

Սոցիալական համագործակցություն և շուկաներ

Հեղինակ՝ Դուայթ Լի

Հարց մտորելու համար. այս հատվածն ընթերցելիս մտածեք՝ արդյոք ազատ և բաց շուկաները խթանում են սոցիալական համագործակցությունը:

Տնտեսագիտության հիմնական դրույթները բխում են այն բանի բացատրությունից, թե ինչպես են անհատներն իրենց սեփական շահերը հետապնդելով կատարում ընտրություններ, որոնք ուրիշներին նույնպես թույլ են տալիս լավագույնս հետամուտ լինել իրենց շահերին: Այսպիսի սոցիալական համագործակցությունն անխուսափելի չէ: Դրա համար պահանջվում են կանոններ, որոնք մարդկանց դրդում են հաշվի առնելու ուրիշների մտահոգությունները: Ազատ շուկայական տնտեսությունը սահմանվում է այն կանոններով, որոնց շնորհիվ հնարավոր է դառնում այս հիանալի ձեռքբերումը:⁽¹⁾

Ազատ շուկայական տնտեսությունները տարբեր են՝ կախված մշակութային տարբերություններից: Սակայն հիմնարար կանոնները կարելի է սահմանել մասնավոր սեփականության տեսանկյունից: Սեփականությունը մասնավոր է, իսկ մասնավոր սեփականատերերն իրավունք ունեն լայնորեն օգտագործել իրենց սեփականությունն՝ ըստ իրենց հայեցողության. սեփականության իրավունքները կարելի է փոխանցել փոխադարձ համաձայնեցվող ցանկացած պայմանով: Նախքան դիտարկելը, թե այս կանոններն ինչպես են նպաստում սոցիալական համագործակցությանը, տեսնենք, թե որքան նշանակալից է այս ձեռքբերումը:⁽²⁾

Անհնարին է թվում

Լիարժեք սոցիալական համագործակցության համար կպահանջվեր, որ

յուրաքանչյուրը տեղեկացված լինի իր որոշումների ազդեցությունը կրող յուրաքանչյուր մարդու նախընտրություններին, ինչպես նաև մշտապես փոփոխվող այն պայմաններին, որոնք ազդում են ռեսուրսների հարաբերական սակավության վրա: Օրինակ՝ բամբակյա իրեր օգտագործել ցանկացող յուրաքանչյուր ոք պետք է տեղեկացված լինի, թե արդյոք բրազիլացի պատանիների շրջանում մեծացել է ջինսե հագուստ կրելու ցանկությունը, կամ արդյոք ջինսե իրեր արտադրելու համար անհրաժեշտ բամբակի պահանջարկը նվազել է Միսիսիպիի վատ եղանակային պայմանների հետևանքով, կամ արդյոք նոր վկայություն կա, որ բամբակի դաշտերում աշխատելը կարող է շնչառական խնդիրներ առաջացնել: Մարդիկ պետք է իրազեկված լինեն բառացիորեն միլիոնավոր բաների մասին, որոնք ազդում են հազարավոր ապրանքների սպառման ու արտադրության վրա, որպեսզի բավարար տեղեկություն ունենան և բոլորի համար շահավետ որոշումներ ընդունեն: Այստեղ շատերը կարող են հանձնվել և համարել, որ այս պահանջը կատարելն անհնար է:

Տեղեկության փոխանցումը խնդրի մի մասն է միայն: Եթե այն նույնիսկ հաղորդվի, մարդիկ դեռ պետք է շարժառիթ ունենան դրան համապատասխան գործելու և արձագանքելու՝ յուրաքանչյուրի բարեկեցության համար մտահոգվելով այնպես, ինչպես սեփական բարեկեցության համար են մտահոգվում:

Սակայն նախքան եզրակացնելը, որ սոցիալական համագործակցության համար ամենաժամանակակից հնարավորությունները գերազանցող տեղեկատվական ցանց և սովորական մահկանացուների շրջանում հազվադեպ հանդիպող կարեկցանքի մակարդակ է պահանջվում, հաշվի առեք, որ ամեն օր մենք հենց այդ տեսակի սոցիալական համագործակցությունից ենք օգուտ ստանում: Ի դեպ, դա այնքան տարածված է, որ մարդկանց մեծ մասը դա ընդունում է որպես սովորական մի բան:

Ինչպե՞ս է դա տեղի ունենում

Ի՞նչն է ներդաշնակեցնում միլիարդավոր մարդկանց ձգտումները, որոնք գրեթե տեղեկացված կամ հետաքրքրված չեն մեկ ուրիշի հանգամանքներով: Պատասխանը պետք է գտնել այն տեղեկության և խթանների մեջ, որոնք ի հայտ են գալիս, երբ մարդիկ, պահպանելով մասնավոր սեփականության և կամավոր փոխանակման շուկայի կանոնները, գնում են իրենց նպատակների հետևից:

Երբ սեփականությունը մասնավոր է, իսկ փոխանակման գործարքները՝ կամավոր, գնորդների ու վաճառողների փոխհարաբերությունից գոյացող գներն ահռելի քանակությամբ տեղեկություն են հաղորդում: Ապրանքի գինն արտացոլում է, թե տվյալ ապրանքի լրացուցիչ միավորն ինչ արժեք ունի այլ սպառողների համար: Եթե ջինսե հագուստը բրազիլացի պատանիների համար ավելի մեծ արժեք ունենա, նրանց գնած լրացուցիչ քանակը ողջ աշխարհին կհաղորդի այդ տեղեկությունը բամբակյա իրերի գների թեթևակի բարձրացման միջոցով: Այդ ապրանքները գնել նախատեսող յուրաքանչյուր ոք անմիջապես կտեղեկանա, որ դրանք ուրիշների համար ավելի արժեքավոր են դարձել: Գները ցույց են տալիս նաև տարբեր ապրանքների հարաբերական առկայությունը և դրանց ավելի մեծ քանակ արտադրելու ծախսը: Շուկայական գները մարդկանց դրդում են արձագանքելու այնպես, կարծես իրենք մտահոգված են ուրիշների շահով այնպես, ինչպես իրենց սեփական շահով:

Սպառողները բրազիլացի պատանիների գործողություններով պայմանավորված գների բարձրացմանը կարձագանքեն այնպես, կարծես սպառողները մտածում են. «Բրազիլիայի պատանիները մեզ հայտնում են, որ ջինսե հագուստի արտադրությունում օգտագործվող լրացուցիչ բամբակը նրանք փոքր-ինչ ավելի են արժևորում, քան մենք՝ մեր օգտագործած բամբակյա ապրանքներում: Հետևաբար մենք պետք է կրճատենք մեր սպառումը, որպեսզի բրազիլացիները կարողանան մեծացնել իրենցը»: Կամ եթե սպառողներն ապացույց ունենան, որ բամբակի դաշտերում աշխատող մարդկանց առողջությանը վնաս է հասցվում, նրանք գնի բարձրացմանը կարձագանքեն այնպես, կարծես մտածում են. «Մենք կկրճատենք մեր կողմից

օգտագործվող բամբակյա ապրանքների սպառումը, որպեսզի կրճատենք բամբակի դաշտերում վտանգի ենթարկվող մարդկանց թիվը, և մենք մի փոքր ավելի կվճարենք, որպեսզի փոխհատուցենք նրանց, որոնք պատրաստ են ստանձնել այդ ռիսկը»:

Իհարկե, սպառողների կողմից նման արձագանքի առաջնային շարժառիթը սեփական շահն է, այլ ոչ թե այն մարդկանց համար մտահոգությունը, որոնց երբևէ չեն տեսնելու: Եվ իրոք, գների բարձրացումը սպառողներին ոչինչ չի ասում այն մասին, թե բամբակյա ապրանքներն ինչու են ավելի արժեքավոր դարձել: (Գների իջեցումն, անշուշտ, նույնպես կարևոր տեղեկություն է հաղորդում): Շուկայական գներն արդյունավետ են հենց այն պատճառով, որ սպառողներին անկարևոր տեղեկությամբ չեն ծանրաբեռնում: Գները մատակարարներին շահագրգռում են նաև ուրիշների շահերին արձագանքել:

Ակնհայտորեն, գների բարձրացումը մատակարարներին տեղեկացնում է, որ սպառողները տվյալ ապրանքից ավելի շատ են ցանկանում: Մատակարարները համապատասխանաբար արձագանքելու մեծ շարժառիթ ունեն: Սակայն երբ սպառողները որոշում են, որ ինչ-որ ապրանքից ավելի քիչ քանակ են ցանկանում, դրանով մատակարարներին ոչ հաճելի տեղեկություն են հաղորդում:

Աշխատուժի, հողի, արտադրական սարքավորումների, կիսաֆաբրիկատների և հումքի (ներդրվող ռեսուրսների) գների միջոցով սպառողները անուղղակի կերպով տեղեկություն են փոխանցում մատակարարներին: Օրինակ՝ ներդրվող ռեսուրսների համար տեքստիլ արտադրողների վճարած գներն արտացոլում են այն, թե սպառողները որքան են արժևորում այլ ապրանքները, որոնք կարելի էր արտադրել այդ ներդրվող ռեսուրսներով: Եթե այդ այլ ապրանքներն սպառողների համար ավելի արժեքավոր դառնան, տեքստիլ արտադրողներն այդ տեղեկությունը կստանան իրենց կողմից ներդրվող ռեսուրսների գների բարձրացման միջոցով, որոնք կտեղափոխվեն այլ ոլորտներ: Տեքստիլի արտադրությունը կկրճատվի, իսկ տեքստիլ արտադրողներից ոմանք միգրացե սնանկանան:

Երբ մատակարարը կրճատում է իր արտադրանքի ծավալը կամ սնանկանում է, նա կարծես ասում է. «Սպառողներն ինձ հայտնում են, որ իմ օգտագործած ռեսուրսներն ավելի արժեքավոր են այլ գործածության մեջ, հետևաբար, ես ավելի քիչ կօգտագործեմ դրանցից, որպեսզի ուրիշները հնարավորություն ունենան ավելի արդյունավետ օգտագործել դրանք»:

Շուկան է մեղավոր իր հաջողության մեջ

Շուկայի միջոցով հաղորդած տեղեկության շնորհիվ և խթանների արդյունքում ծնվող սոցիալական համագործակցությունը կատարյալ չէ: Սակայն չկա որևէ այլ տնտեսական համակարգ, որը կարող է համեմատվել շուկայի հետ մարդկանց՝ միմյանց հետ արդյունավետ համագործակցելու միջոցով իրենց նպատակներին հասնել թույլ տալու հարցում: Շուկան հաճախ քննադատում են ոչ թե նրա ձախողման, այլ հաջողության համար: Սովորաբար շուկան մեղադրվում է սակավության մասին տեղեկությունը հաղորդելու մեջ: Ոչ ոք չի սիրում ռեսուրսների սակավությունը, սակայն դրա պատճառը շուկաները չեն: Ավելին, շուկաների հրաշալի հատկությունն այն է, որ դրանք ստիպում են գործողություններ ձեռնարկել նրանց, որոնք լավագույնս արձագանքելու հնարավորություն ունեն: Սահմանափակության մեջ շուկաներին մեղադրելը նույնն է, թե հրդեհի ազդանշանային համակարգին հրդեհի առաջացման մեջ մեղադրելը:

Սահմանափակության խնդիրը միշտ ուղեկցելու է մեզ: Սակայն սոցիալական համագործակցությունը, որն իրականանում է միայն շուկաների միջոցով, թույլ է տալիս մեզ ճեղքել սահմանափակության սահմաններն ավելի, քան թույլ կտա անել ցանկացած այլ համակարգ:

Ամփոփիչ հարցեր. արդյո՞ք շուկայական գները խրախուսում են մարդկանց միջև համագործակցությունը: Արդյո՞ք անձնական շահը բացասական ազդեցություն է թողնում շուկաների գործունեության վրա: Արդյո՞ք շուկաների միջոցով իրականացվող տեղական համագործակցությունը կարևոր է, եթե նախատեսում ենք մեր ռեսուրսներն

օգտագործել ամենաարդյունավետ ձևով: Բացատրել:

1. Ադամ Սմիթը սոցիալական համագործակցությունը մեկնաբանում էր իր «անտեսանելի ձեռքի»

հայտնի տեսությամբ: Տե՛ս՝ «The Wealth of Nations (New York, Modern Library, 1937 [1776]), p. 423»: ↩

2. Այս բաժնում քննարկվող թեմայի ընկալումը խորացնելու նպատակով ընթերցողներին խորհուրդ ենք տալիս կարդալ Ֆ. Ա. Հայեկի The Use of Knowledge in Society (թարգմ. «Գիտելիքի կիրառումը հասարակության շրջանում») հոդվածը նրա Individualism and Economic Order (թարգմ. «Ինդիվիդուալիզմը և տնտեսական կարգը») գրքից (Chicago: University of Chicago Press, 1980 [1948]): Իմ կարծիքով սա տնտեսագիտության մասին երբևէ գրված ամենակարևոր հոդվածներից մեկն է: ↩

Դուայթ Լիի «Սոցիալական համագործակցություն և շուկաներ» հոդվածը տրամադրել է

[Տնտեսագիտական կրթության հիմնադրամը](#)՝ "Creative Commons Attribution 4.0" միջազգային լիցենզիայի հիման վրա: