

نقش حراج‌کننده را روی الگوی تعادل جزئی در شکل ۲-۱ می‌توان به آسانی دریافت. فرض کنید او فرایند پیشنهاد قیمت را با اعلام قیمت P_1 آغاز می‌کند. سپس تولیدکنندگان اعلام می‌کنند تمایل به عرضه مقدار Q_2 دارند، در حالی که مصرف‌کنندگان می‌گویند تمایل به مصرف مقدار Q_1 دارند. به این ترتیب حراج‌کننده می‌فهمد این نقطه یک نقطه عدم تعادل است و به این دلیل مبادله‌ای رخ نمی‌دهد. در نهایت وی قیمت را کم می‌کند تا تعادل در قیمت P^e حاصل شود. نقش حراج‌کننده در به تعادل رساندن نظام اقتصادی نشان می‌دهد نهادها به طور کامل در تحلیل والراس مورد غفلت قرار نگرفته‌اند.

نتیجه نهایی در الگوی تعادل عمومی (قیمت‌ها، مقادیر و توزیع محصولات متناظر با آنها بین افراد یا به عبارتی توزیع درآمد) موجب به حداکثر رسیدن رفاه اقتصادی (مجموع مازاد مصرف‌کننده و تولیدکننده) شده، به این ترتیب، گاهی «راه‌حل بهینه اول» نیز نامیده می‌شود. این وضعیت نشان می‌دهد که همه عوامل تولید به بهترین شکل موجود به کار گرفته و محصولاتی تولید شده‌اند که از لحاظ سود و نیز مطلوبیت ارزشمندتر از همه بوده‌اند. از این رو می‌توان این نتیجه را بهینه تخصیصی^۲ نامید. با این حال راه دیگر برای بررسی این نتیجه، فهمیدن این نکته است که بهبود وضعیت هیچ‌یک از عوامل (افزایش مطلوبیت یا سود) را نمی‌توان بدون تخریب وضعیت دیگران انجام داد. این وضعیت را بهینه پارتو می‌نامند. واضح است اگر کسی بتواند بدون تخریب وضعیت دیگران به رفاه بیشتر برسد، مطلوبیت کل یا سود کل زیاد می‌شود (بهبود پارتویی^۳ رخ دهد). ولی چنین چیزی نشان می‌دهد که در وضعیت اول، رفاه کل حداکثر نشده است.

1. Tatonnement or Groping
 2. Allocative Efficiency
 3. Pareto Improvement

• متغیرهای درون‌زا و برون‌زا

الگوی رقابت کامل برای تشریح مفاهیم متغیرهای درون‌زا و برون‌زا که آنها را در فصل دوم به تفصیل بررسی خواهیم کرد بسیار مفید است. متغیر درون‌زا در همان الگویی (مدلی) که وارد می‌شود، توضیح داده شده است. متغیر برون‌زا نیز جزئی از یک الگو (مدل) است، ولی در آن مدل توضیح داده نشده است، متغیر برون‌زا نسبت به مدل تقدم دارد و از پیش مقادیر آن تعیین شده است. توجه کنید که عوامل در الگوی رقابت کامل، قیمت‌ها را «تعیین شده» در نظر می‌گیرند و به این ترتیب می‌توانند عرضه و تقاضا را تعیین کنند. عرضه و تقاضا باهم قیمت‌ها را تعیین می‌کنند و این قیمت‌ها (در وضعیت تعادل) دقیقاً همان‌هایی هستند که برای عوامل منفرد فرض شده بود، از قبل تعیین شده‌اند. همان‌گونه که مثال حراج‌کننده والراسی نشان داد، همه اینها هم‌زمان اتفاق افتاده، فقط وقتی قیمت‌ها در وضعیت تعادل باشند، مبادله رخ خواهد داد. هرچند قیمت‌ها برای افراد از پیش تعیین شده‌اند، ولی در این الگو متغیرهایی درون‌زا محسوب می‌شوند.

توصیفی که ارائه خواهیم کرد، متغیرهای درون‌زا و برون‌زا در الگوی تعادل جزئی را بهتر به ما می‌شناساند. هر مصرف‌کننده منفرد، مطلوبیت خود را با توجه به مقدار محصولاتی که باید خریداری کند و با توجه به درآمد خود و قیمت‌ها به حداکثر می‌رساند. تابع مطلوبیت (ترجیحات) برای هر فرد و نیز درآمد هر فرد، برون‌زا هستند، یعنی توسط مدل تعیین نمی‌شوند. قیمت‌ها نیز برای هر مصرف‌کننده منفرد، از قبل معلوم‌اند، ولی باید به این شکل توسط مدل تعیین شوند: حداکثرسازی مطلوبیت به وجود رابطه‌ای بین مقدار محصولات خریداری شده توسط هر فرد به عنوان تابعی از قیمت‌های مشخص، درآمد و ترجیحات منجر می‌شود؛ این رابطه منحنی تقاضای آن فرد برای هر محصول را شکل می‌دهد. کل منحنی‌های تقاضای فردی باهم جمع می‌شوند تا منحنی تقاضای بازار تشکیل شود. حال با معلوم بودن منحنی عرضه بازار برای هر کالا می‌توانیم قیمت بازار (یک متغیر درون‌زا) را برای هر کالا تعیین کنیم.

از جمله فروض این الگو معلوم بودن تعداد بنگاه‌ها از قبل است و درون مدل تعیین نمی‌شود (فقط قیمت و مقادیر متغیرهایی درون‌زا محسوب می‌شوند). می‌توان این مدل را بسط داد و تعداد بنگاه‌ها را نیز درون‌زا کرد. مثلاً اگر قیمت‌های بازار طوری باشند که

سودی حاصل شود، بنگاه‌های جدیدی جذب خواهند شد. به این ترتیب عرضه تغییر کرده (کالای بیشتری تولید شده)، قیمت‌ها کم می‌شود، در نتیجه مقادیر تقاضا زیاد خواهد شد. همچنین افزایش مقادیر کالاها به معنای افزایش تقاضای نهاده‌ها (به‌طور کلی) موجب افزایش قیمت‌های نهاده‌هاست. این نهاده‌های گران‌تر باعث زیاد شدن هزینه‌های بنگاه‌ها می‌شود، از این راه نیز تأثیر دیگری بر منحنی عرضه می‌گذارد. وقتی ورود بنگاه‌ها دیگر برای آنان سودآور نباشد، این الگو تعداد (تعادلی) بنگاه‌ها را نشان می‌دهد. الگویی که بر تعیین قیمت‌های بازار در کوتاه‌مدت متمرکز است، شرایط محیط (از قبیل تعداد بنگاه‌ها) را به مثابه متغیرهای برون‌زا در نظر می‌گیرد، اما الگویی که به تعیین قیمت‌ها در بلندمدت می‌پردازد، آثار ورود بنگاه‌ها و قیمت نهاده‌ها را نیز شامل می‌شود. به این ترتیب، درون‌زا یا برون‌زا بودن متغیرها به موضوع بررسی‌هایی بستگی دارد که در صدد هستیم به آنها پاسخ دهیم. در این باره در فصل دوم بیشتر بحث خواهیم کرد.

• رقابت ناقص

برخلاف شرایط رقابت کامل که در آن هیچ‌یک از طرف‌های بازار بر قیمت‌ها اثر نمی‌گذارد قدرت بازار^۱ همان توانایی یک یا چند فروشنده برای تسلط نسبی بر قیمت یک محصول از راه تنظیم قیمت در حدی بیش از هزینه نهایی است. در این زمینه می‌توان به انحصار چندگانه در عرضه و رقابت انحصاری اشاره کرد. همچنین ممکن است انحصار در تقاضا وجود داشته باشد یعنی یک خریدار واحد، از قدرت خریدن محصول به قیمتی کمتر از قیمت رقابتی برخوردار شود. بد نیست هر چهار اصطلاح را به اختصار بررسی کنیم:

۱. انحصار در عرضه^۲ ساختاری است که در بازار فقط یک فروشنده وجود داشته باشد. چنین وضعیتی فقط وقتی پایدار می‌ماند که راه ورود به آن صنعت بسته باشد. قدرت انحصاری ممکن است به دلیل آثار مکانی^۳ به وقوع پیوندد. احتمال دارد یک فروشگاه محلی بتواند از مشتریان قیمت‌های بیشتری مطالبه کند، زیرا مشتریان او مجبورند برای خرید کردن از رقبای دوردست، هزینه‌های هنگفت حمل‌ونقل را متقبل

1. Market Power

2. Monopoly

3. Location Effects

شوند. مانع دیگر بر سر راه ورود به یک صنعت وقتی به وجود می‌آید که زیاد بودن صرفه‌های به مقیاس باعث عملی نشدن رقابت شود. این وضعیت را انحصار طبیعی^۱ می‌نامیم. صرفه‌های به مقیاس از این نوع را می‌توان در فعالیت‌هایی مشاهده کرد که همانند شبکه‌های گاز، آب و الکتریسیته، هزینه‌های سرمایه‌ای در آنها هنگفت است. در نهایت، شاید ورود به یک صنعت به دلیل قوانین حقوقی مسدود شود و حقوق تولید فقط در انحصار دارندگان مجوزها یا پروانه‌های تولید درآید.

۲. بازاری که فقط تعداد کمی عرضه‌کننده در آن فعال باشند، انحصار چندگانه (چندقطبی)^۲ است. در این بازار هریک از تولیدکنندگان از چنان سهمی برخوردارند که قادرند تا حد مشخصی بر قیمت‌ها اثر بگذارند. چون تعداد رقبا در بازار اندک است، همه عرضه‌کنندگان درمی‌یابند که به هم وابسته‌اند. هر اقدام یک عرضه‌کننده موجب عکس‌العمل رقبای او می‌شود تا آنان از سهم بازار خود محافظت به عمل آورند. بنگاه‌های انحصار چندقطبی گاهی یک کارتل^۳ تشکیل می‌دهند. بنگاه‌ها در چنین ساختاری باهم تباری می‌کنند و نوعی توافق بین بنگاه‌های یک صنعت برای از بین بردن رقابت شکل می‌گیرد. آدام اسمیت در کتاب *ثروت ملل*، هشدار داد که اهل کسب‌وکار تمایل دارند برای فریب دادن مصرف‌کننده، باهم تباری کنند: «مردمی که در یک صنف کار می‌کنند، خیلی کم حتی برای خندیدن و تفریح، باهم ملاقات می‌کنند، ولی همان گفت‌وگوی کوچک نیز به دسیسه‌چینی برای دیگر مردم جامعه یا به کارگیری ترفندهایی برای افزایش قیمت‌ها ختم می‌شود» (Smith, 1776: 128). یکی از مثال‌های بارز برای کارتل‌های امروز، اوپک است. کارتل‌ها در بسیاری از کشورها غیرقانونی‌اند.

۳. انحصار در تقاضا^۴ ساختاری است که در بازار فقط یک خریدار وجود دارد. یک عرضه‌کننده انحصاری و صاحب قدرت در بازار می‌تواند قیمت را در حدی بیش از هزینه‌های نهایی تنظیم کند، درحالی‌که یک خریدار انحصاری قادر است قیمت را در مقداری کمتر از هزینه نهایی تنظیم کند. از مصادیق تقریباً کامل برای انحصار در خرید،

1. Natural Monopoly
2. Oligopoly
3. Cartel
4. Monopsony

حکومت خریدار همه ساخت‌وسازهای جاده‌ای است، یا کارخانه‌ای که تنها استخدام‌کننده کارگران در یک منطقه و در نتیجه تنها تقاضاکننده نیروی کار است.

۴. رقابت انحصاری^۱ در بازارهایی شایع است که چند فروشنده یک محصول، هر کدام به شکلی منحصربه‌فرد بوده، در عین حال در حکم جانشین یکدیگر محسوب می‌شوند. چنین محصولاتی را می‌توان در صنایع غذا و پوشاک و خدماتی مانند آرایشگاه‌ها، رستوران‌ها و ... پیدا کرد. در این وضعیت هرچند هر عرضه‌کننده دارای محصولات متنوع و خاص خود است، ولی به دلیل شباهت‌های زیاد بین محصول او و رقبایش، نفوذ چندانی در تعیین قیمت محصولات خود ندارد. بنابراین هر فروشنده مجبور است برای کسب سهم بزرگ‌تر از بازار، محصول خود را متمایز کند. به این ترتیب دامنه متنوعی از محصولات، شیوه‌ها و نام‌های تجاری پدید می‌آید که مصرف‌کننده می‌تواند از بین آنها انتخاب کند.

هرچه بازار کمتر رقابتی باشد، احتمال وضع قیمت‌ها در حدی بیش از هزینه‌های نهایی افزایش یافته، در نتیجه رفاه اقتصادی به حداکثر نخواهد رسید. چنین حالتی برای جامعه یک «زیان دائمی»^۲ است که اکنون به آن می‌پردازیم.^۳

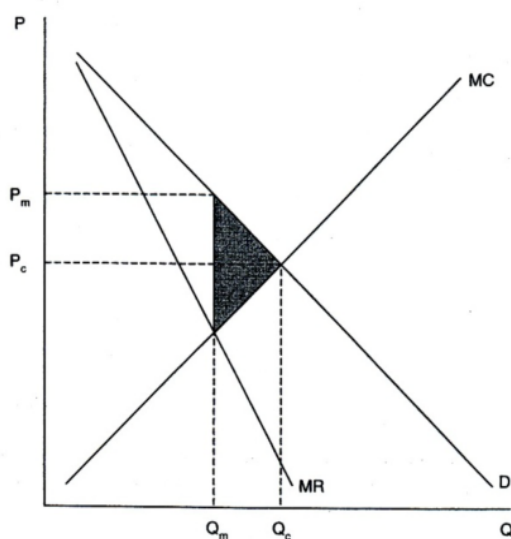
• زیان دائمی در حالت رقابت ناقص

زیان دائمی نوعی ناکارآمدی اقتصادی است. در این وضعیت، مازاد رفاه یا رفاه اقتصادی (مجموع مازاد تولیدکننده و مصرف‌کننده) به دلیل قدرت بازار کم می‌شود؛ قیمت‌ها به بیش از هزینه‌های نهایی می‌رسند. مقدار زیان دائمی را در شکل ۳-۱ نمایش داده‌ایم که در آن P_m همان قیمت انحصار عرضه، P_e برابر با قیمت رقابتی، Q_m مقدار مورد عرضه و تقاضا در حالت انحصار عرضه، Q_e همان مقدار مورد عرضه و تقاضا در رقابت کامل است. عرضه‌کننده انحصاری با مساوی قرار دادن MC با MR (درآمد نهایی) و نه با قیمت، سود خود را حداکثر می‌کند. به این ترتیب مقدار تعادلی کاهش و قیمت بازار افزایش می‌یابد. مثلث تیره شده، اندازه کاهش مازاد اجتماعی را نشان می‌دهد.

1. Monopolistic Competition

2. Deadweight Loss

۳. این عبارت را با اصطلاحات دیگری مانند Excess Burden یا Allocative Efficiency نیز می‌شناسند - م.



شکل ۱-۳ زیان از دست رفته در وضعیت انحصاری

هرچند افزایش قیمت بازار در مجموع به افزایش مازاد تولیدکننده می‌انجامد، ولی به دلیل کاهش مقدار مبادله و کاهش بزرگ‌تر از آن در مازاد مصرف‌کننده (افزایش مازاد تولیدکننده)، در مجموع رفاه اقتصادی کم می‌شود.

به‌طور خلاصه در صورتی که قدرت بازار برقرار باشد، قیمت بیشتر از هزینه‌های نهایی خواهد بود، یعنی مصرف‌کنندگان مایل‌اند برای هر واحد اضافی از کالا، مبلغی بیش از هزینه‌های تولید آن پرداخت کنند. بنابراین چنین حالتی یک پیامد ناکارآمد است، زیرا تولید بازار بسیار کم می‌شود و کاربرد منابع (نیروی کار، سرمایه و ...) نیز بسیار کاهش می‌یابد. هرچه قدرت بازار بیشتر باشد، این معضل تشدید می‌شود: افزایش قدرت بازار به معنای افزایش فاصله بین قیمت و هزینه‌های نهایی یا به تعبیری افزایش زیان رفاهی است. برای هر میزان از هزینه‌های نهایی، در صورتی قیمت بیشتر خواهد بود که منحنی تقاضای (نسبتاً) شیب‌دارتر باشد. به این ترتیب هرچه شیب منحنی تقاضا بیشتر باشد، زیان رفاهی نیز بیشتر خواهد بود.

پیوست ب) دور شدن از الگوی رقابت کامل

همان گونه که در پیوست الف معلوم شد، حداقل پنج شرط باید برای برقراری رقابت کامل وجود داشته باشد. اگر یک یا چند مورد از آن شروط برآورده نشود، بلافاصله وضعیت نواقص بازار^۱ پدید می‌آید. چنین حالتی در تمام ساختارهای مشروح در پیوست الف (به جز رقابت کامل) برقرار است. همچنین انحراف از الگوی رقابت کامل ممکن است نتیجه وجود کالاهای عمومی، اطلاعات ناقص و آثار بیرونی باشد. در جای دیگر به این مباحث خواهیم پرداخت.

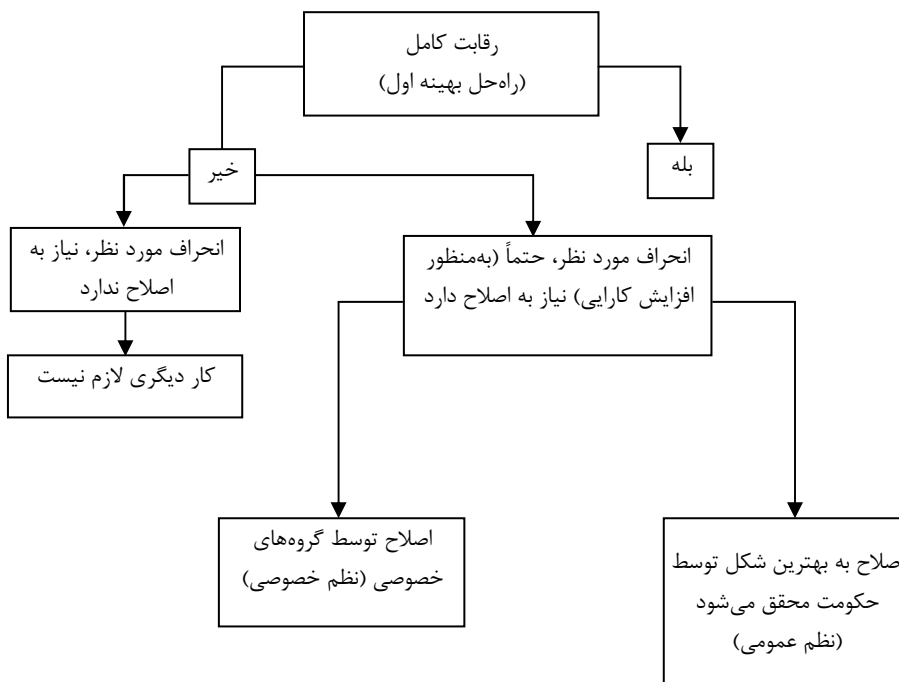
فعالاً می‌خواهیم بدانیم آیا ترتیبات نهادی اضافی قادرند این ناکارآمدی‌ها را برطرف کنند یا خیر. اگر آن ناکارآمدی‌ها را بتوان به معنای فنی برطرف کرد، در آن صورت سؤال دیگری پیش می‌آید، آیا اصلاً باید ناکارآمدی‌ها را رفع کرد؟ برای آنکه متوجه شویم دلیل مهم بودن این پرسش چیست، چنین وضعیتی را در نظر بگیرید: اگر در عرضه و در نتیجه ناکارآمدی (زیان دائمی) انحصار وجود داشته باشد، چگونه می‌توان آن ناکارآمدی را برطرف کرد؟ یک جواب آسان آن است که بر قیمت‌ها نظارت شود. این کار مستلزم وجود مؤسسه‌ای اجرایی یا یک ناظر است (فصل هشتم را مطالعه کنید). اما اینکه ناکارآمدی ممکن است رفع شود، نشان نمی‌دهد که حتماً باید چنین کرد. برای اقدام در این زمینه باید دید که آیا خود آن تمهیدات نهادی، کارآمدند یا خیر. فرض کنید هزینه‌های ناظر بیشتر از زیان دائمی باشد که قرار است رفع شود، پس چنین کاری صحیح نیست.

شیوه دیگر برای نگرش به انحصار عرضه که تا حدی متفاوت است، پاسخ دادن به این پرسش است، آیا ورود آزادانه با سرعت مطلوب [به صنعت مورد نظر] وجود دارد؟ اگر چنین باشد، جایگاه انحصاری موقتی است و به‌طور کلی نیاز به نظارت ندارد.

مثال دیگر همان ساختار بازاری «رقابت انحصاری» است. ناهمسانی محصول موجب می‌شود هر فروشنده بتواند قیمتی بیش از هزینه‌های نهایی برای کالای خود وضع کند، ولی به دلیل وجود تعداد زیادی عرضه‌کننده با محصولات مشابه نمی‌توان قیمت را خیلی زیاد کرد. در چنین وضعیتی مصرف‌کنندگان نیز از تنوع محصولات بهره‌مند می‌شوند. پس مداخله در این گونه بازارها نمی‌تواند ناکارآمدی را برطرف کند، زیرا در آن صورت محصولات باید همگن شوند و این کار به‌طور کلی اصلاً ممکن نیست یا اگر ممکن باشد،

خواسته مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان نیست. حتی اگر مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان نیز با این همگن‌سازی مخالف نباشند، به‌سختی می‌توان فهمید که چگونه یک برنامه‌ریزی نهادی می‌تواند آن ناکارآمدی‌ها را به نحو مطلوب - اگر بتواند - رفع کند. بنابراین حتی در صورت عملی بودن این کار نباید به آن مبادرت کرد.

این پرسش‌ها را در شکل ۴-۱ جمع‌بندی کرده‌ایم. آیا اگر انحراف از الگوی رقابت کامل وجود داشته باشد، می‌توان و باید این انحراف‌ها را با تمهیدات نهادی جدید برطرف کرد؟ اگر این اصلاحات، ازمنظر کارایی امکان‌پذیر نباشند، یا اگر امکان‌پذیر باشند، ولی نباید انجام شوند، در آن صورت لازم نیست انحراف‌ها را برطرف کنیم. اما اگر اصلاح آن انحراف‌ها ممکن و نیز لازم باشد، باید آنها را رفع کرد. شکل ۴-۱ به ما نمی‌گوید که اصلاحات در چه زمان و چگونه باید رخ دهد (این موضوع را جای دیگر بررسی خواهیم کرد).



شکل ۴-۱ اصلاح ناکارآمدی‌های بازار

اصلاح «زبان کارآمدی» معمولاً مشتمل بر تقبل هزینه‌های (مبادله) اضافی است. ممکن است پس از این کار، به‌رغم پرداخت هزینه‌های اضافه بر «راه‌حل بهینه اول»، رفاه اقتصادی بهینه شود (یعنی یک تعادل عمومی کاملاً رقابتی پدید آید). این میزان رفاه بهینه را «راه‌حل بهینه دوم» می‌نامیم.

در همه انواع نواقص بازار، اینکه آیا راه‌حل‌های نهادی می‌تواند (با کمترین هزینه مبادله ممکن) به بهترین شکل توسط حکومت یا گروه‌های خصوصی به اجرا درآید، به میزان زیان کارایی و هزینه راه‌حل‌های موجود بستگی دارد. این واقعیت در هر پنج مورد زیر صادق است:

۱. اطلاعات ناقص؛

۲. سوءاستفاده از قدرت بازار؛

۳. انحصارهای طبیعی؛

۴. آثار بیرونی و کالاهای (نا)شایسته؛

۵. کالاهای کاملاً عمومی.

در بخش سوم به‌ویژه در فصل هشتم بخش چهارم این موضوع اساسی را به تفصیل بررسی خواهیم کرد.

بخش دوم

مباحث نظری

مقدمه

در این بخش از کتاب به ارائه نظریه‌های اصلی اقتصاد نهادگرا می‌پردازیم. قبل از آنکه در فصول سوم و چهارم به این موضوع بپردازیم، ابتدا در فصل دوم مشخص خواهیم کرد که یک نظریه چه اجزایی دارد. به‌طور خلاصه، در یک نظریه واقعیت‌ها نسبت به یکدیگر مورد تحلیل قرار می‌گیرند. مثلاً نظریه‌ای که درباره قیمت نفت است به رابطه بین قیمت (همان متغیری که نظریه درصدد تبیین آن است) با یک یا چند متغیر دیگر مانند عرضه و تقاضا و فناوری تولید یا توزیع نفت می‌پردازد که نظریه‌پرداز آنها را در تبیین موضوع مهم می‌داند.

هدف یک نظریه، تبیین یک پدیده، مثلاً یک نهاد است و نظریه‌پرداز برای این کار یک مجموعه انتزاعی یعنی مدلی از واقعیت‌ها را می‌سازد. نظریه‌پرداز در این دنیای انتزاعی و نظری سعی می‌کند پیچیدگی‌های مشاهده شده در واقعیت را تا حد چند متغیر توضیحی و روابط بین آنها ساده کند. به عبارتی هدف اصلی هر نظریه، شناسایی و تبیین علیت‌های جهان واقع از راه کاهش پیچیدگی‌ها تا حد ممکن از «پایه‌ها»^۱ است. وقتی تبیین مورد نظر آزمون شد و جامعه علمی به اتفاق نظر رسید که فلان پدیده حاصل مجموعه‌ای خاص از متغیرهاست، دانش ما از دنیای واقع رشد کرده است. در آن صورت ما بهتر می‌فهمیم که «سازوکار دنیای واقع» چگونه است و آن دانش را می‌توان برای پیش‌بینی به کار گرفت. علاوه بر این وقتی علیت‌ها را بشناسیم، می‌توانیم سیاست‌های کارآمدی برای مدیران بنگاه‌ها و نیز سیاست‌مداران حکومتی طراحی کنیم.

در این بخش از کتاب خواهید آموخت که در یک رشته دانشگاهی (مانند اقتصاد) و

حتی در یک شاخه از آن رشته (مثلاً اقتصاد نهادگرا) نظریه‌های مختلفی وجود دارد. خواهید فهمید که پژوهشگران با یکدیگر اختلاف نظر دارند و گاهی ممکن است چند نظریه رقیب موجود باشد که هر یک ادعای تبیین پدیده‌ای واحد را مطرح می‌کند. همچنین متوجه می‌شوید که در قلمروی اقتصاد نهادگرا نیز نظریه‌های مختلفی وجود دارد که به مسائل مختلف می‌پردازد و با انتزاع‌ها و الگوهای متنوعی کار می‌کنند. باین حال امکان دارد این نظریه‌های متنوع بتوانند مکمل یکدیگر باشند و مجموع آنها - نسبت به فقط یکی از آنها - درک بهتری نسبت به جهان واقع فراهم کنند. در فصل دوم دو مکتب متفاوت اقتصاد نهادگرا را معرفی می‌کنیم: ۱. اقتصاد نهادگرای جدید^۱ و ۲. اقتصاد نهادگرای اولیه^۲. جزئیات این دو مکتب در فصول سوم و چهارم بررسی خواهد شد.

به پیروی از دسته‌بندی فصل اول، با نظریه‌های نهادی که به‌منظور پاسخ‌گویی به سؤالاتی با ماهیت ایستای تطبیقی طراحی شده‌اند و نیز با نظریاتی که بیشتر برای مباحث پویا مناسب‌اند، آشنا خواهید شد. به همین ترتیب برخی نظریه‌های نهادی ازمنظر کارایی به موضوعات می‌پردازند و برخی دیگر رویکرد منافع گروهی را در نظر دارند.

1. New Institutional Economics (NIE)
2. Original Institutional Economics (OIE)

فصل دوم چارچوب تحلیلی

مقدمه

در فصل اول به معرفی مشخصه‌های نهادها و نقش آنها در زندگی اقتصادی پرداختیم، تعریفی فراگیر برای نهادها در نظر گرفتیم و آنها را نظام‌هایی دیرپا از قواعدی دانستیم که تعامل‌های اجتماعی را شکل می‌دهند. نهادها اقدامات عوامل را مقید و ممکن می‌کنند. مثلاً هنجارها و قواعد حقوقی امکانات عوامل برای انتخاب ساختارهای سازمان‌دهی به‌منظور هماهنگ کردن مبادلات را محدود می‌سازند. در عین حال نهادها باعث کاهش ناطمینانی‌ها و همسو شدن انتظارات عوامل می‌شوند که برنامه‌ریزی برای آینده را میسر می‌کند.

گفتیم که کارایی چگونه می‌تواند در شکل‌گیری نهادها مؤثر باشد، اما تأثیر منافع نیز در حصول شناخت نسبت به وجود نهادهای خاص اهمیت دارد. به نقش ارزش‌ها و هنجارها اشاره کردیم و گفتیم تعامل بین قوانین حقوقی و ساختارهای تشکیلاتی به یک فرایند پویای تغییرات نهادها منجر می‌شود. همچنین در فصل اول به اهمیت فناوری در یک نظام اقتصادی اشاره کردیم؛ فناوری به‌عنوان متغیری ایستا مقیاس بهینه تولید را تعیین می‌کند و به‌عنوان یک عامل تولید پویا، به‌شدت بر رقابت‌مندی بنگاه‌ها و کشورها اثر می‌گذارد. در این شیوه نگرش به موضوع اقتصاد نهادگرا، طبق تعریف با مجموعه‌های پیچیده‌ای سروکار داریم که مؤلفه‌های گوناگون در آنها باهم تعامل دارند. علاوه بر این چون اقتصاد علمی - اجتماعی است، پس به‌طور ضمنی می‌فهمیم که با انسان‌ها سروکار داریم؛ انسان‌هایی که انتخاب می‌کنند و از اراده آزاد برای تصمیم‌گیری برخوردارند. مردم از لحاظ انگیزش، کاربرد قدرت و نیز احترام به رفاه دیگران و ... باهم فرق دارند.

در این فصل الگوهای نظری ارائه خواهیم کرد که برای مطالعه ساختارهای نهادی و پویا طراحی شده‌اند. چگونه می‌توان در دنیایی پیچیده، به شناخت و پیش‌بینی وضعیت نهادها پرداخت؟ اقتصاد نهادگرا می‌خواهد با توسل به انتزاع و الگوهای خود که در آنها

دنیای پیچیده به تعداد محدودی از پایه‌ها تقلیل داده می‌شود، با این پیچیدگی‌ها برخورد کند. ما نیز همانند پژوهشگران اجتماعی، فروزی درباره رفتار، شرایط محیطی و رابطه بین عوامل با شرایط محیطی آنان انتخاب می‌کنیم. می‌آموزیم که در نظریه‌های مختلف، فروض مختلفی درباره عوامل ساخته می‌شود و ساختارهای مختلف محیطی به‌مثابه بخشی از نظریه به‌شمار می‌آیند.

در بخش اول از این فصل به بحث‌های کلی درباره هدف یک نظریه، چگونگی ساخت الگوها و چارچوب‌های نظری و چگونگی کاربرد این الگوها در عمل خواهیم پرداخت. در بخش دوم دو مکتب در اقتصاد نهادگرا را معرفی می‌کنیم، توضیح می‌دهیم که ساختار آنها از چه قرار است. در بخش سوم بیشتر به بررسی انواع مسائل مرتبط با آن دو مکتب می‌پردازیم. بخش چهارم را به تشریح مختصری از نظام‌های اقتصادی اختصاص داده‌ایم.

۲-۱ درباره نظریه

۲-۱-۱ نظریه، انتزاع است

هر شاخه علمی - اعم از تاریخ، جامعه‌شناسی، فیزیک یا اقتصاد - به انتزاع از واقعیت‌ها اقدام می‌کند تا سازوکارهای علیتی اصلی را در یک پدیده بشناسد. موضوع اصلی در اقتصاد نهادگرا به‌وجود و پویایی بنگاه‌ها مربوط است. چرا وقتی برای هماهنگ کردن مبادلات خود به بازارها و قراردادهای دسترسی داریم، باید بنگاه وجود داشته باشد؟ همچنین وقتی یک بنگاه ایجاد شد، چرا با گذشت زمان تغییر می‌کند، مثلاً با یک عرضه‌کننده یا مشتری ادغام می‌شود تا به یک بنگاه ادغام شده عمودی تبدیل شود؟ (فصول پنجم، ششم و هفتم را مطالعه کنید). اقتصاد نهادگرا پاسخ‌گوی این پرسش و نظایر آن است.

وقتی پژوهشگری بتواند پدیده‌ای را تبیین کند، قادر به پیش‌بینی هم است. وقتی فناوری در یک حوزه خاص (مثلاً معطوف به برخی شیوه‌های تولید که کاربری کمتر دارند) تغییر می‌کند، می‌توان پیش‌بینی کرد که بنگاه‌ها چگونه ترکیب عوامل تولیدی و مقیاس تولید خود را تغییر می‌دهند. یک پژوهشگر می‌تواند بر مبنای این پیش‌بینی‌ها به دیگران بگوید که مدیریت صحیح و ابزارهای سیاستی مناسب به‌منظور تحقق آن

پیشامدهای خاص کدام‌اند. اگر سیاستگذاران بخواهند رقابت‌مندی یک منطقه خاص را ارتقا دهند و به آن دلیل مایل باشند که سرمایه‌گذاری بنگاه‌ها در طرح‌های نوآورانه افزایش یابد، در آن صورت حکومت چگونه می‌تواند این‌گونه سرمایه‌گذاری‌ها را تشویق کند؟ (فصل هشتم را مطالعه کنید).

می‌توانید فرض کنید که توصیفی تفصیلی از پدیده مورد نظر، همه عوامل درگیر - هر کدام با مشخصه‌های خاص خود - و نیز همه مؤلفه‌های محیطی و روابط ممکن را که احتمالاً بر رفتارها اثر می‌گذارند را به شما نشان می‌دهد. این تحقیق تفصیلی، یک نمای پُرمايه^۱ از آن پدیده را بر ما نمایان می‌کند. عیب نماهای پُرمايه آن است که هرچند همه جزئیات را دربردارند، ولی نمی‌توانند یک نمای کلی خالی از ابهام و روشن درباره ساختارها و علیت‌های اصلی برای ما بیان کنند. به همین دلیل پژوهشگران به ساخت مدل‌ها (الگوها) اقدام می‌کنند تا آن مدل‌ها نمایشی از پدیده مورد نظر باشند. این مدل‌ها می‌توانند مادی یا جسمی (مثلاً نمونه‌ای کوچک از یک خانه)، ریاضیاتی (مثلاً مجموعه‌ای از معادلات در یک الگوی اقتصادی) و یا منطقی (مثلاً استخراج منطقی پیش‌بینی‌ها از دل مجموعه فروض) باشند. یک مدل توصیف دقیق از واقعیت نیست، بلکه فقط نمایشی از آن است. آنچه مهم است، صحیح بودن نمایش‌هاست؛ زیرا اگر پیش‌بینی‌ها و سیاست‌ها بر مبنای مدل‌هایی قرار گیرند که به‌درستی واقعیت‌ها را نشان نمی‌دهند، ممکن است در نتیجه کاربرد آن ابزارهای سیاستی، هرگونه پیامد غیرمنتظره و ناخواسته بروز کند.

در این کتاب از یک نظریه به‌عنوان یک اصل یا مجموعه‌ای از اصول کلی ممکن، استفاده می‌کنیم که برای تبیین یک پدیده ارائه شده و از پشتوانه واقعیت‌ها برخوردار است. مثلاً در حوزه اقتصاد، نظریه عرضه و تقاضا می‌تواند به ما در تبیین تغییرات قیمت یک محصول کمک کند. در اقتصاد نهادگرا با نظریاتی مواجه می‌شوید که نهادها را بر مبنای اصل کلی «رفتار حداقل‌کننده هزینه» و مرتبط با ساختارهایی توضیح می‌دهند که عوامل اقتصادی در آنها کار می‌کنند. این سه عنصر - در هر نظریه اقتصادی - را در بخش بعد بررسی خواهیم کرد.

۲-۱-۲ عاملیت و ساختارها^۱

فرض کنید قصد دارید دوچرخه جدیدی بخرید و مشتریان فراوان - همانند شما - هستند که آنان نیز قصد دارند در آینده نزدیک دوچرخه بخرند. تولیدکنندگان دوچرخه به‌طور کلی از این تصمیم‌ها آگاه نیستند. فرض کنید آن تولیدکنندگان می‌خواهند عدم اطمینان خود درباره تقاضای بازار (در آینده) را کاهش دهند، از این‌رو تمایل دارند اطلاعاتی درباره تقاضای آینده - مثلاً در پنج سال آتی - به‌دست آورند. هر تولیدکننده دوچرخه برای آنکه تقاضای آینده را تخمین بزند، سعی دارد حدس بزند ترجیحات (آتی) مشتریان چيست، آنان چگونه به تغییر قیمت‌ها واکنش نشان می‌دهند، چگونه متوجه نوآوری‌های محصول می‌شوند، تا چه حد مایل به تقلید از رفتار دیگران‌اند، تا چه اندازه براساس عادت‌ها رفتار می‌کنند و مواردی از این قبیل. تولیدکننده همچنین مایل است چیزهایی درباره رفتار رقبای خود بداند؛ مثلاً آنان پس از ورود یک دوچرخه جدید به بازار، چه عکس‌العملی نشان می‌دهند؟ آیا ایشان می‌توانند به‌سرعت از آن تقلید کنند یا فقط به محصولات و فنون تولیدی فعلی دل می‌بندند؟ واکنش آنان به تغییر قیمت‌ها توسط سایر تولیدکنندگان چگونه است؟ وضعیت مشروح در این مثال را می‌توان به شکلی دیگر در قالب عاملیت و ساختارها توضیح داد.

● اصطلاح عاملیت اغلب در علوم اجتماعی به‌کار می‌رود، به ظرفیت عوامل منفرد برای اقدام آزادانه و فارغ از قیود اشاره می‌کند.

● اصطلاح ساختار به شرایط محیطی هر عامل اشاره دارد که ممکن است کم‌وبیش بر رفتار او اثر گذارد. آن محیط انواع ساختارها - از قبیل ساختارهای بازار، ساختار نهادهای (غیر)رسمی، ساختارهای سازمان‌دهی، فناوری، محیط طبیعی و در نهایت ساختار قدرت در هر جامعه - را شامل می‌شود. این طیف متنوع ساختارها را در بخش‌های سوم و چهارم از این کتاب بررسی خواهیم کرد.

بحث عاملیت و ساختارها در واقع همان بحث عوامل و ساختارهاست. به تعبیری ساده، ساختارها چگونه ظرفیت یک عامل برای اقدام آزادانه را تعیین می‌کنند و ظرفیت یک عامل در اقدام آزادانه، چگونه ساختارها را تعیین می‌کند؟ برای کوتاه کردن دامنه

اصطلاحات، در ادامه برای بحث درباره عاملیت و ساختار، از اصطلاح عوامل^۱ استفاده می‌کنیم. این کار را به دلیل دوری از آشفتگی در مورد روش‌های مختلف کاربرد «عاملیت» انجام می‌دهیم. این موضوع را به دقت در فصول سوم، هشتم و نهم بررسی کرده‌ایم.

در مثال دوچرخه، یکی از راه‌های کسب اطلاعات بیشتر درباره رفتار سایر عوامل در بازار، مطالعه محیطی است که ایشان در آن عمل می‌کنند. در فصل اول در مورد چند جزء از محیط عوامل بحث کردیم. بخش اول، ساختار بازار است. انواع مختلفی از ساختارهای بازار - از قبیل رقابت کامل، انحصار چندقطبی در فروش، رقابت انحصاری و انحصار در عرضه - را می‌توان از هم تمییز داد. در یک نظریه می‌توان نقش ساختار را به گونه‌ای الگوسازی کرد که ساختار موجب محدود شدن یا حتی تعیین رفتار هر عامل شود. در نظریات خرد - که در پیوست‌های فصل اول آنها را مطالعه کردید - دیدید که در نظریه نئوکلاسیک، عوامل با یک ساختار «از پیش معلوم» روبه‌رو می‌شوند، سپس درباره مقدار بهینه تولید تصمیم می‌گیرند. اما در بازارهای دنیای واقع، موقعیت‌هایی وجود دارد که ساختارهای بازار نه تنها رفتارها را مقید می‌کنند، بلکه فقط چند گزینه پیش روی تولیدکنندگان منفرد قرار می‌دهند. در فصل پنجم به شکل دقیق‌تر خواهیم دید که نقش ساختارهای بازار بر رفتار مصرف‌کنندگان چیست. فعلاً به نقش ساختارهای بازار در محدود کردن رفتار عوامل و در نتیجه، پیش‌بینی‌پذیر کردن آن رفتارها می‌پردازیم.

همین توصیف در مورد سایر مؤلفه‌های محیط عوامل اقتصادی صادق است: ساختار نهادهای رسمی و غیررسمی و ساختارهای سازمان‌دهی از قبیل بنگاه‌ها. در فصل اول خواندید که نهادهایی همچون ارزش‌ها، هنجارها، قوانین و سازمان‌ها رفتارها را ممکن و محدود می‌کنند و پیش‌بینی آنها را میسر می‌سازند. همچنین در آن فصل به نقش قدرت در حمایت از منافع اشاره کردیم. ساختار قدرت جامعه در توزیع حقوق مالکیت و نیز در حقوقی که تصمیم‌های سیاسی با آنها تا حد زیادی رفتار عوامل را در نظام اقتصادی شکل می‌دهند، منعکس می‌شود.

میزان اثرگذاری ساختارها بر رفتارها متنوع است: گاهی یک ساختار بازار تقریباً

هیچ انتخابی برای عوامل مهیا نمی‌کند، اما مواقعی نیز هست که آن عوامل از مجال عمل کافی برای پیگیری راهبردهای مورد نظر خود برخوردارند. در مورد دوم، اصطلاحاً می‌گوییم که آن عوامل از «مجال صلاحیدی»^۱ برخوردارند یا «آزادی انتخاب»^۲ وجود دارد. در این وضعیت‌ها مثلاً تولیدکنندگان دوچرخه در مثال قبلی می‌خواهند چیزهای بیشتری در مورد مشخصات عوامل بدانند تا پیشرفت‌های آینده در بازار را ارزیابی کنند. هر چقدر ساختارها کمتر محدودکننده باشند کسب آگاهی درباره انگیزه‌ها و عادات مهم‌تر خواهد شد.

در اقتصاد نهادگرا - علاوه بر تأثیر محدودکننده و ممکن‌کننده ساختارهای نهادی که بر آن تأکید شد - امکان دارد عوامل بتوانند آن ساختارها را ایجاد کنند و بر آنها اثر بگذارند. مثلاً تولیدکنندگان دوچرخه می‌توانند به‌طور ادغام شده، ساختار بازار را متمرکزتر کنند؛ یا می‌توانند سازمانی فرعی تأسیس کنند که به چانه‌زنی با حکومت درباره قوانین و مقررات بپردازند. سازمان فرعی می‌تواند استفاده از دوچرخه را با تبلیغ در مورد سازگار بودن آن با محیط زیست ترویج کند و با این ادعا حتی آن را مشمول مالیات‌های کمتر بداند. در نهایت عوامل قادرند نه فقط بر قوانین و مقررات، بلکه بر هنجارهای مربوط به وسایل «مناسب» حمل‌ونقل نیز اثر بگذارند. به عبارتی عوامل و ساختارها در تعامل با یکدیگرند.

۳-۱-۲ فردگرایی، جمع‌گرایی و تعامل‌گرایی روش‌شناختی^۳

بحث درخصوص رابطه بین عوامل و ساختارها، به‌شدت به موضوع روش‌شناسی یک نظریه مربوط است. آیا واحد سازنده اصلی همان فرد است و همه ساختارها با عوامل منفرد تبیین می‌شوند؟ یا برعکس، ساختار را باید فصل تمایز دانست و ساختار است که رفتار را تعیین می‌کند؟ وقتی همه پدیده‌های اجتماعی - از قبیل نهادها - فقط برحسب مشخصات افراد تبیین شوند، آن نظریه از لحاظ روش‌شناسی فردگرایانه است؛ و برعکس

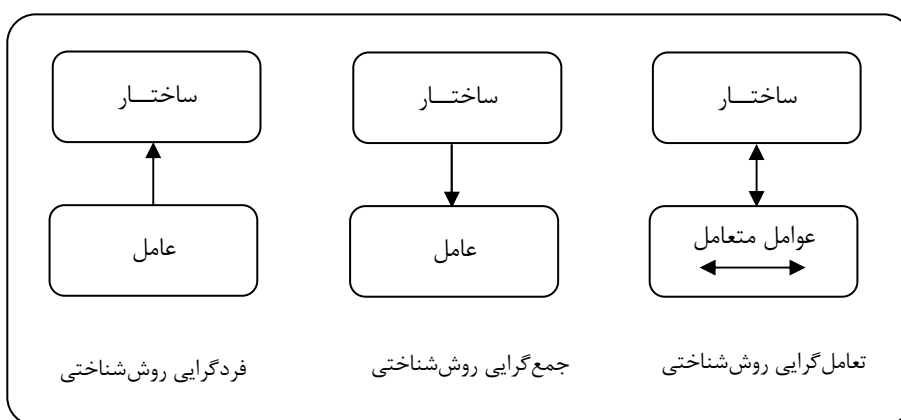
1. Discretionary Space

2. Latitude of Choice

3. Methodological Individualism, Collectivism and Interactionsim

وقتی همه پدیده‌های اجتماعی در نهایت با توسل به ساختارهای اجتماعی تبیین شوند، آن نظریه از لحاظ روش‌شناسی جمع‌گرایانه (کل‌گرایانه)^۱ است.

در فردگرایی روش‌شناختی، مشخصات عوامل منفرد، معلوم و ثابت است یعنی مشخصه‌های هر فرد در مدت تحلیل ثابت بوده و تحت تأثیر سایر عوامل یا به دلیل تغییر ساختارها عوض نمی‌شود. در شکل ۱-۲ این ویژگی را با پیکان یک‌سویه‌ای نشان داده‌ایم که فقط از فرد به ساختار کشیده می‌شود و در جهت دیگر برقرار نیست. به عبارتی ترجیحات و مشخصات در این روش نمی‌توانند با ساختار نظام مورد نظر تبیین شوند.



شکل ۱-۲ رابطه بین عامل و ساختار

در جمع‌گرایی روش‌شناختی، ساختارهای اجتماعی مشخصات ویژه مخصوص به خود را دارند که نمی‌توان آنها را به مشخصات افراد تقلیل داد. علاوه بر این، ساختارها پویایی‌های ویژه‌ای دارند که رفتار فرد را تعیین می‌کند. عوامل منفرد کاملاً ساختارها را تحت استیلا دارند و در شدیدترین حالت، رفتار ایشان کاملاً توسط ساختار تعیین می‌شود. این نگرش در دومین ستون از شکل ۱-۲ رسم شده است. طبق نظر منتقدان تقلیل تبیین رفتار افراد به یک علت، یعنی ساختارها پذیرفتنی نیست؛ چرا که وجود

ساختارها بدون افراد امکان‌پذیر نخواهد بود. به همین ترتیب طبق نظر ایشان تقلیل تبیین ساختارها تنها به یک علت، یعنی افراد پذیرفتنی نیست؛ چرا که عوامل منفرد نمی‌توانند بدون ساختارها به برقراری ارتباط و تعامل با یکدیگر بپردازند (Hodgson, 2007).

فردگرایی و جمع‌گرایی روش‌شناختی - به دلیل ارائه سیمای یک‌سویه از رابطه بین عوامل و ساختارها - مورد انتقاد واقع شده‌اند. همان‌طور که قبلاً در مثال تولیدکنندگان دوچرخه نشان داده شد، اغلب یک تعامل هم‌زمان بین خود افراد با یکدیگر و نیز بین افراد و ساختارها وجود دارد. تعامل‌گرایی روش‌شناختی همان تبیین پدیده‌های اجتماعی از راه تعاملات هم‌زمان بین عوامل و ساختارهایی از قبیل پدیده‌های اجتماعی و نیز بین خود عوامل است (See Nooteboom, 2007). این تعاملات در سومین ستون از شکل ۱-۲ و با پیکان‌های دوسویه - بین عوامل و ساختارها - نشان داده شده‌اند.

خود محیط نیز بر افراد اثر گذاشته و روش تفکر، هنجارها و ارزش‌های ایشان را تعدیل می‌کند. این تعدیل‌ها نیز به‌نوبه خود بر محیط اثر می‌گذارند (مثلاً بر انواع نهادهایی که عوامل طراحی می‌کنند). می‌توانید فرض کنید که بنگاه‌ها در شرایط محیطی ژاپن - با ساختار ویژه هنجارها و ارزش‌های آن - یک ساختار سازمان‌دهی شبکه‌وار پدید می‌آورند که کایرتسو^۱ نامیده می‌شود (به فصول سوم و هفتم رجوع کنید) و آن ساختارهای سازمان‌دهی بر ارزش‌ها و هنجارهای جامعه ژاپنی اثر می‌گذارند. به همین ترتیب، ساختار کایرتسو بر رفتار بنگاه‌هایی اثر می‌گذارد که به آن شبکه تعلق دارند و به این دلیل بازهم بر تعامل بین اعضای کایرتسو اثرگذار می‌شود. پس ساختار نه تنها با عوامل در تعامل است، بلکه بر تعامل بین عوامل نیز اثر می‌گذارد. عوامل به‌طور هم‌زمان - از راه رفتارهای حساب شده و حساب نشده - بر جامعه اثر می‌گذارند و پویایی‌های نهادی را جهت می‌دهند. عوامل منفرد برای این جهت‌دهی، با یکدیگر تعامل می‌کنند و دیدگاه‌ها و برداشت‌های مشترکی به‌وجود می‌آورند. در فصل چهارم درباره پویایی‌های نهادها بحث می‌کنیم و جزئیات بیشتری از رابطه تعاملی بین عوامل و ساختار خواهیم گفت.

۲-۱-۴ متغیرهای درون‌زا و برون‌زا

هر صاحب‌نظر، برای ساختن یک نظریه باید در ابتدا به‌صراحت بداند که درصدد تبیین چه چیزی است، متغیری که قرار است تبیین شود (متغیر درون‌زا که متغیر وابسته نیز نامیده می‌شود) کدام است و متغیرهای توضیحی بالقوه (متغیرهای برون‌زا که متغیرهای مستقل نیز نامیده می‌شوند) کدام‌اند؟ برون‌زا از لحاظ لغوی به معنای «بیرونی» است و به ما می‌فهماند که آن متغیر توسط مدل (الگوی) تبیین نمی‌شود. درون‌زا (درونی) به ما می‌فهماند که پدیده مورد نظر توسط مدل تبیین می‌شود. در پیوست‌های فصل اول، مثال مربوط به متغیرهای درون‌زا و برون‌زا ارائه شده است.

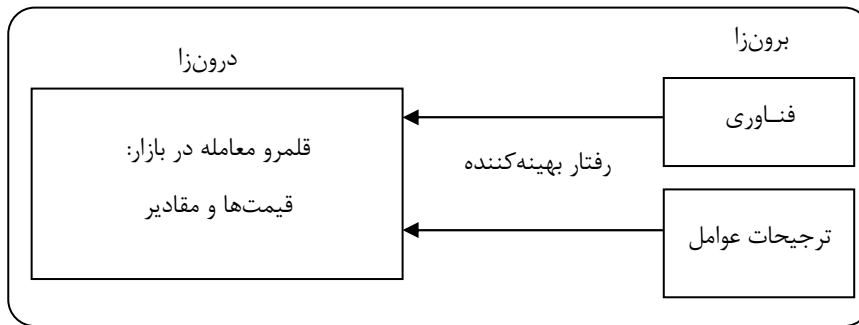
گام مهم بعدی برای صاحب‌نظر، توجه به تفاوت بین متغیرهای توضیحی مهم بالقوه (که قرار است بخشی از مدل باشند) با متغیرهایی است که کمتر مناسب بوده و در نتیجه لازم نیست در مدل وارد شوند (طبق فرض حذف می‌شوند). تمییز دادن بین متغیرهای توضیحی مهم و غیرمهم، نظریه را قادر می‌کند بر تعداد محدودی از متغیرهای مرتبط تمرکز کند و روابط علیتی آشکار از نوع «الف (درون‌زا) که به‌دلیل ب (برون‌زا) رخ می‌دهد» را بشناسند. یک نظریه باید تا حد امکان ساده باشد یعنی تعداد متغیرهای توضیحی آن باید به حداقل برسد.

متغیرها اغلب از راه بازخوردهای پیچیده اثر می‌گذارند. مثلاً افزایش قیمت نفت بر نوآوری‌هایی اثر دارد که تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان نفت در آنها سرمایه‌گذاری می‌کنند و بر ظرفیت تولید در آینده اثر می‌گذارد. علاوه بر این، مصرف‌کنندگان بزرگ نفت انگیزه سرمایه‌گذاری در منابع انرژی دیگر از قبیل انرژی باد یا هسته‌ای را نیز دارند. این انگیزه به‌نوبه خود بر تقاضای نفت اثر می‌گذارد. از طرفی افزایش قیمت‌ها موجب به‌صرفه شدن استخراج نفت از برخی میادین می‌شود و عرضه نفت را زیاد می‌کند. به عبارتی چندین متغیر مرتبط با یکدیگر وجود دارند که تغییرات قیمت نفت را توضیح می‌دهند. پس موضوع بررسی‌ها همان نحوه برخورد با این بازخوردها و چگونگی تعیین متغیرهای درون‌زا و برون‌زا است. وقتی فرایند تعیین قیمت در گذر زمان تحلیل شود، همه وابستگی‌های متقابل مدنظر قرار می‌گیرد، آنگاه رویکرد پویا به‌کار رفته است (که در فصل اول توضیح داده شد). حال به‌اختصار به چگونگی مدل‌سازی وابستگی‌های متقابل در

اقتصاد نئوکلاسیک می‌پردازیم. در این کتاب الگوی اقتصاد نئوکلاسیک را به دلیل آنکه معیاری آشکار برای مقایسه با مکاتب مختلف اقتصاد نهادگرا محسوب می‌شود، مورد توجه قرار داده‌ایم. اقتصاد نئوکلاسیک در حوزه اقتصاد به چند دلیل معروف شده است:

- تمایزهای دقیق آن بین متغیرهای درون‌زا و برون‌زا،
- توصیف‌های دقیق آن درباره عوامل (مشخصه‌ها و قواعد رفتاری آنان)؛
- توصیف واضح درباره محیطی که عوامل در آن فعالیت می‌کنند (ساختارهای بازار از قبیل رقابت کامل یا انحصار در عرضه)؛
- رابطه بین محیط و عوامل در الگو (مدل)ها که به دقت فرمول‌بندی شده است.

شکل ۲-۲ نمایشی ساده شده از متغیرهای درون‌زا و برون‌زای نظریه نئوکلاسیک را نشان می‌دهد. در این رویکرد، نهادها حذف شده و فناوری و ترجیحات همان متغیرهای توضیحی مهم‌اند. معمولاً پرسش‌های تحقیق برحسب «حالات نهایی بهینه»^۱ تدوین می‌شوند؛ مثلاً کم‌هزینه‌ترین ترکیب نیروی کار و سرمایه برای تولید ۱۰/۰۰۰ دستگاه اتومبیل با حداقل هزینه به‌ازای هر دستگاه کدام است؟ متغیرهای درون‌زا در اینجا همان مقادیر نیروی کار و سرمایه و متغیرهای برون‌زا قیمت‌های سرمایه و نیروی کار، رابطه مشخص فناوریانه بین تولید و نیروی کار و نیز بین تولید و سرمایه (تابع تولید) و میزان تولید (مثلاً ۱۰/۰۰۰ دستگاه) هستند.

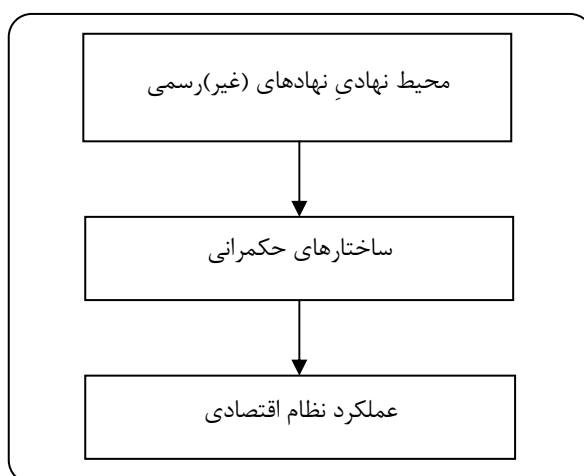


شکل ۲-۲ متغیرهای درون‌زا و برون‌زا در اقتصاد نئوکلاسیک

ترکیب بهینه (خروجی مدل) به عنوان ترکیب کمترین هزینه تعیین می‌شود و به این ترتیب آن مدل متغیرهای برون‌زا و درون‌زا را در شرایط حداقل‌سازی هزینه‌ها مرتبط می‌کند. در الگوهای اقتصاد نئوکلاسیک، عوامل معمولاً در محیط خلاً (خالی) نهادی عمل می‌کنند؛ نهادها متغیرهای برون‌زا نیستند، بلکه صرفاً غایب‌اند یا تلویحاً فرض می‌شود که وجود دارند و بدون عیب و نقص کار می‌کنند. پس در اقتصاد نئوکلاسیک، ساختارها از قبل برای عوامل معلوم‌اند. به این ترتیب شکل ۲-۲ رویکرد فردگرایی روش‌شناختی را نمایش می‌دهد. در بخش بعد نشان خواهیم داد که عوامل در اقتصاد نهادگرا در خلاً نهادی عمل نمی‌کنند، بلکه کاملاً برعکس، «نهادها مهم‌اند».

۲-۱-۵ نهادها مهم‌اند

نهادها به عنوان متغیرهای توضیحی اهمیت دارند. همان‌طور که خواهیم گفت، پیکان‌های بین متغیرها در شکل ۲-۳ نشان می‌دهند که محیط نهادی بر رفتار اثر می‌گذارد، به این ترتیب در عملکرد نظام اقتصادی مثلاً برحسب رشد اقتصادی، میزان نوآوری، میزان هزینه‌های مبادله و ... نیز مؤثر واقع می‌شوند.



شکل ۲-۳ نهادها مهم‌اند

مورخان اقتصادی (North, 1990; Greif, 2006) آثار نهادی قوانین، مقررات و قواعد غیررسمی را بر سرمایه‌گذاری‌هایی که عوامل انجام می‌دهند، نشان داده و به پیامدهای آن شرایط در حوزه رشد اقتصادی نیز اشاره کرده‌اند. نتیجه‌گیری کلی آن است که حقوق مالکیت دقیق با عملکرد مطلوب و دادگاه‌های عمومی بی‌طرف، نااطمینانی‌های عوامل اقتصادی را کاهش می‌دهند و تصمیم‌گیری کارآمد را تسهیل می‌کنند. در کشورهای دارای این‌گونه تجربه ساختار نهادی، رشد اقتصادی بیشتر از کشورهای فاقد آن تجربه است. مثلاً رشد اقتصادی چین در دهه ۱۹۵۰، با رشد آن در دهه ۱۹۹۰ فرق داشت و دلیل آن هم تغییر شرایط نهادی بود. رشد اقتصادی چین در دهه ۱۹۹۰ مبتنی بر تغییرات قوانین و مقررات بود که انگیزه‌های تولیدکنندگان (حتی خارجی) را برای سرمایه‌گذاری‌های مؤثر در رشد اقتصادی تقویت می‌کرد. به همین ترتیب رشد اقتصادی چین در سال ۲۰۰۸ با رشد ایالات متحده فرق داشت که ناشی از متفاوت بودن نهادها بود. کادر ۱-۲ مثالی است که نشان می‌دهد نهادها مهم هستند.

کادر ۱-۲ فرهنگ و مهارت نگهداری ماشین‌ها: حکایتی آموزنده

عقیده به اینکه فرهنگ بر پیامدهای اقتصادی اثر می‌گذارد، یک تصور کاملاً پرتطرف‌دار است: ژاپنی‌ها سختکوش‌اند، آلمانی‌ها در ساختن اتومبیل‌های عالی مهارت دارند و ایتالیایی‌ها به‌شدت در کسب‌وکار به روابط شخصی متکی‌اند. اما بلافاصله پرسشی ذهن محقق را مشغول می‌کند: اثر فرهنگ چیست؟ وقتی نمی‌توانیم نقش فرهنگ را توضیح دهیم، خطر را قبول و از آن به‌عنوان متغیری ضعیف و «مبهم» استفاده می‌کنیم که وقتی توسل به سایر متغیرها نتیجه ندهد، دست به دامان آن می‌شویم.

گرتلر^۱ (۱۹۹۷) به بررسی تعامل بین شرکت‌های کانادایی و بنگاه‌های آلمانی پرداخت که ماشین‌آلات آن شرکت‌ها را تأمین می‌کردند. او دریافت اغلب بین دو طرف مشکلات ارتباطی وجود دارد؛ کانادایی‌ها شکایت می‌کردند که آلمانی‌ها کارها را خیلی سخت می‌کنند، درحالی‌که آلمانی‌ها گله داشتند که کانادایی‌ها به‌خوبی از ماشین‌ها مراقبت نمی‌کنند.

بالین‌حال نویسنده فقط این مشکلات را به فرهنگ نسبت نداد. به‌نظر او فرهنگ هر کشور نتیجه نظام نظارتی ویژه‌ای است که در مقیاس ملی وجود دارد. مشخصه بازار نیروی کار آلمان،

وجود چشمگیر اتحادیه‌های کارگری است که به کم شدن رقابت در دستمزدها و کم شدن جابه‌جایی کارگران منجر می‌شود. علاوه بر این نمایندگان اتحادیه‌ها در هیئت‌مدیره شرکت‌ها با قدرت حضور دارند. به این ترتیب کارگران کاملاً به شرکت‌هایشان احساس تعلق خاطر دارند که بیشتر به دلیل رابطه بلندمدت بین آنهاست. همچنین هر شرکت نیز به نوبه خود از انگیزه سرمایه‌گذاری برای کارآموزی کارکنان خود برخوردار است.

اما در کانادا که بازارهای نیروی کار انعطاف‌پذیرترند، کارکنان و نیز شرکت‌ها، هر دو به شکل کوتاه‌مدت‌تر به روابط شغلی نگاه می‌کنند که این وضعیت باعث کاهش انگیزه‌های سرمایه‌گذاری در کارآموزی و نگهداری از تجهیزات می‌شود. گرتر با این مثال تذکر می‌دهد که تأکید بیش از حد بر فرهنگ ممکن است موجب غفلت از عوامل مهم‌تری مانند قوانین و مقررات ملی شود.

یک تحلیل نهادی برای توضیح دادن تفاوت‌های رشد اقتصادی می‌تواند به آن دسته از ساختارهای نهادی که برخی گروه‌های ذی‌نفع را از قدرت برخوردار می‌کنند، اشاره کند. وقتی گروهی خاص در یک صنعت یا یک کشور، منابع اقتصادی را در سلطه گرفته و در عین حال از قدرت سیاسی برای تصویب قوانین برخوردار است، می‌توان گفت که قدرت و منافع مشترک به شکلی بر توسعه اقتصادی اثر گذاشته‌اند که رشد اقتصادی محدود، و ثروت به شکل نابرابر توزیع شده است (کادر ۲-۲ را مطالعه کنید).

کادر ۲-۲ گروه‌های برگزیده^۱ و قدرت: مشکل فقط آن است که نباید پیشرفت کرد

عاصم اوغلو و رابینسون^۲ در مقاله‌ای با عنوان «قدرت سیاسی تحقق‌یافته و استمرار نهادی»^۳ در سال ۲۰۰۶ الگویی ابداع کردند که نشان می‌دهد قدرت چگونه در بسیاری از موارد می‌تواند - حتی وقتی نهادهای خاص از قبیل قانون اساسی یا نظام انتخاباتی تغییر می‌کنند - کاملاً پابرجا باقی بماند. آنان به‌ویژه موردی را تشریح می‌کنند که یک گروه برگزیده کوچک موفق می‌شود قدرت را به زیان اکثریت جمعیت یک کشور در دست خود نگاه دارد.

یک گروه برگزیده با توجه به کم بودن تعداد اعضا و تجربیاتش، خود را برای رسیدن به اهدافش آسان‌تر سازمان‌دهی می‌کند، به طوری که باقی مردم قادر به رقابت سیاسی با آن نباشند.

1. Elites

2. Acemoglu and Robinson

3. "De Facto Political Power and Institutional Persistence"

وقتی قوانین روی کاغذ تغییر می‌کنند تا قدرت گروه‌های برگزیده را محدود کنند، آنان به‌سادگی با اعمال نفوذ، رشوه یا به‌زور، به موضع قبلی خود بازمی‌گردند. قبل از جنگ‌های داخلی آمریکا، ایالت‌های جنوبی آن کشور به‌نسبت فقیر بودند. نظام اقتصادی ایالات متحده کاربر و متکی به برده‌داری بود. پس از جنگ داخلی - به‌رغم آنکه برده‌داری ملغی شد- برگزیده‌های جنوبی با مسدود کردن راه اصلاحات بیشتر، تلاش کردند قدرت قبلی خود را حفظ کنند. مثلاً ایشان مانع از دسترسی برده‌ها به آموزش شدند. به‌این ترتیب تا دهه ۱۹۴۰ هنوز جنوب آن کشور فقیرتر از متوسط ایالات متحده بود. مداخله گسترده دولت فدرال در کنار جنبش حقوق مدنی در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ بود که موجب غلبه بر آن اوضاع شد.

در مثال‌های ارائه شده در کادرهای ۱-۲ و ۲-۲ نهادها در تحلیل به‌عنوان متغیرهای برون‌زا و توضیحی وارد شده‌اند. نهادها متغیرهایی «از قبل معلوم» هستند که تفاوت‌های بین کشورها را از لحاظ میزان سرمایه‌گذاری‌ها، انواع نوآوری‌ها، توزیع قدرت، میزان رشد اقتصادی و ... توضیح می‌دهند. آموزه‌های ناشی از این نوع تحلیل نهادی در محافل سیاستگذاری بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول اثرگذار بوده است. اصل موضوع چنین است که «نهادها مهم هستند»؛ نهادهای ویژه موجب تسریع رشد اقتصادی می‌شوند و کشورهای در حال توسعه باید از این نهادهای «معیار»^۱ تقلید کنند. درباره رابطه بین رشد اقتصادی و نهادهای یک کشور، به فصل اول (پس از جدول ۱-۱) رجوع کنید.

۲-۲ دو مکتب در اقتصاد نهادگرا: اقتصاد نهادگرای جدید و اقتصاد نهادگرای

اولیه

تورستن ویلن در اواخر قرن نوزدهم در ایالات متحده، یکی از اقتصاددانان نهادگرای معروف به حساب می‌آمد و از منتقدان سرسخت اقتصاد نئوکلاسیک بود. به نظر او اقتصاد نئوکلاسیک بیش از اندازه صوری^۲ و انتزاعی، بسیار ایستا و به غلط مبتنی بر عوامل منفردی بود که از محیط نهادی خود جدا شده بودند. تا حدود سال ۱۹۴۵، گروهی صاحب‌نفوذ از اقتصاددانان نهادگرا بر پیشرفت این شاخه از اقتصاد در ایالات متحده

1. Benchmark
2. Formal

سایه انداخته بودند. کلرنس آیرس، وسلی میچل و جان آر. کامونز^۱ نیز در انتقاد از اقتصاد نئوکلاسیک و تأکید بر اهمیت به حساب آوردن نهادها در بررسی‌های اقتصادی به وبلن پیوستند (See Gruchy, 1972).

وارد کردن عوامل به الگوها - به مثابه ماشین‌های حداکثرکننده در یک خلأ نهادی - ظاهراً الگوی شایسته‌ای برای واقعیت‌های اقتصادی نبود. به نظر این نهادگرایان آمریکایی، نظام اقتصادی در درجه اول مضمونی شامل پویایی‌های نهادی در حال تغییری بود که بر رفتارهای اقتصادی اثر می‌گذارند. در چنین فرایندی، فناوری، ارزش‌ها و قوانین باهم در تعامل اند و الگوها و نظریات اقتصادی باید آن جنبه از واقعیت را دربرگیرند. عوامل اقتصادی در محیط نهادی خاصی فعالیت می‌کنند و بازارها همانند تشکیلات نهادینه شده‌ای هستند که برای درک آنها، توجه به قدرت نیز به اندازه توجه به کارایی، ضروری است (فصل پنجم را بخوانید). در نظریه معروف وبلن درباره دنیای کسب‌وکار، گفته می‌شود که چگونه صاحبان کسب‌وکارهای غول‌آسا بر بازارها و سیاست چیره شدند و چگونه صاحبان کسب‌وکار توانستند تصمیم‌گیری‌های سیاسی را همسو با منافع خود دستکاری کنند (Veblen, 1904). در پیوست الف انتهای این فصل می‌توانید مطالب بیشتری درباره وبلن و کامونز بخوانید.

مکتب اقتصاد نهادگرایی که در این کتاب مبتنی بر عقاید نویسندگانی مانند وبلن و کامونز است، اقتصاد نهادگرایی اولیه نامیده می‌شود. گاهی ممکن است در مقالات این حوزه به جای آن به اصطلاحات اقتصاد نهادگرایی اولیه، نهادگرایی^۲ و یا نهادگرایی کلاسیک^۳ نیز برخورد کنید (Rutherford, 1994; Vatn, 2005). از اواسط دهه ۱۹۷۰، اقتصاد نهادگرایی جدید در این شاخه از علم اقتصاد، توجه صاحب‌نظران را به خود جلب کرد. در سال ۱۹۷۵، اولیور ویلیامسون^۴ کتاب بدیع خود با عنوان *بازارها و سلسله‌مراتب*^۵ را منتشر کرد و رویکرد خود را «اقتصاد نهادگرایی جدید» نامید. او توضیح داد که اقتصاد نهادگرایی جدید برخلاف اقتصاد نئوکلاسیک به موضوعات مرتبط با نهادها می‌پردازد؛

1. Clarence Ayres, Wesley Mitchell and John R. Commons

2. Neo-institutionalism

3. Classical Institutionalism

4. Oliver Williamson

5. *Markets and Hierarchies*

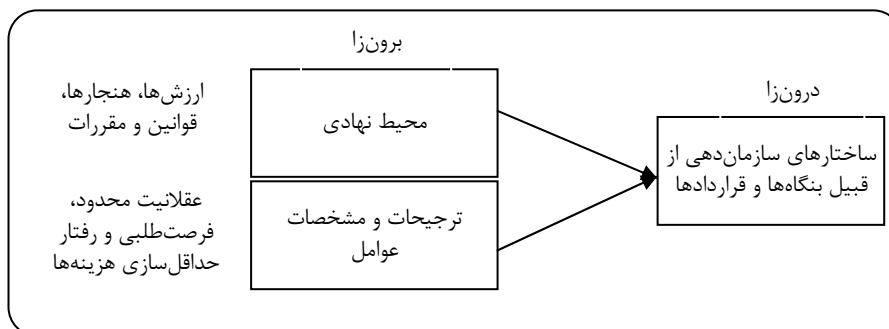
چرا نهادها وجود دارند؟ چرا مبادلات گاهی با توسل به قراردادهای بازار و گاهی به واسطه سلسله‌مراتبی مانند بنگاه‌ها هماهنگ می‌شوند؟ این سؤالات در اقتصاد نئوکلاسیک مورد بررسی قرار نمی‌گیرند، زیرا در آن رویکرد، بنگاه‌ها، بازارها، مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان از قبل وجود دارند و به مثابه نقطه آغاز برای حل کردن مسائل حداکثرسازی به کار می‌روند. بنگاه‌ها در اقتصاد نئوکلاسیک به مثابه توابع تولید در الگو وارد می‌شوند و بازارها همانند «ابزارهای علامت‌دهنده»، اطلاعات مرتبط را از راه تغییر قیمت‌های نسبی در اختیار عوامل بازار قرار می‌دهند (جزئیات را در فصل پنجم مطالعه کنید). نقطه آغاز در کار ویلیامسون، خود مبادله بوده و پرسش او چنین است: چگونه می‌توان مبادلات را به بهترین شکل (یعنی به کارآمدترین روش) هماهنگ کرد؟ ساختارهای سازمان‌دهی مختلفی در دسترس عوامل قرار دارد که کارآمدترینشان از میان آنها انتخاب می‌شود. این ساختار کارآمد گاهی یک قرارداد بازاری است، درحالی‌که در موارد دیگر بنگاه یا یک قالب بینابین (حد وسط) است (فصل سوم و بخش سوم را مطالعه کنید).

چون نظریه ویلیامسون به شرح بنگاه‌ها و قراردادهای می‌پردازد که در واقع نهاد هستند، او رویکرد نظری خود را «اقتصاد نهادگرا» می‌نامد تا آن را از اقتصاد نئوکلاسیک متمایز کرده باشد. با این حال روش‌شناسی او بسیار شبیه به روش‌شناسی اقتصاد نئوکلاسیک (تا حد زیادی دارای ماهیت فردگرایانه) بوده و چون با روش‌شناسی اقتصاد نهادگرای اولیه بسیار متفاوت بود (عمدتاً ماهیت تعامل‌گرایی روش‌شناختی داشت) (فصل چهارم را بخوانید) نمی‌خواست با آن ارتباط برقرار کند. به همین دلیل او واژه «جدید» را به اقتصاد نهادگرای خود اضافه کرد. در فصل سوم درباره دیگر نظریات متعلق به اقتصاد نهادگرای جدید (مثلاً نظریه حقوق مالکیت و نظریه عاملیت) بیشتر خواهید آموخت. در زیربخش‌های بعدی این فصل به تشریح سازوکارهای اصلی اقتصاد نهادگرای جدید و اولیه در تبیین نهادها خواهیم پرداخت (See Groenewegen, 1996).

۲-۲-۱ اقتصاد نهادگرای جدید

در شکل ۲-۴ واحدهای اصلی سازنده اقتصاد نهادگرای جدید را براساس اقتصاد هزینه مبادله اولیور ویلیامسون ارائه کرده‌ایم: مشخصات عوامل کدام است، شرایط محیطی

ایشان (ساختارها) چیست و عوامل چگونه با محیط خود تعامل می‌کنند؟ مبانی این الگو را در این فصل و جزئیات را در فصل چهارم بررسی خواهیم کرد.



شکل ۴-۲ الگوی اقتصاد نهاد‌گرای جدید برای نهادها

۲-۲-۱-۱ درون‌زا و برون‌زا

در اقتصاد نهاد‌گرای جدید، بین ساختارهای سازمان‌دهی و محیط نهادی تفاوت قائل می‌شوند. ساختارهای سازمان‌دهی از قبیل بنگاه‌ها و قراردادهای متغیرهایی درون‌زا هستند، در حالی که محیط نهادی نهاد‌های (غیر) رسمی، برون‌زاست. ترجیحات و مشخصات عوامل نیز برون‌زا محسوب می‌شوند. به عبارتی نظریه اقتصاد نهاد‌گرای جدید سعی می‌کند توضیح دهد چرا ساختارهای سازمان‌دهی مختلف وجود دارند و چرا مبادلات به واسطه قراردادهای یا تشکیلات هماهنگ می‌شوند، در حالی که محیط نهادی برون‌زای ارزش‌ها، هنجارها، پیمان‌ها، قوانین و مقررات «از پیش معلوم» تلقی می‌شود.

۲-۲-۱-۲ عوامل الگو

ویلیامسون اقتصاد نهاد‌گرای جدید را مکمل اقتصاد نئوکلاسیک می‌داند: اقتصاد نهاد‌گرای جدید به مباحث دیگر می‌پردازد، ولی از همان روش‌شناسی استفاده می‌کند. هر دو اقتصاد نهاد‌گرای جدید و اقتصاد نئوکلاسیک عوامل را واجد رفتار بهینه‌کننده (با قیود مشخص) محسوب می‌کنند (مثلاً حداقل‌سازی هزینه‌ها با توجه به یک تابع تولید مشخص،

یا انتخاب کردن یک ساختار سازمان‌دهی که هزینه‌های مبادله را به حداقل برساند). تفاوت بین این دو آن است که عوامل در اقتصاد نهادگرای جدید «مشخصات» مختلفی دارند؛ دقیق‌تر آنکه ممکن است رفتارشان فرصت‌طلبانه و عقلانیتشان محدود باشد. حال هر دو مفهوم را کامل‌تر شرح می‌دهیم.

رفتار فرصت‌طلبانه در فصل اول تعریف شد و به امکان ارائه اطلاعات غلط توسط عوامل و سوءاستفاده از عدم شفافیت شرایط مربوط می‌شود. عوامل می‌توانند در مبادلات اقتصادی تقلب کنند؛ البته نه به این معنا که اقتصاددانانی همچون ویلیامسون ادعا کنند همه عوامل بازار دائماً در تلاش برای فریب دادن یکدیگرند، بلکه به آن معنا که عوامل فعال در بازار نمی‌دانند طرف مبادله ایشان در خلال مذاکرات یک قرارداد و پس از امضای آن، چه رفتاری در پیش خواهند گرفت. آیا طرف مبادله یک فرد صادق خواهد بود که شرایط قرارداد را رعایت می‌کند یا فردی متقلب از آب درخواهد آمد که هر وقت از دستش برآید، فرصت‌طلبانه رفتار می‌کند؟ نکته مهم آن است که عوامل بازار قبل از شروع مذاکرات از چنین اطلاعاتی برخوردار نیستند. فرصت‌طلبی را به‌طور مشخص می‌توان بخشی از ماهیت انسان در نظر گرفت که لزوماً همیشه نمایش داده نمی‌شود؛ بروز رفتار فرصت‌طلبانه توسط یک فرد به شرایط بستگی دارد. به تعبیری عوامل مجبورند دریابند چه نوع رفتاری از دیگران انتظار دارند و چگونه می‌توانند خود را علیه فرصت‌طلبی محافظت کنند. هزینه‌های جست‌وجو و حفاظت در نهایت به هزینه‌های عقد قرارداد اضافه می‌شوند.

عقلانیت محدود به آن معناست که ظرفیت انسان‌ها برای دسته‌بندی و حل کردن مشکلات پیچیده، محدود است. مثال خوب برای این واقعیت، بازی شطرنج است. یک شطرنج‌باز از همه اطلاعات لازم برای تصمیم‌گیری برخوردار است. او قوانین بازی و نیز موقعیت مهره‌ها را می‌داند. وی برای جابه‌جا کردن یک مهره باید همه حرکت‌های احتمالی رقیب خود را بسنجد، اما تعداد مراحل حرکت‌ها و پاسخ آن حرکت‌ها به‌قدری زیاد است که ذهن یک انسان به تنهایی نمی‌تواند همه آنها را تحلیل کند. به عبارتی هر شطرنج‌باز می‌خواهد تصمیماتی کاملاً عقلایی اتخاذ کند، ولی ظرفیت او برای این کار محدود است. به همین ترتیب عقلانیت محدود نیز با رفتار بهینه‌کننده

پیوند دارد، اما با دو قید اطلاعات ناقص و ظرفیت ناکافی انسان برای پردازش همه اطلاعات موجود روبه‌روست. فرق بین عقلانیت کامل در اقتصاد نئوکلاسیک و عقلانیت محدود در اقتصاد نهاد‌گرای جدید، ملاحظات دامنه‌داری را در انواع قراردادهای عوامل به‌وجود می‌آورد. در الگوی اقتصاد نهاد‌گرای جدید ممکن است قراردادها ناقص باشد و همچنان نااطمینانی‌هایی را برقرار کنند.

پیکان‌های شکل ۴-۲ که از طرف عوامل به سمت ساختار سازمان‌دهی کشیده شده نشان می‌دهند که عواملی با مشخصات و قواعد رفتاری خاص، کارآمدترین ساختار سازمان‌دهی را انتخاب می‌کنند. مشابه الگوی اقتصاد نئوکلاسیک است یعنی هیچ بازخوردی از ساختار سازمان‌دهی به عوامل در آن دیده نمی‌شود. این وضعیت به شکل پنهان نشان می‌دهد که مشخصات عوامل از قبل معلوم است و نمی‌تواند توسط مدل توضیح داده شود. مثلاً اگر تولیدکننده‌ای مایل است با یک سهام‌دار به مبادله سرمایه بپردازد، فرصت‌طلبانه رفتار کند و اطلاعات گمراه‌کننده درباره سود بالقوه به سهام‌دار ارائه کند، در آن صورت پیکان تک‌سویه در شکل ۴-۲ نشان می‌دهد مشخصات یک عامل نمی‌تواند در گذر زمان از انتخاب ساختار سازمان‌دهی متأثر شود.

این توضیح تا حدی بیش از اندازه ساده‌انگارانه است. به‌طور کلی به دلیل هم‌زمان شدن، برخی بازخوردها وجود دارد یا به تعبیری (بسته به موضوعی که قرار است مدل‌سازی شود) می‌توان گمان کرد که از نتیجه آن مدل، باید تغییری نشان داده شود. پیامد فرصت‌طلبانه‌ای که توضیح داده شد، ممکن است سهام‌داران را دفعه بعد کاملاً محتاط‌تر سازد. این احتیاط موجب عوض شدن مشخصات سهام‌داران، مثلاً ساختار ترجیحات ایشان نمی‌شود، ولی باعث افزایش برخورد محتاطانه با تولیدکننده بعدی می‌شود که قصد دارد پول به جیب بزند.

البته این همان منظور ما از پیکان‌های تک‌سویه در شکل‌های ۳-۲ و ۴-۲ نیست. پیکان‌ها در اصل به معنای آن است که بعضی مشخصه‌های کاملاً بنیادین مانند ساختار ترجیحات به‌طور کلی در انواع مدل‌سازی، برون‌زا در نظر گرفته می‌شوند.

همان‌طور که گفتیم این روش نظریه‌سازی، فردگرایی روش‌شناختی نامیده می‌شود، یعنی واحد سازنده اصلی، یک عامل منفرد با ترجیحات برون‌زا، «مشخصات»

ویژه از قبیل عقلانیت محدود و رفتار فرصت‌طلبانه و یک قاعده ویژه تصمیم‌گیری است. البته چنین روشی یک انتزاع بوده و محقق به‌خوبی از آن آگاه است (See for Example Bowles, 1998). عوامل در دنیای واقعی می‌توانند مشخصه‌های خود را عوض کنند. واضح است که ساختار سازمان‌دهی یک بنگاه از قبیل مک‌دونالد یا تویوتا در عمل بر ترجیحات و گرایش‌های کارکنان آن اثر می‌گذارد. به تعبیری ترجیحات در عمل درون‌زا محسوب می‌شوند. باین‌حال در شکل ۴-۲ آن بازخورد حذف شده است.

۳-۲-۱-۲ ساختارها

همان‌طور که شکل ۴-۲ نشان می‌دهد، محیط نهادی در رفتار «سازمان‌دهنده» نقش مهمی دارد. اقتصاد نهادگرایی جدید محیط عوامل را به‌مثابه یک محیط «پیچیده و نامطمئن» مدل‌سازی می‌کند. محیط پیچیده و عقلانیت محدود به آن معناست که عوامل از آگاهی کامل برخوردار نیستند و باید با وضعیت‌هایی روبه‌رو شوند که در آنها عدم اطمینان وجود دارد. اگر عوامل بتوانند فرصت‌طلب نیز باشند، پس سعی خواهند کرد نوعی ساختارهای سازمان‌دهی را بنیان گذارند که از آنان در برابر فرصت‌طلبی در شرایط نامطمئن محافظت کند. در فصل سوم بیشتر درباره نحوه بررسی این موضوعات در نظریه حقوق مالکیت، در نظریه کارفرما - کارگزار و اقتصاد هزینه مبادله مطالعه خواهید کرد و می‌بینید نهادها چگونه می‌توانند رفتارها را در محیط‌های نامطمئن هماهنگ کنند.

۴-۲-۱-۳ ایستایی‌شناسی تطبیقی

اقتصاد نهادگرایی جدید به‌گونه‌ای که در شکل ۴-۲ آمده در اصل نوعی تحلیل ایستا (شبهه به اقتصاد نئوکلاسیک) است. عوامل با توجه به مقتضای نهادی ارزش‌های خود، کارآمدترین ساختار سازمان‌دهی را برای هماهنگ کردن نوع خاصی از مبادله انتخاب می‌کنند. وقتی ساختار سازمان‌دهی کارآمد انتخاب شد، هیچ‌یک از عوامل در آن ساختار انگیزه‌ای برای تغییر موضع خود ندارند که این حالت را تعادل می‌نامیم. باین‌حال اگر متغیری برون‌زا تغییر کند (این تغییر را یک تکانه برون‌زا^۱ نیز می‌نامیم که ناشی از تغییر در

1. Exogenous Shock

قانون یا ترجیحات فردی است)، نظریه پیش‌بینی می‌کند که ساختار سازمان‌دهی کارآمد در حالت جدید چه خواهد بود: نوعی ساختار سازمان‌دهی حداقل‌کننده هزینه با توجه به ارزش جدید متغیر برون‌زا.

این رویکرد ماهیت تعادل ایستای تطبیقی^۱ دارد: مشخصه‌های تعادل قدیم با تعادل جدید مقایسه می‌شوند، بدون آنکه دقیقاً ادعا شود تغییر چگونه رخ داده است. موضوع پویای چگونگی فرایند تغییر از یک تعادل به تعادل دیگر بررسی نمی‌شود. فرض بر این است که فعالان در زمان مناسب اطلاعات مناسب را دریافت و تصمیم صحیحی اتخاذ می‌کنند. در بخش سوم درباره نقشی که رقابت می‌تواند در فرایند انتخاب کارآمدترین ساختارهای سازمان‌دهی ایفا کند، بیشتر خواهید آموخت.

۵-۲-۱-۲ پویایی‌شناسی

در فصل سوم بیشتر در مورد طراحی نهادهای کارآمد در اقتصاد نهاد‌گرای جدید صحبت می‌کنیم و در فصل چهارم خواهید دید طراحی صحیح نهادها را می‌توان به‌مثابه موضوعی «پویا» تلقی کرد. وقتی عوامل بازار پس از یک تکانه برون‌زا، ساختار سازمان‌دهی مشخصی را انتخاب می‌کنند، ساختار سازمان‌دهی تغییر می‌کند و در آن حالت نظریه می‌تواند ما را از «پویایی‌ها» آگاه کند. باین‌حال پس از مطالعه فصل سوم درمی‌یابید، پویایی‌شناسی نهادها در واقع نقطه اصلی تمرکز اقتصاد نهاد‌گرای جدید نیست. در تحلیل‌ها فرض می‌شود عوامل به‌دلیل فشارهای رقابتی مجبور به ایجاد تحول‌اند: اگر آنان ساختار سازمان‌دهی را به یک ساختار کارآمدتر تغییر ندهند، از رقابت در بازار بازمی‌مانند. باین‌حال نحوه دریافت به‌موقع اطلاعات و نحوه فرایند انتخاب ساختار جدید در اقتصاد نهاد‌گرای جدید مورد مطالعه قرار نمی‌گیرد (جزئیات را در فصل چهارم بخوانید).

بعداً در این فصل درباره کار داگلاس نورث صحبت می‌کنیم و شرح می‌دهیم چگونه او بیشتر بر تبیین پویایی‌های نهادها اصرار می‌کند که در تضاد با کارهای اولیور ویلیامسون است. حال برای شناخت بهتر درباره آنچه که منظور ما از پویایی‌های نهادهاست، به اقتصاد نهاد‌گرای اولیه می‌پردازیم.

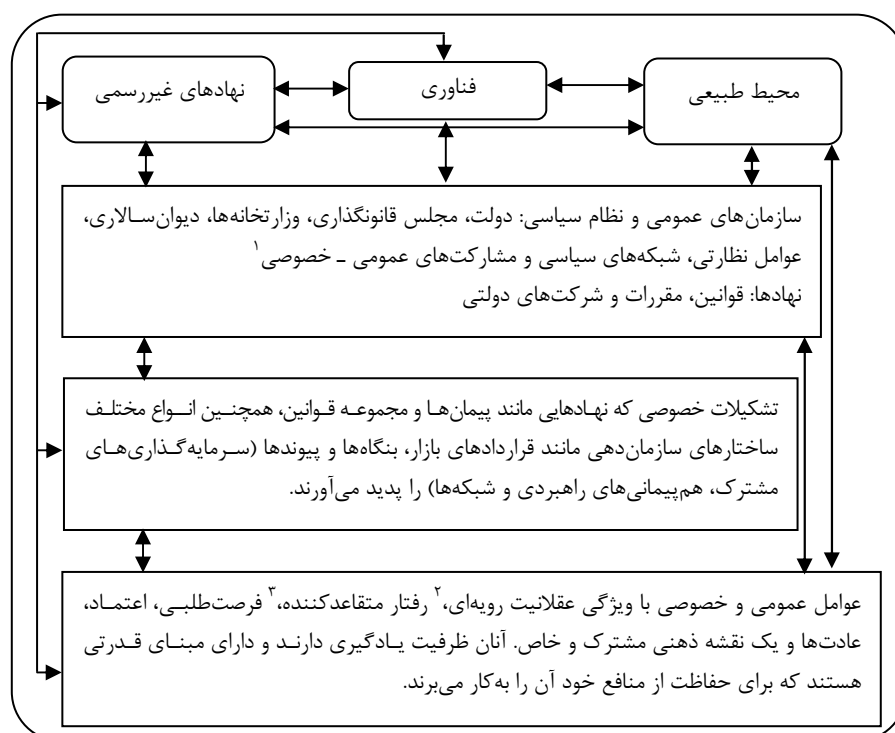
۲-۲-۲ اقتصاد نهادگرای اولیه

شکل ۲-۵ الگوی نهادی اقتصاد نهادگرای اولیه را نشان می‌دهد. اقتصاد نهادگرای اولیه همواره پویایی‌های نهادها را موضوع اصلی علم اقتصاد دانسته است. نهادها در گذر زمان چگونه تغییر می‌کنند؟ تغییرات ناگهانی نهادها از قبیل قوانین و مقررات یا ساختارهای بنگاهی را چگونه می‌توان توضیح داد؟ چرا مثلاً قوانین رقابت و قانون شرکت‌ها در چین از دهه ۱۹۸۰ تا به حال به تدریج تغییر کرده و چرا در آن کشور فرایندی متمایز و بنیادی‌تر از روسیه به‌وقوع پیوسته است؟ آیا بنگاه‌های فرانسوی در قرن بیستم به شکلی متفاوت با توسعه بنگاه‌ها در آلمان متحول شدند؟ در ادامه به چگونگی تمایز الگوها، عوامل و ساختارهای اقتصاد نهادگرای اولیه با اقتصاد نهادگرای جدید می‌پردازیم.

از شکل ۲-۵ می‌توان فهمید که در رویکرد اقتصاد نهادگرای اولیه، متغیرهای توضیحی بیشتری از قبیل فناوری و محیط طبیعی در نظر گرفته شده‌اند. آن الگویی فراگیر است که همه متغیرهای توضیحی در آن وارد شده و نشان می‌دهند که ممکن است بین همه این متغیرها تعامل وجود داشته باشد. البته نمی‌توان گفت که همه اقتصاددانان نهادگرای اولیه در تمام تحقیقاتشان به همه این متغیرها پرداخته‌اند. هر پژوهشگر بسته به نوع موضوع مورد نظر، مثلاً به رابطه بین فناوری و محیط طبیعی یا بین قوانین و ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی توجه می‌کند. اگر به تعامل بین فناوری و ساختارهای سازمان‌دهی (مثلاً انواعی از بنگاه‌ها که نوآوری را ترویج می‌کنند) علاقه‌مند باشیم، در آن صورت شاید از منظر تحلیلی بهتر باشد که محیط طبیعی را برون‌زا قلمداد کنیم. به همین ترتیب اگر به پیامدهای گرم شدن زمین برای فناوری بنگاه‌ها و شرایط بازارهای ویژه محیط زیست (از قبیل بازار حقوق مبادله‌پذیر آلاینده‌ها) علاقه‌مند باشیم، باید فناوری و نیز محیط طبیعی را درون‌زا بدانیم و محیط نهادی نهادهای (غیر)رسمی را برون‌زا در نظر بگیریم. درباره گرم شدن کره زمین به کادر ۲-۳ رجوع کنید.

شکل ۲-۵ نشان می‌دهد در اقتصاد نهادگرای اولیه هیچ‌کدام از متغیرهای توضیحی حذف نشده‌اند و هیچ‌گونه تعاملی - قبل از بررسی - حذف نمی‌شود. در این شکل تعاملات بالقوه بین همه متغیرها به پیدایش تعداد بیشتری پیکان‌های معکوس (دوطرفه) منجر می‌شود. در ادامه این بخش به تشریح دقیق مؤلفه‌های این شکل می‌پردازیم. توجه کنید

که هر عامل در قالب یک واحد تصمیم‌گیری می‌تواند در مراتب مختلف شکل ۲-۵ جای گیرد. ممکن است این نظم در وهله اول گیج‌کننده به نظر رسد، اما به زودی خواهید دید که مکان هر عامل به‌عنوان یک واحد تصمیم‌گیرنده تا حد زیادی به نوع موضوع تحقیق بستگی دارد. بنگاه‌ها گاهی همان عوامل هستند در حالی که در سایر موارد مدیران بنگاه‌ها عوامل محسوب می‌شوند. گاهی نیز مجلس قانونگذاری، عامل است و در برخی موارد عوامل همان سیاست‌مداران منفرد هستند.



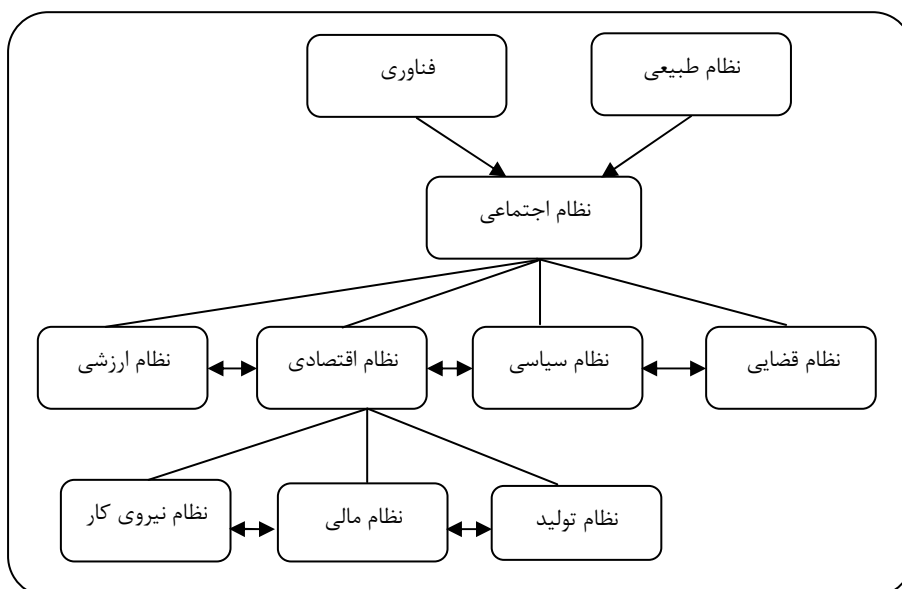
شکل ۲-۵ الگوی اقتصاد نهادگرای اولیه برای نهادها

1. Public-private Partnerships
2. Procedural Rationality
3. Satisficing

۲-۲-۱-۱ درون‌زا و برون‌زا

الف) رویکرد سیستمی

اقتصاد نهادگرای اولیه قصد دارد هر دو حوزه نهادهای (غیر)رسمی و ساختارهای سازمان‌دهی را در یک رویکرد مجموعه‌ای شرح دهد که همه ابعاد محیط نهادی - به‌مثابه یک کل - در آن تحلیل شوند. ممکن است تمرکز به بخشی از کل نظام (مجموعه) (مثلاً به نظام اقتصادی یا سیاسی) معطوف شود، اما وقتی پویایی‌های یک بخش منفرد مورد مطالعه باشد، آن بخش از لحاظ ارتباط با سایر بخش‌های مجموعه تحلیل می‌شود (Wilber and Harrison, 1978). در مجموعه اصلی می‌توان زیرمجموعه‌های مختلفی همانند نظام ارزشی، نظام اقتصادی، نظام سیاسی، نظام قضایی و نظام زیست‌بومی را در نظر گرفت که به هم پیوسته‌اند و باهم نظام اجتماعی را تشکیل می‌دهند (شکل ۲-۶ را ببینید).



شکل ۲-۶ نظام اقتصادی به‌مثابه بخشی از نظام اجتماعی

نظام اقتصادی، مجموعه‌ای از قواعد جمعی است که رفتارهای فردی را شکل می‌دهد

و تعاملات را با توجه به تولید، مصرف و توزیع کالاها و خدمات هماهنگ می‌کند. نهادهای اقتصادی که مبادلات را هماهنگ می‌کنند، شامل تشکیلاتی از قبیل بنگاه‌ها، سازمان‌های تجاری و سازمان‌های مصرف‌کنندگان هستند، اما علاوه بر آن، «قواعد بازی» را نیز در برمی‌گیرند که توسط نظام قضایی تعیین می‌شود. رقابت، قراردادها و قانون شرکت‌ها، قوانین کیفیت محصولات و خدمات و قوانین حقوق مالکیت، از جمله مثال‌های مهم برای نظام قضایی به‌شمار می‌آیند که رفتارها را با توجه به مبادلات تولید، توزیع و مصرف شکل می‌دهد. نظام قضایی مشتمل بر همه قوانین حقوقی است که بر رفتار عوامل در هر جامعه نظارت می‌کنند. نظام ارزشی به فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه مربوط است. نظام سیاسی به نهادهایی مانند مجلس قانونگذاری می‌پردازد که فرایند سیاسی را هماهنگ می‌کنند. واضح است این نظام‌ها همگی در تعامل با یکدیگرند.

به این ترتیب نظام اقتصادی با نظام ارزشی (ارزش‌ها، هنجارها و پیمان‌ها)، نظام قضایی (قوانین و مقررات) و نظام سیاسی (از جمله حکومت، مجلس قانونگذاری و مؤسسات عمومی) پیوند دارد. در شکل ۶-۲ فناوری و منابع طبیعی به‌عنوان متغیرهای برون‌زای اثرگذار بر کل نظام اجتماعی وارد شده‌اند.

شکل ۶-۲ نشان می‌دهد نظام اقتصادی می‌تواند به خرده‌نظام‌هایی^۱ از قبیل نظام نیروی کار، نظام مالی، نظام تولید و ... تقسیم شود. هر خرده‌نظام اقتصادی نیز خود با مجموعه‌های مشخصی از نهادها قابل شناسایی است که رفتارها را شکل می‌دهد و مبادلات را متناسب با کارکردهای اقتصادی ویژه - از قبیل تولید، مصرف، نوآوری و امور مالی - با یکدیگر هماهنگ می‌کنند. در نظام اقتصادی نیز هماهنگی بین خرده‌نظام‌ها لازم است تا عملکرد مطلوب در کل نظام اقتصادی حاصل شود. مثلاً وقتی حکومت یک کشور تصمیم می‌گیرد نظام اقتصادی نوآورتر شود، اما نظام مالی نمی‌تواند آورده صاحبان سهام را برای کارآفرینان نوآور تأمین کند، در آن صورت هماهنگی بین خرده‌نظام‌ها از بین می‌رود، در نتیجه باید اقداماتی (معمولاً پرهزینه) به اجرا درآید (مثلاً خود حکومت سرمایه را مهیا کند که در بحران اقتصادی ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ چنین شد) یا در غیر این صورت، نوآوری کافی رخ نخواهد داد. در انتهای این فصل نگاهی دقیق‌تر به نظام‌های اقتصادی می‌اندازیم.

اقتصاد نهادگرای اولیه قصد دارد پویایی‌های نظام اقتصادی را در کنار سایر بخش‌های نظام اجتماعی توضیح دهد. محقق هیچ‌گاه متغیرها را از قبل به شکل درون‌زا یا برون‌زا در نظر نمی‌گیرد. امکان دارد تخریب محیط زیست موجب ایجاد قوانین و مقررات جدیدی شود و ممکن است این نهادها نوآوری‌هایی در محصولات و فرایندها پدید آورند. امکان دارد پیشرفت فناوریانه بتواند نقش مهمی در درک ظهور یک قانون یا روش ویژه برای سازمان‌دهی تولید ایفا کند (مثلاً روبات‌های تولیدکننده اتومبیل را در نظر بگیرید). نوآوری‌هایی مانند دستکاری‌های ژنتیکی می‌توانند پرسش‌های اخلاقی پیش بیاورند که مستلزم وضع قوانین جدید است. این تحولات به‌مرور زمان موجب تغییر هنجارها و ارزش‌های ما درباره غذا و سلامت می‌شوند.

در فصل چهارم پویایی‌های نهادها و نظام‌های اقتصادی را دقیق‌تر بررسی می‌کنیم و درمی‌یابیم که نظریه‌ها به روابط نظام اجتماعی و نظام اقتصادی (اصطلاحاً نظام اجتماعی - اقتصادی)^۱ می‌پردازند و برخی از آنها نیز نظام سیاسی (نظام اجتماعی - اقتصادی - سیاسی) را شامل می‌شوند، در حالی که برخی دیگر به رابطه بین نظام اقتصادی و منابع طبیعی (به اصطلاح نظام‌های اقتصادی - بوم‌شناختی)^۲ توجه نشان می‌دهند. وقتی مرزهای یک نظام معلوم شد، درون‌زا و برون‌زا بودن، در درجه اول به موضوع تحقیق بستگی دارد که مورد پرسش بوده است. در انتهای این فصل مجدداً به این موضوع می‌پردازیم، حال مثالی در کادر ۳-۲ آورده‌ایم.

کادر ۳-۲ آب‌وهوا: درون‌زا یا برون‌زا؟

در فصل اول به‌اختصار به مشکل شناخته شده گرم شدن زمین اشاره کردیم. معمول بوده که آب‌وهوا را متغیری برون‌زا بشناسند. آیا گرم شدن کره زمین نشان نمی‌دهد که اکنون باید آب‌وهوا را متغیری درون‌زا در نظر گرفت؟

بستگی دارد چه کسی تحقیق کند و چه چیز هدف باشد. برای یک کشاورز یا مالک یک رستوران ساحلی، آب‌وهوا کماکان متغیری کاملاً برون‌زاست، اما برای نمایندگان کشورهای

1. Socio-economic System
2. Economic-ecological Systems

شرکت‌کننده در مذاکرات مرتبط با پیمان کیوتو - که سعی داشتند انتشار آلاینده‌های کربنی را کم کنند، در عین حال رشد اقتصادی‌شان کم نشود - دمای کره زمین متغیری درون‌زا یا حداقل پدیده‌ای است که ایشان تا حدی بر آن اثرگذار بوده‌اند.

همچنین در شرایط مدل‌های بزرگ در مقیاس جهانی - از قبیل مدلی که نیکلاس استرن^۱ در گزارش (۲۰۰۶) خود به کار برد تا هزینه‌های اقتصادی گرم شدن زمین را تخمین بزند - افزایش دما متغیری درون‌زاست.

همچنین صنایع می‌توانند آلاینده‌های کربنی خود را خرید و فروش کنند و به این ترتیب برخی از آثار بیرونی را که تولید کرده‌اند، درونی سازند. در فصل هشتم دقیق‌تر توضیح خواهیم داد که بنگاه‌ها در صورتی می‌توانند بیشتر تولید کنند که حق انتشار آلاینده بیشتری داشته باشند. چون این مجوزها را فقط می‌توان از سایر بنگاه‌ها خرید، بنگاه‌هایی با بیشترین سود انتظاری (و در نتیجه کارآمدترین‌ها) این حقوق را از بنگاه‌های ناکارآمدتر خریداری خواهند کرد. به این ترتیب حداقل بخشی از آثار بیرونی نامطلوب، در قالب قیمت درمی‌آید (درونی می‌شود و به بنگاه‌ها، نه طرف‌های ثالث، تحمیل می‌شود). از این رو کل تولید کارآمدتر خواهد شد.

حتی برای مصرف‌کنندگان منفرد نیز که مثلاً یک بلیت هواپیما می‌خرند، حال امکان‌پذیر است که انتشار کربن را جبران کنند. هرچند تأثیر مستقیم یک عامل بر آب‌وهوا به تنهایی بسیار جزئی است، ولی نکته اینجاست که مجموع این آثار کوچک به یک بحران تبدیل شده، در واقع بخشی از راه‌حل معضل است، زیرا مجموع اثر مبادله کربن و جبران آن، به‌خودی‌خود به افزایش آگاهی همگانی کمک می‌کند.

۲-۲-۲ عوامل موجود در مدل

توضیح دادیم عوامل نه در محیط خلأ بلکه در شرایط نهادی تصمیم می‌گیرند. روش پرداختن ایشان به کسب‌وکار، نحوه واکنش آنان به یکدیگر و آنچه که ایشان در تصمیم‌گیری درباره سرمایه یا خرید در نظر می‌گیرند به اهداف مشخص آنان و نهادهای محیط بستگی دارد. این نهادها موجب محدود شدن و در عین حال توانمند شدن آن عوامل در تصمیم‌گیری‌ها می‌شوند. همچنین اهداف شخصی و ترجیحات آن عوامل به‌صورت درون‌زا در نظام اجتماعی تعیین می‌شود. علاوه بر این، عقلانیت ایشان نیز متأثر از فرایند پویای تعامل مؤلفه‌های مختلف در نظام اجتماعی است. آنچه عوامل آن را عقلایی در نظر می‌گیرند، از جامعه‌ای تا جامعه دیگر، از منطقه تا منطقه و از سازمان تا سازمان دیگر فرق می‌کند.

عقلانیت به عدم اطمینان نیز بستگی دارد. در یک دنیای نامطمئن، عوامل از یک فرایند جست‌وجو با دستورالعمل‌های مشخص بهره می‌جویند تا اطلاعاتی دریافت کنند که گزینه‌های موجود را آشکار و انعطاف‌پذیری لازم برای تغییرات احتمالی را با توجه به دسترسی به اطلاعات و تجربیات گذشته فراهم کند. عقلانیت در چنین شرایطی بیشتر از نوع فرایند یافتن راه‌حل صحیح «در خلال مسیر» است تا از نوع مشخص کردن راه‌حل‌های بهینه درباره اهداف نهایی. عوامل در خلال این فرایند، به‌شدت به آموخته‌های گذشته و آنچه در جامعه ایشان کارگر بوده و به کسانی که به تشریک دانش با آنان می‌پردازند، اتکا می‌کنند. این عقلانیت را عقلانیت رویه‌ای^۱ می‌نامند که در آن مفاهیمی مانند متقاعدکنندگی، اعتماد، عادت‌ها، نقشه‌های ذهنی و نیز یادگیری بسیار مهم به‌شمار می‌آیند. هربرت سیمون - برنده جایزه نوبل در سال ۱۹۷۸ - چنین می‌گوید: «رفتار یک عامل هنگامی عقلانی و از نوع رویه‌ای است که پیامد تأمل حساب شده باشد. عقلانیت رویه‌ای به فرایندی بستگی دارد که آن را ایجاد می‌کند». سیمون توضیح می‌دهد عادت‌ها، قاعده‌های تقریبی و منابع حل مسئله، همگی بخشی از عقلانیت رویه‌ای هستند. این‌گونه رویه‌ها توسط عوامل - به‌ویژه وقتی پای عدم اطمینان در کار باشد - به شکل گسترده به‌کار می‌روند.

الف) رفتار متقاعدکننده

مفهوم رفتار متقاعدکننده (Simon, 1976) با رفتار حداکثرکننده یکسان نیست. در رفتار حداکثرکننده، هر عامل به‌طور هم‌زمان و با توجه به محدودیت‌ها، به ارزیابی همه امکانات مرتبط با هدف خود - یعنی مطلوبیت یا سود - می‌پردازد. یک فرد حداکثرکننده قادر است گزینه‌ای را انتخاب کند که بیشترین بازده را داشته باشد یا آن گزینه‌ای که هزینه‌ها را به حداقل رساند. در رفتار متقاعدکننده، هر عامل به مشخص کردن هدف یا اهداف خود (به‌اصطلاح مقادیر خواسته‌ها)^۲ - یعنی مقادیر سود، سهم بازار، افزایش دستمزد، سهم سود و ... - می‌پردازد که او را راضی می‌کند. وقتی آن مقدار

1. Procedural Rationality
2. Aspiration Levels

حاصل شد، او تصمیم می‌گیرد. مفهوم رفتار متقاعدکننده در تحلیل پویایی نهادهایی مناسب است که عدم اطمینان و تغییر در آنها وجود دارد و این مفهوم به‌مثابه روشی بهینه برای تصمیم‌گیری در چنین شرایطی محسوب می‌شود.

ب) فرصت‌طلبی در مقایسه با اعتماد

شاید تعجب کردید که چرا عوامل در شکل ۴-۲ با صفت فرصت‌طلبی وارد شده‌اند، زیرا در زندگی واقعی با موقعیت‌های متعددی روبه‌رو می‌شوید که مردم به یکدیگر اعتماد می‌کنند و سوءاستفاده از عدم تقارن اطلاعات «اتفاق نمی‌افتد». البته این تجربه درست است و به‌زودی خواهید دید که در اقتصاد نهادگرا نیز اعتماد^۱ یکی از مشخصات اصلی عوامل محسوب می‌شود. اعتماد را به شکل کاملاً کلی «الف به ب اعتماد می‌کند و انتظار دارد که ب با رفتار فرصت‌طلبانه خود از آسیب‌پذیری موقعیت الف سوءاستفاده نکند»، تعریف می‌کنیم.

در یک تحلیل اقتصادی، وجود فرصت‌طلبی یا اعتماد بسیار اهمیت دارد، زیرا بر هزینه‌های مبادله اثر می‌گذارد. می‌توانید تصور کنید در وضعیت‌هایی که طرف‌های قرارداد به یکدیگر اعتماد دارند، لازم نیست برای پیشگیری از رفتار فرصت‌طلبانه به قراردادهای پیچیده متوسل شوند. به این ترتیب قراردادهای بسیار ساده‌اند، هزینه‌های مبادله اندکی دارند و می‌توان معاملات بزرگ را با یک دست دادن ساده برگزار کرد.

ج) عادت‌ها

شاید از عقلانی دانستن عوامل در الگوهای اقتصاد نئوکلاسیک و اقتصاد نهادگرای جدید تعجب کرده باشید. همواره فرض می‌شود عوامل به شکل هدف‌دار و آگاهانه عمل می‌کنند تا اهداف معلوم خود را محقق کنند. شاید از تجربه شخصی خود دریافته باشید که رفتارها اغلب مبتنی بر عادات^۲ مردم است. عادات شامل رفتارهای خودبه‌خودی است که دائماً - و اغلب «بدون تفکر» - تکرار می‌شوند. عادت‌های عوامل، از مؤلفه‌های مهم در قابلیت ایشان برای انتخاب کردن، به‌ویژه در موقعیت‌های دشوار است. در فصل چهارم

1. Trust

2. Habits

توضیح می‌دهیم که نهادها چگونه بر عادات‌ها اثر می‌گذارند و چگونه رفتارهای مبتنی بر عادات، ضمانت اجرایی نهادها محسوب می‌شوند.

د) نقشه‌های ذهنی و یادگیری^۱

در الگوی اقتصاد نهادگرای اولیه، خلاقیت و یادگیری جزو مشخصه‌های اصلی عوامل به‌شمار می‌آیند. عوامل نمی‌توانند در محیط خلأ تصمیم‌گیری کنند، بلکه باید در یک مقتضای نهادی ویژه قرار گیرند. آنان در محیطی از ارزش‌ها و هنجارها ریشه دارند که «نقشه‌های ذهنی» یا مدل‌های ذهنی ایشان را شکل می‌دهد؛ نقشه‌ها یا مدل‌هایی که براساس آن، ایشان دنیای اطراف خود را درک می‌کنند. انسان‌ها در زمان تولد بسیار انعطاف‌پذیرند، ولی با گذشت زمان از لحاظ فرهنگی شرطی می‌شوند و این ویژگی، تعیین‌کننده نگرش آنان به زندگی است. مردم در نقشه‌های ذهنی‌شان شریک می‌شوند و با آنها یک جامعه محلی تشکیل می‌دهند. آنان این نقشه‌های ذهنی مشترک را در تعامل با یکدیگر شکل می‌دهند و تنظیم می‌کنند.

گروهی که افراد با آنها تصورات مشترکی دارند، می‌تواند بخشی از یک بنگاه، یک گروه صنعتی، یک محله یا یک کشور باشد. این الگوی ذهنی مشترک، افراد را راهنمایی می‌کند که چه چیزی را اهداف مطلوب و چه مسائلی را نامطلوب و مستلزم برطرف شدن بدانند و کدام ابزارها در دسترس ایشان است. آن الگوها همچنین تعیین می‌کنند که آن عوامل چه چیز را «عقلایی» و «کارآمد» می‌دانند.

عوامل منفرد، اطلاعات مربوط به جامعه، طبیعت و فناوری را از نتایج تجربه‌های گذشت کسب می‌کنند. زبان و مجاری ارتباطی می‌توانند اطلاعات را در اختیار عوامل قرار داده و فرایند هم‌گرایی الگوهای ذهنی افراد به سمت الگوهای ذهنی مشترک جامعه محلی را تسهیل کنند. در این زمینه بهتر است از نورث نقل قول کنیم:

«قبایل در خلال تحول و شرایط طبیعی‌شان زبان‌ها و تجربیات مختلف و الگوهای ذهنی متنوعی پدید آوردند تا دنیای پیرامون خود را تبیین کنند. هرچه آن تجربه‌ها

اشتراک بیشتری بین قبایل مختلف داشت، تبیین‌های هماهنگ‌تری نیز شکل می‌گرفت. زبان و الگوهای ذهنی باهم نوعی محدودیت‌های غیررسمی پدید آوردند که چارچوب نهادی قبایل را مشخص می‌کرد و در قالب رسوم، تابوها و افسانه‌هایی که تداوم فرهنگ را میسر می‌کردند، از نسلی به نسل دیگر می‌رسید ...

قبایل با افزایش تخصصی شدن و تقسیم کار، به تدریج به واحدهای سیاسی و نظام‌های اقتصادی تبدیل شدند. تنوع تجربه‌ها و یادگیری موجب شکل‌گیری روزافزون جوامع و تمدن‌هایی با درجات توفیق متفاوت در حل مشکلات اقتصادی بنیادی کمیابی شد ... پیچیدگی محیط نیز با وابستگی روزافزون متقابل انسان‌ها به یکدیگر افزایش یافت و ساختارهای نهادی پیچیده‌ای لازم بود تا منافع بالقوه مبادله را ضبط کند. چنین تحولی جامعه را مجبور به تشکیل نهادهایی کرد که معاملات گمنام و غیرشخصی را بین زمان‌ها و مکان‌های مختلف ممکن سازند. اما هرچه «تجربه محلی» بیشتر با الگوهای ذهنی متنوع و نهادهای مربوط به دستاوردهای آن همکاری می‌کرد، احتمال ایجاد نهادهای لازم برای ضبط منافع تجارت بر مبنای قراردادهای پیچیده‌تر نیز بیشتر می‌شد. نکته اصلی در این تحول، نوع یادگیری‌هایی است که سازمان‌ها برای بقای خود از آن بهره‌مند شدند. اگر چارچوب نهادی طوری بود که بیشترین منفعت را در سرقت‌های تشکیلاتی تشخیص می‌داد، در آن صورت برای توفیق تشکیلاتی و بقا در آن محیط لازم بود که یادگیری به شکل «بهتر سرقت کردن» درآید. اما اگر فعالیت‌های منجر به ارتقای بهره‌وری از بیشترین پاداش برخوردار می‌شدند، آن نظام اقتصادی رشد می‌کرد».

ه) قدرت و منافع

در اقتصاد نهادگرایی اولیه توجه فراوانی به قدرت افراد و گروه‌های ذی‌نفع مبذول می‌شود. حقوق مالکیت به شکل برابر توزیع نشده‌اند و قوانین و مقررات وضع شده توسط نظام سیاسی است که ساختارهای قدرت را در جامعه مشخص می‌کند. بازارها و سازوکارهای تخصیصی خنثی نیستند بلکه حوزه‌هایی نهادینه شده‌اند که مناقشه‌های بین گروه‌های مخالف را رفع می‌کنند. درک رفتار عوامل اقتصادی مستلزم بررسی جایگاه قدرت ایشان و نیز اهداف و مناقشات آنان است.

۲-۲-۳ ساختارها

الف) نظام اجتماعی - اقتصادی - سیاسی

ساختارهای سازمان‌دهی عمومی و خصوصی در شکل ۵-۲ نشان داده شده‌اند. نظام سیاسی به ایجاد خط‌مشی‌ها و وضع قوانین و مقررات می‌پردازد. این نهادها بر رفتار عوامل عمومی و خصوصی اثر می‌گذارند. شکل ۵-۲ همچنین اثر عوامل را بر نهادهای عمومی نشان می‌دهد. در بخش سوم توضیح خواهیم داد که صاحبان کسب‌وکارهای بزرگ یا اتحادیه‌ها چگونه قادرند بر نظام سیاسی اثر بگذارند و بر سیاست‌ها «سلطه» شوند. همچنین در بخش چهارم توضیح می‌دهیم که نظام‌های مردم‌سالار در خدمت متوازن کردن اثر گروه‌های ذی‌نفع مختلف قرار می‌گیرند تا از غالب شدن منافع گروه‌های خاص ممانعت به عمل آید. نظام سیاسی اغلب تحت سلطه قدرت‌های اقتصادی است و قوانینی که قانونگذاران وضع کرده‌اند، اکثر اوقات از منافع گروه‌های ویژه جامعه حفاظت می‌کند.

شکل ۵-۲ نشان می‌دهد در اقتصاد نهادگرای اولیه، تبیین جایگاه نهادها و پویایی‌های آنها مستلزم رویکرد نظام یکپارچه است که در آن ارزش‌ها، فناوری و ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی باهم در تعامل‌اند. در فصل هشتم درباره جزئیات چگونگی بهبود کارایی بازارها و جامعه توسط نظام سیاسی صحبت می‌کنیم و در فصل نهم به خطرهای تهدیدکننده اثربخشی نظام سیاسی می‌پردازیم. خواهید دانست که مفهوم‌سازی برای نقش حکومت در نظام اقتصاد بازار، اقتصاد نهادگرای جدید و اقتصاد نهادگرای اولیه بسیار باهم فرق دارد. اقتصاد نهادگرای جدید بازار را در وهله اول به‌مثابه یک سازوکار خنثای تخصیصی می‌داند که از نظام سیاسی منفک است. هرچند حکومت می‌تواند کارکرد بازارها را با وضع حقوق مالکیت شفاف و با ایجاد کردن دادگاه‌های عمومی به‌منظور حل‌وفصل اختلافات بهبود بخشد، ولی نظام سیاسی در اصل از نظام اقتصادی جداست. اما اقتصاد نهادگرای اولیه برخلاف آن، نظام اقتصادی را بخش تفکیک‌ناپذیری از نظام سیاسی می‌داند و برعکس. بازارها در این نظام قرار دارند و نمایانگر نوعی از ساختارهای قدرت‌اند که با هدف دستکاری قیمت‌ها یا مثلاً مسدود کردن مسیر نوآوری‌ها کار می‌کند که به‌رغم افزایش رفاه عمومی، به منافع [برخی از گروه‌های] خصوصی لطمه می‌زند.

اقتصاد نهاد‌گرای اولیه قصد دارد پویایی‌های نهادها و پویایی‌های کل نظام را بشناسد.

ب) فناوری

فناوری یک متغیر مهم در تحلیل‌های اقتصاد نهاد‌گرای اولیه است. فناوری‌هایی مانند موتور بخار در گذشته و انرژی الکتریکی، نفت، فناوری اطلاعات و ارتباطات^۱ در زمان حاضر جزو محرک‌های توسعه اقتصادی بوده‌اند. نوآوری‌ها چگونه ایجاد می‌شوند و شرایطی که پیشرفت فناوریانه را تسریع می‌کنند، کدام‌اند؟ در فصول پنجم و ششم به بحث درباره نقش‌آفرینان می‌پردازیم و خواهیم دید که ساختارهای نهادی چگونه بر نوآوری‌ها و پیشرفت‌های نهادی اثر می‌گذارند. خواهیم گفت که فناوری به شکل مجزا از سایر عوامل پدید نمی‌آید، بلکه کاملاً برعکس، ارزش‌ها و ساختارهای سازمان‌دهی عمومی و خصوصی کاملاً با فناوری درهم تنیده‌اند.

ج) محیط طبیعی

نظام‌های اجتماعی - اقتصادی - سیاسی، با طبیعت تعامل دارند. طبیعت منابع لازم برای تولید و مصرف اقتصادی را مهیا می‌کند. در ابتدای این فصل نیز گفتیم که در نظریه اقتصادی، طبیعت در اصل متغیری برون‌زا است. با این حال پس از شکل‌گیری خرده‌رشته^۲ «اقتصاد زیست‌محیطی» - که به نظام اقتصادی - بوم‌شناختی توجه می‌کند - طبیعت را می‌توان درون‌زا در نظر گرفت. در این صورت تعامل بین مؤلفه‌های مختلف در شکل ۵-۲ به گونه‌ای الگوسازی می‌شود که استفاده از طبیعت و تهی کردن آن، درون‌زا و درون مدل بررسی شود. طبیعت نه تنها از قوانین و مقررات زیست‌محیطی، بلکه از تغییر ارزش‌های جامعه متأثر می‌شود. یکی از مثال‌های واقعی که درون‌زا بودن طبیعت را نشان می‌دهد، به بازی‌های المپیک ۲۰۰۸ در چین مربوط است؛ مقامات چینی قبل از بازی‌ها موشک‌هایی حامل یخ خشک برای آزمایش به طرف ابرها شلیک کردند تا بارندگی در خلال برگزاری بازی‌ها را کاهش دهند.

1. Information and Communication Technology (ICT)

2. Subdiscipline

۲-۲-۳ مقایسه رویکردهای اقتصاد نهادگرای جدید و اقتصاد نهادگرای اولیه

رویکرد اقتصاد نهادگرای اولیه را به‌مثابه رویکردی کاملاً متفاوت با اقتصاد نهادگرای جدید توصیف کردیم. مشخصه‌های اصلی دو رویکرد را شرح دادیم و سعی کردیم الگوهای زیربنایی فردگردایی، جمع‌گرایی و تعامل‌گرایی روش‌شناختی را توضیح دهیم. تلاش کردیم به‌صراحت و دقت درباره‌ی وجوه تمایز متغیرهای درون‌زا و برون‌زا صحبت کنیم. به‌طورکلی می‌توان گفت تفاوت‌های اصلی مشتمل بر این موارد است: اقتصاد نهادگرای اولیه همواره بر پویایی‌های نهادها و تغییرات مشاهده شده از یک چشم‌انداز وسیع توجه می‌کند، درحالی‌که اقتصاد نهادگرای جدید بر تحلیل درباره‌ی خاستگاه‌ها و کارکرد نهادها و نیز تحلیل کارایی در مورد تغییرات نهادها اصرار می‌کند. تفاوت‌های بین اقتصاد نهادگرای جدید و اقتصاد نهادگرای اولیه در جدول ۱-۲ خلاصه شده‌اند.

جدول ۱-۲ مقایسه اقتصاد نهادگرای جدید و اولیه

اقتصاد نهادگرای اولیه	اقتصاد نهادگرای جدید	
چه چیز پویایی‌های نهادها - از جمله نهادهای (غیر)رسمی و سازمان‌ها - به معنای اعم کلمه (نه لزوماً کارایی آنها) را تبیین می‌کند؟	با توجه به محیط نهادی، ساختارهای سازمان‌دهی کارآمد کدام هستند؟ دلایل کارایی نهادها از لحاظ خاستگاه‌ها و تغییرات نهادها کدام است؟	پرسش تحقیق
عقلانیت رویه‌ای؛ نقشه‌های ذهنی مشترک، عادت‌ها و دفاع از منافع [مشترک]	عقلانیت محدود و فرصت‌طلبی؛ تدبیر رفتارها برای به حداقل رساندن هزینه‌های مبادله	عوامل
همه ساختارها در یک فرایند تعاملی شکل گرفته‌اند؛ تعداد زیاد متغیرهای توضیحی مستقل نقش حکومت در تدوین اهداف اجتماعی - براساس مشارکت گسترده همگان - فعالانه است بازارها سازوکارهای خنثی نیستند، بلکه نشانگر ساختارهای قدرت اجتماعی محسوب می‌شوند	فناوری، فرهنگ و نهادهای رسمی از قبل مشخص هستند؛ محدود بودن تعداد متغیرهای توضیحی نقش حکومت در درجه اول، «به سامان رساندن نهادهای رسمی» است بازارها سازوکارهای تخصیص کارآمد در شرایط نهادی مناسب هستند	ساختارها

بهتر است انتهای این بخش، به برخی تفاوت‌های ظریف در این دو مکتب نهادگرایی اشاره کنیم. همان‌طور که رادفورد (Rutherford, 1994) نیز به‌وضوح شرح می‌دهد، بیان اوصافی که ما تا به اینجا گفته‌ایم، مؤلفه‌های اصلی دو رویکرد بوده است، اما درون این دو مکتب، ظرافت‌ها و تحولاتی وجود داشته که تعیین مرزهای بین این دو را مشکل می‌کند. چون کتاب ما یک کتاب درسی مقدماتی است، نمی‌توان درباره همه ظرافت‌ها و تفاوت‌ها سخن گفت و به همین دلیل بر اصول کلی تمرکز کرده‌ایم.

البته باید حتماً توجه کرد که در اقتصاد نهادگرایی جدید نیز بسیاری از محققان با موضوعاتی کار می‌کنند که به‌طور متعارف به قلمروی اقتصاد نهادگرایی اولیه تعلق دارد. در هر دو کتاب *اقتصاد نهادگرایی جدید: کتاب راهنما*^۱ و *راهنمای اقتصاد نهادگرایی جدید*^۲ می‌توان تعدادی از کارهای اقتصاددانان اقتصاد نهادگرایی جدید را یافت که به حوزه نهادهای سیاسی، نهادهای حقوقی، نظارت، اقتصاد توسعه و اقتصاد گذار مربوط است. امروزه بسیاری از اقتصاددانان نهادگرا از یک رویکرد تکثرگرایانه استفاده می‌کنند؛ چارچوب نظری ایشان، «میان‌رشته‌ای» است و هر دو دسته نظریات اقتصاد نهادگرایی اولیه و اقتصاد نهادگرایی جدید را دربرمی‌گیرد. نورث، گریف و وتن (North, 2005; Greif, 2006; Vatn, 2005) مثال‌های خوبی از این رویکردهای آمیخته هستند.

در پیوست ب این فصل توجه ویژه‌ای به سهم نورث مبذول خواهیم کرد، زیرا او اقتصاددانی نهادگرا محسوب می‌شود که کارهای مهمی در هر دو حوزه اقتصاد نهادگرایی اولیه و اقتصاد نهادگرایی جدید انجام داده است. از کارهای او می‌توانید دریابید که در گذر زمان چارچوب نظری خود را متناسب با پرسش‌های شخصی‌اش انتخاب کرده است. اگر بیشتر از این به آشنایی با کارهای انجام شده در اقتصاد نهادگرا و حوزه‌های مرتبط علاقه‌مند هستید، پیشنهاد می‌کنیم به پایگاه‌های اینترنتی فهرست (ناکامل) سازمان‌ها و نشریات در کادر ۴-۲ رجوع کنید.

1. *New Institutional Economics: A Guidebook*, Edited by Brousseau and Glachant, 2008.

2. *Handbook of New Institutional Economics*, Edited by Menard and Shirley, 2005.

کادر ۲-۴ انجمن‌ها و نشریات حوزه اقتصاد نهادگرا

انجمن‌ها

- Association of Evolutionary Economics (AFEE)
- Association for Institutional Thought (AFIT)
- Association for Social Economics (ASE)
- European Association of Evolutionary Political Economy (EAEPE)
- European Group of Organization Studies (EGOS)
- International Confederation of Associations for Pluralism in Economics (ICAPE)
- International Society for New Institutional Economics (ISNIE)
- Society for the Advancement of Behavioral Economics (SABE)
- Society for the Advancement of Socio-Economics (SASE)

نشریات

- *Cambridge Journal of Economics*
- *Evolutionary and Institutional Economics Review*
- *Journal of Economic Behavior and Organization*
- *Journal of Economic Issues*
- *Journal of Economic Methodology*
- *Journal of Economic Psychology*
- *Journal of Evolutionary Economics*
- *Journal of Institutional Economics*
- *Journal of Institutional and Theoretical Economics*
- *Journal of Law and Economics*
- *Journal of Post Keynesian Economics*
- *Journal of Socio-Economics*
- *New Institutional Economics Abstracting Journal*
- *Organization Studies*
- *Review of International Political Economy*
- *Review of Social Economy*
- *Socio-Economic Review*

۲-۳ درباره مناسبت نظریات نهادگرایانه

اقتصاد نهادگرای جدید و اولیه اهمیت متفاوتی برای موضوع مدل‌سازی و نحوه آن قائل‌اند. این تفاوت به‌طور کلی نشان می‌دهد که آنها عوامل را به شکل‌های متفاوت مدل‌سازی و متغیرهای متفاوتی را در محیط برون‌زا وارد می‌کنند، و رابطه بین عوامل و محیط ایشان را نیز متفاوت از یکدیگر در نظر می‌گیرند. گاهی - البته اگر آنها در وهله

اول آموختنی‌های متفاوتی عرضه کنند - درس‌های اقتصاد نهادگرای جدید مناسب‌تر است و گاهی درس‌های اقتصاد نهادگرای اولیه. بنابراین در این کتاب قصد داریم نشان دهیم چگونه اقتصاد نهادگرای جدید و اولیه می‌توانند به درک بهتر نهادها کمک کنند. برخی نظریه‌ها در اقتصاد نهادگرا تا حدی انتزاعی‌اند و از فروض محکمی درباره عقلانیت عوامل استفاده می‌کنند. سایر نظریات سعی دارند در فروض خود بیشتر با پیچیدگی‌های عالم واقع ارتباط برقرار کنند، همه متغیرهای توضیحی بالقوه را در نظر بگیرند و وابستگی‌های متقابل بین متغیرها را در گذر زمان نشان دهند. این‌گونه نظریه‌ها مسلماً واقع‌بینانه‌ترند و الگوهایی پدید می‌آورند که می‌تواند واقعیت‌ها را مفصل‌تر شرح دهد، ولی این نظریات پیچیده، کمتر برای پیش‌بینی‌های دقیق مناسب‌اند. ما در این کتاب درباره نظریه‌های مختلف نهادگرایی - از کاملاً انتزاعی تا آنهایی که پیچیدگی دنیای واقع را «همان‌طور که هست» ثبت و ضبط می‌کنند - صحبت می‌کنیم. از لحاظ نظری چهار دسته تحلیل ایستا و پویای نهادی را شناسایی کرده‌ایم:

۱. یک رویکرد ایستا که به تعیین متغیرهای درون‌زا با استفاده از سایر متغیرهای برون‌زا تأکید می‌کند. این کار را طوری انجام می‌دهد که تعداد متغیرهای توضیحی به حداقل برسد. در پیوست‌های فصل اول به بحث دقیق درباره متغیرهای درون‌زا و برون‌زا در اقتصاد نئوکلاسیک پرداختیم. در اقتصاد نهادگرای جدید، تحلیل ایستا - برحسب متغیرهای درون‌زا و برون‌زا - می‌تواند این‌گونه توصیف شود: متغیر درون‌زا «ساختار سازمان‌دهی» (G) تابعی از «تعیین‌داری»^۱ (A)، «عدم اطمینان» (U) و «دفعات» مبادله (F) است. با توجه به مقادیر A, U, F، مقدار بهینه (حداقل‌کننده هزینه یا تعادلی) برای G همان بازار (M)، بنگاه (C) یا پیوند آن دو (H) است. سایر جنبه‌های حقیقت نیز مقادیری دارند: فناوری، فرهنگ، نهادهای رسمی و تحلیل ماهیتی نامحدود دارد یعنی مقادیر فعلی متغیرهای برون‌زا، مقدار فعلی تعادل را بلافاصله برای متغیرهای درون‌زا مشخص می‌کند و فرایند منجر به نتیجه مدل، بخشی از موضوع تحقیق نیست.

۲. یک تحلیل ایستای تطبیقی که دو پیامد تعادلی را باهم مقایسه می‌کند. تغییر در مقدار (مقادیر) متغیرهای برون‌زا (به‌طور کلی) موجب تغییر سریع در نتیجه تعادلی متغیر

درون‌زا می‌شود. تفاوت بین پیامدهای تعادلی با تغییر دادن (یکی از) متغیرهای برون‌زا معلوم می‌شود. مثلاً در مقادیر A^1 ، U^1 ، F^1 ، ساختار سازمان‌دهی بهینه M است. اگر U^1 به U^2 تغییر کند، ساختار سازمان‌دهی بهینه مثلاً به H می‌رسد. تغییر در ساختار سازمان‌دهی از راه تغییر در ارزش U تبیین می‌شود. فرایند گذار به تعادل جدید، بخشی از موضوع تحقیق نیست.

۳. یک تحلیل ریاضیاتی پویا که زمان در آن به یک متغیر اصلی تبدیل می‌شود. پیامد این الگو، توصیف متغیر درون‌زا به‌مثابه تابعی از زمان است: مدل شرح می‌دهد که مقدار (مقادیر) تعادلی متغیر(های) درون‌زا چقدر است و آیا مسیر طی شده با گذشت زمان به سمت مقدار تعادلی هم‌گرا می‌شود یا خیر؟ این توصیف معمولاً به معادلات تقاضای (خطی یا غیرخطی) یا معادلات دیفرانسیل ختم می‌شود. همچنین نظریه بازی می‌تواند شرح دهد چرا همکاری - یا «ازخودگذشتگی» - می‌تواند راهبردی تعادلی در مجموعه پویای بازی باشد که به دفعات نامعلوم تکرار می‌شود (فصل هفتم را مطالعه کنید). راهبردهای اثبات تطوری در نظریه بازی‌ها می‌تواند توضیح دهد که این راهبردها چگونه می‌تواند در مقایسه با راهبردهای دیگر پخته‌تر باشد.

۴. یک تحلیل پویا با به‌کارگیری سابقه زمانی که فرایند تغییر را برای واکاوی روابط علیتی بین رخداد‌های تاریخی بررسی کند. تعامل بین ساختارها و عوامل و نیز تعامل بین عوامل، در زمره موارد اصلی تحلیل‌ها قرار می‌گیرند که نقش کارایی و چگونگی تفسیر آن توسط عوامل را نشان می‌دهند. این تحلیل همچنین معلوم می‌کند که عقلانیت و ترجیحات در گذر زمان و از راه تعامل با سایر عوامل بنا نهاده می‌شوند. چنین تحلیلی ما را راهنمایی می‌کند که منافع در چه زمان نقش مهمی پیدا می‌کنند و چگونه بر مسیر رخداد‌های تاریخی اثر می‌گذارند. وارد کردن سابقه تاریخی به آن معناست که الگوسازی ریاضیاتی کمتر به‌کار می‌آید و مطالعات موردی تفصیلی می‌توانند روش تحقیقی مناسب‌تری باشند. نظریه‌های نهادی مختلف را به روشی تکثرگرایانه ارائه خواهیم کرد. نظریه‌های مختلف و مرتبط با انواع مختلف پرسش‌ها را در مجموعه شرایط متنوع در نظر خواهیم گرفت. سعی می‌کنیم نظریات نهادی مورد بحث، ویژگی مکمل داشته، در کنار هم احتمالاً همه ابعاد موضوع مورد بحث را شامل شوند. چندان منطقی نیست که نظریه را به‌دلیل

انتزاعی بودن در مدل‌سازی عوامل و محیط ایشان به روش غیرواقع‌بینانه، مورد سرزنش قرار دهیم یا نظریه‌ای را به دلیل فراگیری بیش از اندازه‌اش نکوهش کنیم. نکته آن است که فروض و ساختار نظریه باید [با یکدیگر و با موضوع] مناسبت داشته باشند. به عبارتی نظریه باید برای مباحث پیش آمده و برای شرایط شایع در دنیای واقع، «مفید» و «مناسب» باشد. لازم است که بین این دو مناسبت، تمایز قائل شویم:

- اینکه نظریه برای سؤالات مطرح شده مناسب است؛
- اینکه نظریه برای شرایط موجود در اوضاع فعلی مناسب است.

۱-۳-۲ آیا نظریه با پرسش مطرح شده مناسبت دارد؟

برخی نظریه‌ها برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های خاص، از سایر نظریات مناسبت بیشتری دارند. وقتی محقق علاقه‌مند است بداند که انگیزه‌های مدیران بنگاه‌ها چگونه می‌تواند تغییر کند تا ایشان بهتر در خدمت منافع سهام‌داران قرار گیرند، این پرسش می‌تواند در مجموعه شرایط ایستای قوانین، ترجیحات و حقوق سهام‌داران و ... بررسی شود. در فصل سوم نظریه کارفرما - کارگزار را مطالعه خواهید کرد که برای پرداختن به انواع پرسش‌های انگیزشی طراحی شده است. این نظریه می‌تواند به شیوه‌ای ساخته شود که دارای قدرت توضیحی کلی باشد. به تعبیری نظریه نه تنها برای مدیر و سهام‌دار، بلکه برای همه مواردی کاربرد دارد که پای یک کارفرما (سفارش‌دهنده یک وظیفه) و یک کارگزار (که اجرای وظیفه را به او سفارش داده‌اند) در میان است. رابطه بین شما (به‌عنوان کارفرما) با دندان‌پزشک (به‌عنوان کارگزار) یا رابطه بین وزارت امور اقتصادی (کارفرما) با بنگاه دولتی فروش انرژی الکتریکی (کارگزار) از مثال‌های این حوزه است.

فرق این مثال را با موردی در نظر بگیرید که محقق علاقه‌مند به علل تغییر ساختار بنگاه‌های ایالات متحده در اوایل قرن بیستم است. این نوع پرسش‌ها را می‌توان در شرایطی پویا تحلیل کرد که تغییرات فناوری، رشد بازارهای مصرف، تحولات تجهیزات ترابری، تغییرات در قانون شرکت‌ها و نقش روح کارآفرینی، همگی بخشی از چارچوب تحلیلی به‌شمار می‌آیند. در فصل چهارم به بحث درباره نظریه‌های تغییر نهادی خواهیم پرداخت که برای دربرگرفتن تمام متغیرهای متعامل طراحی شده‌اند. بازهم می‌گوییم که

نظریه ممکن است به روشی ساخته شود تا امکان کاربرد آن برای دامنه‌ای از موضوعات مربوط به تغییر نهادی - و نه فقط برای بنگاه‌های آمریکایی - وجود داشته باشد. به‌طور خلاصه، نظریه‌ها طراحی می‌شوند تا پرسش‌های ویژه تحقیق با آنها بررسی شود. موضوعی که مناسبت نظریه را تعیین می‌کند، مدنظر است. این‌گونه مناسبت را با اصطلاح «نظریه‌های مختلف برای مباحث مختلف»^۱ می‌شناسند.

۲-۳-۲ آیا نظریه با شرایط مورد نظر مناسبت دارد؟

مناسبت نظریه نه تنها به پرسش‌های مطرح شده، بلکه به فروض آن و شرایطی مربوط است که در «عالم واقع» وجود داشته و مورد تحلیل قرار می‌گیرند. آیا آن فروض با شرایط همخوانی دارند؟ این همخوانی همان «نظریه‌های مختلف برای شرایط مختلف»^۲ است. اگر نظریه‌ای با فرض بازار رقابتی کار کرد و بنگاه‌ها را مجبور به انتخاب کارآمدترین مقیاس تولید یا کاراترین ساختار سازمان‌دهی بداند، چنین نظریه‌ای فقط برای تحلیل برخی شرایط در عالم واقع مناسب است که این نوع بازار رقابتی در آنها برقرار باشد. اگر نظریه‌ای با فرض انعطاف‌پذیری کامل قیمت‌ها کار کند و بازارها در واقعیت دارای انواع نهادهایی باشند که انعطاف‌پذیری را با مشکل روبه‌رو می‌کند، در آن صورت بهتر است پژوهشگران از کاربرد رهیافت‌های آن نظریه خودداری کنند، به دنبال نظریاتی بگردند که برای پرداختن به آن مشکل مناسب‌تر باشد.

۲-۳-۲-۱ شیوه کاستن از انتزاع

موضوع مناسبت نظریه را می‌توان برحسب حد مناسب برای انتزاع نیز مطرح کرد. برخی از موضوعات به شکل کاملاً انتزاعی تدوین می‌شوند و به این دلیل باید آنها را با مفاهیمی نظری مورد بررسی قرار داد که آنها نیز بسیار انتزاعی‌اند. درباره پرسش‌های بسیار کلی و انتزاعی - از قبیل پرسش‌های مربوط به وجود یک تعادل پایدار در یک الگوی نظری بازار - یک نظریه کاملاً انتزاعی مطرح می‌شود که ممکن است خیلی از

1. Different Theories for Different Issues
2. Different Theories for Different Conditions

متغیرهای مناسب را حذف کند. مثال خوب برای این ویژگی، الگوی تعادل عمومی ارو و دبرو است که از خود پرسیدند: «آیا یک تعادل عمومی برای همه [گروه] کالاها و خدمات موجود در یک نظام بازار - که عوامل آن فقط نشانه‌های قیمتی را دریافت می‌کنند - وجود دارد؟» (کادر ۲-۵ را مطالعه کنید).

کادر ۲-۵ تعادل عمومی: والراس، ارو و دبرو

در قرن نوزدهم لئون والراس، اقتصاددان فرانسوی، اولین کسی بود که سعی کرد یک قالب ریاضیاتی برای الگوی تعادل عمومی بسازد. در آن الگو افراد حداکثرکننده مطلوبیت و سود، در هر بازار و برای هر محصول، به واسطه رفتار خود که فقط برخاسته از قیمت‌های نسبی است به تعادل می‌رسند. این کار در اصول نوعی نمایش صوری از استعاره دست نامرئی آدام اسمیت بود که در فصل اول به آن اشاره کردیم.

در قرن بیستم، کنت ارو (برنده نوبل اقتصاد در سال ۱۹۷۲) و جرارد دبرو (برنده نوبل اقتصاد در سال ۱۹۸۳) یک الگوی ریاضیاتی دقیق ساختند و با آن توانستند فروضی را که تعادل عمومی با آنها محقق می‌شود، ثابت کنند.

با این حال اگر کسی درباره پویایی‌های بنگاه‌ها در چین در یک دوره زمانی خاص سؤال کند، لازم است نظریه را خاص‌تر طراحی کنیم. آن نظریه باید شامل قوانین و مقررات چین در آن زمان باشد و مشخصات فرهنگی و سیاسی آن کشور نیز نقش مهمی در آن خواهند داشت.

در مثال ارائه شده در کادر ۲-۵ نظریه مورد نظر در مرتبه‌ای کاملاً انتزاعی کار می‌کند، درحالی‌که در مثال چین، نظریه به روش تفصیلی مفاهیم را تصریح می‌کند. به عبارتی وقتی موضوعی خاص مورد تحلیل قرار گرفته و جزئیات ویژه مکان و زمان لازم باشند، در آن صورت نظریه باید مفاهیم کلی از قبیل قوانین، بازارها، انگیزه‌های عوامل، نقش سیاست و ارزش‌ها را تصریح کند. به عبارت دیگر، برای پاسخ دادن به سؤالات مشخص، نظریه از کل به جزء می‌پردازد که اصطلاحاً دستورالعمل کاستن از انتزاع^۱

نامیده می‌شود. توجه کنید که در این شیوه نظریه‌پردازی، یک نظریه می‌تواند نوعی تصریح برای نظریه دیگر باشد.

۲-۴ نگاهی دقیق‌تر به نظام‌های اقتصادی

سیاست‌مداران و اقتصاددانان اغلب بحران مالی سال ۲۰۰۸ را با عنوان بحران در «نظام سرمایه‌داری» یا دقیق‌تر از آن، به شکست «نسخه آنگلو ساکسونی برای اقتصاد بازار» تعبیر می‌کنند. در این بخش، انواع مختلف نظام سرمایه‌داری یعنی نظام‌هایی را معرفی می‌کنیم که بازارها و حقوق مالکیت در آن نقش مهمی برای تخصیص منابع کمیاب ایفا می‌کنند. در این کار از رویکرد نظام‌یافته مشروح در این فصل استفاده و انواع مختلف نهادهای این فصل را معین می‌کنیم. در فصل اول به دو نوع نظام اقتصادی «آرمانی» اشاره کردیم: نظام صرفاً بازاری (که نظام سرمایه‌داری محض نیز نامیده می‌شود) و نظام اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز. در این بخش به انواع مختلف نظام‌های اقتصادی بازار سرمایه‌داری می‌پردازیم. به‌طور پی‌درپی سه الگوی اقتصاد بازار را از یکدیگر تفکیک می‌کنیم. آنگلو ساکسون، اروپای غیرانگلستان^۱ و الگوی آسیایی (See Whitley, 1999; Dore, 2000). بازهم آن الگوها را «انواع آرمانی» خواهیم نامید تا بر تفاوت‌های عمده آنها تأکید شود.

۲-۴-۱ الگوی آنگلو ساکسون

توصیف خود درباره انواع مختلف نظام‌های اقتصاد بازار را با نظام آنگلو ساکسون شروع می‌کنیم که در کشورهایی مانند ایالات متحده آمریکا، انگلستان، کانادا، نیوزلند و استرالیا پیدا می‌شود. هریک از این کشورها آرایش نهادی مخصوص به‌خود دارند، اما درعین حال مشترکات فراوانی - به‌ویژه از لحاظ نقش مسلط بازارها و قراردادهای و نیز نقش حکومت «با حداقل مداخله» - بین آنها وجود دارد.

۱. برای عبارت Continental Europe معادل «اروپای غیرانگلستان» انتخاب شد. گویا قبلاً ترجمه اروپای قاره‌ای را برای این لغت به‌کار برده‌اند که وقتی اولین بار به گوش کسی برسد، معنای آن برای شنونده آشنا نیست و ترجمه‌ای کاملاً تحت‌اللفظی است. به همین دلیل «اروپای غیرانگلستان» برگزیده شد که عاری از ابهام است و معنایش را در خود دارد - م.

در نظام‌های اقتصاد بازار، نظام‌های ارزشی، اقتصادی، قضایی و سیاسی باهم یک کل پایدار تشکیل می‌دهند (شکل ۶-۲ را ببینید). یکی از مشخصه‌های کلی نظام اقتصاد بازار، غالب بودن نقش حقوق مالکیت، تصمیم‌گیری غیرمتمرکز و رقابت در بازارهاست. در برداشت آنگلو ساکسون، بازارها نمایشی از ارزش‌های فردگرایانه آزادی، مسئولیت فردی و پاسخ‌گویی هستند. هنجار رقابت به این ارزش‌ها مربوط است که به‌مثابه سازوکار «صحیح» برای تخصیص منابع کمیاب تلقی می‌شوند. به‌طور کلی بازارهای رقابتی ساختارهای سازمان‌دهی کارآمد برای هماهنگ کردن مبادلات به حساب می‌آیند. وقتی رقابت به‌خوبی عمل کند، قیمت‌ها نمایانگر کمیاب بودن هستند که تصمیم‌گیری در مقیاس خرد را کارآمد می‌سازد. طبق ارزش‌های فردگرایانه، هنجار آن است که تصمیم‌ها باید در مقیاس غیرمتمرکز اتخاذ، هزینه‌ها در مقیاس غیرمتمرکز در واحدهای خرد پرداخت و سود نیز در همان مقیاس حاصل شود. سپس عوامل به‌بهترین شکل از انگیزه جست‌وجوی کاراترین راه‌حل‌ها برای موضوعات تخصیصی در حوزه‌هایی مانند تولید، توزیع و مصرف برخوردار خواهند شد. در نظام ارزشی که از تخصیص غیرمتمرکز در بازارها حمایت می‌کند، اعتقاد دارند که آن تصمیم‌گیری‌های کارآمد خصوصی موجب افزایش منافع عمومی به بهترین شکل ممکن می‌شود.

نهادهای رسمی و ساختارهای سازمان‌دهی در الگوی آنگلو ساکسون متناظر با ارزش‌ها و هنجارهای خاصی است: در این الگو، حکومت بیرون از معرکه قرار دارد، ولی در وضع و نظارت بر اجرای قوانین از جایگاه مهمی برخوردار است. آنچه در این زمینه مهم است، تخصیص دقیق حقوق مالکیت و قوانین سخت‌گیرانه رقابت است که در اصل هرگونه تبانی بین بنگاه‌ها را ممنوع می‌کند. دلیل منطقی برای این روش را چنین می‌گویند که بازارها موجب پیدایش فشارهای رقابتی شده، آن فشارها تمام عوامل را مجبور به کارآمد شدن می‌کنند. به عبارتی بازارها باید کاملاً شفاف (به‌گونه‌ای که همه عوامل به همه اطلاعات ضروری برای انتخاب کردن به‌منظور منتفع شدن دسترسی یابند) و نیز کاملاً انعطاف‌پذیر باشند (یعنی وقتی یک فناوری جدید، یک ساختار مؤثرتر برای نیروی کار - از قبیل تغییر در ترکیب عوامل را ایجاد می‌کند - باید بدون تأخیر انتخاب شود). حکومت در الگوی آنگلو ساکسون باید قدرتمند و فعال باشد تا از کارکرد صحیح بازار

حفاظت به عمل آورد، باین حال همواره به حداقل مداخله اقدام کند یعنی در فرایند بازار - که به تحقق اهداف خاص از لحاظ ساختار صنعتی یا اندازه بنگاه‌ها مربوط است - مداخله نکند. یک حکومت آنگلو ساکسون برای سازمان‌دهی ادغام بین «قهرمانان ملی» یا برای ممانعت از تملک یک بنگاه خارجی اقدام نمی‌کند. تا وقتی قواعد بازی به وضوح تنظیم و اجرا شوند، عوامل منفرد می‌توانند مبادلات خود را در قرارداد و سازمان‌ها به شکلی که می‌خواهند هماهنگ کنند. کارفرمایان و کارگران در قراردادها شرایطی را که مطلوب و معقول می‌دانند، قید می‌کنند. وقتی کارایی اقتضا کند، بنگاه‌ها ادغام می‌شوند یا در معرض تملک‌های خصمانه قرار می‌گیرند. برای ایجاد کردن اطمینان لازم برای فعالان خصوصی، وجود دادگاهی بی‌طرف و کارآمد ضروری است. قوانین و مقررات نظام قضایی باید به وضوح تصریح شود و یک دادگاه مستقل به نظارت بر کاربرد صحیح قوانین رسمی بپردازد.

تصمیم‌گیری سیاسی درباره قوانین و مقرراتی که بازارها با آنها کار می‌کنند (مثلاً قانون رقابت، قانون تدبیر شرکتی، قوانین رفتار سهام‌داران) در همه بازارها معمولاً از راه‌های مردم‌سالارانه پیش می‌رود. در الگوی آنگلو ساکسون، نظام «یک فرد، یک رأی»، دسترسی برابر به فرایند تصمیم‌گیری سیاسی را برای همه عوامل منفرد فراهم می‌کند.

۲-۴-۲ الگوی اروپای غیرانگلستان

مشخصه‌های الگوی اروپای غیرانگلستان - که سوئد، دانمارک، آلمان و هلند از آن پیروی می‌کنند - کم‌وبیش در تضاد با الگوی آنگلو ساکسون است. در الگوی آنگلو ساکسون، نقش و مسئولیت‌های هر فرد بسیار مهم تلقی می‌شود در حالی که در الگوی اروپایی ارزش‌های جمع‌گرایانه غلبه دارند. در الگوی اروپای غیرانگلستان، سازوکارهای تصمیم‌گیری خاصی وجود دارد که در آن اهداف جمع‌گرایانه بنگاه، صنعت، منطقه یا کشور مورد نظر مطرح است. پیامدهای هر مجموعه در کل - و به‌ویژه از لحاظ ثبات بلندمدت - یکی از بخش‌های مهم نظام ارزشی است. در الگوی اروپای غیرانگلیسی، این ارزش‌های جمع‌گرایانه به قوانین و مقرراتی تبدیل می‌شوند که منافع جمعی را به رسمیت می‌شناسد و به افراد اجازه می‌دهد در مسیری هماهنگ گام بردارند تا عملکرد واحدهای بزرگ‌تر بهینه شود. این الگو از لحاظ قراردادها و ساختارهای سازمانی، عقد قرارداد بلندمدت و آن‌دسته از

قالب‌های تشکیلاتی را مجاز می‌داند که ثبات را برای فعالان منفرد فراهم می‌کنند. مثلاً یکی از وظایف اتحادیه‌های کارگری و انجمن کارفرمایان ارائه نمایندگی جمعی برای «نیروی کار» و «سرمایه» است. مشارکت سازمان‌یافته گروه‌های جامعه اقتصادی نشان‌دهنده یک ارزش بنیادی است که به قابلیت‌های «بازارهای آزاد» پیوند خورده تا در خدمت منافع همه اعضای جامعه قرار گیرد. مشورت برای تولید، انتشار اطلاعات و نیز استقرار اهداف (کلان اقتصادی) که حکومت در برنامه‌های صنعتی و منطقه‌ای در نظر می‌گیرد - و در آن ذی‌نفعان بسیاری مشارکت می‌کنند - چنان ویژگی مهمی برای الگوی اروپای غیرانگلیسی است که آن را به «الگوی مشورتی» معروف کرده است.

الگوی اروپای غیرانگلیسی، از لحاظ قوانین و مقررات، فرصت‌های بیشتری برای طرف‌های بازار فراهم می‌کند تا بازار را «سازمان‌دهی» کنند. اغلب در مقیاس ملی، نماینده‌های اتحادیه‌های کارگری و انجمن‌های کارفرمایان هستند که با حکومت چانه‌زنی می‌کنند (چانه‌زنی سه‌جانبه) و طراحی شاخص‌های کلان اقتصادی از قبیل میزان متوسط دستمزدها، تورم، سرمایه‌گذاری، اشتغال و ... را تعیین می‌کنند. نتایج در یک طرح ملی یا موافقت‌نامه ملی تنظیم می‌شود که به‌مثابه راهنمای مذاکرات در مراتب پایین‌تر این مجموعه عمل می‌کند. یکی از مشخصه‌های مهم فرایند مشورت، استقرار دیدگاهی مشترک درباره تحولات آینده است که دورنمای آینده را برای عوامل مختلف نظام اقتصادی تسهیل می‌کند. چون نتایج مشورت‌ها و مذاکرات در مقیاس کلان، در قراردادهای بین گروه‌های مختلف اجتماعی به شکل رسمی درمی‌آید، الگوی اروپای غیرانگلیسی موجب پیدایش ثباتی مشخص برای عوامل در مقیاس خرد می‌شود. به‌طور خلاصه، الگوی آنگلو-ساکسون، بازار را در کانون قرار می‌دهد و نظام اجتماعی - اقتصادی را به‌نحوی نظارت می‌کند که رقابت بین عوامل منفرد و مستقل حاصل شود؛ درحالی‌که الگوی اروپای غیرانگلیسی، بیش از هر چیز، مشورت و توافق بین گروه‌های مختلف نظام اقتصادی - از جمله حکومت - را مهم می‌داند.

۳-۴-۲ الگوی آسیایی

شبهت‌های الگوی آسیایی با الگوی اروپای غیرانگلیسی بیشتر از الگوی آنگلو-ساکسون

است. با این حال دولت در این الگو نسبت به الگوی اروپای غیرانگلیسی، نقش بزرگ‌تری در آغاز کردن و هدایت تحول‌های ساختار اقتصادی دارد. مثال‌های الگوی آسیا عبارت‌اند از: ژاپن (به‌ویژه در دوره ۱۹۶۰ تا ۲۰۰۰) و بیرهای آسیایی (جمهوری کره جنوبی، تایوان، سنگاپور و هنگ‌کنگ).

در الگوی آسیایی، ارزش‌های جمع‌گرایانه و «جهت‌گیری گروهی» مهم تلقی می‌شوند. حکومت از نقش هماهنگ‌کننده محوری برخوردار است. موافقت‌های ملی بین سه گروه برقرار می‌شوند: اتحادیه‌های کارگری، انجمن‌های کارفرمایی و حکومت. حکومت در مقایسه با الگوی اروپای غیرانگلیسی، تکالیف هدایت‌کننده بسیاری را برعهده گرفته، از جمله شکل‌گیری اهداف بلندمدت در برنامه ملی که تحولات مطلوب در ساختار نظام اقتصادی را به این شرح دربرمی‌گیرد:

• نقش کشاورزی، صنعت کارخانه‌ای و خدمات مثلاً در طول دوره‌ای پنج‌ساله چیست؟

• میزان سرمایه‌گذاری‌ها - مثلاً در صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات - چقدر باشد؟
• چگونه می‌توان تضمین کرد نیروی کار کافی و صاحب صلاحیت در طول آن دوره زمانی وجود خواهد داشت؟

حکومت در الگوی آسیایی قدرتمند است. البته بازار و فعالان خصوصی در مقیاس خرد از نقش خطیری برخوردارند، ولی فعالیت‌هایشان در دل رویکرد دولت نسبت به آینده قرار می‌گیرد. به این ترتیب حکومت از ابزارهای مؤثر برای هدایت سرمایه‌گذاری‌ها برخوردار بوده و دیوان‌سالاری که برای هدایت کردن این فرایند وجود دارد، کاملاً آگاهانه و مطلوب است.

۱-۳-۴-۲ انواع آرمانی و واقعی نظام‌های اقتصادی

تا به حال مشخصه‌های اصلی سه نوع آرمانی از نظام‌های اقتصاد بازار را معرفی کردیم. درباره نهاد‌های نظام اقتصادی و چگونگی جای گرفتن آنها در نظام ارزشی، نظام سیاسی و قضایی آموختیم. به یاد دارید که سه گونه آرمانی را توصیف کردیم؛ الگوها انتزاع از واقعیت‌اند. این الگوها مبتنی بر نظام‌های اقتصادی واقعی هستند، ولی هیچ‌گاه کاملاً واقعیت‌ها را

منعکس نمی‌کنند. مثلاً لی (Lee, 2006) مناسبت هریک از سه نوع را برای نظام اقتصادی کره بررسی کرده است. در دنیای واقع با گونه‌های بسیار متنوع‌تر و ترکیباتی از مؤلفه‌های مختلف آرمانی برخورد می‌کنید. همچنین خواهید دانست که نظام‌ها با گذشت زمان تغییر می‌کنند. این موضوع را در فصل چهارم بررسی خواهیم کرد.

۲-۵ ملاحظات پایانی

در این فصل دو چشم‌انداز در اقتصاد نهادگرا را به شما شناساندیم: اقتصاد نهادگرای جدید و اقتصاد نهادگرای اولیه. نشان دادیم ویژگی‌های اصلی آن دو رویکرد چیستند و گفتیم آموزه‌های آن دو چشم‌انداز را چگونه می‌توان به‌کار برد.

گفتیم قصد نداریم در این کتاب به نفع اقتصاد نهادگرای جدید یا اقتصاد نهادگرای اولیه سخن بگوییم، بلکه برعکس مفاهیمی از هر دو رویکرد را مطرح می‌کنیم تا درباره مناسبت نهادها، خاستگاه آنها و تحولات یا پیشرفت‌های آنها سخن بگوییم. به عبارتی وقتی شما در این کتاب درباره نظریات مختلف اقتصاد نهادگرا مطالعه می‌کنید، با نظریه‌های نسبتاً انتزاعی و نه‌چندان منسجمی روبه‌رو می‌شوید که برای پیش‌بینی‌های کلی مناسب‌اند، ولی فقط در مجموعه شرایط محدودی از دنیای واقع صادق می‌شوند. همچنین دسته‌کثیری از نظریه‌ها را خواهید یافت که سعی در شمول متغیرهای توضیحی متعدد دارند و برای توصیف شرایط ویژه در دنیای واقع مناسب‌اند، اما برای پیش‌بینی کردن ساخته نشده‌اند. سعی کنید نظریات مختلف را با معیارهایی که قبلاً گفته شد، ارزیابی کنید:

• آن نظریه‌ها چه سهمی در شناسایی مباحثی دارند که من به آنها علاقه‌مند هستم؟

• فروض آن نظریه‌ها چگونه با دنیایی که من می‌شناسم، مطابقت دارند؟

این کتاب در کل به بررسی نظریات مختلف درباره معنای گسترده نهادها می‌پردازد. برای دوری از پراکندگی، بین نظریه‌های ایستا و پویا تمییز قائل می‌شویم و آن دو را از هر دو منظر کارایی و منافع بررسی می‌کنیم. به این ترتیب بسیاری از آموزه‌های اقتصاد نهادگرای جدید و اقتصاد نهادگرای اولیه را به‌عنوان وسیله‌ای برای کمک به درک دنیای (اقتصادی) اطراف خود به‌کار گرفته‌ایم.

۲-۶ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر

۱. هدف یک نظریه چیست؟
۲. توازنی که یک محقق باید به هنگام ساختن نظریه خود بین شرح واقعیت‌ها و سادگی نظریه برقرار کند را توضیح دهید.
۳. ساختار بازار چگونه می‌تواند رفتار یک عامل اقتصادی را شکل دهد؟
۴. ساختار قدرت جامعه چگونه در نهادهای اقتصادی متجلی می‌شود؟
۵. اصطلاحات اقتصاد نهادگرای جدید و اقتصاد نهادگرای اولیه را توضیح دهید؟
۶. مشخصه‌های عوامل در الگوهای اقتصاد نهادگرای جدید و اقتصاد نهادگرای اولیه کدام‌اند؟
۷. رابطه بین محیط (نهادی) و عوامل را به ترتیب در اقتصاد نهادگرای جدید و اقتصاد نهادگرای اولیه توصیف کنید؟
۸. شباهت‌ها و تفاوت‌های بین الگوهای اقتصاد نئوکلاسیک و اقتصاد نهادگرای جدید کدام است؟
۹. چهار گروه رویکردهای ایستا و پویا نسبت به نهادها در این کتاب کدام‌اند؟
۱۰. با یک مثال به مقایسه اعتماد با فرصت‌طلبی بپردازید؟
۱۱. اهمیت رفتار عادت‌گونه را در یک نظام اقتصادی شرح دهید؟

پیوست‌ها

پیوست الف) وبلن و کامونز، بنیان‌گذاران اقتصاد نهادگرا

به‌نظر تورستن وبلن (۱۹۲۹ - ۱۸۵۷) جوهر نظام اقتصادی، تطور آن نظام است. او در تحلیل‌های خود درباره تغییرات نهادی تحت تأثیر کارهای چارلز داروین^۱ قرار داشت (فصل چهارم را مطالعه کنید)، اما درعین‌حال از حوزه‌هایی مانند انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی نیز متأثر بود. وبلن نظام اقتصادی را همانند یک فرایند تطور می‌دانست که توسط نیروهای اجتماعی و فرهنگی به حرکت درمی‌آید، ولی افراد نیز - با عادات و «امیال»^۲ خود - در تحلیل‌های او نقشی مهم داشتند. او به‌شدت از اقتصاد نئوکلاسیک و به‌ویژه از «انسان اقتصادی»^۳ که یک بهینه‌کننده عقلایی است، انتقاد می‌کرد. وبلن معتقد بود حداکثرسازی مطلوبیت و سود، تقلیدی مضحک از واقعیت اقتصادی است.

او برخلاف اقتصاد نئوکلاسیک، مصرف کردن را عمدتاً دستاویز مردمی می‌دانست که می‌خواهند مقام اجتماعی خود - یا به قول او، «مصرف‌نمایشی»^۴ - را به رخ بکشند و اهل کسب‌وکار را در درجه اول محافظان منافع شخصی و دستکاری‌کنندگان قیمت‌های بازار می‌دانست که درصددند درآمد خود را افزایش دهند. مفاهیم اصلی در نظریه وی، به تضاد بین «ارزش‌های ابزاری»^۵ و «ارزش‌های تشریفاتی»^۶ مربوط می‌شود که اولی با نظام اقتصادی «واقعی» و تولید صنعتی، فناوری و پیشرفت و دومی با نظام اقتصادی «پولی»^۷ یعنی همان نظامی ارتباط دارد که فعالیت‌ها در آن در خدمت منافع پولی یک گروه برگزیده کوچک و قدرتمند است.

برخی از مهم‌ترین کارهای چاپ شده وبلن عبارت‌اند از: نظریه طبقه مرفه: بررسی

1. Charles Darwin
2. Instincts
3. Economic Man
4. Conspicuous Consumption
5. Instrumental Values
6. Ceremonial Values
7. Pecuniary

اقتصادی نهادها،^۱ نظریه شرکت کسب‌وکار^۲ و مقاله «چرا اقتصاد یک علم تطوری نیست؟»^۳. جان آر. کامونز (۱۹۴۵ - ۱۸۶۲) در نوشته‌های خود به نقش قانون در یک جامعه سرمایه‌داری تأکید می‌کرد. به نظر او وضع قوانین جدید و تغییر قوانین موجود، چاره حل‌وفصل مناقشه‌ها بین گروه‌های ذی‌نفع و هدایت کردن رفتار افراد به‌گونه‌ای است که نتیجه بهتری برای کل جامعه حاصل شود. او نهادهایی همانند قوانین را به‌مثابه اقدام جمعی برای مهار کردن، محدود کردن و درعین‌حال آزادانه کردن اقدامات فردی می‌دانست. منظور او از این ویژگی آن بود که نهادها افراد را مجبور به عمل کردن به شیوه خاص (قید نهادی) می‌کنند، اما درعین‌حال آنان را آزاد می‌گذارند (زیرا قوانین، اقدام کردن را میسر می‌کنند) و به آنها آموزش می‌دهند (زیرا امکان دستیابی به آموزش را برای اشخاص فراهم و نهادهای عمومی را ملزم به ارائه آموزش همگانی در مقطع دبستان می‌کنند). تغییر نهادها در دنیای کامونز در درجه اول به عوامل بستگی دارد که درصدد حل‌وفصل اختلافات خود هستند.

مهم‌ترین آثار او عبارت‌اند از: *مبانی حقوقی سرمایه‌داری*^۴ و *اقتصاد نهادگرا: جایگاه آن در اقتصاد سیاسی*.^۵

-
1. *Theory of Leisure Class: An Economic Study of Institutions*
 2. *Theory of Business Enterprise*, 1899.
 3. "Why Is Economics Not an Evolutionary Science?", 1898.
 4. *Legal Foundations of Capitalism*, 1924.
 5. *Institutional Economics: Its Place in Political Economy*, 1934.

پیوست ب) داگلاس نورث

داگلاس سی. نورث (متولد ۱۹۲۰) چند کتاب مهم درباره اقتصاد نهادگرا منتشر کرده است. نقل قول‌های پایگاه اینترنتی او نشان می‌دهد که افکار وی چگونه با گذشت زمان شکل گرفته‌اند (Groenewegen et al., 1995).

نخست آنکه نورث اولین بار به صراحت به وجود نهادهای «ناکارآمد» اشاره کرد: «در ساختار و دگرگونی در تاریخ اقتصادی^۱ اعتقاد به کارآمد بودن نهادها را کنار گذاشتم و سعی کردم روشی برای تبیین دلیل وجود و ماندگاری قوانین «ناکارآمد» پیدا کنم. این موضوع به یک نظریه بسیار ساده و درعین حال نئوکلاسیکی درباره دولت مربوط بود و می‌توانست توضیح دهد چرا دولت قوانین ناکارآمدی تولید می‌کند که به درد رشد اقتصادی نمی‌خورند. البته هنوز هم نسبت به آنچه از فرایند سیاسی می‌دانستم قانع نشده بودم و واقعاً به دنبال همکاری می‌گشتم که علاقه‌مند به ساختن الگوهای سیاسی - اقتصادی باشند».

دومین روشنگری مهم نورث به مفهوم عقلانیت مربوط است. «ساختن یک چارچوب سیاسی - اقتصادی برای کشف تغییرات بلندمدت نهادی، همه فکر و ذکر من در کل دهه ۱۹۸۰ بود و به چاپ کتاب *نهادها، تغییر نهادی و عملکرد اقتصادی*^۲ در سال ۱۹۹۰ منجر شد. در آن کتاب اندیشیدن جدی درباره فرض عقلانیت را شروع کردم. واضح بود که باید برای دلیل انتخاب‌های مردم توضیحی قانع‌کننده ارائه دهیم و بگوییم چرا مسلک‌هایی مانند کمونیسم یا بنیادگرایی اسلامی می‌توانند انتخاب‌های انسان‌ها را شکل داده، مسیر دگرگونی نظام‌های اقتصادی در دوره بلندمدت را تعیین کنند. بدون تأمل و غور جدی در علوم شناختی به‌منظور درک شیوه‌ای که ذهن یک انسان با آن می‌آموزد و انتخاب می‌کند، نمی‌توان ایدئولوژی‌ها را به‌درستی شناخت. تحقیق من از سال ۱۹۹۰ به این موضوع معطوف شد. هنوز هم راه درازی در پیش دارم، اما گمان می‌کنم که شناخت چگونگی انتخاب کردن مردم و شرایطی که طبق آنها مردم را عقلایی فرض می‌کنیم، ابزار مهمی است؛ همچنین چگونگی انتخاب کردن هر فرد در

1. *Structure and Change in Economic History*, 1981.

2. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*

شرایط نااطمینانی و ابهام نیز موضوعی اساسی است که اگر بخواهیم در علوم اجتماعی پیشرفت کنیم، باید به آن پردازیم».

سومین آموخته مهم از نورث در سال ۲۰۰۵ با کتاب *درک فرایند تغییر اقتصادی*^۱ رخ داد و ضرورت رویکردی تکثرگرایانه و میان‌رشته‌ای را آشکار کرد: «از زمان دریافت جایزه نوبل در سال ۱۹۹۳، به تحقیق خود برای ساختن یک چارچوب تحلیلی که محتوای تغییر بلندمدت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی را بهتر معلوم کند، ادامه دادم. با چنان هدفی که در ذهنم بود، خیلی دقیق‌تر به علوم شناختی پرداختم و سعی کردم بفهمم روشی که ذهن و مغز انسان با آن کار می‌کند چیست و آن روش چقدر با شیوه انتخاب کردن و نظام‌های اعتقادی مردم ارتباط دارد. واضح است که این امور زیربنای تغییر نهادی بوده و به این ترتیب یکی از پیش‌نیازهای توانایی برای ساخت یک نظریه درباره تغییرات نهادی است. همچنین سعی کرده‌ام نظریه سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را باهم ادغام کنم، زیرا بدون شک یک نظریه مفید در حوزه تحولات اقتصادی نمی‌تواند خود را صرفاً به علم اقتصاد محدود کند، بلکه باید سعی کند علوم اجتماعی را باهم درآمیزد و آنها را با علوم شناختی نیز پیوند دهد.

1. *Understanding the Process of Economic Change*

فصل سوم رویکردهای ایستا به نهادها

مقدمه

در فصول قبل گفته شد که در زندگی واقعی عوامل اقتصادی معمولاً هنگام مبادله، اطلاعات کاملی ندارند. این وضعیت به تعبیری نتیجه نواقص بازار است و به تعبیر دیگر به دلیل ناتوانی انسان‌ها از پیش‌بینی همه‌چیز و فقدان توانایی همیشگی برای اتخاذ تصمیمات بهینه رخ می‌دهد. عوامل اقتصادی همواره با عدم اطمینان روبه‌رویند: هم از جنبه رفتار دیگران در بازار و هم از جنبه عرضه و تقاضا و در نتیجه قیمت‌ها (ی‌آتی).

علاوه بر این ممکن است افراد به رفتار فرصت‌طلبانه تمایل نشان دهند. همچنین حوزه‌هایی از عدم اطمینان محیطی وجود دارد (مثلاً پیشرفت‌های فناوری، تغییرات آب‌وهوایی، بحران‌های طبیعی و اقتصادی و ...). برای دست‌وپنجه نرم کردن با این ویژگی‌های بازار و ابعاد رفتارهای انسانی، نهادهای مختلفی - اعم از رسمی و غیررسمی - تشکیل شده‌اند تا از فعالیت‌های اقتصادی حمایت کنند. در رویکرد ایستا به اقتصاد نهادگرا آمده است: «شیوه‌هایی که یک محیط از پیش معلوم نهادی با آنها بر تصمیم‌گیری‌های اقتصادی اثر می‌گذارد». اگر به اصطلاحات فصل قبل متوسل شویم، پی می‌بریم که در این رویکرد، نهادها متغیرهایی برون‌زا به‌شمار می‌آیند که انتخاب‌های عوامل منفرد را تبیین می‌کنند و آن عوامل نیز واجد مجموعه ویژگی‌های از قبل معلوم هستند. در این رویکرد ایستا، مکتب فکری غالب همان اقتصاد نهادگرای جدید است.

در این فصل سه نظریه کاملاً مرتبط با اقتصاد نهادگرای جدید را معرفی می‌کنیم که موجب روشن شدن نحوه انجام یافتن مبادلات بین مردم می‌شود. این سه نظریه عبارت‌اند از: نظریه حقوق مالکیت، نظریه قرارداد (عاملیت) و نظریه اقتصاد هزینه مبادله. در دنیای اقتصاد نهادگرای جدید فرض می‌شود عوامل فقط تحت انگیزش رفتار بهینه‌کننده قرار دارند؛ خواه این رفتار از نوع حداکثرسازی سود باشد خواه حداقل‌سازی هزینه‌ها (ی مبادله). پس مفهوم اصلی و هدف نهایی چیزی جز کارایی نیست.

نهادهای بهینه را از لحاظ حقوق مالکیت به این ترتیب بررسی خواهیم کرد که حقوق مالکیت (یا فقدان آنها) چه اثری بر مبادلات می‌گذارد و نوع مالکیت (خصوصی، مشترک یا عمومی) و میزان منحصربه‌فرد بودن یک محصول است که تعیین می‌کند آیا مالک آن از انگیزه‌های مطلوب برای بهره‌برداری کارآمد از منابع خود برخوردارند یا خیر.

سپس با دقت این موضوع را بررسی می‌کنیم و نشان می‌دهیم مبادله حقوق مالکیت می‌تواند همراه با قراردادهایی باشد که مشتمل بر انواع هزینه‌های مبادله‌اند: هزینه‌های جست‌وجو و مذاکره؛ هزینه‌های تنظیم قرارداد؛ هزینه‌های نظارت به منظور اطمینان از رعایت مفاد قرارداد و در نهایت، هزینه‌های ضمانت اجرای قرارداد. درباره چند نظریه قرارداد بحث خواهیم کرد. یکی از مشکلات شایع در این شرایط مشکل کارفرما - کارگزار است و هنگامی رخ می‌دهد که یکی از طرف‌های قرارداد، به شیوه فرصت‌طلبانه عمل و از عدم تقارن اطلاعات به زیان طرف دیگر استفاده می‌کند. نظریه عاملیت به شرح قراردادها و نظارت‌های بهینه می‌پردازد.

بحث درباره هزینه‌های مبادله، به موضوع محوری اقتصاد هزینه مبادله ختم می‌شود. این شاخه از اقتصاد، قصد دارد بداند کدام ساختار سازمان‌دهی بهتر از همه برای هماهنگ کردن مبادلات به کار می‌آید. گاهی با توجه به شرایط، ممکن است بهترین گزینه همان هماهنگ کردن یک مبادله با کمک تشکیلات خودی باشد (که محصول را می‌سازد) و در مواقع دیگر، این هدف با کار کردن به واسطه بازار (خریدن آن محصول) حاصل می‌شود. تصمیم درباره «ساختن یا خریدن» را در ادامه با کمک «طرح قراردادی» ویلیامسون (Williamson, 1985, 1998) به دقت شرح خواهیم داد. این طرح به‌طور خلاصه فرض می‌کند میزان تعیین‌داری و میزان تضمین‌های اطمینان‌بخش داخلی معلوم می‌کنند آیا افراد از طریق بازار معامله خواهند کرد یا سازمان‌ها. در نهایت نشان خواهیم داد که در مواردی خاص، مبادلات نمی‌تواند (به‌آسانی) از مجرای بازار یا به‌واسطه تشکیلات خصوصی انجام شود. در چنین مواردی حکومت به ایجاد ساختارهای سازمان‌دهی از قبیل انواع نظارت‌ها یا سازمان‌های دولتی می‌پردازد.

به‌رغم تأکید بر رویکرد کارایی، پس از آن به ابعاد مختلف منافع خواهیم پرداخت. رویکرد ایستا به نهادها چیزی فراتر از صرفاً یک چشم‌انداز کارایی است که قبلاً گفتیم.

معتقدیم نهادها مهم هستند و اهمیت آنها فقط به توانا کردن عوامل برای رسیدن به یک پیامد کارآمد کلی - یا به عبارتی رسیدن به وضعیت رفاه اقتصادی بهینه - محدود نمی‌شود. علاوه بر این گفتیم نهادهای موجود ممکن است قدرتی برای برخی گروه‌های ذی‌نفع فراهم کنند که به این ترتیب آن گروه‌ها به کسب موقعیت‌های بهتر برای خود قادر شوند و چنین وضعیتی لزوماً با حداکثر رفاه اجتماعی [برای کل جامعه] همخوانی ندارد. این فصل را با بحثی مختصر در مورد پیوندهای بین انواع نظریه‌های مشروح به پایان خواهیم برد.

۳-۱ نظریه حقوق مالکیت

مردم معمولاً وقتی مالک یک کالا باشند بهتر از آن مراقبت می‌کنند، زیرا در این صورت درآمدهای حاصل از تملک آن کالا عاید ایشان و نه دیگران خواهد شد. به عبارتی مالکیت خصوصی موجب حفاظت مسئولانه شده و انگیزه کاربرد کالا را به شیوه‌ای که بیشترین مطلوبیت از آن حاصل شود، در مالک ایجاد می‌کند. این تأثیر درباره همه کالاهایی صدق می‌کند که یک شخص از حق انحصاری آنها به این شرح برخوردار باشد:

۱. استفاده کردن از کالا؛

۲. کسب درآمد از آن؛

۳. اداره کالا و واگذاری احاطه بر آن (یا فروش آن) به طرف دیگر.

منظور ما از چنین چیزی همان بسته حقوق مالکیت^۱ است (Hart, 1998; Furubotn and Richter, 1998). دارنده هر یک از سه نوع حق مذکور، مالک یک کالا نامیده می‌شود. بنابراین مالک تنها فردی است که می‌تواند احاطه بر کالا را به شکل قانونی به فردی دیگر واگذار کند (این کار به حق واگذاری^۲ معروف است). با این حال مالک می‌تواند به افراد دیگری اجازه دهد که به مدت مشخصی در ازای مبلغی از آن کالا استفاده کنند. سپس ممکن است مالک کالا (اجاره‌دهنده یا موجر) بخشی از آن بسته حقوق را موقتاً به شخص دیگری (اجاره‌کننده یا مستأجر) بسپارد. به این ترتیب حقوق

1. Bundle of Property Rights

2. Right of Disposal

مالکیتی که مستأجر به‌دست می‌آورد، شامل حق کاربرد و کسب درآمد از آن کالا خواهد بود. او حق فروش یا تخریب کالا را ندارد. از این‌رو مستأجر فقط بخشی از حقوق مالکیت را به‌دست می‌آورد. پس مالک یک حق مالکیت لزوماً نباید مالک خود کالا باشد؛ مثلاً دفتر یک وکیل ممکن است از یک سازنده مستغلات اجاره شده باشد یا قطعه‌ای زمین زراعی ممکن است از زمین‌دار اجاره شود و همچنین احتمال دارد که یک کارگر یا کارمند توسط یک بنگاه به استخدام درآید. در همه این مثال‌ها حداقل دو طرف وجود دارند که از حقوق مالکیت یک کالا بهره‌مند هستند. به همین دلیل بهتر است از دارندگان^۱ حقوق مالکیت و نه مالکان^۲ آن سخن بگوییم. دارنده یک حق مالکیت از لحاظ حقوقی می‌تواند دیگران را از کاربرد این حق - بدون اجازه او - محروم کند. این امتیاز را حق منع کامل^۳ می‌نامیم.

در یک نظام اقتصاد بازار با منابع کمیاب، حقوق مالکیت به گروهی منتقل می‌شود که آماده پرداخت بیشترین قیمت باشد. لازم است تذکر دهیم که دارنده حق مالکیت فقط از آن حقوق برخوردار نیست، بلکه تعهداتی نیز بر دوش او قرار می‌گیرد. دارنده حق باید بابت دردها یا خسارت‌های احتمالی ناشی از کاربرد کالا برای دیگران پاسخ‌گو باشد. مثلاً متصدی یک شهرسازی مسئول آسیب‌دیدگی‌ها یا جراحات‌های هریک از مشتریان دستگاه‌ها قلمداد می‌شود.

به‌طور کلی دو نوع معضل در زمینه حقوق مالکیت وجود دارد. مشکل اول به طراحی و واگذاری حقوق مالکیت مربوط است؛ زیرا در صورت فقدان حقوق مالکیت، مشکل منع پدید می‌آید، یعنی هرچیزی که تحت تملک خصوصی نباشد، ثروت مشترک محسوب می‌شود، به این ترتیب ناکارآمدی رخ خواهد داد. مثلاً اگر فردی به دلیل فقدان حقوق مالکیت تصمیم به بهره‌برداری از یک قطعه زمین برای پرورش میوه بگیرد، محصول او ممکن است توسط هر شخص دیگری برداشت شود و این وضعیت احتمالاً انگیزه او را برای تداوم پرورش میوه از بین می‌برد یا موجب هزینه‌های حفاظتی فراوان می‌شود. در چنین اوضاعی ضرورت تعریف حقوق مالکیت معلوم می‌شود. به تعبیر جامع‌تر، این

1. Holders

2. Owners

3. Full Excludability

تعریف به انتخاب نظام حقوق مالکیت مربوط است. آیا آن حقوق به افراد (مالکیت خصوصی) محول شده است یا به مؤسسات دولتی یا جمعی (مالکیت عمومی یا مشترک)؟ در ادامه خواهیم دید که نظام‌های مختلف به انگیزه‌های مختلف منجر خواهند شد.

اولین مشکل، اجرای حقوق مالکیت است. اجرا و مبادله حقوق مالکیت در بسیاری از موارد با دردسر همراه است. گاهی معلوم نیست چه کسی دارنده یک حق مالکیت است؛ مثلاً کسی که دوچرخه را می‌فروشد، شاید لزوماً مالک آن نبوده و آن را دزدیده باشد. اگر به‌درستی معلوم نباشد که حقوق مالکیت متعلق به چه کسی است، برای تعیین مالکیت هزینه‌هایی تحمیل خواهد شد. مشکل دیگر به ضمانت اجرای حقوق مالکیت مربوط است و مثلاً در صورت وجود آثار بیرونی پیش می‌آید. گاهی دارنده یک حق مالکیت موجب بروز آثار بیرونی ناخوشایندی از قبیل آلودگی آب یا هوا می‌شود که هزینه‌های آن بر دوش دیگران می‌افتد. در نهایت حتی اگر مشکلات تعیین مالک و مسئولیت‌ها نیز حل شوند، ممکن است مبادله حق مالکیت با شکست روبه‌رو شود زیرا امکان دارد طرف‌های قرارداد، آن را به‌درستی رعایت نکنند.

در هر سه مورد، نهادهایی وجود دارند تا به شیوه‌ای مطلوب (برای افزایش کارایی) بر رفتارها اثر بگذارند. محیط نهادی است که تعیین می‌کند چه کسی از چه حقوق مالکیتی برخوردار است. در همه جوامع در هر برهه از زمان، قواعد رسمی و غیررسمی متنوعی وجود دارد که تعیین می‌کند مردم چگونه می‌توانند به مبادله کالاها و خدمات بپردازند. در ادامه به مشکلات واگذاری و ضمانت اجرای حقوق خواهیم پرداخت. مشکل عقد قرارداد را به‌طور جداگانه بررسی خواهیم کرد.

۳-۱-۱ واگذاری حقوق مالکیت

حقوق مالکیت چرا و چگونه پدید می‌آید؟ در جوامع بدوی و کوچک فقط کافی بود که هرگاه نزاعی در مورد مالکیت پدید می‌آمد، از نهادهای غیررسمی (پیمان‌ها) یا رسوم استفاده شود. پس از فوت پدر، سنت حکم می‌کرد که کسب‌وکار خانواده کاملاً به‌دست پسر بزرگ‌تر سپرده شود (رسم حق [ارث] پسر ارشد)^۱. وقتی دو نفر هر دو مایل به

1. Primogeniture

تصاحب یک شغل یا یک قطعه زمین بودند، درمی‌یافتند که برخی از قوانین رادمردی، فرد مسن‌تر یا ضعیف‌تر را ارجح می‌داند. ... چنین پیمان‌هایی شاید در ابتدایی‌ترین جوامع کارگر بیافتد، زیرا شخص اگر بداند با نقض یک پیمان یا رسم، عزت جامعه محلی را یا برخورد محترمانه با خودش را در آینده به خطر می‌اندازد، از آن کار دوری خواهد کرد (Phelps, 1985: 68).

با افزایش تعداد جوامع و دور شدن قراردادها از حالت شخصی، چنین پیمان‌هایی دیگر به کار نمی‌آیند (North, 1990). امروزه ممکن است مردم با ارزش‌ها و هنجارهایی متنوع پرورش پیدا کنند و با افرادی به مبادله بپردازند که ایشان را نمی‌شناسند یا به آنان اعتماد ندارند. ایشان شاید گمان کنند فریب دادن فردی که او را نمی‌شناسند، عواقبی برای آنان به بار نمی‌آورد، زیرا حُسن شهرت آنان در معرض خطر نیست. از این رو خطر اختلاف بین (گروه) مردمی که برای استفاده یا تملک محصولات در تقلا هستند، بیشتر شده است. مثلاً اگر دو کشاورز درباره مالکیت یک قطعه زمین باهم اختلاف دارند، وقت کمتری برای رساندن محصول به بازار در اختیار آنان قرار گرفته و این وضعیت به ضرر مصرف‌کنندگان و نیز خود آنهاست. یک نظام رسمی حقوق مالکیت می‌تواند این مشکلات را حل و فصل کند. وقتی برای افراد درگیر در مناقشه معلوم باشد که هرکس از چه حقی برخوردار است، بحث و گفت‌وگوها بر سر مالکیت کم می‌شود (البته به شرطی که نوعی ضمانت اجرای حقوقی وجود داشته باشد). این‌گونه نظام حقوق مالکیت^۱ برای همه اعضای جامعه سودمند است زیرا مناقشه‌ها غالباً زیان‌بار و مخرب‌اند.

هرچند تحریم‌های غیررسمی در جوامع کوچک‌تر کفایت می‌کنند، ولی در جوامع بزرگ لازم است که یک نظام حقوق مالکیت برقرار و یک قدرت مرکزی - از قبیل یک حاکم یا حکومت - از ضمانت اجرا برخوردار شود. وقتی به یک قدرت منتخب به روش مردم‌سالارانه و مهارشده حق کامل داده شود که در صورت لزوم با قوای قهری (پلیس یا ارتش) در مناقشه‌ها مداخله کند، مردم می‌توانند مطمئن باشند که حقوق مالکیت ایشان محفوظ است. در فصل هشتم می‌توانید بیشتر با نقش حکومت آشنا شوید.

وجود یک نظام حقوق مالکیت به آن معناست که همه منابع در تملک مالکان خصوصی است و ایشان علاوه بر دریافت تمام منافع آن منابع، هزینه‌های مرتبط با مالکیت را نیز می‌پردازند. این اوضاع همان مورد کالاهای تحت تملک خصوصی است که با حق منع کامل همراه است؛ هیچ‌کس بدون رضایت مالک یا دارنده حق مالکیت نمی‌تواند از آن کالاها استفاده کند. پس اگر شخصی یک قطعه زمین کشاورزی را اجاره کرده باشد، او در اصل از حق انحصاری برای کاربری زمین و حق انحصاری در کسب درآمد از آن برخوردار است. مالک زمین نمی‌تواند آن را هم‌زمان و بدون اجازه مستأجر به شخص دیگری اجاره دهد. در انتهای دیگر طیف، یک نظام (حقوق مالکیت) می‌تواند وجود داشته باشد که در آن همه منابع (اعم از زمین، مواد خام و محصولات استخراج شده از آنها) به عموم مردم تعلق دارد. این وضعیت همان مالکیت مشترک (مشاع) و عمومی^۱ است که بهره‌برداری را محدود به گروهی واحد نمی‌کند.

این دو انتهای طیف نشانه همان تمایزی است که در فصل اول بین نظام اقتصاد صرفاً بازاری و نظام اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز قائل شدیم. در عمل شکل‌های مختلف مالکیت در کنار یکدیگر وجود دارند و ترکیب آنها نه تنها به زندگی کردن در یک نظام اقتصاد بازار یا سوسیالیست، بلکه به آن نیز بستگی دارد که آیا محصولات موجود را می‌توان به آسانی منع‌پذیر^۲ کرد یا خیر و آیا آن محصولات کمیاب هستند یا خیر. در ادامه چند نوع از این مالکیت‌ها را شرح خواهیم داد. قبل از بحث درباره هریک از انواع مالکیت، بهتر است به دقت به شرح آن مشخصه‌های عمومی بپردازیم که توصیف دقیق انواع مختلف کالاها در نظام اقتصادی محسوب می‌شوند. هر نوع کالا را می‌توان به یک تعبیر اختصاصی یا غیراختصاصی^۳ یا به تعبیر دیگر رقابت‌آمیز یا غیررقابت‌آمیز^۴ دانست.

یک کالا هنگامی اختصاصی است که بتوان عملاً دیگران را از کاربرد آن بازداشت. رقابت‌آمیز بودن برای کالایی مطرح می‌شود که مصرف آن باعث کاهش مقدار آن برای دیگران شود. یک کالای به اصطلاح خصوصی مانند نان هم اختصاصی و هم رقابت‌آمیز

1. Shared (Common) and Public Property

2. Excludable

3. Exclusive or Nonexclusive

4. Rival or Nonrival

است؛ مصرف نان توسط یک نفر، دیگران را از مصرف آن محروم می‌کند (رقابت‌آمیزی) و دیگران را از شرکت در آن نیز بازمی‌دارد (اختصاصی بودن).

یک کالای به اصطلاح کاملاً عمومی هم غیراختصاصی و هم غیررقابت‌آمیز است. قبلاً به مشکلات موجود در کالاهای کاملاً عمومی پرداخته‌ایم (فصل اول). یک مثال عالی از کالای کاملاً عمومی، نور خورشید است، زیرا مصرف آن به هیچ‌وجه باعث محدود شدن مصرف دیگران نمی‌شود (غیررقابت‌آمیز) و درعین حال هیچ‌کس حتی اگر چیزی بابت آن نپردازد از مصرف آن منع نمی‌شود (غیرانحصاری).

جدول ۳-۱ نشان می‌دهد علاوه بر کالاهای خصوصی و کاملاً عمومی، دو دسته دیگر از کالاها را نیز می‌توان دسته‌بندی کرد: منابع مالکیت مشاع^۱ و کالاهای باشگاهی^۲. اولی محصولاتی را دربرمی‌گیرد که غیراختصاصی است، اما درعین حال رقابت‌آمیزند (مثلاً ماهی‌های آقیانوس) و دومی به محصولاتی مربوط می‌شود که غیررقابت‌آمیز ولی اختصاصی است (مانند تلویزیون کابلی یا زمین‌های گلف).

جدول ۳-۱ تقسیم‌بندی کالاها بر حسب ویژگی‌های آنها

اختصاصی			
خیر	بله		
منبع با مالکیت مشاع	کالای خصوصی	بله	رقابت‌آمیز
کالای کاملاً عمومی	کالای باشگاهی	خیر	

حال هر چهار نوع کالای ذکرشده را از لحاظ انواع مالکیت‌های مختلف آنها به شکل مفصل‌تر یعنی به ترتیب: ۱. خصوصی، ۲. کالاهای آزاد، ۳. مالکیت مشترک و ۴. مالکیت عمومی بررسی خواهیم کرد. نشان می‌دهیم که مشخصه‌های ذاتی و ویژه هر کالا می‌تواند بر میزان منع‌پذیری و در نتیجه بر جایگاه آن اثر بگذارد.

1. Common Property Resources
2. Club Goods
3. Free Goods

۳-۱-۱-۱ مالکیت خصوصی

با توجه به توصیفات قبلی باید این بحث کوتاه درباره مالکیت خصوصی را با تذکری مهم آغاز کنیم که یک کالای خصوصی لزوماً همان کالای تحت تملک خصوصی نیست و برعکس. وقتی کسی سوار دوچرخه‌ای می‌شود، آن محصول همه نشانه‌های یک کالای خصوصی را داراست، اما شاید حقوق مالکیت دوچرخه به‌هیچ‌وجه به آن شخص واگذار نشده باشد. همچنین ممکن است شخصی یک کالای تحت تملک خصوصی داشته باشد که دارای تمام ویژگی‌های یک کالای کاملاً عمومی است (مثلاً اطلاعات که آن را گاهی مالکیت معنوی نیز می‌نامند).

مثلاً می‌توان یک داستان یا شعر را در نظر گرفت که به‌محض چاپ شدن در یک روزنامه، غیررقابت‌آمیز و غیراختصاصی می‌شود و نویسنده آن نمی‌تواند کسی را از کاربرد (مطالعه) آن متن منع کند. البته هنوز هم مهم است که حقوق مالکیت آن متن به شکل رسمی تخصیص یافته (و محافظت شود) به‌نحوی که دیگران را بتوان از کاربرد آن (چاپ و انتشار) بدون اجازه مؤلف بازداشت؛ به‌این ترتیب انگیزه‌ای برای دارنده حق مالکیت پدید می‌آید که بازهم به کار خود ادامه دهد (اشعار بیشتری بگوید). این وضعیت را می‌توان با واگذاری حق بهره‌برداری انحصاری به یک نفر تحقق بخشید تا پس از آن کالای غیراختصاصی به اختصاصی تبدیل شود.

پس معلوم می‌شود که بین مفاهیم اختصاصی بودن و منع‌پذیری، فرق مهمی وجود دارد. همچنین متوجه می‌شویم بین کالاهای عینی و دینی^۱ تفاوت‌هایی هست: کالاهای دینی آنهایی هستند که مشخصه مادی (فیزیکی) ندارند. در هر حال می‌توان برای هر دو نوع کالای مذکور، حقوق مالکیت واگذار کرد.

قبلاً نیز گفته شد که کالاهای تحت تملک خصوصی موجب پیدایش انگیزه در مالک می‌شوند تا آنها را نگاه دارند و (امروز یا فردا) به شکل سودآور مورد بهره‌برداری قرار دهند. به قول میلگرام و رابرتز (Milgrom and Roberts, 1992: 288): «همه می‌دانیم که مردم اتومبیل‌های خود را بهتر از اتومبیل‌هایی که از هر تزی یا آویز^۲ کرایه کرده‌اند، نگهداری

1. Tangible and Intangible Goods

2. Hertz and Aviz

می‌کنند. علاوه بر این، چون آویز توسط کارکنان همان شرکت خریداری شد، ایشان طبق گزارش‌ها بهتر کار می‌کنند و نسبت به قبل با علاقه بیشتری به شغل خود می‌پردازند. اگر چنین واقعیتی برای همه موارد مالکیت خصوصی صادق بود، نظام اقتصادی در مجموع از این وضعیت منتفع می‌شد. اگر چنین باشد، همه دارندگان حقوق مالکیت خصوصی تشویق می‌شوند که منابع خود را به کارآمدترین شکل ممکن به کار برند و به این ترتیب افزایش بهره‌وری حاصل از این کارآمدی موجب تسریع در رشد اقتصادی می‌شود. اما این اثر سازنده فقط در صورتی ممکن است که مردم گمان کنند حقوق مالکیت ایشان تضمین شده است.

دارنده حق مالکیت اگر تحت حمایت قوانین کارآمد، دادگاه‌های سالم و قدرت پلیس و ... قرار گیرد، دیگر مجبور نیست هزینه‌های منع^۱ را متقبل شود که معمولاً خیلی زیاد هستند. این هزینه‌ها برای بازداشتن دیگران از کاربرد کالای او بدون اجازه او خرج می‌شوند.

۲-۱-۱-۳ کالاهای آزاد

دسته خاصی از کالاها که در جدول ۱-۳ نشان داده نشده‌اند، کالاهای آزاد هستند. زمانی با چنین کالاهایی مواجه می‌شویم که آن کالاها اصلاً کمیاب نباشند، یعنی عرضه آنها در هر قیمتی بیش از تقاضای آنها باشد. پس قیمت تعادلی در این حالت صفر است و لازم نیست حقوق مالکیت به (گروهی از) افراد تخصیص یابد، زیرا هیچ نزاعی برای استفاده از آن کالاها رخ نمی‌دهد. این کالاها در دسترس هرکسی هستند و به این دلیل هیچ‌کس از آنها منع نمی‌شود. امروزه کالاهای آزاد که «هوا» یکی از آنهاست، بسیار نادرند.

۳-۱-۱-۳ مالکیت مشترک (مشاع)

امروزه به ندرت کالای آزاد پیدا می‌شود. رشد جمعیت در کنار افزایش تولید و مصرف موجب آلودگی هوا و بهره‌برداری بیش از حد از زمین و منابع آب شده است. کالاهایی

مانند آب پاکیزه، غلفزارها و مناطق ماهیگیری که روزگاری کالای آزاد بودند روزبه‌روز کمیاب‌تر می‌شوند. به عبارتی این کالاها که اغلب جزو کالاهای آزاد بودند حالا منابع مشاع محسوب می‌شوند. چون حقوق مالکیت این کالاها برای افراد خاص تعیین نشده است، آنها هنوز هم دارای ویژگی غیراختصاصی بودن (دسترسی آزاد همگانی) هستند، ولی به دلیل کمبودها رقابت‌آمیز شده‌اند. اگر منابع به‌درستی توسط جوامع محلی اداره شوند، یعنی مورد حفاظت و نگهداری قرار بگیرند، بهره‌برداری مداوم از آنها ممکن می‌شود و در غیر این صورت، ذخیره آن منابع در معرض تمام شدن و در نهایت از بین رفتن خواهد بود. این پدیده را به فاجعه مشاعات^۱ تعبیر می‌کنند.

گرت هاردین اصطلاح «فاجعه مشاعات» را اولین بار با یک مثال عالی به‌کار برد:

شبان‌هایی که رمه‌های خود را به یک مرتع می‌برند و آن مرتع برای استفاده همه چوپانان آزاد است. اگر یکی از شبان‌ها گاوهای بیشتری را به چراگاه بیاورد، سود او زیادتیر خواهد شد. اما تاوان بزرگ شدن گله او آن است که چرای بیش از حد موجب می‌شود همه کاربران در آن مرتع ضرر کنند. به عبارتی سود او از این کار خصوصی است ولی هزینه‌های آن بین همه رمه‌دارها توزیع می‌شود. این اوضاع شاید نشان دهد که سود فردی او بیشتر از سهم وی از زیان توزیع شده است و در این صورت هریک از چوپان‌ها تا زمانی که سود شخصی ناشی از چرای بیشتر، از زیان فردی آن افزون‌تر باشد، سعی می‌کند گله خود را بزرگ کند. چون همه شبان‌ها به این شکل عمل می‌کنند وقوع فاجعه اجتناب‌ناپذیر می‌شود: «هریک از افراد در چارچوبی گیر می‌افتد که او را مجبور به افزایش بی‌حد و حساب اندازه رمه می‌کند، در حالی که زمین‌ها محدود است. این افراد به‌سوی تخریب و نابودی می‌شتابند و در جامعه‌ای که به آزادی مشاعات علاقه‌مند است، به دنبال حداکثر منفعت خود هستند. آزادی مشاعات برای همه نابودی به بار می‌آورد» (Hardin, 1968: 1244).

کادر ۱-۳ را مطالعه کنید که در بردارنده مثالی عددی است.

کادر ۱-۳ فاجعه مشاعات از زبان اعداد

فرض کنید کشاورزان محلی، تعدادی گاو (تحت تملک خصوصی) را به مرتع مشاع می‌آورند. در ابتدا تعداد گاوها زیاد نیست پس رقابت‌آمیزی نیز معنا ندارد. تصور کنید که هر گاو در سال ۱۰۰۰ لیتر شیر می‌دهد که پس از کسر هزینه‌ها می‌توان شیر را ۰/۱ دلار بر لیتر فروخت. وقتی تعداد کل گاوها به ۱۰۰ رأس برسد، افزایش تعداد گاوها موجب رقابت‌آمیزی شدن کاربرد مرتع می‌شود و تولید شیر به‌ازای هر گاو را ۱۰ لیتر کم می‌کند.

مثال فاجعه چمنزار

تعداد گاوها	سود خالص به‌ازای هر گاو	کل سود خالص
۱	۱۰۰	۱۰۰
۲	۱۰۰	۲۰۰
...		
۱۰	۱۰۰	۱۰۰۰
...		
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰۰۰
۱۰۱	۹۹	۹۹۹۹
۱۰۲	۹۸	۹۹۹۶

پس معلوم می‌شود تا وقتی تعداد گاوها در چراگاه به بیش از ۱۰۰ رأس نرسد، زیاد شدن تعداد آنها برای همه کشاورزان، در مجموع سودآور است و پس از آن کل سود شروع به کاهش می‌کند.

با این حال در این مرحله هر کشاورز هنوز هم می‌خواهد گاوهای بیشتری به مرتع بیاورد تا سود خالص شخصی خود را زیاد کند، زیرا اگر فرض کنید که یک کشاورز ۱۰ رأس گاو دارد که سود خالص آنها ۱۰۰۰ دلار است، در این صورت اضافه کردن یک رأس گاو، سود او را به $۱۱ \times ۹۹ = ۱۰۸۹$ دلار افزایش خواهد داد.

به نظر هاردین فقط یک راه برای رفع این فاجعه وجود دارد: «منابع مشاع - اگر اصلاً توجیهی برای آنها وجود داشته باشد - فقط در شرایطی توجیه‌پذیرند که تراکم جمعیت

اندک باشد. با افزایش جمعیت به ناچار منابع مشاع باید یکی پس از دیگری از گردونه خارج می‌شدند» (Hardin, 1968: 1248).

نسخه‌های امروزی منابع مشاع که در خطر فاجعه مشابهی قرار دارند، شامل ماهیان اقیانوس، مکان‌های آزاد عمومی که در معرض زباله‌ریزی قرار دارند و مشکلات آب‌وهوایی جهانی است که به دلیل سوزاندن سوخت‌های فسیلی ایجاد شده است. در واقع در همه این موارد، افزایش رقابت‌آمیزی موجب آثار بیرونی مخرب می‌شود، یعنی کارهای یک یا چند نفر از تولیدکنندگان یا مصرف‌کنندگان موجب زیان طرف‌های سوم می‌شود، بدون آنکه طرف‌های خسارت‌دیده هیچ‌گونه جبران خسارت دریافت کنند. در ادامه همین فصل به بررسی راه‌حل‌های نهادی برای این مشکل خواهیم پرداخت.

برای اداره و سهمیه‌بندی منابع کمیاب، کالاهای (قبلاً) آزاد و نیز دسترسی آزاد به منابع دارای مالکیت مشاع، لازم است اوضاع قانونی جدیدی برای مالکیت‌ها پدید آید که از منازعه‌ها و تهی شدن منابع جلوگیری کند. این کالاها را می‌توان به افراد فروخت و به این ترتیب آنها را به اموال خصوصی تبدیل کرد یا می‌توان حقوق مالکیت آنها را به گروهی از مردم واگذار کرد که در آن صورت به کالاهای باشگاهی با قواعد مناسب تبدیل می‌شوند. همچنین می‌توان آنها را توسط دولت مصادره کرد و به قالب اموال عمومی درآورد.

دومین شکل مالکیت مشترک که از آن صحبت می‌کنیم، مربوط به محصولات است که مشخصه‌های کالای باشگاهی دارند (See Buchanan, 1965). گروهی از مردم می‌توانند داوطلبانه به تأسیس باشگاهی بپردازند که اعضای آن از حق کاربرد یک منبع خاص در ازای پرداخت سهم (پولی یا غیرپولی) برخوردار می‌شوند، درحالی‌که افراد غیرعضو از این امتیاز محروم‌اند. مثال‌های این روش شامل محدوده‌های تفریحی، زمین‌های خصوصی گلف، باشگاه‌های ورزشی، کتابخانه‌ها، دانشگاه‌ها و اتحادیه‌های کارگری است.

وقتی تعداد اعضا خیلی کم باشد هیچ‌گونه رقابت‌آمیزی در مصرف وجود ندارد، مصرف یک عضو نمی‌تواند مصرف دیگری را به تعویق بیندازد. مزیت این نوع مالکیت آن است که اعضا می‌توانند در هزینه‌ها باهم شریک شوند، زیرا می‌دانند سود حاصل فقط بین خود ایشان - و نه غریبه‌ها - توزیع خواهد شد. البته مردم در صورتی به این گروه خواهند پیوست که مطمئن باشند سود آن کار بیش از هزینه‌هایش خواهد بود. تا

وقتی اندازه بنگاه کوچک باشد، اعضا قادرند مراقب باشند که آیا همه افراد در نگهداری کالای باشگاهی مشارکت می‌کنند یا خیر و اگر کسی از قواعد آن جمع پیروی نکند مورد تحریم یا اخراج قرار می‌گیرد و منافع استفاده از کالای باشگاهی را از دست می‌دهد. در چنین وضعیتی نهادهای غیررسمی و تحریم‌ها بسیار مفید واقع می‌شوند.

از این توضیح می‌توان فهمید با افزایش تعداد اعضا ممکن است مشکلاتی از لحاظ بقای یک کالای باشگاهی پدید آید، آن کالا به تدریج رقابت‌آمیز شود، برای غلبه بر مشکل «هزینه‌های رو به تزاید» نوعی سهمیه‌بندی به اجرا درآید. در عین حال نظارت و احاطه بر رفتار هریک از اعضا نیز دشوارتر خواهد شد. هرچه تعداد افراد بیشتر شود، خطر بروز رفتار مبتنی بر سواری مجانی^۱ نیز بیشتر می‌شود، یعنی تعداد کسانی که می‌خواهند بدون مشارکت (کافی) در نگهداری منبع مشترک و بدون جلب توجه از آن استفاده کنند، زیاد می‌شود زیرا حالا گروه بیش از حد بزرگ شده است. سوءاستفاده (یا سوءمدیریت) از کالای باشگاهی ممکن است در بدترین حالت به «فاجعه مشاعات» بیانجامد.

یک روش برای پیشگیری از این مشکل، برقراری تعرفه دوقسمتی^۲ است. در این شیوه همه اعضا باید از قبل یک مبلغ به‌ازای هر واحد مصرف پردازند که قیمت آن براساس کمیابی کالا تعیین می‌شود. مثلاً یک باشگاه ورزشی را در نظر بگیرید که اغلب نه تنها یک مبلغ ثابت برای عضویت بلکه یک مبلغ دیگر نیز از اعضایی دریافت می‌کند که در شلوغ‌ترین ساعات روز - یعنی پس از تمام شدن کار روزانه خود - به باشگاه می‌آیند. مثال دیگر یک مؤسسه اجاره محصولات صوتی - تصویری است که معمولاً علاوه بر مبلغ ثابت شهریه سالانه، مبلغ مشخصی را به‌ازای قرض دادن هر فیلم یا دی. وی. دی. دریافت می‌کند و این مبلغ ممکن است برای روزهای مختلف هفته فرق داشته و مثلاً در پایان هفته به دلیل تقاضای بیشتر گران‌تر باشد.

یک مشکل مشابه در زمینه تضعیف انگیزه‌ها در شرایط مالکیت مشترک را می‌توان در جوامع برابری طلب^۳ یا شرکت‌های تعاونی پیدا کرد که خیلی بزرگ شده‌اند: یک جامعه محلی که براساس برابری سهم همه اعضا در دارایی‌های مولد عمل می‌کند، در صورتی که

1. Free-riding Behavior

2. Two-part Tariff

3. Egalitarian Societies

نتیجه تلاش‌های هر شخص با گروهی رو به رشد به اشتراک درآید، انگیزه‌های مطلوبی برای اعضای خود ایجاد نمی‌کند (Phelps, 1985). دستمزد برابر، گاهی نتایج نامیمونی به دنبال دارد: اول آنکه ممکن است مردم فقط بخواهند وظایف کم‌دردر را انجام دهند که موجب کاهش کل بهره‌وری خواهد شد؛ دوم اینکه کسی تمایل نخواهد داشت بیش از حد ضرورت کار کند، زیرا تلاش بیشتر فقط وضع دیگران را بهتر خواهد کرد. چنین وضعیتی در نهایت به رفتار مبتنی بر سواری مجانی نیز می‌انجامد؛ اگر قرار است هر شخص در هر حال بخشی از کل درآمد را دریافت کند، چه دلیلی برای کار کردن است؟

معضل دیگر در مورد کالاهای باشگاهی هنگامی بروز می‌کند که اطلاعات ناقص باعث شود تمییز دادن اعضا از غیراعضا دشوار شود. افرادی که هزینه استفاده از حمل‌ونقل عمومی را نمی‌پردازند، مثالی از این وضعیت است که باید سازوکارهایی مانند نظارت و وضع جریمه را برای حل این مشکل در پیش گرفت (Sandler and Tschirhart, 1997).

۳-۱-۱-۴ مالکیت عمومی

آخرین دسته از مالکیت‌ها، مالکیت عمومی است که آن را می‌توان به کالاهای کاملاً عمومی و سایر شکل‌های کالاهای عمومی تقسیم کرد.

با توجه به دو ویژگی یک کالای کاملاً عمومی - یعنی رقابت‌آمیز نبودن و انحصاری نبودن - معلوم می‌شود که وقتی یک کالای کاملاً عمومی وجود دارد، هرکس آزادانه، بدون کم کردن امکانات مصرف دیگران و بدون پرداخت بهایی بابت آن کالا، از آن مصرف خواهد کرد. علاوه بر مثال معروف نور خورشید، مثال‌های شناخته شده دیگر عبارت‌اند از: سدها [برای محافظت از سیل]، دفاع ملی و مراسم آتش‌بازی عمومی. مثلاً مراسم آتش‌بازی را در نظر بگیرید: وقتی مراسم (پرهزینه) آتش‌بازی برگزار می‌شود، همه تماشاچیان می‌توانند بدون پرداخت پول آن را ببینند و لذت ببرند. در این حالت آثار بیرونی مطلوب^۱ وجود دارد؛ اقدام یک یا چند تولیدکننده یا مصرف‌کننده که به طرف‌های سوم فایده می‌رساند، بدون اینکه پولی به آن تولیدکننده یا مصرف‌کننده پرداخت شده باشد.

چون کالاهای کاملاً عمومی همیشه با آثار بیرونی مطلوب (مفید) همراه هستند،

پرسشی پیش می‌آید؛ چه کسی هزینه آنها را تأمین می‌کند؟ اگر تعداد زیادی رفتار مبتنی بر سواری مجانی در پیش بگیرند، ممکن است آن کالا به قدری گران شود که تولید آن امکان‌پذیر نباشد. در بسیاری از موارد، این وضعیت ناخوشایند است، زیرا وجود بسیاری از کالاهای کاملاً عمومی ضروری است. سدهای حفاظتی نیز مثال خوب دیگری هستند. به محض آنکه یک سد در برابر سیل ساخته شود، هیچ‌کس را نمی‌توان از خاصیت حفاظتی آن محروم کرد و به این دلیل کسی از انگیزه شخصی برای مشارکت در هزینه‌های ساخت آن برخوردار نخواهد بود. اگر ساخت سدها فقط از محل مشارکت‌های خصوصی تأمین شود، معمولاً تعداد کافی از مردم آماده پرداخت نخواهند بود و به این دلیل سد اصلاً ساخته نخواهد شد یا به خوبی از آن نگهداری نمی‌شود (مثال نیواورلئان در فصل اول را به یاد بیاورید). به همین دلیل است که تأمین اعتبار کالاهای کاملاً عمومی اغلب توسط حکومت‌ها انجام می‌شود و هزینه‌ها به شکل مالیات یا تعرفه از همه شهروندان اخذ می‌شود تا از مشکل سواری مجانی جلوگیری شود.

لازم است بدانیم که بعضی کالاها حتی اگر مشخصات کالاهای کاملاً عمومی در آنها دیده نشود، می‌توانند تحت مالکیت عمومی باشند. حکومت‌ها ممکن است به دلایل مختلف بخواهند زمام برخی کالاهای خاص را در دست بگیرند. این دلایل، بهبود کارایی (رفاه اقتصادی) تا انگیزه‌های مربوط به قدرت را در برمی‌گیرد. بد نیست این موضوع را به اختصار بررسی کنیم.

ممکن است توجیهات دقیقی (در زمینه بهبود رفاه) برای حفاظت از شهروندان در برابر سوءاستفاده سازمان‌های قدرتمندی مانند انحصارهای طبیعی و تشکیلات نظامی وجود داشته باشد تا آن سازمان‌ها تحت نظارت کامل درآیند (فصل هشتم را مطالعه کنید). اول آنکه شاید انحصارهای طبیعی به معنای پرداخت بهای بسیار از سوی مصرف‌کنندگان بابت کالاهایی باشد که رقابت‌پذیر^۱ نیستند (رقبای بالقوه به دلیل بزرگ بودن اندازه‌ای که صرفه‌های به مقیاس را فراهم می‌کند و انحصارگر فعلی به آنها رسیده است، از ورود سودآور به بازار بازمی‌مانند). دوم آنکه حکومت باید زمام نهادهایی همچون پلیس، دادگاه‌ها و نیروهای نظامی را در دست داشته باشد تا به شهروندان اطمینان دهد

از این نهادها رفتاری منصفانه مشاهده خواهند کرد. دلیل سوم برای تمایل حکومت به احاطه یافتن بر تولید [برخی کالاها]، ترویج مصرف کالاهای شایسته (فصل اول را مطالعه کنید) یا کمک به شهروندان ضعیف (سیاست اجتماعی) مثلاً از راه فراهم کردن آموزش رایگان یا مسکن جمعی و مراقبت‌های بهداشتی به قیمت‌های ناچیز است. از منظر نظریه حقوق مالکیت، در مالکیت عمومی مخاطره‌ای هست که افراد خود را بابت حفظ محصولاتی که مالکیت مشترک دارند، مسئول ندانند. کادر ۲-۳ با دو مثال تاریخی نشان می‌دهد چرا حقوق مالکیت خصوصی (در اکثر مواقع) به دلیل فراهم کردن انگیزه مولدتر بودن در افراد جامعه، ترجیح داده می‌شود.

کادر ۲-۳ حقوق مالکیت خصوصی در حکومت‌های کمونیست: اتحاد جماهیر شوروی و چین

وقتی کمونیست‌ها در سال ۱۹۱۷ حکومت روسیه را در دست گرفتند و اتحاد جماهیر شوروی را پس از جنگی داخلی تشکیل دادند، همه دارایی‌ها و انجمن‌های خصوصی از قبیل کلیساها را ملی اعلام و گروه‌های سیاسی را سرکوب کردند. بسیاری از مردم در برابر این سیاست‌ها مقاومت کردند و از این رو سیاست‌های دولت باید به ایشان تحمیل می‌شد. به دلیل مشکلات هماهنگی و فقدان کامل اعتماد در نهادهای جدید، تولید کل به سرعت کم شد و تورم شدید رخ داد. میلیون‌ها نفر به دام فقر افتادند و تا حد مرگ گرسنگی کشیدند. لنین برای احیای تولید کشاورزی، سیاست اقتصادی جدید^۱ را در سال ۱۹۲۱ به اجرا درآورد که طبق آن مالکیت خصوصی دوباره در مقیاسی کوچک برقرار شد: به کشاورزان اجازه دادند مازاد خود را در بازار بفروشند و به این ترتیب انگیزه افزایش تولید در آنان پدید آمد. از این رو محصول کشاورزی افزایش یافت. در سال ۱۹۲۹، جوزف استالین حاکم جدید تصمیم گرفت همه زمین‌های زراعی را اشتراکی کند و سال بعد از آن، معاملات خصوصی را جرم اعلام کرد. برنامه‌ریزی متمرکز با تأکید شدید بر صنعتی شدن، به ویژگی اصلی نظام اقتصادی شوروی تبدیل شد. این اقدامات در مجموع برای رشد اقتصادی اتحاد جماهیر شوروی فوق‌العاده مخرب بود. وقتی میخائیل گورباچف در سال ۱۹۸۷ پرسترویکا^۲ را آغاز کرد، نظام سوسیالیست طبق موازین سرمایه‌داری به آزادسازی پرداخت. پس از فروپاشی کمونیسم لنینی، به‌زودی معلوم شد که

1. New Economic Policy
2. Perestroika

صنعت شوروی در مقایسه با غرب بسیار عقب‌مانده است و مشکلات متعددی در انطباق با نظام سرمایه‌داری وجود داشت (و هنوز هم وجود دارد) که یکی از آنها، عادت نداشتن کارگران به تصمیم‌گیری و در نتیجه ناچیز بودن انگیزه‌های شخصی آنان بود.

از پاییز ۲۰۰۳، روزنامه‌های غربی از قبول رسانه‌های دولتی چین نقل کردند که حزب کمونیست در چین رسماً پذیرش حقوق مالکیت خصوصی را آغاز کرده است تا یک نظام اقتصادی سرمایه‌دارتری شکل بگیرد. این حرکت نشان می‌داد دولت کمونیست فهمیده است که حفاظت از حقوق مالکیت خصوصی باعث رشد اقتصادی می‌شود، زیرا به نفع طبقه متوسط است که جمعیت آنها روزبه‌روز زیادتر می‌شود. درعین حال آن حزب هنوز می‌خواهد بر مسند قدرت بماند.

هرچند اظهارات زیر تقریباً دو دهه قبل از آغاز تغییرات در چین ای. اس. فلپس (Phelps, 1985: 142) اظهار کرده است، ولی بسیار با آن وقایع مناسبت دارد: «چون برابری ضدتولیدی بوده و در گروه‌های بزرگ کاملاً مخرب است در همه کشورها به هر فرد اجازه می‌دهند وقتی درآمدش بیشتر می‌شود، حداقل بخشی از آن افزایش درآمد را برای خود نگه دارد. هر روشی غیر از این نوعی کینه‌ورزی است، زیرا اصلاً نمی‌توان قبول کرد آن سیاست ملی که با حذف کردن انگیزه کسب درآمد، در واقع همه را به زیر می‌کشد، انگیزه‌های جز کینه‌ورزی شدید داشته باشد».

۲-۱-۳ ضمانت اجرای حقوق مالکیت

قبلاً گفته شد حقوق مالکیت گاهی می‌تواند توسط خود اعضای یک گروه و با کمک نهادهای غیررسمی حفاظت شود. در جوامع کوچک‌تر، نفوذ هنجارهای اجتماعی (یا مذهبی) کاملاً اثرگذار است. همچنین دیدیم که در جوامع بزرگ‌تر و پیشرفته‌تر، حقوق مالکیت خصوصی را می‌توان به شکل مؤثر توسط حکومت مورد حفاظت قرار داد.

با گذشت زمان، نظام‌های قضایی عریض و طویلی در کشورهای پیشرفته ظهور کرده و تصحیح شده‌اند. علاوه بر این جوامع مختلف به تشکیل انواع نهادهای غیررسمی پرداخته‌اند که بسیاری از اوقات در پیشگیری یا حل‌وفصل مناقشه‌های مربوط به کاربرد حقوق مالکیت، به خوبی عمل کرده‌اند. فایده نهادهای غیررسمی اغلب آن است که تا وقتی اکثر مردم از قوانین غیررسمی حمایت کنند، ضمانت اجرای آنها خیلی ارزان‌تر تمام می‌شود. متأسفانه جوامع امروزی نمی‌توانند فقط با کمک نهادهای غیررسمی به خوبی عمل کنند و اجرای قوانین رسمی تصویب شده توسط دولت هم به‌دلیل استخدام دیوان‌سالاران، پلیس، قضات و وکلا خیلی گران‌تر تمام می‌شود.

مشکل دیگر به ضمانت اجرای حقوق مالکیت در موارد بروز آثار بیرونی مربوط است. بسیاری از اوقات، دارنده یک حق مالکیت موجب پیدایش آثار بیرونی نامطلوب می‌شود که هزینه‌های آن بر دوش دیگران می‌افتد. رونالد کوز^۱ - برنده نوبل ۱۹۹۱ - در قضیه کوز نشان داد که راه حل این معضل، واگذاری حقوق مالکیت به این آثار بیرونی نامطلوب است (مثلاً «حق هوای پاک» یا «حق آلاینده‌گی»). کوز در مقاله معروف خود با عنوان «مشکل هزینه جمعی»^۲ در سال ۱۹۶۰ درباره این معضل صحبت کرد. او نشان داد که گروه‌ها می‌توانند بدون مداخله دولت - اما به سه شرط - به راه حل بهینه دست پیدا کنند:

۱. باید معلوم باشد که چه کسی صاحب حقوق مالکیت است؛

۲. مذاکرات مربوط به حل و فصل مشکل باید بدون هزینه باشد (یعنی هیچ‌گونه

هزینه مبادله در میان نباشد)؛

۳. از بروز آثار ثروتی جلوگیری شود.

نظر او را اندکی شرح می‌دهیم. کوز از مثالی تاریخی برای نشان دادن چگونگی حل و فصل مشکلی که به دلیل آثار بیرونی (نامطلوب) پدید می‌آید، (آن هم به دست عوامل خصوصی) استفاده کرد. وی یک شرکت خط آهن را در نظر گرفت که جرقه‌های خارج شده از لوکوموتیوهای آن ممکن است زمین‌های کشاورزان را به آتش بکشد. از لحاظ حقوقی اگر آن شرکت از حق راه‌اندازی لوکوموتیوها بدون هرگونه ملاحظه‌ای نسبت به زمین‌های کشاورزی برخوردار باشد، حاصل کار چیزی جز خسارت‌های هنگفت نخواهد بود. اما اگر حق دریافت خسارت برای کشاورزان در نظر گرفته شود، آن شرکت برای پیشگیری از خسارت ناشی از جرقه‌ها به تمهیداتی - حتی پرهزینه - روی خواهد آورد.

کوز نشان داد - صرف‌نظر از آنکه حق مالکیت به کدام یک از آن دو گروه اعطا شود -

هر دو طرف می‌توانند از راه مبادله امتیازات قانونی خود (یعنی مبادله حقوق مالکیت) منتفع شوند. مثلاً اگر شرکت راه آهن بدون محدودیت از حق کاربرد خطوط راه آهن برخوردار باشد، ممکن است کشاورزان تصمیم بگیرند که مقداری پول در ازای کاهش خسارت‌ها به آن شرکت بپردازند و تا زمانی که این پول کمتر از کل ارزش پولی

1. Ronald Coase

2. The Problem of Social Cost

خسارت‌های ناشی از جرقه‌ها باشد و تا وقتی که این مبالغ برای جبران تمهیدات شرکت راه‌آهن در کاستن از پاشیدن جرقه‌ها کافی باشد، این کار به هر دو طرف فایده می‌رساند. همین استدلال برای وقتی صادق است که کشاورزان از حق درخواست حکم حقوقی علیه راه‌آهن برخوردار باشند. فرایند مبادله تا وقتی ادامه می‌یابد که تخصیص بهینه منابع رخ دهد و هیچ‌یک از دو طرف نتواند بدون خسارت طرف مقابل، جایگاه خود را بهبود دهد. در چنین وضعیتی آن اثر بیرونی کاملاً درونی می‌شود یعنی به هنگام محاسبه هزینه‌های تولید (مصرف)، کل هزینه‌های تحمیل شده به طرف‌های ثالث نیز باید در نظر گرفته شود. در کادر ۳-۳ مثالی عددی از این وضعیت ارائه کرده‌ایم.

کادر ۳-۳ قضیه کوز از زبان اعداد

فرض کنید دو نفر - یکی که سیگار می‌کشد و دیگری که چنین نیست - قرار است در محلی باهم کار کنند. فرد غیرسیگاری حتماً ترجیح می‌دهد که همکاری سیگار نکشد، ولی اگر «حق» هوای پاک وجود نداشته باشد، فرد سیگاری می‌تواند هر اندازه که دوست دارد، سیگار بکشد. فرض کنید که فرد سیگاری از کشیدن اولین نخ سیگار، ۱۰ واحد (پولی) مطلوبیت کسب می‌کند و به همین ترتیب ۹/۵ و ۹ واحد از دومین و سومین نخ: هر سیگار مطلوبیتی به اندازه ۰/۵ واحد کمتر از سیگار قبلی دارد. پس او در روز ۲۱ نخ سیگار می‌کشد.

فرد غیرسیگاری بابت اولین سیگار، عدم مطلوبیت ۸ - و برای دومی ۹ - و به همین ترتیب هر سیگار به عدم مطلوبیت او یک واحد بیشتر اضافه می‌کند.

مجموع مطلوبیت آن دو نفر ۲ واحد (۱۰ منهای ۸) برای اولین نخ، ۰/۵ واحد (۹/۵ منهای ۹) برای دومین نخ و به همین ترتیب تا آخر است، به نحوی که مطلوبیت اضافی آن دو نفر از سومین نخ منفی می‌شود. واضح است برای «بهینه» شدن اوضاع باید به فرد سیگاری اجازه داد که به جای ۲۱ نخ، فقط ۲ نخ سیگار بکشد.

حال فرض کنید که فرد سیگاری از حق «هوای پاک» برخوردار است. منع استعمال دخانیات مانع از سیگار کشیدن می‌شود. اما فرد سیگاری می‌تواند با «رشوه» (تطمیع)، همکار غیرسیگاری خود را ترغیب کند که به او اجازه دهد دو نخ سیگار بکشد. از لحاظ فردی و جمعی برای او بهتر است که دو نخ سیگار را بکشد و بابت عدم مطلوبیت آن به همکاری پول پرداخت کند، این عدم مطلوبیت ۱۷ - واحد است، در حالی که او از کشیدن دو نخ سیگار ۱۹/۵ واحد مطلوبیت کسب می‌کند.

البته زمانی هم که حق سیگار کشیدن وجود دارد، چنین راه‌حلی به‌جای خود باقی است، ممکن است او توسط همکارش قانع شود که فقط دو نخ سیگار بکشد، زیرا عدم مطلوبیت هر نخ سیگار اضافی برای هر فرد غیرسیگاری بیشتر از مطلوبیت حاصل شده برای فرد سیگاری است پس شخص غیرسیگاری می‌تواند به همکارش پول دهد تا فقط دو نخ سیگار بکشد.

البته یک نهاد (غیررسمی) دیگر می‌تواند به‌کار آید. حتی در صورت فقدان حقوق مالکیت، فرد غیرسیگاری می‌تواند انگیزه پرداخت پول به همکارش برای سیگار نکشیدن او را داشته باشد. در آن حالت یک «قرارداد» بین آن دو منعقد می‌شود.

با این حال ممکن است قرارداد هم با مشکل روبه‌رو شود. شاید فرد سیگاری پول بگیرد، اما بیش از دو نخ سیگار بکشد. شخص غیرسیگاری خود را بر سر دوراهی می‌بیند؛ پول بپردازد و آنچه را می‌خواهد به‌دست بیاورد (به دادگاه برود و اجرای قرارداد را تضمین کند که کاری پرهزینه است)، یا پولی نپردازد و سیگار را تحمل کند. به‌طور کلی چنین راه‌حلی ناکارآمد است. علاوه‌بر این، رفتار فرصت‌طلبانه فرد سیگاری ممکن است در صورت برقراری حق استعمال دخانیات نیز رخ دهد. همچنین مشکل دیگری نیز به قوت به‌جای خود باقی است: ممکن است فرد غیرسیگاری از توان مالی برای پرداخت «رشوه» برخوردار نباشد.

متأسفانه در زندگی روزمره شرایط متعددی هست که رسیدن به این پیامد کارآمد را سخت می‌کند. سه شرطی که قبلاً ذکر شد (رفع ابهام از صاحب حقوق مالکیت؛ فقدان هزینه‌های مبادله و فقدان آثار ثروتی یا درآمدی) اغلب برقرار نیست. مثلاً شاید دقیقاً معلوم نباشد که دارنده یک حق مالکیت کیست و در نتیجه چه کسی مسئول خسارت‌های احتمالی است. حتی وقتی دقیقاً معلوم باشد چه کسی صاحب حق است، ممکن است مذاکرات مربوط به توزیع (تقسیم) هزینه‌ها به شکست بیانجامد و دلیل آن نیز زیاد بودن هزینه‌های مبادله یا تقسیم نابرابر قدرت بین مذاکره‌کنندگان باشد.

مثلاً وضعیت اول هنگامی رخ می‌دهد که کشاورزان در مسیر خط آهن به تشکیل یک گروه بزرگ و آشفته اقدام کنند که منافع غیرهم‌گرا در آن وجود داشته و برخی از اعضای آن در صدد سواری مجانی از تلاش دیگران باشند. وضعیت دوم هنگامی اتفاق می‌افتد که برخلاف وضعیت اول، کشاورزان تا حدی فقیرند که نمی‌توانند منابع لازم برای مبادله حقوق را تأمین کنند. به عبارتی در چنان شرایطی آثار ثروتی وجود دارد و نقش بازدارنده مهمی ایفا می‌کند.

چون نظریه کوز - به شکل اولیه و دست‌نخورده - به‌ندرت در عمل به‌کار می‌آید، کوز بر اهمیت تعیین حقوق مالکیت و واگذاری آن حقوق تأکید می‌کند و اهمیت نیاز به کاستن از هزینه‌های مبادله را از راه ایجاد نهادهای مناسب رسمی و غیررسمی شرح می‌دهد.

۳-۱-۲-۱ انگیزه‌ها: مشکلات و راه‌حل‌ها

آنچه باید از توصیف نظام‌های مختلف حقوق مالکیت فهمیده باشیم آن است که آنها انگیزه‌های مختلفی پدید می‌آورند. هرچند حقوق مالکیت به‌طور کلی بهره‌وری و کارایی افراد را افزایش می‌دهد، برخی نهادها همان‌طور که خواهیم دید می‌توانند علاوه بر آن وجود یک مجموعه دیگر را توجیه کنند که مالکیت در آن بین گروه‌ها مشترک است. اما یکی از بزرگ‌ترین مشکلات در مالکیت اشتراکی همان سواری مجانی است که هزینه‌های اجتماعی و مشکلات ضمانت اجرایی پدید می‌آورد.

هاردین (Hardin, 1968) درباره بخت بقای یک نظام مالکیت اشتراکی خوش‌بین نبود، ولی نویسندگان دیگری با دلایل قانع‌کننده به ارائه راه‌حل‌هایی برای پیشگیری از فاجعه مشاعات پرداخته‌اند بدون آنکه لازم بدانند مشاعات به‌عنوان یکی از شکل‌های مالکیت کنار گذاشته شود. به‌ویژه الینور اوستروم (Ostrom, 1990) - برنده نوبل در سال ۲۰۰۹ - شواهدی تجربی از مکان‌هایی ارائه می‌کند که یک جامعه کوچک محلی به شکلی کارآمد از منابع خود نگهداری کرده است، زیرا اعضای آن دریافته‌اند در صورتی که منابع به شکل اشتراکی اداره شود، منافع خالص ایشان افزایش خواهد یافت. در این‌گونه نظام مالکیت اشتراکی تعداد زیادی از قواعد و تحریم‌های محلی تعریف می‌شود که به‌دلیل کارکرد آن نظام در مقیاس‌های محلی و آسان بودن نظارت، به‌خوبی کارگر می‌شود.

در مورد کالاهای کاملاً عمومی و باشگاهی ممکن است اگر مردم (یا غیراعضا) نتوانند از بهره‌برداری منع شوند، سواری مجانی مشکلات تأمین مالی را به‌وجود آورد. گاهی راه‌حل صرفاً در وضع هزینه برای کل جامعه محلی از راه مالیات‌ستانی حکومتی نهفته است، ولی عیب این روش در آن است که حتی کسانی که از منابع مذکور استفاده نمی‌کنند، مجبور به پرداخت‌اند. گاهی آن افراد را می‌توان در قالب ایجاد همبستگی به پرداخت بابت چیزی که استفاده نکرده‌اند، قانع کرد اما فقط در صورتی که آن کالا برای

گروه هدف بسیار گران و اهمیت زیادی داشته باشد (مثال‌های خوب در این زمینه همان سدهای حفاظتی و نظام سلامت ملی هستند).

در سایر موارد بهتر است فقط از کسانی که عملاً از منابع استفاده کرده‌اند هزینه‌هایی دریافت شود. این کار گاهی با فناوری‌هایی قابل تحقق است که به کاهش یا حذف سواری مجانی کمک می‌کنند. مثلاً دروازه‌های گذر الکترونیکی در ایستگاه‌های قطار یا اتوبوس یا فناوری‌هایی را در نظر بگیرید که میزان استفاده رانندگان از برخی جاده‌ها را مشخص می‌کنند (مثلاً در شهر لندن).

یک مثال خاص که قبلاً هم به اختصار به آن اشاره کردیم، کالای اطلاعات است که آن هم (به شکل ذاتی) دارای ویژگی‌های رقابت‌آمیز نبودن و انحصاری بودن است (مثلاً مالکیت معنوی یا حق ثبت اختراع). هر دو دسته نهادهای رسمی و غیررسمی ویژه برای جلوگیری از استفاده بدون اجازه طرف‌های ثالث از این اطلاعات پدید آمده‌اند. یکی از راه‌حل‌های غیررسمی برای حفاظت از اطلاعات ارزشمند، مخفی کردن آنهاست (مثلاً دستور ساخت کوکاکولا را در نظر بگیرید). راه‌حل‌های معمول حقوقی عبارت‌اند از: حق تکثیر و حق انحصاری اختراع که از پدیدآورندگان کالاهای اطلاعاتی حفاظت و دیگران را به نوآور بودن (کارایی پویا) تشویق می‌کند زیرا آنان خواهند دانست که قانون از حاصل تلاش‌های ایشان حمایت می‌کند. در واقع به دلیل این راه‌حل‌های مختلف، اطلاعات که مشخصه یک کالای عمومی را داشت، حالا به یک کالای عمومی منع‌پذیر تبدیل شده است.

عیب حفاظت مؤثر آن است که ممکن است (نه لزوماً) یک جایگاه انحصاری برای دارنده آن حق مالکیت ایجاد کند. با این حال همین که قانونگذاران معمولاً حقوق انحصاری اختراع را در نظر می‌گیرند، نشان می‌دهد که در کل آثار مفید آن اقدام برای رشد اقتصادی بیش از آثار احتمالی ناخوشایند آن از لحاظ قدرت‌گذاری بازار است. در نظر داشته باشیم که حق تکثیر و حق انحصاری اختراع پس از چند سال منقضی می‌شوند. در فصول بعدی بازهم به این موضوع می‌پردازیم.

لازم به ذکر است که مداخله حکومت همیشه در مواردی که مشکلات حقوق مالکیت رخ می‌دهد، ضروری نیست. اگر شرایط مناسب و تعداد کافی از مردم یک نظام مشترک ارزشی داشته باشند که بر مالکیت عمومی صحنه بگذارد، نهادهای غیررسمی

(از قبیل ارزش «شهروندی شایسته») در کنار تنبیهات غیررسمی (از دست دادن جایگاه خود در جامعه) ممکن است بسیار مؤثر باشد.

آخرین راه حل برای مشکلات انگیزشی - که در مقالات مربوط به حقوق مالکیت دیده می‌شود - به مقوله حقوق باقی مانده اختیار^۱ مربوط است (Hart, 1998). به خاطر داشته باشید که می‌توان انواع حقوق مالکیت را برای یک کالا به کار برد. در برخی موارد مالک یک کالا، حق کسب درآمد از آن را به گروه دیگری می‌سپرد، در عوض پولی دریافت می‌کند. مثال‌ها عبارت‌اند از: یک مالک زمین که ملک خود را به یک کشاورز یا به متصدی یک اردوگاه اجاره می‌دهد؛ یک مالک مستغلات که ساختمان خود را به بنگاه‌ها یا مستأجران خصوصی اجاره می‌دهد، یا مالکان (سهام‌داران) یک بنگاه که به مدیران خود اختیار می‌دهد بنگاه را به نفع خود اداره کنند.

باین حال برخی معتقدند که تخصیص خودبه‌خودی حقوق باقی مانده اختیار به مالکان احتمالاً در همه موارد بهینه نیست. مثلاً بنگاهی را در نظر بگیرید که قطعه زمین خاصی را اجاره می‌دهد تا یک کارخانه در آن ساخته شود. متصدی بنگاه مسلماً هیچ انگیزه‌ای برای سوءاستفاده نکردن از محیط اطراف کارخانه - مثلاً انباشتن زباله، آلوده کردن یا تخریب راه - ندارد. به این ترتیب مالک آن زمین برای اجاره دادن سایر بخش‌های آن مستغلات با دردسر روبه‌رو خواهد شد. واضح است که باید برای جلوگیری از این رفتار تمهیدی اندیشید؛ باید در قراردادهای انگیزه‌های مناسبی برای مستأجران گنجانده شود.

مثال دیگر به رابطه استخدامی مربوط می‌شود. در نگرش سنتی به استخدام نیروی کار، انتقال حقوق مالکیت به این ترتیب رخ می‌دهد؛ هر مستخدم توان شغلی خود را در ازای دریافت دستمزد ارائه می‌کند، از این رو مالک بنگاه از حق احاطه بر کار او برخوردار می‌شود. علاوه بر این مالک از حق کسب کل سودی (باقی مانده‌ای) برخوردار است که از نیروی کار حاصل می‌شود و او را «مدعی باقی مانده»^۲ می‌کند (Alchian and Demsetz, 1972). در چنین وضعیتی مالک از انگیزه حداکثرسازی سودهای بنگاه برخوردار است، ولی

1. Residual Rights of Control

2. Residual Claimant

کارکنان هیچ انگیزه‌ای برای خوب کار کردن ندارند. آنان تا وقتی دستمزد خود را بابت تعداد ساعات مشخص دریافت کنند، احتمالاً فرصت‌طلبانه رفتار خواهند کرد (مثلاً با شانه خالی کردن از کار).

به این دلیل مدعی باقی‌مانده باید برای نظارت بر کارگران و تشویق ایشان به تلاش بیشتر، هزینه‌های اضافی متقبل شود. شاید به این دلیل او مفید بداند که آن باقی‌مانده را با سایر ذی‌نفعان در بنگاه شریک شود تا همه طرف‌ها را تشویق به تلاش بی‌وقفه برای بهبود عملکرد بنگاه کند. به این ترتیب مفاد تصریح شده در قرارداد کار تغییر می‌کنند. برای جلوگیری (پس از وقوع) از رفتار فرصت‌طلبانه، لازم است با تمهیداتی ویژه، پشتیبانی (قبل از وقوع) از قرارداد به عمل آید (Furubotn and Richter, 1998). این بحث ما را به موضوع قراردادهای می‌کشاند که در ادامه به آن می‌پردازیم.

۲-۳ نظریه‌های قراردادها

همه مبادلات به نوعی با قرارداد به سرانجام می‌رسند. یک قرارداد توافق‌نامه‌ای شفاهی یا کتبی بین دو گروه است که از قبل درباره مبادله کالاها یا خدمات (حقوق مالکیت) - خواه در ازای پرداخت پول یا هر چیز دیگر - به توافق رسیده‌اند. برای افزایش احتمال آنکه هر دو طرف به تعهدات خود در موافقت‌نامه عمل کنند، قراردادهای اغلب شامل یک نوع تنبیه یا ماده تخطی هستند یا به قوانین رسمی مسئولیت متوسل می‌شوند. قراردادهای رسمی^۱ همانند پیمان‌های برخوردار از ضمانت اجرای حقوقی هستند. با این حال همه قراردادهای رسمی نیستند و قراردادهای غیررسمی یا ضمنی^۲ نیز وجود دارند که رعایت توافق‌ها را تسهیل می‌کنند.

فرض می‌شود که آزادی عقد قرارداد وجود دارد یعنی مالک یک کالا مجاز است حقوق مالکیت را به هر کس که بخواهد - با شرایطی که مطلوب می‌داند - واگذار کند (به شرط آنکه موافقت‌نامه قرارداد شده با قانون یا با حقوق طرف‌های ثالث در تضاد نباشد).

قراردادهای در درجه اول منعقد می‌شوند، زیرا همه طرف‌های مبادله گمان می‌کنند از آن منتفع خواهند شد. بهتر است بین مبادلات پیچیده‌تر یا بلندمدت و مبادلات اتفاقی

1. Formal Contracts

2. Informal, Implicit Contracts

[یکباره] تمییز قائل شویم. به‌ویژه در مورد اول [مبادلات پیچیده] طرف‌های مبادله درمی‌یابند که برای تهیه قرارداد باید هزینه‌های مبادله به آنان تحمیل شود. علاوه بر این، مشکلات پیش‌بینی شده - که شامل عدم اطمینان و رفتار فرصت‌طلبانه است - باید تا حد امکان مورد بررسی قرار گیرند: میزان پرداختن به این مشکلات نمایانگر میزان تکامل آن قرارداد است.

در یک دنیای آرمانی که گروه‌ها کاملاً عقلایی رفتاری می‌کنند و کاملاً آگاه هستند، افراد می‌توانند حقوق مالکیت را منتقل و توافقات خود را در قراردادهای کامل^۱ ثبت کنند. این روش نشان می‌دهد که هرگونه توافقی را می‌توان بدون هزینه مورد نظارت و ضمانت قرار داد. در یک بازار کامل، اطلاعات کامل و رقابت، همه طرف‌ها را مجبور به رعایت تعهدات قراردادی خود می‌کنند. با این حال، افراد در عمل، به دلیل اطلاعات ناقص و عقلانیت محدود (صلاحیت شناختی محدود) ناگزیر به عقد قرارداد ناقص^۲ می‌شوند، زیرا مشخص کردن همه شروط کار بسیار پرهزینه‌ای است. البته به محض آنکه طرف‌های مبادله به اندازه کافی اطمینان حاصل کنند که توافقات با لطف وجود نهادهای متنوع موجود - اعم از رسمی و غیررسمی - رعایت می‌شوند، فوراً به عقد قرارداد اقدام می‌کنند.

قراردادها به شکل‌های مختلف تنظیم می‌شوند و می‌توانند در انواع مبادلات - در بازار و نیز درون سازمان‌ها - به کار روند. قراردادها را می‌توان فقط بین دو نفر (فروشنده و خریدار) و علاوه بر آن بین گروه‌هایی از مردم (قراردادهای شغلی فردی و گروهی) به کار گرفت. همچنین قراردادها را می‌توان برای مبادلات تکرارشونده یا غیرتکرارشونده به کار برد.

باید بین یک قرارداد «یکباره، هم‌زمان (مبادله تک‌دفعه‌ای)»^۳ و یک قرارداد غیرهم‌زمان^۴ تفاوت قائل شویم. اولی مشتمل بر مبادله فوری حقوق مالکیت است و به این دلیل همه طرف‌ها با یک قرارداد (نانوشته) کار را پیش می‌برند و رابطه آنها بلافاصله ختم می‌شود. البته این وضعیت به آن معنا نیست که هیچ‌گونه پیچیدگی وجود ندارد. مثلاً شاید مبادله (تک‌دفعه‌ای) شامل قول‌های آینده از قبیل ضمانت تعویض محصول فروخته شده باشد یا

-
1. Complete Contracts
 2. Incomplete Contracting
 3. One-off, Simultaneous Contract (Spot Transaction)
 4. Nonsimultaneous Contract

شاید محصول کیفیت مطلوب و ضمانت تعویض نداشته باشد که در این حالت فروشنده به درستی انتظارات (ناگفته) خریدار را رعایت نکرده و رفاه را کاهش داده است. در فصل پنجم مثال معروف «بازار بنجل‌ها» را بررسی خواهیم کرد. رفاه در این حالت می‌تواند به شکل رسمی مثلاً با قوانین مسئولیت ارتقا پیدا کند که در ادامه به آن خواهیم پرداخت. سایر راه‌حل‌ها در مثال «بنجل‌ها» را در فصل پنجم آورده‌ایم که مربوط به یافتن راه‌حل‌های این مشکل توسط طرف‌های خصوصی است. در فصل هشتم به تفصیل روش‌هایی را بررسی می‌کنیم که در آنها حکومت می‌تواند این مشکل را رفع کند.

قراردادهای غیرهم‌زمان پیچیده‌ترند زیرا توافق فقط در موعد تصریح شده زمانی (در آینده) کامل می‌شود؛ از این رو مخاطرات عدم رعایت تعهدات زیاد می‌شوند و به این دلیل مکتوب کردن مفاد توافق‌ها ضروری است.

بسیاری از نظریه‌های مختلف قراردادها را می‌توان در نوشته‌های اقتصادی از هم تمییز داد. مثلاً فوربوتن و ریشر (۱۹۹۸) این موضوع را به دقت بررسی کرده‌اند. ما بررسی خود را به تمایزی محدود می‌کنیم که آن دو نفر بین نظریه عاملیت و نظریه قرارداد ضمنی قائل می‌شوند. اولین نوع از نظریه قراردادها به قراردادهای رسمی می‌پردازد که در زمره موافقت‌های تضمین‌پذیر از لحاظ حقوقی^۱ قرار می‌گیرد. دومین نوع نیز به قراردادهای خودتضمین^۲ مربوط است.

۱-۲-۳ نظریه عاملیت

قراردادها را در اصل می‌توان به مثابه ضرورت حصول اطمینان طرف‌های مبادله برای بیمه شدن در برابر مخاطرات دانست. بنابراین قراردادها حاصل میزان خطرگریزی (یا بی‌تفاوتی نسبت به خطر) در طرف‌های مبادله هستند. اصطلاح خطرگریزی به معنای آن است که هر فرد، موقعیت ایمن را به موقعیت غیرایمن ترجیح می‌دهد، حتی اگر پیامد غیرایمن، همان ارزش (پولی) انتظاری را ایجاد کند که پیامد ایمن ایجاد می‌کند. بی‌تفاوتی نسبت به خطر نشان می‌دهد که برای شخص، پیامد مطمئن و نامطمئن باهم فرق ندارد

1. Legally Enforceable Agreements

2. Self-enforcing

(بازهم به شرط آنکه ارزش پولی آنها باهم برابر باشد). یک مثال ساده کادر ۳-۴ می‌تواند این مفاهیم را بهتر معلوم کند.

کادر ۳-۴ خطرگریزی

پیامدی نامطمئن را (که در این حالت بخت‌آزمایی^۱ است، ولی می‌تواند هر پیشامد پرمخاطره دیگری نیز باشد) در نظر بگیرید؛ فردی به احتمال ۰/۲۵ یک جایزه ۴۰ دلاری و به احتمال ۰/۷۵ هیچ جایزه‌ای نمی‌برد. اگر این فرد نسبت به خطر بی‌تفاوت باشد، بین اقدام به بخت‌آزمایی و دریافت نقدی ۱۰ دلاری تفاوتی قائل نمی‌شود؛ به عبارتی هر دوی این حالات برای او مطلوبیتی یکسان ایجاد می‌کنند. اما اگر این فرد خطرگریز باشد، حتماً به جای شرکت در بخت‌آزمایی، مبلغ ثابت ۱۰ دلاری را انتخاب می‌کند. البته این موضوع نشان می‌دهد که فرد خطرگریز حتماً مبلغی کمتر از ۱۰ دلار (مثلاً ۹ دلار) را نیز به شرکت در بخت‌آزمایی ترجیح می‌دهد. به عبارتی دریافت مقدار نقدی بین ۹ تا ۱۰ دلار، مطلوبیتی بیش از شرکت در بخت‌آزمایی برای فرد خطرگریز ایجاد می‌کند.

حال فرض کنید فرد خطرگریز به احتمال ۰/۷۵ هیچ مبلغی دریافت نکرده و به احتمال ۰/۲۵ معادل ۴۰ دلار دریافت می‌کند. می‌توان یک قرارداد بهبوددهنده رفاه به این شرح تنظیم کرد. فرد بی‌تفاوت نسبت به خطر، فرد خطرگریز را «بیمه می‌کند» تا در بخت‌آزمایی شرکت و ۹/۵ دلار دریافت کند. چون فرد خطرگریز ۹/۵ دلار را به بخت‌آزمایی ترجیح می‌دهد و فرد خنثی نسبت به خطر مایل به پرداخت ۹/۵ دلار است، چراکه آمادگی پرداخت ۱۰ دلار را نیز دارد، پس هر دو نفر منتفع و رفاه آنان زیاد می‌شود.

پیامدهای (اقتصادی) پرخطر بسیاری وجود دارد که آنها را می‌توان مشابه بخت‌آزمایی تلقی کرد؛ مثلاً کارگران در مشاغلی با خطر معلولیت (و در نتیجه از دست دادن درآمد دائمی) یا در معرض راهزنی یا آتش‌سوزی را در نظر بگیرید. فرد خطرگریز در همه این موارد می‌تواند به دنبال یک شخص خنثی نسبت به خطر (یا کمتر خطرگریز) یا یک سازمان باشد تا آن مخاطره را «خریداری کند». شرکت‌های بیمه مثال‌های خوبی از این وضعیت هستند.

فقط قراردادهای بین شرکت‌های بیمه و بیمه‌شدگان نیستند که این تخصیص (بهینه) مخاطرات در آنها دیده می‌شود. همه قراردادهای اقتصادی مشخصه‌های مشابهی دارند. مثلاً یک قرارداد کار معمولاً شامل موافقت‌نامه‌ای بین یک کارفرما و یک مستخدم

است که در آن دومی عموماً خطرگریزتر است و یک دستمزد ثابت و نسبتاً کم را به دستمزدی ترجیح می‌دهد که در نتیجه چرخه‌های کسب‌وکار، کم‌وزیاد شود. از طرفی مشتریان یک رستوران یا سینما ترجیح می‌دهند یک قیمت ثابت و معلوم برای غذا یا تماشای فیلم بپردازند، نه قیمتی متغیر که تحت تأثیر تعداد مشتریان متقاضی خرید آن محصول (قیمت ناشی از توازن عرضه و تقاضا در هر زمان) باشد.

هرچند این قرارداد «بیمه»، یک مبنای محکم برای موافقت‌نامه ارتقای رفاه است که می‌تواند وضع همه طرف‌های درگیر را بهتر کند، اما هنوز احتمال دارد که چون همه طرف‌ها از اطلاعات مشابه برخوردارند، وسوسه شوند که از این عدم تقارن اطلاعات سوءاستفاده کنند. نظریه عاملیت با موضوع چگونگی گنجاندن حقوق مالکیت در یک قرارداد سروکار دارد تا به این ترتیب از رفتار فرصت‌طلبانه پیشگیری و همان‌طور که خواهیم دید، نتیجه‌ای کارآمد حاصل شود.

مهم‌ترین نهادهای رسمی که به‌مثابه تضمین‌های اطمینان‌بخش در برابر نقص قرارداد عمل می‌کنند، برخاسته از قانون قراردادهای هر کشورند. در یک نظام حقوقی پیشرفته، نااطمینانی‌های متعددی وجود دارد که پس از عقد یک قرارداد ناکامل باید با آنها دست‌وپنجه نرم کرد. اول آنکه تنبیه‌های حقوقی را می‌توان به‌نحوی تنظیم کرد که به‌مثابه بازدارنده‌های مؤثر عمل کنند. دوم اینکه حتی اگر یک قرارداد نقض شود، مردم می‌توانند برای تضمین اجرای آن یا دریافت خسارت به دادگاه متوسل شوند. باین‌حال نظارت بر اجرای قرارداد و نیز رفتن به دادگاه، هر دو پرهزینه‌اند و به همین دلیل است که طرف‌های قرارداد معمولاً سعی می‌کنند انگیزه‌ها و جریمه‌های دیگری نیز در نظر بگیرند که هر دو طرف را از نقض قرارداد بازدارد.

در نظریه عاملیت، باید بین طرفی که وظیفه‌ای را واگذار و بخشی از قدرت تصمیم‌گیری را تفویض می‌کند و طرفی که مسئولیت اجرای وظیفه را در کنار توانایی اخذ برخی تصمیم‌ها برعهده می‌گیرد (یعنی از قدرت صلاح‌دید^۱ برخوردار می‌شود) فرق قائل شد. گروهی که وظیفه را محول می‌کند، کارفرما^۲ و گروهی که وظیفه را

1. Discretionary Power

2. Principle

می‌پذیرد، کارگزار^۱ [عامل] نامیده می‌شود. به همین دلیل است که اصطلاحات نظریه عاملیت^۲ و نظریه کارفرما - کارگزار^۳ به جای هم به کار می‌روند.

رابطه کارفرما - کارگزار (در این مورد، اقدام به تفویض اختیار) فقط وقتی به معضل کارفرما - کارگزار تبدیل می‌شود که دو شرط برقرار باشد:

۱. کارفرما و کارگزار، منافع متضاد یا متفاوت داشته باشند. کارفرما می‌خواهد رفاه خود را حداکثر کند، پس کارگزار باید حداکثر تلاش خود را مبذول دارد، ولی شاید چنین نکند (مثلاً ممکن است از کارها شانه خالی کند).

۲. اطلاعات ناقص وجود داشته باشد. یکی از گروه‌ها - معمولاً کارفرما - از توانایی‌های گروه دیگر (معمولاً کارگزار)، به شکل ناقص اطلاع دارد و قبل از عقد قرارداد از مشخصات پنهان یا اطلاعات پنهان گروه دیگر خبر ندارد یا نمی‌داند که کارگزار پس از امضای قرارداد چه خواهد کرد (اقدامات پنهان یا تصمیمات پنهان). بنابراین یکی از گروه‌ها از مزیت اطلاعاتی برخوردار است.

وقتی هر دو شرط فوق برقرار باشد، فرصت‌طلبی پیش از وقوع یا پس از وقوع پیش می‌آید (Milgrom and Roberts, 1992). از طرفی ممکن است یکی از طرف‌ها برخی حقایق (مثلاً قابلیت‌های واقعی خود برای عمل به مسئولیت‌هایش) را پنهان کند، بدون آنکه طرف دیگر قبل از امضای قرارداد به آن پی ببرد. این کمبود اطلاعات در زمان قبل از امضای قرارداد (پیش از وقوع) ممکن است به کژگزینی^۴ منجر شود. همچنین ممکن است یکی از طرف‌ها پس از عقد قرارداد، آنچه را که از او انتظار داشته‌اند، انجام ندهد بدون آنکه طرف دیگر به آن پی ببرد. این رفتار را مخاطره اخلاقی می‌نامیم که در ادامه شرح خواهیم داد.

1. Agent

2. Agency Theory

3. Principle-agent Theory

۴. اصطلاح کژگزینی را برای عبارت Adverse Selection به کار برده‌ایم. گویا چند سال است که معادل «انتخاب معکوس» را برای این عبارت به کار می‌برند، ولی انتخاب معکوس به چند دلیل واژه مناسبی نیست. به عنوان مثال، اولاً، لغت Adverse اصلاً به معنای معکوس نیست، ثانیاً، لغت معکوس بیشتر به معنای وارونه - آن هم برای مصادیق کمی و مادی - است و ... به این دلیل بهتر است که از معادل «انتخاب نامطلوب» یا «کژگزینی» استفاده شود که دومی موجزتر و زیباتر به نظر می‌رسد - م.

۳-۲-۱-۱ کژگزینی

یکی از مشکلات اصلی شرکت‌های بیمه در زمان صدور بیمه‌نامه، فرق گذاشتن بین افرادی است که مخاطرات آنها متفاوت است (مثلاً بین فردی که بسیار در دادگاه دعوی طرح می‌کند و فردی که به‌ندرت به دادگاه می‌رود). مثال زیر نشان می‌دهد که چرا این موضوع در دسرساز می‌شود.

فرض کنید یک شرکت بیمه می‌خواهد کار در حوزه بیمه خودرو را آغاز کند؛ این شرکت باید ابتدا میزان نرخ بیمه را برای مشتریان آینده‌اش تعیین کند. اگر هیچ اطلاعاتی درباره مشتریان وجود نداشته باشد، می‌توان برحسب آمارهای فعلی، یک حق بیمه مشخص - مثلاً ۲۰۰۰ دلار در سال - برای هر شخص تعیین کرد. چون این آمارها برای همه مردم است (برای افراد پرتصادف و کم‌تصادف) رانندگانی که به‌ندرت تصادف می‌کنند، این حق بیمه را خیلی زیاد دانسته، به خرید آن اقدام نمی‌کنند؛ درحالی‌که افراد پرتصادف برای عقد قرارداد هجوم می‌آورند، زیرا چنین حق بیمه‌ای برای آنان اندک است. بنابراین شرکت بیمه در واقع مخاطره میانگین را پوشش نمی‌دهد، بلکه میزانی بیش از آن را می‌پذیرد.

به این دلیل شرکت بیمه متضرر می‌شود و تصمیم می‌گیرد که حق بیمه را در سال بعد افزایش دهد و این کار بازهم مشتریان کم‌تصادف را گریزان خواهد کرد. مثال عددی را در کادر ۳-۵ ببینید.

کادر ۳-۵ کژگزینی در بازار بیمه

فرض کنید سه فرد خطرگریز (الف، ب و ج) هستند که هرکدام با احتمال‌های مختلف، موجب خسارت‌های ۳۰۰۰ دلاری می‌شوند: الف با احتمال $\frac{1}{6}$ ، ب با احتمال $\frac{2}{6}$ و ج با احتمال $\frac{3}{6}$. بنابراین متوسط خسارت‌ها همان ۳۰۰۰ دلار است.

از سویی یک شرکت بیمه می‌خواهد حق بیمه ۱۰۵۰ دلاری پیشنهاد دهد تا در صورت خرید بیمه توسط آن سه نفر، ۳۱۵۰ دلار نصیب خود سازد که برای پوشش خسارت ۳۰۰۰ دلاری و هزینه‌هایش کافی است. چون الف انتظار دارد ۵۰۰ دلار خسارت ببیند، به دلیل خطرگریزی مایل

است اندکی بیش از ۵۰۰ دلار بپردازد تا بیمه شود (کادر ۳-۴ را مطالعه کنید). فرض کنید او حاضر است ۶۰۰ دلار بپردازد، پس واضح است که بیمه را نخواهد خرید. به این ترتیب فقط ب و ج بیمه را خواهند خرید. ب حاضر به پرداخت اندکی بیشتر از خسارت‌های انتظاری - یعنی ۱۰۰۰ دلار - است، و ج اندکی بیش از خسارت مورد انتظار خود یعنی ۱۵۰۰ دلار را پرداخت خواهد کرد. پس شرکت بیمه در نهایت ۲۱۰۰ دلار دریافت می‌کند، در حالی که خسارت‌های احتمالی او به ۲۵۰۰ دلار می‌رسد. اگر شرکت سعی کند حق بیمه را در ۳۱۰۰ دلار تنظیم کند تا خسارت‌ها را پوشش دهد، ب دیگر مایل به خرید بیمه نخواهد بود (با فرض آنکه خطرگریزی او طوری است که بیمه را فقط تا سقف ۱۲۰۰ دلار خریداری خواهد کرد). در این صورت شرکت بیمه فقط ج را در قیمتی اندکی بیش از ۱۵۰۰ دلار بیمه خواهد کرد. چنین سازوکاری مشتمل بر زیان ثروت است. ترجیح هر دوی الف و ب به دلیل خطرگریزی بیمه شدن است، اما نمی‌توانند بر مبنای خطر متوسط خود چنین بیمه‌ای به دست آورند. اگر شرکت بیمه می‌توانست بین انواع مختلف مخاطرات تمییز قائل شود، سه مبلغ حق بیمه ارائه می‌کرد و رفاه همه را افزایش می‌داد. همچنین اگر فرض کنید که ج نتواند حق بیمه ۱۵۰۰ دلاری را بپردازد، اصلاً بیمه‌گذاری اتفاق نخواهد افتاد.

همان‌طور که در کادر ۳-۵ دیدید، کژگزینی مشکلاتی پدید می‌آورد که شاید به کاهش رفاه منجر شود. خوشبختانه شرکت‌های بیمه می‌توانند از رخداد این معضل جلوگیری کنند. آنان حتی اگر مشتریان آینده خود را نشناسند، چند ابزار برای تمییز دادن مشتریان پرمخاطره از کم‌مخاطره برای ایشان وجود دارد. مثلاً آنان می‌توانند بر حسب اطلاعات کلی از قبیل سن و جنسیت، افرادی را که احتمالاً به دادگاه‌ها رجوع می‌کنند، شناسایی کنند. آمارها (در کل جهان) نشان می‌دهد که به‌طور متوسط، جوانان (و به‌ویژه مردان) بیشتر دچار سانحه می‌شوند، در حالی که افراد مسن‌تر، هزینه‌های درمانی بیشتری دارند.

به این ترتیب می‌توان بین مشتریان فرق گذاشت و به ایشان حق بیمه‌های مختلف پیشنهاد کرد. راه دیگر آن است که حداقل دو نوع بسته پیشنهاد شود؛ یکی شامل یک حق بیمه نسبتاً اندک، اما با سهم خطر شخصی بسیار زیاد و دیگری با حق بیمه نسبتاً زیاد، اما با سهم خطر اندک برای شخص بیمه شده. اصطلاح «سهم خطر شخصی»^۱ به

«مخاطره مازاد»^۱ نیز معروف است و نشان می‌دهد که مثلاً فقط ۱۰۰ دلار از هر خسارت توسط شرکت بیمه پرداخت می‌شود. همچنین طبق انتظار، افراد کم‌مخاطره از مسیر یک فرایند خودانتخابی،^۲ بسته اول را انتخاب می‌کنند و افراد پرمخاطره به بسته دوم روی خواهند آورد.

در نهایت ممکن است اقدامات مذکور برای ترغیب شرکت‌های بیمه به ارائه بیمه‌هایی که در حد استطاعت افراد باشد، کفایت نکند. در چنین حالتی می‌توان راه‌حلی یافت که بیمه را اجباری کند. یکی از مصادیق این بیمه را می‌توان در هلند پیدا کرد که حکومت، یک نظام مراقبت‌های درمانی به راه انداخته و در آن هر شهروند مجبور است بیمه پایه درمان را بپردازد و شرکت‌های بیمه نیز نمی‌توانند از پذیرش مراجعان امتناع کنند. اگر شرکت‌ها به دلیل این الزام ضرر کنند، از یک صندوق ویژه به آنان خسارت پرداخت می‌شود. مثال‌های معضل کارفرما - کارگزار به شکل کژگزینی فقط در بازار بیمه مشاهده نمی‌شود، بلکه در هر بازاری که مبادله یک محصول در آن با اطلاعات نامتقارن درباره دسته‌های کم‌مخاطره و پرمخاطره همراه باشد یا اطلاعات کیفیت محصول در آن نامتقارن باشد، وجود دارند.

مشکل تفاوت‌های کیفی محصول - که مصرف‌کنندگان از آن خبر ندارند - مشابه مشکل بیمه است (که در فصل پنجم آن را نشان خواهیم داد) و فقط محصولات نامرغوب در بازار عرضه خواهند شد. این معضل می‌تواند با یک نظام مسئولیت حل شود. فرض کنید یک مشتری در مورد خرید محصولی فکر می‌کند که شاید معیوب باشد ولی نمی‌توان قبل از خریدن عیب آن را تشخیص داد. اگر او بعداً عیب را بشناسد و به دادگاه برود، احتمالاً دادگاه حکم می‌کند که فروشنده به دلیل معیوب بودن کالا به او خسارت بپردازد؛ به عبارتی فروشنده مسئول خسارت‌هایی است که به مشتری تحمیل کرده است. تا وقتی میزان پرداخت خسارت، بیش از هزینه بهبود کیفیت آن محصول باشد او از همان ابتدای کار انگیزه تحویل محصول سالم را پیدا می‌کند. به این ترتیب نظام مسئولیت می‌تواند کارکرد بازارها را بهتر کند.

1. Excess Risk
2. Self-selection

با این حال اگر عرضه‌کننده مسئول نباشد، خسارت بر دوش مشتری قرار می‌گیرد. در نتیجه دو پیامد روی می‌دهد: یکی آنکه مشتری پس از آن خسارت‌های کالا را بخشی از قیمت آن محسوب و به این دلیل حتی مقدار کمتری از کالای مرغوب خریداری می‌کند. دوم آنکه چون فروشنده نمی‌تواند کیفیت محصولات خود را به درستی اثبات کند، انگیزه‌ای برای ارائه محصولات مرغوب نخواهد داشت. در این حالت، یک نتیجه غیربهبینه اتفاق خواهد افتاد. البته قانون تعیین می‌کند که چه کسی پاسخ‌گوست. در این مثال آشکار است که بهترین راه اصلاح پیامدهای بازار از راه واگذاری مسئولیت به فروشندگان است. اگر این قاعده رسمی در کار نباشد، آنگاه (در صورت قصور) مصرف‌کنندگان مسئول خواهند بود.

۲-۱-۲-۳ مخاطره اخلاقی

تا اینجا مشکلات ناشی از چشم‌انداز پیش از وقوع را شرح دادیم. حال به مشکلات پس از وقوع می‌پردازیم. پس از آنکه یک قرارداد امضا شد و قدرت تصمیم‌گیری تا حدی مشخص از کارفرما به کارگزار تفویض شد، کارگزار می‌تواند از اینکه اطلاعات او درباره فعالیت‌ها و اقدامات، بیشتر از کارگزار است، منتفع شود. احتمال دارد کارگزار بخواهد رفاه خود را به جای کارفرما حداکثر سازد. چون امکان دارد اقدامات کارگزار مغفول واقع شود، او احتمالاً از تنبیه در امان می‌ماند. این‌گونه رفتار فرصت‌طلبانه را با اصطلاح «مخاطره اخلاقی» می‌شناسند.

بسیاری از روابط کارفرما - کارگزار وجود دارد که در زندگی واقعی احتمالاً به مشکلات مخاطره اخلاقی ختم می‌شود. یکی از این موارد که در کسب‌وکار روزانه به کرات رخ می‌دهد، بین یک کارفرما و کارکنان او اتفاق می‌افتد. در یک سازمان بزرگ، کارفرما نمی‌تواند بر همه چیز نظارت کند و بداند که زیردست وی چه می‌کند و چه نمی‌کند. به‌ویژه وقتی پای یک گروه در میان باشد، میزان تلاش هر فرد ممکن است به چشم نیاید و این وضعیت به شانه خالی کردن‌ها منجر شود؛ زیرا ممکن است کارگزار گمان کند که در هر حال اخراج نخواهد شد.

اما مثال‌های بیشتری از روابط کارفرما - کارگزار است که به شرکت‌ها محدود نمی‌شود. در بازار هر فرد یا هر بنگاه می‌تواند با هر گروه دیگر قرارداد بسته و کاری را به

او بسپارد تا به بهترین نحو انجام دهد. مثلاً موکلی را در نظر بگیرید که یک وکیل را استخدام می‌کند یا بیماری که می‌خواهد توسط یک پزشک درمان شود. مشکلات عاملیتی در این موارد نیز محتمل هستند، زیرا موکل غالباً نمی‌داند آیا وکیل او واقعاً زمانی را که ادعا می‌کند، صرف کرده است یا خیر؛ همچنین بیمار نمی‌داند که آیا پزشک برای او بهترین و درعین حال ارزان‌ترین دارو را تجویز کرده یا نه. در بخش سوم از این کتاب با مثال‌ها و کاربردهای بیشتری در این حوزه آشنا خواهید شد.

مثال‌هایی را می‌توان در بخش عمومی پیدا کرد: از شهروندی که به سیاست‌مداری رأی می‌دهد و امیدوار است که نماینده منتخب او به وعده‌های انتخابانی خود عمل کند؛ تا نمایندگان مجلس که قوانینی را تصویب می‌کنند و امیدوارند که وزرای دولت آنها را اجرا کنند و نیز خود وزیر که برای تضمین اجرای قانون به کارمندان خود وابسته است. این موضوع را در بخش چهارم این کتاب به تفصیل شرح خواهیم داد.

در همه این موارد، خطر رفتار فرصت‌طلبانه کارگزاران وجود دارد که به کاهش کارایی منجر شده و باید با انواع مختلف نهادها از آن جلوگیری شود. چون کارفرمایان اغلب از همه اطلاعات طرف‌های معامله خود آگاه نیستند، این خطر وجود دارد که پس از امضای قرارداد رفتارهای کارگزار عوض شود. ممکن است مخاطره اخلاقی به محض آنکه اطلاعات یک طرف بیش از اطلاعات طرف دیگر شد، آغاز گردد و از شرایط موجود سوءاستفاده شود.

اصطلاح مخاطره اخلاقی از صنعت بیمه آغاز شد و در آنجا بسیار شایع است. فرصت‌طلبی پس از قرارداد به شکل‌های مختلف بروز می‌کند، ممکن است بیمه‌شدگان وسوسه شوند تا نسبت به وقتی که بیمه نباشند، خسارت‌های بیش از آنچه که بیمه شده‌اند ادعا کنند (که اغلب چنین است). مثلاً اگر یک نفر در برابر پرداخت دستمزد پزشکان بیمه شده باشد، ممکن است دفعات مراجعه او به پزشک بیشتر از مواقعی باشد که بیمه نبوده است. همچنین امکان دارد بیمه‌شدگان بی‌احتیاطی کنند و مخاطره ایشان و در نتیجه ادعای خسارت آنان افزایش یابد. مخاطره اخلاقی نه تنها برای شرکت‌های بیمه - که باید خسارت‌ها را پرداخته و به استخدام وکلا بپردازند تا ثابت کنند که مشتریان با بی‌احتیاطی عمل کرده‌اند - بلکه در نهایت برای کل جامعه زیان‌بار است، زیرا به افزایش حق بیمه‌ها منجر می‌شود (مثال عددی در کادر ۳-۶ را ببینید).

کادر ۶-۳ مخاطره اخلاقی در بازار بیمه

فرض کنید یک شرکت بیمه و دو شخص خطرگریز (د و ه) وجود دارند که احتمال خسارت ۳۰۰۰ دلاری برای هر کدام $\frac{1}{6}$ است. پس متوسط خسارت ۱۰۰۰ دلار (۵۰۰ دلار برای هر فرد) است. حق بیمه ۵۵۰ دلاری برای پوشش خسارت‌ها - شامل هزینه‌ها و سود شرکت بیمه - کافی خواهد بود. چون (د) و (ه) خطرگریز هستند می‌توان فرض کرد که حاضرند ۵۵۰ دلار بپردازند. ممکن است آنان پس از بیمه شدن خسارت‌های بیشتری به بار آورند، بیش از ۳۰۰۰ دلار مطالبه کنند یا بی‌احتیاط شوند، به طوری که علاوه بر ادعای خسارت‌های بیشتر، احتمال خسارت ایشان نیز افزایش یابد. مثلاً احتمال دارد (د) و (ه) خسارت ۳۶۰۰ دلاری به بار آورند و احتمال خسارت هر کدام به $\frac{2}{6}$ برسد. پس شرکت بیمه با خسارت انتظاری ۲۴۰۰ دلار روبه‌رو خواهد بود. با وضع حق بیمه اندکی بیشتر از ۱۲۰۰ دلار، د و ه که می‌توانند در خسارت ۵۰۰ دلار بازم افراد محتاطی باشند، دیگر به خرید بیمه اقدام نخواهند کرد.

در زندگی روزمره مثال‌های بی‌شماری از مخاطره اخلاقی وجود دارد. از مردم بعید نیست به دروغ ادعا کنند که در زمان تعطیلات، اشیای قیمتی ایشان سرقت شده است. شاید هم آنان واقعاً آن کالاها را از دست داده، ولی به‌اندازه کافی احتیاط نکرده‌اند. به همین ترتیب شاید وقتی بیمه خدمات درمان برقرار باشد، برخی از مردم بیش از اندازه به پزشک مراجعه کنند. بیمه‌گر نمی‌تواند این رفتار فرصت‌طلبانه را ببیند، ولی می‌تواند با ساختن ابزارهای نهادی - از قبیل «سهم خطر شخصی» که قبلاً درباره‌اش گفتیم - از احتمال آن رفتارها بکاهد. همچنین او می‌تواند نظامی برقرار کند که در آن اگر بیمه‌گذاران در سال قبل خسارتی دریافت نکرده باشند، حق بیمه آنان در سال جاری کاهش یابد. خسارت‌های کارایی که ناشی از رفتار مخاطره اخلاقی‌اند، با اصطلاح «هزینه‌های عاملیت»^۱ بهتر درک می‌شوند. هزینه‌های عاملیت سه دسته‌اند: ۱. مخارج نظارت،^۲ ۲. مخارج ضمانت^۳ و ۳. زیان باقی‌مانده (Jensen and Meckling, 1976: 308).

1. Agency Costs
2. Monitoring Expenditures
3. Bonding Mechanisms

۱. **مخارج نظارت:** با توجه به واگرایی احتمالی منافع، کارفرما سعی می‌کند کارگزار را با برقراری انگیزه‌های مناسب و با تقبل کردن هزینه‌های نظارت به روال مطلوب هدایت کند. ابزارهای متعددی هست که می‌توان با آنها رفتار کارگزاران را مشاهده کرد. این ابزارها سوءرفتار کارگزار را با توسل به نظارت‌های سخت‌گیرانه و تنبیه‌های مناسب (انگیزه‌های بازدارنده) - مانند اخراج یا تنزل مقام - کاهش می‌دهد یا او را با تمهیداتی مانند پاداش شایستگی، ارتقای شغلی یا حتی حالت‌های بدنی ستایش‌آمیز (انگیزه‌های تشویقی) به رفتارهای مورد نظر سوق می‌دهد. بررسی مفصل‌تر درباره سازوکارهای انضباطی^۱ را می‌توان در فصل ششم مطالعه کرد.

۲. **مخارج ضمانت:** گاهی کارگزار مبالغی خرج می‌کند (هزینه‌های ضمانت یا التزام) تا به کارفرما نشان دهد که در خدمت منافع او کار می‌کند. کارفرما اگر بداند در صورت پایان یافتن قرارداد، باید هزینه‌های بیشتری پرداخت کند، هزینه‌های ضمانت را پرداخت خواهد کرد؛ مثلاً وقتی کارگزار به سرمایه‌گذاری‌های ویژه آن مبادله^۲ پرداخته باشد. (در ادامه به این موضوع می‌پردازیم).

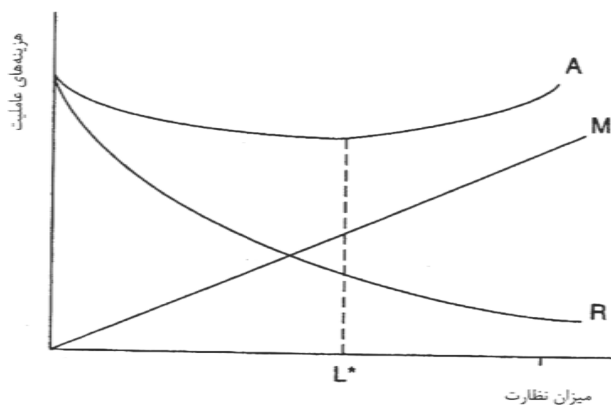
هزینه‌های نظارت و هزینه‌های ضمانت در اصل دو روی یک سکه‌اند: اگر کارگزار بتواند به درستی نشان دهد که می‌توان به او اعتماد کرد، ممکن است کارفرما نیاز شدید به نظارت سخت‌گیرانه بر رفتار او نداشته باشد. اما اگر کارگزار برای متقاعد کردن کارفرما نسبت به حسن نیت خود چندان تلاش نکند، شاید کارفرما گمان کند که باید میزان نظارت را افزایش دهد. به این ترتیب افزایش هزینه‌های ضمانت با کاهش هزینه‌های نظارت همراه خواهد بود و برعکس.

۳. **زیان باقی‌مانده:** این مبلغ همان ارزش پولی کاهش رفاه کارفرماست که اگر میزان بهینه نظارت و ضمانت برقرار باشد، بازهم پابرجا می‌ماند.

شکل ۱-۳ نشان می‌دهد که کل هزینه‌های عاملیت برابر با مجموع هزینه‌های نظارت، هزینه‌های ضمانت و زیان باقی‌مانده است. برای آسان شدن بررسی‌ها، هزینه‌های ضمانت و زیان باقی‌مانده را در یک منحنی نشان داده‌ایم. در این شکل فرض شده است

1. Disciplinary Mechanisms
2. Transaction-specific Investments

که با افزایش نظارت، هزینه‌های ضمانت و زیان باقی‌مانده (هزینه‌های تصمیم‌گیری‌های کمتر از بهینه کارگزار) کاهش خواهد یافت.



توضیح: A: کل هزینه‌های عاملیت؛ M: هزینه‌های نظارت و R: برابری زیان باقی‌مانده و هزینه‌های ضمانت است.

شکل ۳-۱ هزینه‌های عاملیت

در شکل ۳-۱ هزینه‌های عاملیت را در صورتی می‌توان به حداقل رساند که کارفرما مقدار نظارت L^* را اعلام کند. می‌توان دید که میزان بهینه نظارت با صفر شدن هزینه‌های عاملیت منطبق نیست و به‌ویژه در سازمان‌های بزرگ ممکن است نظارت چنان زیاد باشد که زیان باقی‌مانده بازهم برقرار باشد.

در نظریه عاملیت - که گفته شد - انگیزه‌های اصلی طرف‌های مبادله برای عقد قرارداد در چانه‌زنی‌ها، وضع پاداش‌ها و جریمه‌هاست. قراردادهای رسمی را در صورت لزوم می‌توان از ضمانت اجرا برخوردار کرد. باین‌حال همه قراردادهای رسمی نمی‌توانند از پشتیبانی قانون برخوردار شوند. ممکن است نظام قضایی یا دادگاه‌ها ناکارآمد باشند و به دلیل فقدان اطلاعات کامل درباره رعایت مفاد قرارداد توسط طرف‌های درگیر، نتوانند قضاوت صحیحی انجام دهند. هرچه قراردادهای ناقص‌تر باشند، برای غیرخودی‌ها (غیر از طرف‌های قرارداد) دشوارتر می‌شود که بفهمند مفاد آنها تا چه حد نقض شده است. این

واقعیت توجه ما را به قراردادهای ضمنی جلب می‌کند که در ادامه به آنها خواهیم پرداخت. البته از ابتدای بحث باید بگوییم که بین قراردادهای عوامل (به شرح گفته شده) و قراردادهای ضمنی که حال به آن خواهیم پرداخت، هم‌پوشانی مشخصی وجود دارد زیرا روابط عاملیتی نیز ممکن است مشخصه‌هایی از نوع قرارداد ضمنی داشته باشند.

۳-۲-۲ نظریه قرارداد ضمنی

اگر طرف‌ها بخواهند مبادله را حتی در صورت وقوف به دشواری‌های ضمانت اجرای قرارداد انجام دهند، هنوز هم چند روش برای حصول توافق وجود دارد. ممکن است بتوان یک موافقت‌نامه خودتضمین^۱ طراحی کرد که عوامل از آن پیروی می‌کنند، زیرا به نفع همه آنهاست. چنین موافقت‌نامه‌ای به شدت به آن سازوکارهای خودتضمین و خودنظارتی^۲ که در فصل اول گفته شد، شباهت دارد و در واقع نهادی غیررسمی است که از لحاظ قانونی تضمین شده نیست و به دلیل هنجارهای رفتار درونی شده، نهادهای نانوشته یا سایر قواعد خصوصی تعبیه شده توسط یک گروه اجتماعی خاص به شکل داوطلبانه رعایت می‌شود، زیرا منافع پایبندی به آن بیشتر از زیان‌های (غالباً ضمنی) نقض مفاد آن است. به عبارتی آن قرارداد طوری طراحی شده تا نقض آن چنان هزینه‌های گزافی بر خاکی تحمیل کند که او را از این کار بازدارد (See Rosen, 1985).

۳-۲-۲-۱ سازوکارهای خودتضمینی و خودنظارتی

در نوشته‌های این حوزه، اصطلاحات قراردادهای ضمنی و موافقت‌های خودتضمین اغلب به یک معنا به کار می‌روند. چند سازوکار خودتضمین و خودنظارتی وجود دارد که به اختصار به مهم‌ترین آنها اشاره خواهیم کرد. در بخش سوم این مطالب را مفصل‌تر شرح می‌دهیم:

۱. **بیم از زوال حسن شهرت:**^۳ ترس از زوال حسن شهرت در کسب‌وکار روزمره بسیار شایع است: دیگران می‌فهمند که شما شریک قرارداد خود را فریب داده‌اید و با آسیب

1. Self-enforcing Agreements
2. Self-regulating
3. Reputation

دیدن حسن شهرت شما، کسب‌وکار یا شغل شما آسیب خواهد دید. از این واقعیت می‌توان دریافت که اهل کسب‌وکار و حتی سایر افراد (از جمله سیاست‌مداران) شاید مایل به نقض یک قرارداد نباشند.

۲. مقابله به مثل: ممکن است فریب دادن شریک کسب‌وکار باعث شود او نیز به همین ترتیب عمل کند. این انتظار شاید به جلوگیری از نقض تعهدات توسط طرف‌های قرارداد کمک کند، زیرا هزینه‌های این کار بسیار از منافع آن - به‌ویژه در قراردادهای استخدامی که وابستگی متقابل زیادی بین دو طرف وجود دارد - بیشتر است. این موضوع به معمای معروف زندانی نیز مربوط است که بخشی از نظریه بازی است و آن را در فصل هفتم بررسی خواهیم کرد.

۳. منصوب کردن گروه‌های ثالث برای حل و فصل مناقشات و ارزیابی عملکرد: این گروه‌های مستقل می‌توانند به‌عنوان واسطه‌ای با قدرت قضاوت اما فاقد ضمانت، یا حتی در جایگاه یک داور عمل کنند که از حق صدور یک حکم التزام‌آور برخوردار است. واسطه مستقل یا داور معمولاً در یک حوزه خاص یا در یک کسب‌وکار متخصص است که این تخصص او را بسیار داناتر از یک قاضی دادگاهی قرار می‌دهد. این طرف سوم همچنین می‌تواند شعبه‌ای از یک سازمان باشد. همه اهالی کسب‌وکار که صلاحیتشان تأیید شود، می‌توانند به چنین سازمانی ملحق شوند و این الحاق برای آنان مزیت است، زیرا کیفیت خاص یا تخصیص ویژه عضو جدید را نشان می‌دهد.

اگر شخصی با چنین فردی قرارداد ببندد، بیشتر مطمئن می‌شود که با گروه معتبری معامله کرده است. همچنین اگر آن شخص بعداً دریابد که صاحب کسب‌وکار به وعده‌هایش عمل نکرده است، می‌داند که می‌تواند با موفقیت به آن شعبه از سازمان شکایت کند. در عین حال، صاحب کسب‌وکار هم به دلیل ترس از خروج عضویت در آن شعبه سازمان (و در نتیجه از دست دادن تأیید کیفی خود) انگیزه فریب‌کاری را از دست می‌دهد.

۴. وجود تعهدات (متقابل): اگر شرکای قرارداد به شکل‌های مختلف برای هم سرمایه‌گذاری کرده باشند، تا حدی آثار تضمین‌کننده حاصل می‌شود. این سرمایه‌گذاری‌ها از سرمایه‌های نمادین و بین‌فردی مانند هدیه‌های کوچک و دوستی‌ها، تا سرمایه‌های بسیار ارزشمند از قبیل نشان تجاری را دربرمی‌گیرند. این سرمایه‌ها معمولاً باعث

احساس همبستگی یا وفاداری می‌شوند (صرف‌نظر از آمیختگی آن به انگیزه‌های شخصی) و به این دلیل به هر طرف کمک می‌کنند که تعهدات قراردادی خود را به‌جا آورد.

یکی از ضمانت‌های قدرتمندتر، اصطلاحاً گروپی‌ها^۱ هستند که به‌مثابه تعهدی جدی عمل می‌کنند (Williamson, 1983). اگر گروه‌ها بخواهند یک محصول گران را مبادله کنند، طرفی که [احتمالاً] بیش از دیگری خسارت می‌دهد، احتمالاً وثیقه بیشتری برای حمایت از مفاد قرارداد مطالبه می‌کند. این وثیقه یا گرو معمولاً به شکل پیش‌قسط‌هایی درمی‌آید که وقتی همه تعهدات رعایت نشوند، تشدید می‌شود. یکی از مثال‌ها، اجاره دادن آپارتمانی است که مستأجر باید برای آن سپرده (پول پیش) بپردازد تا در صورت امتناع از ترک ساختمان در موعد مقرر، آن پول ضبط شود. مثال دیگر برای وثیقه، وام رهنی است: مردم برای خرید یک خانه معمولاً یک وام بزرگ و بلندمدت می‌گیرند و خانه به‌مثابه وثیقه آن وام عمل می‌کند. در صورتی که قرض‌گیرنده نتواند بازپرداخت وام رهنی را انجام دهد، بانک حق دارد او را از خانه اخراج کند و آن را به فروش برساند.

۵. یکی شدن^۲ گروه‌ها: فوروبوتن و ریشتر (Furubotn and Richter, 1998: 163) این کار را «احتمالاً مطمئن‌ترین شکل حفاظت در برابر فرصت‌طلبی پس از وقوع» می‌دانند. اگر طرف‌های یک قرارداد تصمیم بگیرند ادغام شوند (ادغام عمودی یا افقی)، فایده کار آن است که ترتیبات از پیش موجود بین شرکت‌های مستقل، حالا به شکل درونی به‌کار می‌روند. این حالت تا حد زیادی هزینه‌های مبادله را کم می‌کند، ولی ممکن است هزینه‌های جدیدی را ایجاد کند که در فصل ششم با آن آشنا خواهیم شد.

۳-۲-۲-۲ قراردادهای رابطه‌ای^۳

یکی از انواع شایع قرارداد که شامل چند سازوکار از قبیل درک متقابل ضمنی و خودتضمینی است قرارداد بی‌خاتمه^۴ یا رابطه‌ای است و موافقتی در یک دوره زمانی نامعین محسوب می‌شود که اغلب در روابط شغلی بنگاه‌ها وجود دارد. بنابراین گروه‌های

-
1. Hostages
 2. Unification
 3. Relational Contracts
 4. Open-ended

طرف قرارداد، به نهادهایی غیررسمی نیاز دارند تا بتوانند مطمئن شوند در صورت وقوع رخدادهای غیرمنتظره، همه طبق قرارداد عمل خواهند کرد. به‌ویژه برای قراردادهای بی‌خاتمه در دوره زمانی مورد نظر، ممکن است طرف‌های مبادله به ایجاد وابستگی یک‌طرفه یا دوطرفه بپردازند، زیرا در این رابطه قراردادی سرمایه‌گذاری کرده‌اند و به این ترتیب لازم است حفاظتهایی در توافق بین آنها در نظر گرفته شود.

قرارداد کاری، مثال خوبی از یک قرارداد رابطه‌ای ضمنی است، زیرا تصریح دقیق همه خدماتی که کارکنان باید در ازای دریافت دستمزد انجام دهند، کار بسیار پرهزینه و حتی شاید غیرممکنی است (به‌محض آنکه شرایط درون یا بیرون شرکت تغییر کند تعدیلات (پرهزینه) در قرارداد لازم خواهد شد). معمولاً توافق می‌شود که قرارداد تا حدی خاتمه نیافته باشد تا کارفرما از حق هدایت کارکنان خود برخوردار شود. البته کارکنان نیز در ازای این وضعیت، دستمزد پولی دریافت می‌کنند. این شیوه باعث می‌شود قرارداد خیلی انعطاف‌پذیرتر شود و حتی شاید کارایی هزینه‌ای را نیز بهتر کند.

دقیقاً به همین ترتیب، چند موافقت‌نامه ضمنی در زمینه حقوق و تکالیف هر دو طرف نافذ هستند. این تکالیف معمولاً چنان هستند که آنها را نمی‌توان (به‌آسانی) توسط دادگاه‌ها یا طرف‌های ثالث تضمین کرد زیرا ارزیابی دقیق آنها توسط غیرخودی‌ها [در آن کسب‌وکار] دشوار است. مثلاً هریک از کارکنان وظیفه دارند تا حد توان خود به بهترین شکل برای برآوردن منافع آن سازمان کار کنند [از کار کردن پفره نروند] و در عوض حق دارند متناسب با آن در صورت مساعد بودن شرایط پاداش بگیرند. اگر آنها نتوانند این موافقت‌های ناگفته را برآورده سازند، احتمالاً شغل خود را از دست خواهند داد.

درعین حال، کارفرما حق دارد از کارکنان خود کار شایسته انتظار داشته باشد و علاوه بر این وظیفه دارد بابت آن پاداش بدهد. اگر او نتواند این تعهدات ناگفته را عملی کند، حسن شهرت خود به‌عنوان یک رئیس خوب را از دست خواهد داد. این وضعیت ممکن است به نارضایتی کارکنان، افزایش نرخ جابه‌جایی ایشان و دشواری در استخدام کارکنان جدید منجر شود.

پس تا وقتی مزایای رعایت موافقت‌های ناگفته برای هر دو طرف برقرار باشد (یا برعکس، هر دو طرف در صورت رفتار فریب‌کارانه به‌شدت ضرر کنند)، سازوکارهای خودتضمین

کارآمد خواهد بود. این «دست دادن نامرئی»^۱ (Okun, 1981: 89) توسط کارفرما، موجب القای اعتماد و تعهد در تشکیلات او می‌شود که رابطه‌ای تنگاتنگ با دورنمای شغلی مطلوب دارد. در فصل ششم موضوع آثار حسن شهرت در بنگاه‌ها را مفصل‌تر بحث خواهیم کرد. علاوه بر تفسیر قراردادهای ضمنی که گفتیم و به آثار هنجارهای رفتاری بر تلاش کارکنان و کارفرمایان مربوط است، شرح صوری‌تری نیز درباره قراردادهای ضمنی هست که از الگوهای ریاضیاتی استفاده و بر ضرورت تقسیم مخاطرات [بین طرف‌های قرارداد] تأکید می‌کند. هرچند ما در این کتاب بر نظریه غیرصوری در قراردادهای ضمنی تأکید می‌کنیم، ولی روش‌شناسی صوری به قدری متداول است که بهتر است کمی به آن بپردازیم. کادر ۳-۷ تفسیر کلامی این رویکرد را دربردارد که اغلب در قراردادهای نیروی کار استفاده می‌شود. در فصل هفتم مثال دیگری از یک قرارداد ضمنی را خواهید خواند.

کادر ۳-۷ نظریه صوری قراردادهای ضمنی

آدام اسمیت در قرن هجدهم تذکر داد که قراردادهای نیروی کار در برخی بخش‌ها نسبت به سایر بخش‌ها با دستمزد بیشتری تنظیم می‌شود و این ویژگی را با مخاطرات شغلی مرتبط دانست. وضعیت افرادی که احتمال بیکار شدن آنان بیشتر است، مثلاً تلاش کارگران فصلی باید با پرداخت دستمزدهای بیشتر جبران شود: یک بنا یا آجرساز ... نمی‌تواند در یخبندان یا در هوای نامساعد کار کند ... و اشتغال او به درخواست‌های گاه‌گاه مشتریان بستگی دارد ... بنابراین آنچه که به او می‌پردازند، علاوه بر آنکه باید در مواقع بیکاری معاش او را تأمین کند، باید آن لحظات یأس‌آوری که وی فکر روزهای آنچنان سخت را می‌کرده است را نیز جبران کند ... بنابراین دستمزدهای گزاف آن مردم، فقط به جبران مهارت ایشان مربوط نیست، بلکه به بی‌ثباتی شغل آنان نیز مربوط می‌شود (Smith, 1776: 103).

چنین یافته‌ای در قرن بیستم با تفصیل بیشتر مورد بررسی قرار گرفته است (Furubotn and Richter, 1998). مستخدمان برخلاف مالکان بنگاه‌های بزرگ (سهام‌داران) که می‌توانند با سرمایه‌گذاری در شرکت‌های مختلف مخاطرات خود را متنوع کنند، قادر به متنوع کردن فعالیت‌های خود نیستند، زیرا دارایی ایشان معمولاً از نوع سرمایه انسانی است که آن را فقط در یک حوزه سرمایه‌گذاری کرده‌اند. اگر فرض شود که کارگران خطرگریزند و کارفرمایان نسبت به خطر بی‌تفاوت هستند،

کارگرانی که به یک بازار نیروی کار وارد می‌شوند، دوست دارند نااطمینانی‌ها را تا حد امکان کم کنند. به نظر می‌رسد کارگران، یک قرارداد با دستمزد ثابت و مخاطره اندک را به قراردادی با دستمزد متغیر (با حفظ همان شغل) که از نوسانات بازار پیروی می‌کند، ترجیح می‌دهند. برای کارفرمایان که نسبت به خطر بی‌تفاوت هستند کل صورت حساب دستمزدها به‌طور متوسط در هر دو نوع قرارداد یکسان خواهد بود، به‌نحوی که ایشان مایل‌اند پرداختی ثابت به کارگران داشته باشند. بنابراین دستمزدهای قرارداد به‌طور ضمنی نوعی بیمه در برابر مخاطرات اشتغال را نیز شامل می‌شود.

۳-۳ نظریه هزینه مبادله ساختارهای سازمان‌دهی

اقتصاد هزینه مبادله (که آن را با TCE نشان می‌دهند)، از کار برجسته کوز (Coase, 1937) نشئت گرفت و پس از سال ۱۹۷۵ تا به امروز، ویلیامسون به‌شرح و بسط آن پرداخت. طبق نظر کوز، بنگاه‌ها (تشکیلات کسب‌وکار) - به‌عنوان جانشین بازار - در شرایطی ظهور می‌کنند که امکان صرفه‌جویی در هزینه‌ها از این راه وجود داشته باشد. کارآفرین می‌تواند با قراردادی که با عرضه‌کننده عوامل تولید در یک بنگاه منعقد می‌کند (چیزی که در اقتصاد هزینه مبادله سلسله‌مراتب نیز نامیده می‌شود)، بعضی از نااطمینانی‌ها را با توسل به سازوکار قیمت‌ها از بین ببرد. اصطلاح «هزینه‌های عقد قرارداد»^۱ را گاهی به‌جای هزینه‌های مبادله بازار به‌کار می‌برند و اصطلاح «هزینه‌های تشکیلاتی»^۲ را هم بعضی اوقات به‌جای هزینه‌های مبادله مدیریتی استفاده می‌کنند.

همان‌طور که در فصل اول گفته شد، نهادها بر رفتار اثر می‌گذارند و ممکن است هزینه‌های مبادله را کم کنند. حالا این موضوع را ابتدا با تشریح نظریه اصلی اقتصاد هزینه مبادله بیشتر بررسی می‌کنیم. از این گزاره می‌توان دریافت که هزینه‌های مبادله ممکن است بسته به شرایط ویژه بسیار باهم فرق کنند. بنابراین روشی نیز که فعالیت‌های اقتصادی با آن سازمان‌دهی می‌شوند، بسیار متنوع بوده و به ساختارهای سازمان‌دهی متنوع می‌انجامد.

۳-۳-۱ اقتصاد هزینه مبادله

با انعقاد یک قرارداد، حقوق مالکیت منتقل می‌شوند. برای یادآوری، همه هزینه‌های

1. Contracting Costs
2. Organizational Costs

ناشی از تصریح یک قرارداد و نظارت بر رعایت مفاد موافقت‌ها را هزینه‌های مبادله می‌نامیم. به این ترتیب معلوم می‌شود که نظریه حقوق مالکیت، نظریه‌های قرارداد و اقتصاد هزینه مبادله، با یکدیگر رابطه‌ای تنگاتنگ دارند. در نظریه حقوق مالکیت، بر تخصیص بهینه حقوق مالکیت و انگیزه‌های پیش از وقوع ناشی از آن تأکید می‌شود، در حالی که اقتصاد هزینه مبادله بر آن دسته از هزینه‌های پس از وقوع تأکید دارد که ناشی از عقد قرارداد و جست‌وجوی کارآمدترین ساختار سازمان‌دهی هستند (Williamson, 2000).

جست‌وجوی ساختار سازمان‌دهی کارآمد نشان می‌دهد که عوامل در اقتصاد هزینه مبادله، افرادی بهینه‌کننده تلقی می‌شوند. آنان می‌خواهند حتی اگر کاملاً آگاه نباشند و با عدم اطمینان‌ها دست‌وپنجه نرم کنند به حداقل ساختن هزینه‌های مبادله بپردازند. مثلاً هزینه مبادله کالاهای واسطه‌ای را در نظر بگیرید. آیا یک تولیدکننده باید قطعات را خود بسازد یا آنها را از بازار بخرد؟ آیا او باید زمام نیروی کار، سرمایه یا اطلاعات را خود در دست داشته باشد؟ در هر حال، گزینه‌ها و تصمیمات موجود هر چه که باشند، هزینه‌هایی در هماهنگ‌سازی یک مبادله اقتصادی وجود دارد.

از یک جنبه، سازمان‌دهی فرایند تولید با عدم اطمینان همراه است. پس برای تحویل دادن کالاها و خدماتی با کیفیت مرغوب، باید قراردادهایی با مالکان آن دسته از عوامل تولیدکننده منعقد شود که این کالاها و خدمات را ایجاد می‌کنند. این کار مشتمل بر هزینه‌های جست‌وجو، مذاکره، نظارت و ضمانت اجراست، زیرا ممکن است طرف‌های قرارداد به رفتار فرصت‌طلبانه روی بیاورند.

در عین حال از جنبه دیگر، عدم اطمینان‌هایی در مورد فروش محصول نهایی وجود دارد و کارآفرین باید بفهمد آیا بازاری برای محصول او وجود دارد یا نه. فروشنده و خریدار هر دو باید در نظر بگیرند که ممکن است طرف مقابل در یک مبادله به فریب‌کاری دست بزند، مثلاً کیفیت مورد نظر را برآورده نسازد. مشخصات برخی از محصولات به خوبی معلوم بوده یا به آسانی قبل از خرید کردن معلوم است. این کالاها را کالاهای تجسس^۱ می‌نامند اما موارد دیگری وجود دارد که یافتن کیفیت مورد نظر خیلی دشوارتر است، مثلاً وقتی برای کسب اطلاعات درباره کیفیت محصول، به تخصص نیاز باشد یا مثلاً در خدماتی

مانند آموزش و مراقبت‌های درمانی. در این وضعیت مصرف‌کننده می‌تواند کیفیت را فقط به واسطه مصرف کردن بشناسد (حداقل در دفعه اول مردم وقتی که یک محصول را استفاده کنند، می‌توانند اطلاعات خود درباره آن را به یکدیگر بگویند). محصولاتی که مشخصات کیفی آنها را از قبل به‌دشواری بتوان مشخص کرد، کالاهای تجربی^۱ می‌نامند. در اقتصاد هزینه مبادله فرض می‌شود رفتار انسان را می‌توان با عقلانیت محدود^۲ (محدود بودن عقلانیت یعنی ظرفیت انسان‌ها برای دسته‌بندی و حل مشکلات پیچیده، محدود است) و فرصت‌طلبی توصیف کرد. سه جنبه از تفاوت‌های مبادلات با یکدیگر از نظر ویلیامسون (۱۹۸۵) عبارت‌اند از:

۱. تعیین دارایی؛

۲. ناطمینانی‌ها؛

۳. تکرار^۳ (فراوانی).

عوامل بسته به میزان نقش‌آفرینی این جنبه‌ها و با توجه به تعامل آنها با حضور یا فقدان مشکلات عقلانیت محدود یا فرصت‌طلبی، تصمیم می‌گیرند مبادلات اقتصادی را از راه ساختارهای سازمان‌دهی مشخصی هماهنگ کنند که به بهترین شکل در شرایط موجود اثرگذار باشند و هزینه‌های اقتصادی ایشان را به حداقل برسانند.

۱-۳-۳ تعیین دارایی

این جنبه مهم‌ترین جنبه است. اگر طرف‌های قرارداد به سرمایه‌گذاری‌های ویژه آن مبادله پرداخته باشند، وابستگی آنان به طرف مقابل زیاد می‌شود و امکان دارد توسط او مورد سوءاستفاده قرار گیرند.

تعیین دارایی را می‌توان به بهترین شکل با چنین مثالی شرح داد (Milgrom and Roberts, 1992): فرض کنید یک معدن زغال‌سنگ از یک خط آهن برای حمل زغال به نیروگاه‌های زغال‌سوز استفاده می‌کند. چون زغال‌سنگ سنگین بوده و ارزش واحد وزنی آن اندک است، هیچ وسیله نقلیه دیگری برای حمل آن مقرون‌به‌صرفه نیست و بدون

1. Experience Goods
2. Bounded Rationality
3. Frequency

راه آهن نمی‌توان معدن را برقرار نگاه داشت. درعین حال نیروگاه نیز بدون زغال سنگ تعطیل می‌شود. این سرمایه‌گذاری‌ها در نیروگاه و معدن از نوعی هستند که نمی‌توان کاربری آنها را تغییر داد یا فقط با صرف هزینه‌های زیاد می‌توان چنین کرد. به این ترتیب معلوم می‌شود که این سرمایه‌گذاری‌ها مشتمل بر مقادیر هنگفت هزینه‌های بازیافت‌ناپذیر^۱ هستند که پس از صرف شدن دیگر قابل بازیابی نخواهند بود.

در یک توافق قراردادی، ممکن است طرف مقابل از انعطاف‌ناپذیری طرف دیگر که سرمایه‌گذاری‌های کاملاً ویژه آن مبادله را انجام داده است، سوءاستفاده کند. این وضعیت را مشکل اسارت^۲ (گرفتار شدن) می‌نامند. چون دارنده حق مالکیت ویژه آن مبادله، هیچ گزینه جانمایی پیش روی خود ندارد، طرف قرارداد او - که حقوق مالکیت مکمل را در اختیار دارد - احتمالاً با عملی فرصت‌طلبانه و با تنظیم مجدد بندهای قرارداد به نفع خود، از موقعیتش بهره‌برداری می‌کند.

کادر ۸-۳ مشکل اسارت در بخش گاز

در اوایل سال ۲۰۰۶ به دلیل مناقشه اوکراین و عرضه‌کننده اصلی گاز به آن کشور - یعنی گزپروم روسیه - اروپای غربی با کمبود گاز روبه‌رو شد. گزپروم اعلام کرد که قیمت گاز را از اول ژانویه ۲۰۰۶ به شدت افزایش خواهد داد. اوکراین - به‌عنوان یکی از جمهوری‌های قبلی شوروی سابق - بهایی بسیار کمتر از اروپای غربی بابت گاز به گزپروم می‌پرداخت.

در آن زمان اوکراین نیز مانند بسیاری از کشورهای دیگر، به شدت به گاز روسیه وابسته بود. بی‌شک گزپروم نسبت به اوکراین از قدرت اسارت برخوردار بود، زیرا اوکراین نمی‌توانست به سرعت سوخت خود را تغییر دهد یا عرضه‌کننده دیگری را برای گاز مورد نیاز خود بیابد. گاز آن کشور از خط لوله مخصوص و متعلق به گزپروم به دست آنان می‌رسید. هر عرضه‌کننده جدید به آن کشور باید ابتدا خط لوله جدیدی برای خود بسازد که احتمالاً سال‌ها به طول خواهد انجامید. درعین حال اوکراین نیز از ابزار قدرتمندی برای اسیر کردن گزپروم برخوردار بود، زیرا آن شرکت بخش اعظم گاز صادراتی خود به اروپای غربی را از مسیر آن کشور جابه‌جا می‌کند. از همان لحظه که گزپروم گاز مصرفی اوکراین را قطع کرد، آن کشور شروع به مصرف گاز از سهم اروپای غربی کرد.

1. Sunk Costs
2. Hold-up

امروزه گزپروم نه تنها با یک مشتری انرژی (اوکراین)، بلکه با مشتریان نگران دیگری در نقاط دیگر نیز سروکار دارد. در اروپای غربی بحث‌های داغی درباره کاستن از وابستگی به تعداد اندکی از منابع انرژی سرگرفت که واضح بود نمی‌شد به‌خوبی به آنها اعتماد کرد.

در مثال معدن، تنها مشتری یعنی نیروگاه می‌تواند قیمت کمتری برای زغال وضع کند، حدس بزند که مدیران معدن در نهایت آن قیمت را قبول می‌کنند، زیرا معدن نمی‌تواند زغال را در جای دیگری بفروشد مگر آنکه با صرف هزینه‌های زیاد آن را به‌دست مشتریان دیگر رساند. همچنین برعکس، ممکن است چون آن معدن، تنها عرضه‌کننده زغال سنگ به نیروگاه است و از وابستگی نیروگاه به‌خود خبر دارد، با افزایش قیمت زغال به شکل اجباری، مشکل اسارت را پیش بیاورد. کادر ۸-۳ یکی از مثال‌های روزمره است. انواع مختلف تعیین دارایی را می‌توان این‌گونه از هم تفکیک کرد (Jaskow, 1998):

- تعیین مکانی؛^۱
- تعیین دارایی مادی؛^۲
- تعیین دارایی انسانی؛^۳
- تعیین دارایی تک‌مشتری؛^۴
- تعیین دارایی غیرمادی.^۵

مثال معدن نیروگاه یکی از مصادیق تعیین مکانی است، زیرا وقتی منابع به‌کار گرفته شدند، تا حد زیادی جابه‌جایی امکان‌ناپذیر می‌شوند.

مثال معدن و نیروگاه ممکن است - در صورتی که با سرمایه‌گذاری در تجهیزات طراحی شده برای یک هدف کاملاً ویژه (مانند یک دیگ بخار که فقط می‌تواند زغال سنگ بسوزاند) همراه باشد - یکی از مصادیق تعیین دارایی مادی نیز قلمداد شود. تعیین دارایی انسانی به دانش ویژه یک بنگاه (سرمایه انسانی) مربوط است که در کارگران یا کارکنان آن بنگاه انباشته می‌شود. ممکن است فوت‌وفن‌های یکی از کارکنان

1. Site Specificity
 2. Physical Asset Specificity
 3. Human Asset Specificity
 4. Dedicated Asset Specificity
 5. Intangible Asset Specificity

چنان تخصصی باشد که فقط به درد یک شرکت بخورد. در این صورت او به ندرت می تواند در جای دیگر شغلی بیابد و به این ترتیب به کارفرمای خود وابسته می شود. تعیین دارایی تک مشتری به مثابه یک سرمایه گذاری کلی (در تقابل با سرمایه گذاری برای یک هدف خاص) است که مشخصاً با هدف فروش مقدار زیادی از محصول به یک مشتری انجام می شود. اگر آن مشتری نظرش را عوض کند، فروشنده با ظرفیت اضافی چاره ناپذیری روبه رو می شود.

در نهایت، تعیین دارایی غیرمادی، به امور ارزشمند غیرمادی [معنا در مقابل ذات] از قبیل نشان [نام] تجاری^۱ مربوط می شود. مثلاً دارنده یک نمایندگی را در نظر بگیرید که حق فروش محصولات یک شرکت (مثلاً هینکن^۲ یا مک دونالدز^۳) را به دست آورده، اما مجبور است به سرمایه گذاری هنگفت در تجهیزات و لوازم جانبی بپردازد که اگر حق فروش با آن نشان تجاری از او سلب شود، هیچ ارزشی نخواهند داشت.

الف) ناطمینانی (عدم اطمینان)

مبادلات معمولاً با عدم اطمینان - در رفتار طرفهای قرارداد و نیز در تحولات (بازار) - همراه هستند. فرض کنید یک خودروساز می خواهد درباره خرید یا ساخت قطعات خودرو تصمیم بگیرد. او کالاهای واسطه را در تشکیلات سلسله مراتبی خود می سازد، یا آنها را از بازار می خرد. وقتی قطعه ای از لحاظ فناورانه ساده است و بازار رقابتی نیز به حد تسویه و ثبات رسیده باشد، ناطمینانی هایی مانند قیمت، کیفیت، تاریخ تحویل و امثال اینها را می توان به آسانی در یک قرارداد ساده بازار قید کرد.

اما اگر خودروساز بخواهد ساخت یک موتور پیشرفته را سفارش دهد که دقیقاً مخصوص یکی از خودروهای جدید اوست، اوضاع کاملاً متفاوت خواهد بود. در این مورد نگرانی در مورد مبادله چنان زیاد است که گنجاندن همه احتمالات آتی در یک قرارداد تقریباً ممکن نیست. در نتیجه قرارداد به صورت ناتمام تنظیم شده و ممکن است مورد سوءاستفاده یکی از طرفها واقع شود. یکی از راه حل های خوب برای این مشکل، ادغام شدن دو

1. Brand Name
2. Heineken
3. McDonalds

شریک تجاری در یک بنگاه است (برای آشنایی دقیق‌تر، فصل ششم را مطالعه کنید).

۲-۱-۳-۳ تکرار

هزینه‌های مبادله گاهی به تکرار تعامل بین طرف‌ها نیز بستگی دارد. اگر معاملات به شکل منظم روی دهد، روال مشخص و درک متقابل ناگفته‌ای پدید می‌آید که ضرورت به‌کارگیری سازوکارهای رسمی ضمانت اجرا را کاهش می‌دهد. این مزیت ممکن است موجب سرمایه‌گذاری‌های هنگفت در منابع ویژه آن مبادله شود زیرا هزینه‌ها [ای مبادله] را در طول رابطه بلندمدت بهتر می‌توان مهار کرد.

این‌گونه سرمایه‌گذاری‌های ویژه به تعهد و وابستگی متقابل منجر می‌شود و مزیت در رقابت با سایر طرف‌های بازار را به دنبال دارد، زیرا طرف‌های قرارداد در همکاری‌های خود سرمایه‌گذاری می‌کنند، به‌این‌ترتیب جست‌وجوی یک شریک دیگر برای ایشان گران تمام می‌شود و این تداوم همکاری از رسیدن رقبا به جایگاه ایشان ممانعت به‌عمل می‌آورد. ویلیامسون (۱۹۸۵) این فرایند را «دگرگونی بنیادی»^۱ می‌خواند. هرچند شاید در یک قرارداد تجاری، در آغاز (پیش از وقوع) چانه‌زنی رقابتی درباره مفاد قرارداد وجود داشته باشد، اما در آخر (پس از وقوع)، سرمایه‌گذاری‌های تخصیصی بی‌درپی در امور طرف مقابل، موجب رابطه تدارکاتی متقابل می‌شود.

وقتی یک عرضه‌کننده با عقد قرارداد توافق می‌کند تا طبق آن به مدت مثلاً پنج سال به تحویل یک کالای واسطه‌ای بپردازد، او در مقایسه با رقبایی که شکست داده است از مزیتی برخوردار می‌شود. او می‌تواند در سال‌های بعد به بسط تخصص و دانش فناورانه خاص خود بپردازد. فقط رقبایی که چنین قراردادی با سایر مشتریان بسته‌اند می‌توانند مانند او به توسعه و بهبود دانش خود بپردازند و در زمان تجدید قرارداد - پس از پنج سال - به رقیب او تبدیل شوند.

کسی که قرارداد را برنده شده است، نه تنها دانش فناورانه خود را در طول مدت اجرای قرارداد ارتقا می‌دهد، بلکه اغلب رابطه‌ای خاص با مشتری برقرار می‌کند. خریدار و فروشنده از عادات و هنجارهای یکدیگر آگاه می‌شوند و می‌آموزند چگونه مناقشه‌های

بین خود را به روشی مؤثر حل و فصل کنند. این شرایط موجب می‌شود که فروشنده پس از دوره قرارداد از موقعیتی تقریباً انحصاری برخوردار شود و این قدرت بازار ممکن است به ضرر مشتری به کار رود. مشتری باید با پیش‌بینی کردن این خطر، آن را از راه عقد قرارداد بلندمدت برطرف کند.

۳-۳-۱-۳ عوامل تعیین‌کننده ساختار سازمان‌دهی

تصمیم‌گیری در این مورد که مبادله از مسیر بازار انجام شود یا از طریق یک سازمان (خصوصی یا عمومی) به میزان اهمیت هریک از سه جنبه مذکور (تعیین دارایی، ناطمینانی و تکرار) بستگی دارد و به شدت عقلانیت محدود و فرصت‌طلبی نیز وابسته است. در اقتصاد هزینه مبادله فرض می‌شود که عوامل اقتصادی درونگر هستند، یعنی افق بلندمدت را مدنظر قرار می‌دهند و سعی می‌کنند - به‌رغم عقلانیت محدود - مخاطرات قراردادی را با تعبیه حفاظ‌هایی در موافقت‌های خود پیش‌بینی کنند.

اگر عوامل در یک محیط عاری از ابهام زندگی کنند که طرف‌های مبادله را قادر به تصریح همه شرایط قرارداد کند، می‌توان به راحتی از فرصت‌طلبی پیشگیری کرد. همچنین اگر محیط کسب و کار شفاف نباشد، ولی تعیین دارایی در آن نقش داشته باشد، شاید بتوان از فرصت‌طلبی جلوگیری کرد، زیرا هر عامل می‌تواند به آسانی برای عقد قرارداد به طرف‌های دیگری رجوع کند. در چنین شرایطی خطر اسارت وجود ندارد، فعالان می‌توانند یک قرارداد بازار را به‌عنوان کارآمدترین ساختار سازمان‌دهی انتخاب کنند.

از طرفی هرچه مردم در محیط پیچیده و ناامن‌تری زندگی کنند که در آن نتوان همه احتمالات را پیش‌بینی کرد و همچنین بخش مهمی از سرمایه‌گذاری انجام شده در یک کسب و کار از نوع سرمایه‌گذاری‌ها ویژه مبادله باشد، احتمال انتخاب بنگاه به‌عنوان مناسب‌ترین ساختار سازمان‌دهی بیشتر می‌شود، زیرا در چنین شرایطی، هزینه‌های مبادله یک ساختار سلسله‌مراتبی - با سازمان‌دهی درونی - کمتر از عقد قراردادهای بیرونی در بازار است. به این ترتیب، فرایند تولید بهتر تحت احاطه قرار می‌گیرد و هدف حداقل‌سازی هزینه‌های مبادله بهتر تأمین می‌شود. باین حال باید بدانیم که هزینه‌های مبادله بازهم در بنگاه‌هایی که اطلاعات ناقص و غیرمتمقارن بین کارفرما و کارگزار به شکل شدید وجود

دارد، دیده خواهد شد. در ادامه به تشریح دقیق‌تر درباره ساختارهای سازمان‌دهی مختلفی خواهیم پرداخت که از یکدیگر متمایزند. بخش سوم به بحث مفصل‌تر درباره ساختارهای سازمان‌دهی در بخش خصوصی می‌پردازد و بخش چهارم ساختارهای سازمان‌دهی در بخش عمومی را بررسی می‌کند.

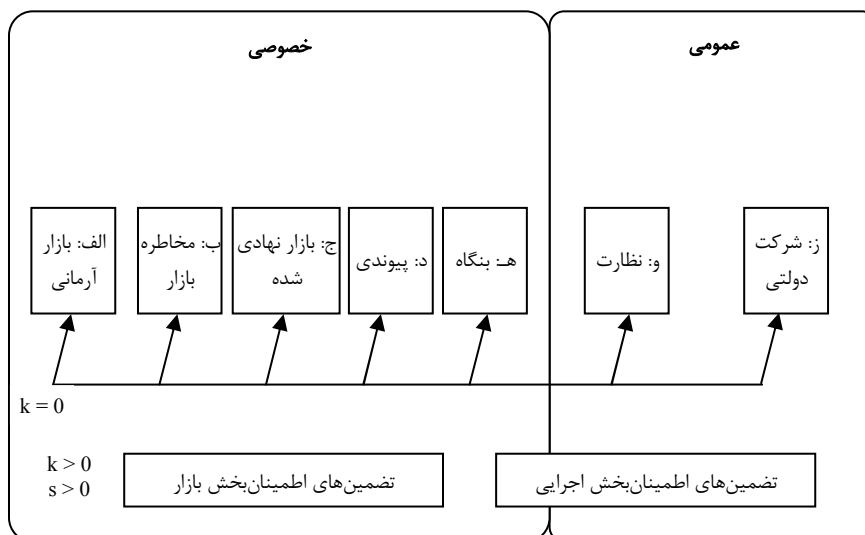
۲-۳-۳ ساختارهای سازمان‌دهی

در این قسمت به بررسی آن دسته از ساختارهای سازمان‌دهی می‌پردازیم که عوامل می‌توانند برای هماهنگ کردن مبادلات خود به روش کارآمد، آنها را انتخاب کنند. یک ساختار سازمان‌دهی با همه مراحل لازم برای هماهنگ‌سازی یک مبادله سروکار دارد. بازار خود یک ساختار سازمان‌دهی است که عوامل می‌توانند از آن برای مذاکره درباره موضوعات مورد توافق استفاده کنند. یکی از اصلی‌ترین ویژگی‌های بازار، استقلال عمل عوامل است. ساختار سازمان‌دهی بعدی، بنگاه است؛ تشکیلاتی با قوانین داخلی که قابلیت هماهنگ‌سازی و اجرای مبادلات به نحو کارآمد را داراست. بنگاه برخلاف بازار، یک سلسله‌مراتب است که عوامل در آن دیگر خودمختار نیستند. در فصل اول توضیح دادیم که یک ساختار سازمان‌دهی در واقع نهادی است که قوانین و نیز تنبیهات را شامل می‌شود.

حکومت نیز در این میان نقش دارد، حتی گاهی نقشی غالب دارد. در چنین شرایطی، نظم خصوصی با نظم عمومی عوض می‌شود. این وضع در بخش‌هایی رخ می‌دهد که رقابت در آنها مستلزم نظارت دقیق است تا بنگاه‌ها نتوانند از موقعیت برتر خود سوءاستفاده کنند یا از تبانی غیرضروری بین آنها جلوگیری شود. حکومت در سایر بخش‌ها - همانند انرژی، مخابرات، حمل‌ونقل عمومی و خدمات سلامت - می‌تواند به ایجاد ساختارهای سازمان‌دهی بپردازد تا از عملکرد بازار به شکل مشخص مطمئن شود. مثلاً تهیه انرژی به قیمت‌های مناسب برای همه شهروندان، یکی از اهداف عمومی و مستلزم تدبیر خاص است.

حال مروری اجمالی درباره انواع ساختارهای سازمان‌دهی - از یک بازار آرمانی تا شرکت‌های دولتی - انجام می‌دهیم که آنها را می‌توان حد‌نهایی در سلسله ساختارهای سازمان‌دهی دانست (شکل ۲-۳ را ببینید). این شکل (به پیروی از ویلیامسون، ۱۹۸۵ و ۱۹۹۸)

«آرایش عقد قرارداد»^۱ نامیده می‌شود زیرا انواع ترتیبات قراردادی را که در دسترس عوامل است، نشان می‌دهد.



توضیح: k : میزان تعیین دارایی، s : میزان تضمین‌های اطمینان بخش.

Source: Based on Williamson, 1998: 47.

شکل ۲-۳ یک آرایش عقد قرارداد

شکل ۲-۳ انواع ساختارهای سازمان‌دهی مرتبط با میزان تعیین دارایی (k) را نشان می‌دهد. تأثیر دیگر عوامل مرتبط - از قبیل تکرار و نااطمینانی - را فعلاً در نظر نمی‌گیریم و بعداً بررسی خواهیم کرد. پس در شکل مذکور، این عوامل احتمالی و عوامل دیگری که بر تصمیم‌گیری درباره یک ساختار سازمان‌دهی اثر می‌گذارند، «از پیش معلوم» در نظر گرفته شده‌اند. این ویژگی را «به شرط ثابت بودن بقیه عوامل» می‌نامیم. از شیوه استدلال قبلی (اینکه در شرایط زیاد بودن تعیین دارایی، هزینه‌های مبادله در مؤسسات سلسله‌مراتبی کمتر از سایر ساختارهاست) استفاده می‌کنیم. یادآور می‌شویم تعیین دارایی

به انواع سرمایه‌گذاری‌هایی می‌پردازد که عوامل به‌منظور مبادله یک کالا یا خدمت در پیش می‌گیرند. وقتی سرمایه‌گذاری‌ها خیلی خاص باشد، اگر آن مبادله (رابطه) قطع شود، آن سرمایه‌گذاری‌ها بی‌ارزش خواهد شد. میزان تعیین‌داری آثار مختلفی بر امکان رفتار فرصت‌طلبانه گذاشته و به‌این ترتیب بر ضرورت تضمین‌های اطمینان‌بخش نیز اثر می‌گذارد.

در شکل ۲-۳ تعیین‌داری از چپ به راست زیاد می‌شود. در سمت چپ وضعیت بازار آرمانی (بخش الف) رسم شده که در آن هیچ‌گونه تعیین‌داری وجود نداشته ($k=0$) و نیازی به تضمین‌های اطمینان‌بخش نیست، بلکه رقابت کامل بر رفتار فرصت‌طلبانه غلبه دارد. در بخش ب (مخاطره بازار) تا حدی تعیین‌داری وجود دارد ($k > 0$) اما گروه‌های درگیر در قرارداد بازار، هیچ‌گونه حفاظتی برای حفاظت از خود در برابر مخاطرات رفتار فرصت‌طلبانه ندارند ($s=0$).

با حرکت به سمت راست - با افزایش سرمایه‌گذاری‌های ویژه مبادله - متوجه می‌شویم که حفاظت‌هایی در نظر گرفته شده است ($s > 0$). تا وقتی که هنوز تعیین‌داری خیلی زیاد است، امکان دارد عوامل، قرارداد بازار را با تضمین‌های اطمینان‌بخش درونی در نظر بگیرند. سپس از بازار نهادی شده^۱ (بخش ج) صحبت می‌کنیم. وقتی تعیین‌داری بازهم افزایش یابد، عوامل بازار می‌توانند برخی از روش‌های همکاری با دیگران را انتخاب و در تصمیم‌گیری درباره موضوعات ویژه مشترک با یکدیگر همکاری کنند، به‌این ترتیب از استقلال عمل خود دست بکشند. به همین دلیل، این ساختار سازمان‌دهی را پیوندی^۲ می‌نامند (بخش د). در این ساختار، مشخصات بازار و بنگاه باهم ترکیب می‌شود. طرف‌های قرارداد با توسل به تضمین‌های اطمینان‌بخش بازار - که به شکل مواد تکمیلی قراردادی درمی‌آید - از منافع خود دفاع می‌کنند.

با حرکت بیشتر به سمت راست، افزایش تعیین‌داری موجب تشویق فعالان به سازمان‌دهی همه مبادلات در قالب یک بنگاه یا سلسله‌مراتب می‌شود (بخش ه)، سپس تضمین‌های اطمینان‌بخش اصطلاحاً به شکل تضمین‌های اطمینان‌بخش اجرایی درمی‌آیند. اگر نظم خصوصی با نظم عمومی عوض شود، با نظارت حکومت بر عوامل خصوصی مواجه می‌شویم (بخش و) و شرکت‌های دولتی (بخش ز) ظاهر می‌شوند. تضمین‌های اطمینان‌بخش

1. Institutionalized Market

2. Hybrid

در چنین شرایطی تضمین‌های اطمینان‌بخش اجرایی نیز نامیده می‌شوند. حال به این ساختارهای مختلف تدبیر می‌پردازیم، پس از ساختارهای بازار و بنگاه، ساختار پیوندی را شرح می‌دهیم زیرا ساختار پیوندی همان ترکیب بازار و بنگاه است.

۱-۲-۳ بازار آرمانی

اولین ساختار سازمان‌دهی، بازار آرمانی است که با قراردادهای تمام‌عیار^۱ مطابقت دارد. همان‌طور که این عبارت نشان می‌دهد، چنین سازوکار هماهنگ‌کننده‌ای عملاً به‌ندرت (و شاید هم هیچ‌گاه) قابل مشاهده است؛ این سازوکار، وضعیت آرمانی را ترسیم می‌کند و معیاری برای ساختارهای سازمان‌دهی واقع‌بینانه‌تر می‌شود. مورد متداول برای یک قرارداد کامل بازار، یک محیط کاملاً رقابتی و کارآمد است که هیچ‌گونه تعین‌داری در آن وجود نداشته و نااطمینانی‌ها را می‌توان با اصطلاحات متعارف و مورد توافق مشخص کرد. در آن حالت، سرمایه‌گذاری‌ها چنان ماهیت چندمنظوره‌ای دارند که عوامل قادرند همواره و بلافاصله به سایر عرضه‌کنندگان رجوع کنند یا سرمایه‌گذاری‌ها را برای اهداف دیگر به کار برند. درباره زمان‌بندی، کمیت و کیفیت کالاها و خدمات مبادله شده هیچ‌گونه سوء تفاهمی وجود ندارد، زیرا مبادله طبق دسته‌بندی‌های پذیرفته شده توسط همگان، قاعده‌مند شده است.

محیط رقابتی موجب اطمینان از دسترسی به خریداران و فروشندگان متعدد می‌شود. چنین شرایطی شبیه مورد متعارف رقابت کامل است. سازوکار قیمت، فشار رقابت و حداکثرسازی مطلوبیت یا سود موجب پیدایش انگیزه‌های قدرتمندانه بازار می‌شود. به تعبیری اگر کسی تلاش خود را جرح و تعدیل کند، این کار اثری بی‌واسطه بر درآمدهایش می‌گذارد. اگر قرارداد خاتمه یابد، یا طرف دیگر از جایگاه خود سوءاستفاده کند، هیچ‌گونه مذاکره طولانی‌مدتی در کار نبوده و شیوه کار در دادگاه نیز پیچیده نخواهد بود. در عوض، قرارداد تمام‌عیار، فهرستی از تمام حقوق و تکالیف عوامل - از جمله کوتاهی‌ها در اجرای مبادله - را فراهم می‌کند. این نوع قرارداد، مواردی از قبیل جریمه یک فروشنده در صورت عدم تحویل به‌موقع کالاها یا عدم انطباق کیفیت کالاها با کیفیت مورد توافق

را مشخص می‌کند. اگر طرف‌ها درباره تفسیر برخی از عبارات قرارداد باهم موافق نباشند، دادگاه‌های عمومی می‌توانند با هزینه‌ای اندک درباره تفسیر صحیح آن عبارات تصمیم بگیرند. چنین قراردادی هیچ‌گونه مجالی برای تفسیرهای کاملاً متفاوت باقی نمی‌گذارد.

۳-۳-۲-۲ مخاطره بازار

با افزایش تعین‌داری‌ها، خطر اسارت‌ها زیاد و گنجاندن احتمالات و اقدامات متناظر با آنها توسط عوامل در یک قرارداد بی‌چون‌وچرا [بی‌حرف و حدیث] بسیار دشوار می‌شود؛ در این حالت قرارداد نقص پیدا می‌کند. البته گروه‌ها می‌توانند تضمین‌های اطمینان‌بخش را تغییر ندهند و امکان شکست طرف مقابل در اجرای تعهداتش را قبول کنند. در چنین شرایطی هیچ‌گونه اقدام متقابل یا پیشگیرانه‌ای انجام نمی‌شود و مخاطره بازار در حکم یک مخاطره اتفاقی یا گریزناپذیر پذیرفته می‌شود. درباره به‌اصطلاح «اقدامات کلاهبردانه یا نامطمئن» در فصل پنجم بیشتر صحبت خواهیم کرد. بدون تضمین‌های اطمینان‌بخش معمولاً نمی‌توان کارها را بدون مخاطره پیش برد. عوامل در معاملات اقتصادی خود معمولاً با ترتیبات نهادی کامل‌تر از خود در برابر خطرهای وضعیت‌های احتمالی اسارت محافظت می‌کنند.

۳-۳-۲-۳ بازار نهادی شده

قراردادهای ناکامل نیازمند «نهادهای کمکی» هستند. باید حفاظت‌هایی در قراردادها گنجانده شود تا مردم امنیت کافی احساس و مخاطرات ناکامل بودن قراردادها را قبول کنند. در فصل پنجم خواهیم دید که اکثر قراردادها در زندگی واقعی با ابزارهای حمایتی تکمیلی همراه هستند که سازوکارهای خودتضمین نیز در زمره آن ابزارهاست. نمونه‌ای از این ابزارها، ابتکار عمل‌های بخش خصوصی در یک صنعت خاص (مثلاً گنجاندن نشان‌های کیفی و استقرار انجمن‌های تخصصی برای نظارت بر فعالیت اعضا) است.

۳-۳-۲-۴ بنگاه خصوصی

وقتی تعین‌داری‌ها بازهم بیشتر می‌شود، سلسله‌مراتب (بنگاه ادغام شده عمودی)

کارآمدترین روش از منظر هزینه مبادله است. هر بنگاه خصوصی که مبادلات درونی شده در زمینه کالاهای واسطه‌ای، نیروی کار و سرمایه در آن وجود دارد، جانشین قرارداد بازار می‌شود. آن سلسله‌مراتب می‌تواند برای رفع مشکلات مبادلات بسیار متعین، مزایایی نسبت به قراردادهای بازار داشته باشد. به دلیل خطر زیان‌های بزرگی که ممکن است در صورت سرگردان ماندن سرمایه‌گذاری در دارایی‌های متعین پیش آید، شاید تضمین‌های اطمینان‌بخش قراردادهای بازار کافی نباشد. ممکن است مخاطرات اسارت چنان بزرگ باشند که نتوان با امنیت به یک قرارداد بازار وارد شد. در عوض درون یک بنگاه، حقوق مالکیت در قالب مالکیت یگانه^۱ درمی‌آیند. مالکان حقوق مالکیت (به‌ویژه نیروی کار و سرمایه)، در ازای اجرت حاضر می‌شوند محصولات خود را برای کاربرد مولد در اختیار یک مقام مسئول (مثلاً یک هیئت‌مدیره و یک سلسله‌مراتب مدیریتی) قرار دهند که به ایشان قدرت تصمیم‌گیری صلاح‌دیددی داده شده است. انگیزه خدمت در یک بنگاه را معمولاً به‌مثابه انگیزه‌های کم‌رمق^۲ می‌شناسند یعنی اگر کسی از تلاش خود در محیط بنگاه بکاهد، این کار معمولاً تأثیر فوری بر دریافتی او نخواهد گذاشت (Williamson, 1991). بنابراین توانایی مدیران در کاربرد قدرت آمرانه (که به دستور^۳ نیز معروف است) میزان انگیزش بهینه عوامل تولید را (که در تملک مالکان حقوق مالکیت هستند) تعیین و استفاده کارآمد از آن عوامل را در بنگاه - در مقایسه با قراردادهای بازار - معلوم می‌کند. منارد (Ménard, 2005) چند مزیت برای کاربرد دستور (یا تضمین‌های اطمینان‌بخش اجرایی) - به‌عنوان یکی از ابزارهای هماهنگ‌سازی در کنار سایر ابزارها در شرایطی که انطباق با تغییرات در محیط اقتصادی ضروری است - ذکر می‌کند: اول آنکه دستور موجب انعطاف‌پذیری ناظران برای تصمیم‌گیری درباره تقسیم مجدد وظایف، بدون نیاز به مذاکره در مورد شرایط قرارداد (نیروی کار) می‌شود. دوم آنکه به شکلی مؤثر باعث کاهش رفتار فرصت‌طلبانه می‌شود (به شرطی که انگیزه‌ها و تنبیهات مناسب به اجرا درآید) و سوم اینکه حل‌وفصل مناقشات را بدون مراجعه پرهزینه به داورهای حقوقی ممکن می‌کند، زیرا مثلاً حسابرس‌ها بسیار بهتر از دادگاه می‌توانند درباره اطلاعات تخصصی قضاوت کنند.

-
1. Unified Ownership
 2. Low-powered Incentives
 3. Fiat

علاوه بر این در یک سازمان، قواعد ضمنی مشخص رفتاری شکل گرفته‌اند که اگر کسی از روح آن قواعد تخلف کند، با سازوکارهای خودزمانتی و خودنظارتی از قبیل مخاطره از دست دادن دورنمای شغلی بلندمدت، مواجه می‌شود (Williamson, 1991).

اقتصاد هزینه مبادله نه تنها دلیل وجود بنگاه‌ها را توضیح می‌دهد، بلکه معلوم می‌کند چرا انواع مختلف سلسله‌مراتب برای هماهنگ‌سازی مبادلاتی با درجه تعیین‌داری قابل توجه به کار می‌روند. مثلاً برخی مورخان اقتصادی مانند آلفرد چندلر^۱ توضیح می‌دهند که وجود شرکت‌های چندبخشی، در نتیجه رفتارهای حداقل‌کننده هزینه مبادله بوده است. تغییر ماهیت از یک تشکیلات یکپارچه^۲ (شکل V) به یک تشکیلات چندبخشی^۳ (شکل M) را می‌توان به‌مثابه تفکیک تصمیم‌های راهبردی و عملیاتی دانست که مدیران ارشد یک بنگاه چندبخشی را قادر به کاهش جابه‌جایی اطلاعات و دستورات به سطوح مدیریتی پایین‌تر می‌کند. در یک بنگاه چندبخشی، هر بخش (شعبه) کارکردهای یک بنگاه یکپارچه را انجام می‌دهد.

مزایای این روش زیاد است؛ یکی آنکه مدیران ارشد قادر به تمرکز بر تصمیم‌گیری بلندمدت و درعین حال تفویض فعالیت‌های عملیاتی کوتاه‌مدت به کارکنان ارشدی می‌شوند که بخش‌ها را هدایت می‌کنند؛ به‌این‌ترتیب مشکلات مربوط به عقلانیت محدود کم می‌شود. دوم اینکه مسئولیت مدیران در مورد وظایف خاص را کم و احتمال تقویت تعهد ایشان را زیاد می‌کند، از این‌رو مشکلات مرتبط با رفتار فرصت‌طلبانه را کاهش می‌دهد. در این مورد در فصل ششم بیشتر خواهید خواند.

۳-۳-۲-۵ پیوندی

اگر طبقه‌بندی ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی فقط به شکل بازارها یا سلسله‌مراتب باشد، بخش کوچکی از واقعیت را نشان می‌دهد. بازار یک ساختار سازمان‌دهی است که در آن طرف‌های مبادله به مذاکره برای وضع حقوق برابر درباره محتوای یک قرارداد می‌پردازند. در سلسله‌مراتب افراد ارشد دستورات خود را به کارگزاران در سطوح تشکیلاتی

1. Alfred Chandler
2. Unitary Organization
3. Multidivisional Organization

پایین تر ابلاغ می‌کنند. باین حال چنین تقسیم‌بندی ساده‌ای نمی‌تواند انواع ساختارهای سازمان‌دهی را پوشش دهد که در دنیای واقع وجود دارند. پیوندی درواقع مفهومی بین بازار و سلسله‌مراتب است که می‌تواند دامنه‌ای از قالب‌های مختلط - از قبیل شبکه‌ها، نمایندگی‌ها یا ائتلاف‌های راهبردی - را شامل شود.

یک پیوندی برمبنای قرارداد کار می‌کند و آن قرارداد نیز حاصل مذاکرات بین طرف‌های هم‌تراز است که با هدف دستیابی به نوعی همکاری فعالیت می‌کنند. بسته به شکل خاص پیوندی و اهداف طرف‌های قرارداد، میزان همکاری بسیار فرق می‌کند، اما آنچه در همه شکل‌های پیوندی به چشم می‌خورد آن است که آنها تا حدی «منابع خود را یک کاسه می‌کنند». بنابراین طرف‌های قرارداد، بخشی از دارایی‌های خود را به اشتراک می‌گذارند (مثلاً کارکنان، فوت‌وفن‌ها یا ماشین‌ها). در قراردادهای، عوامل خصوصی به ایجاد ساختارهای تشکیلاتی می‌پردازند که می‌تواند عوامل را به شکل سلسله‌مراتبی به جهات خاصی هدایت کند (تشکیلات شعبه‌ای) یا راه‌حل‌های خاصی را در زمان بروز مناقشات ارائه دهند (هیئت‌های داوری). این پیوندی‌های خصوصی عموماً مبتنی بر قراردادهای بلندمدت‌اند. چون یک پیوندی درواقع شکلی از همکاری بین بنگاه‌های خصوصی مستقل است، ابزارهای حمایتی قراردادی و کاربردی را بیشتر می‌توان به‌مثابه تضمین‌های اطمینان‌بخش بازار به حساب آورد تا تضمین‌های اطمینان‌بخش اجرایی (که در حالت سلسله‌مراتب صادق است).

کایرتسوی ژاپنی یکی از مصادیق خوب برای یک پیوندی است (که بنگاه شبکه‌ای^۱ نیز نامیده می‌شود). در کایرتسو، سازمان‌های مستقل و خودمختار، رفتارهای خود را بدون آنکه هیچ‌یک از آنها نقشی محوری را برعهده بگیرد، با یکدیگر هماهنگ می‌کنند؛ چون بین بنگاه‌های تشکیل‌دهنده آن شبکه اشتراک منافع وجود دارد، هر یک از آنها مایل به سرمایه‌گذاری برای هماهنگی بین همه است که این تمایل به تحقق اهداف مشترک کمک می‌کند.

هماهنگی می‌تواند به شکل ایجاد وابستگی‌های متقابل از راه سهام‌داری متقابل یا مدیریت‌های درهم تنیده ایجاد شود. روابط مالی، اقتصادی و فردی موجب شکل‌گیری و تقویت وابستگی متقابل بین اعضای یک شبکه می‌شود، تمایل هر عضو را در هماهنگ

کردن مبادلات درون شبکه زیاد می‌کند. در نوشته‌های مربوط به شبکه‌ها، پدیده اعتماد نقش مهمی دارد و اگر عوامل از چنین خصیصه‌ای برخوردار باشند، فرصت‌طلبی را کنار می‌گذارند و مورد اعتماد واقع می‌شوند. اطلاعات کامل‌تر درباره کاپیتسو و سایر انواع پیوندی‌ها را می‌توان در فصل هفتم پیدا کرد.

۳-۳-۲-۶ نظارت

تا به اینجا به شیوه‌های ایجاد نهادهای خاص توسط عوامل خصوصی در نظام اقتصادی پرداختیم. این نهادهای خاص، قرارداد بازار یا بنگاه را - به‌عنوان ساختار بهینه تدبیر - تقویت می‌کنند. در این حالت، یک «نظام بازار تحت نظم خصوصی» وجود دارد که در آن نهادها توسط بخش خصوصی پدید می‌آیند. با این حال عوامل عمومی - از قبیل حکومت - نیز به ایجاد برخی ساختارهای سازمان‌دهی می‌پردازند که مبادلات را هماهنگ می‌کنند. قانون شرکت‌ها قیودی وضع می‌کند که طبق آن مردم به تشکیل بنگاه‌ها می‌پردازند. آن قانون وظایف عوامل مختلف درون هر بنگاه (مثلاً سهام‌داران و مدیران) را نیز مشخص می‌کند. قانون رقابت یکی از مثال‌های مجموعه‌ای از قواعد است که همه عوامل باید در زمان تنظیم قیمت‌ها یا وقتی درصد ادغام یا تملک یک بنگاه هستند، آن را رعایت کنند. قانون رقابت بر رفتار بنگاه‌ها نظارت می‌کند تا رقابت به‌اندازه «مطلوب» در بازار پدید آید. هر مقام مسئول، ابزارهایی برای منع توافق‌ها از نوع تبانی بین بنگاه‌ها یا رفتارهای شبیه به «سوءاستفاده از قدرت بازار» در اختیار دارد (مثال محاکمه علنی مایکروسافت را که در فصل اول گفته شد، به یاد بیاورید).

همچنین می‌توان نهادهای عمومی ویژه هر بخش را مطابق قانون ایجاد کرد و در بخش‌هایی همانند مخابرات، انرژی الکتریکی و حمل‌ونقل عمومی به نظارت بر رفتار بنگاه‌ها پرداخت. در این مورد، حکومت بازار را کمک می‌کند تا با رقابت یا بدون آن به یک عملکرد ویژه بازار دست پیدا کند. ابزارهای مختلفی توسط قانون در اختیار ناظر قرار می‌گیرند. ناظر می‌تواند در بعضی موارد به اجرای قانونی بپردازد که به وضع حداکثر قیمت مربوط است یا می‌تواند استانداردهایی درباره کیفیت خدمات وضع کند که نشان می‌دهد یک خدمت مخصوص را در همه مناطق یک کشور، تا چه حد باید به‌طور منظم

ارائه کرد. نظم عمومی به «بازار تحت نظم خصوصی» کمک می‌کند تا به یک عملکرد بازاری خاص دست یابد. در بخش چهارم این موضوع به تفصیل شرح داده شده است.

۳-۳-۲-۷ شرکت دولتی

تدارک برخی از کالاها و خدمات ممکن است برای کل جامعه و نظام اقتصادی چنان اهمیت داشته باشد که حکومت نخواهد تولید، برقراری و توزیع آنها را به دست بخش خصوصی بسپارد. این واقعیت درباره کالاهای عمومی محض از قبیل زیرساخت‌ها و دفاع ملی صدق می‌کند که ممکن است به دلیل مشخصات ذاتی یعنی رقابت‌آمیز نبودن و منع ناپذیری، عرضه آنها ناکافی انجام شود. البته منافع ملی گاهی در مواردی مانند سلامت همگانی، حمل‌ونقل عمومی و انرژی الکتریکی نیز به خطر می‌افتد که حکومت مصمم است از دسترسی همه مردم به این کالاها و خدمات مطمئن باشد.

اقتصاددانان گمان می‌کنند بهتر است ثروت تاحدامکان در بخش خصوصی وجود داشته باشد زیرا در آن صورت است که «انگیزه‌های سازنده» شکل می‌گیرند. باین‌حال تحلیل‌های اقتصاد نهادگرا نشان می‌دهد نظارت کردن بر بخش خصوصی گاهی به علت نامتقارن بودن اطلاعات چنان پرهزینه می‌شود که مبادلات را در شرکت‌های دولتی آسان‌تر می‌توان هماهنگ کرد. البته وقتی تولید در شرکت‌های دولتی انجام گیرد، هزینه‌های دیوان‌سالاری و مشکلات انگیزشی وجود خواهد داشت و نظارت کارفرما بر کارگزار قدری دشوارتر خواهد شد ولی در این موارد دولت استدلال می‌کند که تحقق اهداف سیاستی در اولویت است و اثربخشی سیاست‌ها بر کارایی آنها اولویت دارد. در بخش چهارم بیشتر بحث خواهیم کرد.

همه ساختارهای سازمان‌دهی در سلسله مورد بحث، نکات قوت و ضعف دارند. از منظر اقتصاد هزینه مبادله، انتخاب بین ساختارهای سازمان‌دهی، بر مبنای انگیزه حداقل‌سازی هزینه‌های تولید و مبادله است (و باید چنین باشد). اگر یک قرارداد بازار به این دلیل انتخاب شد، ساختارهای موجود موجب پیدایش انگیزه‌های محکم بازاری می‌شوند. اگر بنگاه انتخاب شود، هزینه‌های آن همان فقدان انگیزه‌های بازاری است، اما در عوض با دستورات و عقلانیت محدود، بهره‌ای بیشتر حاصل می‌شود. هیچ‌یک از ساختارهای بازار

نمی‌تواند بهترین‌های همه ساختارها را در خود جمع کند. موضوع اغلب گزینش و به توازن رساندن هوشیارانه جنبه‌های قوت و ضعف است تا مجموع هزینه‌ها به کمترین حد برسد.

۳-۴ رویکرد منافع گروهی

همان‌گونه که در مقدمه این فصل گفتیم، رویکرد ایستا به نهادها، تحت سلطه رویکرد کارایی در اقتصاد نهادگرایی جدید است، اما آن رویکرد نمی‌تواند تبیین کاملی از روش‌هایی ارائه دهد که عوامل طبق آنها مبادله می‌کنند. اقتصاددانان در کل - همان‌گونه که در فصل اول گفته شد - فرض می‌کنند که مردم برای منفعت شخصی خود در تقلا هستند. در بسیاری موارد، این رفتار بهینه‌کننده، به صورت حساب شده یا حساب نشده با تحقق رفاه بهینه اقتصادی منطبق می‌شود، اما در موارد دیگر، رفتار خودخواهانه یا فرصت‌طلبانه فقط به نفع بخشی از جامعه است. در آن شرایط، یک گروه اقلیت کوچک، موفق به حداکثرسازی سود خود به بهای ضرر دیگران می‌شود. از این واقعیت می‌توان فهمید که با حفاظت از منافع نمی‌توان به حداکثر ساختن رفاه اقتصادی رسید. حال بار دیگر به حقوق مالکیت، عاملیت، عقد قرارداد و ساختارهای سازمان‌دهی می‌پردازیم، اما این بار تأکید ما بر رابطه آن موضوعات با رویکرد منافع است.

۳-۴-۱ حقوق مالکیت

نظریه نهادی به ما می‌گوید که تخصیص حقوق مالکیت به‌شدت با توزیع قدرت در جامعه مرتبط است. گروه‌هایی همانند زمین‌داران، رهبران کلیسا، مالکان سرمایه و از این قبیل که زمام امور را در دست دارند، قادرند «قواعد بازی» را تعیین کنند و در نتیجه نفوذ زیادی بر قوانین و مقرراتی داشته باشند که موجب توزیع هزینه‌ها و منافع در هر جامعه می‌شود. بخش مهمی از این قواعد همان حقوق مالکیت است؛ کسانی که از آن برخوردارند، حق دارند منتفع شوند. به تعبیری، تخصیص حقوق مالکیت نشان‌دهنده ساختار قدرت در جامعه است و مذاکرات بین مالکان حقوق، اغلب در حلقه همان توزیع اولیه قدرت صورت می‌گیرد. اینکه بگوییم مبادله حقوق مالکیت باید به‌نحوی در بازار صورت گیرد که ترجیحات افراد به بهترین شکل در نظر گرفته شود، کاملاً با این فرق دارد که بگوییم توزیع اولیه

حقوق مالکیت به شکلی است که مذاکره بین افراد هم‌تراز صورت می‌گیرد. وقتی گروه‌های یک جامعه به توافق برسند که توزیع حقوق مالکیت در میان ایشان صحیح نیست و باید تغییر کند، بحث درباره فرایند تغییر دادن آن حقوق سر می‌گیرد و رویکرد پویا به صحنه وارد می‌شود (فصل چهارم را مطالعه کنید).

دیدیم که حقوق مالکیت می‌تواند تحت تملک خصوصی، مشترک با سایر عوامل خصوصی، یا تحت تملک عمومی باشد. واضح است که شهروندان صاحب‌نفوذ، می‌توانند در جایگاهی قرار گیرند که در حکومت نفوذ کنند، تخصیص حقوق مالکیت خصوصی را به نفع خود انجام دهند یا از نحوه مالکیت عمومی کالاها منتفع شوند.

در مورد تأثیر قدرت بر مالکیت خصوصی، برخی از (گروه‌های) شهروندان احتمالاً وقتی پای پرداخت مالیات، دریافت یارانه و مزیت‌های خاص سیاسی در میان است، مورد لطف قرار می‌گیرند (این موضوع در فصل نهم تشریح شده است).

در مورد اثر قدرت بر مالکیت عمومی، در برخی موارد هیچ‌گونه دلیل موجهی برای حاکمان یا حکومت‌ها وجود ندارد که برای کالاهای خاصی حق مالکیت عمومی قائل شوند و به جای آن براساس منافع شخصی یعنی به نفع صاحبان قدرت و حامیان حاکم یا حکومت، این کار را انجام می‌دهند. مثال‌های این حوزه معمولاً به درآمدهایی مربوط است که می‌توان از انحصارهای دولتی به‌دست آورد. شرکت‌های دولتی اغلب منابع طبیعی از قبیل سنگ‌های گران‌بها، گاز یا نفت را استخراج می‌کنند. هرچند این درآمدها را می‌توان به نفع کل جامعه به مصرف رساند، ولی بخش اعظم آن در اموری مانند ساختمان‌های مجلل برای صاحبان قدرت به مصرف می‌رسد. همچنین ممکن است انگیزه‌های قدرت جغرافیایی - سیاسی^۱ در کار باشد زیرا کشورها نمی‌خواهند - به‌ویژه در تأمین منابع انرژی خود - به گروه‌های سیاسی (یا خارجی) وابسته باشند.

۲-۴-۳ عاملیت

لازم به ذکر است که در همه نظریه‌های اقتصاد نهاد‌گرای جدید، در نظریه عاملیت همواره امکان سوءاستفاده افراد یا گروه‌ها از قدرت مدنظر قرار می‌گیرد و توصیه‌هایی

درباره چگونگی پیشگیری کارآمد از این مشکلات - از راه فراهم کردن انگیزه‌های مناسب - ارائه می‌شود. مهم‌ترین عنوان بحث‌ها در نظریه کارفرما - کارگزار به موضوع نحوه تشویق مدیران ارشد به عمل کردن در راستای منافع کارفرمایان ایشان - یعنی سهامداران - اختصاص دارد. به‌طور کلی انگیزه‌های مذکور را می‌توان هم با ابزارهای نظارتی و هم با وضع دستمزدهای متناسب ایجاد کرد به‌طوری‌که منافع مدیران و سهامداران همسو شود.

با این حال یک نظریه رقیب به نام نظریه قدرت مدیریتی^۱ وجود دارد که معتقد است مقامات اجرایی قدرتمند در جایگاهی قرار دارند که می‌توانند از صلاحدید خود استفاده کنند و به تنهایی به تعیین مقدار و نوع دستمزدهای خود بپردازند (Bebchuk and Fried, 2003). به‌ویژه اگر بنگاه تحت تملک سهامداران متعدد و پراکنده باشد، آن افراد در اغلب موارد قادر به احاطه بر رفتار مقام‌های ارشد اجرایی نیستند. برای آنکه از بروز نارضایتی در میان سرمایه‌گذاران و عامه مردم جلوگیری شود (نارضایتی‌هایی که ممکن است با «هزینه‌های درگیری»^۲ همراه شود و شامل آسیب به حسن شهرت و افت قیمت سهام نیز هست) مدیران صاحب‌نفوذ بسیار تلاش می‌کنند تا دستمزدها و دریافتی‌های خود را مخفی نگاه دارند و این کار به «هزینه‌های استتار»^۳ منجر می‌شود. پس می‌توان فهمید که این مدیران در واقع تحت انگیزه‌های ایجادشده در قراردادهای خود عمل می‌کنند، ولی چون آن قراردادهای توسط کارفرمایان ایشان (سهامداران) تنظیم نشده‌اند، نتیجه کار برای آن کارفرمایان بهینه نخواهد بود. در واقع آن‌طور که بسیاری از ناظران می‌گویند، بحران مالی ایالات متحده در سال ۲۰۰۸ که سپس در سراسر جهان منتشر شد، می‌توان حداقل تا حدی به این نوع فرصت‌طلبی و قدرت مدیران ارشد نسبت داد.

۳-۴-۳ ساختارهای سازمان‌دهی

در نظریه متعارف اقتصاد هزینه‌های مبادله، عوامل در مبادلات خود دقیقاً به دنبال آن ساختار سازمان‌دهی هستند که هزینه‌های مبادله را به حداقل برساند. با این حال ساختارهای

-
1. Managerial Power Theory
 2. Outrage Costs
 3. Camouflage Costs

سازمان‌دهی معمولاً از دل انگیزه‌های قدرت سر بر آورده یا به آن دلیل است که دوام می‌آورند. یکی از بارزترین مثال‌های این واقعیت، کارتل‌ها هستند که در خدمت رفاه اقتصادی قرار نمی‌گیرند، بلکه در جهت منافع صاحبان قدرتمند صنایع قرار می‌گیرند و به زیان مصرف‌کنندگانی عمل می‌کنند که مجبور به پرداخت قیمت‌های گزاف می‌شوند. نتیجه این وضعیت، یک زیان دائمی برای جامعه است. کارتل‌ها را می‌توان شکل خاصی از ساختارهای پیوندی از نوع تدبیر خصوصی دانست که درباره آنها در فصل هفتم بیشتر بحث خواهیم کرد.

مثال مهم دیگر به برخی ساختارهای سازمان‌دهی عمومی مربوط است که در خدمت رفاه اقتصادی قرار نمی‌گیرند. قبلاً مثالی را ذکر کردیم که در آن برخی شرکت‌های دولتی برای رفاه عمومی کار نمی‌کنند، بلکه در خدمت رفاه حاکمان و جناح‌های حامی خود قرار می‌گیرند. در فصل نهم به شکل مفصل به تمایل برخی حاکمان به ثروت‌سازی برای برگزیدگان و برخی از افراد خاص در ازای دریافت قدرت سیاسی خواهیم پرداخت. خواهیم دید که جست‌وجوی قدرت می‌تواند در نهایت به فساد ختم شود و آسیب جدی به رفاه وارد کند.

۳-۵ ملاحظات پایانی

نظریه حقوق مالکیت، نظریه‌های قرارداد و اقتصاد هزینه مبادله، با یکدیگر رابطه‌ای تنگاتنگ دارند. اینها که سه نظریه نماینده اقتصاد نهاد‌گرای جدید محسوب می‌شوند، بر اهمیت کارایی - به‌عنوان محرک رفتار اقتصادی - تأکید می‌کنند.

به‌طور کلی اکثر کالاها و خدمات را نمی‌توان رایگان به‌دست آورد و مشکلات کمیابی را می‌توان به بهترین شکل (از لحاظ بهینه شدن رفاه) با مبادله حل کرد به‌نحوی که هرکس بیشتر از دیگران برای آن محصولات ارزش قائل است، آنها را با کمترین هزینه به‌دست بیاورد. یکی از شروط لازم برای تحقق این مبادلات بهینه، وجود حقوق مالکیتی است که ضمانت اجرایی داشته باشند. به‌این ترتیب می‌توان مطمئن شد که مردم از منابع تحت مالکیت حقوقی خود (در صورت تملک کامل) یا اجاره شده از مالک قانونی، استفاده می‌کنند و بهره‌مند می‌شوند. اگر حقوق مالکیت (تضمین شده) موجود نباشد، فقط قوی‌ترین‌ها قادرند به همه کالاها دسترسی پیدا کنند و به‌این ترتیب انگیزه تولید بسیاری از کالاها از بین

خواهد رفت، به‌طور کلی چنین جامعه‌ای قادر نخواهد بود رفاه خود را بهینه کند. وجود حقوق مالکیت تضمین شده، مردم را قادر به تولید، مصرف و مبادله محصولات می‌کند. این کار (حداقل از لحاظ نظری) انگیزه‌های مناسب برای تولید و مصرف آنچه را که مصرف‌کنندگان بیش از هر چیز برای آن ارزش قائل‌اند، ممکن می‌کند. در این فصل گفتیم که چگونه انواع مختلف حقوق مالکیت از قبیل مالکیت مشترک و مالکیت خصوصی می‌توانند انگیزه‌های رفتاری متفاوت در مصرف‌کنندگان پدید آورند و اثر آن انگیزه‌ها بر رفاه اقتصادی چیست. همچنین باید گفت که وجود حقوق مالکیت تضمین شده، فقط یکی از شروط لازم است و تحقق رفاه بهینه را به معنایی که قبلاً گفتیم تضمین نمی‌کند. دستیابی به مبادلات بهینه در عمل بسیار دشوار است، زیرا انواع مختلف هزینه‌های مبادله به پیامدهای غیربهینه منجر می‌شوند. ملاحظات مربوط به هزینه‌های مبادله در حوزه انگیزه‌ها و رفاه چیست و چگونه می‌توان آن هزینه‌ها را کاهش داد؟ به‌طور خلاصه چگونه می‌توان به بهترین شکل هزینه‌های مبادله را تنظیم کرد؟

در نظریه‌های قرارداد، موضوع اصلی آن است که آیا قرارداد مبادله، شامل انگیزه‌های مناسب برای همه طرف‌ها می‌شود تا شرایط قرارداد را رعایت کنند یا خیر. به دلیل اطلاعات ناقص و عقلانیت محدود، قراردادها را نمی‌توان به‌طور کامل تصریح کرد. به دلیل مخاطره احتمالی یعنی رفتار فرصت‌طلبانه که همان سوءاستفاده از ناقص بودن اطلاعات طرف مقابل است، باید تضمین‌های اطمینان‌بخش در قرارداد تعبیه شوند. همه هزینه‌هایی که از تصریح قرارداد و نظارت بر رعایت آن ناشی می‌شوند، از نوع هزینه‌های مبادله‌اند. قراردادها در اصل برای حل و فصل مشکلات اطلاعاتی ناشی از عدم تقارن اطلاعات و یا حل مشکلات اسارت به‌کار می‌روند. مشکل عدم تقارن اطلاعات که به معضل کارفرما - کارگزار نیز معروف است مشتمل بر مخاطره اخلاقی و کژگزینی می‌شود، درحالی‌که مشکل دوم یعنی اسارت، به تعیین دارایی مربوط است. حل کردن هر دو نوع مشکل به‌طور کلی مستلزم وجود قراردادهای برخوردار از ضمانت اجرایی است.

قراردادها را می‌توان در اوضاع تشکیلاتی مختلفی منعقد کرد که به آنها ساختارهای سازمان‌دهی می‌گویند. مابین بازار (قراردادهای بازار) و سازمان‌ها (خصوصی و عمومی) و نیز شکل‌های پیوندی که ساختار واسطه‌ای دارند، تمییز قائل شدیم. در بخش سوم

خواهیم دید که عوامل خصوصی به انتخاب ساختار سازمان‌دهی ویژه‌ای می‌پردازند که هزینه‌های مبادله را به حداقل می‌رسانند و اعتنا نمی‌کنند که آیا این حداقل‌سازی موجب حداکثر شدن رفاه دیگران (رویکرد منافع) یا رفاه جامعه (رویکرد کارایی) می‌شود یا خیر. در مواردی که مخاطرات فرصت‌طلبی نسبتاً کم هستند یا سروکار داشتن با آنها خیلی پرهزینه است، قراردادهای اغلب در محیط بازار منعقد می‌شوند. اما در انتهای دیگر طیف خصوصی، مواردی با مخاطرات قراردادی بسیار زیاد هست که این معضل در اکثر موارد استقرار ساختاری سلسله‌مراتبی را به دنبال دارد که قراردادهای (ی رابطه‌ای) در آن ساختار منعقد می‌شوند.

در هر نظام اقتصادی، نقش مهمی برای حکومت در نظر گرفته می‌شود. حکومت به واگذاری حقوق و تدوین انواع قوانینی می‌پردازد که عوامل خصوصی و عمومی براساس آنها قراردادهای خود را منعقد می‌کنند. همچنین شاید یک حکومت تصمیم بگیرد که نباید نظام اقتصادی را فقط از راه ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی اداره کرد، بلکه علاوه بر آن، اعمال نظارت یا وجود شرکت‌های دولتی (یا هر دو) نیز ضروری است. شاید دلیل چنین تصمیمی آن باشد که حکومت معتقد است منافع عمومی (و در نتیجه رفاه اقتصادی) توسط نظم خصوصی به بهترین شکل تأمین نمی‌شود، یا شاید منافع عمومی تحت تأثیر گروه‌های قدرتمندی قرار می‌گیرد که هدف ایشان فقط حفاظت از منافع خود به بهای ضربه زدن به دیگران است. در بخش چهارم به دقت نقش دولت را از هر دو منظر کارایی و منافع بررسی خواهیم کرد.

۳-۶ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر

۱. فرق بین کالاهای خصوصی و کالاهای کاملاً عمومی چیست؟
۲. فرق بین اختصاصی بودن یک کالا و منع‌پذیری آن را شرح دهید. توضیح دهید که یک کالای اختصاصی چگونه می‌تواند غیراختصاصی شود و چگونه یک کالای غیراختصاصی را می‌توان به کالای اختصاصی تبدیل کرد.
۳. چرا حقوق مالکیت خصوصی اهمیت دارد؟ حقوق مالکیت مشترک در چه شرایطی ارجحیت دارد؟

۴. توضیح دهید چرا نظریه کوز را در عمل به‌دشواری می‌توان به‌کار بست.
۵. رابطه بین حقوق مالکیت، قراردادها و مبادلات را توضیح دهید.
۶. هزینه‌های نهفته در طراحی قراردادها کدام‌اند؟ شرح دهید که چگونه هزینه‌های ضمانت اجرا و نظارت را گاهی با نهادهای رسمی و گاهی با نهادهای غیررسمی، بهتر می‌توان برطرف کرد.
۷. پدیده‌های کژگزینی و مخاطره اخلاقی را با کاربرد مثال‌هایی از زندگی روزانه توضیح دهید.
۸. پدیده اسارت را با توسل به یکی از مثال‌های زندگی روزمره توصیف کنید.
۹. رابطه بین هزینه‌های مبادله و ساختارهای سازمان‌دهی کدام است؟
۱۰. آرایش عقد قرارداد (شکل ۲-۳) را با روش شخصی خودتان توضیح دهید.
۱۱. رویکرد منافع چگونه شناخت متفاوتی نسبت به مبادله، عقد قرارداد و ساختارهای سازمان‌دهی فراهم می‌کند؟

فصل چهارم پویایی نهادها

مقدمه

در فصل دوم چند رویکرد نسبت به نهادها را معرفی کردیم: رویکرد ایستا و پویا، ازمنظر کارایی و منافع گروهی و براساس نظریات اقتصاد نهادگرای جدید و اقتصاد نهادگرای اولیه. در رویکرد کارایی ایستا، اقتصاد نهادگرا با توجه به مجموعه‌ای از متغیرهای برونزای مقیدکننده، به بررسی نهادهای بهینه می‌پردازد. گفتیم که چگونه یک نظریه می‌تواند در یک تحلیل ایستای تطبیقی و با مجموعه‌ای جدید از مقادیر برای متغیرهای برونزا، به پیش‌بینی حالت نهایی بهینه جدید بپردازد. در فصل سوم نشان دادیم اقتصاد هزینه مبادله چگونه می‌تواند یک ساختار سازمان‌دهی کارآمد و جدید را پس از تغییر فقط یکی از مشخصه‌های (ابعاد) مبادله پیش‌بینی کند.

همچنین نشان دادیم تصمیم‌گیری عوامل فقط براساس ملاحظات کارایی نیست. موضوع محقق کردن اهداف خاص به نفع افراد یا گروه‌های ویژه، برای درک علت ترجیح دادن برخی از ساختارهای سازمان‌دهی به دیگر ساختارها اهمیت دارد: رویکرد ایستای منافع گروهی. در این فصل به موضوع تغییر نهادی می‌پردازیم یعنی فرایند تغییر انواع مختلف نهادها را که در فصل اول به آن اشاره شد، تحلیل خواهیم کرد. سپس به محرک‌های برونزای تغییر نهادی (فرهنگ، فناوری و دولت) می‌پردازیم و خواهیم گفت که این محرک‌ها چگونه بر متغیرهای درونزای ساختارهای سازمان‌دهی اثر می‌گذارند. تا به اینجا هنوز هم از تحلیل ایستای تطبیقی استفاده می‌کنیم.

پس از آن به ارائه تحلیل پویای نهادها - با تمایز قائل شدن بین دو رویکرد می‌پردازیم. اولی اصطلاحاً رویکرد تطوری^۱ یا «خودجوش»^۲ خوانده می‌شود و دومی به رویکرد طرح‌ریزی^۳ معروف است (See Vatn, 2005). ابتدا تغییر تطوری نهادها را بررسی

-
1. Evolutionary
 2. Spontaneous
 3. Design Perspective

خواهیم کرد. منظور ما از تطور^۱ آن است که تغییر مورد نظر، نتیجه حساب شده اقدام (مجموعه‌ای از) عوامل نیست، بلکه به‌عنوان پیامد ناخواسته [خودبه‌خودی] رفتارها ظهور می‌کند. همچنین نشان خواهیم داد که چنین نهادهایی خودتضمین هستند و به‌این ترتیب وجود یک مقام مسئول از قبیل دولت، یا به‌کارگیری اجبار لازم نیست. به عبارتی عوامل فعال در نظام‌های مورد نظر، به شکل خودجوش و مطابق با قواعد آن نهاد عمل می‌کنند. سپس به بررسی رویکرد طرح‌ریزی به تغییر نهادی خواهیم پرداخت. در این رویکرد، یک نهاد خاص، نتیجه حساب شده انتخاب فردی یا جمعی است. قوانین و قواعد توسط یک مقام مسئول (قوای قانونگذاری) طراحی و با دیوان‌سالاری دولتی و نظام قضایی ضمانت می‌شوند. در انتها بحث را با بررسی نقش کارایی و نیز منافع، در فرایند طراحی نهادها به پایان می‌بریم. مقررات و ساختارهای سازمان‌دهی، توسط عوامل مصمم به‌منظور کاهش هزینه‌ها طراحی می‌شوند و کارایی از این راه بهبود می‌یابد. در این زمینه، روشنگری‌های اقتصاد نهادگرای جدید مفید واقع می‌شود. البته منافع گروه‌های جامعه هم نقش مهمی در طراحی نهادها دارد. نهادها علاوه بر این به‌دلیل اعمال فشار توسط گروه‌های کسب‌وکار، سازمان‌های غیرحکومتی^۲ یا اتحادیه‌های کارگری - که همگی درصد تغییر موازنه بین هزینه‌ها و منافع به سود خود هستند - تغییر می‌کنند. مثلاً اهل کسب‌وکار قوانین انعطاف‌پذیرتری را برای نیروی کار خواستارند، به‌نحوی که کارکنان را بتوان آسان‌تر اخراج کرد؛ درحالی‌که اتحادیه‌های کارگری خواهان وضع قوانین بیشتر در مورد امنیت و ایمنی شغلی، ساعات کار، حداقل دستمزدها و نظایر اینها هستند. درک تغییر نهادی معادل درک مناقشه بین گروه‌های ذی‌نفع - و چگونگی تحول این فرایندها در گذر زمان - است. در این مورد، رهیافت‌های اقتصاد نهادگرای اولیه مفیدتر جلوه می‌کند.

در انتهای این فصل، بحث‌ها را به مقیاس کل نظام اقتصادی می‌کشانیم. در فصل دوم به معرفی سه الگو برای نظام‌های اقتصادی پرداختیم که به روش ایستا مطرح شدند. در این فصل به پویایی‌شناسی نظام‌های نهادی خواهیم پرداخت. یکی از سؤالات مهم مربوط به هم‌گرایی نظام‌های مذکور می‌شود؛ آیا آن نظام‌ها با گذشت زمان به هم

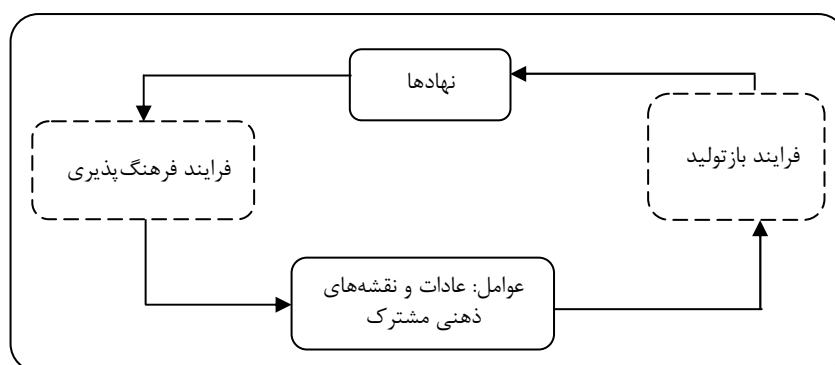
1. Evolution

2. Non-Governmental Organizations (NGOs)

شبيه‌تر می‌شوند یا آنکه «انواع سرمایه‌داری» همچنان وجود دارد و یک نظام آنگلو ساکسون در کنار نظام‌های آسیایی و اروپای غیرانگلیستان وجود خواهد داشت؟

۴-۱ محرک‌های تغییر نهادی

تحلیل خود را با الگویی آغاز می‌کنیم که تعاملات بین نهادها و عوامل در آن به‌مثابه فرایند تقویت نهادها موجود در نظر گرفته می‌شود. عوامل خود را از راه یک فرایند فرهنگ‌پذیری^۱ با نهادها آشنا می‌کنند و با یک فرایند بازتولید^۲ به تقویت نهادها موجود می‌پردازند. این موضوع را به تفصیل شرح می‌دهیم. در نظام نهادها یک منطق خاص وجود دارد که با روابط بین مؤلفه‌های مختلف - از قبیل نهادها (غیررسمی)، ساختارهای سازمان‌دهی عمومی و خصوصی و نقشه‌های ذهنی مشترک - تقویت می‌شود. بازتولید نهادی در شکل ۴-۱ نشان داده شده است.



شکل ۴-۱ بازتولید نهادی

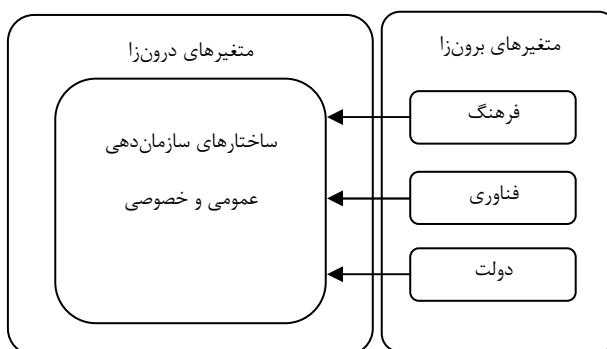
اما چه چیز باعث تغییر این نظام می‌شود و فرایند تغییر چگونه رخ می‌دهد؟ در فصل دوم درباره متغیرهای درون‌زا و برون‌زا صحبت کردیم. تغییر در متغیرهای درون‌زا به تغییر

1. Enculturation
2. Reproduction

در انتخاب تعادل مورد نظر منجر می‌شود (که در فصل سوم در مورد انتخاب ساختار سازمان‌دهی - تحلیل ایستای تطبیقی - از آن صحبت کردیم). این تغییرات درون محیطی نهادی (نظام قضایی، ارزش‌ها، هنجارها، نقشه‌های ذهنی، ترجیحات و ...) رخ می‌دهد که «از پیش معلوم» فرض شده است. سپس این متغیرهای برون‌زا را صریح‌تر بررسی می‌کنیم و نشان می‌دهیم که چگونه تغییرات برون‌زا می‌تواند بر انتخاب ساختارهای سازمان‌دهی اثر بگذارد. متغیرهای مورد بررسی ما بر سه مورد از محرک‌های تغییر متمرکز است: فرهنگ، فناوری و دولت. دو محرک نیز برای عوامل در نظر می‌گیریم: بهبود کارایی و تمایل به حفاظت از منافع شخصی. پس از آن به بحث درباره چگونگی تحلیل پویایی‌های نهادی به‌عنوان فرایندی درون‌زا می‌پردازیم که در آن متغیرهای مختلف باهم در تعامل‌اند.

۴-۱-۱ محرک‌های برون‌زای تغییر

در شکل ۴-۲ نشان می‌دهیم که چگونه تغییر کردن یکی از سه متغیر برون‌زا (فرهنگ، فناوری و دولت) موجب تغییر ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی و عمومی می‌شود.



شکل ۴-۲ محرک‌های برون‌زای تغییر نهادی

۴-۱-۱-۱ فرهنگ

در اقتصاد نهادگرا، فرهنگ یکی از ابعاد رفتار انسان و جامعه است که نزد همه یا همه اعضای یک گروه اجتماعی خاص، مشترک است. فرهنگ شامل پدیده‌های مادی

(ساختمان‌ها و نقاشی‌ها) و غیرمادی (ارزش‌ها، هنجارها، پیمان‌ها، قوانین و ساختارهای سازمان‌دهی) است. فرهنگ از اعضای قبلی یک گروه به اعضای جوان‌تر منتقل می‌شود، زیرا اعضای آن گروه، فرهنگ را چیزی ارزشمند می‌دانند. فرهنگ، رفتار و برداشت‌های هر فرد را در هر گوشه جهان شکل می‌دهد. نقشه‌های ذهنی مشترک که در فصل دوم از آنها سخن گفتیم، بخشی از فرهنگ یک گروه به‌شمار می‌آیند. فرهنگ‌پذیری به فرایندی گفته می‌شود که اعضای یک گروه (یک بنگاه یا یک جامعه) به‌واسطه آن و با آموزش‌های رسمی و غیررسمی، فرهنگ را کسب می‌کنند. فرهنگ یک کشور در قوانین و مقررات آن کشور، در فرهنگ کسب‌وکار بنگاه‌های آن کشور و در نهایت در هنجارها و مشخصه‌های موجود در عوامل منفرد (مثلاً افراد خانه‌دار) متجلی می‌شود.

به‌طور کلی فرهنگ یک گروه به‌تدریج تغییر می‌کند. ارزش‌های یک جامعه ممکن است در مدت زمان طولانی، مثلاً از ارزش‌های گروهی جمع‌گرایانه به ارزش‌های فردگرایانه‌تر تغییر کند. در حالت اول، گروه - به‌مثابه یک جمع - محور امور است. رفتار افراد برحسب کاری که ایشان برای تداوم کل آن نظام انجام می‌دهند، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. در حالت دوم، جامعه تا حد زیادی استقلال عمل هر فرد برای پیگیری منافع شخصی‌اش را به رسمیت می‌شناسد. در چنین فرهنگی معتقدند که جمع نباید دست‌وپای فرد را ببندد، بلکه باید به فرد کمک کند تا به اهداف شخصی‌اش برسد.

وقتی ارزش‌های جمع‌گرایانه در خلال مدتی طولانی به ارزش‌های فردگرایانه‌تر تغییر می‌کند (چنین تغییری در بسیاری از کشورهای آسیایی و اروپایی غیر از انگلستان مشاهده می‌شود) نوعی ناهمخوانی در میان نهادهای رسمی پدید می‌آید. مثلاً وقتی قوانین و مقررات، نقش دیوان‌سالاری و ساختارهای بنگاه‌ها هنوز با ارزش‌های جمع‌گرایانه همسو باشد، درحالی‌که اکثر عوامل جامعه به ارزش‌های فردگرایانه تمایل پیدا کرده باشند، بین اجزای مختلف آن فرهنگ، ناهمخوانی پدید می‌آید. به‌این ترتیب در جامعه تنش ظاهر می‌شود و فشارهایی برای ایجاد تغییر در ساختارهای سازمان‌دهی عمومی و خصوصی پدید می‌آید (North, 2005). به تعبیری، تغییر در نهادهای رسمی تحت تأثیر یک تغییر برون‌زا در فرهنگ هر کشور است.

۲-۱-۱-۴ فناوری

پیشرفت‌های فناورانه چگونه موجب دگرگونی نهادها می‌شوند؟ مورخان اقتصادی - مانند آلفرد چندلر - نشان داده‌اند که چگونه انقلاب‌های فناورانه (مثلاً در حمل‌ونقل ریلی) و ارتباطات (تلگراف و تلفن) و نیز فنون تولید (خطوط مونتاژ) موجب پیدایش تولید انبوه شده‌اند. به این ترتیب ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی تغییر کردند تا به ساختارهای بزرگ‌تر و با ادغام عمودی تبدیل شوند.

چندلر (Chandler, 1962) توضیح می‌دهد که سلسله‌مراتب بزرگ‌تر، همان ساختار سازمان‌دهی است که به بهترین شکل با تولید بزرگ مقیاس مناسبت دارد، زیرا صرفه‌های به مقیاس و کاهش هزینه‌های مبادله را می‌توان به کارآمدترین شکل در تشکیلات سلسله‌مراتبی محقق کرد (فصل ششم را نیز مطالعه کنید). چندلر - که به بررسی سابقه ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی از لحاظ تغییرات در محیط آنها پرداخته است - توضیح می‌دهد که فناوری تولید دستی، چگونه برخلاف خط تولید صنعتی به ایجاد سلسله‌مراتب کوچک، پیمانکاری‌های ثانویه و شبکه‌های کوچک منجر شده است (فصل هفتم را مطالعه کنید). نکته آن است که یک تغییر برون‌زا در فناوری موجب راه افتادن یک تغییر نهادی در ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی - از قبیل ساختار و اندازه بنگاه - می‌شود.

مثال دیگر برای اثر فناوری در پیدایش ساختارهای سازمان‌دهی، نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات است. رایانه‌های شخصی و اینترنت موجب تمرکززدایی می‌شوند و پیدایش انواع ساختارهای آزادانه‌تر و شبکه‌ای را ممکن کرده‌اند.

تأثیر فناوری بر ساختارهای سازمان‌دهی را می‌توان کم‌وبیش جبری دانست، یعنی فناوری موجب می‌شود که فقط یک نوع ساختار سازمان‌دهی کارآمد باشد. با این حال فناوری اغلب اوقات ماهیتی «سرکش» دارد. فناوری موجب آغاز دگرگونی به سمت ساختارهای سازمان‌دهی جدید می‌شود، اما اینکه آیا آن ساختارها محقق خواهد شد یا نه و اینکه کدام ساختارها از میان طیفی از انواع ساختارها انتخاب می‌شوند، چیزی است که به انتخاب عوامل بستگی خواهد داشت. در بررسی‌های مربوط به رابطه «عوامل و ساختارها» (فصل دوم) مثال‌هایی را می‌توان یافت که در آنها فناوری تا حدی جبرگرایانه است و در کنار آنها مثال‌های دیگری را می‌توان پیدا کرد که فناوری را سرکش و عوامل

را در انتخاب خود، دارای استقلال عمل می‌دانند. همچنین فرایند انتخاب نیز تحت تأثیر حضور یا فقدان شرایطی دیگر - از قبیل موجود بودن منابع مالی، مهارت‌های انسانی، استعداد کارآفرینانه یا از این قبیل - است.

۳-۱-۱-۴ دولت

دولت تصمیمات متعددی اتخاذ می‌کند که محرک عوامل دیگر در نظام‌هایی است که نهادهای آنها تغییر می‌کند. این موضوع را در بخش چهارم مفصل‌تر بررسی خواهیم کرد. مثلاً وقتی نظام سیاسی موجب تغییر قانون رقابت در یک کشور می‌شود و ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی را که در قانون قبلی مجاز بوده‌اند، ممنوع می‌کند، این تغییر باعث تغییر ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی نیز می‌شود و مهم‌تر از همه، امکانات همکاری را متأثر می‌کند. فرض کنید همکاری بین بنگاه‌ها برای سرمایه‌گذاری در طرح‌های سرمایه‌گذاری مجاز باشد و این شرایط به عقد قراردادهایی منجر شود که بنگاه‌ها با آن برنامه‌های سرمایه‌گذاری خود را هماهنگ می‌کنند. سپس فرض کنید که یک قانون جدید، این همکاری را منع کند. می‌توان انتظار داشت که بنگاه‌های نیازمند به همکاری در طرح‌های برنامه‌ریزی، حالا ادغام را به جای قرارداد انتخاب می‌کنند یا به خرید بنگاه رقیب خود روی می‌آورند. دولت به این ترتیب، پویایی‌های بنگاه را به سمت یک ساختار سازمان‌دهی یکپارچه‌تر و بزرگ‌تر هدایت می‌کند.

مثالی دیگر: اکثر بنگاه‌های تولید برق در اروپا مالک شبکه‌های اختصاصی انتقال و توزیع هستند. اتحادیه اروپایی تصمیم گرفته است رقابت را در بخش برق وارد کند. به این ترتیب عرضه‌کنندگان جدید باید بتوانند به بازار وارد شوند و انرژی الکتریکی را به بنگاه‌ها و خانوارها تحویل دهند. بنگاه‌های موجود از ابزارهای فراوان برای رفتار فرصت‌طلبانه در مقابل تازه‌واردان به این صنعت برخوردارند، زیرا آن تازه‌واردان برای استفاده از شبکه‌های موجود، به ایشان وابسته‌اند. در دستور راهنمای اتحادیه اروپایی قید شده است که بنگاه‌های حاضر باید فعالیت‌های تولید و فروش خود را از فعالیت انتقال (استفاده از شبکه) جدا سازند تا به این ترتیب مجال نقش‌آفرینی در مقیاس‌های جداگانه برای عرضه‌کنندگان برق فراهم شود.

اتحادیه اروپایی اقدام به جداسازی فعالیت‌ها را در نظر گرفته است تا بنگاه‌های ادغام شده عمودی با مجموعه‌ای از قراردادهای بازار عوض شود و به این ترتیب هماهنگی مبادلات بین بنگاه‌های مرتبط با توزیع و انتقال از یک طرف و بنگاه‌های تحویل‌دهنده انرژی الکتریکی به مصرف‌کننده نهایی از طرف دیگر حاصل شود. از این رو، دولت به مثابه یک متغیر برون‌زا موجب تحریک بنگاه‌های این حوزه به تغییر ساختار سازمان‌دهی خصوصی آنها می‌شود.

۲-۱-۴ انگیزه‌های تغییر: کارایی و منافع گروهی

۲-۱-۲-۱ کارایی

اقتصاددانان معمولاً درباره آثار تغییرات برون‌زا - به شکل تغییر در کمیابی منابع که در قیمت‌ها نمایان می‌شود و به عوامل علامت می‌دهد که باید خود را با تغییرات محیط وفق دهند - صحبت می‌کنند. یکی از اهداف رفتار کارآمد، حداقل‌سازی مجموع هزینه‌های تولید و مبادله است. در الگوهای اقتصاد، عوامل تحت انگیزش برای تعدیلات نهادی قرار دارند، زیرا با یک تغییر در فناوری یا «قواعد بازی» بهتر است که ساختار سازمان‌دهی نیز تعدیل شود. مثلاً بنگاه‌ها مقیاس تولید خود را با ادغام (افزایش مقیاس) یا تجزیه (کاهش مقیاس) تعدیل می‌کنند. مثال‌های فوق که به تغییرات تولید انبوه و بخش تولید برق مربوط بود، نشان داد که چگونه تغییرات برون‌زا می‌تواند محرک بنگاه‌ها برای تعدیل ساختارهای سازمان‌دهی به منظور حداقل‌سازی هزینه‌ها باشد.

یکی از سؤالات مهم در درک پویایی‌های نهادها آن است که فعالان چرا و چه موقع از انگیزه یافتن کارآمدترین راه‌حل‌ها برخوردار می‌شوند؟ در بسیاری از نظریه‌های اقتصادی فرض شده است که عوامل به دلیل رقابت‌های بازار مجبور هستند به دنبال کارآمدترین ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی باشند. در فصل دوم این الگوها را «ایستا» معرفی کردیم، زیرا در آنها فرایند تعدیل یا انطباق با تعادل جدید، مورد تحلیل قرار نمی‌گیرد. به یاد دارید که به فرض غالب در رویکرد ایستا اشاره کردیم که فشارهای رقابتی بازار به طور خودکار عوامل را مجبور به انتخاب کارآمدترین ساختارهای سازمان‌دهی می‌کند. با این حال وقتی که پرسش تحقیق به درک فرایند تغییر نهادی و

پیامدهای آن مربوط باشد، نوع دیگری از چارچوب تحلیلی لازم است. در رویکرد پویا به نهادها، تحلیل‌ها باید نشان دهد که عوامل چگونه اطلاعات صحیح درباره تغییر کمیابی‌ها را به دست می‌آورند، چگونه از کارآمدترین ساختارهای سازمان‌دهی مطلع می‌شوند و چگونه قادرند تغییرات لازم را اعمال کنند. خواهید آموخت که این‌گونه انتخاب کارآمدترین نهادها فقط در شرایطی خاص رخ می‌دهد. گاهی کارآمدترین انتخاب از لحاظ نظری، با توجه به قوانین موجود میسر نیست یا در نقشه‌های ذهنی مشترک بین عوامل، جایی برای اجرای آن راه‌حل کارآمد وجود ندارد. مثالی از حالت دوم، کارآمدی نهادهایی با روابط آزادانه و مبتنی بر اعتماد است که با نقشه‌های ذهنی رقاباتی که با شرایط رقابت بی‌رحمانه خو گرفته‌اند، منطبق نیست. تحقیق درباره خودروسازان آمریکایی و ژاپنی نشان می‌دهد که نوع کارآمد شبکه عرضه ژاپنی‌ها، ابتدا در نقشه‌های ذهنی مدیران ارشد آمریکایی، غیرممکن تلقی می‌شد زیرا آن مدیران در دنیایی با رقابت شدید قیمتی و ادغام عمودی پرورش یافته بودند (Dyer, 1996). همچنین یک بررسی پویا درباره نهادها نشان می‌دهد که تغییر به سمت یک ساختار سازمان‌دهی کارآمدتر، گاهی به دلیل محدودیت‌های اقتصادی (هزینه‌های گزاف تغییر وضعیت)، محدودیت‌های فناورانه (لزوم ادغام فعالیت‌ها) یا به دلیل محدودیت‌های نهادی مسدود می‌شود (مثلاً تغییر در نهادهای مکمل، به شکل مشابه با تغییرات قانون رقابت که ساختارهای سازمان‌دهی جدید و شبکه‌ای را مجاز شمرده است، رخ نمی‌دهد).

در تحلیل پویای نهادها، ظهور نهادهای جدید و دگرگونی‌های حاضر را می‌توان از منظر کارایی بررسی کرد (یعنی بازار در چه شرایطی کارآمدترین‌ها را انتخاب خواهد کرد)، اما تحلیل پویا درعین حال می‌تواند نشان دهد که چرا راه‌حل کارآمد به اجرا در نمی‌آید.

۲-۱-۴ منافع گروهی

رقابت از منظر اجتماعی یک نیروی محرک سازنده محسوب می‌شود که بنگاه‌ها را به یافتن کارآمدترین راه‌حل‌ها سوق می‌دهد. با این حال رقابت در سطح بنگاه‌های منفرد و

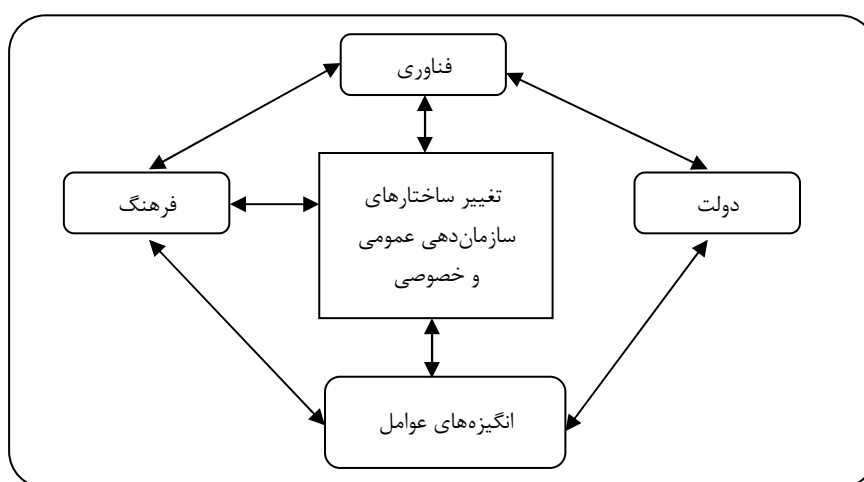
مدیران، شاید یک بار سنگین تلقی شود. راهبردهای مدیریتی معمولاً درصدد احاطه یا حتی حذف رقابت هستند تا از منافع مدیران حمایت شود. پس تعجب‌آور نیست که بنگاه‌ها برای افزایش قدرت و احاطه خود بر تحولات بازار، به شدت سرمایه‌گذاری کنند تا به این ترتیب فشار رقابت را کاهش دهند. همان‌طور که به تفصیل در فصل ششم خواهیم دید، ادغام‌ها و تملک‌های عمودی و افقی، ابزارهایی برای کاهش یا حذف فشارهای رقابتی به‌شمار می‌آیند. شبکه‌ها (فصل هفتم) نیز که اطلاعات در آنها ردوبدل و اقدامات عوامل در آنها هماهنگ می‌شود، مثال‌هایی از ساختارهای سازمان‌دهی هستند که بنگاه‌ها با آنها به افزایش قدرت خود می‌پردازند. اثر ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی می‌تواند به احاطه بر طرف‌های عرضه و تقاضای بازار بیانجامد (فصل پنجم را مطالعه کنید). به عبارت دیگر، بنگاه‌ها روش‌های تدبیر خود را عوض می‌کنند تا با احاطه بر رفتار سایر عوامل بازار، وضعیت‌های جدیدی پدید آورند که احتمالاً - به بهای کاهش رفاه و کارایی دیگران - به بهترین شکل مطابق با منافع ایشان باشد.

سیاست‌مداران، دیوان‌سالاران، اتحادیه‌های کارگری، سازمان‌های غیردولتی و امثال اینها نیز راهبردهایی را برای تحقق اهداف خود در پیش می‌گیرند (حتی اگر به کاهش رفاه دیگران منجر شود). آنها نیز همانند بنگاه‌ها درصدد احاطه بر منابع، دستکاری اطلاعات و اثرگذاری بر تقسیم هزینه‌ها و منافع - صرفاً به سود خود - هستند. در فصل نهم این رفتارها را بازهم دقیق‌تر بررسی خواهیم کرد.

برای جمع‌بندی: در تحلیل پویای نهادها، فرایند تغییر به‌خودی‌خود تحلیل می‌شود. در این تحقیق بررسی می‌شود که آیا کارایی نقش علیتی دارد یا خیر و اگر دارد، چگونه عوامل قادرند تصمیمات کارآمد اتخاذ کنند. یا اگر منافع گروهی نقشی دارند، مبنای قدرت فعالان و انگیزه‌های ایشان چیست و قدرت ایشان چگونه با گذر زمان تغییر می‌کند. در یک تحلیل پویا واقعاً به‌دقت به علیت‌های تاریخی و چگونگی ارتباط رخدادهای مختلف با یکدیگر پرداخته می‌شود. چنین تحلیلی عمدتاً بسیار به شرایط محیط بستگی دارد، بر وابستگی‌های متقابل بین اجزای مختلف نظام تمرکز می‌کند و در نتیجه ماهیتی فراگیر و میان‌رشته‌ای دارد. به این ترتیب به‌ناچار چنین تحقیقی نیز توصیفی‌تر شده و کمتر برای الگوهای ریاضیاتی دقیق مناسب است.

۴-۲ رویکرد تطوری به پویایی‌های نهادی

درباره محرک‌ها و انگیزه‌های تغییر به‌طور جداگانه صحبت کردیم. چنین تفکیکی از لحاظ نظری مجاز است. در یک تحلیل پویا، محقق اغلب تمام انواع وابستگی‌های متقابل بین متغیرها را در نظر می‌گیرد. تعدادی از حالات ممکن در شکل ۳-۴ نمایش داده شده‌اند. روابط بین متغیرها و انگیزه‌ها (کارایی و منافع) را می‌توان به‌عنوان تعاملی در نظر گرفت که موجب می‌شود تبیین پویایی‌های نهادها نسبت به شکل ۴-۲ درون‌زاتر شود.



شکل ۳-۴ توصیف درون‌زای پویایی‌های نهادها

در فصل دوم نیز گفتیم محقق باید انتخاب کند و بداند کدام تعاملات را باید در تحلیل خود بگنجانند. انتخاب در این زمینه به مشکل مورد نظر و شرایط موجود در محیط تحقیق بستگی دارد (پیوست فصل دوم درباره داگلاس نورث را مطالعه کنید). خواهید آموخت که پویایی‌های نهادها را چگونه می‌توان برای فهم فرایند تطوری الگوسازی کرد. سپس خواهید دید که یک محقق چگونه از الگوسازی برای شناخت طرح‌های نهادی استفاده می‌کند.

در اقتصاد نهادگرا، نقل قول معروف آدام فرگوسن (Ferguson, 1767: 187) از این قرار که «تشکیلات مختلف، حاصل اقدام انسانی و اجرای طرح‌های انسانی هستند»، اغلب این‌گونه تفسیر می‌شود که «نهادها حاصل اقوام انسان و نه طراحی او هستند». به عبارتی عوامل به شیوه‌ای خاص عمل می‌کنند، زیرا به نفع آنان است که چنین کنند. همچنین یک نهاد (مثلاً به شکل یک هنجار یا پیمان) - به‌مثابه پیامد حساب نشده - به همین ترتیب ظهور می‌کند. چنین رفتاری در مقیاس فردی ممکن است حساب شده (برای حداقل‌سازی هزینه) یا عادت‌گونه باشد، ولی نهادها هدف انسان‌ها نبوده‌اند.

نکته موجود در رویکرد تطوری آن است که نهادها می‌توانند بدون آنکه قصد فردی یا جمعی در کار باشد، به‌وجود بیایند یا تغییر کنند. پیامد همه رفتارهای فردی می‌تواند ظهور یک نهاد باشد که وقتی به‌وجود آمد، ماندگار است و باعث انگیزش و هماهنگی رفتارهای فردی می‌شود.

فردریک هایک (Hayek, 1979)، برنده نوبل ۱۹۷۴، مقالات و کتاب‌های متعددی نوشت و یک بار ظهور یک نهاد را با شکل‌گیری یک کوره‌راه^۱ مقایسه کرد. یک کوره‌راه وقتی به‌وجود می‌آید که افرادی در جنگل یا مثلاً در امتداد رودخانه قدم بزنند و پشت سر نفر قبلی راه بروند. برای یک انسان آسان‌تر است که از مسیر قبلی پیروی کند تا اینکه راه جدیدی برای خود کشف کند. با رفتار این افراد است که به‌مرور زمان یک کوره‌راه شکل می‌گیرد و زندگی را برای همه مسافران آینده در آن مسیر آسان‌تر می‌کند. با این حال هیچ‌کدام از آن مسافران قصد نداشته‌اند آن کوره‌راه را ایجاد کنند. همه ایشان به دلایل خودخواهانه مایل‌اند کنار رودخانه یا در میان جنگل قدم بزنند. کوره‌راه به شکل حساب نشده با این قدم‌ها ایجاد می‌شود، ولی درعین‌حال همه مسافران آن را بسیار باارزش می‌دانند. برای ایجاد آن کوره‌راه هیچ اجازه‌ای لازم نیست و تعمیرات آن نیز خودتضمین است، زیرا همه مسافران از همان مسیر استفاده می‌کنند و آن را صرفاً با استفاده مداوم، برقرار نگاه می‌دارند. در ادامه به رویکردهای مختلف درباره‌ی تطور نهادها می‌پردازیم.

۴-۲-۱ نهادها به مثابه یک تعادل

مثال کوره‌راه در اقتصاد نهادگرا برای توضیح ظهور پیمان‌ها، هنجارها و بازارها به کار می‌رود. عوامل مستقل در شرایط خاص برای منفعت خود به شکل حساب نشده نهادهایی می‌سازند که دیرپا بوده و رفتار عوامل اقتصادی را هماهنگ می‌کنند. همه عوامل، رفتار کردن مطابق با هنجار نوظهور را به نفع خود می‌دانند، دوست دارند که دیگران نیز به همین ترتیب عمل کنند. رفتار کردن طبق هنجار جاری موجب کاهش عدم اطمینان یا هزینه‌های اطلاعات می‌شود. برای عوامل منفرد بهتر است که مطابق با نهاد تشکیل شده عمل کنند. ممکن است عواملی در مقیاس فردی با گذشت زمان به شکل خودجوش نهادهایی ایجاد کنند که به وضعیت‌های تعادل تبدیل شود (مثلاً کادر ۴-۱ را ببینید).

کادر ۴-۱ پول: یک نهاد خودتضمین

کارل منگر^۱ ظهور پول را حاصل یک فرایند تطوری می‌داند که از نظام اقتصادی پایاپای آغاز شد. وقتی عوامل اقتصادی به مبادله یک کالا (مثلاً یک رأس ماده گاو) در ازای کالای دیگر (مثلاً پارچه) می‌پردازند، آن نظام را پایاپای (تهاتری) می‌نامیم. در این نظام هیچ کالای واسطه وجود ندارد و مبادله گاو در ازای پارچه، یک مبادله بی‌واسطه است.

می‌توان تصور کرد که یافتن افراد مایل به مبادله یک کالای خاص، با آنچه شما مایل به مبادله آن هستید، کار آسانی نباشد: در یک نظام اقتصادی تهاتری، هزینه یافتن کسانی که مایل به مبادله کالاهای مورد نظر باشند، کار سختی است. منگر توضیح داد که عوامل به‌مرور زمان کالاهایی را که مردم خیلی از آنها تقاضا می‌کنند، شناختند؛ به عبارتی کالاهایی را که امکان فروش آنها بیش از سایر کالاهاست، شناسایی کردند. به تدریج برای معامله‌کنندگان بهتر شد که آن کالاهای دارای امکان فروش زیاد را تملک و از آنها به‌عنوان واسطه استفاده کنند. آن روش موجب صرفه‌جویی فراوان در وقت ایشان شد که قبلاً برای جست‌وجوی طرف‌های مبادله کالاهای مورد نظر صرف می‌شد. حالا هر دو طرف معامله برای محصول واسطه‌ای که معامله را این همه آسان می‌کرد ارزش فراوان قائل شدند.

معامله‌کنندگان به‌مرور زمان دریافتند که طلا بهترین کالای قابل فروش است. طبق دورنمای تطوری پول، ظهور استاندارد مبادله همه کالاها (پول)، نتیجه طراحی هدفمند یا مبتنی بر یک موافقت همگانی نبود. ولی وقتی آن کالا نزد همه به‌عنوان یک کالای واسطه‌ای مطلوب پذیرفته شد،

1. Carl Menger

آنگاه همه عوامل پذیرفتند که از آن کالا برای خود ذخیره کنند، زیرا فهمیده بودند که سایر عوامل نیز آن را قبول دارند. به این ترتیب آن کالا به یک نهاد تبدیل شد که علاوه بر ماندگار بودن، خودتضمین هم بود.

در این فرایند، سه مرحله را می‌توان از هم تمییز داد:

۱. **برونی‌سازی:**^۱ تداوم رفتار باید برای دیگران آشکار شود. به عبارتی رفتاری که در ابتدا فقط برای خود افراد معلوم بود (درونی)، باید بیرونی (قابل مشاهده برای دیگران) شود.
 ۲. **عینی‌سازی:**^۲ تداوم رفتار باید یک «واقعیت» شود به طوری که دیگران آن را باور کنند.
 ۳. **فرهنگ‌پذیری:** آن واقعیت به بخشی از رفتار همه مردم در آن جامعه محلی تبدیل می‌شود؛ واقعیت در سازه‌های ذهنی همه افراد، درونی می‌شود.
- طبق رویکرد «نهادها به مثابه تعادل»^۳ هر نظامی وقتی که اکثر عوامل اجتماعی به درونی کردن آن پردازند، به یک نهاد (یک هنجار یا یک قاعده) تبدیل می‌شود.
- نهادها به مثابه تعادل، توسط نظریه پردازان نظریه بازی‌ها - مثلاً ماساهیکو آئوکی (Aoki, 2001, 2007) - مورد بررسی قرار گرفته‌اند. می‌توان نشان داد که در برخی شرایط، عواملی که به عقلانیت محدود دچارند، خواهند خواست که نهادهای باثبات ایجاد کنند. تعریف یک نهاد که با این رویکرد مطابق باشد، توسط آئوکی این گونه تنظیم شده است: «یک نهاد، مجموعه‌ای از الگوهای خودپایا^۴ و آشکار در حوزه تعاملات اجتماعی است و با قواعد هدفمندی نمایان می‌شود که همه عوامل آنها را می‌شناسند و به مثابه باورهای مشترک عوامل درباره قاعده بازی و آن شکلی است که آن قاعده باید باشد» (Aoki, 2007: 6).

در نوشته‌های این حوزه، نهادها به مثابه یک تعادل خودکار نیز تلقی می‌گردند، زیرا موضوع خودتضمین بودن در کار است. هیچ مقام یا مسئول بیرونی لازم نیست تا عوامل را به رفتار مطابق با قواعد یک نهاد خاص مجبور کند؛ آن فرایند به شکل خودجوش و

-
1. Externalization
 2. Objectivization
 3. Institutions as an Equilibrium
 4. Self-sustaining

فقط براساس منفعت شخصی افراد ظهور می‌کند. نکته آن است که عوامل درمی‌یابند رفتار همکارانه و پایبندی به آن نهاد موجب مزایای متقابل برای ایشان می‌شود. آنان در چنین وضعیتی همگی تحریک می‌شوند که مطابق آن نهاد عمل کنند. هر عامل درمی‌یابد که بی‌اعتنایی به آن نهاد، هزینه‌ساز است و به نفع اوست که با آن کنار بیاید. سؤال را می‌توان این‌گونه مطرح کرد که آیا یک نهاد خاص که به‌مثابه یک تعادل، تطور پیدا می‌کند، علاوه بر آن، یک راه‌حل بهینه نیز به‌شمار می‌آید یا خیر. مثال کوره‌راه را به یاد بیاورید. کاملاً محتمل است که آن کوره‌راه در ابتدا توسط گردشگران بی‌هدف ایجاد شده و اصلاً هدف ساختن راه در جنگل نبوده است. کوره‌راهی که در ابتدا پدید آمده است، سپس توسط دیگران استفاده می‌شود و به این ترتیب شکل‌گیری آن هیچ ربطی به کارایی ندارد. حتی اگر مردم روش سریع‌تری برای گذر از جنگل بشناسند، بازهم از آن کوره‌راه استفاده خواهند کرد زیرا ساختن یک راه جدید خیلی دشوار است. بنابراین ممکن است یک نهاد تعادلی به‌رغم ناکارآمد بودن، همچنان دوام بیاورد. مثال کوره‌راه را می‌توان برحسب تعادل‌های به‌اصطلاح چندگانه، بازتنظیم کرد. ممکن است بسته به شرایط اولیه مختلف، تعادل‌های مختلفی وجود داشته باشد.

۱-۲-۴ تعادل‌های چندگانه: سابقه تاریخی مهم است

وجود تعادل‌های چندگانه موضوعی است که نشان می‌دهد چرا نهادهای گوشه‌وکنار دنیا، حتی در مناطق یا کشورهایی که از لحاظ نظام اقتصادی و فرهنگی بسیار به هم شبیه هستند، باز با یکدیگر فرق می‌کنند. گروهی معتقدند که بسته به شرایط تاریخی متفاوت اولیه، مسیرهای مختلفی ساخته می‌شود که به تعادل‌های مختلف منجر می‌شود. مثلاً به تفاوت‌های بین خودروسازان آمریکایی و ژاپنی توجه کنید. تفاوتی که می‌توان آن را به شکل فرق بین ادغام عمودی (ایالات متحده) و در تقابل با یک سلسله‌مراتب کوچک همراه روابط شبکه‌ای گسترده با عرضه‌کنندگان مختلف (ژاپن) توضیح داد. یا مثلاً فرق بین نقش نهادهای عمومی در کشوری مانند فرانسه در مقایسه با آلمان، چین در مقایسه با ژاپن و ایالات متحده در مقایسه با کانادا را در نظر بگیرید.^۱ وقتی

۱. درباره مقایسه ایالات متحده و کانادا رک.: Spithoven, 2009.

ریشه‌های مختلف تاریخی و شرایط اولیه متفاوت، از قبیل دلیل اولیه ساخت کوره‌راه، یا تأسیس یک سازمان تولیدی را در نظر بگیریم، خواهیم فهمید که مسیرهای مختلف تطور به تعادل‌های چندگانه منجر می‌شوند.

اگر بخواهیم رویکرد نهادها به مثابه تعادل را درک کنیم، می‌توانیم از روشنگری‌های نظریه بازی که آئوکی آنها را به کار برده است، استفاده کنیم، ولی درعین حال به روشنگری‌های رشته تاریخ نیز نیازمندیم تا با آن بتوان ویژگی‌های نهاد مورد نظر را توضیح داد و فهمید که چرا نهادها از کشوری تا کشور دیگر یا در گذر زمان تغییر می‌کنند. به قول آئوکی (Aoki, 2000: 13-14): نظریه بازی ابزاری مفید برای درک ماهیت خودتضمین نهادهاست. با این حال نامحتمل است که یک نظریه کامل و تمام شده درباره نهادها ارائه شود. برای آنکه بفهمیم چرا یک تعادل و نه تعادل‌های دیگر انتخاب می‌شوند، لازم است از اطلاعات تطبیقی و تاریخی استفاده کنیم ... من آن نهادها را پدیده‌هایی درون‌زا می‌دانم که به دلیل تعامل بین عوامل در یک قلمروی مشخص ایجاد شده‌اند و به این دلیل خودتضمین به‌شمار می‌آیند. در توضیح مذکور، مثالی از یک تحقیق میان‌رشته‌ای را مطرح کردیم که در آن روشنگری‌های نظریه بازی و تاریخ باهم ترکیب شده‌اند. همچنین آن مثال از روش‌های مختلف تحقیق استفاده می‌کند که یک رویکرد میان‌رشته‌ای تکثرگرایانه است (فصل دوم را مطالعه کنید).

۲-۱-۲-۴ تطور داروینی^۱

موضوع تحقیق چارلز داروین چندان به تعادل معطوف نبود، بلکه بیشتر به فرایند انتخابی مربوط می‌شد که با گذشت زمان رخ می‌داد. چرا گونه‌هایی وجود دارند که انتخاب از میان آنها رخ می‌دهد؟ انتخاب چگونه عمل می‌کند؟ بخش اعظم تحقیقات مربوط به فرایند تطوری تغییر نهادی، ملهم از کارهای داروین در حوزه زیست‌شناسی تطوری^۲ است. اگر یک گونه یا یک نهاد انتخاب شود، مشخصه‌های آن چگونه در گذر زمان منتقل می‌شوند؟ فرق زیادی بین تطور زیست‌شناختی و نهادی وجود دارد که ناشی از قدرت خلاقانه انسان است (ادامه مطالب را درباره طراحی نهادها بخوانید). با این حال

1. Darwinian Evolution
2. Biological Evolution

شباهت‌های جالبی نیز بین آن دو وجود دارد. سه مؤلفه اصلی نظریه داروین از این قرار است: ۱. جهش،^۱ ۲. انتخاب^۲ و ۳. توارث و ابقا.^۳ به اختصار بحث خواهیم کرد که هر کدام از این سه ویژگی چگونه با تطور نهادها قابل مقایسه هستند.

۱. یک جهش (تغییر وضعیت موجود) باید از جایی آغاز شود. جهش در نظریه داروین، اتفاقی (کور یا تصادفی) است. اما «تغییر» در دنیای نهادها ممکن است ناشی از خطا یا تصادف باشد، ولی همچنین می‌تواند در نتیجه رفتار هدفدار انسان‌ها نیز رخ دهد. شاید تغییر در یک نهاد خاص، حاصل اقدام خلاقانه یک کارآفرین یا یک سیاست‌مدار باشد. همچنین ممکن است نهاد جدید به دلیل یک فرایند طولانی و تدریجی یادگیری پدید آید.

۲. مؤلفه بعدی در تطور داروینی گونه‌ها، مفهوم انتخاب است. بسیاری از گونه‌ها توسط دیگران تقلید نشده و از بین می‌روند. اما وقتی یک نمونه جدید، با محیط (در حال تغییر) خود بهتر سازگار شده و امکان بقا و شکوفایی آن بیشتر باشد، در آن صورت سریع‌تر از گونه‌های کمتر سازگار رشد خواهد کرد (به قول داروین، بقای متناسب‌ترین).^۴

در دنیای نهادها، آن ساختارهای حکمرانی که بهتر از همه متناسب [با محیط] بوده و احتمال انطباق آنها با تغییرات محیطی بیشتر است، باقی می‌مانند و توسط دیگران مورد

1. Mutation

2. Selection

3. Inheritance and Retention

4. The Survival of the Fittest

۵. دقت کنید که برخلاف ادعا و اظهارات برخی نویسندگان ایرانی (که گویا به نقل قول‌های نامعتبر و شاید مغرضانه از داروین دسترسی داشته و به متن آثار او نپرداخته‌اند) داروین از «بقای اقوی» سخن نمی‌گوید بلکه به «بقای متناسب‌ترین» اشاره می‌کند. همچنین او بحث خود را صرفاً به حوزه زیست‌شناسی محدود کرده و آن را به حوزه‌های نامربوط انسانی تعمیم نمی‌دهد. متأسفانه عده‌ای با تقلید نابخردانه از آموزه‌های داروین که فقط برای قلمروی زیست‌شناسی بیان شده است، ظلمی عظیم به داروین و نیز ساحت علوم انسانی روا داشته‌اند، به گونه‌ای که گاهی حتی انقراض یک قبیله یا نژاد صلح‌جو و برخوردار از ارزش‌های عالی انسانی را به دست مردمی وحشی و زیاده‌خواه، با معیار بقای اقوی توجیه کرده، آن را همچون فرایندی جبری، موجه جلوه می‌دهند (درحالی‌که حتی داروین نیز خود از بقای اقوی سخن نگفته و اصلاً نظریه خود را برای ساحت علوم انسانی مطرح نکرده است). بنابراین گناه این کج‌فهمی‌ها و تعبیرهای مضحک به هیچ‌وجه متوجه داروین نیست. البته شخصاً هنوز درنیافته‌ام که فایده نظریه داروین - که این همه اعتبار یافته و حتی در حوزه‌های نامرتبط به کار گرفته شده است - چیست و اگر شخصی مانند داروین، نظریه تطوری خود را - که به اشتباه آن را تکاملی ترجمه کرده‌اند - مطرح نمی‌کرد، در مسیر پیشرفت انسان و مثلاً در پیشرفت‌های علمی امروز، چه خللی رخ می‌داد - م.

تقلید قرار می‌گیرند. در اقتصاد نهادگرا، مفهوم «انطباق»^۱ به اقدامات هدفمند انسان‌ها مربوط می‌شود. مثلاً وقتی بنگاه‌ها سود کسب کنند و آن را در محصولات یا فرایندهای نوآورانه سرمایه‌گذاری نمایند، بهتر قادرند در رقابت باقی بمانند و با محیط رقابتی نیز بهتر کنار می‌آیند. این بنگاه‌ها به ضرر دیگران سریع‌تر رشد می‌کنند یا توسط رقبا مورد تقلید قرار می‌گیرند.

توجه کنید که مفهوم «متناسب‌ترین» همواره به محیط‌های خاص مربوط است. از فصل دوم به یاد دارید که کارایی «وابسته به مقتضا یا شرایط» است و محیط نهادهای (غیر)رسمی و فناوری، با یکدیگر تا حد زیادی تعیین‌کننده آن چیزهایی هستند که عقلایی یا کارآمد تلقی می‌شوند. بقای متناسب‌ترین به‌هیچ‌وجه دقیقاً به معنای کارایی آن نیست.^۲

۳. وقتی یک جهش موفق باشد، با انتقال یافتن به ژن‌های نسل‌های آینده، تکثیر خواهد شد. در دنیای طبیعت، مفاهیم توارث و ابقا به کار می‌روند، درحالی‌که در دنیای نهادها، مفاهیم نهادها و عادات، مناسب‌ترند. نهادهایی که باقی می‌مانند، عادات‌ها را

1. Adaptation

۲. این نیز نکته‌ای است که نویسندگان کتاب، به‌درستی به آن اشاره کرده‌اند و مورد نظر داروین نیز بوده است. با هیچ معیاری نمی‌توان نشان داد آن‌گونه یا روشی که فراوان‌تر می‌شود و رواج می‌یابد، کامل‌تر یا شایسته‌تر است، بلکه فقط می‌توان گفت که صرفاً با شرایط محیط - که چه‌بسا موقتی و زودگذر باشد - سازگارتر است. از همین نکته و مثال‌های مربوط به آن در قلمرو زیست‌شناسی و گفته‌های داروین می‌توان دریافت که لغت Evolutionary را در متون مرتبط با این حوزه باید با احتیاط - و در اکثر موارد - به «تطوری» (از طوری به‌طور دیگر) ترجمه کرد و نه به «تکاملی» که اصلاً مدنظر داروین نبوده است. دقت کنید که مصطلح شدن یا جافتادن یک معادل نادرست، نمی‌تواند توجیهی برای ادامه کاربرد آن باشد، زیرا - به‌ویژه در این مورد - آن معادل، با هر بار تکرار شدن، معنایی کاملاً غلط را به ذهن شنونده منتقل و مفاهیمی بی‌معنا و حتی مضر را رایج می‌کند. اشتباه در کاربرد این عبارت، نوعی خیانت در امانت نیز محسوب می‌شود، زیرا دائماً حرفی را به داروین نسبت می‌دهیم که اصلاً منظور وی نبوده است. با توجه به مطالبی که در پاورقی قبل گفته شد، این عبارت‌های نادرست - و به‌ویژه عبارت «تکامل تدریجی» - حتی باعث سوءاستفاده‌های آگاهانه و ناآگاهانه‌ای می‌شوند که شاید به‌مرور زمان، تا حدی خطمشی ارزشی و ایدئولوژیک مخاطبان را نیز عوض کنند. به‌نظر می‌رسد در متون علوم اجتماعی باید Evolution را - بسته به سیاق آن - در اکثر موارد به «تطور»، گاهی به «تحول» و در مواردی اندک به «تکامل» ترجمه کرد که البته انتخاب این معادل‌ها به دقت و صحت درک مترجم بستگی دارد. برای آشنایی بیشتر با دلایل انتخاب لغت تطور به‌جای تکامل، به چهار مقاله در این زمینه رجوع کنید که در فصلنامه علمی - تخصصی تکاپو (شماره‌های ۱۵، ۱۶ و ۱۷) توسط جهاد دانشگاهی دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران به چاپ رسیده‌اند - م.

می‌سازند و افراد نیز به ایجاد نقشه‌های ذهنی مشترک می‌پردازند. به این ترتیب، «متناسب‌ترین نهادها»، «به ارث رسیده» و نزد نسل‌های بعدی «ابقا» می‌شوند.

۳-۱-۲-۴ وابستگی به مسیر

فرایند پویایی تغییر نهادی در اصل خصیصه تاریخی دارد. تصمیماتی که مردم امروز اتخاذ می‌کنند، به شدت توسط گذشته ایشان مقید می‌شود. همچنین تصمیم‌های امروز به شدت بر مجال عمل در آینده اثر می‌گذارد. پیوندهای گذشته با حال و آینده را با مفهوم وابستگی به مسیر^۱ می‌شناسیم. به تعبیر دیوید،^۲ «یک سلسله تغییرات اقتصادی که به مسیر وابسته باشد، سلسله‌ای است که در آن تأثیرات مهم بر پیامد نهایی می‌تواند حاصل رخدادهای زمانی بعید، از جمله اتفاقاتی باشد که تحت سیطره مؤلفه‌های تصادفی و نه نیروهای نظام‌یافته‌اند».

کادر ۲-۴ سلسله وابستگی به مسیر در تغییرات اقتصادی: کورتی^۳

دیوید (۱۹۸۵) وابستگی به مسیر را با اشاره به صفحه‌کلیدهای دارای آرایش کورتی توضیح می‌دهد. حروف و علائم در نخستین ماشین‌های تایپ به گونه‌ای روی صفحه‌کلید قرار داده شده بود که موجب اصطکاک و گیر کردن میله‌های تایپ می‌شد. از این رو صفحه‌کلید کورتی ساخته شد تا از اصطکاک میله‌ها تا حد امکان کاسته شود. با این حال صفحه‌کلیدهای بسیار سریع‌تری (مانند صفحه‌کلید ساده شده دووراک^۴) ساخته شده‌اند که در کمال تعجب، حتی در عصر تایپ الکترونیکی هنوز نتوانسته‌اند جای صفحه‌کلید ناکارآمدتر کورتی را بگیرند. حالا دیگر مشکل گیر کردن میله‌ها وجود ندارد، بنابراین شاید باید انتظار داشتیم که سازندگان، صفحه‌کلید کورتی را با نمونه‌های بهتر عوض کنند. اما چنین اتفاقی رخ نداده است، زیرا حتی در مورد کورتی هم سابقه تاریخی مهم است. در کنار سایر دلایل، زیاد بودن هزینه‌های تغییر نیز در کار بوده است. یک تحلیل تاریخی تفصیلی می‌تواند روابط فنی و نهادی خاصی را آشکار کند که در نهایت مسئول وجود پدیده‌ای مانند صفحه‌کلید کورتی است.

1. Path Dependence
2. Darwinian Evolution
3. Darwinian Evolution
4. QWERTY

می‌توان گفت هر پیامد در زمان حال، محصول سلسله‌ای خاص از رخدادهای گذشته است که به مجموعه محدود فعلی از امکانات مشخص منجر شده‌اند و انتخاب باید از میان آن امکانات انجام شود. انتخاب باید با توجه به این امکانات، به شکل بهینه انجام گیرد و در نتیجه، به جزئی از «مسیر» تبدیل می‌شود. سپس شرایط اولیه و سلسله رخدادهایی که از آن شرایط بیرون می‌جهند، مسیر را شکل می‌دهند. وابستگی به مسیر، به تعبیر ساده به معنای آن است که «سابقه تاریخی مهم است». این اصطلاح از منظر اقتصاد نهادگرا به آن معناست که مسیر پیشرفت توسط عوامل فنی یا نهادی تعیین می‌شود. پس از شکل‌گیری مسیر و گذشت زمان طولانی، به‌سختی می‌توان مسیر را (که در آن «گرفتار شده‌ایم») عوض کرد. یک مثال مشهور از گرفتاری در مسیر، مثال کورتی است (کادر ۲-۴).

نهادها می‌توانند نقش مهمی در تشکیل یک پیشرفت وابسته به مسیر ایفا کنند. در فصل دوم گفته شد که چگونه افراد در گذر زمان به تشکیل یک سازه‌های ذهنی می‌پردازند که با آن به درک و تفسیر دنیای پیرامون مشغول می‌شوند. مردم عاداتی را می‌سازند که هدایت‌کننده رفتارشان می‌شود. عادت‌ها رفتارهایی را شکل می‌دهند که با آنها می‌توان اقدامات دیگران را پیش‌بینی و هزینه‌ها را کم کرد. همچنین نهادها به‌طور عام (و عادت‌ها به‌طور خاص) می‌توانند عوامل را از تغییر نوع فناوری یا ساختار حکمرانی بازدارند. تغییرات مذکور ممکن است صرفاً به‌دلیل آنکه مثلاً ساختار حکمرانی جدید، بخشی از سازه‌های ذهنی عوامل نیست یا به‌دلیل آنکه آن تغییرات بسیار پرهزینه است، صورت نگیرد. کادر ۳-۴ را بخوانید.

کادر ۳-۴ جنگ‌های تصویری

در دهه ۱۹۷۰، دو دستگاه تصویری خانگی در بازار وجود داشت: بتاماکس^۱ (از سونی) و وی. ایچ. اس.^۲ (از جی. وی. سی). آن دو دستگاه با یکدیگر همخوانی نداشتند و مشتریان نیز نمی‌خواستند پخش‌کننده‌های بتاماکس و وی. ایچ. اس. را باهم بخرند. بنابراین آن دو شرکت دریافتند که غلبه سریع آنها در بازار، بسیار اهمیت دارد تا به‌این‌ترتیب محصول ایشان، «استاندارد» [غالب] قلمداد شود. هرچه

1. Sony's Betamax
2. JVC's VHS (Video Home System)

تعداد دستگاه‌های بیشتری از یکی از آن دو به فروش می‌رفت، بیشتر احتمال داشت تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان، آن فناوری را برای ضبط فیلم‌های خود استفاده کنند، از این رو خریداران فیلم‌ها نیز تمایل به انتخاب همان فناوری را پیدا کنند. این سازوکار اصطلاحاً اثر بیرونی تقویت‌کننده شبکه‌ای^۱ نامیده می‌شود. یک برتری جزئی در فروش یک فناوری می‌تواند احتمال غلبه مقیاس به نفع آن فناوری را بسیار زیاد کند تا حدی که آن فناوری به یگانه انتخاب موجود تبدیل شود. صحنه نبرد فقط به بازار دستگاه‌های پخش فیلم محدود نمی‌شد، بلکه بازار محصولات مکمل از قبیل فیلم‌ها و نوارهای صوتی با آن فناوری را نیز دربرمی‌گرفت. در نهایت در دهه ۱۹۸۰ و به دلیل تصمیم‌های راهبردی تولیدکنندگان محصولات مکمل، وی. ای. اس. توانست بتاماکس را شکست دهد، درحالی‌که هیچ‌گونه برتری فناورانه یا قیمتی آشکار بین آنها وجود نداشت (Cusumano et al., 1992).

سونی در اوایل قرن بیست‌ویکم، این بار با توشیبا وارد جنگ فناورانه مشابهی در حوزه تصاویر دیجیتال عالی شد (Kiss, 2008). باینکه فناوری توشیبا^۲ از کیفیت صدا و تصویر برتر برخوردار بود، اما فناوری سونی^۳ در نهایت غالب شد و توشیبا در فوریه ۲۰۰۸ اعلام کرد که از بازار کنار می‌رود. در این مورد هم محصولات مکمل نقش خطیری ایفا کردند. پیروزی سونی به سازگاری دستگاه‌های محبوب پلی‌استیشن^۴ با فناوری جدید مربوط می‌شد، درحالی‌که مشتری مجبور بود برای فناوری توشیبا یک پخش‌کننده اختصاصی خریداری کند. همچنین توزیع‌کنندگان بزرگ فیلم نیز فناوری سونی را انتخاب کردند و تعداد فیلم‌های ضبط شده روی فناوری توشیبا را کاهش دادند.

۴-۲-۱-۴ تغییر تدریجی و «تعادل‌های قطع شده»

تا به اینجا تغییر تطوری را کند و تدریجی توصیف کردیم. عوامل می‌توانند بیاموزند که چگونه تخصیص منابع را بهبود دهند، اما آن یادگیری در قالب یک محیط ویژه از نهادها و عادت‌ها رخ می‌دهد. ممکن است در آن یادگیری، یک تعادل (نا)کارآمد، تطور یافته یا توالی رخدادهای تاریخی به شکل وابسته به مسیر روی دهد. با این حال این‌گونه تطور تدریجی لزوماً همیشه رخ نمی‌دهد و تطور ممکن است گاهی به تغییرات بنیادی در نظام مورد نظر منجر شود.

وقتی این‌گونه تغییر بنیادی [ناگهانی] رخ دهد، سازه‌های ذهنی مشترک بین عوامل

1. Positive Network Externality
2. HD DVD
3. Blu-ray Disc
4. Playstation

کاملاً عوض شده، نهادهای مرتبط با آن نیز دگرگون می‌شوند. به‌این ترتیب چارچوبی که عوامل با آن دنیا را توصیف و درک می‌کنند، پس از آن تماماً «دوباره توصیف می‌شود». در مقالات این حوزه، این‌گونه تغییر بنیادی پس از یک فرایند طولانی تغییر تدریجی را یک تعادل قطع شده^۱ می‌نامند. به تعبیر دنزائو و نورث (Denzau and North, 1994: 23): «تعادل قطع شده مشتمل بر دوره‌های طولانی از تغییر کند و تدریجی است که با دوره‌های کوتاه تغییراتی بنیادین - دوره‌هایی که آنها را می‌توان بازتوصیف نمادین دانست - قطع می‌شوند».

داستان سونی و جی وی سی در کادر ۲-۴ نمایانگر خصیصه «تغییر ناگهانی» است. ابتدا هر دو فناوری با یکدیگر رقابت کردند و هر کدام بخشی از بازار را در دست داشتند. این وضعیت «ناگهان» تغییر کرد و به جایگاه انحصاری جی وی سی انجامید که در آن مثال تشریح شده است. برخی تغییرات کوچک در محیط موجب یک تعادل انحصاری پایدار شدند، درحالی‌که قبل از آن کسی نمی‌توانست پیش‌بینی کند کدام‌یک از آن دو فناوری پیروز خواهد شد.

۲-۴-۴ علیت انباشتی

پویایی‌های نهادها و نظام‌های اقتصادی را می‌توان از منظر به‌اصطلاح علیت انباشتی^۲ نیز بررسی کرد. ویلن (۱۸۹۹)، کاپ^۳ (۱۹۷۶) و به‌ویژه میردال (Myrdal, 1944, 1968)، سهم مهمی در نظریه علیت انباشتی داشته‌اند. مفهوم این اصطلاح به تغییراتی مربوط است که پیشرفت‌ها را در یک جهت تقویت می‌کنند. این سازوکار را در اقتصاد کلان می‌توان در ضریب تکاثری معروف پیدا کرد. اگر تقاضا - مثلاً با مخارج حکومتی - تحریک شود، درآمد اضافی برای دریافت‌کنندگان مخارج اضافی فراهم می‌شود که بخشی از آن دوباره خرج خواهد شد، به‌طوری‌که درآمد جدید و اضافی تولید می‌شود و کار به همین ترتیب ادامه می‌یابد. در نهایت، مخارج اولیه حکومت موجب می‌شود درآمد ملی چند برابر بیش از آن بزرگ شود.

-
1. Punctuated Equilibrium
 2. Cumulative Causation
 3. Kapp

همچنین مثال‌هایی از سرمایه‌گذاری در یک منطقه خاص وجود دارد که سرمایه‌های بیشتری را جذب می‌کند و به‌این ترتیب در فرایند تراکم [سرمایه] مؤثر می‌شود (بحث‌های مربوط به سیلیکون ولی^۱ را در فصل هفتم مطالعه کنید). عکس این تغییر نیز ممکن است؛ وقتی یک بنگاه مهم، تسهیلات تولیدی خود را به کشورهای دارای دستمزد اندک می‌فرستد، انباشت وقایع می‌تواند موجب رکود منطقه محل اسکان آن بنگاه شود.

کادر ۴-۴ علیت انباشتی و زنان شاغل

یکی از مصادیق علیت انباشتی، بازار کار زنان در کشورهای غربی است. گذار از هنجاری که فقط مردان را نان‌آور می‌دانست، موجب مشارکت زنان در نیروی کار شد. به‌این ترتیب درآمد خانوارها افزایش یافت. حالا خانواده‌ها قادر به زندگی مجلل‌تر - از جمله غذا خوردن در خارج از خانه - بودند. به تدریج تعداد بیشتر و بیشتری از مردم غذای خود را بیرون از منزل می‌خوردند. این رفتار باعث رونق رستوران‌ها، نوباه‌فروشی‌ها و غذاخوری‌ها شد. چون اکثر کارکنان رستوران‌ها، نوباه‌فروشی‌ها و غذاخوری‌ها زن هستند، این موضوع نیز به نوبه خود باعث افزایش تقاضای نیروی کار زنان و در نتیجه افزایش مشارکت نیروی کار آنها شد.

یکی از مثال‌های معروف برای آنچه که گونار میردال (برنده جایزه نوبل ۱۹۷۴ به همراه هایک) آن را «علیت چرخشی و انباشتی»^۲ می‌خواند، تحقیق او در سال ۱۹۴۴ درباره جایگاه آمریکایی‌های آفریقایی تبار است. او می‌خواست بداند چرا آن مردم حلقه شوم فقر را نشکسته و اوضاع خود را بهتر نکرده، حتی برخلاف آن، به قربانیانی با شرایطی وخیم‌تر دچار گشته‌اند. در تحقیق میردال، نشان داده شده بود که مردم فقیر با درست کردن خانواده‌های بزرگ به شرایط خود واکنش نشان می‌دهند زیرا زیاد بودن تعداد فرزندان به معنای افزایش احتمال نگهداری والدین در دوران پیری است (کودکان نوعی بیمه محسوب می‌شوند). اما بزرگ بودن خانواده‌ها، فقرا را بازهم فقیرتر می‌کرد و مجال سرمایه‌گذاری برای آموزش یا کسب و کار را از ایشان می‌گرفت و به‌این ترتیب، بخت فرار از دور باطل از آنان سلب می‌شد. تحقیق میردال (۱۹۶۸) یکی از کارهای مهم درباره تداوم فقر در آسیا محسوب می‌شود و

1. Silicon Valley

2. Circular and Cumulative Causation

«نمایش تلخ آسیا» در آن برحسب علیت انباشتی بررسی شده است. یک مثال کاربردی‌تر را می‌توان در کادر ۴-۴ پیدا کرد.

۴-۲-۲-۱ رفتار حساب نشده و عادت

در رویکرد تطوری متعارف، بیشتر به رفتار فردی حساب نشده توجه می‌شود. هیچ رابطه هدف‌داری بین رفتار فرد و نهادهای در حال ظهور وجود ندارد. باین‌حال در رویکرد تطوری می‌توان مثال‌هایی نیز یافت که اقدام اولیه یک فرد یا گروهی از افراد، یک اقدام حساب شده برای ایجاد یک ابزار یا واسطه‌ای برای حل یک مشکل بوده است. اگر آن اقدام بعداً به شکل خودجوش توسط دیگران در پیش گرفته شود، به یک نهاد تبدیل می‌شود.

پس فرایند خودجوش می‌تواند با یک اقدام حساب شده در مقیاس فردی آغاز و به شکل خودجوش توسط دیگران تقلید شود. افرادی با اراده نوآورانه، از روش‌های تولید یا هنجارهای موجود عدول می‌کنند. آن کارآفرینان (نهادی) می‌توانند الگوی دیگران قرار گیرند (فصل پنجم را مطالعه کنید). در این حالت، هر دوی رفتارهای حساب شده و فرایندهای خودجوش وجود دارند.

بد نیست بازهم مثال کوره‌راه را بررسی کنیم. ساختن یک راه گذر از میان جنگل ممکن است هدف مستقیم یک فرد یا گروهی از افراد باشد. چون دیگران نیز به شکل خودجوش از آن مسیر راه می‌روند، آن راه با عادت افراد، به یک کوره‌راه «خودتضمین» تبدیل می‌شود که مصداقی از یک تحول تطوری است.

در ادامه رویکرد اقتصاد نهادگرا را دقیق‌تر بررسی خواهیم کرد که طراحی هدفمند نهادها در آن نقشی اصلی دارد.

۴-۳ رویکرد طرح‌ریزی به پویایی‌های نهادها

عوامل می‌توانند به شکل حساب شده نهادها را ایجاد کنند یا تغییر دهند. بنگاه‌ها قادرند به سرمایه‌گذاری مشترک اقدام کنند، سیاست‌مداران می‌توانند در مجلس قانونگذاری به تصویب یک قانون جدید بپردازند و مصرف‌کنندگان می‌توانند برای حفاظت از منافع خود، سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان را تشکیل دهند.

در فصل اول درباره چگونگی محدودسازی، آزادسازی و گسترش قلمروی اعمال انسان‌ها به واسطه نهادها صحبت کردیم. در روش کامونز (Commons, 1934) سؤال می‌شود که نهادها چگونه افراد را تحریک و رفتارهای آنان را به شکلی هماهنگ می‌کنند که فرایندها به عملکرد مطلوب منجر شوند. چگونه می‌توان «آنچه را باید» محقق کرد در حالی که «آنچه هست» با اهداف جامعه فرق دارد؟ در رویکرد طرح‌ریزی، به طراحی هدفمند توسط عواملی توجه می‌کنیم که درصدد تحقق اهداف خرد خود هستند و نیز به طراحی جمعی می‌پردازیم که می‌خواهد اهداف جامعه را محقق کند. در واقع کل طراحی نهادها به همین موضوع مربوط است؛ تغییر دادن ساختاری که رفتار عوامل در آن نهفته است تا به این ترتیب نتیجه‌ای مطلوب‌تر حاصل شود.

ابتدا درباره طراحی نهادها از منظر کارایی صحبت کردیم، سپس با نگاهی دقیق‌تر، به طراحی از منظر منافع گروهی می‌پردازیم.

۱-۳-۴ طراحی نهادهای کارآمد: رویکرد اقتصاد نهادگرای جدید

توصیف قبلی ما درباره پویایی‌ها را می‌توان به معنای گزینه‌های بهینه دانست که سابقه تاریخی مشخصی دارند. سابقه تاریخی (وابستگی به مسیر) تعیین‌کننده مجموعه گزینه‌هایی است که هر فرد در هر وهله از زمان با آن روبه‌روست. در رویکرد اقتصاد نهادگرای جدید، بحث درباره این گزینه‌ها به طراحی نهادها از منظر کارایی مربوط می‌شود. طراحی نهادها در دو مرتبه صورت می‌گیرد:

۱. مرتبه ساختارهای سازمان‌دهی عمومی رسمی یعنی قوانین و مقررات؛

۲. مرتبه ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی.

اقتصاد نهادگرای جدید طراحی نهادهای عمومی رسمی را به مثابه «به‌صرفه‌سازی مرتبه اول»^۱ در نظر می‌گیرد (Williamson, 1998). عوامل در بازار فقط وقتی بهینه عمل می‌کنند که وضعیت نهادهای رسمی مطلوب باشد. فرض بازارهای کارآمد، به وجود یک نظام سیاسی کارآمد نیاز دارد که ساختارهای سازمان‌دهی عمومی مطلوب - از جمله یک ساختار شفاف برای حقوق مالکیت خصوصی و مجموعه‌ای بدون ابهام از

قوانین و مقررات رقابت - را پدید آورد. وقتی این شرایط نهادی برآورده شدند، عوامل خصوصی قادر خواهند بود ساختارهای سازمان‌دهی کارآمدی طراحی کنند. به عبارتی وقتی خط‌مشی سیاسی توانست نهادهای عمومی و رسمی کارآمدی طراحی کند و به مرحله اجرا درآورد، آنگاه عوامل خصوصی می‌توانند ساختارهای سازمان‌دهی مورد نظر خود را طراحی و پیاده کنند که هزینه‌های تولید و مبادله را به حداقل می‌رساند. در اقتصاد نهادگرای جدید این وضعیت را «به‌صرفه‌سازی مرتبه دوم»^۱ می‌نامند.

۱-۳-۴ ساختارهای سازمان‌دهی کارآمد عمومی

اقتصاددانان عموماً عقاید نسبتاً مشخصی درباره نهادهای عمومی کارآمد دارند. در یک نظام اقتصاد بازار، نهادهای رسمی باید همگانی، مشخص و آزادانه باشند (فصل اول را ببینید): قواعد بازی باید به‌طور یکسان برای همه عوامل به‌کار رود و هیچ‌یک از گروه‌های ذی‌نفع نتواند بر فرایند تصمیم‌گیری تأثیر گذارد، قوانینی به تصویب برساند که برای آن گروه و نه همه گروه‌ها، مفید باشد. وقتی سیاست‌مداران درباره قوانین تصمیم گرفتند، آن قوانین باید دقیقاً شفاف باشند، یعنی تعبیرهای مختلف از آنها ممکن نباشد. علاوه‌بر این، قوانین باید باثبات باشند تا عوامل خصوصی در بازار بتوانند تصمیم‌های خود درباره آینده را بر مبنای نظام فعلی استوار کنند. در فصل اول گفته شد که در این زمینه با یک دوره‌ی روبه‌رو هستیم زیرا عوامل فعال در نظام اقتصادی، مشخص بودن نهادهای رسمی را ترجیح می‌دهند، درحالی‌که آن نهادها باید همچنین انعطاف‌پذیر باشند تا به شرایط در حال تغییر واکنش نشان دهند.

در فرایند طراحی نهادهای عمومی با دو مرحله روبه‌رو هستیم. اول، تدوین اهداف (پیامد مطلوب نهادها چیست؟) و دوم، مجموعه نهادهای عمومی باید به چه چیز شبیه باشد؟ در اقتصاد نهادگرای جدید هر دو مرحله تا حد زیادی معلوم هستند. هدف یک بازار رقابتی است و نهادهای عمومی مطلوب همان قانون رقابت و قانون شرکت‌ها هستند. اقتصاد نهادگرای جدید توصیه می‌کند که در طراحی یک نظام کارآمد بازار، ابتدا «نهادها را باید به سامان رساند» (به‌صرفه‌سازی مرتبه اول). در این باره در فصل هشتم مطالب بیشتری وجود دارد.

۴-۳-۲ طراحی نهادهای کارآمد: رویکرد اقتصاد نهادگرای اولیه

۴-۳-۲-۱ نهادها: موضوعی از مقوله ارزش‌گذاری

در فصل اول در مورد موضوع بحث اقتصاد نهادگرا صحبت کردیم: تبیین نحوه عملکرد نظام اقتصادی، به رابطه بین نهادها، انگیزش عوامل، رفتار ایشان و شیوه کار نظام اقتصادی پرداختیم. گفته شد که نهادها هم محدودکننده و هم ممکن‌کننده هستند: آنها گزینه‌های احتمالی عوامل را محدود می‌کنند، اما درعین حال به عوامل فرصت می‌دهند که تصمیم بگیرند و عمل کنند، زیرا وجود نهادها به پیش‌بینی رفتار دیگران کمک می‌کند. همچنین می‌توان گفت که نهادها تا حدی رفتارهای فردی را نیز شکل می‌دهند. آنچه به نظر یک نفر عقلانی و کارآمد تلقی می‌شود، به آن مقتضای نهادی بستگی دارد که او در آن کار می‌کند. به عبارتی آنچه که عوامل آن را عقلایی می‌دانند، در اصل «ساخته اجتماع» است (Bromley, 2006; North, 2005).

در فصول قبلی به اهمیت منافع و ساختار قدرت جامعه - که به درک ساختار نهادی و پویایی‌های آن کمک می‌کنند - اشاره کردیم. چه کسی مالک منابع است و چه کسی از حقوق سیاسی برخوردار است؟ وقتی فقط یک گروه برگزیده کوچک از حق تغییر قوانین و مقررات و حق اختصاص مالکیت برخوردار باشد، تعجبی ندارد که ببینیم حقوق موجود بسیار کند تغییر می‌کنند یا اینکه نهادها تغییر نمی‌کنند، زیرا توزیع مجدد درآمدها به ضرر آن گروه برگزیده است (به کادر ۲-۲ مراجعه کنید). تخصیص حقوق - از قبیل حقوق مالکیت و تصمیم‌گیری - یک فرایند «بی‌طرف» نیست و توزیع حقوق موجود نباید نوعی «موضوع از قبل مشخص» تلقی شود. نهادها ساخته بشر هستند و به‌این ترتیب در معرض ارزیابی و طراحی مجدد قرار می‌گیرند.

۴-۳-۲-۲ درباره «آنچه هست» و «آنچه باید باشد»

در فصل اول توضیح دادیم که نهادهایی مانند ارزش‌های یک جامعه، در معرض ارزیابی و تغییر قرار دارند. در فصل دوم آموختید که چنین رویکردی در اقتصاد نهادگرای اولیه متعارف محسوب می‌شود. ابزارها و هدف‌ها هر دو در معرض بررسی علمی و تصمیم‌گیری‌های فردی و جمعی قرار می‌گیرند. به عبارتی اهداف اجتماعی و ارزش‌ها، هر

دو در معرض انتخاب هستند. در اقتصاد نهادگرای جدید اولین وظیفه اقتصاددان، شرح «چگونگی کار کردن نظام [اقتصادی]» و تشریح چیرستی محرک‌های آن نظام است. اقتصاددانان نهادگرا به کشف وابستگی‌های متقابل در نظام اقتصادی می‌پردازند، می‌فهمند که آن نظام چگونه با نظام‌های ارزشی، سیاسی و قضایی در تعامل است (Hayden, 2005). روابط شکل ۶-۲ چارچوب تحلیلی اقتصاد نهادگرای اولیه را به‌طور خلاصه نشان می‌دهد.

بدون شک هدف اقتصاد نئوکلاسیک و اقتصاد نهادگرای جدید نیز تشریح «آنچه که هست» و تشریح روابط علت و معلولی است. همان‌طور که در فصل دوم گفته شد، چارچوب‌های نظری مورد استفاده توسط مکاتب مختلف، نشان‌دهنده روشی است که با آن عوامل، محیط و تعامل بین آن دو الگوسازی می‌شود. با این حال آنچه در اقتصاد نهادگرای اولیه نقش محوری دارد، دورنمایی است که ماهیت نظام اقتصادی را پویا و نظام اقتصادی را فقط به روش کل‌نگر - به‌مثابه بخشی از نظام اجتماعی - قابل بررسی می‌داند. در تحلیل‌های اقتصاد نهادگرای اولیه، تقسیم قدرت در جامعه، سرآغاز درک ساختار نهادی موجود است و از آن می‌توان به عملکرد نظام اقتصادی پی برد. تحلیل‌های مذکور نظام ارزشی را نیز شامل می‌شود؛ یعنی چه کسی اختیار جامعه را در دست دارد، چه کسی درباره معیارهای قضاوت تصمیم‌گیری می‌کند و آن معیارها براساس ارزش‌های چه کسانی قرار دارد. قلمروی اقتصاد نهادگرای اولیه در مقایسه با اقتصاد نئوکلاسیک و اقتصاد نهادگرای جدید وسیع است زیرا متغیرهای بیشتری در نظر گرفته می‌شوند و تحقیق در آن قلمرو یک تحقیق پویا با ماهیت میان‌رشته‌ای است.

وقتی «آنچه هست» به روش کل‌گرایانه و میان‌رشته‌ای توصیف شد، مرحله بعدی تحقیق، ماهیت هنجاری دارد. مراتب مختلف نظام اجتماعی باید تعیین کنند که عملکرد نظام «چگونه باید باشد». این کار مستلزم قضاوت‌های ارزشی - یعنی انتخاب ارزش مورد نظر و قاعده قضاوت - است. اهدافی که آن فرایند باید برآورده سازد، کدام‌اند؟ جامعه، صنعت و عوامل در مقیاس خرد، همگی اهداف واضحی دارند و همگی در انتخاب ارزش‌ها شرکت می‌کنند.

مرحله بعد، مقایسه «آنچه هست» با «آنچه باید باشد» و مشخص کردن اقداماتی است که برای رفع ناهمخوانی‌های بین آن دو لازم است. کدام نهادها انگیزه‌ها و محرک‌های صحیح را برای عوامل فراهم می‌کنند تا پیامد فرایند اقتصادی بتواند با

اهداف آن نظام، در مراتب مختلف سازگار باشد؟ این انگیزه‌ها می‌تواند در مقیاس بنگاه (مثلاً احاطه بهتر بر مدیران توسط سهام‌داران و سایر ذی‌نفعان؛ فصل هشتم) در مرتبه یک صنعت و یک بازار (نظارت بهتر توسط عوامل عمومی و ...؛ فصل هشتم) و در مرتبه منطقه‌ای یا ملی (قوانینی که سرمایه‌گذاری‌ها را هماهنگ می‌کنند تا اهداف منطقه‌ای یا ملی محقق شود؛ فصل هشتم) یا در مقیاس جهانی (مثلاً استانداردهای کاهش انتشار دی‌اکسید کربن؛ بازهم فصل هشتم) ظاهر شود. تغییرات مذکور با همه مراتب نهادها متناظرند. «آنچه باید باشد» به تغییر مطلوب در نهادها بستگی دارد به طوری که این تغییرات در نقش ابزاری برای اهداف اجتماعی عمل کنند. کدام ارزش‌ها و هنجارها و کدام ساختارهای حکمرانی خصوصی و عمومی از نقش ابزاری برای تحقق اهداف اجتماعی برخوردارند؟ پژوهشگران اقتصاد نهادگرای اولیه در چنین حال و هوایی است که درباره «نظریه ارزش ابزاری»^۱ صحبت می‌کنند. از مطالعه کار ایشان معلوم می‌شود که آنان اهمیت زیادی برای توانایی مشارکت همه اعضای جامعه به منظور مشارکت در فرایند تصمیم‌گیری سیاسی قائل هستند. بسیار مهم است که همه عوامل جامعه از آموزش برخوردار باشند و توانایی «استدلال» درباره اثربخشی و کارایی نهادها را پیدا کنند تا قادر شوند در بحث‌ها شرکت و دیگران را با نظرهای سنجیده خود متقاعد کنند.

اهداف اجتماعی - ارزش‌هایی که معیارهای صحیح قضاوت در نظر گرفته می‌شوند - مطلق نیستند، بلکه همواره نسبی بوده و دستخوش ارزیابی (مجدد)، تغییر و بهبود قرار دارند. در نوشته‌های اقتصاد نهادگرای اولیه به چنین تحولی، فرایند ارزیابی ابزاری^۲ گفته می‌شود. کدام نهادها برای تحقق اهداف اجتماعی جنبه ابزاری دارند؟ فرایند ارزیابی مردم سالارانه، به اندازه خود ارزش‌ها مهم است. در بسیاری از نظریات اقتصادی، به توزیع قدرت و نقش آن پرداخته نمی‌شود یا فرض می‌شود که قدرت به شکل برابر در میان عوامل بازار و عوامل در نظام سیاسی توزیع شده است. در اقتصاد نهادگرای اولیه ارزش‌های گروه‌ها همیشه در فرایند انتخاب وارد می‌شود، ولی قدرت مشارکت به‌طور یکسان توزیع نشده است.

1. Instrumental Value Theory
2. Instrumental Valuation

در فصول هشتم و نهم به یک مقام مسئول که باید وجود داشته باشد تا فرایند تصمیم‌گیری جمعی را هدایت کند و مسئول اجرا و نظارت بر تصمیم‌گیری‌ها باشد، اشاره می‌شود. بسیاری از کشورها در حال حاضر از نهادهای مردم‌سالاری برخوردارند که مسئولیت تصمیم‌گیری جمعی بر دوش آنهاست.

تورستن ویلن - از بنیان‌گذاران اصلی اقتصاد نهادگرای اولیه - در تحقیق خود به نقش نهادها در حفاظت از منافع گروهی اشاره می‌کند («نهادهای تشریفاتی»^۱). این نهادها از منافع گروه‌های خاص - از لحاظ نژاد، جنسیت و مذهب - حفاظت می‌کنند. اینکه آیا لازم است نهادهای موجود عوض شوند یا اینکه به‌خوبی کار می‌کنند یا خیر، موضوعی از مقوله ارزشیابی است. به‌ویژه وقتی تغییرات نهادی را به‌مثابه تغییرات در نظام ارزشی در نظر بگیریم، با دوره‌های تاریخی طولانی سروکار داریم. از بررسی‌های تاریخ ایالات متحده می‌دانیم که مدت مدیدی از زمان الغای برده‌داری طول کشید تا یک رنگین‌پوست به نام باراک اوباما در آن کشور رئیس‌جمهور شود. سال‌ها مناقشه سیاسی، بحث و تغییر نهادی لازم است تا مشکلات گام‌به‌گام برطرف شوند. در جامعه یک «تعهد جمعی» درباره ارزش‌های اجتماعی و اهداف مطلوب، می‌تواند به تدریج شکل بگیرد.

آنچه از لحاظ اقتصادی مطلوب است می‌تواند موضوع ارزیابی قرار گیرد: کالاهای ممکن است توسط نیروی کار کودکان، با پرداخت دستمزد کمتر به زنان، با صرف مخارج ناکافی برای ایمنی کارکنان، یا با آلوده کردن هوا به میزانی بیش از اندازه مورد توافق تولید شده باشند. همچنین آنچه «صحیح»، عقلایی یا کارآمد است موضوع ارزشیابی است. در این مورد هم تغییر دادن نهادهای یک جامعه، فرایندی طولانی و پیچیده است. ایجاد یک «تعهد جمعی» به نظام ارزشی جدید، مستلزم اقدام هدفمند همه اعضای جامعه است. در این فرایند، «عوامل تغییر نهادی» بسیار مهم هستند. یکی از مثال‌های این حوزه، تأثیر جهانی فیلم مستند آل‌گور^۲ به نام حقیقتی در دسرساز^۳ است (کادر ۵-۴).

وقتی در این موارد به بررسی تغییر نهادی می‌پردازیم، می‌فهمیم که اغلب با فرایندی

-
1. Ceremonial Institutions
 2. Al Gore
 3. *An Inconvenient Truth*

طولانی از قضاوت‌های ارزشی سروکار داریم که به‌کندی تغییر می‌کنند و نیز با ابتکار عمل‌های خصوصی که در جدال برای دستیابی به منافع ویژه اجتماعی هستند. همچنین با مخالفان از گروه‌های ذی‌نفع روبه‌رو هستیم که تغییر در نهادها را به زیان خود می‌دانند و نیز با مداخله‌های عمومی توسط حکومت‌ها مواجه می‌شویم. وقتی از منظر اقتصاد نهاد‌گرای اولیه به بررسی تغییر نهادی می‌پردازیم متوجه می‌شویم که تغییر قوانین یا تغییر در قدرت تصمیم‌گیری در بنگاه‌ها و جامعه، فرایندهایی هستند که در آنها باید مناقشات متعددی را حل و فصل کرد. در بررسی این فرایندها، به کشف فرایندهای علیت انباشتی رسیده و نیز ظهور تعهد جمعی را می‌شناسیم.

کادر ۴-۵ حقیقتی در دسرساز

معاون سابق ریاست جمهوری ایالات متحده و نامزد انتخابات ریاست جمهوری - آل گور - در فیلمی به نام حقیقتی در دسرساز به مشکل گرم شدن کره زمین پرداخته و شواهد علمی خود را به شیوه‌ای جذاب و قانع‌کننده ارائه می‌کند.

آن فیلم به‌دلیل کمک به ارتقای آگاهی‌های عمومی درباره گرم شدن زمین بسیار معتبر و به‌ویژه در مدارس محبوب شده است. با این حال آن فیلم بدون حرف‌وحدیث نبوده است. منتقدان تغییرات آب‌وهوایی و مفسران محافظه‌کار ادعا کرده‌اند که کاستی‌هایی در اعتبار علمی آن فیلم وجود داشته و برخی از انجمن‌های مدارس و معلمان در ایالات متحده از پخش آن خودداری کرده‌اند. همچنین گور به تزویر متهم شد، زیرا او در خانه‌ای بزرگ زندگی می‌کرد که انرژی مصرفی آن بسیار بیش از یک خانه متوسط بود.

البته همه اینها باعث شد که حقیقتی در دسرساز به یکی از پرفروش‌ترین مستندهای تاریخ تبدیل نشود و در سال ۲۰۰۶ بابت بهترین مستندسازی، جایزه اسکار دریافت نکند.

۳-۲-۴ باورهای توافق شده

مفهوم مهم بعدی در اقتصاد نهاد‌گرای اولیه که برای درک پویایی‌های نهادها به کار می‌آید، باورهای توافق شده^۱ است (Bromley, 2006). وقتی جامعه در خلال تصمیم‌گیری جمعی به بحث درباره گزینه‌های مختلف می‌پردازد، کارشناسان رشته‌های مختلف نقش مهمی پیدا

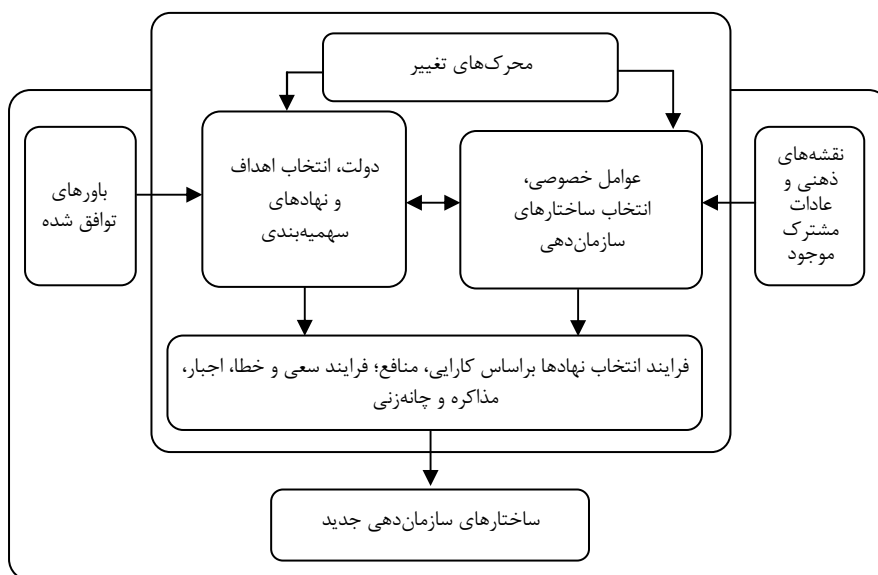
می‌کنند. جامعه برای رفع معضلات بوم‌شناختی به نظرهای متخصصان آن حوزه نیازمند است؛ برای حل و فصل بحران‌های مالی از اقتصاددانان حوزه مالی کمک خواسته می‌شود و به همین ترتیب. در فصل دوم گفته شد که متخصصان رشته‌های مختلف، ممکن است آرای مختلفی داشته باشند، «باورهای» ایشان درباره چگونگی کارکرد نظام‌ها باهم فرق کند و درباره تغییرات نهادی لازم با یکدیگر موافق نباشند.

به‌طور کلی، باور چیزی است که ما را آماده عمل کردن می‌کند. یک باور توافق شده به معنای آن است که جامعه (علمی) مثلاً هیچ تردیدی ندارد که بازار مالی «در همه زمان‌ها و در همه موارد» مطابق نظریه‌ای خاص عمل می‌کند. به عبارتی یک باور «توافق شده» است اگر در جامعه مورد نظر، هیچ‌یک از شهروندان تردید نکند که آن باور نمایانگر واقعیت بوده و سیاست‌ها و تغییرات نهادی باید بر مبنای آن باور باشند. البته چنین باوری هم غیرقطعی است و مناسبت آن به شرایط موجود بستگی دارد. یک باور توافق شده، حقیقتی مطلق نیست بلکه همیشه به چند حقیقت کوچک مرتبط است که نشان می‌دهد الگوها و نظریه‌های ما درباره مجموعه‌های پیچیده، همگی نسبی بوده، هیچ‌گاه مطلق نیستند.

باور توافق شده تا حد زیادی انتخاب‌های صاحب‌نظران در زمینه مشکلاتی را که ایشان در قلمروی خود - از لحاظ درون‌زا یا برون‌زا بودن متغیرها - با آن روبه‌رو می‌شوند، مشخص می‌کند. همچنین آن باور تعیین می‌کند کدام سازوکارها باعث کارایی نظام مورد نظر می‌شوند، کدام علیت‌ها خطیر هستند و کدام نهادهای عمومی و خصوصی را باید دوباره طراحی کرد. از بحث‌های فصل دوم می‌دانیم که بین اقتصاددانان هیچ باور واحد و توافق شده‌ای وجود ندارد. در یک رشته و در یک مکتب فکری ممکن است چندین نظریه وجود داشته باشد. علاوه بر این، باورهای پژوهشگران در مورد «چگونگی سازوکار جهان»، با گذشت زمان تغییر می‌کند و می‌توانیم دوره‌هایی را ببینیم که در آنها باور به کارکرد کارآمد بازارها با دوره‌هایی عوض می‌شود که در آنها حکومت مداخله‌گر، مقبول‌تر است. این تفاوت‌ها در ارزش‌ها، هنجارها، عادت‌ها و نقشه‌های ذهنی متفاوتی ریشه دارند که بر همه عوامل در یک مجموعه اثر می‌گذارند: پژوهشگران، مصرف‌کنندگان، صاحبان کسب‌وکار و سیاست‌مداران.

۴-۳-۲-۴ فرایند مداوم انتخاب ساختگی

ساختار نهادی در هر برهه از زمان، از گذشته به ارث می‌رسد. نهادهای موجود، عادت‌ها و تقسیم هزینه‌ها و منافع، ارزش‌هایی که مبنای قضاوت قرار می‌گیرند و اهداف اجتماعی، همگی دائماً توسط افراد و گروه‌های موجود در هر جامعه مورد تردید قرار می‌گیرند.



شکل ۴-۴ پویایی‌های نهادها به‌مثابه انتخاب ساختگی

وقتی «آنچه باید» با «آنچه هست» فرق دارد، وظیفه علم است که به تبیین اوضاع و ارائه راه‌حل پیشرفت آن بپردازد. عوامل در سطوح مختلف جامعه - با اهداف متفاوت و قدرت متفاوت - در فرایند انتخاب نهادهای مطلوب مشارکت می‌کنند. این سیما درباره پویایی‌های نهادها، عوامل را به شکل طراحان هدف‌داری تصویر می‌کند که می‌دانند یک مجموعه نهادی جدید، توزیع هزینه‌ها و منافع را تغییر داده و بر روابط قدرت در جامعه اثر خواهد گذاشت. بنابراین طراحی نهادها موضوعی از مقوله ارزشیابی، تصمیم‌گیری سیاسی، مباحثه و فرایندهای حل اختلاف است که همگی مطابق با توصیف کامونز

(Whitley, 1999; Dore, 2000) «انتخاب ساختگی» (Commons, 1934) هستند. او این فرایند را «انتخاب ساختگی» (Whitley, 1999; Dore, 2000) نامید که نشان‌دهنده نقش اراده و طرح‌های انسان بود. دیدگاه اقتصاد نهادگرایی اولیه را در شکل ۴-۴ خلاصه کرده‌ایم.

۴-۴ پویایی‌شناسی نظام‌های اقتصادی

قبلاً درباره انواع آرمانی نظام‌های اقتصادی بازار صحبت کردیم: الگوهای آنگلو ساکسون، اروپای غیرانگلستان و آسیایی. گفتیم که نظام‌های اقتصادی ایستا نیستند، بلکه با گذشت زمان تغییر می‌کنند. وقتی بحران مالی در سال ۲۰۰۸ آغاز شد، حکومت ایالات متحده نسبت به سال‌های قبل از آن، نقش فعال‌تر و مداخله‌جویانه‌تری را در نظام اقتصادی آن کشور ایفا کرد. از دهه ۱۹۸۰، مؤلفه‌های متعددی از الگوی آنگلو ساکسون به نظام‌های اروپای غیرانگلستان و آسیایی وارد شده‌اند. همچنین باید به نقش در حال تغییر سهام‌داران در بنگاه‌های اروپایی از دهه ۱۹۹۰ اشاره کنیم. به‌طور خلاصه، نظام‌های اقتصادی تغییر می‌کنند و باید از خود بیرسیم، چرا این‌گونه است؟

در رویکرد تطوری به نظام‌های اقتصادی، تصمیم‌ها در مقیاس غیرمتمرکز اتخاذ می‌شوند و حتی وقتی طرح حساب شده‌ای در مقیاس متمرکز وجود نداشته باشد، به‌طور کلی نظام منجر می‌شوند. وقتی محرک کارایی همان مرکز باشد، آن نظام پس از یک تکانه برون‌زا، تعادل جدیدی پیدا می‌کند، زیرا عوامل منفرد و مستقل به دنبال نهاد‌های جدید و کارآمد می‌گردند. در یک محیط رقابتی، عوامل انگیزه دارند تا به جست‌وجوی بهترین راه‌حل‌ها و انطباق با آنها بپردازند.

در رویکرد کارایی تطوری، فرض می‌شود تصمیم‌های غیرمتمرکز موجب تغییرات ضروری در مقیاس کل نظام می‌شوند. هرگاه ضرورت انعطاف‌پذیرتر شدن بازار نیروی کار مستلزم تغییراتی در نظام قضایی باشد، یا تغییر شرایط اقتصادی باعث شود که نقش کم‌اهمیت‌تری برای کارکنان (و نقش مهم‌تری برای سایر ذی‌نفعان) در نظر گرفته شود، این تغییر رویه‌های قضایی رخ خواهند داد. وقتی در نتیجه این تغییرات لازم باشد که ترمیم‌هایی نیز در نظام ارزشی رخ دهد (مثلاً ارزش‌های مربوط به نقش روحیه جمعی یا اخراج کارکنان)، در آن صورت نظام ارزشی نیز با شرایط جدید وفق خواهد یافت. در این

فرایند انطباق ریشه‌های تاریخی از نقش بسیار مهمی در مسیر تطوری آن نظام برخوردارند. از مطالب مربوط به تعادل‌های چندگانه و نقش شرایط اولیه تاریخی معلوم می‌شود که نظام‌های اقتصادی مختلف از قبیل آنگلو ساکسون، اروپای غیرانگلستان و آسیایی حول مسیرهای خاص خود تحول یافته و با یکدیگر هم‌گرا نمی‌شوند. به عبارتی تفاوت‌های بین آن نظام‌ها ممکن است حتی زیادتر شود.

وقتی پویایی‌های نظام‌های اقتصادی را مطالعه می‌کنیم، اغلب با تغییراتی روبه‌رو می‌شویم که حاصل یک فرایند تطوری نیستند، بلکه نتیجه طراحی در مقیاس خود آن مجموعه‌اند. تغییرات نظام‌های اقتصادی با برنامه‌ریزی متمرکز در کشورهای شرق اروپا مثلاً لهستان، جمهوری چک، مجارستان و روسیه به‌خوبی شناخته شده است. این مثال‌ها نشان می‌دهد که طراحی و اجرای تغییرات برای کل نظام‌ها چقدر دشوارند. در چنین شرایطی همه نهادهای سیاسی، قضایی و اقتصادی را باید دوباره به شکل هم‌زمان طراحی کرد به‌گونه‌ای که شاید یک نظام جدید و منسجم شکل گیرد.

از پیچیدگی نهادها و روابط متقابل بین اجزای مختلف نظام اجتماعی می‌توان دریافت که طراحی نظام‌های اقتصادی، یک کار بسیار پیچیده است. وقتی موارد ویژه را مطالعه کنیم، متوجه می‌شویم طراحان سیاسی اغلب به بخشی از کل نظام (مثلاً وارد کردن رقابت به بازارها و خصوصی‌سازی بنگاه‌ها) توجه می‌کنند و بسیاری از اوقات به‌اندازه کافی به تغییرات مکمل در نظام‌های سیاسی، قضایی و ارزشی دقت نمی‌کنند.

در بررسی طراحی (مجدد) نظام‌های اقتصادی، می‌توان رویکردی را انتخاب کرد که در آن حکومت در مقیاس متمرکز به طراحی و اجرای آنچه که برای جامعه بهتر است، می‌پردازد. به این ترتیب حکومت به‌مثابه نهادی قلمداد می‌شود که به نفع کل نظام تصمیم می‌گیرد (فصل هشتم را مطالعه کنید).

همچنین می‌توان رویکرد دیگری را برگزید و پویایی‌های نظام اقتصادی را به‌مثابه فرایند طراحی مجدد نهادهایی در نظر گرفت که در آن منافع برخی گروه‌ها به حساب نیامده و برای دیگران مدنظر قرار می‌گیرد. سپس پویایی‌ها در این رویکرد که بیشتر از نوع اقتصاد نهادگرای اولیه است، به‌مثابه یک فرایند برای حل اختلافات بین گروه‌های مختلف بررسی می‌شود. گروه‌های ذی‌نفع از قبیل اتحادیه‌های کارگری، انجمن‌های

کارفرمایان، بنگاه‌های بزرگ و نمایندگان بنگاه‌های کوچک و متوسط سعی خواهند کرد که دائماً بر پویایی‌های نظام اقتصادی اثر بگذارند. این اثرگذاری در مقیاس بازار رخ می‌دهد، اما علاوه بر آن از مسیر نظام سیاسی و گاهی حتی با نظام ارزشی تحقق می‌یابد. در فصل نهم بیشتر درباره نحوه مبارزه گروه‌های ذی‌نفع و دستکاری اطلاعات توسط ایشان به منظور اثرگذاری بر ارزش‌ها و هنجارها صحبت خواهیم کرد.

۴-۵ ملاحظات پایانی

توصیف ایستا از دنیا را می‌توان به مثابه یک تعادل دانست که با گذشت زمان تغییر نمی‌کند. چنین توصیفی می‌تواند بسته به نوع موضوع مورد بررسی تا حد زیادی آموزنده باشد. در این فصل موضوعات مرتبط با تغییر را مطرح کردیم. یک راه ساده برای پرداختن به موضوع تغییر، استفاده از تحلیل ایستای تطبیقی است. اگر یک متغیر تغییر کند یا اگر هر جنبه دیگری از مدل دگرگون شود، نتیجه تعادلی آن مدل (متغیرهای برون‌زا) چه تغییری خواهند کرد؟

تحلیل‌های رویکرد پویا به تبیین فرایندی معطوف هستند که متضمن یک تحلیل تاریخی است و به واقعیت‌های حال مربوط می‌شود. وقتی الگوهای پویا تدوین شدند، راه‌حل‌های تعادلی به توابعی از زمان تبدیل می‌شوند و دیگر مقادیر ایستا برای متغیرهای درون‌زا نیستند. با روش اقتصاد نهادگرا گفتیم که چگونه در مجموعه شرایط معلوم، آن دسته از انتخاب‌های (تعادلی) رخ می‌دهند که انتخاب‌های (بهینه) آینده را تعیین خواهند کرد. نهادها (و تغییرات آنها) پیامد انتخاب‌های فردی هستند. این انتخاب‌ها ممکن است مبتنی بر کارآمدی‌ها یا منافع باشند. نشان دادیم که نهادها چگونه در فرایندهای تطوری، از دل رفتار (غیر)حساب شده عوامل ظهور کرده و ممکن است به یک تعادل منجر شوند یا از مسیر ویژه‌ای پیروی کنند که کارآمد یا ناکارآمد است. نشان دادیم که همه تغییرات نهادی تدریجی نیستند و گاهی در شرایط خاص، یک تغییر ناگهانی در نظام مورد نظر نیز ممکن است. در نهایت درباره فرایند انتخاب ساختگی بحث کردیم. همه این نظرها و روشنگری‌ها ممکن است برای محققان مفید باشد. هر تصمیم درباره مناسبت رویکردهای مختلف، بسته به موضوع تحقیق یا شرایطی اتخاذ می‌شود.

که در قلمروی تحقیق شخص محقق، شایع هستند. در فصول بعدی خواهید دید چگونه روشنگری‌های نظری که در فصول اولیه آموختید، در هر دو دسته نهادهای خصوصی و عمومی کاربرد دارد. در بقیه این کتاب به کاربرد رویکردهای ایستا و پویا پرداخته، علاوه بر آن رویکردهای کارایی و منافع گروهی را در حوزه انتخاب نهادها و پیشرفت آنها به‌ویژه در ساختارهای سازمان‌دهی بررسی خواهیم کرد.

۴-۶ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر

۱. عبارت «نگویید که وطن شما برایتان چه می‌کند، بلکه بگویید که شما برای کشورتان چه می‌کنید»، به یک ارزش یک گروه جمع‌گرایانه مربوط است یا فردگرایانه؟ توضیح دهید.
۲. سه محرک تغییر نهادی را توضیح دهید.
۳. آیا فکر می‌کنید که تغییر فناورانه (از قبیل فناوری اطلاعات و ارتباطات و اینترنت) موجب تغییر ساختار سازمان‌دهی و آموزش دانشگاهی شده است؟ آیا چنین تغییری کارایی را (مثلاً در زمینه سرقت ادبی) افزایش داده است؟
۴. درباره این جمله بحث کنید: رویکرد نهادها به‌مثابه یک تعادل می‌تواند توضیح دهد که تعادل‌های مختلف رخ می‌دهند، ولی نمی‌تواند بگوید کدام نهاد انتخاب خواهد شد.
۵. آیا گمان می‌کنید که تطور همیشه به جامعه‌ای بهتر منجر می‌شود؟ با کاربرد مفهوم انتخاب توضیح دهید.
۶. پدیده وابستگی به مسیر را با استناد به مثال شخصی خودتان توضیح دهید.
۷. شرایط کارآمد شدن نهادهای عمومی را شرح دهید.
۸. آیا موافق هستید که توزیع درآمد، یک «موضوع طبیعی» نیست، بلکه پیامد برخی شرایط انسانی است که می‌توانند تغییر داده شوند؟ توضیح دهید.
۹. کدام پویایی می‌تواند از منافع گروهی نشئت بگیرد؟
۱۰. در خلال بحران اقتصادی سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ که بخش خصوصی شرایط ناگواری پیدا کرده بود، حکومت ایالات متحده خیلی بیش از قبل در امور بخش خصوصی مداخله نمود. آیا می‌توانید با استفاده از شکل ۴-۴ این وضعیت واقعی را تشریح کنید؟

بخش سوم

ساختارهای سازمان دهی
خصوصی

مقدمه

از لحاظ تاریخی روش‌های مختلفی برای تخصیص کالاها وجود داشته است که عبارت‌اند از: زور، سنت، اختیارات قانونی و مبادلات بازار. مصداق تخصیص از راه خشونت وحشیانه^۱ را در آشوب‌های اخیر ساحل سومالی می‌توان دید که به دلیل نبود حکومت ملی و فقدان نظم و قانون در آن منطقه رخ داده است. تخصیص از راه سنت^۲ را مثلاً می‌توان به شکل هدایا در مراسم آیینی مشاهده کرد. این روش توسط قبایل هندی - قبل از آشنایی آنها با اروپایی‌ها - به کار می‌رفت؛ آنان در مراسم خانوادگی از قبیل عروسی‌ها و مراسم کفن و دفن، کالاهایی به یکدیگر هدیه می‌کردند. قبیله تودا^۳ برای قبیله کوتا^۴ کره تهیه شده از شیر گاومیش هدیه می‌برد و گاومیش‌هایی در مراسم خاکسپاری قربانی می‌کرد. در عوض کوتا هم وسایل زندگی روزانه برای تودا هدیه می‌برد و علاوه بر آن در مراسم‌شان به اجرای موسیقی می‌پرداخت. تخصیص از راه اختیار قانونی^۵ را می‌توان در حکومت‌ها، بنگاه‌ها و تشکیلاتی همانند کلیساها مشاهده کرد. مثلاً ممکن است مدیری تصمیم بگیرد کدام منابع را به ادارات مختلف اختصاص دهد. در نهایت، در تخصیص از راه بازارها، از سازوکار قیمت استفاده می‌شود.

مبادله از هر دو راه سنت یا اختیار قانونی، مبادله رابطه‌ای است: مبادله درون یک خانواده به اعضای آن محدود است و مبادله درون یک بنگاه به کارفرما و کارکنان آن بنگاه محدود می‌شود. هر دو روش تخصیص مذکور، با مبادله بازاری فرق دارند. در

-
1. Brute Force
 2. Tradition
 3. Toda
 4. Kota
 5. Authority

بازارها معامله کالاها و خدمات، از مجرای قیمت‌های بازار انجام می‌شود. از زمان انقلاب صنعتی، بازارهای قیمت‌گذار، نه تنها برای معامله کالاهای مصرفی بلکه برای نیروی کار و سرمایه نیز به کار رفته‌اند.

در بخش سوم منحصراً به تخصیص کالاها از روش اختیار قانونی یا قیمت‌ها خواهیم پرداخت و به دو روش خشونت وحشیانه یا سنت توجه چندانی نمی‌کنیم؛ زیرا امروزه در جوامع سرمایه‌داری، سازوکارهای غالب برای توزیع منابع نیستند. در این بخش بیشتر به رویکرد ایستا و پویا نسبت به بازارها و بنگاه‌ها - آن هم عمدتاً در کشورهای پیشرفته - خواهیم پرداخت.

در مقالات اقتصاد نهادگرا، سازوکارهای مختلف برای تخصیص منابع را با عنوان ساختارهای سازمان‌دهی می‌شناسند که در فصل سوم به آن پرداخته شد. ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی به سه شکل اصلی درمی‌آیند:

۱. سازوکار قیمتی که توسط بازار شکل می‌گیرد.

۲. ساختار هماهنگی در تخصیص منابع از راه اختیار قانونی در بنگاه‌ها، که سلسله‌مراتب نام دارد.

۳. ساختار سازمان‌دهی از نوع همکاری بین بنگاه‌ها که پیوندی خوانده می‌شود. این ساختار، حق تصمیم‌گیری مشترک درباره منابع مادی یا غیرمادی (مثلاً ماشین‌آلات یا فوت‌وفن‌ها) را با قدری استقلال عمل در اقداماتی که به منابع مشترک مربوط نیستند، درهم می‌آمیزد. بنابراین پیوندی است که شامل هر دو شیوه تخصیص منابع (بازار و سلسله‌مراتب) می‌باشد.

نظریه‌های مرتبط با ساختارهای سازمان‌دهی، مفاهیمی برای تبیین وجود و نیز پویایی آن ساختارها دربردارند. در فصل سوم گفته شد که یکی از رویکردهای بسیار مناسب برای تبیین وجود ساختارهای مختلف سازمان‌دهی، هزینه مبادله است. در نسخه ایستای این رویکرد، نه تنها بر کارایی بلکه بر ناکارآمدی‌های حاصل از منافع نیز تأکید می‌شود. در نسخه پویا بر نقش کارآفرین در ارتقای کارایی و تأثیر فناوری بر بهبود ساختارهای سازمان‌دهی توجه می‌گردد. بازار به دلیل فعالیت‌های کارآفرینان همواره در حرکت است، به طوری که پیشرفت فناوری بر شکل ساختارهای سازمان‌دهی اثر می‌گذارد.

توضیح خواهیم داد که از منظر منافع، چگونه قدرت‌های متعارض می‌توانند اقتدار را در بنگاه‌های بزرگ و یا جایگاه مدیران (و مشاوران ایشان) به چالش کشند.

در بخش سوم به ترتیب در فصول پنجم، ششم و هفتم به بازارها، بنگاه‌ها و پیوندی‌ها خواهیم پرداخت. چون پیوندی یک نوع ساختار سازمان‌دهی است که هر دو حوزه بازار و بنگاه را پوشش می‌دهد، چنین ترتیبی را اتخاذ کرده‌ایم. برای درک ساختار سازمان‌دهی پیوندی‌ها ابتدا باید هر دو ساختار سازمان‌دهی بازار و بنگاه را بشناسیم.

ادامه مقدمه بخش سوم، به اختصار به معرفی ساختارهای سازمان‌دهی در فصل سوم، همچنین نگاهی مختصر به عناوین بحث‌های فصول بعد اختصاص دارد.

۱. رویکرد ایستا

مدت زیادی طول کشید تا صاحب‌نظران اجتماعی بتوانند سازوکار قیمت را بشناسند. آدام اسمیت در سال ۱۷۷۶ شناخت امروزی نسبت به بازار را پایه‌گذاری کرد: در حالت آرمانی یعنی بازار رقابتی کامل، قیمت‌ها اطلاعات کاملی برای بهینه‌سازی رفتارها فراهم می‌کنند. اما از آن پس سال‌ها طول کشید تا نظریه بنگاه‌ها شکل گیرد. بنگاه‌مدت‌ها همانند یک «جعبه سیاه» تلقی می‌شد. در دهه ۱۹۳۰، رونالد کوز فهمید زیاد بودن هزینه مبادله حقوق مالکیت از راه بازار، به دلیل هزینه‌های جست‌وجو نیست بلکه ناشی از هزینه‌های مذاکره و عقد قراردادهای جداگانه برای هر مبادله در بازار است. وجود هزینه‌های مبادله، مبنای تبیین کوز درباره وجود یک بنگاه است.

رویکرد کوزی به شکل مفصل‌تر توسط اقتصاددانان هزینه مبادله بررسی شد. قبلاً در فصل سوم گفته شد که میزان هزینه مبادله، عمدتاً تابعی از تعیین دارایی (میزان مفید بودن یک دارایی فقط برای تعداد قلیلی از کاربردها) در سرمایه‌گذاری‌هاست. با این حال دفعات مبادله بین طرف‌های مبادله و نااطمینانی درباره تحولات بازار و رفتار یک شریک، همگی بر انتخاب ساختار سازمان‌دهی اثر می‌گذارند.

چون کوز و پیروان او عدم اطمینان را با مخاطره محک می‌زنند، پس وقتی از رویکرد ایستا به ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی صحبت می‌کنیم، فرق بین آن دو مفهوم را مورد چشم‌پوشی قرار می‌دهیم. طبق نظر نایت (Knight, 1921)، مخاطره به

معنای آن است که مردم بتوانند احتمال‌هایی را به پیشامدهای مختلف نسبت دهند، درحالی‌که عدم اطمینان به معنای غیرممکن بودن تعیین آن احتمالات است (فصل اول را مطالعه کنید). از این رو آن دو مفهوم را - به جز در مواردی که باصراحت ذکر شود - به جای هم به کار می‌بریم زیرا چنین کاری چندان موجب سوءتعبیر در فهم نظریه‌های مرتبط با آنها نمی‌شود.

۲. رویکرد کارایی ایستا: اقتصاد هزینه مبادله

در فصل سوم به سه مورد از ابعاد مبادله که شامل تعیین دارایی، مخاطره (عدم اطمینان) و تکرار است، اشاره کردیم. حال تأکید اصلی خود را به دو بُعد اول معطوف کرده، (با فرض مشخص بودن تعداد). درباره رابطه بین این دو بعد و ساختارهای سازمان‌دهی دو فرضیه تدوین می‌کنیم:

۱. هرچقدر تعیین یک سرمایه‌گذاری بیشتر باشد، میزان سرمایه‌گذاری که در مناسب‌ترین کاربرد غیر از کاربرد اصلی از دست می‌رود، بیشتر خواهد بود. به همین دلیل احتمالاً در چنین مواردی یک ساختار سازمان‌دهی از نوع پیوندی یا بنگاه، مناسب‌تر (کم‌هزینه‌تر) از بازار است.

۲. هر چقدر میزان مخاطره در یک مبادله بیشتر باشد، انگیزه ایجاد تضمین‌های اطمینان‌بخش هم بیشتر می‌شود، این وضعیت بسته به کل هزینه‌های مبادله در آن رابطه، می‌تواند به انتخاب هر یک از آن سه ساختار سازمان‌دهی منجر گردد.

میزان تعیین دارایی - با توجه به مشخص بودن تعداد مبادلات و میزان مخاطره - مشخص می‌کند کدام ساختارهای سازمان‌دهی به کمترین هزینه مبادله ختم می‌شوند. هنگامی که تعیین دارایی کم باشد، معمولاً بازار است که کمترین هزینه مبادله را ایجاد می‌کند. اگر تعیین دارایی و مخاطره وجود نداشته باشند، این وضعیت را بازاری آرمانی^۱ می‌نامیم که در آن به هیچ نهادی (صرف‌نظر از وجود حقوق مالکیت) نیاز نیست تا از سرمایه‌گذاری محافظت کند. با این حال شاید در صورتی که تعیین دارایی یا مخاطرات جدی در مبادله وجود داشته باشد، ضمانت اجرای نهادها لازم جلوه کند. در این شرایط با بازارهای نهادی شده سروکار داریم.

وقتی تعیین‌داری زیاد است، به اقدامات احتیاطی نیاز داریم تا از سرمایه‌گذاری‌ها محافظت کنیم. شاید روشن باشد که با افزایش مخاطرات باید اقدامات پیشگیرانه بیشتری را برای تحقق مبادلات در نظر بگیریم.

در بازار آرمانی، انگیزه‌ها قوی هستند زیرا حقوق مالکیت فردی به شکل سخت‌گیرانه رعایت می‌شود. این وضعیت وقتی تعیین‌داری صفر باشد به حداکثر کارایی خود می‌رسد. بازار آرمانی فقط به مبادله - آن هم در زمان وقوع - می‌پردازد و با قراردادهای منفرد به مثابه مواردی گسسته برخورد می‌کند یعنی آنها را غیروابسته می‌داند. این نوع قراردادهای نمونه عالی^۱ می‌نامند (فصل سوم را مطالعه کنید). باین حال ممکن است بازارها از نوع آرمانی منحرف شده و نیاز به نهادهای اضافی پیدا کنند تا بتوانند به خوبی عمل نمایند. چنین بازاری را که از پشتوانه نهادها برخوردار است، یک بازار نهادی شده می‌نامیم. به‌طور کلی در ساختار بازار به دلیل اتکای فراوان به تخصیص از راه قیمت‌ها، احاطه اجرایی در مقایسه با سایر ساختارهای سازمان‌دهی کمتر است.

در فصل سوم گفته شد که در سلسله‌مراتب، انگیزه‌های قوی مرسوم نیستند زیرا از کارگران انتظار دارند کاری را انجام دهند که مدیران برای آنان تعیین کرده‌اند. مشخصه دیگر سلسله‌مراتب آن است که چون تخصیص منابع و انطباق با آشفتگی‌ها با فرمان (حکم) روی می‌دهد، نیاز به احاطه اجرایی قابل توجه وجود دارد. تصمیماتی که توسط مدیران اتخاذ می‌شود باید به کارکنان منتقل شده و بر اجرای آنها نظارت شود.

جای تعجب نیست که مشخصات پیوندی چیزی بین مشخصات بازارها و سلسله‌مراتب باشد زیرا پیوندی‌ها مشتمل بر ابعادی از هر دو ساختار بازار و سلسله‌مراتب هستند. به این ترتیب از ویژگی آنها کمتر بودن انگیزه‌ها نسبت به بازار اما بیشتر بودن آن از انگیزه‌های بنگاه، و حمایت‌های اجرایی بیشتر نسبت به بازار ولی کمتر از بنگاه است. در نهایت پیوندی به‌ویژه بر انواع مختلف تعهدات معتبر تکیه می‌کند (مانند جریمه برای انقضای پیش از موعد قرارداد و سازوکارهای تخصصی برای رفع اختلاف؛ فصل سوم را نیز ببینید). مشخصه‌های مختلف ساختارهای سازمان‌دهی را که در جدول ذیل نشان داده شده‌اند، در فصول پنجم، ششم و هفتم ارائه کرده‌ایم.

جدول III-۱ مشخصات ساختارهای سازمان‌دهی

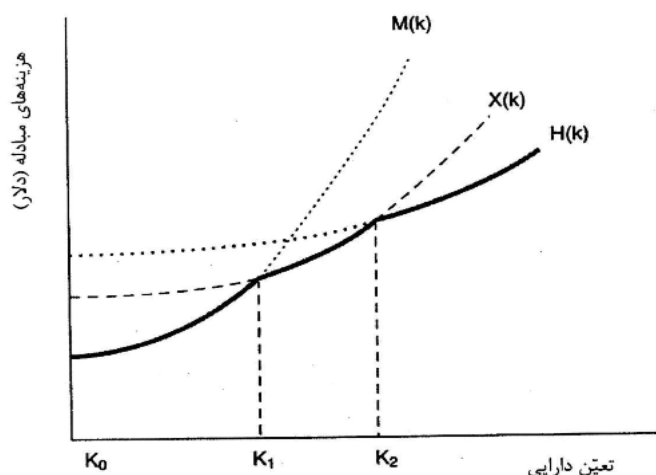
تعیین دارایی			
بسیار متعین	نیمه‌متعین تا بسیار متعین	کلی تا نیمه‌متعین	
ساختار سازمان‌دهی			
سلسله‌مراتب	پیوندی	بازار	مشخصات
ضعیف	متوسط	زیاد	شدت انگیزه
زیاد	متوسط	ضعیف	احاطه اجرایی
ضعیف	متوسط	زیاد	ضمانت اجرای قراردادی

در الگوی ساده شده می‌توان هزینه‌های مبادله را تابعی از تعیین دارایی دانست. ساختارهای مختلف سازمان‌دهی هرکدام توابع هزینه مبادله مختلفی دارند زیرا هر ساختار سازمان‌دهی از تمهیدات خاصی برای هماهنگ کردن مبادلات استفاده می‌کند. به عبارتی انواع مختلف ساختارهای سازمان‌دهی با انواع مختلف قراردادهای، ترتیبات مختلف حقوق مالکیت، آثار مختلف حسن شهرت و مخاطرات مختلف متناظرند.

برای روشن شدن این مطلب، بهتر است اندکی بر تأثیر تعیین دارایی بر هزینه‌های مبادله ساختارهای سازمان‌دهی مختلف تمرکز کنیم. فعلاً از تأثیر تمامی عوامل احتمالی مرتبط - از قبیل تکرار و مخاطره - چشم‌پوشی می‌کنیم ولی بعداً آنها را در نظر خواهیم گرفت (به عبارت «به شرط ثابت بودن بقیه عوامل» که در فصل سوم گفته شد توجه کنید).

وضعیت مورد نظر در شکل III-۱ نشان داده شده است. در «بازارها» هزینه‌های مبادله - به شرط ثابت بودن بقیه عوامل - در صورت کم بودن تعیین دارایی کم خواهد بود ولی با افزایش تعیین دارایی، به سرعت زیاد می‌شود. به همین دلیل تابع مورد نظر محور عمودی را در مقداری اندک قطع می‌کند ولی شیب نسبتاً تندی دارد.

در «سلسله‌مراتب»، هزینه‌های مبادله - به شرط ثابت بودن بقیه عوامل - در شرایط کم بودن تعیین دارایی (در مقایسه با بازارها) بیشتر خواهد بود ولی اثر افزایش تعیین دارایی بر هزینه‌های مبادله نسبتاً (در مقایسه با اثر آن در بازارها) کمتر است. در نهایت در پیوندی‌ها، هزینه‌های مبادله - به شرط ثابت بودن بقیه عوامل - بین دو مورد قبلی قرار می‌گیرد.



توضیح: K : همان تعیین دارایی است (K_0 : سرمایه‌گذاری عام، K_1 : سرمایه‌گذاری نیمه‌متعین، K_2 : سرمایه‌گذاری بسیار متعین)، M : هزینه‌های مبادله بازار، X : هزینه‌های مبادله پیوندی، H : هزینه‌های مبادله سلسله‌مراتب است.

Source: Williamson, 1996: 108; Ménard, 2004: 369.

شکل III-۱ هزینه‌های مبادله به‌مثابه تابعی از تعیین دارایی

شکل III-۱ نشان می‌دهد که توابع هزینه مبادله هر سه ساختار مختلف سازمان‌دهی یکدیگر را قطع می‌کنند. انتقال از یک ساختار سازمان‌دهی به ساختار دیگر، در این نقاط تقاطع رخ می‌دهد تا هزینه‌های مبادله کمتر شوند. تا وقتی مقادیر تعیین بین k_0 (صفر) و k_1 باشد (مقادیری که نشان می‌دهد تعیین دارایی وجود ندارد (مثل سرمایه‌گذاری عام) یا نسبتاً اندک است (که برای سرمایه‌گذاری نیمه‌متعین صادق است))، «بازارها» گزینه ارجح هستند. اگر تعیین دارایی بین K_1 و K_2 باشد (زیاد بودن تعیین دارایی)، «پیوندی‌ها» ارجحیت دارند. اگر تعیین دارایی بیشتر از K_2 باشد، در آن صورت «سلسله‌مراتب» انتخاب می‌شود.

منحنی هزینه مبادله بازار در شکل III-۱ در پایین‌ترین نقطه با محور عمودی برخورد نمی‌کند زیرا مبادلات بازار به نهادهایی همانند حقوق مالکیت نیاز دارد. بازارها

بدون حقوق مالکیتی که دقیقاً تعریف شده باشد نمی‌توانند منابع را به شکل کارآمد اختصاص دهند. معامله در بازار مستلزم آن است که افراد از حقوق مالکیت ایمن - نه تنها برای مالکیت مادی، بلکه برای حفاظت از دستاوردهای نیروی کار خود - برخوردار باشند. مردم باید مطمئن باشند که قراردادها حتماً اجرا می‌شوند و درآمد تلاش‌های آنان محفوظ است. اگر این چنین نباشد، انگیزه‌های تولید تضعیف می‌شوند. حفاظت از حقوق مالکیت برای تخصیص بهینه منابع لازم است. این کار مستلزم صرف هزینه‌های هنگفت برای تأسیس، راه‌اندازی و حفظ استقلال نظام قضایی، دادگاه‌های بی‌طرف و یکپارچگی نظام حقوقی - و نیز حفاظت از حقوق مالکیت و ضمانت اجرای حقوقی قراردادها - است.

حال به‌آسانی می‌توان به آثار سایر عوامل تعیین‌کننده - از قبیل مخاطره - پی برد. توابع مختلف هزینه مبادله با هرگونه تغییر در شرایط نهادی جابه‌جا می‌شوند مثلاً اگر مخاطره افزایش یابد، هر سه تابع به سمت بالا گرایش پیدا می‌کنند یعنی هزینه‌های مبادله به دلیل افزایش مخاطره در همه ساختارهای سازمان‌دهی زیاد می‌شود. میزان تغییر در یک تابع خاص را نمی‌توان تعیین کرد ولی به‌طور کلی تقاطع آن توابع با محور عمودی زیاد خواهد شد. مثلاً شاید افزایش مخاطره موجب شود که «بازارها» به یک ساختار سازمان‌دهی نسبتاً نامناسب تبدیل شوند یعنی نقطه تقاطع با «پیوندی» کمتر از K_1 باشد.

در شرایطی که تعیین‌داری وجود نداشته باشد - یعنی محصول با استفاده از یک فناوری همه‌منظوره^۱ عرضه شده و در نتیجه سرمایه‌گذاری بدون هرگونه خسارت بتواند به کاربرد دیگری منتقل شود - مبادلات در بازار و با قیمت‌های رقابتی انجام خواهد شد. اگر میان گروه‌ها درباره کیفیت محصول تحویل شده مناقشه وجود داشته باشد، دادگاه می‌تواند رأی دهد که حق با کدام گروه است و در صورت لزوم، خسارت پرداخت خواهد شد. هر چقدر فناوری بیشتر از نوع فناوری کاربرد ویژه^۲ باشد، مخاطرات رفتار فرصت‌طلبانه در خلال اجرا و مذاکره (مجدد) درباره قرارداد نیز بیشتر خواهد بود. وجود مخاطره رفتار فرصت‌طلبانه موجب بروز انگیزه‌های محافظت از سرمایه‌گذاری ویژه می‌شود که هر دو طرف حاضرند برای آن پول خرج کنند.

1. General Purpose Technology
2. Specific Purpose Technology

انتقال ساختار سازمان‌دهی از هماهنگی بازار به ساختارهای سازمان‌دهی دیگر - از قبیل سلسله‌مراتب یا پیوندی‌ها - ممکن است به دلیل هزینه‌های مبادله کمتر، سودآور شود. هزینه‌های مبادله بازار شامل هزینه‌های جست‌وجو و کسب اطلاعات و سایر هزینه‌هاست. هزینه‌های مبادله در سلسله‌مراتب شامل اقلامی همچون هزینه‌های حسابرسی درونی و بیرونی و نیز مخارج مربوط به برآورده کردن ملاحظات قانونی است. در شرایطی که تعیین‌داری زیاد باشد، این هزینه‌ها ممکن است کمتر از هزینه‌های مبادله بازار باشند. هزینه‌های مبادله را در مواردی که سازمان‌دهی تولید به شکل پیوندی است (مثلاً موافقت‌های بین‌بنگاهی) می‌توان به مثابه یک موقعیت حد وسط دسته‌بندی کرد زیرا سازوکارهای احاطه بر امور را می‌توان آسان‌تر از بنگاه‌ها به اجرا درآورد (شکل ۱-III). در فصول پنجم تا هفتم، انواع توابع هزینه مبادله را دقیق‌تر شرح خواهیم داد.

۳. رویکرد منافع ایستا

عوامل - از افراد گرفته تا بنگاه‌های منفرد یا تعاونی - در رویکردهای هزینه مبادله، نئوکلاسیک و رویکرد کارفرما - کارگزار، قیمت‌پذیر هستند. عوامل نمی‌توانند از قیمتی که بازار ایجاد می‌کند، عدول کنند. باین‌حال ممکن است برخی بنگاه‌ها یا ائتلافی از بنگاه‌ها به قدر کافی بزرگ شوند تا بتوانند قدرت وضع قیمت در مقداری بیش از اندازه رقابتی را پیدا کنند. خاستگاه دیگر برای قیمت‌گذاری، موقعیت انحصاری ناشی از حق امتیازها یا علامت انحصاری ثبت شده است. ریشه قدرت قیمت‌گذاری هرچه که باشد ممکن است بنگاه‌ها یا ائتلافی از بنگاه‌ها از قیمت رقابتی عدول کنند. در چنین مواردی انتخاب بهترین ساختار سازمان‌دهی نمی‌تواند با توسل به انگیزه‌های کارایی حاصل شود، بلکه با انگیزه‌های ناشی از منافع تحقق می‌یابد. جامعه در این صورت احتمالاً به دلیل این نمایش قدرت، به نتیجه‌ای کمتر از بهینه خواهد رسید.

۴. رویکرد پویا: کارایی در مقایسه با منافع گروهی

فناوری و ترجیحات در رویکرد ایستا، متغیرهایی برون‌زا محسوب می‌شوند. این شیوه موجب شکل‌گیری الگوهای مناسب می‌شود که می‌توانند پیامدهای بازار در کوتاه‌مدت را

پیش‌بینی کنند. باین حال در بلندمدت؛ فناوری، ترجیحات و عوامل دیگری مانند افزایش آگاهی درباره مشکلات زیست‌محیطی یا آزادی گروه‌های اجتماعی خاص - که در کوتاه‌مدت ثابت فرض می‌شوند - احتمالاً نظام اقتصادی را تغییر داده یا متأثر می‌کنند. مثلاً یک نظام اقتصادی که عمدتاً بر مصرف خصوصی تأکید می‌کند، شاید مصرف عمومی را در نظر نگرفته و به نگهداری پارک‌ها و دیگر مکان‌های عمومی توجه نکند. این رویه موجب افزایش احساس ناامنی در جامعه می‌شود و تقاضای تمهیدات امنیتی را زیاد می‌کند. همچنین تولید بدون نظارت ممکن است باعث مشکلات زیست‌محیطی جدی شده، زمینه تغییرات نهادی را فراهم کرده و فرصت‌های اقتصادی جدیدی پدید آورد.

کارآفرینانی که مالک یا مدیر بنگاه‌ها هستند، همواره در جست‌وجوی فرصت‌های بازاریاند. آنان نه تنها درباره موضوع تولید، بلکه درباره ترکیب عوامل تولید تصمیم می‌گیرند؛ خواه یک تولیدکننده منفرد باشند خواه بخشی از یک بنگاه یا ائتلافی از بنگاه‌ها. باین حال وقتی نهاد‌های حاکم به آنها اجازه ندهند از فرصت‌های جدید بهره‌برداری کنند، شاید آنان سعی کنند قوانین موجود را تغییر داده یا قوانین جدیدی وضع کنند. این کارآفرینان به کارآفرینان نهادی^۱ معروف هستند. فرایند مداوم جست‌وجوی کارآفرینان به دنبال فرصت‌های جدید، موجب نوآوری دائمی در محصولات و ساختارهای سازمان‌دهی می‌شود. نوآوری در ساختار سازمان‌دهی می‌تواند از نوع برقراری توافق بین یک بنگاه با دیگران برای یک کاسه کردن منابع و دستیابی به اهداف مشترک باشد. ممکن است این ائتلاف راهبردی به دلیل نیاز به حفظ رقابت یا میل به دوری از رقابت‌های بی‌رحمانه تقویت شود.

این‌گونه رفتارها در اقتصاد هزینه مبادله بررسی نمی‌شوند زیرا آن رویکرد فقط بر انتخاب کارآمد ساختارهای سازمان‌دهی متمرکز است. در رویکرد پویا، راهبردها با هدف تغییر ساختارهای سازمان‌دهی به اجرا درمی‌آیند. علاوه بر این، وقتی تغییر ساختارهای سازمان‌دهی یکی از گزینه‌های هدف‌دار در بنگاه‌ها باشد، ساختار پیوندی نیز می‌تواند با گذشت زمان متحول شود. بنگاه‌ها می‌توانند از همکاری‌های خود درس بیاموزند. آنها همچنین درمی‌یابند که قادرند به یکدیگر اطمینان کنند و به این ترتیب رفتار فرصت‌طلبانه را کنار گذارند. همچنین آنها درمی‌یابند که همکاری‌ها ضرورتاً نباید به جزئیات مربوط

باشد، بلکه کافی است که شامل سازوکارهای خودتضمین در قراردادهای ضمنی باشد. یکی دیگر از عوامل تعیین‌کننده ساختارهای سازمان‌دهی را جان کنت گالبرایت^۱ بارها در تحقیقات خود تشریح کرده است. او فرض ایستای ترجیحات از پیش معلوم را در نظریه خود به نام تقدم دگرگون شده^۲ به چالش کشید. به نظر او بنگاه‌های بزرگ می‌توانند برای کالاهایی که تولید می‌کنند (یا قصد دارند تولید کنند) از راه بازاریابی یا فروشندگی ایجاد تقاضا کنند. تا وقتی بازاریابی یا فروشندگی صرفاً مربوط به آگاه‌سازی مشتریان درباره محصولی خاص باشد، این روش موجب افزایش ثروت در جامعه می‌شود. باین حال اگر این کار همراه با اطلاعات مغرضانه یا غیرواقعی باشد، حداکثرسازی رفاه خصوصی (در خدمت منافع بنگاه‌ها) به بهای کاهش رفاه اقتصادی کل جامعه تمام می‌شود. مصرف‌کنندگان یا سایر ذی‌نفعان می‌توانند با سازمان‌دهی امور خود به قدرت کافی برای جبران قدرت بنگاه‌های بزرگ دست پیدا کنند. این رقابت بین قدرت‌های سازمان‌یافته، یکی از عوامل پویای نظام‌های اقتصادی پیشرفته است و به همین دلیل محدود کردن تشکیلات مصرف‌کنندگان یا سایر ذی‌نفعان، ممکن است برای پیشرفت مضر باشد. تشکیلات ذی‌نفعان مشخصات نظام اجتماعی و اقتصادی را تعیین می‌کند. در کشورهای آنگلو ساکسون، اصول عدم مداخله دولت غالب است و تولید نیز به ایجاد ارزش برای سهام‌داران معطوف است. اما در کشورهای اروپای غیرانگلیستان، دولت فعالانه‌تر در فعالیت‌های اقتصادی مداخله می‌کند ولی نظریه‌های ذی‌نفعان نیز در نظر گرفته می‌شود مثلاً مشورت متقابل بین کارفرمایان و کارکنان صورت می‌گیرد. هر دو رویکرد به تفصیل در فصول بعدی تشریح می‌شوند.

1. John Kenneth Galbraith
2. Revised Sequence

فصل پنجم بازارها

مقدمه

بازارهای رقابتی را در همه جای دنیا می‌توان یافت ولی کارکرد آنها در ارتقای رفاه را نمی‌توان تضمین شده دانست. به‌طور کلی چنین کارکردی خودبه‌خود روی نمی‌دهد از این رو برخی طرح‌ها در این زمینه ضروری است. این وضعیت را می‌توان با گذار از اقتصاد برنامه‌ریزی شده به اقتصاد بازار در روسیه - پس از فروپاشی کمونیسم - توصیف کرد. چون نظام اقتصادی روسیه فاقد نهادهای لازم برای عملکرد صحیح بازار بود، بیکاری‌های گسترده در این کشور پدیدار شد. کارفرمایان و مدیران در ابتدا تجربه کافی برای تصمیم‌گیری در نظام اقتصاد بازار نداشتند. بازارها نمی‌توانستند به‌درستی عمل کنند زیرا مدیران انگیزه کافی برای سودآوری و کارایی نداشتند. با توجه به ناتوانی بنگاه‌ها در رقابت با شرکت‌های خارجی، بسیاری از بنگاه‌های بزرگ که در رژیم شوروی کار می‌کردند، تعطیل شدند. کارکنان فاقد مهارت‌های لازم در نظام اقتصاد بازار بودند. این شرایط مشکلاتی را برای کارگران مسن‌تر به‌وجود آورد. آنان اگر شغل خود را از دست می‌دادند، دیگر نمی‌دانستند چگونه خود را در بازار نیروی کار «بفروشند».

در نهایت این ناتوانی برای تعامل با نظام اقتصاد بازار، منجر به کاهش شدید رشد اقتصادی و فساد اجتماعی شد زیرا در شوروی سابق، سازمان‌های بزرگ مسئول ترتیبات اجتماعی بسیار گسترده (از مسکن گرفته تا آموزش، سلامت و ...) بودند. با انحلال شوروی در سال ۱۹۹۱ و تلاش برای رساندن روسیه به نظام اقتصادی معطوف به بازار، رفاه اقتصادی به‌شدت آسیب دید زیرا سازمان‌های بزرگ نمی‌توانستند در مقیاس بین‌المللی به رقابت بپردازند.

گذار از نظام اقتصادی برنامه‌ریزی شده به نظام اقتصاد بازار نشان داد که نهادها بر بازار تقدم دارند. مبادلات متضمن حقوق مالکیت‌اند و در چارچوب حقوقی انجام

می‌گیرند. بازار به حقوق مالکیت دقیق نیاز دارد تا وظیفه خود در تخصیص منابع را به انجام رساند. به این ترتیب باید معلوم باشد که چه کسی از آن حقوق برخوردار است که این کار به نوبه خود مشتمل بر تصمیم‌گیری سیاسی می‌باشد. در روسیه تزاری مردم مدت‌ها به عنوان رعیت کار می‌کردند و حق کسب درآمد نداشتند، آنان فقط پس از برقراری نیروی کار دستمزدبگیر - یعنی با الغای نظام رعیتی - از این حق برخوردار شدند.

برای بهینه‌سازی کارکرد بازارها، نه تنها حقوق مالکیت بلکه وجود نهادهای دیگر نیز ضروری است. انتخاب برخی نهادهای ویژه بازار را با حداقل‌سازی هزینه‌های مبادله می‌توان توضیح داد. این حداقل‌سازی به سه عامل بستگی دارد: ۱. اطلاعات ناقص، ۲. اطلاعات نامتقارن و ۳. آثار بیرونی. ممکن است بازار سعی کند از راه افزایش آگاهی‌های کارآفرینانه (که در همین فصل به آن خواهیم پرداخت)، یا با ایجاد اطلاعات و محسوب کردن آن به عنوان یک کالا - که در بازار قابل دادوستد باشد - مشکل اطلاعات ناقص را کاهش دهد. برای این منظور می‌توان با گواهی‌های ضمانتی به بازار کمک کرد. این روش همان‌طور که در فصل اول گفته شد، در بازار اتومبیل‌های دست دوم به کار می‌رود که در آن ارزیابی خسارت‌های پنهان یا مشکلات یک وسیله نقلیه، کار بسیار سختی است. در بازارهایی که کیفیت را بتوان به آسانی ارزیابی کرد، وضعیت فرق می‌کند. مثلاً برای سبزیجات به گواهی کیفیت نیازی نیست زیرا کیفیت آنها را می‌توان از ظاهرشان تشخیص داد. با این حال با افزایش محبوبیت غذاهای کاملاً طبیعی^۱، تعیین کیفیت در بازار سبزیجات نیز اهمیت پیدا کرده است.

در نهایت برای آثار بیرونی نیز راه‌حلهایی وجود دارد. وقتی مذاکرات پرهزینه نباشند، مناقشه‌های آثار بیرونی را می‌توان به صورت کارآمد حل و فصل کرد (فصل سوم). با این حال وقتی پای هزینه‌های مبادله در میان باشد، شاید وجود نهادهای دیگر برای ایجاد نتایج کارآمد، ضرورت پیدا کند. دلیل انتخاب نهادهای مختلف بازار این است که آنها هزینه‌های مبادله را کم می‌کنند. بدون گواهی ضمانت، بازار خودروهای دست دوم وجود نخواهد داشت یا هزینه‌های حل و فصل اختلافات درباره کیفیت خودروها در بازار خودرو خیلی زیاد خواهد بود. پس انتخاب نهادهای خاص را می‌توان با کارایی مرتبط دانست.

رویکرد نئوکلاسیک یا هزینه مبادله هیچ‌کدام چیزی در مورد نحوه جابه‌جایی بازار از یک تعادل به تعادل دیگر به ما نمی‌آموزند. این فاصله با نظریه فرایند بازار^۱ مشخص می‌شود که هدف آن «درک چگونگی تعامل بین تصمیم‌گیری فعالان منفرد در بازار است. تا به این ترتیب، نیروهایی در بازار ایجاد شوند و تغییرات در قیمت‌ها، تولید و روش‌های تولید و تخصیص منابع را به وجود آورند» (Kirzner, 1973: 6). کارآفرین در این رویکرد، نقشی محوری دارد، منبع نوآوری است و نه تنها تغییر در ساختار اقتصادی، بلکه نوسانات اقتصادی را ایجاد می‌کند؛ زیرا هر محصول - آن‌طور که در همین فصل خواهیم گفت - چرخه عمر مخصوص به خود دارد.

علاوه بر رویکرد کارایی، رویکرد منافع گروهی نیز وجود دارد. نسخه ایستای این رویکرد به بازی قدرت - مثلاً رفتار ضد رقابتی بنگاه‌های قدرتمند (مانند قیمت‌گذاری تهاجمی^۲ یعنی فروش یک کالا یا خدمت به قیمت‌های بسیار کم) - می‌پردازد. این رفتارها به نواقص بازار منجر می‌شوند. نسخه پویای رویکرد منافع گروهی به بررسی تعامل بین گروه‌های ذی‌نفع می‌پردازد: نه تنها رفتار ضد رقابتی شرکت‌های بزرگ، بلکه توانایی آنها برای اثرگذاری بر ترجیحات مصرف‌کنندگان که می‌تواند همکاری بین گروه‌های ذی‌نفع را به منظور رویارویی با قدرت آن شرکت‌های بزرگ باعث شود.

ساختار این فصل چنین است: ابتدا بازار را از منظر ایستا بررسی می‌کنیم. این کار به دو طریق انجام می‌شود: رویکرد کارایی ایستا و رویکرد منافع گروهی ایستا. ابتدا با رویکرد کارایی آغاز کرده، سپس موارد آرمانی بازار تک‌دفعه‌ای^۳ و بازار مشروط را بررسی خواهیم کرد. همچنین به چهار شرط بازار در اقتصاد هزینه مبادله می‌پردازیم؛ زیرا هر نوع تغییر در هر یک از این شرایط موجب تغییر در هزینه‌های تطبیقی تدبیر شده، به همین دلیل بر انتخاب ساختار سازمان‌دهی نیز اثر می‌گذارد. بحث را با تحلیل ساختارهای مختلف بازار - یعنی تفاوت‌های نهادی که بازارها را از هم متمایز می‌کند - ادامه می‌دهیم.

پس از آن بازار را به مثابه یک فرایند بررسی می‌کنیم. این رویکرد بیش از هر چیز به کارآفرینان توجه می‌کند که دائماً در جست‌وجوی فرصت‌های کسب‌وکار هستند.

-
1. Market Process Theory
 2. Predatory Pricing
 3. Spot Markets

کارآفرینان نواقص بازار را مانند فرصت‌های کسب‌وکار می‌دانند آنان با هماهنگ کردن منابع به‌منظور بهره‌برداری از این فرصت‌ها، توازن را در بازار برقرار می‌کنند. همچنین در این فصل تعامل بین گروه‌های ذی‌نفع - از قبیل مصرف‌کنندگان - و نیز قدرت شرکت‌های بزرگ در وضع قیمت‌ها و اثرگذاری بر ترجیحات ایشان را مطالعه خواهیم کرد. در نوشته‌های اقتصادی، این پدیده را تقدم دگرگون شده می‌خوانند. امکانات ذی‌نفعان برای سازمان‌دهی نیروهای جبران‌کننده، در هر کشوری فرق می‌کند. نهادها نمایانگر اوضاع فرهنگی و خاص هر کشورند که جدا کردن آنها از سابقه تاریخی آن جامعه ممکن نیست. فرهنگ کشورهای اروپای غیرانگلستان با کشورهای آنگلوساکسون فرق دارد. به همین دلیل تشکیلات گروه‌های ذی‌نفع و نفوذ آنها در دستاوردهای اقتصادی نیز باهم فرق می‌کند. همه این رویکردها در جدول ۱-۵ خلاصه شده‌اند که هر قسمت از آن عناوین اصلی این بخش را نشان می‌دهد.

جدول ۱-۵ رویکردهای ایستا و پویای کارایی و منافع گروهی در بررسی بازارها

رویکرد ایستا	رویکرد پویا	
ساختارهای مختلف بازار: - بازار تک‌دفعه‌ای - بازار مشروط - بازارهای برخوردار از پشتوانه نهادی	بازارها به‌مثابه یک فرایند: - یادگیری و نوآوری کارآفرینانه - کارآفرینان نهادی	کارایی
ناکارآمدی‌های ناشی از رفتار ضدرقابتی بنگاه‌های دارای قدرت بازار: - قدرت مدیریت - قیمت‌گذاری تهاجمی	قدرت مدیریت: - تقدم دگرگون شده قدرت جبران بازار نیروی کار: رویکرد راینلند ^۱ در مقایسه با آنگلوساکسون	منافع گروهی

در این فصل به بازارهایی می‌پردازیم که در آنها افراد و بنگاه‌ها هر دو فعال هستند. از این‌رو بررسی خود را با تحلیل بازارها از منظر نئوکلاسیک آغاز کرده و با تحلیل بازارهای تحت حمایت نهادها ادامه می‌دهیم.

۵-۱ رویکرد کارایی ایستا به بازارها

بازار آرمانی و کاملاً رقابتی با بازارهای تک‌دفعه‌ای شناخته می‌شود. بازارهای مشروط، تعمیم آن نوع بازار هستند. بازارهای مشروط نه تنها به کالاهایی با خصیصه مادی و مربوط به زمان و مکان مشخص مربوط می‌شوند، بلکه شامل تفکیک محصولات از لحاظ مخاطرات (محیطی) نیز می‌شوند. با این حال اگر برخی پیش‌شرط‌های نهادی محقق نشوند، بازارهای آرمانی هم به درستی کار نخواهند کرد. این شرط‌ها شامل نظام قانون قراردادها، حقوق مالکیت، آثار حسن شهرت و مخاطرات هستند. وقتی بازاری از حالت آرمانی دور شود، تضمین‌های اطمینان‌بخش بیشتری لازم است (مثلاً به دلیل عقلانیت محدود، رفتار فرصت‌طلبانه و رقابت محدود).

۵-۱-۱ رویکرد اقتصاد نئوکلاسیک به بازارها

در پیوست الف از فصل اول توصیف کوتاهی درباره رویکرد اقتصاد نئوکلاسیک به بازارها ارائه کردیم. این توصیف از بازارها بسیار انتزاعی است. در عمل کارکرد ویژه بازار - به‌ویژه تصمیم‌های مربوط به قیمت تعادلی - به شرایطی (مانند ماهیت کالاها و مبادلات) بستگی خواهد داشت. این بحث را می‌توان با ساده‌ترین نوع بازارها در زندگی واقعی آغاز کرد: بازارهای تک‌دفعه‌ای.

۵-۱-۱-۱ بازارهای تک‌دفعه‌ای

خریداران و فروشندگان - که شامل افراد و بنگاه‌ها می‌شوند - حقوق مالکیت را از راه پیشنهاد و درخواست معامله می‌کنند. در بازار کامل و ساده، کالاها و پول را می‌توان بلافاصله مبادله کرد. بازارهای تک‌دفعه‌ای، متشکل از خریداران و فروشندگان است که رابطه آنها شامل یک معامله منفرد است. این محصول در زمان پرداخت پول تحویل داده می‌شود و هویت شرکای مبادله اهمیت ندارد زیرا مبادلات در بازارهای تک‌دفعه‌ای انجام می‌گیرد. بازارهای تک‌دفعه‌ای با ویژگی محصولات همگن و استقلال تمام گروه‌ها شناخته می‌شوند و قیمت‌ها بلافاصله متأثر از تغییرات در دسترسی به محصول نوسان می‌کنند. بازارهای تک‌دفعه‌ای یک مثال عالی از بازاری آرمانی است که تمامی اطلاعات را در

قیمت‌ها خلاصه می‌کند. منابع دیگری نیز برای عرضه موجود هستند که به دلیل هویت عرضه‌کننده چندان مهم نیستند. مبادلات می‌تواند به‌طور پنهان و در چارچوب قانون انجام گیرد. با رجوع به شرایط رسمی قراردادهای فروش و کاربرد مفاد قانونی قراردادها مشکلات در این بازارها حل‌وفصل می‌شود. بازارهای تک‌دفعه‌ای در تجارت نفت، اوراق بهادار، غلات، طلا، تراشه‌های رم^۱ کامپیوتر، محصولات لبنی و کالاهای دیگر وجود دارند. از لحاظ نظری نهادها نقشی در این بازارها ندارند، اما در عمل همواره در بازارهای واقعی وجود دارند. در کادر ۱-۵ توصیفی درباره بازار تک‌دفعه‌ای لبنیات آمده است. در چنین حالتی معامله بین خریدار و فروشنده به‌واسطه دلالتان انجام می‌گیرد.

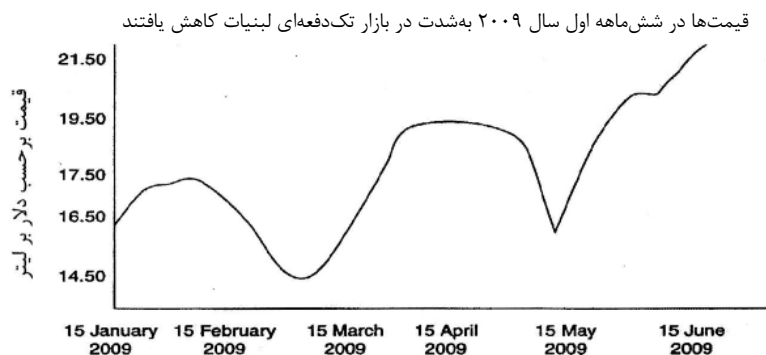
کادر ۱-۵ بازار تک‌دفعه‌ای برای محصولات لبنی

قیمت محصولات لبنی به‌شدت نوسان می‌کند. از پاییز ۲۰۰۵ کاهشی در عرضه این کالاها رخ داده است. یکی از دلایل کمبود عرضه، افزایش تقاضا در چین است. با افزایش کمبود عرضه، قیمت بازار تک‌دفعه‌ای لبنیات افزایش یافت. با این حال با کاهش تقاضای ناشی از بحران اقتصادی، قیمت‌های بازار تک‌دفعه‌ای به‌شدت در نیمه دوم سال ۲۰۰۸ کم شد.

بخش عمده شیر در اروپا هنوز هم با قراردادهای بلندمدت مبادله می‌شود. این قراردادها یک دوره لغو دارند که تا سررسیدن انقضای آن، کشاورزان متعهدند شیر را به کارخانه‌های شیر بفروشند. در عوض کارخانه‌ها نیز باید در آن دوره شیر را خریداری کرده و آن را از مزارع جمع‌آوری کنند. با این حال کارخانه‌های لبنی به تضمین قیمت پرداخته، نظام قیمت‌گذاری ثابت نیز ندارند. به همین دلیل است که نوسان قیمت‌های جهانی - البته با تأخیر قابل توجه - بر قیمت‌های پرداخت شده توسط بنگاه‌های طرف قرارداد اثر می‌گذارد. وقتی قیمت‌های جهانی شیر در دوره‌های طولانی‌تر زیاد می‌شوند، چنین نظامی منجر به نارضایتی کشاورزانی می‌شود که با کارخانه‌های فراوری شیر قرارداد بسته‌اند. به دلیل تأخیر در تعدیل قیمت‌ها با نوسانات بازار جهانی، کشاورزان احساس می‌کنند که بهای دریافتی در ازای شیر کمتر از قیمت‌های جهانی است.

چنین نوساناتی برای واسطه‌هایی که در بازار جهانی خرید و فروش می‌کنند، فرصتی مطلوب به حساب می‌آید. دلالتان مازاد شیر را از یک طرف خریده، به طرف دیگر فروخته، درصدی بابت خدمات خود از هر طرف می‌گیرند و به کشاورزان بر مبنای قیمت جهانی پرداخت می‌کنند که متناسب با عرضه و تقاضا (ی جهانی) نوسان می‌کند.

بازار تک‌دفعه‌ای لبنیات، در مقایسه با کل شیر تولید شده نسبتاً کوچک است. چرا همه کشاورزان بازار تک‌دفعه‌ای را انتخاب نمی‌کنند؟ اول آنکه بسیاری از کشاورزان خطرگریز هستند. آنان قیمت‌های پایین ولی ثابت را به قیمت‌های پرنوسان ترجیح می‌دهند. در شکل زیر نوسانات فراوان قیمت در نیمه اول سال ۲۰۰۹ را مشاهده می‌کنید.



Source: www.dca-market.nl

دوم آنکه کشاورزان باید به مازاد سرمایه دسترسی داشته باشند تا بتوانند کاهش شدید قیمت‌ها را جبران کنند. سوم اینکه بانک‌ها در صورتی که درآمد یک فرد یا بنگاه متغیر باشد، به آسانی وام نمی‌دهند. چهارم آنکه چون واسطه‌ها موظف نیستند محصولات کشاورزی را خریداری کنند، احتمالاً کشاورزان نگران هستند که اگر تقاضا کم شود، محصول ایشان نیز به قیمت اندک خریداری شود. پنجم اینکه چون هزینه‌های حمل‌ونقل باید از سوی تولیدکننده پرداخت شود، کشاورز می‌داند که او همیشه سود زیاد نخواهد برد. اگر دلالی بتواند شیر هلند را در آلمان به قیمتی بیشتر از هلند بفروشد، او مایل به فروش شیر در آلمان خواهد بود اما به نفع کشاورز است که با توجه به زیاد بودن هزینه‌های حمل‌ونقل، شیر را در هلند بفروشد.

۲-۱-۱-۵ بازارهای مشروط

به‌طور ضمنی فرض کرده‌ایم که محصولات مطابق مالکیت مادی آنها مشخص می‌شوند. یک سیب یک سیب است. اما یک محصول مادی لزوماً همان محصول اقتصادی نیست. محصولات را می‌توان برحسب زمان، مکان و محیط دسترسی به آنها تعریف کرد. یک سیب در حال حاضر و یک سیب که یک سال قبل در دسترس بوده است، دو محصول

اقتصادی کاملاً متفاوت‌اند. همچنین می‌توان محصولات را از لحاظ جنبه مخاطره آنها تعریف کرد. برخی محصولات در صورتی که شرایط خاصی مهیا نشود، آماده نمی‌شوند مثلاً اگر شما بیمار نشوید، به خدمات پزشکی نیاز نخواهید داشت و این خدمات مشروط به بیماری شما خواهد بود. مثال دیگر، خدمات و کلاست. آنان قیمتی مطالبه می‌کنند که برحسب نتیجه کارشان تعیین می‌شود. می‌توان در قرارداد بین موکل و وکیل ذکر کرد که اگر وکیل به نتیجه نرسد، دستمزدی دریافت نخواهد کرد.

در اثر حاضر برای ساده‌سازی، محصولات مشروط^۱ را آنهایی تعریف می‌کنیم که نه تنها با ویژگی‌های مادی خود، بلکه با توجه به زمان، مکان، محیط و شرایط مشخص می‌شوند. در مثال وکیل، پرداختی به او دستمزد مشروط^۲ نام دارد یعنی دستمزدی که فقط در صورت حصول نتیجه مطلوب پرداخت می‌شود. این تعریف تعداد کالاهای مورد نظر را زیاد کرده و برای کالاهایی با ویژگی مادی یکسان، قیمت‌های متفاوت وضع می‌کند. البته بازارهای مشروط در معرض همان سازوکارهای تعادلی هستند که بازارهای تک‌دفعه‌ای (و هر بازار دیگر) با آن سروکار دارد. باین حال مانند مثال بازار تک‌دفعه‌ای، توصیف یک بازار مشروط در دنیای واقعی نمی‌تواند بدون دربرگرفتن نهادها انجام گیرد. درباره مبادله شیر، این نهادها به اتاق‌های تهاتری^۳ معروف هستند (کادر ۲-۵).

کادر ۲-۵ بازارهای سلف برای شیر

مداخله حکومت در بازار لبنیات اروپایی به تثبیت نسبی قیمت‌های شیر منجر شد. تولید شیر از سال ۱۹۸۳ در معرض نظام سهمیه‌بندی قرار گرفت. باین حال تمهیدات سهمیه‌بندی در سال ۲۰۱۵ به پایان خواهد رسید. از این تاریخ قیمت شیر در اروپا برحسب بازار جهانی قیمت‌گذاری می‌شود، به این ترتیب بیشتر در معرض نوسان‌های قیمتی خواهد بود. شیر یک کالای مشروط است زیرا تولید و حمل آن به مساعد بودن آب‌وهوا بستگی دارد. تولید شیر در تابستان شرایطی کاملاً متفاوت با زمستان دارد. علاوه بر این، تغییرات شدید آب‌وهوایی می‌تواند بر تولید شیر اثر گذارد (مثلاً شاید بعد از تابستان‌های پرباران، سال‌های خشکسالی فرا برسد که باید مقدار زیادی علوفه برای تغذیه دام‌ها

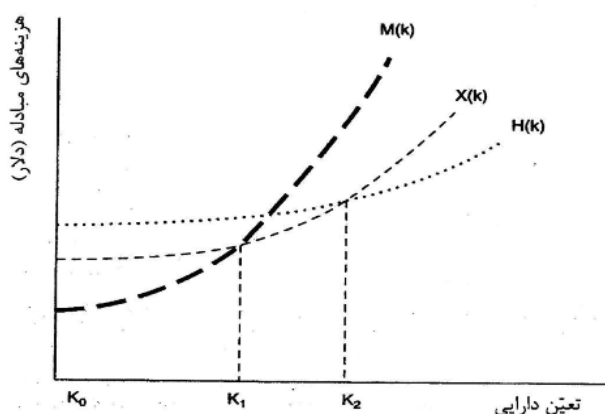
1. Contingent Products
2. Contingent Fee
3. Clearing Houses

خریداری شود). افزایش خرید نهاده‌های دام به همراه کاهش تولید می‌تواند مشکلاتی برای کشاورزان پدید آورد. در دنیای بازار، شرایط آب‌وهوایی موجب نوسان‌های قیمت می‌شوند. بی‌ثباتی قیمت‌های شیر شاید تولیدکنندگان را ترغیب کند تا برای تثبیت درآمد خود به بازارهای سلف شیر روی آورند. تولیدکنندگان شیر در اروپا، از آگوست ۲۰۰۸، توانسته‌اند تولیدات خود در چارچوب معامله شیر اروپایی^۱ را با قراردادهای سلف بفروشند. کارخانه‌های لبنیات می‌توانند از معامله شیر اروپایی برای تضمین تحویل شیر در آینده نزدیک استفاده کنند. قراردادهای سلف، تعهداتی الزام‌آور برای خرید یا فروش مقدار مشخصی از شیر در آینده نزدیک هستند که کیفیت یا استاندارد خاصی را در قیمتی از پیش معلوم برآورده می‌سازد. حتماً لازم نیست شیر قبل از تاریخ انقضای قرارداد تحویل داده شود. قراردادهای سلف در این دوره می‌تواند در بازار اوراق بهادار مبادله کرد. پرداخت بهای قرارداد توسط اتاق و اعضای تهاتری تضمین می‌شود. اتاق تهاتری خدمات تهاتری و انتقال قرارداد را برای مبادلات سلف شیر فراهم می‌کند. قرارداد سلف شیر، اطمینان از ثبات قیمت را فراهم می‌کند ولی تضمینی برای سودآوری نیست. مثلاً کشاورزی به نام جان ۱۰/۰۰۰ لیتر شیر را به قیمت ۳۰ دلار در لیتر برای آینده می‌فروشد. اگر قیمت شیر به ۲۵ دلار در ۱۰۰ لیتر برسد، جان در این قرارداد سلف به‌اندازه ۵ دلار در هر لیتر سود خواهد برد. اما او باید هزینه‌های مبادله را نیز در نظر گیرد. قراردادهای سلف در بازار اوراق بهادار دادوستد می‌شوند و همه طرف‌ها باید مبلغی بابت معامله بپردازند که به حجم خرید و فروش بستگی دارد. بنابراین دستمزدهای دلالتان باعث کاهش قیمت تضمین شده مورد انتظار جان می‌شود. علاوه بر این اگر او به هر دلیلی نتواند شیر را در زمان مقرر تحویل دهد، باید شیر را در بازار تک‌دفعه‌ای خریداری کند تا بتواند از عهده تعهدات قرارداد برآید.

۲-۱-۵ رویکرد اقتصاد هزینه مبادله به بازارها

بر مبنای شکل III-۱ در مقدمه بخش سوم، گفتیم به‌شرط ثابت بودن بقیه عوامل، انتخاب ساختار سازمان‌دهی، به میزان استفاده از سرمایه‌گذاری‌های ویژه مبادله بستگی دارد. اما سایر عوامل نیز مهم هستند. به‌نظر ویلیامسون در صورتی که تعیین‌داری اندک باشد (شکل ۱-۵)، بازار کارآمدترین ساختار سازمان‌دهی است (Williamson, 1991). کم بودن تعیین‌داری، در صورتی که با قراردادهای مناسب، شفاف بودن حقوق مالکیت، دسترسی آسان به سابقه طرف‌ها و محدود بودن مخاطره به موارد مشروط همراه باشد، کمترین هزینه مبادله را به‌بار می‌آورد. این شرایط را بعداً به تفصیل شرح خواهیم داد.

1. European Milk Exchange (Eumix)



توضیح: K : همان تعیین دارایی است (K_0): برای سرمایه‌گذاری عام، K_1 : سرمایه‌گذاری نیمه‌متعین، K_2 : سرمایه‌گذاری بسیار متعین، M : هزینه‌های مبادله بازار، X : هزینه‌های مبادله پیوندی، H : هزینه‌های مبادله سلسله‌مراتب است.

Source: Williamson, 1996: 108; Ménard, 2004: 369.

شکل ۱-۵ قلمروی بازار

۱-۲-۱-۵ شرایط قانون قراردادهای

انواع استاندارد قرارداد در نظریه نهاد‌گرا به قراردادهای نمونه عالی^۱ معروف هستند. این نوع از قانون قراردادهای فقط برای مبادلاتی کاربرد دارد که معیارهای خاصی را برآورده سازند.

اول آنکه هویت طرف‌های مبادله مهم نیست؛ در غیر این صورت باید مشخصه‌های ویژه طرف‌های مبادله را در نظر گرفت. دسترسی به مشخصات طرفین، عقد قرارداد را خیلی دشوارتر می‌کند و باید دید که در آن شرایط آیا بازم بازار به کارآمدترین راه حل تبدیل می‌شود یا خیر؟

دوم اینکه ماهیت مبادله باید به دقت تعیین شود. اگر مبادله دقیقاً تبیین نشود، برای یک یا هر دو طرف معامله در دسرهایی بروز خواهد کرد و تنظیم قرارداد به منظور اجتناب از آن معضلات را بسیار پیچیده‌تر می‌کند.

سوم آنکه موافقت‌های غیررسمی (شفاهی) غالباً در معرض سوءتفسیر قرار می‌گیرند، موافقت‌های رسمی‌تر (عموماً کتبی) بر انواع غیررسمی ارجحیت دارند. چهارم اینکه همیشه لازم نیست تمامی جزئیات تصریح شوند. بااین‌حال ضروری است، راه‌حل‌های مشکلات احتمالی از قبل به روشی مشخص شوند تا در صورت بروز مشکل در زمینه حق مالکیت مبادله شده، پیامدهای آن امر معلوم باشد. در نهایت قراردادهای نمونه عالی فقط محدود به طرفین مبادله هستند. مجموعه این شرایط برای قراردادهای نمونه عالی، موجب شکل‌گیری بازار آرمانی می‌شود که در آن طرف‌های مبادله از استقلال عمل برخوردارند؛ یعنی به یکدیگر وابسته نیستند؛ به عبارتی پس از پایان مبادله، هریک از طرف‌های مستقل می‌تواند بدون تقبل هزینه‌های زیاد راه خود را در پیش گیرد.

۲-۱-۲-۵ حقوق مالکیت

بدون یک نظام مطلوب در زمینه حقوق مالکیت خصوصی، هیچ بازاری نمی‌تواند با کارایی عمل کند. این مطلب را قبلاً در فصل سوم بررسی کردیم. به نفع افراد است که وقتی از منافع حقوق مالکیت به‌طور کامل بهره‌مند می‌شوند، حداکثر تلاش خود را به‌کار گیرند. در این حالت کارگران، پرستمزترین کاری را که قادر به آن هستند انتخاب کرده و کارآفرینان سودآورترین محصول را به بازار عرضه می‌کنند. تخصص‌های ناشی از این وضعیت (در نیروی کار و سرمایه و نیز تخصص در تولید) در کنار امکانات تولید مازاد، نشان‌دهنده نیاز به مبادلاتی است که هر عامل با آنها بتواند از تخصصی شدن سود برده به کالاهای مازاد تولیدی دیگران نیز دست پیدا کند.

تا وقتی راه‌حل‌های مختلف بازار به حمایت از طرفین مبادله - در برابر رفتار فرصت‌طلبانه طرف مقابل - پردازند (خریداران بتوانند آزادانه از یک عرضه‌کننده به عرضه‌کننده دیگری روی آورند و آنها نیز به‌آسانی بتوانند به خریدار دیگری روی آورند) آگاهی از قیمت‌ها برای تبادل اطلاعات کافی است. عوامل اقتصادی نیز به شکل مستقل، با تغییرات بازار - که از راه تحولات قیمت به ایشان نشان داده می‌شود - منطبق می‌شوند.

۳-۲-۵ آثار حسن شهرت

حسن شهرت در بازار آرمانی که معاملات به واسطه «عوامل گمنام» رخ می‌دهند، نقشی ندارد. با این ساختار شاید بازار از گونه آرمانی فاصله بگیرد. آثار حسن شهرت می‌تواند در صورت وجود تعین‌داری یا مبادلات متوالی در بازارهای رقابتی مهم باشد. اول آنکه هرچه حسن شهرت طرف مبادله کمتر باشد، چانه‌زنی‌ها و عقد قراردادهای پرهزینه ضروری‌تر خواهد بود. دوم اینکه در فصل سوم گفتیم حسن شهرت یکی از نهادهای مهم برای حفظ عوامل از هرگونه رفتار فرصت‌طلبانه طرف مبادله است. نیاز به حفظ خوش‌نامی در بازار رقابتی که محصولات همگن در آن مبادله می‌شوند، بیشتر است زیرا خریداران می‌توانند به راحتی فروشنده دیگری را انتخاب کنند.

کادر ۳-۵ حسن شهرت و صنعت الماس

تجارت الماس در نتیجه پیوندهایی که ادعا شده است با «الماس‌های جنگ»^۱ دارد و توسط گروه‌های شورش برای تأمین هزینه‌های جنگ در آفریقا به کار می‌رود، در معرض چالش بوده که به‌ویژه در سال ۲۰۰۶ با فیلم هالیوودی الماس خونین^۲ به بازیگری لئوناردو دی‌کاپریو^۳ مورد توجه قرار گرفت.

در سال ۲۰۰۲ پس از دو سال مذاکره بین حکومت‌ها، صنعت و سازمان‌های غیردولتی، طرح صدور گواهی فرایندی کیمبرلی^۴ تنظیم شد که ورود الماس‌های غیرقانونی را به بازار دشوار می‌کرد. این طرح مثالی از یک نشان کیفی است. طرف‌های مبادله باید الزامات گواهی فرایندی کیمبرلی را برآورده کرده و فقط با شرکایی معامله کنند که حداقل شرایط را احراز کرده باشند. شرکت‌کنندگان در طرح صدور گواهی فرایندی کیمبرلی ادعا کردند که ورود الماس‌های جنگ را به کمتر از ۰/۲ درصد از کل تولید الماس دنیا کاهش داده‌اند (هرچند سازمان عفو بین‌الملل در سال ۲۰۰۶، ادعا کرد که طرح صدور گواهی فرایندی کیمبرلی در پایان دادن به تجارت الماس‌های جنگ، بسیار ضعیف عمل کرده است).

خوش‌نامی ما را مطمئن می‌کند که مبادلات بدون نظارت طرف سوم به‌درستی

1. Conflict Diamonds
2. Blood Diamond
3. Leonardo DiCaprio
4. Kimberly Process Certification Scheme (KPCS)

تضمین شده است. باین حال احتمالاً به نهادهایی نیاز است که بازار را در عملکرد مطلوب کمک کنند. حسن شهرت را می‌توان از راه نشان‌ها یا گواهی‌های کیفیت، خدمات رتبه‌بندی یا تجربه دیگر خریداران (فروشنندگان) یک کالا ارتقا داد که امکان بازرسی تصادفی از آنها وجود دارد (کادر ۳-۵). خدمات رتبه‌بندی - که توسط ایی بی^۱ و سایر پایگاه‌های اینترنتی انجام می‌شود (این پایگاه‌ها از مردم می‌خواهند که عملکرد طرف مبادله خود را رتبه‌بندی کنند) - در کنار مصاحبه‌های رودررو یا راهبردهای مقابله‌به‌مثل در تعاملات مکرر می‌تواند از لحاظ نظری ایجاد انگیزه‌های رفتار فرصت‌طلبانه را در خریدار و فروشنده کاهش دهد.

۴-۲-۱-۵ مخاطره

نهادهای بازارها را در رویارویی با شرایط نامشخص کمک می‌کنند. مخاطرات ناشی از شرایط نامشخص، زیاد و متنوع هستند و می‌توانند با موضوع‌های سلامت، وضعیت اقتصادی (مربوط به چرخه اقتصادی)، ایمنی، فرهنگ یا آب‌وهوا مرتبط باشند. افراد از قبل نمی‌دانند که بیمار یا بیکار خواهند شد یا در معرض سرقت و تصادف قرار می‌گیرند. اما عوامل خصوصی گمان می‌کنند که این وضعیت‌های پرمخاطره به‌مثابه فرصت‌های کسب‌وکار بوده و ممکن است تضمین‌های اطمینان‌بخش به شکل‌های مختلف به حساب بیایند. در فصل سوم دیدیم که مردم به میزان خطرگریزی‌شان به استفاده از انواع بیمه روی می‌آورند تا مخاطرات را پشت سر گذارند. شرکت‌های تخصصی در ارائه خدمات سلامت، بیمه بیکاری، بیمه وسایل نقلیه، بیمه سفر و ... تخصص کسب می‌کنند. همچنین اداره‌های هواشناسی به پیش‌بینی بارندگی، هوای آفتابی و دمای هوا می‌پردازند. مراکز مراقبت‌های سلامت نیز واکسن‌های آنفلوانزا را به کسانی عرضه می‌کنند که آسیب‌پذیرتر از حد معمول هستند. در همه این مثال‌ها، عوامل خصوصی (بهینه‌کننده) در بازار به‌طور یک‌جانبه خود را با مخاطرات وفق می‌دهند. مردم برای ارتقای کارایی خود به شکل مستقل، به ارائه یا جست‌وجوی حفاظ‌هایی علیه مخاطرات می‌پردازند. موضوع صرفاً نوعی عرضه و تقاضاست که به قیمت تعادلی منجر می‌شود.

۵-۱-۲-۵ خلاصه

به‌طور خلاصه می‌توان گفت مبادلات می‌تواند در صورت برآورده شدن برخی شرایط، از مجرای بازار به شکل کارآمد انجام شود. این ویژگی‌ها از منظر هزینه مبادله در جدول ۵-۲ خلاصه شده است.

جدول ۵-۲ بازار و مشخصات شرایط نهادی اصلی آن

شرایط	تعیین‌داری
نظام قانون قراردادها	عام تا نیمه‌متعیّن
حقوق مالکیت	کاملاً قابل کاربرد (قانون قراردادهای نمونه عالی)
آثار حسن شهرت	فرد
مخاطره	بستگی به ساختار بازار (تعداد عوامل) دارد
	انطباق یک‌جانبه

۵-۱-۳ ساختارهای مختلف سازمان‌دهی در بازار رقابتی

بازارها از لحاظ تضمین‌های اطمینان‌بخش باهم فرق دارند. تضمین‌های اطمینان‌بخش تا زمانی که خطری در کار نباشد، پدید نمی‌آیند و نیازی به مداخله دلالتان حراج یا واسطه‌ها نیست. با این حال همه بازارها نمی‌توانند شرایط آرمانی را برآورده کنند. دور بودن از شرایط آرمانی هم بدان معنا نیست که تضمین‌های اطمینان‌بخشی برای همه این بازارها طراحی شده است.

برای برخی از مخاطرات بازار هیچ تضمین اطمینان‌بخشی طراحی نشده است. این نوع مبادلات را کلاهبردانه^۱ (نامعتبر) می‌خوانند (فصل سوم). صفت نامعتبر برای کسب و کارهایی به کار می‌آید که به سرعت ظاهر و ناپدید می‌شوند و برای افرادی به کار می‌رود که با سفر کردن کار می‌کنند. این عبارت نشان می‌دهد کیفیت کالای فروخته شده آن‌قدر پایین می‌باشد که فروشنده مجبور است شهر را در تاریکی شب از ترس مشتریان خشمگین که به مقام قانونی متوسل خواهند شد، ترک کند.

1. Fly-by-night

مبادلات پرخطر و بدون تضمین‌های اطمینان‌بخش وجود دارند که هزینه‌های ایجاد این تضمین‌ها برای آنها در مقایسه با قیمت (یا منافع) آن مبادلات، زیاد است. در این موارد مردم تصمیم می‌گیرند که خطر فریب را بپذیرند.

در موارد دیگر ممکن است مخاطرات به قدر کافی زیاد باشند تا اقدام به ایجاد تضمین‌های اطمینان‌بخش برای مبادله، منطقی جلوه کند. البته یکی از شروط لازم این است که فواید تضمین‌ها از هزینه‌های آن بیشتر باشد. موضوع بعدی، بازارهایی است که نهادهایی آنها را در برابر مخاطرات محافظت می‌کنند. مثلاً امکان دارد شما بخواهید بدانید چه کسی کالا را به شما فروخته است زیرا دسترسی به آن اطلاعات شما را قادر به پس دادن آن کالا در صورت کشف معایب پنهان می‌سازد. معمولاً یک دوره زمانی وجود دارد که می‌توان کالا را در صورتی که انتظارات خریدار برآورده نشود، مرجوع کرد.

در بازارهای رقابتی انواع مختلف از سازمان‌دهی وجود دارد. یکی از شکل‌های بازار رقابتی کامل در حراجی‌های میوه یا گل وجود دارد که از یک «صفحه نشانگر» برای اداره حراج استفاده می‌شود. خریداران در یک سالن بزرگ می‌نشینند و به «صفحه نشانگری» که نزول قیمت محصولی را که در جعبه‌ها روی نقاله‌های برقی حرکت می‌کند، نگاه می‌کنند. خریداری که زودتر از دیگران دگمه را فشار دهد، قیمت را تثبیت کرده و آن جعبه را می‌خرد. عکس این وضعیت در مزایده هنری وجود دارد که براساس افزایش قیمت کار می‌کند. برای آشنایی با انواع مختلف حراج، پیوست این فصل را بخوانید.

بازارها از لحاظ آگاهی یافتن خریداران از کیفیت محصول باهم فرق دارند. محصولات اغلب از قبل نمایش داده می‌شوند تا خریداران از فرصت بررسی کیفیت آنها برخوردار شوند. با این حال برای آگاه کردن خریدار از کیفیت کالا، اطلاعات بیشتری لازم است. این اطلاعات را می‌توان به شکل برچسب مواد اولیه محصول، اخطار درباره خطرات محصول برای مصرف‌کننده (سیگار، نوشیدنی‌های الکلی و داروها)، نشان کیفی (غذاهای کاملاً طبیعی، رتبه‌بندی انرژی و انواع رتبه‌بندی‌های دیگر) یا اطلاعات مربوط به چگونگی تولید محصول (بدون نیروی کار کودکان، یا مطابق مفهوم از گهواره تا گهواره)^۱ باشد (کادر ۴-۵).

کادر ۴-۵ از گهواره تا گهواره

گهواره تا گهواره رویکردی نوآورانه به رابطه صنعت و محیط زیست است که از سوی ویلیام مک داناف و مایکل براونگارت^۱ (۲۰۰۲) ابداع شد. نقطه آغاز رویکرد مذکور آن است که زباله‌سازی غیرعقلایی است و پیشنهاد می‌شود که طراحی محصولات به صورت سازگار با زیست‌بوم‌ها انجام شود یعنی در طراحی محصولات از هوشمندی نظام‌های طبیعی کمک گرفته شود.

طبیعت با تنوع و وفور شکوفا می‌شود و در نهایت دوباره به شکل غذای طبیعت به خود بازمی‌گردد. کاربرد این مفهوم در تولید صنعتی مستلزم طراحی محصولات به روشی است که آنها دوباره به مثابه نهاده‌های نسل بعدی محصولات صنعتی به کار روند. چنین روشی با موفقیت از سوی شرکت‌هایی مانند فورد و نایک^۲ به کار رفته است.

به طور کلی قیمت‌ها با سازوکار عرضه و تقاضا و با فرض از قبل معلوم بودن ترجیحات و بهینه‌سازی مطلوبیت در شرایط عقلانیت محدود و احتمالاً رفتار فرصت طلبانه تعیین می‌شوند. با این حال روش یگانه‌ای برای معادل‌سازی عرضه و تقاضا وجود ندارد و سازمان‌دهی یک بازار ماهی با یک سوپر مارکت یا بازار سهام فرق دارد (کادر ۵-۵).

کادر ۵-۵ بازار ماهی فولتون^۳

آیا شما هر روز برای تحقیق کردن، از یک بازار ماهی بازدید می‌کنید؟ کترین گردی^۴ از دانشگاه آکسفورد چنین کاری کرد. او به مدت یک ماه صبح زود از خواب بیدار می‌شد و به بازار ماهی فولتون در نیویورک می‌رفت تا مبادلات یک فروشنده مشخص را نظاره و یادداشت‌برداری کند. وی فهمید که فولتون مشخصات نهادی جالبی دارد. چون قیمت‌ها روی تابلو اعلام نمی‌شوند بلکه به شکل منفرد با هر خریدار تعیین می‌شوند، اطلاعات کاملی درباره قیمت ماهی وجود ندارد. با توجه به آنکه ماهی محصولی کاملاً متنوع بوده، هر روز صد تا سیصد گونه از آن به فروش می‌رسد و قیمت‌ها نیز بسته به تازگی ماهی فرق می‌کنند، قیمت‌گذاری ماهی پیچیده‌تر می‌شود. علاوه بر این، فروشندگان «در هنگام اعلام یا پیشنهاد قیمت محتاطانه عمل می‌کنند. هر قیمت برای یک مشتری خاص اعلام می‌شود» (Graddy, 2006: 212).

1. William McDonough and Michael Braungart
2. Ford and Nike
3. Fulton
4. Cathryn Graddy

گردی فهمید که به همین دلیل از دو گروه آسیایی و سفیدپوست، آسیایی‌ها به قیمت کمتری خرید می‌کنند. سفیدپوستان به‌طور متوسط ۶/۳ سنت بر پوند بیشتر از آسیایی‌ها (برای ماهی با همان کیفیت) پرداخت می‌کردند. چرا؟

اولین دلیل به بازار مصرف‌کننده نهایی مربوط می‌شد. خریداران آسیایی از محله‌های فقیر به آنجا می‌آمدند و ماهی را برای محصولاتی مانند ساندویچ ماهی می‌خواستند. آنان نمی‌توانستند قیمت‌های فروش خود را خیلی بالا ببرند و به همین دلیل در بازار فولتون به‌سختی چانه می‌زدند تا تخفیف بگیرند. اما خریدارانی که از محلات دیگر می‌آمدند، می‌دانستند که مشتریانشان چندان حساس به قیمت نیستند. بنابراین می‌توانستند به مشتریان خود بگویند که به‌دلیل خرید گران‌تر در فولتون، قیمت‌ها را زیاد کرده‌اند.

دوم اینکه خریداران آسیایی از سازمان‌دهی بهتری برخوردار بودند، آنها یک انجمن خرده‌فروشان داشتند که خیلی فعال بود. این انجمن می‌توانست مستقیماً از فایق‌های ماهیگیری خرید کند و در موردی حتی یک فروشنده را تحریم کرد زیرا ادعا می‌کرد که او کمتر از وزن ادعا شده در صندوق‌ها ماهی می‌ریزد.

خریداران آسیایی از لحاظ نظری می‌توانند بین دو بازار «آربیتراژ» کنند؛ یعنی به قیمت‌های کم از بازار خرید کنند و به قیمت‌های بیشتر در محلات ثروتمند بفروشند و قیمت خرده‌فروشان سفیدپوست را بشکنند. اما به‌نظر گردی، «بسیار نامحتمل است که هریک از گروه خریداران آسیایی و سفیدپوست واقعاً از این موضوع آگاه باشند» (Graddy, 2006: 214). علاوه‌بر محتاط بودن فروشندگان، آسیایی‌ها و سفیدپوستان به‌ندرت باهم معاشرت می‌کنند تا از این فرصت آگاه شوند.

۴-۱-۵ فرصت‌طلبی و آثار بیرونی

به رفتار فرصت‌طلبانه در چند قسمت از این کتاب اشاره کردیم. ویژگی فرصت‌طلبی پیش از وقوع یا کژگزینی، همان اطلاعات پنهان است. اطلاعاتی که می‌تواند بر یک قرارداد اثر گذارد، عمدتاً در زمان مذاکره افشا نمی‌شود. این کار می‌تواند به استخدام کارمندی منجر شود که برای یک شغل مناسب نیست یا به خرید قطعه‌ای معیوب بیانجامد. در این حالت طرف مقابل به‌دلیل اطلاعات غلط گمراه می‌شود، که باید با هزینه‌های بیشتر و ناکارآمدی‌های بی‌دلیل دست‌وپنجه نرم کند.

فرصت‌طلبی پس از وقوع یا مخاطره اخلاقی، به اقدام پنهان مربوط می‌شود که همان رفتار نامطلوب طرف‌های قرارداد پس از عقد قرارداد است (کادر ۶-۳). یکی از شکل‌های خاص رفتار فرصت‌طلبی پس از وقوع، وضعیت اسارت است که پس از عقد

قرارداد رخ می‌دهد. این وضعیت هنگامی دیده می‌شود که حداقل یکی از طرف‌ها به یک سرمایه‌گذاری ویژه آن مبادله اقدام کند و در برابر سوءاستفاده احتمالی طرف مقابل آسیب‌پذیر شود؛ زیرا امکان دارد طرف مقابل با تجدیدنظر در مفاد قرارداد به نفع خود، درصد سوءاستفاده از این اوضاع برآید. اگر همه طرف‌ها این سوءاستفاده را پیش‌بینی کنند، درصد گنجانیدن تضمین‌های اطمینان‌بخش در قرارداد برمی‌آیند تا از تکرار رفتار فرصت‌طلبانه جلوگیری نمایند. مردم در دنیای کسب‌وکار معمولاً جرئت نمی‌کنند به سازوکارهای غیررسمی و خودتضمین‌تنبیهی - از قبیل حسن شهرت - کاملاً اعتماد کنند. آنها تلاش می‌کنند قرارداد را تا حد امکان دقیق تنظیم کنند تا از عهده رخدادهای آینده برآیند. علاوه بر فرصت‌طلبی پیش از وقوع و پس از وقوع که مثال‌هایی از نواقص بازارند و باید در بازار به آنها رسیدگی شود، آثار بیرونی نیز چنین هستند. در ادامه به چند نهاد اشاره می‌کنیم که به این سه مورد از نواقص بازار مربوط می‌شوند.

۱-۴-۵ انتخاب معکوس: بازار کالاهای بنجل

جورج آکرلوف - برنده نوبل ۲۰۰۱ - در مقاله معروف خود، الگویی از کژگزینی را برای کالاهای بنجل توصیف کرد (Akerlof, 1970). در ایالات متحده، بنجل اصطلاحی کلی برای یک اتومبیل دست دوم معیوب است و به احساس تلخی اشاره می‌کند که پس از خرید یک کالای نامرغوب [شبیبه به مزه تلخ لیمو که در زبان انگلیسی به همین شکل نوشته و تلفظ می‌شود]، به انسان دست می‌دهد. در آن الگو فرض می‌شود که اطلاعات فروشنده از خریدار بیشتر است. مثال کادر ۶-۵ نشان می‌دهد که این بازار نمی‌تواند بدون نهادهای مناسب دوام آورد.

به‌طور کلی مشکل کژگزینی وقتی انجام می‌گیرد که هیچ‌گونه تضمین اطمینان‌بخش درون‌ساخته^۱ از طرف کسی که آگاهی‌اش کمتر است، وجود نداشته باشد؛ به تعبیری وقتی هیچ‌گونه بیمه کیفیت کارآمد (توسط قانونگذاری) و نیز ضمانت‌های اثربخش خصوصی در میان نباشد. با این حال در جوامع پیشرفته چندین نهاد رسمی و غیررسمی برای رفع این مشکل پدید آمده‌اند. در جوامع کوچک محلی، سازوکار حسن شهرت می‌تواند بسیار

1. Built-in

کارآمد باشد. وقتی مبادله در بازارهای گمنام‌تر انجام می‌گیرد، ابزارهای مختلفی برای کمک به خریدار ناآگاه وجود دارد (مثلاً یک نظام ضمانت با پشتوانه سازمان حمایتی^۱ معتبری را در نظر بگیرید که فروشنده در آن عضو است).

کادر ۵-۶ بازار خودروهای دست دوم در شرایط اطلاعات نامتقارن

فرض کنید قیمت یک خودروی دست دوم و سالمی ۵۰۰۰ دلار بوده و قیمت خودروی دست دوم و معیوب دیگری ۴۰۰۰ دلار باشد. حال فرض کنید تعداد خودروهای سالم و معیوب تقریباً برابر است. اگر کیفیت خودرو معلوم نباشد، خریدار ارزش متوسطی به اندازه ۴۵۰۰ دلار برای آن در نظر می‌گیرد. بنابراین خریدار (نمی‌تواند بفهمد آیا خودروی سالمی به او عرضه کرده‌اند یا خیر) بیش از ۴۵۰۰ دلار برای آن پرداخت نخواهد کرد. اما فروشنده یک خودروی سالم هیچ‌گاه قیمتی کمتر از ۵۰۰۰ دلار را نمی‌پذیرد. هرچند فروشنده به سالم بودن خودرو واقف است ولی طرف مقابل از این موضوع آگاه نیست و فروشنده هم نمی‌تواند خریدار را قانع کند که خودرو سالم است زیرا فروشندگان خودروهای معیوب هم همین ادعا را مطرح می‌کنند.

در همین هنگام فروشنده‌ای که خودروی معیوب را عرضه می‌کند، از هر قیمت بیش از ۴۰۰۰ دلار با اشتیاق استقبال می‌کند. باین‌حال تنها گزینه خریدار آن است که قیمتی بیش از ۴۰۰۰ دلار را نپذیرد. به این ترتیب فقط خودروهای معیوب برای فروش عرضه می‌شوند و بازار اتومبیل‌های دست دوم سالم، شکست می‌خورد.

چنین وضعیتی ناکارآمد است زیرا مبادلات بالقوه سودآور (شامل خودروهای سالم) انجام نمی‌گیرد. اگر کیفیت‌های دیگری هم در کار باشد، بازهم همان شیوه استدلال به همان نتیجه‌گیری منجر می‌شود. فقط نامرغوب‌ترین خودروها برای فروش عرضه می‌شوند.

یکی از مصادیق سازمان‌های حمایتی، بنیاد غیرانتفاعی تجارت منصفانه^۲ است که در سال ۱۹۹۲ توسط گروهی از سازمان‌های خیریه مانند آکسفام^۳ و کریستین اید^۴ تأسیس شد. این بنیاد با هدف بهبود وضعیت تجاری تولیدکنندگان در کشورهای در حال توسعه کار می‌کند. این کمک عمدتاً با توسل به یک نظام گواهی برچسب تولید، عملی می‌شود.

1. Umbrella Organization
2. Nonprofit Fair Trade Foundation
3. Oxfam
4. Christian Aid

محصولی که نشان تجارت منصفانه^۱ روی آن باشد باید قواعد تجارت منصفانه بین‌المللی را - که از سوی یک دستگاه بین‌المللی وضع شده است - برآورده سازد. در میان آن قواعد، حداقل قیمت برای تولیدکنندگان، معیارهای اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی دیگری وجود دارد که باید با گذشت زمان مثلاً در زمینه افزایش نقش زنان در تصمیم‌گیری‌ها به اجرا درآید. به‌طور کلی وقتی مصرف‌کننده محصولی را می‌خرد که با برچسب تجارت منصفانه تولید شده است، می‌داند که آن محصول در شرایط شغلی مطلوب و با رعایت حرمت محیط زیست عرضه شده است. نهادها در استقرار رفتار قابل اعتماد در فروشندگان نقش دارند زیرا تنبیه‌های همراه با آنها به‌مثابه بازدارنده‌ها عمل می‌کنند.

۲-۴-۱-۵ مخاطره اخلاقی: اسارت

مفهوم اسارت در کادر ۸-۳ توصیف شد (اسارت بین گزپروم و اوکراین). در نوشته‌های اقتصادی مواردی از اسارت وجود دارد که در نیمه اول قرن بیستم انجام شد مانند مورد بدنه‌سازی فیشر^۲ و جنرال موتورز^۳.

کادر ۷-۵ بدنه‌سازی فیشر

بدنه‌سازی فیشر یک واگن‌سازی مستقل و بسیار موفق بود که در ایالات متحده فعالیت می‌کرد. این شرکت با اداره دو نفر از برادران فیشر به چند خودروساز بزرگ، از جمله جنرال موتورز بدنه خودرو می‌فروخت. جنرال موتورز در سال ۱۹۱۹ یک قرارداد بلندمدت با فیشر امضا کرد. جنرال موتورز قصد داشت قطعات بدنه را به‌جای آنکه خود تولید کند، از بازار بخرد. چون هر دو طرف دریافتند که رابطه ایشان با سرمایه‌گذاری‌های ویژه آن مبادله همراه بوده و در نتیجه در معرض سوءاستفاده‌های احتمالی قرار دارد، در قراردادشان چند بند را به‌عنوان تضمین‌های اطمینان‌بخش گنجانده‌اند. اولین ماده قرارداد، بندی درباره معامله انحصاری بود که طبق آن جنرال موتورز موظف بود بدنه‌های فلزی را به مدت ۱۰ سال از فیشر خریداری کند. به‌این ترتیب هر دو طرف از اجرای رفتار اسارت جنرال موتورز جلوگیری کردند زیرا فیشر باید سرمایه‌گذاری‌های ویژه هنگفتی مطابق با سفارش جنرال موتورز انجام می‌داد (که برای سایر شرکت‌ها بلااستفاده بود یا چندان کاربرد نداشت).

1. Fair Trade Mark
2. Fisher Body (FB)
3. General Motors (GM)

با این حال این بند فی‌نفسه می‌توانست به نفع فیشر باشد. به این ترتیب جنرال موتورز مجبور شد بدنه‌ها را حتی در صورتی که فیشر قیمت‌ها را افزایش و کیفیت را کاهش می‌داد، از آن شرکت خریداری کند. بنابراین بندهای دوم و سوم نیز به قرارداد اضافه شد و آن یک قاعده قیمتی مشخص بود برای اطمینان از اینکه بدنه‌سازی فیشر یک قیمت رقابتی مطالبه می‌کند (مطابق این بندها قیمت برابر می‌شد با هزینه‌های متغیر به علاوه ۱۷/۶ درصد هزینه‌های مذکور جهت پوشش هزینه‌های سرمایه‌ای پیش‌بینی شده). بند بعدی که برای خریدار مطلوب بود، فیشر را موظف به ارائه آن بدنه‌ها به قیمت مشابه برای همه مشتریان می‌کرد.

هیچ قراردادی نمی‌تواند همه حالات آینده را مشخص کند. قرارداد بین جنرال موتورز و فیشر نیز همین گونه بود. با این حال چون هر دو طرف، شرکت‌هایی برجسته و صاحب‌نام بودند، حفظ حسن شهرت یک ابزار (خودتضمینی) مهم و اضافه‌بر بندهای قرارداد بود و هر دو طرف آن را به مثابه نهادی غیررسمی و تضمین‌های اطمینان‌بخش اضافی در نظر می‌گرفتند.

این قرارداد تا سال ۱۹۲۴ به خوبی عمل کرد. فیشر در پنج سال اول، سرمایه‌گذاری هنگفتی در مجتمع‌های تولید بدنه در نزدیکی کارخانه جنرال موتورز انجام داد، اما از ۱۹۲۵ شرایط بازار به سرعت تغییر کرد زیرا تقاضا برای «خودروهای مسقف» (که به جای چوب از آهن ساخته می‌شدند) به شدت افزایش یافت و جنرال موتورز به تعداد بدنه‌های بیشتری نیاز داشت که باید از فیشر خریداری می‌کرد. در مدت دو سال فروش فیشر به جنرال موتورز بیش از ۲۰۰ درصد رشد کرد. برادران فیشر با امتناع از احداث بدنه‌سازی در نزدیکی کارخانه‌های جنرال موتورز توانستند به آن فشار بیاورند. منافع احتمالی تجدیدنظر در مفاد قرارداد برای فیشر بیشتر از هزینه‌های احتمالی آسیب رساندن به حسن شهرت آن شرکت بود. به قول کلین و همکاران: «افزایش شدید در تقاضا، احتمال رفتار مبتنی بر اسارت توسط فیشر را در کوتاه‌مدت علیه جنرال موتورز زیاد می‌کرد ... و آن رفتار فراتر از حوزه خودتضمینی بود» (Klein et al., 1988: 202).

جنرال موتورز در سال ۱۹۲۵ با کمبود بدنه روبه‌رو و مجبور به کاهش تولید شد. این وابستگی بیش از حد به یک عرضه‌کننده باعث شد هیئت‌مدیره جنرال موتورز در سال ۱۹۲۶ تصمیم بگیرد که بهتر است اداره فیشر به طور کامل در دست جنرال موتورز قرار گیرد. جنرال موتورز کل سهام فیشر را خرید و ادغام عمودی دو شرکت را کامل کرد. به این ترتیب «تصمیم به خرید» با «تصمیم به ساخت» عوض شد (Klein et al., 1988; Klein, 2000; Roider, 2006).

۳-۴-۱-۵ آثار بیرونی

آثار بیرونی هنگامی رخ می‌دهد که اقدامات یک نفر بر گروه دیگر اثر گذارد و هیچ جبرانی در کار نباشد. اگر تأثیر آن اقدامات بر شخص دیگر نامطلوب باشد، می‌توان

انتظار داشت که اقدام مورد نظر توسط قانون زیر نظر قرار گیرد. با این حال وقتی مذاکره کردن خرج داشته باشد، این کار اغلب عملی نمی‌شود. کوز معتقد بود وقتی هیچ هزینه مبادله‌ای در کار نباشد، اختلاف بر سر آثار بیرونی به پیامدی ناکارآمد منجر می‌شود و فرقی هم ندارد که قانون چه کسی را مسئول خسارت بداند (فصل سوم را مطالعه کنید). وقتی مذاکرات هزینه به‌بار آورد، در آن صورت - صرف‌نظر از واگذاری مسئولیت یا حقوق مالکیت - کارآمدترین نتیجه حاصل نخواهد شد. در جدول ۳-۵ با یک مثال این موضوع را مشخص کرده‌ایم. فرض کنید سروصدای کسب‌وکار قنادی مزاحم کار یک پزشک است. فرض کنیم منفعت پزشک از کار کردن در محیط بی‌سروصدا ۴۰۰ دلار و منافع قناد از کسب‌وکارش ۶۰۰ دلار باشد. همچنین فرض کنیم که تجهیزات ضدسروصدا ۲۰۰ دلار قیمت دارد و هزینه مبادله توافق خصوصی بین آن دو نیز ۲۵۰ دلار است.

جدول ۳-۵ اثر نهادها بر اداره یک کسب‌وکار

سود خالص (دلار)			پیامد	نظام حقوقی
کل	قناد	پزشک		
۸۰۰	۶۰۰ منهای ۲۰۰	۴۰۰	قناد تجهیزات ضدصدا نصب می‌کند	قناد مسئول است
۶۰۰	۶۰۰	۰	پزشک طبابت خود را رها می‌کند	قناد مسئول نیست

اگر قناد مسئول خسارت سروصدا نباشد، پزشک باید کار خود را در آن محل ترک کند. برای وی نصب تجهیزات ضدصوتی از جیب خودش موجه نیست. اگر او چنین کند، کل هزینه‌هایش به ۴۵۰ دلار (یعنی ۲۵۰ دلار برای هزینه‌های مبادله و ۲۰۰ دلار برای تجهیزات ضدصوتی) خواهد رسید. اگر قناد مسئول خسارت صوتی باشد، در آن صورت راه‌حل بهتر آن است که تجهیزات صوتی را برای پزشک نصب کند.

۲-۵ رویکرد منافع گروهی ایستا به بازارها

قبلاً درباره بازارهای تک‌دفعه‌ای و بازارهای تحت حمایت نهادها بحث کردیم. فرض می‌شود که بازارهای تک‌دفعه‌ای و بازار مشروط، از لحاظ نظری موجب پیامدهایی کارآمد می‌شوند که با الگوی رقابت کامل مشخص می‌شود. اگر منافع نهادها بیش از هزینه‌های

آنها باشد، کارایی نیز بهبود می‌یابد. باین حال بهبود کارایی را نمی‌توان حتمی دانست. انحصارهای عرضه و انحصارهای چندگانه عرضه نیز در بازارها عمل می‌کنند و می‌توانند قدرت خود را به شکل‌های مختلف به کار اندازند. یکی از پیامدهای احتمالی آن است که به دلیل رفتار ضدرقابتی ایشان، ناکارآمدی در بازار پدید آید.

۱-۲-۵ قدرت بازار

رقابت کامل وضعیتی است که هریک از تولیدکنندگان منفرد در بازار، قدرت بازار را در دست نداشته باشند. قدرت بازار نیز وضعیتی است که قیمت بیشتر از هزینه‌های نهایی وضع شود. به‌طور کلی انحصار در عرضه را می‌توان افراطی‌ترین حالت از قدرت بازار دانست که قدرت انحصاری است. اما وضعیت‌های دیگری نیز در بازار وجود دارد که دو یا چند تولیدکننده با یکدیگر رقابت می‌کنند، باین حال هرکدام فقط تا حدی از قدرت بازار - به معنایی که گفته شد (بیشتر بودن قیمت از هزینه‌های نهایی) - را برخوردار هستند. بنابراین تقریباً هر وضعیتی از رقابت ناقص به معنای (قدری) قدرت بازار برای تولیدکنندگان منفرد است.

البته قدرت بازار درجاتی دارد. در صورتی که تعداد تولیدکنندگان زیاد باشد و هرکدام کالاهای اندک متفاوتی با یکدیگر (ناهمگنی بسیار اندک و درعین حال همگن نبودن کالاها) تولید کنند، امکان دارد قدرت بازار خیلی کم تحقق پیدا کند. چون ناهمگنی به معنای آن است که هر تولیدکننده مشتریان مخصوص به خود دارد، قدرت بازار تا حدی برقرار است ولی مشتریان می‌توانند خیلی راحت به محصول رقیب که اندکی فرق دارد، روی آورند. همچنین می‌توان وضعیتی را تصور کرد که فقط دو تولیدکننده وجود دارد و هریک از آن دو احتمالاً در بازار از قدرت فراوانی برخوردار است. باین حال امکان دارد دو رقیب در یک بازار چنان باهم رقابت کنند که قیمت‌ها به حد هزینه‌های نهایی برسد، به‌این ترتیب در عمل میزان قدرت ایشان در بازار کم یا از بین برود.

حتی در وضعیت انحصار در عرضه ممکن است، اطمینان درباره وجود قدرت انحصاری (قوی‌ترین شکل قدرت بازار) درست نباشد. فرض کنید که ورود به بازار خیلی آسان باشد. رقابت احتمالی می‌تواند فشار رقابتی زیادی به انحصارگر وارد کند تا حدی

که وی مجبور به وضع قیمتی مساوی با هزینه‌های نهایی شود. بنابراین هیچ رابطه مستقیم و قطعی بین میزان قدرت بازار و تعداد تولیدکنندگان وجود ندارد. بازهم با اطمینان می‌توان گفت که وقتی تعداد زیادی از تولیدکنندگان به تولید محصولاتی با تفاوت‌های اندک (یا حتی همگن) پردازند، قدرت بازار کم می‌شود. از طرفی اشتباه است که زیاد بودن قدرت بازار را دقیقاً به کم بودن تعداد بنگاه‌ها در بازار نسبت دهیم.

در عمل می‌توان نشان داد که تعیین هزینه‌های نهایی، کاری غیرممکن، غیرواقعی‌بینانه و ناخوشایند است و به همین دلیل، تعیین قیمت دقیق حداکثرکننده سود نیز چنین است. در چنین مواردی قیمت‌ها به شکل دیگری تعیین می‌شوند که به قیمت‌های سرپرستی شده^۱ معروف هستند. این وضعیت در بخش‌هایی مانند نظام سلامت همگانی یا شبکه‌های انرژی دیده می‌شود که تحت برنامه‌ریزی دولتی قرار دارند (مداخله دولت را در بخش چهارم بررسی خواهیم کرد). همچنین وضعیت مذکور در قسمت‌هایی به وجود می‌آید که توسط شرکت‌های بزرگ مانند خودروسازان و داروسازها اداره می‌شوند. بنابراین قیمت‌های مذکور از سوی اداره‌کنندگانی وضع می‌شود که دغدغه اصلی آنها حفظ سهم بازار در بلندمدت است و نه دستیابی به حداکثر سود کوتاه‌مدت. تولیدکنندگان در این حالت قیمت‌ها را به شکلی وضع می‌کنند که ضمن پوشش هزینه‌ها، یک حاشیه سود نیز پدید آورد. این پدیده به «قیمت‌گذاری دست بالا»^۲ معروف است.

انحصارها و انحصارهای چندگانه قادرند علاوه بر قیمت‌گذاری دست بالا، به تبعیض قیمتی نیز پردازند تا سود بیشتری کسب کنند. تبعیض قیمتی مستلزم آن است که بنگاه‌ها بتوانند خریداران را از یکدیگر تمییز دهند و همچنین آربیتراژ هم ممکن نباشد (آربیتراژ به معنای خریدن یک کالا به قیمت ارزان از گروهی از فروشندگان، و فروش آن به قیمت‌های بیشتر است به شکلی که در نهایت با قیمت بازار یکی شود). هرچقدر تمییز دادن خریداران از یکدیگر آسان‌تر باشد، قدرت تبعیضی انحصارگران نیز بیشتر است. به این ترتیب آنان می‌توانند برای گروه‌های مختلف خریداران (افراد)، قیمت‌های مختلف وضع کنند. ممکن است در مجلات به دانش‌آموزان تخفیف دهند؛ حق عضویت در برخی

1. Administered Prices

2. Mark-up Pricing

تشکیلات علمی مانند «انجمن اقتصادی آمریکا» برحسب درآمد اعضا تعیین شود؛ کرایه وسایل نقلیه در ساعات خلوت ارزان‌تر باشند؛ گردشگران نسبت به مردم بومی بابت حمل‌ونقل عمومی بهای بیشتری بپردازند؛ و حتی افرادی که در یک هواپیما مسافرت می‌کنند، بهای متفاوتی پرداخت کنند. با اندکی تأمل می‌توان مثال‌های متعدد دیگری به خاطر آورد.

ایجاد رقابت بازار از راه تنوع تولید، نوآوری و محصولات برتر را باید بخشی از ذات فرایند رقابت دانست. اما قدرت بازار همچنین می‌تواند با حذف رقابت رخ دهد. قدرت بالفعل بازار را می‌توان به‌طور ضدرقابتی هم به‌کار گرفت. در آغاز بررسی قدرت بالفعل بازار بهتر است فرض کنیم که یک انحصارگر (شدیدترین حالت قدرت بازار) وجود دارد زیرا او محصولی برتر ارائه می‌دهد. قبلاً گفتیم که این شرایط موجب تحریک دیگران برای ورود به بازار می‌شود. با این حال انحصارگر از ابزارهای مختلفی برای مانع‌تراشی بر سر راه واردشوندگان احتمالی استفاده می‌کند. او گاهی می‌تواند با اعمال نفوذ در حکومت، جایگاهی به‌عنوان تنها عرضه‌کننده به‌دست آورد و ورود دیگران را غیرممکن یا بسیار دشوار سازد.

مانع دیگر بر سر راه تازه‌واردان، عقد یک قرارداد انحصاری بلندمدت با مشتریان است. البته این کار فقط درباره تولید واسطه‌ای منطقی است نه برای انحصارگری که با مصرف‌کنندگان نهایی سروکار دارد. با قرارداد بلندمدت انحصاری می‌توان ورود دیگران را حداقل در دوره دوام قرارداد به تأخیر انداخت.

راه دیگر هم تهدید رقبا با «قیمت‌گذاری تهاجمی» است. قیمت‌گذاری تهاجمی (به‌طور کلی) یک سیاست قیمت‌گذاری کوتاه‌مدت و زیان‌آور است که برای رقبای (بالقوه) انحصارگر مطلوب نبوده، به خروج آنان از بازار (یا وارد نشدن) منجر می‌شود. پس از آن می‌توان با رفتار انحصارگرانه (جبران مافات)، سود هنگفت به‌دست آورد. این سیاست را می‌توان نوعی سرمایه‌گذاری برای حفظ جایگاه انحصاری دانست.

گفتنی است که این نوع رفتار فقط به انحصارگران مربوط نیست. یک بنگاه بزرگ که با تعدادی رقیب کوچک روبه‌روست شاید این‌گونه رفتارها را در پیش گیرد. به‌طور کلی این رفتار - یعنی ممانعت از ورود رقبا - در بنگاه‌های غالب^۱ دیده می‌شود. غلبه هرچند مفهومی کاملاً مشخص نیست، ولی حداقل شامل معیار بزرگ بودن بنگاه (از لحاظ سهم بازار)

و کوچک بودن رقبا (بازهم از لحاظ سهم بازار) و وجود موانع ورود به بازار می‌شود. قبلاً دیدیم که لازم نیست یک انحصارگر بتواند قدرت انحصاری خود را به اجرا درآورد تا بتواند در شرایط وجود موانع اندک در ورود به بازار، مانع از رقابت شود. برای چنین انحصارگری پرداختن به رفتار ضدرقابتی فوق‌العاده دشوار است مگر آنکه چنین رفتاری به ایجاد موانع جدی برای ورود منجر شود. قراردادهای انحصاری بلندمدت ممکن است یکی از این موانع باشند ولی کمتر احتمال دارد که مشتریان - اگر بدانند گزینه‌های بهتری در آینده نزدیک برای آنان مهیا می‌شود - با این نوع قراردادها موافقت کنند. البته بازهم انحصارگر در شرایط خاصی می‌تواند با رشوه دادن به مشتریان آنان را به عقد قرارداد بلندمدت ترغیب کند.

در شرایطی که ورود آسان باشد، قیمت‌گذاری تهاجمی موفق نیست. رقیب بالقوه‌ای به بازار وارد نشده، اما قیمت‌ها همچنان به میزان مناسب در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد و انحصارگر قادر نخواهد بود از عدم ورود آن رقیب، سودی حاصل کند. اگر انحصارگر قیمت بیشتری وضع کند، رقیب بالقوه او به بازار وارد خواهد شد. به این ترتیب شاید برای انحصارگر بهتر باشد که به تهاجم نپردازد.

بنابراین اگر بنگاه‌ها کوچک باشند، مشکلی در زمینه قدرت بازار وجود نخواهد داشت. اما اگر بنگاه‌ها بزرگ شوند، بررسی کامل‌تر و تخصصی‌تری لازم است تا درباره موانع ورود معلوم شود که آیا شکل خاصی از رفتارها موجب تضعیف رقابت می‌شود یا خیر؟

۱-۲-۵ ایجاد قدرت بازار

غلبه با ابزارهای ضدرقابتی می‌تواند حاصل شود. برای درک این مطلب بهتر است مفهوم رقیب را توضیح دهیم. رقیب بنگاه (الف)، یک بنگاه (یا چند بنگاه) است (هستند) که اکثر مصرف‌کنندگان در موارد افزایش قیمت توسط (الف) به او مراجعه خواهند کرد به نحوی که افزایش قیمت توسط (الف)، برای وی سودآور نخواهد بود (البته اگر بنگاه‌ها در حالت تعادل باشند). بنابراین رقبا با افزایش قیمت به‌طور هم‌زمان و با موافقت چندجانبه می‌توانند رقابت را کاهش دهند.

در عمل سه راه برای حذف رقابت وجود دارد. اولین راه ادغام است. دو یا چند بنگاه

رقیب باهم یکی می‌شوند. این موضوع را در فصل ششم بررسی خواهیم کرد. راه دوم آنکه هرکدام از دو رقیب (الف) و (ب) آگاه باشند در صورت افزایش قیمت متوسط (الف)، (ب) نیز می‌تواند چنین کند و برعکس. واضح است که اگر تعداد بنگاه‌ها زیاد باشد، چنین وضعیتی رخ نخواهد داد. این حالت محدود به انحصارهای چندگانه (کوچک) و تعداد اندکی از بنگاه‌هاست که هرکدام باید رفتار دیگران را در نظر داشته باشد. وقتی تعداد بنگاه‌ها زیاد باشد، زیر نظر گرفتن رفتار دیگران غیرممکن (یا بسیار پرهزینه) می‌شود. راه سوم، حصول توافقی صریح با رقبا برای افزایش قیمت توسط همه آنهاست. روش‌های دوم و سوم را در فصل هفتم بررسی خواهیم کرد.

۳-۵ رویکرد کارایی پویا به بازارها

قبلاً فقط به نتیجه بازارها - به شرط ثابت بودن عواملی مانند فناوری، نهادها و ترجیحات - پرداختیم. در ادامه به فرایند هماهنگی تصمیمات فردی در دو دسته از شرایط می‌پردازیم. اول کاستی‌های دانش که باید برطرف شوند و دوم تغییر ترجیحات. اگر دانش ناکافی باشد، می‌توان آن را با دانش حاصل از تعامل با بازار - یعنی از طریق خرید و فروش کالاها - کامل کرد. هرکس می‌تواند با سعی و خطا نسبت به آنچه که سودآور است و آنچه که نیست، آگاهی کسب کند. این فرایند سعی و خطا توسط کارآفرینان به اجرا درمی‌آید که مشخصه اصلی آن، هوشیاری نسبت به فرصت‌های جدید بازار بوده که از مجرای این هوشیاری، بازار را نیز به حرکت وامی‌دارند.

۱-۳-۵ نظریه فرایند بازار

مانند مثال هایک درباره کوره‌راه (فصل چهارم)، بازارها تمهیداتی خودنظارتی هستند که رونق را تشدید می‌کنند. مردم در بازار کاملاً رقابتی برای خود تصمیم می‌گیرند که چقدر از فرصت‌های اقتصادی استفاده کنند و حکومت خود را به وضع قوانین و نظارت بر آنها مشغول می‌کنند تا آن قوانین شرایطی پدید آورند که بتوان از منابع موجود بهره‌برداری کرد. با این حال باید به یاد داشت که این قوانین در پیگیری اهداف فردی مردم نقش دارند. آگاهی از شرایط بازار چیزی است که خیل کثیری از افراد از آن

بهره‌مند هستند و هیچ‌یک از عوامل یا گروه‌های کارشناس به تنهایی از همه اطلاعات بهره‌مند نیست. به تعبیری هرکس به‌دلیل دسترسی ناکافی به اطلاعات لازم برای تصمیم‌گیری درباره بهترین کاربرد از کل منابع موجود، تا حدی دست‌وپا بسته است.

این مشکل از لحاظ نظری از راه بازار کاملاً رقابتی حل می‌شود که به کارایی تخصیصی منجر می‌گردد. قیمت‌ها در رقابت کامل مانند نشانه‌های ارتباطی عمل کرده و نه تنها اطلاعات مربوط به شرایط خاص مکان و زمان، بلکه تغییر در شرایط را نیز نشان می‌دهند. یکی از مثال‌ها پیر شدن جمعیت است که شاید پیامدهای فراگیری درزمینه رفتار مصرف‌کنندگان داشته، به افزایش تقاضای خودروهای سازگار با صندلی چرخدار، آسانسورها و ... منجر شود. همچنین ممکن است تقاضای پوشاک سالمندان یا غذاهای آماده افزایش یابد. زیاد شدن تقاضای آسانسورها موجب افزایش قیمت آنها - به شرط ثابت بودن دیگر عوامل - می‌شود و چنین افزایشی، ضرورت تولید بالابرها را به تولیدکنندگان علامت می‌دهد. در بازار رقابتی همه اینها صرفاً از راه نظام قیمت‌ها عملی می‌شود.

باین حال چون تصمیم به خرید و فروش در عمل بسیار متنوع است، یافتن قیمت تسویه‌کننده بازار همواره یک فرایند اکتشافی است که قیمت‌های عدم تعادل در مسیر آن قرار دارند. البته این قیمت‌های عدم تعادل نیز تصمیم‌های بازار درباره پیشنهادها خرید و فروش را هماهنگ می‌کنند و خریداران و فروشندگان هر دو از نتایج کمتر از بهینه درس می‌آموزند. اما قیمت‌های عدم تعادل نمی‌تواند بازار را تسویه کند و فروشندگان در صورتی که نتوانند همه محصولات خود را بفروشند، ناکام مانده و خود را با مازاد ناخواسته موجودی روبه‌رو می‌بینند. آنها همچنین اگر بفهمند که تقاضا بسیار بیشتر از میزان پیش‌بینی شده است، به طوری که با کمبود محصول برای فروش روبه‌رو هستند، سرخورده خواهند شد. خریداران نیز وقتی بدانند نمی‌توانند آن قدر که می‌خواهند خرید کنند - یا می‌توانسته‌اند به دلیل مازاد عرضه بهای کمتری بپردازند - تأسف خواهند خورد.

قیمت‌های عدم تعادل باعث جابه‌جایی اطلاعاتی می‌شود که موجب تجدیدنظر در تصمیمات ناهماهنگ شده به هماهنگی بهتر در تصمیمات بازار ختم می‌گردد. قیمت‌ها تصمیمات بازار را هماهنگ می‌کنند زیرا بر خریداران و نیز فروشندگان آشکار می‌شود که چگونه تصمیمات مختلف، به خواسته‌های ایشان می‌انجامد. قیمت‌هایی که خیلی

زیاد هستند، به فروشندگان اخطار می‌دهند که نمی‌توانند به اندازه کافی بفروشند و باید قیمت‌ها را کاهش دهند.

کارآفرینان نیز می‌توانند از فرصت‌های سود و زیان که در قیمت‌های جاری نهفته است، درس بیاموزند. فرض کنید فردی قراردادی با بیمه بسته است که شامل خرید عینک نیز می‌باشد. وی تصمیم می‌گیرد سالانه چهار عینک جدید - احتمالاً برای هر فصل اول قاب - خریداری کند. پس از مدتی شرکت بیمه متوجه می‌شود که خطر مشتریان نزدیک‌بین را که خواستار عینک‌های جدید هستند، دست‌کم گرفته است. بیمه‌گر، مخاطره اخلاقی بیمه‌شدگان را کمتر از حد تخمین زده است و به این دلیل مفاد قرارداد یا قیمت آن یا هر دو را تغییر می‌دهد.

بازار، تصمیم‌های خریداران و فروشندگان را با یکدیگر هماهنگ می‌کند. بازار این کار را نه تنها در قیمت‌های تعادل (که در تحلیل ایستای جزئی بازار نمایان می‌شود) بلکه با قیمت‌های عدم تعادل و از راه فرایند اکتشافی انجام می‌دهد. به دلیل فرایند اکتشافی، بهترین کاربرد منابع فقط وقتی حاصل می‌شود که بازار به مثابه سازوکار ایجاد اطلاعات کاربردی توسط تواناترین افراد تلقی شود.

۱-۳-۵ نقش کارآفرینان

کارآفرینان هوشیار مانند نیروی محرکه فرایند کسب دانش بیشتر درباره گرایش‌های احتمالی عرضه و تقاضا در بازار هستند. کارآفرینی، یک عمل انسانی در دنیای عدم اطمینان است، یعنی آن دنیا جهانی با پیامدهای نامطمئن است که احتمالات را نمی‌توان در آن تعیین کرد. در دنیای عدم اطمینان، وظیفه کارآفرینان است که تصمیم بگیرند چه کنند و چگونه کار خود را انجام دهند. کارآفرینان آماده‌اند که هزینه‌های عدم اطمینان را تقبل کنند (Knight, 1921). به عبارتی کارآفرینی را می‌توان یک واکنش نهادی به مشکل عدم اطمینان دانست. کارآفرینی نهادی مهم در جوامع غربی امروزی است (See for Example, Brandl and Bullinger, 2009). حکایت‌های مربوط به کارآفرینان برجسته و موفق، برنامه‌های آموزشی و دسترسی به سرمایه‌های پرخطر همگی باعث تشویق برای آموختن مهارت‌های کارآفرینی می‌شوند.

یک کارآفرین براساس تغییر قیمت‌ها و ستانده‌ها در بازار عمل می‌کند. وی همچنین وقتی هیچ‌گونه اطلاعی از قیمت‌ها ندارد، اقدام می‌کند. دنیای او فقط شامل قیمت داده‌های از قبل معلوم برای تولید نیست، زیرا سرسختی، تخیل و انگیزه نیز از جمله منابع اصلی تصمیم‌گیری او هستند زیرا وی به کشف فرصت‌های ناشناخته بازار نیاز دارد. در این حالت یک کارآفرین لزوماً کسی نیست که بنگاه را (نیز) اداره می‌کند (فصل ششم را مطالعه کنید).

کارآفرین شایسته همواره نسبت به فرصت‌های بازار هوشیاری دارد. این فرصت‌ها نه تنها نتیجه اطلاعات ناقص، بلکه ناآگاهی‌های نامعلوم است. اطلاعات ناقص به اطلاعاتی مربوط است که وجود دارند ولی دستیابی به آنها دشوار است. ناآگاهی‌های نامعلوم از قبل شناخته نشده‌اند و آنها را فقط می‌توان پس از کشف تعجب‌آمیز شناسایی کرد یعنی شخص تا قبل از لحظه شگفت‌زدگی، از ناآگاهی خود خبر ندارد (Kirzner, 1997).

سرسختی و تخیل کارآفرینانه همیشه به سود ختم نمی‌شوند حتی ممکن است به زیان نیز بیانجامند. برداشت غلط درباره شرایط بازار ممکن است در کمبود تولید، اضافه تولید یا سرگردانی منابع، نمود پیدا کند. در هر حال این پیامدها بهایی است که کارآفرینان برای موفق شدن می‌پردازند. ارزش موفقیت‌ها بیش از خسارت‌های ناشی از شکست کارآفرینی است. در بازارهای رقابتی، خطاهای کارآفرینانه از راه واکنش‌های کارآفرینان هوشیار به فرصت‌های ناشی از آن خطاها، اصلاح می‌شوند. کارآفرینان با حفظ هوشیاری نسبت به فرصت‌های بازار، دائماً برای کسب سهم خود از بازار رقابت می‌کنند.

سود حاصل از فعالیت‌های کارآفرینانه، پاداش کشف فرصت‌های بازار است. در اکثر مواقع این کشف شامل نوآوری‌های تدریجی^۱ است یعنی نوآوری‌هایی که منطبق با شرایط بازار بوده و مشتمل بر عدم اطمینان هستند. این نوآوری در تقابل با نوآوری بنیادی^۲ است که شامل کشف چیز جدیدی - که از قبل شناخته نبوده - است. این‌گونه کشف ممکن است کشف منابع طبیعی ناشناخته، نوآوری در محصول^۳ یا نوآوری در فرایند باشد. نوآوری در محصول به معنای ساختن یک محصول یا خدمت جدید یا

1. Incremental Innovation
2. Radical Innovation
3. Product Innovation

«بازنگری شده» است، درحالی‌که نوآوری در فرایند^۱، تغییری در روش تولید محصول یا ارائه خدمت است. هر دوی این نوآوری‌ها بر ساختار بازار اثر گذاشته و با مخاطرات زیاد همراه هستند.

کارآفرینی در دل نهادهای اجتماعی جاگرفته است. اول آنکه شرایط اجتماعی فعالیت‌های کارآفرینانه، بر میزان آن کارآفرینی‌ها در جامعه اثر می‌گذارد. حمایت‌های اجتماعی شامل طرز تلقی جامعه نسبت به نقش سود مادی و انگ شکست است (یعنی بازار چگونه با شکست‌های کارآفرینانه برخورد می‌کند). وقتی سود مادی در جامعه ارزشمند تلقی شود، از فعالیت‌های کارآفرینانه حمایت به‌عمل می‌آید. اگر شکست کارآفرینانه در جامعه خجالت‌آور تلقی شود، افراد به‌دلیل انگ شکست، برای پرداختن به چنین فعالیت‌هایی مقاومت به خرج می‌دهند. کارآفرینی در کشورهایی شکوفا می‌شود که شکست کارآفرینانه را همانند اثبات جرئت و شهامت کافی برای بهره‌برداری از فرصت‌های بازار می‌دانند.

دوم اینکه نهادهای رسمی - از قبیل نهادهای مالی و حقوق مالکیت - برای فعالیت کارآفرینانه ضروری هستند. همان‌طور که در فصل نهم به‌تفصیل شرح خواهیم داد، در صورتی‌که قانون دائماً تغییر کرده و فرایند قانونگذاری در معرض نفوذ گروه‌های فشار باشد، نهادهای رسمی نمی‌توانند موجب کارآفرینی شوند. فشار گروه‌ها احتمالاً انگیزه‌های کارآفرینانه را از فعالیت‌های مولد به اقدامات غیرمولد منحرف می‌کند و به بهره‌برداری از مزایای دولتی می‌کشاند. همچنین نهادهای غیررسمی مانند رشوه‌دادن به مسئولان برای اخذ مجوز و گواهی نیز کارآفرینی تولیدی را تضعیف می‌کند. موضوع گروه‌های فشار و رشوه‌فراتر از بحث رویکرد کارایی است و بیشتر با رویکرد منافع گروهی مناسب دارد (فصل نهم).

۲-۱-۳ کارآفرین به‌مثابه نیروی پویا

مفهوم تعادل در بحث کارآفرینی چندان اهمیت ندارد. تعادل - اگر وجود داشته باشد - احتمالاً بسیار گذراست زیرا شرایط فعلی بازار، با هر یک از تصمیم‌های کارآفرینانه که با

هدف بهره‌برداری از فرصت‌های بازار انجام می‌شود، دگرگون می‌گردد. مثلاً ابداع اینترنت موجب ایجاد فرصت‌های بسیار متنوع بازاری شد که برخی از آنها با فرصت‌های سنتی بازار رقابت کرده و کارآفرینان را به کشف فرصت‌های جدید دعوت کرد.

۳-۱-۳-۵ تخریب خلاقانه^۱

ورود محصولات یا فرایندهای جدید می‌تواند اثری بی‌ثبات‌کننده بر پیشرفت بنگاه‌ها و در نتیجه بر کل نظام اقتصادی بگذارد. این اثر می‌تواند نتیجه فرایند تخریب خلاقانه باشد که در آن فرایندهای جدید سرمایه و تولید، جانشین فرایندهای حاضر می‌شوند (Schumpeter, 1942). تخریب خلاقانه شامل تخریب مجموعه‌های نهادی موجود به‌منظور سازمان‌دهی ترکیبات جدید منابع اقتصادی یا ساخت محصولات جدید است.

وقتی نوآوری‌هایی در خوشه‌ها انجام می‌گیرد، ممکن است آثار شدیدی بر اشتغال بر جا گذارد. امکان دارد مقدار هنگفتی سرمایه، به دلایل اقتصادی مستهلک شوند در حالی که سرمایه‌های قدیمی هنوز هم از لحاظ فنی مولد هستند. به عبارتی سرمایه «قدیمی» ممکن است به اندازه کافی سودآور نباشد تا بتواند با کارآفرینان جدید - افرادی که طرح جدید یا محصولات جدیدی را با تجهیزات جدید، منابع جدید نیروی کار یا مواد خام، روش‌های جدید سازمان‌دهی یا مدیریت، روش‌های جدید حمل‌ونقل، ارتباطات، تبلیغات و ... تولید می‌کنند - رقابت کند.

پیامد استهلاک زود هنگام سرمایه آن است که کارگران استخدام شده در صنایع «قدیمی» بیکار می‌شوند و صنایع «جدید» نیز به کارکنانی نیاز دارند که بتوانند با روش‌های جدید کار کنند. این وضعیت به بیکاری اصطکاکی^۲ معروف است، یعنی ناشی از ناهمخوانی بین عرضه و تقاضای نیروی کار بوده و رفع آن مستلزم آموزش دوباره بیکاران است.

پیامدهای تخریب خلاقانه به تغییرات ساختار اقتصادی محدود نمی‌شود. این تخریب باعث ایجاد نهادهای جدید می‌شود که در ذیل دو مثال از آن را شرح می‌دهیم.
- اینترنت در زمان حاضر به کانون موج جدید فناوری اطلاعات و ارتباطات تبدیل

1. Creative Destruction
2. Frictional Unemployment

شده است. با کاربرد رایانه‌ها، می‌توان اطلاعات بیشتری را پردازش کرد. این توانایی تعداد روزافزونی از خدمات و فرصت‌های جدید را پدید می‌آورد اما به نهادهای جدید هم نیاز دارد. مثلاً مباحثی از قبیل مالکیت معنوی در چارچوب اینترنت، ایمنی کاربران اینترنتی و (سوء)استفاده از اطلاعات را باید مورد بررسی قرار داد.

- نوآوری‌هایی که با دستکاری‌های ژنتیکی به شکل خوشه درآمده‌اند، مثال مناسبی هستند. این نوآوری‌ها به تولید غذا، ساخت داروها، آزمون‌های پیش از زایمان و درمان بیماران مربوط بوده، مشکلات متعددی در زمینه ایمنی و مطمئن بودن آنها به وجود می‌آورد. در مجموع تغییرات ساختار اقتصادی از راه نوآوری نه تنها به تغییر ساختاری در نظام اقتصادی منجر می‌شود، بلکه نهادهای جدیدی را نیز شکل می‌دهد. به محض آنکه سرمایه و محصولات قدیمی از رده خارج و عوض شدند، نهادها نیز باید با شرایط جدید وفق داده شوند.

۴-۱-۳-۵ ورود محصولات جدید مستلزم تغییر ترجیحات است

در ابتدا باید محصولات و ویژگی‌های جدید به مصرف‌کنندگان یا مشتریان شناسانده شوند. وقتی مردم با محصولات یا مشخصات جدید آشنا نباشند، به خرید آنها روی نمی‌آورند. به همین دلیل است که برخی افراد، تبلیغات بازرگانی را منبع اصلی اطلاعات به حساب می‌آورند. باین حال چنین تبلیغاتی ممکن است به دلیل رفتار فرصت‌طلبانه، فریب‌کارانه باشد.

قبلاً نیز گفته شد که در رویکرد ایستا به بازارها، ویژگی‌های نهادها و افراد از قبل معلوم است. البته انکار نمی‌شود که خواسته‌ها و ترجیحات هر فرد تحت تأثیر شرایط قرار می‌گیرد اما این تغییرات در تحلیل ایستای اقتصادی وارد نمی‌شوند. سپس با توجه به مشخص بودن [و ثابت بودن] ترجیحات، حقوق مالکیت، قراردادهای دارای ضمانت اجرای حقوقی و سایر عوامل، کارآمدترین وضعیت نهادی برای بازارهای مختلف انتخاب می‌شود. چون همه مبادلات به تضمین‌های اطمینان‌بخش یکسان نیاز دارند، شاید مبادلات مختلفی در نهادهای مختلف شکل گیرد. بازار یک محیط نسبتاً غیرهمگن و متنوع است که سازوکارهای مختلفی در آن وجود دارد.

در رویکرد پویا به بازارها، قیمت‌ها نتیجه عرضه و تقاضا در شرایطی نیستند که نهادها و مشخصات افراد، از قبل معلوم در نظر گرفته شود. شرایط فرهنگی، روش‌های قیمت‌گذاری و دانش ضمنی^۱ (نهفته)، بر پیامدهای بازار اثر گذاشته و خود تحت تأثیر پیامدهای بازار قرار می‌گیرد. باولز^۲ می‌گوید قواعد تخصیصی در شرایط مختلف فرهنگی - که برمبنای اموری مانند خویشاوندی، امتیازها، مذاکره یا مبادله بازاری قرار دارند - چگونه بر شخصیت، عادت‌ها، سلیق و ارزش‌ها اثر می‌گذارند. به عبارتی ترجیحات «درون‌زا» هستند یعنی از قبل معلوم نبوده بلکه حداقل در خلال گذر زمان ایجاد می‌شوند. در دیدگاهی که ترجیحات را وابسته به مقتضای اجتماعی دانسته و تغییر آنها را وابسته به شرایط اجتماعی می‌داند، به شکل ضمنی فرض می‌شود که قیمت‌ها فقط حاصل عرضه و تقاضا نبوده، بلکه به ساختار اجتماعی (پیمان‌ها یا رسوم) نیز بستگی دارند (فصل چهارم را ببینید).

تمامی نهادهای دخیل در فرایند شکل‌گیری قیمت‌ها، به درک قیمت‌ها مربوط می‌شوند ولی تصمیم‌گیری‌های مرتبط با توزیع و ترویج را نیز باید مدنظر قرار داد. اطلاعات مربوط به مشتریان (بالقوه) - مثلاً کشش تقاضا - و فروشندگان رقیب نیز بسیار مهم است. باید بدانیم که رقبا چگونه به قیمت‌گذاری واکنش نشان می‌دهند. اگر قیمت‌ها بسیار کم باشند، ممکن است جنگ قیمت پدید آید و اگر قیمت‌ها خیلی زیاد باشند، مشتریان به سایر رقبا روی می‌آورند. اگر با دیگر عرضه‌کنندگان تبانی شود، این کار معمولاً در سراسر دنیا خلاف قانون محسوب می‌شود. به‌طور کلی تبعیض قیمتی نقض قانون محسوب نمی‌شود ولی در ایالات متحده، هر ایالت در این زمینه قوانین مخصوصی وضع کرده است (مثلاً این کار در میسوری^۳ مشمول قوانین ضدتبعیض قیمتی^۴ می‌شود).

علاوه بر این باید درباره اهداف قیمت‌گذاری نیز تصمیم‌گیری و روشن کرد که راهبرد قیمت‌گذاری کدام است. آیا هدف بنگاه، کسب جایگاه برتر کیفی در بازار مورد نظر است یا فروش هرچه بیشتر؟ یا هر دو هدف؟ این پرسش‌ها نشان می‌دهند که قیمت‌گذاری فقط به معنای پذیرش ساده قیمت تعادلی نیست.

1. Tacit

2. Bowles

3. Missouri

4. Anti Price Discrimination Laws

۲-۳-۵ کارآفرینان نهادی

قبلاً گفتیم که کارآفرینان دائماً به دنبال فرصت‌های جدید در بازار هستند. کارآفرینان منابع را باهم ترکیب می‌کنند تا از آنها بهره‌برداری کنند. با این حال آنها کارهای دیگری هم انجام می‌دهند. کارآفرینانی که می‌خواهند خط تولید جدیدی را راه اندازند یا کسب‌وکار خود را گسترش دهند، اغلب باید بر موانع نهادی موجود غلبه کنند. محدودیت‌های ورود در زمره موانع نهادی متداول محسوب شده و مقرراتی - مثلاً برای نیروی کار و ایمنی - وجود دارد که صاحبان کسب‌وکار به محض استقرار تشکیلات خود، موظف به اجرای آن هستند.

کارآفرینانی که به استقرار نهادهای بازار کمک می‌کنند، کارآفرینان نهادی^۱ نامیده می‌شوند. آنان نه تنها باید منابع را یکپارچه کنند - که در برداشت متعارف از مفهوم کارآفرین واقعاً چنین می‌کنند - بلکه امکان دارد ناچار باشند بر محدودیت‌های نهادی نیز غلبه نمایند. مثلاً برای احتراز از قوانینی که یک کارگر را از حق استخدام رسمی برخوردار می‌کند، باید کارکنان را با قراردادهای استخدامی موقت به کار گرفت. کارآفرینان، کدام یک از راهبردها را می‌توانند برای غلبه بر محدودیت‌های نهادی به کار گیرند؟

چهار راهبرد برای تغییر قوانین پیش روی هر کارآفرین وجود دارد. اول آنکه آشکارا به تبلیغ و تلاش برای تغییر نهادهای موجود بپردازد (با حضور در رسانه‌ها، حضور در نشست‌های عمومی یا جلسات و ...). دوم اینکه شاید بتواند از اعمال فشارهای خصوصی برای تغییر قوانین استفاده کند. سومین راه، بحث کردن است تا شاید بتواند خود را به‌عنوان مصداقی از یک وضعیت خاص، از قوانین موجود معاف سازد. چهارم آنکه کار خود را بدون رعایت قوانین حاکم شروع کند. اگر وی موفق شود می‌تواند توفیق خود را شاهدهی بر مناسب بودن روش مذکور قرار دهد و مقامات را ترغیب کند که سرمایه‌گذاری وی را مجاز بدانند (کادر ۸-۵).

تغییرات نهادی نشئت گرفته از تلاش کارآفرینانی که می‌خواهند از حداکثر فرصت‌های بازار بهره‌مند شوند، می‌تواند راه را برای دیگر کارآفرینان باز کند تا فعالیت‌های خود را آغاز یا بسط دهند. به عبارتی کارآفرینان نهادی به ایجاد آثار بیرونی سازنده می‌پردازند و

ممکن است ثروت اقتصادی را افزایش دهند (Rodrik, 2004; Rosenberg, 2009).
(See Hausmann and Rodrik, 2003, 2005; Rodrik et al., 2004; 2008).

کادر ۸-۵ کارآفرینان نهادی در نظام‌های اقتصادی نوظهور از نوع بازار

لی شوفو^۱ در سال ۱۹۹۸ تصمیم گرفت کسب‌وکار موتورسیکلت‌سازی در چین را گسترش داده و تولید خودرو را نیز در تشکیلات خصوصی خود بگنجانند. او در ابتدا خودرویی ساخت که یک خودروی پنج‌در^۲ ابتدایی محسوب می‌شد ولی به تدریج و با یادگیری و تقلید توانست آن را به چند مدل خودروی چهاردر^۳ و جوان‌پسند^۴ با قابلیت تقاضای جهانی تبدیل کند. شوفو در ابتدا مجوز رسمی دریافت نکرده بود. در آن زمان ساخت وسایل نقلیه در انحصار دولت بود. با این حال از اوایل دهه ۱۹۹۰، اوضاع سیاسی چین تغییر کرد. درآمدها افزایش یافت و شوفو دریافت که مردم به‌زودی توان خرید خودرو را پیدا خواهند کرد. وقتی وی متقاعد شد که بازار بالقوه برای خودروی گیلی^۵ وجود دارد، خطر آغاز تولید یک خودروی خصوصی را پذیرفت. او برای آنکه بتواند خودروهای خود را در چین بفروشد، از نفوذ مسئولان محلی و مرکزی استفاده کرد و در سال ۲۰۰۱ موافقت حکومت را به‌دست آورد. پس از او خودروسازان دیگری نیز وارد بازار شدند. به لطف اقدامات تسهیل‌کننده او، صدور جواز تولید خودرو در چین دیگر مانعی برای ورود خودروسازان خصوصی به بازار نیست (Li et al., 2006).

۱-۲-۳-۵ علیت انباشتی

نیروهای اقتصادی طوری با یکدیگر تعامل می‌کنند که هر تغییر موجب دیگر تغییرات پشتیبان می‌شود. چنین عقیده‌ای محور مفهوم علیت انباشتی به‌شمار می‌رود که در فصل چهارم آن را شرح دادیم. یک مثال برای این تغییرات، دره سیلیکون در کالیفرنیاست. تجمع کسب‌وکارهای فناوری پیشرفته در آن ناحیه با شکل‌گیری صنعت الکترونیک در اوایل قرن بیستم آغاز شد. اولین ایستگاه تلفن ایالات متحده، در سال ۱۹۰۹ در سان‌خوزه^۶ راه‌اندازی

1. Li Shufu
2. Hatchback
3. Sedan
4. Sport
5. Geely
6. SanJose

شد. ساخت این ایستگاه با حمایت دانشگاه استنفورد^۱ و شعب آن انجام گرفت. دانشگاه در اوایل دهه ۱۹۲۰ به دلیل کمبود شغل در آن ناحیه، فارغ‌التحصیلان را تشویق کرد تا شرکت‌های خود را در نزدیکی دانشگاه - یعنی در بخش شمالی دره سانتا کلارا^۲ - مستقر کنند. این ابتکار عمل در دهه ۱۹۵۰ با ساخت پارک صنعتی استنفورد^۳ ادامه یافت که به‌عنوان مرکز فناوری پیشرفته طراحی شده و فعالانه با آن دانشگاه همکاری می‌کرد. در نهایت آن ناحیه با شکل‌گیری فناوری رایانه و شرکت‌های برنامه‌نویسی، به دره سیلیکون معروف شد و کسب‌وکارهای رایانه‌ای در آنجا اکثریت یافتند. استقرار دانشگاه استنفورد در آن ناحیه، پیدایش صنعت رادیو، تصمیم به استقرار پارک صنعتی برای بنگاه‌های دارای فناوری پیشرفته و همکاری با پایگاه‌های نظامی در کالیفرنیا شمالی دست‌به‌دست هم دادند تا پیشرفت‌ها تسریع شود.

علیت انباشتی از این قرار است که گسترش بازار منطقه‌ای به افزایش امکانات تولید در یک محل خاص منجر می‌شود و این محل نیز به نوبه خود شرکت‌های جدید را جذب می‌کند. این شرایط بازهم موجب بسط تولید شده و در نتیجه کل آن فرایند به رشد اقتصادی منجر می‌گردد. پس نظریه علیت انباشتی کمک می‌کند توضیح دهیم چرا توسعه به شکل نابرابر در مناطق مختلف رخ می‌دهد. طبق آن نظریه، بسط اولیه می‌تواند به گسترش پیوسته صنایع و مناطق منجر شود. از طرفی ممکن است نزول اولیه موجب دائمی شدن سیر قهقرایی گردد. با این حال میزان به هم پیوستگی [در یک منطقه]، با افزایش علیت انباشتی زیاد می‌شود. افزایش به هم پیوستگی نشانه وجود مؤلفه‌هایی در فرایند تولید است که بیشتر و بیشتر درهم تنیده می‌شوند. در نتیجه، انطباق با تغییرات جزئی در فنون به تدریج پیچیده‌تر می‌شود زیرا هر تغییر جزئی در یک مؤلفه، مستلزم تغییرات در تمامی مؤلفه‌های مرتبط است.

۴-۵ رویکرد پویای منافع به بازارها

نمی‌توان منکر این مسئله شد که تغییر فناورانه تأثیر بسیاری بر جامعه و نظام اقتصادی

1. Stanford
2. Santa Clara Valley
3. Stanford Industrial Park

گذاشته است. از برکت پیشرفت فناوریانه توانسته‌ایم بیشتر از همه نسل‌های قبلی تولید کنیم. استانداردهای زندگی در دنیای صنعتی تقریباً برای همه بهتر شده است. این پیشرفت، پیامدهای ناخواسته‌ای نیز داشته است که برخی از آنها را از منظر منافع گروهی پویا مورد بحث قرار می‌دهیم.

۱-۴-۵ تغییر به معنای توزیع مجدد هزینه‌ها و منافع

همان‌گونه که در فصل اول گفته شد، چانه‌زنی بین طرفینی انجام می‌گیرد که از لحاظ حقوقی باهم برابر باشند ولی آن دو لزوماً نباید از لحاظ قدرت اجتماعی و اقتصادی نیز برابر باشند. به این ترتیب ممکن است این سؤال پیش آید که نابرابری در قدرت بین طرف‌های قرارداد، تا چه حد پذیرفتنی است. وقتی قدرت خیلی نابرابر توزیع شود، شاید چانه‌زنی به مناقشه انجامیده و نتیجه کار نیز غیرمنصفانه قلمداد شود. ترتیبات نهادی می‌تواند چارچوبی برای این چانه‌زنی‌ها باشد. مثلاً توزیع نابرابر قدرت بین بیکاران و کارفرمایان بالقوه را می‌توان با ابزارهایی از قبیل نهاد حداقل دستمزد و مزایای بیکاری تا حدی متوازن کرد تا از استثمار شدن بیکاران جلوگیری شود. مثال دیگر که برای جلوگیری از وابستگی زنان بیوه یا بیکار به تأمین اجتماعی یا کمک‌های خیریه وضع شد نهاد نفقه است. با این حال همه تمهیدات نهادی برای حل مشکلات کل جامعه طراحی نشده‌اند. در ادامه به این موضوع می‌پردازیم.

۱-۴-۱-۵ تغییر در توازن قدرت

یکی از بزرگ‌ترین آثار اقتصادی پیشرفت فناوری، تقسیم وظایف عملی به مؤلفه‌های چندگانه بوده است. مثلاً رایانه‌های شخصی شامل چندین قسمت هستند که هر کدام در یک کشور ساخته می‌شود. برخی در چین، تایلند یا هندوستان و شاید سرهم‌بندی نهایی نیز در یک کشور دیگر. کارآفرینی سنتی که روزگاری مدیریت و مالکیت شرکت را باهم در دست داشت، حالا روز به روز جای خود را به مالکانی می‌دهد که به استخدام افرادی مانند مدیران اجرایی و مشاوران سیاستی (سازمان‌دهنده‌های پیش‌گام، دانشمندان و وکلا) می‌پردازند تا آنها هر کدام به جنبه‌ای مهم از سازمان‌دهی دانش پرداخته، به این ترتیب از

توفیق کسب‌وکار اطمینان حاصل شود. وقتی مالک یا مدیر بنگاهی با این گروه از کارشناسان عوض گردد، یک نظام اطلاعاتی و گزارش‌دهی به‌وجود می‌آید تا زمام امور و ارزیابی عملکرد آن کارشناسان را هدایت کند.

در کنار ظهور نظام‌های جدید اطلاعات و ارائه گزارش - از قبیل حسابداری هزینه‌ها - گروه متنوعی از موافقت‌های مالی جدید نیز پدید آمده است تا تقاضای رو به رشد تأمین مالی را برای کسب‌وکارهای بزرگ سامان دهد. بازارهای اوراق قرضه و سهام گسترش یافته و به‌موازات آنها اصناف بانکی و صنایع بیمه نیز به همین ترتیب رشد کرده‌اند. امروزه بانک‌ها و بنگاه‌های بیمه به بزرگ‌ترین شرکت‌های نظام‌های اقتصادی پیشرفته تبدیل شده‌اند. برخی بانک‌ها به منظومه‌ای^۱ معروف هستند یعنی به‌قدری بزرگ‌اند که نمی‌توان گذاشت ورشکسته شوند. ورشکستگی یک بانک منظومه‌ای ممکن است به فروپاشی کل نظام اقتصادی منجر شود زیرا نه تنها صندوق‌های بازنشستگی و سهام‌داران بانک خسارت می‌بینند، بلکه اعتماد به نظام مالی به کلی از بین می‌رود. بانک آمریکا^۲ و سیتی‌گروپ^۳ مثال‌هایی از بانک‌های منظومه‌ای هستند.

پیشرفت فناوری مستلزم افزایش سرمایه‌گذاری برای زمان، پول و کارکنان متخصص است. برای حفاظت از این سرمایه‌گذاری‌ها در برابر نوسان‌های تقاضا، به نفع گروه مقامات اجرایی و مشاوران سیاستی است که بازار محصولات خود را در اختیار گیرند (این وضعیت به نظام اقتصادی برنامه‌ریزی خصوصی^۴ معروف است). آنها تا وقتی بتوانند بازار محصولات تولیدی خود را در اختیار گیرند، تا اندازه‌ای در معرض مخاطرات نهفته در رقابت‌های بازار قرار نخواهند گرفت. در فصل اول گفتیم که چگونه میکروسافت با موفقیت مانع از ورود دیگر رقبا به بازار نرم‌افزار شد.

میکروسافت به‌دلیل سوءاستفاده از جایگاه خود در بازار، در سال ۲۰۰۷، توسط اتحادیه اروپایی جریمه و مجبور شد راه فرصت‌های بازار را برای رقبا باز کند. ترجیحات مصرف‌کنندگان تحت تأثیر تبلیغات و دیگر فعالیت‌ها از قبیل پشتیبانی

1. System Banks
2. Bank of America
3. Citi Group
4. Privately Planned Economy

مالی یا سازمان‌دهی برخی ابتکار عمل‌ها قرار می‌گیرند. اولاً، خریداران باید از بودن محصول جدید باخبر شوند. ثانیاً، چون نوآوری فراتر از تصمیم‌گیری روزمره خریداران است، آنان معمولاً بلافاصله درباره مفید بودن محصول جدید متقاعد نشده و لازم است به تغییر ترجیحات خود ترغیب شوند. کارکنان بازاریابی از چند ابزار برای این منظور استفاده می‌کنند. آنان در کنار سایر ترفندها، با اهدای هدایای (کوچک) همراه با خریدها، بر ترجیحات خریداران اثر می‌گذارند. ممکن است ایشان در تبلیغات خود به تجربه‌های خوشایند سایر مصرف‌کنندگان اشاره کنند. آنان همچنین گاهی کارکنان فروش خود را از میان افراد زیبا یا محبوب انتخاب می‌کنند تا فروش خود را زیاد کنند. حتی گاهی هم از مباحث روان‌شناختی برای نمایش کالاهای خود و به شیوه‌های جذاب استفاده می‌کنند.

با بررسی تأثیر تولیدکنندگان بر رفتار مصرف‌کننده، رابطه بین تولیدکننده و مصرف‌کننده معکوس می‌شود. در بازارهای سنتی مصرف‌کنندگان حکومت می‌کنند و تصمیمات آنها بر زندگی اقتصادی حاکم است: همیشه حق با مصرف‌کننده است. اما در رویکرد برنامه‌ریزی شده خصوصی، بنگاه‌های بزرگ، نیازهای مصرف‌کنندگان را برآورده نمی‌کنند بلکه مدیران اجرایی هستند که سعی می‌کنند با هزینه کردن برای تبلیغات، مصرف‌کننده را به خرید کردن ترغیب کنند. مفهوم تقدم دگرگون شده بین مصرف‌کننده و تولیدکننده، نشانه غلبه حاکمیت تولیدکننده بر حاکمیت مصرف‌کننده در زمان حاضر است (Galbraith, 1974).

۲-۱-۴-۵ شکوفایی خصوصی، فقر عمومی

تلاش‌های مدیران اجرایی برای احاطه بر بازار موجب ایجاد جامعه‌ای مصرف‌زده شده است که از راه تشویق به مصرف از مجاری مختلف بازاریابی (از قبیل تبلیغات تلویزیونی) شکل گرفته است. این افراد مردم را از راه سیاست یا اعمال نفوذ، حمایت مالی از رخدادهای سیاسی و ... تحت تأثیر قرار می‌دهند.

مدیران اجرایی سعی می‌کنند رأی‌دهندگان و سیاستمداران را متقاعد کنند که آنچه به نفع کسب‌وکارهای بسیار پیشرفته از لحاظ فناوری است، به نفع عموم نیز می‌باشد. وقتی آنان قدرتمند باشند، دولت بلافاصله به خواسته ایشان گردن می‌نهد. این موضوع را در فصل نهم با عنوان قبضه نظارتی بررسی خواهیم کرد.

۳-۴-۱-۵ قدرت جبران‌کننده

در دنیای پیشرفته و در مورد قلیلی از خریداران در بازارهای خاص، گاهی قدرت اقتصادی خصوصی توسط بخش دیگر بازار مورد بازرسی قرار می‌گیرد (Galbraith, 1952). اصطلاح قدرت جبران‌کننده^۱ همین مفهوم را نشان می‌دهد. افراد ممکن است خود را سازمان‌دهی کنند تا جایگاه چانه‌زنی خود را بهبود بخشند. مثلاً کارگران، اتحادیه کارگری تشکیل می‌دهند تا یک قدرت مخالف در برابر بنگاه‌های بزرگ ایجاد کنند. همچنین سازمان‌های مصرف‌کنندگان نیز سعی می‌کنند بر بنگاه‌ها فشار آورند تا آنان را مجبور به ساخت کالاهایی مطابق با اصول اخلاقی نمایند. شاید مصرف‌کنندگان بخواهند مطمئن شوند که در فرایند تولید از نیروی کار کودکان استفاده نشده است.

اگر مصرف‌کنندگان کالاها و خدماتی مطالبه کنند که اثر ناخوشایندی بر محیط زیست، جانوران و کارگران نداشته باشد، بهتر است این‌گونه کالاها و خدماتی ارائه شود (کادر ۹-۵). با این تفکر، کسب‌وکار اخلاقی شاید برای سهام‌داران سودآور باشد. قوانین ضوابط اخلاقی شرکت‌ها و نشان‌های کیفی می‌توانند به نشر اصول اخلاقی کسب‌وکار کمک کنند.

کادر ۹-۵ اثر تحریم‌های مصرف‌کننده

گزارش‌های رسانه‌ای می‌تواند اثری قدرتمند بر موفقیت هر شرکت بگذارد. روزنامه‌های نقدکننده و برنامه‌های تلویزیونی قادرند به‌دقت بررسی کنند که آیا سازمان‌ها مسئولانه رفتار می‌کنند یا خیر؟ اگر چنین نیست، این سازمان‌ها «روی بد مطبوعات» را می‌بینند. گزارش‌های ناخوشایند منجر به کاهش فروش یا در بدترین حالت (برای شرکت‌ها) به تحریم کامل مصرف‌کنندگان می‌انجامد. تاریخ مثال‌های بسیاری از تحریم مؤثر مصرف‌کنندگان را ثبت کرده است. در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ مصرف‌کنندگان از سراسر دنیا خواستار این بودند که شیل، کلوگز، کوکاکولا^۲ (و چند شرکت دیگر) آفریقای جنوبی را ترک کنند. مردم سهام‌داران را با امتناع از خرید محصولات آن شرکت‌ها متقاعد کردند که مبادله با رژیم آپارتاید را کنار گذارند. در نهایت همین راهبرد به سقوط آن رژیم منجر شد.

1. Countervailing Power
2. Shell, Kllogg's and Coca-Cola

در دهه ۱۹۹۰ شرکت شل هنگامی که دوباره سعی کرد یک میدان نفتی شنی (به نام برنت اسپر^۱) را در اقیانوس اطلس به قیمت نازل بهره‌برداری کند، با اعتراض مصرف‌کنندگان روبه‌رو شد. اعتراض ناظران از طرف سازمان زیست‌محیطی «صلح سبز»^۲ در روزنامه‌های سراسر دنیا منتشر شد و بسیاری از مصرف‌کنندگان را از خرید محصولات نفتی شل بازداشت. در آلمان فروش سوخت این شرکت در چند هفته ۵۰ درصد کاهش یافت. علاوه بر این چند حکومت اروپایی علیه شل وارد عمل شدند و پس از این اقدامات طرح مذکور به سرعت کنار گذاشته شد.

مثال‌های متعدد دیگری نیز وجود دارد. امروزه تبلیغات و هیاهوی بی‌حد و حساب، از دریچه تلویزیون، رادیو، روزنامه و البته به شکل روزافزون از راه اینترنت بر مصرف‌کنندگان اثر می‌گذارد. می‌توانید «تحریم مصرف‌کننده»^۳ را در گوگل جست‌وجو کنید. خواهید دید که سازمان‌های بی‌شمار به انتشار اقدامات بحث‌برانگیز بنگاه‌ها در بخش‌ها و کشورهای مختلف پرداخته‌اند.

۲-۴-۵ دو نوع بازار آرمانی نیروی کار: اروپای غیرانگلستان در مقایسه با

آنگلو ساسکسون

گروه‌های سازمان‌یافته نه تنها قادرند در بازار محصولات بر تصمیم‌گیری‌های بنگاه‌های بزرگ اثر گذارند، بلکه می‌توانند کارکرد بازارهای نیروی کار را نیز تحت تأثیر قرار دهند. اثر واقعی این گروه‌ها احتمالاً به فرهنگ وسیع جامعه وابسته است که می‌تواند به فرهنگ اروپای غیرانگلستان و فرهنگ آنگلو ساسکسون تقسیم شود. این دو الگو از نوع آرمانی هستند که با دنیای واقعی مطابقت ندارند. بازارهای نیروی کار در این دو الگو را می‌توان به این شکل توصیف کرد. مهم‌ترین مشخصه‌های رویکرد اروپای غیرانگلستان عبارت‌اند از: امنیت درآمدی و حفاظت از منافع جمعی، درحالی‌که مشخصه‌های رویکرد آنگلو ساسکسون همان انعطاف‌پذیری بازار نیروی کار و حفاظت از منافع فردی است.

برخی تفاوت‌های رسمی بین این دو الگو را در حوزه بازار نیروی کار در جدول ۴-۵ خلاصه کرده‌ایم. در کشورهایی که با الگوی اروپای غیرانگلستان همخوانی دارند، رویکرد بازار نیروی کار براساس مشورت متقابل نهادینه بین کارکنان و کارفرمایان عمل می‌کند. دستمزدها اکثراً در هر بخش از راه توافق جمعی کارگران و تأیید آن توسط نمایندگان

1. Brent Spar
2. Greenpeace
3. Consumer Boycott

اتحادیه‌های ملی و سازمان‌های ملی کارفرمایان تعیین می‌شود. علاوه بر این، کارکنان برحسب جایگاه خود پاداش می‌گیرند. این نظام پرداخت‌ها بدون مذاکرات مکرر اداره شده و موجب امنیت درآمدی می‌شود. گاهی کارکنان بسته به شرایط بازار نیروی کار، از قدرت چانه‌زنی بیشتری برخوردار می‌شوند (مثلاً در دوره‌های رونق و مواقعی که تعطیلات زیاد است) و گاهی کارفرمایان در موضع برتر قرار می‌گیرند تا نتیجه توافق‌ها را تعیین کنند (مثلاً در مواقع کساد شدن اوضاع).

حکومت - خواه در مذاکرات حاضر باشد خواه خیر - معمولاً موافقت‌های بخشی را برای همه بنگاه‌ها و کارکنان یک صنعت به کار می‌بندد. عقیده نهفته در این تمهید نهادی آن است که از پیشنهاد دستمزدهای اندک کارفرمایان فاقد سازمان‌دهی جلوگیری کرده و رقابت دستمزدی را کم می‌کند. درعین حال کارگران غیرعضو در اتحادیه‌ها نیز از حق افزایش دستمزدهای خود مطابق با مذاکرات انجام شده توسط اتحادیه‌ها برخوردار می‌شوند. پس در کشورهای الگوی اروپای غیرانگلستان، نتیجه چانه‌زنی دستمزدی اغلب حاصل عرضه و تقاضای منفرد نیست بلکه نتیجه فرایند چانه‌زنی جمعی است که برای همه نیروی کار اعمال می‌شود.

در کشورهای الگوی آنگلو ساکسون، رویکرد بازار نیروی کار مبتنی بر اصل عدم مداخله حکومت است. در این الگو فرض می‌شود افراد به بهترین شکل از آنچه برای‌شان مهم است، آگاه‌اند. با این حال در این کشورها ائتلاف‌هایی از اتحادیه‌ها و سازمان‌های کارفرمایی ملی وجود دارد که تمرکز مذاکرات دستمزدی آنها به مقیاس شرکت‌ها معطوف است و اتحادیه‌های کارگری نیز حداکثر تلاش خود برای ایفای نمایندگی از جانب اعضای خود را حتی در صورت لزوم با اعتصاب انجام می‌دهند. چون هدف اصلی، حفاظت از منافع اعضای اتحادیه‌هاست، این نظام چانه‌زنی نیز بیشتر به‌مثابه الگوی خودی - غیرخودی^۱ محسوب می‌شود. به تعبیری یک اتحادیه قدرتمند می‌تواند دستمزد نسبتاً زیادی برای اعضای داخل بنگاه (خودی‌ها) به بهای خسارت زدن به کارفرما تضمین کند. هزینه‌های زیادی که برای دستیابی به این دستمزدها تحمیل می‌شود، به نوبه خود کارفرما را مجبور به استخدام کارگران کمتر می‌کند که به ضرر افراد جویای کار (غیرخودی‌ها) است.

جدول ۴-۵ قلمروی بازار نیروی کار در دو الگوی اروپای غیرانگلستان و انگلوساکسون

جنبه‌ها	الگوی اروپای غیرانگلستان	الگوی انگلوساکسون
جایگاه کارگران در بنگاه	مدیر نه تنها منافع سهام‌داران، بلکه منافع کارگران را نیز مدنظر قرار دهد و از افزایش اشتغال حمایت کند	کارکنان در محیط کاملاً رقابتی کار می‌کنند، به‌مثابه عوامل تولید در نظر گرفته می‌شوند که می‌توانند در هر زمان استخدام و اخراج شوند
نوع قرارداد	بائبات، کارکنان در مجاورت بنگاه زندگی کرده و کارفرمایان برای آموزش آنها سرمایه‌گذاری می‌کنند	بازار دوگانه نیروی کار: در کنار گروهی از کارگران استخدام رسمی، کارگران غیررسمی با قراردادهای انعطاف‌پذیر نیز وجود دارند
بهره‌وری نیروی کار	بهره‌وری اغلب زیاد است زیرا اولاً، در آموزش و تعهد کارکنان سرمایه‌گذاری می‌شود و ثانیاً، اعتصاب‌ها نادر است	گاهی به‌دلیل تعهد نسبتاً ضعیف کارکنان، کم است. گاهی به‌دلیل انگیزه‌های قدرتمند به شکل طرح‌های مشارکت در سود زیاد می‌شود
پرداخت به کارکنان	دستمزدها براساس جایگاه هر شخص پرداخت می‌شود. دستمزدها در توافقات جمعی نیروی کار تعیین شده، ثبات درآمدی را در نظر داشته و قدرت صلاح‌دید مدیران را کاهش می‌دهد	کمیابی است که پرداخت را تعیین می‌کند. دستمزدها طبق مهارت‌ها و عملکرد کارکنان تغییر می‌کند. میزان دستمزد به شکل مذاکرات فردی یا از مجرای اتحادیه‌های موجود در شرکت تعیین می‌شود

۵-۵ ملاحظات پایانی

بازارها می‌توانند ابزارهای بسیار مفیدی برای مبادله کالاها و خدمات باشند. این موضوع در اقتصاد نئوکلاسیک مورد توجه است. با این حال مزایای ادعا شده در آن الگو، به تعدادی فروض کاملاً ویژه بستگی دارد که در صورت عدم تحقق آنها، مزایای مذکور از میان می‌رود. در هر دو حوزه نظری و عملی، فروض دیگری که واقع‌بینانه‌ترند، آثار کاملاً متفاوتی بر عملکرد بازارها از لحاظ انواع نهادهای پدیدآمده و انتخاب بازار به‌عنوان یک ساختار سازمان‌دهی برتر باقی می‌گذارند.

به‌طور کلی در بازارهای تک‌دفعه‌ای، قیمت‌های تعادلی کم‌وبیش به شکل خودجوش

تعیین می‌شوند، تدارک کالاهای مختلف در نظام‌های اقتصادی پیشرفته همیشه نمی‌تواند با تحقق قیمت‌های تعادلی میسر شود؛ کالاها از وضعیت همگن بودن بسیار فاصله دارند و دائماً کالاها و فرایندهای تولیدی جدید به بازار وارد می‌شوند.

این شرایط بر الگوهای اقتصادی اثر می‌گذارد و باعث پدید آمدن انواع الگوها با آثار مختلف رفاهی می‌شود. الگوهای مختلف بازار ایستا در نظریه نئوکلاسیک تشریح می‌شوند. از دیگر نتایج این شرایط آن است که ترتیبات نهادی مختلفی پدید می‌آید تا مشکلات بازارها از قبیل آثار بیرونی یا قدرت بازار را برطرف کند. اقتصاد هزینه مبادله می‌تواند توضیح دهد که هزینه‌های مبادله چرا و چگونه ماهیت نهادهای منتخب را تعیین می‌کنند. ازمنظر پویایی، نظام اقتصادی همواره در جریان است. همه این واقعیتهای نشان می‌دهد که ظاهراً وضعیت عدم تعادل می‌تواند بهتر از تعادل، نظام‌های اقتصادی امروزی را به ما معرفی کند. این واقعیت به معنای ناکافی بودن قیمت‌ها برای هماهنگ کردن بازارها نیست بلکه، قیمت‌های عدم تعادل ممکن است بازار را به هماهنگی برسانند.

در این فرایند کارآفرین نقش محوری دارد. کارآفرینان شخصیت‌های اصلی در شکوفایی رونق اقتصادی هستند. آنها قادرند فرصت‌های جدید بازار را به لطف هوشیاری خود کشف کنند. هرچقدر کارآفرینی در جامعه بیشتر باشد، احتمال پیشرفت اقتصادی بیشتر است. هرچند همه از ظرفیت هوشیار بودن و گوش‌به‌زنگ بودن برای فرصت‌های بازار برخوردارند، ولی هرکسی کارآفرین نمی‌شود. احتمال آنکه شخصی تصمیم بگیرد زندگی خود را از راه کارآفرینی بگذرانند، به نهادهای حاکم در جامعه وی نیز بستگی دارد.

۵-۶ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر

۱. تفاوت‌های بازارهای تک‌دفعه‌ای و بازارهای نهادی شده کدام است؟
۲. رویکردهای اقتصاد نئوکلاسیک و اقتصاد هزینه مبادله نسبت به بازارها به چه معنا با یکدیگر همخوانی دارند؟
۳. اصطلاح بازار کالاهای بنجل معمولاً برای خودروهای دست دوم استفاده می‌شود. برخی از مشکلات و راه‌حل‌های مربوط به آن را با مثالی شرح دهید.
۴. چگونه برخی از شکل‌های قدرت بازار، جزء لاینفک فرایند رقابتی هستند.

۵. نهادهای عمومی معمولاً با سوءاستفاده از قدرت بازار مبارزه می‌کنند. آیا یک نهاد کارآمد خصوصی را می‌شناسید که بتواند با سوءاستفاده از قدرت بازار مقابله کند؟
۶. نقش کارآفرینان را در پویایی‌های نظام اقتصادی توضیح دهید؟
۷. چرا کارآفرینی یک نهاد است؟
۸. آیا گمان می‌کنید تخریب خلاقانه و علیت انباشتی با یکدیگر سازگارند؟ دلایل خود را بیان کنید.
۹. شاید از تغییر یکی از ترجیحات خود با گذشت زمان آگاه بوده‌اید. بیان کنید آن تغییر چگونه رخ داده و چه پیامدهایی برای تحلیل اقتصادی اوضاع شما داشته است؟
۱۰. در الگوی اروپای غیرانگلستان، به‌صرفه‌سازی مرتبه اول و دوم، هر دو به‌مثابه یکی از مسئولیت‌های اجتماعی محسوب می‌شوند در حالی که در الگوی انگلوساکسون، مسئولیت اجتماعی فقط به‌صرفه‌سازی مرتبه اول را دربرمی‌گیرد. بیان کنید که اگر آن دو رویکرد در کشورتان به‌کار روند، چه پیامدهایی خواهند داشت؟

پیوست

پیوست الف) انواع مختلف حراجی‌ها

فرض کنید کسی می‌خواهد از راه حراج کردن «کالایی را بفروشد». کالا شاید یک اثر هنری، نقشه ساخت یک مجتمع بزرگ، فرکانس‌های رادیویی یا تلویزیونی یا هرگونه ابزار ارتباطی دیگر باشد. فروشنده می‌خواهد حداقل قیمت $P(s)$ را دریافت کند، در غیر این صورت از فروش منصرف می‌شود. خریداران حداکثر قیمت $P(b)$ را در نظر دارند. حراج با حضور خریداران و فروشندگان انجام می‌شود و آن کالا با قیمتی میان $P(s)$ و $P(b)$ به فروش می‌رسد (به شرط آنکه حداقل یک خریدار مایل به خرید در قیمتی بیش از $P(s)$ باشد). اما اگر بیشتر از یک نفر، مایل به پرداخت قیمتی مساوی یا بیشتر از $P(s)$ باشد، چطور؟ چه کسی و به چه قیمتی کالا را خواهد خرید؟

این مثال ساده مبانی حراج را نشان می‌دهد. فرض کنید دو خریدار (الف و ب) و یک فروشنده وجود دارد. فروشنده حداقل ۱۰ دلار می‌خواهد درحالی‌که (الف و ب) به ترتیب حداکثر مایل به پرداخت ۱۵ و ۲۰ دلار هستند. به آسانی می‌توان دریافت که (ب) کالا را خواهد خرید. حتی اگر (الف) کالا را بخرد، آن را به (ب) خواهد داد؛ زیرا او مایل به پرداخت بهای بیشتر است و معامله‌ای سودآور بین (الف و ب) سر می‌گیرد. یکی از مشخصات حراج آن است که کالا به همان خریداری که مایل به پرداخت مبلغ بیشتری است، خواهد رسید. چند سازوکار وجود دارد که قیمت نهایی را تعیین می‌کند. در ادامه سه مورد از آن سازوکارها را شرح می‌دهیم: حراج هلندی،^۱ حراج انگلیسی^۲ و «حراج پیشنهاد قطعی».^۳

۱ حراج هلندی

در این حراجی، حراج‌کننده با قیمتی زیاد حراج را آغاز کرده و در صورتی که متقاضی پیدا نشود، مرحله به مرحله قیمت را کم می‌کند تا بالاخره یک نفر تصمیم به خرید بگیرد. مثلاً ممکن است حراج‌کننده با قیمت ۲۵ کار را شروع کند. هیچ‌یک از خریداران در مثال قبل حاضر به پرداخت این مبلغ نیستند پس حراج‌کننده

-
1. Dutch Auction
 2. English Auction
 3. Sealed Bid Auction

قیمت را به ۲۴ کاهش می‌دهد و به همین ترتیب پیش می‌رود. اما وقتی قیمت به ۲۰ می‌رسد، (ب) تصمیم می‌گیرد که کالا را بخرد و حداکثر بهای مورد نظر خود را بابت آن بپردازد یا اینکه صبر کند تا به قیمتی کمتر آن را خریداری کند. اگر (ب) بداند که (الف) مایل به پرداخت چه قیمتی است، صبر می‌کند تا قیمت به ۱۶ کاهش یابد. در غیر این صورت او باید خطر کند. به‌طور کلی اگر خریداران دیگری هم وجود داشته باشند، (ب) کالا را به بهای ۲۰ خواهد خرید، زیرا خطر از دست دادن آن را زیاد می‌داند. همچنین حتی اگر (الف) می‌توانست کالا را به‌دست آورد، (ب) بازهم آن را به بهای بیشتر از او می‌خرد. مثلاً اگر (ب) تا قیمت ۱۵ صبر می‌کرد، در صورتی که (الف) کالا را می‌خرد، (ب) می‌دانست که می‌تواند به قیمت ۱۶ آن را از (الف) بخرد. به این ترتیب وقتی تعداد خریداران کم باشد، ملاحظات مصلحت‌اندیشانه خیلی مهم خواهد بود.

۲ حراج انگلیسی

این حراج سازوکاری معکوس با حراج هلندی دارد. حراج‌کننده از قیمت (اندک) آغاز می‌کند (مثلاً ۱۰ واحد) و قیمت را به تدریج زیاد می‌کند تا فقط یک خریدار باقی بماند. در قیمت ۱۰ واحد هر دو خریدار مایل به خرید هستند. پس حراج‌کننده قیمت را یک واحد زیاد می‌کند. واضح است که (الف) با قیمت ۱۶ واحد دیگر مایل به خرید نیست و (ب) کالا را به همان قیمت ۱۶ واحد خواهد خرید. با این سازوکار وقتی تعداد زیادی از خریداران با انواع «تمایل به پرداخت» وجود داشته باشد، قیمت تا بیشترین حدی که آخرین خریدار مایل به پرداخت آن باشد، زیاد خواهد شد. به‌طور کلی اگر خریداران متعددی وجود داشته باشند، هر دو حراج انگلیسی و هلندی همان نتیجه را به بار می‌آورند.

۳ حراج پیشنهاد قطعی

در این نوع حراج، هر دو خریدار قیمت مورد نظر خود را هم‌زمان و به شکل مستقل به حراج‌کننده ارائه می‌کنند. در این مورد هر خریدار تصمیم می‌گیرد که چه قیمتی پیشنهاد کند. به‌طور کلی دو روش برای تعیین قیمت وجود دارد: «پیشنهاد اول»^۱ یا «پیشنهاد دوم»^۲.

1. First Bid
2. Second Bid

پیشنهاد اول به معنای آن است که قیمت پیشنهاد شده (اگر بیشترین باشد) باید پرداخت شود، درحالی‌که در پیشنهاد دوم، خریداری که بیشترین پیشنهاد را مطرح کرده است، کالا را در دومین قیمت بالا صاحب خواهد شد. واضح است که سازوکار دومین پیشنهاد نشان می‌دهد بهترین کاری که هر بازیگر قادر است انجام دهد، آشکار کردن صادقانه ترجیحات خود است به طوری که (الف) قیمت ۱۵ واحد و (ب) قیمت ۲۰ واحد را پیشنهاد دهند. در این حالت (ب) کالا را به دست می‌آورد اما به جای ۲۰ واحد قیمت ۱۵ واحد را می‌پردازد. برای درک بهتر موضوع باید پرسید چرا باید هر خریدار خطر کرده، احتمالاً با پیشنهاد نکردن به اندازه بیشترین قیمتی که مایل است، کالا را از دست بدهد؟ او قیمتی بیشتر از آن قیمت پیشنهاد نمی‌کند زیرا اگر چنین کند، امکان دارد کالا را در دومین پیشنهادی به دست آورد که بیش از حداکثر قیمت مورد تمایل اوست. مثلاً اگر (الف) ۲۱ واحد پیشنهاد کند، با توجه به آنکه (ب) ۲۰ واحد پیشنهاد کرده است، وی کالا را با قیمت ۲۰ واحد به دست می‌آورد که بیش از مبلغ اولیه مورد تمایل وی بوده است. پیشنهاد قیمتی بیش از قیمت حداکثر، کار هوشمندانه‌ای نیست. همین ویژگی برای پیشنهاد قیمت کمتر نیز صدق می‌کند. با این کار خطر تصاحب کالا توسط خریدار دیگر زیاد می‌شود یا ممکن است قیمت کمتری ارائه شود که فایده‌ای نداشته باشد. مثلاً اگر (الف) قیمت ۱۴ واحد را پیشنهاد کند، درحالی‌که (ب) ۲۰ را پیشنهاد دهد، (ب) هنوز هم کالا را به قیمت ۱۴ واحد به جای ۲۰ تصاحب خواهد کرد پس دلیلی ندارد که (الف) قیمت کمتری ارائه دهد. این مثال را در جدول ۵-۵ خلاصه کرده‌ایم.

جدول ۵-۵ مشخصات انواع مختلف حراج

حراج هلندی	حراج انگلیسی	حراج پیشنهاد قطعی	
حراج‌کننده با درخواست حداکثر قیمت شروع می‌کند	حراج‌کننده با درخواست حداقل قیمت شروع می‌کند	خریداران به حراج‌کننده می‌گویند که چقدر مایل به پرداخت هستند	شروع
حراج‌کننده قیمت را کم می‌کند تا یکی از خریداران تصمیم به خرید بگیرد	حراج‌کننده قیمت را زیاد می‌کند تا جایی که یک خریدار باقی بماند	«پیشنهاد اول» یا «پیشنهاد دوم»	سازوکار تعیین قیمت

جدول ۵-۵ مشخصات انواع مختلف حراج

حراج پیشنهاد قطعی	حراج انگلیسی	حراج هلندی	
تعداد خریداران زیاد نباشد	تعداد خریداران (هرکدام تمایل به پرداخت مبلغ متفاوتی دارند) زیاد نباشد	تعداد خریداران (هرکدام تمایل به پرداخت مبلغ متفاوتی دارند) زیاد نباشد	شرط (۱)
کالا به بیشترین پیشنهاددهنده قیمت واگذار می‌شود. میزان پرداخت به سازوکار حراج بستگی دارد (در نوع پیشنهاد دوم، دومین قیمت بازار)	معامله در بیشترین قیمت	معامله در بیشترین قیمت	پیامد (۱)
تعداد زیادی خریدار (تمایل به پرداخت هرکدام اندکی باهم فرق دارد)	تعداد زیادی خریدار (تمایل به پرداخت هرکدام اندکی باهم فرق دارد)	تعداد زیادی خریدار (تمایل به پرداخت هرکدام اندکی باهم فرق دارد)	شرط (۲)
معامله در بیشترین قیمت	معامله در بیشترین قیمت	معامله در بیشترین قیمت	پیامد (۲)

به‌طورکلی حراج وقتی به نتیجه کارآمد ختم می‌شود که شرایط مناسبی وجود داشته باشد. البته همه کالاها را نمی‌توان به نحو مطلوب از راه حراج کردن فروخت. نان یکی از مثال‌های بارز در این باره است. در تعیین مفید بودن یا نبودن روش حراج، باید هزینه‌های مبادله را در نظر گرفت.

فصل ششم نگاه‌ها

مقدمه

شاید ائتلاف وقت باشد اگر بپرسیم که نگاه‌ها چرا وجود دارند. احتمالاً اکثر مردم بودن آنها را بدیهی می‌دانند. اگر بازار تنها ساختار سازمان‌دهی کارآمد بود، نیازی به ساختارهای دیگر وجود نداشت. اما بازارها همیشه کارآمدترین سازوکار برای تخصیص منابع نیستند. کارایی آنها به هزینه‌های مبادله بستگی دارد. با این حال دلیل وجود نگاه‌ها امری بدیهی نیست. در این مورد نیز همانند بسیاری از پرسش‌های دیگر، بین اقتصاددانان اختلاف نظر وجود دارد. رویکردهای مختلفی نسبت به نگاه‌ها وجود دارد که همین مسئله موضوع این فصل است.

اقتصاددانان نئوکلاسیک نگاه‌ها را عاملی برای به حداکثر رساندن سود در بازار به حساب می‌آورند (فصل پنجم). نگاه نهادها را به دست آورده، به تولید ستانده‌ای می‌پردازد که در بازار به فروش می‌رود. چگونگی و دلیل تبدیل نهادها به ستانده را می‌توان با یک تابع تولید مشخص کرد (که رابطه فناورانه بین نیروی کار و سرمایه و نیز رابطه آن دو با ستانده است).

این رویکرد نئوکلاسیکی در دهه ۱۹۳۰ از سوی رونالد کوز - با این ادعا که نگاه‌ها به دلیل کاهش هزینه‌های مبادله است که وجود دارند - به چالش کشیده شد. در رویکرد کوزی، فرد کارآفرین در کانون اختیار عمل هر نگاه قرار می‌گیرد و فعالیت‌های نگاه را با روش‌هایی غیر از مبادلات بازار سازمان‌دهی می‌کند. این ویژگی در قدرت دستور^۱ [دادن] (دستورها و تصمیمات اتخاذ شده توسط یک مقام مسئول بلندپایه) نماد پیدا می‌کند که با پیش فرض وجود یک ساختار قدرت و در نتیجه وجود یک سلسله‌مراتب همراه است. سرانجام در دهه ۱۹۷۰ این طرز تفکر سرآغاز جست‌وجوی تبیینی مناسب برای وجود نگاه‌ها شد.

1. Power of Fiat

البته اقتصاددانانی که به سنت نئوکلاسیک معتقدند، با توضیحات کوز قانع نشده‌اند. آنان عقیده ندارند که قدرت دستور با عقد قرارداد در بازار فرق داشته باشد. درعین حال در رویکرد نئوکلاسیک این نگرش به بنگاه، به‌عنوان صرفاً یک حداکثرکننده سود در بازار، قانع‌کننده نیست. کاربرد تحلیل نهایی - یعنی ارزش‌گذاری عوامل تولید برحسب تولید نهایی آنها (تولید به‌ازای یک واحد بیشتر از نهاده مورد نظر) - وقتی که بپذیریم تولید دسته‌جمعی^۱ شاید بهره‌وری را افزایش دهد، خیلی پیچیده‌تر از حالت قبلی می‌شود و نه تنها مستلزم توانایی نظارت کارفرما بر سهم هر یک از کارکنان در تولید است، بلکه توافقی درباره ماهیت کار هر فرد و نحوه پرداخت دستمزد او نیز می‌باشد. این رویکرد عملیتی، بنگاه را به‌مثابه یک سازمان قراردادی از نهاده‌ها محسوب می‌کند. سپس این رویکرد گسترش یافت تا دامنه متنوعی از ذی‌نفعان با موافقت‌های دوجانبه درباره قراردادهای دیرگیر و به رویکرد شبکه قرارداد^۲ نسبت به بنگاه معروف شود.

رویکرد شبکه قرارداد، به قراردادهای دوجانبه تأکید دارد و از قدرت دستور غافل می‌ماند. به‌این ترتیب این رویکرد، وجود سلسله‌مراتب را توضیح نمی‌دهد. این شیوه در اقتصاد هزینه مبادله نیز اجرا می‌شود (مدیریت را به‌مثابه یک قدرت سلسله‌مراتبی و دارای توان حل‌وفصل معضل تخصیص منابع از راه اختیار عمل مدیر می‌داند). این نگرش، نظریه‌ای درباره شرایطی مطرح می‌کند که در آنها بنگاه - به‌مثابه شیوه‌ای در سازمان‌دهی مبادلات - بر مبادلات بازار یا سایر ساختارهای سازمان‌دهی ترجیح داده می‌شود. مقام صاحب‌اختیار، منابع را درون بنگاه‌ها تخصیص می‌دهد در حالی که قیمت‌ها منابع را در بازار تخصیص می‌دهند. در نتیجه هزینه‌های مبادله این دو ساختار باهم فرق دارند و همین تفاوت شاید دلیل تصمیم‌گیری برای تولید یک کالا به‌جای خرید آن از بازار قرار گیرد.

همه این رویکردها نسبت به بازار می‌توانند با مشخصه‌های بنگاه‌ها از لحاظ کارایی و منافع گروهی مرتبط باشند. بنگاه‌ها را می‌توان راه‌حلی‌هایی کارآمد برای تخصیص منابع - به‌ویژه در صورت زیاد بودن تعیین‌داری - دانست. این رویکرد به اقتصاد هزینه مبادله تعلق دارد. با این حال بنگاه‌ها را می‌توان علاوه بر آن مانند سازمان‌هایی در نظر گرفت که درون آنها صاحبان منافع از جایگاه فعلی خود دفاع می‌کنند. در این فصل درباره این

1. Team Production

2. Nexus of Contract Approach

رویکرد و تفکیک بین مالکیت و اداره امور بحث کرده و خواهیم گفت که بنگاه‌ها چگونه از راه ادغام شدن، به قدرت تنظیم قیمت دست پیدا می‌کنند.

تحلیل‌های نئوکلاسیکی در حوزه تحلیل پویایی‌های بنگاه‌ها چندان به کار نمی‌آید زیرا ماهیتی ایستا (تطبیقی) دارد. به این ترتیب اقتصاد هزینه مبادله برای تحلیل پویایی‌های بنگاه‌ها تا حدی مناسب است. وقتی اندازه بنگاه‌ها مشخص است، ادعا می‌شود که بهتر است آنها را قالب واحدهای چندبخشی و نه به شیوه یک نظم مدیریتی سخت‌گیرانه از بالا به پایین [مافوق به زیردست] سازمان‌دهی کرد. اما در این نگرش، از چنین تصمیم‌هایی درباره ساختار سازمان‌دهی بنگاه غفلت می‌شود زیرا ممکن است حاصل تفکراتی باشد که منافع گروهی را برآورده می‌کنند.

قدرت ذی‌نفعان مختلف در بنگاه نه فقط به ساختار، بلکه به امور نهفته در فرهنگ یک جامعه مربوط است. تغییر در هر فرهنگی ممکن است به تغییر قدرت‌های نسبی منجر شود. با ظهور الگوی سهام‌دار از اوایل دهه ۱۹۸۰، فرهنگ آنگلو ساکسون، رسم مشورت متقابل بین ذی‌نفعان را در الگوی اروپای غیرانگلستان به چالش کشید. در جدول ۱-۶ که از بحث استخراج کردیم رویکردهای مختلف به بنگاه‌ها خلاصه شده که هر ربع جدول شامل عناوین اصلی این فصل است.

جدول ۱-۶ رویکردها به بنگاه‌ها: ایستا و پویای کارایی و منافع گروهی

رویکرد ایستا	رویکرد پویا	
<ul style="list-style-type: none"> - تابع تولید - بنگاه نمونه - شبکه قراردادها - هزینه‌های مبادله 	<ul style="list-style-type: none"> - کارآفرینی - چرخه عمر محصول و سازمان‌دهی مجدد - شکل‌های جدید سازمان‌دهی 	کارایی
<ul style="list-style-type: none"> - تفکیک مالکیت از مدیریت - نظام‌های تدبیر شرکتی - ادغام‌ها 	<ul style="list-style-type: none"> - قدرت مدیران - هم‌گرایی بین الگوهای ذی‌نفعان و سهام‌داران وجود دارد؟ 	منافع گروهی

۱-۶ رویکرد ایستای کارایی به بنگاه‌ها

در این قسمت به تحلیل نئوکلاسیکی متعارف درباره بنگاه‌ها، تحلیل بنگاه به‌مثابه یک سازمان

قراردادی از نهاده‌ها، رویکرد شبکه قرارداده‌ها و رویکرد اقتصاد هزینه مبادله می‌پردازیم.

۶-۱-۱ نظریه نئوکلاسیکی بنگاه‌ها: بنگاه به‌مثابه یک جعبه سیاه

در این چارچوب، بنگاه به‌مثابه تابع تولید است که مستقیماً به تغییرات هزینه‌ها و تقاضای بازار واکنش نشان می‌دهد. آنچه بنگاه انجام می‌دهد، صرفاً خرید نهاده‌ها از بازار و تبدیل آنها به ستانده‌ای است که دوباره در بازار به فروش می‌رسد. نظریه نئوکلاسیکی بنگاه‌ها به تخصیص بهینه منابع می‌پردازد (پیوست الف از فصل اول را ببینید). نیازی به تحلیل فرایندهای درون خود بنگاه نیست. به عبارتی بنگاه نئوکلاسیک شبیه یک جعبه سیاه است که فقط مشخصات نهاده‌ها و ستانده‌های آن مشخص است و نه کارکرد درونی آن.

۶-۱-۲ بنگاه نمونه: بنگاه به‌مثابه یک سازمان قراردادی نهاده‌ها

مالکان منابع ممکن است بهره‌وری را با تخصصی شدن از راه همکاری افزایش دهند. این همکاری امکان دارد از مجرای بازار سازمان‌دهی شود ولی درون بنگاه‌ها نیز ممکن است. هر دوی این هماهنگی‌ها شامل قراردادهاست. تفاوت بین آن دو از سازمان‌دهی اقتصادی همکاری، آن است که دومی (بنگاه‌ها) شامل تولید گروهی است که طبق فرض، ارزش ایجاد شده توسط آن از مقدار تولید آن تعداد کارگر - به شکل انفرادی - بیشتر است. آدام اسمیت در ثروت ملل با مثال معروف خود یعنی کارخانه سنجاق‌سازی، اثر کارگروهی در ارتقای تولید را نشان داد.

کادر ۶-۱ کارخانه سنجاق‌سازی

اسمیت از مثال ساده کارخانه سنجاق‌سازی استفاده کرد تا نشان دهد چگونه تخصصی شدن منجر به افزایش بهره‌وری می‌شود (Smith, 1776: 4-9). وی ابتدا نشان می‌دهد که اگر هر کارگری همه وظایف لازم برای تولید سنجاق را انجام دهد، تولید به‌زای هر کارگر نسبتاً کم خواهد بود. اما اگر تولید به عملیات مجزا تفکیک شود و هر کارگر در یکی از آن عملیات تخصص کسب کند (مثلاً صاف کردن سیم، کشیدن، بریدن، تیز کردن یا ساختن سر سنجاق)، تولید به‌زای هر کارگر بسیار افزایش خواهد یافت.

اول آنکه وقتی کارگری در یک فعالیت متخصص می‌شود و در آن تجربه کسب می‌کند، مهارت خود را در آن کار نسبت به کارگری که به وظایف مختلف مشغول است، ارتقا می‌دهد. دوم اینکه اگر هر کارگر بخواهد همه کارهای جداگانه را خود از ابتدا تا انتها انجام دهد، تغییر وضعیت از یک کار به کار دیگر، وقت او را تلف می‌کند؛ به‌ویژه اگر آن کارها در مکان‌های مختلف و با ابزارهای مختلف انجام شوند. ابزارهای کشیدن سیم با بریدن آن فرق دارند و انجام دادن هر دو کار نه تنها مستلزم جابه‌جایی از یک جا به جای دیگر می‌باشد، بلکه زمین گذاشتن یک ابزار و برداشتن ابزار دیگر است. سوم و شاید مهم‌تر از همه آنکه تخصصی شدن موجب تسهیل در استفاده از ماشین‌آلات می‌شود. کارگرانی که فقط به یک فعالیت می‌پردازند، بیشتر موفق به کشف روش‌های سریع‌تر و بهتر برای انجام وظایف خود می‌شوند. چون همه کارگران از توانایی یکسان برای انجام دادن همه وظایف موجود در ساخت سنجاق برخوردار نیستند، از این رو بیشترین میزان رونق تولید هنگامی حاصل می‌شود که هرکسی آزاد باشد در آن وظیفه‌ای که بهتر از همه کارایی دارد، تخصص کسب کند.

تولید گروهی مستلزم ساختاری سازمانی است که با خرید کردن از بازار فرق دارد. اول آنکه بهره‌برداری کارگران در همکاری‌ها بیشتر از تولید بدون همکاری است. دوم اینکه وظایفی که با همکاری امکان‌پذیرند، بدون همکاری غیرممکن می‌شوند و به این دلیل چاره‌ای جز همکاری نیست. سوم اینکه ممکن است در کارهای گروهی برخی کارگران طرفه روند از این رو وجود یک ناظر الزامی است که رفتار کارگران را زیر نظر قرار داده و سهم هر کارگر از کل تولید را برآورد کند.

قبل از تصمیم‌گیری درباره سازمان‌دهی همکاری‌ها از طریق بنگاه، دو شرط باید محقق شود. شرط اول اینکه کار گروهی باید ارزشی بیش از کار انفرادی تک‌تک کارهای افراد ایجاد کند. دوم آنکه باید با هزینه‌های منطقی بتوان سهم هرکس از کل تولید را برآورد کرد. برای شروع کار یک بنگاه باید به نهاده‌ها و منابع (مثلاً سرمایه) دست یافت. این منابع به چند روش قابل دستیابی هستند. ممکن است بنگاه سرمایه را از قبل در ازای قول تحویل آتی، از مشتریان دریافت کند (مثلاً شاید کارگران ساختمانی قبل از شروع به کار، بخشی از دستمزد خود را مطالبه کنند). بنگاه‌ها می‌توانند از بانک‌ها قرض بگیرند تا به تأمین مالی سرمایه‌گذاری‌های خود بپردازند. کسب و کارهای بزرگ نیز سرمایه

را به صورت سهام به دست می‌آورند یعنی تعداد زیادی سرمایه‌گذار اقدام به تهیه سرمایه آنها می‌کنند. اگر سرمایه‌گذاران خطرگریز باشند، به خرید اوراق قرضه، و اگر پرجرئت‌تر باشند، به خرید سهام روی می‌آورند. وقتی کارآفرین سهام‌داران را به چشم سرمایه‌گذار و نه شریک در مالکیت نگاه کند، می‌تواند بهتر در جایگاه سازمان‌دهنده سرمایه عمل کند. قبلاً گفته شد که برای کاهش کم‌کاری‌ها باید رفتار اعضای گروه را بررسی کرد. این موضوع شامل خود کارآفرین - سازمان‌دهنده نیز می‌شود. اگر برای او از درآمد باقی‌مانده^۱ (همانند وضعیت کارفرما - کارگزار) حقی در نظر گرفته شود، انگیزه کافی برای انجام وظیفه‌اش به نحو مطلوب پیدا می‌کند. اما (از لحاظ سازمان‌دهی) گاهی کارآفرین نمی‌تواند وظیفه‌اش را به‌عنوان شخصی دیگر [غیر از مالکان] اجرا کند. در چنین شرایطی می‌تواند یک «ناظر» انتخاب کند. البته همه این شرایط به هزینه‌های مبادله بستگی دارد که در ادامه خواهیم دید.

۳-۱-۶ شبکه قراردادهای: بنگاه به مثابه یک ساختار حقوقی

اگر بنگاه را «یک تشکیلات قراردادی متشکل از نهاده‌های مشترک در تولید گروهی» ببینیم رویکردی نسبتاً تنگ‌نظرانه است. ذی‌نفعان متعددی غیر از سرمایه‌گذار و کارکنان وجود دارند که کارآفرین سازمان‌دهنده باید بر آنها نظارت کند. ذی‌نفعان شامل بانک‌ها، صاحبان اوراق قرضه، سهام‌داران، مقامات ارشد اجرایی، مجریان، کارکنان، مشتریان، تأمین‌کنندگان نهاده‌ها و بستانکاران (اعتباردهندگان) هستند. هریک از این گروه‌ها در بنگاه منافع دارند. هر ذی‌نفع در بنگاه، قرار یا به قول اقتصاددانان، قرارداد با ذی‌نفع دیگر تنظیم کرده است. پس بنگاه فقط یک عامل حداکثرکننده نیست بلکه طیف گسترده‌ای از آنان را دربرمی‌گیرد. در نتیجه هزینه‌های عاملیت - از قبیل مخارج نظارتی کارفرما، مخارج ایجاد التزام در کارگزار و خسارت (زیان) باقی‌مانده (فصل سوم را مطالعه کنید) - نه تنها درباره قرارداد بین سرمایه‌گذار و کارکنان، بلکه در قرارداد با سایر ذی‌نفعان برقرار است. رویکرد شبکه قراردادهای، بنگاه‌های خصوصی را متشکل از گروهی ذی‌نفع با قراردادهای یا قراردادهایی دوجانبه می‌داند (Jensen and Meckling, 1976). همچنین

بنگاه، علی‌رغم آنکه شخص «حقیقی» نیست، می‌تواند وارد قراردادهای شود. در قانون شرکت‌ها، بنگاه یک واحد حقوقی محسوب می‌شود.

وقتی بنگاه به‌مثابه شبکه‌ای از قراردادهای محسوب شود، سهام‌داران همانند طرف قرارداد با مقامات ارشد اجرایی قلمداد می‌شوند. آنها نماینده منافع سهام‌داران به حساب می‌آیند یعنی سهام‌داران در برابر بنگاه فقط از مطالبه قراردادی برخوردارند. در نتیجه طبق رویکرد شبکه قراردادهای، سهام‌داران را نمی‌توان مالکان مطلق بنگاه محسوب کرد. اگر سهام‌داران همان مالکان مطلق بنگاه فرض شوند، از حق اداره بنگاه و کسب درآمد از آن برخوردار می‌شوند. در رویکرد شبکه قراردادهای، سهام‌داران فقط از حق مالکیت محدود^۱ برخوردارند: آنان می‌توانند مطالبه باقی‌مانده خود را فقط به شکل سود سهام دریافت کنند. بنابراین وقتی بنگاه‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند، چند منبع مالی برای آنها وجود دارد که یکی از آنها عرضه سهام است. وقتی به سهام سود پرداخت می‌شود که سود حاصل شده و دیگر مطالبات مالی بنگاه انجام شده باشد. در این شرایط، سود سهام در زمره «مطالبات باقی‌مانده» محسوب می‌شود. آنچه از سود باقی می‌ماند به سهام‌داران پرداخت خواهد شد.

نتیجه در نظر گرفتن بنگاه‌ها به‌مثابه شبکه‌ای از قراردادهای چیست؟ اول اینکه سهام‌داران - که از مطالبه باقی‌مانده برخوردارند - انگیزه مطلوب برای نظارت بر بنگاه را پیدا می‌کنند. چون مطالبه‌هایشان ثابت نیست، آنها انگیزه مناسبی برای تصمیم‌گیری‌هایی دارند که ثروت بنگاه را به حداکثر می‌رساند. دوم اینکه وظایف بنگاه فراتر از آنچه که در قراردادهای مجزا قید شده است، نمی‌رسد. مثلاً ممکن است شخصی به شخص دیگر اعتماد، اطمینان و اتکا کند ولی نمی‌تواند در اختلاف‌های مربوط به رعایت قراردادهای مجزا آن موارد متوسل شود. به‌این ترتیب همه تعهدات بنگاه باید برحسب قراردادهای مجزا تفسیر شوند. بنابراین بنگاه همانند یک نظام واحد وجود ندارد، بلکه متشکل از خرده‌نظام‌های مختلف - یعنی قراردادهای بین ذی‌نفعان مختلف - است. بنگاه برای حداقل‌سازی هزینه‌های عقد قرارداد طراحی شده است، یعنی ساختاری تصنعی در چارچوب قانون شرکت‌هاست. به همین دلیل است که رویکرد شبکه قراردادهای، بنگاه را یک ساختار حقوقی در نظر می‌گیرد.

۴-۱-۶ رویکرد اقتصاد هزینه مبادله به بنگاه‌ها

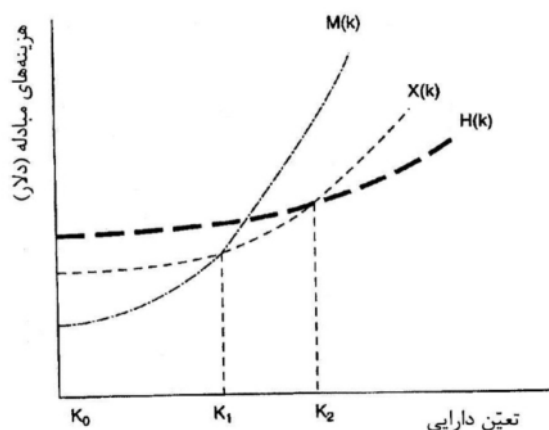
مطابق نظر کوز، به دلیل زیاد بودن هزینه سازوکار قیمت‌ها - برای سازمان‌دهی تولید به نحو کارآمد - است که با توسل به مبادلات درون بنگاه، سازوکار قیمت‌ها کنار گذاشته می‌شود. هزینه‌های کاربرد سازوکار قیمت همان هزینه‌های مبادله هستند: «آشکارترین هزینه «سازمان‌دهی» تولید از طریق سازوکار قیمت آن است که باید قیمت‌های مناسب کشف شوند ... هزینه‌های مذاکره و عقد قرارداد جداگانه برای هر معامله در بازار را نیز باید در نظر گرفت» (Coase, 1937: 390-391).

هزینه‌های مبادله‌ای که با سازوکار قیمتی پدید می‌آیند، ممکن است به دلیل افزایش تعداد قراردادهای زیاد شوند. برای کارهایی که بسیار تکرار می‌شوند، ارزان‌تر است که به جای رشته‌ای از قراردادهای مربوط به وظایف جداگانه، قراردادی بلندمدت پیشنهاد شود. مثالی از یک قرارداد بلندمدت، همان قرارداد استخدامی است که با شرایط نامشخص به اجرا درمی‌آید (Simon, 1991: 31).

کارکنان توافق می‌کنند که در طول دوره قرارداد، آنچه را که فرمان داده می‌شود انجام دهند ... [یکی از دلایل] وجود قراردادهای کامل نشده آن است که اقدامات را در دنیای نامطمئن، باید مطابق با شرایط و بدون صرف وقت برای مذاکره انجام داد. هر نفر از کارکنان در ازای تصمیم‌گیری ویژه درباره عدم اطمینان موجود در هر اقدام در موقع مقتضی - صرف نظر از حضور یا عدم حضور کارفرما - دستمزد دریافت می‌کند. دلیل پنهان در گماردن کارگران بنگاه آن است که واگذاری وظایف به کارگران از راه فرمان دادن، آسان‌تر از شیوه قیمت‌ها (بازار) است. قرارداد بستن با نیروی کار نه تنها هزینه‌های جست‌وجو و عقد قرارداد، بلکه هزینه‌های دستمزدی را نیز کاهش می‌دهد زیرا کارگران در ازای امنیت شغلی خود، دستمزد کمتر را قبول می‌کنند (کادر ۷-۳ را مطالعه کنید).

در رویکرد مذکور، وقتی پای قراردادها در میان باشد، بنگاه چیزی بیشتر از شبکه قراردادهاست. آنچه در مورد ساختار اداره سلسله‌مراتبی واقعاً منحصربه‌فرد است، انطباق آن با تغییراتی است که تحت تأثیر دستور انجام می‌گیرد. وجود دستور به‌مثابه یک سازوکار اداره امور، به آن معناست که مقام صاحب قدرت، در اختصاص منابع مصمم

است. در رویکرد اقتصاد هزینه مبادله، بازارها نمی‌توانند به‌درستی جای بنگاه را بگیرند زیرا هزینه‌های مبادله عقد قرارداد در بازار، بیشتر از هزینه‌های روابط سلسله‌مراتبی و اقتدار [مدیران] است.



Source: Williamson, 1996: 108; Ménard, 2004: 369.

شکل ۶-۱ دامنه کار بنگاه

تخصیص منابع از سوی مقام صاحب قدرت هنگامی کارآمدتر می‌شود که تعیین دارایی زیاد باشد. این موضوع در مواردی صادق است که محصول توسط عوامل کاملاً تخصصی عرضه شود (فصل سوم). هرچقدر تعیین دارایی‌ها در تولید محصولی بیشتر باشد، احتمال آنکه محصول در بنگاه تولید شود و از بازار خریداری نشود، زیاد است زیرا ضمانت‌کاری این‌گونه سرمایه‌گذاری‌ها مستلزم تمهیدات اضافی است. با این حال همان‌طور که در فصل پنجم دیدیم، زیاد بودن تعیین دارایی ممکن است موجب وضعیت اسارت شود. حفاظت از خود در برابر این رفتار مستلزم پذیرفتن هزینه‌های مبادله است. در این موارد، اغلب ادغام عمومی (سلسله‌مراتب) جای معاملات از طریق بازار را می‌گیرد. در کادر ۷-۵ این جانشینی را در مثال معروف بدنه‌سازی فیشر مشاهده کردیم. هزینه‌های اجرایی اداره یک بنگاه، با منافع کاهش فرصت‌طلبی‌ها به دلیل وجود دستور - جبران می‌شوند. در شکل ۶-۱

این وضعیت برای آن مبادلاتی رخ می‌دهد که تعیین دارایی در آنها به بیش از K_2 می‌رسد. میزان تعیین دارایی یکی از عوامل تعیین‌کننده هزینه‌های مبادله و تکرار مبادلات است. وقتی تعیین دارایی زیاد است، بنگاه نمی‌تواند روشی کارآمد (به حداقل‌رساننده هزینه‌ها) برای سامان دادن به مبادلات گاه‌وبیگاه باشد. در چنین شرایطی شاید بازار، بهتر نیازهای بهینه مبادله را برآورده سازد. هنگامی که تعداد مبادله با یک شریک زیاد است و ادغام می‌تواند هزینه‌های حفاظتی و سایر هزینه‌های عقد قرارداد را کم کند، بهتر است مبادلات را در قالب بنگاه وارد کنیم مانند فصل پنجم نگاهی دقیق‌تر به چهار شرط نهادی خواهیم انداخت که بر انتخاب ساختار سازمان‌دهی اثر می‌گذارند: سازمان قانون قراردادها، حقوق مالکیت، آثار حسن شهرت و مخاطره. هزینه‌های مبادله در بنگاه‌ها ممکن است به چند دلیل کمتر باشد:

- به دلیل قدرت دستور: خصیصه ضمنی بودن قراردادهای استخدامی به آن معناست که از قبل درباره جزئیات همه امور تصمیم‌گیری نمی‌شود. بنابراین قدرت مدیران ارشد در سلسله‌مراتب می‌تواند به شکل کارآمد مطابق با تعدیلات لازم و وابسته به تغییر شرایط به کار گرفته شود؛
- اگر حقوق مالکیت به‌جای مبادلات بازار از راه نظارت‌های اجرایی (نظارت، پاداش‌های شغلی و جریمه‌ها) بهتر مورد حفاظت قرار گیرد؛
- در نتیجه حسن شهرت مدیران (که اگر مفید واقع شود، هزینه‌های نظارت را کاهش می‌دهد)؛ و اینکه سلسله‌مراتب برای حل‌وفصل برخی مخاطرات، بهتر از بازار آمادگی دارد؛ یک بنگاه می‌تواند برخی نهادهای خاص را تولید کرده، از خطر نوسانات عرضه بازار اجتناب کند.

۶-۱-۴-۱ نظام قانون قراردادها

در فصل سوم قراردادهای رابطه‌ای را معرفی کردیم که در بنگاه‌ها غالب هستند. درون یک بنگاه، می‌توان از قراردادهای ناقص استفاده کرد زیرا مدیران در صورت وجود پشتوانه‌های لازم، از قدرت صلاح‌دیدی برای تصمیم‌گیری درباره چگونگی تنظیم مفاد قرارداد با نیروی کار برخوردارند. این وضعیت به دلیل امکان حل‌وفصل اختلاف‌نظرها در همان محدوده بنگاه و عدم مراجعه به دادگاه، موجب صرفه‌جویی در هزینه‌ها می‌شود.

شکلی از قانون قراردادها را که در سلسله‌مراتب شایع است، عدم تعقیب^۱ می‌نامند. بدین معنا که قضاات دادگاه‌ها معمولاً از صدور حکم خودداری می‌کنند و بخش اعظم تصمیم‌گیری‌ها را (در موارد بروز مناقشه) برعهده عوامل (مدیران) بنگاه می‌گذارند: «دادگاه‌ها به‌طور معمول اگر اختلاف‌نظری درباره قیمت‌ها، خسارت‌های مربوط به تحویل [کالا]، مشخصات کیفی و نظایر آن مطرح باشد، به بنگاه‌ها حق حضور در دادگاه می‌دهند، ولی از استماع شکایت‌های بین شعب درونی بنگاه‌ها در مورد موضوعات مشابه خودداری می‌کنند. با توجه به عدم امکان دسترسی گروه‌ها به دادگاه، آنها باید اختلاف‌های بین خود را درون بنگاه حل‌وفصل کنند. به این ترتیب، سلسله‌مراتب برای دادگاهی است که فرجام‌نهایی نیز به‌دست اوست (Williamson, 1991: 274). البته همه اختلاف‌نظرهای درون بنگاه از نوع فنی نیستند. باین حال حتی درباره اختلاف‌نظرهای کارکنان نیز فرض می‌شود این اختلاف‌ها را می‌توان درون بنگاه‌ها حل‌وفصل کرد.

۲-۴-۱-۶ حقوق مالکیت

حقوق مالکیت مختلف درون بنگاه‌ها نه تنها به‌دلیل افزایش بهره‌وری ناشی از تخصصی شدن و کار گروهی، بلکه به‌دلیل صرفه‌های به مقیاس در هزینه‌های مبادله، باهم یکی می‌شوند (Alchian, 1991). در بنگاه‌ها آمیختگی حقوق مالکیت از طریق مسئولیت محدود آسان می‌شود. مفهوم مسئولیت محدود^۲ - برخلاف مسئولیت کامل^۳ (تام) که در آن یک سهام‌دار (به‌طور کلی سهام‌دار یا مالک) شخصاً از محل کار، ثروت و اموال خود، مسئول بدهی‌های بنگاه است - متضمن آن است که اگر یک شرکت به ورطه بدهی بیافتد، سهام‌داران را نمی‌توان مسئول خسارتی بیش از ارزش سهم آنان دانست. در این حالت، مالکان حقوق مالکیت به ثروت سایر مالکان دارایی‌ها وابسته نیستند و به‌دلیل اشتباهات دیگر مالکان یا مدیران اجرایی خسارت نمی‌پردازند. پس آنها کمتر در چنین سرمایه‌گذاری‌های مشترکی دچار تردید می‌شوند (حتی اگر سایر سهام‌داران را نشناسند).

1. Forbearance
2. Limited Liability
3. Full Liability

۳-۴-۱-۶ آثار حسن شهرت

وقتی کارفرمایی با یکی از کارکنان خود از یک قرارداد نیروی کار استفاده می‌کند، هرکدام از خود می‌پرسند که آیا باید به این رابطه استخدامی وارد شود یا خیر؟ اوکان تمایز بین دو دسته از بنگاه‌هایی را توضیح می‌دهد که یکی به سرمایه‌گذاری در ایجاد تعهد بین کارگران اهمیت می‌دهد و دیگری از این انگیزه برخوردار نیست (Okun, 1981). هر دو بنگاه، مدیریت کارکنان خود را به حد بهینه می‌رسانند اما شیوه هرکدام با دیگری فرق دارد. بنگاه‌هایی که به تعهد کارکنان خود علاقه‌ای ندارند، «راهبرد نیروی کار موقتی»^۱ را انتخاب می‌کنند که در این بنگاه‌ها کارگران کم‌مهارت، بدون تلاش‌های پرهزینه در غربالگری آنان، برای وظایف ساده استخدام می‌شوند و علاوه بر پرداخت دستمزد پایین به این کارگران، می‌توان آنها را به‌سادگی اخراج کرد. اما بنگاه‌هایی که به حس تعهد در کارکنان خود علاقه دارند، «راهبرد شغلی»^۲ را انتخاب کرده، به سرمایه‌گذاری برای جذب و نگهداری کارکنان (ماهر) اقدام می‌کنند. در این راهبرد کارگران از فرصت کسب تخصص، دریافت دستمزد زیاد و دورنمای یک رابطه بلندمدت برخوردار می‌شوند. به‌نظر ویلیامسون: «اگر آثار حسن شهرت داخلی تقویت شود، فرصت‌طلبی مدیران کاهش یافته و هزینه‌های اداره سلسله‌مراتبی کم می‌شود» (Williamson, 1991: 291).

(تا حدی) بسته به گزینه‌های مختلف در بازار نیروی کار بیرونی است، که یک کارفرما یا مستخدم، با نقض مفاد قرارداد نیروی کار متضرر می‌شود. این موضوع را می‌توان برحسب تعین دارایی و خطر وضعیت اسارت توضیح داد. اگر شخص استخدام شده به سرمایه‌گذاری‌های هنگفت از نوع ویژه آن مبادله اقدام کرده و نتواند به‌آسانی در جای دیگری کار پیدا کند، ممکن است کارفرما او را در سیطره خود بگیرد. همچنین احتمال دارد فرد استخدام شده، کارفرمای خود را که برایش سرمایه‌گذاری کرده است، با تهدید به استعفا، در تنگنا قرار دهد. راه‌حل معضل اسارت آن است که تضمین‌های اطمینان‌بخش به‌صورت صریح یا ضمنی در قرارداد آورده شود. تا وقتی کارفرما برای خود حسن شهرتی دست‌وپا نکرده باشد، باید شرایط استخدامی خود را به‌تفصیل بیان کند تا بتواند کارکنانی

1. Casual Labor Strategy

2. Career Strategy

شایسته جذب کند. هرچقدر تعداد مشخصه‌های تصریح شده در قرارداد بیشتر باشد، هزینه‌های مبادله نیز بیشتر می‌شود. باید پرسید آیا کارفرما سرمایه‌گذاری در حسن شهرت خود را ارزشمند تلقی می‌کند یا خیر؟ برای بنگاه‌های «کلاهدار»، که مدت کوتاهی ظاهر و سپس ناپدید می‌شوند، آثار حسن شهرت چندان اهمیتی ندارند (شاید چون آنها شغل ثابتی ایجاد نمی‌کنند یا مکان استقرار دائمی ندارند). اما شاید بنگاه‌های «معتبرتر» هم لازم ندانند برای حسن شهرت خود سرمایه‌گذاری کنند زیرا این کار هزینه‌ساز است. همان‌طور که در فصل سوم گفته شد، در توافق‌های ضمنی بین کارفرما و کارکنان فرض می‌شود که هر دو طرف، مطابق با روال قرارداد استخدامی (ناکامل) عمل می‌کنند زیرا این کار به نفع هر دوی آنان است. اگر آنها نتوانند همسو با این توافق‌های ضمنی حرکت کنند، فرصت‌های شغلی مستخدم به خطر می‌افتد. حسن شهرت کارفرما نیز در معرض خطر بوده، حفظ کارکنان فعلی و استخدام کارکنان جدید برای وی دشوار می‌گردد. پس شرکت می‌تواند «حسن شهرتی برای خود دست‌وپا کند که هم بر شمار مشتریان مشتاق بیافزاید و هم میزان رویگردانی مشتریان را کاهش دهد» (Okun, 1981: 81).

کادر ۲-۶ مک‌دونالدز^۱ و لغت‌نامه انگلیسی آکسفورد

مک‌دونالدز - غول غذاهای آماده - در سال ۲۰۰۷ به موضوع خبرها تبدیل شد: مک‌دونالدز سعی می‌کرد تعریف لغت «مک‌جاب»^۲ را از لغت‌نامه انگلیسی آکسفورد خارج کند. لغت‌نامه، مک‌جاب را شغلی تعریف می‌کند که دستمزد اندک و وجهه اجتماعی حقیری دارد و آینده‌ای برای آن متصور نیست. توصیف این لغت در حال حاضر علی‌رغم سرخوردگی برای مک‌دونالدز تا حد زیادی پذیرفته شده است. خود مک‌دونالدز بود که در دهه ۱۹۸۰ این واژه را برای توصیف خط‌مشی قطعی شرکت در حوزه ایجاد کار برای افراد معلول ساخته بود. مک‌دونالدز در جدال خود برای جبران معنای سوء این واژه، یک فعالیت تبلیغاتی را در انگلستان به راه انداخت تا برداشت ذهنی جامعه نسبت به نام تجاری خود را تغییر دهد. «مک‌جاب» باید به «مک‌پراسپکت» [به معنای آینده موفق مک] تبدیل شود (Lamont, 2007). به‌نظر می‌رسد مک‌دونالدز ارزش زیادی برای ارتقای حسن شهرت خود - در میان کارکنان و سایر ذی‌نفعان در آن شرکت - قائل است.

1. Mc Donalds
2. Mc Job

یک کارفرمای خوش‌نام علاوه بر کارکنان باتجربه باید کارگرانی نیرومند نیز داشته باشد که در ارتقای بهره‌وری مؤثر باشند. علاوه بر این، خوش‌نامی یک بنگاه در بازار نیروی کار علامتی برای سهام‌داران (بالقوه) است که بنگاه را همانند یک سرمایه‌گذاری مطمئن تصور کنند. همچنین نشانه‌ای برای مشتریان (بالقوه) است که بنگاه به ارائه محصولات کاملاً مرغوب می‌پردازد. توصیف اهمیت حسن شهرت را در کادر ۲-۶ مطالعه کنید.

۴-۱-۴-۶ مخاطره

وابستگی به بازارها با مخاطره همراه است. این مخاطرات از چند منبع نشئت می‌گیرند: اقدامات رقبا، تقاضا یا نهاده‌ها. اقدامات سایر بنگاه‌های رقیب بر سهم بازار و سود شرکت اثر می‌گذارد و با اقدامات رقابتی متقابلی همچون تعدیل قیمت‌ها، افزایش هزینه‌های بازاریابی، کاهش هزینه‌های بنگاه، تلاش برای نوآوری و مواردی از این قبیل همراه است. همچنین اقدامات ممکن است به افزایش تجمیع بازار یعنی ادغام از راه تملک سایر بنگاه‌ها همراه شود. تملک بنگاه، با خرید اکثریت سهام قابل خرید و فروش آن شرکت انجام می‌پذیرد. بنگاهی که تملک می‌گردد، «بلعیده می‌شود». تملک بنگاه با ادغام فرق دارد؛ ادغام همواره بین دو بنگاه در جایگاهی برابر و معمولاً با رضایت متقابل انجام می‌گیرد و موجب تشکیل بنگاهی جدید می‌شود.

تقاضا، از انواع دیگر مخاطرات است که امکان دارد موجب افزایش هزینه‌ها و اقدامات بازاریابی و فروش شود. از این رو این مخاطره را به‌سختی می‌توان اداره کرد. همچنین مخاطره (هزینه) نهاده‌ها وجود دارد. ممکن است قیمت‌ها و عرضه نهاده‌ها به‌شدت کم و زیاد شود. این مخاطره را نیز به‌سختی می‌توان مهار کرد زیرا بنگاه‌ها اغلب احاطه کمی بر تأمین‌کنندگان نهاده‌های خود دارند. در این شرایط ممکن است تصمیم به تولید نهاده‌ها در بنگاه گرفته شود. همه این مخاطرات محیطی را باید به مخاطرات منحصربه‌فردی اضافه کرد که یک بنگاه در اداره کسب‌وکار خود با آن روبه‌روست. مخاطرات ویژه هر بنگاه می‌تواند از تغییرات درونی مانند ورود به بازار جدید، تملک یک بنگاه دیگر یا تغییر در انتصاب مدیران ارشد ریشه بگیرد. بنگاه‌ها همچنین در زمان اجرای تغییر در فنون تولید یا شکل سازمان‌دهی نیز با خطر روبه‌رو می‌شوند. چنین مخاطراتی را می‌توان با تحقیقات و تدارک اطلاعاتی کاهش داد.

بنابراین مخاطرات می‌توانند بر بنگاه‌ها یا محصولات مشخص (بسته به اوضاع رقابتی، تقاضای ویژه آن بنگاه، قیمت‌های نهاده‌های خاص آن بنگاه و ...) اثر گذارد یا تعدادی از بنگاه‌ها و محصولات یا همه بنگاه‌ها و محصولات را تحت تأثیر قرار دهد. یکی از مصادیق مورد آخر (تأثیر بر همه بنگاه‌ها یا محصولات) نزول (صعود) چرخه کسب‌وکار است که تأثیری نامطلوب (مطلوب) بر تقاضای تقریباً همه کالاها می‌گذارد. مثال دیگر در این زمینه آب‌وهواست که تقریباً بر همه محصولات کشاورزی در یک زمان و مکان اثر می‌گذارد. بنگاه‌ها در همه این موارد، با واگذاری تصمیم‌گیری به مدیران درباره بهترین روش برخورد، با شرایط موجود خود را با مخاطرات وفق می‌دهند. البته از همه افراد شاغل در یک بنگاه خواسته نمی‌شود که در فرایند تصمیم‌گیری شرکت کنند زیرا این کار خیلی وقت‌گیر (ناکارآمد) است و چندان اثربخش نیست. مدیران ارشد، به لطف قدرت دستور، می‌توانند به سرعت به آشفتگی‌ها واکنش نشان دهند.

۶-۱-۴-۵ خلاصه

مشخصات سلسله‌مراتب از رویکرد هزینه مبادله در جدول ۶-۲ آمده است.

جدول ۶-۲ سلسله‌مراتب و مشخصات شرایط نهادی اصلی آنها

عام تا نیمه‌متعین	تعین داریی شرایط
عدم تعقیب (عقد قرارداد رابطه‌ای)	نظام حقوق قراردادها
مالکیت مشترک و مسئولیت محدود	حقوق مالکیت
کاهش رفتار فرصت‌طلبانه مدیران	آثار حسن شهرت
انطباق از راه دستور	مخاطره

۶-۲ رویکرد ایستا به منافع بنگاه‌ها

رویکردهای نئوکلاسیک، شبکه قراردادها و هزینه‌های مبادله درباره بنگاه‌ها، همگی بر کارایی تأکید می‌کنند. باین حال وجود منافع موجب کاهش فایده این انواع «آرمانی» تحلیل‌ها می‌شود. وقتی اندازه یک بنگاه بزرگ به دلیل ادغام‌هایی که صرفه‌های به مقیاس را ممکن

می‌کنند، بزرگ می‌شود، مالکیت بنگاه از مدیریت آن تفکیک می‌شود. این تفکیک مشکلات عملیتی پدید می‌آورد که در ادامه به آنها خواهیم پرداخت. در اقتصاد هزینه مبادله به‌اندازه کافی به این مشکلات توجه نمی‌شود زیرا فرض می‌شود که سلسله‌مراتب درون بنگاه، منابع را به‌طور کارآمد تخصیص می‌دهد. هزینه‌های عملیاتی ایجاد شده به‌دلیل تفکیک مالکیت از مدیریت سرمایه، در ساختارهای مختلف اداره شرکت‌ها باهم فرق دارد. در این حوزه به الگوی آنگلو ساکسون و الگوی اروپای غیرانگلستان پرداخته‌ایم.

از دیگر موارد محدودیت رویکردهای کارایی، تجمع بنگاه‌ها از راه ادغام شدن می‌باشد. ایجاد موقعیت غالب در بازار و هزینه‌های مرتبط با آن را در ادامه شرح می‌دهیم.

۱-۲-۶ تفکیک مالکیت از مدیریت

حتی آدام اسمیت هم در سال ۱۷۷۶ توانسته بود مشکلات عاملیتی احتمالی در بنگاه‌هایی را که به تفکیک مالکیت و مدیریت پرداخته‌اند، شناسایی کند:

«مدیران ... شرکت‌ها [ی سهامی]، مدیران پول مردم و نه پول خود هستند و نمی‌توان انتظار داشت آنها با همان هوشیاری وسواس‌گونه‌ای به مراقبت از آن سرمایه بپردازند که شرکای یک شرکت خصوصی به نظارت بر سرمایه‌های خود می‌پردازند. آنان همانند مباشرهای یک فرد ثروتمند آماده‌اند به موضوعات کوچکی بپردازند که ممکن است به افتخار و احترام ارباب آنان مربوط باشد و بدون تردید خود را در آن افتخار سهیم می‌دانند. بنابراین در اداره امور چنین شرکتی، همواره افراط و تفریط، کم‌وبیش وجود خواهد داشت» (Smith, 1776: 700).

مالکیت شرکت‌های امروزی علاوه بر تفکیک مالکیت و مدیریت، گمنام شده و مشکلاتی را پدید آورده است. مثلاً چگونه تعداد زیادی سهام‌دار می‌توانند اقدامات خود را هماهنگ کرده و مدیران را ناچار به حداکثرسازی سود (از راه کسب آگاهی‌های بیشتر) کنند؟ سهام‌داران معمولاً یک گروه بسیار بزرگ و پراکنده‌اند. این ویژگی ممکن است به‌صورت سواری مجانی بروز کند. تلاش‌های فردی برای نظارت بر کارهای مدیران (تصمیم‌گیرندگان در بنگاه)، اگر اصلاً ممکن باشد، به سود دیگر سهام‌داران هم است و به همین دلیل برخی از آنان این انگیزه را پیدا می‌کنند که از نظارت دست بکشند. در چنین

شرایطی سهام‌داران به‌عنوان یک گروه نخواهند توانست به‌درستی بر تصمیمات بنگاه نظارت کنند. به‌این‌ترتیب احتمال دارد سهام‌داران بازده اندکی بابت سرمایه خود دریافت کنند که صرفاً برای راضی کردن آنان کفایت کند و بقیه سود به جیب مدیران برود. عدم هماهنگی بین سهام‌داران باعث می‌شود که مقابله با این وضعیت، دشوار یا غیرممکن باشد. برل و مینز (۱۹۴۷) در تحقیق معروفشان دریافتند که تفکیک مالکیت از مدیریت ممکن است یکی از این سه پیامد را به دنبال داشته باشد:

۱. ممکن است مدیران به هیئت امنایی تبدیل شوند که به نمایندگی از سهام‌داران منفعل، به‌دقت مورد نظارت قرار گیرند. این وضعیت اثری نامطلوب بر ابتکار عمل آنها می‌گذارد.

۲. امکان دارد مدیران شرکت را مطابق منافع خود اداره کنند. وقتی گروه حاکم بر شرکت از سلطه محض برخوردار باشند: «جرگه‌سالاری^۱ در آن شرکت پدید می‌آید که احتمال دارد به ورطه غارت شرکت نیز بیافتد» (Berle and Means, 1947: 355).

۳. شرکت امروزی انحصاراً در خدمت منافع مالک منفعل یا در خدمت منفعت محض مدیران فعال قرار می‌گیرد. به عبارتی نوعی شرکت سرمایه‌داری پدید می‌آید که شاید با سرمایه‌داری در الگوی اروپای غیرانگلستان منطبق باشد. دو گزینه نخست، پیامدهای نظری برای تفکیک مالکیت از مدیریت در جامعه سرمایه‌داری هستند. در گزینه سوم مدیران باید منافع دیگر ذی‌نفعان بنگاه اعم از کارکنان، سهام‌داران یا مصرف‌کنندگان را مدنظر داشته باشند. نحوه در نظر گرفتن منافع گروه‌های مختلف به شکل موفقیت‌آمیز را در ادامه بررسی خواهیم کرد.

۱-۲-۱-۶ انگیزه‌ها

در شرکت‌های بزرگ‌تر که مالکان به اداره کسب‌وکار نمی‌پردازند، بلکه سهام‌داران دور از شرکت هستند، نه فقط اطمینان یافتن از همسویی اقدامات کارکنان با منافع مالکان، بلکه چگونگی حصول اطمینان از وجود همین ویژگی در مدیران نیز ضروری است. در بنگاه با مسئولیت محدود، سهام‌داران را می‌توان همانند کارفرما و مدیران ارشد را

(که هیئت‌مدیره اداره‌کننده شرکت هستند) به‌مثابه کارگزار محسوب کرد. در مراتب پایین‌تر، مدیران را می‌توان به‌منزله کارفرما (عمل‌کننده به نفع مالکان) و کارکنان را به‌مثابه کارگزار به حساب آورد. سهام‌داران قراردادهایی با مدیرانی به امضا می‌رسانند که مسئول اخذ تصمیمات صلاح‌دیدی مهم هستند. در مقابل مدیران بنگاه نیز قدرت صلاح‌دید (تصمیم‌گیری با استقلال عمل) را به کارکنان رده پایین‌تر می‌سپارند. مسئله مهم آن است که چگونه می‌توان عوامل مختلف در بنگاه را برانگیخت تا از عدم تقارن اطلاعات به نفع خود سوءاستفاده نکرده و به ضرر کارفرمایان بنگاه کار نکنند.

در فصل سوم گفته شد که خصیصه بنگاه، ضعف انگیزه‌های کارگزاران برای عمل کردن طبق منافع کارفرماست که از لحاظ نظری با اقدامات نظارتی و ضمانت‌های اجرایی یا با اعطای پاداش به عواملی که مطابق اهداف بنگاه کار می‌کنند، عملی می‌شود. اگر هزینه‌های نظارت و ضمانت اجرا بیشتر از هزینه‌های پاداش دادن به کارگزاران باشد، واضح است پاداش دادن همان گزینه مناسب است.

انگیزه‌های سازنده عبارت‌اند از پاداش‌های مالی، تشویق یا تحسین. انگیزه‌های بازدارنده می‌تواند شامل تنزل مقام یا عزل باشد. به‌طور کلی پدید آوردن انگیزه رفتار صحیح در هر کارگزار، ارزان‌تر از نظارت بر اوست. باین‌حال انگیزه‌ها همیشه به‌اندازه‌ای که مدیران دوست دارند، اثربخش نمی‌شوند. کارگزاران امکان دارد در جایگاهی باشند که از قدرت پیگیری راهبرد منافع شخصی برخوردار شوند. مثلاً اگر آنها اطلاعات لازم برای اجرای نظارت را تهیه کنند، ممکن است حساب‌برسان را فریب دهند.

الف) مدیران

مدیران اولین دسته از کارگزارانی هستند که ممکن است به ارزش حقوق مالکیت مالکان لطمه بزنند. آنها چگونه انگیزه‌های مناسب برای به حداکثر رساندن ثروت مالکان (سهام‌داران) پیدا می‌کنند؟ برای پرداختن به این مخاطره، چند سازوکار انضباطی به‌منظور احاطه یافتن بر رفتار مدیران وجود دارد که از تنبیهات ایجابی تا سلبی را دربرمی‌گیرد (Shleifer and Vishney, 1997).

سه مورد از این سازوکارها را به‌اختصار شرح می‌دهیم. پرداختی انگیزشی، ابزارهای نظارتی و فشارهای بیرونی. قراردادهای انگیزشی بسیار متداول‌اند و سهمی شدن در حقوق

باقی‌مانده اختیار^۱ (فصل سوم) را شامل می‌شوند. با واگذاری سهام به مدیران می‌توان امیدوار بود که آنان نیز از انگیزه کافی برای کار کردن مطابق منافع سهام‌داران برخوردار شوند زیرا در منافع بنگاه سهیم می‌شوند. البته لازم به ذکر است که مثال‌های متعددی از دنیای واقعی وجود دارد که مدیران علی‌رغم برخورداری از چنین مزایایی فرصت‌طلبانه عمل کرده‌اند. در سال‌های اخیر، مدیران ارشد اجرایی انرون (ایالات متحده)، ای هلد (هلند) و پارمات (ایتالیا) همگی مطابق قراردادهایی کار می‌کردند که شامل یک یا چند مورد پرداختی تشویقی بود، ولی همه مدیران وسوسه شدند که با توسل به شیوه‌های غیرقانونی به درآمدهای خود اضافه کنند و به این ترتیب افتضاحات حسابداری پدید آوردند. از سویی اگر پرداختی تشویقی به شکل صحیح اجرا شود، منافع مالکان و مدیران همسو می‌شود، به طوری که مالکان می‌توانند در هزینه‌های نظارت صرفه‌جویی کنند.

با این حال نظارت، به‌ویژه در شرکت‌های بزرگ با سرمایه‌گذاری مشترک همچنان لازم است. بدین دلیل انواع پایش (تمهیدات نظارتی)^۲ را می‌توان از حسابرسی‌های درونی و گزارش‌دهی اجباری در جلسات سهام‌داران، تا حسابرسی‌های بیرونی اجباری و دیگر شکل‌های حفاظت قانونی از منافع سهام‌داران (مثلاً حق رأی یا حق مراجعه به دادگاه) به کار گرفت. سهام‌داران می‌توانند در این مورد که یکی از نمایندگان آنها، به‌عنوان عضو (غیراجرایی) هیئت‌مدیره باشد تصمیم‌گیری کنند. این کار هزینه‌های نظارت را کم کرده و می‌تواند به حداکثر کردن سود سهام‌داران کمک کند. هیئت‌های نظارتی سازوکار انضباطی دیگر هستند (عنوان ذی‌نفعان درون بنگاه‌ها در شکل ۳-۶ آمده است). فاصله اعضای این هیئت‌ها (حداقل در اروپای غیرانگلیسی) از بنگاه، بیش از مدیران است و این ویژگی ممکن است نوعی ضعف (احتمالاً نظارت برای بیرونی‌ها دشوارتر می‌شود) یا قوت (چون می‌توانند منصفانه‌تر برخورد کنند) برای آنان باشد.

مدیران را می‌توان با فشارهای بیرونی^۳ منضبط کرد. تا وقتی شرکتی به‌خوبی اداره شود، مدیریت با افزایش مداوم یا رو به رشد قیمت‌های آن در بازار سهام و با افزایش یا ثبات سهم آن از کالاهای بازار روبه‌رو می‌شود. علاوه بر این تحلیل‌گران متخصص نیز

1. Residual Control Rights
2. Monitoring Devices
3. Outside Pressures

گزارش‌های انتقادی درباره عملکرد شرکت منتشر می‌کنند. اگر شاخص‌های مذکور مورد انتظار نباشد، علامتی است که ضعف عملکرد گروه مدیریت را نشان می‌دهد؛ در نتیجه ممکن است مدیران شغل خود را از دست بدهند. مالکان یا ناظران بنگاه مذکور می‌توانند (در صورتی که بازار نیروی کار رقابتی برای مدیران ارشد وجود داشته باشد) مدیران را عوض کنند یا ممکن است مدیران در نتیجه ادغام یا تملک بنگاه عوض شوند (اگر بازار کارآمدی برای نظارت بر شرکت‌ها وجود داشته باشد).

افتضاحات و بحران‌های مداوم مالی در سال‌های اخیر نشان داده که اقدامات نظارتی همیشه کامل و اثربخش نیستند. در اغلب شرکت‌های بزرگ، مجموعه‌ای از ضوابط رفتاری وجود دارد تا رفتار اخلاقی را ترویج کند، حسابرسی درونی و اصول حسابداری را به کار گیرند و به مدیران ارشد اجرایی، سهام ممتاز ارائه شود. کلاهبرداری‌های بزرگ شرکت‌ها که با آغاز قرن بیست‌ویکم آشکار شد (انرون، ورلدکام، تایکو^۱ و ...) و بحران بانکی که در سال ۲۰۰۸ آغاز شد، نشان داد که نظارت‌های درونی نتوانسته است آن‌گونه که ذی‌نفعان و سرمایه‌گذاران انتظار داشته‌اند، اثربخش باشد. هم‌اکنون مدیران در نظام بانکی به قدرت غالب تبدیل شده‌اند و قادرند از موقعیت خویش به نفع خود و به ضرر سهام‌داران استفاده کنند. چون بازارها بدون نهادهای پشتیبان حقوق مالکیت کامل، به عملکرد کارآمد قادر نمی‌باشند، نهادهای دیگری لازم است تا اعتماد عمومی را مثلاً در بازار سهام برقرار کنند. باین‌حال مشخص شده که اداره و ضمانت اجرای چنین نهادهایی فراتر از حدود آن بنگاه‌هاست. بنابراین شاید مداخله دولت لازم باشد (بخش چهارم کتاب).

ب) کارکنان

دومین دسته از عواملی (کارگزاران) که شاید اثری نامطلوب بر ارزش حقوق مالکیت مالکان داشته باشند کارکنانی هستند که توسط مدیران هدایت می‌شوند. میزان خسارت‌ها بازهم به اثربخشی طرح‌های انگیزشی یا سازوکارهای انضباطی موجود برای کارکنان بستگی دارد. ممکن است کارکنان دستمزد ثابت، دستمزد متغیر یا ترکیبی از آن دو را دریافت کنند. اکثر مردم دوست دارند که دستمزد ثابت بگیرند ولی در بسیاری از کشورها

مؤلفه‌های متغیری را در دستمزد گنجانده‌اند و این شیوه روز‌به‌روز بیشتر طرف‌دار پیدا می‌کند. گمان می‌شود که اگر دریافتی افراد تا حدی به تلاششان بستگی داشته باشد، تشویق می‌شوند تا بیشتر کار کنند. قبلاً در بحث حقوق مالکیت گفته شد که مشکل؛ اغلب مربوط به دشواری در تخمین دقیق سهم هر شخص از کل تلاش‌ها (ی گروهی) مربوط است. در نتیجه نه کارگر و نه مدیر وی هیچ‌کدام مطمئن نیستند که دستمزد دقیق پرداخت شده است. اگر ناظر مستقیم کارگران به‌درستی دستمزد تلاش کارگران را ندهد، این تصور منجر به کم‌کاری یا کاهش انگیزه کارگران می‌شود (که آن هم به‌نوبه خود دوباره منجر به کم‌کاری خواهد شد).

یک انگیزه غیرنقدی برای همسو کردن منافع کارکنان با منافع دیگر ذی‌نفعان در بنگاه، فراهم آوردن مجال اظهارنظر در مورد خط‌مشی شرکت است. این رویه به اعطای حقوق مشارکت یا هم‌تصمیمی^۱ معروف است. در بسیاری از کشورهای اروپای غیرانگلستان، هم‌تصمیمی از راه به‌اصطلاح شوراهای کار^۲ از لحاظ قانونی اجباری است، هرچند میزان جامع بودن آن بین کشورها بسیار باهم فرق دارد. شوراهای کار در هلند و آلمان از کامل‌ترین حقوق برخوردارند. مدیران موظف‌اند از شورا مشورت بخواهند و حتی قبل از تصمیم‌گیری درباره موضوعات مهم اجتماعی - اقتصادی، به‌ویژه آنهایی که بر شرایط شغلی کارگران اثر می‌گذارد، رضایت آن شورا را جلب کنند.

در این شیوه گمان می‌شود اگر درباره موضوعات مربوط به محیط یا شرایط کار با کارکنان مشورت شود و به نظرهای آنان توجه گردد، تعهد آنها نسبت به شرکت زیاد شده و بهره‌وری آنان ارتقا می‌یابد (Freeman and Lazear, 1995). افزایش اعتماد، کارگران را به سرمایه‌گذاری سرمایه انسانی خود در بنگاه مشتاق‌تر کرده، به‌این‌ترتیب تعین‌داری آنان را زیاد می‌کند. آنان به‌دلیل حقوق مشارکت مطمئن می‌شوند که قربانی وضعیت اسارت نخواهند شد. درعین‌حال هم‌تصمیمی می‌تواند به‌مثابه ابزاری اضافی برای نظارت کارکنان بر مدیران به‌کار رود زیرا مدیران نسبت به کارگران مدیون هستند. به‌این‌ترتیب یک سازوکار انضباطی جدید شکل می‌گیرد که برای سهام‌داران نیز مفید است (Van den berg, 2004).

1. Participation or Codetermination Rights
2. Works Councils

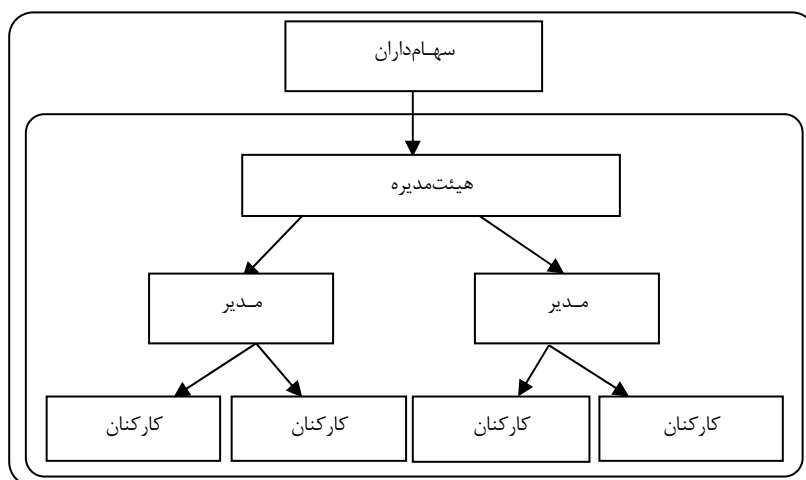
منافع سهام‌داران نه فقط به دلیل پیامدهای رفتار فرصت‌طلبانه مدیران یا کارکنان، بلکه در نتیجه واگرایی اهداف بین سهام‌داران مختلف نیز به خطر می‌افتد. منافع سرمایه‌گذاران به شدت به این بستگی دارد که آیا آنان سهام را برای اهداف سفته‌بازانه تملک کرده‌اند یا خیر و آیا آنها هدف بلندمدت دارند یا خیر. منابع تأمینی که با هدف کسب سود از نوسانات بازار به کار می‌روند، از نوع اول هستند (کادر ۳-۶) و شیوه‌هایی از قبیل کسب بخش قابل ملاحظه سهام یک شرکت به منظور درهم شکستن آن به چند شعبه جداگانه و فروش آن سهام با کسب سود را دربرمی‌گیرند. این شیوه شاید به مذاق کارکنان شرکت‌ها خوش نیاید زیرا به بیکاری منجر می‌شود. دیگر روش‌های تأمینی عبارت‌اند از ایجاد بدهی‌های بزرگ برای یک شرکت که آن را به کسب‌وکاری پرمخاطره تبدیل کند. چنین روشی لزوماً به نفع سایر ذی‌نفعان در آن بنگاه - از جمله کارکنان و مدیران - و سرمایه‌گذاران بلندمدت از قبیل صندوق‌های بازنشستگی و تمامی عوامل دیگری نیست که درصددند تداوم و ثبات را در آن بنگاه حفظ کنند.

کادر ۳-۶ استورک^۱

سهام‌داران شرکت هلندی استورک در اکتبر ۲۰۰۶، مطابق نظر دو سرمایه‌گذار اصلی در آن شرکت به برنامه‌ای رأی دادند که (از نوع منابع تأمینی) شرکت را تقسیم می‌کرد. این سهام‌داران می‌خواستند شرکت مهندسی استورک بر عملیات هوا - فضا تمرکز کرده و شعب کم‌اهمیت‌تر که مستقیماً به این حوزه مربوط نیستند، به فروش رسد. مدیران شرکت سعی کردند با این پیشنهاد مخالفت کنند و گمان می‌کردند قانون شرکت‌ها در هلند پشتیبان آنان است و به مدیران اختیار می‌دهد تا راهبرد شرکت را تعیین کنند. طبق قانون اروپای غیرانگلستان، بنگاه‌ها موظف‌اند منافع ذی‌نفعان را در تصمیم‌گیری‌های خود مدنظر قرار دهند. دادگاه حکم داد که هیئت‌مدیره در مباحث راهبردی تصمیم‌نهایی را اتخاذ می‌کند و نه سهام‌داران. این رویه برخلاف قانون شرکت‌ها در ایالات متحده و انگلستان است که سهام‌داران نفوذ بیشتری دارند. چنین تفاوتی اهمیت محیط نهادی غالب در تعیین پیامدهای اقتصادی را نشان می‌دهد.

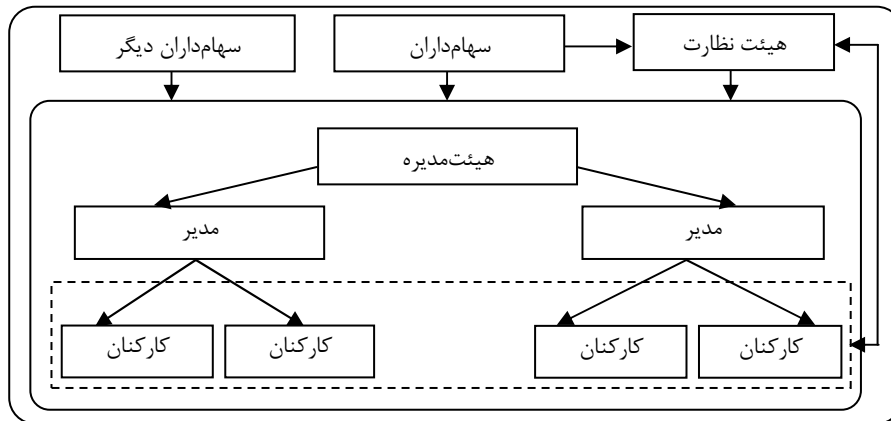
۶-۲-۱-۲ **ذی‌نفعان درون بنگاه: نظام‌های بنگاهداری برای جلوگیری از سوءکاربرد قدرت**
مجموعه نهادهای موجود برای غلبه بر هزینه‌های عاملیت (کارگزاری) یعنی هزینه‌های ناشی از تفکیک مالکیت و اداره امور، باهم نظام ویژه تدبیر شرکتی را تشکیل می‌دهند. این نظام، نحوه مدیریت و نظارت بر شرکت را مشخص کرد که متشکل از: مبانی و اصول راهنمای بنگاه، نظام حسابرسی درونی و بیرونی و نظارت‌های اعمال شده بر فعالیت‌های بنگاه است. در ادامه مبحث به نظام‌های تدبیر شرکتی می‌پردازیم که به ترتیب به دو الگوی آنگلو ساکسون و اروپای غیرانگلستان مربوط هستند.

در الگوی آلمانی آنگلو ساکسون، عمدتاً بر منافع سهام‌داران تأکید می‌شود. این شیوه از تدبیر شرکتی با فرض اینکه همبستگی مستقیم بین قیمت سهام و کارایی مدیریت شرکت‌ها وجود دارد، نه فقط مدیران را منضبط می‌کند، بلکه سهام‌داران را نیز در تصمیم‌گیری‌های خرید یا فروش یک شرکت خاص کمک می‌کند. این شیوه نگرش به اختیارات شرکت‌ها موجب همسویی راهبردهای مدیریتی با منافع سرمایه‌گذاران می‌شود. الگوی منافع سهام‌داران در تدبیر شرکتی، در کشورهایمانند ایالات متحده شایع است (شکل ۶-۲ نمایش ترسیمی از این الگو محسوب می‌شود).



شکل ۶-۲ الگوی آنگلو ساکسون

در این شیوه هیئت‌مدیره به‌مثابه واسطه بین مالکان و مدیران شرکت عمل می‌کند. مسئله مهم آنکه سهام‌داران در نشست سالانه خود اعضای هیئت‌مدیره را با رأی‌گیری انتخاب کرده، خود را به‌جای مالکان شرکت، در جایگاه سرمایه‌گذار ارزیابی می‌کنند: به‌این‌ترتیب مالکیت شرکت که هر یک از سهام‌داران منفرد، تأثیرش در تغییر جهت تصمیم‌های دیگران را بسیار اندک خواهد دید. البته در دیگر نظام‌های تدبیر شرکتی نیز ممکن است منافع دیگر ذی‌نفعان به‌حساب آید. قبلاً گفته شد که در آلمان و چند کشور اروپایی دیگر کارگران در تعیین خط‌مشی شرکت مشارکت می‌کنند. در این کشور کارگران از مجرای شوراهای کار از جایگاه نافذی در تصمیم‌گیری‌ها برخوردارند و مجازند در هیئت نظارت نماینده داشته باشند (شکل ۳-۶).



شکل ۳-۶ الگوی اروپای غیرانگلستان

۲-۲-۶ ادغام‌ها

در این کتاب لغت ادغام را برای توصیف هرگونه تجمع بنگاه‌ها به‌کار می‌بریم که شامل تملک‌ها نیز خواهد شد. ادغام‌ها می‌تواند افقی (بین رقبا)؛ عمودی (بین یک عرضه‌کننده و یک مشتری، فصل هفتم را مطالعه کنید)؛ یا اختلاطی - ضربدری^۱ (هرگونه ادغام دیگر) باشد.

1. Conglomerate-diagonal

در فصل پنجم گفتیم که چگونه ممکن است ادغام بین رقبا با حذف فشار رقابت‌های دوجانبه و با افزایش قیمت‌ها موجب افزایش قدرت بازار شود (در فصل هفتم مفصل‌تر بیان خواهد شد). با این حال دلایل موجهی برای ادغام بنگاه‌ها وجود دارد که شاید نوعی ارتقای کارایی باشد. مهم‌ترین دلیل این است که ادغام بنگاه‌ها می‌تواند همیاری ایجاد کند (دو یا سه عامل با یکدیگر کار می‌کنند به طوری که اثر ترکیبی آنها بزرگ‌تر از تک‌تک آثار آنهاست). به این ترتیب قادر خواهند بود در مقیاس بزرگ‌تر و هزینه کمتر تولید کنند. ادغام شدن موجب اطمینان از همکاری بین شرکا می‌شود و بنگاه‌ها را به گسترش عرضه و رشد سریع قادر می‌کند. چون ادغام‌ها - بسته به میزان قدرتی که در بازار ایجاد می‌کنند - آثار مفید و نیز مخربی بر رفاه می‌گذارند، اکثر کشورها نهادهای حکومتی ویژه‌ای را برای صدور اجازه ادغام تأسیس کرده‌اند (این کار به مهار ادغام^۱ معروف است) که در فصل هشتم به آنها می‌پردازیم. در حال حاضر آثار نامطلوب ادغام‌ها را مفصل‌تر مورد بحث قرار می‌دهیم.

۱-۲-۲-۶ قدرت بازار

ادغام می‌تواند باعث ایجاد یا افزایش قدرت بازار شود که هر دو به معنای حذف رقابت و امکان سوءاستفاده از آن جایگاه [انحصاری] است. بنابراین لازم نیست بنگاه‌هایی که ادغام می‌شوند، رقیب هم باشند تا قدرت بازار پدید آید. مثلاً ادغام‌های عمودی احتمالاً باعث سلب مالکیت [تملک] رقبا در بازار بالادستی یا پایین‌دستی می‌شود. بازار بالادستی همان بازار نهاده‌های تولید است؛ مثلاً بازار نان بازاری پایین‌دستی است زیرا از آرد استفاده می‌کند که به‌عنوان یک نهاده از بازار بالادستی آرد خریداری می‌شود. آرد با نهاده گندم درست می‌شود که از بازار بالادستی دیگری خریداری می‌گردد. پس بازار بالادستی در واقع بازار بالاتر در زنجیره عرضه عمودی است. هرچقدر به سمت پایین‌دستی برویم، به محصول نهایی (کالای مصرف‌کننده) نزدیک‌تر می‌شویم. ادغام‌های «ضربدری» ممکن است به افزایش قیمت منجر شوند. کاربرد نظریه رقابت در کادر ۴-۶ توصیف شده است. کمیسیون اروپایی درباره ادغام گوگل با دابل کلیک^۲ از این نظریه استفاده

1. Merger Control
2. Double Click

کرد و دریافت که ادغام هر چند از لحاظ نظری ممکن است قیمت‌ها را زیاد کند ولی در عمل به دلیل فقدان شرایط لازم در این مورد خاص، چنین نخواهد شد.

کادر ۴-۶ مورد گوگل و دابل کلیک

کمیسیون اروپایی در سال ۲۰۰۸، تملک فناوری تبلیغات پیوسته اینترنتی مربوط به دابل کلیک را از سوی گوگل - غول جست‌وجوی اینترنتی - تأیید کرد. تصمیم کمیته براساس استدلال اقتصادی و تحلیل تجربی اتخاذ شد (RBB Economics, 2008).

از لحاظ نظری وضعیت به این ترتیب بود. فرض کنید دو نهاده مکمل X و Y برای تولید A لازم هستند. A جانشین B است که تولید آن به X یا Y نیاز ندارد. البته ادغام بین B و X ممکن است قیمت‌ها را زیاد کند. اگر X پس از ادغام، قیمت‌ها را زیاد کند، محصول A گران‌تر شده و تقاضای B (شریک X در ادغام) زیاد می‌شود، به طوری که ادغام موجب افزایش قیمت X می‌شود. بدون ادغام، X از انگیزه افزایش قیمت‌ها برای افزایش تقاضای B برخوردار نیست.

یکی از شرایط لازم برای وقوع این پدیده آن است که X هیچ (یا تقریباً هیچ) جانشینی نداشته باشد. درباره گوگل - دابل کلیک، رقبای گوگل شکایت می‌کردند که این مبادله موجب می‌شود گوگل با افزایش قیمت تبلیغات، آنان را به حاشیه براند. «فضای تبلیغاتی» یا Y و «فناوری تبلیغاتی» یا X (که از سوی دابل کلیک عرضه می‌شد) به نوع خاصی از «تبلیغات» یا A منجر می‌شد که جانشین نوع تبلیغات مربوط به گوگل (یعنی B) بود. پس ادغام آن دو دقیقاً با این مثال نظری مطابقت دارد.

با این حال تحقیقات کمیسیون نشان داد در بازار «خدمات تبلیغاتی» که دابل کلیک در آن فعالیت می‌کند، به اندازه کافی رقیب وجود دارد؛ بنابراین گوگل نخواهد توانست راهبرد به حاشیه راندن را به کار گیرد (شرط لازم برقرار نمی‌شود). به این ترتیب کمیسیون اروپایی دریافت که نگرانی‌های طرف‌های ثالث در مورد رقابت، ناموجه است.

اگر بنگاه‌ها رقیب هم باشند، دیگر مشکل افزایش قدرت در بازار روی نمی‌دهد. فرض کنید بنگاه‌های متعددی به تولید محصولات مشابه یا اندکی متفاوت می‌پردازند. فشار رقابتی برای هر بنگاه منفرد، نه از جانب یک بنگاه بلکه از طرف تمام بنگاه‌های دیگر به آن وارد می‌شود. ادغام شدن با یک رقیب ممکن است نتواند این وضعیت را (خیلی) تغییر دهد زیرا احتمالاً فشار رقابتی کافی بازمی‌ماند؛ مثل اینکه بگوییم وقتی از قبل

جایگاه مسلطی وجود نداشته است، هیچ‌گونه جایگاه مسلطی پدید نمی‌آید زیرا رقابت تا حدی حذف می‌شود ولی نه به اندازه‌ای که هیچ‌گونه فشار رقابتی باقی نماند. توصیف این وضعیت در تملک تفکربرانگیز ایکون آفیس سلوشنز^۱ توسط ریکو^۲ در سال ۲۰۰۸ دیده می‌شود. این شرکت‌ها در زمینه تجهیزات دفتری در اتحادیه اروپا فعالیت می‌کردند. آن خرید پس از آنکه ثابت شد بازار توزیع عمده‌فروشی دستگاه‌های تکثیر (یکی از محصولات اصلی آن دو شرکت) رقابتی است و رقابلی قدرتمند و اثرگذار در بازار تجهیزات دفتری وجود خواهد داشت، توسط اتحادیه اروپایی مجاز اعلام شد. ممکن است وضعیتی پدید آید که هر بنگاه در باید بنگاه دیگر می‌داند افزایش قیمت‌ها برای هر دو سودآور خواهد بود. امکان دارد که چنین وضعیتی قبل از ادغام وجود نداشته باشد ولی با ادغام ایجاد شود که آن را وضعیت سلطه‌جویی جمعی^۳ می‌نامند.

کادر ۵-۶ سه بنگاه، یک موقعیت غالب؟ (ایرتورز^۴ مورد فرست‌چویس^۵)

تصمیم کمیسیون اروپایی برای مسدود کردن تملک فرست‌چویس از سوی ایرتورز در سپتامبر ۱۹۹۹ حداقل به دو دلیل تعجب‌آور بود.

معمولاً کمیسیون مذکور نگران است که شاید ادغام‌ها با تبدیل کردن سه طرف به دو طرف، موجب وضعیت غالب برای بنگاه ادغام شده یا وضعیت غالب بین دو بنگاه باقی‌مانده در بازار شود (که به «همدستی ضمنی»، «تبانی پنهان» یا «رفتار هماهنگ»^۶ بین دو بنگاه باقی‌مانده نیز معروف است: این مفاهیم را در فصل هفتم دقیق‌تر بررسی خواهیم کرد). با این حال در چنین شرایطی، کمیسیون اروپایی برای اولین بار سعی کرد که از ادغام جلوگیری کند زیرا وضعیتی غالب برای سه بنگاه و نه دو بنگاه پدید می‌آمد. پس از ادغام فرست‌چویس و ایرتورز، دو بنگاه دیگر به نام‌های تامپسون تراول گروپ و تامس کوک گروپ^۷ باقی می‌ماندند. بنگاه ادغام شده نمی‌توانست به تنهایی قیمت‌های بازار را افزایش دهد زیرا سهم ایرتورز از بازار طبق تخمین‌ها فقط ۳ درصد بود. بنگاه‌های

1. IKON Office Solutions
2. Ricoh
3. Collectively Dominant Situation
4. Airtours
5. First Choice
6. Tacit Collusion, Implicit Collusion, Coordinated Behaviour
7. Thompson Travel Group and Thomas Cook Group

باقی‌مانده در بازار هنوز به قدر کافی بزرگ بودند که با ایرتورز و فرست‌چویس رقابت کنند. مهم‌تر آنکه تصمیم کمیسیون اروپایی بعداً توسط دادگاه فرست‌اینستنس^۱ (دادگاه استیناف اروپا) لغو شد. دادگاه برخلاف تصمیم کمیسیون دریافت هر چند در این مورد از لحاظ نظری ممکن است رفتار هماهنگ روی دهد، ولی پیچیدگی‌های بازار سفرهای کوتاه‌مدت تعطیلاتی - که زمینه فعالیت آن بنگاه‌هاست - چنین چیزی را در عمل کاملاً نامتحمّل می‌کند زیرا در کنار دیگر عوامل، تغییرات تقاضای سفر از یک سال تا سال دیگر نیز پیش‌بینی‌پذیر نیست و به این دلیل بروز رفتار هماهنگ بین سه بنگاه باقی‌مانده بسیار دشوار است.

به‌طور کلی می‌توان وضعیتی را تصور کرد که تعدادی بنگاه کوچک وجود دارند و زیرگروهی از آنها می‌تواند قیمت‌ها را با همدستی بین اعضای خود افزایش دهد ولی این کار فقط در صورت فقدان رقابت از جانب بنگاه‌های بیرون از آن زیرگروه ممکن می‌شود. به تعبیر ساده‌تر، فرض کنید که سه بنگاه وجود دارند و دو تای آنها (الف) و (ب) به این توافق برسند که باهم قیمت‌ها را زیاد کنند. بنگاه (ج) به شدت با آنها مقابله کرده سعی می‌کند مشتریان آنها را جذب کند تا به سودآوری و افزایش سهم بازار برسد. بنابراین رقابت از سوی بنگاه (ج) آغاز می‌شود. به این ترتیب بنگاه (ج) برای بنگاه‌های (الف) و (ب) به یک دارایی ارزشمند تبدیل می‌شود. اگر بنگاه (ج) بخواهد با بنگاه‌های (الف) یا (ب) ادغام شود، به دلیل افزایش سود دو بنگاه دیگر، سود خواهد کرد و بنگاه‌های (الف) و (ب) نیز به دلیل افزودن بر قیمت‌های خود سود می‌کنند. بنابراین ادغام (الف، ب و ج) به زیان مشتریان است. مثالی از چنین ادغامی در کادر ۵-۶ آمده است.

۲-۲-۶ هزینه‌های مربوط به گسترش منافع گروهی

منافع گسترش کسب‌وکار و ادغام با دیگر بنگاه‌ها ممکن است با هزینه‌های ناشی از لطمه زدن به انگیزه‌ها جبران شود. این هزینه‌ها که همگی به گسترش منافع جمعی مربوط می‌شوند، ریشه‌های مختلفی دارند که به آنها خواهیم پرداخت. اولین دسته از هزینه‌های اضافی مربوط به کل بنگاه‌هاست در حالی که دسته‌های دیگر به دلیل ادغام بین بنگاه‌ها رخ می‌دهد. اگر اندازه بنگاهی بزرگ شود، هزینه‌های اجرایی و سازمان‌دهی زیاد می‌شود.

اجرای امور به دلیل ضرورت نظارت بر تعداد بیشتری از عوامل (احتمالاً فرصت‌طلب) بیشتر می‌شود. هزینه‌های سازمان‌دهی نیز زیاد می‌شوند زیرا در بنگاه بزرگ برای آگاه‌سازی عوامل از تحولات و تصمیمات بنگاه، تلاش بیشتری لازم است.

ادغام بنگاه‌ها به انواع مختلف هزینه‌های اضافی منجر می‌شود. نخست اینکه تغییر در تفویض حقوق مالکیت به عوامل اقتصادی در بنگاه‌های ادغام شده به وجود می‌آید. مثال آن می‌تواند مدیر و مالک سابق بنگاه باشد که حالا به مدیر شعبه تبدیل شده است. تغییر حقوق مالکیت بر انگیزه‌ها اثر گذاشته و در نهایت رفتار اقتصادی را عوض می‌کند. مدیر شعبه ممکن است به دلیل تغییر در حقوق مالکیت و معاف شدن از مسئولیت برخی خسارت‌ها (ی بلندمدت)، از همان انگیزه‌های مدیر یا مالک قبلی برای تخصیص منابع برخوردار نباشد. در نتیجه باید رویه‌هایی برای نظارت بر شعب وضع کرد.

وقتی مدیر یک شعبه بداند در اثر ادغام نوآوری او با سایر شعب بنگاه به اشتراک گذاشته می‌شود، انگیزه کمتری پیدا می‌کند. به این ترتیب تعداد نوآوری‌ها پایین می‌آید. در نهایت، به دلیل تجدید ساختار تشکیلاتی، هزینه‌های انطباق وجود خواهد داشت. کارگران اگر متوجه شوند که شغل آنان یا فرهنگ بنگاه، از ادغام متأثر شده است، احتمالاً به اطلاعات یا کارآموزی‌های بیشتری نیاز دارند. چند روش برای دسته‌بندی فرهنگ‌های تشکیلاتی مختلف وجود دارد. هندی «فرهنگ‌های قدرت، نقش‌ها، تکلیف و فردی» را از هم تمییز می‌دهد (Handy, 1985):

- در فرهنگ قدرت،^۱ فرد یا گروه است که مبنای قدرت سازمان را شکل می‌دهد؛
- در فرهنگ نقش‌ها،^۲ افراد با رویه‌ها، شرح وظایف و تشخیص مقام مافوق تحت نظارت قرار می‌گیرند؛
- در فرهنگ تکلیف،^۳ به نتیجه امور تأکید شده و افراد از امکان صلاح‌دید و احاطه بر کار خود برخوردار می‌شوند؛
- در فرهنگ فردی،^۴ سازمان در خدمت فرد قرار می‌گیرد. سازمان‌هایی که دارای

1. Power Culture
2. Role Culture
3. Person Culture
4. Task Culture

کارکنان بسیار مجربی هستند را می‌توان مصداقی از این فرهنگ دانست. سازمان را می‌توان با یک یا چند نوع از این فرهنگ‌ها توصیف کرد. رفتار اعضای یک سازمان را آمیزه‌ای از انواع فرهنگ‌ها تعیین می‌کند.

۳-۶ رویکرد کارایی پویا به بنگاه‌ها

در فصل پنجم کارآفرینان فعال در بازارها را شرح دادیم. در این فصل به کارآفرینانی می‌پردازیم که مالک یک بنگاه بوده و فعالیت‌های کارآفرینانه آنان تأثیراتی بر پیشرفت بنگاه می‌گذارد.

کارآفرینی و فناوری دو نیروی محرک توسعه پویایی بنگاه‌ها هستند. بنگاه‌های کارآفرین دائماً در جست‌وجوی فرصت‌های جدید بازاریابی هستند. این وضعیت را می‌توان در محصولاتی با فرایندهای جدید تولیدی مشاهده کرد. ممکن است ساختار بنگاه نیز در کنار گسترش محصولات و یا پیشرفت فناوری‌های جدید تغییر کند. مثلاً تولید محصولی جدید می‌تواند ادغام عمودی را درون یک بنگاه تسریع کند که در ادامه به آن می‌پردازیم. همچنین ممکن است محصول جدید باعث تشویق به همکاری با سایر بنگاه‌ها شود که در فصل هفتم به آن اشاره می‌کنیم.

۱-۳-۶ بنگاه کارآفرینی

تصویر کارآفرینانه‌ای که در کانون استقرار بنگاه‌ها قرار می‌گیرد، نمی‌توان [فقط] برحسب هزینه‌های مبادله تفسیر کرد. به این ترتیب تبیین اقتصاد هزینه مبادله فاقد مؤلفه کارآفرینی است. نظریه نئوکلاسیک نیز هیچ مجالی برای کارآفرینان قائل نشده است. بنابراین رویکرد ایستا در اصل با صاحبان کسب‌وکار سروکار دارد و نه با کارآفرینان. فعالان کسب‌وکار مدیرانی هستند که تولید را سامان می‌دهند. این مسئله درباره کارآفرینانی صادق است که نقش آنان را در فصل پنجم شرح دادیم. کارآفرینان به‌مثابه نیروی محرک نهفته در پس‌فرایند رقابتی هستند. به تعبیر ساده‌تر آنان در جست‌وجوی فرصت‌های کسب‌وکارند. این ویژگی آنان را به مدیرانی خوب یا حتی به یک مدیر معمولی - که مستلزم برخورداری از صفات دیگری است - تبدیل نمی‌کند.

آنچه کارآفرین را متمایز می‌سازد، جست‌وجوی فرصت‌های کسب‌وکار و تصمیم‌گیری برای افتتاح یک بنگاه جدید است. او قادر است دیگران را برای پیوستن به این فرصت متقاعد کند. چنین کاری مستلزم توانایی‌هایی بیش از ارتباطات رسمی و معمولی است و علاوه بر آن به مهارت‌هایی مانند خوش‌صحبتی، قانع‌کنندگی، صبر و پشتکار، ظرفیت جلب همدردی و اعتمادبه‌نفس نیاز دارد (Witt, 1999) (کادر ۶-۶ را بخوانید).

کادر ۶-۶ کلام اژدها^۱

نمایش تلویزیونی کلام اژدها در شبکه بی. بی. سی. قالبی بین‌المللی دارد که در ژاپن آغاز شده است. در این برنامه کارآفرینان دست به دامن میلیون‌هایی می‌شوند که مایل به پرداخت پولشان بابت سهم شدن در کسب‌وکار هستند. بازی طبق هشت قاعده انجام می‌شود. قاعده اول آن است که کارآفرین سه دقیقه وقت دارد تا سرمایه‌گذاری مورد نظر خود را شرح داده و بگوید که علاوه بر سایر امتیازها، چه چیزی در ازای سرمایه به طرف مقابل می‌دهد. او باید اطلاعات پشتیبان را نیز برای متقاعد کردن سرمایه‌گذاران ارائه کند.

این نمایش ثابت می‌کند که فرد خلاق با فکری خوب، لزوماً یک فرد مناسب برای کسب‌وکار نیست. کاسب بودن به صفات دیگری مانند اعتمادبه‌نفس، انعطاف‌پذیری، تیزهوشی و تمایل به رهبری نیز نیاز دارد. کارآفرین باید برای متقاعد کردن سرمایه‌گذاران بالقوه، اهداف بلندمدت کسب‌وکار را مشخص کرده، چگونگی حصول به آن اهداف و نحوه عملکرد کسب‌وکار در هر برهه را معلوم کند. عدم ارائه اطلاعات کافی ممکن است میلیونرها را از سرمایه‌گذاری در آن طرح منصرف کند.

کارآفرینان برای شکل‌گیری شرکت‌ها ضروری هستند. در رویکرد پویا به بنگاه باید حتماً مؤلفه کارآفرینی را در پیشرفت اقتصادی وارد کند. با این حال شرکت‌های پیشرفته نیز به ابداع طرح‌های تولیدی، سازمان‌دهی دسترسی به منابع مالی، سازمان‌دهی و برنامه‌ریزی برای فرایندهای تولید و تعیین خط‌مشی بازاریابی و قیمت‌گذاری نیاز دارند. چون همه این کارها را باید به‌موقع و به‌درستی انجام داد، این امور روزبه‌روز بیشتر تحت ضوابط کتبی قرار می‌گیرند. در نتیجه شرکت‌های بزرگ به دیوان‌سالاری‌های پیچیده تبدیل می‌شوند. یکی از مشخصه‌های غالب در بنگاه‌های امروزی قدرت دیوان‌سالارانه مقامات اجرایی است.

منافع گروهی دیوان‌سالاری درون شرکت و نیز نقش اساسی کارآفرین باعث می‌شود که تحلیل پویای بنگاه، به تحلیلی بسیار ظریف تبدیل گردد. بنابراین در ادامه از یک توصیف کاملاً ساختگی و فهم‌پذیر برای تشریح این تعاملات استفاده خواهیم کرد.

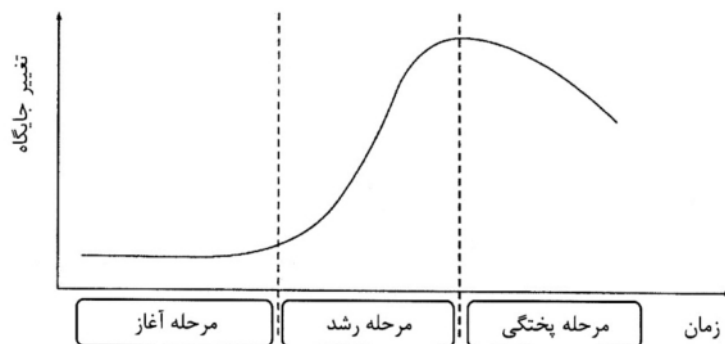
۱-۳-۶ چرخه‌های عمر محصول و سازمان‌دهی مجدد بنگاه‌ها

شرکت‌های امروزی علی‌رغم اینکه به برنامه‌ریزی برای فرایند تولید خود می‌پردازند، اما بازم با نوسان و نااطمینانی روبه‌رویند و برنامه‌های خود را مطابق با آن تغییرات تعدیل می‌کنند. مثلاً با سازمان‌دهی مجدد درون بنگاه، شعبه‌ای که محصولات جدید تولید می‌کند، ممکن است پس از عرضه به بازار، به سرعت پیشرفت کند. با این حال وقتی کالا به مرحله پختگی می‌رسد و رقبا وارد بازار می‌شوند، هدف اصلی تولید کاهش هزینه‌ها می‌شود که احتمالاً پیامدهایی برای شعبه مسئول آن محصول به دنبال دارد و حتی ممکن است بعداً اندازه آن شعبه را کوچک سازد.

در نظریه پویایی بازارها فرض می‌شود بین ساختار بازارها و رفتار کارآفرینان در بازار تعامل وجود دارد (Jacquemin and De Jong, 1976). در این رویکرد نظری، ساختار بازار با مشخصاتی مانند تجمیع بنگاه‌ها، موانع ورود به بازار و میزان تمایز محصول تعیین می‌شود. رفتار کارآفرینان در بازار، به مراحل مختلف چرخه عمر محصول بستگی دارد (شکل ۴-۶). مشخصه‌ها و تنگناهای مختلفی به این مراحل مختلف نسبت داده می‌شود و به همین دلیل راهبردهای مختلفی برای آنها ضروری است که به‌مرور زمان رفتارها را تغییر می‌دهد.

به‌طور خلاصه چرخه عمر محصول را این‌گونه می‌توان توصیف کرد. مرحله آغاز^۱ یک محصول، پس از مرحله اختراع سر می‌رسد. در این مرحله هنوز بازار مناسبی برای محصول وجود ندارد از این‌رو هزینه تولید و قیمت محصول زیاد بوده و تعداد خریداران کم است. هنوز باید بازاریابی و نیز یک فرایند تولید ایجاد شود تا تولید را سودآور کند. در این مرحله ساختار بازار معمولاً انحصارگرایانه است یعنی فقط یک تولیدکننده برای آن کالا وجود دارد. در دوره‌ای که نوآور به انحصار خود ادامه می‌دهد، ورود به بازار

بستگی به قدرت بنگاه نوآور، میزان موانع ورود و قابلیت دیگر رقبای بالقوه دارد. در مراحل ابتدایی که شامل مرحله آزمون و مرحله تولید تجاری اولیه است، تنگناها در دسترسی به نهاده‌ها یا تجاری‌سازی محصول نهایی ممکن است موجب ادغام عمودی بنگاه‌ها شود.



شکل ۴-۶ چرخه عمر محصول

پس از مرحله آغاز، نوبت به مرحله رشد^۱ می‌رسد که افراد بیشتری از وجود محصول مطلع می‌شوند. کاهش احتمالی قیمت‌ها به دلیل محصولات مشابه منجر به افزایش تقاضا می‌شود. امکان دارد کاربردهای جدیدی برای آن کالا پیدا شود که رشد آن را افزایش دهد. بزرگ شدن بازار، بنگاه‌ها را به اعمال فنون تولیدی جدیدی قادر می‌کند که با گسترش بازار تناسب دارند. به دلیل صرفه‌های به مقیاس حاصل شده، بازده سرمایه‌گذاری‌ها بهبود می‌یابد. افزایش سود باعث جذب رقبای جدید می‌شود. تا وقتی محصولی با حق امتیاز انحصاری سخت‌گیرانه حفاظت نشود، ورود به بازار چندان سخت نیست؛ زیرا تقلیدکنندگان با هزینه‌های اولیه تحمیل شده توسط بنگاه نوآور، فنون تولید و هزینه‌های بازار روبه‌رو نخواهند بود. افزایش رقابت در مرحله گسترش ممکن است منجر به تخصص افقی (محصولات تخصصی‌تر از سوی بنگاه‌های مختلف) و تمایز عمودی

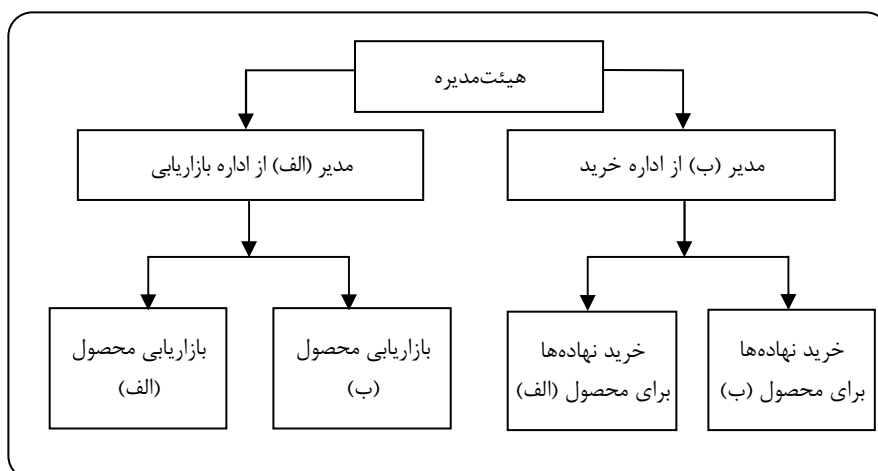
(بنگاه‌های متخصص در محصولات نهایی و محصولات واسطه‌ای) شود. بنابراین مرحله رشد با فرایند تجمع‌زدایی^۱ مشخص می‌شود.

در گذار از مرحله رشد به پختگی^۲ (و نزول)^۳ - که خصیصه آن کاهش نرخ رشد تقاضاست - بنگاه‌ها شروع به رقابت قیمتی می‌کنند تا نرخ رشد را تا حد امکان حفظ کنند. ناکارآمدترین بنگاه‌ها ناکام می‌مانند و بنگاه‌های باقی‌مانده در حوزه تولید آن کالا احتمالاً به ادغام زنجیره تولید (ادغام عمودی) از راه ادغام علاقه نشان داده یا به همدستی‌های راهبردی قانونی یا غیرقانونی متوسل می‌شوند (مثلاً به یک کارتل که در فصل هفتم به آن خواهیم پرداخت). در انتهای چرخه عمر محصول، بنگاه‌های کمتری (البته کارآمدترین‌ها) در بازار باقی می‌مانند. ممکن است بازار آن محصول، تقریباً از بین برود یا فقط تعدادی از مردم به دلایلی آن را خریداری کنند. مثلاً هنوز کسانی هستند که به خرید صفحه‌های موسیقی پرظرفیت از جنس وینیل^۴ (LPS) و دستگاه‌های پخش آنها ادامه می‌دهند در حالی که ضبط و پخش رایانه‌ای به متداول‌ترین شیوه عرضه و استفاده از موسیقی تبدیل شده است. بنگاه‌های باقی‌مانده بیشتر بنگاه‌های کاملاً متخصص هستند که گاهی جایگاه انحصاری داشته و در یک بازار مطمئن^۵ کار می‌کنند.

۲-۳-۶ از تشکیلات یکپارچه (U شکل) تا چندبخشی (M شکل)

تخصصی شدن درون یک بنگاه مستلزم هماهنگی است. وظایف مشابهی مانند خرید نهاده‌ها، استخدام کارکنان، پایه‌گذاری مهارت‌های خاص، برنامه‌ریزی فرایند تولید و فعالیت‌های بازاریابی و فروش را باید هماهنگ کرد. هماهنگ‌سازی وظایف را می‌توان به صورت متمرکز - از راه خطوط شغلی - سازمان‌دهی کرد که در این صورت، مدیر ارشد یک بنگاه باید تمام وظایفی را که در آن شعبه تولیدی خاص به انجام می‌رسد، تحت نظارت قرار دهد. چنین سازمانی را قالب تشکیلات یکپارچه^۶ (U شکل) می‌نامیم که در شکل ۵-۶ آمده است.

-
1. De-concentration
 2. Mature
 3. Decline
 4. Vinyl
 5. Niche Market
 6. Unitary Organizational Form



توضیح: «بازاریابی» یا «خرید نهاده‌ها» را می‌توان با «استخدام کارکنان» یا «برنامه‌ریزی فرایند تولید» عوض کرد همچنین تعداد محصولات را نیز می‌توان زیاد کرد.

Source: Based on Qian et al., 2006: 374.

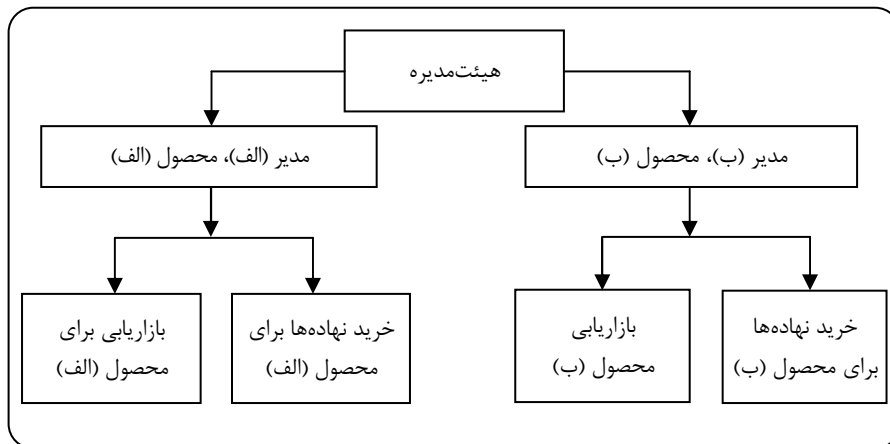
شکل ۵-۶ تشکیلات یکپارچه (U شکل)

قالب U شکل معمولاً در فراهم کردن روش سفارشی، برای پاسخ‌گویی به بازاریابی محصولات مختلف ناکارآمد است. اداره بازاریابی به دلیل ساختار شعبه‌ای خود که با خطوط شغلی تناسب دارد، کل تصمیم‌گیری‌های بازاریابی را برای محصولاتی انجام می‌دهد که موجب غیرممکن شدن رویکرد سفارشی و مطابق با نیازهای بازار برای یک محصول ویژه می‌شود. بنابراین این رویکرد در شناسایی سهم شعب هر کسب‌وکار از کل سود همکاری‌ها ناکارآمد است. تقسیم‌بندی شغلی (کارکردی) مانع از درک و سودآوری دقیق محصول می‌شود. وقتی سهم هر کسب‌وکار از کل سود معلوم نباشد، نه تنها احاطه بر آن کسب‌وکارها بلکه تخصیص بهینه منابع بین آنها بسیار دشوار خواهد شد. علاوه بر این چون اطلاعات مربوط به عملکرد واحدهای مختلف کسب‌وکار وجود ندارد، مدیران قادر نیستند به خوبی به تغییر در محیط بیرونی واکنش نشان دهند.

به این ترتیب، بنگاه‌های بزرگ‌تر با چنین ساختاری مجبور هستند لایه‌های بیشتری به مدیریت اضافه کرده یا ساختار تشکیلاتی خود را عوض کنند زیرا مقامات ارشد

اجرایی و هیئت‌مدیره قادر به اتخاذ همه تصمیم‌ها نیستند. قبلاً گفته شد که این وضعیت یکی از دلایل وجود تشکیلات چندبخشی^۱ (M شکل) است که کسب‌وکار خود را مطابق با محصول، نام تجاری یا خطوط جغرافیایی شکل می‌دهد. با این شیوه می‌توان تصمیم‌ها را به مناسب‌ترین سطح تصمیم‌گیری واگذار کرد (شکل ۶-۶).

کارایی عامل محرکی است که یک شرکت را از شکل U به M می‌رساند. مشاوران سیاستگذاری محلی چون به اطلاعات محلی دسترسی دارند، قادرند مشکلات هماهنگی را در مجموعه غیرمتمرکز آسان‌تر از مجموعه متمرکز حل کنند. مشاوران سیاستگذاری محلی به موضوع‌های روزمره می‌پردازند، درحالی‌که مقامات اجرایی به برنامه‌ریزی راهبردی توجه می‌کنند، یعنی از یک جنبه به فرایند تعیین جهت شرکت در سال‌های آینده می‌پردازند و از جنبه دیگر به فرایند تخصیص منابع به منظور پیگیری آن اهداف متمرکز می‌کنند.



توضیح: «محصول (الف)»، «محصول (ب)» یا «محصول فلان» را می‌توان با «نشان تجاری (الف)، (ب) یا فلان»، «منطقه (الف)، (ب) یا فلان» و «از این قبیل عوض کرد».

Source: Based on Qian et al., 2006: 374.

شکل ۶-۶ تشکیلات چندبخشی (M شکل)

ساختار M، اطلاعاتی درباره سهم مالی هر بخش (از کل سود بنگاه) فراهم می‌کند. این اطلاعات پیامدهایی دامن‌دار برای مدیران بنگاه دارد. اول آنکه مدیران ارشد اجرایی را قادر به نظارت دقیق‌تر بر عملکرد هر بخش می‌کند و به این ترتیب نظارت بر هر بخش را آسان‌تر می‌کند. دوم آنکه مدیران می‌توانند بازده نسبی بخش‌های مختلف را باهم مقایسه کنند. این کار تصمیم‌گیری‌های مربوط به تخصیص منابع مالی کمیاب را آسان‌تر می‌کند. سوم اینکه امکان دارد به مدیران بخش‌هایی که عملکرد ضعیف‌تری دارند اخطار دهد تا بهتر عمل کنند. برای آشنایی با یک مثال تاریخی از هر دو قالب سازمان‌دهی به کادر ۶-۷ رجوع کنید.

کادر ۶-۷ مثال‌های تاریخی برای سازمان‌های قالب U و M

از دهه ۱۹۲۰ در شرکت آمریکایی دوپونت^۱ که عمدتاً اسلحه تولید می‌کرد، شکل کارکرد متمرکز برای تشکیلات بنگاهی به کار گرفته شد. دوپونت که در جنگ جهانی اول وسیع شده بود، به دنبال کاربردی دیگر برای ظرفیت تولید بلااستفاده خود پس از دوران جنگ می‌گشت و این کاربرد را به تولید کودهای شیمیایی اختصاص داد. باین حال بازاریابی کودها کسب‌وکاری بسیار متفاوت از فروش مواد منفجره است. کشاورزان - برخلاف حکومت‌های در حال جنگ که صرفاً به مواد منفجره نیاز دارند - باید از دانش کافی درباره تقویت‌کننده‌های شیمیایی برخوردار بوده و متقاعد شده باشند که کودها درآمد آنان را افزایش می‌دهد. دوپونت تصمیم گرفت بخش جدیدی تأسیس کند و بدون دریافت دستورات تفصیلی از مدیریت مرکزی، کسب‌وکار خود را پیش برد.

تغییر معروف دیگر از شکل U به M در دهه ۱۹۲۰ در جنرال موتورز رخ داد. در آن زمان فورد بیشترین سهم را در بازار خودرو داشت. وقتی تقاضای خودرو در دهه ۱۹۲۰ کم شد، جنرال موتورز با مشکل روبه‌رو شد. مدل تی - فورد^۲ بسیار محبوب بود ولی فقط به رنگ سیاه تولید می‌شد که مطابق جمله معروف هنری فورد^۳ بود: «وقتی سیاه را داشته باشید، همه رنگ‌های دیگر را هم دارید»^۴. جنرال موتورز می‌توانست بخشی از سهم بازار فورد را با متنوع کردن محصولات خود به دست

1. DuPont

2. Model T Ford

3. Henry Ford

۴. این جمله مضحک یکی از مصادیق بارز هزاران و شاید میلیون‌ها جمله پوچی است که در تبلیغات بازرگانی و تجاری وجود دارد و هدف همه آنها چیزی جز سرکیسه کردن مصرف‌کننده نیست. مصرف‌کنندگان - آن عوامل عقلایی - در جای دنیا با همین جملات بی‌محتوا به انقیاد تولیدکنندگان بزرگ تن داده‌اند و همان تغییر ←

آورد. سلیقه مصرف‌کنندگان با ارائه خودروهای مجلل‌تر یا ارزان‌تر از مدل‌تی یا رنگ‌هایی غیر از سیاه به خوبی برآورده می‌شد. علاوه بر این جنرال موتورز توانست هزینه‌ها را با ابداع یک ساختار چندبخشی - متشکل از کارکنان حرفه‌ای در دفتر مرکزی - کاهش دهد.

۴-۶ رویکرد پویا به منافع گروهی بنگاه‌ها

قبلاً تفکیک مالکیت از اداره بنگاه را مورد بحث قرار دادیم، گفته شد که تسلط سهام‌داران بر مدیران یک بنگاه به‌سختی حاصل می‌شود. چون برخی شرکت‌های امروزی بسیار بزرگ شده و در مقیاس بین‌المللی کار می‌کنند، برای اداره کسب‌وکار خود به گروه متنوعی از مدیران اجرایی نیازمندند. مدیران اجرایی گروهی قدرتمند تشکیل می‌دهند که می‌تواند اهداف خاص خود را وضع کرده و فعالیت‌های آنان غالباً به‌سختی نظارت‌پذیر است. قدرت مدیران اجرایی در بنگاه‌های بزرگ به حدی فراتر از آنچه که معمولاً قلمروی بنگاه محسوب می‌شود، رسیده است. آنها با کاربرد فنون بازاریابی و فروش پیشرفته (تقدم دگرگون شده و فصل پنجم) قادر به اثرگذاری بر ترجیحات مصرف‌کنندگان و اعمال نفوذ روی سیاست‌مداران از راه فشارها و بخشش‌هایی شده‌اند که با امید بر خورداری از الطاف سیاسی به کار رفته است. اعمال نفوذ و بخشش‌های مالی را در فصل نهم بررسی خواهیم کرد. آنچه اهمیت دارد آن است که نفوذ بنگاه‌های بزرگ بر ترجیحات مصرف‌کننده و تصمیمات سیاست‌مداران به شکل‌گیری جامعه‌ای منجر شده که دغدغه اصلی آن مصرف‌خصوصی - گاهی به بهای منافع عمومی از قبیل آثار ناخوشایند زیست‌محیطی - است. در نتیجه قدرت غالبی پدید آمده که سیاست‌های بنگاه‌های بزرگ را اسیر خود کرده است. از یک جنبه، همه انواع گروه‌های فشار (از قبیل گروه‌های طرفدار محیط زیست) توانسته‌اند نه تنها منافع مورد نظر خود را در دستور کار مدیران ارشد وارد کنند، بلکه بر ترجیحات مصرف‌کنندگان نیز اثر گذارند (مثلاً با غذاهای کاملاً طبیعی). از جنبه دیگر، سهام‌داران توانسته‌اند نظر خود را در سیاست‌های شرکت‌ها اعمال کنند. این کار نه تنها در کشورهای

→ وضعیتی رخ داده که نویسندگان در این فصل و فصل گذشته از آن به «تقدم دگرگون شده»، یعنی استیلای تولیدکننده بر مصرف‌کننده، تعبیر می‌کنند. شاید هنری فورد که به‌عنوان یکی از اثرگذارترین صنعتگران در قرن بیستم این جمله بی‌معنا را گفته، می‌توانست بهتر از این بگوید: «بالا‌تر از سیاهی رنگی نیست» - م.

آنگلوساکسون بلکه در اروپای غیرانگلستان نیز عملی شده است. با این حال به دلیل فرهنگ مشورت متقابل در اروپای غیرانگلیسی، جایگاه سهام‌داران هیچ‌گاه در آن کشورها همانند کشورهای آنگلوساکسون به جایگاهی غالب تبدیل نشده است.

۱-۴-۶ قدرت مسئولان اجرایی

مقام‌های اجرایی روزبه‌روز در برابر سهام‌داران از قدرت بیشتری برخوردار شده‌اند. در کنار شکل‌گیری فنون جدید تولید، تعداد رو به رشدی از متخصصان در تولید (انبوه) کالاها شرکت کرده‌اند. ضرورت وجود سازمان‌هایی برای این متخصصان، بر پایه سه عامل اصلی قرار دارد:

اول آنکه با تقسیم کار، شعب مختلف علم، مهندسی و طراحی (محصولات یا تبلیغات) در شکل‌گیری و تدارک محصولات پیشرفته فناوری دخیل شده‌اند. به دلیل عقلانیت محدود، فرد نمی‌تواند بر همه این ابعاد مختلف و درهم تنیده وظایف تخصصی فائق شود که برای انجام دادن کسب‌وکار لازم هستند. گسترش دانش مستلزم ترکیب اطلاعات گسترده در میان متخصصان فنی و علمی گوناگون است.

دوم آنکه روش‌های تولید پیشرفته فناورانه، مستلزم سرمایه‌گذاری‌های هنگفت بوده در نتیجه به یک برنامه کسب‌وکار نیاز دارد که سرمایه‌گذاران قبل از آماده شدن برای سرمایه‌گذاری آن برنامه را مطالبه می‌کنند. برنامه‌ریزی خصوصی نه تنها شامل حصول اطمینان از فراهم بودن پیش‌شرط‌های یک مجموعه تخصصی، کارگران متخصص، مواد اولیه و تجهیزات ویژه است، بلکه به یک راهبرد قیمت‌گذاری و فروش نیز نیاز دارد. به‌طور خلاصه، تولید پیشرفته فناورانه علاوه بر سازمان‌دهی متخصصان فنی و علمی مشغول به تولید، به سازمان‌دهی متخصصان مشغول به طراحی نیز وابسته است.

سوم اینکه تولید پیشرفته فناورانه مستلزم هماهنگی بین همه متخصصان است. یک متخصص ممکن است برداشتی بدون ابهام درباره سهم خود از فرایند تولید داشته باشد ولی این برداشت باید با تلقی سایر متخصصان نیز همسو شود. لازم است اطلاعات میان متخصصان ردوبدل شود و درستی و مناسبت آن امتحان گردد.

هر کارآفرین منفرد حالا با گروهی از مدیران - شامل مدیرعامل، معاون وی، متصدیان

مناصب ارشد و حتی رؤسای شعب و بخش‌ها - عوض شده است. تصمیم‌گیری جمعی با هدف به میدان آوردن تمام دانایی‌های مفید و تخصص‌های پراکنده به حوزه تصمیم‌گیری انجام می‌گیرد. نظارت‌های گروهی موجب مهار شدن رفتارها می‌شود یعنی برای هر فرد دشوار می‌شود که به بهای بی‌توجهی به تشکیلات مورد نظر، خود را غنی کند.

۱-۴-۱-۶ فناوری و مسئولان اجرایی

تقسیم مداوم و مجدد وظایف به اجزای سازنده آنها نه فقط کارایی را بهبود بخشیده، بلکه مسئولان اجرایی را از قدرت فراوانی برخوردار کرده است. مسئولان هم‌اکنون به حاملان اصلی پیشرفت فناورانه تبدیل شده‌اند. دانشمندان استخدام می‌شوند تا نه فقط محصولاتی با فناوری پیشرفته ایجاد کنند، بلکه محصولات و فرایندهای جدید تولیدی را طراحی نمایند. بسیاری از شرکت‌های بزرگ دارای اداره تحقیق و توسعه^۱ هستند در نتیجه فناوری به جزء لاینفک سازوکار برنامه‌ریزی تبدیل می‌شود و این وضعیت آثار دامن‌داری در سازمان‌دهی بنگاه‌ها باقی گذاشته است:

- در این شیوه تولید، وقت زیادی صرف می‌شود. تولید تخصصی قطعات به یک فرایند دقیق تبدیل و توصیفات تهیه شده از سوی طراحان، از راه سفارش‌ها به تولیدکنندگان قطعات، تحویل‌دهندگان و آزمایش‌کنندگان اطلاع داده می‌شود.
- زمان بین ابداع محصول و تکمیل آن طولانی بوده و سرمایه‌گذاری کالاهای در حال فراوری زیاد است. متخصص شدن در قطعات سازنده محصولات موجب کاهش انعطاف‌پذیری در فرایند تولید می‌شود.
- وقتی تجهیزات تولید برای یک وظیفه تخصصی طراحی می‌شود، تغییر در محصول نهایی تبعات مهمی برای سرمایه‌گذاری دارد. تغییر مشخصات محصول یا برخی از قطعات آن ممکن است مستلزم تغییر یا تعویض تجهیزات تولید باشد. با این حال با افزایش کاربرد تجهیزات تولیدی رایانه‌ای این مشکل تا حدی کم شده است.
- تولید بزرگ مقیاس قطعات مستلزم مهارت‌های تخصصی و کاملاً عالی است. این موضوع نه تنها در مورد طراحان محصولات بلکه برنامه‌ریزان فرایند تولید صادق است.

• تمام قطعات باید به‌نحوی باهم ترکیب شوند که حاصل تلاش کارگران متخصص به نتیجه‌ای مطلوب و منسجم منجر شود. در فرایند تولید باید هزینه‌های مالی تأمین گردد.

• سرمایه‌گذاری در زمان و پول را باید به ضرورت مهار کردن رخدادهای مزاحم اضافه کرد. مثلاً سرمایه‌گذاری‌ها ممکن است به دلیل خطر عقب افتادن محصولی یا روش تولید از پیشرفت‌های فناورانه در خطر قرار گیرد. باین حال مسئولان اجرایی با توسل به منافع تحقیق و توسعه سعی می‌کنند پیشرفت‌های فناورانه را دائماً ادامه دهند.

۲-۱-۴ اهداف مسئولان اجرایی

هرچند رفتار اقتصادی مالکان بنگاه‌های کوچک و پرداختن فعالانه آنان به کسب‌وکار خود را بازار تعیین می‌کند، اما این مسئولان اجرایی هستند که رفتار اقتصادی شرکت‌های صنعتی بزرگ - یعنی شرکت‌هایی با تفکیک مالکیت از مدیریت - را تعیین می‌کنند. هرچند مالکان برای آنکه به سرمایه‌گذاری در یک کالا بپردازند، سودآوری را ضروری می‌دانند ولی ممکن است به دلایلی اهداف مسئولان اجرایی با حداکثرسازی سود فاصله پیدا کند (Galbraith, 1974):

• حداکثرسازی سود در شرکت‌های صنعتی بزرگ، به نفع افراد ناشناس که به تنهایی قدرتی ندارند (سهام‌داران)، تنظیم شده و از تصمیم‌گیری فردی فاصله گرفته است. به این ترتیب انگیزه‌های زیاد برای حداکثرسازی سود از بین رفته است.

• قدرت فردی توسط تصمیم‌گیرندگانی که به هم وابسته‌اند، مهار شده و دیگر تضمینی وجود ندارد که حداکثرسازی سود، تنها هدف بنگاه باشد.

• تا وقتی دستمزدها به سود بستگی نداشته باشند، حداکثرسازی سود با اهداف مسئولان اجرایی همخوانی نخواهد داشت. بنابراین در شرکت‌های امروزی، انگیزه حداکثرسازی درآمدهای شخصی از راه افزایش درآمدهای سهام‌داران از بین رفته است.

مقام‌های اجرایی احتمالاً به جای حداکثر ساختن سود به دنبال اهداف و راهبردهایی هستند که موجب بقا و رفاه خودشان شود. آنان همانند مالکی که بنگاه را خودش اداره می‌کند، باید از موقعیت خود مطمئن شوند. موقعیت آنان توسط سهام‌داران، بستانکاران،

مصرف‌کنندگان، کارگران یا حکومت تهدید می‌شود. آنان می‌توانند جایگاه خود را با رشد بنگاه ارتقا داده و حفظ کنند ولی این کار به درآمدهای بی‌وقفه نیاز دارد.

چرا برای حفظ جایگاه مدیران اجرایی درآمدهای بی‌وقفه لازم است؟ امکان دارد سهام‌داران و بستانکاران از تضمین میزان درآمدهای مشخص راضی باشند. مدیران اجرایی تا وقتی سود شرکت بیش از یک میزان حداقل باشد، چندان بابت سهام‌داران نگران نیستند. تحقق درآمدهای کافی، مقادیری منابع سرمایه‌ای در اختیار مدیران اجرایی قرار می‌دهد که کاملاً تحت نظارت آنان است. این شرایط موجب حفاظت فرایند تصمیم‌گیری از گزند بستانکاران می‌شود. میزان درآمدهای ثابت و مداوم را با تثبیت قیمت، نظارت بر هزینه‌ها، مدیریت تقاضا و اعمال فشار بر سیاست‌های حکومت - که بر ثبات تقاضا اثرگذارند - می‌توان محقق کرد.

با رشد بنگاه جایگاه مقام‌های اجرایی نیز بهبود می‌یابد. رشد بنگاه نه تنها آنان را به کسب پول بیشتر برای راضی کردن سهام‌داران و بستانکاران قادر می‌کند بلکه شغل، درآمد و مزایای تشویقی و حاشیه‌ای را برای آنها افزایش می‌دهد. در یک بنگاه در حال رشد، مشاغل بیشتری ایجاد می‌شوند که این امر ارتقای کارگران را تسهیل می‌کند. در این‌گونه بنگاه‌ها ممکن است دستمزدها و مزایا نیز افزایش پیدا کند که نشانه افزایش مسئولیت‌های ناشی از رشد بنگاه است.

الف) عدول از متنوع‌سازی کسب‌وکار

شکل غالب سازمانی در کشورهای صنعتی برای ساختار کسب‌وکار شکل M می‌باشد. باین حال کارایی این قالب، مورد انتقاد قرار گرفته است. در نظریه عاملیت ادعا می‌شود مدیران اجرایی دارای یک تابع مطلوبیت هستند که شامل جایگاه، قدرت، امنیت و درآمد آنان است. این رفتار ممکن است به صورت تمایل به ساختن یک امپراتوری ناکارآمد جلوه کند. سهام‌داران روزه‌روز بیشتر از این گرایش آگاه می‌شوند و شاید یکی از دلایل معکوس شدن روند متنوع‌سازی کسب‌وکار در اواخر قرن بیستم - به نحوی که شرکت‌های فعال در صنایع متنوعی مانند تأمین مالی، داروسازی، مواد شیمیایی و ...، شروع به فروش شعب «غیرمحموری» خود کردند - همین امر باشد (Schuster, 2000).

۲-۴-۶ قدرت جبران‌کننده

مسئولان اجرایی از انتقاد مصون نیستند. انتقاد ممکن است به اصرار یک‌جانبه بر مصرف خصوصی و غفلت از محیط یا شرایط کار - به‌ویژه در کشورهای کم‌درآمد - مربوط باشد. با این حال وقتی انتقادات فقط توسط افراد کمی ابراز شود، نادیده گرفته می‌شود. انتقادات احتمالاً وقتی به حساب می‌آیند که جدی تلقی شوند و از پشتوانه گروه‌های فشار اجتماعی برخوردار باشند. گروه‌های فشار - مانند سازمان‌های کارگری، دانش‌آموزی یا مصرف‌کنندگان - می‌توانند منتقد یک نظام اقتصادی باشند که بنگاه‌های بزرگ در آن از نقش غالبی در سیاستگذاری اجتماعی و زیست‌محیطی برخوردارند. این انتقادات نه تنها قدرت مقام‌های اجرایی را در جامعه کاهش می‌دهد بلکه ممکن است حسن شهرت بنگاه‌ها را نیز به خطر بیاندازد.

مثال‌هایی از این موارد عبارت‌اند از: گروه‌های فشار که خواستار بهبود مراقبت‌های درمانی، حفاظت از محیط زیست یا بهبود شرایط کار در کشورهای در حال توسعه‌اند. تغییر در این قوانین لزوماً بر تعداد کارکنان اجرایی اثر نمی‌گذارد؛ مقام‌های اجرایی ممکن است بتوانند هزینه‌ها را بر دوش مشتریان یا سهام‌داران بیاندازند. شاید انتقادات گروه‌های فشار موجب ایجاد بی‌اعتمادی در میان سهام‌داران و مشتریان شود زیرا آنها می‌فهمند که باید آن هزینه‌ها را بر دوش بکشند. به این ترتیب مسئولان باید مصالحه‌ای بین انتقاد گروه‌های فشار و روی‌گردانی سهام‌داران و مشتریان از این شرایط شغلی جدید برقرار کنند.

چون مدیران اجرایی باید برای شرکت‌ها درآمدسازی کنند تا جایگاهشان حفظ شود، بدون شک تحقیق و توسعه را معطوف به کاهش هزینه‌های تولیدی و ایجاد محصولات جدید و سودآور می‌کنند. بنابراین امکان ندارد تحقیق و توسعه به ساخت محصولاتی منجر شود که مردم فقیر کشورهای در حال توسعه به آن نیاز دارند. در این کشورها مردم و حتی حکومت آنها پول کمی برای خرید داروها دارند. پس می‌توان فهمید چرا اکثر داروهای جدید برای درمان بیماری‌های به‌اصطلاح «وابسته به روش زندگی» مصرف می‌شود و فقط مقدار کمی از آنها به درمان بیماری‌های حاره‌ای اختصاص می‌یابد. مسئولان اجرایی در صورتی تحقیق و توسعه را به ساخت داروهای حاره‌ای معطوف

می‌کنند که حکومت‌ها منابع مالی ساخت داروهای جدید را تأمین کرده یا آن داروها را خریداری کنند. باین‌حال ممکن است مسئولان اجرایی اگر بدانند حسن شهرت بنگاه هزینه‌های ساخت داروها را تأمین خواهد کرد، شاید تصمیم به ساخت آنها بگیرند. چون شرایط قضیه کوز در همه وضعیت‌ها برقرار نیست، ممکن است آثار بیرونی به‌وجود آید و مورد اصلاح قرار نگیرند. آزمایش داروهای جدید یکی از مثال‌های این وضعیت است. داروها قبل از صدور مجوز برای ورود به بازار، به‌وسیله انسان‌ها مورد آزمون قرار می‌گیرند. قوانین مربوط به حفاظت از شرکت‌کنندگان در آزمایش‌ها در کشورهای در حال توسعه چندان کامل نیست. گاهی شرکت‌های داروسازی در کشورهای فقیر، با قیمتی کمتر داروها را روی بیماران آزمایش کرده و احتمال بازخواست شدن خود بابت خسارات آن داروها که احتمالاً خطرهای بزرگی به‌بار می‌آورند، کاهش می‌دهند. کادر ۸-۶ فیلمی از داستانی (که ادعا می‌شود واقعی است) را توضیح می‌دهد. البته انتقادات موجب تقویت قوانین آزمایش‌ها شده یا باعث شود شرکت‌ها به دنبال روش‌های دیگری برای آزمایش باشد.

کادر ۸-۶ باغبان خاموش

فیلم انگلیسی باغبان خاموش^۱ براساس داستانی به همین نام، نوشته جان لکری، درباره آزمایش داروهای پزشکی بر مردم فقیر در کنیاست. اقدامات غیرانسانی صنعت داروسازی نه تنها با آگاهی از پرداخت رشوه به مقامات محلی، بلکه با آگاهی مأمور عالی‌رتبه انگلستان در کنیا انجام شده است. این اقدامات به‌دلیل نظام حقوقی ضعیف و ناقص کنیا ممکن می‌شود.

۱-۲-۴-۶ الگوی اروپای غیرانگلستان در مقایسه با آنگلو ساکسون

در فصل پنجم الگوهای آنگلو ساکسون و اروپای غیرانگلستان را برای گزینه‌های مختلف نهادی که درباره بازارها به‌کار می‌روند شرح دادیم. در این فصل هر دو الگو را از لحاظ جزئیات گزینه‌های نهادی که بنگاه‌ها پیش رو دارند بررسی می‌کنیم. تفاوت‌های اصلی در جدول ۳-۶ آمده است (De Jong, 1997).

1. Constant Gardener

جدول ۳-۶ قلمروی بنگاه در الگوهای اروپای غیرانگلستان و آنگلواساکسون

ابعاد	الگوی اروپای غیرانگلستان	الگوی آنگلواساکسون
خط‌مشی	سودآوری با ارائه حساب به ذی‌نفعان (بانک‌ها، کارکنان و مصرف‌کنندگان)	درآمدسازی برای سهام‌داران
تصمیم‌گیری	ساختار مشورتی: خط‌مشی با توافق نمایندگان ذی‌نفعان در هیئت نظارتی یا شوراهای شغلی از قبل معلوم می‌شود	مالکیت عمودی و ساختار استقلال عملی؛ خط‌مشی بعد از وقوع و براساس بازده خالص سرمایه ارزیابی می‌شود
تأمین مالی	زیاد بودن تمرکز سهام‌داران، در آلمان و فرانسه بنگاه‌ها مهم‌ترین سهام‌داران هستند	اندک بودن تمرکز سهام‌داران؛ مالک بیشترین سهم در ایالات متحده خانواده‌ها هستند؛ سرمایه‌گذاران نهادی صاحب بیشترین سهم از بنگاه‌ها در انگلستان هستند
افق زمانی	سود بلندمدت برای تداوم کار بنگاه	سود کوتاه‌مدت برای راضی نگه داشتن سهام‌داران

مهم‌ترین فرق میان بنگاه‌ها در دو نظام مذکور، تفاوت در فرایند تصمیم‌گیری آنهاست. در الگوی اروپای غیرانگلستان، بنگاه یک واحد تشکیلاتی است که به مشکلات اجتماعی و همدلی می‌پردازد و به‌این ترتیب کارگران در مقایسه با نظام آنگلواساکسون از نفوذ بیشتری بر تصمیم‌گیری‌های مدیران برخوردارند چون در الگوی آنگلواساکسون بیشتر به افزایش ارزش دارایی سهام‌داران تأکید می‌شود.

علاوه بر تفاوت در فرایند تصمیم‌گیری، ترکیب گروه‌های سهام‌دار نیز باهم فرق می‌کند. در هر دو نظام آنگلواساکسون و اروپای غیرانگلستان بنگاه‌ها با سرمایه بیرونی تأمین مالی می‌شوند. در جدول ۳-۶ می‌بینید که این سرمایه در آلمان و فرانسه عمدتاً توسط سایر شرکت‌ها؛ در ایالات متحده توسط خانواده‌ها و در انگلستان به‌وسیله سرمایه‌گذاران نهادی فراهم می‌شود. در انگلستان سهم خانواده‌ها در تأمین مالی بنگاه‌ها بین فرانسه، آلمان و ایالات متحده است. علاوه بر این در الگوی اروپای غیرانگلستان، ساختار نظارتی بنگاه‌ها، نقش اثرگذار بانک‌های تجاری و نقش نسبتاً ضعیف بازارهای سهام باعث توانمندی بنگاه‌ها شده و کل جامعه را به اهداف بلندمدت و منافع متقابل متوجه می‌کند. در الگوی آنگلواساکسون، بنگاه کالایی است که مالک (سهام‌دار) می‌تواند از آن به رایگان استفاده کند.

در دهه ۱۹۸۰ در دوران رونالد ریگان در ایالات متحده و مارگارت تاچر در انگلستان (۱۹۷۹-۱۹۹۰)، اصرار به سرمایه‌داری بازار آزاد شدت گرفت. به این ترتیب سهام‌داران به تدریج از نقش بیشتری در تعیین خط‌مشی شرکت‌ها برخوردار شدند. بنگاه‌ها به منظور حداکثرسازی سود، به کاهش هزینه‌ها و سپردن کارهای دستی و ساده به کشورهای دیگر اقدام کردند که هزینه‌های دستمزد در آنها کمتر بود. در عین حال روند افزایش دستمزدها کند شد در حالی که دریافتی مدیران اجرایی ارشد به شدت زیاد می‌شد. مدیران بر اساس نظام پرداخت انگیزشی دستمزد می‌گرفتند که در آن تأکید یک‌جانبه بر سود حاکم است. باین حال ظاهراً در کشورهای اروپای غیرانگلستان، چنین سازوکاری کمتر حاکم است. در این کشورها منافع سهام‌داران (قیمت سهام) مهم‌تر شد و مدیران بنگاه‌ها دستمزد بیشتری دریافت کردند ولی این موارد به اندازه شرایط آنگلو ساکسون نبود. چارچوب نهادی در کشورهای اروپای غیرانگلستان معمولاً اجازه نمی‌دهد که منافع سهام‌داران به هدف غالب در بنگاه‌ها تبدیل شود. روند موجود به سمت سازمان‌دهی بنگاه‌ها برحسب الگوی آنگلو ساکسون به رشد قدرت جریان‌کننده در سراسر دنیا منجر شده که در آن گروه‌های معترض (علاوه بر سایر امور) به نقد مشکلات زیست‌محیطی ایجاد شده به دلیل تمرکز بیش از حد بر منافع سهام‌داران می‌پردازند. این انتقادات به شکل‌گیری مفاهیم کسب‌وکار اخلاقی منجر شده است. در سال‌های اخیر بنگاه‌های بزرگ مشتاق‌اند حسن شهرت خود در زمینه انواع مباحث اخلاقی را بهبود بخشند.

۵-۶ ملاحظات پایانی

جدول ۴-۶ مشخصات اصلی بنگاه را از منظر نظریه‌ها و چشم‌اندازهای مختلف بررسی می‌کند. در نظریه نئوکلاسیک، بنگاه در اصل یک تابع تولید ویژه است که نهاده‌ها را به ستانده مربوط می‌کند. چون نهاده‌ها از یک بازار خریداری می‌شود و ستانده‌ها در بازار دیگری به فروش می‌رسند - که طبق فرض سود را به حداکثر می‌رساند - یک عامل (کنش‌گر) نیز در بازار وجود دارد. خریدار در بازار نهاده‌ها و فروشنده در بازار ستانده‌ها. اقتصاد نئوکلاسیک با الگوسازی تابع تولید - به مثابه وظیفه ویژه بنگاه - فرض می‌کند که بنگاه مورد نظر در تبدیل نهاده‌ها به ستانده کارآمد است.

جدول ۴-۶ مشخصات بنگاه‌ها

مشخصات اصلی بنگاه	نظریه
تابع تولید	اقتصاد نئوکلاسیک
شبکه قراردادها	حقوق مالکیت
ساختار کارآمد سازمان‌دهی (حداقل‌سازی هزینه‌های مبادله)	اقتصاد هزینه مبادله
تفکیک مالکیت از مدیریت	نظریه عاملیت

با این حال چنین فرضی معلوم نمی‌کند که چرا بنگاه کارآمد است یا چرا بنگاه از منظر کارآمدی به وجود آمده است. یکی از دلایل این موضوع، تخصیصی شدن کارهاست که مستلزم ساختاری تشکیلاتی است. علاوه بر این اقتصاد هزینه مبادله وجود و اندازه بنگاه‌ها را بر حسب حداقل‌سازی هزینه مبادله توضیح می‌دهد. مبادله درون بنگاه هنگامی کارآمد است که بتواند مشکلات مرتبط با هزینه‌های جست‌وجو و عقد قرارداد را بهتر از مبادله از طریق بازار حل کند. مبادلات درون بنگاه‌ها به شکل قدرت دستور درمی‌آید. سلسله‌مراتبی وجود دارد که تخصیص منابع را تعیین می‌کند. به تعبیر ساده‌تر، هر شخص کاری را می‌کند که رئیس او دستور داده زیرا برای همین پول دریافت می‌کند.

با این حال وقتی مبادلات درون بنگاه انجام می‌شود، مشکلات جدیدی – عمدتاً از نوع عاملیتی و یا تشکیلاتی – روی می‌دهد. از لحاظ نظری تا وقتی هزینه‌های بنگاه‌داری کمتر از مبادله از مسیر بازار باشد، بنگاه ارجحیت دارد. این موضوع به‌ویژه وقتی صادق است که تعین‌داری زیاد باشد. میزان تمایز دیگر ساختارهای سازمان‌دهی را از بازار یا بنگاه (تعاونی و نقش حکومت)، در فصول هفتم تا نهم شرح خواهیم داد. وجود سلسله‌مراتب و مشکلات عاملیتی ناشی از آن در بنگاه، موجب پیگیری منافع جمعی یا گروهی می‌شود. به تأثیر جدایی مدیریت از مالکیت – نیز اشاره کردیم که ممکن است هزینه‌های عاملیتی را زیاد کند (مثلاً چون پیگیری منافع شخصی توسط مدیران خیلی قوی‌تر از نظارت سهام‌داران بر عملکرد مدیران است) – به تعبیری جست‌وجوی منفعت شخصی در بنگاه ممکن است مدت‌های طولانی بدون نقد و اعتراض دوام آورد ولی در نهایت – احتمالاً با هزینه‌های زیاد – مورد بازرسی قرار خواهد گرفت. بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ و رکود ناشی از آن، یک مثال از چنین فرایندی است.

۶-۶ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر

۱. تفاوت‌های اصلی در توصیف وجود یک بنگاه را از سه منظر اقتصاد نئوکلاسیک متعارف، نظریه قراردادها و اقتصاد هزینه مبادله توضیح دهید.
۲. توضیح دهید چرا هزینه‌های مبادله در بنگاه‌ها به وجود می‌آید؟
۳. گمان می‌کنید کدام یک از انواع انگیزه‌ها در منضبط ساختن کارکنان کارآمدتر باشد. ایجابی یا سلبی؟ دلایل خود را توضیح دهید.
۴. اقتصاددانان هزینه مبادله، معمولاً به کارگیری پاداش‌های بزرگ در بنگاه‌ها را به منظور استقرار انگیزه‌های محکم در میان کارکنان و سوق دادن آنان به اقدام برای حفظ منافع کارفرمایان توصیه می‌کنند. آیا گمان می‌کنید چنین ابزاری هنوز هم برای غلبه بر خطرهای ناشی از مالکیت مدیریت و سرمایه کافی است؟ چه ابزارهای دیگری برای منضبط ساختن مدیران یک بنگاه به کار می‌آید؟
۵. توضیح دهید چرا یک مدیر منفعت‌طلب ممکن است حتی به بهای از دست دادن شغل خود از ادغام طرف‌داری کند؟
۶. درباره هزینه‌های مربوط به حفاظت از منافع گروهی - که به توسعه یک بنگاه مربوط اند - بحث کنید.
۷. توضیح دهید چرا به نفع مقام‌های اجرایی است که منافع کارگران را به بهای منافع سهام‌داران برآورده سازند. آیا گمان می‌کنید چنین کاری یک رفتار فرصت‌طلبانه است؟
۸. آیا فکر می‌کنید آگهی‌های بازرگانی ابزاری برای آگاه‌سازی مردم درباره محصولات هستند یا صرفاً ابزارهایی برای فریب دادن مردم و ترغیب آنان به خرید کالاها محسوب می‌شوند؟
۹. آیا ابزاری غیر از آگهی‌های تجاری می‌شناسید که بتواند بر ترجیحات شما اثر گذارد یا گمان می‌کنید که از تلاش‌های مربوط به اثرگذاری بر تصمیم‌گیری به خرید کردن مصون هستید؟
۱۰. آیا قدرت‌های جبران‌کننده در کشور شما باعث ارتقای رفاه هستند؟ برای نظر خود استدلال ارائه کنید.

فصل هفتم همکاری بین بنگاه‌ها

مقدمه

نایک^۱ - نام معروف در تولید کفش‌های ورزشی - خود هیچ کفشی تولید نمی‌کند. گالو^۲ نیز که بزرگ‌ترین تولیدکننده نوشابه در ایالات متحده است و در تملک یک خانواده قرار دارد، اصلاً انگور نمی‌کارد. بوئینگ^۳ هم که در تولید هواپیما از پیشتازان است، فقط برخی قطعات هواپیما را خود تولید می‌کند. این وضعیت شاید در ابتدا عجیب به نظر برسد ولی وقتی دقیق‌تر به نحوه کار آن شرکت‌ها توجه کنیم، منطقی جلوه می‌کند. نایک، گالو و بوئینگ مانند بسیاری از شرکت‌های دیگر از هم‌پیمانی راهبردی^۴ استفاده می‌کنند. هم‌پیمانی راهبردی نوعی توافق بین بنگاه‌ها برای یک کاسه کردن برخی منابع و تلاش برای تحقق اهداف متقابل است. همکاری (تعاون) یک ساختار سازمان‌دهی است که در نوشته‌های اقتصاد نهادگرا از آن به «پیوندی» تعبیر می‌شود چون این ساختارها نه بازار هستند نه سلسله‌مراتب، بلکه ساختارهای سازمان‌دهی از نوع تشریک‌مساعی‌اند که مؤلفه‌های بازار و سلسله‌مراتب را باهم درمی‌آمیزند.

پیوندی‌ها در کشورهای پیشرفته یک ساختار سازمان‌دهی کاملاً متداول محسوب می‌شوند. در فصل سوم آنها را به‌مثابه نوعی ساختار سازمان‌دهی معرفی کردیم که در آن بنگاه‌های همکار از بسیاری ابعاد (تصمیم‌گیری راهبردی، فعالیت‌های کسب‌وکار روزمره) استقلال عمل خود را حفظ می‌کنند، ولی تا حدی مداخله سلسله‌مراتبی را در روابط همکاری (مثلاً هماهنگ‌سازی فعالیت‌های مشترک که همان یک کاسه‌سازی منابع و تلاش‌هاست) می‌پذیرند. این همکاری ممکن است به شکل پیمانکاری ثانویه، نظام‌های زنجیره عرضه، شبکه‌های توزیع، واگذاری نمایندگی، شراکت‌ها، هم‌پیمانی‌ها یا همکاری‌ها

-
1. Nike
 2. Gallo
 3. Boeing
 4. Strategic Alliances

بروز کند که در این فصل به چند مورد آن می‌پردازیم. پیوندی در واقع مشخصه‌های قراردادهای بازار را با مشخصات ساختار بنگاهداری درهم می‌آمیزد. یک نظام اقتصادی بدون پیوندی‌ها فقط از بنگاه‌ها و بازارها متشکل خواهد بود که البته با واقعیت همخوانی ندارد. به قول ریچاردسون: «زمانی بود که عادت داشتیم به شاگردانم بگوییم بنگاه‌ها را می‌توان به‌مثابه جزیره‌هایی از همکاری‌های برنامه‌ریزی شده در دریای روابط بازار در نظر گرفت. حالا گمان می‌کنم که آن جمله یک ارزیابی کاملاً غلط از روش عملی سازمان‌دهی یک صنعت است» (Richardson, 1972: 883).

آثار پیوندی‌ها بر عملکرد اقتصادی را می‌توان با از پیش معلوم دانستن ساختار بنگاهداری (رویکرد ایستا) بررسی کرد ولی ممکن است پیوندی‌ها را به‌مثابه موضوعی در حال تغییر (رویکرد پویا) در نظر گرفت. همچنین در شیوه تنظیم رسمی همکاری بین بنگاه‌ها، اعتماد از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. پیوندی‌ها را علاوه بر رویکردهای کارایی می‌توان برحسب منافع گروهی نیز بررسی کرد. این شیوه به تخصیص مجدد منابع به منافع مشترک منجر می‌شود ولی پیامدهای اجتماعی کمتر از بهینه‌ای به همراه دارد که رفاه اجتماعی را به حداکثر نمی‌رساند. با این حال با بهسازی‌های بیرونی یا قدرت‌های جبران‌کننده ممکن است قدرت حاصل از همکاری بین بنگاه‌ها را نیز بتوان مهار کرد. رویکردهای مختلف در جدول ۷-۱ خلاصه شده‌اند. در این فصل مفاهیم ارائه شده در جدول ۷-۱ را بررسی خواهیم کرد که با پیش‌زمینه‌ای کلی از مفاهیم نظری مختلف درباره «ارتقای رفاه» و «کاهش رفاه» در همکاری آغاز کرده و مثال‌های واقعی برای آنها ارائه می‌کنیم.

جدول ۷-۱ رویکردهای ایستا و پویای کارایی و منافع گروهی به پیوندی‌ها

رویکرد ایستا	رویکرد پویا	
ایستا	- اعتماد و قراردادهای رسمی	- قانون رقابت - رویکرد اقتصاد هزینه مبادله
منافع گروهی	- نظریه قدرت بازار - اوپک	- شبکه بنگاه‌ها - کارتل‌ها

۷-۱ همکاری بین بنگاه‌ها در نظر و عمل

۷-۱-۱ رویکردهای مختلف نظری به همکاری بین بنگاه‌ها

ضرورت همکاری را می‌توان به‌سادگی با بازی معمای زندانی نشان داد. این بازی موردی را نشان می‌دهد که در آن بهترین نتیجه بدون همکاری حاصل نمی‌شود و مبادلات بازار و سلسله‌مراتب در آن ممکن نبوده یا گزینه‌های کارآمدی نیستند. معمای زندانی اصطلاحاً یک بازی یکباره^۱ (غیرتکرارشونده) است که در آن دو بازیگر از امکان انتخاب همکاری یا عدم همکاری برخوردارند. فرض کنید هر بازیگر بدون در نظر گرفتن عاقبت بازیگر دیگر، فقط عاقبت خود را در نظر بگیرد. در این صورت هیچ‌گونه همکاری بهینه‌ای رخ نخواهد داد. دستیابی به نتیجه بهینه با همکاری (کادر ۷-۱) یا تا حدی نظارت بر رفتار و سازوکارهای انگیزشی نهادی محقق می‌شود (کادر ۷-۲). اگر این بازی بارها تکرار شود، ممکن است یک سازوکار خودتضمین پدید آید.

کادر ۷-۱ معمای زندانی ضرورت همکاری را نشان می‌دهد

مثال متداول در بازی زندانی به‌شرح انتخاب پیش روی دو مجرم می‌پردازد که در اتاق‌های جداگانه مورد بازجویی قرار می‌گیرند و می‌توانند ساکت بمانند یا اقرار کنند. این بازی در نظام اقتصادی نیز فراوان است و به‌این‌دلیل ما آن را در وضعیت اقتصادی شرح می‌دهیم.

هریک از دو بنگاه (الف) و (ب)، که یک کالای همگن تولید می‌کنند، می‌توانند برای کالای خود تبلیغ کنند یا نکنند. اگر هر دوی آنها تبلیغ کنند، تقاضا را با کمک هم زیاد کرده و هر دو منتفع می‌شوند. اگر فقط یکی از آنها - مثلاً (الف) تبلیغ کند، (ب) از مخارج تبلیغات (الف) به رایگان بهره خواهد برد. اگر هیچ‌کدام تبلیغ نکنند، از سود بیشتر بهره‌مند نخواهند شد.

فرض کنید که تبلیغات هر یک از بنگاه‌ها ۴ واحد خرج دارد یعنی تبلیغات هر دو به‌اندازه ۸ واحد هزینه به آنها تحمیل می‌کند. همچنین تصور کنید تبلیغات هر دوی آنها ۱۲ واحد سود اضافی ایجاد می‌کند که به‌طور مساوی بین آن دو تقسیم می‌شود (سود هر کدام برابر با ۲ یعنی ۶ منهای ۴ واحد خواهد بود). اگر فقط یکی تبلیغ کند، هزینه‌ای به‌اندازه ۴ واحد را تحمل می‌کند، اما افزایش تقاضای آن تبلیغات بین دو بنگاه تقسیم می‌شود و فرض می‌کنیم هر کدام ۳ واحد سود خواهند برد. پس اگر (الف) ۴ واحد سرمایه‌گذاری کند، فقط منفی یک (۴ - ۳) واحد نصیب خود می‌کند درحالی‌که (ب) ۳ واحد

سود می‌کند. نتایج مختلف و ممکن را در جدول زیر که به ماتریس نتیجه معروف است، مشاهده می‌کنید.

تبلیغات

بنگاه (ب) تبلیغ نمی‌کند	بنگاه (ب) تبلیغ می‌کند	
(الف) منفی یک واحد کسب می‌کند	(الف) ۲ واحد کسب می‌کند	(الف) تبلیغ می‌کند
(ب) ۳ واحد کسب می‌کند	(ب) ۲ واحد کسب می‌کند	
(الف) چیزی کسب نمی‌کند	(الف) ۳ واحد کسب می‌کند	(الف) تبلیغ نمی‌کند
(ب) چیزی کسب نمی‌کند	(ب) منفی یک واحد کسب می‌کند	

برای هریک از بنگاه‌ها راهبرد غالب^۱ آن نیست که تبلیغ کند: صرف‌نظر از آنچه (ب) انجام می‌دهد، (الف) انگیزه‌ای برای تبلیغ کردن نخواهد داشت. فرض کنید (ب) تبلیغ کند، سپس (الف) از مخارج (ب) به رایگان بهره برده بدون آنکه تبلیغ کند. فرض کنید (ب) تبلیغ نکند، در آن صورت بهتر است که (الف) هم تبلیغ نکند زیرا در غیر این صورت (ب) به رایگان از مخارج او منتفع خواهد شد. چون این وضعیت برای هر دو طرف صدق می‌کند، آنها بهتر می‌دانند که حتی وقتی تبلیغات هم‌زمان به نفع هر دوی ایشان باشد، این کار را انجام ندهند. پس در این مثال از قالب «معمای زندانی»، اگر قرار است هر دو طرف منتفع شوند، باید در تبلیغات با یکدیگر همکاری کنند. می‌توان دید که یک سلسله‌مراتب (احتمالاً از راه ادغام) می‌تواند این مشکل را حل کند، ولی لزوماً روش کارآمدی برای حل‌وفصل مشکل تبلیغات نیست. مبادله بازاری نیز احتمالاً سازوکار کارآمدی نیست. مثلاً اگر (الف) و (ب) از حق ادعای خسارت بابت رفتار مبتنی بر سواری مجانی برخوردار باشند، باید برای دریافت آن خسارت پس از تبلیغ کردن، هزینه‌های مبادله هنگفتی متحمل شوند. مذاکره درباره خسارت نیز قبل از وقوع تبلیغات، روش کارآمدی نیست زیرا همکاری و عقد یک قرارداد برای تبلیغات مشترک، آشکارا راه‌حل آسان‌تر و کارآمدتری است.

البته مثال‌های متعدد دیگری هست که در آنها همکاری و نه سلسله‌مراتب یا مبادلات بازار، همان راه‌حل‌های ارجح برای مبادله از نظر جامعه و نیز بنگاه‌ها تلقی می‌شوند. از بحث‌های فصول سوم، پنجم و ششم و مثال کادر ۱-۷ می‌توان دریافت که ممکن است معضل مفت‌خواهی موجب تمایل به راه‌حل‌های ارتقادهنده رفاه، از قبیل قراردادهای بازار، نظارت‌های درون بنگاهی یا همکاری شود.

بحث‌های مشابهی را می‌توان درباره تحقیق و توسعه یا همکاری با هدف کاهش هزینه‌های مبادله (مثلاً با اعتمادسازی از راه یک نام تجاری مشترک) مطرح کرد. از طرفی انواع همکاری‌ها وجود دارد که رفاه بنگاه‌های همکار را به بهای خسارت برای مصرف‌کنندگان، زیاد می‌کند. یک کارتل بارزترین مثال از این واقعیت است که در آن رقابت بین بنگاه‌ها از راه توافق جمعی بر سر افزایش قیمت‌ها حذف می‌شود. مصرف‌کنندگان ضرر می‌کنند، هرچند سود اعضای کارتل زیاد می‌شود؛ این سودهای اضافی کمتر از کاهش^۱ [رفاه] مصرف‌کننده است و در مجموع به زیان دائمی منجر می‌شوند.

این کارتل از چند مشخصه جالب برخوردار است. می‌توان فهمید که حتی اگر توافق برای همکاری برقرار شود، به معنای آن نیست که خودتضمین خواهد بود. بازهم برای نشان دادن این واقعیت از معمای زندانی استفاده خواهیم کرد. هرچند بازی مشروح در کادر ۱-۷ برای اشاره به ضرورت همکاری (احتمالی) به کار رفت، ولی در کادر ۲-۷ آن را برای نشان دادن خودتضمین نبودن توافق به همکاری استفاده می‌کنیم.

شرایطی با مشخصه‌های معمای زندانی را فقط با نهادهای کارآمدی می‌توان مهار کرد که برای حصول توافق‌های عملی و ضمانت‌پذیر (با تنبیهات معتبر) پدید آمده باشند. تنبیهات کارآمد مردم را به رعایت توافقات واداشته، آن توافق‌ها را ممکن و برای طرفین سودآور می‌کند. وقتی شرایط اولیه معمای زندانی با وضع قوانین و انگیزه‌های جدید تغییر کند، ماتریس نتیجه و راهبرد بهینه بازیگران نیز تغییر می‌کند و بازی معمای زندانی متوقف می‌شود.

کادر ۲-۷ کارتل‌ها و تقلب

فرض کنید دو بنگاه تولیدکننده کالاهای مصرفی باهم رقابت کرده و هر دو سود صفر کسب می‌کنند. آنها تصمیم می‌گیرند کارتلی تشکیل داده و با حذف رقابت، قیمت‌ها را باهم افزایش دهند. چون این کار به زیان مصرف‌کننده است، هر دو بنگاه از آن منتفع می‌شوند: هرکدام از آنها مثلاً ۱۰ واحد سود می‌کنند. اما اگر یکی از آن دو به قیمت توافقی پایبند بماند، دیگری انگیزه پیدا می‌کند با فریب‌کاری قیمت را اندکی کمتر ارائه کند تا سهم بیشتری از بازار به‌دست آورد

(زیرا در صورت همگن بودن کالاها مصرف‌کنندگان به کالای بنگاه ارزان‌تر روی می‌آورند) و این کار به ضرر بنگاه اول است. بنگاه متقلب احتمالاً ۱۲ واحد سود کرده و دیگری ۲ واحد کم‌تر سود خواهد کرد. ماتریس نتیجه شاید چنین باشد:

توافق کارتل

بنگاه (ب) به کارتل پایبند است	بنگاه (ب) تقلب می‌کند	
(الف) ۱۰ واحد سود کسب می‌کند	(الف) ۲ واحد سود کسب می‌کند	بنگاه (الف) به کارتل پایبند است
(ب) ۱۰ واحد سود کسب می‌کند	(ب) ۱۲ واحد سود کسب می‌کند	بنگاه (الف) تقلب می‌کند
(الف) ۱۲ واحد به دست می‌آورد	(الف) صفر واحد کسب می‌کند	
(ب) ۲- واحد به دست می‌آورد	(ب) صفر واحد کسب می‌کند	

باز هم با معمای زندانی روبه‌رو هستیم: با یک تعادل رقابتی زیرا امکان تقلب وجود دارد: توافق در کارتل بی‌ثبات است.

برای حفظ کارتل، توافقی‌های بیشتری در زمینه نظارت و تنبیه لازم است. در این مثال مشکلات ضمانت اجرایی حتی با همکاری هم وجود دارد.

اطمینان بازیگران به موفقیت‌آمیز بودن همکاری ممکن است مثلاً با منصوب کردن یک مقام مسئول مستقل (طرف سوم) تقویت شود که همه طرف‌ها به او قدرت نظارت بر مبادلات و تصمیم‌گیری درباره موارد اختلاف را تفویض می‌کنند. یک نهاد رسمی‌تر که به خوبی کارگر می‌افتد، راهبرد «مقابله به مثل» است که در فصل سوم به اختصار به آن پرداختیم و در این فصل نیز بعداً دوباره به آن اشاره خواهیم کرد.

به‌طور کلی کارتل‌ها به‌مثابه ساختارهای سازمان‌دهی نامطلوب تلقی می‌شوند زیرا در کوتاه‌مدت ثروت را کم می‌کنند. با این حال در نیمه اول قرن بیستم برخی سیاستمداران و اقتصاددانان از آزادی در عقد قراردادها حمایت کرده و در دفاع از قوانین ضد کارتل کاری انجام ندادند. در آن زمان بیشتر سیاستمداران (به‌استثنای آمریکایی‌ها) معتقد بودند کارتل‌ها قادرند در نظام اقتصادی و اجتماعی کشورها نقش مفیدی ایفا کنند.

حالا اجماع کلی پدید آمده است که کارتل‌ها آثاری ناخوشایند بر ثروت مصرف‌کننده باقی می‌گذارند. دلیل ممنوعیت کارتل‌ها توسط قوانین رقابت نیز همین

است. به این ترتیب اصل آزادی عقد قراردادها حالا محدود به همکاری‌هایی شده است که موجب افزایش رفاه (مصرف‌کننده) شده و دیگر درباره همکاری‌های محدودکننده رقابت پذیرفته نیست. پس قانون رقابت باید این موضوع را مدنظر قرار دهد: باید بین همکاری‌های افزایش‌دهنده رفاه و همکاری‌های غیر آن تمییز قائل شد. قانون رقابت در ایالات متحده، اتحادیه اروپایی و بسیاری از کشورهای دیگر در سراسر دنیا فقط ممنوع کردن توافقاتی را مدنظر قرار داده است که با هدف محدود کردن رقابت (یا با چنین تأثیری) و بدون افزایش رفاه به نحوی که مصرف‌کنندگان نیز از آن منتفع شوند، به اجرا درمی‌آیند. اگر رفاه ایجاد شده و مصرف‌کنندگان از آن سهم ببرند، همچنین اگر تنها راه ایجاد آن رفاه اضافی، محدود کردن رقابت باشد، در آن صورت اگر منافع آن وضعیت بیش از هزینه‌هایش باشد، همکاری مجاز تلقی می‌شود.

دقت کنید چنین امری از لحاظ اقتصادی صحیح است. اگر محدود کردن رقابت را به مثابه امکان ایجاد قدرت بازار از راه همکاری تعریف کنیم، ولی منافع افزوده شده نیز در میان باشد (مثلاً تحقیق و توسعه جدید، محصولات جدید یا کمتر شدن هزینه‌ها که احتمالاً ناشی از بهبود توزیع یا تولید است)، در آن صورت در کل همکاری را می‌توان مجاز دانست (توجه کنید استدلال مشابهی در مورد نظارت بر ادغام‌ها صادق است؛ فصل ششم را مطالعه کنید). البته اگر قدرت بازار اصلاً به وجود نیاید و رقابت محدود نشود، اصلاً نیازی به قانون رقابت نیست. درباره مداخله دولت در موارد رفتار ضد رقابتی باید فصل هشتم را مطالعه کنید.

به طور خلاصه، سه نوع توافق برای همکاری وجود دارد: توافقی‌هایی که رقابت را محدود می‌کنند؛ توافقی‌های محدودکننده رقابت که به افزایش رفاه کل منجر می‌شوند؛ و توافقی‌های محدودکننده رقابت که رفاه کل را کاهش می‌دهند. در عمل گاهی بسیار سخت است که بتوان فهمید رفاه کل کم یا زیاد شده است ولی در هر حال باید بتوان توافقی‌های نامطلوب (از لحاظ رفاهی) را از مطلوب تمییز داد. مثال سیتی بانک^۱ در کادر ۳-۷ ارائه شده است. در بقیه این فصل اصطلاح کارتل یا تبانی را معنای محدودکننده رقابت و کاهنده رفاه استفاده خواهیم کرد.

کادر ۳-۷ کارتل یا همکاری ضمانت شده؟

اونو رودینگ^۱ نایب‌رئیس و یکی از مدیران سیتی بانک، طرفدار همکاری با سایر بانک‌ها برای وضع روش پرداخت به مدیران اجرایی و دلالتان بود. به نظر او پاداش‌های کوتاه‌مدت، تداوم کار بانک‌ها را به خطر می‌اندازد زیرا به تصمیم‌گیری‌های بدون ملاحظه مخاطرات منجر می‌شوند. او از پاداش‌هایی حمایت می‌کرد که فقط پس از سه الی چهار سال پرداخت شوند. در آن صورت می‌شد بررسی کرد که آیا مخاطرات چاره‌ناپذیری رخ داده است یا خیر. این روش یکی از مصادیق معمای زندانی است: سیتی بانک نمی‌توانست این‌گونه پاداش را بدون همکاری سایر بانک‌ها عملی کند زیرا در غیر این صورت مدیران ارشد آن بانک یا دلالتان ترجیح می‌دادند که در بانک‌های دیگر به کار مشغول شوند. همه بانک‌ها فقط با کاربرد هم‌زمان آن نظام پاداش‌دهی می‌توانستند مشکل مذکور را حل کنند.

دیگر بانک‌ها می‌گفتند به دلیل وجود قوانین ضدتراستی که نمی‌توان با دیگر رقبا موافقت‌نامه تنظیم کرد. با این حال با توجه به بحران مالی که رخ داد، ظاهراً قوانین ضدتراستی همیشه هم در بلندمدت به نفع جامعه نیستند.

اما حتی اگر چنان توافقی قوانین ضدتراستی را نقض کند، نباید به آن اقدام شود؟ چنان توافقی می‌توانست به کاهش مخاطرات کوتاه‌مدت برای بانک‌ها و کل نظام اقتصادی منجر گردد. بنابراین تأثیر همکاری در کل می‌تواند به‌خوبی مخاطرات را کاهش دهد.

۲-۱-۷ مثال‌های واقعی از پیوندی‌ها

بنگاه‌ها ممکن است بخواهند با یک کاسه کردن منابع خود، هزینه‌ها را کاهش داده به بازارهای جدید دسترسی پیدا کنند. شرکت‌های هواپیمایی را در نظر بگیرید آنان می‌توانند با همکاری شرکت‌های دیگری که قبلاً حق فرود در خاک سایر کشورها را به دست آورده‌اند، از آن امتیاز برخوردار شوند. یکی از شکل‌های متداول همکاری در صنایع خدمات تخصصی، مشارکت‌هایی هستند که براساس دانش تخصصی آزمون شده قرار دارند. این نوع مشارکت‌ها را می‌توان در حسابداری، مشاوره قضایی، فیزیک و حوزه‌های متعدد دیگر مشاهده کرد. گاهی بنگاه‌ها به‌منظور کسب صرفه‌های به مقیاس، متنوع کردن مخاطرات یا ساخت محصولات جدید و دسترسی به ابزارهای توزیع یا فناوری‌های جدید، یا محدود کردن رقابت (از راه تشکیل یک کارتل) به همکاری باهم می‌پردازند. قیمت‌گذاری

1. Onno Ruding

تهاجمی (در فصل پنجم به آن اشاره شد)، ادغام‌ها و تملک‌ها (فصل ششم) نیز از عوامل محدودکننده رقابت هستند.

حال چند مثال از انواع پیوندهای موجود می‌آوریم. ابتدا درباره کایرتسوی ژاپنی که مؤلفه‌هایی از آن در سراسر دنیا تقلید شده است، بحث می‌کنیم و سپس سه مثال از پیوندهای موجود در سراسر دنیا یعنی تعاونی‌ها، مجوزها و نمایندگی‌ها و در نهایت بانک‌های اسلامی را ارائه می‌کنیم که ترکیبی از تعاونی‌ها و نمایندگی‌ها هستند. فرق مجوزها و نمایندگی‌ها با تعاونی‌ها آن است که اعضای یک تعاونی مالک شرکت خود هستند، درحالی‌که مجوزها یا نمایندگی‌ها فقط شامل حقوق مالکیت کاربرد طرحی خاص مثلاً یک نام تجاری می‌شوند.

۷-۱-۲-۱ شبکه‌های عرضه ژاپنی

در فصل سوم کایرتسوی ژاپنی را یکی از مصادیق ساختار سازمان‌دهی پیوندی معرفی کردیم. کایرتسو پس از جنگ جهانی دوم به‌وجود آمد و جانشین زایباتسو^۱ - یعنی ائتلاف‌های تحت احاطه خانواده‌های بنیان‌گذار با مالکیت متمرکز - شد. ساختار اداره زایباتسو را هنوز هم می‌توان در کره جنوبی با نام چائبول^۲ پیدا کرد. کایرتسو برخلاف زایباتسو و چائبول با خوشه‌ای از سازمان‌های مستقل و خودمختار مشخص می‌شود که مبادلات خود را بدون آنکه یکی از آنها نقش محوری بپذیرد، با یکدیگر هماهنگ می‌کنند. این سازمان‌ها باهم کار می‌کنند تا منافع کل گروه افزایش یابد. دو شکل اصلی کایرتسو کسب‌وکار عمودی و افقی است.

گروه‌های کسب‌وکار افقی (مثلاً میتسوبیشی، میتسویی و سومیتومو)^۳ یک کسب‌وکار صنعتی مستقل را تشکیل می‌دهند که حول محور یک بانک بزرگ و یک شرکت تجاری عمده قرار گرفته است. این گروه‌ها از راه سهام‌داری ضربدری^۴ و هیئت‌مدیره‌های درهم تنیده شکل می‌گیرند، جلسات رؤسای بنگاه‌های عضو در آنها به‌طور منظم برگزار می‌شود که موجب تبادل اطلاعات درباره فناوری‌های جدید، بازارهای جدید و انواع مباحث سیاسی می‌شود. دو مشخصه اصلی در روابط بین اعضای این کسب‌وکارها عبارت‌اند از

1. Zaibatsu
2. Chaebol
3. Mitsubishi, Mitsui and Sumitomo
4. Cross-shareholding

برابری و آزادی استقراض از سایر بانک‌ها یا آزادی استفاده از خدمات مبادله بنگاه‌هایی از کایرتسوه‌های دیگر.

گروه‌های کسب‌وکار عمودی، گروه‌هایی از شرکت‌های پیمانکار ثانویه و بنگاه‌های تجاری هستند. رابطه آنها با نابرابری مشخص می‌شود یعنی در میان آنها شرکت‌های پیشتازی وجود دارند که موضع آنها غالب است. مدیران بنگاه‌ها در گروه‌های کسب‌وکار عمودی^۱ به‌وسیله یک بنگاه «محور»^۲ اداره می‌شوند. هدف از چنین ساختاری آن است که شرکت مادر بتواند شعبی با قدرت تصمیم‌گیری مستقل ایجاد کند (باین‌حال مدیریت ارشد «مادر»، نفوذ قابل توجهی بر «شرکت‌های فرزند» خود دارد).

حال اهمیت همکاری را با مثال شرکت خودروسازی تویوتا شرح می‌دهیم که عضو هر دوگونه، یعنی کایرتسوی افقی و نیز عمودی (به‌عنوان شرکت مادر) است. شرکت تویوتا با هدف حذف ضایعات - یعنی صرف شدن منابع برای هر کاری غیر از ارزش‌آفرینی برای مشتریان - نظام خاصی را پایه‌گذاری کرد. این شیوه تولید با نام تولید اتکایی^۳ معروف شد. تویوتا در همه شرکت‌های قطعه‌سازی بزرگ خود سرمایه‌گذاری کرده است. این سرمایه‌گذاری‌ها شرکت را به ایفای تعهدات معتبر (فصل سوم را مطالعه کنید) در قبال عرضه‌کنندگان و نیز همکاری با آنها برای ارتقای کیفیت کار و کاهش هزینه‌های تولید قادر می‌کند. همچنین تویوتا می‌تواند احاطه خود را نه تنها بر قیمت‌های پیشنهادی عرضه‌کنندگان (قطعه‌سازان)، بلکه بر کیفیت قطعات نیز اعمال کند. این شیوه در نهایت به تولید دقیقاً به‌موقع^۴ یا تولید بدون موجودی انبار^۵ معروف شده و مستلزم اجرای دقیق تعهدات از سوی قطعه‌سازان است.

تویوتا مزایای تولید هنری (تنوع) و تولید انبوه (ارزان بودن) را درهم آمیخته است. تولید هنری مبتنی بر کارگران چیره‌دستی است که از ابزارهای متنوع و انعطاف‌پذیر استفاده کرده و محصول را مطابق ملاحظات مورد نظر هر مشتری می‌سازند. طرف دیگر

1. For Example, Tokai Bank, The Industrial Bank of Japan, Nippon Steel, Hitachi, Nissan and Toyota.

2. "Core" Firm

3. Lean Production

4. Just-in-time

5. Stockless Production

طیف، تولید انبوه قرار دارد که مبتنی بر کارگران کم‌مهارت و ماشین‌آلات گران‌قیمت و از پیش برنامه‌ریزی شده برای تولید انبوه محصولات استاندارد است. از لحاظ منطقی وقتی تعداد واحدهای تولیدی زیاد شود، هزینه تولید هنری بیش از تولید انبوه است. «تولید اتکایی» در تویوتا، درعین حال که انعطاف‌پذیری را تا حد زیاد حفظ کرده است، از افزایش هزینه‌ها نیز جلوگیری می‌کند. تویوتا با به‌کارگیری تولید اتکایی، در دهه ۱۹۸۰ توانست خودروهای بسیار کارآمدتر از رقبای آمریکای شمالی و اروپا تولید کند. در تولید خودروهای آنها همه‌چیز کمتر بود. «در مقایسه با تولید انبوه: نصف نیروی انسانی در کارخانه، نصف فضای سخت در کارخانه، نصف سرمایه‌گذاری در تجهیزات تولید و نصف ساعات مهندسی برای ساخت محصولی جدید. این روش به نگهداری چیزی بسیار کمتر از نصف موجودی انبار [در قیاس با دیگران] نیاز داشته، به خرابی‌های کمتر منجر شده و محصولات بیشتر و متنوع‌تری تولید می‌کند» (Womack et al., 1991: 13).

طرفداران تولید اتکایی موفق در بخش خودروسازی ادعا می‌کنند که این روش را می‌توان در سایر بخش‌های نظام اقتصادی نیز به کار گرفت. اساس نظام مدیریتی در روش مذکور آن است که کارکنان به دلیل تعهدات اشتغال مادام‌العمر و افزایش دستمزدهایشان، با افزایش سن و سابقه، به کارفرمای خود وفادار می‌شوند. بنگاه‌ها در ایالات متحده و اروپای غربی به شکل‌گزینشی سعی کرده‌اند با اقتباس نظام دقیقاً به‌موقع و قوانین شغلی انعطاف‌پذیر - ولی بدون ضمانت‌های اشتغال و بدون فراهم کردن چالش‌های مداوم - از روش‌های ژاپنی‌ها پیروی کنند. این بنگاه‌ها از الگوی فرهنگی جدید ژاپنی‌ها فقط به اقتباس نمادین روی آورده، اصطلاحات تازه‌ای مانند «بیان رسالت»،^۱ «مدیریت کیفیت کامل»^۲ و «کسب مهارت‌های متعدد»^۳ را برای خود ساخته‌اند (Waters, 1995: 85-86). در چنین محیطی «ممکن است کارگران در مراحل اولیه شغل خود احساس کنند که شغلی بدون ترقی دارند ... [و در نتیجه] مهارت و تعهد خود به کارفرما را ارتقا ندهند و به‌این ترتیب مزیت اصلی تولید اتکایی از دست می‌رود» (Womack et al., 1991: 14).

-
1. Mission Statement
 2. Total Quality Management
 3. Multi-skilling

۷-۱-۲-۲ تعاونی‌ها

تعاونی^۱ انجمنی از بنگاه‌ها یا افراد مستقل است که با یک شرکت تحت مالکیت مشترک و نظر جمعی، درصد پیگیری اهداف مشترک هستند. تعاونی‌ها در بسیاری از کشورها و بخش‌های متنوع اقتصادی - از قبیل کشاورزی، بازرگانی خرد و بانکداری - وجود دارند. اعضای تعاونی‌ها ممکن است عرضه‌کنندگان (مثلاً در تعاونی لبنیاتی) یا مشتریان (مانند یک بانک تعاونی) باشند. در بخش کشاورزی نیز تعاونی‌های بی‌شماری شکل گرفته است که از مزارع مستقل حمایت می‌کنند (مثلاً تعاونی‌های تحت تملک چند کشاورز برای فراوری شیر تولیدی آنها؛ کادر ۴-۷ را ملاحظه کنید).

کادر ۴-۷ تعاونی‌ها بر صرفه‌های به مقیاس اثر می‌گذارند و هزینه‌های مبادله را کم می‌کنند

مزارع در اروپای غربی قرن‌ها تحت تملک خانواده‌ها بود و کسب‌وکارهای خانوادگی محسوب می‌شد. مقیاس بهینه آن مزارع کوچک بود. اما از جنبه دیگر، مقیاس بهینه محصولات فراوری‌شونده مانند شیر در قرن نوزدهم به شدت به دلیل صنعتی شدن و یافتن راه‌هایی برای فراوری کارخانه‌ای زیاد شد و به صرفه‌های به مقیاس منجر گردید. کشاورزان برای بهره‌برداری از این فرصت باید کسب‌وکار خود را دوباره سازمان‌دهی می‌کردند بنابراین لازم بود کارآفرینان در کارخانه‌های شیر سرمایه‌گذاری کنند. این کار موجب وابستگی متقابل یا به عبارتی مشکلات اسارت می‌شود. کارآفرین در کارخانه شیر سرمایه‌گذاری نمی‌کند زیرا مطمئن نیست که کشاورزان شیر کافی با قیمت مناسب در اختیار او قرار می‌دهند. کشاورز هم برای سازمان‌دهی مجدد کسب‌وکار خود سرمایه‌گذاری نمی‌کند زیرا اطمینان ندارد که صاحب کارخانه همواره شیر وی را به قیمت منصفانه خریداری کند. در نتیجه هیچ‌کدام از آن دو بابت سرمایه‌گذاری‌های لازم برای ساخت کارخانه‌های فراوری شیر پول نمی‌دهند. این مشکل با استقرار یک ساختار سازمان‌دهی ویژه به شکل تعاونی کارخانه شیر حل می‌شود.

۷-۱-۲-۳ صدور مجوز و نمایندگی

یک مجوز^۲ شامل واگذاری حقوق مالکیت - مثلاً حق کاربرد یک نام تجاری، نشان تجاری

1. Cooperative
2. License

یا نوعی فوت‌وفن - است. صاحب مجوز در ازای کاربرد آن حق، مبلغی به صادرکننده مجوز می‌پردازد. در قرارداد جواز، به موضوعاتی از این قبیل پرداخته می‌شود:

- نام تجاری یا علامت تجاری مورد استفاده در آن جواز؛

- استانداردهای کیفی؛

- دوره‌ای که تحت پوشش مجوز است؛

- حوزه جغرافیایی که فروش جواز به آن محدود می‌شود؛

- حداقل مبالغ لازم به پرداخت؛ و

- نحوه خاتمه دادن به رابطه پس از انقضای دوره جواز.

بادی شاپ^۱ و والت دیزنی^۲ نمونه‌هایی از موافقت‌نامه‌های جواز هستند. والت دیزنی به بنگاه‌های مستقل - که قصد فروش محصولات او را دارند - مجوز می‌دهد. این بنگاه‌های مستقل باید همه حدنصاب‌های ویژه را دارا باشند (مثلاً باید ثابت کنند که در کار ساخت، توزیع و یا خرده‌فروشی از تجربه کافی برخوردار شده‌اند). صدور مجوزها روشی برای واگذاری و حفاظت از حقوق مالکیت است. هرچند این روش ابزار کارآمدی به‌نظر می‌رسد ولی مخاطراتی نیز در آن نهفته است (کادر ۵-۷).

کادر ۵-۷ والت دیزنی: ساخت چین؟

یکی از راه‌های ممکن برای حفاظت و بهره‌برداری از حقوق مالکیت معنوی مجوزها هستند. بدون جواز، عوامل اجازه ندارند محصولی را به بازار بفرستند که توسط بنگاه دیگری تولید شده است. فرد خاطی - در صورت کشف خطا - به دادگاه احضار شده و احتمالاً باید جریمه یا خسارت بپردازد. بسیاری از نسخه‌های غیرقانونی محصولات از چین سر برمی‌آورند و برای شرکت‌هایی مانند والت دیزنی بسیار سخت است که با آنها مقابله کنند، به‌ویژه وقتی معلوم نباشد چه کسی را باید به دادگاه احضار کرد. والت دیزنی در سال ۲۰۰۷ فهمید کارکنان یک پارک تفریحی در پکن با لباس‌هایی این طرف و آن طرف می‌روند که بسیار شبیه به دونالد داک، میکی موز^۳ و سایر شخصیت‌های معروف و صاحب نشان دیزنی هستند.

1. Body Shop
2. Walt Disney
3. Donald Duck, Mickey Mouse

مدیران پارک - علی‌رغم شباهت‌های واضح - هرگونه مشابهت را انکار کرده و ادعا کردند که موظف به اخذ جواز از والت دیزنی نیستند. شرکت دیزنی به‌جای توسل به دادگاه و راه‌اندازی یک جنگ سیاسی، ترفند دیگری را به‌کار گرفت. از رسانه‌های سراسر دنیا خواست که اقدامات غیرقانونی مسئولان آن پارک را علنی کنند بنابراین با فشارهای وارد شده به مالکان پارک، استفاده از شخصیت‌های دیزنی در آن مکان متوقف شد.

نماینده‌گی^۱ شکلی ویژه و محدودتر از جواز است. واگذاری نمایندگی همان صدور مجوز طرح کسب‌وکار توسط پروانه‌دهنده^۲ به یک پروانه‌گیرنده^۳ است (مثلاً تملک حق کاربرد یک نام یا نشان تجاری معروف، رویه‌های مشخص و راهبردهای بازاریابی). توافق نمایندگی شامل این امور - و مواردی علاوه بر اینها - است:

- مبلغی که باید پرداخت شود؛
- نام و نشان تجاری تحت پوشش؛
- اظهارنامه‌های مالی حسابرسی شده «پروانه‌گیرنده»؛
- تخمین کل سرمایه‌گذاری «پروانه‌گیرنده»؛
- موافقت‌های مربوط به تأمین کالا؛
- شکل لباس کارکنان؛
- آموزش‌هایی که پروانه‌دهنده برای پروانه‌گیرنده و کارکنان او ارائه خواهد کرد؛ و
- تمامی کمک‌های دیگر از قبیل برنامه‌های بازاریابی، روش‌های کسب‌وکار و راهنماهای عملیاتی.

تفاوت بین صدور مجوز و واگذاری نمایندگی در این است که نمایندگی‌ها سخت‌گیرانه‌تر تحت نظارت هستند. موافقت‌نامه نمایندگی ممکن است صدها قاعده را دربرگیرد. در یک توافق‌نامه کلی جواز، اهل کسب‌وکار برای اداره تشکیلات خود بیشتر از قرارداد نمایندگی آزادی عمل دارند. مثال‌های شناخته شده شرکت‌های واگذارکننده نمایندگی، مک‌دونالدز و کوکاکولا هستند. تولید و توزیع کوکاکولا مطابق یک الگوی نمایندگی انجام می‌شود. شربت کوکاکولا توسط همان شرکت تولید، سپس به شرکت‌های مختلف

1. Franchise
2. Franchisor
3. Franchisee

بسته‌بندی که در یک منطقه خاص نمایندگی آن شرکت را اخذ کرده‌اند، فروخته می‌شود. پروانه‌دهنده از واگذاری نمایندگی منتفع می‌شود زیرا هزینه‌های مبادله وی در ورود به بازارها (ی خارجی) و بهره‌برداری از آنها کم می‌شود (همچنین حمایت‌های تبلیغاتی و ترویجی پروانه‌گیرنده نیز در تقویت نام یا نشان تجاری نقش دارد و هم پروانه‌دهنده از دسترسی آسان به بازار کار محلی برخوردار می‌شود). پروانه‌گیرنده در درجه اول به دلیل دریافت کمک‌های فراوان در تقلید از الگوی اصلی کسب‌وکار و در درجه دوم به دلیل تبلیغاتی که پروانه‌دهنده برای آن نام یا نشان تجاری انجام می‌دهد، منتفع می‌شود.

۴-۲-۱-۷ بانکداری اسلامی

بانک‌های اسلامی به سرعت (بین ۱۰ تا ۱۵ درصد در سال) رشد می‌کنند (Ilias, 2008). یکی از شکل‌های سازمان‌دهی آن است که یک شرکت تک‌منظوره یعنی یک مشارکت محدود یا بنگاهی برای تحقق هدفی ویژه یا موقتی تأسیس گردد. بانک در دارایی‌های مالی و آن بنگاه در دارایی‌های تولیدی نقش ایفا می‌کنند. این طرح کسب‌وکار با شریعت (قانون اسلامی) سازگار است. قرآن کریم قرض دادن و قرض گرفتن با بهره را حرام دانسته است.

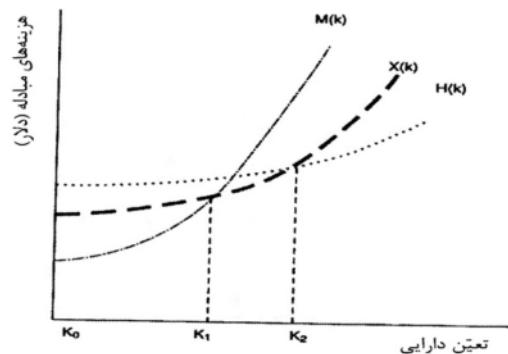
سازوکاری که در قانون اسلام جانشین بهره می‌شود، شراکت در سود است. سرمایه در آن بخش‌هایی سرمایه‌گذاری می‌شود که بیشترین سود را نصیب اعتباردهندگان می‌سازد. همین نظام شراکت در سود نیز می‌باشد که به یکی از ابعاد تعاونی شباهت دارد. روش‌های مختلفی برای تأمین مالی سرمایه‌گذاری‌ها وجود دارد که در آنها سود و زیان - به شکلی از پیش تعیین شده - بین طرف‌های مبادله تقسیم می‌شوند. قرض‌گیرندگان از بانک‌های اسلامی به دلیل آنکه می‌توانند بدون تخطی از قانون اسلامی به منابع مالی دست پیدا کنند، منتفع می‌شوند. بانک می‌تواند به خرید یک دارایی (زمین، ساختمان، ماشین‌آلات و ...) پرداخته، آن را به قیمتی بیش از قیمت بازار به خریدار بفروشد. خریدار مجاز است مبلغ بدهی را به صورت اقساط پرداخت کند و لازم نیست بهره‌ای بپردازد؛ زیرا از لحاظ صوری پولی قرض نکرده است. دیگر نظام‌های تأمین مالی دارایی‌ها به واسطه یک بانک عبارت‌اند از اجاره به شرط تملیک، موافقت‌های اجاره و خرید، ساخت‌وسازهای خرید و بازخرید و اعتبارنامه‌های بانکی که مشتریان را قادر به خرید دارایی‌های خارج از کشور می‌کنند (Abdul Gafoor, 2002).

۷-۲ رویکرد کارایی ایستا به پیوندی‌ها

در رویکرد هزینه مبادله تصریح می‌شود که شرکای مستقل در مبادله می‌توانند در صورتی که همکاری هزینه‌های مبادله را کاهش دهد، نسبت به حالت عدم همکاری (قرارداد بازار) یا ادغام کامل (بنگاه) منتفع شوند. به‌طور کلی پیوندی‌ها وقتی ظهور می‌کنند که مبادلات مشتمل بر عوامل تولید نسبتاً تخصصی یا سرمایه‌گذاری‌های نیمه‌ویژه باشند یا با توجه به شکل ۷-۱ تعیین‌داری بین K_1 و K_2 قرار گیرد. در ادامه شرح می‌دهیم که از منظر هزینه مبادله چرا سازمان‌دهی سرمایه‌گذاری‌های نیمه‌ویژه با توسل به بازار یا بنگاه، بهینه نخواهد بود.

۷-۲-۱ رویکرد اقتصاد هزینه مبادله به پیوندی‌ها

به‌طور کلی اگر سرمایه‌گذاری نیمه‌ویژه تا بسیار ویژه باشد پیوندی کارآمدتر از ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی می‌باشد. باین حال با افزایش تعیین‌داری، مخاطرات زیاد می‌شوند و شاید سودآور باشد که - به‌ویژه در مبادلات تکرارشونده - به سرمایه‌گذاری در روابط پرداخته شود تا رعایت تعهدات تقویت شود. بار دیگر - همانند فصول پنجم و ششم - بررسی دقیقی درباره چهار شرط نهادی نظام قانون قراردادها؛ حقوق مالکیت؛ آثار حسن شهرت و مخاطره که بر انتخاب ساختار سازمان‌دهی اثر می‌گذارند، انجام می‌دهیم. خواهیم گفت که تأثیر یک پیوندی چگونه به این چهار شرط بستگی دارد.



Sources: Based on Williamson, 1996: 108; Ménard, 2004: 369.

شکل ۷-۱ قلمرو پیوندی

۷-۲-۱-۱ نظام قانون قراردادهای

یک پیوندی شیوه‌ای از همکاری با قواعدی برای استقرار نظارت و ضمانت اجرای قرارداد است که تا حد امکان واضح و کامل تنظیم شده است. به اندازه قراردادهای نمونه عالی در بازار آرمانی، کامل نیست (زیرا خیلی گران تمام می‌شود) و در عین حال به اندازه قراردادهای رابطه‌ای در یک بنگاه با ادغام کامل هم ناقص نیست. قراردادهای رابطه‌ای سلسله‌مراتبی - همانند بنگاه‌ها - خیلی پرخطر هستند زیرا طرف‌های قرارداد در یک پیوندی - در مقایسه با مالکیت یکپارچه بنگاه - از استقلال عمل بیشتری برخوردارند. طرفین هرچند استقلال عمل دارند ولی تا حد زیادی به یکدیگر وابسته‌اند.

نوعی از نظام قراردادهای که در چنین مقتضایی مناسب است، «قانون قرارداد پیچیده»^۱ می‌باشد. این نظام، قراردادهای را به واسطه یک سازوکار ضمانت اجرای انعطاف‌پذیر (معروف به داوری) و نه با توسل به دادگاه‌ها، از ضمانت اجرا برخوردار می‌کند. این سازوکار برای تخلفاتی (مزاحمت‌هایی) از توافق‌های قرارداد شده به کار می‌رود که به اندازه کافی هزینه‌ساز هستند تا تعدیل (تغییر) آنها ضروری باشد. تا وقتی مزاحمت‌ها به دفعات تکرار نشود، داوری از دادگاه رفتن ارزان‌تر تمام می‌شود زیرا داور مرضی‌الطرفین می‌تواند به روشی بسیار کم‌دردس‌تر از دادگاه به تحقیق و قضاوت بپردازد. همچنین معمولاً داور در آن حوزه از تخصص کافی برخوردار است. باین حال اگر مزاحمت‌ها مکرر و هزینه‌ساز شوند، می‌توان به ضمانت اجرای حقوقی متوسل شد. در نهایت شاید یک ساختار سازمان‌دهی دیگر - از قبیل ادغام - ضروری شود.

۷-۲-۱-۲ حقوق مالکیت

افراد و بنگاه‌ها فقط در صورتی با اطمینان سرمایه‌گذاری می‌کنند که بدانند از حقوق مالکیت آنها حفاظت می‌شود. اگر مخاطراتی وجود داشته باشد، انگیزه‌های سرمایه‌گذاری ضعیف می‌شود. تا وقتی بنگاه مدنظر باشد، رفتار فرصت‌طلبانه را می‌توان با طرح قرارداد با مالکان نهاده‌های مختلف مهار کرد تا از معضل اسارت جلوگیری شود. اما در مورد پیوندی‌ها همیشه لازم نیست که منابع یک‌کاسه شوند. شاید عوامل تصمیم

1. Complex Contract Law
2. Arbitrage

بگیرند که فقط بخشی از حقوق مالکیت خود را یک کاسه کنند تا کارآمدتر شده، درعین حال استقلال عمل کامل خود را در بقیه آن حقوق حفظ کنند. ممکن است فعالیت‌های مشترک براساس هماهنگی بین‌بنگاهی شکل گیرد تا از مزایای همکاری بهره‌برداری شده، همچنین از هزینه‌های دیوان‌سالاری دور گشته و انگیزه‌های بازار حفظ شود. به این ترتیب طرفین همکار قادرند انعطاف‌پذیر باقی بمانند و به شیوه‌ای مشابه با مالکان یا مدیران مستقل، به تحولات بازار واکنش نشان دهند. بسته به حجم وابستگی به وجود آمده در اثر یک کاسه کردن منابع، میزان موارد تصریح در قراردادهای نیز تغییر می‌کند (تضمین‌های اطمینان‌بخش کمتر یا بیشتری در آنها گنجانده می‌شود). مثلاً یک دامدار که عضو یک تعاونی است متناسب با حجم شیر خود در آن تعاونی سهم دارد، درحالی که دو بنگاه که باهم محصول جدیدی می‌سازند، نیاز به موافقت‌نامه‌ای ویژه‌تر دارند. یکی از مثال‌های واقعی در این مورد، تحقیق درزمینه بازار و گسترش فعالیت‌ها بود که برای شکل‌گیری سنسو کافی میکس^۱ صرف شد به طوری که وابستگی دوجانبه ده‌ساله‌ای بین فیلیپس^۲ - از تولیدکنندگان وسایل الکترونیکی و سارا لی - دوو اگبرتز^۳ یکی از تولیدکنندگان قهوه پدید آورد.

سنسو کافی میکس نمی‌توانست بدون حق «غلاف‌های» قهوه موفق شود. در مرحله شکل‌گیری، هر دو بنگاه باید درباره شرایط لازم برای محصولات مکمل توافق می‌کردند و باید در این مورد که چقدر پول برای ساخت این محصول جدید لازم است تصمیم می‌گرفتند. در زمان عرضه قهوه‌ساز جدید، هر دو بنگاه باید در مورد قیمت غلاف‌های قهوه و نیز قیمت خود دستگاه به توافق می‌رسیدند. فیلیپس مجوز طراحی قهوه‌ساز را به دست آورد و روش غلاف‌های قهوه خود را به ثبت رساند. اما دوو اگبرتز نتوانست برای طرح غلاف قهوه مجوز انحصاری تولید بگیرد. به این ترتیب هم‌اکنون چند تولیدکننده دیگر غلاف‌های قهوه مشابه تولید می‌کنند و پس از آن شرکت‌های دیگری انواع مختلف ماشین قهوه‌ساز را ساختند که جانشین سنسو کافی میکس محسوب شده و جواز فیلیپس نتوانست حمایتی از آن به عمل آورد.

-
1. Senseo Coffee Maker
 2. Philips
 3. Sara Lee \ Douwe Egberts

۳-۱-۲-۷ آثار حسن شهرت

هر چقدر سرمایه‌گذاری مشترک ویژه‌تر باشد خطر رفتار فرصت‌طلبانه بیشتر شده، ضرورت تعبیه تضمین‌های اطمینان‌بخش زیاده‌تر می‌شود. نام‌های تجاری مستلزم اجرای شیوه‌های نظارت بر شرکای مبادله هستند تا از حسن شهرت آن نام‌ها حفاظت شود. مثلاً مک دونالدز دقیقاً کل فرایند تولید به‌موقع غذاها در تمامی رستوران‌های خود را مشخص کرده است. فرایند تضمین کیفی در آن شرکت شامل بازرسی در محل و کارآموزی کارکنان رستوران‌ها درباره انبارسازی، جابه‌جایی و آماده‌سازی غذا به شکل صحیح بوده است.

حسن شهرت یک نام تجاری ممکن است در صورت رفتار فرصت‌طلبانه عوامل فعال در فروش آن، به خطر بیافتد (مثلاً کاستن از هزینه و عدم رعایت استانداردهای کیفی). منافع بی‌واسطه این رفتار فرصت‌طلبانه را باید با هزینه‌های آتی آن مقایسه کرد. انگیزه‌های رفتار فرصت‌طلبانه در شبکه‌های افقی کم می‌شود زیرا آثار حسن شهرت به‌سرعت در روابط قراردادی غیرسلسله‌مراتبی منتشر شده و تنبیهات شرکا نیز به آن اضافه می‌گردد.

هرچند این‌گونه آثار حسن شهرت را می‌توان نسبتاً - در مقایسه با کل هزینه‌ها - کوچک دانست، ولی این آثار به‌هنگام تصمیم‌گیری درباره ساختار بهینه سازمان‌دهی، مهم می‌شوند. ارتقای حسن شهرت موجب تضعیف انگیزه‌های رفتار فرصت‌طلبانه شده، به‌این‌ترتیب هزینه‌های عقد قرارداد بین بنگاه‌ها را کم می‌کند. در نتیجه تابع هزینه مبادله یک پیوندی در شکل ۱-۷ به‌سمت پایین منتقل شده و محل تلاقی آن برای انتخاب بین یک ساختار پیوندی یا سلسله‌مراتبی، به‌سمت راست منتقل می‌شود. قبل از آنکه بنگاهی تصمیم بگیرد یک محصول را خود به‌طور کامل بسازد، باید تعیین‌دارایی زیاد شده باشد.

۴-۱-۲-۷ مخاطره

در فصل ششم درباره برخی مخاطرات بازارها - که می‌توانند دلیل خوبی برای تصمیم به تولید درون بنگاه باشند - صحبت کردیم. با این حال علاوه بر گزینه تخصیص منابع از راه قیمت‌ها (بازار) یا سلسله‌مراتب (بنگاه)، یک گزینه میانه نیز وجود دارد: تعاونی. بنابراین لازم است مخاطرات ذکر شده در فصل ششم را که توجیه‌کننده تولید در چارچوب بنگاه بودند را دوباره ارزیابی کنیم. مخاطرات موجود در تخصیص بازار، یکی از شروط لازم

برای یکپارچه‌سازی مبادلات درون یک بنگاه هستند ولی این مخاطرات شرط کافی تلقی نمی‌شوند زیرا در ابتدا باید مخاطرات تعاون را نیز در نظر گرفت.

اگر مخاطرات بازار خیلی زیاد نباشند، دلیلی برای توسل به تعاون وجود ندارد. عوامل (بنگاه‌ها) می‌توانند استقلال عمل خود را حفظ کرده و تولید خود را از مسیر بازار به پیش ببرند. با این حال هرچه میزان مخاطره بیشتر شود، ضرورت تعاون هم زیاد می‌شود. در چنین مواردی بنگاه‌ها می‌فهمند که انطباق دوجانبه (چندجانبه) با مخاطرات، روش کارآمدتری است.

مخاطراتی که می‌توانند همکاری را القا کنند، شامل موارد مالی نیز هستند. ساخت محصولات یا فناوری‌های جدید مستلزم سرمایه‌گذاری‌های هنگفت است و مخاطره مالی ممکن است خیلی فراتر از توان تحمل یک بنگاه منفرد باشد. پس شاید بنگاه‌ها تصمیم بگیرند که همکاری کرده، به این ترتیب مخاطرات را تقسیم کنند. مثال دیگر از ضرورت همکاری، همان هزینه‌های پیشگیری از خطر راهزنی است. اگر خطر راهزنی کم باشد، بنگاه‌های واقع در منطقه صنعتی ترجیح می‌دهند دارایی‌های خود را با یک زنگ خطر سرقت محافظت کنند ولی اگر خطر زیاد شود شاید تصمیم بگیرند که نیروی محافظ امنیتی استخدام کنند. اگر مخاطره در حد متوسط باشد شاید راه‌حل میانه انتخاب شود یعنی آنان یک شرکت امنیتی بیرونی به کار گیرند تا کل آن ناحیه را تحت پوشش قرار دهد. البته در خود همکاری‌ها نیز مخاطره نهفته است. وقتی این مخاطرات خیلی زیاد باشد، احتمالاً بنگاه‌ها کل تولید را با احاطه کامل خود (بدون مشارکت) به انجام می‌رسانند. مخاطرات مربوط به همکاری از این قرار هستند:

- ناسازگاری فرهنگ‌ها^۱ که بین بنگاه‌های یک کشور یا در صورت گسترش همکاری در ورای مرزهای ملی رخ می‌دهد. همکاری بین‌المللی نه تنها باید بر موانع زبانی، بلکه بر وضعیت‌های ویژه دیگر نیز غلبه کند (مثلاً اگر کارگران محلی نخواهند تحت نظارت یک مدیر خارجی قرار گیرند یا اگر سیاستمداران سلطه بنگاه‌های خارجی بر بنگاه‌های داخلی را نپسندند). در ایتالیا، مدیر بانک ایتالیا^۲ - طبق ادعاهای مطرح شده - تلاشی

1. Clash of Cultures
2. Bank of Italy

(هرچند نافرجام) برای بازداشتن ای. بی. ان. آمو^۱ (یک بانک خارجی) از تملک بانکا آنتون ونتا^۲ (یک بانک ایتالیایی) انجام داد.

- فقدان اعتماد که ممکن است همکاری را ناکام کند. شرکا باید به تعهد یکدیگر مطمئن باشند. در غیر این صورت دائماً درباره سهم هریک در این تلاش مشترک، دچار اختلاف‌نظر خواهند شد. اگر یکی از طرف‌ها تلاش بیشتری برای توفیق مشارکت‌ها انجام دهد، بر سر سهم منافع حاصل شده بحث انجام خواهد گرفت. هرچقدر اعتماد شرکا به یکدیگر کمتر باشد، توسل آنها به قراردادهای محتمل‌تر است.

- فقدان هماهنگی بین گروه‌های مدیریتی (میانی). نشانه این ناهماهنگی، پیگیری هدف‌هایی توسط مدیران است که با اهداف مدیران ارشد اجرایی سازگار نباشد.

- مخاطره عملکرد که به خطر شکست همکاری - علی‌رغم تعهد کامل شرکا - مربوط می‌شود. علاقه‌مندان باید قبل از شروع به همکاری این خطر را بپذیرند. مخاطرات عملکردی شامل عوامل بیرونی - از قبیل اقدامات رقیب، مخاطره تقاضا و مخاطره نهاده - است که در فصل ششم به آنها اشاره شد.

ممکن است مخاطرات نهفته در تخصیص منابع از راه قراردادهای بازار، در مجموع در کنار مخاطرات تعاون به حدی برسند که درونی‌سازی مبادلات و کشاندن آنها به داخل بنگاه، منطقی به نظر رسد. شیوه تعیین کارایی پیوندی در مقایسه با سایر ساختارهای سازمان‌دهی را از منظر هزینه مبادله در جدول ۲-۷ خلاصه کرده‌ایم.

جدول ۲-۷ پیوندی و مشخصه‌های شرایط نهادی اصلی آن

شرایط	تعیین دارایی: نیمه متعین تا کاملاً متعین
نظام قانون قراردادها	مناسبت متوسط (قانون پیچیده قراردادها)
حقوق مالکیت	عمدتاً منفرد با قدری یک‌کاسه شدن منابع
آثار حسن شهرت	کاهش هزینه‌های عقد قرارداد بین‌بنگاهی
مخاطره	سازگاری مشترک (دوجانبه)

1. ABN Amro
2. Banca Antonveneta

۷-۲-۱-۵ خلاصه

الف) مشکلات اطلاعاتی و رفتار فرصت‌طلبانه

یک پیوندی نوعی ساختار سازمان‌دهی است که گروه‌ها در آن از لحاظ حقوقی مستقل‌اند اما برای تصمیم‌گیری‌های مهم به یکدیگر وابسته هستند. وابستگی متقابل موجب می‌شود یک پیوندی در مقابل مخاطراتی که از عدم تقارن اطلاعات پدید می‌آیند، آسیب‌پذیر باشد. مشکلات سنجشی (برای تعیین سهم هر شریک از کل تولید)، ضعف در محیط نهادی و تغییر شرایط با گذر زمان نیز منبع مخاطره هستند. بدیهی است شرکا برای کاهش این مخاطرات باید با احتیاط انتخاب شوند. انتخاب در عمل بیشتر براساس تجربه گذشته و یا حسن شهرت انجام می‌گیرد.

مخاطرات را می‌توان با گنجاندن بندهایی در قرارداد کاهش داد تا بندها تا حد زیادی رفتار فرصت‌طلبانه را تخفیف دهند. با این حال چون طراحی و اجرای قراردادهای جامع و الزام‌آور کار پرهزینه‌ای است، قراردادهای موجود تقریباً همیشه ناقص هستند. فقط برخی مشخصه‌های اساسی از قبیل طول مدت موافقت‌نامه، قواعد کیفی و آستانه تخطی تقصیرها از معیارها را می‌توان در قراردادها وارد کرد. در سازمان‌های پیوندی به صورت استاندارد درآمده، قراردادهای متناسب با مورد تنظیم نمی‌شوند تا همه مشخصه‌ها یا انگیزه‌های برآورده کردن شرایط ویژه محلی شرکای مختلف را برآورده کنند. به همین دلیل موافقت‌های دو یا چندجانبه معمولاً با تضمین‌های اطمینان‌بخش همراه می‌شود. در چنین شرایطی می‌توان اعتماد را یک تضمین اطمینان‌بخش غیررسمی محسوب کرد.

پرسش اساسی از این قرار است. چگونه باید حفاظت از منافع همکاری و توزیع آن را به انجام رساند؟ چون شرکا عمدتاً خودمختار باقی می‌مانند و در کنار شراکت خود، به فعالیت‌های دیگری نیز می‌پردازند، به سختی می‌توان سهم افراد در منافع را برآورد کرد. هرچند در قراردادهای سازمان‌های پیوندی به صراحت به قواعد شراکت در منافع انتظاری اشاره می‌شود، اما فرصت‌طلبی پس از وقوع را به سختی می‌توان مهار کرد. راه‌حل را می‌توان در واگذاری نمایندگی پیدا کرد که پرداختی‌های ثابت به نماینده در کنار پاداش استحقاقی به شکل نرخ حق امتیاز، براساس میزان فروش، قرار می‌گیرد. یک

راه‌حل برای انگیزش شرکا به حداکثرسازی تلاش‌های مشترک، اصل برابری^۱ (شراکت برابر در همه‌چیز) است که در بسیاری از شراکت‌ها وجود دارد (Ménard, 2004).

۷-۳ رویکرد منافع ایستای گروهی به پیوندی‌ها

زنجیره‌های عرضه ژاپنی، صدور مجوز و نمایندگی و بانکداری اسلامی را می‌توان مصادیقی از پیوندی‌ها دانست که موجب افزایش کارایی می‌شوند. با این حال در چند مورد، همکاری بین بنگاه‌ها با هدف افزایش رفاه اقتصادی کل انجام نمی‌شود. ممکن است تولیدکنندگان محصول نهایی عرضه‌کنندگان کالاهای واسطه‌ای و نیز خریداران برای حفظ منافع خود، به زیان دیگران کار کنند. در ادامه به‌اختصار دو مثال را شرح می‌دهیم که اولی به بخش کشاورزی و دومی به کارتل‌ها مربوط می‌شود.

۷-۳-۱ گروه فشار سبزی

حکومت‌ها برای تضمین عرضه غذا و افزایش بهره‌وری به سازمان‌دهی بخش کشاورزی می‌پردازند. بهره‌وری بیشتر در بخش کشاورزی به معنای آن است که صنعتی شدن تشویق شود یعنی در بخش کشاورزی به تعداد کارگران کمتری نیاز است. فنون جدید تولید در این بخش نیز به معنای افزایش ماشین‌آلات است. به این ترتیب صنعت رونق می‌یابد. افزایش نقش‌آفرینی حکومت‌ها در کشاورزی با افزایش فشار گروه‌های ذی‌نفع به منظور کسب سود در بخش کشاورزی همراه بوده است (مفهوم اعمال فشار یا نفوذ را در فصل نهم بیشتر بررسی خواهیم کرد).

بخش کشاورزی بسیاری از کشورهای صنعتی از قدرت زیادی برخوردار است. کشاورزان در تعاونی‌هایی سازمان‌دهی می‌شوند که محصولات خود را فراوری می‌کنند. بانک‌های تعاونی نیز در بخش کشاورزی فعال هستند. در برخی کشورها بخش کشاورزی توسط وزارتخانه (یا ادارات) کشاورزی و نیز دانشکده‌های علوم زیستی و کشاورزی حمایت می‌شود، در حالی که سایر بخش‌ها باید به وزارت امور اقتصادی و یا دانشکده‌های تخصصی در دانشگاه‌ها اتکا کنند. کشاورزان در ایالات متحده و اتحادیه اروپایی یارانه دریافت کرده

1. Equity Principle

یا مازاد تولید آنها توسط دولت خریداری می‌شود. به این ترتیب شرایط ناکارآمدی بروز می‌کند. فصل نهم به تفصیل به این موضوع می‌پردازد. کشاورزان ممکن است از مزایای مالیاتی ویژه‌ای - به خصوص از لحاظ میراث خانوادگی - نیز برخوردار باشند. اگر دختر کشاورزی بخواهد کسب و کار پدر را ادامه دهد، به او اجازه داده می‌شود که مزرعه پدری را به «قیمت کشاورزی» بخرد که معمولاً کمتر از قیمت بازاری آن مزرعه است.

۲-۳-۷ کارتل‌ها

انواع مختلف موافقت‌های بین بنگاه‌ها می‌تواند به تشکیل یک کارتل منجر گردد. ممکن است بنگاه‌ها توافق کنند، دسته‌جمعی و هم‌زمان قیمت‌ها را زیاد کنند اما علاوه بر این شاید تصمیم بگیرند که تولید را محدود کرده یا مناطق جغرافیایی را میان خود تقسیم نمایند. همه این گزینه‌ها به یک چیز ختم می‌شود: افزایش قیمت‌ها.

تنها هدف کارتل، حذف رقابت است که قبلاً گفته شد. بنابراین در این زمینه سیاستگذاری بخش عمومی لازم است. البته برای این کار مشکلات عملی هم پدید می‌آید. بنگاه‌ها در عمل تشخیص می‌دهند که یک موافقت‌نامه علنی برای کارتل، رفاه را کاهش می‌دهد. چون این رفتار ممنوع است، بنگاه‌ها سعی می‌کنند توافق بین خود را مخفی کرده یا توافقی‌هایی برای حذف رقابت به شکل غیرمستقیم تنظیم کنند.

در برخی شرایط، به ویژه وقتی تعداد بنگاه‌ها کم باشد، شرکت‌ها درمی‌یابند که افزایش قیمت سودآور خواهد بود زیرا هریک از آنها می‌فهمند به نفع سایر بنگاه‌ها نیز می‌باشد که قیمت زیاد گردد. در این حالت لازم نیست بنگاه‌ها برای افزایش هم‌زمان قیمت‌ها باهم توافق کنند و به اصطلاح تباری پنهان^۱ پدید می‌آید. در ادامه همین فصل بیشتر به تباری پنهان خواهیم پرداخت.

تباری آشکار،^۲ از منظر اقتصاد نهادگرا، معمولاً از نوع یک پیوندی است و یک راه‌حل بازاری نیست بلکه سلسله‌مراتبی است. تباری آشکار به معنای نوعی توافق بین بنگاه‌هاست که ممنوع محسوب می‌شود. بنابراین چنین توافقی از ضمانت اجرای قانونی برخوردار نیست و باید توسط خود بنگاه‌ها تضمین شود. به این ترتیب توافق مذکور مستلزم اندک

1. Implicit Collusion
2. Explicit Collusion

بودن تعداد بنگاه‌ها، وجود ابزار نظارتی و نظم‌دهی مشترک است (که قبلاً درباره آن بحث شد). یک مثال معروف از کارتل‌ها یعنی اوپک را بعداً در این فصل بررسی خواهیم کرد.

۷-۴ رویکرد پویا به کارایی پیوندی‌ها

در رویکرد پویا، راهبرد شرکتی به‌مثابه دلیل تغییر ساختار سازمان‌دهی و نیز تغییر نهادها محسوب می‌شود. این تغییرات هنگامی رخ می‌دهد که بنگاه‌ها با تکانه‌های بیرونی (به شکل کاهش هنگامت تقاضا به دلیل رکود اقتصادی) روبه‌رو شوند و تصمیم می‌گیرند ساختار سازمان‌دهی جدیدی را در پیش بگیرند زیرا ساختار فعلی ناکارآمد به‌نظر می‌رسد. یکی از مثال‌های این وضعیت، تصمیم بنگاه ایتالیایی فیات^۱ به همکاری تنگاتنگ با خودروساز ورشکسته آمریکایی یعنی کرایسلر^۲ بود تا این خودروسازی بتواند به کسب و کار خود ادامه دهد. دو بنگاه در ماه مه ۲۰۰۹ ائتلافی تشکیل دادند که تعامل بین آنها از این قرار بود: فیات در ازای ۲۰ درصد سهام کرایسلر، در ابتدا فناوری و دانش لازم برای ساخت خودروهای کوچک و کم‌مصرف را فراهم می‌کرد. همچنین دو بنگاه از شبکه توزیع جهانی یکدیگر استفاده کرده و قوای خود در خرید قطعات را به‌منظور صرفه‌جویی در هزینه‌ها با یکدیگر به‌کار گرفتند. یکی از مزایای کلی چنین ائتلافی آن است که هر دو بنگاه به بازارهای جدیدی دسترسی پیدا می‌کنند (Vlasic and Schwartz, 2009). ساختار سازمان‌دهی را می‌توان به شکل آگاهانه نیز با اعتمادسازی تغییر داد. همکاری بین بنگاه‌ها می‌تواند بر مبنای قراردادهای و یا اعتماد شکل گیرد. قراردادهای و اعتماد باهم مرتبط هستند. در نتیجه اگر اعتماد موجب کاهش هزینه‌های عقد قرارداد شود، سرمایه‌گذاری در آن ارزش دارد. قبلاً هم گفته شد که هرچقدر یک طرف به طرف دیگر بیشتر اعتماد داشته باشد، نیاز به جزئیات در قراردادهای کم می‌شود.

۷-۴-۱ اعتماد

رویکرد اقتصاد هزینه مبادله فرض می‌کند که شاید مردم به رفتار فرصت‌طلبانه تمایل پیدا کنند از این‌رو به ضرورت اقدامات احتیاطی در زمان افزایش تعین‌داری‌ها تأکید

1. Fiat
2. Chrysler

می‌کند. تنبیه مقام‌های مسئول (از قبیل قانون، کلیساها، سازمان‌ها و فرمان‌روایان) و تعهدات قراردادی در کنار منفعت شخصی و آثار حسن شهرت را می‌توان از دلایلی دانست که مردم به تعهدات خود در موافقت‌ها عمل می‌کنند (فصل سوم را مطالعه کنید). این سازوکارهای نظارتی موجب محدود شدن رفتار فرصت‌طلبانه می‌شوند.

در نظارت بر رفتارها فرض می‌شود که نظارت‌کننده از قبل می‌داند بر چه چیز نظارت می‌کند. اما در عمل گاهی نمی‌توان به این موضوع واقف بود. همواره احتمال دارد که طرفین از داده‌های مناسب برخوردار نباشند. در نتیجه قراردادهای تقریباً هیچ‌گاه کامل نبوده و نظارت نیز هیچ‌گاه تمام و کمال نیست. تلاش برای تنظیم قراردادهای مفصل‌تر و سعی در افزایش نظارت‌های گسترده نیز به هزینه‌ها اضافه کرده و مانعی جدی بر سر راه همکاری است.

گاهی ممکن است عدم اطمینان چنان زیاد باشد که وضع یک قرارداد مفصل یا نظارت کارآمد بر رفتارها غیرممکن شود. این وضعیت به‌ویژه در صورت وجود فعالیت‌های نوآورانه رخ می‌دهد. پیامدها و منافع حاصل از تحقیق و توسعه تا حد زیادی ناشناخته‌اند. چون تحقیق و توسعه اغلب بسیار پرهزینه است، سرمایه‌گذاری پرمخاطره محسوب شده، بنابراین همکاری می‌تواند راهی کارآمد برای غلبه بر این معضل باشد.

هرچند برآورد کردن میزان تمایل به رفتار فرصت‌طلبانه، به‌طور کامل از قبل ممکن نیست، ولی با تکرار مبادلات آسان‌تر می‌شود. طرفین با گذشت زمان درباره رفتار شرکای کسب‌وکاری خود بیشتر می‌آموزند. اگر به شریک مبادله اطمینان شود تا از رفتار فرصت‌طلبانه خودداری کند، عقد قراردادهای مفصل و نظارت‌های گسترده غیرضروری خواهد شد. همکاری را به‌جای اتکا به قراردادهای رسمی، بر مبنای موافقت‌های غیررسمی یا اعتماد می‌توان به پیش برد. اعتماد هزینه‌های مبادله را کاهش و همکاری را تقویت می‌کند، پس سرمایه‌گذاری به‌منظور اعتمادسازی ارزش دارد.

ممکن است بنگاه‌ها روابط خود با شرکای فعلی یا شرکای آشنا را از قبل تقویت کنند. اعتماد، باوری است که طبق آن تمامی ابعاد شراکت که در قرارداد ذکر نشده‌اند به‌خوبی به پیش خواهد رفت. به عبارتی عقیده‌ای است که مطابق آن شرکا رفتار مطمئنی بروز می‌دهند. در مورد سازوکار خودتضمین از نوع تعامل مکرر نیز دیدیم که پاداش همکاری در آینده و امکان مقابله‌به‌مثل، در کنار هم یک ابزار منضبط‌کننده را شکلی داده و همکاری را بهتر می‌کنند. این سازوکار نیز خود می‌تواند مبنای اعتماد شود.

هرچند قراردادها و اعتماد را می‌توان جانشین یکدیگر در نظر گرفت، ولی آنها مکمل یکدیگر نیز هستند یعنی قراردادها همیشه به صورت رسمی مورد کاربرد و تفسیر قرار نمی‌گیرند. اعتماد شاید به مخاطرات رابطه‌ای منجر شود. اعتماد در مقیاس کلان با ارزش‌ها، هنجارهای اجتماعی رفتار صحیح و تکالیف اجتماعی تضمین می‌شود و در مقیاس خرد با پیوندهای دوستی، خویشاوندی، امور روزمره، عادت و همدلی ضمانت می‌گردد. به تعبیر غیراقتصادی، می‌توان اعتماد را نتیجه رفتار خودخواهانه، دیگرخواهانه یا دوطرفه دانست که مورد آخری در واقع حدواسط بین خودخواهی و دیگرخواهی است. بخش خودخواهانه رفتار دوطرفه می‌تواند مبتنی بر ارزیابی منافع آتی همکاری جاری باشد. این منافع شامل آثار حسن شهرت و تحسین شدن است، به نحوی که شاید حتی هدیه دادن نیز به منظور کسب منافع بلندمدت شخصی صورت پذیرد. بخش دیگرخواهانه رابطه دوطرفه شاید مبتنی بر ارزش‌ها و هنجارهای مشترک باشد. رفتار دیگرخواهانه نیز با روابط فردی (خانواده، دوستی‌ها و همدلی) مورد تأیید قرار می‌گیرد.

مدیران بخش‌های مختلف می‌توانند با رفتار دوطرفه و دیگرخواهانه، از راه تبادل اطلاعات مفید، به ایجاد یا تقویت رابطه مبتنی بر اعتماد بپردازند. همکاری بین بنگاه‌ها با بهبود پیوندهای فردی موجود بین اعضای گروه‌های مختلف مدیریتی تقویت می‌شود. با این حال ممکن است مردم عادی نیز به شکل مطمئن عمل کنند زیرا رفتار فرصت‌طلبانه موجب تخریب حسن شهرت آنان می‌شود. سازوکارهایی که موجب ضمانت همکاری با رفتارهای خودخواهانه، دوطرفه و دیگرخواهانه می‌شود، در جدول ۳-۷ خلاصه شده‌اند.

جدول ۳-۷ منابع اطمینان

مقیاس خرد	مقیاس کلان	نوع رفتار
منافع شخصی، حسن شهرت	تنبیهات (قانون، کلیساها و حاکمان) و تکالیف قراردادی	خودخواهانه
حسن شهرت، تحسین شدن	ارزش‌ها و هنجارها	دوطرفه
پیوندهای دوستی، خویشاوندی	ارزش‌ها، هنجارها، احساس وظیفه	دیگرخواهانه

Source: Based on Nooteboom, 2002: 64, 74.

۷-۴-۲ یادگیری

اعتماد اکتسابی است و ممکن است بسته به تجربه قبلی درباره تعهد شریک در یک رابطه، تقویت یا تضعیف شود. اگر معلوم شود که شخصی در شراکت قبلی خود پیمان‌شکن بوده است، اعتماد تضعیف می‌شود و دیگران احتمالاً با عقد قراردادهای و نظارت‌های جدی‌تر، تضمین‌های اطمینان‌بخش درباره ارتباط آینده خود با او ایجاد می‌کنند. با این حال معمولاً اعتماد با افزایش طول مدت شراکت زیاد می‌شود. با افزایش مدت شراکت، تعهد طرف مقابل به شکل روزافزون مسلم فرض شده و انتظار وفای به عهد او در آینده نیز پدید می‌آید.

تجربه‌های فردی می‌تواند با سازوکار حسن شهرت تقویت شود. حسن شهرت یک شخص شاید به این دلیل مهم است که به مردم می‌فهماند در مبادله با او تجربه خوشایندی خواهند داشت. چنین وضعیتی بر تصمیم‌گیری یک بنگاه برای تقویت شبکه روابط موجود یا پرداختن به شبکه جدیدی از شرکا تأثیر می‌گذارد. روی آوردن به شرکای جدید، مخاطرات بیشتری به همراه دارد. وقتی مخاطره زیاد باشد و سرمایه‌گذاری‌های بزرگ به خطر بیافتد، احتمال دارد بنگاه‌ها به جای روی آوردن به روابط جدید با شرکای بالقوه‌ای که نمی‌شناسند به تحکیم شبکه روابط موجود گرایش پیدا کنند.

از تجربه شخصی درباره معتمد بودن شرکای مبادله می‌توان چیزهایی فهمید. این تجربه شاید به گسترش اعتماد و ارزان‌تر شدن عقد قراردادهای یا توسل به قراردادهای غیررسمی (بدون عقد قرارداد) منجر شود. به تعبیر شکل ۱-۷، تابع هزینه‌های مبادله پیوندی به سمت پایین جابه‌جا می‌شود و نقطه تلاقی برای انتخاب بین یک پیوندی و یک ساختار سازمان‌دهی سلسله‌مراتبی، به سمت راست می‌رود. باید تعیین‌داری افزایش یابد تا بنگاه به تولید کامل یک محصول در درون بنگاه تصمیم بگیرد.

۷-۵ رویکرد منافع پویای گروهی به پیوندی‌ها

در ابتدای این فصل گفته شد که تبیین پویایی‌های همکاری بین بنگاه‌ها مستلزم تحلیل راهبرد آن بنگاه‌هاست. ضروری است که در بررسی پویایی‌های منافع مشترک بنگاه‌ها، به راهبردهای بنگاه‌ها برای تقویت قدرت خود توجه کنیم.

تلاش برای کسب قدرت بازار فرایندی پیچیده است که در ادامه به آن اشاره

خواهیم کرد. بنگاه‌ها برای حفظ جایگاه خود (سهم از بازار) یا بهبود آن دائماً با یکدیگر در حال رقابت هستند. آنها ممکن است سعی کنند قدرت خود را از راه همکاری با سایر بنگاه‌ها تقویت کنند. این همکاری همان‌طور که خواهیم دید، گاهی به شکل پنهان تحقق می‌یابد. با این حال شکل‌گیری قدرت از راه همکاری کاستی‌هایی دارد که در مورد اوپک قابل مشاهده است و خطر تازه‌واردها و جانشین‌ها در آن وجود دارد.

۱-۵-۷ نظریه قدرت بازار

در ابتدای فصل گفتیم که گاهی خطر فریب‌کاری در مبادلاتی را که شبیه به معمای زندانی هستند، می‌توان با راهبرد «مقابل‌به‌مثل» برطرف کرد. این راهبرد مصداقی از یک تعادل خودتضمین است. چون گروه‌ها می‌توانند در شرایط تکرار مبادلات، طرف مقابل را تنبیه کنند، رعایت مفاد همکاری به امری جدی تبدیل می‌شود. این واقعیت، صرف‌نظر از ماهیت همکاری، درست می‌باشد و ممکن است موجب ارتقای رفاه بشود یا نشود. اگر کارتلی خودتضمین باشد، در صورت تکرار بازی معمای زندانی، همان‌طور که گفته شد، آن را یک کارتل پنهان یا تبانی پنهان می‌نامند. در کادر ۵-۶ شرح دادیم که وقوع تبانی پنهان می‌تواند دلیل امتناع از ادغام باشد و در کادر ۶-۷ گفته می‌شود که تبانی پنهان چگونه شکل می‌گیرد.

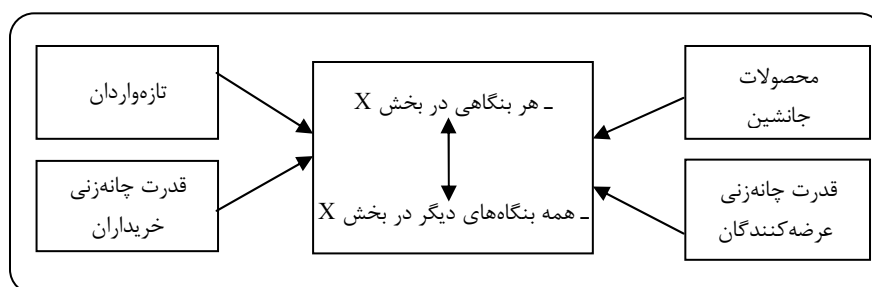
کادر ۶-۷ مقابل‌به‌مثل به‌مثابه راهبرد تعادلی خودتضمین

معمای زندانی یک بازی ایستا است که یک بار بازی می‌شود یا اصطلاحاً یک بازی تک‌دفعه‌ای است. اما بسیاری از روابط را نمی‌توان تک‌دفعه‌ای دانست و ممکن است بیش از یک بار بازی شوند. در شرایط تکرار شونده، راهبردهای دیگری برای ضمانت قرار و مدارها وجود دارند که یکی از آنها «مقابل‌به‌مثل» است. این راهبرد باید از منظر «پویا» بررسی شود. بازی معمای زندانی در هر دوره زمانی، بازی می‌شود. اگر شما شریک کسب‌وکار خود را فریب دهید، باید منتظر باشید که او در دوره بعد تلافی کند و به این ترتیب منافع رفتار فرصت‌طلبانه شما احتمالاً با مقابل‌به‌مثل توسط وی خنثی خواهد شد. فرض کنید، یکی از بنگاه‌ها سعی می‌کند قیمت (بیشتری) را به شریک خود تحمیل کند. بنگاه دیگر نیز می‌تواند همان قیمت را انتخاب کند یا آن را بشکند. حال راهبرد مقابل‌به‌مثل از این قرار است که اگر بنگاهی قیمت‌شکنی کند، تنبیه بنگاهی که قیمت را افزایش داده است، پرداختن

به بازی تک‌دفعه‌ای (رقابتی) تعادلی و بازنگشتن به قیمت‌های بالاست. اگر مثال کادر ۲-۷ را در ابتدای بررسی‌ها در نظر بگیریم، قضیه از این قرار خواهد بود: هر بنگاهی می‌تواند قیمت زیاد را به کار ببرد به طوری که در هر دوره، سود ۱۰ واحدی حاصل شود یا قیمت را بشکند که در یک دوره سود ۱۲ واحدی و در دوره بعد، سود صفر به دست خواهد آورد. هر بنگاه باید سود اضافی تک‌دفعه‌ای ۱۲ واحدی را با زیان ۱۰ واحدی در دفعات بعد با هم مقایسه کند. شاید چنین مقایسه‌ای به نتیجه باثبات بیانجامد. به دلیل فروض ویژه این الگو، نمی‌توان با قاطعیت گفت که «مقابله به مثل» به طور خودکار به تعادل پویای باثبات می‌انجامد ولی از لحاظ شهودی می‌توان با این مثال خاص دریافت که چنین تعادلی ممکن است: یا یک بار سود ۱۲ واحدی یا سود ۱۰ واحدی در همه دوره‌ها. در این مدل تا ابد بازی ادامه پیدا می‌کند یا پایان بازی معلوم نیست. اگر بازی در یک تاریخ مشخص و از قبل معلوم پایان می‌یافت، در آن لحظه، بازی بازم به یک بازی «تک‌دفعه‌ای» تبدیل می‌شود که هیچ‌گونه همکاری در آن وجود ندارد. چون بازی تک‌دفعه‌ای پس از آن تمام می‌شود، در دوره بعدی تنبیهی در کار نخواهد بود. و اگر تنبیهی دیگر در آخرین لحظه ممکن نباشد، در آن صورت بازی در دوره قبل از آخر به «بازی تک‌دفعه‌ای» با همان نتیجه تبدیل می‌شود. با توجه به ممکن نبودن تنبیه، هیچ اثر مخربی انجام نشده، به این ترتیب خودتضمینی یکی از رویدادهای ممکن نخواهد بود.

در فصل چهارم گفتیم که در این گونه مدل‌ها، ممکن است چندین تعادل وجود داشته باشد. این وضعیت در راهبرد مقابله به مثل نیز صادق است. بسیاری از قیمت‌ها می‌توانند قیمت‌های متعادل باشند. این الگو نمی‌تواند پیش‌بینی کند کدام قیمت انتخاب خواهد شد. به تعبیری سازوکارهای بیشتری لازم است تا معلوم شود از میان رخدادهای ممکن کدام یک محقق خواهد شد. موضوع چگونگی تعیین کردن قدرت بازار در صحنه عمل را می‌توان با استفاده از الگوی ساخته شده توسط پورتر مطرح کرد. به اعتقاد او قدرت بازار با پنج عامل بنیادی تعیین می‌شود (Porter, 1980):

۱. ترس از تازه‌واردان؛
 ۲. ترس از محصول جانشین؛
 ۳. قدرت چانه‌زنی خریداران؛
 ۴. قدرت چانه‌زنی عرضه‌کنندگان محصولات (نهادهای واسطه‌ای)؛
 ۵. رقابت در میان بنگاه‌های موجود.
- این موارد را شکل ۲-۷ ترسیم کرده و حالا درباره آنها بحث می‌کنیم.



شکل ۲-۷ پنج عامل پورتر

۱-۵-۷ ترس از ورود

موانع ورود چند منبع دارند که عبارت‌اند از:

- **صرفه‌های به مقیاس؛**
 - **تمایز در محصول:** طراحی و جایگاه نام تجاری، فناوری، خدمات مشتری و شبکه فروشندگان؛
 - **ملاحظات سرمایه‌ای:** ممکن است ورود به بازار مستلزم منابع مالی هنگفت باشد؛
 - **هزینه‌های تعویض کسب‌وکار:** جابه‌جایی به کسب‌وکار دیگر که با هزینه‌هایی مانند کارآموزی کارکنان و هزینه‌های بازیافت‌ناپذیر همراه است که پس از رها کردن کسب‌وکار قبلی نمی‌توان آنها را به‌دست آورد؛
 - **دسترسی به مجاری توزیع:** هزینه‌های ترغیب فروشندگان یا خرده‌فروشان به نگهداری یک محصول برای فروش؛
 - **هزینه‌های اضافی مستقل از مقیاس:** بنگاه‌های جدید احتمالاً فاقد منابع فرصت‌آفرین از قبیل جوازها، فوت‌وفن‌های فناورانه یا دسترسی آسان به مواد اولیه هستند؛ و
 - **خط‌مشی حکومت:** ملاحظات صدور جواز، محدودیت‌های دسترسی به مواد خام، استانداردهای آلودگی آب‌وهوا، مقررات ایمنی و
- بنگاه‌ها با همکاری می‌توانند به تأمین مجاری توزیع پرداخته و تازه‌واردان را از بازار بیرون کنند. مثلاً یک خودروساز می‌تواند حق فروش خودروهایش را فقط به نمایندگی فروش خود بدهد. بنگاه‌ها از راه همکاری می‌توانند صرفه‌های به مقیاس را نیز محقق کنند.

۷-۵-۱-۲ ترس از محصولات جانشین

درباره اکثر محصولات - اگر نگوییم همه - جانشین‌هایی وجود دارد (مثال‌های بارز جانشین‌ها عبارت‌اند از: دستگاه‌های صوتی از قبیل رادیو و دستگاه‌های سی. دی. این محصولات نه فقط از لحاظ قیمتی بلکه در کیفیت نیز باهم رقابت می‌کنند. وقتی خرید دستگاه سی. دی. در مقایسه با دستگاه‌های جدید از قبیل اجراکننده‌های ام. پی. تری یا رادیوهای دیجیتالی گران شد، مشتریان به محصولات جدیدی روی آورند. باین حال بیشتر مصرف‌کنندگان به کیفیت بیش از هر چیز اهمیت می‌دهند: تلویزیون‌های لامپی در مقایسه با ال. سی. دی.^۱ و تلویزیون‌های پلاسما^۲ ارزان هستند ولی کیفیت تصویر آنها کمتر است، بنابراین مردم کالاهای گران‌تر را ترجیح می‌دهند. وجود کالاهای جانشین باعث بسته شدن دست بنگاه‌ها برای افزایش قیمت می‌شود.

۷-۵-۱-۳ قدرت چانه‌زنی خریداران

خریداران با تلاش برای کاهش قیمت‌ها یا با مطالبه کیفیت یا خدمات بهتر، با عرضه‌کنندگان رقابت می‌کنند. آنان با این کار بنگاه‌ها را رودرروی هم قرار می‌دهند. قدرت مصرف‌کننده در صورتی زیاد است که:

- خریداران به‌درستی (احتمالاً با همکاری کردن) سازمان‌دهی شوند؛
 - بازاری متمرکز (تعداد اندکی خریدار که از لحاظ سهم بازار بزرگ هستند) وجود داشته باشد؛
 - خریدار (یا سازمان خریداران) در حجم انبوه خرید کند؛
 - خریدار گزینه‌های دیگری به‌صورت محصولات جانشین پیش رو داشته باشد.
- خریداران قدرت چانه‌زنی خود را با تعاون نیز تقویت می‌کنند؛ و
- تولیدکننده برای ادغام با (یکی از) بنگاه‌های عرضه‌کننده (ادغام پیشینی)^۳ واقعاً دلیل منطقی داشته باشد.
- قدرت خریدار در صورتی کم می‌شود که:

1. Liquid Crystal Display (LCD)
2. Plasma TVS
3. Backward Integration

- تولیدکننده از ادغام با (یکی از) خریداران (ادغام پسینی)^۱ بیم منطقی داشته باشد؛
- خریداران (از لحاظ سهم بازار) کوچک باشند؛ و
- (به دلیل زیاد بودن تعین دارایی) خریداران دست‌وپا بسته بوده و به این دلیل هزینه‌های تغییر کسب‌وکار آنها زیاد باشد.

۷-۵-۱-۴ قدرت چانه‌زنی عرضه‌کنندگان محصولات واسطه‌ای

ممکن است عرضه‌کنندگان محصولات و عوامل تولید تصمیمی مبنی بر افزایش قدرت یا کاهش کیفیت بگیرند. این خط‌مشی، در صورتی که آن صنعت تحت سیطره قلیلی از بنگاه‌ها (ی همکار) باشد و خریداران نیز متفرق باشند یا محصول یکی از مؤلفه‌های اساسی برای کسب‌وکار خریداران باشد به اجرا درمی‌آید. وقتی عرضه‌کننده از کالاهای جانشین هراس نداشته باشد، قدرت چانه‌زنی او زیاد است. نیروی کار می‌تواند قدرت خود را به کار گیرد. متغیرهای توضیحی اصلی برای قدرت عرضه نیروی کار عبارت‌اند از: میزان سازمان‌دهی و کمیابی مهارت‌های کار. هرچه قدر درصد نیروی کار سازمان‌یافته در قالب اتحادیه‌های کارگری بیشتر باشد یا مهارت‌های آنان کمیاب‌تر شود، احتمال دریافت دستمزدهای بیشتر و کم شدن سود کارفرما هم بیشتر می‌گردد. علاوه بر آن، عرضه‌کنندگان محصولات واسطه‌ای و نیروی کار نیز همانند خریداران می‌توانند قدرتی جبران‌کننده تشکیل دهند.

۷-۵-۱-۵ رقابت بین بنگاه‌های موجود

بنگاه‌ها ناچارند نه تنها با خریداران و عرضه‌کنندگان سرمایه، نیروی کار و محصولات واسطه‌ای، بلکه با دیگر بنگاه‌های همان صنعت نیز به توافق برسند. این رقابت شاید از نوع رقابت ساده قیمتی باشد اما رقابت در بازاریابی، ساخت محصولات جدید یا خدمات بیشتر و بهتر برای مصرف‌کننده را نیز دربرمی‌گیرد. چنین رقابت چندجانبه‌ای همان محرک پویای توسعه اقتصادی است. با این حال در چنین وضعیتی همکاری بین بنگاه‌ها می‌تواند رقابت را محدود کند و قدرت بنگاه‌های همکار را افزایش دهد. یکی از مثال‌های همکاری بنگاه‌ها برای محدود کردن رقابت، اویک است.

۲-۵-۷ اوپک و شکل‌گیری محصولات جانشین

اوپک یک مثال بارز از کارتل است که قیمت و سهم هر عضو از تولید آن کارتل را تعیین می‌کند. کشورهای اوپک به‌طور منظم درباره امور تصمیم‌گیری کرده و هیچ‌گاه سروصدای چندانی به پا نمی‌کنند. باین‌حال، اوپک در سال‌های ۱۹۷۳ و ۱۹۷۹ تصمیم گرفت تولید نفت را به‌شدت کاهش دهد. این تصمیم دوباره در دسامبر ۲۰۰۸ تکرار شد تا از کاهش قیمت نفت به‌دلیل بحران مالی ۲۰۰۸ جلوگیری شود. باین‌حال حتی کارتل‌هایی مانند اوپک هم در وضع قیمت‌ها کاملاً آزاد نیستند. ۶ مورد از محدودیت‌های کارتل‌ها به این شرح است:

۱. اگر اوپک تولید را خیلی کم کند، افزایش قیمت نفت ممکن است بهره‌برداری از چاه‌های کوچک نفت یا چاه‌های بسیار عمیق را که قبلاً مقرون‌به‌صرفه نبودند، سودآور کند. بنابراین اوپک همواره باید تولیدکنندگان بالقوه رقیب را در نظر داشته باشد.
۲. اوپک هیچ‌گاه نمی‌تواند مطمئن شود که همه اعضا به توافقات خود برای کاهش تولید پایبند هستند.
۳. همه کشورهای تولیدکننده سوخت‌های فسیلی عضو اوپک نیستند. عرضه نفت خام توسط کشورهای اوپک در سال ۲۰۰۸ حدود ۳۶ درصد از کل عرضه جهانی را شامل می‌شد.
۴. همه خریداران در بازار نفت به پرداخت هر قیمتی قادر نیستند. ممکن است کسب‌وکارهایی که هزینه انرژی آنها خیلی زیاد است، در صورت زیاد شدن قیمت‌ها ورشکسته شوند و به‌این ترتیب تقاضای انرژی کم شود.
۵. افزایش قیمت‌های نفت، انگیزه‌هایی برای ساخت محصولات کم‌مصرف فراهم می‌کند. هم‌اکنون محصولات کم‌مصرف بی‌شماری در بازار هستند که از خودروهایی کم‌مصرف یا بی‌نیاز از سوخت فسیلی (پیوندی یا خورشیدی و ...)، لوازم خانگی کم‌مصرف (مانند دستگاه‌های گرمایشی و سرمایشی بسیار کارآمد) گرفته تا لامپ‌های کم‌مصرف را دربرمی‌گیرند.
۶. افزایش قیمت‌های نفت موجب پیدایش انگیزه جست‌وجوی منابع انرژی جانشین می‌شود که آن را اندکی مفصل‌تر شرح می‌دهیم.

گزینه‌های دیگر، انرژی هسته‌ای تا دیگر منابع انرژی‌های فسیلی (از قبیل گاز یا زغال سنگ) یا انرژی تجدیدپذیر (انرژی خورشیدی، انرژی باد، انرژی گرمایی زمین و انرژی زیستی^۱) را دربرمی‌گیرند. به دلیل خطرهای انرژی هسته‌ای (مثلاً فاجعه چرنوبیل در سال ۱۹۸۶ را به یاد بیاورید یا توجه کنید که هنوز چاره‌ای برای زباله‌های هسته‌ای پرتوزا پیدا نشده است)، این گزینه شاید در حال حاضر چندان مطلوب تلقی نشود. سوخت زیستی^۲ نیز چندان مطلوب نیست زیرا به زمین‌های نسبتاً وسیع (کشاورزی) نیاز دارد که شاید برای تولید غذا لازم باشند (فصل نهم را مطالعه کنید). با این حال شاید تلاش‌های معطوف به یافتن راه‌حل برای این مشکلات در نهایت به نتیجه برسد.

انرژی‌های خورشیدی و بادی در ابتدای قرن بیست‌ویکم تا حدی نویدبخش به نظر می‌رسند زیرا هر دو به زمین اندکی نیاز دارند. انرژی خورشیدی را می‌توان روی سقف‌های موجود در مقیاس کوچک و در بیابان‌هایی با مقیاس بزرگ تولید کرد. انرژی باد می‌تواند در مقیاس کوچک در نزدیکی شهرها و در مقیاس بزرگ در دریاها تولید شود. علاوه بر این هزینه‌های تولید این انرژی‌ها از دهه ۱۹۷۰ به شدت کم شد و احتمالاً با پیشرفت‌های فناورانه بازهم کمتر خواهد شد.

توربین‌های بادی سال‌هاست که در چند کشور مانند ایالات متحده، انرژی الکتریکی تولید کرده‌اند. انرژی خورشیدی در مقیاس نسبتاً بزرگ تولید شده است. آلمان، هندوستان، ایالات متحده و اسپانیا در نیروگاه‌های خورشیدی متمرکز^۳ سرمایه‌گذاری کرده‌اند. در عربستان سعودی نیز جزایر خورشیدی^۴ در دریا به کار گرفته شده‌اند.

به‌طور خلاصه اینکه منافع گروهی کشورهای عضو اوپک چندان هم تضمین شده نیست زیرا آنان نمی‌توانند مطمئن باشند که همه اعضا به تعهدات خود پایبند می‌مانند. همچنین منابع دیگر انرژی و لوازم صرفه‌جویی در انرژی نیز روز‌به‌روز با یارانه‌های حکومت‌ها یا بدون آن، متنوع‌تر و پیشرفته‌تر می‌شود. در واقع سایر منابع انرژی به خطری بزرگ برای اوپک تبدیل شده‌اند از این رو راهبرد بهینه سازمان باید سرمایه‌گذاری

1. Bioenergy
2. Biofuel
3. Concentrated Solar Power Plants
4. Sun Islands

در این انرژی‌ها باشد. در آن صورت کارتل مذکور نیز در پیشرفت کارایی مصرف انرژی سهم خواهد شد.

۶-۷ ملاحظات پایانی

ساختار سازمان‌دهی از نوع همکاری بین بنگاه‌ها از لحاظ مفهومی بین بازار و سلسله‌مراتب جای می‌گیرد. به همین دلیل آن ساختار را یک پیوندی می‌نامند. در رویکرد ایستا، ممکن است پیوندی به دلیل کارایی انتخاب شود در حالی که از دیدگاه پویا، همکاری را می‌توان با گزینه‌های راهبردی بنگاه‌هایی توجیه کرد که در تقلا کسب سود بلندمدت هستند. گزینه‌های راهبردی آن بنگاه‌ها به افزایش بهره‌وری نیروی کار، گسترش بازار فروش، یا احاطه یافتن بر منابع و یا رقبا معطوف است. همه این اهداف را می‌توان به شکل آسان‌تر از راه همکاری محقق کرد. از این رو، همکاری را می‌توان به‌منزله تعمیم تحلیل پویایی‌های بنگاه دانست که در فصل ششم به آن پرداختیم.

پویایی‌های ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی، پیامدهایی برای سیاست‌های حکومتی دارد که نه فقط قانون رقابت و قانون شرکت‌ها بلکه توزیع درآمد و تولید خدمات و کالاهای عمومی را دربرمی‌گیرد (در حالت تمرکز یک‌جانبه بر مصرف خصوصی از آن غفلت می‌شود). موضوع اصلی بخش چهارم این کتاب، خط‌مشی حکومت و ساختارهای سازمان‌دهی آن است.

۷-۷ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر

۱. تخصیص منابع از طریق ترکیب قراردادهای بازار و قدرت دستور را یک پیوندی می‌نامند. درباره مؤلفه‌های قرارداد بازار و مؤلفه‌های سلسله‌مراتبی شکل‌های مختلف پیوندی‌ها که در این فصل تشریح شدند، بحث کنید.
۲. آیا گمان می‌کنید نظریه بازی، به شکلی که در معمای زندانی بیان می‌شود، نظریه‌ای ارزشمند برای حل کردن معضلات اقتصادی در دنیای واقعی است؟ دلایل خود را توضیح دهید.

۳. چرا قرارومدارهای جمعی نیروی کار در اروپا از مقررات ضدتراست معاف هستند؟

بخش سوم ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی ۴۰۱ _____

۴. چرا تعاونی‌ها در نظام اقتصاد بازار رقابتی وجود دارند؟
۵. درباره مخاطرات ویژه نمایندگی بحث کنید.
۶. نظری به روزنامه(های) امروز بیاندازید و مثال خوبی برای یک پیوندی در آن (ها) پیدا کرده، درباره‌اش بحث کنید.
۷. مثالی ارائه کنید با این مضمون که چگونه تغییر در تعین دارایی به‌مرور زمان بر ساختار بهینه سازمان‌دهی در یک مبادله خاص اثر می‌گذارد.
۸. مثالی ارائه کنید که چگونه تغییر در هزینه‌های مبادله به تغییر در ساختار سازمان‌دهی بهینه برای یک مبادله خاص منجر می‌شود.
۹. اهمیت اعتماد را در حداقل‌سازی هزینه‌های مبادله پیوندی‌ها شرح دهید.
۱۰. نظر خود را درباره این جمله بگویید: اوپک برای دنیای امروز یک موهبت است زیرا سرمایه کافی انباشته می‌کند که می‌تواند در انرژی‌های تجدیدپذیر به کار گرفته شود.

بخش چهارم

ساختارهای سازمان دهی عمومی

مقدمه

در بخش سوم به مبادلات عوامل خصوصی و چگونگی کاربرد انواع نهادها برای حل کردن معضلات قراردادی توسط آن عوامل پرداختیم. قبلاً مشخص کردیم که مبادلات بین گروه‌های خصوصی در محیط خلأ رخ نمی‌دهد بلکه در نظام حقوقی کشوری یا فراقشوری عملی می‌شود. هر کشور در مقیاس ملی یک حکومت دارد که صرف‌نظر از مردم‌سالارانه بودن یا نبودن، قوانینی اثرگذار بر نحوه مبادلات مردم وضع می‌کند. همچنین کشورها در مقیاس بین‌المللی باهم موافقت‌هایی برقرار کرده‌اند که در قلمروهای بزرگی همچون اتحادیه اروپایی یا آمریکای شمالی یا گاهی حتی در کل دنیا به کار می‌رود (مثلاً پیمان‌های جهانی حفاظت از محیط طبیعی یا حقوق کودکان را در نظر بگیرید).

حکومت‌ها نه تنها قانون وضع می‌کنند، بلکه خود نیز به مبادله می‌پردازند. هر حکومت در وهله اول به یک دیوان‌سالاری عمومی نیاز دارد تا تصمیمات خود را اجرا کرده، کالاها و خدمات را به (گروه‌های) شهروندان ارائه و بر زندگی مردم مطابق با قوانین حقوقی نظارت کند. مثال‌های این دیوان‌سالاری عمومی را می‌توان وزارتخانه‌ها، نظام قضایی، ارتش و پلیس و شوراهایی در سطوح ایالتی و یا محلی دانست.

همچنین مؤسسات حکومتی به مبادله با گروه‌های خصوصی می‌پردازند و ماهیت آن مبادلات ممکن است اجباری یا اختیاری باشد. مثلاً همه تعرفه‌ها و مالیات‌ها (مالیات بر درآمد، تعرفه‌های وارداتی، مالیات‌های آلاینده‌گی، مالیات بر فروش و ...)، درحالی‌که از مصادیق مبادلات اختیاری می‌توان به انواع یارانه‌ها و خدماتی مانند حمل‌ونقل همگانی، ایستگاه‌های رادیویی، زیرساخت‌ها و ... اشاره کرد. نظام سیاسی و حقوقی در هر کشور به شکل خاص و غالباً منحصربه‌فرد شکل می‌گیرد. به همین ترتیب در سراسر جهان انواع

مختلف نظام‌های دیوان‌سالاری را می‌توان از هم تمییز داد. در نتیجه اصطلاحات «دولت»، «حکومت» و «سرپرستی عمومی»^۱ در اغلب موارد معانی مختلفی دارد که در کشورهای مختلف باهم فرق می‌کند.

برای سادگی در این کتاب اصطلاحات «دولت» و «حکومت» را معادل یکدیگر در نظر می‌گیریم. حکومت در کنار مجلس قانونگذاری آن، نماینده نظام سیاسی هر کشور است. در حالی که اصطلاح «دیوان‌سالاری» نشان‌دهنده نظام اجرایی پشتیبان در هر کشور است. برای آنکه بیش از حد ساده‌انگارانه رفتار نکرده باشیم، در کادر ۱-۴ IV به تشریح جزئیات ابعاد مختلف تشکیلات یک دولت پرداخته‌ایم.

کادر ۱-۴ تفکیک سه قوه: حکومت، دولت و سرپرستی عمومی

اصطلاحات «دولت»، «حکومت» و «سرپرستی عمومی» را در زندگی روزمره اغلب معادل باهم به‌کار می‌بریم ولی این عبارتها معانی مختلفی دارند.

یکی از راه‌های تمییز قائل شدن بین این سه کلمه آن است که دولت^۲ را به‌مثابه نظام سیاسی هماهنگ‌کننده هر کشور بدانیم که بر مبنای نهادهایی همانند قانون اساسی کار می‌کند. در چنین نظامی از لحاظ رسمی بین سه دسته از قوا یعنی مجریه (حکومت)، مقننه (مجلس قانونگذاری یا معادل آن) و قضائیه (دادگاه‌ها) تفکیک قائل می‌شویم. این سه قوه را باهم با اصطلاح «تفکیک سه قوه» می‌شناسیم. هدف از این تفکیک قوا، مطمئن شدن از بازرسی‌های کافی و توازنی است که باید در نظام برقرار شود تا از سوءاستفاده یک گروه از قدرت خود به زیان دیگران جلوگیری شود. هر قوه مستقل است و حقوق و مسئولیت‌هایی نسبت به دیگران و شهروندان دارد. قوه مقننه از حق قاطع برای پیشنهاد و تصویب قوانین برخوردار است. قوه مجریه نیز می‌تواند قوانینی پیشنهاد کند که تصویب آنها در حوزه اختیارات قوه مقننه است. قوانین پس از تصویب قوه مجریه و با کمک سرپرستی عمومی به اجرا درآمده و ضمانت می‌شوند. قوه قضائیه بر روش اجرای قوانین و مقررات نظارت می‌کند.

کشورهای مختلف به شیوه‌های متنوع، تفکیک سه قوه را از یکدیگر به‌کار بسته‌اند و شاید گاهی دشوار باشد که بتوان معنی کلمات «حکومت»، «دولت» یا «سرپرستی عمومی» را از هم تفکیک کرد.

1. Public Administration
2. State

مفهوم «دولت» در ایالات متحده یا استرالیا در درجه اول به واحد سیاسی درون یک «واحد مجزای هم‌پیمان»^۱ اشاره می‌کند (که تگزاس^۲ در ایالات متحده و کوئینزلند^۳ در استرالیا از مصادیق آن هستند). این ایالت‌ها تا حدی استقلال عمل داشته و در اقتدار حکومت ملی قرار دارند. هرچند بسیاری از کشورها لغت «حکومت» را به جای قوه مجریه به کار می‌برند، ولی آمریکایی‌ها به جای آن «سرپرستی» را به کار می‌گیرند (مثلاً «سرپرستی اوباما»).

برای آنکه سردرگم نشویم، در این کتاب سه اصطلاح «قدرت اجرایی»، «حکومت» و «دولت» را مترادف فرض می‌کنیم تا شامل معنای حکومت و در نتیجه شامل وزارتخانه‌ها یا رئیس‌جمهوری نیز باشد که بر مملکت حکومت می‌کند. قوه قانونگذاری را با اصطلاح «مجلس قانونگذاری» خواهیم شناخت که به‌طور کلی متشکل از دو بخش است: مجلس سنا (مجلس کردها یا اعیان) و مجلس نمایندگان (مجلس عوام). کرسی‌های مجلس توسط نمایندگان احزاب سیاسی اشغال می‌شوند. در این کتاب قوه مجریه و مقننه در کنار هم نماینده نظام سیاسی هر کشور هستند در حالی که اصطلاح «دیوان‌سالاری» نشان‌دهنده نظام سرپرستی است. هر دو نظام مذکور در مراتب مختلف نازل‌تر (استان‌ها یا ایالات، بخش‌ها، شهرداری‌ها و ...) نیز وجود دارند و بین مراتب مختلف فرقی قائل نمی‌شویم. دیوان‌سالاری متشکل از کل تشکیلاتی است که از حکومت پشتیبانی می‌کند و بارزترین بخش آن وزارتخانه‌ها (شامل دستگاه‌های مربوط به آنها - مثلاً بخش‌های اجرایی از قبیل پلیس و دستگاه‌های نظارتی) و دستگاه قضایی است.

نقش حکومت، قوانین و سیاست‌های آن را می‌توان در دو سطح متفاوت از الگوی پویایی مشاهده کرد که در فصل دوم ارائه شد. شکل ۵-۲ بین «ساختارهای سازمان‌دهی عمومی و قوانین عمومی رسمی» و «روش عملکرد عوامل بخش عمومی» تفاوت قائل می‌شود. با مشخص کردن لایه‌های مجزا می‌توان توجه دقیق‌تری به موضوعاتی مانند: چگونگی شکل‌گیری قوانین (رسمی) مختلف و چگونگی کاربرد آن قوانین در عمل مبذول داشت. در نهایت حکومت و نیز دیوان‌سالاری را نمی‌توان کاملاً به‌مثابه یک موجودیت کل‌گرایانه دانست بلکه باید آن را تشکیلاتی تک‌گرایانه و پیچیده، مشتمل بر مشارکت‌کنندگان متعدد و احتمالاً همراه با تضاد منافع، محسوب کرد. قبلاً دیدیم و در

1. Federation
2. Texas
3. Queensland

فصل نهم خواهیم دید که هر دو دسته نهادهای رسمی و غیررسمی موجب ممکن شدن و محدود شدن رفتار عوامل در نظام سیاسی و اجرایی می‌شوند.

نقش حکومت را می‌توان از هر دو منظر کارایی و منافع جمعی بررسی کرد. رویکرد کارایی به حکومتی (کل‌گرایانه) می‌پردازد که به دنبال بهبود کل رفاه اقتصادی، از راه حذف خسارت‌های رفاهی است، درحالی‌که رویکرد منافع جمعی به حکومتی (تکثرگرایانه) توجه می‌کند که تحت نفوذ گروه‌های ذی‌نفع قرار دارد. هر حکومت را می‌توان به‌مثابه یک قدرت یگانه دانست که با وضع قواعد رفتاری، نظارت بر رعایت آن قواعد و ایفای نقش داور در موارد اختلاف‌برانگیز، از منافع همگانی حفاظت می‌کند. حکومت در کنار این امور، از «انحصار در قوای قهری» در یک منطقه جغرافیایی خاص نیز برخوردار است که طبق آن انحصار، فقط نمایندگان حکومت، به‌ویژه پلیس و ارتش مجازند اجرای قوانین را ضمانت کنند (Weber, 1964).

هر حکومت در اصل می‌تواند صرفاً قواعد کلی وضع کند که نظام اقتصاد بازار بتواند در پناه آن شکوفا شود. این عملکرد را با اصطلاح کارکرد حفاظتی^۱ حکومت می‌شناسند. حکومت در چنین جامعه‌ای:

- مسئول حقوق مالکیت دقیق و برخوردار از ضمانت اجرایی است؛
- مجموعه قوانین و نظام دادگاهی مطمئن ایجاد کرده است؛
- یک بانک مرکزی تأسیس کرده که بر عرضه پول نظارت می‌کند؛
- نیروی پلیس را به‌منظور حفظ نظم جمعی پایه‌گذاری کرده است؛
- ارتش را برای دفاع از کشور در برابر متجاوزان سازمان‌دهی می‌کند.

این وظایف نسبتاً مختصر با نقش حکومت در تحلیل‌های متعارف نئوکلاسیک در الگوی رقابت آزاد همخوانی دارد. مشاهده می‌کنیم که حکومت‌ها بسته به جامعه مورد نظر، اغلب به کارکردهایی غیر از وظایف حفاظتی اولیه می‌پردازند. پس باید پرسید که تفاوت بین کارکردهای حکومت‌ها ناشی از چیست؟ پاسخ کلی آن است که در هر جامعه، «منافع همگانی» خاصی وجود دارد که با برخی مداخله‌های دولت به بهترین شکل به انجام رسیده و از آنها حفاظت می‌شود. به این موضوع قبلاً در فصل سوم اشاره کرده‌ایم. منافع

همگانی را می‌توان به شیوه‌های مختلف مشخص کرد. در رویکرد کارایی، مفهوم منافع همگانی با رفاه کل جمعیت مربوط است و آن را نمی‌توان فقط با ابتکار عمل‌های خصوصی حاصل نمود. اگر فرض کنیم که عوامل خصوصی تمایل دارند برای حداکثرسازی رفاه ویژه خود تلاش کنند، این هدف به بهای خسارت دیگران به نتیجه می‌رسد. در یک جامعه بی‌قانون، قوی‌ترها همواره از جیب ضعیف‌ترها توانگر می‌شوند و مردم فرصت‌طلب همیشه اهداف خود را با زیان رساندن به شهروندان شریف محقق می‌کنند. به تعبیر اقتصادی دقیق‌تر، در صورت وجود نواقص بازار، ممکن است منافع همگانی به خطر بیافتد. در رویکرد منافع گروهی، منافع همگانی توسط عواملی تعریف می‌شود که بر مسند قدرت هستند. در نتیجه، حکومت به دنبال حفاظت از ارزش‌های همگانی است و آن ارزش‌ها در زمان‌های مختلف بسته به آنکه کدام گروه‌های ذی‌نفع بر مسند قدرت باشند، فرق خواهد کرد.

همان‌گونه که در بخش سوم از کتاب معلوم شد، عوامل خصوصی تا حد خاصی قادرند به تنهایی با معضلات نواقص بازار مقابله کنند. با این حال گاهی هزینه‌های مبادله مقابله با این معضلات از راه نظم خصوصی به قدری زیاد است که بر شهروندان گران تمام می‌شود و لازم است حکومت مداخله کند. انگیزه‌های مختلفی موجب این مداخله می‌شوند. حکومت ممکن است با انگیزه کارایی (عمدتاً در رویکرد خرد اقتصادی) به دلایل سیاست کلان (اقتصادی)، با انگیزه‌های جغرافیایی - سیاسی (منافع گروهی)؛ یا به دلایل اجتماعی مداخله کند. در فصل هشتم به‌طور خاص به آن مداخلاتی خواهیم پرداخت که با هدف بهبود کارایی (رفاه اقتصادی) انجام می‌شوند.

البته در برخی قسمت‌های بخش چهارم، به مباحث سیاست کلان اقتصادی، سیاست‌های جغرافیایی، سیاسی و اجتماعی نیز خواهیم پرداخت زیرا بسیاری از نهادگرایان معتقدند عملکرد اقتصادی نه فقط به کارایی نظام اقتصادی، بلکه برحسب میزان دستیابی یک جامعه به ابعاد کلی رفاه شامل امنیت و عدالت نیز مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (Tool, 1993; Vatn, 2005).

در این مرحله بهتر است مفهوم رفاه اجتماعی^۱ را شرح دهیم. این اصطلاح نوعی تعمیم مفهوم رفاه اقتصادی است. اگر حکومتی تلاش کند رفاه اجتماعی را بهینه سازد،

نه تنها ارتقای کارایی بلکه موضوع بهبود توزیع ثروت (و ضروری بودن آن) را نیز باید مدنظر قرار دهد. در این زمینه هم موضوع اهداف اجتماعی و پرسشی پیش می‌آید که در فصل چهارم مطرح شد: کدام ارزش‌ها و هنجارها هستند که اهداف اجتماعی در درجه اول با آنها تعیین می‌شود؟ پس رفاه اجتماعی یک مفهوم پیچیده‌تر است که اصطلاح عینی کارایی را با اصطلاحات ذهنی‌تری مانند عدالت و توزیع مجدد درهم می‌آمیزد.

در این قسمت باید تأکید کنیم که نواقص بازار را فقط اقتصاددانان نهادگرا بررسی نکرده‌اند. اقتصاد نئوکلاسیک امروزی نیز به این پدیده‌ها پرداخته است و شاید شما هم از خواندن کتاب‌های درسی اقتصاد کلان به این موضوع پی برده باشید. تفاوت اصلی بین دو رویکرد مذکور آن است که در اقتصاد نئوکلاسیک معمولاً فقط به وقوع نواقص بازار و آثار آنها بر رفاه اقتصادی توجه می‌شود در حالی که اقتصاد نهادگرا تحلیل‌های خود را با سعی در تبیین راه‌حل‌های نهادی ممکن برای حل این ناکارآمدی‌ها و چگونگی تحول آن راه‌حل‌ها بسط می‌دهند.

می‌توان دید که در هر کشور، شکل‌های مختلفی از نواقص بازار موجب بروز مشکلات کوچک و بزرگ می‌شود. در نتیجه اهمیت ابعاد مختلف منافع همگانی در کشورهای مختلف باهم فرق دارد. شاید در چند کشور، منافع همگانی مشابهی در خطر باشد ولی حکومت‌ها راه‌حل‌های متفاوتی برای آن در نظر می‌گیرند. این تفاوت در راه‌حل‌ها بر دیگر عوامل، به نظام ارزشی یک جامعه که در گذر تاریخ شکل گرفته است، بستگی دارد: در یک کشور، حمایت از محروم‌ترین افراد، نسبت به کشور دیگر بسیار مهم‌تر تلقی می‌شود. قصد نداریم وجود انواع مختلف نظام‌های اقتصادی را تبیین کنیم که در سراسر جهان و در طول تاریخ وجود داشته‌اند بلکه می‌خواهیم به‌طور کلی از هر دو منظر ایستا و پویا معلوم کنیم شکل‌های مختلف نظم خصوصی - از قبیل آنهایی که قبلاً در این کتاب مورد بحث قرار گرفتند - چرا و چگونه با شکل‌های متنوع نظم عمومی تکمیل می‌شوند.

به‌طور کلی، همان‌گونه که در فصل سوم گفته شد، دو دسته نظم عمومی را می‌توان در نظام اقتصاد بازار از یکدیگر تمییز داد: نظارت و شرکت دولتی. منظور از «نظارت»، مداخله دولت در بازیگری آزادانه عوامل بازار است؛ حکومت می‌خواهد با قوانین، مالیات‌ها یا یارانه‌ها به‌گونه‌ای بر رفتار اقتصادی عوامل خصوصی اثر گذارد که منافع

عمومی تأمین شود. مداخله حکومت شاید صرفاً به تنظیم قوانین کلی محدود شود که عوامل خصوصی آن را رعایت می‌کنند و آن عوامل در چارچوب نظارتی کلی، انتخاب‌های خود را در پیش می‌گیرند. اما ممکن است مداخله به معنای نظارت شدید بر عوامل خصوصی و دشوار شدن یا از بین رفتن تصمیم‌گیری توسط آن عوامل باشد.

دسته دوم نظم عمومی را با اصطلاح «شرکت دولتی» می‌شناسیم. مداخله حکومت را از راه «شرکت‌های دولتی» می‌شناسیم. مداخله حکومت از راه «شرکت‌های دولتی» حتی به حدی فراتر از نظارت می‌رسد زیرا حکومت تدارک محصولات (کالاها و خدمات) خاصی را در دست خود گرفته است. به این ترتیب حکومت، احاطه بر این محصولات را به دست می‌آورد یا حفظ می‌کند. در نتیجه حقوق مالکیت در بدنه دولت شکل می‌گیرد و با توجه به آموزه‌های نظریه حقوق مالکیت می‌توان دریافت که این وضعیت به شکل‌گیری انگیزه‌های خاص در افراد مرتبط با آن محصولات منجر می‌شود. آن افراد کارگران استخدام شده حکومت و نیز عوامل خصوصی هستند که به مبادله با شرکت‌های دولتی نیاز دارند. این شرکت‌های دولتی می‌توانند کاملاً یکی از بخش‌های نظام اقتصادی یا در بدترین حالت، کل آن را در سلطه یا انحصار خود درآورند. در این حالت، نظام اقتصاد بازار ممکن است با نظام اقتصادی برنامه‌ریزی شده عوض شود.

در فصل هشتم به آن نظام‌های اقتصادی خواهیم پرداخت که ترکیبی از نظام اقتصاد بازار محض و نظام‌های برنامه‌ریزی شده هستند زیرا نظام‌های اقتصادی ترکیبی در بخش عمده‌ای از دنیا غالب هستند و اقتصاد نهادگرا می‌تواند دلیل غلبه آنها را معلوم کند.

هر نظام اقتصاد بازار، بنا به انگیزه‌های سیاسی خود می‌تواند یک نظام سیاسی برقرار کند که به‌مثابه اصطلاحاً «دولت نظارتی»^۱ یا «دولت توسعه‌ای»^۲ عمل کند (Johnson, 1982). هرچند عوامل خصوصی در هر دو نظام از استقلال عمل برخوردارند، ولی تفاوت آنها در روش مداخله حکومت و دلایل آن است. در حالت اول حکومت فقط می‌خواهد با قوانین کلی بر فرایند اقتصادی اثر گذارد و عوامل خصوصی آن قوانین را رعایت کنند، در حالی که در حالت دوم، حکومت مایل است با دستورات فراوان برای عوامل خصوصی،

1. Regulatory State
2. Developmental State

فعالیت‌های اقتصادی را هدایت کند. در حالت اول ممکن است دیوان‌سالاری عمومی نسبتاً کوچک (و «با حداقل مداخله») باقی بماند ولی در حالت دوم، حجم دیوان‌سالاری عمومی معمولاً بسیار بزرگ‌تر و در نتیجه پرهزینه‌تر است.

دولت نظارتی عمدتاً خط‌مشی خاصی را برای رقابت و قانون شرکت‌ها (به سامان رساندن نهادها) در نظر می‌گیرد. به این ترتیب راه برای رقابت باز شده، کارایی بهبود می‌یابد. دولت نظارتی با رویکرد ایستا سازگار است: عوامل بهینه‌ساز خصوصی با توجه به محیط نهادی قادرند ساختار سازمان‌دهی مورد نظر خود را انتخاب کرده، مطلوب‌ترین مبادلات را برگزینند. اما دولت توسعه‌ای برخلاف آن به دنبال خط‌مشی است که با آن اهداف (سیاسی) را تعیین کرده و فعالانه به طراحی و هدایت آن فرایند به اهداف مورد نظر - به ویژه خط‌مشی فناوری و صنعتی - بپردازد. به این ترتیب آشکار است که دولت توسعه‌ای با رویکرد پویا سازگار است. حکومت‌ها در کنار رویکرد مداخله‌گرایانه فعال خود، به اجرای سیاست‌هایی برای جذب سرمایه‌گذاران، کارگران ماهر و شرکت‌ها به داخل کشور می‌پردازند که نوعی رقابت نهادی است و در فصل هشتم به آن خواهیم پرداخت. میزان اثرگذاری حکومت بر تصمیم‌گیری عوامل خصوصی ممکن است محدودکننده یا توانمندکننده باشد. مردم دوست دارند مداخله حکومت را با قوانین محدودکننده مترادف بدانند ولی بسیاری از دستورات یا جهت‌دهی‌های دولتی در واقع با هدف ایجاد فرصت‌ها انجام می‌شود. در فصل هشتم مثال‌های بیشتری ارائه خواهیم کرد ولی در حال حاضر دو توضیح مختصر ارائه می‌کنیم. در حوزه قانون رقابت، قوانینی برای کاهش تبانی یا سوءاستفاده بنگاه‌های مسلط وجود دارد. این قوانین به تعبیری با منع سوءاستفاده از قدرت بازار و تنبیه برای آن موجب مقید شدن عوامل اقتصادی می‌شوند ولی به تعبیر دیگر، بنگاه‌ها را به رقابت سالم قادر کرده و تعیین قیمت منصفانه برای مصرف‌کننده را ممکن می‌کنند. توضیح دوم به قوانین مندرج در قانون شرکت‌ها مربوط است. این قوانین هم به تعبیری بنگاه‌ها را مقید می‌کنند یعنی آنها را مجبور به افشای برخی اطلاعات درباره عملکرد اقتصادی خود می‌کنند ولی به تعبیر دیگر به سهام‌داران (بالقوه) کمک می‌کنند تا به تصمیم‌گیری‌های صحیح بپردازند.

درواقع مداخله حکومت را می‌توان با یک بنگاه مقایسه کرد که در آن قدرت مرکزی

از قدرت هدایت افراد در محدوده آن سازمان برخوردار است. حکومت همانند یک شرکت خصوصی باید از منظر کارایی از این قدرت به‌نحوی استفاده کند که همه عوامل از انگیزه‌های مناسب برخوردار شده، از تعهد و بهره‌وری ایشان اطمینان حاصل شود. راه‌های مختلفی برای مداخله حکومت وجود دارد. در فصل هشتم معلوم می‌کنیم که حکومت در کدام موارد از نواقص بازار احتمالاً نظارت‌های سهل‌گیرانه و در چه وضعیتی نظارت‌های دامنه‌دار (به شکل شرکت‌های دولتی) یا وضعیتی بین آن دو را در پیش می‌گیرد. در جدول IV-۱ بین دو دسته اصلی مداخلات دولت تمییز قائل شده، چند مثال از دسته‌های فرعی را ارائه کرده‌ایم. اولین دسته اصلی شامل نظارت بر عوامل خصوصی است که نشان می‌دهد آنان هنوز هم از تصمیمات مستقل برخوردارند ولی رفتار آنها قرار است تحت تأثیر شکل‌های ویژه‌ای از اقدامات نظارتی قرار گیرد. دومین دسته شامل شرکت‌های دولتی است که (به شکل انحصاری دولتی) به تنهایی در بازار عمل کنند.

جدول IV-۱ شکل‌های مختلف مداخله دولت برای منافع همگانی

الف) نظارت بر عوامل خصوصی	مثال‌ها
قوانین، دستورات کیفی	نظام مسئولیت؛ گواهی تأسیس کسب‌وکار؛ افشای اجباری اطلاعات مرتبط
قوانین، دستورات قیمتی	حداکثر قیمت داروها؛ حمل‌ونقل عمومی؛ ممنوعیت قیمت‌گذاری دستمزد توسط کارتل‌ها
نظارت توسط ناظران (ناشی از هر دو دسته قوانین فوق‌الذکر) مالیات‌ستانی: - با هدف محدود کردن رفتارها	مقام مسئول رقابت و ناظران در بخش‌های خاص (مخابرات، انرژی)؛ بازرسی سلامت؛ بازرسی در مورد ایمنی محصول مالیات‌های ضدآلایندگی برای تولیدکنندگان مالیات برای محصولات مضر به حال مصرف‌کنندگان (نوشیدنی‌های الکلی، تنباکو)
- با هدف توزیع مجدد و تأمین مالی یارانه‌های عمومی - با هدف جهت‌دهی به رفتارها	مالیات بر درآمد، عوارض جاده‌ای، مالیات بر ارزش افزوده حمایت از گروه‌های هدف و کمک به تأمین مالی برای خرید کالاهای «شایسته» (آموزش دبستانی، بازدیدهای هنری، مسکن مطلوب)

جدول ۱-IV شکل‌های مختلف مداخله دولت برای منافع همگانی

الف) نظارت بر عوامل خصوصی	مثال‌ها
- با هدف توزیع مجدد (درآمد) انحصارهای قانونی (از راه حق امتیازها و ...)	نظام تأمین اجتماعی برای درآمدزایی به نفع بیماران، سالمندان و بیکاران خدمات پستی، گاز، شبکه‌های آب و برق، حمل‌ونقل عمومی
ب) شرکت‌های دولتی	مثال‌ها
تدارکات عمومی (در کنار رقابای خصوصی)	کشف نفت و دیگر منابع طبیعی؛ مجموعه رادیو و تلویزیون ملی؛ مراقبت‌های سلامت؛ بازنشستگی دولتی، بانک‌های مرکزی

در دنیا شیوه‌های مختلفی از مداخله دولت وجود دارد که ما قصد نداریم شرح جامعی از زیرگروه‌های آن ارائه دهیم. علاوه بر این باید توجه کرد که مثال‌های فوق در همه کشورهای جهان صادق نیستند. هرچند برخی دولت‌ها تصمیم می‌گیرند که مثلاً با ملی کردن یک بخش خاص (از قبیل استخراج منابع انرژی) احاطه کامل به دست آورند، دیگر دولت‌ها با خصوصی‌سازی همان صنعت، راه خلاف را در پیش می‌گیرند. بنابراین در برخی کشورها فعالیت‌های کسب‌وکار از قبیل مراقبت‌های بهداشتی یا حمل‌ونقل عمومی، دولتی نیستند و در تملک خصوصی بوده که تعدادی بنگاه مستقل یا اصطلاحاً انحصارهای قانونی اداره می‌کنند.

این وضعیت در مورد هر بنگاه خصوصی صادق است که حق انحصاری عرضه یک کالای خاص را البته در موقعیت خاص از لحاظ قیمت و کیفیت به دست می‌آورد. در این باره در فصل هشتم بیشتر خواهیم خواند.

قبلاً نیز گفتیم دلایل بسیار متفاوتی درباره تصمیم به مداخله حکومت‌ها و نیز تصمیم به مداخله فقط از راه نظارت یا مداخله با سلطه کامل وجود دارد. گفته شد که ممکن است انگیزه‌های بهبود کارایی یا حفاظت از منافع گروهی در میان باشد. اقتصاددانان نهادگرا به تأثیر نهادها (ی در حال تغییر) بر پیامدهای اقتصادی (و نیز حالت عکس آن) نیز علاقه‌مندند؛ خواه در مقیاس ملی (بین‌المللی) باشد خواه در مقیاس بخشی. در فصل هشتم به تأثیر نظارت حکومتی و شرکت‌های دولتی در ارتقای رفاه خواهیم پرداخت و در فصل نهم به معایب مداخله حکومت و دیوان‌سالاری‌های عمومی می‌پردازیم.

همانند بخش سوم در این بخش نیز هر فصل را با رویکرد نهادی ایستا آغاز کرده و با رویکرد نهادی پویا ادامه می‌دهیم. حکومت در رویکرد ایستا به مداخله در وضعیت مشخص (بدون تغییر) می‌پردازد (مثلاً در فناوری ثابت و ارزش‌های اجتماعی ثابت)، در حالی که در تحلیل پویا، حکومت در محیطی متغیر کار می‌کند. به تعبیری در رویکرد ایستا به شرح تصمیمات و مداخلات حکومت در کشورهای مختلف با پیشینه فرهنگی (مختلف) می‌پردازیم و در رویکرد پویا توضیح می‌دهیم چگونه انواع تغییرات اجتماعی مثلاً در حوزه‌های فناوری و عقاید جمعی به روش تعامل حکومت با نظام اقتصادی اثر می‌گذارد. چهار رویکرد مذکور را در جدول ۲-IV خلاصه کرده‌ایم که برخی عناوین مهم از فصل‌های هشتم و نهم را دربردارد.

جدول ۲-IV رویکرد ایستا و پویا و رویکردهای منافع گروهی درباره مداخله حکومت

رویکرد ایستا	رویکرد پویا	
<ul style="list-style-type: none"> - دولت نظارتی - سیاست‌هایی برای مقابله با نواقص بازار - رویکرد اقتصاد هزینه مبادله به مداخله حکومت - شکست‌های ناخواسته بازار 	<ul style="list-style-type: none"> - دولت توسعه‌ای - رقابت نهادی 	کارایی
<ul style="list-style-type: none"> - شکست‌های حکومت به دلیل مشکلات عملیتی و رفتار رانت‌جویانه 	<ul style="list-style-type: none"> - مخاطرات نظارتی - آثار بلندمدت گروه‌های فشار 	منافع گروهی

فصل هشتم مداخله دولت برای منافع همگانی

مقدمه

در این فصل به رویکرد ایستا و پویای مداخله دولت می‌پردازیم و به آثار نظم عمومی در افزایش رفاه تأکید می‌کنیم. شکست‌های مداخله دولت را در فصل نهم بررسی خواهیم کرد. در مقدمه بخش چهارم گفته شد مواردی که منافع همگانی در خطر باشد، مداخله حکومت ضروری است. از منظر کارایی ایستای نئوکلاسیک، منافع همگانی با آن دسته از نواقص بازار مشخص می‌شود که عوامل خصوصی به برطرف کردن آن قادر نیستند. البته سعی خواهیم کرد از منظر اقتصاد هزینه مبادله نیز شرح دهیم که چرا و چگونه مداخله دولت، مطلوب‌ترین (کارآمدترین) ساختار سازمان‌دهی است. در فصل اول توصیف مختصری برای هر یک از این مشکلات ارائه کردیم. در این بخش با توضیحاتی مختصر در مورد شکل‌های نواقص بازار، اندکی آن مطالب را یادآوری می‌کنیم.

۱. اطلاعات ناقص وقتی به یک معضل عمومی تبدیل می‌شود که گروه‌های خصوصی نتوانند از دریچه نگاه مصرف‌کننده، با هزینه مناسب، به تشخیص کیفیت دارایی بپردازند یا از دریچه نگاه تولیدکننده، کیفیت کالا را به خوبی نشان دهند. در نتیجه محصولات کمتری مبادله شده و بدون شک تعداد محصولات مرغوب کمتر خواهد شد. این وضعیت ممکن است کارآفرینان نوآور را سرخورده کرده، سلامت یا ایمنی افراد جامعه را به خطر انداخته، در نهایت رشد اقتصادی را به تعویق بیندازد. در ادامه نشان خواهیم داد که حکومت چگونه قادر است این شرایط را ارتقا دهد.

۲. قدرت بازار در کنار انحصارهای طبیعی به شدت منافع همگانی را به خطر می‌اندازد زیرا مثلاً وجود یک عرضه‌کننده منفرد یا یک کارتل ممکن است رقابت اقتصادی را به حدی کاهش دهد که مصرف‌کنندگان مجبور به پرداخت قیمت‌های بیشتر شوند. در ادامه به شیوه‌های مختلفی خواهیم پرداخت که حکومت‌ها با آنها سیاست رقابت را فعال کرده یا به انتصاب ناظران ویژه برای مبارزه با آن مشکل می‌پردازند.

۳. آثار بیرونی - و به‌ویژه آثار بیرونی نامطلوب (آثار جانبی اقتصادی که بدون پرداخت خسارت، به طرف‌های ثالث آسیب می‌زنند) - ممکن است حتی وقتی حقوق مالکیت به‌دقت تعریف شود، به منافع همگانی آسیب رساند. خواهیم دید که حکومت قادر است در جایگاه یک داور یا راهنما، به پیشگیری یا رفع مشکلات آثار بیرونی ناخوشایند و پیچیده‌ای همانند آلودگی هوا بپردازد. اما وجود حکومت حتی برای آثار بیرونی مفیدی مانند مراقبت‌های درمانی لازم است تا به ارتقای رفاه جامعه کمک شود.

۴. کالاهای عمومی محض، دارایی‌هایی هستند که با مشخصه‌های منع‌ناپذیری و رقابت‌آمیز نبودن مشخص شده و به معضل مفت‌خواهی منجر می‌گردند. به‌این ترتیب برای کالاهای عمومی محض، یک بازار خصوصی شکل نخواهد گرفت. اگر حکومت گمان کند که لازم است یکی از کالاهای عمومی محض به قیمت مناسب در دسترس عموم قرار گیرد، باید اقداماتی برای تحقق آن انجام دهد. این موضوع را نیز در همین فصل بررسی خواهیم کرد.

بخش ایستای این فصل، حول کاربرد اقتصاد هزینه مبادله در حوزه مداخله دولت تنظیم شده است. در ادامه این فصل، با پرداختن به رویکرد پویای مداخله دولت، درباره چگونگی مداخله کارآمد حکومت از راه هماهنگ‌سازی فرایند تغییرات خواهیم گفت. وظایف حکومت را از لحاظ فراهم کردن اطلاعات (برنامه‌ریزی رهنما)^۱ و نیز از جنبه آغازکننده تغییر در حوزه نوآوری (سیاست فناوری) و عمل کردن در جایگاه نوسازی ساختار نظام اقتصادی (سیاست صنعتی) بیان می‌کنیم. همچنین نشان می‌دهیم که نظام‌های قضایی چگونه از راه استقرار زیربنای نهادی مطلوب در جذب سرمایه‌گذاری خارجی و کارگران متخصص، با یکدیگر رقابت می‌کنند.

۸-۱ رویکرد ایستا به مداخله دولت

در رویکرد ایستا به اقتصاد نهادگرا، یکی از پرسش‌های اصلی این است که چرا مبادلات به‌دلیل ساختارهای سازمان‌دهی مختلف به اجرا درمی‌آیند؟ چه زمان بهتر است به قرارداد بازار روی آورد و در چه مواردی بنگاه ارجحیت دارد؟ به تعبیر دیگر، در چه

مواردی مبادلات را به شکل مطمئن با نظم خصوصی (بازار، بنگاه و پیوندی) انجام می‌دهیم و در چه وضعیتی آنها را با نظم عمومی به سامان می‌رسانیم؟

پاسخ کلی از منظر رویکرد کارایی ایستا آن است که عوامل اقتصادی در هر وضعیت نهادی مشخص، به دنبال سازوکار هماهنگ‌کننده بهینه هستند تا با آن کسب‌وکار خود را ادامه دهند. به عبارتی مردم می‌خواهند (به شرط ثابت بودن بقیه امور) حقوق مالکیت را با کمترین هزینه مبادله ممکن بین خود جابه‌جا کنند. این مبادلات در بهترین حالت در شرایط نظم خصوصی و در نوعی نظام اقتصادی اتفاق می‌افتد که در آن حقوق بنیادی شهروندان به‌دقت تعریف شده و مورد حفاظت قرار می‌گیرد.

بیشتر مواقع کارکرد حفاظتی ابتدایی حکومت، کافی نیست. «دست نامرئی» که قرار بوده است اقدامات عوامل بهینه‌کننده خصوصی را همسو با منافع کل جامعه به حرکت درآورد، در دنیای واقع به‌درستی محقق نمی‌شود. در بسیاری از مواقع، بازارهای تحت سیطره نظم خصوصی شکست می‌خورند. عقلانیت محدود و نواقص بازار احتمالاً به‌قدری موجب فرصت‌طلبی می‌شود که عامه مردم را باید حکومت حمایت کند. بنابراین در رویکرد ایستا به آن دسته از مداخلات دولت می‌پردازیم که با انگیزه و توجیه کارایی (هزینه‌های مبادله) انجام می‌شود. هر جا مناسب باشد، قدری هم به مداخله حکومت به‌دلیل انگیزه‌های اجتماعی و پدرمآبانه خواهیم پرداخت.

قبلاً در مقدمه بخش چهارم به‌اختصار گفتیم بازارها در دنیای واقع به‌دلیل «اطلاعات ناقص و قدرت بازار» و نیز «انواع آثار بیرونی» به‌ندرت به‌درستی عمل می‌کنند. در چنین وضعیتی ممکن است حکومت تصمیم بگیرد به‌دلیل به خطر افتادن منافع همگانی و کاهش رفاه ناشی از آن، به مداخله اقدام کند. مداخله دولت ممکن است باعث کاهش یا حتی حذف زیان دائمی شده، به‌این ترتیب کارایی را زیاد کند. در این فصل فرض می‌کنیم که حکومت نه تنها با هدف ارتقای رفاه به مداخله دست می‌زند، بلکه سپس شکل ویژه‌ای از مداخله برای خدمت به منافع همگانی را نیز - که هزینه‌های کل، از جمله هزینه‌های مبادله را به حداقل می‌رساند - انتخاب می‌کند.

در ادامه به مداخله دولت به‌مثابه واکنش به اطلاعات ناقص پرداخته، سپس قدرت بازار و انحصارهای طبیعی، آثار بیرونی و در نهایت کالاهای عمومی محض را بررسی

خواهیم کرد. پس از آن از آموزه‌های اقتصاد هزینه مبادله برای تبیین گزینه‌های حکومت در شکل‌های مختلف مداخله استفاده می‌کنیم که از نظارت خفیف تا اداره سخت‌گیرانه یا حتی شرکت‌های دولتی را دربرمی‌گیرد.

۸-۱-۱ اطلاعات ناقص

در فصل اول اشاره شد که بین دو نوع اطلاعات ناقص تمییز قائل می‌شویم: اولی دانشی است که می‌تواند به شکل نابرابر بین عوامل مختلف توزیع شود به طوری که برخی به نفع خود از آن استفاده کنند. برخی از وضعیت‌های اطلاعات نامتقارن است که با رفتار فرصت‌طلبانه یکی می‌شود. مثلاً مصرف‌کنندگان به سختی می‌توانند درباره قیمت‌ها و کیفیت کالاها به اطلاعات مطمئن دست یابند و به همین دلیل شاید بفهمند که صاحب یک «جنس بنجل» شده‌اند (فصل پنجم را مطالعه کنید). دوم دانشی است که همه عوامل اقتصادی از آن به شکل ناقص بهره‌مندند. در چنین وضعیتی دیگر نه رفتار فرصت‌طلبانه، بلکه ناتوانی عوامل در دستیابی به اطلاعات دقیق - در حدی که برای اجرای مبادله کافی باشد - مهم است. نوع دوم از اطلاعات ناقص صرفاً نشان می‌دهد که دانش به شکل نابرابر توزیع شده است اما امکان سوءاستفاده برخی عوامل از آن به نفع خود را ثابت نمی‌کند.

پس هر دو نوع اطلاعات ناقص با مشکلات مختلفی مرتبط هستند و به ذهن‌خطور می‌کند که با این مشکلات چه باید کرد. در بخش سوم دیدیم که عوامل خصوصی سعی می‌کنند به شیوه‌های مختلف از عهده آن دو اطلاعات ناقص برآیند. پس کارآفرینان هوشیار و نوآور تلاش می‌کنند اطلاعات بیشتر فراهم کرده، آن را در بازار بفروشند و علاوه بر آن، ابتکار عمل‌های مختلفی را برای مبارزه با اوضاع اطلاعات ناقص به اجرا درآورند.

عوامل اقتصادی برای حفظ خود از خرید «کالای بنجل» سعی می‌کنند در قراردادها با دیگر طرف‌های خصوصی، تضمین‌های اطمینان‌بخش مطمئنی بگنجانند. همچنین سازمان‌هایی از قبیل انجمن‌های مصرف‌کنندگان، به شکل روزافزون برای آگاه کردن خریداران از کیفیت و قیمت دارایی‌ها تلاش می‌کنند و این کار به دلیل پیشرفت سریع اینترنت ممکن شده است. به لطف امکانات ارتباطی پیشرفته و رسانه‌های منتقد (روزنامه‌ها، شرکت‌های

رادیویی و تلویزیونی)، حالا حسن شهرت فروشندگان به‌آسانی تحت تأثیر قرار می‌گیرد. همچنین عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات، تحت فشار رقابت احتمالاً از انگیزه فاش کردن اطلاعات مرتبط با محصولات خود برخوردار می‌شوند. آنان همچنین سعی می‌کنند از راه عضویت در یک تشکیلات معتبر کسب‌وکار، ارائه ضمانت‌ها و اثبات شایستگی حرفه‌ای خود، به خریداران بفهمانند که محصولاتی مرغوب - با رابطه منطقی بین کیفیت و قیمت - تولید می‌کنند.

با این حال ممکن است راه‌حل‌های خصوصی برای مشکلات اطلاعات ناقص، به‌دلیل زیاد شدن هزینه‌های مبادله، به‌خوبی کارگر نیافتد. این واقعیت به‌ویژه برای محصولاتی صادق است که مخاطرات کیفیت درونی آنها بر غیرخودی‌ها آشکار نیست یا فقط مدتی پس از خرید آن محصولات معلوم می‌شود. مصرف‌کنندگان چگونه می‌توانند بفهمند که آیا داروها (ی جدید)، ایمن و مؤثر بوده یا غذاهای فروخته شده در فروشگاه‌ها سالم‌اند؟ آنان بابت محصولات و خدماتی که کیفیت آنها را نمی‌شناسند، باید چه قیمتی پرداخت کنند؟ شرکت‌های بیمه که با مشکلات کژگزینی و مخاطره اخلاقی دست‌وپنجه نرم می‌کنند، چگونه قادرند مخاطره از دست دادن شغل، بیماری یا معلولیت یک نفر را تخمین بزنند؟ بانک‌ها به دلایل گوناگون در خلال بحران مالی ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ میل به وام دادن نبودند و اوضاع اقتصادی دنیا به همین دلیل وخیم‌تر شد؛ گروه‌های خصوصی چگونه می‌توانستند این مشکل را حل کنند؟

این مثال‌ها فقط چند مورد برای اثبات آن هستند که ناقص بودن اطلاعات برخی کالاها و خدمات ممکن است موجب ناکامی بازارها شود: ممکن است تعداد کثیری از مردم به‌دلیل ناتوانی از پیش‌بینی عواقب خرید یا فروش خود، از یک مبادله ظاهراً مخاطره‌آمیز منصرف شوند. نتیجه ناکارآمد چنین حالتی به دو شکل مختلف بروز می‌کند. اول آنکه مبادلات کمتری از حالتی که مردم از بینش کافی برخوردار باشند، صورت می‌پذیرد. این وضعیت در مورد کالاها و سرمایه‌گذاری‌ها نیز صدق می‌کند (به‌ترتیب مصرف ناکافی و سرمایه‌گذاری ناکافی). دوم آنکه اگر مردم مایل به پرداخت بهای بازار براساس میانگین‌ها نباشند، مبادلات از میان خواهد رفت. به این ترتیب برخی مبادلات خاص، نمی‌تواند به‌دلیل ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی محقق شود،

هرچند طبق نظر اکثریت، اگر این محصولات می‌توانستند از آن راه فراهم شوند، همه منتفع می‌شدند.

پس حکومت برای مقابله با مشکلات اطلاعات ناقص که به منافع همگانی لطمه می‌زنند، می‌تواند به مداخله از راه اقدامات کلی یا تمهیدات خاص بپردازد. هر دو نوع مداخله را در ادامه به تفصیل شرح خواهیم داد.

۱-۱-۸ مداخله کلی دولت در موارد نواقص اطلاعاتی

شاید حکومتی گمان کند که اگر مردم در کسب‌وکار خود ایمن‌تر باشند، نظام اقتصادی در مجموع بهتر عمل خواهد کرد یعنی اگر مردم ایمن باشند، بیشتر مایل به خرید بوده، به این ترتیب تعداد و حجم مبادلات افزایش یافته، اشتغال و رشد اقتصادی زیاد خواهد شد. در نتیجه حکومت شاید اقداماتی نظارتی از قبیل افشای اجباری اطلاعات صنایع، مواد اولیه و کیفیت محصولات و خدمات را به انجام رسانده و یک مؤسسه بازرسی تأسیس کند تا بر رعایت آن مقررات نظارت نماید. همچنین می‌توان مجموعه قوانین حفاظتی اصلی را با قانون‌های جدیدی مانند یک نظام دامنه‌دار مسئولیت تقویت نمود که باعث محتاط‌تر شدن تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان شود.

حکومت‌ها برای یاری کردن عوامل خصوصی (به‌ویژه مصرف‌کنندگان)، کم‌وبیش باید تولیدکنندگان را موظف کنند که اطلاعات کافی درباره کالاهای فروخته شده به مردم معمولی را در اختیارشان قرار دهند. به این ترتیب می‌توان قیمت دقیق آن کالاها را قبل از فروش - و نه بعد از آن - برآورد کرد و با افشای اجباری اطلاعات کالاها، شاید کالاهای تجربی به کالاهای تجسس تبدیل شوند (فصل سوم را مطالعه کنید).

لوازم الکتریکی می‌تواند مثال خوبی باشد چراکه مصرف‌کنندگان اغلب از میزان مصرف انرژی چنین ماشین‌هایی خبر ندارند و می‌خواهند ارزان‌ترین‌ها را - که هدردهنده انرژی هستند - خریداری کنند. اگر ایشان از همان ابتدا به اطلاعات مصرف انرژی دستگاه‌ها دسترسی داشته باشند، می‌توانند در قبوض آینده برق صرفه‌جویی کرده، در حفاظت از محیط زیست نیز سهمی ایفا کنند. به همین دلیل است که حکومت‌های سراسر دنیا چند ابتکار عمل در پیش گرفته‌اند (کادر ۱-۸).

کادر ۱-۸ برچسب‌های انرژی در اتحادیه اروپایی و ژاپن

اتحادیه اروپایی در سال ۱۹۹۶، طرح اجباری برچسب انرژی اتحادیه اروپایی^۱ را اجرا کرد همه کشورهای عضو را موظف به الصاق آن برچسب روی لوازم خانگی متعدد - از جمله ماشین‌های لباسشویی، یخچال‌ها، لامپ‌ها و ... - می‌کرد. این برچسب به مشتریان می‌فهماند که وسیله مورد نظر تا چه حد تلفات دارد و هفت رده در مصرف انرژی را از هم جدا می‌کند. ژاپن نیز در سال ۲۰۰۰ طرح برچسب‌زنی مشابهی اجرا کرد که به دلیل پویا بودن تا حدی دقیق‌تر است. در اتحادیه اروپایی یک تولیدکننده وقتی به بهترین میزان (استاندارد) می‌رسد (که از قبل مشخص و معلوم شده است)، انگیزه ضعیفی برای ارتقای محصول خود پیدا می‌کند. با این حال استانداردهای ژاپن برای هریک از لوازم برقی، براساس کارآمدترین محصول موجود در بازار تعیین می‌شوند. پس برچسب انرژی نه تنها نشان می‌دهد که آیا استاندارد مورد نظر در آن محصول وجود دارد، بلکه درصد اضافه مصرف نسبت به استاندارد کارایی را نیز معلوم می‌کند. به این ترتیب تولیدکنندگان دائماً به نوآوری تشویق می‌شوند.

چند روش دیگر نیز برای ضمانت قانونی در فراهم کردن اطلاعات کامل‌تر درباره کیفیت و قیمت محصولات و خدمات وجود دارد. فروشگاه‌ها در بسیاری از کشورها موظف‌اند برچسب قیمت را روی همه کالاها درج کنند و گاهی قانون مشخص می‌کند که مصرف‌کننده نباید بابت هیچ‌کدام از کالاها بهایی بیشتر از بهای روی آن برچسب‌ها بپردازد. همچنین تولیدکنندگان اغلب موظف به ارائه قیمت به‌ازای هر واحد (مثلاً کیلوگرم) هستند و مصرف‌کنندگان آسان‌تر می‌توانند هزینه خرید محصولات را محاسبه کنند. همچنین لازم است تولیدکنندگان به ارائه اطلاعات کامل درباره ترکیب محصولات خود بپردازند تا مصرف‌کننده بتواند کیفیت را مقایسه کرده، مثلاً بفهمد که آیا یک محصول حاوی مواد حساسیت‌زا برای اوست یا خیر. علاوه بر این تولیدکنندگان باید اطلاعات محصولات خود را در زمینه ترکیب و آثار (جانبی) داروها در برگه‌هایی کنار محصول ارائه کنند.

حکومت‌ها ممکن است تولیدکنندگان را موظف به افشای اطلاعات بیشتر درباره خود کنند (مثلاً تأیید صلاحیت در آن حرفه). بسیاری از صاحبان کسب‌وکار فقط پس

1. EU Energy Label

از صدور مجوز از حکومت می‌توانند پیشه خود را عملی کنند. چنین مجوزهایی نوعی مداخله دامنه‌دار دولت محسوب می‌شود. این مجوزها فقط پس از ارائه شواهد کافی درباره تخصص (فرد یا بنگاه) از راه مدارک حرفه‌ای یا دیگر مدارک صادر می‌شوند. گاهی هم یک مجوز فقط در صورتی صادر (تمدید) می‌شود که کارآفرین بتواند ثابت کند مطابق با مقررات زیست‌محیطی و ضوابط قوانین نیروی کار عمل می‌کند. در نتیجه تولیدکنندگانی که با مجوز کار می‌کنند، به مصرف‌کنندگان نشان می‌دهند طبق حداقل استانداردهای مشخص عمل کرده و از دانش کافی و کیفی برخوردارند.

البته ممکن است افشای اجباری اطلاعات بازهم برای تضمین رضایت مشتریان از خریدهای ایشان کافی نباشد. به دلیل توزیع نابرابر اطلاعات درباره محصولات، شاید فرصت‌طلبی باعث شود تولیدکنندگان بازهم از چنین وضعیتی بهره‌برداری کنند. آنان هزینه‌های عرضه محصولات مرغوب و هزینه‌های ارائه اطلاعات کافی را با منافع احتمالی افزایش مقدار فروش مقایسه می‌کنند. سپس شاید متقاعد شوند که هر چند از نظر قانونی مکلف به پرداخت هزینه‌های بیشتر شده‌اند، ولی بهتر است چنین نکنند.

برای جلوگیری از این رفتار بالقوه، حکومت می‌تواند اقدامات دیگری به‌منظور ایجاد انگیزه‌های مناسب در تولیدکنندگان انجام دهد. افشای اجباری اطلاعات و به‌کارگیری نهادهای بازرسی از جمله مداخله دولت است که زیرمجموعه حقوق عمومی^۱ قرار می‌گیرد. در چنین مواردی حکومت است که قوانین را وضع کرده، آنها را به شکل جدی ضمانت می‌کند و در دادگاه‌ها نقش شاکی را بازی می‌کند. راه دیگر برای ملزم کردن تولیدکنندگان، بسط حقوق خصوصی^۲ از راه نظام مسئولیت است. هر قدر مؤسسات بازرسی فعالانه‌تر بر رفتار عرضه‌کنندگان خصوصی نظارت کنند، احتمال سوءاستفاده از اطلاعات برای منافع شخصی کمتر می‌شود. چنین اثری حتی وقتی تقویت می‌شود که هزینه گرفتار شدن از راه‌های مختلف - مانند جریمه، از دست دادن مجوز فعالیت، یا رفتن به زندان - زیاد شود. همچنین گرفتار شدن آنها به دست مقام دولتی موجب به خطر افتادن حسن شهرت در بخش خصوصی شده، به این ترتیب انگیزه‌های منصف بودن تقویت می‌شود.

در موارد اختلاف نظر درباره مسئولیت، طرف مغبون شده باید علیه تولیدکننده

1. Public Law
2. Private Law

شکایت کرده و دادگاه درباره ضرورت جبران خسارت و میزان آن تصمیم بگیرد. در چنین حالتی گروه‌های خصوصی در دادگاه در برابر هم قرار می‌گیرند. اگر میزان خسارت بیشتر از هزینه بهبود کیفیت محصول باشد، انگیزه‌های ارائه کیفیت مطلوب پدید می‌آید. در ایالات متحده قوانینی برای پرداخت خسارت به مشتریان بابت محصولات مکانیکی معیوب - که در آزمون‌های استاندارد کیفیت و عملکرد رد می‌شوند - وجود دارد. این قوانین به «قانون بنجل‌ها»^۱ معروف شده است. قانون فدرال درباره بنجل‌ها^۲ از شهروندان همه ایالت‌ها حمایت می‌کند. قانون ایالتی بنجل‌ها در ایالات مختلف باهم فرق می‌کند و گاهی حقوق در نظر گرفته شده برای مصرف‌کنندگان، بیشتر از ضمانت‌های مطرح شده در قراردادهای خرید آن کالاهاست. قانون فدرال درباره بنجل‌ها و نیز اکثر قوانین ایالتی در این زمینه، در صورت مقصر قلمداد شدن در دادگاه، ضمانت‌کننده کالا را به پرداخت خسارت به شاکی موظف می‌کند.

کادر ۲-۸ نظام‌های مختلف مسئولیت

چنین نیست که مسئولیت همیشه به شکل خودکار بر گردن تولیدکنندگان قرار گیرد بلکه گاهی مصرف‌کنندگان نیز تا حدی مسئول‌اند. دلیل این امر، احتمال رفتار فرصت‌طلبانه مصرف‌کنندگان (یا بی‌احتیاطی ایشان) است. اگر کل مسئولیت بر گردن تولیدکننده باشد، بدون شک موجب مخاطره اخلاقی در میان مصرف‌کنندگان می‌شود.

مثلاً مسئولیت شرکت‌های هواپیمایی در جابه‌جایی بار مسافران با رعایت احتیاط‌های لازم را در نظر بگیرید. مسلم است که چنین مسئولیتی هم حد و مرزی دارد زیرا هر شرکت هواپیمایی فقط می‌تواند با تقبل هزینه‌های اضافی تضمین کند که خسارتی به چمدان‌ها وارد نخواهد شد. پس معمول است که اگر اموال کسی آسیب دید یا حتی مفقود شد، جبران خسارت او سقف معینی داشته باشد زیرا چنین استدلال می‌شود که مسافر نیز موظف است بارهای گران‌قیمت خود را در معرض خطر شکستگی یا گم شدن قرار ندهد: در چنین وضعیتی مسافر باید به فکر راه‌های دیگر (و گران‌تر) برای حمل کالاها یا قیمتی باشد (مثلاً بیمه‌های تکمیلی سفر). سهم مسافر از مخاطرات به احتمال زیاد کمتر از سهم طرف مقابل است و اگر قرار بود شرکت هواپیمایی تمام مخاطرات را به

1. Lemon Laws
2. The Magnuson-Moss Warranty Act

گردن بگیرد، باید تمهیدات پرهزینه‌ای را طراحی می‌کرد که احتمالاً قیمت بلیت را افزایش می‌داد. بنابراین قانون در اغلب اوقات هر دو طرف مبادله را به پذیرش بخشی از مسئولیت‌های مبادله موظف می‌کند. تولیدکننده مکلف است محصول مرغوب (و ایمن) تحویل دهد ولی مصرف‌کننده نیز وظیفه دارد با احتیاط خرید کند و در غیر این صورت اگر خسارت ببیند، گرامتی دریافت نمی‌کند. در هر حال، دلیل وضع نظام مسئولیت آن است که از منظر منافع همگانی، انگیزه‌های کافی برای همه عوامل پدید آید.

۲-۱-۱-۸ مداخله ویژه در هر بخش در موارد نقص اطلاعات

ممکن است مداخله دولت معطوف به حرفه‌ها یا بخش‌های مشخصی باشد؛ زیرا کالاهای آن بخش‌ها برای کل جمعیت بسیار مهم تلقی می‌شوند (حرفه‌هایی مانند سردفتری ثبت اسناد عمومی، وکالت، پزشکی و بخش‌هایی مانند بیمه‌های اجتماعی و درمان، صنایع داروسازی و ...). ممکن است محصولات این بخش‌ها به دلیل نقص اطلاعات، کمتر از میزان لازم عرضه شود یا بازار آنها اصلاً وجود نداشته باشد، در حالی که چنین محصولاتی به شدت برای رفاه جامعه مهم‌اند. حکومت از لحاظ تدارک چنین کالاهایی باید با اجباری کردن عرضه عمومی آنها وارد عمل شود یا ناظران ویژه بخش‌ها را منصوب کند تا اطمینان حاصل گردد از منافع عمومی حفاظت به عمل می‌آید.

از این رو ابتدا به دخالت دولت در برخی حرفه‌های خاص می‌پردازیم. آنچه آن متخصصان را متمایز می‌کند، وابستگی شهروندان به خدماتی مانند یک وکیل در مواقع خاص است (مثلاً وقتی عدم تقارن اطلاعات زیاد می‌شود). خدمات این متخصصان به کالاهای باور شده^۱ معروف هستند یعنی مشتریان باید به ناچار باور کنند که آن خدمات از کیفیت مطلوب برخوردار است. در مورد کالاهای باور شده، برخلاف کالاهای تجربی - که خریداران فقط پس از خرید کالاها کیفیت آنها را می‌شناسند - ممکن است چنین نباشد. مثلاً وقتی شخصی در دادگاه نیاز به وکالت و کیلی دارد، یا توسط یک پزشک تحت درمان قرار می‌گیرد، ممکن است مشکلات کارفرما - کارگزار بروز کند. به دلیل

۱. اصطلاح کالاهای باور شده به جای Credence Goods ترجمه شد که هرچند عبارت «باور شده» از لحاظ تحت‌اللفظی کاملاً با Crede اقتصاد نئوکلاسیک معادل نیست ولی از لحاظ معنارسایی و حک شدن در ذهن خواننده بهتر از معادل‌های تحت‌اللفظی آن لغت از قبیل اعتبار و باور است - م.

آنکه تلاش‌های کارگزار استخدام شده برای دفاع از منافع آن شخص در دادگاه یا درمان بیماری، ممکن است اهمیت حیاتی پیدا کند، باید قبل از صدور مجوز برای راه‌اندازی کسب‌وکار توسط آن متخصصان، کلیه ملاحظات سخت‌گیرانه قانونی رعایت شده باشد. نظارت بر کار این متخصصان را یا دولت می‌تواند عهده‌دار شود یا به شکل خودنظارتی انجام پذیرد. نهادهای بازرسی را می‌توانند گروه‌های خصوصی منصوب کنند که این وضعیت در مقایسه با نهادهای دولتی، مزایا و معایبی دارد (Philipsen and Maks, 2005).

مزایای مؤسسات خودنظارتی این است که آنها به بهترین شکل از دانش تخصصی لازم برای نظارت برخوردار بوده و قادرند به سرعت به دگرگون شدن اوضاع واکنش نشان دهند، از این‌رو هزینه‌های نظارت بر دوش خود اهالی آن حرفه قرار می‌گیرد. معایب آن مؤسسات عبارت‌اند از احتمال عملکرد اعضای آن حرفه به شکل یک گروه ذی‌نفع با منافع مشترک که شاید از دانش ویژه خود سوءاستفاده کند. اگر مؤسسات خودتضمین بتوانند ملاحظات کیفی را خودشان تعیین کنند، شاید به سد کردن راه تازه‌واردان منجر شود، به این ترتیب رقبت را محدود کرده و درآمد خود را افزایش دهند. آنان همچنین می‌توانند با ایجاد غیرضروری «تقاضای القا شده توسط عرضه‌کننده»، از عدم تقارن اطلاعات بهره‌برداری کنند (مثلاً با قانع کردن مشتریان برای اقدام به بیمه‌های اضافی یا تحمیل درمان‌های غیرضروری پزشکی). در نهایت آنان می‌توانند بخشی از هزینه‌های خودتضمینی را - با افزایش قیمت خدماتی که ارائه می‌کنند - بر دوش مصرف‌کننده بیاندازند.

با توجه به کاستی‌های مذکور، در بسیاری از موارد بهتر است نظارت دولتی در کنار خودنظارتی یا به جای آن قرار گیرد. حکومت چند ابزار در اختیار دارد: می‌تواند استانداردهای حداقل کیفیت وضع نموده و یک مؤسسه تخصصی عمومی برای نظارت تأسیس کند که بر کیفیت خدمات عرضه شده نظارت کرده، علیه تبلیغات فریب‌کارانه عمل کند. همچنین می‌تواند گواهی‌ها یا مجوزهایی صادر کند که فقط متخصصان آن حرفه پس از اثبات مهارت‌های خود از راه مدارک علمی، تجربه علمی و ... از آن برخوردار شوند.

در سطح بخشی نیز مداخله حکومت را در صنایع ویژه‌ای می‌توان مشاهده کرد که به دلایلی مشابه نظارت بر کار برخی متخصصان است. برخی صنایع به عرضه محصولات مهمی می‌پردازند که نباید آنها را کاملاً به دست عوامل بازار آزاد سپرد زیرا اطلاعات

ناقص موجب می‌شود افراد از لحاظ وضعیت فیزیکی یا مالی بسیار ضرر کنند. نظارت دولت می‌تواند به شکل استقرار دستگاه‌های ناظر درآید یا بیمه‌های اجتماعی اجباری تدارک دیده شود. هر دو جنبه مداخله دولت را در ادامه به تفصیل بررسی خواهیم کرد. مثال‌هایی که شرح می‌دهیم، شامل صنعت داروسازی و بخش مالی هستند، ولی کل سازمان‌های فعال در بازارهای مالی - از جمله بانک‌ها، شرکت‌های بیمه و بنگاه‌هایی که سهام عرضه می‌کنند - در این مقوله جای می‌گیرند.

دلیل اصلی نظارت حکومت در صنعت داروسازی، حفاظت از سلامت جامعه است زیرا بر رشد اقتصادی اثر می‌گذارد. دلیل اثرگذاری سلامت بر رشد آن است که کاهش رفاه مردم با آثار بیرونی ناخوشایندی - از قبیل افزایش حق بیمه‌های درمان، افزایش مخارج بیماران و نیز کاهش بهره‌وری نیروی کار - همراه می‌شود و احتمالاً قدرت رقابتی هر کشور را متأثر می‌کند. وجود این دلایل مختلف اقتصادی است که حکومت‌ها را در گوشه و کنار دنیا به تأسیس خدمات بازرسی به منظور نظارت بر کیفیت داروها واداشته است. کادر ۳-۸ این موضوع را با یک مثال خاص بررسی می‌کند.

کادر ۳-۸ خدمات بازرسی غذا و داروی چین

اداره غذا و داروی دولتی^۱ در چین وظیفه خود را با سخت‌گیری فراوان انجام می‌دهد. در این حوزه خطرات زیادی وجود دارد زیرا انواع محصولات چینی - از جمله غذا و دارو - با نرخ روزافزون صادر می‌شود. چین برای آنکه صادرکننده‌ای بزرگ باقی بماند، باید ثابت کند که عامه طرف‌های تجاری - خواه داخلی خواه خارجی - به کالاهای چینی اعتماد می‌کنند (به‌ویژه در مورد ساکنان هنگ‌کنگ که منتقد جدی کیفیت محصولات چینی بوده‌اند).

باین حال نگرانی اصلی مقامات چینی، رشوه‌گیری کارکنان دولت در سازمان‌های مختلف بازرسی است. چنین چیزی در سال ۲۰۰۷ در اداره غذا و داروی دولتی رخ داد. مدیر این اداره به دلیل دریافت هدایا از شرکت‌های داروسازی و تساهل در موافقت با محصولات نامرغوب آن شرکت‌ها گناهکار تشخیص داده شد. آن مدیر به مرگ محکوم شد تا نه تنها درس عبرتی برای دیگر مدیران باشد بلکه خریداران (احتمالی) را در چین و سراسر دنیا مطمئن کند که محصولات چینی (غالباً ارزان) می‌توانند استانداردهای کیفی جهانی را برآورده سازند.

1. The State Food and Drug Administration (FDA)

بیمه‌های اجتماعی اجباری در اکثر دولت‌های رفاه سراسر دنیا وضع شده‌اند تا به معضلات کژگزینی رسیدگی شود که معمولاً به محروم‌ترین‌های هر جامعه بیشتر آسیب می‌رساند. اطلاعات ناقص احتمالاً باعث افزایش حق بیمه‌ها شده و بیمه شدن کسانی را که بیش از همه به آن نیاز دارند (مانند بیکاران و معلولان)، خارج از استطاعتشان می‌کند. (کادر ۵-۳ را درباره این سازوکار مطالعه کنید). اجباری کردن این بیمه برای سهم قابل توجهی از کل شهروندان موجب انتقال مخاطره از فرد به جامعه شده، ممکن است رفاه کل را افزایش دهد.

اجبار برای هر دو طرف یعنی بیمه‌گر و بیمه‌گذار است: بیمه‌گذاران مجبور به ارائه بیمه اجتماعی به همه افراد واجد شرایط هستند. ممکن است بیمه‌گر و بیمه‌گذار هر دو - در صورتی که نتوانند از عهده هزینه‌ها برآیند - توسط حکومت یاری شوند. نتیجه نهایی چنین سیاستی آن است که مردم ناتوان از کار کردن (به هر دلیل)، از تأمین اجتماعی برخوردار می‌شوند. این سیاست در درجه اول یک معضل اقتصادی را برطرف می‌کند: وقتی همه شهروندان از حداقل قدرت خرید برخوردار باشند، ناآرامی‌های اجتماعی پدید نمی‌آید. همچنین کل نظام اقتصادی از تداوم تقاضای محصولات منتفع می‌شود. توجیه منطقی آن است که تقاضای مستمر مصرف‌کننده می‌تواند میزان اشتغال را حفظ کرده، از ماریپیچ نزولی جلوگیری کند.

دلیل اصلی نظارت حکومت در بخش مالی، تسریع در رشد اقتصادی - از راه شفاف‌سازی و ایجاد امنیت مالی - است. مؤسسات ناظر را می‌توان در بسیاری از کشورها پیدا کرد و وظیفه اصلی آنها حصول اطمینان از افشای همه اطلاعات سازمان‌های مالی - در زمینه محصولات مالی - است تا مردم بتوانند با خیال آسوده پول خود را به بانک‌ها سپرده، اوراق قرضه و سهام خریداری کرده یا روش بیمه خود را انتخاب کنند. این موضوع را در کادر ۴-۸ تشریح کرده‌ایم.

شروع و گسترش بعدی بحران مالی جهانی در سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ نشان داد که حکومت‌ها باید از نظارت صرف فراتر روند یعنی کاری بیش از وضع قوانینی انجام دهند که بنگاه‌های خصوصی موظف به رعایت آنها باشند. بانک‌ها و بیمه‌های خصوصی مهم، در برخی موارد به تملک حکومت‌های ملی درآمد‌اند. ددرس‌های مالی بانک‌ها و

شرکت‌های بیمه بزرگ در چند کشور که از ایالات متحده آغاز شد، ریشه در مبادلات مالی مشکوک و پیچیده‌ای داشت که فاقد وثیقه‌های مطمئن بودند (فصل اول را مطالعه کنید).

کادر ۴-۸ نظارت در بخش مالی ایالات متحده

احتمالاً یکی از پرآوازه‌ترین ناظران مالی در سراسر دنیا، کمیسیون اوراق بهادار و مبادله^۱ در ایالات متحده است. در پایگاه اینترنتی آن سازمان می‌توان بیانیه مأموریت آن - یعنی «حفاظت از سرمایه‌گذاران؛ حفظ بازارهای منصفانه، سامان‌یافته و کارآمد؛ و تسهیل در تشکیل سرمایه» - را مشاهده کرد. کمیسیون اوراق بهادار و مبادله را حکومت ایالات متحده و به دلیل پرمخاطره تلقی شدن معاملات در بازار سهام پایه‌گذاری کرد زیرا ارزش دارایی‌های مالی (اوراق بهادار) ممکن است کم و زیاد شود. وظیفه این کمیسیون نظارت بر همه روش‌هایی است که شهروندان آمریکایی با آنها پس‌اندازهای خود را سرمایه‌گذاری می‌کنند زیرا استاندارد زندگی ایشان در معرض خطر است و اگر آن استاندارد به‌شدت نزول کند، رشد اقتصادی ملی به خطر می‌افتد.

بسیاری از شرکت‌های معروف و مدیران ارشد به دلیل اطلاعات غلط درباره شرکت‌هایشان، دستکاری قیمت اوراق بهادار، دزدی از منابع مشتریان و ... در معرض بازجویی‌های کمیسیون اوراق بهادار و مبادله قرار گرفتند. مجازات تخطی از آن قوانین در ایالات متحده بسیار سنگین بوده، شامل جریمه‌های هنگفت و حکم زندان می‌شود. پس این وضعیت مصداق نهادی رسمی است که می‌تواند دیگر مدیران را از ارتکاب خطاهای مشابه بازدارد.

کمیسیون اوراق بهادار و مبادله بر همه عوامل فعال در همه بازارهای اوراق بهادار ایالات متحده - از جمله شرکت‌های خارجی - نظارت می‌کند. از این رو شرکت نفتی رویال داچ شل^۲ به دلیل گمراه کردن افکار عمومی در مورد مخازن نفتی قطعی آن شرکت که ۲۰ درصد بیش از واقع بود، توسط کمیسیون اوراق بهادار و مبادله گناهکار شناخته شد. آن مخازن به اثبات رسیده، معیاری برای تعیین قیمت یک شرکت نفتی هستند و سرمایه‌گذاران براساس آن به خرید یا فروش سهام شرکت‌های مورد نظر خود تصمیم می‌گیرند. شل در سال ۲۰۰۴ مجبور شد ۱۲۰ میلیون دلار به کمیسیون اوراق بهادار و مبادله جریمه پرداخت کند و علاوه بر آن پذیرفت که ۳۵۰ میلیون دلار به سرمایه‌گذاران بپردازد. به این ترتیب آن واقعه به اقدامی دردسرساز برای آن شرکت تبدیل شد.

به این ترتیب چند حکومت اقدامات گسترده‌ای برای مداخله مستقیم در اداره این

1. The Securities and Exchange Commission (SEC)
2. Royal Dutch Shell

سازمان‌های مالی انجام دادند تا آن سازمان‌های بحران‌زده را از ورشکستگی و احتمالاً از کشاندن کل نظام اقتصادی به رکود جدی و طولانی نجات دهند. در واقع چند مورد از این بانک‌های خصوصی (فصل پنجم را نیز مطالعه کنید)، به‌طور موقت به شرکت‌های دولتی تبدیل شدند (یعنی ملی شدند) تا همان‌طور که از کادر ۵-۸ می‌توان فهمید، از منافع همگانی حفاظت شود. در اینجا بحث درباره نظارت و مداخله دولت با هدف حل‌وفصل انواع مختلف نواقص اطلاعاتی را که توسط نظم خصوصی به‌درستی مرتفع نمی‌شوند به پایان می‌بریم.

کادر ۵-۸ نجات دادن بانک‌های بزرگ

در سپتامبر ۲۰۰۸ ایالات متحده تصمیم گرفت سررشته امور دو مورد از بزرگ‌ترین عرضه‌کنندگان وام‌های مسکن، یعنی فنی‌می و فردی‌مک^۱ را در دست گیرد که به‌دلیل نکول صاحب‌خانه‌ها در بازپرداخت اقساط وام‌ها به‌شدت ضرر کرده بودند. دولت هلند در اکتبر همان سال ABN-AMRO و شعبه هلندی فورتیس^۲ را ملی اعلام کرد زیرا مشتریان اعتماد خود را به این بانک‌ها از دست داده و در حال بیرون کشیدن سپرده‌هایشان بودند. در همان زمان حکومت انگلستان مجبور شد بخش بزرگی از سهام بانک سلطنتی اسکاتلند،^۳ بانک هالیفاکس اسکاتلند^۴ و لویدز تی. اس. بی.^۵ (بانک پس‌اندازهای امانی)^۶ را بخرد تا آنها را پابرجا نگه دارد.

چرا لازم بود این بانک‌ها نجات پیدا کنند؟ خلاصه کلام: به‌دلیل انتشار دردسر. اگر به‌دلیل ورشکستگی یک بانک، مشتریان متعددی اعتماد خود به نظام بانکی را از دست بدهند، این موقعیت به دردسرهای غیرمترقبه بانکی منجر می‌شود. تعداد زیادی سرمایه‌گذار در گوشه و کنار جهان از جمله بانک‌های مرکزی، در آن بانک‌ها سرمایه‌گذاری کرده و به‌این‌ترتیب بیم از واکنش زنجیره‌ای فاجعه‌آمیز آنها در کل بانک‌های دنیا وجود داشت. رئیس خزانه‌داری ایالات متحده در یک مصاحبه مطبوعاتی در سال ۲۰۰۸ گفت: «شکست هر کدام از آنها [منظور فنی منی و فردی مک بود] موجب آشفتگی شدید در بازارهای مالی کشور و سراسر جهان خواهد شد».

استدلال‌ها در موارد دیگر نیز شبیه به همین بود: کار بی‌عیب و نقصی نیست ولی دست روی دست گذاشتن کارها را خراب‌تر می‌کند.

1. Fannie Mae and Freddie Mac
2. Fortis
3. Royal Bank of Scotland
4. Halifax Bank of Scotland (HBOS)
5. Lloyds TSB
6. Trustee Savings Bank (TSB)

۲-۱-۸ قدرت بازار و انحصارهای طبیعی

امروزه حکومت‌ها در اکثر کشورها فعالانه به مقابله با قدرت بازار می‌پردازند که به‌نظر ایشان، منافع همگانی را به خطر می‌اندازد. اگر مصرف‌کنندگان به جانشین‌های اندک یا هیچ دسترسی داشته باشند، مجبور به پرداخت قیمت‌های زیاد می‌شوند. اما در وضعیت رقابت کامل، هیچ‌یک از طرف‌های بازار از قدرت اثرگذاری بر قیمت برخوردار نیست و این مسئله به نفع مصرف‌کنندگان است. هرچند رقابت کامل در عمل به‌ندرت اتفاق می‌افتد یا اصلاً نمی‌افتد، ولی رقابت جدی بین فعالان بازار ممکن است در عمل وجود داشته باشد. بنابراین در این قسمت به روش‌های مختلفی می‌پردازیم که حکومت‌ها با آن به تشویق رقابت از راه خط‌مشی ضدتراستی پرداخته و با انتصاب ناظران ویژه به مقابله با قدرت بازار می‌پردازند.

راه دیگری که حکومت ممکن است با آن به کاهش قدرت بازار بپردازد، تقویت «رقابت برای بازار»^۱ است که با تقویت «رقابت در بازار»^۲ فرق دارد: از لحاظ نظری ممکن است چند شرکت مختلف اتوبوسرانی در حمل‌ونقل عمومی با یکدیگر رقابت کنند. چنین وضعیتی همان رقابت «در بازار» است. اما شاید ناکارآمد باشد که چند شرکت مختلف اتوبوسرانی به ارائه خدمات در یک مسیر بپردازند (دو اتوبوس نیمه‌خالی در مقایسه با یک اتوبوس با ظرفیت کامل). در آن حالت حکومت می‌تواند راه‌حل دیگری در پیش گیرد: همه شرکت‌های (بالقوه) اتوبوسرانی می‌توانند برای کسب جایگاه یک متصدی انحصاری، در یک دوره زمانی تلاش کنند. در آن حالت رقابت بین بنگاه‌ها «در آن بازار» پیش نمی‌آید، بلکه بین بنگاه‌ها برای کسب جایگاه انحصاری عرضه‌کننده در بازار صورت می‌پذیرد یعنی رقابت «برای بازار» انجام می‌شود. شرکت اتوبوسرانی برنده در یک دوره زمانی مشخص، تنها عرضه‌کننده خواهد بود (در واقع یک حق امتیاز اعطا می‌شود). پس از انقضای حق امتیاز، فرایند رقابت دوباره آغاز می‌شود.

اما به‌طور کلی وضعیت‌هایی وجود دارد که رقابت در بازار لزوماً کارآمد نیست و یک انحصار در عرضه می‌تواند تنها راه‌حل برای دستیابی به تولید کارآمد باشد. این وضعیت‌ها

1. Competition for the Market

2. Competition in the Market

شاید از لحاظ هزینه‌ای کارآمد باشد زیرا انحصار در عرضه وجود دارد ولی از لحاظ کارایی تخصیصی (برابری قیمت با هزینه نهایی) خیر. پس شاید این ناسازگاری بین کارآمدی‌ها را بتوان با نظارت برطرف کرد. در ادامه ابتدا تعریف قدرت بازار را یادآوری کرده، خواهیم گفت چه موقع آن قدرت در دسرساز شده و دخالت حکومت لازم می‌شود. سپس به بررسی روش‌های مختلف برای مداخله حکومت می‌پردازیم: سیاست رقابت، نظارت بر انحصارهای طبیعی و فراهم کردن حق امتیازها.

۸-۱-۲-۱ قدرت بازار

همان‌طور که شکل‌های مختلف رقابت ناقص و خسارت‌های رفاهی ناشی از آنها، در پیوست الف فصل اول بررسی شد شدیدترین حالت قدرت بازار قدرت انحصار در عرضه است. در غیاب رقابت بالقوه یا ورود بالقوه، قدرت انحصار را در عرضه می‌توان به اجرا درآورد. در مورد قدرت بازار، مشکل «زیان دائمی» (ناکارآمدی تخصیصی) رخ می‌دهد. با این حال چنان مشکلی نشان نمی‌دهد که همه انواع قدرت بازار مخرب هستند بنابراین توسل به سیاست‌های عمومی در همه موارد موجه جلوه نمی‌کند (پیوست ب از فصل اول را مطالعه کنید). توضیحات زیر درباره رقابت انحصارگرانه، انحصار در عرضه و هزینه‌های ثابت را بخوانید.

الف) رقابت انحصارگرانه

بسیاری از عرضه‌کنندگان محصولات متفاوت - ولی شبیه به هم - در این ساختار بازار کار می‌کنند. بازار آرایشگران، کافه‌ها، کفاشی‌ها، سبزی‌فروشی‌ها و ... از این مقوله است. چون فروشنده، محصول را فقط با اندکی تفاوت عرضه می‌کند او تنها عرضه‌کننده است و به نوعی انحصارگر محسوب می‌شود که به تعیین قیمت قادر است. با این حال چون رقبای او محصولی ارائه می‌کنند که فقط کمی با محصول او فرق دارد، وی نمی‌تواند قیمت را خیلی زیاد بالا ببرد زیرا مشتریان را از دست می‌دهد. به‌رغم قدرت اندک بازار، عوامل رقابتی او را وادار به رقابت در کیفیت، قیمت و متمایزسازی محصول می‌کنند که برای مصرف‌کننده مفید است زیرا او را از انتخاب‌های متنوع‌تر و قیمت‌های مناسب‌تر برخوردار می‌کند.

به این ترتیب هرگونه متمایزسازی محصول به‌طورکلی تا حدی موجب قدرت بازار می‌شود. با این حال چنین وضعیتی جزو ذات فرایند رقابتی است. مداخله در این فرایند به منظور دستیابی به کارایی تخصیصی موجب مداخله در خود فرایند رقابتی شده، احتمالاً هزینه‌های اجتماعی بیشتری ایجاد می‌کند. اگر به تولیدکنندگان اجازه داده نشود محصولات خود را متمایز کنند و آنان مجبور باشند قیمت‌گذاری را طبق هزینه‌های نهایی انجام دهند، انگیزه‌های نوآوری، سرمایه‌گذاری یا «کارآفرینی» تخریب می‌شود. اگر بازارها شکل نگرفته یا شکوفا نشوند، در آن صورت نظام اقتصادی با کاهش رفاه روبه‌رو شده، احتمالاً آن خسارت رفاهی بسیار بزرگ‌تر از زیان دائمی ناشی از قدرت بازار خواهد بود. به تعبیر دیگر، مبارزه با زیان دائمی موجب می‌شود که این نقص بازار با یک نقص بزرگ‌تر عوض شود که ناشی از سیاست عمومی است.

ب) انحصار

بنابراین حتی انحصار عرضه می‌تواند ناشی از رقابت باشد. به این ترتیب ممکن است مداخله در انحصار، مداخله در فرایند رقابتی هم باشد. پس معلوم می‌شود که حتی در حالت انحصار هم دلیل کاملی برای مداخله حکومت به منظور مبارزه با زیان دائمی وجود ندارد. به تعبیر دیگر، موازنه‌ای بین «مبارزه با زیان دائمی» و «انگیزه‌های پویا» از لحاظ ابعاد فرایند رقابتی وجود دارد. این موازنه را سیاستگذاران شناسایی می‌کنند. به‌طورکلی برخورداری از جایگاه انحصاری (اگر از راه قدرت رقابتی برتر حاصل شده باشد) ممنوع نیست بلکه «سوءاستفاده» از این جایگاه ممنوع است. بعداً دوباره به خط‌مشی رقابت خواهیم پرداخت. ابتدا مفصل‌تر بررسی خواهیم کرد که چرا قدرت بازار و حتی انحصارها لزوماً نامطلوب نیستند:

۱. قدرت انحصاری را می‌توان پاداش رقابت برتر دانست. [صاحب] انحصار در عرضه، با پذیرش مخاطرات (فراوان)، نوآور بودن و منصفانه رقابت کردن امکان اعمال قدرت انحصاری (سود انحصار) را به دست آورده است. اگر او به بهانه کارایی از این کارها منع شود، انگیزه پذیرش مخاطرات، نوآور بودن و رقابت کردن از بین می‌رود. چنین وضعیتی بازهم مانند موضوع تمایز در محصول احتمالاً به هزینه‌های اجتماعی بزرگ‌تر می‌انجامد،

زیرا انگیزه‌های رقابت یا کارآفرین شدن را از بین می‌برد و شاید محصول کمتر یا حتی هیچ تولید شود. همچنین انگیزه‌های اختراع کاهش یافته، محصولات یا فرایندهای جدید و نوآورانه به اندازه کافی رشد نمی‌کنند.

۲. دلیل دوم که به دلیل اول مربوط است، وجود کارایی‌های پویا در انحصار (در عرضه) است. قبلاً گفتیم انگیزه‌های نوآوری با امکان به‌دست آوردن موضع انحصاری مرتبط است. دقت کنید که این واقعیت به نظام صدور جواز نیز مربوط می‌شود: هر جواز نوعی حق قانونی انحصاری برای بهره‌برداری از منافع یک اختراع به مدت مشخص (در اکثر کشورها بیست سال) است. مصرف هر اختراع - وقتی همگانی شد - غیررقابت‌آمیز است و مشکل مفت‌خواهی برای آن وجود دارد (فصل سوم را مطالعه کنید). پس هر مجوز ابزار نهادی برای حمایت از سرمایه‌گذاران در برابر مفت‌خواهان است. مخترعی که سرمایه‌گذاری اولیه را انجام داده است، انتظار دارد که حداقل همان سرمایه را دوباره به‌دست آورد. اگر به دلیل مفت‌خواهی‌های دیگران چنین نشود، اختراعات کاهش یافته یا (در صورت امکان) مخفی نگه داشته می‌شوند و ممکن است حتی انحصار (موقتی) پدید آید. مقابله کردن با این زیان‌های دائمی از راه مداخله در کارایی پویا بسیار مشکوک است؛ زیرا انحصار در عرضه موجب ایجاد مازاد برای هر دو دسته تولیدکننده و مصرف‌کننده می‌شود. مبارزه با این زیان کارایی، ممکن است انگیزه‌های تولید هر محصول یا اختراع محصولات جدید را کاملاً سرکوب کند. این کار مازاد مصرف‌کننده محصولات جدید را از بین می‌برد. مداخله در وضعیت‌های انحصار به حدی که محصولات یا اختراعات شکل نگیرند، احتمالاً به دلیل کاهش مازاد مصرف‌کننده و تولیدکننده (در آینده) - که بیش از افزایش رفاه ناشی از کم شدن زیان دائمی است - کاهش بیشتر در رفاه را باعث می‌شود.

۳. قیمت انحصارگر یک انگیزه مهم در تشویق دیگران برای ورود به بازار است. به همین دلیل جایگاه انحصاری موجب تشویق یا ایجاد رقابت می‌شود. در نتیجه انحصار در عرضه ممکن است پدیده‌ای گذرا باشد. مداخله در این فرایند باعث تخریب انگیزه رقابت شده، شاید فرایند رقابتی را به قدری به تعویق بیندازد که هزینه‌های اجتماعی آن بیشتر از زیان دائمی باشد. در این حالت انحصارگر باز هم از انگیزه دور نگه داشتن رقبای بالقوه از بازار برخوردار است که در ادامه به آن می‌پردازیم.

ج) هزینه‌های ثابت

دلیل مهم دیگر که چرا قدرت بازار در مجموع لزوماً به مداخله عمومی نیاز ندارد، آن است که شاید قدرت بازار برای عملی شدن تولید، کاملاً ضروری باشد. اگر بین اصلاً تولید نکردن (و درعین حال فقدان قدرت بازار) و تولید کردن در کنار قدرت ضروری بازار، امکان انتخاب وجود داشته باشد، به آسانی می‌توان فهمید که به‌طور کلی تولید محصول بهتر از فقدان آن است؛ زیرا مازاد تولیدکننده و مصرف‌کننده در آن نهفته است. چنین ضرورتی بحث هزینه‌های ثابت را پیش می‌کشد. نکات ظریف این بحث را در پیوست الف این فصل شرح داده‌ایم.

وجود هزینه‌های ثابت نشان می‌دهد اگر هر بنگاه هزینه‌های ثابت داشته باشد، افزایش تولید به کاهش هزینه‌های متوسط کل منجر می‌شود. واضح است که در این حالت هزینه نهایی کمتر از متوسط هزینه کل است. نتیجه چنین وضعیتی برای هر بنگاه فاقد قدرت بازار آن است که چون قیمت در حالت رقابت کامل، با هزینه نهایی برابر است و هزینه نهایی کمتر از متوسط هزینه کل است، قیمت کمتر از متوسط هزینه کل قرار می‌گیرد. پس چنین تولیدکننده‌ای ضرر می‌کند؛ حاشیه سود او به قدری کم است که برای جبران هزینه‌های ثابت کافی نیست. به این ترتیب بازارهای دارای هزینه‌های ثابت نمی‌توانند زیاد رقابتی باشند. برای آنکه بتوان هزینه‌های ثابت زیاد را پوشش داد، باید حاشیه کافی بالاتر از هزینه ثابت وجود داشته باشد.

چنین وضعیتی طبق تعریف همان است که قیمت، بیشتر از هزینه نهایی باشد، یعنی برای جبران کردن هزینه‌های ثابت هنگفت، باید قدرت بازار وجود داشته باشد. البته این قدرت بازار می‌تواند ماهیت ماندگار (انحصار طبیعی در عرضه) پیدا کند. راه‌حل‌های دیگری از جمله نظارت (درواقع مداخله حکومت) برای این وضعیت وجود دارد. پس می‌توان فهمید قدرت بازار پدیده‌ای است که به‌خودی‌خود مداخله عمومی را ضروری نمی‌کند؛ زیرا می‌تواند بخشی (ضروری) از فرایند رقابتی (حتی در صورت وجود زیان دائمی) باشد.

از دیدگاه اقتصادی، مداخله عمومی فقط در وضعیت خاصی موجه است: خود فرایند رقابتی در معرض خطر باشد؛ که انحصار طبیعی یکی از آنهاست. بنابراین از لحاظ

قدرت بازار، مفاهیم محوری سیاست رقابت عبارت‌اند از «سلطه»^۱ و «سوءاستفاده از سلطه»^۲. سلطه، آن‌گونه از قدرت بازار است که احتمالاً نگرانی‌هایی درباره رفتار ضدرقابتهی ایجاد کند. در فصل پنجم گفتیم که یک وضعیت سلطه (غلبه) به‌خوبی تعریف نشده است. توصیفات کاملاً متفاوتی برای سلطه وجود دارد که در بسیاری از آنها خود این لغت به‌کار نرفته است (کادر ۶-۸ را بخوانید).

کادر ۶-۸ سلطه، سوءاستفاده از سلطه و قانون آمریکایی

در دیوان عدالت اروپایی، وضعیت غلبه یا سلطه را چنین تعریف کرده‌اند: «وضعیتی از قدرت اقتصادی که صاحب آن بتواند با توسل به قدرت خود تا حد چشمگیری مستقل از رقبا، مشتریان و در نهایت مستقل از مصرف‌کنندگان عمل کرده، مانع از تداوم رقابت مؤثر اقتصادی شود».

دو مؤلفه بسیار مهم در تعیین وضعیت سلطه - طبق تعریف آن دیوان - سهم یک بنگاه از بازار و سهم بزرگ‌ترین بنگاه بعدی از بازار است. اگر سهم بازار به ۴۰ درصد یا بیشتر برسد و بزرگ‌ترین بنگاه بعدی (از لحاظ سهم بازار) خیلی کوچک‌تر از بنگاه اول باشد، آن بنگاه را می‌توان واجد جایگاه غالب دانست. به تعبیر اقتصادی، سهم‌های بازار چندان برای مشخص کردن سلطه کافی نیستند و یکی از جنبه‌هایی که حتماً باید مدنظر قرار گیرد، وجود موانع ورود به بازار است. در ایالات متحده بخش دوم از قانون شرمین^۳، به رفتار سوءاقتصادی اشاره کرده ولی لغت سلطه به‌کار نرفته است: «هر شخصی که به انحصار در عرضه روی آورد یا سعی در ایجاد انحصار عرضه کند یا به همدستی یا دسیسه‌چینی با فرد یا افراد دیگر برای انحصاری کردن یکی از بخش‌های صنفی یا تجاری در یک یا چند ایالت یا در کشورهای خارجی بپردازد، باید مشمول جرم جنایی محسوب گردد ...».

باین‌حال بخش دوم از آن قانون در عمل به معنای آن است که سوءاستفاده بیش از حد از سلطه به معنای مورد نظر اروپایی مدنظر بوده است: هر بنگاه (یا فردی از آن بنگاه) فقط در صورتی با ابزارهای ضدرقابتهی به انحصاری کردن بازار قادر است که از قبل تا حد زیادی قدرت بازار را در دست داشته باشد وگرنه انحصاری کردن عرضه یا تلاش برای آن اقدام به شیوه ضدرقابتهی خیلی دشوار می‌شود. قیمت‌گذاری تهاجمی را در نظر بگیرید: به‌سختی می‌توان فهمید که چگونه یک

1. Dominance
2. Abuse of Dominance
3. Sherman Act

بنگاه نسبتاً کوچک (برحسب سهم بازار) می‌تواند با قیمت‌گذاری بسیار کمتر از حد، بخش بزرگی از تقاضای رقبا را تصاحب کرده و حفظ کند به طوری که پس از سپری شدن مرحله تهاجم بتواند انحصار خود را به اجرا درآورد.

۲-۱-۸ خط‌مشی رقابت

در بخش سوم گفتیم جایگاه غالب از راه ادغام‌ها، قرارومدارها (کارتل‌ها) یا فرایند رقابتی ایجاد می‌شود. مداخله حکومت فقط وقتی موجه است که جایگاه غالب فعلی از آن وضعیت سوءاستفاده کند یا به ایجاد قدرت بازار از راه‌های ضدرقابتی بپردازد. مورد دوم به آن معناست که مداخله حکومت به اهداف، دلایل و آثار آن دسته از ادغام‌ها و قرارومدارهایی معطوف می‌شود که ممکن است از منظر اقتصادی، آثار مطلوب و نامطلوب به‌بار آورند.

اکثر کشورها قوانینی علیه قرارومدارهای کارتل‌ها وضع کرده‌اند، اما امکان توافق بین رقبا را به شکلی که موجب تضعیف یا محدود شدن رقابت نشود یا (اگر بشود) کارایی‌هایی ایجاد کند که نگرانی‌های ضدرقابتی را برطرف کند، ممنوع نکرده‌اند. این وضعیت مثلاً در مواردی صادق است که کارایی‌ها را فقط بتوان با محدود کردن رقابت محقق کرد و مصرف‌کنندگان نیز از آن کارآمدی‌ها منتفع شوند. همچنین ادغام‌ها در بسیاری از کشورها در معرض غربالگری حکومت قرار گرفته و سوءاستفاده از جایگاه غالب نیز ممنوع است. مداخله دولت در این موارد معمولاً «خط‌مشی رقابت»^۱ نامیده می‌شود و به‌طور کلی آن را مقام مسئول رقابت اجرا می‌کند.

الف) مقام مسئول رقابت

چگونه می‌توان خط‌مشی رقابت را به‌کار بست تا ایجاد قدرت بازار - با توسل به همدستی‌های پنهان - منع شود؟ در فصل هفتم گفته شد همدستی پنهان در تعداد کمی از بنگاه‌ها رخ می‌دهد که هرکدام درک می‌کنند زیاد کردن قیمت‌ها موجب می‌شود دیگران نیز - به‌دلیل منفعت خود - از آن پیروی کنند. تا وقتی بنگاهی به شکل یک‌جانبه

و نه با توافق صریح بنگاه‌ها تصمیم بگیرد، مقام مسئول رقابت به‌سختی می‌تواند علیه بنگاه‌هایی که قصد دارند قیمت‌های خود را به شکل مستقل از یکدیگر افزایش دهند، کاری انجام دهد؛ زیرا شرایط بازار، چنین کاری را برای آن بنگاه‌ها سودآور می‌کند. بنابراین مقام مسئول رقابت به‌طور کلی فقط در شرایط زیر به مداخله قادر است:

۱. وقتی قدرت بازار به‌دست بنگاه‌های مسلط (موجود) مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرد؛

۲. به‌منظور پیشگیری از سوءاستفاده احتمالی از جایگاه غالب (در آینده) در شرایطی که ادغامی صورت پذیرد؛

۳. وقتی قدرت بازار به‌دلیل عملی شدن همدستی آشکار بین کارتل‌ها به‌وجود آید. هر یک از این سه وضعیت را به‌اختصار شرح می‌دهیم:

۱. وقتی یک بنگاه غالب وجود داشته باشد، ممکن است از وضعیت سلطه موجود سوءاستفاده کند. سوءاستفاده را می‌توان به شکل غیردقیق به‌منزله رفتاری تعریف کرد که برای آن بنگاه سودآور است ولی آثار ناگواری بر مشتریان و عرضه‌کنندگان نهاده‌ها - و در نهایت بر مصرف‌کنندگان - می‌گذارد. یکی از انواع رفتار سوء را می‌توان به شکل افزایش هزینه‌های رقبا مشاهده کرد یعنی بنگاه غالب، رقابت را بر رقبا (ی کوچک) یا تازه‌واردان سخت می‌نماید تا از آن راه بتواند قیمت‌ها را زیاد کند. نوع دیگری از رفتارهای مذکور را می‌توان شکارگری دانست یعنی قیمت‌ها آن‌قدر (ازلحاظ معیارهای هزینه‌ای) اندک وضع می‌شوند که رقبا از بازار کنار بروند و پس از آن قیمت‌ها حتی به مقداری بیش از وضعیت فقدان تهاجم افزایش داده می‌شوند. درواقع رفتار تهاجمی را می‌توان نوعی راهبرد سرمایه‌گذاری به قصد تغییر دادن ساختار بازار دانست.
- در فصل اول به‌اختصار به مورد مایکروسافت اشاره کردیم. سوءاستفاده از تفاهم‌نامه‌های خدمت‌رسان را می‌توان مصداقی از افزودن به هزینه‌های رقبا دانست، درحالی‌که گنجاندن مدیا پلیس^۱ را در ویندوز شاید بتوان یک راهبرد تهاجمی محسوب کرد زیرا مدیا پلیس در اصل به رایگان در دسترس قرار گرفت.

یکی از مشکلات اصلی که مقام‌های مسئول رقابت در زمینه «سوءاستفاده» با آن روبه‌رو هستند، دشواری در تمییز گذاشتن بین رقابت بی‌رحمانه توسط بنگاه غالب و رفتار سوء است. در این باره در فصل نهم بیشتر بحث خواهیم کرد.

۲. معیار اصلی در بررسی ادغام‌ها را مقام‌های مسئول رقابت، اغلب با طرح یک سؤال معلوم می‌کنند: آیا قدرت بازار را در وضعیت وجود رقابت افقی می‌توان با ادغام (افقی، عمودی یا هر نوع دیگر) ایجاد کرد یا افزایش داد؟ (فصل ششم را بررسی کنید). در مورد تصمیم‌های هنوز به اجرا درنیامده ادغام، مقام مسئول رقابت باید سعی کند بفهمد آیا آن ادغام‌ها ساختار بازار را به شکلی که رقابت به شدت کاهش یابد، عوض می‌کنند یا خیر. این‌گونه تغییر ساختار بازار امکان دارد؛ زیرا شاید یک ادغام بتواند بنگاه جدیدی بسازد که قادر است شرایط خود را بر بازارهای مورد نظر تحمیل کرده (رفتار یک‌جانبه) یا وضعیتی ایجاد کند که احتمال همدستی پنهان بیشتر شود (این موضوع را در فصول ششم و هفتم مفصل‌تر بحث کرده‌ایم).

در وضعیتی که خطر کاهش شدید رقابت وجود دارد، مقام مسئول رقابت می‌تواند از ادغام جلوگیری کند. در غیر این صورت ادغام مجاز اعلام می‌شود ولی اوضاع کاملاً ویژه‌ای دارد که جرح و تعدیل‌ها^۱ نامیده می‌شود. یکی از گزینه‌ها آن است که بنگاه‌های ادغام شده مجبور به فروش بخشی از کسب‌وکار خود شوند تا سهم ایشان از بازار کم شود.

۳. در مورد همدستی پنهان (کارتل‌ها)، بنگاه‌ها قرار و مدارهایی مثلاً درباره افزایش قیمت‌ها، کاهش عرضه، گروه مشتریان اعضای کارتل یا نواحی جغرافیایی تقسیم شده بین اعضای کارتل برقرار می‌کنند (فصل هفتم). این کارها همیشه به افزایش قیمت منجر می‌شود زیرا چنین قرارهایی با هدف افزایش قدرت بازار - از راه‌هایی غیر از رقابت‌های قیمتی، مقداری یا تقسیم نواحی خدمت‌رسانی - انجام می‌گیرد. این قرارها حتی در شرایط وجود مقام مسئول رقابت نیز - مثلاً احتمال گیر افتادن - رخ می‌دهد.

(ب) حدود توانایی‌های مقام‌های مسئول رقابت

اکثر مقام‌های مسئول رقابت از قدرتی برخوردارند که ایشان را به جست‌وجو در اسناد

بنگاه‌ها به منظور اثبات تبانی قادر می‌کند. این قدرت شامل تفتیش همه اسناد دیجیتالی نیز است. گاهی ایشان - حتی در صورتی که افراد احتمالاً مدارک را از اسناد بنگاه‌ها بیرون کشیده باشند - مجاز به تفتیش خانه‌های آنان نیز هستند. همچنین بنگاه‌ها و اشخاص به طور کلی موظف‌اند با فرض مقصر دانستن خود، با آن مقامات همکاری کنند. مقام‌های مسئول رقابت گاهی خود به جریمه کردن اعضای کارتل‌ها می‌پردازند یا شاید آن کار را به دستگاه حکومتی دیگری واگذار کنند. به طور کلی جریمه‌ها ممکن است به ۱۰ درصد گردش مالی سالانه بنگاه‌ها برسد. گاهی افراد ارشد بنگاه‌ها که در ایجاد و تداوم کارتل‌ها نقش داشته‌اند، جریمه شده یا به زندان می‌روند (مثلاً در ایالات متحده). ممکن است آن مقام‌ها ترفندهای هوشیارانه‌ای را برای برخورد با کارتل‌ها به کار گیرند (کادر ۷-۸).

کادر ۷-۸ سیاست ارفاق برای همکاری با کارتل

به نظر می‌رسد که خطر به دام افتادن (به دلیل همکاری با کارتل) در حال افزایش است و بنگاه‌ها به همین دلیل مایل به همکاری با برنامه به اصطلاح ارفاق (بخشودگی) هستند. با چنین سیاستی، بنگاه‌های مشمول رفتارهای تبانی غیرقانونی در یک کارتل، وسوسه می‌شوند که اقرار کرده و با مقام‌های مسئول رقابت همکاری کنند تا مدارک قاطع علیه دیگر اعضای کارتل فراهم شود. در عوض بنگاهی که ابتدا اقرار کرده و فعالانه در جمع‌آوری شواهد همکاری کند، بسیار کمتر جریمه شده یا حتی بخشوده می‌شود. می‌توان فهمید که این وضعیت همه مؤلفه‌های بازی معمای زندانی را دربردارد (فصل هفتم را مطالعه کنید).

یک نمونه جالب از بخشودگی، محکومیت اعضای کارتل اروپایی کائوچو در اواخر سال ۲۰۰۶ بود که شامل شرکت ایتالیایی انی^۱ و شرکت انگلیسی - هلندی شل می‌شد. آنها را کمیسیون اروپایی به ترتیب به پرداخت ۲۷۲ و ۱۶۱ میلیون یورو محکوم کرد؛ زیرا جرم ایشان در دستکاری قیمت کائوچوی مصنوعی برای لاستیک‌ها به اثبات رسید. یکی از اعضای بزرگ دیگر در آن کارتل - یعنی بنگاه بایر^۲ از آلمان، به دلیل معرفی دیگر خاطیان پس از درخواست بخشودگی، از مجازات (و جریمه‌ای که کمتر از ۲۴۰ میلیون یورو نبود) مضمون ماند.

1. Eni
2. Bayer

۳-۲-۱-۸ انحصارهای طبیعی

انحصار طبیعی شکل خاصی از انحصار بوده که از لحاظ کارایی بهتر است چنین انحصاری وجود داشته باشد اما خصیصه انحصاری بودن نیز به‌طور ضمنی باعث می‌شود که شیوه قیمت‌گذاری به ناکارآمدی تخصیصی (زیان دائمی) منجر شود. به این ترتیب معمولاً اتفاق نظر ضمنی وجود دارد که این انحصارها تحت نظارت درآیند.

به‌طور کلی هزینه‌های متوسط در یک انحصار طبیعی با افزایش تولید کم می‌شوند. توضیح نموداری این وضعیت را می‌توان در پیوست ب از این فصل مشاهده کرد. این پدیده به دو دلیل رخ می‌دهد: زیاد بودن هزینه‌های ثابت یا ویژه بودن فناوری تولید.

در بحث‌های قدرت بازار به زیاد بودن هزینه‌های ثابت اشاره شد. وقتی چنین باشد، هزینه متوسط (کل)، با افزایش تولید - حداقل در بازه‌ای مشخص که به تقاضای هر بنگاه بستگی دارد - کم می‌شود. اگر بنگاه از نظر سهم تقاضای بازار بزرگ باشد و هزینه‌های متوسط کم شود، از لحاظ هزینه‌ای کارآمدتر است که فقط یک بنگاه در بازار موجود باشد. فرض کنید وضعیتی پیش آید که حداقل یک بنگاه اضافی (علاوه‌بر بنگاه اصلی) در بازار باشد که آن هم هزینه‌های ثابت زیادی دارد. چون تولید کل توسط دو بنگاه انجام می‌شود، هر بنگاه فقط بخشی از تولید کل را انجام می‌دهد. فرض کنید هر بنگاه نیمی از تولید کل را به‌خود اختصاص دهد؛ اگر کل تولید ۱۰۰ باشد هر بنگاه ۵۰ واحد تولید می‌کند. اگر هزینه‌های ثابت هر بنگاه مثلاً ۵۰۰ بوده، هزینه دیگری وجود نداشته باشد هزینه متوسط هر بنگاه $10 = \frac{500}{50}$ واحد است. اگر فقط یک بنگاه، کل تولید را به‌خود اختصاص دهد، هزینه‌های متوسط برابر با $5 = \frac{500}{100}$ خواهد شد. پس وجود فقط یک بنگاه، از لحاظ هزینه‌ای کارآمدتر است. اما قبلاً نیز گفتیم که چون این بنگاه همانند یک انحصارگر در عرضه عمل می‌کند، قیمت‌گذاری انحصاری موجب کاهش رفاه کل می‌شود زیرا زیان دائمی پدید می‌آورد.

البته همه بنگاه‌های بزرگ با هزینه‌های ثابت هنگفت (که بتوانند کل تقاضای بازار را برآورند)، یک بنگاه غالب نخواهند بود. در فصل پنجم گفته شد که ممکن است به‌دلیل وجود تازه‌واردان بالقوه، حتی رفتارهای انحصارگر نیز مهار شود. پس یک انحصار طبیعی ناشی از مثلاً زیاد بودن هزینه‌های ثابت، فقط در صورتی در دسترس است که

موانع ورود به بازار وجود داشته باشد. ممکن است زیاد بودن هزینه‌های ثابت به یک مانع ورود تبدیل شود (به‌ویژه وقتی این هزینه‌ها «بازیافت‌ناپذیر» باشند). هزینه‌های بازیافت‌ناپذیر هزینه‌هایی هستند که دیگر نمی‌توان آنها را احیا کرد. توجه کنید که هزینه‌ها ناشی از نهاده‌ها هستند؛ اگر یک نهاده (مثلاً یک ماشین) به فرایند تولیدی خاص (مثلاً X) مربوط باشد و نتواند در هیچ فرایند دیگری به کار آید، در آن صورت فقط برای X به درد می‌خورد. آن ماشین پس از توقف تولید، دیگر ارزشی ندارد.

حال فرض کنید انحصارگری با هزینه‌های ثابت هنگفت وجود دارد که یک تولیدکننده دیگر می‌تواند با نوع مشابهی از فرایند تولید به بازار وارد شده، در کنار او قرار گیرد. تولیدکننده جدید نیز باید همان هزینه‌های ثابت را تقبل کند که پس از خرج شدن، بازیافت‌ناپذیرند. پس تازه‌وارد فقط وقتی به میدان می‌آید که بتواند کالاها را به روشی کارآمدتر تولید کند و فقط پس از آن است که دومین تولیدکننده می‌تواند بازار را از دست انحصارگر اول درآورد. چون ممکن است فن تولید کارآمدتری وجود نداشته باشد، شاید ورود تازه‌واردان نامتحمّل شده، به این ترتیب مانعی برای ورود پدید آید. البته اگر یک فناوری کاملاً جدید ظهور کند، ورود به بازار میسر شده، آن انحصارگر در بازار قدرت کمتری خواهد داشت. کادر ۸-۸ این موضوع را شرح می‌دهد.

کادر ۸-۸ پایداری انحصارهای طبیعی

انحصارهای شبکه زیرساخت‌ها - از قبیل شبکه‌های برق، گاز یا لوله‌کشی آب - را می‌توان مصادیقی از هزینه‌های ثابت هنگفت دانست که بازیافت‌ناپذیرند. شرکت‌های این حوزه را می‌توان انحصارهای طبیعی در نظر گرفت. شبکه راه‌آهن شاید یک انحصار طبیعی باشد ولی ممکن است دیگر شیوه‌های حمل‌ونقل آن را مهار کند. پس در چنین حالتی یک گزینه جانشین وجود دارد که از لحاظ فنی کاملاً متفاوت است ولی بر رفتار قیمت‌گذاری انحصارگر اثر می‌گذارد.

در حوزه ارتباطات تلفن ثابت یا همراه یا اینترنت پهن‌بند نیز فنون جانشینی وجود دارد که شاید فشارهای رقابتی به انحصارگر وارد کنند: شبکه‌های تلویزیون کابلی را می‌توان برای تماشای تلویزیون استفاده کرد ولی در کنار آن، اینترنت پهن‌بند و تلفن (ثابت) نیز با شبکه ثابت مسی رقابت می‌کنند. شبکه‌های تلفن همراه نیز مستلزم صرف هزینه‌های ثابت هنگفت است ولی مشمول

انحصار طبیعی نمی‌شود زیرا آن شبکه‌ها به یکدیگر فشار رقابتی وارد کرده، می‌توانند رقیب تلفن ثابت باشند و برعکس. همچنین یک شبکه بسیار کارآمد و کاملاً جدید در حال تکمیل شدن است که خدمات تلویزیون، اینترنت و تلفن را پوشش می‌دهد: شبکه پشم شیشه.

ممکن است هزینه‌های متوسط به دلایل فنی نیز کاهش یابد. مثلاً اگر یک فرایند تولید مستلزم نهاده‌هایی باشد که وقتی مقیاس تولید (و میزان نهاده‌های آنها) زیاد شود، هزینه‌های متوسط آنها کم گردد که این پدیده به «بازده صعودی به مقیاس» معروف است؛ [پیوست الف از این فصل را مطالعه کنید]. تا وقتی بازده صعودی به مقیاس برقرار باشد، اثر آن را می‌توان مشابه با زیاد بودن هزینه‌های ثابت دانست یعنی کارآمدتر است که فقط یک بنگاه وجود داشته باشد. همچنین موضوع بد یا خوب بودن این انحصار طبیعی به فشارهای رقابتی احتمالی - و در نتیجه به میزان قدرت بازار - بستگی دارد.

الف) نظارت بر انحصارهای طبیعی از طریق وضع مقررات

ازمنظر کارایی هزینه‌ای، رقابت بر انحصار طبیعی ترجیح داده می‌شود. اما سلطه در نهایت به قیمت‌گذاری انحصاری ختم می‌شود. پس در اصل دو روش برای حصول اطمینان از کارایی هزینه‌ای وجود دارد: یکی نظارت بر انحصار و دیگری ایجاد رقابت در بازار. روش دوم را بعداً توضیح می‌دهیم، فعلاً به‌اختصار به روش نخست می‌پردازیم.

حکومت از لحاظ کارایی تخصیصی و هزینه‌ای باید انحصار طبیعی را ملزم به وضع قیمت‌هایی کند که کارآمد باشند (این هدف نظارتی را در فصل نهم مفصل‌تر بررسی خواهیم کرد). چون انحصارگر چنین قیمتی را داوطلبانه وضع نخواهد کرد، قانون باید او را مجبور به چنین کاری کند و نهادی برای ضمانت اجرای این قانونگذاری وجود دارد که همان نهاد ناظر است. بسیاری از کشورها برای شبکه‌های برق و گاز ناظرانی منصوب کرده‌اند؛ زیرا به دلایل اقتصادی و فنی بهتر است شرکت‌های متعدد رقیب به نصب کابل‌ها و لوله‌ها نپردازند و فقط یک شبکه وجود داشته باشد و ناظر تعیین کند کدام شرکت‌ها می‌توانند به مشتریان خدمت‌رسانی کنند.

ازلحاظ نظری قیمت باید از راه وضع مقررات به میزان کارآمد برسد. پیش از این دانستیم که کارایی تخصیصی وقتی محقق می‌شود که قیمت با هزینه‌های نهایی برابر شود.

اما علاوه بر آن دیدیم که با کاهش هزینه‌های متوسط آن قیمت به معنای زیان تولیدکننده است. پس چگونه می‌توان این مشکل را حل کرد؟ یک راه ساده آن است که خسارت جبران شود. برای این جبران خسارت می‌توان یارانه پرداخت کرد. راه دیگر آن است که مبلغ ثابتی برای پوشش خسارت پرداخت شود که موضوع «تعرفه دویخشی»^۱ پیش می‌آید: یک مبلغ ثابت برای پوشش خسارت، یک مبلغ (متغیر) به‌ازای هر واحد مصرف در میزان قیمت‌گذاری بهینه (فصل سوم را ببینید). به‌طور کلی قیمت‌گذاری برای مصرف‌کنندگان از راه تعرفه‌های دوقسمتی اغلب در بخش انرژی (گاز و برق) در سراسر دنیا دیده می‌شود. مثال عددی برای این روش را در کادر ۸-۹ بخوانید.

کادر ۸-۹ تعرفه دویخشی

انرژی الکتریکی از راه شبکه الکتریکی عرضه می‌شود. هزینه‌های این کار شامل هزینه‌های شبکه و تولید برق است. فرض کنید که هزینه‌های شبکه ثابت و برابر با ۵۰۰ بوده، درحالی‌که هزینه‌های تولید هر واحد انرژی برق ۲ واحد است (هزینه‌های نهایی با هزینه‌های متوسط متغیر مساوی هستند). همچنین فرض کنید که ۱۰۰ نفر هرکدام ۳ واحد انرژی الکتریکی مصرف می‌کنند. قیمت کارآمد همان ۲ واحد است که به‌این ترتیب درآمد کل به ۲ ضرب در ۳ واحد ضرب در ۱۰۰ نفر یعنی به ۶۰۰ واحد می‌رسد. هزینه‌های متغیر نیز ۶۰۰ واحد است. ولی در این مورد، هزینه‌های شبکه (یا جابه‌جایی انرژی) به‌اندازه ۵۰۰ واحد وجود دارد یعنی اگر قیمت‌ها با هزینه نهایی برابر باشند، زیان ۵۰۰ واحدی وجود خواهد داشت. پس علاوه بر قیمت ۲ واحدی، هر فرد باید هزینه ثابتی مساوی با $\frac{500}{100}$ یعنی ۵ واحد بپردازد تا هزینه‌های ثابت نیز جبران شود.

مهم‌ترین چالش‌هایی که ناظران با آن روبه‌رو هستند، چگونگی تشویق به سرمایه‌گذاری و نوآوری است زیرا چنین کارهایی - اگر نظارت به روش مذکور انجام گیرد - سود (بسیار) اندک داشته و به‌این ترتیب انگیزه نوآوری خیلی کم می‌شود: اگر قیمت‌ها طوری وضع شوند که سود کم شود، چرا باید به نوآوری و سرمایه‌گذاری روی آورد؟ این مشکل را می‌توان با مجاز دانستن انحصارگر به بهره‌مندی از برخی مزایای سرمایه‌گذاری یا

نوآوری حل کرد. مثلاً اگر سرمایه‌گذاری موجب کاهش هزینه‌ها شود، قیمت‌ها بلافاصله تعدیل نمی‌شوند، بلکه با تأخیر تغییر می‌کنند به طوری که انحصارگر می‌تواند از سود نصیب ببرد. در واقع ناکارآمدی تخصیصی تا حدی تحمل می‌شود تا کارایی پویا محقق شود. البته نظارت با مشکلات عملی بیشتری همراه است، مثلاً مشکل «قبضه نظارتی» یا همان تلاش‌های رانت‌جویانه‌ای وجود دارد که بنگاه‌های تحت نظارت برای جلب نظر مساعد ناظر انجام می‌دهند. در فصل بعد به بعضی از این معضلات اشاره خواهیم کرد.

ب) ایجاد رقابت برای بازار

گاهی راه دیگری برای حل معضل انحصار طبیعی وجود دارد. در این حالت، نه نظارت بر جایگاه انحصاری، بلکه به جای آن ایجاد رقابت برای بازار به کار می‌آید. راه‌های مختلفی برای این اقدام وجود دارد ولی از لحاظ مفهومی مراحلی که شرح خواهیم داد در این کار وجود دارد. عرضه‌کنندگان متعددی که محصول خاصی را عرضه می‌کنند، درباره «قیمت‌گذاری» و میزان و کیفیت محصول با حکومت صحبت می‌کنند. حکومت تصمیم می‌گیرد که پیشنهاد کدام عرضه‌کننده (یا گروهی از عرضه‌کنندگان) را بپذیرد. اگر حکومت کمترین قیمت‌های ممکن را انتخاب کند، در آن صورت ممکن است بنگاه‌های رقیب نیز کمترین قیمت‌های ممکن را ارائه دهند (در ادامه به این مطلب خواهیم پرداخت). البته اگر حکومت خود تصمیم بگیرد که بیشترین قیمت‌ها را انتخاب کند، بنگاه‌های رقیب نیز احتمالاً قیمت‌های انحصارگرانه را انتخاب کرده و بنگاهی که کمترین هزینه‌ها را داشته باشد، می‌تواند بهترین پیشنهاد را به حکومت ارائه دهد.

درباره رقابت در بازار، مفاهیم مختلفی وجود دارد ولی همه آنها شامل یک اصل هستند و آن اینکه در میان دو یا چند رقیب، حکومت کسی را انتخاب می‌کند که تنها تولیدکننده محصول در بازار باشد و در نتیجه حق امتیاز را نصیب خود می‌کند. حق امتیاز، یک قرارداد یا مجوز است که انحصار یک کسب‌وکار در منطقه جغرافیایی مشخص را نشان می‌دهد. حق انحصاری در عرضه یک محصول خاص - طبق ملاحظات ویژه در وضع قیمت، کیفیت و کمیت عرضه - را انحصار قانونی^۱ می‌نامند.

هرچند رقابت برای بازار را یک راه‌حل برای مشکل انحصار طبیعی معرفی کردیم، نمی‌توان گفت که رقابت برای بازار به انحصارهای طبیعی منجر می‌شود. مصادیق این حق امتیازها در استخراج نفت و گاز دیده می‌شود در حالی که حق امتیازها در خدمات پستی یا حمل‌ونقل عمومی نیز به کار می‌رود که لزوماً خصایص یک انحصار طبیعی در آنها وجود ندارد. رقابت برای بازار معمولاً از راه اقدامات سازمان‌دهی شده دولت محقق می‌شود و تمهیدات نهادی ویژه‌ای برای دستیابی به «راه‌حل‌های بازار آزاد» لازم است، چند روش وجود دارد که حکومت می‌تواند این رقابت را سامان دهد. علاوه بر حراج‌های هلندی، انگلیسی و پیشنهاد قطعی (پیوست فصل پنجم)، می‌توان به اصطلاح مسابقه زیبایی را نیز برشمرد که نوعی حراج ویژه است. در اصل تفاوت بین حراج‌های معمولی و زیبایی آن است که در یک حراج از معیار کمی (مقداری) - از قبیل «قیمت» - برای انتخاب از میان مجموع گزینه‌ها استفاده می‌شود در حالی که در مسابقه زیبایی، معیارهای کیفی به کار می‌رود و بنابراین ملاحظات (عینی) دیگری نیز وجود دارد که در انتخاب بهترین گزینه از آنها استفاده می‌شود. برنده یک حراج یا مسابقه زیبایی از حق امتیاز ویژه برخوردار شده و می‌تواند در یک دوره زمانی مشخص در آن کسب‌وکار فعالیت کند. در این زمینه یک مثال در کادر ۱۰-۸ وجود دارد.

کادر ۱۰-۸ مسابقه زیبایی سوئدی

حکومت‌های چند کشور توسعه‌یافته در ابتدای قرن ۲۱ تصمیم گرفتند ساخت شبکه‌های تلفن همراه ۳ گیگابایتی را بررسی کنند. این شبکه‌ها انتقال داده‌های زیاد را ممکن کرده و ارسال تصاویر متحرک با گوشی‌های همراه را میسر می‌کنند. با این حال پهنای باند رادیویی برای تلفن‌های همراه، یک منبع کمیاب محسوب می‌شود. چگونه باید فهمید کدام شرکت بهترین است؟ آندرسن و همکاران، به مطالعه فرایند ساخت پهنای باند ۳ گیگابایتی در سوئد پرداختند. نهادهای حکومتی در عمل دو گزینه پیش رو دارند: یک حراج که در آن پهنای باند به بیشترین پیشنهاد واگذار می‌شود؛ یا یک مسابقه زیبایی که نهاد حکومتی با آن معیارهای مورد نظر را تعیین می‌کند و متقاضیان خدمت‌رسانی باید آن معیارها را برآورده کنند (Andersson et al., 2005). در آن زمان حکومت سوئد می‌خواست شبکه ۳ گیگابایتی را به سرعت عملی کند زیرا بخش فناوری اطلاعات را برای توسعه ملی بسیار مهم می‌دانست. به این ترتیب دو معیار مهم برای انتخاب

وضع شد: ۱. راه‌اندازی سریع و ۲. پوشش سراسری. معیارهای دیگر به ظرفیت مالی، فنی و به امکان‌پذیری تجاری مربوط می‌شدند.

شرکت‌کنندگان در مناقصه، پیشنهادهای خود را ارائه کردند. در اولین دور انتخاب، چهار متقاضی نتوانستند در تأیید صلاحیت فنی پذیرفته شوند و یکی نیز فاقد ظرفیت مالی بود. در کمال تعجب، یکی از رقبا که در مرحله اول حذف شد، تلیا^۱ - انحصارگر قبلی دولتی در حوزه ارتباطات - بود. رقبا در مرحله بعدی نیز براساس تکمیل برگه‌های درخواست و تجربه در بخش ارتباطات ارزیابی شدند.

در نهایت تصمیم گرفته شد جواز ۳ گیگابایتی به چهار شرکت داده شود که اکثر آنها بعداً ائتلافی برای ارائه خدمات تلفن همراه ایجاد کردند. به‌رغم برخی نواقص - از قبیل مطرح شدن اعتراض چند شرکت در دادگاه (که در مناقصه برنده نشده بودند) - آندرسن و همکاران او تجربه سوئد را موفقیت‌آمیز می‌دانند. آنان اشاره می‌کنند که تعداد زیادی از متصدیان باسابقه و شایسته در میان شرکت‌کنندگان در مناقصه وجود داشته، زمان صرف شده چندان بیش از یک حراج نبوده و فرایند انتخاب به‌طور کلی شفاف بود؛ زیرا معیارهای انتخاب از قبل منتشر شده بود. همچنین سوئد به‌این ترتیب یک شبکه ۳ گیگابایتی بسیار پیشرفته به‌دست آورد که هدف اصلی آن کشور بود. توصیه اصلی مسئولان آن کشور برای مسابقات آینده زیبایی آن است که کل مستندسازی‌ها - از جمله ارزیابی‌های مشاوران بیرونی - منتشر شد تا شفافیت افزایش یابد.

چرا رقابت ممکن است بازار را به راه‌حل کارآمد سوق دهد؟ فقط در وضعیت آرمانی است که یک راه‌حل کارآمد حاصل می‌شود، ولی در چنین وضعیتی سازوکار عملی از این قرار است: همه مشارکت‌کنندگان مجبورند برحسب قیمت‌ها، مقادیر و کیفیت‌ها رقابت کنند. برای ساده شدن بحث، فرض می‌کنیم که فقط قیمت‌ها مهم هستند. همه مشارکت‌کنندگان می‌دانند که اگر برنده شوند جایگاه انحصاری به‌دست خواهند آورد. اما آیا این واقعیت نشان می‌دهد که می‌توان قیمت انحصاری را تحمیل کرد؟

اگر حکومت به دنبال راه‌حل کارآمدی باشد، برای کیفیت و کمیت مشخصی از کالاها شرکت‌کننده‌ای را انتخاب می‌کند که کمترین قیمت را برای به‌دست آوردن جایگاه انحصاری پیشنهاد می‌کند. پس هر شرکت‌کننده مجبور است محاسبه کند که آن مقادیر کیفیت و کمیت را با چه هزینه‌ای می‌تواند برآورده سازد. هر شرکت‌کننده همچنین باید تشخیص دهد که اگر قیمت انحصارگرانه را مطالبه کند، ممکن است

شرکت‌کننده دیگری قیمت او را با اندکی تفاوت بشکند و جایگاه انحصاری را به‌دست آورد. اما چنین واقعیتی برای همه شرکت‌کنندگان صدق می‌کند، پس همه آنان از انگیزه پیشنهاد کمترین قیمت ممکن به‌منظور به حداکثر رساندن بخت توفیق خود برخوردار می‌شوند. چنان قیمتی از لحاظ نظری مساوی با هزینه‌های نهایی است. شرکت‌کننده‌ای که هزینه‌های نهایی را پیشنهاد کند، برنده خواهد شد.

چون ممکن است حق امتیاز شامل انحصار طبیعی باشد، از ساختارهای قیمت‌گذاری مختلفی می‌توان استفاده کرد: قیمت‌های برابر با هزینه‌های نهایی نمی‌توانند سودآور باشند، پس تا حدی «تبعیض» در قیمت‌گذاری لازم است یا شاید تعرفه دوبخشی پیشنهاد شود، یا قیمت مساوی با هزینه‌های متوسط (کل) تنظیم شود، یا حکومت بابت خسارت‌ها یارانه دهد. در حالت آرمانی، حکومت باید از قبل مشخص کند کدام نظام قیمت‌گذاری را برای مقایسه پیشنهادها به‌کار خواهد گرفت.

وقتی جایگاه انحصاری قانونی کسب شد، سازوکار حراج که در آن به‌کار رفته است به‌خوبی به‌منزله یک ناظر عمل می‌کند: قیمت‌ها - حتی در حالت انحصار طبیعی - مساوی هزینه نهایی (با یک نظام تعرفه دوبخشی) هستند؛ زیرا رقابت برای بازار وجود دارد. پس مصرف‌کنندگان از چنین روشی بی‌واسطه منتفع می‌شوند.

حکومت همچنین می‌تواند حق امتیاز را نه براساس طرح قیمت‌گذاری (کیفیت و کمیت مشخص) - که مصرف‌کنندگان را منتفع می‌کند - بلکه بر چنین مبنایی واگذار کند: حکومت می‌تواند سود انحصاری را برای خود محقق کرده، ولی برای این کار اداره انحصار را خود انجام ندهد. می‌توان با یک حق امتیاز، یک گروه خصوصی را از جایگاه و قیمت انحصاری برخوردار کرد ولی تمهید متفاوت دیگری را در آن گنجانند. در این حالت حکومت آن حق امتیاز را به «کمترین قیمت» - از لحاظ قیمت خدمت‌رسانی به مصرف‌کننده - واگذار نمی‌کند بلکه به بیشترین پیشنهاد یعنی بیشترین قیمتی واگذار می‌کند که به حکومت پرداخت شود.

در این حالت می‌توان یک حراج را به‌کار گرفت و بازهم شرکت‌کننده‌ای که کمترین هزینه نهایی را ارائه دهد، حق امتیاز را برنده شود. چرا؟ چون با کمترین هزینه‌های نهایی می‌توان بیشترین سود انحصاری را به‌دست آورد. چون شرکت‌کننده مجبور است یکجا

مبلغی را برای کسب جایگاه انحصاری پیشنهاد کند، برای پیشنهاد آن مبلغ آماده می‌شود. او چه می‌کند؟ چون او می‌خواهد حراج را برنده شود، باید بخت برنده شدن خود را به حداکثر برساند، پس حداکثر مبلغی را که قادر به پرداخت است، پیشنهاد می‌کند که همان سود انحصار است. پس حکومت سود انحصار را برای خود ضبط می‌کند و درعین حال کمترین هزینه نهایی ممکن را عملی می‌سازد (البته در بهترین حالت). چنین راه‌هایی به ناکارآمدی‌های هزینه‌ای منجر می‌شود ولی در قیمت‌های انحصاری، سود انحصار به جیب دولت می‌رود. دولت در اصل یک مالیات بر سود ۱۰۰ درصدی در قیمت کارآمد هزینه‌ای وضع می‌کند (یعنی هیچ‌گونه ناکارآمدی تولیدی وجود ندارد).

می‌توان فهمید «رقابت برای بازار» به مثابه یک ابزار نظارتی، باید نشان دهد که حکومت‌ها پرداخت کمترین قیمت توسط مصرف‌کننده را بخواهند گزینند. گفته شد که راه‌حل کارآمد فقط در وضعیت آرمانی است که از حراج‌های سازمان‌یافته دولت حاصل می‌شود. در فصل نهم خواهیم دید که چگونه حراج‌ها - به مثابه یک ابزار نهادی - ممکن است گاهی کارآمد یا مؤثر نباشند یعنی گاهی موجب تحقق اهداف سازمان‌دهندگان حراج نشوند.

آخرین نکته درباره قدرت بازار، به آن دسته از انحصارهای قانونی مربوط می‌شود که نظارت‌هایی شبیه به انحصار طبیعی برای آنها لازم است، مگر آنکه شرکت‌هایی دولتی باشند و حکومت در آنها همه تصمیم‌گیری‌ها را انجام دهد. شرکت‌های دولتی در بسیاری از کشورها در معرض خصوصی‌سازی و آزادسازی قرار گرفته‌اند یا انحصارهای قانونی را کنار گذاشته‌اند. چنین اقداماتی نیز با هدایت ناظران انجام شده است. مصادیق این اقدامات شامل شرکت‌های تلفن ثابت و خدمات پستی است. این موضوع را در فصل نهم مفصل‌تر بررسی می‌کنیم.

۳-۱-۸ آثار بیرونی

در فصول سوم و پنجم با کمک قضیه کوز نشان دادیم وضعیتی وجود دارد که عوامل خصوصی قادرند آثار بیرونی نامطلوب را با مذاکرات دو یا چندجانبه برطرف کنند. با این حال وجود هزینه‌های مبادله زیاد یا تقسیم نابرابر قدرت بین طرف‌های مبادله، ممکن

است به وضعیتی منجر شود که در آن گفت‌وگوهای خصوصی نتواند این عوارض جانبی ناخوشایند را کاهش دهد. آشکارترین مصداق از مشکل آثار بیرونی نامطلوب که برطرف کردن آن در مقیاس جهانی به تنهایی توسط عوامل خصوصی میسر نیست، مخاطراتی است که به دلیل فعالیت‌های انسان در محیط زیست پدید آمده است. در ادامه درباره این موضوع بحث کرده، علاوه بر آن مشکلات اجتماعی ناشی از آثار بیرونی مطلوب را نیز بررسی خواهیم کرد. آثار بیرونی نامطلوب موجب مصرف بیش از حد و سرمایه‌گذاری کمتر از حد می‌شود، در حالی که آثار بیرونی مطلوب باعث مصرف کمتر از حد و سرمایه‌گذاری بیش از حد می‌گردند. پس رفاه اقتصادی در هر دو وضعیت به حد بهینه نمی‌رسد و اگر مشکلات مذکور را عوامل خصوصی نتوانند رفع کنند، مداخله حکومت می‌تواند موجب تصحیح و بهبود پیامدها شود. این‌گونه آثار بیرونی را آثار بیرونی پیچیده^۱ می‌نامیم.

۱-۳-۱ آثار بیرونی نامطلوب

بزرگ‌ترین معضلات آثار بیرونی نامطلوب برای همه جوامع، احتمالاً ناشی از آلودگی محیط زیست به دلیل فعالیت‌های اقتصادی است. این معضلات شامل آلودگی هوا، خاک یا آب است که معمولاً به دلیل فعالیت‌های تولیدی (کارخانه‌ها، بنگاه‌های صنعتی و ...) رخ می‌دهد ولی ممکن است در عین حال به دلیل فعالیت‌های مصرف‌کنندگان (از قبیل انداختن زباله در خیابان یا ایجاد آلودگی صوتی با پخش موسیقی با صدای بلند) نیز ایجاد شود. در اکثر موارد، شخص یا اشخاص مسئول را نمی‌توان - به دلایل مختلف - توسط عوامل خصوصی به انضباط مطلوب واداشت. به چند مورد از مهم‌ترین دلایل اشاره می‌کنیم:

۱. ممکن است تعداد خاطیان زیاد بوده و در دنیا پراکنده باشند، به طوری که همگی با انتشار دی‌اکسیدکربن در گرم شدن زمین نقش ایفا کنند. پراکندگی بیش از حد محل سکونت آن افراد و پنهان ماندن اقدامات آنان موجب دشواری فراوان در شناسایی ایشان و تلاش برای تغییر رفتار آنان می‌شود.

۲. وقتی مردم آلوده‌کننده، از آثار مخرب اقدامات خود آگاه نباشند، به‌سختی

می‌توان با رفتار آلوده‌کننده مقابله کرد. ممکن است آلاینده‌گی به شکل غیرعمدی رخ دهد ولی در هر حال خسارت‌های جدی به محیط زیست وارد کند. ممکن است مصرف‌کنندگان ندانند که برخی لوازم الکتریکی بیش از حد انرژی مصرف می‌کنند یا استفاده ایشان از هواپیما موجب تشدید اثر گلخانه‌ای می‌شود. تولیدکنندگان نیز با به‌کارگیری منابع متعدد در مدت بسیار کم به محیط زیست آسیب رسانده، به‌این ترتیب خطر اتمام آن منابع را پیش می‌آورند که بر کل مردم آن جامعه اثر می‌گذارد (مثلاً مشکلات منجر به فاجعه مشاعات - از قبیل صید بی‌رویه آبزیان - را در نظر بگیرید).

۳. امکان دارد آلاینده‌گان به‌خوبی از مشکلاتی که ایجاد می‌کنند آگاه باشند ولی به‌دلیل قدرتی که دارند، فعالیت‌های خود را ادامه دهند. از مصادیق این وضعیت می‌توان به شرکت‌های بزرگ چندملیتی در آمریکای لاتین اشاره کرد که در صنعت سویا فعالیت کرده و با جنگل‌زدایی سریع در منطقه آمازون، خسارت‌های هنگفتی به محیط زیست وارد می‌کنند. حکومت‌های آن کشورها - از قبیل پاراگوئه و برزیل - اقدامی علیه آن تغییرات ناگوار انجام نمی‌دهند.

۴. می‌توان همواره قربانیان بی‌دفاعی را مشاهده کرد که وجود ایشان در کنار خاطیان قدرتمند، نشانه توزیع نابرابر قدرت است. طرف‌های ثالثی که به‌دلیل آثار جانبی ناگوار آسیب می‌بینند، اغلب نمی‌توانند یک گروه ذی‌نفع سازمان‌یافته و یک‌دست تشکیل دهند. آنان همچنین غالباً دانش و توانایی لازم برای مذاکره با طرف مقابل - به شکل برابر - درباره کاهش آن اثر بیرونی را ندارند و یا فاقد توان مالی برای استخدام کارشناس به‌منظور مذاکره و نظارت به نفع خود هستند.

در اکثر دادگاه‌های جهان (در هر دو مقیاس ملی و بین‌المللی) مقام‌های دولتی به مداخله برای دفاع از منافع عمومی پرداخته‌اند. آلودگی در درجه اول و بیش از هر چیز، اثری نامطلوب بر محیط زیست طبیعی می‌گذارد که آن نیز به‌نوبه خود رفاه مردم را به‌شدت متأثر می‌کند. این آثار ممکن است مشکلاتی در سلامت مردم پدید آورده، بهره‌وری نیروی کار را کاهش داده و به‌این ترتیب به امکانات رشد اقتصادی آسیب بزنند که در نهایت، رفاه نسل‌های آینده در معرض خطر جدی قرار می‌گیرد. حکومت‌ها با این سؤالات، اقدامات جبران‌کننده مختلفی را در پیش می‌گیرند:

- «چه کسانی مقصردند؟ تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان یا هر دو؟»
- «ماهیت یک اثر بیرونی نامطلوب چیست؟ (مثلاً آلودگی هوا، آب، خاک یا آلودگی صوتی، اتمام منابع طبیعی یا مشکلات سلامت)»
- «چه تعدادی از مردم آسیب می‌بینند و به چه میزان؟»

مهم‌ترین اقدامات عبارت‌اند از حقوق قابل مبادله آلاینده‌گی، برنامه‌های آگاه‌سازی و مشوق‌های (بازدارنده‌های) مالی (از قبیل مالیات‌ها و یارانه‌ها)، سهمیه‌بندی‌ها و ممنوعیت کامل برای آن محصولات. این اقدامات سیاستی را در کنار چهار دسته از وضعیت‌ها که قبلاً ذکر شد (و در آنها شناسایی تک‌تک عوامل خصوصی و آثار بیرونی هرکدام مشکل است) بررسی خواهیم کرد. باید تأکید کنیم که اغلب اقدامات سیاستی را می‌توان در وضعیت کاملاً متنوع و نه فقط در اوضاع خاصی که شرح می‌دهیم، به کار گرفت.

الف) آلودگی گسترده

وقتی اثر بیرونی پیچیده و نامطلوبی وجود داشته باشد که طرف‌های ایجادکننده و آسیب‌دیده از آن در دنیا پخش شده باشند، لازم است حکومت‌های کشورهای مختلف به گفت‌وگو درباره راه‌حل‌های بین‌المللی بپردازند. نشست‌های ملل متحد و گروه هشت^۱ (مهم‌ترین هشت کشور جهان) یا گروه بیست^۲ بارها نشان داده است که جامعه بین‌الملل نتوانسته در حل کردن چنین مشکلاتی چندان توفیق یابد و دلیل آن هم عمدتاً حفاظت از منافع اقتصادی ملی بوده که ظاهراً مهم‌تر از حل مشکلات جهانی قلمداد می‌شود. البته نمی‌خواهیم بگوییم که معضلات فرامرزی را نمی‌توان به هیچ‌وجه با مداخله دولت (ها) برطرف کرد. کادر ۱۱-۸ به ما می‌آموزد که اتحادیه اروپایی یک ابتکار عمل را برای مقابله با انتشار آلاینده‌ها در پیش گرفته است. اما توضیحات قبلی نشان می‌دهد که توفیق در این مسیر علاوه بر دیگر عوامل به مقیاس و اندازه مشکل و به میزان سازگار کردن تضاد منافع و غلبه بر آن بستگی دارد. به همین دلیل است که باید تعهد و اراده سیاسی به وجود آید. چنین چیزی مشتمل بر فرایند تدریجی تغییر ارزش‌هاست.

1. G8 (Group of Eight)

2. G20

کادر ۱۱-۸ مبادله آلاینده‌ها

سقف «مجاز انتشار آلاینده‌ها» به هر شرکت اعلام می‌شود. اگر شرکت‌ها بخواهند بیش از آن مقدار آلاینده منتشر کنند، باید اضافه آلاینده‌گی خود را از بازار مبادله آلاینده‌ها - از شرکتی که کمتر از سقف مجاز آلاینده تولید می‌کند - خریداری کنند. مبادله آلاینده‌ها از لحاظ نظری یک راه‌حل کارآمد برای گرم شدن کره زمین در اثر اقدامات انسان است ولی در عمل مشکلات سنجش و ضمانت اجرا در آن مسیر وجود دارد.

همچنین مشکلات سیاسی نیز آشکارتر از گذشته شده است. وقتی در اکتبر ۲۰۰۸ بر سیاستگذاران معلوم شد که نظام اقتصادی جهان به رکود رسیده است، اتحادیه اروپایی اعلام کرد به شرکت‌هایی که مصرف‌کننده بزرگ انرژی هستند، کمک نقدی می‌کند تا ایشان بتوانند سهمیه انتشار کربن برای خود خریداری کرده، تولید را ادامه دهند. این کار عملاً به معنای اولویت دادن به ملاحظات سیاسی برای ایجاد اشتغال و نادیده گرفتن منافع زیست‌محیطی بود. آن اقدام تا حدی در واکنش به فشارهای بنگاه‌های بزرگ انگلیسی و فرانسوی انجام شد و یک مشکل بزرگ‌تر را آشکار کرد: ادعای کشورها و شرکت‌ها که می‌گویند مشمول «موارد خاص» هستند، ممکن است در نهایت، کل نظام مبادله آلاینده‌ها را مختل سازد.

ب) رفتار آلوده‌کننده

حکومت‌ها می‌توانند نادانی ایجادکنندگان آثار بیرونی نامطلوب را با برنامه‌های آگاه‌کننده، مشوق‌های مالی یا ممنوعیت برخی محصولات برطرف کنند. قبلاً به برچسب‌های انرژی اشاره کردیم که مصرف‌کنندگان بالقوه را از محصولی که قرار است بخرند آگاه می‌کنند که کم‌مصرف است یا پرمصرف. با این حال عوامل در اکثر موارد، تصمیم‌گیری درباره مصرف یا تولید خود را براساس قیمت و هزینه‌ها - و نه آثار آن اقدامات بر محیط زیست - تنظیم می‌کنند. بنابراین حکومت‌ها اقدامات سنجیده‌ای از قبیل مداخله در کمیت‌ها یا قیمت‌های مورد مبادله را به اجرا می‌گذارند.

مشکلات مرتبط با پدیده «فاجعه مشاعات» شامل اتمام منابع سوخت‌های فسیلی، اقیانوس‌ها، زمین‌های زراعی، مراتع و جنگل‌ها هستند و به این دلیل مدیریت هوشیارانه‌ای برای جلوگیری از اتمام کامل آن منابع لازم است. یک اقدام سیاستی شناخته شده، سهمیه‌بندی صید ماهی در اتحادیه اروپایی بوده است. ادعا می‌شود که وضع محدودیت‌های

کافی برای صید ماهی، به حفظ گونه‌های در معرض انقراض کمک می‌کند. با یارانه دادن به محصولات «سبز» یا «پاک» و مالیات ستاندن از محصولات «نامرغوب» می‌توان مصرف‌کنندگان را به انتخاب کالاهای مورد نظر سوق داد. مثلاً مالیات کمتر برای خودروهای کم‌مصرف وضع می‌شود؛ حمل‌ونقل عمومی از یارانه برخوردار می‌گردد و لامپ‌های کم‌مصرف یا صفحات خورشیدی نیز یارانه می‌گیرند (و به همین ترتیب، محصولات و خدمات مشابه). در کادر ۱۲-۸ مثال دیگری از انگیزه‌های پولی را شرح می‌دهیم.

کادر ۱۲-۸ مبارزه با جنگل‌زدایی

در نشست جهانی آب‌وهوایی سال ۲۰۰۷ در بالی^۱ شرکت‌کنندگان موافقت کردند منابع مالی تازه‌ای برای مبارزه با جنگل‌زدایی پیدا کنند. هدف آن بود که با کشاورزان در کشورهای در حال توسعه‌ای مانند اندونزی و برزیل - که برای کشت کائو، استخراج روغن درخت نخل، سویا و محصولات مشابه به قطع درختان و نابودی جنگل‌های استوایی می‌پرداختند - صحبت کنند. پرداخت خسارت به کشاورزان قرار است از درآمدهای بازار بین‌المللی برای حقوق آلاینده‌گی تأمین شود. قطع نشدن یک هکتار از درختان جنگل تقریباً موجب جبران ۵۰۰ تن دی‌اکسیدکربن می‌شود. شرکت‌ها و حکومت فقط می‌توانند به اندازه دی‌اکسیدکربنی که مطابق با سقف حق آلاینده‌گی ایشان باشد، آلاینده‌گی منتشر کنند. حق انتشار ۵۰۰ تن دی‌اکسیدکربن در بازار بین‌المللی ۵۰۰۰ تا ۱۰/۰۰۰ دلار آمریکاست. این اعداد نشان می‌دهد که خسارت کشاورزان در این نواحی می‌تواند به آسانی از صندوق آب‌وهوایی پرداخت شود. استرن در یکی از گزارش‌های تأثیرگذار خود، تلاش‌های معطوف به مبارزه با جنگل‌زدایی را از بهترین راه‌های مقابله با تغییرات آب‌وهوایی دانسته است (Stern, 2006).

موضوع بسیار مهم دیگری نیز درباره آثار بیرونی نامطلوب مصرف‌کنندگان ناآگاه وجود دارد. افراط در سیگار کشیدن، نوشیدن الکل و مصرف مواد مخدر، نه تنها به شدت به مصرف‌کنندگان مستقیم آسیب می‌زند، زیرا ممکن است آن فرد در نهایت به آن دلیل فوت کند، بلکه هزینه‌هایی را به کل جامعه نیز تحمیل می‌کند. اگر تعداد زیادی از مردم بخواهند تحت درمان بیماری‌های ناشی از این «عادات زشت» قرار گیرند، باید

1. Bali
2. Review on the Economics of Climate Change

منابع بیشتری به بخش سلامت اختصاص یابد که به این ترتیب، حق بیمه سلامت افزایش می‌یابد. مصرف زیاده از حد الکل نیز اغلب به تصادفات جاده‌ای، خشونت‌های رفتاری و تخریب منجر می‌شود که هزینه‌های آن بر دوش جامعه قرار می‌گیرد.

حکومت‌ها تلاش می‌کنند با آگاه‌سازی همگانی و مالیات‌های اصلاحی به مقابله با این عادات ناپسند بپردازند ولی اگر چنین تلاش‌هایی ناکام بماند، می‌توان برخورد قاطع را در پیش گرفت و به ممنوعیت استعمال سیگار، الکل، مواد مخدر اقدام کرد. یکی از این مصوبه‌ها که در سراسر جهان بسیار مقبول شده، منع استعمال دخانیات است که ابتدا در ساختمان‌های عمومی (همه ساختمان‌های حکومتی، مدارس، بیمارستان‌ها و ...) و سپس در همه مکان‌های تفریحی (رستوران‌ها، کافه‌ها، سالن‌های تئاتر و ...) به اجرا درآمد. البته مداخله دولت در این امر به شدت در بسیاری از کشورها مورد اعتراض افراد سیگاری قرار گرفت ولی در عین حال از اقبال غیرسیگاری‌ها برخوردار شد. کادر ۱۳-۸ اطلاعات جزئی‌تری دربردارد.

کادر ۱۳-۸ ممنوعیت استعمال دخانیات: کاربردی برای نظریه حقوق مالکیت

حکومت‌ها با وضع مالیات هنگفت بر تنباکو به مقابله با استعمال دخانیات پرداختند ولی ثابت شد که کاهش تقاضای جهانی (درصد تغییر تقاضا در نتیجه ۱ درصد تغییر در قیمت) برای تنباکو بسیار کم است. این اثر ناچیز بر کاهش استعمال دخانیات به اعتیاد مربوط می‌شود و علاوه بر آن، در بسیاری از فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها (مثلاً در میان جوانان) سیگار کشیدن یک هنجار است زیرا «همه سیگار می‌کشند».

در نتیجه سیگار کشیدن نهادینه شده و به سختی می‌توان آن را ترک کرد. حکومت‌ها - با برنامه‌های آگاهی‌بخش دولتی در رسانه‌ها و با توسل به اخطارهای روی پاکت‌های سیگار که به خطر افتادن سلامت و حتی خطر مرگ را گوشزد می‌کنند - سعی کرده‌اند نگرش مردم را عوض کنند. علاوه بر این، تولیدکنندگان نیز در تبلیغات تنباکو - به‌ویژه در ایالات متحده - با محدودیت روبه‌رو شده، شرکت‌های بزرگ تنباکوسازی به دلیل سکوت درباره به خطر انداختن سلامت مردم و حتی افزایش میزان نیکوتین در سیگارهای خود به‌منظور اعتیادآور کردن آنها، به دادگاه فراخوانده شده‌اند.

زندگی در کنار افراد سیگاری نیز اصطلاحاً استعمال انفعالی دخانیات را منجر می‌شود. بهترین شیوه برای کاهش این مشکل، ممنوعیت کامل دخانیات (حداقل در مکان‌های عمومی) است. چنین وضعیتی در بسیاری از کشورها رخ داده و برحسب حقوق مالکیت تبیین شده است. بد نیست این

موضوع را در رستوران‌ها بررسی کنیم که شاید مشتریان و کارکنان آنها از آلودگی‌های دود سیگار افراد دیگر، آزرده شوند.

چه کسی از حق کاربرد هوای پاک برخوردار است؟ به عبارتی چه کسی از چه حقوق مالکیتی برخوردار است؟ توجه کنید که بین حق استفاده از یک محصول و حق کسب درآمد از آن و حق فروش آن باید تمییز قائل شد. قبل از ممنوعیت استعمال سیگار در یک رستوران خصوصی، همه این حقوق به صاحب رستوران تعلق دارد. بنابراین او می‌تواند تصمیم بگیرد که آیا در (بخشی از) آن ساختمان، استعمال سیگار آزاد است یا خیر. اما پس از ممنوعیت، مشتریان و کارکنان رستوران از حق هوای پاک برخوردار شده و به این ترتیب مالک رستوران مجبور است مکانی کاملاً بدون دود برای صرف غذا فراهم کند. البته اگر او با این وضعیت موافق نباشد، می‌تواند رستوران را بفروشد.

دارنده یک حق مالکیت ویژه، انگیزه‌های خاصی پیدا می‌کند. در مورد فرد غیرسیگاری، او حالا بیشتر علاقه‌مند رفتن به رستوران است و این کار منافع صاحب رستوران را دربردارد. برای کارکنان رستوران هم این فایده را دارد که دیگر مجبور نیستند همیشه در یک محیط پر از دود و ناسالم کار کنند. ممکن است هر فرد سیگاری (سرسخت) کمتر مایل به رفتن به رستوران شود که این تمایل او درآمدهای رستوران را کم می‌کند. اثر خالص این دو انگیزه متضاد را فقط می‌توان به شکل تجربی برآورد کرد. باین حال تحقیق در بریتیش کلمبیا^۱، نیویورک، ایرلند، نروژ و نیوزلند درباره آثار وضع ممنوعیت دخانیات نشان می‌دهد که به‌طور متوسط درآمدهای مذکور کاهش نمی‌یابد (Smoke Free Partnership, 2006).

ج) آلوده‌کننده‌های سرسخت

برخی ایجادکنندگان آثار جانبی ناخوشایند، بیش از آن قدرتمند و ثروتمندند که آسیب‌دیدگان از بخش خصوصی بتوانند ایشان را بازدارند. اقدامات بازدارنده حکومت نیز وقتی موفق می‌شود که مقام مسئول حکومتی به گروه آلوده‌کننده وابسته نبوده، در برابر رشوه‌گیری یا ارباب تسلیم نشود. در چنین وضعیتی آسان‌ترین کار برای مقابله با رفتار آلوده‌کننده، وضع مالیات‌های اصلاحی و محدودیت‌های نظارتی است و اگر آن تمهیدات به نتیجه نرسد، خاطی را می‌توان جریمه کرد یا برخی فعالیت‌های اقتصادی را ممنوع کرد. مصداقی از این ممنوعیت در مورد شرکت‌های پرسروصدا یا آلاینده هوا در برخی فرودگاه‌ها به اجرا درمی‌آید و این روش در سراسر جهان با اقبال روزافزون روبه‌روست. مالیات‌های اصلاحی به شکل گسترده برای کاهش یا حتی از بین بردن آثار بیرونی

نامطلوب برخی بنگاه‌ها به کار می‌روند. در پیوست ج از این فصل، تحلیل نموداری آثار این‌گونه مالیات را ارائه کرده‌ایم. بنگاه‌ها به دلیل این مالیات مجبورند هزینه‌های بیشتری را تقبل کنند که به هزینه‌های تولید کل اضافه می‌شود. وقتی هزینه‌های نهایی و درآمد نهایی باهم برابر شوند، تولیدکننده به اتخاذ تصمیم جدید و تولید کمتر روی می‌آورد. میزان تولید جدید در بهترین حالت با حداکثر رفاه اقتصادی مقارن خواهد شد. در حوزه اقتصاد، این اثر مالیات‌های اصلاحی را «درونی‌سازی اثر بیرونی ناخوشایند»^۱ می‌نامند.

د) حمایت از آسیب‌دیدگان

فعالان خصوصی آسیب‌دیده به قدری پراکنده‌اند – و اغلب فاقد ابزارهای مادی و یا معنوی – که نمی‌توانند جایگاه خود را بهبود دهند. همچنین ممکن است ایشان از آثار ناخوشایند پدیدآمده مطلع نباشند. در این موارد هم اقدامات حکومتی از قبیل تکالیف قانونی، مالیات‌های اصلاحی و ممنوعیت‌های تولید است که حمایت از آزرندگان را تسهیل می‌کند. دو مورد از ابعاد این موضوع را شرح می‌دهیم. دولت می‌تواند در مواردی که بنگاه‌ها یا حکومت‌های محلی به اجرای برنامه‌های توسعه‌ای می‌پردازند و محیط زیست را به خطر می‌اندازند، با تعیین وظایف قانونی به حمایت شهروندان بپردازد. این طرح‌های آسیب‌رسان شامل تأسیس زیرساخت‌ها یا ساختمان‌ها و استقرار کارخانه‌ها و مناطق صنعتی جدید است. در کشورهای سراسر جهان، ارزیابی‌های آثار زیست‌محیطی وجود داشته و در آن ارزیابی‌ها ملاحظات ضروری برای اجرای طرح‌ها مشخص می‌شود. دیگر معایب (اکثراً غیرقابل مشاهده) در محصولات است که به نظر حکومت‌ها نباید مجاز باشند، اغلب پس از کشف شدن به عناوین اصلی خبرها تبدیل می‌شود (مثلاً اسباب‌بازی‌ها و لوازم آرایشی ناسالم). در چنین مواردی سلامت عمومی در خطر است. کشورها سعی می‌کنند از واردات چنین کالاهایی جلوگیری کنند. اداره امور مصرف‌کنندگان در کمیسیون اروپایی،^۲ در مقیاس اتحادیه اروپایی به نظارت بر ایمنی کالاها پرداخته و یک مجموعه آماده‌باش سریع^۳ برای محصولات مصرفی غیرغذایی تهیه کرده است. هرگاه

1. Internalization of the Negative Externality

2. Consumer Affairs Department of the European Commission

3. Rapid Alert System

محصول خطرناکی شناسایی شود، مقام مسئول ملی در هریک از کشورها باید برای رفع مخاطره آن محصول اقدام کند. همچنین همه اقلام «فهرست سیاه»^۱ در اینترنت منتشر می‌شوند تا به عموم مردم هشدار داده شود.

در آمریکای شمالی نیز یک برنامه چندجانبه وجود دارد که محصولات غیرایمن را ممنوع کرده و در آن کانادا، مکزیک و ایالات متحده با یکدیگر همکاری می‌کنند. دلیل به هم پیوستن آن سه کشور در کادر ۸-۱۴ تشریح شده است.

کادر ۸-۱۴ ممنوعیت کالاهای غیرایمن در آمریکای شمالی

در اجلاس مشارکت در امنیت و شکوفایی آمریکای شمالی^۲ سال ۲۰۰۷، کانادا، ایالات متحده و مکزیک موافقت کردند راه ورود کالاهای غیرایمن را سد کنند. دو گفته از رهبران سیاسی مسئول در آن نشست برجسته‌تر از دیگر حرف‌ها بود زیرا به نقش آثار بیرونی مربوط می‌شد. استفن هارپر،^۳ نخست‌وزیر کانادا گفت: «توافق کردیم که در زمینه حفاظت از مصرف‌کننده با یکدیگر همکاری کنیم. لازم است کالاهای غیرایمن - به‌ویژه آنهایی که به کودکان مربوط است - را در مرزها شناسایی و متوقف کنیم»، در حالی که رئیس‌جمهور ایالات متحده، جورج دبلیو بوش گفت: «به همین دلایل است که رهبران ما باید به‌طور منظم باهم دیدار کنند ... تا راه‌هایی برای تداوم رشد و شکوفایی پیدا شود. به نفع ماست که رونق زندگی کانادایی به همین خوبی که هست باشد و به نفع ماست که مکزیک نیز از چنین رونقی بهره‌مند شود. اگر شما شهروند ایالات متحده باشید، دوست دارید مردمی که نزدیک شما هستند، مرفه زندگی کنند. هر قدر محله شما ثروتمندتر باشد، امید هم در آن بیشتر است».

۲-۳-۱ آثار بیرونی مطلوب

ممکن است مداخله حکومت در برخی آثار بیرونی مطلوب نیز به دلیل دستیابی به رفاه اقتصادی بیشتر ضروری باشد. در بسیاری از حالت‌ها، مزایای آثار بیرونی مطلوب، کمتر از آن است که مداخله حکومت ضروری باشد. اما مثال‌های خاص درباره مفید بودن مداخله دولت به دلیل آثار بیرونی مطلوب عبارت‌اند از یک نظام کارآمد در حوزه سلامت

1. Black List
2. North American Security and Prosperity Partnership
3. Stephen Harper

و نظام آموزشی؛ زیرا این دو نظام آثار مفیدی برای کل جمعیت در هر دو مقیاس ملی و بین‌المللی فراهم می‌کنند.

مثال شناخته شده در مورد مراقبت‌های درمان، همان واکسیناسیون است. فواید بیرونی این کار آشکار است: اگر هر شخص علیه بیماری‌های عفونی شایع از قبیل آنفلوانزا، مالاریا یا تب زرد مایه‌کوبی شود، خطر همه‌گیری آن بیماری‌ها به شدت کم می‌شود. پس کل جامعه بسیار سالم‌تر و در نتیجه مولدتر خواهد شد. هزینه‌های پیشگیری چون معمولاً خیلی کمتر از هزینه‌های درمان است، انتخاب بین آن دو آسان است. بدون مداخله حکومت، بسیاری از مردم - به دلیل نادانی، کمیوندهای مالی یا امکانات یا ناآشنایی با آثار بیرونی مفید مایه‌کوبی - به آن دسترسی نخواهند داشت. از این رو انتخاب بخش خصوصی به مصرف «کمتر از بهینه» مایه‌کوبی منجر می‌شود.

در کشورهای فقیری که ابزارهای فراهم کردن کمک‌های پزشکی کافی به شهروندان خود ندارند، می‌توان از کمک‌های دیگر کشورها و سازمان‌های خصوصی بهره‌مند شوند. هرچند در این کار دلایل انسان‌دوستانه نهفته است، ولی در عین حال حکومت‌های خارجی برای ارائه کمک مالی و فراهم کردن متخصصان درمانی، از انگیزه اقتصادی برخوردارند. اگر همه‌گیری در نقطه‌ای از جهان رخ دهد، مخاطرات سلامت به آن ناحیه محدود نشده، به سرعت منتشر گشته و در نهایت به سلامت کل مردم در جهان آسیب می‌رساند. در این حالت بهره‌وری و تجارت جهانی نیز کاهش خواهد یافت. به همین دلیل بود که وقتی ویروس سارس^۱ در سال ۲۰۰۳ در چین، هنگ‌کنگ و تایوان فراگیر شده و «آنفلوانزای خوک» در سال ۲۰۰۹ در مکزیک شیوع یافت، جهان غرق در وحشت شد؛ زیرا آن عفونت‌ها را به سرعت مسافران هوایی منتقل می‌کردند. یک مسافر آلوده به بیماری، سارس را به کانادا آورد و دیگران را نیز مبتلا کرد که چند نفر جان خود را از دست دادند. جامعه بین‌الملل با سازمان جهانی بهداشت^۲ به شدت همکاری کرد و در نهایت آن بیماری مهار شد. آنفلوانزای مکزیک در سال ۲۰۰۹ در سراسر جهان - از ایالات متحده تا اروپا و نیوزلند - منتشر شد و جان برخی افراد را

1. SARS

2. World Health Organization (WHO)

گرفت. در این مورد نیز اقدامات هماهنگی برای مهار آن بیماری صورت گرفت. حکومت‌های کشورهای پیشرفته به چند روش در مراقبت‌های درمانی مداخله می‌کنند. فقراً معمولاً کمک دریافت می‌کنند تا اطمینان حاصل شود از مراقبت‌های درمانی بهره‌مند شده‌اند. در اکثر کشورهای عضو اتحادیه اروپایی و نیز در کشورهای متعدد دیگر، بیمه درمان اجباری است. نظام خدمات درمانی ملی بریتانیا^۱ که در سال ۱۹۴۸ پایه‌گذاری شد، مشهور است. در آن کشور مراقبت‌های درمانی همگانی (دولتی) از راه مالیات‌ستانی ملی برای آحاد شهروندان فراهم می‌شود.

دومین مثال به اهمیت آموزش مطلوب برای کل شهروندان مربوط می‌شود. مقام‌های دولتی یادگیری را به دلیل ایجاد فرصت‌های بیشتر برای مردم (یافتن مشاغل مناسب‌تر و پردرآمدتر پس از تحصیلات)، و نیز به دلیل فراهم شدن آثار مطلوب بیرونی در نتیجه آن یادگیری‌ها، تشویق می‌کنند: در مقیاس کلان می‌توان گفت جامعه تحصیل کرده‌تر، بهره‌وری و درآمد بیشتری خواهد داشت. به این ترتیب قدرت خرید افزایش یافته، اشتغال و فروش کسب‌وکارها زیاد می‌شود که در نهایت به افزایش تولید ملی می‌انجامد. همه این بحث‌ها در مقیاس جهانی صادق است و به‌ویژه در کشورهای فقیر، آموزش به‌مثابه یکی از مهم‌ترین روش‌ها در مبارزه با فقر محسوب می‌شود.

حکومت‌ها چگونه این فرایند را تقویت می‌کنند؟ همه کشورهای عضو سازمان ملل متحد تأیید کرده‌اند که آموزش یکی از حقوق جهان‌شمول انسانی است. همچنین طبق اعلامیه ملل متحد، آموزش را باید به شکل رایگان ارائه کرد که البته چنین چیزی هنوز در خارج از دنیای غرب محقق نشده است (Tomasevski, 2006).

در کشورهایی که شهروندان خود را به یادگیری تشویق می‌کنند، آموزش معمولاً برای کودکان تا سنین ۱۶ الی ۱۸ سالگی اجباری و اغلب (تا سن مشخصی) رایگان یا برخوردار از یارانه‌های فراوان است. اگر پرداخت پول لازم باشد، معمولاً متناسب با درآمد افراد است به طوری که مانعی بر سر راه تحصیل کم‌درآمدترین‌ها به وجود نمی‌آید و همه از فرصت برابر برخوردار می‌شوند. معمولاً وام‌های کم‌بهره یا حتی کمک‌های بلاعوض در اختیار دانش‌آموزان و دانشجویان قرار می‌گیرد. مدارس خصوصی و دولتی در بسیاری از

1. British National Health Service (NHS)

کشورها در کنار هم وجود دارند و مدارس دولتی به‌طور کلی مبلغی کمتر (یا هیچ) بابت خدمات خود دریافت می‌کنند.

۴-۱-۸ کالاهای کاملاً عمومی

کالاهای کاملاً عمومی را در فصل اول معرفی و در فصل سوم آنها را تعریف کرده و بیشتر شرح دادیم. در اینجا دوباره تذکر می‌دهیم که ممکن است بین کالاهای تدارک شده توسط بخش عمومی و کالاهای (کاملاً) عمومی فرق باشد. فقط کالاهای کاملاً عمومی هستند که ویژگی غیررقابت‌آمیزی و منع‌ناپذیری دارند و این خصیصه‌ها اغلب حکومت را مجبور به مداخله می‌کنند. مشکل اصلی آن است که مصرف یک کالای کاملاً عمومی ویژه نمی‌تواند مصرف دیگران را کم کند (رقابت‌آمیز نبودن) و آنان را نمی‌توان (یا فقط با هزینه‌های زیاد می‌توان) از کاربرد آن کاملاً بازداشت، حتی اگر بابت آن پولی پرداخت نکنند (منع‌ناپذیری). پس مصرف‌کنندگان خصوصی تمایل ندارند گرایش خود به پرداخت پول برای آن کالا را آشکار کنند (به توضیحات در ادامه توجه کنید)، و به همین دلیل تولیدکنندگان خصوصی میلی به عرضه آن کالا ندارند. بازار در عرضه آن کالا شکست می‌خورد (حتی باینکه آن کالا به‌وضوح نیازی را برطرف می‌کند).

مصرف‌کنندگان خصوصی به میل خود از پرداخت سخن نمی‌گویند زیرا فرض کنید یک مصرف‌کننده (الف) در یک طرف و دیگر مصرف‌کنندگان باهم در طرف دیگر قرار دارند. اگر آن مصرف‌کنندگان به تمایل خود به پرداخت اعتراف کنند و این کار به تولید آن کالای کاملاً عمومی منجر شود، برای (الف) بهتر است که میل واقعی خود به پرداخت را آشکار نکند: در آن صورت کالای مذکور به دلیل منع‌ناپذیری از جیب دیگران تأمین می‌شود و (الف) می‌تواند به رایگان آن را مصرف کند. اما چون دیگران نیز متشکل از تک‌تک افرادی شبیه به (الف) هستند، هیچ‌کس تمایل ندارد از گرایش واقعی خود به پرداخت حرف بزند.

پس تنها راه برای حصول اطمینان از دسترس‌پذیری آن کالا، تولید با جهت‌دهی دولتی است. ممکن است حکومت تصمیم بگیرد که تولید را خود انجام دهد یا از تولیدکنندگان خصوصی بخواهد آن کالای کاملاً عمومی را به قیمت کاملاً مشخص تولید کنند. صرف نظر از آنکه کدام تولیدکنندگان برای آن کار انتخاب شوند، بخش عمومی از

محل همپاری‌های اجباری - مثلاً مالیات‌های دولتی - دستمزد آنها را می‌پردازد. همچنین بد نیست بگوییم که در اکثر مصادیق کالاهای کاملاً عمومی (نور خیابان‌ها، سدهای حفاظتی، فانوس‌های دریایی)، تقریباً همه «کاربران» یا «مصرف‌کنندگان» برای آن کالاها ارزش قائل‌اند. اما گاهی بخش عمده‌ای از کاربران یا مصرف‌کنندگان (آن مقدار) کالای عمومی را دوست ندارند (و به این دلیل آن را «بلای عمومی» می‌دانند): مصادیق شناخته شده عبارت‌اند از نظام دفاع ملی یک کشور (که صلح‌طلبان آن را یک بلای عمومی می‌دانند) یا آتش‌بازی عمومی (که خیلی‌ها صدا، بو یا منظره آن را دوست ندارند).

آخرین نکته به موضوع فرد یا مؤسسه‌ای مربوط است که تدارک یک کالای کاملاً عمومی را می‌پذیرد. ابتکار عمل بخش خصوصی برای عرضه یک کالای کاملاً عمومی، وقتی پای کالاهای اطلاعاتی در میان باشد، کاملاً میسر به نظر می‌رسد. مردم از یک‌طرف در برخی شرایط می‌خواهند اطلاعات رایگان را - صرف‌نظر از هزینه‌های آن - با تعداد هرچه بیشتری از دیگران مشترک شوند. این افراد مثلاً گروه‌های عملیاتی مبلغان مذهبی مسیحی یا طرف‌داران محیط زیست یا نویسندگان نامه‌های سرگشاده به روزنامه‌ها را دربرمی‌گیرند. اما از طرف دیگر مردمی هستند که می‌خواهند از فکرها و اختراعات خود - به‌دلیل حقوق تکثیر یا گواهی ثبت اختراع - پول در بیاورند. در فصل سوم گفته شد که این حفاظت‌های قانونی موجب می‌شود که آن کالا کاملاً منع‌پذیر شده و درواقع یک کالای کاملاً عمومی را به کالای خصوصی تبدیل می‌کند.

همچنین حفاظت از منافع عمومی ممکن است نتیجه ابتکار عمل‌های فراملی باشد. اول هر کالای کاملاً عمومی ممکن است برای دو کشور همسایه مهم باشد (مثلاً وقتی معضلات مرزی از قبیل ساخت یک سد بزرگ و گران‌قیمت روی رود مرزی در میان باشد که جمعیت را در هر دو طرف رودخانه متأثر می‌کند). دوم اینکه ممکن است بیش از دو کشور از منافع مشترک برخوردار باشند (مثلاً حفاظت از ائتلاف کشورها توسط سازمانی مانند ناتو که مسئول دفاع نظامی در شمال آمریکا و اروپاست). سوم اینکه حتی در مقیاس جهانی هم مثال‌های کالاهای کاملاً عمومی - از قبیل به‌اصطلاح «میراث جهانی» - را می‌توان پیدا کرد که در برابر تخریب یا فرسایش محافظت شده‌اند. کادر ۱۵-۸ به این موضوع می‌پردازد.

کادر ۱۵-۸ حفاظت از اماکن میراث جهانی

یونسکو در سال ۱۹۷۲ معاهده میراث جهانی^۱ را سازمان‌دهی کرد که ۱۷۵ کشور در آن موافقت کردند از مکان‌های میراث جهانی - شامل مناظر طبیعی و نیز یادبودهای فرهنگی که گمان می‌شود ارزش جهانی و استثنایی دارند - محافظت کنند. در زمان امضای موافقت‌نامه، ۱۸۶ کشور آن را پذیرفتند و فهرستی از ۸۹۰ مکان تهیه شد. وقتی مکانی در این فهرست قرار می‌گیرد، حکومت‌ها موظف‌اند حداکثر تلاش خود را برای حفاظت، احیا و نگهداری این دارایی‌های ارزشمند - که واجد خصایص کالای کاملاً عمومی هستند - به کار گیرند. آن مکان‌ها تا حد زیادی غیررقابت‌آمیز و نیز منع‌ناپذیرند. گاهی می‌توان حصارهایی دور یک بنای تاریخی کشید و آن را منع‌پذیر کرد. ولی مکان‌هایی مانند جنگل‌های استوایی و صخره‌های آبی را که در چند کشور گسترده شده‌اند، نمی‌توان حصارکشی کرد و حقوق مالکیت دقیقی برای آنها تعریف کرد. پس چنین مکان‌هایی منع‌ناپذیرند. توجه کنید که این ویژگی باعث می‌شود تعیین مسئول نگهداری آن مکان‌ها به امری پیچیده تبدیل شود.

بررسی روش‌های مختلف مداخله حکومت در اوضاع مختلف نواقص بازار را در اینجا به پایان می‌رسانیم. هدف بعدی ما شرح این شکل‌های مختلف مداخله به روشی تحلیلی‌تر - با کمک اقتصاد هزینه مبادله - است.

۵-۱-۸ رویکرد اقتصاد هزینه مبادله به نظم عمومی

در فصول قبلی دیدیم که سؤال اصلی در اقتصاد هزینه مبادله، همان انتخاب ساختار بهینه تدبیر - در شرایط نهادی معلوم - است. بنابراین اگر جامعه‌ای با نقص بازار روبه‌رو شود و در نتیجه ناکارایی وجود داشته باشد، بهترین راه برای هماهنگ‌سازی مبادلات کدام است؟ بهتر است ابتدا بازهم نگاه مختصری به معیار رقابت کامل بپردازیم که رفاه اقتصادی با آن به حداکثر می‌رسد. فقط وقتی بازارها در حالت رقابت کامل باشند اطلاعات کامل در دسترس همه عوامل اقتصادی قرار گرفته و هزینه‌های مبادله به صفر می‌رسد. دخالت حکومت در این وضعیت آرمانی، بدون تردید به کاهش کارایی منجر می‌شود. با این حال چنین بازاری به‌ندرت در دنیای واقع وجود دارد و چون دست‌وپای افراد

1. World Heritage Convention

تا حدی به دلیل عقلانیت محدود بسته شده و ایشان باید فرصت‌طلبی‌های احتمالی را نیز مدنظر قرار دهند. مبادلات در دنیای واقع با هزینه همراه است و جامعه در نهایت با زیان دائمی روبه‌روست. پس حالا موضوع بحث آن است که چگونه می‌توان رفاه اقتصادی را - با توجه به این محدودیت‌ها - به حداکثر رسانید.

عوامل خصوصی برای آنکه رفاه عوامل خود را با توجه به هزینه‌های مبادله افزایش دهند، از میان ساختارهای مختلف سازمان‌دهی - یعنی بازار، پیوندی و بنگاه - ساختار حداکثرکننده رفاه (حداقل‌کننده هزینه مبادله) را انتخاب می‌کنند. این انتخاب متأثر از شدت مخاطرات قراردادهاست که به‌نوبه خود به میزان تعیین‌داری، حسن شهرت طرف‌های مبادله، دفعات مبادله طرفین با یکدیگر، ماهیت نااطمینانی‌های نهفته در مبادله، و به میزان حفاظت از حقوق مالکیت در قانون قراردادهای بستگی دارد.

قبلاً دیدیم وقتی هزینه‌های مبادله برای رفع مشکلات منفرد خیلی زیاد باشد شاید مداخله دولت ضروری شود. چنین مداخله‌ای در بهترین حالت باید شامل انتخاب ابزارهایی باشد که بازهم هزینه مبادله را به حداقل برسانند. به این ترتیب، آیا اقتصاد هزینه مبادله مداخله صحیح را از راه نظارت می‌داند یا از راه شرکت‌های دولتی؟ ویلیامسون در این باره نقل قول معروفی دارد که شرکت دولتی را یک «اداره دولتی»^۱ می‌خواند: «اداره دولتی را در این طرز تلقی از امور می‌توان به‌مثابه آخرین راه چاره محسوب کرد: بازارهای تک‌دفعه‌ای را آزمایش کنید، به قراردادهای بلندمدت ناقص متوسل شوید، نظارت را نیز آزمایش کنید، و فقط وقتی به ادارات دولتی متوسل شوید که همه راه‌های دیگر (در مقایسه با این) به شکست ختم شده باشد» (Williamson, 2000: 603).

ویلیامسون اصطلاح «معیار علاج‌پذیری»^۲ را برای مداخله دولت ارائه کرد (Williamson, 1999: 316): اگر هیچ گزینه عملی دیگری برای ساختار سازمان‌دهی انتخاب شده وجود نداشته باشد که منفعت محض در آن باشد، در آن صورت ساختار مذکور «کارآمد» فرض می‌شود. چنین معیاری را می‌توان درباره نظارت حکومت یا شرکت‌های دولتی نیز صادق دانست.

1. Public Bureau
2. Remediableness Criterion

سه نوع هزینه‌های مبادله را می‌توان از هم تمییز داد: هزینه‌های مبادله بازار؛ هزینه‌های مبادله مدیریتی و هزینه‌های مبادله سیاسی. دو تای اول به ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی مربوط است در صورتی که سومی به ساختارهای سازمان‌دهی عمومی مرتبط است. برای تشخیص برتری (کمتر بودن ناکارآمدی) یکی از آن ساختارها باید هر دو دسته هزینه‌های مبادله بازار و مدیریتی را با هزینه‌های مبادله سیاسی مقایسه کنیم.

درباره موارد ضعف نظم عمومی در مقایسه با نظم خصوصی، اتفاق نظر وجود دارد که به تفصیل در فصل نهم بررسی خواهیم کرد اما چند برتری مهم نیز در مداخله حکومت نهفته است که قبلاً به آن اشاره شد. جدول ۸-۱ طرحی را دربردارد که در آن میزان مداخله عمومی به شکل صعودی تنظیم شده است. این طرح را با توجه به روشنگری‌های اقتصاد هزینه مبادله شرح می‌دهیم:

جدول ۸-۱ مداخله حکومت با سیر صعودی

۱. قوانین جهت‌دهنده در زمینه افشای اطلاعات،
۲. انگیزه‌های پولی،
۳. قوانین محدودکننده در زمینه کمیت و کیفیت،
۴. ملاحظات (اصول راهنمای) سخت‌گیرانه در حوزه انحصارهای قانونی،
۵. نظارت کامل دولت به دلیل انحصارهای دولتی (شرکت‌های دولتی).

۱. قوانین جهت‌دهنده در زمینه افشای اطلاعات، خفیف‌ترین شکل مداخله حکومت است. این قوانین مشخص می‌کند چقدر اطلاعات باید در اختیار [ناظران] قرار گیرد تا طرف‌های بالقوه مبادله بهتر بدانند به چه رابطه‌ای اقدام می‌کنند. پس این قواعد موجب تسهیل در مبادلات می‌شوند در حالی که عوامل خصوصی کماکان استقلال عمل خود در تصمیم‌گیری چگونگی مبادله (و زمان و طرف مقابل مبادله) را حفظ می‌کنند.

۲. انگیزه‌های پولی (مادی) از راه مالیات‌ها، یارانه‌ها و قیمت‌های سقف یا کف، یک مرحله فراتر رفته، تصمیمات مستقل عوامل خصوصی را در جهت مشخص هدایت می‌کنند. به این ترتیب عوامل هنوز هم آزادند که نحوه مبادله خود را انتخاب کنند ولی به دلیل مثلاً مالیات‌ستانی یا اختصاص یارانه‌ها، اقداماتی متفاوت با حالت عدم مداخله

مالی دولت انجام می‌دهند. به این ترتیب آن عوامل (به دلیل مالیات‌ها) به تولید یا مصرف کمتر روی آورده و به دلیل یارانه‌ها تولید یا مصرف خود را افزایش می‌دهند.

۳. میزان آزادی عمل عوامل خصوصی حتی یک مرحله دیگر - با قوانین محدودکننده کیفیت و کمیت - بازهم کاهش می‌یابد. این انواع قوانین موجب محدود شدن انتخاب‌های عوامل می‌شود. مثلاً بنگاه‌ها برای ارائه کیفیت مطلوب، اگر بخواهند جواز دریافت کنند، فقط مجاز به عرضه کالاها یا خدمات خاصی هستند و آن جواز را پس از اثبات مهارت‌های تخصصی دریافت می‌کنند. در دیگر موارد بنگاه‌ها فقط مجازند مقدار حداکثر مشخصی را از محصول به بازار بفرستند تا از اتمام منابع یا آلاینده‌گی زیاد جلوگیری شود.

۴. در مرحله بعد با الزامات سخت‌گیرانه درباره انحصارهای قانونی، بنگاه‌ها حتی آزاد نیستند محصول یا قیمت تولیدی خود را انتخاب کنند و در عین حال ملاحظات سخت‌گیرانه‌ای درباره کیفیت اعمال می‌شود. در مورد یک انحصار قانونی، بخش بزرگی از استقلال عمل هر بنگاه به دلیل جهت‌دهی‌های دولتی در مورد تنظیم قیمت، کیفیت و کمیت (به منظور پیشگیری از سوءاستفاده از قدرت بازار) از دست می‌رود.

۵. وقتی حکومت احاطه کامل بر اوضاع را از راه شرکت‌های دولتی در دست می‌گیرد، در واقع تولید را در قبضه خود گرفته است. در این حالت حکومت از لحاظ تصمیم «تولید یا خرید»، تولید را انتخاب کرده است. در رویکرد اقتصاد هزینه مبادله، حکومت ترجیحاً می‌خواهد تولید را در صورت امکان به بازار واگذار کند زیرا این کار انگیزه‌های بهتری برای عوامل اقتصادی فراهم می‌کند. اما گاهی عرضه برخی کالاها توسط بازار با خسارت‌های رفاهی هنگفتی همراه است که در کل باعث می‌شود هزینه‌های مداخله حکومت - به شکل انحصارهای عمومی - کمتر از هزینه‌های کاهش رفاه عملکرد بازار باشد.

رویکرد ایستا خود را در چارچوب ارزیابی اقداماتی محدود می‌کند که یک حکومت باید در وضعیت نهادی از قبل معلوم انجام دهد و عوامل در آن - طبق انتظار - بهترین ساختار سازمان‌دهی را انتخاب خواهند کرد.

مفهوم دولت نظارتی را به یاد بیاورید که در مقدمه بخش چهارم به آن اشاره کردیم. در این رویکرد درباره نقش دولت، نه تنها استقرار قواعد بازی بلکه مداخله

«به روش واکنشی» نیز (در صورتی که رفاه اقتصادی در معرض خطر باشد) برعهده دولت است. نهادگرایانی که کارکرد جامعه‌ای را از منظر پویا بررسی می‌کنند، بیشتر به مفهوم دولت توسعه‌ای می‌پردازند. از چنین منظری دولت باید به «روش فعالانه» عمل کند تا عوامل را برای دستیابی به توسعه مطلوب اقتصادی هدایت کند. این موضوع را در بخش بعدی بررسی می‌کنیم.

۸-۲ رویکرد پویا به مداخله دولت

تا به اینجا در این فصل درباره نقش حکومت در محیط ایستا پرداخته‌ایم: با فرض مشخص بودن فناوری و نظام ارزشی، نقش مناسب حکومت کدام است؟ در این قسمت به نقش حکومت - به مثابه عاملی که با هدف ایجاد نتیجه‌ای مشخص در فرایند اقتصادی به مداخله می‌پردازد - خواهیم پرداخت.

حکومت را به‌عنوان یک برنامه‌ریز فعال در نظر می‌گیریم. در فصول دوم و چهارم درباره نظام‌های اقتصادی مختلف صحبت شد و گفتیم که حکومت‌ها چگونه در نظام آنگلساکسون - در قیاس با مثلاً نظام آسیایی - نقشی متفاوت ایفا می‌کنند. در ادامه به موضوع برنامه‌ریزی در یک نظام اقتصادی بازار می‌پردازیم: نظام به‌اصطلاح برنامه‌ریزی رهنما.^۱

در نظام برنامه‌ریزی رهنما، حکومت توسعه اقتصادی را در جهت اهداف خود - طبق برنامه - هدایت می‌کند. در نوع آرمانی برنامه‌ریزی رهنما، اهداف در مراتب مختلف تدوین و معلوم شده‌اند:

- در مرتبه کلان، اهداف با توجه به مباحثی مانند رشد درآمد ملی، نرخ تورم و درصد رشد اشتغال تدوین می‌شوند؛ و

- در مرتبه میانی صنایع،^۲ و مرتبه خرد بنگاه‌ها، برنامه‌ها به‌منظور تحقق اهداف کلان طراحی می‌شوند: تفکیک یا خرد کردن اهداف کلان به بخش‌هایی مانند ملاحظات رشد سرمایه‌گذاری در بخش‌های خاص نظام اقتصادی، اثرگذاری بر واردات مواد خاص، کیفیت نیروی کار و

1. Indicative Planning
2. Meso Level of Industries

در ادامه ابتدا محتوای یک برنامه را در نظام اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز - مانند شوروی سابق - بررسی کرده و به برنامه‌های رهنمای موجود در نظام‌های اقتصاد بازار نیز اشاره می‌کنیم. تفاوت‌ها و موارد تکمیل‌کننده آن دو نظام می‌تواند ما را در شناخت ماهیت برنامه‌ریزی در نظام اقتصاد بازار کمک کند. موضوع مهم در «برنامه‌ریزی در یک نظام اقتصاد بازار»، هدایت رفتار عوامل اقتصادی در مرتبه کلان است. یکی از مشخصات بنیادی نظام اقتصاد بازار، استقلال عمل تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان است.

اقتدار کارآفرینان برای تصمیم‌گیری درباره نوآوری‌ها، سرمایه‌گذاری در مجتمع‌های صنعتی و ورود به بازار، هسته اصلی موفقیت در یک نظام اقتصاد بازار است. به این ترتیب، اقتدار مصرف‌کننده در «آشکار کردن ترجیحات خود» به شکل کاملاً آزادانه نیز از برتری‌های دیگر در نظام اقتصاد بازار است. فقط وقتی حرمت این دو اقتدار به رسمیت شناخته شود، فرایند رقابتی به عرضه کالاها و خدمات در بازاری منجر می‌شود که مصرف‌کنندگان آن را می‌پسندند و حداقل قیمت‌های ممکن در آن ارائه می‌شود.

حال به واکاوی روش‌های مختلفی می‌پردازیم که حکومت‌ها می‌توانند رفتار خود را در یک نظام اقتصاد بازار هدایت کنند و در نهایت به سیاست افزایش رقابت‌مندی یک کشور از راه به‌کارگیری نهادهای برتری خواهیم پرداخت که علاوه بر ایجاد انگیزه در سرمایه‌گذاران خارجی و کارگران، محصولات داخلی را نیز در خارج مرزها جذاب‌تر می‌کنند.

۱-۲-۸ برنامه‌ریزی متمرکز و رهنما

لازم است شناخت مناسبی از مشخصات یک نظام اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز به دست آوریم زیرا انگیزه سازمان‌دهی نظام اقتصادی به روش متمرکز و دشواری‌های آن، شباهت زیادی به برنامه‌ریزی رهنما در نظام‌های اقتصاد بازار دارد. در اواسط قرن بیستم، نظام اقتصادی در اکثر کشورهای اروپای شرقی از نوع برنامه‌ریزی متمرکز بود.

چین نیز تا حد زیادی یکی از مصادیق یک نظام اقتصادی بوده و هست که در آن حکومت در توسعه اقتصادی نقش اصلی را ایفا می‌کند. همچنین بحث‌های ایالات متحده و برخی اعضای اتحادیه اروپایی پس از بحران مالی ۲۰۰۸-۲۰۰۹ نشان می‌دهد که شناخت صحیح از سازوکارهای نظام‌های اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز، چقدر مهم

است. وقتی حکومت‌ها در اروپا و ایالات متحده به ملی‌سازی بانک‌های بزرگ و حمایت از شرکت‌های چندملیتی بزرگ می‌پردازند (کادر ۵-۸)، به ذهن انسان خطور می‌کند که حکومت‌ها تا چه حد قادرند نظام اقتصادی کشور خود را هدایت کنند. دشواری‌های این روش هنگامی آشکار می‌شود که به تجربه حکومت‌ها، بنگاه‌ها و مصرف‌کننده‌ها در نظام‌های اقتصادی با برنامه‌ریزی متمرکز دقت کنیم.

۸-۲-۱-۱ ابتدا سیاست

نظام‌های اقتصاد بازار در قرن هجدهم وضعیت ناگواری در بخش‌های بزرگی از جامعه به وجود آوردند: دستمزدهایی در حد زنده ماندن، کار کودکان و وضعیت بسیار نامطلوب شغلی از لحاظ ایمنی و بهداشت محیط کار. آن بازار برای گروهی از نورچشمی‌ها به خوبی عمل می‌کرد ولی برای اکثریت مردم اصلاً خوب نبود. در آن دوران بسیاری از سیاست‌مداران، بدبختی‌ها را ناشی از «دست نامرئی» می‌دانستند و خواستار یک «دست مرئی» بودند که حکومت آن را اداره کند. در یک نظام اقتصادی با برنامه‌ریزی متمرکز، سیاست بر اقتصاد مقدم است: نظام سیاسی درباره اهداف اقتصادی تصمیم می‌گیرد و نظام اقتصادی به گونه‌ای سازمان‌دهی می‌شود که تصمیم‌های صنعت و مرتبه اقتصادی خرد، دقیقاً با اهداف سیاسی منطبق گردد.

۸-۲-۱-۲ برنامه‌های اقتصادی متمرکز

بد نیست اندکی واقعیت‌های تاریخی نظام‌های اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز را بررسی کنیم. اهداف اجتماعی در آن نظام‌ها در طرحی گنجانده می‌شد که روابط بین همه بخش‌های نظام اقتصادی را مشخص می‌کرد. در شوروی سابق، اداره برنامه‌ریزی مرکزی^۱ به‌مثابه نهاد مسئول طراح برنامه‌هایی بود که معمولاً برای دوره‌های پنج‌ساله تنظیم می‌شدند. وقتی اهداف وضع می‌شدند نهاد برنامه‌ریز به محاسبه ملاحظات هر بخش از نظام اقتصادی می‌پرداخت. مثلاً وقتی قرار می‌شد نرخ رشد درآمد ملی ۵ درصد باشد، لازم بود ملاحظات آن در بخش فولاد، تولید کودهای شیمیایی، بخش مواد شیمیایی و ...

1. Central Planning Bureau (Gosplan)

در نظر گرفته شود. گام بعدی در فرایند برنامه‌ریزی به پیوندهای بین این بخش‌ها و تنظیم دقیق آنها مربوط می‌شد. اداره برنامه‌ریزی مرکزی برای چنان کاری از جدول‌های داده - ستانده استفاده می‌کرد که در آن جدول پیوندهای بین بخش‌ها نشان داده شده و نتایج کلی آن برنامه در زمینه سرمایه‌گذاری، تقاضای نیروی کار و واردات نیز محاسبه می‌شد (جدول ۲-۸).

جدول ۲-۸ جدول داده - ستانده یک برنامه متمرکز

تولید کل	تقاضای نهایی	نهادهای حمل‌ونقل	نهادهای تولید صنعتی	نهادهای کشاورزی	فعالیت‌های اقتصادی
۹۰	۶۸	۲	۱۵	۵	کشاورزی
۸۰	۴۰	۱۰	۲۰	۱۰	تولید صنعتی
۳۰	۰	۵	۱۵	۱۰	حمل‌ونقل
۳۰	۱۰	۵	۱۰	۵	خدمات

آخرین گام در دستورالعمل برنامه‌ریزی، انتقال اهداف ستانده در مقیاس بخش‌ها به دستورات (برنامه‌های) بنگاه‌های منفرد بود. هر واحد تولیدی در هر نظام اقتصادی دستوری از اداره برنامه‌ریزی مرکزی دریافت می‌کرد که میزان تولید در هر دوره زمانی و محل تحویل محصول را مشخص می‌کرد. بنگاه‌ها در این نظام اقتصادی با برنامه‌ریزی متمرکز، نهادهای کارآفرینانه‌ای نبودند که به کشف محصولات جدید یا روش‌های جدید تولید بپردازند. آنها فقط مجری دستورات محاسبه شده اداره برنامه‌ریزی بودند.

۳-۱-۲-۸ مشکلات نظام‌های اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز

چه چیز در نظام‌های اقتصادی برنامه‌ریزی شده غلط بود؟ چرا کشورهای اروپای شرقی نتوانستند مقادیر تولید خود را به حد نظام‌های اقتصاد بازار (غربی) برسانند؟ چرا کارایی بنگاه‌های آن کشورها و رضایت مصرف‌کنندگان آنها کمتر بود؟ نشان خواهیم داد که ریشه آن مشکلات در اطلاعات، انگیزش و سازوکارهای هماهنگ‌کننده در آن نظام بود. آن مشکلات برای بحث ما بسیار اهمیت دارند؛ زیرا معضلات اطلاعات، هماهنگی و

انگیزش، امروزه در مباحث آزادسازی، خصوصی‌سازی و کاهش مقررات در بازارها اهمیت یافته و ارزش آنها در بحث نقش رو به رشد حکومت - به‌ویژه در بخش مالی نظام اقتصادی - افزایش یافته است.

بحث‌های قبلی درباره روابط کارفرما - کارگزار را به یاد بیاورید. وقتی اهداف دو طرف مبادله باهم فرق داشته و بین ایشان تقارن اطلاعات وجود نداشته باشد، نظریه کارفرما - کارگزار پیش‌بینی می‌کند که مشکل هماهنگی پدید خواهد آمد. اقدام کارگزار باید توسل به نهادهای متنوع‌تر از قبیل قراردادهای سازوکارهای نظارتی (فصل سوم) با اهداف کارفرما هماهنگ شود. معضلات یک نظام اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز را می‌توان با به‌کارگیری ابزارهای نظریه کارفرما - کارگزار تحلیل کرد: رابطه بین اداره برنامه‌ریزی مرکزی و بنگاه‌ها آشکارا رابطه‌ای است که اهداف عوامل اقتصادی در آن باهم فرق داشته و کارگزاران از کارفرمایان اطلاعات بیشتری دارند.

وقتی اداره برنامه‌ریزی مرکزی به تعیین اهداف تولید - مثلاً در صنعت فولاد - پرداخت، و آن اداره خواست که اهداف بنگاه‌های منفرد را در آن بخش تنظیم کند، باید تهیه نهادهای کافی برای تولید (نیروی کار و سرمایه)، مواد خام (مثلاً سنگ آهن) و محصولات واسطه‌ای (مانند ماشین‌آلات) را نیز در نظر بگیرد. در غیر این صورت بنگاه‌ها نخواهند توانست به اهداف مورد نظر برسند. برای تخصیص کارآمد منابع در آن نظام برنامه‌ریزی، برنامه‌ریز مرکزی فقط می‌خواهد نهادهای کافی را اختصاص دهد تا بنگاه‌ها - در صورتی که تولید را به کارآمدترین شکل انجام دهند - به اهداف خود دست پیدا کنند. کارفرما برای ترغیب مدیران به تخصیص کارآمد منابع، در صورت تحقق اهداف با استفاده از نهادهای مشخص، به مدیران پاداش می‌دهد.

اما اداره برنامه‌ریزی مرکزی چگونه تابع تولید یک بنگاه را می‌شناسد؟ چگونه به کارآمدترین روش تولید واقف می‌شود؟ این اطلاعات مختص مدیران بنگاه‌هاست و کسب آگاهی درباره آنها برای برنامه‌ریز مرکزی بسیار دشوار است. معمولاً هر مدیر بنگاه، انگیزه‌هایی برای ارائه اطلاعات مخدوش به برنامه‌ریز مرکزی دارد: مثلاً او نهادهای بیش از مقدار لازم درخواست می‌کند، سپس به برنامه‌ریز می‌گوید که توانسته است با نهادهای کمتر، به تولید هدف دست پیدا کند. او به این ترتیب اهداف تولید را محقق کرده و پاداش می‌گیرد. همچنین آن مدیر فاقد انگیزه لازم برای استفاده کارآمد از آن

نهاده‌هاست زیرا عرضه در دوره بعد بر مبنای مصرف دوره قبل انجام می‌گیرد و او حتی تحریک می‌شود تا همه نهاده‌ها را مصرف کند زیرا در غیر آن صورت برنامه‌ریز مرکزی می‌فهمد که تولید را می‌توان با نهاده‌هایی کمتر از این نیز انجام داد. آن مدیر انگیزه‌ای برای نوآوری و سرمایه‌گذاری در محصولات و روش‌های جدید نیز ندارد زیرا همه تصمیم‌گیری‌های تولید و روش تولید در مرکز اتخاذ می‌شود.

در تاریخ نظام‌های اقتصادی با برنامه‌ریزی متمرکز، حکومت‌ها تلاش‌های فراوان برای اصلاح نظام اقتصادی انجام دادند تا سیاست‌مداران بتوانند سلطه خود را بر نظام اقتصادی حفظ کنند و در عین حال انگیزه افزایش کارایی در مدیران فراهم شود. آزمایش‌هایی در زمینه اعطای استقلال عمل بیشتر به مدیران - در سرمایه‌گذاری بخشی از امکانات در شرکت‌های شخصی ایشان - انجام شد. باین حال هروقت در مقیاس خرد به عوامل استقلال عمل داده شد، رفتار ایشان کمتر مهارپذیر و پیش‌بینی‌پذیر گردید. افزایش استقلال عمل در مرتبه خرد به معنای احاطه کمتر در تحقق اهداف برنامه است. اکثر معضلات نظارت بر بنگاه‌ها در نظام‌های اقتصاد بازار، به معضلات کارگزاری در نظام‌های برنامه‌ریزی متمرکز شبیه است. همچنین نظریه حقوق مالکیت (فصل سوم) را به یاد دارید که به قوت انگیزه‌های حقوق مالکیت اشاره می‌کرد. بنگاه‌های تحت برنامه‌ریزی متمرکز یا ملی شده، طبق پیش‌بینی نظریه حقوق مالکیت، ناکارآمدتر خواهند بود. در شرایط ثروت جمعی و مشترک، انگیزه‌های رفتار کارآمد کاهش می‌یابد.

۴-۱-۲-۸ دشواری‌های نظام‌های عریض و طویل و ساختارهای صنعتی پیچیده

در هر نظام اقتصادی بسته و ساده، اداره برنامه‌ریزی مرکزی قادر است با جدول‌های داده - ستانده محاسبه کند که برای تحقق اهداف کلان باید به هر بنگاه چه دستوراتی بدهد. باین حال وقتی نظام‌های اقتصادی به تدریج بزرگ و عریض و طویل می‌شوند، دیگر برنامه‌ریزی متمرکز نمی‌تواند واقع‌گرایانه باشد و آن را باید تعدیل کرد (همان کاری که در مناطق اقتصادی ویژه^۱ در چین انجام دادند). آن مناطق مثال‌هایی شگفت‌انگیزند زیرا نشان می‌دهند چگونه نواحی مجزا در یک نظام اقتصادی متمرکز می‌توانند تحت اداره

1. Special Economic Zones (SEZs)

یک نظام متفاوت و متمایل تر به بازار قرار گیرند. مناطق اقتصادی ویژه مانند شنژن، ژوهای، شانتو و ژیامن^۱ در سال ۱۹۸۰ به‌عنوان ناحیه‌هایی مشخص شدند که به تولید کالاهای صادراتی پرداخته و با سرمایه خارجی تغذیه می‌شوند. چون مناطق اقتصادی ویژه از برنامه‌ریزی ملی جدا هستند، قوانین کاملاً متفاوتی - نظیر مالکیت کامل برای سرمایه‌گذاران خارجی - در آنها حکم‌فرماست.

در ادامه خواهیم دید که کارایی نقش حکومت در یک نظام اقتصاد بازار نیز به‌شدت به عریض و طویل بودن و پیچیدگی نظام اقتصادی بستگی دارد. حال به بحث نقش برنامه‌ریزی در نظام اقتصاد بازار پرداخته، ابتدا ماهیت برنامه‌ریزی رهنما را بررسی می‌کنیم.

۵-۱-۲-۸ برنامه‌ریزی رهنما

در توصیف مشخصات نظام برنامه‌ریزی رهنما، نظام برنامه‌ریزی متمرکز را به‌مثابه یک معیار در نظر می‌گیریم. فرق اصلی آن دو نظام در میزان استقلال عمل تصمیم‌گیرندگان در مرتبه خرد است. در برنامه‌ریزی رهنما، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان منفرد درباره ضرورت‌های عرضه و تقاضای خود تصمیم می‌گیرند. بازاری که عوامل مستقل در آن فعالیت کنند، اصلاً متمرکز نیست. البته شباهت‌هایی نیز بین نظام اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز و رهنما وجود دارد.

در اوایل برنامه‌ریزی رهنما (در دهه ۱۹۶۰) کشورهایمانند فرانسه و ژاپن معتقد بودند که با هدف ایجاد برخی راهنماها^۲ (که مفهوم برنامه‌ریزی رهنما از آن ریشه گرفت)، نوعی فرایند تبادل اطلاعات بین همه عوامل در نظام اقتصادی طراحی شود و بنگاه‌ها را به‌سمت اهداف برنامه هدایت کند (Estrin and Holmes, 1983). آن راهنماها از راه یک فرایند مشاوره گسترده کشف می‌شدند که عوامل در بخش‌های مختلف نظام اقتصادی به تبادل اطلاعات درباره برنامه‌های خود در یک دوره مثلاً پنج‌ساله پرداخته، ضرورت‌های عرضه و تقاضا، سرمایه‌گذاری و ... را مطرح می‌کردند.

اداره برنامه‌ریزی پس از این مشورت، برنامه‌ها را مجتمع کرده و تصمیم می‌گرفت که اگر همه برنامه‌ها اجرا شود، آیا نظام اقتصادی به تعادل می‌رسد یا خیر. اگر چنین

1. Shenzhen, Zhuhai, Shantou and Xiamen

2. Indicators

نمی‌شد، اطلاعات دوباره به فرایند مشورت با تولیدکنندگان بازخورد می‌شدند. در این مرحله سؤالاتی از این قبیل مطرح می‌شد: «اگر بدانید که در آینده مازاد عرضه رخ خواهد داد، برنامه جدید سرمایه‌گذاری شما چه خواهد بود؟». پس از آنکه تعدیلات لازم در برنامه انجام شده و تعادل حاصل می‌شد، شرکت‌کنندگان در مشورت‌ها (تولیدکنندگان) به عقد قرارداد با اداره برنامه‌ریزی می‌پرداختند و در آن قراردادها موافقت می‌کردند که طبق آخرین دور تبادل اطلاعات رفتار کنند.

قراردادها در عمل ناقص خواهند بود و با افزایش گستردگی نظام اقتصادی و پیچیده‌تر شدن ساختارها، نقص آنها بیشتر هم می‌شود. با این حال حتی با وجود قراردادهای ناقص هم برنامه‌ریزی رهنما - که توصیف شد - می‌تواند به تعادل‌ها منجر شود. وقتی همه بنگاه‌ها رسیدن به تعادل‌های مندرج در برنامه را به نفع خود بدانند، می‌توان انتظار داشت که به شکل خودجوش مطابق با راهنمایی‌های برنامه عمل کنند. آخرین حالت ممکن در یک نظام برنامه‌ریزی رهنما حالتی است که حکومت زمام بخش‌ها یا فناوری‌های حساس را به دست می‌گیرد. در چنین حالتی بازار همچنان کار کرده و عوامل خصوصی نیز براساس منافع شخصی خود تصمیم می‌گیرند ولی بخش‌های اساسی نظام اقتصادی در سلطه حکومت قرار می‌گیرد. ممکن است با ملی کردن برخی بنگاه‌ها (مانند آنچه حکومت فرانسه در سال ۱۹۸۱ انجام داد)، قسمت‌های بزرگی از بخش صنعتی و مالی تحت اختیار حکومت درآید.

۶-۱-۲-۸ معضل هماهنگی

حال نگاهی دقیق‌تر به نوع اطلاعاتی می‌اندازیم که حکومت باید در برنامه رهنما تهیه کند. در یک نظام اقتصاد بازار - در وضعیت نااطمینانی در بازار و محیط کسب‌وکار - موضوع چگونگی تحقق تعادل‌های آینده، در اصل به هماهنگ کردن برنامه‌های بنگاه‌های منفردی مربوط می‌شود که مبتنی بر قیمت‌های انتظاری آینده است. مثلاً تولیدکننده خودروهای برقی، برنامه سرمایه‌گذاری امروز خود را بر مبنای قیمت انتظاری خودروهای برقی در یک دوره پنج‌ساله آینده تنظیم می‌کند. این برنامه‌ها چگونه می‌تواند در حال حاضر هماهنگ شود تا از رسیدن به تعادل در

آینده اطمینان حاصل شود؟ تمایز بین نااطمینانی در بازار و محیط کسب و کار مهم است زیرا ماهیت آنها باهم فرق می‌کند. در نااطمینانی بازار، موضوع به نحوه عملکرد فعالان بازار در وضعیت مختلف (و شروط) آینده مربوط می‌شود. این گونه اطلاعات به‌طور کلی در نظام اقتصادی وجود دارد. می‌توان فرض کرد که فعالان اقتصادی می‌دانند برای به حداکثر رساندن سود یا مطلوبیت خود در وضعیت مشخص آینده، چه باید کنند. چنین اطلاعاتی را می‌توان از هر مؤسسه یا نهاد مرکزی دریافت کرده و انباشت نمود به‌طوری که هماهنگ‌کننده بتواند امکان بروز تعادل‌ها را شناسایی کند.

اما نااطمینانی محیطی چیز دیگری است: هیچ‌کس در کل نظام اقتصادی، اطلاعاتی درباره آینده فناوری یا نحوه شکل‌گیری ترجیحات ندارد. بهترین کاری که می‌توان کرد، ساختن وضعیت ممکن در آینده و مجال دادن به بازار برای ایجاد تعادل است به‌نحوی که گویی این وضعیت‌های ممکن، عملاً محقق شده‌اند. این طرح برای «آینده‌های ممکن» به برنامه‌ریزی با صحنه‌پردازی^۱ معروف است یعنی حکومت‌ها و نیز شرکت‌های بزرگ چندملیتی، پس از مشورت با متخصصان درباره تحولات احتمالی ممکن در تعدادی از متغیرها (تغییرات آب‌وهوایی، قدرت سیاسی کشورها، فناوری‌های جدید انرژی و ...)، به صحنه‌پردازی اقدام می‌کنند. این تحولات متغیرها در قالب گروه‌بندی‌های منطقی (صحنه‌پردازی) درآمده، سپس حکومت یا مدیران آن بنگاه بزرگ، سیاست‌های خود را با فرض وقوع یکی از آن صحنه‌ها طراحی می‌کنند.

در حوزه اقتصاد، غالباً فرض می‌شود که سازوکار قیمت، اطلاعات صحیح را در وقت مناسب فراهم می‌کند ولی در فصل پنجم آموختیم که قائل شدن چنین نقشی برای نظام قیمت‌ها، دردسرساز است. موضوع مهم آن است که چنین فرضی به چگونگی کسب و تبادل اطلاعات و دانش لازم مربوط است: «به‌نظر می‌رسد مفهوم تعادل صرفاً آن است که پیش‌بینی اعضای مختلف یک جامعه، فقط به تعبیر خاصی صحیح است. آن پیش‌بینی صحیح است یعنی برنامه هر شخص بر مبنای انتظار وقوع اعمال ویژه توسط افراد دیگری قرار دارد که آن افراد دیگر قصد دارند انجام دهند؛ یعنی همه آن برنامه‌ها مبتنی بر انتظار وقوع همان مجموعه از رخداد‌های بیرونی هستند به‌نحوی که در اوضاع خاصی هیچ‌کس

دلیلی برای تغییر دادن برنامه‌های خود پیدا نمی‌کند (Hayek, 1937: 45). از گفته هایک می‌آموزیم که دو موضوع مشروط وجود دارد. اول اینکه لازم است عوامل اقتصادی درباره تحولات متغیرهای برون‌زا - از قبیل تغییر در ترجیحات مصرف‌کنندگان، فناوری‌ها و نهادهای سیاسی - انتظارات مشابه داشته باشند. دوم آنکه لازم است عوامل اقتصادی برای هر یک از حالات احتمالی در آینده، برنامه شخصی خود را تنظیم کنند. هایک تذکر می‌دهد که این برنامه‌ها باید باهم «سازگار» باشند تا تعادل شکل گیرد.

در الگوهای نظری تعادل عمومی (See for Example, Debreu, 1959) فرض می‌شود که بازارها نه تنها برای محصولات مصرف شده در حال حاضر، بلکه برای همه محصولات وجود دارند که قرار است در آینده مصرف شود: این بازارها همگی در تعادل هستند. بازاری که در آن قراردادهای تولید و مصرف آینده منعقد می‌شود، «بازار سلف» می‌نامند. قرارداد سلف برای تحویل دادن مقدار مشخصی از یک محصول در زمان مشخص در آینده است.

با این حال در عمل بازارهای سلف کفایت لازم را کسب نکرده و اطلاعات کافی از مجرای نظام قیمت‌ها برای آنها وجود ندارد. جبران کردن این کاستی‌ها دقیقاً موضوع برنامه‌ریزی رهنماست. برای واضح شدن نقش برنامه‌ریزی رهنما در زمینه مشکل اطلاعات و هماهنگی - که هایک مطرح کرده است - خود را در جایگاه بنگاهی قرار می‌دهیم که ناچار است برای آینده برنامه تهیه کند. منابع اطلاعاتی آن بنگاه کدام است و چگونه یک برنامه رهنما می‌تواند اطلاعات مرتبط را فراهم کند؟ سه مورد از منابع اطلاعاتی از این قرارند:

اول، تغییرات قیمت که نشان‌دهنده تغییر در کمیابی بوده و انگیزه‌ای برای تغییر رفتار عوامل - اعم از مصرف‌کننده و تولیدکننده - فراهم می‌کند. بازارهای سلف یک نوآوری نهادی مهم محسوب می‌شوند. در فصل پنجم گفته شد که بازارهای سلف موجب کاهش نااطمینانی بنگاه‌ها می‌شوند زیرا می‌توانند عقد قراردادهای قیمت‌ها و مقادیر تحویل شده در آینده را ممکن کنند. امروزه بازارهای سلف در بخش‌های مختلف نظام اقتصادی وجود داشته و نااطمینانی را کاهش می‌دهند.

دیگر منبع مهم اطلاعات برای عوامل اقتصادی، قابلیت خود ایشان در ایجاد

اطلاعات است. مثلاً می‌توان به تحقیقات بازار توسط بنگاه‌ها به‌منظور آشنایی با تقاضای بالقوه محصولات یا خدمات ایشان اشاره کرد. از تجربه خود می‌دانید که تهیه اطلاعات کاری هزینه‌ساز است. هزینه‌های جست‌وجو ممکن است چنان زیاد باشد که چاره‌ای جز تصمیم‌گیری بر مبنای اطلاعات ناچیز وجود نداشته باشد. نهادهایی برای رفع این کمبود اطلاعات وجود دارند که اطلاعات را برای عوامل خصوصی تهیه می‌کنند. بنگاه‌های مشاور، سازمان‌های تجاری و سازمان‌های مصرف‌کنندگان را می‌توان مصادیقی از انجمن‌های تهیه‌کننده این اطلاعات دانست. تبیین اقتصادی نهفته در وجود این عرضه‌کنندگان اطلاعات، به‌صرفه‌های به مقیاس مربوط است. بنگاه‌های مشاور یا انجمن‌های مصرف‌کنندگان به پایگاه‌های بزرگ داده‌ها دسترسی داشته و کارکنان مجربی دارند که به سرعت اطلاعات ویژه را به‌دست می‌آورند. مشاوران اطلاعات را به شکلی به‌صرفه‌تر از خود بنگاه‌ها به‌دست می‌آورند.

اما همه اطلاعات ضروری برای تصمیم‌گیری‌ها، از راه قیمت‌ها یا عوامل بازار مهیا نمی‌شود. اکثر مردم اطلاعات مهم خود را گاهی از مجرای روابط شبکه‌ای به‌دست می‌آورند. دلیل این امر چیزی نیست جز آنکه مردم با یکدیگر تعامل کرده و پس از آنکه با گذشت زمان روابطی مبتنی بر اعتماد شکل گرفت، آن اطلاعات به شکل «رایگان» دریافت می‌شود. چنین اطلاعاتی سومین منبع اطلاعات است.

با در نظر گرفتن این منابع اطلاعاتی شاید تعجب‌آور باشد که نقش حکومت به‌عنوان تهیه‌کننده یا منتشرکننده اطلاعات در یک برنامه رهنما چیست. حالا به کانون مفهوم برنامه‌ریزی رهنما نزدیک شده‌ایم: تهیه اطلاعاتی که برای طرف‌های بازار مفید باشد ولی در دسترس ایشان نباشد. در همین فصل به چند وضعیت اشاره کردیم که مداخله حکومت در آنها ممکن است به‌شدت شفافیت را افزایش دهد. حال به‌دلیل «کمبود تهیه اطلاعات» می‌پردازیم که به مشخصات غیرعادی اطلاعات - به‌مثابه یک کالای اقتصادی - مربوط است.

وضعیتی را در نظر بگیرید که در آن یک بنگاه مشاور، درخواست نسبتاً ویژه‌ای را از یک بنگاه غذایی - کشاورزی دریافت می‌کند که در زمینه سبزیجات جدید و دستکاری شده ژنتیکی تخصص دارد. آن درخواست به تهیه اطلاعات درباره پیشرفت‌های فناوری

(مرتبط با تغییر در ترجیحات کشورهای مختلف در مورد تولید و مصرف غذاهای دستکاری شده ژنتیکی) مربوط است. چنین درخواستی کاملاً ویژه است و بنگاه مشاور باید سرمایه‌گذاری‌های کاملاً ویژه‌ای انجام دهد تا بتواند تحقیق کرده و اطلاعات مطلوب را تهیه کند. از فصل سوم می‌دانید که در این وضعیت‌ها مذاکرات مربوط به قرارداد ممکن است خیلی پیچیده و بسیار پرهزینه باشد.

اغلب بسیار به‌سختی می‌توان در مورد انواع اطلاعات لازم و نیز قیمت مطلوب برای آن اطلاعات به توافق رسید زیرا با اطمینان نمی‌توان گفت که در هر مورد چه اطلاعاتی لازم است. این وضعیت به تناقض نمای اطلاعاتی آرو^۱ معروف است: مشتری فقط پس از دریافت اطلاعات می‌فهمد که آن اطلاعات برای او ارزشمند است و چه قیمتی حاضر است برای آن بپردازد، اما عرضه‌کننده باید پس از ارائه اطلاعات محتاط باشد زیرا ممکن است مشتری رفتار فرصت‌طلبانه از خود نشان دهد.

یک مشکل ویژه برای مصرف‌کننده اطلاعات آن است که مشتری وقتی اطلاعات را خریداری و مصرف کرد، ممکن است به فروش یا اشتراک آن اطلاعات با دیگران بپردازد. در چنین وضعیتی شاید عرضه‌کننده نخستین نتواند از سرمایه‌گذاری خود منتفع شود و اگر ایجاد تضمین‌های اطمینان‌بخش خیلی گران تمام شود او احتمالاً اصلاً در این کار سرمایه‌گذاری نخواهد کرد. یکی از تضمین‌های اطمینان‌بخش معروف، وارد کردن یک بند به قرارداد است که طبق آن مشتری نباید به فروش مجدد آن اطلاعات در بازار بپردازد.

در نهایت مشکل آثار بیرونی وجود دارد که ناشی از خصیصه کالاهای اطلاعاتی به‌عنوان کالاهای کاملاً عمومی است. وقتی بنگاهی اطلاعات را در بازار خریداری می‌کند یا خود به تولید آن می‌پردازد، ممکن است به‌آسانی با رفتار خود آن را برای دیگران افشا سازد. فرض کنید که آن بنگاه غذایی - کشاورزی به اطلاعاتی درباره فرصت‌های مصرف غذاهای دستکاری شده ژنتیکی در آینده - در کشورهای مختلف - دست یافته و پس از آن راهبرد خود را به سرمایه‌گذاری در آن کشورها و دست کشیدن از سرمایه‌گذاری در دیگر کشورها معطوف می‌کند. دیگران با نظارت بر رفتار و راهبردهای رقبا می‌توانند اطلاعات

رقبا را یاد بگیرند. پس این هم دلیلی دیگر برای کمبود تهیه اطلاعات در بازار است. می‌توان نتیجه‌گیری کرد که «بازار اطلاعات» لزوماً به‌خودی‌خود همه اطلاعات مورد استفاده طرف‌های بازار را تهیه نمی‌کند. در چنین اوضاعی حکومت باید وارد صحنه شده، اطلاعات کامل‌تر را در قالب یک برنامه رهنما در دسترس بنگاه‌ها قرار دهد. در چنین برنامه‌ای حکومت اطلاعات مربوط به متغیرهای کلان، پیشرفت‌ها در مرتبه میانی، فناوری‌ها و تحولات سیاسی جهانی را تهیه می‌کند که همه آنها شاخص‌ها یا راهنمایی مهم برای عوامل در مرتبه خرد هستند. حکومت برای تهیه اطلاعات واثق به روشی اثبات، در اداره برنامه‌ریزی یا یک نهاد آماری سرمایه‌گذاری می‌کند که در حوزه تهیه اطلاعات به شیوه پایدار و بلندمدت تخصص کسب کرده است. مثال‌هایی از این نهادها در مقیاس جهانی (نظیر بانک جهانی، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، صندوق بین‌المللی پول، سازمان بهداشت جهانی و ...)، در مقیاس منطقه‌ای (اتحادیه اروپایی، مثلاً یوروستت^۱)، و نیز در مقیاس ملی (مثلاً INSEE در فرانسه^۲) وجود دارد.

۷-۱-۲-۸ تثبیت‌شدگی برنامه‌ریزی رهنما

از بحث‌های قبلی معلوم می‌شود نظام‌های برنامه‌ریزی رهنما متنوع بوده، از برنامه‌های صرفاً تهیه اطلاعات تا راهبردهای مداخله‌گرایانه‌تر توسط دولت توسعه‌ای را دربرمی‌گیرد (در ادامه به این موضوع می‌پردازیم). نوع هر برنامه‌ریزی رهنما در نظام‌های مختلف اقتصاد بازار، تا حد زیادی به نوع نهادها (غیر)رسمی آن منطقه بستگی دارد. در نوع آنگلو ساکسونی از نظام‌های اجتماعی - اقتصادی، نوع برنامه رهنما با نظام‌های اروپایی غیرانگلستان و آسیایی فرق دارد.

در یک برنامه مداخله‌گرایانه‌تر، وزارتخانه‌ها و دیگر مؤسسات عمومی باید به‌خوبی با اطلاعات مجهز شده، به تخصص و اختیارات لازم برای ایفای نقش خود مجهز باشند. نه تنها دیگر عوامل در نظام اقتصادی باید به نقش هدایت‌کننده حکومت گردن نهند، بلکه کل فرهنگ هر مکان باید به‌گونه‌ای باشد که دیگر فعالان بتوانند راهبردهای خود را با برنامه‌های راهنمایی شده توسط حکومت همسو کنند. چنین وضعیتی دقیقاً در

1. Eurostat

2. French Institute National de La Statistique et des Etudes Economiques

کشورهایی مانند فرانسه، ژاپن، کره جنوبی، هنگ‌کنگ (قبل از آنکه بخشی از چین شود)، تایوان، سنگاپور و بخش‌هایی از چین امروز وجود دارد. در این کشورها نقش آغازکننده و مداخله‌گرانه حکومت در لایه‌های نهادهای (غیر)رسمی تثبیت شده است. قوانین و مقررات رسمی و نیز ساختار سازمان‌دهی «بنگاه‌ها» نیز با فرهنگ «دولت مقتدر» همسو بوده است.

در اکثر کشورها می‌توان توسعه‌ای را مشاهده کرد که در آن ماهیت برنامه‌ریزی رهنما به تدریج در جهت برنامه اطلاعاتی تغییر کرده، نهادهای حکومتی به تهیه پیش‌بینی‌ها یا تخمین‌های کلان اقتصادی پرداخته و موضوعات خاصی - به‌ویژه بعضی بخش‌ها و کشورها - بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند. این ارزیابی‌ها همسو با تغییر تدریجی نگرش به نقش دولت و مهم دانستن آن در نظام‌های اقتصاد بازار بوده است. از دهه ۱۹۸۰ به بعد، موج آزادسازی‌ها حکومت را بیشتر در نقش هدایت‌کننده - و نه حرکت‌دهنده - قرار داده است. قبل از بحران اقتصادی و مالی در سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹، عقاید بازار غالب بود. بعد تثبیت‌شدگی و تغییرات تدریجی با گذشت زمان در دوره‌های مختلف تاریخی نیز آشکارا در سیاست‌های صنعتی و فناورانه حکومت‌ها به چشم می‌خورد که حال به آن می‌پردازیم.

۲-۲-۸ سیاست‌های صنعتی و فناورانه

یکی از موارد مهم که باید در بحث سیاست‌های حکومت و نحوه افزایش کارایی حکومت در نظام اقتصادی به آن توجه کرد، تمایز بین نقش حکومت در زمینه توسعه دوره‌ای و توسعه ساختاری هر کشور است.

توسعه دوره‌ای به میزان فعالیت‌های اقتصادی در هر کشور مربوط می‌شود: تقاضای کل خانوارها، بنگاه‌ها و حکومت به‌علاوه صادرات. اگر تقاضای کل و صادرات، با عرضه (تولید ملی به‌علاوه واردات) در تعادل نباشد، تورم یا بیکاری اتفاق می‌افتد. در چنین وضعیتی، حکومت می‌تواند تصمیم به تحریک نظام اقتصادی از راه افزایش مخارج حکومتی یا کاهش مالیات‌ها بگیرد. حکومت‌ها در کشورهای نظام بازار، با این‌گونه ابزارهای سیاستی قادرند بی‌تعادلی را مثلاً با تقاضای تجهیزات نظامی، زیرساخت‌ها و خدمات

آموزشی یا سلامت برطرف کنند. حکومت با توسل به یارانه‌ها و مالیات‌ها می‌تواند بر میزان تقاضای دیگر عوامل - از قبیل خانوارها، بنگاه‌ها و مشتریان خارجی - اثر گذارد: این سیاست‌های دوره‌ای را باید از سیاست‌های ساختاری تمییز داد. سیاست‌های ساختاری به تلفیق فعالیت‌های اقتصادی مربوط می‌شود. ساختار یک نظام اقتصادی، متشکل از بخش‌های مختلفی مانند کشاورزی، معدن، صنعتی (فولاد، کشتی‌سازی) و خدماتی (بانکداری و بیمه) است. درون بخش‌ها زیربخش‌های بیشتری نیز وجود دارد مثلاً در بخش صنعتی بین زیربخش‌های شیمیایی، تولید کارخانه‌ای و ساخت‌وساز تفاوت قائل می‌شوند.

تغییر در ترکیب ساختار نظام اقتصادی، عمدتاً ناشی از (کاهش) سرمایه‌گذاری است. بنگاه‌ها در نظام‌های اقتصاد بازار به سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه می‌پردازند که به ساخت محصولات جدید منجر می‌شود. در ادامه به بررسی انواع مختلف سیاست‌های ساختاری حکومت‌ها در نظام‌های اقتصاد بازار می‌پردازیم که از مراحل چرخه عمر صنعتی پیروی می‌کند (این توصیف معادل با چرخه عمر محصول است که در شکل ۱-۶ نشان داده شده است). ابتدا سیاست فناوری را در مرحله معرفی بررسی می‌کنیم و بحث را با سیاست صنعتی - در مرحله رکود - خاتمه می‌دهیم.

۱-۲-۲-۸ مرحله معرفی: سیاست فناوری

سیاست فناوری به مرحله اول چرخه عمر محصول مربوط می‌شود که اختراعات در آن به نوآوری تبدیل می‌شوند. نوآوری‌ها ممکن است به محصولات، فرایندهای تولید، شکل‌های جدید سازمان‌دهی و بازارهای جدید مربوط باشند. در ادامه به نوآوری در محصولات جدید می‌پردازیم و بحث می‌کنیم که چه مشکلاتی در حوزه اطلاعات و هماهنگی بر سر راه بنگاه‌های نوآور وجود داشته، چگونه می‌توان آن مشکلات را به‌دست بنگاه‌ها حل کرد و حکومت چه نقشی در این میان دارد.

مشکلات موجود در مرحله معرفی، به چند موضوع ربط دارد که مهم‌تر از همه تأمین مالی سرمایه‌گذاری‌ها در تحقیق و توسعه، و دانش ناکافی است. وقتی بنگاه‌ها نتوانند به‌درستی این مشکلات را برطرف کنند در تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری نخواهند کرد، نوآوری رخ نخواهد داد و در نتیجه رقابت‌مندی نظام اقتصادی به خطر

می‌افتد. در این حالت حکومت مسئولیت دارد که با سیاست فناورانه به مداخله و حمایت از بنگاه‌ها بپردازد. بد نیست ابتدا مشکلات مالی را بررسی کنیم.

الف) تأمین مالی نوآوری‌ها

وقتی بنگاه‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند، چند منبع سرمایه‌گذاری در دسترس آنهاست:

- انتشار سهام در بازار سهام (و پرداخت سهم سود). وقتی هر بنگاه سهام خود را منتشر می‌کند، بابت آن از خریداران سهام پول دریافت کرده و در صورت سودآوری، سهم سود به ایشان پرداخت می‌کند؛
- انتشار اوراق قرضه در بازار اوراق بهادار (و پرداخت بهره بابت آن). وقتی یک بنگاه اوراق قرضه منتشر می‌کند، در ازای آن از خریداران اوراق قرضه پول دریافت کرده و نرخ بهره ثابتی - صرف‌نظر از سود و زیان خود - به ایشان می‌پردازد.
- قرض گرفتن از یک بانک (و پرداخت بهره)؛ یا
- اتکا به ذخایر درونی (تأمین مالی از راه سودهای گذشته).

سهام سود فقط وقتی به سهام بنگاه پرداخت می‌شود که بنگاه سود کرده باشد. در این حالت، برای شخص یا سازمانی که سرمایه را فراهم می‌کند، راه‌حل سهام - از دیگر گزینه‌های تهیه پول برای هر بنگاه - گزینه پرمخاطره‌تری است. چون سرمایه‌گذاری‌های تحقیق و توسعه، مخاطره‌آمیز بوده و نااطمینانی‌های بزرگی در آنها نهفته است، بانک‌ها و عوامل خصوصی معمولاً در ارائه سرمایه‌های مالی لازم به این بنگاه‌ها تردید می‌کنند. رابطه بین هر بنگاه و کمک‌کنندگان بالقوه مالی را می‌توان رابطه متداول از نوع کارفرما - کارگزار دانست که طرف‌های مبادله آن رابطه، هرکدام اهداف مختلف داشته و عدم تقارن اطلاعات بین ایشان وجود دارد. بنگاه تلاش می‌کند شرکای بالقوه مالی را از سودآوری نوآوری‌های خود متقاعد کند. با این حال به دلیل عدم تقارن اطلاعاتی، احتمال رفتار فرصت‌طلبانه وجود دارد. جالب است بدانیم که در طرف سرمایه‌گذاران، متخصصانی ظهور کرده‌اند که عدم تقارن اطلاعات را کاهش داده، سعی می‌کنند «برندگان» را انتخاب کنند. این متخصصان به «سرمایه‌گذاران مخاطره‌جو»^۱ معروف‌اند. آنان در بخش‌های خاص و انواع

ویژه‌ای از مخاطرات تخصص کسب کرده و مایل‌اند از مخاطره‌جویان تازه‌کار حمایت کنند. با این حال ایشان در ازای آن مخاطرات زیاد، قیمت‌های زیادی مطالبه می‌کنند. مبادلات سرمایه‌ای برای تأمین مالی نوآوری‌ها به شکل‌های مختلف پیش می‌آید. با این حال هزینه‌های تحقیق و توسعه ممکن است به گونه‌ای باشد که یک بنگاه نتواند سرمایه‌گذاری‌های کافی انجام دهد، یا یک تأمین‌کننده سرمایه از بیرون بنگاه، مخاطرات را تحمل نکند. در چنین مواردی عوامل خصوصی به جست‌وجوی راه‌حل در ساختارهای سازمان‌دهی پیوندی - از قبیل ائتلاف‌ها و هم‌پیمانی‌های راهبردی - می‌پردازند (فصل هفتم).

می‌توان تصور کرد که - به‌رغم راه‌حل‌های خصوصی - بازار هنوز هم به تأمین سرمایه کافی برای سرمایه‌گذاری‌های ضروری در تحقیق و توسعه قادر است. گاهی هزینه‌ها و مخاطرات این سرمایه‌گذاری‌ها خیلی زیاد است و شاید حکومت به میدان وارد شود. در آن صورت سیاست فناورانه حکومت مشتمل بر یک برنامه با اهداف منسجم در زمینه نوآوری در بخش‌های ویژه نظام اقتصادی و حوزه‌هایی مانند مخابرات، فناوری زیستی یا انرژی پایدار است. وقتی اهداف واضحی وضع شود، حکومت بنگاه‌ها را به مشارکت - از راه مالی، ظرفیت‌های انسانی، دانش و شبکه‌ها - دعوت می‌کند. لازم است که هر دو دسته عوامل خصوصی و عمومی برای ایجاد تعهد کافی به سرمایه‌گذاری بپردازند. مصادیق این موضوع عبارت‌اند از برنامه‌های فناوری اتحادیه اروپایی یا برنامه فضایی ایالات متحده که در نقش برنامه فناورانه دولت، راه را برای نوآوری بنگاه‌های خصوصی هموار کرد. حکومت همچنین می‌تواند سیاست فناوری خود را با یارانه دادن به مخارج تحقیق و توسعه - به شکل کلی - عملی کند؛ مثلاً به کارکنان شاغل در ادارات یا بنگاه‌های تحقیق و توسعه، یارانه دستمزدی دهد.

(ب) فقدان دانش تکمیلی کافی

بحث درباره مرحله معرفی چرخه صنعتی را با اشاره به مشکل دیگری به پایان می‌بریم که بنگاه‌ها با آن روبه‌رو هستند. برای نوآوری کردن معمولاً چه تلفیقی از فناوری‌ها و حوزه‌های مختلف دانش لازم است. استفاده از روبات‌ها در خودروسازی یک مثال خوب محسوب می‌شود. روبات‌ها ترکیبی از ابزارهای مکانیکی و الکترونیکی - یعنی دو حوزه مختلف - هستند که باید باهم تلفیق شوند تا نوآوری شکل گیرد. به عبارتی بنگاه‌ها

برای آنکه نوآور شوند، معمولاً به دانشی نیاز دارند که قبلاً نداشته‌اند و دسترسی به آن هزینه‌ساز بوده، در بازار وجود ندارد.

در فصل هفتم دیدید که چگونه انواع مختلف ساختارهای سازمان‌دهی پیوندی را می‌توان برای رفع معضلات دانش به کار گرفت (سرمایه‌گذاری مشترک بین بنگاه‌ها، ترکیب کردن انواع مختلف تخصص‌ها و در نتیجه ایجاد یک راه‌حل خصوصی برای معضل نوآوری). آیا حکومت نیز می‌تواند در این زمینه نقشی ایفا کند؟ در مراحل اولیه تحقیق بنیادی که اصلاً معلوم نیست نوآوری تجاری ممکن هست یا خیر، مؤسسات تحقیقات دولتی می‌توانند نقش اصلی را برعهده گیرند. حکومت هم در آغاز کردن تلفیق حوزه‌های تحقیقاتی و هم در انتشار دانش به‌مثابه کالایی می‌تواند حمایت‌های خطیری ارائه کند. غالباً در چارچوب برنامه‌های بزرگ فناورانه است که هر حکومت به تأمین مالی و سازمان‌دهی آن بخش از تحقیقات بنیادی - مشتمل بر حوزه‌های مختلف دانش - می‌پردازد.

۲-۲-۸ مراحل توسعه، پختگی و رکود: سیاست صنعتی

بازار پس از توفیق در مرحله معرفی، به مرحله توسعه می‌رسد: تقاضا زیاد می‌شود، بنگاه‌های بیشتری به بازار وارد می‌شود و هر بنگاه مطابق با نظر خود درباره آینده، به سرمایه‌گذاری در ظرفیت تولید می‌پردازد. در مرحله رشد محصول، بنگاه‌ها به یکدیگر نیاز ندارند و بدون شک به مداخله حکومت نیز نیازی نیست. وقتی بازار در حال توسعه بوده و در مورد افزایش سهم بازار نیز خوش‌بینی وجود دارد، بنگاه‌ها مشتاق می‌شوند سرمایه‌گذاری‌های بیشتری در واحدهای تولیدی بزرگ‌تر انجام دهند (صرفه‌های به مقیاس).

با این حال وقتی یک هماهنگ‌کننده مرکزی برای نظارت بر برنامه‌های سرمایه‌گذاری منفرد وجود نداشته باشد، هیچ‌یک از عوامل خصوصی نمی‌داند که میزان تقاضا و عرضه کل چقدر است و شاید آن بخش با اضافه ظرفیت تولید مواجه شود. سپس مراحل پختگی و رکود در چرخه عمر آن صنعت فرامی‌رسد که در آن بنگاه‌ها با رقابت شدید قیمتی روبه‌رو شده، آن فرایند اغلب به جنگ قیمتی ختم می‌شود. بنگاه‌ها معمولاً در ابتدا سعی می‌کنند سهم خود را از بازار با متمایزسازی محصول حفظ کنند ولی در هر حال ظرفیت تولید، گریزناپذیر است. به‌طور کلی فرایند کاهش ظرفیت تولید با فرایند تجمیع نسبت دارد. حکومت در این مرحله از چرخه عمر محصول می‌تواند با توسل به سیاست

صنعتی، مسئولیت «عقب‌نشینی منظم» را برعهده گیرد. سیاست صنعتی برخلاف سیاست فناوری - که به اصطلاح «صنایع رو به رشد» را مورد نظر قرار می‌دهد - به «صنایع رو به افول» توجه می‌کند.

ممکن است در صورتی که بین بنگاه‌های مستقل با اهداف مختلف هماهنگی نباشد، اما یک هدف مشترک در مقیاس کل صنعت وجود داشته باشد، سیاست صنعتی بتواند به راه‌حل‌های کارآمد برسد. اهداف فردی بنگاه‌ها عبارت‌اند از حفظ حداقل مشخصی از سهم بازار که متضمن بیرون راندن دیگران از بازار است. با این حال بهترین نتیجه در مقیاس کل یک صنعت، کاهش تدریجی اضافه ظرفیت تولید است. به این ترتیب ابتدا ناکارآمدترین ظرفیت‌ها حذف می‌شوند و بنگاه‌هایی که سود کافی کسب می‌کنند، قادر می‌شوند در حوزه‌ها و نوآوری‌های دیگر سرمایه‌گذاری کنند.

با این حال، محور اصلی مشکل در مرحله رکود، ناممکن بودن هماهنگی بین بنگاه‌های منفرد برای حصول نتیجه مطلوب در مقیاس کل یک صنعت است. بنگاه‌ها چگونه می‌توانند رفتار خود را به منظور کاستن از ظرفیت تولید، به شکل مطلوب هماهنگ کنند؟ توجه کنید که هر بنگاه منفرد از انگیزه رفتار فرصت‌طلبانه برخوردار بوده و دوست دارد از کاهش تولید دیگران منتفع گشته، تولید خود را کم نکند. راه‌حل این مشکل از نظر حکومت و مقام‌های مسئول رقابت، مجاز دانستن «کارتل‌های بحران»^۱ است. این کارتل‌ها ممکن است - با قیود ویژه‌ای - از قانون رقابت معاف باشند. اگر بنگاه‌ها توافق کنند که عقب‌نشینی منظم را از آن بخش سازمان‌دهی کرده، در عین حال امکان سرمایه‌گذاری را در رقابت‌مندی آینده نظام اقتصادی فراهم کنند، شاید حکومت به مدت مشخصی فعالیت آن کارتل‌ها را مجاز اعلام کند. در هر حال حکومت بر رفتار آن بنگاه‌ها نظارت خواهد کرد.

۳-۲-۸ رقابت‌مندی نهادی^۲

سیاست‌های فعالانه‌ای که ذکر شد، به تشویق شرکت‌ها و صنایع داخلی - و بی‌توجهی نسبی به رقابت‌مندی بین‌المللی آن بخش‌های صنعتی - مربوط است. البته حکومت با

1. Crisis Cartels
2. Institutional Competitiveness

پیگیری فعالانه سیاست‌های فناورانه و صنعتی به حمایت از بخش‌های داخلی می‌پردازد یعنی ممکن است به دلیل آن حمایت‌ها، بخش‌های مذکور نسبت به رقبای خارجی تقویت شوند. اما دولت‌ها با وضع قوانین کم‌ویش جذاب‌تر در کسب‌وکار، نیروی کار و سرمایه، باهم رقابت می‌کنند. حال به پدیده‌های رقابت نهادی می‌پردازیم که مشتمل بر ملاحظات مالی در نظام قانونگذاری و شرایط صدور مجوز کار - برای بنگاه‌ها و کارگران - نیز است (Kasper and Streit, 1999).

برخی کشورها مالیات بر درآمد و مالیات شرکتی سنگینی وضع می‌کنند و برخی دیگر خیر. در بعضی کشورها کارگران خارجی به مدت محدودی مجوز اقامت دریافت می‌کنند در حالی که بعضی دیگر، از آن کارگران به شدت استقبال می‌کنند. این تفاوت‌ها بین کشورها با گذشت زمان تغییر می‌کند و تغییرات آن به ضرورت جذب سرمایه و نیروی کار خارجی (عوامل جاذب)^۱ و میل به ترک یک کشور، مثلاً به دلیل اوضاع نامناسب اقتصادی یا سیاسی (عوامل دافع)^۲ بستگی دارد.

جدول ۳-۸ نرخ‌های مالیات شرکت‌ها (درصد) در ۳۰ کشور عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۸

رتبه در ۲۰۰۸	۲۰۰۸	۲۰۰۴	۲۰۰۰	۱۹۹۶	کشور
۱	۳۹/۵	۳۹/۵	۴۰/۹	۵۰	ژاپن
۲	۳۹/۳	۳۹/۳	۳۹/۳	۳۹/۵	ایالات متحده
۳	۳۴/۴	۳۵/۴	۳۷/۸	۳۶/۷	فرانسه
۴	۳۴	۳۴/۰	۴۰/۲	۴۰/۲	بلژیک
۵	۳۳/۵	۳۶/۱	۴۳/۶	۴۴/۶	کانادا
۶	۳۰/۴	۳۰/۴	۳۷/۵	n.a	لوکزامبورگ
۷	۳۰/۲	۳۸/۹	۵۲	۵۵/۹	آلمان
۸	۳۰	۳۰	۳۴	۳۶	استرالیا
۹	۳۰	۳۳	۳۳	۳۳	نیوزلند
۱۰	۳۰	۳۵	۳۵	۳۵	اسپانیا

1. Pull-factors
2. Push-factors

جدول ۳-۸ نرخ‌های مالیات شرکت‌ها (درصد) در ۳۰ کشور عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۸

رتبه در ۲۰۰۸	۲۰۰۸	۲۰۰۴	۲۰۰۰	۱۹۹۶	کشور
۱۱	۲۸	۳۳	۳۵	۳۴	مکزیک
۱۲	۲۸	۲۸	۲۸	۲۸	نروژ
۱۳	۲۸	۲۸	۲۸	۲۸	سوئد
۱۴	۲۸	۳۰	۳۰	۳۳	انگلستان
۱۵	۲۷/۵	۳۳	۳۷	۵۳/۲	ایتالیا
۱۶	۲۷/۵	۲۹/۷	۳۰/۸	n.a	کره
۱۷	۲۶/۵	۲۷/۵	۳۵/۲	۳۹/۶	پرتغال
۱۸	۲۶	۲۹	۲۹	۲۸	فنلاند
۱۹	۲۵/۵	۳۴/۵	۳۵	۳۵	هلند
۲۰	۲۵	۳۴	۳۴	۳۴	اتریش
۲۱	۲۵	۳۰	۳۲	۳۴	دانمارک
۲۲	۲۵	۳۵	۴۰	۳۵	یونان
۲۳	۲۱/۲	۲۴/۱	۲۴/۹	۲۸/۵	سوئیس
۲۴	۲۱	۲۸	۳۱	۳۹	جمهوری چک
۲۵	۲۰	۱۶	۱۸	۱۸	مجارستان
۲۶	۲۰	۳۳	۳۳	n.a	ترکیه
۲۷	۱۹	۱۹	۳۰	۴۰	لهستان
۲۸	۱۹	۱۹	۲۹	۴۰	جمهوری اسلواکی
۲۹	۱۵	۱۸	۳۰	n.a	ایسلند
۳۰	۱۲/۵	۱۲/۵	۲۴	۳۶	ایرلند
-	۲۶/۶	۲۹/۸	۳۳/۶	۳۵/۶	میانگین غیروزنی سازمان همکاری و توسعه اقتصادی

Source: OECD, 2009.

رقابت نهادی فقط بین کشورها وجود نداشته بلکه بین مناطق (نسبتاً) خودمختار هم دیده می‌شود که درون هر کشور هستند (مثلاً بین ایالت‌ها در آمریکا یا بین کانتون‌ها^۱)

1. Cantons

در سوئیس یا بین شهرهای مختلف). کشورها، استان‌ها، ایالت‌ها و شهرها با مناطق دیگر برای جذب شرکت‌های بزرگ و تبدیل شدن به محل استقرار دفاتر مرکزی آن شرکت‌ها و تأسیس شعبه آنها رقابت می‌کنند. دلیل اصلی این اقدامات، معمولاً به ایجاد اشتغال بیشتر در ناحیه مورد نظر مربوط می‌شود. به این ترتیب، افراد بیشتری به کار مشغول می‌شوند، درآمد مالیاتی افزایش می‌یابد و درعین حال افراد کمتری به مزایای تأمین اجتماعی نیاز پیدا می‌کنند. همچنین ایجاد کسب‌وکارهای بیشتر در یک ناحیه به معنای درآمدهای مالیاتی بیشتر از محل شرکت‌هاست.

بازهم آدام اسمیت بود که یکبار - بیش از ۲۰۰ سال قبل - درباره اهمیت درآمد مالیاتی در نگرش تطبیقی چنین نوشت: «مالک احشام یکی از شهروندان این دنیاست و لزوماً به یک کشور خاص وابسته نیست. او مختار است کشوری را ترک کند که به او ... مالیات‌های کمرشکن تحمیل می‌کند و به کشور دیگری برود تا کسب‌وکار خود را اداره کند یا بخت خود را آسان‌تر بیازماید. او با بردن احشام خود به جای دیگر، صنعت مورد فعالیت خود را در کشور نخستین پایان داده است. احشام موجب باروری زمین و اشتغال نیروی کار می‌شوند. مالیاتی که باعث فرار احشام از یک کشور شود، منبع درآمدهای حاکم و نیز جامعه را از بین خواهد برد. با رفتن احشام، سود آنها و نیز اجاره زمین و دستمزد کارگران، همگی کم‌وبیش از بین خواهد رفت (Smith, 1776: 800).

بنابراین از زمان‌های قدیم، وضع مقادیر مناسب مالیات‌ها یکی از جنبه‌های مهم در رقابت نهادی بوده است. کشورها برای کاستن از فرار سرمایه، در کنار دیگر عوامل، با توسل به یک نظام مناسب مالیات شرکت‌ها باهم رقابت می‌کنند. در جدول ۳-۸ به تحولات نرخ مالیات شرکت‌ها در ۳۰ کشور عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی در دوره ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۸ پرداخته‌ایم. کشورهایی مانند آلمان، ایرلند، جمهوری اسلواکی و ایتالیا به کاهش عمده در نرخ مالیات شرکت‌ها روی آورده‌اند، در حالی که دیگران از قبیل فرانسه، ایالات متحده و ژاپن (از سال ۲۰۰۰) نرخ‌های خود را تقریباً ثابت و بسیار زیاد نگه داشته‌اند. می‌توان دید که فاصله بین دو کشور در صدر جدول (ایالات متحده و ژاپن) و ایرلند که در انتهای جدول قرار دارد، بسیار زیاد است. تحقیقی که دوروکس و همکاران (Devereux et al., 2008) انجام دادند، نشان می‌دهد کشورها واقعاً بر سر

مالیات‌های شرکت‌ها باهم رقابت می‌کنند. در آن تحقیق مشخص شد که حدود ۱۰ درصد کاهش در نرخ مالیات شرکت‌ها می‌تواند نرخ سرمایه‌گذاری شرکت‌های چندملیتی آمریکایی را در یکی از کشورهای عضو اتحادیه اروپایی ۶۰ درصد زیاد کند!

۸-۳ ملاحظات پایانی

مشکلات پیچیده‌ای را که از لحاظ هماهنگ‌سازی رفتارهای منفرد - به‌منظور ایجاد کارایی - پدید می‌آیند، به بهترین نحو می‌توان توسط حکومت‌ها برطرف کرد. راه‌حل‌های خصوصی به‌ندرت برای رفع این مشکلات به‌کار می‌آید. مهم‌ترین مصادیق ایستای این راه‌حل‌ها توسط حکومت عبارت‌اند از تدارک کالاهای کاملاً عمومی، یافتن راه‌حل برای آثار بیرونی بفرنج، اجرای سیاست رقابت، اعمال نظارت‌های ویژه‌بخشی برای جلوگیری از قدرت بازار و نیز وضع قوانینی که مشکلات اطلاعاتی را در نظام اقتصادی حل کند. این راه‌حل‌ها همگی مصادیقی از نهادها هستند.

حکومت‌ها همچنین می‌توانند در آغاز کردن، هدایت و تقویت پویایی‌های نهادها نقش مهمی ایفا کنند. این موضوع آشکارا در نظام‌های اقتصادی با برنامه‌ریزی متمرکز دیده می‌شود که در آنها حکومت مسئول توسعه و کارکرد نظام اقتصادی است. اما نقش حکومت در نظام اقتصاد بازار ممکن است ماهیت آغاز کردن و تقویت کردن داشته باشد. حکومت‌ها می‌توانند سکان توسعه ساختار اقتصادی را در دست گیرند. برنامه‌ریزی رهنما، سیاست‌های صنعتی و فناورانه همگی مثال‌هایی از چگونگی اثربخشی حکومت در اجرای سیاست‌ها و طراحی نهادهایی برای حل کردن مشکل هماهنگی - از منظر پویا - هستند. بخش عمده اثربخشی این سیاست‌ها به تثبیت شدن ارزش‌های مکمل و به دستگاه‌های سیاسی و قضایی بستگی دارد. نقش مداخله‌گرانه حکومت را باید دیگر عوامل اقتصادی تقویت کند و نهادهای تخصصی حکومتی و کارکنان دولت نیز باید در این فرایند مشارکت کنند. فقط در این صورت است که می‌توان انتظار داشت نقش حکومت مؤثر واقع شود.

۸-۴ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر

۱. حکومت می‌تواند کدام نقش‌های مختلف را ایفا کند؟ پاسخ خود را بر مبنای هر دو رویکرد کارایی و منافع گروهی قرار دهید.

۲. به شکل III-۱ رجوع کرده، رابطه بین سه ساختار سازمان‌دهی خصوصی و میزان تعیین‌داری را نشان دهید.

الف) دو منحنی هزینه مبادله عمومی در این شکل را رسم کنید.

ب) دو منحنی را با توجه به تأثیر نظام قانون قراردادها، حقوق مالکیت، حسن شهرت و مخاطره شرح دهید.

۳. با توجه به آنکه هر ساختار سازمان‌دهی عمومی با هزینه‌های مبادله سیاسی روبه‌روست، توضیح دهید که چگونه ممکن است هزینه‌های مبادله این ساختارها را به کمتر از میزان ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی رساند.

۴. کدام انواع مشکلات اقتصادی را نمی‌توان با توسل به عوامل خصوصی رفع کرد؟ چرا؟ مثال‌هایی از تجربه زندگی شخصی خود (یا کشورتان) ارائه کنید.

۵. درباره تفاوت دولت نظارتی و توسعه‌ای بحث کنید. حکومت کشور خود را مصداق کدام‌یک از آن دو می‌دانید؟

۶. رابطه بین اقتصاد و سیاست را در نظام اقتصاد بازار و در نظام اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز شرح دهید.

۷. مشخصات بنگاه‌ها در یک نظام اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز چیست؟

۸. چرا نظام‌های اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز به شکست می‌انجامند؟

۹. نقش اداره برنامه‌ریزی را در یک نظام برنامه‌ریزی رهنما - در مقایسه با نظام برنامه‌ریزی متمرکز - چه می‌دانید؟

۱۰. نقش اطلاعات فراهم شده در یک برنامه رهنما چیست؟

۱۱. «رقابت نهادی» چیست؟ کشور (یا منطقه) شما چگونه به این امر می‌پردازد؟

پیوست‌ها

پیوست الف) تشریح هزینه‌های ثابت و بازده به مقیاس

فرض کنید که یک بنگاه (و نه لزوماً یک انحصارگر) هزینه‌های ثابتی را - در کنار هزینه‌های متغیر و نهایی - تحمل می‌کند به طوری که متوسط هزینه‌های کل با افزایش تولید کم می‌شود. سازوکار نهفته در این واقعیت چنین است که هزینه‌های متغیر با افزایش تولید زیاد می‌شوند و به همین ترتیب متوسط هزینه‌های متغیر نیز با افزایش تولید زیاد می‌شود. اما هزینه‌های ثابت - طبق تعریف - ربطی به میزان تولید ندارند و متوسط آنها همیشه با زیاد شدن تولید کم می‌شود. هر قدر واحدهای بیشتری از کالا تولید شود، هزینه‌های ثابت بیشتری را می‌توان بین این واحدهای تولید پخش کرد. چون متوسط هزینه کل برابر با مجموع متوسط هزینه‌های ثابت و هزینه‌های متغیر است، با افزایش تولید، متوسط هزینه کل - بسته به قوت افزایش هزینه‌های متغیر یا کاهش متوسط هزینه‌های ثابت - افزایش یا کاهش می‌یابد. به آسانی می‌توان فهمید که اگر هزینه‌های ثابت به اندازه کافی زیاد باشند، کاهش هزینه‌های متوسط ثابت، بیش از افزایش هزینه‌های متوسط متغیر خواهد بود.

حال فرض کنید بنگاهی - مثلاً به دلیل رقابت کامل - از قدرت بازار برخوردار نیست. قیمت محصول آن بنگاه با هزینه نهایی برابر خواهد بود. اما هزینه‌های نهایی در وضعیت کاهش هزینه‌های متوسط چگونه خواهد بود؟ برای یافتن پاسخ این سؤال ابتدا یک اصل کلی را درباره «نحوه تغییرات متوسط‌ها» بیان می‌کنیم.

فرض کنید که مثلاً در بازه ۰ تا ۱۰ واحد تولید، هزینه متوسط برابر با ۸ است. فقط در صورتی این متوسط زیاد خواهد شد که هزینه (نهایی) واحد بعدی بیش از ۸ باشد. همچنین اگر هزینه (نهایی) واحد بعدی کمتر از ۸ باشد، هزینه متوسط کم خواهد شد. به این ترتیب متوسط هزینه‌ها (در مقایسه با عدد متوسط فعلی) در صورتی کم می‌شود که واحد تولیدی بعدی هزینه (نهایی) کمتر از هزینه‌های متوسط ایجاد کند و هزینه‌های متوسط تا زمانی کم می‌شوند که هزینه‌های نهایی کمتر از هزینه‌های متوسط باشند.

۱. مثال

فرض کنید هزینه‌های متغیر ثابت بوده، هزینه تولید هر محصول ۱۰ است. پس هزینه

متغیر متوسط نیز ۱۰ است و مجموع هزینه‌های ثابت نیز برابر با ۱۰۰ است. بنگاه ۲۰ واحد تولید می‌کند، پس هزینه کل آن برابر با 20×10 (هزینه‌های متغیر) به علاوه ۱۰۰ (هزینه ثابت) یعنی در مجموع ۳۰۰ است. هزینه متوسط کل مساوی $15 = \frac{300}{20}$ است. این متوسط فقط وقتی کم می‌شود که واحد بعدی از محصول به هزینه‌ای کمتر از ۱۵ تولید شود که همین طور هم هست؛ زیرا هر واحد اضافی فقط ۱۰ واحد هزینه دارد. پس برای ۲۱ واحد از تولید، هزینه‌ها برابر با $310 = 100 + 10 \times 21$ است. متوسط هزینه‌ها نیز $\frac{310}{21}$ یعنی ۱۴.۷۶ خواهد بود.

نتیجه آشکار این محاسبه آن است که در صورت وجود هزینه‌های ثابت، هزینه متوسط کل فقط در صورتی زیاد می‌شود که هزینه‌های متغیر با افزایش تولید زیاد شوند و در این صورت بازده نزولی نسبت به عوامل متغیر تولید وجود دارد. فرض کنید هزینه‌های متغیر تولید را با $C(q)$ نشان می‌دهیم که معلوم می‌کند هزینه‌های متغیر تولید تابعی از میزان تولید هستند. هزینه‌های ثابت تولید نیز F است. پس کل هزینه‌ها $C(q) + F$ خواهد بود. متوسط هزینه‌های کل برابر با $[C(q) + F] / q = F / q + C(q) / q$ خواهد بود. افزایش تولید به معنای آن است که F / q کم می‌شود زیرا F ثابت است. پس متوسط هزینه کل فقط در صورتی زیاد می‌شود که سرعت افزایش $C(q) / q$ بیش از سرعت کاهش F / q باشد. اگر $C(q) / q$ ثابت باشد، طبق تعریف هزینه متوسط کل کم می‌شود. نمایش نموداری این موضوع را می‌توان در شکل ۱-۸ در پیوست ب مشاهده کرد.

۲. بازده به مقیاس

بازده صعودی به مقیاس، در بسیاری از موارد نتیجه تغییرات فنی و سازمانی است. شرکت‌های بزرگ قادرند از ماشین‌آلات سنگین استفاده کرده، نهاده‌های خود را به قیمت کمتر در مقادیر انبوه خریداری نموده، تقسیم کار را بهتر انجام دهند. تا وقتی این مزایا با افزایش مقیاس تولید برقرار باشد می‌گوییم که بازده صعودی به مقیاس وجود دارد. باین حال به‌طور کلی محدودیت‌هایی برای این بازده به مقیاس وجود دارد (که به

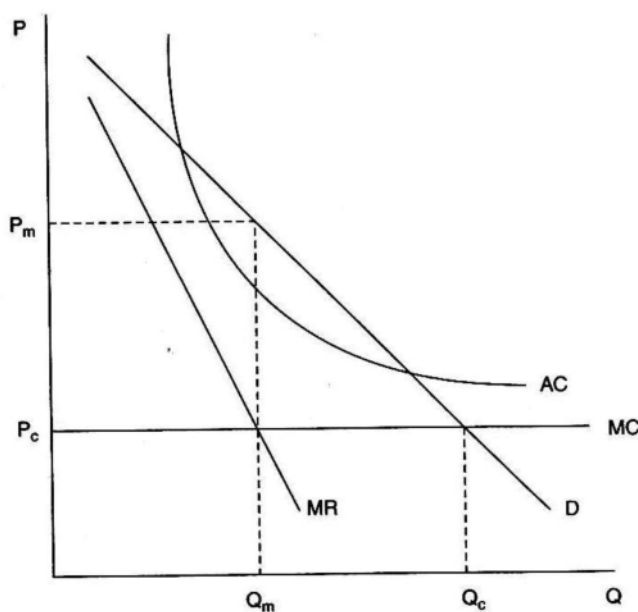
میزان تقاضا نیز وابسته است). اگر محدودیتی وجود نداشته باشد، در اصل یک کارخانه منفرد می‌تواند کل تقاضای دنیا را از آن محصول عرضه کند. پس برای هر کارخانه یک «اندازه بهینه» وجود دارد که به وضعیت فناوری و بازار - که حداقل مقیاس بهینه را تعیین می‌کنند - بستگی دارد. تولید به میزانی بیش از حداقل مقیاس بهینه، بازده صعودی به مقیاس را برآورده نساخته، بلکه بازده ثابت یا حتی نزولی به همراه دارد.

بازده صعودی به مقیاس در صنعت خودروسازی بسیار اهمیت دارد و نشان می‌دهد با گذشت زمان به دلیل ادغام شدن و ورشکستگی خودروسازان کوچک‌تر، تعداد خودروسازان کم شده است. در فرانسه دو شرکت خودروساز بزرگ یعنی پژو و رنو وجود دارد. آیا این دو شرکت می‌توانند با همین مقیاس تولید فعلی به تقاضای رو به رشد پاسخ دهند؟ یک مقاله تجربی (Truett and Truett, 2007) به محدودیت‌های بازده به مقیاس در این شرکت‌ها - در مقادیر تولید هنگامت - اشاره کرده، پیشنهاد می‌کند که آن دو شرکت قبلاً به حداقل مقیاس بهینه رسیده یا حتی از آن حد گذشته‌اند.

از منظر اقتصادی شاید بهتر باشد که بین مفهوم «بازده صعودی به مقیاس» و «صرفه‌های به مقیاس» تمییز قائل شویم. صرفه‌های به مقیاس شاید اصطلاح کلی‌تری باشد. همه مزایای افزایش مقیاس تولید که به کاهش هزینه‌های متوسط منجر می‌شوند، در حوزه «صرفه‌های به مقیاس» جای می‌گیرند. باین حال «صرفه‌های به مقیاس» فقط شامل مزایای «بازده صعودی» نبوده، بلکه مزایای دیگر (مالی) از قبیل توانایی تأمین مالی سرمایه‌گذاری‌ها به قیمتی ارزان‌تر یا جذب نهاده‌ها به قیمت کمتر را نیز دربرمی‌گیرد.

به تعبیر اقتصادی‌تر: بازده صعودی به مقیاس مزیتی است که با کار کردن در مقیاس بزرگ‌تر و با استفاده کارآمدتر از نهاده‌ها - به شرط ثابت بودن قیمت نهاده‌ها - حاصل می‌شود. صرفه‌های به مقیاس نیز مزایای بیشتری هستند که شاید با قابلیت پرداخت قیمت‌های کمتر برای نهاده‌ها - مثلاً امکان تخفیف گرفتن در خرید مقادیر زیاد نهاده‌ها - همراه باشد. تا وقتی بازده صعودی (در مقایسه با میزان تقاضای بازار) قابل تحقق باشد، اثر بازده صعودی نیز شبیه هزینه‌های ثابت است یعنی بهتر است به دلیل کارایی هزینه‌ای فقط یک بنگاه وجود داشته باشد.

پیوست ب) شرح نموداری دشواری‌های نظارت بر یک انحصار طبیعی
قبلاً گفتیم که یک انحصار طبیعی با کاهش مداوم هزینه‌های متوسط (AC) مشخص می‌شود. این موضوع در شکل ۸-۱ ترسیم شده است.

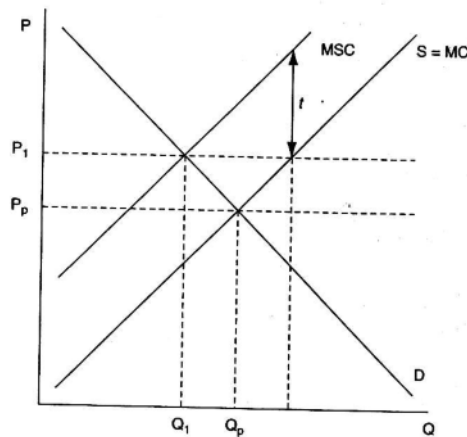


شکل ۸-۱ انحصار طبیعی

حال مشکل آن است که حکومت نمی‌تواند قیمتی برابر با هزینه‌های نهایی اعمال کند زیرا این کار به معنای قیمت P_c و مقدار Q_c است که به زیان دائمی تولیدکننده منجر می‌شود. دلیل این امر هم کمتر بودن قیمت نظارت شده از مقدار هزینه‌های متوسط است که درآمد بر واحد تولید را کمتر از هزینه‌های آن می‌کند.

پیوست ج) شرح نموداری مالیات اصلاحی در وضعیت یک اثر بیرونی نامطلوب

فرض کنید بازار یک محصول ویژه شیمیایی را بتوان با شکل ۲-۸ نشان داد. منحنی‌های عرضه و تقاضا (S و D) با خطوط مستقیم رسم شده‌اند. در تعادل بازار، مقدار Q_p به قیمت P_p در هر واحد به فروش می‌رسد. تولید آن محصول موجب آلودگی هوا می‌شود و هزینه‌هایی به مردم و محیط زیست تحمیل می‌کند. بازهم فرض کنید که به دلیل ساده شدن، هر واحد تولید شده توسط این صنعت باعث افزایش خسارت به مقدار ثابت به افراد و نیز محیط زیست می‌گردد. بنابراین می‌توان منحنی MSC (هزینه نهایی اجتماعی) را موازی با منحنی عرضه رسم کرد. منحنی هزینه نهایی اجتماعی نمایانگر جمع هزینه‌های نهایی تولید و هزینه‌های نهایی آلودگی هواست.



شکل ۲-۸ درونی‌سازی یک اثر بیرونی نامطلوب

در شکل اثر یک واحد مالیات زیست‌محیطی یعنی t را - که دقیقاً برابر با هزینه‌های نهایی آلودگی هواست - می‌توان مشاهده کرد. بنگاه‌ها به دلیل این مالیات با هزینه‌های اضافی روبه‌رو می‌شوند. منحنی عرضه اولیه یعنی S ، حداقل قیمتی را نشان می‌دهد که بنگاه‌ها مایل‌اند در هر میزان تولید - با توجه به هزینه‌های تولید - دریافت

کنند. مالیات بر واحد موجب افزایش این هزینه‌های تولید می‌شود به طوری که بنگاه‌ها می‌خواهند قیمت بیشتری بر واحد دریافت کنند. تولیدکنندگان برای متوازن کردن هزینه‌های نهایی زیاد شده با درآمد نهایی خود، میزان تولید کمتر و جدیدتری را برمی‌گزینند. این میزان جدید با Q_1 معلوم می‌شود که در آن رفاه اقتصادی به حداکثر می‌رسد. در علم اقتصاد این اثر مالیات‌های اصلاحی را «درونی‌سازی یک اثر بیرونی نامطلوب» می‌نامند.

فصل نهم شکست‌های حکومت

مقدمه

تقریباً هر جامعه‌ای به حکومتی نیاز دارد که قوانینی وضع کند و نظام اقتصادی در سایه آن قوانین شکوفا شود. به عبارتی دولت از مردم در برابر تهاجم کشورهای دیگر و جرائم حفاظت کرده، با پشتوانه یک نظام قضایی مطمئن به ضمانت اجرای حقوق مالکیت شفاف می‌پردازد، و یک نظام مالی اساسی ایجاد می‌کند تا مردم بتوانند با خیال آسوده مبادله کنند. در این «دولت نگهبان شب»^۱، مشکلات مرتبط با انواع نواقص بازار، محتمل هستند و آنها را می‌توان با ابزارهای نظم خصوصی برطرف کرد. در فصل پنجم نشان دادیم چند وضعیت دردسرساز باقی می‌ماند که فقط با نظم عمومی رفع‌شدنی است و به اثر مداخله دولت بر ارتقای رفاه تمرکز کردیم.

با این حال مداخله عمومی اغلب خود هزینه‌هایی دارد به طوری که شاید موجب بهبود رفاه نشود. در برخی مواقع این ناکارآمدی به شکل ناخواسته بروز می‌کند و حکومت واقعاً برای حفاظت از منافع عمومی تلاش کرده، اما ناکام می‌ماند. در اوضاع دیگر این ناکامی به دلیل رفتارهای حساب شده با هدف خدمت به منافع گروهی اقلیت از جمعیت رخ می‌دهد. در این فصل به بررسی ابعاد ناخوشایند مداخله حکومت می‌پردازیم که به شکل‌های مختلف موجب کاهش رفاه می‌شود؛ این شرایط را شکست حکومت^۲ می‌نامند.

در این فصل خواهیم دید که اداره یک حکومت - علاوه بر سایر موارد - مشتمل بر هزینه‌های نظارتی و هزینه‌های ضمانت اجرا توسط سرپرستی عمومی، هزینه‌های رعایت قانون توسط شهروندان و خسارت‌هایی است که به دلیل اقدامات کارکنان دولت و سیاستمداران؛ کسانی که لزوماً قصد ندارند رفاه را حداکثر کنند؛ به کارآمدی نظام

1. Night Watchman State

2. Government Failure

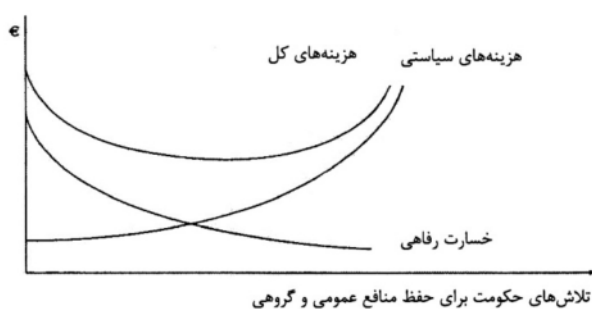
اقتصادی وارد می‌شود. به زبان اقتصاد نهادگرای متعارف می‌توان گفت مداخله حکومت همچنین باعث کاهش همه نوع هزینه‌های مبادله می‌شود.^۱

شکل ۱-۹ شرح می‌دهد که مداخله حکومت چگونه با هدف خدمت به منافع عمومی اجرا می‌شود یا چگونه ممکن است منافع ویژه ابتدا باعث کاهش هزینه‌های اجتماعی کل گردد ولی در مراحل بعدی آن هزینه‌ها را افزایش دهد. از یک لحاظ سیاست‌های حکومتی و تلاش‌های معطوف به حفظ منافع عمومی، در بهترین حالت معمولاً برای کل جامعه مفید است: نظارت و مداخله باعث کاهش خسارت‌های رفاهی شهروندان می‌شود که ناشی از کاستی‌های بازار است و در فصل قبل به آن اشاره کردیم. این وضعیت با شیب منفی منحنی «خسارت رفاهی» نشان داده شده است. از جنبه دیگر، این تلاش‌ها به انواع مختلف هزینه‌های مبادله سیاسی منجر می‌شود که با شیب مثبت منحنی «هزینه‌های سیاسی» نمایان می‌شود. منظور ما از این وضعیت - علاوه بر سایر موارد - مطلبی است که شرح می‌دهیم:

اجرای سیاست‌های دولتی مستلزم استقرار یک سرپرستی عمومی است که به انواع هزینه‌های اداره دستگاه‌های حکومتی - از دستمزد و حقوق کارکنان دولت گرفته تا هزینه‌های ساختمان‌سازی و مبادلات دولتی - منجر می‌شود. اجرای سیاست‌های تصویب شده در دولت موجب ایجاد هزینه‌های ضمانت اجرا و هزینه‌های نظارتی است. این هزینه‌ها عمدتاً از محل مالیات‌ها تأمین می‌شوند، پس هزینه‌های سرپرستی این مالیات‌ها به هزینه‌های سیاستی حکومت اضافه می‌شود. همچنین هزینه‌های رعایت قانون^۲ به شهروندان تحمیل می‌شود. این هزینه‌ها شامل مخارج تحمیل شده به افراد و بنگاه‌های خصوصی به دلیل اجبار به رعایت قوانینی است که حکومت وضع کرده است (مثلاً کارهای دفتری لازم برای تکمیل اظهارنامه مالیاتی یا درخواست یک مجوز). دقت

۱. اما می‌دانیم که برخی اقتصاددانان نهادگرا مانند نورث معتقدند که «در مبادله اقتصادی، قوانین حق ثبت اختراعات و قوانین اسرار تجاری وضع شده‌اند تا هزینه مبادلاتی را که به نظر می‌رسد مانع نوآوری و ابداع می‌شوند را افزایش دهند». از طرفی برخی نهادها ناکارا وضع می‌شوند تا در خدمت منافع گروه محدودی باشند. برای مطالعه بیشتر می‌توانید به فصل ششم کتاب *نهادها، تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی* داگلاس نورث ترجمه محمدرضا معینی مراجعه کنید - م.

کنید که صرف وقت نیز معادل خرج کردن پول است. کادر ۱-۹ به شرح هزینه‌های رعایت قانون می‌پردازد. وقتی مردم با برخی قوانین یا تصمیمات حکومتی موافق نباشند می‌توانند از مقررات فرار کرده یا به اعمال فشار برای کسب منافع سیاسی بپردازند که ممکن است به نفع گروهی کوچک بوده ولی معمولاً به ضرر اکثریت مردم جامعه باشد. حکومت برای مبارزه با رفتار فرارگرایانه یا اعمال فشارها باید هزینه‌های نظارتی و ضمانتی دیگری را متقبل شود که بازهم به هزینه‌های سیاستی قبلی اضافه می‌شود. همچنین ممکن است عوامل دولتی اشتباه کرده، هزینه‌هایی دیگر اضافه کنند.



شکل ۱-۹ هزینه‌ها و منافع ناشی از مداخله حکومت

حکومت در حالت آرمانی باید سعی کند هزینه‌های کل (مجموع خسارت رفاهی و هزینه‌های سیاستی) را به حداقل برساند که با سومین منحنی یعنی «هزینه‌های کل» نمایش داده شده است. البته شکل آن سه منحنی در وضعیت مختلف تغییر می‌کند. در یک حالت ممکن است حکومت به شکل کارآمد و اثربخش در خدمت منافع کل درآید و پس از آن هزینه‌های تحمیل شده به جامعه به شدت - البته با اندکی افزایش هزینه‌های ضمانت اجرا - افزایش یابند. با این حال شاید سیاست‌های حکومت در حالتی دیگر به نارضایتی اکثریت مردم منجر گشته، هزینه‌های ضمانت اجرا و نظارت را به سرعت زیاد کند. شاید هم در مواردی دیگر اقدامات حکومت (یا یکی از نمایندگان آن) عمدتاً در خدمت یک گروه اقلیت قرار گرفته، به زیان اکثریت مغفول تمام شده، موجب افزایش

هزینه خالص اجتماعی شود. توجه کنید که وضعیت آخر را نمی‌توان در شکل ۱-۹ مشاهده کرد زیرا وارد کردن همه حالات در آن ممکن نیست.

کادر ۱-۹ هزینه‌های رعایت قانون: زمان صرف شده برای مالیات

یک شرکت هلندی به‌طور متوسط در سال به ۱۸۰ ساعت وقت برای رعایت مقررات مالیاتی نیاز دارد.^۱ با وجود تلاش‌های حکومت به‌منظور ساده‌سازی این وضعیت، هلند هنوز هم پس از ۶۱ کشور دیگر قرار می‌گیرد که در آنها متوسط زمان یک شرکت برای تکمیل ورقه‌های مالیاتی کمتر است. «سهل‌ترین نظام مالیاتی» در اروپا به ایرلند، دانمارک و لوکزامبورگ تعلق دارد.

با این حال مشکل وقت تلف شده ناشی از مقررات، ممکن است در کشورهای در حال توسعه بسیار بدتر باشد. همان‌طور که هرناندو دسوتو - اقتصاددان پرویی - در کتاب *پرفروش خود شرح داده است*، در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک مجبورند بخش عمده‌ای از وقت و تلاش خود را برای سازگاری با انواع خط قرمزها و مقررات مختلف صرف کنند. مثلاً در برزیل فقط اخذ مجوزهای حکومتی برای تأسیس یک کسب‌وکار جدید، به‌طور متوسط ۱۵۲ روز طول می‌کشد (Hernando de Soto, 1989).

به این ترتیب می‌توان فهمید چرا در این کشورها بخش عمده‌ای از فعالیت اقتصادی به شکل «زیرزمینی» در اقتصاد غیررسمی انجام می‌پذیرد. این کسب‌وکارها عمدتاً محصولات و خدمات قانونی عرضه می‌کنند ولی برای فرار از دشواری‌های گوناگونی که در رعایت مقررات و پرداخت مالیات نهفته است، فعالیت غیررسمی را برمی‌گزینند.

این فصل را همانند فصول قبل با قسمتی آغاز می‌کنیم که به اوضاع ایستا مربوط است یعنی محیط نهادی، فناورانه و طبیعی را از قبل معلوم در نظر می‌گیریم. خواهیم دید که مداخله حکومت به ناکارآمدی‌هایی منجر می‌شود و ممکن است تمهیدات نهادی اضافی موجب تخفیف یافتن این آثار نامطلوب شوند. سپس شکست‌های حکومت را در وضعیت پویا و از منظر منافع گروهی بررسی کرده، فرایندهای تعامل و سازوکارهای بازخورد را در نظر خواهیم گرفت. فعلاً به چگونگی اثرگذاری همه نوع تغییرات در وضعیت اقتصادی و فناوری بر افکار عمومی و گروه‌های فشار می‌پردازیم. این آثار به‌نوبه خود بر روش مداخله حکومت در نظام اقتصادی تأثیر می‌گذارد.

1. Research by "Consultancy Pricewaterhouse Coopers and the Worldbank", 2008.

۹-۱ رویکرد ایستا به شکست‌های حکومت

در این بخش بین مشکلات و هزینه‌های عملکرد حکومت در وضعیت اطلاعات کامل و ناقص، تفاوت قائل خواهیم شد. چنین تفکیکی مفید است زیرا شکست در اوضاع شفاف معمولاً با شکست در وضعیت مبهم فرق دارد. وقتی یک حکومت از آثار مخرب دخالت‌هایش آگاه است، می‌تواند بدون ابهام، اقدامات دیگری برای مقابله با آن پیامدهای نامطلوب در پیش گیرد. به عبارتی اگر مداخله دولت موجب کاهش رفاه اجتماعی شود، حکومت می‌تواند آن کاهش رفاه را با راه‌اندازی نهادهای جدید خنثی کند. در وضعیتی که ایجاد آثار ناخواسته به دلیل مداخله دولت مبهم یا مغفول باشد، اقدامات معطوف به رفع آن آثار دشوارتر شده و جامعه نیز به احتمال زیاد با خسارت رفاهی روبه‌رو می‌شود. با این حال خواهیم دید که حتی در اوضاع اطلاعات ناقص هم حکومت‌ها قادرند - تا حد امکان - راه‌حل‌های نهادی برای پیشگیری از خسارت به کارایی را به کار گیرند.

۹-۱-۱ شکست‌های حکومت در وضعیت اطلاعات کامل

می‌دانیم که نواقص بازار - از قبیل قدرت بازار و آثار بیرونی نامطلوب - ممکن است حتی در وضعیت اطلاعات کامل نیز رخ دهد. به این ترتیب حکومت نیز شاید کاملاً از پیامدهای ناخوشایند اقدامات سیاستی خود آگاه باشد. در چنین وضعیتی بهترین کاری که حکومت می‌تواند انجام دهد مقایسه هزینه‌ها و منافع مداخله و تلاش برای اخذ تصمیم‌هایی است که بیشترین رفاه کلی ممکن (رویکرد کارایی) را حاصل کرده یا در خدمت رفاه گروه‌های ویژه جامعه (رویکرد منافع گروهی) قرار گیرد. در هر دو حالت کاملاً احتمال دارد که وضع برخی گروه‌ها نسبت به قبل از مداخله حکومت خراب‌تر شود. در هر حال حکومت می‌تواند تا حد توان خود به جبران خسارت بازندگان پردازد. دیگر جنبه ناخوشایند مداخله حکومت این است که گاهی انگیزه‌های نامعقولی ایجاد می‌کند. در ادامه خواهیم دید که راه‌اندازی مؤسسات حکومتی اغلب به انگیزه‌های ضعیف در میان کارکنان و نیز شهروندان منجر می‌شود. چون حکومت معمولاً به این مشکلات واقف است، چند راه‌حل نهادی را معرفی کرده‌ایم. بحث را با مورد خاصی از شکست حکومت آغاز می‌کنیم که به معضلات بنیادی

مرتبط با رأی اکثریت سروکار دارد. سپس به بررسی عناوین مذکور خواهیم پرداخت.

۹-۱-۱-۱ تناقض نمای ارو

اغلب لازم است مردم باهم تصمیم بگیرند و این کار در اکثر موارد با رأی اکثریت انجام می‌گیرد. این راه یک روش ساده و «موجه» برای تصمیم‌گیری است ولی ممکن است مشکلاتی جدی در مسیر آن بروز کند. مثلاً در یک خانوار دونفره ممکن است گزینه بیرون رفتن از خانه مطرح باشد: شام خوردن در رستوران یا رفتن به سینما. حال فرض کنید که یکی از دو نفر ترجیح می‌دهد به رستوران برود و دیگری سینما را ترجیح می‌دهد. همچنین فرض کنید هر دو باهم بیرون رفتن را به اصلاً بیرون نرفتن یا تنها بیرون رفتن ترجیح می‌دهند.

مردم هر کشور به‌طور کلی در زمینه انتخاب عمومی، ترجیحات خود را با انتخاب کردن از میان بیانیه‌های احزاب سیاسی آشکار می‌کنند. این ترجیحات به بسیاری موضوعات - با ماهیت اقتصادی و غیراقتصادی - مربوط می‌شود. سیاستمداران بیانیه‌های خود را طوری طراحی می‌کنند که معرف خواسته‌های رأی‌دهندگان باشد و راه‌حلهایی را برای تأمین آن خواسته‌ها پیشنهاد دهند. به این ترتیب باید پرسید که چگونه یک حکومت یا خط‌مشی سیاسی - به‌طور کلی - می‌تواند ترجیحات افراد درباره راه‌حل‌ها را به یک ترجیح «اجتماعی» تبدیل کند. اگر بحث را به برخی اصول کلی در مورد ترجیحات فردی و اجتماعی محدود کنیم و اگر پرسش را به شکل دیگری مطرح کنیم، یعنی «آیا ممکن است یک تابع ترجیح جمعی موجود باشد که توابع ترجیح افراد را نشان دهد؟»، پاسخ آن است که به‌طور کلی خیر. این نتیجه در اصل ریاضیاتی بوده، به «قضیه امکان‌ناپذیری ارو^۱» یا تناقض نمای ارو^۲ معروف است و به نام کنت ارو^۳ - برنده جایزه نوبل ۱۹۷۲ - نامیده شده است که نخستین بار این قضیه را ثابت کرد. برای مطالعه جزئیات بیشتر به پیوست الف در این فصل رجوع کنید. در این مورد ضروری است بدانیم که این مشکل را می‌توان به شکلی با انتخاب کردن از راه رأی اکثریت رفع کرد.

-
1. Arrow's Impossibility Theorem
 2. Arrow Paradox
 3. Kenneth Arrow

۹-۱-۲ تحلیل هزینه - فایده و جبران خسارت

حتی اگر حکومت برای خدمت به منافع عمومی تلاش کرده و هدفش فقط مقابله با آن دسته از نواقص بازار باشد که توسط عوامل خصوصی رفع نمی‌شوند، ممکن است آثار جانبی سیاست‌های دولت خسارت‌های جدید یا بیشتری به کارایی وارد کند. تا وقتی حکومت بتواند آثار جانبی انواع مختلف مداخله نظارت را پیش‌بینی کند، قادر است هزینه‌ها و منافع مداخلات را باهم مقایسه کند. سپس بسته به پیامد یک تصمیم‌گیری سیاسی است که اقدام ارجح انتخاب می‌شود.

الف) جبران خسارت: رویکرد پارتو در مقایسه با هیکز - کالدور^۱

وقتی حکومتی به نفع مردم در نظام اقتصادی مداخله می‌کند، ممکن است مداخله‌اش به ضرر یک یا چند گروه تمام شود. این موضوع را با چند مثال شرح داده و درباره راه‌حل‌های ممکن برای آن بحث می‌کنیم.

مقابله موفق با آثار بیرونی ناخوشایند (مثلاً با وضع تعرفه‌های ویژه یا تصویب قوانین زیست‌محیطی) ممکن است نه تنها میزان آلاینده‌گی بلکه میزان تولید محصولی را که به آن آلاینده‌گی منجر می‌شود، کاهش دهد. به تعبیری شاید دسترسی مصرف‌کنندگان به آن محصول دشوارتر شده (افزایش قیمت‌ها)، درآمد تولیدکنندگان و نیز اشتغال کاهش یابد.

در فصل قبل گفتیم که در سال‌های اخیر در بسیاری از کشورها قانون منع استعمال دخانیات در اماکن عمومی - از قبیل رستوران‌ها - به اجرا درآمده است. به طوری که مصرف‌کنندگان و کارکنان در این اماکن می‌توانند بدون مزاحمت و آثار ناخوشایند دود سیگار زمانی را سپری کنند. باین حال به زودی در برخی کشورهای اروپایی معلوم شد که این ممنوعیت موجب تبعات شدید - به ویژه برای مالکان کافه‌های کوچک - می‌شود. آن مالکان ادعا کردند که ممنوعیت مذکور موجب کاهش چشمگیر تعداد مشتریان شده، نزدیک است باعث تعطیلی کسب و کارشان شود.

این مثال‌ها نشان می‌دهد که به طور کلی در هرگونه مداخله دولت، برندگان و

1. Pareto Versus Hicks-Kaldor

بازندگانی وجود خواهند داشت. حکومت می‌تواند در واکنش به این آثار جانبی، پرداخت خسارت به زیان‌دیدگان را در پیش گیرد. این خسارت را می‌تواند خود حکومت یا برندگان پرداخت کنند. حکومت‌ها - مثلاً در مورد کالاهای کاملاً عمومی (کدام کالا و به چه میزان)، آثار بیرونی و معضلات اطلاعاتی (سنجش و رفع آن معضلات) و قدرت بازار (نحوه مهار آن) - از میان گزینه‌های ممکن، یکی را انتخاب کنند. اما آنها باید همچنین برای تداوم کار خود به وضع مالیات پرداخته، یک نظام مالیاتی طراحی کنند که مثلاً باعث شود صاحبان درآمدهای بیشتر، از کم‌درآمدها مالیات بیشتر بپردازند. علاوه بر این، برخی مالیات‌های دریافت شده را می‌توان دوباره بین «فقر» توزیع کرد.

چگونه می‌توان فهمید انتخاب‌های حکومت بهینه است یعنی - حداقل به نظر اکثر مردم - بهترین گزینه‌های ممکن محسوب می‌شوند؟ چه معیارهایی را باید برای پاسخ دادن به این سؤال در نظر گرفت؟ در فصل اول به تشریح کارایی تخصیصی پرداختیم. کارایی تخصیصی را به زبان رفاه اقتصادی می‌توان راه‌حل «بهینه اول» یا بهینگی پارتو نامید. لازم نیست راه‌حل بهینه اول یگانه باشد، ممکن است چند راه‌حل بهینه پارتو وجود داشته باشد. آیا می‌توان این راه‌حل‌های بهینه پارتو را به شکلی باهم مقایسه کرد که یکی بر دیگری ترجیح داده شود؟

یک وضعیت بهینه پارتو به صورتی است که در آن نتوان وضع هیچ‌کس را بدون خراب‌تر شدن وضع فرد دیگر بهتر کرد. بهبود پارتویی وضعیتی است که در آن حداقل بتوان وضع یک نفر را بدون خراب‌تر کردن وضع دیگران بهبود داد. حال فرض کنید که دو راه‌حل بهینه پارتویی وجود دارد. بهبود پارتویی را طبق تعریف نمی‌توان با تغییر از یک راه‌حل بهینه به راه‌حل دیگر حاصل کرد. بنابراین دو راه‌حل مذکور را نمی‌توان از لحاظ رفاهی باهم مقایسه کرد. پس اگر حکومتی سعی کند بر پیامدهای یک فرایند اقتصادی اثر گذارد - یعنی بتواند یکی از دو راه‌حل بهینه پارتویی را انتخاب کند - همیشه حداقل یک نفر هست که در صورت انتخاب راه‌حل دیگر می‌تواند وضع بهتری پیدا کند یعنی بر حسب بهبود پارتویی، هیچ انتخابی نیست که مورد اجماع همه باشد. حال وضعیتی را در نظر بگیرید که به دلیل شکست بازار، هیچ بهینگی پارتویی وجود ندارد. به عبارتی معلوم می‌شود که بهبود امکان‌پذیر است. در مورد آثار بیرونی

ناخوشایند، قضیه کوز تضمین می‌کند که در غیاب هزینه‌های مبادله، یک راه‌حل بهینه اول، دست‌یافتنی است. اگر هزینه‌های مبادله وجود نداشته باشد، دیگر چنین چیزی برقرار نیست و تضمینی برای رسیدن به بهبود پارتویی وجود ندارد. علاوه بر این، در مورد دیگر نواقص بازار، شاید رفع کردن آنها به روش بهبود پارتویی امکان‌پذیر نباشد. به این ترتیب استفاده از اصل بهبود پارتویی در عمل بسیار دشوار می‌شود.

یکی از راهکارهای حل این مشکل، اصل جبران خسارت^۱ است: اگر رفاه بهبود یابد، این موضوع نشان می‌دهد که فایده‌ها بیش از خسارت‌ها بوده است. یک تحلیل هزینه - فایده باید بتواند حداقل از لحاظ نظری نشان دهد که یک انتخاب، به‌طور کلی در صورتی بهینه است که بیشترین فایده کلی را ایجاد کند. به این ترتیب می‌توان جبران خسارت «بازندگان» را از جیب «برندگان» تأمین کرد به شکلی که در نهایت وضع هیچ‌کس بدتر نشده باشد.

حکومت‌ها در عمل غالباً معیار هیکز - کالدور را به کار می‌برند. مثال بارز این معیار، ساخت جاده کمربندی برای کم کردن شلوغی در مرکز یک شهر است. این جاده‌ها در عین حال، ایمنی و کیفیت هوای جاده‌های قدیمی را بهتر می‌کنند. واضح است که افراد بسیاری از این جاده جدید منتفع می‌شوند ولی اشخاصی دیگر - مثلاً خانواده‌هایی که نزدیک جاده جدید زندگی می‌کنند یا آنهایی که به دلیل افزایش رفت‌وآمد خودروها آثار ناخوشایند زیست‌محیطی را تحمل می‌کنند - از این طرح آسیب ببینند. در چنین وضعیتی کاری که مقام‌های مسئول انجام می‌دهند، ادامه ساخت جاده به دلیل منافع اقتصادی آن است که البته مثلاً با ساخت موانع صوتی سعی می‌شود تا حدی خسارت برخی شهروندان جبران شود.

البته معیار هیکز - کالدور در عمل نمی‌تواند برای همه تصمیم‌گیری‌ها به کار رود. مصداق مناسب برای این موضوع، طرح بیمه اجباری درمان برای حل مشکل کژگزینی است. در کادر ۳-۵ این مشکل را شرح دادیم. در آن مثال، یک بیمه اجباری چنین پیامدهایی داشت: سه نفر (الف، ب و ج) هرکدام با حق بیمه ۱۰۵۰ دلار بیمه می‌شوند. فرد (الف) فقط می‌خواهد ۶۰۰ دلار پرداخت کند، در حالی که (ب) و (ج) حاضرند

به ترتیب ۱۲۰۰ و ۱۷۰۰ دلار بپردازند. این اعداد نشان می‌دهد که به طور متوسط ۳۵۰ دلار رفاه ایجاد می‌شود اما (الف) به اندازه ۴۵۰ دلار ضرر می‌کند درحالی‌که (ب) و (ج) به ترتیب به اندازه ۱۵۰ و ۶۵۰ دلار منتفع می‌شوند. از منظر رفاه کلی، بیمه اجباری به عدم وجود بیمه ترجیح داده می‌شود. واضح است که پی بردن به میزان تمایل همه افراد به پرداخت، کار سختی است و بسیار گران تمام می‌شود. یکی از معضلات آن است که هیچ‌کس انگیزه‌ای برای افزایش تمایل واقعی خود به پرداخت ندارد: (الف) آن را بیش از حد بیان می‌کند درحالی‌که (ب و ج) آن را کمتر از واقع ابراز می‌کنند.

بنابراین معیار هیکز - کالدور در این مثال و موارد متعدد دیگر شکست می‌خورد. با این حال ارزیابی صحیح یک طرح برحسب هزینه‌ها و منافع (انتظاری)، شاید حتی در صورتی که نتواند برای تخمین خسارت‌ها و منافع (انتظاری) گروه‌های مختلف به کار رود، مفید باشد. این ارزیابی به‌طور کلی از راه بحث‌های سیاسی به روش کیفی (غیرمقداری) انجام می‌پذیرد.

۳-۱-۱-۹ مشکلات حقوق مالکیت

از نظریه حقوق مالکیت (فصل سوم) معلوم می‌شود که مردم دوست دارند از کالاها و دارایی‌هایی که واقعاً مالک آنها هستند یا حق کسب درآمد از آنها را به‌دست آورده‌اند، به خوبی محافظت کنند. به تعبیر دیگر، کالاهای تحت مالکیت خصوصی معمولاً به رفتار بهینه‌کننده منجر می‌شوند و ما در فصل سوم از اصطلاح «انگیزه‌های قدرتمند بازار» استفاده کردیم تا توضیح دهیم که در وضعیت رقابت - وقتی دارنده یک حق مالکیت به افزایش تلاش خود می‌پردازد - این کار تأثیری سازنده بر درآمد او می‌گذارد. بنابراین در اکثر موارد یک محیط رقابتی و مالکیت خصوصی به شکل توأم مطلوب هستند؛ زیرا موجب رشد در کل نظام اقتصادی می‌شوند و به تعبیری، آثار بیرونی مطلوب ایجاد می‌کنند. یک کالای عمومی به وسیله بنگاه‌های خصوصی یا شرکت‌های دولتی تولید می‌شود. خطر یک شرکت دولتی آن است که کارکنان دولت یک بنگاه دولتی را اداره کرده، انگیزه‌های ضعیفی دارند. قبلاً در فصل ششم به این پدیده البته برای کارکنان بنگاه‌ها (ی خصوصی) اشاره کردیم. اما در بخش عمومی چنین مشکلی جدی‌تر است، زیرا فشارهای رقابتی معمولاً در آن بخش وجود ندارد. چنین واقعیتی در مورد بنگاه‌های یک نظام

اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز نیز صادق است که در فصل هشتم به آن پرداختیم. فقدان رقابت در بخش عمومی به آسانی موجب کاهش کارایی می‌شود؛ زیرا مدیران را نمی‌توان به دلیل کاهش فروش یا کاهش قیمت‌ها تنبیه کرد. شرکت‌های دولتی در بسیاری از موارد به تولید کالا یا خدمتی نمی‌پردازند که قیمت آن با میزان عرضه و تقاضا تعیین شود. در آن بخش یا قیمتی وضع نمی‌شود (مثلاً برای خدمات ارائه شده در وزارتخانه‌ها) یا محصولات به دلیل آنکه عرضه انبوه آنها مهم‌تر از جبران هزینه‌های آنها تلقی می‌شوند، با یارانه عرضه می‌شوند. این واقعیت در مورد برخی محصولات با ویژگی یک کالای کاملاً عمومی یا برای کالاهای شایسته صادق است. معمولاً از شرکت‌های دولتی انتظار دارند که محصولات خود را به مقدار کافی برای تأمین نیازهای عمومی با کمترین قیمت عرضه کنند. به عبارتی مدیران این شرکت‌ها تمایل اندکی برای نظارت بر کارکنان خود یا تشویق ایشان به منظور سخت‌کوشی و کارایی بیشتر دارند. کادر ۲-۹ مخاطرات را با یک مثال در مورد بخش مالی توضیح می‌دهد.

کادر ۲-۹ مخاطرات ملی کردن بانک‌ها

در کادر ۵-۸ تذکر دادیم که لازم است بانک‌های بزرگ در برخی کشورها تحت مالکیت حکومت درآیند تا اثر ورشکستگی‌های سلسله‌وار در سراسر دنیا - که در بحران مالی سال ۲۰۰۸ بروز کرد - جلوگیری شود.

با این حال بسیاری از اقتصاددانان با این نوع عملیات نجات موافق نبوده، ادعا می‌کنند که این کار در میان مدت تا بلندمدت، آثار نامطلوبی بر رفتار گروه‌های مدیریتی در این بانک‌ها می‌گذارد. اگر قرار باشد حکومت در جایگاه ضمانت‌کننده نهایی بانک‌ها عمل کند، مدیران اجرایی آن بانک‌ها در آینده دلیلی برای احتیاط کردن ندیده و ممکن است به سرمایه‌گذاری‌های پرخطر خود ادامه دهند. این اقتصاددانان بدبین معتقدند پس از عملیات نجات باید بانک‌ها را به سرعت هر چه بیشتر به بخش خصوصی بازگردانند تا سهام‌داران بتوانند بر عملکرد مدیران بانک‌ها نظارت کنند.

همچنین اقدامات بانک‌ها در این سال‌ها بسیار پیچیده شده است. آیا سهام‌داران از اطلاعات و دانش تخصصی کافی برای نظارت بر مدیران برخوردارند؟ پاسخ معمولاً منفی است. پس سیاست‌مداران و صاحب‌نظران در همه کشورهای آسیب‌دیده از بحران، در حال بررسی راه‌هایی برای نظارت دقیق‌تر بر بخش مالی خصوصی و در نتیجه افزایش شفافیت در آن بخش هستند.

به‌طور خلاصه، فقدان انگیزه‌های صحیح در شرکت‌های دولتی موجب کاهش کارایی در آنها شده، در نهایت به معنای آن است که شهروندان باید با پرداخت مالیات‌های بیشتر تاوان آن را بپردازند. چون حکومت‌ها به وضوح این کاستی‌ها را می‌بینند، چند راه‌حل نهادی را در نظر گرفته و برای ایجاد انگیزه به کار می‌گیرند که در ادامه به آن خواهیم پرداخت. از یک جنبه می‌توان اصلاحاتی را به شکل تبدیل تدارکات دولتی به خصوصی اجرا کرد و از جنبه دیگر، حکومت‌ها شاید تصمیم بگیرند تدارکات را کاملاً در دست گرفته، اما وضعیت را با اقدامات تکمیلی و در محیط پاسخ‌گویی و پاداش‌های انگیزشی برای کارکنان دولت، بهتر کنند.

الف) تدارک عمومی در مقایسه با خصوصی

در مورد انتخاب بین تدارک عمومی و خصوصی محصولات، سه جنبه را می‌توان بررسی کرد: تصمیم‌گیری، تأمین مالی و تولید (Barr, 1998). مثلاً حکومت می‌تواند خود به تولید و تأمین مالی یک محصول بپردازد. منظور از «تولید محصولات توسط خود حکومت» آن است که محصول مذکور را کارکنان دولت تولید کنند و همه تصمیمات تولید را حکومت اتخاذ کند. «تأمین مالی توسط حکومت» اغلب به معنای تأمین منافع لازم برای تولید آن محصول از محل مالیات‌ها یا درآمدهای حاصل از منابع طبیعی دولتی مانند نفت یا گاز است. دفاع ملی یکی از مثال‌ها (ی کالای عمومی محض) است که تأمین مالی و عرضه آن را در اکثر کشورها حکومت انجام می‌دهد. این وضعیت را «تدارک کاملاً عمومی» کالاها می‌نامیم؛ هرچند شاید برخی نهاده‌ها (مانند هواپیماهای نظامی) را بخش خصوصی تولید کرده باشد.

حکومت‌ها دو گزینه دیگر نیز برای تدارک کالاهای عمومی در دسترس دارند. اول آنکه حکومت می‌تواند مخارج مالی هر بنگاه خصوصی را تأمین کند تا بتواند یک کالا یا خدمت را عرضه نماید. مشخصات آن کالا یا خدمت را دولت تعیین می‌کند. برای مثال می‌توان دانشگاه‌های انگلستان یا نهاده‌های کالای عمومی (مثلاً هواپیماهای نظامی) را ذکر کرد. دوم وضعیت‌هایی است که طرف‌های خصوصی به تأمین مالی یک کالای عمومی می‌پردازند. در چنین وضعیتی تصمیمات تولید را دولت اتخاذ می‌کند در حالی که

بنگاه‌های خصوصی به تأمین مالی و تولید کالا می‌پردازند. مثال این وضعیت، حمل‌ونقل عمومی در کشورهای اتحادیه اروپایی است که در آن شرکت‌های خصوصی به رقابت برای بازار می‌پردازند (مثلاً از راه یک مناقصه شامل شاخص‌های مختلف از قبیل میزان حمل‌ونقل عمومی عرضه شده و قیمت‌های پرداختی توسط مسافران).

تصمیم‌گیری درباره آنکه کدام کالاهای عمومی را باید کاملاً بخش عمومی تولید و تأمین مالی کند و کدام را باید کاملاً برعهده بخش خصوصی گذاشت، از لحاظ اقتصادی بسیار ظریف است. شاید راه‌حل‌های مختلف - بسته به زمان و مکان، و اوضاع اقتصادی فعلی - کارآمد جلوه کنند. باین حال ظاهراً (حداقل در بسیاری از کشورهای غربی) در گذشته وظیفه تولید و تأمین مالی بسیاری از محصولات به دست حکومت انجام می‌شد در حالی که با گذشت زمان برای افزایش کارایی، یکی از دو جنبه تولید یا تأمین مالی یا هر دوی آنها از بخش عمومی به بخش خصوصی واگذار شده است. وقتی چنین تغییری رخ دهد، می‌گوییم که خصوصی‌سازی شده است. خصوصی‌سازی اغلب با آزادسازی همراه است که در همین فصل به آنها خواهیم پرداخت.

ب) پاسخ‌گویی

حتی اگر حکومت تصمیم بگیرد تدارک کالاها و خدمات خاصی را - به هر دلیل - کماکان در دست دولت نگه دارد، ابزارهایی هست که می‌توان کارکنان دولت را برای افزایش کارایی ایشان، سامان‌دهی کرد: با پاسخ‌گو کردن آنان برای اداره مؤسسه خود به کم‌هزینه‌ترین شیوه ممکن. کشورها با این هدف به تأسیس «دستگاه‌های حسابرسی ملی» - یعنی مؤسسات عمومی مستقلی که وظیفه دارند به نظارت و ارزیابی کارایی و اثربخشی همه ادارات بخش عمومی بپردازند - اقدام کرده‌اند. یکی از مصادیق آن اقدامات در ایالات متحده، دفتر پاسخ‌گویی حکومتی^۱ است که طبق اطلاعات پایگاه اینترنتی آن، به‌مثابه «بازوی بازرسی کنگره ایالات متحده» و «ناظر کنگره» است. دستگاه‌های حسابرسی اغلب یافته‌های خود را به اعضای کنگره یا مجالس قانونگذاری (قوه مقننه) ارائه می‌کنند. همچنین آن یافته‌ها به اطلاع عموم می‌رسد. کارهای دستگاه حسابرسی ملی موجب

شکل‌گیری یک سازوکار انضباطی می‌شود. دستگاه‌های مذکور علاوه‌بر این می‌توانند در برخی کشورها در مراتب منطقه‌ای و حتی محلی نیز دیده شوند. همچنین در اتحادیه اروپایی یک دستگاه به نام دادگاه حسابرسان اروپایی^۱ تأسیس شده است که متشکل از متخصصان مستقل از همه کشورهای عضو است و بررسی می‌کند که آیا منابع مالی آن اتحادیه مطابق با قوانین مرتبط و نیز با مدیریت صحیح مصرف شده‌اند یا خیر.

ج) پاداش

راه دیگر برای ایجاد انگیزه در مدیران (ارشد) به‌منظور ارائه کارایی بیشتر در خدمات دولتی، استفاده از انگیزه‌هایی مانند افزایش دستمزد یا دستمزد متغیر - به‌جای حقوق ثابت - است. پاداش استحقاقی برای کارکنان ارشد در بخش خصوصی متداول است ولی گاهی می‌تواند - البته خیلی کمتر - در بخش عمومی نیز دیده شود. دلیل استفاده از پاداش استحقاقی، شباهت آن با انگیزه‌های قدرتمند بازار است: اگر اهداف عملکردی خاصی (مانند رضایت مشتری یا بهبود خدمات) برآورده شوند، آنگاه کارکنان دولت دستمزد بیشتری می‌گیرند. اما برخوردار کردن کارکنان بلندپایه دولتی از پاداش‌ها یا دستمزد ثابت نسبتاً زیاد، موضوع حساسی است؛ زیرا دستمزد همه حقوق‌بگیران در بخش عمومی از محل مالیات‌ها تأمین می‌شود و درواقع کل جمعیت کشور باید بار دستمزدهای گزاف مدیران ارشد دولتی را به دوش بکشد.

د) انگیزه‌های شهروندان در مورد کالاهای عمومی

نه تنها تدارک کالاهای عمومی توسط دولت، به‌دلیل ناکافی بودن انگیزه‌های کارکنان دولتی موجب کاهش کارایی می‌شود، بلکه رفتار شهروندان نیز به‌طورکلی به کاهش کارایی منجر می‌شود. استدلال اقتصادی برای این نتیجه چنین است: اگر قیمت یک محصول برای مصرف‌کننده صفر باشد، تقاضا - احتمالاً به‌شدت - افزایش خواهد یافت. در فصول سوم و هشتم به ذکر آثار مخرب حقوق مالکیت جمعی در نظام‌های کمونیستی پرداختیم. مثال دیگر در کادر ۳-۹ شرح داده شده است.

1. European Court of Auditors

کادر ۳-۹ استفاده اضافی از مراقبت‌های درمانی ملی

برخی کشورها تصمیم گرفته‌اند که دسترسی برابر به مراقبت‌های درمانی را برای همه شهروندان خود فراهم کنند. در فصل هشتم به مثال بریتانیا اشاره کردیم که شهروندان آن از حق مراقبت‌های درمانی ملی برخوردارند که از محل مالیات‌ها تأمین می‌شود. گاهی حکومت‌ها به‌عمد و به‌دلیل بیم از تأخیر یا حتی امتناع خانواده‌های فقیر در استفاده از خدمات درمانی - که احتمالاً از هر دو جنبه اجتماعی و اقتصادی تبعاتی به همراه دارد - ترجیح می‌دهند (برخی) خدمات ملی درمان را رایگان کنند. به این ترتیب این‌گونه نظام‌های سلامت ملی به‌آسانی در معرض خطر مصرف بیش از حد (افزون بر نیاز) قرار گرفته و کارایی کاهش می‌یابد زیرا این نظام‌های رایگان، بدون محدودیت هستند. در چنین وضعیتی مردم تمایل پیدا می‌کنند بیش از حد لازم از آن خدمات استفاده کنند. این وضعیت باعث افزایش بی‌دلیل هزینه‌های سلامت ملی شده، در نهایت بهای آن را باید شهروندان به شکل مالیات‌ها یا حق بیمه‌های بیشتر پرداخت کنند. پس طبیعی است که همواره بحث‌های سیاسی در مورد پایداری و طراحی نظام مراقبت سلامت ملی سر بگیرد.

مشکل دیگر هنگامی بروز می‌کند که یک خدمت همگانی رایگان نباشد ولی قیمت آن برای همه - صرف‌نظر از میزان مصرف - ثابت وضع شود. در چنین وضعیتی مردم باز هم به استفاده غیربهبینه از آن خدمت راغب می‌شوند. یک مثال بارز از این موضوع، فراوری زباله‌هاست. اگر هر شهروند مبلغ ثابتی بابت جمع‌آوری زباله بپردازد، معمولاً کسی تمایل نخواهد داشت که انواع زباله را از هم تفکیک کند؛ حتی اگر آن کار باعث کارآمدتر و ارزان‌تر شدن فراوری زباله شود. بنابراین برای مقابله با کاربرد نامناسب و افزون‌بر نیاز از هر کالا یا خدمت عمومی، لازم است تمهیدات نهادی بیشتری را حکومت در نظر بگیرد. چند مورد از راه‌حل‌های متداول از این قرار است:

- مشابه با راه‌حلی که برای مطالبات غیرموجه و یا اضافه بر نیاز بیمه‌ای ذکر شد، دولت باید یک نظام مخاطره‌مازاد وضع کند که هر کاربر موظف شود بابت اولین ادعای خسارت خود، مبلغ مشخصی بپردازد.

- می‌توان مثلاً برای خدمات درمانی، یک سقف مقداری وضع کرد و میزان مشخصی از خدمات درمانی (مثلاً ۱۰ جلسه فیزیوتراپی) را رایگان عرضه کرد. سپس خدمات فراتر از آن سقف در ازای دریافت پول ارائه می‌شوند.

- شهرداری می‌تواند هزینه‌های مختلفی بابت جمع‌آوری انواع (مقادیر مختلف) زباله وضع کند.

۲-۱-۹ شکست‌های حکومت در وضعیت اطلاعات ناقص

حکومت قادر نیست در یک زمان برای بهبود وضع همه شهروندان تصمیم مناسب اتخاذ کند. در عمل - علاوه بر موارد قبلی - ممکن نیست (یا بسیار گران است) که درباره ترجیحات همه شهروندان اطلاع حاصل شود. پس حکومت ناچار است فرض کند که به دلیل اطلاعات ناقص، سیاست‌های او به نفع همه نیست. حال حکومت ممکن است به تأمین منافع گروه‌های فشاری تمایل پیدا کند که احتمالاً از عدم تقارن اطلاعات بهره‌برداری می‌کنند.

نمایندگان مردم‌سالار نیز نمی‌توانند این مشکلات را حل کنند: نمایندگان کم‌وبیش با ترجیحات رأی‌دهندگان حوزه خود آشنا هستند ولی این آگاهی هیچ‌گاه کامل نیست. همچنین ترجیحات رأی‌دهندگان مختلف نسبت به انواع مباحث (سیاسی) باهم فرق دارد ولی آنان فقط می‌توانند به یک حزب سیاسی یا یک فرد رأی دهند. پس ترجیحات مردم باهم ناسازگار خواهد بود. سیاستمداران ناچارند این ترجیحات را باهم مقایسه کنند که البته این کار هم به‌طور کامل میسر نیست. به این ترتیب آن مباحث سیاسی گوناگون، برنده‌ها و بازنده‌هایی خواهد داشت که تعداد کل برندگان و بازندگان و نیز میزان برد یا خسارت ایشان را نمی‌توان محاسبه کرد.

حال به تصمیم‌گیری سیاسی در وضعیت اطلاعات ناقص می‌پردازیم. اول آنکه حتی اگر نمایندگان هر دو قوه مجریه (رئیس‌جمهور و کابینه او) و قوه مقننه (احزاب سیاسی در مجلس قانونگذاری) بخواهند رفاه کل جامعه را افزایش دهند، بازهم به دلیل آثار جانبی ناخواسته، به این کار قادر نخواهند بود. دوم اینکه برخی عوامل در بخش عمومی شاید از اطلاعات خود سوءاستفاده کرده، این کار به تخریب منافع عمومی ایشان منجر شود. مثلاً دیوان‌سالاری دولتی که قرار بود سیاست‌های حکومتی را به اجرا درآورد، شاید همیشه کاملاً مطابق با خواسته سیاستمدارانی که آن را ساخته‌اند، عمل نکند و خود سیاستمداران نیز - که قرار بوده است طبق خواسته‌های رأی‌دهندگان عمل کنند - احتمالاً برای حفظ منافع گروهی خود، خلاف آن خواسته‌ها گام بردارند.

۹-۱-۲-۱ آثار جانبی ناخواسته

نظام اقتصادی چنان پیچیده و متنوع است که آثار سیاست‌های جدید را به‌سختی می‌توان پیش‌بینی کرد. بنابراین بد نیست در این قسمت به بررسی برخی آثار ناخواسته سهوی در مورد مداخله حکومت بپردازیم و به شکل اجمالی بعضی آثار ناخواسته (الف) مناقصه‌ها؛ (ب) صدور جواز؛ (ج) مالیات‌ستانی و یارانه دادن‌ها؛ (د) به‌اصطلاح «سالم‌ها و ناسالم‌های وارونه انگاشته شده» را بررسی کنیم.

از آثار جانبی ناخواسته می‌توان تا حدی با کاربرد مؤسسات تخصصی (مؤسسات تحقیقات سیاستی) پیشگیری کرد که سعی می‌کنند آثار اقتصادی اجرای هر سیاست را برآورد کنند. برخی از این مؤسسات را حکومت‌های ملی منصوب می‌کنند و برخی دیگر مستقل بوده، حکومت یا یک گروه سیاسی می‌تواند آنها را به‌استخدام درآورد. مثلاً در ایالات متحده رئیس‌جمهور به یک شورای مشاوران اقتصادی^۱ دسترسی دارد. همچنین تعداد زیادی «مجمع محققان»^۲ - از قبیل شرکت رند^۳ که بسیار معروف است - در آن کشور وجود دارند. تقریباً همه کشورهای عضو اتحادیه اروپایی چنین اداراتی دارند که در کنار هم به شکل شبکه مؤسسات تحقیقات سیاست‌گذاری اقتصادی اروپایی^۴ سازمان‌دهی می‌شوند. همچنین نهادهایی مانند صندوق بین‌المللی پول، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی و بانک جهانی وجود دارند که کشورهای گوشه و کنار دنیا تشکیل داده‌اند و مطالعات جمعی بین‌المللی انجام داده، اغلب مشاوره‌های خودجوش (درخواست نشده) به حکومت‌ها ارائه می‌کنند!!

الف) مناقصه‌ها

در فصل هشتم اشاره کردیم که حکومت در بعضی وضعیت‌های ویژه (مثلاً در مورد انحصارهای طبیعی یا تدارک محصولات) که خصیصه کالاهای کاملاً عمومی دارند، سعی می‌کند رقابت برای بازار را از راه سازمان‌دهی حراج‌هایی تقویت کند تا به‌این ترتیب

-
1. Council of Economic Advisers
 2. Think Tanks
 3. RAND Corporation
 4. European Network of Economic Policy Research Institutes (ENEPRI)

«راه‌حل‌های بازار آزاد (خصوصی)» حاصل شود. اما حراج‌ها همچنین سازوکار مبنای مناقصه‌ها نیز هستند: حکومت‌ها اغلب شرکت‌های ساختمانی و مهندسی را برای طرح‌های زیرساختی بزرگ - از قبیل جاده‌ها، ساختمان‌های دولتی، طرح‌های مسکن جمعی، سدها، پل‌ها و ... - به همکاری دعوت می‌کنند. دیگر طرح‌های تدارکاتی حکومتی مانند استقرار شبکه‌های یارانه‌ای نیز اغلب از راه مناقصه‌ها عملی می‌شود. حکومت با توسل به حراج، یک طرح بزرگ را «می‌فروشد» و شرکت‌ها (ی ساخت‌وساز) سعی می‌کنند آن طرح را «بخرند».

با یک مثال نشان می‌دهیم که مناقصه‌ها یا حراج‌های (دولتی) یکی از ابزارهای نهادی محسوب می‌شوند که همیشه کارآمد نیستند و ممکن است موجب تشکیل کارتل شوند. به پیوست فصل پنجم رجوع کنید که اطلاعات پایه درباره انواع حراج را نشان می‌دهد. فرض کنید دو خریدار (الف) و (ب) قبل از حراج باهم دیدار کرده و معلوم می‌کنند که هر کدام چقدر حاضرند پرداخت کنند. اگر (ب) مایل به پرداخت مبلغی بیش از (الف) باشد (مثلاً ۲۰ در مقایسه با ۱۵ واحد)، در آن صورت او طرح را در همه شرایط برنده خواهد شد. دو شرکت می‌توانند قبل از حراج با یکدیگر توافق کنند که هر کدام مبلغی کمتر از تمایل به پرداخت واقعی و رقابتی خود را در مناقصه پیشنهاد دهند. سپس ممکن است (ب) مناقصه را در قیمتی کمتر برنده شده و سود اضافی خود را با (الف) تقسیم کند. مثلاً فرض کنید که هر دوی آنها بدانند که طرح مذکور حداقل ۱۰ واحد ارزش دارد. آنها سپس با مشخص کردن ترجیحات خود می‌توانند به راحتی چنین تصمیم بگیرند:

- در حراج هلندی: خریدار (الف) از پیشنهاد ۱۵ واحدی خودداری کرده، سکوت می‌کند تا قیمت به ۱۰ برسد و (ب) طرح را برنده شود.
 - در حراج انگلیسی: وقتی حراج‌کننده از قیمت ۱۰ واحدی شروع می‌کند، (الف) از پیشنهاد دادن خودداری می‌کند و (ب) تمایل خود به پرداخت ۱۰ واحد را اعلام می‌کند.
 - در حراج پیشنهاد قطعی (قیمت ثانویه): خریدار (ب) تمایل خود به پرداخت ۱۰ واحد را اعلام کرده و (الف) قیمتی بیشتر را پیشنهاد می‌کند.
- در همه این حالات، طرح به قیمت ۱۰ واحد به دست می‌آید و پس از آن (الف) و (ب) می‌توانند مابه‌التفاوت ۱۵ و ۱۰ را بین خود تقسیم کنند. این رفتار مصداق یک

تبانی (غیرقانونی) است که به تقلب مناقصه‌ای^۱ نیز معروف است. تقلب مناقصه‌ای شاید به شکل‌های مختلف درآمد اما آن را می‌توان به‌طور کلی چنین خلاصه کرد:^۲ در پیمانکاری مناقصه‌ای^۳، دو یا چند رقیب توافق می‌کنند که از پیشنهاد کردن دست کشیده یا از شرکت در مناقصه منصرف شوند تا برنده‌ای که ایشان برنامه‌ریزی کرده‌اند، در مناقصه پذیرفته شود. در مناقصه تکمیلی^۴ رقبا باهم توافق می‌کنند که پیشنهادهای گزاف ارائه دهند تا پذیرفته نشود یا وضعیت ویژه‌ای درخواست کنند که خریدار آنها را رد کند (درواقع مناقصه را صرفاً برای تظاهر به شرکت در یک مناقصه سالم برگزار کنند). در چرخش مناقصه‌ای^۵ همه همدستان پیشنهاد خود را ارائه می‌کنند ولی در هر مناقصه (طرح) یکی از ایشان به نوبت کمترین پیشنهاد را عرضه می‌کند تا برنده شود. چرخش ممکن است متنوع باشد: ممکن است رقبا نوبت را براساس اندازه قرارداد تنظیم کرده، برای هریک از همدستان اندازه مساوی در نظر گیرند یا طرح‌ها را متناسب با اندازه هریک از شرکت‌ها تقسیم کنند. اکثر شرکت‌کنندگان در مناقصه‌های دولتی در کشورهای مختلف دنیا از گروه تقلب مناقصه‌ای بوده یا هنوز هم هستند.

ب) صدور مجوز

در فصل هشتم گفتیم که ممکن است حکومت‌ها تصمیم بگیرند فقط به بنگاه‌ها و متخصصان واجد شرایط مجوز (جواز) بدهند تا مشکل فقدان اطلاعات درباره عرضه‌کنندگان معتمد رفع شود. با این حال صدور مجوز همواره با کاستی‌های احتمالی همراه است. یکی از کاستی‌ها هنگامی بروز می‌کند که حکومت کاملاً از تغییر اوضاع بازار آگاه نبوده و تعداد جوازهای بسیار اندک یا بسیار زیاد صادر کند. به این ترتیب کمبود یا مازاد برخی تخصص‌ها رخ خواهد داد که آن را نمی‌توان به سرعت برطرف کرد. وقتی مثلاً کمبود پزشک یا دندان‌پزشک پدید آید، احتمالاً حکومت تعداد مجوزهای طبابت را افزایش خواهد داد. به این ترتیب شاید تعداد بیشتری از فارغ‌التحصیلان دبیرستان‌ها

-
1. Bid Rigging
 2. Derived from the Website of the US Department of Justice
 3. Bid Suppression
 4. Complementary Bidding
 5. Bid Rotation

تصمیم بگیرند که رشته دندان پزشکی را انتخاب کنند. اما ممکن است تا وقتی فارغ‌التحصیلان به کسب مدرک دانشگاهی نائل شوند، بازار دندان‌پزشکان اشباع شده و دیگر جواز کار ایشان صادر نشود. در این صورت افراد و حکومت به‌دشواری می‌توانند با انعطاف‌پذیری کامل نسبت به تحولات بازار کار واکنش نشان دهند.

کاستی دیگر آن است که واگذاری جوازها معمولاً بسیار محدودکننده است و به شکل ناخواسته موجب سد شدن فعالیت برخی عرضه‌کنندگان بسیار کارآمدی می‌شود که نمی‌توانند کیفیت کار خود را با روش‌های معمول در تأیید کیفی به اثبات برسانند. پناهندگان دارای تحصیلات عالی که صلاحیت‌های ایشان در کشور جدید به‌درستی به رسمیت شناخته نمی‌شود، یک مثال خوب از این وضعیت محسوب می‌شود. به‌این ترتیب آنها اغلب مجبور به پذیرش مشاغل غیرتخصصی می‌شوند که از منظر اقتصاددانان، یک نوع تخصیص ناکارآمد منابع است.

مشکل مرتبط اما متفاوت دیگر آنکه شاید دولت‌ها به‌عمد مجوزها را فقط مطابق منافع شهروندان خود صادر کنند. این شیوه‌ها مثلاً علیه ورود نیروی کار خارجی مورد استفاده قرار می‌گیرد تا از مبادلات و مشاغل داخلی حمایت شود. مثال خوب برای این سیاست‌ها، بحث‌های اتحادیه اروپایی برای باز کردن مرزها به روی کارگرانی از کشورهای اروپای شرقی - مانند رومانی و بلغارستان (پس از پیوستن آن کشورها به اتحادیه اروپایی) - است. در اوایل سال ۲۰۰۹ تقریباً نیمی از کل کشورهای عضو در آن اتحادیه، محدودیت‌های خود را در مورد کارگران بلغار و رومانیایی سخت‌تر کردند. این کار پس از سال ۲۰۱۳ - وقتی که جابه‌جایی آزادانه نیروی کار بین مرزهای درون آن اتحادیه عملی شود - ممنوع خواهد شد. در فصل اول نیز گفته شد که حمایت‌گرایی برای رشد اقتصادی بین‌المللی مضر است و به مصرف‌کنندگان داخلی آسیب می‌زند.

ج) مالیات‌ستانی و یارانه دادن

هدف بسیاری از مالیات‌ها - علاوه بر درآمدزایی برای حکومت - کاهش مقدار مبادلات است. به‌این ترتیب، هدف بسیاری از یارانه‌ها افزایش حجم برخی مبادلات است. به تعبیر دیگر، مالیات‌ها و یارانه‌ها را می‌توان ابزارهایی نهادی به‌منظور فراهم کردن انگیزه‌های مالی و تشویق فعالان در مسیر مناسب دانست. با این حال چنین ابزارهایی به توازن محتاطانه

نیاز دارند تا موجب رفتارها و پیامدهای نامطلوب، غیرمنتظره و ناکارآمد نشوند. از یک طرف ممکن است مردم رفتار فرصت‌طلبانه نشان دهند و از طرف دیگر شاید مالیات‌ستانی و یارانه دادن باعث تغییر گزینه‌های مورد نظر شده یا زمان‌بندی صحیح آنها را به خطر اندازد. در ادامه به اختصار به ابعاد مختلف این موضوع می‌پردازیم.

ممکن است وجود مالیات‌ها و یارانه‌ها به تقویت فرصت‌طلبی‌های عوامل منفردی منجر شود که سعی می‌کنند از کاستی‌های قانون سوءاستفاده کرده یا حتی قانون‌شکنی کنند تا آنجا که بتوانند، به حکومت کمتر پول داده و از آن بیشتر پول بگیرند. احتمال دارد که شهروندان با ادعای غیرواقعی یا با درخواست سهم به‌قدری که استحقاق آن را ندارند، از یارانه‌ها و مزایای اجتماعی سوءاستفاده کنند (مثلاً فردی که مزایای بیکاری دریافت می‌کند، شاغل باشد). سوءاستفاده دیگر از نظام تأمین اجتماعی را می‌توان در میان زوج‌هایی پیدا کرد که به دروغ می‌گویند تنها زندگی می‌کنند زیرا مزایای بیکاری هر نفر به صورت تنها بیش از کسی است که با همسرش زندگی می‌کند. این کاربردهای نامطلوب را فقط می‌توان با نظارت‌های جدی برطرف کرد که خود مستلزم گسترش دیوان‌سالاری و در نتیجه متضمن هزینه‌های بیشتر است.

افزایش هزینه‌های تأمین اجتماعی در برخی موارد از سوی تصمیم‌گیرندگان سیاسی، امری طبیعی و فارغ از خودخواهی تلقی می‌شود (بخش افزونه‌خواهی را در ادامه ببینید) یا به دلیل همبستگی ملی، موجه قلمداد می‌گردد. این مزایا می‌تواند یک انتخاب کاملاً سیاسی و مورد حمایت اکثریت جامعه باشد که حداقل درآمد را برای شهروندان از کارافتاده (به دلیل بیماری، معلولیت و ...) فراهم می‌کند. وقتی جامعه‌ای به شکل حساب شده تصمیم می‌گیرد بخش عمده‌ای از پول (مالیات) را برای حمایت از شهروندان ضعیف‌تر خرج کند، احتمالاً عدالت را بر کارایی ترجیح می‌دهد. اما مشکل این روش‌ها آن است که اغلب به شکل نامحدود درآمد، دقیقاً مانند نظام‌های مراقبت‌های ملی درمان می‌شوند (کادر ۳-۹ را مطالعه کنید). در نتیجه هزینه‌های پایدارسازی این نظام گاهی به شدت مهارناپذیر می‌شود. مصداقی از این به اصطلاح «قانون پیامدهای ناخواسته»^۱ را می‌توانید در کادر ۴-۹ بخوانید.

کادر ۴-۹ هزینه‌های اضافی تأمین اجتماعی: موارد آلمان و هلند

مردم آلمان قرن‌ها به‌شدت به سلامت خود اهمیت داده‌اند. بیسمارک^۱ در انتهای قرن نوزدهم، بیمه اجباری درمان را به راه انداخت و امروزه حدود ۹۰ درصد از کل شهروندان آلمان تحت پوشش این نظام درمانی قرار دارند. همه افراد شاغل باید حق بیمه‌ای بپردازند که مقدار آن برحسب درآمد شخص تعیین می‌شود. این بیمه مردم را از همه خدمات درمان برخوردار می‌کند و البته یک سهم اجباری نیز باید برای هر درمان پرداخت شود. به این دلیل بخش خدمات اجتماعی خیلی بزرگ شده است. چند مثال از این بزرگی چنین است: تعداد داروخانه‌ها به‌شدت زیاد بوده و در همه جای آلمان مراکز درمانی متعددی وجود دارد که اکثر مردم مدام به آنها سر می‌زنند. با این حال آن نظام درمانی در ابتدای قرن ۲۱ به‌قدری گران شد که پایداری آن - به دلیل افزایش بیکاری و ناتوانی بیکاران از پرداخت حق بیمه - ممکن نبود. مثلاً اظهارنظر حکومت در سال ۲۰۰۹ درباره کاهش هزینه‌های خدمات درمان یارانه‌ای و افزایش سهم هزینه‌های درمانی خود مردم، موجی از اعتراضات را به راه انداخت.

در هلند نیز بخش دیگری از نظام تأمین اجتماعی موجب تحمیل هزینه‌های هنگفت شد. به دلیل زیاد شدن بیکاری در دهه ۱۹۷۰، افراد بیشتر و بیشتری بهتر دیدند که به جای صندوق معمولی بیکاری (که پرداختی آن کوتاه‌مدت و اندک بود)، به واجدان شرایط صندوق سودآور معلولیت تبدیل شوند (که پرداختی آن دائمی و به اندازه ۷۰ درصد آخرین درآمد فرد بود). در سال ۱۹۹۴ در اوج دوران آن صندوق، حدود ۱۵ درصد از کل کارگران به شکل رسمی به‌عنوان معلول به ثبت رسیده بودند. تعداد واقعی معلولان خیلی کمتر از این رقم است ولی به نفع آن افراد بود که تعداد بیکاران تاحدامکان کم به‌نظر برسد. چرا؟ قانون معلولیت برای کارفرمایان یک راه ساده به‌منظور خلاص شدن از دست کارگران پیر و کم‌بازده فراهم کرده بود. کارگران هم از آن قانون ناراضی نبودند زیرا مزایای خوبی در انتظار آنان بود. برای حکومت هم به نفع وجهه کشور بود که درصد کمی از مردم بیکار تلقی شوند و آرامش بین نیروی کار حکم‌فرما باشد. با این حال به دلیل زیاد شدن هزینه‌ها، سیاست‌مداران به تدریج دریافتند که لازم است کاری انجام دهند و آن نظام از دهه ۱۹۹۰ به‌شدت تغییر کرد.

وقتی به مالیات‌ستانی می‌رسیم، مثال‌های بی‌شماری هست که نشان دهد چرا عوامل اقتصادی سعی می‌کنند از پرداخت مالیات طفره برونند اما فعلاً بحث را به چند مثال محدود می‌کنیم. شاید در مقیاس خرد بهتر باشد با فردی شروع کنیم که

1. Bismarck

«دوشغله»^۱ است یعنی فردی که در «بازار کار مخفی» مشغول است و مالیات نمی‌پردازد. خدماتی که یک فرد دوشغله ارائه می‌کند، معمولاً ارزان‌تر و برای مشتریان جذاب‌تر است. حکومت‌ها سعی می‌کنند با این رفتار مبارزه کنند زیرا نه تنها مالیات را از دست می‌دهند، بلکه کسب‌وکارهای غیرقانونی موجب رقابت غیرمنصفانه می‌شود. در بخش ساختمان‌سازی مثال‌های متعددی از این وضعیت وجود دارد.

هر کشور (و گاهی در مناطق کشوری) در مقیاس یک صنعت به پایه‌ریزی نظام مالیاتی خود می‌پردازد. در فصل هشتم نشان دادیم که این وضعیت ممکن است به «رقابت نهادی» منجر شود. بنگاه‌ها تصمیم بگیرند کسب‌وکار خود را به‌جای دیگری منتقل کنند که نرخ مالیات شرکت‌ها در آنجا کمتر باشد. البته پیامدهای ناخوشایند این انتقالات نه تنها شامل کاهش درآمدهای مالیاتی، بلکه احتمالاً افزایش بیکاری در آن صنعت است که شاید رشد مزایای بیکاری و به دنبال آن فشارهای رو به رشد به‌منظور افزایش حق بیمه‌های کارگران را باعث شود.

اما شاید بنگاه‌ها هم نتوانند یا نخواهند جابه‌جا شوند؛ زیرا لازم است در نزدیکی منابع (نیروی کار، زمین یا مواد خام) و یا نواحی فروش خود باقی بمانند. در این حالت آنها سعی می‌کنند روش‌های دیگری برای فرار از پرداخت مالیات‌های گزاف پیدا کنند. روش‌های متعددی وجود دارد که برای یافتن آنها متخصصان مالی به استخدام درمی‌آیند تا بهترین شیوه‌ها - با توجه به قانون مالی کشور مورد نظر - انتخاب شود. دو مورد از متداول‌ترین روش‌ها را در ایالات متحده ذکر می‌کنیم که هر دو شامل تغییر در قالب حقوقی یک بنگاه است. نسخه‌های متنوعی از این روش‌ها می‌توان در کشورهای دیگر مشاهده کرد.

طرح اول آنکه هر شرکت با مسئولیت محدود یا شرکت C، به یک شرکت به اصطلاح S تبدیل شود تا از برخی پرداختی‌های مالیاتی معاف شود (Williams, 2006). نکته جالب آنکه شرکت C در معرض مالیات‌ستانی مضاعف قرار دارد زیرا هم در شرکت و هم دوباره در زمان دریافت سود سهام یا سود سرمایه توسط صاحبان شرکت، مالیات می‌پردازد. ساختار S به آن معناست که کل درآمدهای بنگاه به مالکان شرکت منتقل

شده و ایشان آن درآمد را در موعد مشخص پرداخت مالیات، اعلام می‌کنند. با توجه به اینکه نرخ مالیات بر شرکت‌ها در ایالات متحده زیاد باقی مانده در حالی که مالیات بر درآمد افراد در سال ۲۰۰۳ کاهش یافت، بازهم بنگاه‌های بیشتری به تغییر شکل حقوقی خود پرداخته‌اند و این کار در مجموع درآمدهای مالیاتی را کم کرده است.

دومین طرح، «راه‌حل سهام خصوصی» است. در این طرح یک شرکت عمومی به شرکت خصوصی تبدیل می‌شود و سهام عمومی آن پس داده می‌شود، بنگاه در معرض قواعد و نظارت‌های آسان‌تر قرار می‌گیرد. در گام بعدی بدهی هنگفتی برای شرکت در نظر گرفته می‌شود که بهره آنها از مالیات معاف است. فرض کنید آن شرکت در غیر این صورت با سودآوری کار می‌کرد پس اثر خالص این اقدام، کاهش چشمگیر در مالیات پرداختی از حالتی است که شرکت خصوصی شده بود. به این ترتیب حالا یک مزیت رقابتی پدید آمده است. اما اگر این روش خوب عمل نکند و بدهی‌ها را نتوان پرداخت کرد، شرکت مذکور ورشکسته شده، کارکنان آن، شغل خود (و شاید مستمری بازنشستگی خود) را از دست می‌دهند. امروزه سهام خصوصی در سراسر دنیا رو به رشد است و سیاستمداران نگرانی خود را بابت آن اعلام می‌کنند؛ زیرا مالکان چنین بنگاه‌هایی ظاهراً فقط به دنبال سود کوتاه‌مدت هستند و گویا کمتر از آن، نگران تداوم کار بنگاه و حفظ شغل کارکنانشان.

حال به جنبه دیگری از عوارض جانبی یارانه‌ها و مالیات‌ها می‌پردازیم که آن‌قدرها هم نتیجه واکنش‌های خودخواهانه عوامل خصوصی نبوده، بلکه بیشتر به شکست‌ها (سیاستی) در مقیاس کلان مرتبط است.

یارانه‌ها با هدف بهبود رفاه هر جامعه - یا حداقل برای بهبود رفاه یک گروه هدف (دریافت‌کنندگان کمک‌ها) - به اجرا درمی‌آیند. با این حال یارانه دادن همیشه خرج دارد: این کمک مالی نه تنها مستلزم تأمین شدن از محل مالیات‌هاست بلکه ممکن است به دیگر اختلالات بازار نیز منجر شود که در نظر گرفته نشده بوده‌اند. دو مثال از زندگی واقعی را برای شرح این موضوع آماده کردیم که هر دو به کشاورزی - البته با عوارض جانبی متفاوت - مربوط می‌شود.

مثال اول به کمک‌های مالی حکومت به کشاورزان در ایالات متحده و اروپا مربوط

است که سال‌هاست برای اطمینان از اقتصادی بودن فعالیت‌های کشاورزی به اجرا درآمده است. از یک جنبه این کار موجب افزایش تصنعی مقدار عرضه می‌شود که گاهی اصلاً در بازار به فروش نمی‌رسد و حکومت باید آن را خریداری کند: مثلاً در اتحادیه اروپایی با پدیده «کوه‌های کره»^۱ و «دریاچه‌های شیر»^۲ روبه‌رو هستیم. از جنبه دیگر، این یارانه‌های کشاورزی موجب شده‌اند که رقابت برای غیرخودی‌ها بسیار دشوار و شاید غیرممکن شود. این غیرخودی‌ها اغلب کشاورزان کشورهای فقیر آفریقا و آمریکای جنوبی هستند که به آنان مجال فعالیت داده نمی‌شود.

مثال دوم به تحولات اخیر یعنی یارانه برای سوخت‌های زیستی^۳ در تعداد زیادی از کشورهای جهان - از جمله استرالیا، اتحادیه اروپایی و ایالات متحده - مربوط می‌شود. انگیزه اعطای این یارانه‌ها کم کردن وابستگی به واردات انرژی از کشورهای خاورمیانه و روسیه، و بهره‌برداری از دیگر منابع انرژی است. با این حال طبق گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، آثار بیرونی نامطلوب این یارانه‌ها بسیار زیاد برآورد شده است (Doornbosch and Steenblik, 2007). به‌طور خلاصه باید گفت سوخت‌های زیستی به‌صورت یکی از محصولات جانبی برخی محصولات کشاورزی از قبیل ذرت و نیشکر (به شکل اتانول) تولید می‌شوند. یارانه‌های سخاوتمندانه سوخت‌های زیستی موجب انگیزه تولید آن محصولات می‌شود که بیشترین درآمد کشاورزی را ایجاد می‌کنند و به این ترتیب باعث کمبود و افزایش قیمت دیگر محصولات می‌گردد. کمبود جهانی غذای انسان و دام را شاید بتوان نتیجه این یارانه‌ها دانست. محققان علاوه بر این ثابت کرده‌اند که تولید سوخت‌های زیستی به مقدار بیشتر و استفاده کمتر از سوخت‌های متعارف، در مجموع به محیط زیست کمک نمی‌کند و حتی شاید برعکس، باعث به خطر افتادن تنوع حیات و فرسایش خاک و کاهش کیفیت آب - به دلیل استفاده از کودها و آفت‌کش‌ها - شود.

حال به برخی عوارض مخرب مالیات‌ها می‌پردازیم. به‌طور کلی گمان می‌شود که اثر مخارج حکومت بر کل اقتصاد، اثری مفید است. از این رو داستان از این قرار است که حتی وقتی کل مخارج حکومت از راه مالیات‌ها تأمین شود، آن مخارج اثر مفیدی به‌جا

1. Butter Mountains
2. Milk Lakes
3. Biofuels

می‌گذارد که شاید غیرشهودی به نظر رسد یعنی یک دلار از مخارج حکومتی با یک دلار مالیات‌ستانی تأمین شده و ظاهراً در مجموع چیزی تغییر نکرده است.

مخارج حکومت در مقیاس کلان به شکل مستقیم باعث افزایش درآمدها (حقوق کارکنان دولت و ...) می‌شود و همین ویژگی به معنای تحرک بی‌واسطه نظام اقتصادی (از لحاظ درآمد ملی) است. در عین حال باید مالیات‌ها زیاد شوند تا مخارج حکومت تأمین گردد. به این ترتیب افزایش اولیه درآمد ملی در نتیجه مخارج حکومت، خود به تکاپوی نظام اقتصادی یعنی درآمدهای بیشتر منجر می‌شود (کارکنان دولت به خرید محصولات بیشتر روی آورده و تولید را رونق می‌دهند). این درآمد اضافه شده مشمول مالیات است، پس در مجموع صاحبان آن درآمدها برای جبران افزایش مالیات‌ها از آن استفاده می‌کنند. سپس در انتها می‌توان گفت فقط افزایش اولیه مخارج حکومت است که موجب رونق نظام اقتصادی می‌شود زیرا افزایش درآمد بعدی برای تأمین افزایش مخارج اولیه به کار می‌رود. چند سازوکار ظریف دیگر وجود دارد که در این حوزه دخیل‌اند و به این دلیل شاید اثر رونق‌دهنده‌ای که توصیف شد، رخ ندهد.

• اثر اول را با اصطلاح جانشینی جبری^۱ می‌شناسند و این‌گونه عمل می‌کنند: معمولاً چنین است که افزایش درآمدهای ملی موجب افزایش تقاضای پول در مقیاس اقتصاد کلان می‌شود. افزایش تقاضای پول به معنای افزایش قیمت پول یعنی زیاد شدن نرخ بهره است. این افزایش نرخ بهره اثر نامطلوبی بر مخارج خصوصی به‌جای گذاشته، به این ترتیب سرمایه‌گذاری خصوصی کم می‌شود که دو پیامد احتمالی به همراه دارد: یکی اینکه درآمد ملی کم شود زیرا کاهش سرمایه‌گذاری به معنای کاهش تقاضای محصولات سرمایه‌گذاری (مانند کالاهای سرمایه‌ای) و در نتیجه کاهش درآمد است. دیگر آنکه ممکن است در آینده کالاهای کمتری تولید شود؛ یعنی به‌طور کلی سرمایه‌گذاری‌ها به تولید کالاهای کمتر و در نتیجه درآمد کمتر در آینده (رشد کمتر) منجر گردند. پس شاید اثر اولیه مفید مخارج حکومت در نهایت - به دلیل کاستن از سرمایه‌گذاری خصوصی («جانشینی جبری») - (در آینده) به یک اثر کمتر کارآمد یا حتی مخرب تبدیل شود.

• اثر دوم به زمان‌بندی اقدامات مالی ارتباط دارد. فعالیت‌های کسب‌وکار بخش

خصوصی در خلال دوران رکود اقتصادی فروکش می‌کند و شاید حکومت سعی کند مثلاً با کاهش مالیات‌ها (یا افزایش یارانه‌ها) به نظام اقتصادی رونق دهد. این کار را سیاست مالی خلاف ادواری^۱ می‌نامند. با این حال چون دشوار است که بتوان فهمید نظام اقتصادی واقعاً در چه مرحله‌ای است، حکومت‌هایی که اطلاعات آنها غلط است، گاهی به اشتباه در مرحله بهبود اقتصادی شروع به رونق‌بخشی می‌کنند. در این حالت سیاست مالی به‌طور ناخواسته به شکل موافق ادواری^۲ درمی‌آید که اثر مخرب آن، رونق بیش از حد و افزایش تورم است.

• در نهایت مخارج حکومت شاید موجب رونق مخارج خصوصی شود ولی اگر این حالت در یک نظام اقتصادی آزاد رخ دهد که در آن محصولات متعددی وارد کشور می‌شود، درآمدهای بیشتری از اقتصاد ملی به دیگر کشورها نشت می‌کند.

د) سالم‌های وارونه انگاشته شده و ناسالم‌های وارونه انگاشته شده

یک تصمیم حکومتی که با هدف رفع یک معضل اقتصادی خاص طراحی شده است، شاید نتواند به‌طور کامل آن معضل را برطرف کند و حتی پیامدهای جانبی ناگواری ایجاد کند. این پیامدهای جانبی گاهی مشکلات جدید پدیدآورده و به‌منزله هزینه‌های تصمیمات محسوب می‌شود. دو مصداق ویژه این هزینه‌ها عبارت‌اند از «سالم‌های وارونه انگاشته شده» و «ناسالم‌های وارونه انگاشته شده»^۳. با استفاده از چند مثال شاید بهتر بتوان این دو گروه از هزینه‌ها را توضیح داد.

به‌طور کلی وجود نیروی پلیس و برخی قوانین پذیرفته شده جنایی موجب از میان رفتن همه جرائم نمی‌شود و درعین حال ممکن است افراد بی‌گناهی نیز به‌اشتباه محکوم و مجازات شوند. مجرمانی که از دست قانون فرار می‌کنند، «ناسالم‌های وارونه انگاشته شده» هستند زیرا آنان به ناحق (به‌اشتباه) بی‌گناه تشخیص داده شده‌اند، اما مردم بی‌گناهی که محکوم می‌شوند، «سالم‌های وارونه انگاشته شده» هستند زیرا ایشان به ناحق (به‌اشتباه) گناهکار شناخته شده‌اند.

1. Countercyclical
2. Procylical
3. False Positives and False Negatives

بسیاری از این سالم‌ها و ناسالم‌های انگاشته شده در تصمیم‌گیری‌های حکومتی در حوزه اقتصاد مشاهده می‌شود که اکثر این موارد از کاربرد قوانین ضمانت‌کننده (اقتصادی) نشئت می‌گیرد. بد نیست به کاربرد قانون رقابت اشاره کنیم. همانند مورد قانون جنایی، کاربرد قانون رقابت نیز ممکن است به «سالم‌های وارونه انگاشته شده» (کارتل به حساب آوردن یک توافق که اصلاً کارتل نبوده است) یا «ناسالم‌های وارونه انگاشته شده» (کارتل به حساب نیاوردن یک توافق که در اصل یک کارتل بوده است) منجر شود.

ممکن است سالم‌ها و ناسالم‌های وارونه انگاشته شده خیلی وقت‌ها ناشی از اشتیاق تضمین‌کنندگان قانون و رفتارهای دادگاه‌ها باشد و در نتیجه تبعات دامنه‌داری پدید آید. مثلاً اگر یک مقام مسئول رقابت احتمالاً دریابد که تقریباً همه توافقی‌های بین رقبا موجب تشکیل یک کارتل می‌شود و دادگاه‌ها نیز به‌طور کلی آن تشخیص را تأیید می‌کنند، در آن صورت همکاری بنگاه‌ها - حتی اگر به افزایش رفاه منجر شود - در معرض خطر قرار خواهد گرفت. از این رو کاربرد سخت‌گیرانه قانون رقابت شاید موجب آثار رفاهی نامطلوب شود. البته یک مقام مسئول رقابت که سهل‌گیر باشد و نیز دادگاه‌های سهل‌گیر، موجب شکل‌گیری کارتلهای مضر می‌شوند که آن هم آثار رفاهی ناخوشایندی ایجاد می‌کند. مشکل سالم‌ها و ناسالم‌های وارونه انگاشته شده شاید در مراتب مختلف به‌وجود آید که در ادامه همین فصل به آن اشاره خواهیم کرد.

۲-۱-۹ مشکلات عاملیتی در حکومت

افراد و گروه‌های متعددی در بخش عمومی فعالیت می‌کنند که منافع ایشان دقیقاً باهم یکی نیست. بنابراین ممکن است سیاست‌های حکومتی به‌دلیل رفتارهای فرصت‌طلبانه، به شکلی که از ابتدا منظور بوده است، به اجرا در نیاید. در فصل سوم خواندید که نظریه عاملیت با طراحی بهینه یک قرارداد بین کارفرما و کارگزار سروکار دارد تا با توسل به آن قرارداد به مقابله با سوءاستفاده از نامتقارن بودن اطلاعات بپردازند. روابط مهم کارفرما - کارگزار در نظام‌های سیاسی و اجرایی بین رأی‌دهندگان و نمایندگان ایشان در مجلس قانونگذاری، بین قوای مقننه و مجریه، و بین وزارتخانه‌ها و کارکنان ایشان است. توضیح دادیم که این‌گونه رابطه کارفرما - کارگزار فقط وقتی به معضل تبدیل می‌شود

که اطلاعات طرف‌های قرارداد - با منافع متفاوت - نامتقارن باشد. این وضعیت احتمالاً منجر به زیان باقی‌مانده می‌شود که طرف‌ها سعی می‌کنند تا حد امکان با تضمین‌های اطمینان‌بخش بیشتر از آن دوری کنند. اما این تضمین‌های اطمینان‌بخش هزینه‌های مبادله را افزایش می‌دهد به شکلی که هزینه عاملیت در مجموع مثبت می‌شود که نتیجه آن ناکارآمدی است. وقتی در بخش عمومی چنین شود، نوعی شکست حکومت رخ داده است. اول آنکه کارکنان دولت در یکی از وزارتخانه‌ها یا مؤسسات حکومتی - در مقیاس ملی، منطقه‌ای یا محلی - کار می‌کنند. فرض می‌شود که ایشان نظارت و اجرای قوانین و مقررات را مطابق با خواسته‌های سیاست‌مداران انجام می‌دهند ولی ممکن است خود نیز درباره اجرای آن امور، نظر و عقیده‌ای داشته باشند. دوم اینکه خود سیاست‌مداران نیز به فرض، تصمیماتی مطابق با خواست مردم (رأی‌دهندگان) اتخاذ می‌کنند ولی احتمال دارد که یک رویه پنهان را هم در پیش گیرند. در ادامه به بررسی این دوگونه معضل کارفرما - کارگزار می‌پردازیم.

الف) مشکلات کارفرما - کارگزار بین سیاست‌مداران و مجموعه دیوان‌سالاری

کارکنان دولت (یا مقامات بخش عمومی) طبق انتظار باید تصمیم‌های سیاست‌مداران را به اجرا درآورند به نحوی که به بهترین شکل در خدمت منافع ایشان قرار گیرند. باین‌حال گاهی منافع سیاست‌مداران و مجموعه دیوان‌سالاری باهم یکی نیست. برای منافع عمومی از سیاستگذاران انتظار داریم کارایی بیشتری داشته باشند. از منظر منافع گروهی شاید ایشان ابتدا منافع شخصی خود را پیگیری کنند. این وضعیت معمولاً نشانه جاه‌طلبی برای ماندن در کرسی قدرت است و به همین دلیل فرض می‌شود که سیاستگذاران در این رویکرد، در تقلای کسب حداکثر رأی برای خود هستند، کسب حداکثر آرا همیشه با منافع عمومی منطبق نیست؛ زیرا عقاید بسیاری از مردم درباره بهترین نحوه تأمین منافع عمومی و نوع آن منافع، چیز دیگری است. در هر حال اهداف مردم به احتمال زیاد با اهداف کارکنان دولت - که معمولاً اولویت‌های متفاوتی را در ذهن دارند - فرق می‌کند.

نقش دیوان‌سالاری را به چند روش - از نسبتاً ساده تا بسیار پیچیده - می‌توان توصیف کرد. این نظام سرپرستی را می‌توان به مثابه دستگاهی واحد دانست که عمدتاً

مشکل کارفرما - کارگزار بین گروه‌های یکپارچه و همگن، یعنی سیاست‌مداران و دیوان‌سالاران در آن وجود دارد. یا می‌توان رویکردی تکثرگرایانه نسبت به آن انتخاب کرد که ادارات مختلف، متنوع و مردم گوناگون در آن مورد مطالعه قرار می‌گیرند و این نگاه یک نمای پیچیده‌تر از همه انواع روابط احتمالی در یک نظام دیوان‌سالاری به‌علاوه روابط بین مقامات مختلف بخش عمومی و سیاست‌مداران است. ما با توجه به دورنمای این کتاب، خود را عمدتاً به بحث اصلی مشکلات کارفرما - کارگزار بین سیاست‌مداران و کارکنان دولت محدود می‌کنیم ولی اندکی هم به چندمنظوره بودن دیوان‌سالاری و برخی مشکلات متعاقب آن در عاملیت اشاره خواهیم کرد.

در نگرش ساده به معضلات عاملیت، به تقابل منافع بین کل گروه سیاستگذاران و کل گروه دیوان‌سالاران تأکید می‌شود. به فرض سیاست‌مداران سعی می‌کنند در خدمت منافع عمومی عمل کرده، آثار جانبی ناخوشایند احتمالی عملکرد خود را نیز تا حد امکان در نظر بگیرند. به تعبیری، بهبود رفاه اجتماعی هدف اصلی ایشان است. از طرفی کارکنان دولت را به‌مثابه افرادی با اهداف متنوع - از قبیل افزایش مقام، قدرت، درآمد، امنیت شغلی و وضعیت مطلوب در محل کار - در نظر می‌گیریم. اکثر این اهداف، به نوعی با اندازه ادارات مرتبط است و به‌این ترتیب به بودجه آنها نیز بستگی دارد. پس فرض می‌کنیم کارکنان دولت برای حداکثر کردن بودجه تلاش می‌کنند. نظریه دیوان‌سالاری که ما به‌اختصار شرح می‌دهیم، اقتصاددانی به نام نیسکانن^۱ پایه‌ریزی کرد. شرح نموداری این نظریه را می‌توانید در پیوست‌های (الف) و (ب) از این فصل مطالعه کنید.

اگر کارکنان دولت واقعاً اولویت را تحقق اهداف خود بدانند - که شامل مقام و قدرت (برای کارکنان بلندپایه)، امنیت شغلی و اوضاع خوشایند در محل کار (برای کارکنان دون‌پایه) است - می‌توانند این اهداف را به بهترین نحو با بزرگ کردن ادارات یا وزارتخانه‌ها محقق کنند. یک اداره برای بزرگ شدن و بزرگ باقی ماندن نیاز به بودجه‌ای هنگفت دارد که مقام‌های بالادست دیوان‌سالاران - یعنی سیاست‌مداران - تعیین می‌کنند. سیاست‌مداران لازم می‌دانند که آن ادارات به اجرای تصمیم‌های سیاستی ایشان پردازند. ایشان برای تحقق این هدف از مقامات رسمی می‌خواهند به

1. Niskanen, 1971.

ارائه خدماتی هرچه گسترده‌تر پردازند و تا وقتی منافع آن خدمات از هزینه‌هایش بیشتر است، به آن ادامه دهند زیرا سیاست‌مداران می‌خواهند تا حد امکان به شکل کارآمد مطابق منافع عمومی عمل کنند. به تعبیری سیاست‌مداران در بهترین حالت می‌خواهند بودجه‌ای را تعیین کنند که دقیقاً برای میزان بهینه خدمات کافی باشد.

اما کارکنان دولت ترجیح می‌دهند منابع بیشتری دریافت کنند تا به گسترش ادارات خود قادر باشند و از همه مزایای ارتقای شغلی و آسودگی‌های این گسترش منتفع شوند. آنان برای حمایت از این منافع گروهی، عمدتاً به بودجه‌ای فکر می‌کنند که هزینه‌های کل خدمات را با منافع کل آن برابر کند و چنین بودجه‌ای در میزان خدماتی بیش از میزان مورد نظر سیاست‌مداران تحقق می‌یابد (پیوست را ملاحظه کنید). سیاست‌گذاران نمی‌توانند در عمل به شکل کامل پیش‌بینی کنند که چقدر از بودجه واقعاً بهینه خواهد بود. ایشان فقط به مقدار مشخصی از خروجی ادارات نظر می‌کنند و دقیقاً نمی‌دانند که چقدر نهاده برای تحقق آن خروجی لازم است. پس مقام‌های اداری با توجه به عدم تقارن اطلاعات، بودجه‌ای بیش از میزان ضروری دریافت کرده و موجب ناکارآمدی می‌شوند. این موضوع هسته اصلی نظریه دیوان‌سالاری است. راه‌حل‌های نهادی برای این شکست حکومت را قبلاً - با عنوان «مشکلات حقوق مالکیت» - ذکر کرده‌ایم و در آنجا به استقرار یک دستگاه اصلی حسابرسی و ایجاد دستمزدهای مبتنی بر عملکرد اشاره نمودیم.

چنین توصیفی هرچند شرحی ساده از عملکرد یک مجموعه دیوان‌سالاری در زمان معاصر است، ولی اگر به تعداد بی‌شمار کشورهای توسعه‌یافته‌ای نظر کنیم که سهم بخش عمومی آنها به شدت رشد کرده است، با واقعیت مناسبت دارد. البته چنین رشدی را نمی‌توان فقط به مشکلات عاملیتی در بدنه حکومت نسبت داد، اما این مشکلات نیز در این میان نقش ویژه ایفا کرده‌اند. در هر حال در دهه‌های اخیر هزینه‌های بسیاری از دولت‌های رفاه چنان به شدت افزایش یافته است که بار آن به شکل مالیات‌ها و حق بیمه‌های رو به رشد بر دوش شهروندان سنگینی نموده و برخی از آن کشورها را در حوزه هزینه‌های بخش عمومی مجبور به عقب‌نشینی کرده است. حال به‌اختصار به بررسی رویکردی ظریف‌تر درباره روش کارکرد دیوان‌سالاری‌ها می‌پردازیم. به پیروی از دانلیوی حداقل سه ویژگی برای ادارات عمومی وجود دارد (Dunleavy, 1991):

الف) آنها فقط مشتمل بر یک نوع از کارکنان دولتی نیستند؛

ب) می‌توان بین انواع مختلف بودجه‌های آنها تمییز قائل شد؛

ج) انواع عاملیت‌ها را در آنها می‌توان از هم تمییز داد.

هریک از این سه ویژگی را به‌اختصار و پی‌درپی بررسی خواهیم کرد.

اول آنکه در یک مؤسسه عمومی - همانند یک بنگاه خصوصی - سلسله‌مراتبی از کارکنان وجود دارد که ممکن است باعث افزایش معضلات کارفرما - کارگزار شود. مقام‌های بلندپایه و دون‌پایه، کارکنان دفتری (کارمندان) و کارکنان یدی (مثلاً متصدیان جمع‌آوری زباله و نظافت) در مؤسسات عمومی وجود دارند که وظایف و مسئولیت‌های متفاوتی به آنها محول شده و اهداف و اطلاعات آنان نیز باهم فرق دارد.

دوم اینکه هر مؤسسه عمومی بر انواع مختلفی از بودجه‌ها احاطه دارد. همه مؤسسات یک بودجه هسته‌ای^۱ در دسترس دارند که با آن همه فعالیت‌های (داخلی) خود را تأمین می‌کنند. منظور از این هزینه‌ها همه هزینه‌های حقوق و دستمزد، دفاتر کار، تجهیزات و ... است. به‌علاوه اکثر مؤسسات دارای یک اداره بودجه نیز هستند که با آن هزینه‌های مخارج عمومی - یعنی پرداختی مبادلات عمومی با عوامل خصوصی (افراد و بنگاه‌ها) - را تسویه می‌کنند. همچنین برخی (و نه همه) مؤسسات یک بودجه برنامه نیز دریافت می‌کنند که در این حالت آن مؤسسه بر منابعی که برای امور اجرایی به دیگر مؤسسات عمومی منتقل می‌شود، نظارت می‌کند. واضح است که نه تنها برخورداری از چند نوع بودجه باعث افزایش نفوذ یک مؤسسه عمومی خاص می‌شود، بلکه اندازه هر بودجه و دسترسی به آن نیز در این میان مؤثر است. کاملاً محتمل است که مؤسسات مختلفی برای سهم بردن از بودجه کل باهم رقابت کنند و این رقابت‌ها به‌مثابه فعالیت‌هایی غیرمولد است که به زیان دائمی منجر می‌شود.

سومین جنبه که به تخصیص بودجه مربوط است، انجام دادن وظایف مختلف در مؤسسات عمومی مختلف است. ما فعلاً بحث خود را از انواع مختلف مؤسسات به چند دسته اصلی محدود می‌کنیم. یکی از این دسته‌ها مؤسسه تدارکاتی^۲ است که محصولات و خدماتی را بی‌واسطه در اختیار شهروندان و بنگاه‌ها قرار داده، به‌این ترتیب معمولاً

1. Core Budget
2. Delivery Agency

بودجه هسته‌ای بزرگی دارد تا بتواند هزینه‌های هنگفت کارکنان خود را تأمین کند (مثلاً بیمارستان‌ها را در نظر بگیرید). نوع دوم، مؤسسه انتقالی^۱ است که جابه‌جایی پول (یارانه و مالیات) بین حکومت و عوامل خصوصی را انجام می‌دهد. در این موارد، بودجه هسته‌ای معمولاً در مقایسه با بودجه اداری بسیار کوچک است (مثلاً وزارت امور اجتماعی). نوع دیگر، مؤسسه نظارتی^۲ (مثلاً یک مقام مسئول رقابت) است که وظیفه اصلی آن نظارت و مهار کردن رفتارهای افراد و سازمان‌هاست و معمولاً با بودجه‌ای اندک اداره می‌شود؛ زیرا اکثر هزینه‌ها بر دوش مردمی است که تحت نظارت قرار می‌گیرند (هزینه‌های رعایت قانون). نوع چهارم، مؤسسه قراردادهاست^۳ که به عقد قرارداد با بنگاه‌های خصوصی و بنگاه‌های تجاری از بخش عمومی می‌پردازد. بیشتر این مؤسسات بودجه اداری زیادی دارند (مثلاً وزارت دفاع). در نهایت مؤسسه بازرسی^۴ به‌منظور اطمینان از صرف بودجه‌های همه مؤسسات بخش عمومی به شکل کارآمد و اثربخش فعالیت می‌کند. این مؤسسات مثلاً در قالب دستگاه‌های حسابرسی ملی (که قبلاً گفته شد) یا شاید در چارچوب وزارت امور مالی فعالیت می‌کنند.

این تنوع فراوان در نمودهای مؤسسات عمومی - که با انواع مختلف کارکنان دولتی و مدیریت انواع مختلف بودجه‌های ریز و درشت سروکار دارد - معلوم می‌کند که نظریه دیوان‌سالاری نيسکانن در واقع یک بازنمایی بسیار ساده از شیوه عملی کار سازمان‌های حکومتی است. البته هرچند نظریه او حق مطلب را درباره انواع مختلف انگیزه‌ها در شکل‌گیری مؤسسات عمومی و عملکرد کارکنان آنها به شیوه خاص ادا نمی‌کند ولی به‌درستی و به شکلی واضح تأکید می‌کند که وقوع معضلات کارفرما - کارگزار در تشکیلات حکومت‌ها بسیار محتمل است.

ب) معضلات کارفرما - کارگزار بین رأی‌دهندگان و سیاست‌مداران

قبلاً دیدیم سیاست‌مداران را می‌توان به‌مثابه قربانی در نظر گرفت زیرا ایشان در نقش کارفرما وظایفی دارند که احتمالاً با دقت کافی توسط کارگزاران - یعنی کارکنان دولت -

-
1. Transfer Agency
 2. Regulatory Agency
 3. Contract Agency
 4. Control Agency

به اجرا در نمی‌آید. باین حال می‌توان درباره آن سیاست‌مداران نگرشی دیگر برگزید یعنی آنها را در نقش کارگزاران شهروندان یا رأی‌دهندگان به حساب آورد که در هر جامعه (مردم‌سالار) در حکم کارفرمایان نهایی هستند. چون نظارت شایسته بر کارکنان و ایجاد انگیزه‌های کافی در ایشان برای سیاست‌گذاران سخت است، شهروندان به‌دشواری می‌توانند مطمئن باشند که سیاست‌مداران به وعده خود عمل کنند یعنی گفته‌های خود را در زمان انتخابات به اجرا درآورند.

بروز رفتارهای فرصت‌طلبانه سیاست‌مداران، در هر دو زمان قبل و بعد از انتخابات ممکن است. سیاست‌مداران - در حالت پیش از وقوع - نیاز به رأی کافی برای انتخاب شدن (یا انتخاب مجدد) دارند، پس باید سعی کنند بر جمعیت رأی‌دهنده تأثیر بگذارند. اما ممکن است سیاست‌مداران فرصت‌طلب به گفتن وعده‌هایی روی بیاورند که خیلی خوب ولی غیرعملی است. بسیاری از مردم نمی‌توانند تشخیص دهند یا ثابت کنند کدام وعده‌ها عملی یا غیرعملی است. جمع‌آوری اطلاعات کافی برای چنان قضاوتی مستلزم آگاهی سیاسی فراوان است که سرمایه‌گذاری برای کسب آن شاید به زحمتش نمی‌ارزد. در چنین وضعیتی مردم را غافل منطقی^۱ می‌نامند (Kasper and Streit, 1990).

در حالت پس از وقوع، غفلتی مشابه در میان رأی‌دهندگان، سیاست‌مداران را قادر می‌کند به شکلی عمل کنند که رأی‌دهندگان انتظار نداشته‌اند. مثلاً بسیار شایع است که سیاست‌مداران تازه انتخاب شده، مالیات‌ها را برخلاف وعده‌های قبلی خود افزایش دهند. ایشان دلایلی موجه برای این کار می‌تراشند و حساب و کتاب می‌کنند که این کار باعث از دست دادن مقام و منصب آنان نمی‌شود. درعین حال درآمدهای مالیاتی جدید ممکن است در ازای مزایای ویژه، مخفیانه در خدمت منافع گروه اقلیت کوچکی قرار گیرد. بعد در مورد افزونه‌خواهی^۲ دوباره به این موضوع خواهیم پرداخت ولی فعلاً باید بگوییم که این مصادیق نشان می‌دهد که شاید معضلات کارفرما - کارگزار و رفتار افزونه‌خوارانه تا حدی یکی باشند.

سیاست‌گذاران در زمان نزدیک انتخابات شروع به اقدامات شایسته برای کل جمعیت رأی‌دهنده می‌کنند. چون مردم عادی پول چندانی ندارند یا ترجیح می‌دهند که غافلی

1. Rationally Ignorant

2. Rent-Seeking

منطقی باشند، از آن اقدامات شایسته راضی گشته و دوباره به آن سیاستمداران رأی می‌دهند. امکان دارد سیاستمداران به راه‌حلهایی روی بیاورند که در ظاهر به نفع رأی‌دهندگان است ولی در واقع رفاه ایشان را کم می‌کند. مثلاً ممکن است سیاستگذاران بخواهند منابع مالی برای یک طرح ناکارآمد را از راه بدهی‌های بخش عمومی تأمین کنند. تأثیر بی‌واسطه و کوتاه‌مدت چنین سیاستی آن است که مردم فقط افزایش تدارکات عمومی توسط آن طرح - و اجرای برخی زیرساخت‌ها - را متوجه می‌شوند. آنان در نمی‌یابند که طرح ناکارآمد است، زیرا قیمت واقعی آن طرح با مدتی تأخیر بر دوش همه رأی‌دهندگان می‌افتد. شهروندان دیر یا زود با پیامدهای افزایش بدهی عمومی - مثلاً به شکل کاهش مخارج عمومی یا افزایش مالیات‌ها - روبه‌رو خواهند شد. این پدیده به توهم مالی^۱ معروف است. زمانی که عواقب آن طرح‌ها به‌درستی معلوم شود، سیاستمدارانی که دست‌اندرکار آنها بوده‌اند، دیگر حکومت نمی‌کنند و بنابراین تنبیه کردن ایشان میسر نیست. یکی از نشانه‌های مشابه برای این افق کوتاه‌مدت سیاستمداران آن است که ایشان شاید به دلیل چرخه انتخاباتی، به‌عمد از مشکلات پیچیده آینده چشم‌پوشی کنند. آنان به مصلحت خود می‌دانند که از اقدامات ضروری ولی غیرعامه‌پسند در حال حاضر - که به نفع نسل‌های آینده است - دوری کنند.

با توجه به اینکه سیاستمداران احتمالاً طبق قراردادهای اجتماعی با رأی‌دهندگان عمل نمی‌کنند، برای جلوگیری از این وضعیت چه می‌توان کرد؟ در نظریه عاملیت، قرارداد باید شامل تضمین‌های اطمینان‌بخش مناسب برای تحریک کارگزاران در جهت مطلوب برای کارفرمایان باشد. به تعبیری باید انگیزه‌های مناسبی در نظر گرفته شده باشد. بین معضلات پیش روی سهام‌داران در هنگام منضبط کردن مدیران ارشد و معضلات رأی‌دهندگان در موقع متعهد ساختن نمایندگان سیاسی خود، شباهت‌هایی وجود دارد. یکی از ویژگی‌های مشترک بین مالکان یک بنگاه و رأی‌دهندگان آن است که هر دوی آنان یک گروه بزرگ و غیرمنسجم را تشکیل می‌دهند و این وضعیت ممکن است به بروز معضل سواری مجانی منجر شود: تلاش‌های فردی برای نظارت بر اعمال سیاستگذاران - اگر اصلاً ممکن باشد - به نفع همه رأی‌دهندگان است و به‌این ترتیب انگیزه طفره رفتن از نظارت در افراد پدید می‌آید.

طبق نظریه عاملیت اگر برای حل معضل عاملیت نظارت مؤثر کارفرمایان ممکن نباشد، گزینه متعارف دیگری وجود دارد: پدید آوردن انگیزه‌های سازنده در کارگزاران که معمولاً در وضعیت پرداخت دستمزد متغیر و تشویقی‌های مشابه آن به اجرا درمی‌آید. متأسفانه این گزینه در سیاست کارگر نیست زیرا سیاستگذاران به جای دستمزد بر مبنای عملکرد، دستمزد یا حقوق ثابت دریافت می‌کنند که در مقایسه با دستمزدهای مدیران ارشد در سازمان‌های تجاری بزرگ، نسبتاً اندک است. این نظام پرداخت‌ها نشان می‌دهد که یک سیاستمدار - صرف‌نظر از آنکه کارش را خوب یا بد انجام دهد - همواره دستمزد مشابهی دریافت می‌کند و چنین دستمزدهایی انگیزه‌های ضعیفی هستند. هیچ‌گونه عامل رقابتی یا دلایل پولی وجود ندارد که سیاستمداری را به خدمت برای منافع عمومی و حداکثر تلاش شایسته ترغیب کند. در عوض در این وضعیت بیشتر محتمل است که او «زندگی بی‌دردسر» را انتخاب کرده و یا بیشتر در معرض وسوسه‌های گروه‌های فشار قرار گرفته یا حتی به رشوه روی بیاورد. در صفحات بعد - درباره افزونه‌خواری و فساد - بیشتر صحبت خواهیم کرد.

البته این حرف‌ها را نباید چنین تفسیر کرد که سیاستگذاران همواره و در همه جا به دنبال منافع شخصی خود و نه منافع عمومی هستند؛ زیرا بسیاری از ایشان با انگیزه خدمت به کشور و مردم خود کار می‌کنند. در واقع با توجه به ماهیت این مشاغل و دستمزدهای آن، اغلب گفته می‌شود افرادی که در حکومت کار می‌کنند، با یک فرایند خود انتخابی به آن جایگاه رسیده‌اند یعنی افرادی با انگیزه‌های درونی برای خدمت به عموم بوده‌اند که به‌رغم موقعیت شغلی و دریافتی‌های نسبتاً اندک، به دلیل رضایت‌های غیرمادی خود به این مسیر روی آورده‌اند!!!

با این حال جامعه باید در واگذاری قدرت به دست سیاستمداران، محتاطانه عمل کند؛ زیرا نمی‌توان از احتمال رفتار فرصت‌طلبانه به دلیل عدم تقارن اطلاعات صرف‌نظر کرد. به این ترتیب باز هم باید از خود پرسیم که چگونه می‌توان مانع رفتار فرصت‌طلبانه احتمالی سیاستگذاران شد؟ نشان خواهیم داد که کشورها بدون شک ابزارهای دیگری برای جبران کردن ضعیف اثرگذاری تک‌تک رأی‌دهندگان در اختیار دارند.

همه حکومت‌های مردم‌سالار، نسخه‌هایی از «قوای سه‌گانه» - یعنی نوعی ترتیبات

نهادی مهم - را به کار گرفته‌اند که در آن، بخش‌های مختلف حکومت بر کار یکدیگر نظارت می‌کنند. در کادر ۱-IV در مقدمه بخش چهارم کتاب، به اختصار برخی وظایف قوای مجریه، مقننه و قضایی را شرح دادیم. همچنین در کشورهای پیشرفته، قوانین و تمهیداتی برای افزایش بازرسی‌ها و موازنه‌ها برقرار شده است که حالا به دو مورد از آنها یعنی نهاد مأمور رسیدگی به شکایات^۱ و قانونگذاری آزادی اطلاعاتی^۲ اشاره می‌کنیم.

کشورهای سراسر جهان به گماشتن یک مقام رسیدگی به شکایت - نه فقط در حوزه سیاست بلکه در بنگاه‌های خصوصی و دیگر سازمان‌های غیرسیاسی - پرداخته‌اند. خارج از حوزه سیاست، وظایف هر مأمور رسیدگی به شکایات، عمل کردن به‌عنوان واسطه بین سازمان و کارکنان و مشتریان او در مواردی است که یکی از دو طرف شکوه‌ای در خصوص طرف دیگر دارد. در حوزه سیاست، مأمور رسیدگی به شکایات را باید مأموری مستقل دانست که هر شهروند می‌تواند شکایت خود را علیه نمایندگان حکومت یا مؤسسات حکومتی نزد او مطرح کند. مأموران مذکور را می‌توان در همه سطوح سیاسی - از حکومت مرکزی گرفته تا شوراهای منطقه‌ای و شهری - پیدا کرد. اگرچه مأمور رسیدگی به شکایات در اغلب موارد قدرت بازجویی سیاست‌مدار یا مؤسسه عمومی خاصی را ندارد ولی همچنان قادر است بسیار مؤثر باشد. اگر او قدرت کافی کسب کند، صرفاً همان خطر قرار گرفتن در جایگاه متهم کافی است که سیاست‌مداران یا مؤسسات خاصی را به تغییر رفتارها و یا پرداخت خسارت‌های مالی به طرف‌های خصوصی شاکی وادار کند. در این مورد نیز سازوکار حسن شهرت حکومت احتمالاً به‌خوبی عمل می‌کند.

ابزار جهانی دیگر برای منضبط ساختن سیاست‌مداران و حکومت‌ها، قانونگذاری آزادی اطلاعاتی است. محتوای این قانونگذاری در کشورهای مختلف باهم فرق می‌کند ولی اصل آن از این قرار است که همه شهروندان را از حق درخواست و دریافت اطلاعات از حکومت - درباره بخش اعظم تصمیم‌گیری‌های عمومی - برخوردار می‌کند. البته اسناد سیاستی محرمانه که شامل اطلاعات افراد خاص یا اطلاعاتی که به رقابت‌مندی بنگاه‌ها لطمه زده یا امنیت ملی را به خطر می‌اندازد، از این قاعده مستثناست. افشای اجباری اطلاعات توسط حکومت بیشتر مورد کاربرد رسانه‌ها قرار می‌گیرد به‌طوری که وقتی آنها

1. Ombudsman

2. Freedom of Information Legislation

درباره تصمیم‌ها یا اقدامات مشکوک مقامات یا مؤسسات حکومتی گزارش منتشر می‌کنند، حسن شهرت آن افراد یا دستگاه‌ها در معرض خطر قرار می‌گیرد. اگر آزادی مطبوعات تضمین شود، این قانونگذاری بسیار مؤثر واقع می‌گردد. مصداقی از این اثربخشی را می‌توان در افتضاح مستمری‌ها مشاهده کرد که مطبوعات انگلیسی در مه ۲۰۰۹ بیان کرد و رفتار اعضای مجلس بریتانیا را در اعلان مخارج هدف قرار داده بود. روزنامه‌نگاران آشکار کردند که تعدادی از اعضای مجلس به مدتی طولانی از محل منابع عمومی یعنی از جیب مالیات‌دهندگان انگلیسی، برای مخارج شخصی خود استفاده می‌کرده‌اند. انتشار این اطلاعات موجب خشم عمومی و استعفای برخی سیاستمداران در آن کشور شد.

۹-۲ رویکرد پویا به شکست‌های حکومت

در اینجا درباره مصادیق فرایند تعامل بین ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی (بنگاه‌ها و گروه‌های فشار) و ساختارهای سازمان‌دهی عمومی بحث خواهیم کرد. نتیجه این فرایندهای تعاملی، کاهش رفاه است. ابتدا به پدیده «مخاطره نظارتی»^۱ می‌پردازیم. مهم است که عوامل خصوصی در نظام اقتصادی در قالب یک محیط نهادی باثبات عمل کنند تا بتوانند رفتار عوامل را در آینده پیش‌بینی کنند. همچنین لازم است قواعد تدبیر عمومی بتوانند با وضعیت جدید ناشی از تغییرات در فناوری، بین‌المللی شدن بازارها یا ارزش‌های جامعه سازگار شوند. در این بخش به امکان تغییر مقررات توسط حکومت به دلایل فرصت‌طلبانه، و در نتیجه به خطر افتادن دیگر عوامل در نظام اقتصادی به دلیل تغییر قوانین حکومتی - بسته به منافع سیاستمداران و دیوان‌سالاران - اشاره خواهیم کرد.

این منافع ممکن است تحت تأثیر دیگر منافع جمعی قرار گیرد که در زمان بحث افزونه‌خواهی و گروه‌های فشار به آن اشاره خواهیم کرد. سیاستمداران گاهی تصمیم خود را تحت تأثیر گروه‌های فشار اتخاذ کرده یا آرای خود را در ازای یک موضوع با حزب سیاسی دیگری در مورد یک موضوع دیگر مبادله می‌کنند. همچنین به پدیده فساد اشاره می‌کنیم که بدترین و شدیدترین شکل رفتار افزونه‌خواهانه است و سد مهمی بر سر راه رفاه اجتماعی و رشد اقتصادی محسوب می‌شود.

پدیده «قبضه نظارتی» نیز در قسمت بعدی این بخش - به‌مثابه جزئی از فرایندی پویا که با آزادسازی، کاهش مقررات و خصوصی‌سازی در بازارهای قبلاً تحت برنامه‌ریزی متمرکز و تحت سلطه شرکت‌های دولتی با ادغام عمودی (مخاطرات، حمل‌ونقل عمومی، بازارهای انرژی و ...) مربوط است - بررسی خواهد شد.

۹-۲-۱ مخاطره نظارتی

وقتی حقوق مالکیت به یک یا چند نفر تعلق گیرد، انگیزه‌های مشخصی در ایشان پدید می‌آید. حقوق مالکیت و رفتار بهینه‌کننده موجب رشد اقتصادی می‌شود در حالی که مالکیت جمعی ممکن است به سواری مجانی منجر شود و به این دلیل رشد اقتصادی را محدود کند. برای آنکه حقوق مالکیت خصوصی به‌خوبی عمل کنند، لازم است حقوق تصمیم‌گیری مالکان دارایی‌های شخصی را حکومت به شیوه‌های سلیقه‌ای و پیش‌بینی‌ناپذیر تغییر ندهد. اگر چنین شود، حقوق مالکیت خصوصی نمی‌تواند به انتظارات باثبات در میان عوامل - درباره رفتار عوامل دیگر در نظام اقتصادی - منجر شود. باین حال در عمل به‌دلیل اقدامات حکومت، حقوق مالکیت خصوصی در معرض خطر مصادره قرار می‌گیرد که باعث تغییر در رفتارهای افراد می‌شود. منظور ما از مفهوم مصادره، یک منظور کلی است: نه تنها مصادره حقوق از راه تبدیل کردن حقوق خصوصی به حقوق عمومی (مثلاً ملی کردن یک بنگاه خصوصی)، بلکه وضعیت‌هایی که در آن یک حکومت به اثرگذاری بر منافع و هزینه‌های اجرای حقوق خصوصی می‌پردازد (مثلاً با سیاست مالیاتی).

حکومت از سود و دستمزدها مالیات می‌گیرد. نرخ‌های مالیات‌ستانی بر درآمدهای افراد و بنگاه‌هایی اثر می‌گذارد که از محل کسب و تبادل حقوق مالکیت حاصل شده‌اند. تا وقتی حکومت قوانین مالیاتی را تغییر نداده باشد، فعالان خصوصی می‌دانند که انتظارات ایشان چیست و اقدامات عوامل خصوصی مطابق با آن انتظارات تنظیم می‌شود. اما اگر حکومت به دفعات سیاست‌های مالی و توزیعی خود را تغییر دهد یا از قدرت تحمیل کردن قوانینی برخوردار باشد که به ضرر مبادله هستند، آثاری در تخریب روحیه کارآفرینی و کاهش انگیزه‌ها به‌جا می‌گذارد که به‌طور کلی نتیجه‌ای سوء در رفاه جامعه پدید می‌آورد. پس اعتبار حکومت یک عامل خطیر در ایجاد کارایی در نظام اقتصادی است.

۹-۲-۱-۱ بُعد بین‌المللی

مفهوم مخاطره نظارتی بُعد بین‌المللی نیز دارد. وقتی حکومت‌ها «قواعد بازی» را به شکلی پیش‌بینی شده به نفع خود و به زیان بنگاه‌های خصوصی (خارجی) تغییر دهند، در آن صورت چنین حکومت‌هایی نوعی سوء شهرت برای خود ساخته‌اند. این اقدامات از ملی‌سازی دارایی‌های خارجی و نقض قراردادهای بنگاه‌های خارجی تا ادغام‌ها یا تملک‌های خودسرانه و بدون توافق را دربرمی‌گیرد. بدون شک این مخاطره نظارتی پیامدهایی در جذابیت یک کشور برای سرمایه‌گذاران خارجی و رفاه اقتصاد مردم به‌جا می‌گذارد. کادر ۵-۹ مثالی را مطرح می‌کند.

کادر ۵-۹ ماجراهای شل و بی پی^۱ در روسیه

در وضعیتی که خطر کمبود سوخت‌های فسیلی رو به رشد است، روسیه هنوز هم در برخی نواحی سرشار از نفت و گاز است. بعضی شرکت‌های بزرگ بین‌المللی در حوزه انرژی در طرح‌های انرژی روسیه سهام شده‌اند تا از این میادین بزرگ نفت و گاز بهره‌برداری کنند.

شل ابتدا در طرح ساخالین^۲ ۲۲ سهم ۲۵ درصدی داشت درحالی‌که دو ائتلاف ژاپنی (کایرتسو) باهم ۴۵ درصد سهام داشتند. در قرارداد اولیه ذکر شده بود که آن شرکت‌ها باید درآمدهای خود را - پس از بازبایی هزینه‌های سرمایه‌گذاری - با حکومت روسیه شریک شوند. با این‌حال در سال ۲۰۰۶، حکومت روسیه شروع به اعمال فشار بر شل و دو شریک او نمود تا توافق را نقض کند و دلیل می‌آورد که کار ایشان به محیط زیست آسیب می‌رساند. شل در انتهای آن سال مجبور به توقف عملیات شد؛ زیرا حکومت روسیه به‌آسانی مجوزهای زیست‌محیطی بهره‌برداری از میادین نفت و گاز را باطل کرد. آن سه شریک در قرارداد جدید بخشی از سهم خود را به شرکت دولتی گزپروم روسیه دادند و گزپروم به‌این ترتیب اکثریت سهام را به‌دست آورد. بنابراین از آن به بعد، دولت روسیه از احاطه کامل بر آن طرح برخوردار شده است.

اندکی پس از آن، واقعه مشابهی رخ داد: در ژانویه ۲۰۰۷، سرمایه‌گذاری مشترک بی پی با شرکت روسی TNK-BP نیز مورد طمع حکومت روسیه قرار گرفت. بی پی مجبور بود به این ائتلاف راهبردی بپیوندد تا منابع خود در حوزه عظیم گازی کوویتکا^۳ را یک‌کاسه کند (فصل هفتم درباره

1. Shell and BP
2. Sakhalin-2
3. Kovytko

پیوندی‌ها را مطالعه کنید). روس‌ها به شرکت‌های چندملیتی نیاز داشتند تا از دانش تخصصی و سرمایه‌گذاری‌های ایشان بهره‌مند شوند. باین‌حال حکومت روسیه باهم می‌خواست زمام این طرح را (دوباره به‌واسطه گزپروم) به‌دست آورد و این بار نیز با تهدید به لغو مجوزهای زیست‌محیطی موفق شد. حکومت حتی به یک اهرم فشار دیگر نیز مجهز بود زیرا بی. پی. نتوانسته بود میزان تولید را به حد مورد توافق در قرارداد برساند. البته دلیل آن ناکامی اقدام راهبردی دیگری از جانب حکومت روسیه بود: میزان تولید مذکور فقط در صورت وجود صادرات محقق می‌شد درحالی‌که طبق قانون فقط گزپروم مجاز به صادرات گاز بود.

دو مثال فوق نشان داد که ممکن است قوانین در خلال بازی تغییر کنند. این شاهد اختطاری به بنگاه‌های خصوصی است که حتی قراردادهای برخوردار از تضمین‌های اطمینان‌بخش حقوقی - حداقل در بسیاری از نقاط دنیا - نمی‌تواند تضمینی قطعی باشد، به‌ویژه اگر پای مسائل سیاسی به میان آید.

۹-۲-۲ گروه‌های فشار

گروه‌های فشار و چگونگی اعمال نفوذ ایشان در تصمیم‌گیری‌های نظام سیاسی (مجلس قانون‌گذاری، دیوان‌سالاران) مشخصه‌های مهم یک نظام اقتصادی هستند. این نفوذ گاهی معطوف به ایجاد افزون‌طلبی است و به همین دلیل آن را افزون‌خواهی نیز می‌نامند. در ادامه به بررسی برخی ابعاد افزون‌خواهی - به‌ویژه اعمال فشار و فساد - خواهیم پرداخت.

۹-۲-۲-۱ افزون‌خواهی

وقتی با نگرش بدبینانه به رفتار افزون‌خواهانه نظر کنیم، می‌توان آن را به‌مثابه تلاشی فریب‌کارانه برای انتقال منابع به‌منظور دستیابی به منافع - بدون تلاش رقابتی - دانست؛ یعنی حاصلی که بدون ارائه هرگونه تلاش مولد در ازای آن مطالبه می‌شود.

افزون‌خواهی نه تنها به اعمال نفوذ بنگاه‌ها در میان سیاست‌مداران به‌منظور بهره‌مندی از مزایای ویژه مربوط است، بلکه علاوه بر آن به عوامل خصوصی نیز تسری پیدا می‌کند. باین‌حال در اغلب موارد دولت است که رانت‌ها یا افزون‌طلبی‌ها را ایجاد می‌کند؛ زیرا - ابزارهایی همچون قانون، مقررات، مالیات‌ها، تعرفه‌ها و یارانه‌ها یا واگذاری قراردادهای و حق امتیازها - از قدرت تخصیص حقوق مالکیت برخوردار است. در نتیجه

افزونه‌خواهان سعی می‌کنند به نفع خود بر تصمیمات سیاسی توزیع (مجدد) درآمدها اثر بگذارند. با توجه به توصیف مزبور، افزونه‌خواهی به‌مثابه پیامدی ناکارآمد محسوب می‌شود که برای کل جامعه مضر است: نه تنها بنگاه‌هایی که به از میدان به در کردن رقبای خود فکر می‌کنند، بلکه برخی سازمان‌های غیرانتفاعی - مثلاً نظیر سازمان عفو بین‌المللی یا صلح سبز - نیز به افزونه‌خواهی پرداخته، با برقراری روابط صمیمانه با سیاستمداران سعی می‌کنند مزایای ویژه کسب کنند. حتی افراد نیز ممکن است به‌شرط آنکه از قدرت (مالی یا سیاسی) برای این کار برخوردار باشند، به افزونه‌خواهی بپردازند. نکته مشترک در همه موارد افزونه‌خواهی در واقع به همین جنبه قدرت مربوط است.

مانکور اولسن^۱ در کتاب معروف خود *منطق اقدام جمعی*^۲ به شکلی متقاعدکننده نشان داد که اثر یک گروه فشار لزوماً با اندازه آن گروه نسبت ندارد و جامعه باید بیشتر از گروه‌های قدرتمند اقلیتی بترسد که قادرند قدرت خود را بر اکثریت تحمیل کنند. چند دلیل هست که چرا گروه‌های نسبتاً کوچک می‌توانند در دستیابی به اهداف خود بهتر از گروه‌های بزرگ عمل کنند:

- افرادی که به یک گروه (بزرگ) می‌پیوندند تا به شکل جمعی برای مزایایی خاص عمل کنند، به انگیزه سپردن کارها به شکل پنهان به‌دست دیگر اعضای گروه دچار می‌شوند. وقتی اعضای گروهی خیلی زیاد باشد، سواری مجانی به‌آسانی روی می‌دهد؛
- این مشکل حتی وقتی شدیدتر می‌شود که نتیجه مطلوب به کالایی کاملاً عمومی مربوط باشد و پس از فراهم شدن آن، هیچ‌کس را نتوان از کاربرد آن کالا منع کرد؛
- وقتی تعداد زیادی از مردم به دنبال یک هدف مشترک باشند، ایشان باید توفیق مورد نظر را با تعداد زیاد دیگری شریک شوند. وقتی هرکس پیش‌بینی کند که فقط سهم اندکی از توفیق نصیب خواهد برد، تلاش کمتری انجام می‌دهد؛
- در یک گروه بزرگ، خطر ناهمگونی اهداف اعضای گروه زیاد می‌شود و کارایی اقدام جمعی را کم می‌کند؛ و
- تلاش برای غلبه بر این مشکلات، هزینه‌های سازمان‌دهی و نظارت بر همه فعالیت‌های آن گروه نیز زیاد خواهد شد.

1. Mancur Olson

2. *The Logic of Collective Action*, 1965.

به این ترتیب گروه‌های کوچک را آسان‌تر می‌توان سازمان‌دهی کرد زیرا منافع آن گروه‌ها فقط بین تعداد افراد اندکی تقسیم شده است که به احتمال زیاد، هدفی مشترک داشته و به راحتی دنبال سواری مجانی نمی‌گردند زیرا این کار به سرعت آشکار شده، بر حسن شهرت ایشان اثر می‌گذارد. همچنین وقتی هدف یک کالای کاملاً عمومی نباشد، انگیزه سازمان‌دهی گروه افزایش می‌یابد: اگر نتیجه کار فقط به نفع اعضای گروه و نه اشخاص دیگر باشد، مردم بیشتر از انگیزه تلاش بهره‌مند می‌شوند. وقتی هدف ایشان تحقق یافت، می‌دانند که هزینه‌های تدارک هدف (عمدتاً به شکل سهم مالیات) بر دوش همه اعضای گروه و نه فقط یک نفر بوده است. به این ترتیب بخت توفیق یک گروه کوچک، نه فقط به دلیل زیادتر بودن انسجام و نظم در آن بلکه به دلیل پنهان ماندن نسبی اقدامات ایشان از چشم کل جامعه بیشتر می‌شود و این پنهان ماندن، موجب برانگیختن اعتراض یا کارشکنی دیگران نمی‌شود.

الف) لابی‌گری

در نوشته‌های اقتصاد نهادگرایی جدید درباره اثرگذاری بر تصمیم‌گیری سیاسی از راه افزونه‌خواهی گاهی تمایزی بین خریدن، اعمال فشار و اقامه دعوی قائل شده‌اند (Spiller and Liao, 2008). در مورد «خریدن»، گروه فشار از ابزارهای مالی یا دیگر دارایی‌ها برای جلب توجه تصمیم‌گیرندگان سیاسی به نظر خود استفاده می‌کند. در «اعمال فشار»، این گروه اطلاعاتی را فراهم می‌کند تا شاید با آن بر نظرات سیاستمداران اثر گذارد. در مورد «اقامه دعوی»، موضوع از صحنه سیاسی به دادگاه کشانده می‌شود. دقت کنید که اقدام قضایی فی‌نفسه می‌تواند چنان وقت‌گیر باشد که حتی تهدید آن ممکن است بر رفتار عوامل در دستگاه سیاسی اثر گذارد. این جنبه از رفتارهای گروه‌های فشار را بیش از این بررسی نکرده، در ادامه بیشتر به ترکیب دو روش خریدن و اعمال فشار می‌پردازیم.

در کادر ۶-۹ می‌توانید مثالی از اعمال فشار از منظر زیست‌محیطی را مطالعه کنید. موارد مشابهی در صنعت خودروسازی (فشار برای کم کردن آلایندگی و استانداردهای ایمنی) و نیز در صنعت مواد غذایی (دستکاری‌های ژنتیکی) وجود دارد.

کادر ۶-۹ اعمال فشار در صنعت بوم‌شناسی

تحلیل‌های دانشگاهی درباره اعمال فشارهای زیست‌محیطی معمولاً حول دو گروه متمرکز شده است: کارشناسان محیط زیست و آلوده‌کنندگان. با این حال یک بازیگر سوم یعنی صنعت بوم‌شناسی نیز نقشی روزافزون در بازی اعمال فشار در این حوزه ایفا می‌کند. اعمال فشار توسط صنعت بوم‌شناسی معطوف به حمایت از موضع کارشناسان محیط زیست است؛ زیرا به سیاست‌های سخت‌گیرانه‌تر زیست‌محیطی علاقه دارد که موجب رونق تقاضای محصولات آن صنعت می‌شوند (Canton, 2008; Wang, 2009).

یک مثال اعمال فشار مربوط به انجمن انرژی بادی آلمان^۱ است که از سال ۱۹۹۷ با موفقیت به حکومت فشار آورد تا قانون یارانه دادن به برق تجدیدپذیر را ابقا کند تا جایگاه آن انجمن در بازار برق بادی حفظ شود.

صنعت بوم‌شناسی نیز مشابه با آنچه در دیگر صنایع رخ می‌دهد، می‌تواند در کشوری به‌منظور کسب مزیت در کشور دیگر به اعمال فشار بپردازد. در رقابت بین یکی از خودروسازان آلمانی و پژو، هرکدام از اتحادیه اروپایی خواستند نوعی فناوری‌های کاهش آلایندگی را به تصویب برسانند که برای ایشان مطلوب‌تر بود. در نهایت خودروساز آلمانی از مزیت برخوردار شد؛ زیرا کارها را طوری برنامه‌ریزی کرد که قانون مطابق نظر او تنظیم شود. به این ترتیب مبدل‌های کاتالیزوری مطابق با فناوری زیست‌محیطی آن شرکت برای اروپا تصویب شدند.

رئیس‌جمهور اوپاما در ایالات متحده در همان زمان اصرار می‌کرد که از مشاغل «سبز» از قبیل نوسازی ساختمان‌ها برای کارایی انرژی حمایت می‌کند. حتی قبل از آغاز به کار دولت اوپاما در ژانویه ۲۰۰۹ نیز صنایع انرژی‌های تجدیدپذیر، سوخت زیستی و خودروسازها برای ارائه پیشنهادهای سیاستی به رئیس‌جمهور آینده صف کشیده بودند. در میان اقلام متعدد موجود در فهرست خواسته‌های ایشان، یک برنامه وام‌دهی بابت پیشرفت انرژی خورشیدی، اعتبارات مالیاتی برای شرکت‌های نصب‌کننده اندازه‌گیری‌های «هوشمندی» که مصرف برق را کم می‌کنند، و یارانه برای بهبود عملکرد باتری‌های لیتیوم یونی در خودروهای برقی قرار داشت.

وقتی موضوع اعمال فشار در میان باشد، پول‌های هنگفتی به خطر می‌افتد. در مورد ایالات متحده که آمارهایی را ارائه خواهیم کرد، لازم است بین پول مبارزات انتخاباتی و هزینه‌های اعمال نفوذ فرق قائل شویم. پول‌های مبارزه انتخاباتی را دیگر

1. German Wind Energy Association

نمی‌توان مستقیماً از محل منابع سازمان‌هایی مانند شرکت‌ها و گروه‌های صنفی تأمین کرد و دلیل آن هم قانون مک کین - فین گولد در مورد اصلاح تأمین مالی مبارزه انتخاباتی^۱ است. پس آن پول را باید از محل کمیته‌های ضربت سیاسی یا از افرادی تأمین کرد که مثلاً کارکنان شرکت‌ها و گروه‌های صنفی نیز جزو آنها هستند. پول مبارزه انتخاباتی مستقیماً به نامزد سیاسی داده می‌شود. هزینه‌های اعمال نفوذ را شرکت‌ها، گروه‌های صنفی و نظائر آن تقبل می‌کنند تا بر سیاست‌مداران و نهادهای فدرال نفوذ کنند ولی این پول مستقیماً به دست سیاست‌مداران نمی‌رسد. می‌توان گفت هزینه‌های اعمال نفوذ، برای ایجاد فعالیت‌های نفوذی صرف می‌شوند.

از جدول ۹-۱ می‌توان نتیجه گرفت که فعالیت‌های اعمال نفوذ در ایالات متحده - از لحاظ تعداد فشارها و نیز مقدار پولی که در این راه صرف می‌شود - در حال رشدند. از مقایسه سال ۱۹۹۸ با سال ۲۰۰۸ می‌توان گفت: مخارج اعمال نفوذ به‌ازای هر فعال، تقریباً از ۱۳۵۰۰۰ دلار به ۲۱۴۰۰۰ دلار رسیده و کل مخارج اعمال فشارها از سال ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۸ بیش از دو برابر شده است. کل مخارج اعمال نفوذ به‌عنوان درصدی از تولید ناخالص داخلی از ۰/۰۱۶ به ۰/۰۲۳ درصد رسیده و ۴۴ درصد رشد کرده است.^۲

جدول ۹-۱ مقادیر صرف شده برای اعمال نفوذ در ایالات متحده، ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۸

سال	کل مخارج اعمال فشار (میلیارد دلار آمریکا)	تعداد افراد فعال در اعمال فشار
۱۹۹۸	۱/۴۴	۱۰۶۹۱
۱۹۹۹	۱/۴۴	۱۳۳۳۰
۲۰۰۰	۱/۵۴	۱۲۷۵۲
۲۰۰۱	۱/۶۳	۱۲۰۷۴
۲۰۰۲	۱/۸۱	۱۲۳۴۹
۲۰۰۳	۲/۰۴	۱۳۱۶۳
۲۰۰۴	۲/۱۷	۱۳۴۰۳

1. McCain- Feingold Campaign Finance Reform Act

2. Bureau of Economic Analysis, US Department of Commerce

جدول ۱-۹ مقادیر صرف شده برای اعمال نفوذ در ایالات متحده، ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۸

سال	کل مخارج اعمال فشار (میلیارد دلار آمریکا)	تعداد افراد فعال در اعمال فشار
۲۰۰۵	۲/۴۲	۱۴۴۴۲
۲۰۰۶	۲/۶	۱۴۸۷۳
۲۰۰۷	۲/۸۴	۱۵۴۳۷
۲۰۰۸	۳/۲۳	۱۵۲۷۶

Source: Center for Responsive Politics, 2009.

اعمال نفوذ در اتحادیه اروپایی اهمیت دارد و حدود ۱۵۰۰۰ نفر در بروکسل پایتخت اتحادیه اروپایی به این کار مشغول‌اند. براساس پیشنهاد مه ۲۰۰۸، همه فعالانی که می‌خواستند به نفوذ در اعضای مجلس اروپایی، کمیسیون اروپایی یا شورای وزرا^۱ پردازند، باید خود را فعال در این حوزه معرفی می‌کردند. همچنین همه آن افراد باید اهداف خود، شخصی که برای او کار می‌کنند و میزان پول صرف شده را اعلام می‌کردند. این اقدامات باید به افزایش شفافیت کمک می‌کرد.

بلافاصله انتقادهایی ابراز شد که ثبت‌نام افراد اختیاری است و در واقع اشخاص فعال در این حوزه مجبور به افشای نام خود، موکلان یا اهداف خود نیستند (Phillips, 2008). در واقع چنین بحث‌هایی به همان بحث قدیمی مربوط است که کدام‌یک از نهادهای رسمی یا غیررسمی مؤثرترند. طرف‌داران نظام فعلی معتقدند که اجباری کردن ثبت‌نام، مستلزم یک فرایند قضایی پیچیده است و به این دلیل اجرای آن وقت‌گیر خواهد بود. همچنین ایشان ادعا کردند که انگیزه‌ها و تنبیهات غیررسمی می‌تواند به‌خوبی کارگر باشد: فقط فعالانی که به ثبت رسیده‌اند، از اطلاعات تحولات اهداف اعلام شده بهره‌مند می‌شوند و وقتی آن فعالان، ضوابط رفتاری مورد نظر را رعایت نکنند، از دایره ثبت شده حذف می‌شوند و در معرض خطر تحریم اعضای مجلس قرار می‌گیرند. با این حال مخالفان به این حرف‌ها اعتقاد نداشته، نگران هستند که تحریم‌های غیررسمی فعلی نتواند رفتار فعالان را - به‌ویژه وقتی منافع مالی بزرگی در خطر باشد - تحت اختیار درآورد.

1. European Parliament, The European Commission or the Council of Ministers

افزونه‌خواهی موفقیت‌آمیز به این معناست که مزایای درخواست شده برآورده شده‌اند و این وضعیت به ایجاد رانت منجر شده است. چرا سیاست‌مداران میل‌اند این رانت‌ها را ایجاد کنند؟ یک دلیل آن است که اعمال فشارها گاهی موجب ارتقای رفاه می‌شود. شاید سیاست‌مداران از انگیزه بهبود کارایی برخوردار بوده، از گروه‌های فشار استقبال کنند؛ زیرا آنان اطلاعات ضروری برای دستیابی به تصمیم‌های دقیق را فراهم می‌کنند. در دنیای پیچیده امروز، سیاست‌مداران نمی‌توانند همه‌چیز را پیش‌بینی کنند و جمع‌آوری اطلاعات کامل نیز سخت و پرهزینه است. گروه‌های فشار می‌توانند از این لحاظ به بهبود کارایی کمک کنند.

با این حال اعمال فشار گاهی بسیار ناکارآمد است. وقتی فشار آوردن به موفقیت ختم شود، هزینه مزایای واگذار شده به دوش کل جامعه افتاده، به این ترتیب مالیات‌ها زیاد شده و زیان دائمی نیز افزایش می‌یابد. گروه‌های فشار (یا کارکنان ایشان) معمولاً این هزینه‌ها را در نظر نمی‌گیرند. تا وقتی هزینه‌های خصوصی برای تحقق رانت‌های اضافی، کمتر از مزایای انتظاری کسب آن رانت‌ها باشد، اقدام به افزونه‌خواهی برای آنان سودآور است (حتی اگر به بهای رفاه عموم تمام شود). یکی از مثال‌های زندگی واقعی را می‌توان در کادر ۷-۹ پیدا کرد.

کادر ۷-۹ اعمال نفوذ به نفع و به ضرر لامپ سبک کم‌مصرف

به‌رغم آنکه ادعا می‌شود لامپ‌های کم‌مصرف برای محیط زیست بهتر از لامپ‌های ال‌ئی‌دی (رشته‌ای) قدیمی هستند، اتحادیه اروپایی در سال ۲۰۰۰ حداقل تعرفه وارداتی ۶۶ درصدی را برای لامپ‌های کم‌مصرف چینی وضع کرد. این اقدام به دلیل فشارهای تولیدکنندگان لامپ‌های سبک در اروپا انجام شد؛ زیرا ایشان نمی‌توانستند با قیمت‌های چینی رقابت کنند. آن قیمت زیاد و ساختگی به دلیل منافع جمعی صنایع، تا اکتبر ۲۰۰۸ پا برجا ماند.

در آن زمان، «تعرفه وارداتی ضد دامپینگ» با موافقت رقبای قبلی لغو گردید. چرا؟ چون همه تولیدکنندگان لامپ‌های سبک در اروپا قبلاً کارخانه‌های خود را به چین منتقل کرده و حالا مخالف هرگونه محدودیت وارداتی بودند. بدون شک ایشان به دلایل تجاری با سیاست‌مداران اروپایی و گروه‌های فشار زیست‌محیطی - از قبیل صلح سبز - به توافق رسیده بودند که مصرف لامپ‌های سبک کم‌مصرف تشویق شود.

بنابراین اگر اعمال فشار معمولاً به زیان باقی‌مانده منجر می‌شود، چرا سیاستگذاران رانت ایجاد می‌کنند؟ در ادامه به‌اجمال درباره اهداف (درهم تنیده) انتخاب مجدد سیاستمداران، بهره‌برداری از قدرت و مقام و حفظ آن، یا سود مالی به‌عنوان دلایل واگذاری رانت‌ها اشاره خواهیم کرد. سیاستمداران پس از انتخاب شدن، هزینه‌ها و منافع هر تصمیم فرضی برای رأی‌دهندگان را بررسی کرده و برآورد می‌کنند که آیا اجرای آن سیاست موجب افزایش بخت انتخاب مجدد ایشان می‌شود یا خیر. ماکیاولی^۱ - نظریه‌پرداز دنیای سیاست - در اوایل قرن شانزدهم دریافت که راهبرد یک حاکم - کسی که مایل است بر مسند قدرت باقی بماند - حمایت از افراد خاص و نه حمایت از اکثریت مردم است. نقل قول فلیپس این نکته را دربردارد (Phelps, 1985: 187):

سیاستمدار: قانونی برای کاهش مالیات و افزایش کلی بودجه مبارزه با بیماری و فقر تصویب می‌کنم که شما و دیگر گروه‌های جامعه همیشه از آن نالیده‌اید. در عوض شما هم باید دست رد به سینه رقبای من بزنید، پسران خود را به خدمت در نیروی شبه‌نظامی بفرستید و از تیراندازی به مأموران مالیاتی من دست بردارید.

گروه فشار: جناب حاکم اگر شما قصد انجام این کارهای خیر را داشته باشید، آنها را چه با کمک ما چه بدون آن انجام خواهید داد به‌این ترتیب پس از آن هم رفتار مبتنی بر سواری مجانی در پیش خواهید گرفت. برای آنکه موافقت ما را جلب کنید، باید کاری برای ما انجام دهید که بدانیم بدون حمایت ما قادر به آن نیستند. کاری که واقعاً برای ما مزیتی ویژه باشد.

سیاستمداران از موضعی برخوردارند که گاهی آنها را به تصمیم‌گیری به میل شخصی قادر می‌کنند، اما در موارد دیگر به تشکیل ائتلاف محتاج‌اند تا بتوانند اقدامات سیاستی خود را به اجرا درآورند. وقتی چنین باشد یکی از روش‌های متعارف، مبادله آرا بین ایشان است یعنی قانونگذاران با توافق چندجانبه، به نفع یک لایحه رأی می‌دهند که درواقع تا حدی با آن مخالفان ولی در ازای آن از لایحه دیگری دفاع می‌کنند که می‌دانند رأی‌دهندگان حوزه انتخابی خود را خرسند کرده و موجب ارتقای جایگاه حزبشان می‌شود. این روش مبادله آرا به زدوبند پارلمانی^۲ [نان به هم قرض دادن] معروف است. این شیوه

1. Machiavelli
2. Logrolling

اغلب ناکارآمد است؛ زیرا عمدتاً فقط به نفع ساکنان یک منطقه یا استان بوده، اما هزینه‌های آن بین کل جمعیت پخش می‌شود. مصادیق این اقدامات را می‌توان مثلاً در طرح‌های زیرساختی یا یارانه‌های نواحی محروم مشاهده کرد.

سیاست خاصه خرجی^۱ - که بازهم به پدیده جهت‌دهی منابع به خرده‌گروه‌های جامعه در ازای حمایت سیاسی ایشان مربوط می‌شود - دقیقاً از همین مقوله است. این کار بیشتر با دست‌وپا کردن رأی یا با بخشش‌های مالی در زمان مبارزه انتخاباتی (مجدد) انجام می‌پذیرد. به‌رغم اینکه در خیلی از کشورها در مسند قدرت بودن لزوماً به معنای کسب درآمد هنگفت (مثلاً در مقایسه با مدیر ارشد اجرایی در یک شرکت خصوصی بزرگ) نیست، ولی مسند سیاسی نوعی شأن و منزلت به حساب می‌آید و راه را برای مشاغل آینده پردرآمد در خارج از بدنه حکومت هموار می‌کند. به این ترتیب مزایای مالی در آینده نصیب سیاستمداران می‌شود. مثال آخر درباره اعمال نفوذ (کادر ۸-۹) نشان می‌دهد که چگونه گروه‌های فشار به‌قدری قدرتمندند که در برابر قدرت جبران‌کننده مقاومت کرده و پایگاه خود را حفظ می‌کنند.

کادر ۸-۹ اعمال نفوذ در صنعت تنباکو

در یکی از یادداشت‌های داخلی فیلیپ موریس^۲ به نقل از گیول به‌صراحت گفته شده که آن «از اعمال فشار بی‌پرده، رسانه‌ها و همدستان صنعتی بهره‌برداری می‌کند تا افزایش مالیات‌های ایالتی و محلی را به حداقل رسانده، ... و آزادی آن صنعت در تبلیغات و رواج سیگار در میان بزرگسالان سیگاری را حفظ کند» (Givel, 2006: 140). گروه فشار تنباکو تا دهه ۱۹۶۰، کارهای خود را در چارچوب تأکید بر تعداد شغل ایجاد شده در آن صنعت و معاش کشاورزان تنباکوکار انجام می‌داد و به موضوع سلامت نمی‌پرداخت. اما با آگاهی روزافزون از آثار زیان‌بار استعمال دخانیات، فنون آن شرکت تغییر کرد و صنعت تنباکو به شکل علنی تبلیغ کرد که استعمال دخانیات انتخابی شخصی است. گیول (۲۰۰۶) سعی کرد تا اثر اعمال فشار تنباکو را بر قانونگذاری سیاست‌های ایالتی تنباکو در ایالات متحده برآورد کند. نخستین اولویت در صنعت تنباکو، استخدام اعضای فشار حرفه‌ای بوده است که سابقه طولانی در تعامل با قانونگذاران ایالتی در حوزه جلوگیری از تصویب قوانین داشتند. آن اعضای

1. Pork Barrel Politics
2. Philip Morris

فشار علاوه بر دیگر راهبردها، مستقیماً در تبلیغات انتخاباتی سیاستمداران مشارکت کرده و هدایایی برای قانونگذاران می‌فرستادند. ایشان همچنین به تشکیل ائتلاف با دیگر گروه‌های فشار پرداخته، منابع مالی گروه‌های ذی‌نفع عمومی با نام‌هایی همچون «ائتلاف ملی سیگاری‌ها» را تأمین می‌کردند.

اما روش‌های گروه‌های فشار ضددخانیات، آشکارتر و صریح‌تر از روش گروه‌های فشار دخانیاتی است و شامل تبلیغ در روزنامه‌ها، مصاحبه‌های رسانه‌ای، اجتماعات و تظاهرات دسته‌جمعی می‌شود. به‌نظر گیول (۲۰۰۶) طبق شواهد موجود، صنعت تنباکو در دهه ۱۹۹۰ در اثرگذاری بر سیاست‌ها موفق‌تر از مخالفان خود بود و علاوه بر توفیقات دیگر، توانست مالیات سیگار را در اکثر ایالت‌ها در سطح پایینی نگاه دارد. او نتیجه‌گیری می‌کند که آن صنعت توانست با بهره‌گیری از منابع مالی بیشتر و تجربه سیاسی بر فعالیت‌های روزافزون طرفداران سلامت غلبه کند. گیول پیشنهاد می‌کند که بهتر است «گروه فشار سلامت» - اگر قصد دارد اثربخشی خود را تقویت کند - فوت‌وفن‌های آینده خود را تغییر دهد.

ب) فساد

شاید بدترین شکل اعمال فشار، به فساد شدید مربوط باشد که در بدترین حالت، پیامدهای ویرانگری در حوزه اقتصاد و رشد اقتصادی باقی می‌گذارد. اقدامات فریب‌کارانه، رشوه‌گیری و فساد - که نمایندگان حکومت در آن دست دارند - پدیده‌هایی است که در بسیاری از کشورها (اگر نگوییم همه) به درجات مختلف اتفاق می‌افتد. در کشورهایی که این اقدامات کاملاً ممنوع و بسیار مذموم تلقی می‌شود، به شکل پنهان انجام می‌گیرد ولی در دیگر کشورها سیاستمداران و مقام‌های رسمی به شکل عیان و مکرر به آن مبادرت می‌کنند. از این رو در اینجا به فساد سیاسی خواهیم پرداخت که همان سوءاستفاده از قدرت حکومتی برای منفعت (مالی) شخصی است. این سوءاستفاده ممکن است از سوی سیاستمداران و دیوان‌سالاران صورت پذیرد و نمایانگر معضلی بسیار جدی است زیرا در کل، به رشد اقتصادی لطمه می‌زند. بانک جهانی گزارش‌های متعددی درباره مشکل فساد تهیه کرده است اما این معضل در اکثر کشورهای فقیر وجود دارد و تا حدی دلیل فقیر ماندن آن کشورهاست. سازمان غیرحکومتی شفافیت بین‌المللی^۱ هر سال شاخص برداشت ذهنی فساد^۲ و شاخص فساد جهانی^۳ را منتشر می‌کند. هر دوی این گزارش‌ها

1. NGO Transparency International
2. Corruption Perceptions Index (CPI)
3. Global Corruption Barometer

فهرستی از اطلاعات رتبه‌بندی کشورها برحسب فساد را دربردارند. جدول ۹-۲ نشان می‌دهد کدام ۱۰ کشور (از ۱۸۰ کشور جهان) در رده‌بندی شاخص برداشت ذهنی فساد در سال ۲۰۰۸، به ترتیب بهترین و بدترین هستند.

جدول ۹-۲ شاخص برداشت ذهنی فساد در سال ۲۰۰۸: بهترین و بدترین ۱۰ کشور

رتبه	بهترین کشورها	بدترین کشورها
۱	دانمارک	سومالی
۲	نیوزلند	میانمار
۳	سوئد	عراق
۴	سنگاپور	هائیتی
۵	فنلاند	افغانستان
۶	سوئیس	سودان
۷	ایسلند	گینه
۸	هلند	چاد
۹	استرالیا	گینه استوایی
۱۰	کانادا	کنگو

Source: Transparency International, 2008.

طبق داده‌های شاخص فساد جهانی (۲۰۰۷)، شهروندان در سراسر جهان سه دسته از عوامل بخش عمومی را فاسدتر از همه می‌دانند: احزاب سیاسی، اعضای مجالس قانونگذاری و نیروی پلیس. فساد سیاسی به شکل‌های مختلف بروز می‌کند که ما با توجه به مجال این کتاب نمی‌توانیم به جزئیات آن بپردازیم. یک تحقیق مفصل درباره کاربردهای متنوع اقتصاد نهادگرا در حوزه‌های فساد سیاسی را می‌توان در کار لمبسدورف پیدا کرد (Lambsdorff, 2007). فعلاً کافی است تذکر دهیم که فساد سیاسی شامل آن دسته از نمایندگان مردم است که در معرض دریافت رشوه هستند تا به‌جای آن مزایای سیاسی واگذار کنند، یا شامل کسانی است که حتی فعالانه به عوامل خصوصی نزدیک شده و سعی در اخذ رشوه یا ارباب و اخاذی می‌کنند. مثال‌های دسته

اول را قبلاً در بحث‌های افزونه‌خواهی ذکر کردیم، درحالی‌که مثال‌های نمونه دسته دوم عبارت‌اند از درجه‌داران پلیس که مردم را به دلیل خلافتی که مرتکب نشده‌اند، جریمه می‌کنند؛ یا مقامات گمرک که مردم را به ستوه می‌آورند تا آسان‌ترین راه همان پرداخت رشوه به آنان باشد. اما فساد حتی در مقام اول یک کشور نیز دیده می‌شود، به‌ویژه در فرد مستبدی که اکثریت جمعیت را سرکوب کرده، فقط از ثروتمندان و طرفدارانش حفاظت می‌کند.

کشورهایی که دچار فساد شدید هستند، احتمالاً دچار تغییر در رهبری شده، اما اغلب اوقات دوباره یک رژیم فاسد و سرکوبگر جای رژیم قبلی را می‌گیرد. این وضعیت معمولاً در کشورهای فاقد سنت مردم‌سالاری رخ می‌دهد. باین‌حال آنچه گاهی ممکن است اثربخش باشد، تقاضای کمک مالی از سازمان‌هایی مانند صندوق بین‌المللی پول از سوی حکومت یک کشور فقیر و فاسد است و در این حالت آن صندوق فقط در وضعیت خاص - از قبیل ملزم کردن آن رژیم به تغییر سیاست‌هایش - به او کمک خواهد کرد.

تلاش دیگر برای ایجاد تغییرات در یک رژیم فقیر و فاسد را می‌توان در روشی مشاهده کرد که کشورهای ثروتمند و سازمان‌های غیرحکومتی برای ارائه کمک‌های توسعه‌ای وضع کرده‌اند. مصادیق این روش عبارت‌اند از کمک مالی مستقیم برای تحصیل در دبستان و آموزش و ترویج فعالیت‌های اقتصادی برای تک‌تک افراد. کمک از راه اعتبارات خرد نیز - که آمارتیا سن، برنده نوبل ۱۹۹۸ طرفدار آن است - اخیراً محبوب‌تر شده است. همه این اقدامات می‌توانند با گذشت زمان، مردم را آگاه‌تر و مستقل‌تر کرده و بنابراین برای مبارزه با فساد، تواناتر سازد.

۳-۲-۹ فرایند آزادسازی، خصوصی‌سازی و نظارت

قبلاً درباره چگونگی مداخله حکومت‌ها به منظور ارتقای رفاه در شرایط وجود انحصارهای طبیعی صحبت کردیم. در این قسمت به ظرافت‌ها و مشکلات نهفته در نظارت بر انحصارهای طبیعی دولتی نگاهی دقیق‌تر انداخته و به شکل ویژه به پیامدهای خصوصی‌سازی انحصارهای طبیعی دولتی می‌پردازیم. خصوصی‌سازی به معنای انتقال دادن مالکیت جمعی به مالکیت خصوصی است و اغلب با آزادسازی مربوط است. آزادسازی همان

فرایند قرار دادن یک شرکت خصوصی پیشین، در معرض رقابت (مثلاً «رقابت برای بازار») است. فرایند آزادسازی را اغلب یک ناظر ویژه بخشی، هدایت می‌کند. در ادامه ابتدا اندکی درباره ماهیت مشکل بحث نموده، سپس به «مخاطره نظارتی»، «قبضه نظارتی»، «افزونه‌خواهی» و «معضل تعهد» خواهیم پرداخت.

۱-۳-۲-۹ انحصارهای طبیعی

برخی شرکت‌های دولتی در حوزه شبکه‌های انتقالی یا حمل‌ونقلی (مثلاً شبکه‌های برق یا لوله‌های انتقال آب) به‌مثابه انحصارهای طبیعی هستند. این شرکت‌های دولتی در گذشته معمولاً با ادغام عمودی کار می‌کردند یعنی مالک شبکه بوده و محصولات خود را به مشتریان عرضه می‌کردند. خصوصی‌سازی یک انحصار طبیعی عمودی مستلزم آن است که انحصار تحت تملک خصوصی درآید وگرنه تغییری در آن ایجاد نمی‌شود. در چنین وضعیتی خصوصی‌سازی وقتی مطلوب تلقی می‌شود که انگیزه‌های بهتری از لحاظ کارایی هزینه‌ای پدید آورد. همچنین برای پرهیز از قیمت‌گذاری انحصاری، خصوصی‌سازی باید با نظارت همراه شود. این نظارت در اغلب موارد با مجاز دانستن رقابت عملی می‌شود و به‌این ترتیب دسترسی به شبکه تحت نظارت درمی‌آید تا رقابت رونق یابد. اگر دسترسی به شبکه با مجاز دانستن رقبا به استفاده بدون تبعیض از شبکه به قیمت مناسب تضمین شود، در آن صورت می‌توان از قیمت‌گذاری انحصاری پیشگیری کرد: قیمت دسترسی در مقیاس شبکه تحت نظارت درمی‌آید تا خیلی زیاد نباشد و درعین حال تشویق به رقابت در مقیاس محصول باعث تضمین شدن قیمت‌های رقابتی برای مصرف‌کننده می‌شود.

با این حال به‌جای آنکه شرکت خصوصی شده، به‌مثابه یک بنگاه ادغام عمودی خصوصی، دست‌نخورده باقی بماند، می‌توان خصوصی‌سازی و آزادسازی را به شکلی مطلوب‌تر، با تفکیک فعالیت‌های عمودی آن بنگاه انجام داد: خدمات انتقال یا حمل‌ونقل از تدارک محصول و مالکیت جدا شده و دو بنگاه مختلف تأسیس شوند (فصل چهارم). در این صورت تدارکات محصول به شکل خصوصی و آزاد - همانند آنچه در بنگاه ادغام عمودی رخ می‌دهد - انجام می‌پذیرد: لازم است بنگاه صاحب شبکه به رقبا اجازه دهد با

مصرف‌کنندگان ارتباط برقرار کنند. در این وضعیت نیز باید دسترسی به مشتری تحت نظارت قرار گیرد.

یکی از راه‌های تضمین دسترسی با وضعیت منطقی، اجازه دادن به بنگاه صاحب شبکه است تا دولتی باقی بماند، یا (به‌منظور فراهم کردن انگیزه‌های بهتر برای کارایی هزینه‌ای) خصوصی شده اما تحت نظارت درآید. پس دغدغه اصلی یک ناظر، القای رقابت در مقیاس محصول - از راه کاربرد وضعیت دسترسی مطلوب و غیر تبعیض‌آمیز به شبکه در قیمت مناسب - است که حال به آن می‌پردازیم.

۲-۳-۲-۹ انواع دیگر شرکت‌های دولتی

انحصارهای قانونی دیگری وجود دارند که خصیصه آنها نوع فعالیت‌های آنهاست یعنی حتی اگر مالک شبکه‌ای باشند، فعالیت‌های ایشان توسط دیگران و در شبکه‌های رقیب قابل عرضه است. مثلاً خدمات پستی و شبکه‌های مخابراتی را در نظر بگیرید: قبل از اوایل دهه ۱۹۹۰، شبکه‌های ثابت مخابراتی را می‌شد مالک یک انحصار طبیعی دانست ولی رقابت شبکه تلفن‌های همراه (و خدمات مخابراتی) و نیز رقابت شرکت‌های تلویزیون کابلی (که خود مالک شبکه‌ها بودند ولی نمی‌توانستند خدمات مخابراتی ارائه دهند) از آن پس به تدریج افزایش یافت.

در مواردی نظیر این، فرایند مشابهی از خصوصی‌سازی و آزادسازی را به شرحی که قبلاً گفته شد می‌توان عملی کرد ولی امروزه دغدغه اصلی یک ناظر، نه فقط القای رقابت در سطح محصول نهایی، بلکه علاوه بر آن رونق‌بخشی به رقابت در سطح شبکه‌ای است. قبلاً درباره مبانی تنظیم مقررات برای نظارت بر یک انحصار طبیعی را از لحاظ قیمت - در وضعیت ایستا - بحث کردیم. حال به تفصیل به بررسی رابطه بین فرایند آزادسازی، خصوصی‌سازی و تنظیم مقررات نظارت می‌پردازیم. خواهید دید که در خلال چنین فرایندی، پیامدهای پیش‌بینی نشده و نامطلوبی رخ می‌دهد که دلیل آن تا حدی همان تلاش‌های بنگاه‌های تحت نظارت برای فریب دادن ناظر است و به این دلیل شاید نظارت مجدد نظام سیاسی لازم باشد. در مثال معروفی از آزادسازی ناکام نشان می‌دهد که استقرار فرایند خصوصی‌سازی و آزادسازی شایسته، تا چه حد دشوار است (کادر ۹-۹).

کادر ۹-۹ تجربه کالیفرنیا

این مثال نسخه‌ای بسیار ساده شده از معضلات پیچیده‌تری است که در این حوزه وجود دارد. برای بحث ما کافی است که صرفاً به برخی جزئیات بپردازیم.

صنعت برق کالیفرنیا در اواخر دهه ۱۹۹۰ آزاد شد. آن قانونگذاری تأثیراتی به این شرح برجا گذاشت: یک سقف قیمت خرده‌فروشی برای مصرف‌کننده وضع شد؛ تجهیزات تولید برق تا حد زیادی مستقل شدند؛ عرضه‌کنندگان برق در کالیفرنیا در مقیاس خرده‌فروشی از مشوق‌هایی برای استفاده از بازار تک‌محصولی الکتریسیته به نام کالیفرنیا پاور اکسچینج^۱ برخوردار گشتند؛ و قیمت‌های عمده‌فروشی (قیمت فروش برق به عرضه‌کنندگان برق) فارغ از نظارت شد.

هوای بسیار گرم و خشک در تابستان سال ۲۰۰۰ موجب افزایش تقاضای برق شد و در همان زمان عرضه نیروگاه‌های برق آبی کالیفرنیا کاهش یافت. عرضه‌کنندگان محلی برق مجبور شدند تقاضای خود را از بازار تک‌محصولی برق افزایش دهند. در طرف عرضه آن بازار، انرژی الکتریکی را عمدتاً نیروگاه‌های گازی و به بهایی بسیار بیشتر تولید می‌کردند. همچنین عرضه برق با امتناع از فروش آن (یعنی عدم عرضه فرصت‌طلبانه برق به بازار) دستکاری می‌شد. مجموع این اوضاع موجب افزایش شدید در قیمت‌های عمده‌فروشی گردید ولی با توجه به وجود سقف قیمت نمی‌شد آن افزایش قیمت‌ها را به مصرف‌کنندگان منتقل کرد. همه خسارات و هزینه‌های ناشی از آن وضعیت به دوش خرده‌فروشان برق و دولت ایالتی کالیفرنیا افتاد (دولت ایالتی مجبور شد نقش عرضه‌کنندگان خرده‌فروش را در خرید برق ایفا کند). آن وضعیت به قدری بحرانی بود که مصرف‌کنندگان حتی منتظر قطعی برق بودند که در نهایت قیمت‌های خرده‌فروشی افزایش یافت (Lee, 2004).

الف) گذار از انحصار طبیعی دولتی به انحصار طبیعی خصوصی

قبلاً به وظایف کلی یک ناظر اشاره کردیم: ایجاد دسترسی به شبکه با وضعیت مناسب به منظور القای رقابت در سطح خرده‌فروشی محصول (عرضه‌کنندگان) و (در صورت امکان) رونق‌بخشی به رقابت در سطح شبکه. در ادامه به زبان ساده نظری شرح می‌دهیم که در اصل منظور از نظارت (به معنای تضمین دسترسی) چیست؟ جنبه دیگر نظارت، از حوصله این کتاب خارج است. منظور ما از نظارت آن است که ناظر میزان قیمت‌ها را تعیین کرده، مازاد مصرف‌کننده را به حداکثر رسانده، در عین حال محدودیت دیگری هم در کار او وجود دارد یعنی باید کارایی پویا (نوآوری) و سرمایه‌گذاری را نیز رونق دهد (فصل هشتم). پس

از آن به واکاوی برخی مشکلات ویژه خصوصی‌سازی و آزادسازی خواهیم پرداخت که شامل برخی معضلات ناشی از اطلاعات ناقص و نهادهای ناقص هستند.

رقابت برای محصول عرضه شده به مشتری با توسل به شبکه‌ها به معنای آن است که قیود و شرایط دسترسی به شبکه باید تحت نظارت درآمده و مشتمل بر تعرفه دسترسی (غیرتبعیض‌آمیز) باشد. مثلاً شرکت‌های حمل‌ونقلی را در نظر بگیرید که اجازه استفاده از خط آهن برای حمل کالا یا مسافر دریافت می‌کنند، یا فروشندگان برق را در نظر بگیرید که می‌تواند از شبکه برق به‌منظور انتقال برق استفاده کرده و آن را به مصرف‌کننده عرضه کند. همچنین می‌توان شرکت‌های تلفن - به‌عبارت‌انحصارگر قبلی - را در نظر گرفت که مجازند از شبکه موجود برای ارائه خدمات مخابراتی بهره‌برداری کنند.

فرض کنید مقررات دسترسی به‌گونه‌ای است که قیمت آن خیلی زیاد نبوده و رقبا را به استفاده از شبکه در سطح عرضه به مصرف‌کنندگان تشویق می‌کند. این قیمت نظارت شده، انگیزه‌ای (ضمنی یا غیرمستقیم) برای تلاش در حصول کارایی هزینه‌ای قیمت نظارتی فراهم می‌کند؛ زیرا کم شدن هزینه‌ها به معنای افزایش سود بنگاه صاحب شبکه است. همچنین می‌توان فهمید که مصرف‌کنندگان از این مزایا نصیبی نمی‌برند زیرا ایشان فقط از قیمت‌های کمتر که نتیجه هزینه‌های کمتر است، منتفع می‌شوند. با این حال اگر بنگاه صاحب شبکه مجبور شود مزایای حاصل شده را از راه کاهش قیمت‌ها به مصرف‌کنندگان منتقل کند، انگیزه تلاش برای رسیدن به کارایی هزینه‌ای از بین خواهد رفت. به این ترتیب یک دوراهی غامض پدید می‌آید: چگونه بین انگیزه‌های کارآمد شدن و تقسیم مزایای کارآمدی بین مصرف‌کنندگان سازش برقرار کنیم؟ مشکل را می‌توان با اندکی تغییر در طرح نظارت برطرف کرد: قیمت مثلاً برای مدت سه سال تنظیم می‌شود و در خلال آن سه سال کارآمدی هزینه‌ای موجب افزایش سود بنگاه می‌شود. پس از سه سال، قیمت قبلی مطابق با کارآمدی هزینه‌ای تقلیل داده می‌شود تا مصرف‌کنندگان (با یک وقفه) در مزایای حاصل شده سهیم شوند و به همین ترتیب.

پس می‌توان دید که در نظر گرفتن این نوع ملاحظات عملی، مشتمل بر اطلاعات فراوانی است که برای آغاز کردن نظارت لازم است. به عبارتی نه فقط مجموع هزینه‌های سیاست دخالت دولت - از قبیل هزینه‌های محدودیت منابع ناظر - را باید در نظر گرفت، بلکه هزینه‌های نظارت کمتر یا بیشتر از اندازه نیز باید مدنظر قرار گیرند

(در ادامه همین فصل). همچنین در شرایط زیاد بودن عدم تقارن اطلاعات به نفع طرف تحت نظارت و در وضعیتی که گزینه‌های جانشین اندک یا هیچ در اختیار مصرف‌کننده باشد، بنگاه تحت نظارت از فرصت‌های فراوان برای قبضه نظارتی برخوردار خواهد شد. خطر بروز این قبضه نظارتی را باید در نظر داشت و افزایش هزینه‌های پیشگیری را از این فعالیت‌ها محاسبه کرد. پس نظارت - بسته به کارایی ابزارهای فراهم برای ناظر - ممکن است پرهزینه‌تر هم شود. سرمایه‌گذاری‌های پرهزینه در زمینه اطلاعات، کسب تخصص، ابزارهای مؤثر، نظارت و تنبیهات ضروری است. این هزینه‌های اضافی در هنگام تصمیم‌گیری به نظارت یا انصراف از نظارت، نحوه نظارت، آزادسازی یک بخش یا انصراف از آن و نحوه آزادسازی، بسیار اهمیت پیدا می‌کنند. حال اندکی مفصل‌تر درباره دو مورد از مشکلات این حوزه صحبت می‌کنیم.

۳-۲-۹ افزونه‌خواهی در مؤسسات عمومی: تعهد و قبضه نظارتی

قبلاً به یک دوراهی دشوار یعنی چگونگی برقراری موازنه بین کم نگه داشتن قیمت‌ها تا حد امکان و درعین حال تضمین انگیزه‌های کافی برای سرمایه‌گذاری و نوآوری اشاره کردیم. علاوه بر این ناظران مجبورند دسترسی به شبکه را تضمین کرده و احتمالاً سرمایه‌گذاری را در شبکه‌های دیگر تشویق کنند. پس ناظر باید تمهیداتی را به‌کار بندد که مالک شبکه (یا انحصارگر خصوصی با ساختار ادغام عمودی) نتواند مانع از ورود تازه‌واردان شود (هدف بلندمدت). در میان‌مدت نیز ناظر باید قیمت را اندک نگه دارد تا در ورود فعالان جدید به بازار مانعی پدید نیامده، درعین حال مشتریان بتوانند در کوتاه‌مدت منتفع شوند (هدف کوتاه‌مدت).

پس چالش پیش روی ناظران، همسو کردن منافع کوتاه‌مدت و بلندمدت است: منافع کوتاه‌مدت همان کم نگه داشتن قیمت‌ها به سود مشتریان است. این چالش به بروز معضل «تعهد»^۱ و قبضه نظارتی منجر می‌شود (Armstrong and Sappington, 2006).

معضل تعهد نتیجه احتمال تأکید بیش از حد بر منافع کوتاه‌مدت ناظر، سیاست‌مداران و یا مشتریان یا گروه‌های فشار است. در نتیجه ممکن است قیمت‌ها چنان کم نگه داشته

شوند که کیفیت آینده محصول را نتوان تضمین کرد زیرا (همه) انگیزه‌های نوآوری یا سرمایه‌گذاری از میان می‌رود: اگر مزایای سرمایه‌گذاری یا نوآوری به شکل کاهش قیمت‌ها فقط نصیب مشتری شود، چرا بنگاه به این کار اقدام کند؟ دقت کنید که این موضوع مصداقی از یک ناسالم وارونه انگاشته شده است: سرمایه‌گذاری به ناحق صورت نمی‌گیرد. برای آنکه ناظر خود را به حفظ منافع بلندمدت متعهد بداند، باید کاری انجام داد. می‌توان ناظر را از دنیای سیاست مستقل کرد یا به نوعی قانونگذاری کرد که اهداف و وظایف ناظر دقیقاً مشخص باشد. به تعبیری این ملاحظات درهم تنیده هستند: هر قدر ناظر مستقل‌تر باشد، قانونگذاری باید به شکل ویژه‌تر و دقیق‌تر به تعیین اهداف و اختیارات او پردازد.

معضل دیگر - اما مرتبط با قبلی - قبضه نظارتی است: روابط ناظر با یک بنگاه تحت نظارت به قدری زیاد می‌شود که ممکن است این وابستگی، او را به آلت دست بنگاه تبدیل سازد. از آن پس ممکن است ناظر از وظایف رسمی خود غفلت کند: ناظر منافع بنگاه (به‌ویژه منافع کوتاه‌مدت در افزایش قیمت‌ها) را به بهای خسارت زدن به عموم مردم، برآورده می‌کند. ممکن است بنگاه از منابع مالی خود برای اثرگذاری بر تصمیمات ناظر به نفع خود - مثلاً با افزونه‌خواهی - سوءاستفاده کند.

چون ناظر تقریباً همیشه به داده‌های بنگاه وابسته است (مثلاً داده‌های هزینه‌ای) تا بتواند کار خود را به درستی انجام دهد، بنگاه می‌تواند به‌سادگی داده‌ها را به نفع خود دستکاری کند (فصل هشتم و اقتصاد برنامه‌ریزی متمرکز را به یاد بیاورید). همچنین ممکن است ناظر ترغیب گردد که به منافع بلندمدت تأکید کند که به‌طور کلی منظور او بالا بردن قیمت‌های فعلی به‌منظور سودآور شدن سرمایه‌گذاری‌ها و نوآوری‌هاست: مصرف‌کنندگان فعلی هستند که به‌جای مصرف‌کنندگان آینده، بهای این سرمایه‌گذاری‌ها را می‌پردازند، درحالی‌که به‌طور معمول (در وضعیت رقابتی) هزینه سرمایه‌گذاری‌ها را مصرف‌کنندگان آینده و نه فعلی پرداخت می‌کنند. احتمالاً بنگاه انتظار دارد که ناظر تمام مزایای (سود) سرمایه‌گذاری یا نوآوری را از چنگ او [به مشتریان] درنیآورد. چنین وضعیتی از لحاظ ایجاد انگیزه‌های جدی برای نوآوری بسیار مفید است: قیمت‌ها هزینه‌های فعلی را جبران کرده، در صورتی‌که سرمایه‌گذاری به شکست ختم شود، بنگاه

آسیب نمی‌بیند. در واقع یک سالم وارونه انگاشته شده رخ داده است: یک سرمایه‌گذاری یا نوآوری ناکارآمد و غیرصحیح. در نتیجه ممکن است ناظر بیشتر منافع بنگاه تحت نظارت - و نه منافع عام - را در نظر گرفته باشد.

در مورد فرایند آزادسازی، می‌توان با کاربرد سخت‌گیرانه هدف تشویق به ورود، از قبضه نظارتی جلوگیری کرد. در هر حال رقابت است که موضع غالب متصدی فعلی را درهم می‌شکند. در مورد یک انحصار طبیعی نیز موضوع شرح دقیق اهداف - کوتاه‌مدت و بلندمدت - اهمیت دارد و جامعه (و ناظر) درصدد تحقق آن اهداف است. به تعبیری قبضه نظارتی و معضل تعهد به هم ربط داشته و آنها را می‌توان با ترتیبات نهادی یکسانی برطرف کرد.

۳-۹ ملاحظات پایانی

حکومت‌ها کامل نیستند بنابراین بسیاری از کارآمدی‌های وصف شده در فصل هشتم احتمالاً با مداخله دولت محقق نمی‌شوند یا به شکل ناقص تحقق می‌یابند. لزوماً چنین نیست که اقدامات یا نهادهای حکومتی موجب رفع مشکلات یا افزایش رفاه شوند.

از لحاظ نظری نمی‌توان تضمین کرد که ترجیحات فردی به تابعی شفاف و دقیق از رفاه کل تبدیل می‌شوند. همچنین جنبه‌های دیگری غیر از کارایی - مثلاً عدالت - نیز در تعیین راه‌حل‌های سیاستی نقش دارند. پس سیاست‌مداران به تعیین پیامدهای سیاسی می‌پردازند حتی اگر آن پیامدها به نفع همه رأی‌دهندگان نباشد. رأی‌دهندگان می‌توانند تصمیم بگیرند که یک غافل منطقی باشند که این تصمیم باعث افزایش شدید قدرت صلاح‌دیدگی سیاست‌مداران و حکومت می‌شود و گروه‌های فشار را نیز از قدرت و انگیزه فراوان برای اثرگذاری بر سیاست‌مداران برخوردار می‌کند.

گاهی منافع کوتاه و بلندمدت باهم در تضادند و به «مخاطرات نظارتی» منجر می‌شود و شاید ثابت گردد که حکومت در عرصه اقتصاد، بازیگر نامطمئنی است. عوامل خصوصی باید این مسائل را در نظر بگیرند و همین مشکلات موجب کاهش رفاه می‌شود. همچنین آثار جانبی ناخواسته‌ای رخ می‌دهد که پیش‌بینی‌پذیر نیست. همه مشکلات مداخله حکومت باعث هزینه‌های اضافی و لزوم جست‌وجو برای یافتن راه‌حل (های بهتر) می‌شود.

۹-۴ پرسش‌هایی برای مطالعه بیشتر

۱. منظور از «هزینه‌های سیاستی» چیست؟ جزئیات مؤلفه‌های گوناگون آن را شرح دهید.
۲. در مورد حکومت، کدام مشکلات از نوع کارفرما - کارگزار وجود دارد؟
۳. برخی آثار جانبی ناخواسته اقدامات سیاستی را شرح دهید. آیا در محیط اطراف خود مصادیقی از آنها را می‌شناسید؟
۴. چه ابزارهایی را حکومت‌ها برای تشویق کارکنان دولت به کارآمدتر بودن به کار می‌برند؟ آیا گمان می‌کنید آن ابزارها در کشور شما مؤثر بوده‌اند؟ توضیح دهید که چرا بله و چرا خیر.
۵. توضیح دهید که چرا بیمه اجباری ممکن است بهینه پارتو نباشد ولی بهینه هیکس - کالدور باشد.
۶. تفاوت‌های بین خصوصی‌سازی، آزادسازی، نظارت و رابطه بین آنها کدام است؟
۷. مشکلات مخاطره نظارتی و قبضه نظارتی را شرح دهید.
۸. در سال ۲۰۰۶ سهم هزینه سلامت از تولید ناخالص داخلی در آلمان ۱۰/۶ و در ایالات متحده ۱۵/۳۵ بود. آیا با این گزاره که «نظام مراقبت درمان آلمان به قدری گران شد که ادامه آن میسر نبود» موافق هستید؟
۹. آیا گمان می‌کنید رفتار افزونه‌خواهانه همیشه به خسارت رفاهی منجر می‌شود؟ مثال‌هایی برای تأیید نظر خود ارائه کنید.
۱۰. رابطه بین (وجود یا فقدان) فساد و شرایط نهادی را توضیح دهید.
۱۱. آیا گمان می‌کنید مداخله حکومت در نظام اقتصادی موجب ارتقای رفاه می‌شود؟ دلایل خود را توضیح دهید.

پیوست‌ها

پیوست الف) قضیه امکان‌ناپذیری ارو

برای آنکه ببینیم چرا به‌طور کلی ممکن نیست یک تابع رفاه اجتماعی وجود داشته باشد که نمایانگر همه ترجیحات فردی ممکن برای اکثریت رأی‌دهندگان باشد، باید فرضی را مطرح کنیم (Based on Mueller, 2003). سپس با یک مثال می‌توان گفت که چرا پاسخ خیر است زیرا اثبات ریاضی این موضوع، فراتر از مجال این کتاب است.

اولین فرض به ترجیحات افراد مربوط می‌شود. فرض می‌شود که آن ترجیحات نسبت به انتخاب‌هایی که باید انجام شوند، کامل و انتقالی^۱ (تراگذار) هستند. در ادامه فرض می‌کنیم که سه فرد (۱، ۲، ۳) و سه گزینه (الف، ب، ج) وجود دارد که هر فرد می‌تواند یکی از آن سه را انتخاب کرده و هر کدام به یک ترجیح خاص مربوط هستند. می‌توان (الف، ب، ج) را به‌مثابه احزاب سیاسی نیز در نظر گرفت.

اصول ترجیحات جمعی از این قرارند که اگر همه افراد یک گزینه (مثلاً الف) را به دیگری (مثلاً ب) ترجیح دهند، در آن صورت (الف) از لحاظ اجتماعی بر (ب) مرجح است. فرض کنید که مردم یک جامعه دوست دارند ترجیحات جمعی ایشان انتقالی باشد. پس اگر (الف) از لحاظ اجتماعی بر (ب) ترجیح داده شود و (ب) نیز بر (ج)، در آن صورت (الف) نیز از لحاظ اجتماعی بر (ج) ترجیح داده می‌شود. این وضعیت مثلاً در حالتی مصداق دارد که هر سه فرد (الف) را بر (ب) و (ب) را بر (ج) ترجیح دهند. یعنی اکثریت رأی‌دهندگان، ترجیح اجتماعی خود را با مقدم دانستن (الف) بر (ب) و (ب) بر (ج) بیان می‌کنند.

البته فرض دیگر آن است که هر مقایسه معقول بین گزینه‌ها، مستقل از هر گزینه دیگر انجام می‌شود. پس اگر مثلاً (الف) با (ب) مقایسه شود، مهم نیست که ترجیحات (ج) کدام است: ترجیح دادن (الف) به (ب) یا ترجیح ندادن آن، به مرجح بودن (الف) یا (ب) نسبت به (ج) بستگی ندارد.

فرض آخر آنکه ترجیحات اجتماعی را نباید با ترجیحات خاص فردی مشخص کرد. واضح است اگر ترجیحات جمعی را فقط یک نفر (فرد i) مشخص کند، این وضعیت

1. Complete and Transitive

با مردم‌سالاری و رأی اکثریت مطابقت ندارد. این‌گونه ترجیحات جمعی مطابق با استبداد هستند (ا همان شخص مستبد است).

حال نتیجه کلی را شرح داده و ترسیم می‌کنیم: ترجیحات اجتماعی با مشخصات گفته شده، به‌طور کلی نمی‌تواند از ترجیحات فردی ساخته شود. فرض کنید فرد ۱، (الف) را به (ب) و (ب) را به (ج) ترجیح می‌دهد؛ فرد ۲ (ب) را به (ج) و (ج) را به (الف) ترجیح می‌دهد و فرد ۳ (ج) را به (الف) و (الف) را به (ب) ترجیح می‌دهد (جدول ۳-۹).

رأی‌گیری دو به دوی اکثریت مردم به چنین نتایجی منجر می‌شود: اگر (الف) و (ب) باهم مقایسه شوند، ترجیحات دو نفر از آن سه نفر یک نتیجه جمعی می‌شود که (الف) را به (ب) (افراد ۱ و ۳ در مقابل ۲) ترجیح می‌دهد. اگر (ب) و (ج) باهم مقایسه شوند، (ب) از لحاظ جمعی به (ج) مرجح است (افراد ۱ و ۲ در مقابل ۳). باین‌حال اگر (الف) و (ج) باهم مقایسه شوند، به‌نظر می‌رسد که (الف) بر (ج) ترجیح داده نشده و به‌این ترتیب معلوم می‌شود که اگر ترجیحات اجتماعی انتقالی باشند، (ج) بر (الف) مرجح است (افراد ۲ و ۳ در برابر ۱).

جدول ۳-۹ ترتیب ترجیحات منجر به تناقض نمای آرو

رتبه‌بندی	فرد ۱	فرد ۲	فرد ۳
اولین	الف	ب	ج
دومین	ب	ج	الف
سومین	ج	الف	ب

چنین نتیجه‌ای نشان می‌دهد که ترجیحات فردی انتقالی ممکن است با ترجیحات جمعی غیرانتقالی یکسان شود. این تناقض نمای آرو نشان می‌دهد که ایجاد گزینه‌های جمعی ممکن است توسط یک فرد یا گروه فشار - که احتمالاً ضوابط انتخاب‌ها را تعیین می‌کند - دستکاری شود. این وضعیت نشانه برقراری «استبداد» است.

توجه کنید که مقایسه دو به دو خیلی هم صحیح نیست: اگر هر فرد صرفاً انتخاب اول خود یا ترتیب ترجیحات کلی خود را بیان کند، هنوز هم تصمیم‌گیری درباره

گزینه‌های مرجح اجتماعی سخت خواهد بود. این واقعیت را به‌سادگی می‌توان دریافت زیرا ۱ (الف) را ترجیح می‌دهد و ۲ و ۳ به‌ترتیب (ب) و (ج) را ترجیح می‌دهند و به‌این ترتیب نوعی قید وجود دارد که با مقایسه دومین گزینه‌ها برطرف نخواهد شد زیرا در آن صورت ۱ (ب)، ۲ (ج) و ۳ (الف) را ترجیح می‌دهند. مقایسه سومین گزینه‌ها نیز به یک قید ختم می‌شود.

البته اگر فروض تغییر کنند، ممکن است نتیجه مذکور برقرار نماند. مثلاً آیا لازم است یک ترتیب ترجیح اجتماعی حتماً «انتقالی» باشد؟ جامعه - یعنی اکثریت مردم - شاید به امکان غیرانتقالی بودن «رأی دهند». در آن حالت شاید بتوان تاس انداخت و با آن تصمیم گرفت کدام گزینه‌ها ابتدا باهم مقایسه شوند. مثلاً برای ماندن در وضعیتی که شرح داده شد، سه «بسته» را باید باهم مقایسه کرد: الف و ب (الف ب)؛ الف و ج (الف ج) و ب و ج (ب ج). (الف ب) نماینده ۱ و ۲ روی تاس است، (الف ج) نماینده ۳، ۴ و (ب ج) نماینده ۵ و ۶ روی تاس هستند. سپس با انداختن تاس معلوم می‌شود که کدام گزینه‌ها ابتدا انتخاب شوند (مثلاً الف ب). اگر در این حالت (الف ب) مرجح باشد (مانند مثال ما)، در آن صورت می‌توان (الف) و (ج) را باهم مقایسه کرد که در مثال ما (ج) انتخاب خواهد شد. حتی اگر ترتیب ترجیح جمعی انتقالی نباشد، ممکن است جامعه ترجیح دهد یک ترتیب غیرانتقالی را با رأی دادن طبق قاعده‌ای انتخاب کند که قضیه امکان‌ناپذیری را حل خواهد کرد.

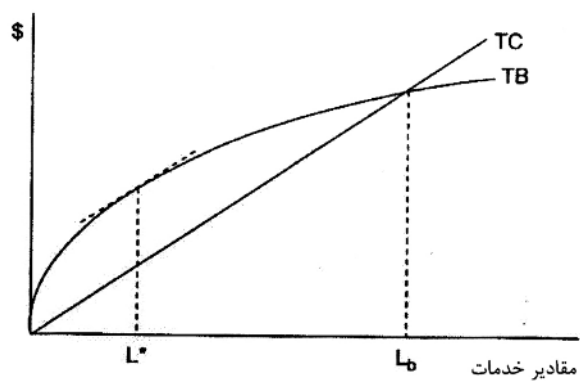
پیوست ب) شرح نموداری نظریه دیوان‌سالاری

در همین فصل توضیح دادیم که اهداف سیاست‌مداران با اهداف کارکنان دولت فرق دارد. در شکل ۲-۹ فرض می‌کنیم که - مطابق با اصول نظریه دیوان‌سالاری - اولی دوست دارد رفاه اجتماعی را بهینه کند در حالی که دومی می‌خواهد بودجه خود را به حد بهینه برساند. موضوع این است که انتظار داریم کارکنان دولت چه میزان از تولید یا خدمات (L) را تحویل دهند. برای ساده شدن فرض می‌کنیم که هزینه‌های کل (TC) در فراهم کردن خدمات بیشتر به شکل نهایی رشد می‌کند و فقط کارکنان دولت از مقدار واقعی هزینه‌ها مطلع هستند. کل منافع (TB) نمایانگر ارزشی است که سیاست‌مداران برای هر میزان از خدمات قائل هستند.

هدف سیاست‌مداران فراهم کردن خدمات بیشتر برای عموم مردم تا زمانی است که افزایش مزایا بیشتر از افزایش هزینه‌ها باشد و آن میزان خدمات، همان هدف دیوان‌سالاران، یعنی کار کردن در اداره‌ای است که تا حد امکان بزرگ باشد و ایشان بتوانند - تا وقتی هزینه‌های کل برای افزایش اندازه اداره کفایت کند - خدمات بیشتر و بیشتری ارائه کنند. در میزان L_0 ، بودجه تخصیص یافته دقیقاً به اندازه‌ای است که برای پوشش همه هزینه‌ها کافی باشد. البته این میزان از خدمات از منظر اجتماعی کارآمد نیست.

همچنین ممکن است کارکنان دولت از مزیت اطلاعاتی خود به منظور متقاعد کردن سیاست‌مداران استفاده کرده، وانمود کنند خدمات اداره‌ای که در آن کار می‌کنند بیش از میزان حقیقی است. اگر ایشان در این راهبرد خود موفق شوند، منحنی TB به سمت بالا انتقال یافته، حتی مقدار L_0 بیشتر هم خواهد شد. روزن و گایر معتقدند این وضعیت به راهبردهای گمراه‌کننده تبلیغاتی در بخش خصوصی شباهت دارد (Rosen and Gayer, 2008) (که در فصل پنجم آنها را بررسی کردیم). پدیده دیگر در این زمینه، عادت ادارات به خرج کردن کل بودجه تخصیص یافته به ایشان، قبل از پایان سال مالی است زیرا آنان گمان می‌کنند در غیر این صورت در سال بعد بودجه کمتری دریافت خواهند کرد. عارضه جانبی این رفتار آن است که ممکن است کارکنان دولت، اضافه بودجه را به خریدهای غیرضروری اختصاص دهند (این رفتار «بی‌مبالاتی»^۱ نامیده می‌شود).

1. Slack



شکل ۹-۲ اهداف متفاوت سیاست‌مداران و دیوان‌سالاران

پسگفتار

پیام اصلی این کتاب چیزی نیست جز اینکه «نهادها مهم هستند». امیدواریم توانسته باشیم خواننده را قانع کنیم که اقتصاد نهادگرا چگونه می‌تواند درک بهتر و اساسی‌تری از نظام اقتصادی فراهم کند. نهادها بخشی غالب از زندگی اقتصادی هستند. آنها انواع قواعد اجتماعی و تنبیهات همراه آن را دربرمی‌گیرند و می‌توانند تعاملات اقتصادی را کم‌خطرتر و پیش‌بینی‌پذیرتر کرده، به‌این‌ترتیب مبادلات را تسهیل کرده و رفاه را افزایش دهند ولی وجود آنها را همچنین برحسب منافع گروهی می‌توان تفسیر کرد. در این حالت ناکارآمدی بروز می‌کند.

چند دیدگاه را شرح دادیم که هرکدام به شیوه‌ای موجب شناخت بهتر از پدیده‌ها و رفتار اقتصادی می‌شود: دیدگاه‌های ایستا و پویا که هر دو را از منظر کارایی و منافع گروهی بررسی کردیم. این دیدگاه‌ها از دو مکتب اقتصاد نهادگرا اقتباس شده‌اند: اقتصاد نهادگرای اولیه و اقتصاد نهادگرای جدید. هر دو مکتب به‌دلیل ناخرسندی از اقتصاد خرد جریان اصلی و کاستی‌های آن - که از نقش بنیادی نهادها در فهم علم اقتصاد غفلت می‌کند - شکل گرفتند. دیدگاه جریان اصلی یا نئوکلاسیک را می‌توان چنین شرح داد که: «بنگاه‌ها فقط به‌مثابه توابع تولید در دریای مبادلات بازار هستند».

کوز، نورث و ویلیامسون سه نفر از مهم‌ترین بنیان‌گذاران اقتصاد نهادگرای جدیدند. آنان مطالعات دقیقی درباره خاستگاه‌ها و کارکردهای بنگاه‌ها، بازارها و پیوندی‌ها انجام دادند: همان ساختارهای سازمان‌دهی اصلی که در این کتاب به آنها اشاره شد. ایشان به‌طورکلی به جنبه‌های کارایی توجه کردند. کامونز و ویلن مهم‌ترین بنیان‌گذاران اقتصاد نهادگرای اولیه بودند. نظام اقتصادی

به نظر ایشان عمدتاً معطوف به پویایی‌های نهادهای در حال تغییری است که بر رفتار اقتصادی اثر می‌گذارند. در چنان فرایندی، عواملی مانند فناوری، ارزش‌ها و قوانین باهم تعامل کرده و الگوها و نظریه‌های اقتصادی باید بتوانند آن جنبه از حقیقت را شامل شوند. عوامل اقتصادی در محیط نهادی ویژه‌ای عمل می‌کنند و بازارها به‌مثابه ساختارهایی نهادینه هستند که درک عملکرد آنها مستلزم توجه توأم به قدرت و کارایی است. وبلن در تحلیل معروف خود درباره دنیای کسب‌وکار شرح داد که چگونه کسب‌وکارهای بزرگ بر بازار و سیاست مسلط شده‌اند و چگونه صاحبان کسب‌وکار توانسته‌اند تصمیم‌گیری سیاسی را بازبچه منافع گروهی خود قرار دهند.

اقتصاددانان امروزه در این حوزه کارهایی ارائه می‌دهند که ما آنها را متعلق به هر دو مکتب اقتصاد نهادگرای اولیه و ثانویه می‌دانیم و مهم‌ترین آن کارها به گریف و نورث تعلق دارد. این وضعیت نشان می‌دهد که تمایز بین این دو مکتب فکری دیگر چندان اهمیت ندارد. آنچه که مهم است، روشنگری‌های ایشان در تحلیل ایستا و پویای نهادها، و نیز دو رویکرد کارایی و منافع جمعی است. پس موضوع اصلی اقتصاد نهادگرا بیشتر به تبیین ظهور و تحول نهادها و نیز اثر نهادها بر رفتار اقتصادی مربوط می‌شود.

واژه‌نامه

عامل (اقتصادی) (Actor): اصطلاح کلی برای هر یک از تصمیم‌گیرندگان در یک فعالیت اقتصادی (تولید، توزیع و مصرف) است که می‌توانند هر فرد، گروهی از افراد، سازمان، بنگاه یا حکومت باشند.

کژگزینی (رفتار فرصت‌طلبانه پیش از وقوع) (Adverse Selection): هنگامی رخ می‌دهد که قبل از عقد قرارداد عدم تقارن اطلاعات (اطلاعات ناقص را ببینید) بین طرف‌ها وجود داشته باشد به طوری که اگر یک طرف از اطلاعات بیشتر برخوردار باشد بتواند از آن به زیان طرف دیگر بهره‌برداری کند، رفاه او را کاهش دهد.

عاملیت (Agency): در نظریه‌های مختلف به شکل‌های مختلف به کار می‌رود. در نظریه‌های مرتبط با تعامل بین ساختارها و ظرفیت عوامل منفرد در انتخاب کردن، عاملیت را برای شرح ظرفیت انتخاب آزادانه و بدون محدودیت به کار می‌برند. در **مشکلات کارفرما - کارگزار**، عاملیت برای هزینه‌هایی به کار می‌رود که این مشکلات ایجاد می‌کنند، **(هزینه‌های عاملیت را ببینید)**. در مورد حکومت، عاملیت یک مؤسسه یا اداره ویژه است که حکومت یک وظیفه خاص را به آن محول می‌کند (مثلاً یک مؤسسه نظارتی).

هزینه‌های عاملیتی (Agency Costs): نتیجه **مشکلات کارفرما - کارگزار** بوده و می‌توان آنها را به سه دسته تقسیم کرد: الف) مخارج پایش به‌منظور پیشگیری از رفتار فرصت‌طلبانه کارگزاران؛ ب) هزینه‌های التزام که گاهی کارگزار متقبل می‌شود تا با صرف منابع، به کارفرما بفهماند که در خدمت منافع او کار می‌کند؛ ج) زیان باقی‌مانده یعنی ارزش پولی زیان رفاهی کارفرما در صورتی که تصمیم‌های اقتصادی کارگزار - علی‌رغم نظارت و التزام او - مطابق با منافع کارفرما به نتیجه نرسد.

کارگزار (Agent): رجوع کنید به **مشکلات کارفرما - کارگزار**.

کارایی تخصیصی (Allocative Efficiency): وضعیتی است که در آن کالاها و خدمات به روش کارآمد فنی (کارایی تولیدی) و مطابق با ترجیحات مصرف‌کنندگان تولید می‌شوند. در این وضعیت مقادیری از تولید رخ می‌دهد که قیمت‌ها با هزینه نهایی برابر باشند و نمایانگر یک **راه‌حل بهینه پارتو** است.

قضیه امکان‌ناپذیری آرو (تناقض‌نمای آرو) (**Arrow's Impossibility Theorem**): بیان می‌کند که به‌طور کلی جمع کردن ترجیحات فردی در یک تابع ترجیح جمعی - به‌نحوی که نتیجه مورد نظر جمع یعنی ترجیحات فردی اکثریت مردم از راه رأی‌گیری تأمین شود - غیرممکن است.

تناقض‌نمای اطلاعاتی آرو (**Arrow's Information Paradox**): هنگامی رخ می‌دهد که یکی از فعالان بازار گمان کند اطلاعات دیگران به درد او می‌خورد ولی فقط زمانی می‌تواند درباره قیمت و ارزش آن اطلاعات تصمیم‌گیری کند که اطلاعات برای وی افشا شده باشد.

تعیین دارایی (**Asset Specificity**): میزان تقید یک دارایی به یک مبادله ویژه است که مانع از کاربرد آن دارایی برای موارد دیگر می‌شود. وقتی تعیین دارایی زیاد باشد، دارایی را نمی‌توان بدون تحمل خسارت‌های عمده برای مقاصد دیگر به کار برد.

اطلاعات نامتقارن (**Asymmetric Information**): رجوع کنید به اطلاعات ناقص.

اقتدار (**Authority**): به قدرت درون هر بنگاه یا مؤسسه حکومتی برای تحمیل تصمیم‌ها به دیگران در سلسله‌مراتب موجود گفته می‌شود.

استقلال عمل (**Autonomy**): به توانایی عوامل خصوصی برای تصمیم‌گیری شخصی بدون مداخله صاحب اقتدار مربوط می‌شود.

عقلانیت محدود (**Bounded Rationality**): شکل خاصی از تصمیم‌گیری عقلایی (رفتار متقاعدکننده) در شرایط اطلاعات ناقص است.

نظریه دیوان‌سالاری (**Bureaucracy Theory**): درباره مشکل کارفرما - کارگزار بین حکومت و کارکنان آن است (رجوع کنید به مشکلات کارفرما - کارگزار).

کارتل (**Cartel**): یک توافق صریح بین بنگاه‌ها برای تعیین قیمت‌ها، میزان تولید و یا سهم بازار به‌صورت جمعی است (اوپک را ببینید).

نظام اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز (**Centrally Planned Economy**): یک نوع نظام اقتصادی آرمانی است که ویژگی آن دارایی اشتراکی (عمومی) و نقش غالب حکومت است که همه تصمیمات اقتصادی مهم به‌دست اوست.

نهادهای تشریفاتی (**Ceremonial Institutions**): نهادهایی است که از منافع جمعی حفاظت کرده و موجب تقویت تمایزهای تبعیض‌آمیز برحسب نژاد، جنسیت، درآمد و ... می‌شوند.

کالا‌های باشگاهی (**Club Goods**): رجوع کنید به انواع کالاها.

قضیه کوز (**Coase Theorem**): بیان می‌کند که عوامل اقتصادی وقتی می‌توانند درباره پیامد بهینه

باهم مذاکره کنند که حقوق مالکیت به‌دقت تعریف شده و هیچ مانعی برای مذاکره وجود نداشته باشد.

تبانای (Collusion): نوعی توافق آشکار یا پنهان بین بنگاه‌ها برای همکاری به‌منظور دوری از رقابت در زمینه‌هایی مانند قیمت‌ها و مقادیر تولید است. همچنین رجوع کنید به **تبانای پنهان**.

دارایی مشاع (Common Property): رجوع کنید به **دارایی مشترک**.

منابع مالکیت مشترک (Common Property Resources): رجوع کنید به **انواع کالاها**.

تحلیل ایستای تطبیقی (Comparative Static Analysis): به مقایسه مقدار تعادلی یک متغیر درون‌زا در اثر تغییر در مقدار یک متغیر برون‌زا می‌پردازد.

مازاد مصرف‌کننده (Consumer Surplus): تفاوت بین تمایل به پرداخت مصرف‌کنندگان در یک بازار و قیمتی است که بابت هر واحد از محصول پرداخت می‌شود.

قرارداد (Contract): یک توافق شفاهی یا کتبی بین دو یا چند طرف است که رضایت خود را در مورد معامله **حقوق مالکیت کالاها** و خدمات اعلام می‌کنند. در دنیای عاری از اختلاف قراردادهای کامل توافقی‌هایی هستند که بدون هیچ‌گونه هزینه می‌توان به عقد، نظارت و ضمانت اجرای آنها اقدام کرد. با این حال همه وضعیت‌های مشروط را باید در نظر گرفت (**قرارداد رابطه‌ای** را ببینید). معمولاً چون همه وضعیت‌های مشروط را نمی‌توان شناسایی و مشخص کرد، قراردادهای ناقص می‌شوند.

بازارهای مشروط (Contingent Markets): بازارهایی برای کالاها هستند که نه تنها با مشخصات مادی و دسترس‌پذیری در یک زمان و مکان خاص، بلکه با شرایط محیطی و تغییرات آینده آنها مشخص می‌شوند.

پیمان‌ها (Conventions): قواعدی عملی هستند که عوامل خصوصی برای ساده کردن مبادلات در اوضاع پیچیده ساخته‌اند و به این ترتیب موجب کاهش مشکلات هماهنگی می‌شوند.

تعاونی (Cooperative): انجمنی از عوامل است که به شکل داوطلبانه برای تحقق یک هدف مشترک با توسل به یک سازمان با مالکیت و مدیریت مشترک تشکیل شده است. همچنین **پیوندها** را ببینید.

قدرت جبران‌کننده (Countervailing Power): ایجاد قدرت توسط عوامل در یک طرف بازار به‌منظور جبران کردن قدرت موجود در طرف دیگر است. مثال‌های آن عبارت‌اند از اتحادیه‌های کارگری و سازمان‌های مصرف‌کنندگان به‌منظور خنثی کردن **قدرت بازار بنگاه‌ها**.

تخریب خلاقانه (Creative Destruction): پدیده سرمایه‌گذاری در سرمایه مولد جدید و هم‌زمان با آن مستهلک کردن سرمایه قدیمی - به دلیل سودآور نبودن آن در مقایسه با سرمایه جدید - است.

فرهنگ (Culture): متشکل از ابعاد مختلف رفتار انسان و جامعه است که ابعاد آن در میان همه

یا تقریباً اعضای آن گروه اجتماعی مشترک است. فرهنگ مشتمل بر پدیده‌های مادی (ساختمان‌ها، نقاشی‌ها) و غیرمادی (ارزش‌ها، هنجارها، پیمان‌ها، قوانین و ساختارهای سازمان‌دهی) است.

علیت انباشتی (Cumulative Causation): فرایندی از تعامل عواملی است که یکدیگر را به شکل انباشتی تقویت می‌کنند؛ یعنی هر تغییر موجب القای تغییراتی دیگر می‌شود که پدیده را بیشتر در مسیر شکل‌گیری خود به پیش می‌برد. این وضعیت ممکن است موجب یک دگرگونی سازنده (مثلاً تجمع بنگاه‌ها در یک منطقه صنعتی) یا یک دگرگونی ناخوشایند (مانند افزایش فقر در یک ناحیه رو به گسترش) شود.

تطور داروینی (Darwinian Evolution): تبیین تطور براساس فرایند جهش، انتخاب، وراثت و ابقاست. **کالاهای ناشایسته (Demerit Goods):** کالاهایی که (طبق فرض) به حال مصرف‌کنندگان مستقیم آنها مضر بوده و علاوه بر این آثار بیرونی نامطلوب به‌جای می‌گذارند.

دورنمای طراحی (Design Perspective): نسبت به تغییر نهادها، آنها را به‌مثابه نتیجه حساب شده انتخاب فردی یا جمعی تلقی می‌کند.

دولت توسعه‌ای (Developmental State): رجوع کنید به دولت نظارتی.

کارایی پویا (Dynamic Efficiency): رجوع کنید به کارایی.

نظام اقتصادی (Economic System): مجموعه نهادهای مرتبط با یکدیگر است که بر روش‌های سازمان‌دهی تولید، مصرف و توزیع کالاها و خدمات توسط عوامل اقتصادی اثر می‌گذارند.

رفاه اقتصادی (Economic Welfare): مجموع کل همه مزادهای مصرف‌کننده و تولیدکننده است؛ همچنین رجوع کنید به رفاه.

کارایی (Efficiency): می‌تواند برحسب کارایی ایستا یا کارایی پویا بررسی شود. کارایی ایستا همان **کارایی تخصیصی** و کارایی تولیدی (تولید با کمترین هزینه در شرایط ثابت بودن فناوری و میزان تولید) است. **کارایی پویا** هنگامی رخ می‌دهد که پیشرفت‌های فناورانه (نوآوری) رخ دهد، فنون تولید یا توزیع بهبود یابد، یا محصولات و خدمات جدیدی تولید شوند که بهتر ترجیحات مصرف‌کنندگان را برآورده می‌کنند.

فرهنگ‌پذیری (Enculturation): فرایندی است که اعضای یک گروه - از راه آموزش رسمی یا غیررسمی - فرهنگ را کسب می‌کنند.

متغیر درون‌زا (Endogenous Variable): متغیری است که مقدار آن با متغیرهای برون‌زای یک مدل (ریاضیاتی) تعیین می‌شود. به تعبیر کلی‌تر، متغیری است که توسط عوامل مرتبط با آن توضیح

داده می‌شود ولی خود آن عوامل با توجه به مدل به کار رفته توضیح داده می‌شوند.

نااطمینانی محیطی (Environmental Uncertainty): به متغیرهایی مربوط است که هیچ‌یک از عوامل اقتصادی از آنها مطلع نیست. مصادیق آن عبارت‌اند از پیشرفت‌های فناوری، تغییرات آب‌وهوایی و بحران‌های طبیعی، سیاسی یا اقتصادی.

کارآفرین (Entrepreneur): یکی از عوامل اقتصادی است که طبق نظر خود به تشخیص فرصت‌ها و عمل به آنها پرداخته، به استقبال مخاطرات جدید می‌رود.

بنگاه کارآفرینانه (Entrepreneurial Firm): بنگاهی است که همواره در جست‌وجوی فرصت‌های سودآوری جدید - به‌ویژه در حوزه‌های کشف نشده - است.

متغیر برون‌زا (Exogenous Variable): متغیری است که مقدار آن نه با یک مدل (ریاضیاتی) بلکه از بیرون مدل‌ها توضیح داده شده و برای توضیح دادن یک **متغیر درون‌زا** به کار می‌رود.

آثار بیرونی (Externalities): عوارض جانبی اقتصادی هستند که بازار برای برطرف کردن آنها کار نمی‌کند و (در مورد آثار بیرونی نامطلوب) به دیگران لطمه زده یا (در مورد آثار بیرونی مطلوب) ایشان را منتفع می‌کنند بدون آنکه جبران خسارت یا سود انجام شود. پس معلوم می‌شود که آثار بیرونی نامطلوب همانند هزینه‌ها و آثار بیرونی مطلوب همانند منافع هستند که در قیمت‌های بازار اثری از آنها به چشم نمی‌خورد.

تطور (Evolution): تغییر تدریجی یا رشد یک پدیده اجتماعی یا اقتصادی است که ناشی از رفتار حساب شده عوامل نیست.

دستور (Fiat): ظرفیت عوامل اقتصادی برای کاربرد فرماندهی مقتدرانه است (به اقتدار رجوع کنید).

بنگاه (Firm): در اقتصاد نئوکلاسیک تولیدکننده‌ای است که نهاده‌ها را به ستانده تبدیل می‌کند. این نهاد در اقتصاد نهاد‌گرای جدید نوعی **ساختار سازمان‌دهی** است که کالاها و خدمات را از راه دستور تخصیص می‌دهد. بنگاه از منظر حقوق مالکیت، شبکه‌ای از قراردادهاست. از نگاه رابطه کارفرما - کارگزار تفکیک مالکیت از مدیریت، مؤلفه اصلی است.

راه‌حل بهینه اول (First Best Solution): رجوع کنید به رقابت کامل.

به‌صرفه‌سازی (First Order Economizing): مرتبه اول طراحی مؤثر و کارآمد نهادهای عمومی رسمی است که عوامل بدون آنها نمی‌توانند در بازار، تصمیمات بهینه اتخاذ کنند.

قرارداد رسمی (Formal Contract): قراردادی است که از لحاظ حقوقی ضمانت شده است.

نهادهای رسمی (Formal Institutions): قواعد رفتاری عمومی هستند که یک مقام مسئول

عمومی با قدرت قانونگذاری طراحی شده‌اند و توسط الف) یک مقام مسئول عمومی با قدرت اجرایی (سرپرستی حکومتی) با کمک نیروی پلیس، مؤسسات نظارتی و دیگر مؤسسات ضمانت اجرای قانون و ب) توسط یک قدرت قضایی (دادگاه‌های عمومی) که از حق و قدرت مجازات کردن فرد یا سازمان به دلیل نقض قانون برخوردار است، تضمین می‌شوند.

صدر پروانه (Franchising): همان اجازه دادن به یک روش ویژه کسب‌وکار - شامل کالاهای دینی از قبیل یک نام تجاری - است.

کالاهای آزاد (Free Goods): کالاهایی هستند که کمیاب نباشند یعنی عرضه آنها در همه قیمت‌ها از تقاضای آنها بیشتر باشد که به این ترتیب قیمت تعادلی این کالاها صفر است.

رفتار مبتنی بر سواری مجانی (Free Rider Behavior): حداکثر کردن رفاه خود با سود بردن از تلاش دیگران بدون رضایت ایشان، بدون پرداخت بهایی بابت آن و بدون ایفای سهم در کنار ایشان است.

ساختار سازمان‌دهی (Governance Structure): چارچوبی نهادی (یک نظام از قوانین) است که عوامل اقتصادی در آن چارچوب، مبادلات خود را با یکدیگر هماهنگ می‌کنند.

حکومت (Government): در این کتاب یک اصطلاح کلی برای هر مقام مسئول عمومی است.

شکست حکومت (Government Failure): هرگونه مداخله حکومت است که باعث خسارت زدن به رفاه اقتصادی شود.

عادت (Habit): یک الگوی رفتاری تکرارشونده و در اکثر موارد غیرآگاهانه است که از راه تکرار کسب می‌شود.

خطرات غیرمترقبه (Hazards): مخاطراتی است که به دلیل اطلاعات ناقص و امکان بروز رفتار فرصت‌طلبانه توسط یکی از طرف‌های قرارداد رخ می‌دهد.

پیشرفت هیکس - کالدور (Hicks-Kaldor Improvement): وضعیتی است که در آن حداقل یک عامل در نظام اقتصادی می‌تواند به میزان مطلوبیت یا سود بیشتری برسد که مقدار پولی آن بیشتر از معادل پولی خسارت‌های آن به دیگران به شکل مطلوبیت یا سود باشد. به این ترتیب - حداقل از لحاظ نظری - می‌توان به خسارت‌دیدگان غرامت پرداخت کرد.

سلسله‌مراتب (Hierarchy): تخصیص منابع (یا هماهنگ کردن مبادلات) از راه دستور است.

انگیزه‌های قدرتمندانه (High-Powered Incentives): انگیزه‌هایی هستند که یک عامل را تا آخرین حد توان او ترغیب می‌کنند و درآمدهای حاصل از آن انگیزش معمولاً نصیب خود آن عامل می‌شود. اما انگیزه‌های کم‌مقی نمی‌توانند یک عامل را تا آخرین حد توان او تحریک کنند و دلیل

آن هم عمدتاً سهم نبردن (کامل یا نسبی) آن عامل از درآمدهای حاصل از آن انگیزه‌هاست. این وضعیت معمولاً در **سلسله‌مراتب‌ها** و مؤسسات حکومتی وجود دارد.

اسارت (Hold Up): وضعیت رفتار **فرصت‌طلبانه پس از وقوع** است که در آن یکی از طرف‌های قرارداد به سرمایه‌گذاری‌های ویژه یک مبادله (فقط قابل کاربرد در آن مبادله) اقدام می‌کند و طرف دیگر می‌تواند با تهدید یا پایان دادن به موافقت قبلی، از این موقعیت سوءاستفاده کند.

گروبی (Hostage): شکلی از **خودنظارتی** است که در آن طرف‌های قرارداد قادرند با ابزارهای وثیقه‌ای - از قبیل پیش‌پرداخت یا وثیقه - تعهدات معتبری در طرف مقابل ایجاد کنند.

پیوندی‌ها (Hybrids): نوعی ساختار سازمان‌دهی هستند که در آن بنگاه‌ها به همکاری با یکدیگر پرداخته، مؤلفه‌های ساختار سازمان‌دهی یک بازار و یک بنگاه (سلسله‌مراتب) باهم آمیخته می‌شود.

قرارداد ناقص (Incomplete Contract): رجوع کنید به **قرارداد**.

تناقض‌نمای اطلاعاتی (Information Paradox): رجوع کنید به تناقض‌نمای اطلاعاتی آرو.

رقابت ناقص (Imperfect Competition): هرگونه ساختار سازمان‌دهی بازاری است که در آن عوامل تا حدی از قدرت بازار برخوردارند. در این شرایط چند وضعیت متمایز یعنی **انحصار در عرضه**، **انحصار در تقاضا**، **انحصار چندگانه در عرضه** و **رقابت انحصاری** وجود دارد.

اطلاعات ناقص (Imperfect Information): وضعیتی است که در آن توزیع اطلاعات بین عوامل اقتصادی مختلف نامتوازن است (این حالت به اطلاعات نامتقارن نیز معروف است) یا هیچ‌کدام از عوامل درگیر در مبادله از اطلاعات کامل برخوردار نیست.

تبانی پنهان (Implicit Collusion): شکلی از **تبانی** است که به‌طور خودجوش در نتیجه سازوکاری خودتضمین پدید می‌آید (رجوع کنید به **خودتضمینی**).

برنامه‌ریزی ره‌نما (Indicative Planning): یک نظام برنامه‌ریزی است که در آن حکومت با وضع شاخص‌های هدایت‌کننده سایر عوامل در نظام اقتصادی - در جهت اهداف خود که در برنامه ره‌نما اعلام کرده است - تحولات اقتصادی را هدایت می‌کند.

نهادهای غیررسمی (Informal Institutions): قواعد رفتاری خصوصی هستند که به‌تدریج و خودجوش شکل گرفته و به هیچ‌گونه ضمانت اجرا نیاز ندارند زیرا به نفع عوامل است که به شکل خودجوش آنها را رعایت کنند (**خودتضمینی**) یا تنبیهاتی توسط خود عوامل خصوصی برای آنها در نظر گرفته شده است (**خودتضمینی**). مصادیق نهادهای غیررسمی عبارت‌اند از **هنجارها** و **پیمان‌های اجتماعی**.

نوآوری (Innovation): ایجاد محصولات جدید و فنون تولیدی یا نهادهای جدید است. نوآوری‌ها به کارایی پویا منجر می‌شوند.

نهادها (Institution): نظام‌هایی از قواعد سلسله‌مراتبی و اجتماعی هستند که رفتار افراد و تعاملات اجتماعی را شکل می‌دهند.

رویکرد نهاد به‌مثابه یک تعادل (Institution-as-an-Equilibrium Approach): به تبیین آن‌دسته از پویایی‌های نهادها می‌پردازد که همه عوامل اقتصادی به شکل خودجوش آنها را رعایت می‌کنند.

محیط نهادی (Institutional Environment): به همه قواعد (رسمی و غیررسمی) مربوط است که بر یک مبادله اثر می‌گذارد و از ارزش‌ها، هنجارها و پیمان‌های انتزاعی تا قواعد عینی و ویژه را دربرمی‌گیرد.

کارآفرین نهادی (Institutional Entrepreneur): یک فعال اقتصادی است که بر موانع نهادی غلبه می‌کند یا ابتکار عمل در ساختن نهادهای جدید را پی می‌گیرد.

ارزش‌گذاری ابزاری (Instrumental Valuation): فرایند تعیین آن‌دسته از ارزش‌ها، هنجارها، ساختارهای سازمان‌دهی خصوصی و عمومی است که در رسیدن به اهداف اجتماعی، نقش ابزاری دارند.

رویکرد میان‌رشته‌ای (Interdisciplinary Approach): رجوع کنید به **رویکرد چندرشته‌ای**.

سرمایه‌گذاری مشترک (Joint Venture): یک ساختار سازمان‌دهی است که از دو یا چند عامل حقوقی ایجاد شده، ایشان به ترکیب کردن دارایی‌های مکمل از قبیل سهام یا دانش می‌پردازند. **پیوندی‌ها** را ببینید.

آزادسازی (Liberalization): فرایند دسترس‌پذیر نمودن یک بازار - که قبلاً فقط در دسترس متصدیان دولتی یا انحصارهای قانونی بوده است - برای تازه‌واردان است.

جواز (مجوز) (License): اجازه کاربرد یک حق مالکیت خاص در ازای بهای مشخص است.

گیرافتادگی (Lock-in): وضعیتی است که عوامل در آن نمی‌توانند سازمان‌دهی مبادلات اقتصادی خود را تغییر دهند؛ زیرا آن تغییر به دلایل اقتصادی، نهادی یا فنی، غیرممکن یا پرهزینه است.

انگیزه‌های کم‌رُمق (Low Powered Incentives): رجوع کنید به **انگیزه‌های قدرتمند**.

بازار (Market): یک معامله اختیاری بین خریداران و فروشندگان منفرد کالاها و خدمات در ازای کالاها و خدمات دیگر یا پول است. آن معامله در نظریه‌های اقتصادی مختلف به شکل‌های متنوع در نظر گرفته می‌شود.

نواقص بازار (Market Imperfections): وقتی بروز می‌کند که بازارها فروض مبنای الگوی رقابت کامل به شکل نئوکلاسیک استاندارد را برآورد نکنند و در نتیجه ناکارآمدی بروز کند.

چندگونه نقص بازار را می‌توان از هم تمییز داد: **اطلاعات ناقص، قدرت بازار، کالاهای کاملاً عمومی، آثار بیرونی، کالاهای (نا)شایسته و انحصارهای طبیعی.**

قدرت بازار (Market Power): توانایی یک فروشنده (یا خریدار) برای تنظیم قیمت‌ها در حدی بیشتر از هزینه نهایی (عوامل) است. قدرت بازار در یک دورنمای پویا نه فقط قدرت تنظیم قیمت‌ها، بلکه قدرت اثرگذاری بر ترجیحات مصرف‌کننده است.

ساختارهای بازار (Market Structures): به تعداد، اندازه و روابط عوامل در بازار مربوط می‌شود. ساختار بازار نشان‌دهنده میزان رقابت در هر دو طرف عرضه و تقاضاست.

سازه‌های ذهنی (Mental Map): تلفیق دسته‌بندی‌هایی است که عوامل اقتصادی با آنها دنیای پیرامون خود را تجسم می‌کنند.

کالاهای شایسته (Merit Goods): محصولاتی هستند که (گمان می‌شود) برای مصرف‌کنندگان مفید بوده و آثار بیرونی مطلوبی ایجاد می‌کنند.

ادغام (Merger): نوعی یگانه شدن یا یکپارچگی دو یا چند بنگاه است که مالکان آنها در مورد ترکیب کردن دارایی‌ها و مسئولیت‌ها به توافق رسیده‌اند.

جمع‌گرایی روش‌شناختی (Methodological Collectivism): پدیده‌های اجتماعی را با واگذاری مشخصات ویژه به ساختارهای اجتماعی ویژه‌ای تبیین می‌کند که تقلیل‌پذیر به مشخصات افراد نیستند.

فردگرایی روش‌شناختی (Methodological Individualism): فردگرایی روش‌شناختی تبیین پدیده‌های اجتماعی با توسل به اقدامات فردی است.

تعامل‌گرایی روش‌شناختی (Methodological Interactionism): تبیین پدیده‌های اجتماعی از راه بررسی هم‌زمان تعامل (های) بین عوامل و پدیده‌های اجتماعی و نیز بین خود عوامل است.

الگو (مدل) (Model): یک شرح انتزاعی از واقعیت است، آن بخش از واقعیت که تشریح شده است، سپس آن عواملی توصیف می‌شود که مدل قرار بوده است آنها را توضیح دهد (**متغیرهای درون‌زا**) و خود آن عوامل برحسب عوامل دیگری توصیف می‌شود که می‌توانند متغیرهای درون‌زا را توضیح دهند و طبق فرض، از پیش معلوم هستند (**متغیرهای برون‌زا**).

رقابت انحصارگرانه (Monopolistic Competition): نوعی ساختار بازار است که در آن عرضه‌کنندگان با کالاهای مختلف خود - با قطعه‌قطعه کردن بازار - باهم رقابت می‌کنند. هر بنگاه به دلیل ناهمگونی محصولات، قدری از **قدرت بازار** برخوردار است ولی به دلیل فشارهای رقابتی دیگر بنگاه‌ها در دیگر بخش‌های بازار با محدودیت [در انحصار] روبه‌روست.

انحصار در عرضه (Monopoly): یک نوع ساختار بازار است که خصیصه آن وجود یک عرضه‌کننده

واحد است. به‌طور کلی این وضعیت به معنای برخورداری آن عرضه‌کننده از **قدرت بازار** است. اگر فشار رقابتی را بنگاه‌های بالقوه (خطر ورود تازه‌واردان) ایجاد کنند، آن قدرت تحدید می‌شود.

انحصار در تقاضا (Monopsony): نوعی ساختار بازار است که ویژگی آن وجود یک خریدار یگانه است که به‌این‌ترتیب او از **قدرت بازار** برخوردار می‌شود.

مخاطره اخلاقی (Moral Hazard): (رفتار فرصت‌طلبانه پس از وقوع) وقتی رخ می‌دهد که منافع (اهداف) طرف‌های قرارداد با یکدیگر سازگار نبوده، اطلاعات نامتقارن باشد (رجوع کنید به **اطلاعات ناقص**) به‌طوری‌که یکی از طرف‌ها بداند اگر از توافق خود عدول کند، کوتاهی او مغفول می‌ماند.

رویکرد چندرشته‌ای (Multidisciplinary Approach): به تلفیق روشنگری‌های رشته‌های مختلف می‌پردازد. این کار معمولاً به شیوه‌ای انجام می‌شود که سهم یک رشته (اقتصاد) در کنار آموزه‌های رشته دیگر (مثلاً تاریخ یا جامعه‌شناسی) به‌کار می‌رود. چنین رویکردی را باید از **رویکرد میان‌رشته‌ای** متمایز دانست که در آن آموزه‌های رشته‌های مختلف درهم می‌آمیزند.

تشکیلات چندبخشی (Multidivisional Organization): (M شکل) نوعی از تشکیلات (یا ساختار بنگاه) است که مشخصه آن تقسیم محصولات یا نواحی جغرافیایی است.

تعادل‌های چندگانه (Multiple Equilibria): به امکان وجود بیش از یک راه‌حل تعادلی برای هر الگو (ی ریاضیاتی) اشاره می‌کند. به تعبیر کلی‌تر، ممکن است چند قاعده ثابت شده مختلف برای نحوه رفتار در وضعیت مشخص، به‌طور هم‌زمان باهم وجود داشته باشد.

انحصار طبیعی (در عرضه) (Natural Monopoly): وضعیتی است که فناوری تولید موجب هزینه‌های متوسط نزولی می‌شود و دورنمای کارایی هزینه‌ای یک بنگاه منفرد در بازار، بهینه است.

اقتصاد نئوکلاسیک (Neoclassical Economics): اصطلاحی برای توصیف نظریه اقتصاد خرد جریان اصلی است. یکی از مشخصه‌های اقتصاد نئوکلاسیک آن است که به‌طور کلی در نظریه‌هایش نقش چندانی برای **نهادها** قائل نیست.

شبکه (Network): یک گونه پیوندی از ساختار سازمان‌دهی است که مشتمل بر عوامل مستقل است و آن عوامل دارای منافع متقابل بوده، فعالیت‌های خود را تا حدی با یکدیگر هماهنگ می‌کنند. عوامل در یک شبکه می‌توانند روابط حقوقی، اقتصادی، مالی یا شخصی باهم داشته باشند.

اقتصاد نهادگرایی جدید (New Institutional Economics): مکتبی در اقتصاد نهادگراست که بر مبنای کارهای کوز، نورث و ویلیامسون بنا شده است، این رویکرد به‌طور کلی به مشخصه کارایی پرداخته و به عوامل منفردی می‌پردازد که خصیصه ایشان **عقلانیت محدود** و (احتمالاً) **رفتار فرصت‌طلبانه** است.

هنجارها (Norms): عقایدی کلی درباره چگونگی دستیابی به ارزش‌های اجتماعی هستند. آنها مشخص‌کننده روش‌هایی هستند که مردم باید به‌عنوان اعضای یک گروه مطابق آنها رفتار کنند.

انحصار چندگانه در عرضه (Oligopoly): نوعی ساختار بازار با تعداد اندکی عرضه‌کننده است که واکنش‌های یکدیگر را در نظر می‌گیرند.

اقتصاد نهادگرایی اولیه (قدیمی) (Original Institutional Economics): مکتبی از اقتصاد نهادگراست که براساس آموزه‌های افرادی مانند ویلن و کامونز بنا گذاشته شد. آن مکتب تعادل بین عوامل و پویایی‌های نهادها را موضوع اصلی علم اقتصاد می‌داند.

رفتار فرصت‌طلبانه (Opportunistic Behavior): هنگامی رخ می‌دهد که عوامل به‌عمد از یک فرصت برای منافع شخصی خود و به زیان دیگران استفاده کنند. مثلاً دروغ گفتن، تقلب، عدم افشای داده‌های مرتبط، سوءاستفاده از موقعیت غالب و ... را می‌توان مصداق این رفتار دانست.

رفتار بهینه‌کننده (Optimizing Behavior): هنگامی رخ می‌دهد که عوامل درصدد به حداکثر رساندن توابع هدف یا به حداقل رساندن هزینه‌های خود - با توجه به محدودیت‌های موجود - باشند.

اوپک (سازمان کشورهای صادرکننده نفت) (OPEC): یک سازمان بین‌حکومتی (کارتل) است که با هدف هماهنگ‌سازی تولید نفت و سیاست‌های قیمت‌گذاری آن در بین کشورهای عضو خود کار می‌کند.

راه‌حل بهینه پارتو (کارایی پارتو) (Pareto Optimal Solution): وضعیتی است که در آن هیچ‌کدام از عوامل در نظام اقتصادی نتواند بدون خراب‌تر کردن مطلوبیت یا سود شخص دیگر، مطلوبیت یا سود بیشتری کسب کند.

وابستگی به مسیر (Path Dependency): به معنای تأثیرپذیری پیامدهای اقتصادی در یک برهه زمانی خاص، از رخدادهایی است که در گذشته روی داده‌اند. رجوع کنید به **گیرافتادگی**.

رقابت کامل (Perfect Competition): یک مدل نظری با خریداران (مشتریان) و فروشندگان (تولیدکنندگان) متعدد در بازار مربوط به محصول همگن با اطلاعات کامل است؛ هیچ‌کس نمی‌تواند به تنهایی بر قیمت اثر گذارد ولی همه مصرف‌کنندگان باهم می‌توانند تقاضای بازار و همه تولیدکنندگان باهم می‌توانند عرضه بازار را تعیین کنند.

هزینه‌های سیاستی (یا هزینه‌های مبادله سیاسی) (Policy Costs): ناشی از مداخله حکومت بوده و شامل هزینه‌های سرپرستی، نظارت و ضمانت اجرا، رعایت قانون و هزینه‌های ناشی از رفتار افزونه‌خواهی و مشکلات کارفرما - کارگزار در بخش عمومی است.

قیمت‌گذاری تهاجمی (Predatory Pricing): به معنای نوعی سیاست قیمت‌گذاری کوتاه‌مدت

است که حداکثرکننده سود نبوده، صرفاً قیمت‌ها را به‌قدری کم وضع می‌کند که رقیب یا رقبای کارآمد (بالقوه) نتوانند در آن قیمت رقابت کنند و مجبور به خروج از بازار (وارد نشدن به بازار) شوند.

معضل کارفرما - کارگزار (Principal-Agent Problem): وقتی رخ می‌دهد که طرف‌های قرارداد مشخصات کارفرما و کارگزار را داشته (به **رابطه کارفرما - کارگزار** رجوع کنید)، در شرایط اطلاعات نامتقارن، منافع ناسازگار داشته باشند.

رابطه کارفرما - کارگزار (Principal-Agent Relationship): وضعیتی است که دو گروه به عقد قرارداد پرداخته، در آن قرارداد یک طرف (کارفرما) وظیفه‌ای را واگذار کرده و بخشی از اختیارات تصمیم‌گیری خود را به طرف دیگر (کارگزار) می‌سپارد.

معمای زندانی (Prisoner's Dilemma): یک مثال نمونه در نظریه بازی است و وضعیتی را شرح می‌دهد که در آن هر عامل در بازی خود یک شیوه ویژه را در عمل انتخاب می‌کند که برای خود او بهینه است ولی برای همه بازیگران، پیامد بهینه‌ای نیست.

کالای خصوصی (Private Good): رجوع کنید به انواع کالاها.

خصوصی‌سازی (Privatization): فرایند انتقال حقوق مالکیت عمومی به خصوصی است.

عقلانیت رویه‌ای (Procedural Rationality): به رویه دستیابی به یک تصمیم در وضعیت عدم اطمینان براساس تفکر مناسب و بر مبنای رعایت رویه‌های شایسته و کاربرد آنها گفته می‌شود.

مازاد تولیدکننده (Producer Surplus): تفاوت بین قیمت دریافت شده بابت هر واحد کالای فروخته شده در بازار و هزینه‌های نهایی آن واحد است.

چرخه عمر محصول (Product Life Cycle): به الگوی مراحل شکل‌گیری یک محصول از ظهور تا افول آن اشاره می‌کند. مفهوم چرخه عمر را می‌توان درباره صنایع و بازارها به کار برد.

تابع تولید (Production Function): یک رابطه فنی بین عوامل تولید - از قبیل نیروی کار، سرمایه و زمین - و ستانده تولید شده با این نهاده‌هاست.

کارایی تولیدی (Productive Efficiency): رجوع کنید به کارایی.

حقوق مالکیت (Property Rights): حقوقی است که تعیین می‌کند چه کس، در چه زمان، به چه مدت و در چه اوضاعی درباره کاربرد یک دارایی تصمیم می‌گیرد. در بسته حقوق مالکیت می‌توان بین حق کاربرد، حق کسب درآمد و حق فروش یک دارایی تفاوت قائل شد.

تعادل‌های قطع شده (Punctuated Equilibria): دگرگونی‌های ناگهانی در شکل‌گیری یک پدیده - پس از دوره‌ای طولانی از تغییر تدریجی - هستند.

اداره عمومی (Public Bureau): مترادفی برای یک شرکت دولتی است که ویلیامسون آن را به کار برد. **منافع عمومی (Public Interests):** این منافع را می‌توان به شکل‌های مختلف تعریف کرد و در رویکرد کارایی اقتصادی به منافع (بخشی از) جامعه مربوط است که با نواقص بازار به خطر افتاده، عوامل خصوصی قادر نیستند به تنهایی با ابتکار عمل‌های خود آن نواقص را رفع کرده، رفاه را افزایش دهد. در رویکرد **منافع گروهی**، منافع عمومی توسط عواملی که زمان امور را در دست دارند، تعیین می‌شود. به این ترتیب حکومت پس از آن قادر می‌شود از ارزش‌هایی دفاع کند که در هر زمان - بسته به آنکه کدام گروه‌های ذی‌نفع بر مسند قدرت باشد - با زمان دیگر فرق می‌کنند.

دارایی (مالکیت) عمومی (Public Property): مالکیت (دارایی) مربوط به حکومت است.

نظام اقتصاد بازاری محض (Pure Market Economy): یک گونه آرمانی از نظام‌های اقتصادی است که مشخصه آن مالکیت خصوصی و مبادلات بازار بوده که حکومت خود را در آن صرفاً به تعریف و ضمانت اجرای قوانین اصلی لازم برای توانمندسازی عوامل خصوصی - به منظور کارکرد بهینه - محدود می‌کند.

کالاهای کاملاً عمومی (Pure Public Goods): رجوع کنید به انواع کالاها.

عقلانیت (Rationality): رفتاری بدون تناقض و حساب شده با هدف تحقق اهداف دقیق است.

نظارت (Regulation): مداخله دولت در فعالیت آزادانه نیروهای بازار، با هدف اثرگذاری بر رفتار اقتصادی عوامل خصوصی به نحوی که منافع عمومی تأمین شود.

قبضه نظارتی (Regulatory Capture): خطری است که تغییر مقررات توسط حکومت برای عوامل خصوصی پیش می‌آورد.

مخاطره نظارتی (Regulatory Risk): خطری است که تغییر مقررات توسط حکومت برای عوامل خصوصی پیش می‌آورد.

دولت نظارتی (Regulatory State): حالتی است که حکومت فقط سعی می‌کند با وضع قوانین کلی - که عوامل خصوصی ملزم به رعایت آن هستند - بر فرایند اقتصادی اثر بگذارد. در **دولت توسعه‌ای** حکومت تمایل دارد با جهت‌دهی‌های فراوان به عوامل خصوصی، بر فعالیت‌های اقتصادی تأثیر گذارد.

قرارداد رابطه‌ای یا قرارداد بی‌خاتمه (Relational Contract): به موافقتی به مدت زمان نامشخص گفته می‌شود. قرارداد هنگامی رابطه‌ای است که همه رخدادهای آینده در آن تصریح نشده باشند.

افزونه‌خواهی (Rent-Seeking): را می‌توان به مثابه تلاشی فریب‌کارانه برای جابه‌جایی منابع

به‌منظور کسب مزایا بدون تلاش رقابتی - و به‌این‌ترتیب بدون هیچ‌گونه فعالیت مولدی به‌ازای آن مزایا - محسوب کرد.

حسن شهرت (Reputation): تلقی دیگران از یک فرد، گروهی از افراد یا یک سازمان، براساس عملکرد گذشته ایشان است.

تقدم دگرگون شده (Revised Sequence): حالتی است که تولیدکنندگان بر ترجیحات مصرف‌کنندگان اثر می‌گذارند تا برای محصولات (جدید) خود تقاضا ایجاد کنند.

مخاطره (Risk): وضعیتی است که در آن احتمال پیشامدهای ممکن، معلوم است. در این کتاب گاهی مخاطره را دقیقاً به این معنا و در موارد دیگر، مترادف با عدم اطمینان (نااطمینانی) به‌کار برده‌ایم.

مخاطره‌گریزی (Risk Aversion): نشان می‌دهد که اگر ارزش (پولی) انتظاری یک پیامد ایمن و نایمن باهم یکی باشد، فرد یک پیامد ایمن را به پیامد نایمن ترجیح می‌دهد.

تضمین‌های اطمینان‌بخش (Safeguards): اقداماتی احتیاطی برای پیشگیری از پیمان‌شکنی طرف‌های قرارداد هستند. این تضمین‌های اطمینان‌بخش می‌تواند ماهیتی خصوصی (مانند بندهای ویژه گنجانده شده در یک قرارداد و سازوکارهای خودتضمین) یا ماهیتی عمومی - مشتق از مفاد قانون قراردادها و قانون کار - داشته باشد.

تنبیهات (Sanctions): سازوکارهایی ضمانتی هستند که در موارد نقض یا سوءاستفاده از قانون (تنبیهات سلبی) یا برای تشویق در صورت رعایت قانون (تنبیهات ایجابی) به اجرا درمی‌آیند.

رفتار متقاعدکننده (Satisficing Behavior): با هدف تحقیق میزان مورد نظر از مطلوبیت یا سود - که به‌دلیل عقلانیت محدود، معادل راه‌حل بهینه اول نیست - به اجرا درمی‌آید.

راه‌حل بهینه دوم (Second Best Solution): وقتی رخ می‌دهد که کارایی پس از اصلاح نواقص بازار روی دهد و هزینه‌های مبادله تحمیل شوند.

به‌صرفه‌سازی مرتبه دوم (Second Order Economizing): طراحی و اجرای نهادهایی است که هزینه‌های تولید و مبادله را - در شرایط وجود نهادهای رسمی کارآمد عمومی - به حداقل می‌رسانند.

خودتضمینی (Self-Enforcement): به معنای تضمین شدن نهادهای غیررسمی توسط رفتار عوامل منفرد، بدون ضمانت اجرا یک مقام مسئول بیرونی است که به‌دلیل همسویی با منافع آن عوامل منفرد رخ می‌دهد.

خودنظارتی (Self-Regulation): به معنای آن است که نهادی غیررسمی با استانداردها و تنبیهاتی ضمانت می‌شود که عوامل خصوصی درباره آنها توافق کرده‌اند.

تفکیک مالکیت از مدیریت (Separation of Ownership and Control): وضعیتی است که در آن مدیریت یک بنگاه به‌دست عواملی غیر از مالکان آن داده می‌شود.

باورهای قطعی (Settled Beliefs): در حوزه علم به توافق تثبیت شده بین صاحب‌نظران یک رشته یا مکتبی ویژه از یک رشته - درباره چپستی سازوکارهای اصلی و چگونگی بررسی قلمروی تحقیق - گفته می‌شود.

دارایی مشترک (Shared Property): هرگونه دارایی است که در تملک یک گروه یا جمعی از عوامل خصوصی باشد.

رفاه اجتماعی (Social Welfare): بسط مفهوم رفاه اقتصادی است. اگر حکومتی در تلاش برای بهینه‌سازی رفاه اجتماعی باشد، نه فقط ارتقای کارایی را مدنظر قرار می‌دهد، بلکه امکان (و ضرورت) بهبود در توزیع رفاه را نیز در نظر می‌گیرد.

بازار تک‌دفعه‌ای (Spot Market): یک مثال از یک بازار آرمانی است (نظام اقتصادی بازاری محض را نیز ببینید) که در آن همه اطلاعات مبادله در قیمت‌ها نهفته است. این بازار متشکل از خریداران و فروشندگانی است که رابطه ایشان فقط به یک معامله ختم می‌شود.

ذی‌نفعان (Stakeholders): مردم، گروهی از مردم یا سازمان‌ها هستند که در یک سازمان دارای منافع مستقیم یا غیرمستقیم بوده و ممکن است تحت تأثیر اقدامات آن سازمان قرار گیرند.

دولت (State): در این کتاب مترادف حکومت است.

شرکت دولتی (State Owned Enterprise): به تدارک کالاها و خدمات توسط بنگاهی دولتی می‌گویند که تحت تملک دولت بوده و عمدتاً با مسئولیت یک وزارتخانه کار می‌کند.

کارایی ایستا (Static Efficiency): رجوع کنید به کارایی.

ائتلاف (هم‌پیمانی) راهبردی (Strategic Alliance): توافقی بین دو یا چند عامل برای یک کاسه کردن منابع ویژه به‌منظور افزایش منافع متقابل است. یک سرمایه‌گذاری مشترک نوع خاصی از هم‌پیمانی راهبردی است.

سیاست اقتصادی ساختاری (Structural Economic Policy): سیاست تغییر ساختار یک نظام اقتصادی یعنی تغییر در ترکیب فعالیت‌های اقتصادی است. ساختار اقتصادی متشکل از بخش‌های مختلفی مانند کشاورزی، معدن، صنایع (از قبیل فولاد، کشتی‌سازی) و خدمات (بانکداری، بیمه و ...) است.

ساختار (Structure): همان پیکربندی مؤلفه‌هایی است که باهم یک نظام را می‌سازند. ساختار نظام اقتصادی ممکن است سلسله‌مراتبی (همانند یک نظام اقتصادی برنامه‌ریزی متمرکز) یا از نوع شبکه‌ای

(همانند نظام اقتصادی ژاپن) باشد. در این کتاب بارها به ساختار نهادهای (غیر)رسمی و به **ساختارهای سازمان‌دهی** اشاره می‌کنیم که به‌مثابه مؤلفه‌های سازنده **محیط نهادی** یا نظام اقتصادی هستند.

تبانی ناگفته (پنهان) (Tacit Collusion): رجوع کنید به **تبانی پنهان**.

نظریه (Theory): نوعی نمایش انتزاعی از رابطه بین متغیرهایی است که به‌منظور تبیین واقعیت‌های عملی در دنیای واقع انتخاب شده‌اند.

طرف‌های ثالث (Third Parties): داورانی هستند که وقتی یکی از طرف‌های قرارداد به توافقات خود عمل نکند، به ضمانت اجرای قرارداد می‌پردازند.

مقابله‌به‌مثل (Tit-for-tat): رفتاری راهبردی بر مبنای اصل تلافی به‌مثل یعنی واکنش نشان دادن از همان نوع رفتارهای طرف مقابل است. این رفتار می‌تواند موجب **خودتضمینی** شود.

فاجعه مشاعات (Tragedy of the Commons): هنگامی رخ می‌دهد که برخی کالاها عمومی - با ویژگی منع‌ناپذیری (یعنی در دسترس آزادانه همه افراد) - به‌دلیل کمیابی به کالاهای رقابت‌آمیز تبدیل شده، در معرض خطر نابودی قرار گیرند. در صورتی که از مشاعات به شکل حساب شده (همراه با حفاظت و نگهداری) بهره‌برداری شود، استفاده مداوم از آنها میسر می‌گردد و در غیر این صورت، افزایش رقابت‌آمیزی به **آثار بیرونی** نامطلوب منجر می‌شود یعنی آن کالا دچار فرسایش شده یا به اتمام می‌رسد.

مبادلات (Transactions): به شکل معامله **حقوق مالکیت** رخ می‌دهد یعنی محصولات و خدماتی (از جمله اطلاعات) - به‌واسطه بازارها (مبادله بازاری)، درون یک بنگاه (مبادله مدیریتی) یا بین حکومت‌ها و عوامل اقتصادی (مبادله سیاسی) - از یک عامل اقتصادی به عامل دیگر منتقل می‌شوند.

هزینه‌های مبادله (Transactions Costs): هزینه‌هایی هستند که در زمان مبادله کالاها و خدمات بین عوامل اقتصادی به ایشان تحمیل می‌شوند. این هزینه‌ها شامل هزینه‌های جست‌وجو و کسب اطلاعات، هزینه‌های تهیه پیش‌نویس قرارداد؛ هزینه مذاکره و عقد قرارداد؛ هزینه‌های نظارت و ضمانت اجرای آن هستند.

اعتماد (Trust): رابطه‌ای بین عوامل اقتصادی است که در آن یکی از ایشان دیگری را باور می‌کند یعنی قول یا وعده او را مطمئن می‌داند و باور او حتی بدون تعبیه تضمین‌های اطمینان‌بخش همچنان برقرار است. گمان می‌شود که فرد معتمد از رفتار **فرصت‌طلبانه خودداری** خواهد کرد.

انواع کالاها (Types of Goods): به چهار دسته تقسیم می‌شوند. هر کالا را می‌توان به‌خودی‌خود به (غیر)اختصاصی و (غیر)رقابت‌آمیز تقسیم کرد. یک **کالای خصوصی** هم اختصاصی و هم رقابت‌آمیز است یعنی مصرف آن در دسترس دیگران (رقبای مصرف) نبوده و مصرف‌کننده آن می‌تواند دیگران را

از سهمیم شدن در آن بازدارد (اختصاصی). یک **کالای کاملاً عمومی** هم غیراختصاصی و هم غیررقابت‌آمیز است. **منابع با مالکیت مشترک** دارایی‌هایی هستند که غیراختصاصی ولی درعین حال رقابت‌آمیزند، درحالی که **کالاهای باشگاهی** کالاهایی غیررقابت‌آمیز اما اختصاصی محسوب می‌شوند.

نااطمینانی (عدم اطمینان) (Uncertainty): یک مخاطره «غیرقابل اندازه‌گیری» است یعنی وضعیتی است که در آن همه پیشامدهای احتمالی ناشناخته‌اند و یا احتمال آن پیشامدها نیز نامعلوم است. در این کتاب گاهی نااطمینانی را دقیقاً به این معنا و گاهی مترادف با مخاطره به‌کار برده‌ایم.

یکپارچه شدن به ادغام (Unification) (افقی یا عمودی) دو یا چند بنگاه گفته می‌شود به شکلی که یک **سلسله‌مراتب** شکل گیرد.

تشکیلات یکپارچه (U شکل) (Unitary Organization): یک سازمان (یا ساختار بنگاهی) با خصیصه تقسیم شدن آن به بخش‌های کارکردی است. مثال‌هایی از کارکردهای درون یک بنگاه عبارت‌اند از: فروش، تولید یا تأمین مالی.

ارزش‌ها (Values): در فرهنگ هر جامعه جای گرفته‌اند. آنها ترجیحاتی کلی درباره اهداف هستند و آنچه را که اکثر شهروندان در یک جامعه خاص، مطلوب در نظر می‌گیرند، دربردارند. ارزش‌ها مبنای قضاوت هستند.

منافع گروهی (جمعی) (Vasted Interests): منافع افراد یا گروه‌های خاص در جامعه است که با هدف حفاظت از منافع خود - بدون در نظر گرفتن آثار نامطلوب بر رفاه دیگران - عمل می‌کنند.

رفاه (Welfare): مترادف با رفاه اقتصادی به‌کار رفته است. رفاه بهینه معادل با «بهینه اول»، «بهینه پارتو» یا **راه‌حل بهینه پارتو** به‌کار رفته است. رفاه یک واژه کلی برای مشخص کردن جمع مازاد مصرف‌کننده و تولیدکننده است. مفهوم رفاه را باید از مفهوم رفاه اجتماعی تمییز داد.

منابع و مأخذ

- Abdul Gafoor, A. L. M. (2002) *Interest-free Commercial Banking*, reed edn (Groningen: Apptec).
- Acemoglu, D. and Robinson, J. (2006) 'De Facto Political Power and Institutional Persistence', *American Economic Review* 96(2), 325-30.
- Akerlof, G. A. (1970) 'The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism', *Quarterly Journal of Economics* 84(3), 488-500.
- Alchian, A. A. (1991) 'Property Rights', in J. Eatwell, M. Milgate and P. Newman (eds), *The New Palgrave: A Dictionary of Economics*, Part 3 (London: Macmillan), 1031-4.
- Alchian, A. A. and Demsetz, H. (1972) 'Production, Information Costs and Economic Organization', *American Economic Review* 62(5), 777-95.
- Amnesty International (2006) *Kimberley Process: An Amnesty International Position Paper* (London: Amnesty International).
- Anderson, P., Hulten, S. and Valiente, P. (2005) 'Beauty Contest Licensing Lessons from the 3G Process in Sweden', *Telecommunications Policy* 29(8), 577-93.
- Aoki, M. (2000) 'Institutional Evolution as Punctuated Equilibria', in Menard, C. (ed.), *Institutions, Contracts and Organizations: Perspectives from New Institutional Economics* (Cheltenham: Edward Elgar), 11-36.
- Aoki, M. (2001) *Toward a Comparative Institutional Analysis* (Cambridge, Mass.: MIT Press).
- Aoki, M. (2007) 'Endogenizing Institutions and Institutional Changes', *Journal of Institutional Economics* 3(1), 1-31.
- Armstrong, M. and Sappington, D. (2006) 'Regulation, Competition, and Liberalization', *Journal of Economic Literature* 44(2), 325-66.
- Ayres, C. E. (1961) *Toward a Reasonable Society: The Values of Industrial Civilization* (Austin, Tex.: University of Texas Press).

- Barr, N. (1998) *The Economics of the Welfare State*, 3rd edn (Stanford, Calif.: Stanford University Press).
- Bebchuk, L. A. and Fried, J. M. (2003) 'Executive Compensation as an Agency Problem', *Journal of Economic Perspectives* 17(3), 71-92.
- Berle, A. A. and Means, G. C. (1947) *The Modern Corporation and Private Property* (New York: Macmillan).
- Bowles, S. (1998) 'Endogenous Preferences: The Cultural Consequences of Markets and Other Economic Institutions', *Journal of Economic Literature* 36(1), 75-111.
- Brand, J. and Bullinger, B. (2009) 'Reflections on the Societal Conditions for the Pervasiveness of Entrepreneurial Behavior in Western Societies', *Journal of Management Inquiry* 18(2), 159-73.
- Bromley, D. W. (2006) *Sufficient Reason: Volitional Pragmatism and the Meaning of Economic Institutions* (Princeton, NJ: Princeton University Press).
- Brousseau, E. and Glachant, J.-M. (eds) (2008) *New Institutional Economics. A Guidebook* (Cambridge: Cambridge University Press).
- Buchanan, J. M. (1965) 'An Economic Theory of Clubs', *Economics* 32(125), 1-14.
- Canton, J. (2008) 'Redealing the Cards: How an Eco-industry Modifies the Political Economy of Environmental Taxes', *Resource and Energy Economics* 30(3), 295-315.
- Center for Responsive Politics (2009) Lobbying Database, OpenSecrets.Org, accessed 7 May 2009.
- Chandler, A. D. (1962) *Strategy and Structure* (Cambridge, Mass.: MIT Press).
- Chandler, A. D. (1977) *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press).
- Coase, R. H. (1937) 'The Nature of the Firm', *Economics* 4(16), 386-405.
- Coase, R. H. (1960) 'The Problem of Social Cost', *Journal of Law and Economics* 3(1), 1-44.
- Coase, R. H. (2000) 'The Acquisition of Fisher Body by General Motors', *Journal of Law and Economics*, 43(1), 15-31.
- Commons, J. R. (1924) *Legal Foundations of Capitalism* (New York: Macmillan).
- Commons, J. R. (1931) 'Institutional Economics', *The American Economic Review* 21(4), 648-57.
- Commons, J. R. (1934) *Institutional Economics: Its Place in Political Economy* (New York: Macmillan).
- Cusumano, M., Mylonadis, Y. and Rosenbloom, R. (1992) 'Strategic Maneuvering and Mass-Market Dynamics: The Triumph of VHS over Beta', *The Business History Review* 66(1), 51-94.

- David, P. A. (1985) 'Clio and the Economics of QWERTY', *American Economic Review* 75(2), 332-7.
- Debreu, G. (1959) *Theory of Value: An Axiomatic Analysis of Economic Equilibrium* (New Haven, Conn. and London: Yale University Press).
- De Jong, H. W. (1997) 'The Governance Structure and Performance of Large European Corporations', *Journal of Management and Governance* 1(1), 5-27.
- Demsetz, H. (1998) 'Property Rights', in P. Newman (ed.), *New Palgrave Dictionary of Economics and the Law*, Part 3 (London: Macmillan), 144-55.
- Denzau, A. T. and North, D. C. (1994) 'Shared Mental Models: Ideologies and Institutions', *Kyklos* 47(1), 3-31.
- Devereux, M. P., Lockwood, B. and Redoano, M. (2008) 'Do Countries Compete over Corporate Tax Rates?', *Journal of Public Economics* 92(5-6), 1210-35.
- Doornbosch, R. and Steenblik, R. (2007) 'Biofuels: Is the Cure Worse than the Disease?', Background paper prepared for the 20th meeting of the Round Table on Sustainable Development, Paris, OECD.
- Dore, R. P. (2000) *Stock Market Capitalism: Welfare Capitalism: Japan and Germany versus the Anglo-Saxons* (Oxford: Oxford University Press).
- Dyer, J. H. (1996) 'Specialized Supplier Networks as a Source of Competitive Advantage: Evidence from the Auto Industry', *Strategic Management Journal* 17(4), 271-91.
- Dunleavy, P. (1991) *Democracy, Bureaucracy and Public Choice: Economic Explanations in Political Science* (Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf).
- Elsner, W. and Groenewegen, J. (eds) (2000) *Industrial Policy After 2000* (Dordrecht: Kluwer Academic Publishers).
- Estrin, S. and Holmes, P. (1983) *French Planning in Theory and Practice* (London: George Allen & Unwin).
- Ferguson, A. (1767) *An Essay on the History of Civil Society* (facsimile edition 1971, New York: Garland Publishing).
- Freeman, R. B. and Lazear, E. P. (1995) 'An Econometric Analysis of Works Councils', in J. Rogers and W. Streeck (eds), *Works Councils - Consultation, Representation and Cooperation in Industrial Relations* (Chicago: University of Chicago Press), 27-52.
- Furubotn, E. G. and Richter, R. (1998) *Institutions and Economic Theory. The Contribution of the New Institutional Economics* (Ann Arbor, Mich.: The University of Michigan Press).
- Galbraith, J. K. (1952) *American Capitalism; The Concept of Countervailing Power* (Cambridge, Mass.: Houghton Mifflin).
- Galbraith, J. K. (1969) *The Affluent Society* (London: Hamilton).

- Galbraith, J. K. (1974) *The New Industrial State*, 2nd edn (Harmondsworth: Penguin).
- Gertler, M. (1997) 'The Invention of Regional Culture', in R. Lee and J. Wills (eds), *Geographies of Economies* (London: Arnold), 47-58.
- Givel, M. (2006) 'Punctuated Equilibrium in Limbo: The Tobacco Lobby and U.S. State Policymaking from 1990 to 2003', *The Policy Studies Journal* 34(3), 405-18.
- Graddy, K. (2006) 'The Fulton Fish Market', *Journal of Economic Perspectives*, 20(2), 207-20.
- Greif, A. (2006) *Institutions and the Path to the Modern Economy: Lessons from Medieval Trade* (Cambridge: Cambridge University Press).
- Groenewegen, J. (1996) *Transaction Cost Economics and Beyond* (Dordrecht/ Berlin/ Heidelberg/ New York: Springer).
- Groenewegen, J., Kerstholt, F. and Nagelkerke, A. (1995) 'On Integrating New and Old Institutionalism: Douglass North Building Bridges', *Journal of Economic Issues* 29(2), 467-75.
- Gruchy, A. G. (1972) *Contemporary Economic Thought. The Contributions of Neo-Institutionalist Economics* (Clifton, NJ: Augustus Kelley).
- Gwin, P. (2007) 'Dark Passage', *National Geographic* 212(4), 126-49.
- Handy, C. B. (1985) *Understanding Organizations* (Harmondsworth: Penguin).
- Hardin, G. (1968) 'The Tragedy of the Commons', *Science* 162(3859), 1243-8.
- Hart, O. (1998) 'Residual Rights of Control', in P. Newman (ed.), *New Palgrave Dictionary of Economics and the Law*, Part 3 (London: Macmillan), 330-5.
- Hausmann, R. and Rodrik, D. (2003) 'Economic Development as Self-Discovery', *Journal of Development Economics* 72(2), 603-33.
- Hausmann, R. and Rodrik, D. (2005) 'It Is Not How Much But What You Export That Matters', Working paper, Harvard University.
- Hayden, F. G. (2005) *Policy Making for a Good Society: The Social Fabric Matrix Approach to Policy Analysis and Project Evaluation* (Dordrecht/ Berlin/ Heidelberg/ New York: Springer).
- Hayek, F. A. (von) (1937) 'Economics and Knowledge', *Economics* 4(13), 33-54.
- Hayek, F. A. (1979) *The Counter-Revolution of Science. Studies on the Abuse of Reason*, 2nd edn (Indianapolis, Ind.: Liberty Press).
- Hodgson, G. M. (1988) *Economics and Institutions* (Oxford: Polity Press).
- Hodgson, G. M. (1998) 'The Approach of Institutional Economics', *Journal of Economic Literature* 36(1), 166-92.
- Hodgson, G. M. (2006) 'What Are Institutions?', *Journal of Economic Issues* 40(1), 1-25.
- Hodgson, G. M. (2007) 'Meanings of Methodological Individualism', *Journal of Economic Methodology* 14(2), 211-26.

- Ilias, S. (2008) 'Islamic Finance: Overview and Policy Concerns', CSR Report for Congress, 29 July.
- Jacquemin, A. P. and De Jong, H. W. (eds) (1976) *Markets, Corporate Behaviour and the State: International Aspects of Industrial Organization* (The Hague: Martinus Nijhoff).
- Jensen, M. and Meckling, W. (1976) 'Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Capital Structure', *Journal of Financial Economics* 3(4), 305-60.
- Johnson, C. (1982) *MITI and the Japanese Miracle* (Stanford, Calif.: Stanford University Press).
- Joskow, P. L. (1998) 'Asset Specificity and Vertical Integration', in P. Newman (ed.), *New Palgrave Dictionary of Economics and the Law*, Part 1 (London: Macmillan), 107-14.
- Kapp, K. W. (1976) 'The Nature and Significance of Institutional Economics', *Kyklos* 29(2), 209-32.
- Kasper, W. and Streit, M. E. (1999) *Institutional Economics. Social Order and Public Policy* (Cheltenham: Edward Elgar).
- Kirzner, I. M. (1973) *Competition and Entrepreneurship* (Chicago and London: University of Chicago Press).
- Kirzner, I. M. (1997) 'Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach', *Journal of Economic Literature* 35(1), 60-85.
- Kiss, J. (2008) 'Sony's Blu-Ray wins HD DVD Battle', *Guardian*, 19 February.
- Klein, B. (2000) 'Fisher-General Motors and the Nature of the Firm', *Journal of Law and Economics* 43(1), 105-41.
- Klein, B., Crawford, R. G. and Alchian, A. (1988) 'Vertical Integration as Organizational Ownership: The Fisher Body-General Motors Relationship Revisited', *Journal of Law, Economics, and Organization* 4(1), 199-213.
- Knight, F. H. (1921) *Risk, Uncertainty and Profit* (Boston, Mass.: Houghton Mifflin).
- Lambsdorff, J. (2007) *The Institutional Economics Corruption and Reform. Theory, Evidence and Policy* (Cambridge: Cambridge University Press).
- Lamont, D. (2007) 'The McProspects for McDonald's', *Guardian*, 26 March, 9.
- Lee, D. (2006) 'The Korean Economy in Transition: In Search for a New Model', *Global Economic Review*, 35(2), 207-30.
- Lee, W.-W. (2004) 'US Lessons for Energy Industry Restructuring: Based on Natural Gas and California Electricity Incidences', *Energy Policy* 32(2), 237-59.
- Leeson, P. T. (2007a) 'An-arrgh-chy: The Law and Economics of Pirate Organization', *Journal of Political Economy* 115(6), 1049-94.

- Leeson, P. T. (2007b) '*Pirational choice: The Economics of Infamous Pirate Practices*', Working paper, George Mason University, Fairfax, Va.
- Li, D. D., Feng, J. and Jiang, H. (2006) 'Institutional Entrepreneurs', *American Economic Review* 96(2), 358-62.
- Libecap, G. D. (1989) 'Distributional Issues in Contracting for Property Rights', *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 145, 6-24.
- McDonough, W. and Braungart, M. (2002) *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things* (New York: North Point Press).
- Ménard, C. (2004) 'The Economics of Hybrid Organizations', *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 160(3), 345-76.
- Ménard, C. (2005) 'A New Institutional Approach to Organization', in C. Ménard and M. M. Shirley (eds), *Handbook of New Institutional Economics* (Dordrecht/Berlin/ Heidelberg/New York: Springer), 281-312.
- Ménard, C. (2006) 'Hybrid Organization of Production and Distribution', *Revista de Analisis Economico* 21(2), 25-41.
- Ménard, C. and Shirley, M. M. (eds) (2005) *Handbook of New Institutional Economics* (Dordrecht/ Berlin/Heidelberg/New York: Springer).
- Menger, C. (1892) 'On the Origins of Money', *Economic Journal* 2(6), 239-55.
- Milgrom, P. and Roberts, J. (1992) *Economics, Organization and Management* (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall).
- Mueller, D. C. (2003) *Public Choice III* (Cambridge: Cambridge University Press).
- Myrdal, G. (1944) *An American Dilemma: The Negro Problem and Modern Democracy* (New York: Harper).
- Myrdal, G. (1968) *Asian Drama: An Inquiry into the Poverty of Nations* (New York: Twentieth Century Fund).
- Niskanen, W. A. (1971) *Bureaucracy and Representative Government* (Chicago: Aldine-Atherton).
- Nooteboom, B. (2002) *Trust: Forms, Foundations, Functions, Failures and Figures* (Cheltenham: Edward Elgar).
- Nooteboom, B. (2007) 'Methodological Interactionism: Theory and Application to the Firm and to the Building of Trust', *The Review of Austrian Economics* 20(2), 137-53.
- North, D. C. (1981) *Structure and Change in Economic History* (New York: W. W. Norton).
- North, D. C. (1990) *Institutions, Institutional Change and Economic Performance* (Cambridge: Cambridge University Press).
- North, D. C. (1993) 'The New Institutional Economics and Development,

- Mimeo, Washington University available at: www.econ.iastate.edu/tesfatsi/NewInstE.North.pdf.
- North, D. C. (1994) 'Economic Performance through Time', *The American Economic Review* 84(3), 359-68.
- North, D. C. (2005) *Understanding the Process of Economic Change* (Princeton, NJ: Princeton University Press).
- OECD (2009) 'OECD Tax Database', Centre for Tax Policy and Administration; available at: <http://www.oecd.org/dataoecd/26/56/33717459.xls>. Accessed 1 February 2009.
- Okun, A. (1981) *Prices and Quantities* (Washington, DC: The Brookings Institution).
- Olson, M. (1965) *The Logic of Collective Action. Public Goods and the Theory of Groups* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press).
- Ostrom, E. (1990) *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action* (Cambridge: Cambridge University Press).
- Phelps, E. S. (1985) *Political Economy: An Introductory Text* (New York: W. W. Norton).
- Phillips, L. (2008) 'Brussels' Voluntary Lobbyist Register under Fire', *EUobserver*, 23 June; euobserver.com.
- Philipsen, N. J. and Maks, J. A. H. (2005) 'An Economic Analysis of the Regulation of Professions', in E. Crals and L. Vereeck (eds), *Regulation of Architects in Belgium and the Netherlands* (Leuven: Lannon Campus), 11-45.
- Porter, M. E. (1980) *Competitive Strategy* (New York: Free Press).
- PricewaterhouseCoopers and World Bank (2008) *Paying Taxes 2008: The Global Picture*, Internet report; available at www.doingbusiness.org/documents/Paying-Faxes-2008.pdf.
- Qian, Y., Gerard, R. and Chenggang, X. (2006) 'Coordination and Experimentation in M-Form and U-Form Organizations', *Journal of Political Economy* 114(2), 366-402.
- RBB Economics (2008) 'Google/DoubleClick: The Search for a Theory of Harm', *RBB Brief* 26, June; www.rbbeco.com.
- Rediker, M. (1981) 'Under the Banner of King Death: The Social World of Anglo-American Pirates, 1716 to 1726', *William and Mary Quarterly* 38(2), 203-27.
- Rediker, M. (1987) *Between the Devil and the Deep Blue Sea: Merchant Seamen, Pirates and the Anglo-American Maritime World, 1700-1750* (Cambridge: Cambridge University Press).
- Richardson, G. B. (1972) 'The Organisation of Industry', *The Economic Journal* 82(327), 883-96.
- Rodrik, D. (2004) 'Getting Institutions Right', Working paper, Harvard University.

- Rodrik, D. (2008) 'Second-Best Institutions', *American Economic Review: Papers and Proceedings* 98(2), 100-4.
- Rodrik, D., Subramanian, A. and Trebbi, F. (2004) 'Institutions Rule: The Primacy of Institutions over Geography and Integration in Economic Development', *Journal of Economic Growth* 9(2), 131-165.
- Roider, A. (2006) 'Fisher Body Revisited: Supply Contract and Vertical Integration', *European Journal of Law and Economics* 22(2), 181-96.
- Rose, S. (2007) 'Review of Pirates of the Caribbean: At World's End', *Guardian*, 25 May, 8.
- Rosen, H. S. and Gayer, T. (2008) *Public Finance*, 8th edn (New York: McGraw-Hill).
- Rosen, S. (1985) 'Implicit Contracts: A Survey', *Journal of Economic Literature* 23(3), 1144-75.
- Rosenberg, N. (2009) 'Some Critical Episodes in the Progress of Medical Innovation: An Anglo-American Perspective', *Research Policy* 38(2), 234-42.
- Rutherford, M. (1994) *The Old and New Institutionalism* (Cambridge: Cambridge University Press).
- Sandler, T. and Tschirhart, J. (1997) 'Club Theory: Thirty Years Later', *Public Choice* 93(3/4), 335-55.
- Schumpeter, J. A. (1942) *Capitalism, Socialism and Democracy*, 5th edn (London: Allen & Unwin).
- Schuster, L. (ed.) (2000) *Shareholder Value Management in Banks* (Basingstoke/New York: Palgrave Macmillan).
- Shleifer, A. and Vishny, R. W. (1997) 'A Survey of Corporate Governance', *The Journal of Finance* 52(2), 737-83.
- Simon, H. A. (1976) 'From Substantive to Procedural Rationality', in S. Latsis (ed.), *Method and Appraisal in Economics* (London/New York/Melbourne: Cambridge University Press).
- Simon, H. A. (1991) 'Satisficing', in J. Eatwell, M. Milgate and P. Newman (eds), *The New Palgrave: A Dictionary of Economics*, Part 4 (reprinted edn with corrections) (London: Macmillan), 243-5.
- Smith, A. (1776) *The Wealth of Nations; An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, ed. E. Canan, 1965 edn (New York: Random House).
- Smoke Free Partnership (2006) *Lifting the Smokescreen, 10 Reasons for a Smoke Free Europe*, Research report, Smoke Free Partnership, Brussels.
- Soto, H. de (1989) *The Other Path: The Invisible Revolution in the Third World* (New York: Harper & Row).
- Spiller, P. T. and Liao, S. (2008) 'Buy, Lobby or Sue: Interest Groups' Participation in Policy Making. A Selective Survey', in E. Brousseau and J.-M. Glachant

- (eds), *New Institutional Economics: A Guidebook* (Cambridge: Cambridge University Press), 307-27.
- Spithoven, A. (2008) 'Surfing the Baby Boom Wave in the Netherlands', *Journal of Economic Issues* 42(3), 649-72.
- Spithoven, A. (2009) 'Why U.S. Health Care Expenditure and Ranking on Health Care Indicators Are So Different from Canada's', *International Journal of Health Care Economics and Finance* 9(1), 1-24.
- Stern, N. (2006) *Stern Review on the Economics of Climate Change* (Cambridge: Cambridge University Press).
- Thaler, R. H. (1988) 'Anomalies: The Winner's Curse', *Journal of Economic Perspectives* 2(1), 191-202.
- Tomasevski, K. (2006) *The State of the Right to Education Worldwide: Free or Fee*, Internet report; available at: www.katarinatomasevski.com.
- Tool, M. R. (ed.) (1993) *Institutional Economics: Theory, Method, Policy*. (Boston/Dordrecht/ London: Kluwer).
- Tool, M. R. and Bush, P. D (eds) (2003) *Institutional Analysis and Economic Policy* (Boston: Kluwer Academic Publishers).
- Transparency International (2007) *Report on the Transparency International Global Corruption Barometer 2007* (Berlin).
- Transparency International (2008) *The Methodology of the TI Corruption Perceptions Index 2008* (Passau: University of Passau).
- Truett, L. J. and Truett, D. B. (2007) 'A Cost-based Analysis of Scale Economies in the French Auto Industry', *International Review of Economics and Finance* 16(3), 369-82.
- Van den Berg, A. (2004) 'The Contribution of Work Representation to Solving the Governance Structure Problem', *Journal of Management and Governance* 8(2), 129-48.
- Vatn, A. (2005) *Institutions and the Environment* (Cheltenham: Edward Elgar).
- Veblen, T. (1898) 'Why Is Economics Not an Evolutionary Science?', *Quarterly Journal of Economics* 12(4), 373-97.
- Veblen, T. (1899) *Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions* (New York: Macmillan).
- Veblen, T. (1904) *Theory of Business Enterprise* (New York: Charles Scribner's Sons).
- Vlasic, B. and Schwartz, N. D. (2009) 'Chrysler and Fiat Have Hopes for Happy Relationship', *New York Times*, 5 May, B1.
- Wallis, J. and North, D. C. (1986) 'Measuring the Transactions Sector in the American Economy', in S. Engerman and R. Gallman (eds), *Long Term Factors in American Economic Growth* (Chicago: University of Chicago Press), 95-161.

- Wang, U. (2009) 'What the Green Industry Wants from Obama', *Green Tech Media*, 5 January; www.greentechmedia.com.
- Waters, M. (1995) *Globalization* (London and New York: Routledge).
- Weber, M. (1964) *The Theory of Social and Economic Organization* (New York: Free Press).
- Whitley, R. (1999) *Divergent Capitalisms: The Social Structuring and Change of Business Systems* (Oxford: Oxford University Press).
- Williams, J. (2006) 'Surge in Corporate Income Tax Collections Offers Opportunity for Tax Reform', *Tax Foundation*; www.taxfoundation.org.
- Williamson, O. E. (1975) *Markets and Hierarchies* (New York: Free Press).
- Williamson, O. E. (1983) 'Credible Commitments: Using Hostages to Support Exchange', *American Economic Review* 73(4), 519-40.
- Williamson, O. E. (1985) *The Economic Institutions of Capitalism* (New York: The Free Press).
- Williamson, O. E. (1991) 'Comparative Economic Organization', *Administrative Science Quarterly* 36(2), 269-96.
- Williamson, O. E. (1996) *The Mechanisms of Governance* (New York/Oxford: Oxford University Press).
- Williamson, O. E. (1998) 'Transaction Cost Economics: How It Works; Where It Is Headed', *The Economist* 146(1), 23-58.
- Williamson, O. E. (1999) 'Public and Private Bureaucracies: A Transaction Cost Economics Perspective', *The Journal of Law, Economics, & Organization* V15(N1), 306-42.
- Williamson, O. E. (2000) 'The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead', *Journal of Economic Literature* 38(3), 595-613.
- Witt, U. (1999) 'Do Entrepreneurs Need Firms? A Contribution to a Missing Chapter in Austrian Economics', *Journal of Austrian Economics* 11(1), 99-109.
- Womack, J. P., Jones, D. T. and Roos, D. (1991) *The Machine That Changed the World: How Japan's Secret Weapon in the Global Auto Wars Will Revolutionize Western Industry* (New York: Harper Perennial).
- World Bank (2006) *Where Is the Wealth of Nations? Measuring Capital for the 21st Century*, Report, The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank.