

Kafli 1 - Hvað er hagfræði

Margir halda að hagfræðingar hafi vitneskju um rekstur einstakra fyrirtækja. Hagfræði fjallar ekki um einhvað ákveðið fyrirbæri, heldur er hagfræðin aðferðafræði sem að lítur á mannlega hegðun í ákveðnu ljósi, hvort sem um er að ræða störf á markaði, í stjórnámálum eða annarsstaðar. Hagfræðin er ekkert annað en almenn skynsemi, byggð á fræðilegum grunni.

Hagfræðin byggist á uppgötvunaraðferð. Ákveðinn hugsanagangur. Ekkert í hagfræðinni er heilagur sannleikur.

Það sem aðferðafræðin gengur út á er að: **einstaklingar velja milli valmöguleika**, hvernig þeir velja leiðir að markmiðum sínum og hvaða leiðir. Við skiptum okkur ekki af markmiðunum sem slíkum.

Markaður

Hér er ekki endilega verið að tala um neysluvörumarkað, heldur t.d. stjórnmal, fjölskyldulíf o.fl. Hluti af aðferðafræði. Öll hegðun er sem viðskipti.

Dæmi: Þar eignast barn, hagfræðileg ákvörðun.

Það sem gerir hagfræðina að "víðri" fræðigrein er sú staðreynd að það er skortur á öllu sem mönnunum langar í. Aðalfyrirstaða manna í lífinu er það sem við köllum Lögmál skortsins.

Skortur

Minna til af öllum gæðum en mönnunum vanhagar um. Það er aldrei nóg til af gæðum. Skortur leiðir af sér samkeppni.

Gæði

Þetta hugtak á við alla hluti (þjónustu, vöru) sem að maðurinn notar. **Hagræðin gæði**, á við öll þau gæði sem skortur er á. Frígæði eru öll gæði sem engir skortur er á t.d. andrúmsloft. Það er óhætt að segja að það sé skortur á öllum gæðum.

Skorturinn leiðir til þess að mennirnir þurfa að velja. Þeir geta ekki fengið allt upp í hendurnar á sér. Menn velja að velja hvort þeir vilja ná markmiði a eða b. eða c etc. Skortur er ekki sama og fátækt. Það búa allir menn við skort, en aðeins um fjórðungur jarðarbúa býr við fátækt.

Fátækt

Huglægt fyrirbrigði. Menn geta deilt um það hvað sé fátækt og ekki. Skortur er hlutlægt fyrirbrigði. Hægt er að mæla skortinn: Ef menn eru reiðubúnir til að greiða fyrir hlutinn er skortur á honum. Fyrir hagræðin gæði greiða menn.

Auðlind

Hugtak þetta á við alla þætti sem nota má við framleiðslu á hagrænum gæðum. Hér er aðallega um þrjá þætti að ræða: land, vinna og fjármagn. Hugtakið sjálft á þó við miklu fleiri hluti.

Í kafla 1, bls-13 er farið í :

8 vörður hagrænnar hugsunar.

- **Gæði sem skortur er á leiða til kostnaðar**
- **Ákvörðunartakar, velja með tilgangi**
Þess vegna leita þeir hagræðingar. Það er tilgangur í öllu vali. Þess vegna munu þeir ávallt leita að hámarka ábata sinn, eða lágmarka kostnaðinn.
- **Hvatar skipta máli**
Val mana verður fyrir fyrirsjáanlegum áhrifum við breytingar á hagrænum hvötum. Hægt er að segja fyrir um það hvernig einstaklingar breyta hegðun sinni þegar að t.d. ný lög koma, verð hækkar osfrv.
- **Hagfræðileg hugsun er jaðarhugsun**
Menn eru alltaf að skoða einhverjar breytingar, frá núverandi ástandi. Jaðarákvörðun er að breyta út frá núverandi ástandi.
- **Upplýsingar eins og allar aðrar auðlindir eru háðar skortinum**
Þess vegna er skortur á þekkingu á framtíð. Hugtakið nyt fjallar um væntanlegan ábata sem óvissa ríkir um (vænt nyt er annað fyrirbrigði)
- **Eftiráhrifin**
Þ.e. öll hagræn hegðun hefur einhverskonar eftiráhrif í för með sér. Fyrst koma samtímaáhrif, síðan eftiráhrif. Þau eru mikilvæg.
- **Virði gæða og þjónustu er huglægt**
Það eru engin gæði sem eru verðmæt í sjálfu sér nema hægt sé í sama samhengi að nefna nokkra einstaklinga sem væru tilbúnir að borga ákveðið verð fyrir þau. Gæði ein og sér hafa ekki fast hlutlægt virði. Markmið milliliða og auglýsinga er að finna þá aðila gefa gæðunum verðmæti, þ.e. finna þá sem eru reiðubúnir að greiða fyrir þau. Í raun það sem skapar virði gæðanna.
- **Próf hvernar kenningar er geta hennar til að spá**
Hvort við getum notað þessa kenningu til að segja fyrir um breytni í hegðun. Yfirleitt snýst valið um tvær kenningar sem spá svipuðu og valið snýst um hvort hefur réttara fyrir sér. Til þess að kenning geti talist nothæf verður hún að geta sagt fyrir um framtíðina.

Hagfræðin reynir að skilja á milli tveggja ytri-áhrifa: Tæknileg-ytri áhrif og ótæknileg áhrif. Ekki er fjallað um ótæknileg áhrif í hagfræðinni en þau gætu verið t.d. áhrif

Lýsandi- og forskriftarhagfræði

Lýsandi hagfræði (Positive Economics)

Fjallar um hagræn mál á hlutlausan hátt án allra skoðana. Vísindaleg stúdía sem leitast við að skýra "hvað er", og hvernig tengsl eru milli hluta og atburða.

Forskriftarhagfræðin (Normative Economics)

Fjallar um hagræn mál á mannlegan hátt. Þarna koma inn í dæmið skoðanir á því hvernig hlutirnir eiga að vera. Þessi tegund hagfræðinnar er nátengd stjórnmálum

Enginn veit betur um hag einhvers einstaklingsins en einstaklingurinn sjálfur. Hagfræðingar reyna að skoða hans hegðun, ekki út frá því hvort það sé rétt eða rangt, heldur hagkvæmt eða óhagkvæmt

Dæmi

Nú eru miklar áherslur á umhverfisvernd (t.d. endurunninn pappír). Flest fólk notar endurunninn pappír, eftirspurnin á nýjum pappír minnkar og framleiðsla minnkar, verð lækkar. Í framtíðinni gæti verðið á nýjum pappír verið það lágt, að þau fyrirtæki sem framleiddu hann hefðu ekki efni á því að rækta nýjan skóg í staðinn (Langtímaáhrif). Þetta er dæmi um það hvernig hagfræðingar eiga að einfalda hlutina, búa til einfalt líkan og einangra aðeins þá þætti sem eiga að vera undir smásjánni.

Ein gryfja sem hagfræðingar geta lent í:

Orsakatengsl

Ekki er hægt að gera tölfræðirannsókn án þess að hafa kenningu til að kanna. Við tölfræðirannsókn geta komið upp tengsl milli breyta. Ekki er hægt að skýra þau sem orsakasamband án þess að hafa kenningu (Dæmi Hlutabréf / Pilssídd). Án kenninga eru engar staðreyndir til.

Önnur gryfja:

Samsetningarrökleya (The fallacy of composition)

Að alhæfa það sem á við um smáan hóp einstaklinga yfir á stærri hóp einstaklinga.

Hagfræðingar kenna, rannsaka, vinna hjá opinberum stofnunum og eiga þátt í að móta efnahagsákvæðanir. Þeir skoða fólk, hvað það velur. Þeir líta á allar aðgerðir sem hagrænar aðgerðir, þ.e. viðskipti. Hagfræðin á sér ekkert tiltekið efnissvið.
Hagfræðingar

Kafli 2 - Helstu tæki hagfræðinga

Eitt lykilhugtakið í hagfræðinni er fórnarkostnaður:

Fórnarkostnaður (Opportunity cost)

Þegar maður velur eina leið, getur maður ekki valið aðra. Alltaf þegar einstaklingur velur tiltekið markmið, er hann að hafna einhverju öðru markmiði. Þeir velja markmið sem þeir telja að skili sér mestum ábata. Fórnarkostnaður er sá möguleiki sem er með næstmesta nyt við ákvörðunartöku. Nettó ábati ákvörðunar er mismunur nytja nytjamesta og næst-nytjamesta möguleikanum.

Hagfræðilegur hagnaður

Tekjur að frádregnum fórnarkostnaði

Bókfærður hagnaður

Tekjur að frádregnum útgjöldum

Í bókhaldi fyrirtækja er aldrei greint frá hagfræðilegum hagnaði. Hann er aldrei hægt að meta á hlutlægan hátt nema allar ákvarðanir snúist um beinharða peninga.

Eftirspurn

Meðalábati á einingu

Framboð

Meðalfórnarkostnaður (fórnaður ábati) á einingu eða jaðarfórnarkostnaður á einingu

Einstaklingar meta virði mismunandi, þannig er hægt að skapa virði með því að færa vörur á milli manna. Viðskipti auka virði í þjóðfélaginu. Þegar 2 einstaklingar stunda viðskipti þá hagnast báðir. Það eru engir hlutir sem hafa einhvað virði í sjálfum sér. Virðið skapast vegna þess að einstaklingar hafa þörf eða löngun í þá. Þeir hafa mismikla þörf, og því hafa hlutir mismunandi virði.

(Fullur) Eignarréttur (property rights)

Réttur til að nota, stjórna og nota ábata af vöru eða þjónustu.

Séreignarréttur (private property rights)

Eignarréttur sem er eingöngu í höndum eiganda. Hann hefur rétt til að framselja réttinn til annarra.

Kostir:

- Eigandinn getur hagnast á því að nota auðlind sína á þann hátt sem gagnast öðrum og um leið verða hann að bera fórnarkostnaðinn ef hann nota eignina á annan hátt. Hann hefur því mikinn hvata til að fara með eignina á þann hátt sem heppilegastur er fyrir þjóðfélagið.
- Eigandinn hefur hvata til þess að fara vel með eignina
- Eigandinn er hvattur til að spara, fara vel með eign sína ef að horfur eru á að framtíðarvirði eignarinnar verði hærra.
- Réttur þessi gerir eigandann ábyrgan fyrir skaða annarra sem hlýst af notkun eigandans á eigninni.

Í vestrænum þjóðfélögum er dreift eignarhald

Dreift eignarhald

Eignarréttur auðlinda þjóðfélagsins er ekki í höndum eins aðila heldur dreifður innan þjóðfélagsins.

Viðskipti

Snúast um skipti á eignarrétti. Báðir aðilar hagnast, því ef þeir gerðu það ekki tækju þeir ekki þátt í viðskiptunum af fyrra bragði.

Viðskipti skapa verðmæti en þau bera nær allaf kostnað:

Viðskiptakostnaður (transaction cost)

Tími, fyrirhöfn og aðrar auðlindir sem nota þarf til að leita, semja um og gera viðskipti Hann er að öllum líkindum mestur í þeim ríkjum sem lítil peninga-markaðsviðskipti eiga sér stað.

Áður fyrr þegar sjálfsþurftarbúskapur var ríkjandi, var viðskiptakostnaðurinn hár. Viðskiptakostnaður lækkar við inntöku peningaígildis. Það lækkar einnig viðskiptakostnað að **eignarréttur** sé skilgreindur í þjóðfélaginu

Þar sem viðskiptakostnaður getur skipt sköpum í viðskiptum er sérstakur hópur sem sérhæfir sig í upplýsingadreifingu og að koma á viðskiptum:

Milliliðurinn

Einstaklingur sem kaupir og selur, eða kemur á viðskiptum. Millimaður lækkar viðskiptakostnaðinn en fær í staðinn þóknun eða hækkar verð. Þar sem að heildarfærslukostnaður viðskipta lækkar með hjálp millimanna og heildarábati viðskipta eykst, skapa þeir verðmæti. Sá hagnaður sem þeir njóta er hluti þess viðskiptakostnaðar sem samningsaðilarnir spara með notkun milliliða.

Auðlindir hvers einstaklings eru takmarkaðar. Einstaklingar haga því ákvörðunum sínum þannig að þeir fái sem mestan ábata.

Framleiðslumöguleikalína (Production possibilities curve)

Kúrfa sem sýnir allar mögulegar samsetningar af heildarframleiðslu. Í sinni einföldustu mynd gerir hún ráð fyrir því að (1) það sé fast magn af auðlindum til staðar og að (2) það sé full nýting af þeim og (3) að þjóðfélagið búi við ákveðið ákveðið fast tæknistig. Í einföldustu mynd eru hún í tvívídd og getur því aðeins fjallað um tvo vöruflokka í einu.

Ef að framleiðslan sjálf er á punkti sem er fyrir innan framleiðslumöguleikalínuna er um óhagkvæma framleiðslu að ræða. Allir framleiðslupunktur sem eru á línunni sýna að um hámarksframleiðslu er að ræða. Framleiðslumöguleikalínan færast út á við þegar:

- **Aukning nýtanlegra auðlinda**

Fjármagnsaukning (Capital Formation) byggist á því að við gefum frá okkur ákveðinn hluta neyslu dagsins í dag til að fjárfesta í betri tækjum, mannvirkjum og menntun.

- **Tækniframfarir**

Tækni er skilgreind sem hámarks-framleiðni fánleg úr ákveðnum auðlindum. Með aukinni tækni er hægt að ná meiri framleiðni úr sömu auðlindum.

Uppfinningar eru lykilþáttur í tækniframförum. **Innovation** er ferillinn að kynna og taka í notkun nýja uppfinningu eða nýtt vinnuferli. **Frumkvöðlar** gegna líka stóru hlutverki því þeir geta skapað meira virði úr auðlindum með því að fara nýjar leiðir sem ekki hafa verið farnar áður.

- **Með því að vinna meira og minnka frítíma**

Að vísu er frítími gæði, þannig að frítími er einn af þeim þáttum sem myndar framleiðslumöguleikalínuna.

Allar tækniframfarir og fjármagnsuppygging ganga yfirleitt út á aukna verkaskiptingu og/eða aukna sérhæfingu. Verkaskipting leyfir okkur að vera með stærri framleiðsluverkefni í gangi, sem ekki væri hægt án sérhæfingar. Ef ekki væri hægt að brjóta framleiðsluna niður í framleiðsluþætti yrði framleiðsla í smærri sniðum.

Skiptihlutfall framleiðslu

Hallatala framleiðslumöguleikalínu., sýnir okkur hver fórnarkostnaðurinn er við að framleiða eina einingu í viðbót af annarri vörinni.

Lögmálið um hlutfallslega yfirburði (Law of Comparative Advantage)

kveður á um að einstaklingar/fyrirtæki/þjóðfélög hagnist á því að framleiða þá hluti sem þeir hafa lágan fórnarkostnað á. Þeir kaupa í staðin þá hluti sem þeir hafa háan fórnarkostnað á. Þetta lögmál kveður á um að hver framleiði þá vöru sem hann hefur minnstan fórnarkostnað á. Á þessum viðskiptum græða allir er að þeim standa.

Hver efnahagur verður að spyrja sig þriggja spurninga: (a) Hvað á að framleiða, (b) Hvernig á að framleiða, (c) Hvernig á að dreifa gæðunum.

Markaðsaðferðin (Market Mechanism)

Frjáls verðlagning og ómiðstýrð ákvörðunartaka handhafa eignarréttar leysir grunnvandamál efnahagsins (Neysla, framleiðsla og dreifing)

Samvalsaðferðin (Collective Decision-making)

Treyst á almanna-val (kosningar, pólitíska samninga, lobbying etc) til að leysa grunnvandamál efnahagsins

Kapítalism (Capitalism)

Hagkerfi sem byggist á einka-eignarrétti auðlinda og tilfærslu gæða í frjálsum markaði.

Sósíalism (Socialism)

Hagkerfi sem byggist á því að (a) eignarréttur og framleiðslustjórnun hvílir í höndum ríkisins og (b) Auðlindaskömmun er miðstýrð en ekki látin lúta markaðslögmálum

Það er sama hvaða skömmunaraðferð er notuð, það er alltaf samkeppni á markaðinum.

Kafli 3 - Framboð, Eftirspurn og Markaðurinn

Skömmtnun

Hvernig gæðum eða auðlindum af takmörkuðu magni er dreift á fólk sem vill eiga meira af því. Ýmis verkfæri eru notuð til skömmtnunar þá aðallega verð. Skömmtnun á lægra verði en markaðsverði leiðir af sér biðraðir og óánægju meðal þeirra neytenda sem komast ekki að.

Samkeppni

Samkeppni á sér stað í öllum þjóðfélögum, því skorturinn neyðir menn til að keppa um gæði. Samkeppni getur leitt til velferðaraukningar, en líka til velferðartaps. Með mismunandi stofnunum getum við breytt formi samkeppninnar, en aldrei komið í veg fyrir hana.

Hægræn hegðun

Allir menn eru þannig að þeir vilji fá sem mest fyrir sem minnst. Út frá þessari forsendu má óbeint koma fram með lögmálið um eftirspurn:

Lögmálið um Eftirspurn (Algilt lögmál, satt og rétt þar til annað sannast)

Öfugt samband er á milli verðs gæða og magns gæða. Því herra sem verð gæða er því minna vilja einstaklingarnir kaupa og öfugt. Einstaklingarnir reyna að lágmarka sinn fórnarkostnað. Herra verð vöru eykur fórnarkostnað þess sem ætlar að neyta vörunnar.

Hagnaður

Eftirstöðvar af tekjum þegar búið er að draga kostnað frá. Kostnaðurinn inniheldur fórnarkostnað allra auðlinda sem notaðar voru. Því verður hagnaður aðeins þegar vermæti vörunnar er metið herra en fórnarkostaður framleiðslu hennar.

Staðgönguvörur

Vörur sem fólk gæti notað í staðin fyrir þá vöru sem það hefur áður keypt. Dæmi: Kók -> Pepsi

Eftirspurnarkúrfan: Hámarksverð sem neytandi er tilbúinn að borga fyrir viðbótareiningu af vörunni. Það skiptir engu máli í hagfræðinni hvort einstaklingurinn hefur þörf fyrir hlutnum eða bara löngun. Hagfræðin dæmir ekki um ástæðu fyrir eftirspurn.

Lögmálið um Framboð (Algilt lögmál)

Beint samband er milli verðs og magns. Því herra sem verðið er, því meira verður það magn sem í boði er.

Líkan sem sýnir eftirspurnarfall og framboðsfall köllum við **markað**. Punkturinn sem línurnar skerast er kallaður markaðsjafnvægi. Svæðið fyrir

Markaður

"abstract" hugtak sem felur í sér viðskiptafyrirkomulag kaupenda og seljenda sem áhrif hafa á framboð og eftirspurn

Hlutverk markaða

Samhæfa framboð og eftirspurn. Allar markaðshindranir koma í veg fyrir að markaðurinn leiti hagkvæms jafnvægis. Ef markaðurinn leitar ekki jafnvægis lendum við annað hvort í offramboði eða umfram-eftirspurn.

Stundum er jafnvægi markaða flokkað niður í langtímajafnvægi og skammtímajafnvægi. Þegar við tölum um slíkt erum við yfirleitt að koma inn með einhverja breytingu, og reiknum með því að það taki einhvern tíma að ná jafnvægi. Munurinn á skammtíma, og langtímajafnvægi er að til lengri tíma er hægt er að bregðast við öllum breytingum en til skemmri tíma séð eru einhverjir þættir sem ekki eru breytanlegir. Skammtímajafnvægi er því aldrei það sem gæti orðið endanlegt jafnvægi.

Dæmi

Ef við höfum markað og eftirspurn eykst. Til skemmri tíma séð hækkar verðið (punktur færast beint upp) og skammtímajafnvægi myndast. Til lengri tíma lendum við í punktinum Framboð = eftirspurn.

Verðjöfnunarreglan (Price equilization principle)

Að það myndist aðeins eitt verð fyrir hverja vörutegund á markaðinum. Allar vörur sem eru einsleitir munu aðeins hafa eitt verð. G.R.F. að markaðurinn starfi óhindraður. Lögmál þetta segir ekki að verð á einhverri tiltekinni vöru eigi að vera það sama á Íslandi og í Danmörku vegna skatta og flutningskostnaðar.

Ávöxtunarjöfnunarreglan (Rate of return equilization principle)

Hún kveður á um að raunávöxtun allra einsleitra fjárfestinga verði sú sama á markaði sem virkar fyllilega óhindraður.

Framboðsfall hliðrast við

- Fórarkostnaðarbreytingu (verðbreytingu auðlinda)
- Breytingu á tækni
- Náttúrukraftaverk/Náttúruhamfarir og stjórnmalabyltingar

Eftirspurnarfall hliðrast við

- Breytingu í tekjum neytenda
- Verðbreytingu staðgönguvara
- Verðbreytingu complementary goods
- Breytingu á áætluðu framtíðarverði vörunnar

Oft á tímum láta menn eins og markaðslögmálin gilda ekki og setja verðþak eða verðgólf á markaði. Segjum svo að sett sé verðþak þá skapast umframeftirspurn. Langtímaáhrif eru þau að það verð sem leigutakar þurfa að greiða er : Leigutakar þurfa að kaupa upplýsingar um húsnæði, leggja háa tryggingu, sjá um allt viðhald o.fl.

Ef við setjum verðgölf á markaðinn höfum við offramboð, t.d. lágmarkslaun, þá eru skammtímaáhrifin að laun hækka. Langtímaáhrif er að atvinnuleysi. Þetta t.d. skapað kröfu um ákveðna menntun, án þess að hún hafi bein áhrif á starfið sjálft.

Markaðsverðið flytur skilaboð í hagkerfinu. Markaðsverðið er mjög fullkomið tæki og getur flutt upplýsingar um mjög flókna hluti á einfaldan hátt til réttra aðila.

Dæmi: Uppskerubrestur á kaffi mun sjást á verði, þ.a. upplýsingar um uppskerubrestinn birtast í verðinu.

Engin nauðsyn er fyrir neytendur eða framleiðendur að vita tæknilegar ástæður aukins skorts, það eina sem skiptir þá máli er að vita verðið.

Ósýnilega höndin

Samhæfir hegðun og ákvarðanir einstaklinga á markaðinum. Hugmynd sem kemur frá hagfræðingum Adam Smith. Hann hélt því fram að í markaðsskipulagi þar sem einstaklingarnir væru eiginhagsmunaseggir þá myndi ósýnileg hönd leiða þá til að vinna að almannahag.

Þessir einstaklingar keppa allir að því að hámarka sinn hag sem er besta leiðin er að starfa í þágu annarra. Ekki má þó halda því fram að allt sé fullkomið í slíku þjófélagi. Menn eru misgóðir í að starfa sjálfstætt og ekki geta allir haldið sér inn á þessum markaði.

Kafli 4 - Opinberi geirinn (framb. og eftirsp.)

Opinberi geirinn

Aðferðir hagfræðinnar eiga jafnvel við á neyslumarkaði, framleiðslumarkaði og stjórnmálamarkaði (öllum umsvifum hins opinbera í heild sinni).

Ef að markaðurinn væri fullkominn væri lítil þörf fyrir opinber umsvif. Að sjálfsögðu þyrfti að halda uppi lög og reglu. Hvað gerir það að verkum að við höfum þörf fyrir meiri umsvif hins opinbera?

Hugmyndin um fullkomna hagkvæmi

Allar gerðir fólks skila meiri ábata en kostnaði. Þetta þýðir það um leið að ábatinn og kostnaðurinn fellur aðeins á þann aðila sem ákvörðunina tekur. Þegar regla þessi er yfirfærð á efnahaginn í heild sinni verður að taka tillit til ytri áhrifa ákvarðana.

Ytri áhrif

Hliðarverkanir ákvarðana sem lenda á aðilum sem hafa ekkert að gera með ákvörðunartökuna sjálfa. Þessir aðilar verða annaðhvort fyrir skaða eða hagnaði.

- **Peningaleg áhrif**

Dæmi um peningaleg er þegar maður verslar vöru í búð þá höfum við áhrif á verð til annarra aðila (eykur eftirspurn eftir vörunni).

- **Tæknileg áhrif**

Þegar við völdum öðrum efnislegum skaða. Sá skaði er oftast mælanlegur í peningum. Margs konar hegðun fellur þarna undir.

Dæmi:

Spila músík hátt í óþökk nágrannans.

Maður fer til Brasilíu, smitast af farsótt, kemur til baka og smitar alla þjóðina. Ef að ákveðinn hluti fólks fær bólusetningu græða hinir á því, því þá minnka líkurnar á smiti. Hluti af heilbrigðisþjónustu hefur alltaf ytri áhrif í för með sér.

Annað dæmi um ytri áhrif er menntun.

Þarna kemur ríkið inn í: Sjá um grunnheilbrigðisþjónustu, grunnmenntun, grunneftirlit.

Þarna er réttlætning fyrir starfsemi opinbera umsvifa. Það sem skilar jákvæðum ytri áhrifum til allra umfram kostnað er réttlætning.

Sérgæði

Samkeppni ríkir í neyslu sérgæða. Útilokun er erfið eða ómöguleg.

Samgæði

Engin samkeppni í neyslu. Gæði sem fleiri en einn einstaklingur geta notið á sama tíma. Neysla eins einstaklings veldur ekki minni neyslu annara af sömu vöru.

Flest gæði eru þó ekki sérgæði eða samgæði heldur liggja á milli.

Ónóg samkeppni

Átt er við þá sérstöku aðstæður í tiltekinni framleiðslu að það kemst bara einn/fáir aðilar að. Þessi fyrirtæki eru með kostnaðaryfirburði gegn öðrum framleiðendum. Til viðbótar eru lög og reglur í þjóðfélaginu að innganga einstaklinga á markað er takmörkuð. Dæmi eitt fyrirtæki á höfuðborgarsvæðinu má dreifa mjólk.

Ríkisrekstur rökstuddur

Þessi tvö atriði: **Ytri áhrif** og **Ónóg samkeppni** styðja starfsemi ríkisvaldsins. Rekstur ríkisins hefur einnig ákveðið stærðarhlutverk í þjóðfélaginu sem gerir það efnahaginn stöðugri en ella. Markaðurinn á opinberra afskipta er því óstöðugur. Síðasta atriðið eru samgæði. Erfitt er að fá hagkerfið til að borga fyrir samgæði nema með sköttum sem leggjast á alla.

Almannavalsfræði (public choice)

Sá angi hagfræðinnar hefur einbeitt sér að því að skoða hegðun einstaklinga á stjórnámálmakkaðinum. Skoðuð eru þau viðskipti sem eiga sér stað innan opinbera geirans. Þó að ríkisvaldið beiti valdi má líta á hegðun þess út frá viðskiptafræðilegu sjónarmiði. Samkeppni er til staðar. Eitt sem er öðruvísi á stjórnámálmakkaði er tengslum milli neyslu og greiðslu en þau eru yfirleitt slitin í sundur. Menn greiða skatta og greiða það verð án tilliti til neyslu. Á neysluvörumakkaðinum labba menn út í búð og kaupa þær tegundir sem þeir vilja fá í því magni sem þeir vilja fá.

Enginn einn getur verið sáttur við þá ríkisvörupakka sem eru í boði. Dreifing tekna og valds er öðruvísi í ríkis og markaðsgeirunum. Á venjulegum vörumakkaði fá menn tekjuframlag eftir framlagi sínu og hafa vald í samræmi við þær tekjur sem þeir hafa. Tekjur ráðuneytis og vald veltur ekki á þjónustu þeirra við neytendur á sama hátt og hinum mörkuðunum.

Munur milli markaðsaðferðar og samvalsaðferðar

- **Samkeppni er til staðar í bæði markaðinum og opinbera geiranum**
- **Opinberi geirinn brýtur tengslin milli greiðslu og neyslu**
- **Skorturinn þvingar heildarneyslu greiðslutengsl í báðum geirum.**
Þrátt fyrir að stjórnvöld rjúfi þessi sambönd hjá sjálfum einstaklingunum eru heildartengslin milli neyslu og greiðslu ávallt til staðar
- **Opinberi geirinn þvingar oft einstaklinga til að borga einhvað sem þeir kæra sig ekki um.**
- **Þegar samvalsaðferðin er notuð til lagasetningar velja kjósendur þá fulltrúa sem þeir telja að munu velja réttast að þeirra mati.**
- **Tekjur og vald er dreift mismundandi í þessum geirum.**
Í markaðsgeiranum fer vald eftir framlagi en í opinbera geiranum eru tekjur og vald óskýlt.

Special interest issue

Þegar ákvörðun er tekin sem skapar ábata fyrir sérhagsmunarhóp en dreifir kostnaði á alla aðra.

Shortsightedness effect

Skökk tilfærsla auðlinda vegna ákvarðanna sem skapa aukinn ábata í dag í staðinn fyrir falinn framtíðarkostnað.

Rentusókn (Rent Seeking)

Aðgerðir einstaklinga og hagsmunahópa sem hafa þann tilgang að hafa þannig áhrif á stefnu stjórnvalda að þeir fái meiri tekjur beint eða óbeint.

Kafli 17 - Framboð og eftirspurn

Rekstrarhagfræði fjallar í stórum dráttum um hvernig hlutfallslegar breytingar í verði hafa áhrif á val neytenda.

Hagfræðingar gera ráð fyrir að eftirfarandi þættir hafi áhrif á val neytenda:

- **Takmarkaðar val vegna takmarkaðra tekna**
- **Neytandi hefur ástæðu fyrir ákvörðun sinni. Hann reynir að hámarka ábata sinn.**
- **Hægt er að nota eina vöru í staðin fyrir aðra.**
- **Neytendur taka ákvarðanir án þess að hafa fullkomnar upplýsingar. En kunnátta og reynsla hjálpar honum til að gera rétt val.**
- **Lögmál minnkandi afraksturs gildir ávallt**
Þegar neysla af ákveðinni vöru eykst minnkar jaðarábati við hverja aukna einingu.

Til eru staðgönguvörur fyrir allar vörur. Það að til séu staðgönguvörur skapar tilgang hagfræðinnar. Neytendur taka ákvarðanir án þess að hafa fullkomnar upplýsingar, en byggja hinsvegar á eigin reynslu og þekkingu í staðinn. Við notum hugtakið **nyt** þegar við ræðum um nettó ábata þess að neyta vöru/gæða. Neytendur munu kaupa vöru þar til jaðarnotin af vörunni eru orðin jöfn jaðarkostnaðinum við að afla hennar.

Lögmál um minnkandi jaðarnyt (law of diminishing marginal utility)

Því meira sem neytandi neytir af einhverri vöru, því minni nyt hefur hann af hverri viðbótareiningu. Heildarnyt geta aukist með hverri viðbótareiningu en þó með minnkandi hraða.

Jaðarnyt

Sá auka ábati sem fæst með neyslu einnar einingar af vöru í viðbót á ákveðnu tímabili.

Staðkvæmdaráhrif (the Substitution effect)

Sá hluti sem orsakar breytingu í neyslu tiltekinnar vöru sem orsakast af því að hún verður ódýrari/dýrari í hlutfalli við aðrar vörur vegna verðbreytingar.

Tekjuáhrifin (Income Effect)

Þegar verð á X hækkar, minnka rauntekjur neytandans. Það getur minnkað eftirspurn neytandans eftir öðrum vörum líka, ásamt vörunni X.

Umframábati neytenda (Consumer Surplus)

Munurinn á hæsta verði sem neytandinn er tilbúinn til að borga fyrir vöru og sjálfri greiðslunni sem hann reiðir fram.

Verðteygni eftirspurnar (Price Elasticity of Demand)

Prósentubreyting í eftirspurnarmagni vöru deilt með prósentubreytingu verðs. Teygni sýnir hvernig eftirspurnin breytist við verðbreytingar. Ef teygni er meiri en 1 þá er eftirspurnin **teygjin**, en ef hún er undir 1 þá er hún **óteygjin**. Ef teygnin er 1 er hún **hlutfallslega teygjin**.

Tekjuteygni eftirspurnar

1 / verðteygni, þ.e. Prósentu- magnbreyting deilt með prósentu-verðbreytingu. Samkv bók: Prósentubreyting í eftirspurnarmagni / prósentubreyting tekna. Teygningin segir til um áhrif tekjubreytinga á eftirspurn.

Áhrifavaldar eftirspurnateygni!

- **Fjöldi og gæði skiptivara sem til eru á markaðinum.**
Því meiri sem fjölbreytileiki og gæði skiptivara er því teygnari er eftirspurnin.
- **Hlutfall vöru af heildarfjárhag neytenda. (Tannstönglar, eldspýtur)**
Ef útgjöld vegna ákveðinnar vöru eru lítill hluti heildarneyslunar reynist eftirspurnin vera óteygnari en ella
- **Jöfnunartími eftir verðbreytingar.**
Það líður ákveðinn tími þangað til eftirspurn breytist. Í flestum tilfellum er eftirspurn óteygnari til skamms tíma en til lengri tíma.

Skattbyrði

Að öllu öðru óbreyttu, þegar eftirspurn er teygnari en framboð taka neytendur smærri hluta skattbyrgðinnar á sig. Og þegar framboð er teygnara taka framleiðendur smærri hluta á sig.

Framboðsteygni (Elasticity of Supply)

Prósentu framboðsmagnsbreytingar / prósentu verðbreytingar

Jafngildislína - Indifference curves

Lína sem skilur að þær neyslusamansetningar sem eru sættanlegar frá þeim sem eru ósættanlegar. Hver punktur á slíkri línu færir neytandanum sömu not. Hver lína lýsir ákveðnu neyslustigi, smekk og valröðun.

Jaðarskiptahlutfall

Hallatala jafngildislínu í einhverjum punkti.

Forsendur fyrir jafngildislínum:

- Neytendur vita skoðun sýna á öllum vörum. Hann hefur ákveðna skoðun.
Dæmi annaðhvort $A > B$ eða $A < B$ eða $A = B$.
- Hann hefur samfellda röðu þ.e. ef hann metur $A > B$ þá metur hann A' meira en B . (A' (a prime) er punktur í námunda við A .)

Útgjaldalínan / Tekjulínan

$$u = V_x * X + V_y * y \quad \Rightarrow \quad y = u/V_y - V_x/V_y$$

Sýnir tekjur einstaklingsins. Neytandinn mun reyna að komast á hæstu nyt sýn miðað við tekjulínuna en hún skorðar neyslu einstaklingsins af. Jafnvægi er þegar hallatala útgjaldalínunnar (verðhlutfalli) og hallatala jafngildislínunnar (JÁx/JÁy) eru jafnar.

Jaðarábatinn af seinustu krónunni sem fer í Y verður að vera jafn jaðarábatanum af seinustu krónu sem fer í X.

Aðferð við að finna eftirspurnarfallið**Veðbreytingarlína**

Ef við breytum verðinu á X stöðugt og finnum nýja skurðpunkta útgjalda og jafngildislínanna og teiknum línu í gegn um alla þá punkta erum við komin með veðbreytingarlínu. Hún sýnir ΔE iningar á móti Δ verði en það er einmitt ferill eftirspurnarlínunnar.

Verð á eftirspurnarfallinu er verðið á vörinni sem verið er að skoða í hlutfalli við verð á öðrum vörum í þjóðfélaginu.

Tekjubreytingarlína

Ef heildartekjum er breytt og lína dregin í gegn um alla jafnvægispunkta fáum við út tekjubreytingarlínuna, en út frá henni er hægt að teikna **Engels kúrfa** en hana teiknum við með því að setja tekjur á Y ásinn og Magn á x ásinn.

Óæðri vara (Inferior good)

Þegar menn kaupa hlutfallslega minna af vörinni með auknum tekjum.

Tekjuáhrifin

Þegar verð á X hækkar, minnka rauntekjur neytandans. Það getur minnkað eftirspurn neytandans eftir öðrum vörum líka, ásamt vörinni X.

Kafli 18 - Kostnaður og vöruframboð

Á eftirspurnahlið markaðarins höfum við aragrúa af einstaklingum sem verslar hver fyrir sig þær vörur sem hann vanhagar um, þannig að um er að ræða mikinn fjölda neyslueininga og mikinn fjölda eftirspurnaraðila. Á hinni hliðinni höfum við starfandi fyrirtæki/framleiðendur (framboðsaðila) og í viðskiptaþjóðfélagi a.m.k. þá eru framleiðslueiningarnar færri en neyslueiningarnar, þ.e. fyrirtæki.

Fyrirtæki

Framleiðsluskipulag sem kemur í stað fyrir að einstaklingar séu að vinna hver í sínu lagi. Þarna geta einstaklingarnir dregið sig saman og myndað hóp og nýtt vinnuskipulagningu. Ef hver einstaklingur væri að vinna fyrir sig yrði viðskiptakostnaður framleiðslunnar tiltölulega hár.

Af hverju er heimurinn ekki eitt fyrirtæki?

Span Control

Maður eða ákveðinn hópur manna getur ekki stjórnað nema ákveðnum fjölda þátta. Þegar stjórnsviðið verður stærra hafa stjórnendur ekki lengur yfirsýn yfir öll smáatriði.

Sama er hvort við erum með markaðsskipulag eða annarskonar hagkerfi, öll hagkerfi reiða sig á að fyrirtæki skipuleggi framleiðslu. Skipulagningin á fyrirtækinu felst fyrst og fremst í því að finna vörutegund til að framleiða, skipuleggja innkaup á þáttum sem nauðsynlegir eru til framleiðslunnar og skipuleggja dreifingu og markaðssetningu.

Afgangskröfuhafi (residual claimant)

Maður sem fær allan hagnað en ber jafnt skaða að tapi. Þetta gefur honum hvata til að fylgjast með því að hópurinn í fyrirtækinu skapi fyrirtækinu tekjur og að framleiðsluþættir séu vel nýttir.

Ástæður fyrir því að fyrirtæki hafa takmarkanir

Vinnusvindl (Shirking)

Starfsmaður leggur ekki eins hart af sér eins og hann gæti (samkv. launasamningum). Einbeittir sér ekki að afköstum sem skildi. Vinnusvindl er líklegra þegar lítið eftirlit er með afköstum starfsmanna.

Umboðsvandinn (Principal-Agent problem)

Þegar t.d. framkvæmdastjóri er ráðinn er hefur hann umboð eigendanna til að sjá um reksturinn. Umboðsvandinn er fólgin í því að umboðsaðilinn getur í ákveðnu magni unnið að öðrum sjónarmiðum heldur en þeim sem eru beinir hagsmunur eigandans. Eigandinn verður því að hafa gott eftirlit með umboðshöfum til að minnka þennan vanda. Dæmi, þegar fyrirtæki ráða undirverktaka til að framkvæma sérhæfð verk.

Tegundir fyrirtækja

- **Einkafyrirtæki**
Einn eigandi
- **Sameignarfyrirtæki**
Tveir eða fleiri aðilar eiga það og bera fulla ábyrgð á félaginu í samningu
- **Hlutafélög**
Á Íslandi þýður það að 2 eða fleiri eiga tiltekinn hlut í fyrirtækinu og ekki ábyrgðir fyrir fyrirtækinu nema þeim hlut sem þeir eiga í því.

Beinn kostnaður (Explicit Cost)

Útgjöldin hjá fyrirtækinu, t.d. í laun, leigu. Hreinn peningalegur kostnaður

Óbeinn kostnaður (Implicit Cost)

Kostnaður sem oft gleymist í umræðu um velgengi fyrirtækja. T.d. sá kostnaður sem er fólgin í því að eigandinn hefði getað verið að vinna annarsstaðar. Fórarkostnaður fjármagns er hluti af óbeinum kostnaði.

Óbeinn ávöxtunarkostnaður (Implicit rate of return)

Sá mismunur á ávöxtun fjárfestingarinnar og sambærilegri fjárfestingu annarsstaðar.

Hagrænn hagnaður

Ábatinn - Fórarkostnaðurinn. (Beinn + óbeinn kostnaður)

Í hagfræði er oft gerður greinarmunur á því að tala um breytingar til skamms tíma og breytingar til langs tíma. Hvernig er þessi tímamunur skilgreindur?

Skammtímasjónarmið í framleiðslu (short run)

Tímabil sem er það stutt að fyrirtæki hefur ekki kost á því að breyta notkun framleiðsluþátta á tímabilinu.

Langtímasjónarmið í framleiðslu (long run)

Tímabil sem er nægjanlega langt til að fyrirtæki geti breytt notkun á öllum sínum framleiðsluþáttum til að laga sig að aðstæðum (dæmi: Laun, stærð verksmiðju)

Þegar horft er á fyrirtæki með skammtímasjónarmið í huga er hægt að skipta kostnaði í tvo flokka:

Fastur kostnaður (Fixed costs)

Kostnaður sem breytist ekki þótt framleiðslumagn breytist. Hann fellur ekki niður þótt ekkert sé framleitt. Eina leiðin til að fella þennan kostnað niður er að leggja niður fyrirtækið (skammtímasjónarmið ath)

Breytilegur kostnaður (variable cost)

Kostnaður sem breytist með breytingum í framleiðslumagni. Sem dæmi eru launagreiðslur og greiðslur til birgja.

Meðalkostnaður (Average total cost)

Heildarkostnaðurinn deilt með fjölda framleiddra eininga, eða meðal fastur kostnaður + meðal breytilegur kostnaður. Þessi kostnaður er stundum kallaður kostnaður per einingu. Kostnaðarkúrfa meðalkostnaðar er í flestum tilvikum U-laga. Hún er mynduð úr meðalfastakostnaði sem minnkar stöðugt við hverja viðbótareiningu og meðalbreytilegumkostnaði sem minnkar í upphafi en hækkar við lögm. um minnkandi afrakstur.

Jaðarkostnaður (Marginal cost)

Sú breyting á heildarkostnaði sem verður við að framleiða eina einingu í viðbót.

Lögmálið um minnkandi afrakstur

Kenningin að því fleiri einingum af einni breytilegri auðlind í sambland við fast magn annarra auðlinda mun að lokum framleiðsluaukning minnka við hverja einingu. Þegar þessu stigi er náð, þarf hlutfallslega fleiri einingar af breytilegu auðlindinni til að auka framleiðslu um eina einingu.

Lögmálið um minnkandi afrakstur gildir til skamms tíma. Til lengri tíma eru allir þættir framleiðslunnar breytanlegir.

Þegar til lengri tíma litið eru fyrirtæki ekki eins háð ofarnefndum takmörkunum. Fyrirtæki geta minnkað kostnað per einingu með því að stækka við sig. Eftirfarandi ástæður eru þær helstu fyrir því að einingakostnaður lækkar þegar fyrirtæki gerast stórtækari:

- **Tekin verða upp fjöldaframleiðsluaðferðir**
Slíkar aðferðir lækka þó ekki einingakostnað nema um mikla framleiðslu sé að ræða.
- **Sérhæfing**
Með sérhæfingu vinnuafls og véla er hægt að auka afköst til muna.
- **Reynsla**
Með aukinni framleiðslu eykst reynsla starfsmanna og stjórnenda sem getur orsakað frekari framfarir.

Fjöldahagkvæmni (Economies of Scale)

Lækkun einingakostnaðar í tengslum við stækkun fyrirtækisins (stærri verksmiðjur, meiri framleiðsla).

Það sem kemur í veg fyrir fjöldahagræðingu á öllum viðum er:

- **Skrifinnsla eykst til muna**
Ýmiss lög og reglugerðir koma í staðin fyrir mannlegan stjórnanda sem tók á hverju máli fyrir sig. Gerir fyrirtækið stífara.
- **Verkstýring verður erfiðari**
Þar sem vinnuafli eykst verða verkstýringar einnig flóknari. Að stjórna fleira fólki og flytja upplýsingar til þeirra verður erfiðara.

- **Umboðsvandi eykst**
Þegar fyrirtæki stækkar fjölgar þeim sviðum sem fylgjast þarf með, m.t.t. umboðsvanda.

Eftirfarandi atriði færa kostnaðarkúrfurnar til:

- **Verð auðlinda**
Óhjákvæmilegt er að t.d. vöruverð hækki þegar að laun hækka.
- **Skattar**
Skattar eru hluti að kostnaði fyrirtækisins.
- **Tækni**
Tækniframfarir geta gert það kleift að framleiða ákveðið magn með færri auðlindum.

Hvernig líta skal á kostnað fyrirtækis.

Það er órökrétt þegar maður er að selja einhvað að hugsa um hvað hluturinn kostaði. Kostnaður við framleiðslu myndast af völdum framleiðsluákvæðanna. Allar ákvarðanir eru teknar með ákveðinni óvissu. Eftir að þær eru teknar og kostnaður er fallinn, þá er ómögulegt að snúa til baka. Er slíkur kostnaður kallaður sokkinn kostnaður.

Sokkinn kostnaður (Sunk costs)

Kostnaður sem er áfallinn vegna ákvæðanna sem þegar hafa verið teknar. Stundum er þessi kostnaður nefndur sögulegur kostnaður.

Kafli 19 - Fyrirtækið undir beinni samkeppni

Samkeppni

Menn keppast á móti hvorum öðrum. Ákveðnar leikreglur eru í gangi og leikendur keppa oftast innan þeirra. Framleiðendur keppast við um að ná til neytenda, með verðsamkeppni gæðasamkeppni o.fl. Hinum megin markaðarins eru neytendur. Þeir keppa líka og það má segja að þeir keppi í raun hver við annan um að ná til sín þeim vörum sem eru á boðstólnum. Framleiðendur eiga ýmsa hagsmuni sameiginlega og líkt er farið með neytendum. En þegar framleiðendur eða neytendur geta farið að þrýsta virkilega á um sína sameiginlegu hagsmunum er yfirleitt um það að ræða að það sé minnkandi samkeppni. Hægt er að bregðast markaðsaðstæðum (samkeppni) eða breyta markaðsaðstæðum (ósamkeppni).

Ef að samkeppni ríkir meðal framleiðenda um vöruframleiðslu, gæði og verð þá munu framleiðendur framleiða þær vörur sem neytendur óska eftir og þeir munu gera það á sem hagkvæmastan hátt (sem að þýðir að verð verður lægra). Þessi samkeppni framleiðendanna (miðað við ákveðnar þjóðfélagsreglur) leyfir þjóðfélögum að sleppa peningahungruðum mönnum út á markaðinn því að peningahungur þeirra mun aðeins leiða til góðs fyrir aðra einstaklinga í þjóðfélaginu. Þessir menn munu leggja peninga sína í fyrirtæki til að framleiða betri og ódýrari vörur á markaðinum.

Innan stofnanaumgjarðar þar sem ríkja ákveðin lög og reglur leiðir samkeppnin aðeins til góðs.

Verðþegi (price taker)

Seljendur sem verða að nota markaðsverðið ef þeir eiga að selja vörur sínar. Hver seljandi getur ekki haft einn og sér áhrif á verðið af því að hann er svo smár. Eftirspurn eftir vöru einstaks fyrirtækis er því algerlega lárétt (óteygin)

Hámarkshagnaður

Hámarkshagnaður fyrirtækis er þegar jaðartekjur = jaðarkostnaður. Þar sem að viðbótareining sem seld er gefur jafnmiklar tekjur og það kostaði að framleiða hana.

Líkanið um hreina samkeppni

Í þessu líkani er engin samkeppni og engin starfsemi. Líkanir lýsir ákveðnu ástandi (snapshot) af markaðinum á tilteknum tíma. Líkanið lýsir því hvað gerist við tiltekna markaðsaðstæður og hvernig þessar sömu aðstæður lýsa hagkvæmstu framleiðslustarfsemi þjóðfélags.

Forsendur

- Öll fyrirtæki á markaðinum framleiða einsleita vöru
- Fjöldi fyrirtækja er mikill
- Hver seljandi og kaupandi er hlutfallslega lítill miðað við markaðinum
- Engar óeðlilegar hindranir takmarka aðgang kaupenda og seljenda að markaðinum

- Við þessar aðstæður eru fyrirtækin verðþegar. Hámarkshagnaður er í upphafi þegar $JT=JK$. Hinsvegar taka ýmis fyrirtæki upp á því að lækka verð sitt til að ná fleiri kaupendum, það ýtir verðinu niður þar til verð = $JK = MK$

Hvaða möguleika hefur fyrirtæki þegar verð fer undir MK

- Halda áfram framleiðslu til skamms tíma
- Hætta framleiðslu tímabundið
- Hætta framleiðslu

Val fyrirtækis fer eftir því hvort almennt sé talið að verðbreytingin sé tímabundin eða til langs tíma.

Hvernig lítur jafnvægi markaðsins út þegar til lengri tíma er litið?

Ef að verð lækkar til skamms tíma hverfa fyrirtæki af markaði og framboð minnkar. Þetta ýtir vöruverði upp. Og öfugt: ef að verð hækkar koma fleiri fyrirtæki inn á markaðinn, framboð eykst og verð lækkar a nýjan leik.

Allt stefnir þetta að einu langtímajafnvægi, en það ríkir þegar að hagfræðilegur hagnaður er núll, en þá er Meðalheildarkostnaður = Markakostnaður = Markatekjur.

Hvernig eru viðbrögð markaðarins við aukinni eftirspurn?

Verð hækkar og framleiðslan eykst að því marki að jaðarkostnaður = jaðartekjur. En við þessa verðhækkun ákveða fleiri að skella sér í framleiðsluna og aðrir að stækka við sig þannig að framboð eykst á móti og verðið kemst í sama horf þegar til lengri tíma er litið.

Hvernig eru viðbrögð markaðarins við minnkaðri eftirspurn?

Fyrirtæki minnka framleiðslu sína þar sem fórnarkostnaður við framleiðsluna er meiri en ábati. Ef að verðlækkunin er mikil detta fyrirtæki út af markaðinum og framboð minnkar. Sama verð mun ríkja til langs tíma að öðru óbreyttu.

Hvaða hlutverki gegna hagnaður og tap í efnahagslífinu?

Þeir eru merki send til framleiðenda frá neytendum. Hagfræðilegur hagnaður verður hæstur í þeim sviðum sem jaðareftirspurn neytanda er mest miðað við hlutfallslegan framleiðslukostnað. Þetta leiðir af sér aukið framboð sem dregur verðið niður.

Framleiðsluhagkvæmni (Production Efficiency, $P = ATC$)

Til langs tíma verða fyrirtæki að lágmarka meðalkostnað sinn og innheimta það verð fyrir framleiðsluna sem rétt nægir fyrir kostnaði. Fyrirtæki verða að velja þá hagkvæmni í framleiðslumagni þannig að meðalkostnaður per einingu sé í lágmarki.

Nýtingarhagkvæmni (Allocative efficiency, $P = MC$)

Ef að jaðartekjur eru jafnar jaðarkostnaði í þjóðfélaginu má tala um framleiðsluhagkvæmni. Hver framleiðsluþáttur fær virði sinnar framleiðslu (það sem hann leggur til í framleiðsluna). Auðlindir eru nýttar eftir nytjum neytenda. Hver gæði eru framleidd þannig að neytendur meta hana hærra en nokkrar aðrar vörur framleiddar með sömu auðlindum.

Kafli 20 - Einokun og háar inngönguhindranir

Einokun (Monopoly)

Markaðsskipulag sem einkennist af einum seljanda af vel skilgreindri vöru þar sem engar staðgönguvörur eru á boðstólnum og háar inngönguhindranir koma í veg fyrir að önnur fyrirtæki geti boðið upp á þessa sömu vöru.

Hrein einokun er því sem næst ómögulegt fyrirbæri. Í öllum tilvikum eru staðgönguvörur fyrir viðkomandi einokunarvöru, þrátt fyrir að staðkvæmnin sé mismunandi. Oft eru inngönguhindranir markaðarins fólgnar í miklum byrjunarkostnaði. Ef að arður framleiðslu vörunnar er töluverður ætti byrjunarkostaður ekki að skipta máli.

Aðeins er hægt að tala um stig einokunar, en ekki annað hvort einokun eða fullkominn markað.

Inngönguhindranir:

- **Fjöldahagkvæmni**
Þegar verð framleiðslu lækkar, lækka stóru fyrirtækin söluverð sitt (v. fjöldahagkvæmni) og bjóða lægra verð en smáu fyrirtækin.
- **Leyfisveitingar ríkisvaldsins**
Þetta eru elstu inngönguhindranir.
- **Einkaleyfi**
Þegar einstaklingi er veitt alger réttindi til að nota sérstaka framleiðsluaðferð eða framleiða sérstaka vöru einn í ákveðinn tíma (17 ár í USA)
- **Vald yfir ákveðinni auðlind**
Ef að eitt fyrirtæki hefur einokunarvald yfir nauðsynlegri auðlind til framleiðslu, getur það eytt allri samkeppni.

Ímyndað einokunarlíkan:

Hugsum okkur fyrirtæki við einokunaraðstæður. Hvað borgar sig að verðleggja vöruna hátt til að hafa hámarkshagnað?

Fyrir hverja krónu sem fyrirtækið lækkar verðið selur það fleiri einingar, en minnkar að sama skapi tekjur af hverri seldri vöru. Þess vegna er **Markatekjulínan ávallt undir eftirspurnarlínunni**. Ef að einokunarframleiðandi selur vörur sínar á þeim hluta eftirspurnarlínunnar sem er óteyginn þá aukast heildartekjur hans með því að hækka vöruverð.

Einokunarframleiðandi vill eins og aðrir fá framleiðslu í $JK = JT$ en það er stór munur á honum og samkeppnisfyrirtækjum: **Jaðartekjur einokunarfyrirtækis breytast með hverri viðbótarvöru, en jaðartekjulína samkeppnisfyrirtækisins er bein lína jöfn markaðsverði.**

Að velja hæsta verð er þó ekki alltaf besti kostur einokunarfyrirtækis. Í sumum tilfellum kemur það sér betur að lækka verð. Og í einstaka tilfellum er ekki hægt að hagnast af einokunarstarfsemi (þ.e. **Þegar meðalkostnaður er ávallt yfir eftirspurnalínunni**)

Verðleitari (Price searcher)

Einokunarfyrirtæki er verðleiðari, þ.a. seljandi sem er ávallt að leita að því verði þar sem hámarka má hagnað. Besta lausnin er líklegast trial and error aðferðin.

Gallar einokunar

- **Einokun takmarkar val neytenda**
Ef manni líkar ekki vörur á einum stað hefur maður val um það að fara á annan ef um samkeppni er að ræða.
- **Einokun skilar af sér óhagkvæmni fyrir þjóðfélagið**
Þar sem að einokunarfyrirtæki framleiðir vöru framleiðir vöru þangað til $JT = JK$ en ekki þangað til $JK = \text{verð eins og gerist meðal samkeppnisfyrirtækja}$.
- **Í einokun, eru hagnaður og tap ekki sömu merki og á samkeppnism.**
Í samkeppnismarkaði eru hagnaður og tap nokkurs konar merki til allra fyrirtækja. Ef hagnaður í einni grein eykst koma fleiri fyrirtæki inn á hann og hagnaður fer aftur í "eðlilegt" markaðsástand.
- **Ríkisleyfi til einokunar mun auka leigusækni**
Auðlindum mun verða kastað á glæ þegar einokunarfyrirtækin reyna að fasta sig í sessi og halda einokunninni.

Leigudrægni (Rent seeking)

Þegar ríkisskiptað fyrirtæki sem er í einokunaraðstöðu eyðir tíma og peningum í því að rökstyðja gildi einokunarinnar og reynir að halda í leyfið með öllum ráðum. Þetta orsaka það að auðlindum er ráðstafað á ónytsaman hátt.

Ef að fyrirtæki er að reyna hámarka hagnað finnur það þann punkt þar sem að jaðartekjur = jaðarhagnaður. Fyrirtækið reynir að flokka notendahóp sinn niður í smærri flokka, dæmi: 2 hópar, annar teyginn og hinn óteyginn. Annar býr í heimalandimen hinn er erlendur. Fyrirtækið hefur þá þann möguleika að bjóða aðilunum mismunandi verð.

Verðaðgreining (price discrimination)

Þegar seljandi býður mismunandi viðskiptavinum, mismunandi verð fyrir sömu vöruna. Þá er verði gjarnan skipt eftir markaðshópum þannig að fyrirtæki geti hámarkað hagnað sinn. Þetta fyrirbæri er ekki endilega tengt einokun. Samkeppnisfyrirtæki reyna hvað þau geta að aðgreina hópinn sinn. Það er þó að öðru óbreyttu hægara fyrir einokunarfyrirtæki. Eftir því sem meiri verðaðgreining er stunduð framleiða þeir yfirleitt meira.

Fullkominn verðaðgreining

Þegar fyrirtæki getur rukkað ábata hvers kaupanda, þannig að enginn neytandi njóti nokkurs umframábata.

Hvað græðist á verðaðgreiningu?

Þegar seljandi getur greint á milli neytendahópa án mikils tilkostnaðar, getur hagnaður aukist þegar bæði:

- hópar með **óteygnustu** eftirspurnina eru rukkaður **mest**
- hópar með **teygnustu** eftirspurnina eru rukkaðir **minnst**

Dæmi um þetta eru flugfargjöld, en teygni viðskiptaferðalanga er margfalt óteygnari en teygni almennra ferðamanna.

Almennt er álitnið að þjóðfélagið í heild græði á verðaðgreiningu þar sem markaðurinn er aldrei "understocked" og vörur eru á verði sem allir ráða við.

Hvenær borgar sig að reka einokun og hvenær ekki?

Náttúruleg einokun (Natural monopoly)

Markaðsaðstæður þar sem meðalframleiðslukostnaður minnkar með aukinni framleiðslu. Þess vegna verður meðalkostnaður framleiðslunnar lægstur þegar að eitt stórt fyrirtæki framleiðir alla þá framleiðslu sem markaðurinn óskar.

Valkostir vegna náttúrulegrar einokunar

Þegar einokun verður vegna fjöldahagkvæmni eru í framhaldinu 3 leiðir færar fyrir þjóðfélagið:

- **Leyfa einokuninni að halda áfram án breytinga**
- **Setja skilyrði á reksturinn**
- **Láta ríkið taka yfir reksturinn**

Ef setja á skilyrði á reksturinn eru aðalega um að ræða tvær aðferðir:

- **Meðalkostnaðarverð**
Ef eftirlitsskrifstofan þvingar einokunarfyrirtækið til að minnka verð niður í skurðpunkt MeðalKostnaðarlínunnar og Eftirspurnarlínunnar. Þýðir þetta að fyrirtækið verður að framleiða fleiri einingar til að ná tekjum upp í kostnað. Þjóðfélagið í heild græðir á þessu og fyrirtækið skilar "normal" bókhaldlegum hagnaði.
- **Markakostnaðarverð**
Önnur aðferð er að þvinga framleiðandann til að fara alla leiðina niður í skurðpunkt JT og Eftirspurnar. Fyrirtækið mun ekki vilja framleiða undir skurðpunkti MK og Eftirspurnar því annars væri það rekið með tapi. Til að reka það með markakostnaðarverðs-aðferð væri nauðsynlegt að ríkið bætti upp það tap sem yrði.

Gallar á þessum aðferðum?

- **Hnökrar á upplýsingaflæði**
Þegar aðferðirnar voru setnar fram var það gefið að vitað væri hvar eftirspurnarlínan lægi, markakostnaður o.fl. Þetta er í raun aldrei hægt að vita með fullri vissu.
- **Kostnaðartilfærslur**
Þegar eftirspurn er nægjanleg minnkar hvatinn til að reka fyrirtækið hagkvæmlega. Þar sem eftirlitsaðgerðir miðuðust út frá kostnaði til framleiðslu er ekkert því til fyrirstöðu að kostnaður hækki óeðlilega og eigendur/starfsmenn fyrirtækisins leyfi sér að njóta ákveðins lúxus á kostnað fyrirtækisins sem þeir hefðu ekki gert áður.
- **Áhrif verðbólgu**
Ef að eftirlitsfyrirkomulag er ávallt byggt á fortíðarupplýsingum (upplýsingum frá síðasta ári) getur verðbólgan sett stórt strik í reikninginn.
- **Gæðaftirlit**
Það er miklu minna verk að hafa eftirlit með verði en gæðum. Fyrirtæki sem vilja hækka verð vörunnar geta oft gert það með því að minnka gæði vörunnar.
- **Sérhagsmunaáhrif**
Það er aldrei hægt að halda eftirlitsaðila gjörsamlega óháðum fyrirtækinu. Hætta er á nokkurs konar leigusækni.

Ríkisrekna fyrirtækið

Ríkisrekin fyrirtæki eru annar möguleiki gegn einokun. Slík fyrirtæki ættu því að vera rekin á þei forsendum að:

- **Þau ættu að vera hagkvæmlega rekin**
- **Verð ætti að vera jafn og markakostnaður**

Mesti vandinn við rekstur ríkisfyrirtækja er þó umboðsvandinn. Hann er nægur fyrir í t.d. hlutafélögum, en verstur er hann í ríkisgeiranum. Þar eru eigendur það margir að upplýsingaflæði milli fyrirtækis og eigenda í heild er nánast ekki neitt. Hætta er á því að stjórnendur slíkra fyrirtækja hafi ekki hagsmuni eigendanna allra að leiðarljósi heldur t.d. sýna eigin sérhagsmuni eða pólitískar skoðanir. Þetta gerir ríkisfyrirtæki að slæmum kosti á móti einokunarfyrirtækjum að mínu mati.

Kafli 21 - Milli samkeppni og einokunar

Markaðsform (Market structure)

Skilgreining á markaði m.t.t. lyklatríða, þ.á.m. fjöldi seljenda, inngönguhindranir, vald fyrirtækja yfir verðstýringu og gerð vara (einsleitar eða staðgöngu.) á markaðinum

Þessi tvö markaðsform sem fjallað var um í kaflanum hér á undan eru ekki nægjanleg til að lýsa flestum mörkuðum. Þá henta tvö millimarkaðsform er kallast, einokunarsamkeppni og fákeppni.

Einokunarsamkeppni

Einokunarsamkeppni (Monopolistic Competition)

Aðstæður þar sem eru fjöldi sjálfstæðra seljenda sem allir framleiða "differentiated" vörur innan sama flokks á markaði með lágum inngönguhindrunum. T.d. Byggingastarfsemi, heildsölur og þjónustustöðvar.

Differentiated vörur

Vörur sem skilja sig frá samskonar vörum vegna gæða, hönnun, staðsetningu og kynningaraðferðum.

Hvernig fer með verð og framleiðslu í einokunarsamkeppni?

Líkt og með einokunarfyrirtækjum geta fyrirtæki á slíkum mörkuðum ekki selt fleiri einingar af vörunni nema þá á aðeins lægra verði. Hjá einokunarfyrirtækjum er mesti hagnaður þegar jaðartekjur eru jafnar jaðarkostnaði. En í einokunarsamkeppni eru næstum engar inngönguhindranir, þannig að óeðlilegur hagnaður á slíkum markaði hlýtur að vera merki til annarra fyrirtækja að koma inn á hann. **Á meðan fyrirtæki í einokunarsamkeppni sýna hagfræðilegan hagnað er von á nýjum keppinautum á markaðinn.** Fyrirtæki framleiða í markinu $JT=JK$. Þegar nýir aðilar koma inn á markaðinn lækka þeir vöruverð, þangað til að það fer niður í $JT = MK$.

Einokunarsamkeppni og full samkeppni borin saman

Þar sem að inngönguhindranir í báðum mörkuðum eru lágar geta fyrirtæki ekki haldi hagfræðilegum hagnaði í langan tíma. Báðir markaðir þvinga seljendur til að reka fyrirtæki sín hagkvæmlega, til þess að þau geti haldist á markaðnum.

Fyrirtæki í fullri samkeppni horfir upp á lárétta eftirspurnarlínu, en fyrirtæki í einokunarsamkeppni upp á hægri-niðurrhallandi línu. Þetta skiptir máli þar sem að jaðartekjur í einokunarsamkeppni minnka við aukna sölu. Til skamms tíma er fyrirtæki í einokunarsamkeppni með hagfræðilegan hagnað eða tap. Til langs tíma er þó hagfræðilegur hagnaður jafn núlli vegna þess frelsis sem ríkir á markaðinum. Þetta er þó aðeins líkan af raunveruleikanum. Við bætist síðan hinn mannlegi þáttur, mismunur á gæðum o.fl.

Hagkvæmni undir einokunarsamkeppni

Hagkvæmni einokunarsamkeppni hefur verið mikið ágreiningsmál meðal hagfræðinga í gegn um árin. Einu sinni var talið að einokunarsamkeppni væri óhagkvæm þar sem að aðilar á slíkum markaði ná ekki að starfa á því afkastastigi sem lágmarkar langtímakostnað. Sá þjóðfélagslegi ávinningur sem fengist við að framleiða að skurðpunktinum $P = MC$ væri tapaður. Einnig var því haldið fram að einokunarsamkeppni leiddi til eyðslusamra auglýsingaherferða sem komu að engu gagni fyrir þjóðfélagið. Nú er hinsvegar haldið fram að það verði að taka með í reikninginn þann ávinning af slíkri samkeppni. Neytendur vilja hafa sem flesta valkosti, það er í raun ávinningur fyrir þá, og þeir eru jafnvel tilbúnir að borga fyrir þennan ávinning. Því er einnig haldið fram að auglýsingarnar komi að miklu gagni við að minnka leitartíma neytenda.

Fákeppni

Fákeppni myndast oftast vegna stærðarhagkvæmni. Fjöldi seljenda í slíkri samkeppni er lítill og verður hvert fyrirtæki að taka viðbrögð hinna fyrirtækjanna með í reikninginn við ákvörðunartöku.

Eins og í einokun eru háar inngönguhindranir. Fyrirtæki geta ekki byrjað smátt og stækkað við sig þar sem að framleiðslumagn þarf að vera mjög mikið til að hægt sé að lágmarka kostnað. Án hárra inngönguhindrana gæti hér verið um einokunarsamkeppni að ræða.

Vandamál: Ef framleiðendur hafa samráð sín í milli um að takmarka magn, geta þeir takmarkað magn og starfað eins og einokunarfyrirtæki, þ.e. gera samsæri gegn almenningi

Verð og magn við fákeppni

Fákeppnisfyrirtæki getur ekki ákvarðað það verð sem skilar mestu hagnaði aðeins með því að líta á eftirspurnina og kostnaðaraðstæður. Það verður einnig að meta hvernig önnur fyrirtæki á markaðinum munu bregðast við verðbreytingum. Þar sem að hver seljandi fyrir sig er háður þessu sama vandamáli er engin leið að segja fyrir um verð á slíkum markaði. Undir fullri samkeppni á fákeppnismarkaði myndi verð og framleiðslumagn enda í skurðpunkti eftirspurnarlínu og Langtíma-Meðalkostnaðarlínu. Undir venjulegum kringumstæðum hefur hvert fyrirtæki fyrir sig mjög stóran ávinning á því að lækka verðið, þar sem Langtímameðalkostnaðarlínan er flöt.

Á fákeppnismarkaði er þó alltaf hættá á því að seljendur stofni með sér bandalag og reyni að halda verðinu háu til að auka hagnað allra fyrirtækja. Slík samtök (t.d. OPEC) framleiða aldrei fyrir alla eftirspurnina heldur aðeins hluta hennar og þá fyrir miklu herra verð. Hvert einstakt fyrirtæki hefur þó alltaf hvata að því að brjóta sáttmálann og lækka verðir agnarögn til að ná fleiri viðskiptum.

Eftirfarandi hindranir geta takmarkað **collusive** hegðurn

- **Þegar fjöldi fákeppnisfyrirtækja er meiri**
Að öllu öðru óbreyttu er hægt að gefa sér þetta þar sem að öll samningagerð og eftirlit verður erfiðari. Ágreiningsmál verða fleiri og fleiri fyrirtæki sjá sér hag í því að brjóta sáttmálann.
- **Þegar erfitt er að sjá og eyða verðlækkunum**
Þetta gerir það að verkum að fyrirtæki hafa minni hvata til þess að gangast í slík sambönd þar sem ekki er hægt að treysta á það að allir fari eftir sáttmálanum.
- **Þegar um lágar inngönguhindranir er að ræða**
Því lægri sem inngönguhindranir eru þeim mun líklegri er að collusion verði brotið aftur með inngöngu nýrra fyrirtækja á markaðinn.
- **Þegar eftirspurnarskilyrði eru óstabil**
Þetta getur skapað ágreining um stefnutöku. Allir aðilar hafa mismunandi skoðanir á framtíðinni.
- **Þegar antitrust regluleir auka kostnað v/collusion**

Óvissa einkennir fákeppnismarkaðinn. Fyrirtæki hagnast á því að bindast samtökum, minnka framleiðslu og auka verð, en þau verða fyrir ákveðnum kostnaði við þetta. Í sumum iðngreinum er markaðsvald fyrirtækja mjög hátt en í öðrum mjög lítið.

Markaðsvald (Market Power)

Möguleiki fyrirtækis að hagnast á því að hækka vöruverð töluvert yfir samkeppnisvöruverð í töluvert langan tíma.

Concentration Ratio

Heildarsala fjögurra (stundum átta) stærstu fyrirtækjanna í iðnaði sem prósentu heildarsölu iðnaðarins. Því hærra sem þetta ratio er, því stærri er markaðsvald nokkura fyrirtækja.

Fyrirtæki sameinuð

Sameiningar fyrirtækja hafa haft mikil áhrif á efnahag USA. Hvati fyrirtækja í fákeppni til þess að sameinast er mikill. Lárétt sameining, þar sem tvö eða fleiri fyrirtæki sameinast í eitt skapar valmöguleika við erfiðleika samkeppninnar og óöryggis sem skapast vegna samningabandalags. Árið 1950 voru sett fram lög í USA sem bönnuðu láréttar sameiningar til þess að auka einokun.

Lárétt sameining (Horizontal Merger)

Tvö eða fleiri fyrirtæki sem eru í sama iðnaði sameinuð í eitt.

Lóðrétt sameining (Vertical Merger)

Sameining tveggja fyrirtækja í eitt, þar sem annað fyrirtækið var seljandi og hitt fyrirtækið var kaupandi fyrir sameiningu, dæmi: Slátrari og matvöruverslun.

Conglomerate Merger

Þegar fyrirtæki sem framleiða óskyldar vörur sameinast.

Kafli 22 - Fyrirtækjaskipulag

Fyrirtæki geta farið ýmsar leiðir í því að flýja frá hörku samkeppninnar. Dæmi um slíkar leiðir eru niðurgreidd verð og sérsamningar:

Niðurgreidd verð (Predatory Pricing)

Þegar fyrirtæki lækkar verð á einhverri vörutegund tímabundið til þess að skemma fyrir eða eyða samkeppnisfyrirtækjum af markaðnum. Síðar meir getur fyrirtækið hækkað verðir á nýjan leik.

Sérsamningar (Exclusive Contract)

Samningur milli framleiðanda og smásala sem bannar smásalanum að bjóða upp á vörutegundir frá samkeppnisfyrirtækjum.

Trust

Þetta var fyrirkomulag sem kom fram í Bandaríkjunum í lok 19 aldar sem var þannig að eignir nokkurra fyrirtækja voru sett í vörslu umboðsmanna sem sáu um **trústið** fyrir hönd eigendanna. Trusts voru notuð til að mynda Carthels.

Herfindahl vísitala (Herfindahl Index)

Mælieining sem sýnir hversu mikil einokunin er á markaði. Hún er fundin út með því að summa (markaðshlutfall hvers fyrirtækis innan atvinnugreinar í öðru veldi).

Kafli 23 - Framleiðsluþættir

Þáttamarkaðir

Markaðir þar sem fyrirtæki krefjast framleiðsluþátta (vinnuafli, fjármagni) frá heimilunum. Auðlindirnar eru síðan notaðar til að framleiða vöru og þjónustu.

Framleiðsluþættir

Land, fjármagn, vélar, vinnuafli, mannauður - þekking, frumkvöðull

Fjármunir (Non-human resources / Physical Capital)

Ómannlegar auðlindir sem hægt er að nota til núverandi- og framtíðarframleiðslu. Dæmi: Vélar, byggingar, land og hráefni. Fjárfestingar geta aukið framboð af nonhuman auðlindum.

Mannauður

Hér er verið að telja þekkingu og vitneskju. Almenn í dag er talið að mannauður sé ein mikilvægasta fjárfesting til velmegunar. Hæfileikar, leikni og heilsa einstaklinga getur haft mikið að segja með núverandi og framtíðar framleiðslu. Með því að fjárfesta í þjálfun og kennslu er hægt að auka framboð af mannlegum auðlindum.

Fjárfesting í manlegum auðlindum

Öll útgjöld til þjálfunar, menntunar og þróunar sem stuðlar að aukningu í framleiðslu einstaklings.

Arfleidd eftirspurn (Derived Demand)

Eftirspurn eftir hlut byggt á eftirspurn eftir framleiðslu sem að viðkomandi hlutur er notaður í. Eftirspurn eftir auðlindum er arfleidd eftirspurn. Eftirspurnarkúrfa eftir framleiðsluþætti hallar niður á við. Ástæður:

- **Skiptihlutfallið í framleiðslu**
Fyrirtæki leitast við að lágmarka kostnað sinn. Þegar verð eins framleiðsluþáttar hækkar leitast fyrirtækið við að skipta þessum framleiðsluþætti út með einhverjum öðrum ódýrari.
- **Skiptihlutfallið í neyslu**
Verðaukning framleiðsluþáttar mun auka verð lokavöru. Við það minnkar eftirspurn eftir lokavörum sem leiðir til minnkandi eftirspurnar framleiðsluþáttarins.

Framleiðandi þarf alltaf ákveðinn tíma til að endurskipuleggja vegna verðbreytinga framleiðsluþátta. Þetta orsakar það að skammtíma-eftirspurn eftir framleiðsluþáttum er óteygjari en langtímaeftirspurn.

Hversvegna hliðrast eftirspurnarlína eftir auðlindum til?

- **Breyting í eftirspurn vöru orsakar svipaða breytingu í esp. eftir þeim auðlindum sem notaðar voru til framleiðslunnar.**
- **Breytingar í framleiðni framleiðsluþáttar breytir esp. eftir honum** Því hærrí framleiðni framleiðsluþáttar, því meiri eftirspurn eftir honum. Framleiðni framleiðsluþáttar fer að miklu leiti eftir hvaða aðrir framleiðsluþættir eru notaðir. Dæmi fjármagn eykur að öllu jöfnu framleiðni vinnuafls.
- **Verðbreytingar annarra skiptiauðlinda breyta esp. eftir auðlind**

Jaðarafköst (Marginal Product)

Breytingin í heildarframleiðslu sem skapast vegna aukningar framleiðsluáttar um eina einingu.

Jaðartekjuframleiðsla (Marginal Revenue Product)

Breytingar í heildartekjum fyrirtækis sem orsakast af aukningu eins framleiðsluþáttar um eina einingu. Jaðartekjuframleiðsla er jafnt og jaðarafköst margfaldað með jaðartekjum framleiðslunnar ($JTF = JT * JA$)

Til þess að finna afleitt eftirspurnarfall verðum við að vita tvennt:

Eftirspurnarfallið og jaðarframleiðslufallið fyrir framleiðsluþáttinn ($JTF = JT * JF$)

Hagnaðar-hámörkunar fyrirtæki mun að öllum líkindum reyna að auka framleiðslu sína svo lengi sem jaðarkostnaður er minni en jaðartekjur. Hægt er að staðfæra þessa reglu yfir á framleiðsluþætti fyrirtækja. Fyrirtæki kaupa notkun auðlindir af eigendum þeirra og greiða fyrir það jaðarkostað auðlindarinnar fyrir hverja einingu. Fyrirtæki græður á því að nota fleiri einingar af auðlindinni, eða þangað til jaðarkostnaður er jafn jaðarframleiðslutekjum.

Hvað ef fleiri auðlindum er bætt við

Hægt er að svara þessari spurningu á tvennan hátt eftir gerð fyrirtækis:

Auðlindasamsetning hjá hagnaðar-hámörkunar fyrirtæki

Það breytir engu hvort um eina auðlind er að ræða eða margar. HH-fyrirtæki heldur áfram að ráða til sín auðlindir meðan Jaðar framleiðslu Tekjur eru minni eða jafnar jaðarkostnaði auðlinanna JTF vinnuafls = P vinnuafls, JTF véla = P véla

Auðlindasamsetning hjá kostnaðar-lágmörkunar fyrirtæki

Ef að fyrirtæki er að lágmarka kostnað sinn verður jaðarkostnaður á hverja auðlind að vera jafn jaðarkostnaði annarra auðlinda fyrirtækisins, t.d.

JF vinnuafls / P vinnuafls = JF véla / P véla =, þannig að hver framleiðsluþáttur fær greitt samkvæmt afköstum sínum.

Samkvæmt lögmálinu um minnkandi afrakstur, minnkar afrakstur framleiðsluþáttar þegar magn hans er aukið að öllu öðru óbreyttu.

Kenningin um jaðarframleiðslu er í raun kenning um eftirspurn eftir framleiðsluþáttum. Hún byggist á því að framleiðendur munu aldrei greiða fyrir notkun á framleiðsluþætti,

umfram afkastavirði hans. Af því leiðir að framleiðsluþættir ættu því allir að fá greitt nákvæmlega eftir hlutfallslegri þáttöku þeirra í verðmætasköpun framleiðslunnar. Þetta stenst ekki í raunveruleikanum þar sem aldrei er hægt að skipta verkmætasköpun niður á einstaka framleiðsluþætti. Einnig myndast verð auðlinda ekki bara af eftirspurn heldur einnig framboði.

Famboð framleiðsluþátta

Áður nefndi ég að framleiðandi myndi halda áfram að ráða til sín framleiðsluþætti á meðan hann myndi hagnast á því. Þetta á líka við um eigendur framleiðsluþátta. Til að framleiðendur geti lokkað þá til sín verða þeir að bjóða upp á a.m.k. jafn góð kjör og þeim standur til boða annarsstaðar. Eigendur framleiðsluþátta munu alltaf reyna að nýta þá þannig að þeir fái sem mestan nettó hagnað. Þegar verð á framleiðsluþætti hækkar dregur sú aukning væntanlega eigendur framleiðsluþátta að markaðnum. Þegar það lækkar, færa eigendur framleiðsluþátta sig yfir í aðrar greinar.

Skammtímaframboð

Eins og um eftirspurnina getur framboð verið mjög mismunandi eftir því hvort litið er til skamms- eða lengri tíma. Skammtíma-framboð er skilgreint sem það framboð á þeim tíma að ekki er hægt að breyta availability á framleiðsluþætti með fjárfestingum.

Hreyfanleiki auðlinda

Segir til um hversu auðvelt það er að færa framleiðsluþætti til. Hér er þá átt við t.d. breytingar á notkun og tilfærslu milli staða.

Hreyfanleiki auðlinda hefur mikið að segja með skammtímaframboð. Ef hreyfanleiki er lítill er skammtímaframboð mjög óteygið, og öfugt ef hreyfanleiki er mikill. Til skamms tíma er þó framboð á auðlindum mjög óteygið og auðlindir oftast lítið hreyfanlegar.

Langtímaframboð

Þegar til lengri tíma er litið getur framboð auðlinda breyst til mua. Vélar brenna út, hæfileikar fólks slakna og frjósemi lands minnkar með notkun. Allt þetta minnkar framboð auðlinda. Framboðið er hinsvegar hægt að auka með fjárfestingu, til t.d: uppbyggingu véla, kennslu o.fl. Framboð eftir bæði ómannlegum og mannlegum auðlindum byggist því fyrst og fremst á afskriftum og fjárfestingu.

Fjárfestinging lýtur þó ákveðnum lögmálum. Með bæði peningaleg og mannleg sjónarmið mun fjárfestir ekki vísvitandi fjárfesta í einhverju sem skilar litlu til baka þegar hærri "ávöxtun" stendur til boða annarsstaðar. Út frá því er hægt að álykta að framboð til lengri tíma sé teygið (miðað við að ekki séu háar inngönguhindranir)

Kafli 24 - Hagnaður, framl. og vinnumarkaðurinn

Hvers vegna er hagnaður ekki sá sammi?

Hagnaður tveggja einstaklinga með sama bakgrunn (menntun, reynslu) og sömu stöðu er oft mjög mismunandi. Ef (a) allir einstaklingar væru einsleiri, (b) öll störf jafn áhugaverð og (c) starfsmenn gætu flutst til að vild, væru tekjur allra starfsmanna þær sömu.

En, allir starfsmenn eru greinilega ekki eins. Þeir eru mismunandi á ákveðnum sviðum sem hafa áhrif á bæði framboð og eftirspurn eftir vinnu þeirra:

- **Framleiðni og sérhæfðir hæfileikar**
Eftirspurn eftir framleiðnimeiri einstaklingum er hærri en eftirspurn eftir framleiðniminni einstaklingum. Framleiðni einstakling byggist á mörgum þáttum, s.s. gáfum, uppeldi, menntun og atorkusemi. Tengingin milli hærri framleiðni og aukinna tekna skapar hvata til fjárfestingar í námi. Einnig geta sérhæfðir hæfileikar skapað auknar tekjur m.v. að það sé eftirspurn eftir þeim.
- **Skoðanir einstaklinga**
Þessi þáttur hefur stór áhrif á tekjur starfsmanna. Fólk hefur mismunandi takmörk í lífi sínu. Sumir einstaklingar vilja mikið a peningum, aðrir eru tilbúinir að vinna myrkrana á milli. Að öllu jöfnu munu þó einstaklingar sem láta hvetjast af peningalegum sjónarmiðum gera þá hluti sem þarf til að geta gert tilkall till hærri launa.
- **Kyn og kynþættir**
Ójafnrétti milli kynja og kynþátta hefur einnig mikil áhrif á tekjuskiptingu. Slíkt ójafnrétti getur takmarkað tekjutækifæri minnihlutahópa og kvenna.

Nonpecuniary Job Characteristics

Vinnuaðstæður, vinnumóral, tilbreyting vinunnar, staðsetning, frelsi starfsmanna, skyldur og önnur atriði sem koma launum ekki við en hafa þó áhrif á það hvernig starfsmenn meta starf.

Uppbætandi launamismunur

Launamismunur sem bæta starfsfólki upp áhættu, óþægilegar vinnuaðstæður og önnur Nonpecuniary Job atriði starfs.

Launamismunur vegna ófæranleika vinnuafis

Það getur verið kostnaðarsamt fyrir vinnuafli að færa sig milli staðsetninga. Í raunveruleikanum hefur vinnuafli líkt og aðrar auðlindir ekki fullkominn hreyfanleika. Eftirspurn eftir vinnuafli er arfleidd eftirspurn. Ef að eftirspurn eftir einhverri vöru hækkar þannig að eftirspurn eftir sérhæfðu vinnuafli eykst, aukast laun viðkomandi starfsmanna vegna ófæranleika vinnuafis. Þessi ófæranleiki getur verið til kominn m.a. af leyfistakmörkunum eða takmörkunum verkalyðsfélaga.

Hagfræði launamisréttis

Hvernig fer misréttið með launatækifæri minnihlutahópa og kvenna? Það fer ekki hjá því að hægt er að skipta vinnumarkaðinum í tvo hópa: óskahópin og afgangshópin. Í óskahópnum eru hvítir karlmenn en í hinum eru kynblendingar og konur. Fyrirtæki hafa meiri eftirspurn eftir starfsfólki úr óskahópnum bæði vegna ytri áhrifa og skoðanna stjórnenda. Þegar afgangshópurinn hefur ekki möguleika á að komast í ýmsar efri stöður sækist hann eftir ýmsum "óæðri stöðum" og skapar mikið framboð, sem orsakar að laun þessa hóps verða lág og launamunur milli hópana verður mikill. Ef að engir fordómar væru lengur í þjóðfélaginu og ekkert misrétti myndi framboð fólks í efri stöður aukast en framboð í óæðri stöður minnka þannig að launamunur myndi minnka.

Hagfræði launaskriðs

Þegar starfsfólki er greitt fyrir vinnu sína er launagreiðslan ekki alltaf í formi peninga, heldur einnig í formi launaskriðs.

Launaskrið (Fringe Benefits)

Hagnaður, fólgin í einhverju öðru en peningum, sem fært er starfsfólki í skiptum fyrir vinnu sem það framkvæmir.

Dæmi um launaskrið eru heilsutrygging, lífeyrissjóðsréttindi, starfsþjálfun, barnagæsla, afnotaréttur af bifreið o.fl.

Líkt og með peningagreiðslur eru launaskriðsgreiðslur dýrar fyrir atvinnurekandann. Þegar ákveða skal hvort ráða á starfsmann eða ekki er litið til **heildarkostnaðar** ráðningarinnar. Starfsmenn verða áfram ráðnir þar til JTF = JK heildarpakkans.

Starfsmenn greiða fyrir launaskrið í formi lægri launa. Launaskrið er því ekki gjöf atvinnurekandans til starfsmannsins, heldur þvert á móti er þetta í raun launagreiðsla.

Mandated Benefits

Launaskrið sem ríkisvaldið krefur atvinnurekendur um að hafa með í launapökkum sínum til starfsmanna.

Einhvað er um það að launaskrið sé þvingað af ríkisvaldinu, eins og t.d. greiðslur fyrirtækja í lífeyrissjóði starfsmanna, sumarleyfi. Ákvarðanir af slíku tagi er þó hægt að rekja til þess hugsunarháttar að launaskrið sé gjöf frá fyrirtækinu og að hægt sé að gera aðstöðu starfsmanna betri með því að auka launaskrið. Þetta er þó rangt frá markaðssjónarmiði séð. Launaskrið er til staðar þegar það er hagkvæmara fyrir báða aðila að haga launagreiðslum þannig.

Framleiðni og laun

Framleiðni vinnukrafts og launagreiðslur eru mjög nátengd. Þetta sést t.d. á launamismun vinnuafis í USA og vinnuafis á Indlandi, en framleiðni í USA er margfalt meiri. Það er að meginstefnu til vegna þeirrar fjármunauppbyggingu sem hefur átt sér stað í hinum vestræna heimi. Hagvöxtur er mjög háður fjárfestingu, bæði í fjármunum og í mannauð.

Er viturlagt að lögsetja lágmarkslaun?

Lágmarkslaun

Lagasetning sem kveður á um ákveðnar lágmarks launagreiðslur í hverjum atvinnuvegi.

Lágmarkslaun koma illa niður á þeim sem eru verst staddir, því þeir lenda líklegast uppi með það að verða atvinnulausir. Fyrirtækin ráða ekki til sín fólk sem skapar ekki nægjar tekjur fyrir laununum sínum. Atvinnurekendur munu skipta út illa-hæfu starfsfólki út fyrir vélar og hæfara starfsfólk. Einnig mun það hafa áhrif, að þegar að vörur framleiddar af láglaunafólki hækka í verði minnkar eftirspurn eftir þeim.

Óbein áhrif lágmarkslauna

Ekki má gleyma því að peningagreiðslur eru aðeins eitt form greiðslna. Þegar lágmarkslaun eru sett eiga atvinnurekendur í engum erfiðleikum með það að ráða til sín fólk. Þeir hafa því lítinn hvata til þes að bjóða upp á hentugan vinnutíma, starfskennslu, stöðugavinnu, launaskrið o.fl. Þannig að gera ráð fyrir því að setning lágmarkslauna lækki gæði ópeningalegra kjara starfsmanna.

Áhrif á störf ungmenna

Rannsóknir sýna að ungt fólk er meirihluti atvinnulaura. Sýnt hefur verið fram á það að hækkun lágmarkslauna auki atvinnuleysi ungs fólks og þá sérstaklega meðal blökkufólks.

Hjálpa lágmarkslaun fátækum

Rökstuðningurinn fyrir lágmarkslaunum er sá að þau munu koma til móts við fátæka, sérstaklega fyrirvinnur sem þurfa að sjá fyrir fjölskyldum. Þó verður af hafa tvennt í huga. Lágmarkslaun tryggja ekki fólki störf. Atvinnulausir myndu líklegast frekar kjósa að starfa undir lágmarkslaunum en að starfa ekki neitt. Í öðru lagi eru flestir þeir sem starfa á lágmarkslaunum ekki að vinna fyrir fjölskyldu sinni (USA). W.R. Johnson og Edgar K. Browning telja út frá þessum rökum að lágmarkslaun komi fátækum að engu gagni.

Kafli 25 - Fjármagn, vextir og hagnaður

Fjármagn (Capital)

Langtímaauðlindir sem eru notaðar til þess að framkeiða gæði. Skipta má þessum auðlindum í tvo flokka: Fjármuni (bygginar, vélar) og mannauð (þekkingu og menntun fólks)

Neysla er lokatakmark allrar framleiðslu, en oftast er ekki hægt að margfalda framleiðslugetu neysluvara með fjárfestingu. Hagfræðingarnir kalla þetta Hringrás framleiðslu:

Hringrás framleiðslu (Roundabout Method of Production)

Notkun auðlinda til framleiðslu tækja, verksmiðja og önnur fjármögnun sem leiðir síðan til framleiðslu neytendagæða.

Tímival (Positive Rate of Time Preference)

Sú almenna löngun að njóta gæða í dag frekar en að njóta sömu gæða í framtíðinni.

Út frá þessari skilgreiningu kemur skilgreiningin um vexti en hún byggist einmitt á því að gæði eru verðmætari í dag heldur en í framtíðinni. Fjárfesting byggir á því að minnka neyslu dagsins í dag í skiptum fyrir neyslu í framtíðinni. Þar sem neysla í dag er ekki sama og neysla í framtíðinni verður væntanleg framtíðarneysla að vera meiri en sú neysla sem við gefum upp á bátinn til fjárfestingar. Þessi mismunur eru vextir.

Nafnvextir (Money Rate of Interest)

Vaxtatekjur/gjöld reiknuð í peningalegum stærðum. Á verðbólgutímum eru nafnvextir nýrra lána/fjárfestinga hærrí en raunvextir þar sem lánardrottinn gera þá kröfu til fjárfestingarinnar að hún rýrni ekki í verði vegna verðbólgunnar.

Raunvextir (Real Rate of Interest)

Nafnvextir að frádreginni væntanlegri verðbólgu. Raunvextir sýna sjálfa vextina m.t.t. til kaupmáttar.

Af hverju eru ekki allir vextir eins?

Margt spilar þar inn í. Ef lánsupphæð er smá er hlutfallslega meiri kostnaður í kringum fjárfestinguna og sá kostnaður getur komið inn í vaxtastigið. Áhætta láns hefur áhrif á vextina, þar sem meiri áhætta kallar á hærri vexti. Ef lánið er til langs-tíma getur það einnig kallað á hærri vexti þar sem óvissa láns eykst með lengd lánstíma.

Helstu áhrifaþættir vaxtaþrósentu eru eftirfarandi: Hreinir vextir vegna tímabilsuppgjöf neyslu, áhættubónus, og verðbólguþónus.

Verðmæti framtíðartekna

Núvirði (Net Present Value, NPV)

Verðmæti framtíðartekna eftir að búið er að niðurstetja það m.t.t. þess að framtíðartekjur eru minna virði en tekjur í dag. Formúlan fyrir núvirði er:
$$NPV = \text{tekjur} / (1 + \text{vextir})^{\text{árafjöldi}}$$

Þannig að núvirði framtíðarpeningagreiðslu er í öfugu sambandi við vaxtaþrósendu og tímalengd fram að greiðslu.

Fjárfestingarákvarðanir

Fjárfestingarverkefni snúast oftast um kaup á langtímaffármunum sem notast til framleiðslu á framtíðargæðum. Þær tekjur sem innheimtast vegna fjárfestingarinnar dreifast oft yfir mörg ár. Núvirðisformúlan gerir fjárfestum kleift að reikna virði ávöxtun fjárfestingarinnar þannig að hægt sé að meta hvort hún sé arðvænleg eða ekki.

Þessi tengsl milli áætlara framtíðartekna og verðmætis eignar skapar mikinn hvata fyrir eignareigendur að sjá til þess að þær séu nýttar skynsamlega. Ef þær eru það ekki fellur verðmæti þeirra og hætta skapast á því að aðrir kaupi þær, auki nýtingu þeirra og selji þær með hagnaði (t.d. yfirtökur fyrirtækja)

Fjárfesting í mannaúði

Fjárfesting í mannaúði ber sömu einkenni og aðrar fjárfestingar. Hægt er að meta verðmæti slíkra fjárfestinga eins um um fjárfestingu í fjármunum sé að ræða. Kostnaður við menntun er fólgin í beinum kostnaði við sjálft námið og einnig þeim fórnarkostnaði sem fellur til (þau laun sem viðkomandi gæti fengið, væri hann ekki í námi). Að vísu eru mörg ópeningaleg atriði sem falla inn í dæmið, eins og löngun til menntunar og von um skemmtilegri vinnu. Ef hægt væri að meta þá hluti til peninga væri hægt að reikna nákvæman ávinning einstaklings af menntun.

Hagfræðilegur hagnaður og ávöxtun

Hagfræðilegur hagnaður (Economic profic)

Sú ávöxtun fjárfestingar sem er umfram fórnarkostnað fjárfestingarinnar (t.d. ávöxtun í spariskýrteinum, o.s.frv). Slíkur hagnaður byggir á einhverjum af eftirfarandi atriðium (eða öllum): (a) Óvissu, (b) frumkvöðlaháttur, (c) einokun

Vextir, hagnaður og dreifing auðlinda

Vextir og hagnaður gegn mikivægu hlutverki í dreifingu auðlinda. Vextir hvetja einstaklinga til að minnka núverandi eyðslu í skiptum fyrir aukna framtíðarneyslu sem er grundvallarskilyrði fyrir fjármagnsuppbyggingu. Hagfræðilegur hagnaður skapar hvata fyrir ákvörðunartaka að leggja út í óvissu-fjárfestingar og finna út og þróa framleiðin fjárfestingartækifæri. Þetta er megin-grunnur velferðarsköpunar.

Kafli 26 - Verkalýðsfélög

Verkalýðsfélag (Labour Union)

Samfélag starfsmanna sem semja við vinnuveitendur sína sem ein heild

Verkalýðsfélög hafa löngum verið mjög umdeild. Sumir halda því fram að verkalýðsfélög séu nauðsynlegur skjöldur starfsmanna fyrir hinum ógnvænlegu atvinnurekendum. Aðrir halda því fram að verkalýðsfélög séu einokunarfélög sem reyni að ná fram mestum ábata fyrir félagi sína á kostnað annara. Svo eru það enn aðrir sem halda því fram að efnahagsleg áhrif verkalýðsfélaga séu blásin upp - að í raun séu þau mjög lítil.

Kjarasamningar (Collective Bargaining Contract)

Nákvæmur samningur milli hóps starfsmanna og atvinnurekanda. Í samningum eru tíundaðir hlutir eins og vinnulaun og vinnuskilyrði.

Til þess að auka mátt sinn semja sum verkalýðsfélög um skylduaðild starfsmanna við atvinnurekendur.

Skylduaðild að verkalýðsfélagi (Union Shop)

Samningar milli verkalýðsfélaga og atvinnurekanda þar sem allir starfsmenn atvinnurekandans eru skyldugir til þess að vera í viðkomandi verkalýðsfélagi. Verkalýðsfélög rökstyðja þetta ákvæði með því að ef allir starfsmenn njóta samninga verkalýðsfélags skulu þeir greiða verkalýðsgjöld og taka þannig þátt í kostnaði.

Verkalýðsfélög gera kjarasamninga við atvinnurekendur sína og gilda þeir í ákveðinn tíma. Að þeim tíma liðnum verður nýr kjarasamningur að liggja fyrir. Því byrja verkalýðsfélög og atvinnurekendur kjarasamningavirðræður löngu áður en eldri samningar renna út. Ef að nýr samningur næst ekki áður en eldri samningur rennur út er enginn samningur gildandi milli aðila, en þeir reyna þá að nota viðskiptalegan mátt sinn til þess að koma andstæðingum til samningaborð. Atvinnurekendur geta stöðvað vinnu starfsmanna, en það kemur sjaldnast til þess. Verkalýðsfélagið sjálft boðar vinnustöðvun í formi verkfalls.

Verkfall (Strike)

Þegar flokkur starfsmanna (verkalýðsfélag) leggja niður vinnu fyrir viðkomandi atvinnurekanda og (b) gera ráðstafanir til varnar því að aðrir einstaklingar vinni fyrir hann í staðin. Tilgangur verkfallsins er að koma hagfræðilegum kostnaði á atvinnurekandann þannig að kröfur verkalýðsfélagsins verði samþykktar

Kostnaður v/verkfalls

Verkfall getur verið kostnaðarsamt bæði fyrir verkalýðsfélaga og atvinnurekanda. Fyrirtækið hættir að geta sinnt þörfum viðskiptavina þess og á það á hættu að missa þá til annars fyrirtækis. Verkfall verður kostnaðarsamara þegar (a) eftispurn eftir vörunni er mikil, (b) erfitt er að safna vörubirgðum og (c) fastur kostnaður er hár, þrátt fyrir enga framleiðslu. Einnig skiptir tímasetning verkfalls máli.

Verkföll eru einnig kostnaðarsöm fyrir félaga verkalýðsfélagsins þar sem þeir fá engin laun greidd. Stemmningin er oftast góð á fyrstu dögum verkfalls, en þegar lengra dregur versnar ástandið. Þessi áhrif magnast upp með tímanum og þvinga annan hvorn aðilann til að beyja sig, eða báða.

Verkföll geta einnig verið kostnaðarsöm fyrir þriðja aðilan sem hafa engin áhrif í kjarasamningunum, t.d. bílaframleiðendur v/verkfalls í stálframleiðslu og foreldrar v/verkfalls kennara, fóstura.

Áhrifamáttur verkalýðsfélaga á launakjör.

Margir halda að kjör launasamninga fari nær eingöngu eftir hæfni verkalýðsforystu til samninga, en markaðsöflin koma þó mikið við sögu. Hækkun launa hækkar kostnað fyrirtækisins. Þegar verkalýðsfélagar horfa fram á mikla samkeppni við fyrirtæki með starfsmenn án verkalýðsfélaga verður erfiðara að láta aukinn launakostnað bitna á kaupendum. Markaðsaðstæður hafa mikil áhrif á kröfur. Þegar eftirspurn eftir vöru er mikil eru kröfur verkalýðsfélaga miklar og fyrirtækið reiðubúnara að koma til móts við kröfur. Þegar eftirspurnin er hinsvegar veik, er kostnaður verkfallsins minni fyrir atvinnurekendur og því erfiðara fyrir verkalýðsfélag að krefjast mikillar hækkunar.

Verkalýðsfélög beita aðallega eftirfarandi aðferðum við að auka laun félaga sinna:

- **Framboðstakmarkanir vinnuafis(Supply restrictions)**
Ef verkalýðsfélag getur minnkað framboð óverkalýðstengdra starfsmanna er hægt að auka launakröfur. Sem fæmu um framboðstakmarkanir eru starfsleyfi, langur þjálfunartími, há inngöngugjöld, innflytjendatakmarkanir og lokun á nýja félaga í verkalýðsfélög. Þetta þýðir að þeir starfsmenn sem eru tilbúnir að vinna á lægra kaupi en taxta verkalýðsfélagsins verða atvinnulausir
- **Samningskraftur (Bargaining Power)**
Með kröftugum verkföllum er hægt að hækka laun. Við það eykst kostnaður atvinnurekenda og hann verður að fækka starfsfólki. Þeir starfsmenn sem eftir sitja njóta hærri launakjara
- **Eftirspurnaraukning (Increase in Demand)**
Verkalýðsfélög reyna oft að auka eftirspurn eftir þeim vörum sem félagar þeirra taka þátt í að framleiða. Ýmsar vörur eru sérmerktar verkalýðsfélaginu og neytendur hvattir til að líta eftir merkinu áður en þeir kaupa ákveða vöru. Einnig geta þau aukið eftirspurn með því að koma í gegn ákveðnum lögum og reglugerðum sem kveða á um lágmarksfjölda starfsmanna fyrir ákveðin verk.

Kraftur verkalýðsfélaga, atvinna og Monopsony

Monopsony

Markaður sem inniheldur aðeins einn kaupanda. Einokun er þegar að seljandinn hefur sérstöðu. Monopsony þegar kaupandinn hefur sérstöðu. Í þessu tilviki er verið að tala um kaupanda vinnuafis.

Dæmi um monopsony er bæjarfélag þar sem er aðeins einn aðal-atvinnurekandi í ákveðinni grein. Atvinnurekandinn er í einokunarstöðu en aðstaða seljenda (starfsmanna) er takmörkuð. Atvinnurekandinn getur haft hagnað af því að takmarka "kaup" á auðlindinni og borgað því verð (laun) sem eru lægri en markatekjur af hverri einingu.

Markapáttakostnaður (Marginal Factor Cost, MFC)

Sá kostnaður sem hlýst af því að ráða til sín viðbótareiningu auðlindar. Þegar atvinnurekandi er smár í samanburði við heildarmarkaðinn er $MFC = \text{verðið á auðlindinni}$. Þegar monopsony ríkir er MFC hærri en verða auðlindarinnar þar sem atvinnurekandinn stendur frammi fyrir upphallandi framboðskúrfu auðlindarinnar.

Hversu marga starfsmenn skyldi hagnaðarhámörkunarfyrirtæki í monopsony aðstöðu ráða? Eftirspurnarfall eftir vinnuafla sýnir hversu mikið hver auka starfsmaður færir fyrirtækinu í aukatekjur. Monopsonískt fyrirtæki heldur áfram að ráða til sín starfsmenn svo lengi sem það færir fyrirtækinu hærri heildartekjur. Afleiðing af þessu er sú að fyrirtækið ræður til sín færri starfsmenn en fyrirtæki við fullkominn markað.

Ef að allir starfsmenn mynda með sér verkalýðsfélag og semja um lágmarkslaun kæmi það í veg fyrir að atvinnurekandinn gæti ráðið fáa starfsmenn og undirborgað þá. MFC yrði lárétt lína, a.m.k. að þeim punkti þangað til lágmarkslaunin eru jöfn framboðskúrvunni. Svo lengi sem MFC er lægri en eftirspurn vinnuafls heldur fyrirtæki áfram að ráða til sín starfsfólk. Með kjarasamningum myndi því bæði laun og atvinna rísa.

Eftirfarandi atriði verður þá að haga í huga

- **Vöruverðshækkun**
Við aukinn launakostnað hækkar vöruverð atvinnurekandans og eftirspurn eftir henni minnkar. Til langs tíma bitnar þetta á fjölda starfsmanna sem fyrirtækið getur haft
- **Nýjir starfsmenn**
Monopsony fyrirtæki getur einnig boðið nýjum starfsmönnum hærri laun en þeim gömlu (betri stöður). Þannig að launum sé haldið í lágmarki hjá þeim sem eru í verstri aðstöðu gagnvart fyrirtækinu.
- **Flutningur vinnuafls**
Monopsony aðstaða er háð framboði á vinnuafl. Vinnuafl er ávallt að einhverju leiti færanlegt og getur því nýting monopsony aðstöðu haft áhrif á framboð vinnuafls.

Styrkur verkalýðsfélaga

Ef verkalýðsfélag á að vera öflugt er nausynlegt að eftirspurn eftir vinnuafla þess sé óteygjin. Þetta gerir því kleyft að afla hárra launahækkanna án þess að uppsagnir starfsmanna fylgi í kjölfarið. Út frá því má álykta að ef eftirspurn eftir vinnu verkalýðsfélaga er óteygjin mun launahækkun koma fram í auknum uppsögnum.

Helstu áhrifavaldar á styrkleika (teygni eftirspurnar) verkalýðsfélaga eru:

- **Framboð af skiptivörum (Availability of substitutes)**
Þegar erfitt er að skipta á vinnukrafti verkalýðsfélaganna og öðrum auðlindum er kraftur verkalýðsfélaganna meiri, þ.e. eftirspurn eftir vinnuframlagi þeirra er óteygnari og áhrif verkfalla mikil.
- **Teygni vörueftirspurnar fyrirtækja með óverkalýðsbundna starfsmenn**
Launakostnaður er stór hluti í kostnaðarlið fyrirtækja. Ef laun hækka leiðir það til verðhækkunar á framleiðsluvörum. Ef teygni "óverkalýðsframleiddra" vara er óteygin minnkar það samningskraft verkalýðsfélaganna, þar sem að hærri vöruverð þýðir minnkun framleiðslu og starfsmanna
- **Kostnaður vegna starfsmanna vs. heildarkostnaður**
Ef kostnaður vegna viðkomandi starfsmanna er lítill miðað við heildarkostnað er eftirspurn eftir því starfsfólki oftast hlutfallslega óteygjun ("importance of being unimportant")
- **Framboðsteygni skipti-auðlinda**
Ef teygni skipti-auðlinda er teygin er teygni eftirspurnar fyrirtækisins eftir starfsfólki teygnari og skerðir kraft verkalýðsfélaga.

Áhrifamáttur verkalýðsfélaga á óverkalýðsbundna

Ef verkalýðsfélög ná fram miklum launahækkunum minnkar atvinna félaga þeirra og sumir þrýstast út úr þeim inn í óverkalýðsbundna hópinn, sem skapar aukið framboð þar og getur orsakað lægri laun meðal óverkalýðsbundinna.

Almennt launastig er háð framleiðni. Lænahækkun er háð aukningu í framleiðni per klst. Auðvitað auka (a) tækniframfarir, (b) aukin fjölbreyttni fjármuna, (c) aukinn mannauðir, (d) aukin hagkvæmni framleiðni fyrirtækisins. Verkalýðsfélög geta aukið laun félaga sinna, en þau geta ekki aukið laun allra starfsmanna nema aðgerir þeirra auki framleiðni vinnuafls.

Lokaorð um verkalýðgfélög:

- **Verkalýðsfélög hafa gegnt stóru hlutverki í þróun formlegra reglna varðandi stöðuhækkunar, launahækkunar, brottvikningar og aðrar hliðar samskipta milli starfsmanna og atvinnurekenda**
- **Verkalýðsfélög hafa lagt áherslu á mikilvægi starfsreynslu**
- **Oft er meira launaskrið stærri hluti heildar-launapakkans hjá verkalýðsbundnum fyrirtækjum en öðrum**
- **Verkalýðsfélög lækka oft "veltuhraða" starfsmanna. Líkur til að sömu starfsmennirnir starfi lengi**

Kafli 28 - Náttúruauðlindir og vistfræði

Náttúruauðlindamarkaðir og hvatar

Eins og í öðrum mörkuðum mun eftirspurn eftir náttúruauðlindum falla og magn rísa þegar verð hækkar (að öðru óbreyttu). Því hærra sem verðið er, því hærri hvati er að varðveita auðlindina og finna skiptivörur fyrir hana.

Teygni eftirspurnar náttúruauðlinda er teygjari til langs tíma en til skamms tíma

Neyslubreytingar með stuttum fyrirvara geta verið kostnaðarsamar, en verða kostnaðarminni með tímanum. Með tímanum er hægt að einangra hús betur, bílar verða sparneytnari, framleiðsluferli verða meira orkusparandi o.s.frv.

Verð auðlindar skiptir miklu máli varðandi nýtingu hennar. Flestir olíubrunnar eru yfirgefnir þegar u.þ.b. 2/3 olíunnar eru eftir. Ef olíuverð væri hærra eru líkur á því að olíufyrirtæki tækju á sig meiri kostnað við að dæla allri olíunni upp. Þegar framtíðarspá segir til um hærra verð aukast þróunar og rannsóknarferli hjá fyrirtækjum.

Verðmæti upplýsingar

Enginn veit hvernig framboð af orkuauðlindum og öðrum auðlindum verður í framtíðinni. Við vitum ekki um magn þeirra auðlinda sem við eigum möguleika á því að finna í framtíðinni. Að finna olíu eða verðmæti jarðlög tekur bæði tíma og peninga (notkun á verðmætum búnaði og sérhæfðu starfsfólki). Því má segja að raunverulegar auðlindir eru dýrar (m.t.t. leitar og þróunarkostnaðar).

Sannaðar birgðir Auðlindir (Proved Reserves)

Sannarlegt magn auðlindar sem hægt er að nýta á núverandi verðlægi og tæknistigi.

Sannar auðlindir gegna oft hlutverki birgða. Fyrirtæki í auðlindaleit leggja ekki í kostnað við auðlindaleit nema þau sjái fram á tekjur í nánustu framtíð. Sannar auðlindir (líkt og birgðir fyrirtækja) nýtast þeim ekki nema til skamms-tíma séð. Leitar og þróunarkostnaður er það mikill að fyrirtæki vilja ekki bera þann kostnað núna fyrir tekjur einhverntíman í framtíðinni.

Ákvarðanir v/auðlinda

Ákvarðanir vegna auðlinda eru teknar á jaðartekju-jaðarkostnaðaráætlunum. Ef við tökum dæmið með olíuborþallana kemur ákveðinn tími þar sem jaðarkostnaður ákveðinnar olíuborholu verður jafn jaðartekjum (eða hærri). Þá tapa eigendur á því að nýta auðlindina frekar.

Fórmarkostnaður

Markaðir nýta þær auðlindir, sem skortur er á, vel þar sem verð hækkar og neytendur hafa hvata á því að nýta hana vel. Hagfræðingar rannsaka oft framkvæmdir stjórnvalda

með því hugarfari að kanna hagkvæmni auðlindanýtingar. Slíkar rannsóknir byggja á mati á fórnarkostnaði og ábata, þ.e. kostnaðarábatagreiningu.

Kostnaðar-ábata greining (Benefit-Cost Analysis)

Þegar hagkvæmni verkefnis er rannsakað með því að bera saman alla fórnarkostnaðarliði og alla ábataliði. Verkefni er sagt hagkvæmt ef það skapar hærri ábata en fórnarkostnað.

Oft getur þó verið erfitt að gera kostnaðar-ábata greiningu:

- **Að setja ákveðna peningaupphæð fyrir hvern kostnaðar- og tekjulið getur oft verið erfitt.**
Oft er ekki hægt að vita verð fyrirfram eða eftirspurn fyrirfram. Kostnaðar og tekjumöt geta verið mjög huglæg
- **Núvirðisútreikningar geta byggt á rangri vaxtaþrósetu**
- **Ákvörðunartakar geta litið fram hjá kostnaðar-/ábatagreiningu þegar þeir taka ákvarðanir um nýtingu auðinda**
Ákvarðanir stjórnvalda eru oft byggðar á styrkleika þrýstihópa en ekki einhverju kostnaðar-ábataspám.

Framtíðarhorfur auðlindamarkaðsins

Er heimurinn að verða búinn með allar náttúruauðlindir? Verðmæti auðlindar byggir á þekkingu á henni og aðstæðum væntanlegra neytenda.

Eignarréttur færir framtíðina til dagsins í dag.

Einn kostur eignarréttar er möguleikinn að áætluð framtíðaráhrif ákvörðunar komi fram í verðmæti dagsins í dag. Þetta þýðir að ef eigandi getur aukið áætlaða framtíðarnýtingu eignar sinnar hækkar hann um leið núverandi verðmæti hennar. Þetta skapar hvata fyrir eigendur að nýta eignir sínar vel.

Auðlindavarðveisla í markaðs- og sósíalistaþjóðfélögum

Eignarréttur gegnir mikilvægu hlutverki við varðveislu auðlinda. Í sósíalískum þjóðfélögum eru tiltölulega fáar auðlindir í einkaeign. Samanburðarannsóknir hafa verið gerðar á auðlindanýtingu í markaðsþjóðfélögum annarsvegar og sósíalistaþjóðfélögum hinsvegar. Niðurstöðurnar voru þær að orkunýting fyrir ákveðna framleiðslu var tvöfalt meiri í sósíalískum þjóðfélögum. Hagkvæmni var miklu meiri í markaðsþjóðfélögum þar sem þar voru til merkjaboð um slæma nýtingu (verðlækkun auðlinda) og þar með virkir hvatar til betri nýtingar. Í sósíalistaþjóðfélögum vantar þessa merkjagjöf og hvata þannig að hagkvæmin var ekki eins mikil. Óhagkvæmni í auðlindanýtingu skapar ekki aðeins beint velferðatap heldur einnig aukna mengun vegna ófullrar nýtingar. Mengun var því að öllu jöfnu meiri miðað við framleiðslu hjá sósíalískum þjóðum.

Eignarréttur og umhverfismál

Mengun er oftast skilgreind sem losun eða leki hætturlega úrgangsefna í umhverfið. Mengunarefni skapa mikinn vanda þegar samsetning og staðsetning valda skaða.

Mengun er eignarréttarvandamál frá tveimur sjónarhornum:

- **Ef auðlindir sem nýtast í mengandi framleiðslu eru í einkaeign og eru verðmætar gefur það eigandaum hvata til að nýta þær betur (minni úrgangur)**
- **Ef að eignarréttur er staðfestur er eigandi skaðabótaskyldur fyrir þeim skaða sem auðlind hans veldur.**

Auðlindareigandi tapar því bæði þegar hann sleppir frá sér nýtanlegum úrgangi og þegar hann á möguleika á því að vera sóttur til saka vegna skaða sem hann verður valdur að. Eigendur auðlinda sem skemmast af völdum mengunar hafa mikin hvata til þess að sækja þá sem ullu skaðanum til saka. Þessi hvati er oft meiri en hvati ríkisins til að ákæra auðlindaeigendur fyrir brot á mengunarlöggjöf.

Kafli 29 - Vandamál markaðsins

Eins og rætt hefur verið um áður gegnir vel starfandi markaður því hlutverki að leiðbeina kaupendum og seljendum með ákvarðanir sínar. Markaðsverð á hverjum tíma veitir ákvörðunartökum þær upplýsingar sem nauðsynlegar eru til ákvörðunar. Verðið gefur hvata til að verðupplýsingar séu nýttar.

Markaðurinn er ekki gallalaus og er talað um markaðsbrest þegar hann gegnir hlutverki sínu ekki sem skyldi.

Markaðsbrestur (Market Failure)

Þegar arkaðskerfinu tekst ekki að ná "ideal" hagkvæmni. Þetta þýðir það að væntanlegur hagnaður liggur óhírtur en kostnaður við að afla hans er meiri en ábati. Því er oft ekki hægt að leiðrétta markaðsbrestinn.

Markaðsbrestir gefa ríkisvaldinu stundum ástæðu til að bæta aðstöðuna. Oftar en ekki verður bæta aðgerðir stjórnvalda ekki neitt.

Ytri kostnaður (External Costs)

Slæm áhrif ákvarðana einstaklings/hóps á velferð óviðkomandi þriðja aðila koma ekki fram í markaðsverðum. Dæmi: drukknir ökumenn, einstaklingar sem henda rusli á víðavang o.fl.

Ef velferðbreytingar á þriðja aðila koma ekki fram í markaðsferðinu er kostnaður vegna þeirra kallaður ytri kostnaður. Ef velferð þriðja aðila eykst við ákvarðanir einstaklings/hóps þá kallast það ytri ábati:

Ytri ábati (External Benefits)

Ábataáhrif einstaklings/hóps á þriðja aðila á þess að til greiðslu komi fyrir ábatann.

Frá stjórnarmiði hagfræðilegrar hagkvæmni borgar sig að grípa til aðgerða aðeins ef að aðgerð eykur ábata umfram þjóðfélagslegan kostnað

Þjóðfélagslegur kostnaður (Social Costs)

Summa (a) kostnaðar sem lendir á ákvörðunartökum og (b) sá ytri kostnaður sem lendir á óháðum aðilum

Ytri áhrif koma til vegna aðgerða neytenda eða framleiðenda. Þegar framleiðandi leggur ytri kostnað á aðra sýnir bókfærður kostnaður fyrirtækisins aðeins beinan kostnað fyrirtækisins, en ekki heildar-þjóðfélagslegan kostnað.

Ef við tökum hóp fyrirtækja sem leggja ytri kostnað á aðra, t.d. fyrirtæki sem veldur mengun við framleiðslu. Beinn kostnaður fyrirtækisins er lægri en þjóðfélagslegur kostnaður. Fyrirtækni framleiða þangað til jaðarkostnaður er jafn jaðartekjum. Út frá þjóðfélagslegu sjónarmiði er þetta óhagkvæmt þar sem beinn kostnaður er ekki heildarkostnaður þjóðfélagsins. Hagkvæmara þjóðfélagslegt jafnvægi ríkir hinsvegar þegar að jaðartekjur eru jafnar jaðar-þjóðfélagslegum kostnaði, en það jafnvægi ríkir í hærra verði og minna magni.

Ytri kostnaður or eignarréttur

Vel skilgreindur eignarréttur er forsenda fyrir efnahagslegri hagkvæmni. Vandamál vegna ytri áhrifa koma vegna þess að eignarréttur er ekki nægjanlega vel skilgreindur.

Oft er litið á eignarrétt sem sjálfsselsku eigandanna. En frekar ber að líta á eignarrétt sem varnarskilgreiningu eigandanna til þess að verja sig gegn sjálfsselsku annara.

Eignarréttur fyrir dómi og lögum

Ef áreksstur verður er einfalt að meta kostnað og ábyrgð vegna skaðans. Ef um ytri kostnað er að ræða (eins og mengun) flækist málið. Vandamálið felst í upplýsingum, en upplýsingar vegna ytri kostnaðs geta verið torfundnar og kostnaðarsamar. Oft er skaði á hvern einstakling hlutfallslega lítill miðað við heildina, þannig að enginn einn einstaklingur hefur sterkann hvata til þess að leggja út í kostnað við að leggja mál fyrir dómstóla. Ef kostnaðurinn er sjáanlegur og sannað mál hver veitti kostnaðinn er málið ekki eins flókið. Því miður er það ekki svo í flestum tilfellum

Sameiginlegur auðlinda- eignarréttur (Common Property Resource)

Auðlind þar sem eignarréttur auðlindarinnar er hjá hópi einstaklinga, þar sem enginn getur gefið réttinn frá sér, flutt hann eða selt hann. Aðgangur að slíkri auðlind er annaðhvort opinn (ótakmarkaður, t.d. loft) eða pólitískt stjórnaður (almenningsgarður). Ef aðgangur er opinn og enginn einn hefur rétt til að stöðva aðra í notkun auðlindarinnar kemur oft til ofnýtingar.

Ytri áhrif og glötuð tækifæri

Afgangsáhrif (Spillover effects) eru ekki alltaf skaðvænleg, því stundum fela þau í sér ytri ábata. Tekjur ákvarðana fyrirtækja sem fela í sér ytri ábata eru ávallt skráðar sem sú upphæð sem fyrirtækið fær. S.s. þjóðfélagslegar tekjur geta verið hærri en beinar tekjur. Þessi mismunur rennur beint til einstaklinga sem tóku engann þátt í að greiða kostnað. Þar sem ekki er hægt að telja þennan ábata saman á einstaklinga og rukka, telja framleiðendur hann sjálfkrafa glataðann. Þeir hafa ekki nægjanlegan hvata til þess að eltast við hann.

Svar stjórnvalda við ytri áhrifum

Stundum er mögulegt að skilgreina eignarrétt betur og fylgja honum eftir. En er hægt að banna alla starfsemi sem leiðir af sér ytri kostnað? Það er ekki hægt vegna þess að svo margar ákvarðanir mannsins fela í sér ytri kostnað. Þó er hægt að taka eftirfarandi skref til þess að ná meiri þjóðfélagslegri hagkvæmni:

- **Mengunarskattur (Pollution tax approach)**
Sumir hagfræðingar vilja sjá mengunarskatt, en það er skattur sem er jafn áætluðum ytri kostnaði sem lendir á þjóðfélaginu. Við slíkan skatt færast markakostnaðarlínan til og nýtt jafnvægi myndast nær hagkvæmu þjóðfélagslegu jafnvægi. Fyrirtækji myndu leita leiða til þess að minnka mengun, ef að kostnaður vegna þeirra leiða er minni en mengunarskatturinn. Samkeppnismarkaður myndi skapast fyrir fjármuni sem draga úr mengun. Það er hinsvegar erfitt að setja svona skatt á þar sem öflugir þrýstihópar framleiðenda berjast stöðugt gegn honum.
- **Reglugerð um hámarksmengun (Maximum emission std. approach)**
Hagfræðingar telja að mengunarskatturinn muni skila mestum árangri. Þó hafa komið upp hugmyndir um að setja reglur um hámarksmengun per framleiðanda. Gallinn er þó að fyrirtæki bera mismunandi kostnað við að draga úr mengun og myndi slík reglugerð koma óréttlátlega niður á framleiðendum.
- **Flytjanlegur mengunarréttur (Transferable emission rights)**
Hagkvæmari útfærsla mengunarrétsins er að þvinga öll fyrirtæki til þess að minnka mengun um ákveðinn hluta. Ef þau minnka mengun meira en lög gera ráð fyrir geta þau framselt umfram mengunarminnkun til annara fyrirtækja. Þetta þykir hagkvæmara þar sem fyrirtæki sem eru í bestri aðstöðu til að minnka mengun nýta tækifæri sitt til þess til að geta selt mengunarrétt til annara.
- **Sérgreiningaraðferðin (Specific Prescription Approach)**
Mengunarréttur þykir óhagkvæmur en mengunarskattur. En þessi aðferð þykir þó enn óhagkvæmari. Með henni er reynt að finna lausn við hverju mengunarvandamáli og þvinga henni á alla aðila. Slíkar "lausnir" geta þó tafið þróun á hagkvæmari lausnum þar sem aðeins ein er lögleg

Á ríkisvaldið ávallt að taka völdin varðandi ytri árf?

Þótt ytri áhrif séu til staðar er ekki alltaf hægt að ná hinni réttu þjóðfélagslegri hagkvæmni.:

- **Stundum er hagfræðileg óhagkvæmni vegna ytri áhrifa það lítil að kostnaður vegna leiðréttingar yrði miklu meiri en ábatinn**
- **Markaðurinn leitar oft sjálfkrafa að nægjanlega hagkvæmum lausnum vegna ytri áhrifa**
Ef ytri áhrifin eru mikil hafa aðilar á markaðum hvata til þess að minnka áhrifin með því að fá greitt fyrir þau eða að minnka þau.
- **Aðgerðir ríkisvalsins geta stofnað til ytri kostnaðar á þriðja aðila**
Aðgerðir til leiðréttingar fela í sér kostnað og ákveðinn hluti hans getur lent á þriðja aðila sem fær engann ábata. Þessi hliðarkostnaður er oft meiri en upprunalega ójafnvægið.

Markaðsbrestur - almannagæði

Almannagæði (Public Goods)

Framboð almannagæða til eins einstaklings eru jöfn og til allra annara. Vegna þessarar breiðu neyslu er ekki hægt að útiloka þá sem greiða ekki skatta frá neyslu. Dæmi um hrein almannagæði eru gæði andrúmsloftsins og varnarkerfi þjóðar. Heilsugæslukerfi flokkast t.d. ekki undir almannagæði

Þer sem ekki er hægt að útiloka þá sem greiða ekki fyrir gæðin hefur hver og einn hvata til þess að gerast laumufarþegi

Laumufarþegi (Free Rider)

Einstaklingur sem fær ábata af einhverjum gæðum án þess að taka þátt í að greiða kostnað. Almennagæði gefa einstaklingum hvata til þess að gerast laumufarþegar

Gæði sem eru næstum því almannagæði

Ekki falla öll gæði undir skilgreiningu almennra gæða, en eru þó ansi nálægt því. Gæði sem fjöldi fólks neytir í einu en veita möguleika á því að útiloka þá sem ekki borga eru dæmi um slík gæði. Hér er um að ræða t.d. fótboltaleiki, sjónvarp, hraðbrautir milli fylkja o.s.frv. Er réttlætalegt að rukka hvern og einn um gjald þegar að kostnaður vegna hvers auka-neytenda er 0? Jú það er skortur á þessum vörum, ef verð á þeim er 0 er ekki hægt að komast að því hversu mikils virði þær eru fyrir neytendur.

Ef verð er á vörunni og neytendur verða óánægðir minnka þeir neyslu sína. Þetta gefur framleiðanda gæðanna, stjórnvöldum, hvata til þess að sinna þörfum neytenda.

Markaðsbrestur - lélegar upplýsingar

Í raunveruleikanum eru allar ákvarðanir teknar með ófullnægjandi upplýsingum. Ákvörðunartakar geta því lent í því að taka rangar ákvarðanir vegna upplýsingaskorts.

Markaðurinn sjálfur gefur kaupendum hvata til þess að afla upplýsinga um vöru í boði og seljandanum hvata til þess að kynna og auglýsa vöruna (koma upplýsingum til neytenda).

Upplýsingavandamál neytenda er mjög lítið ef hann kaupir viðkomandi gæði reglulega. Neytandinn notar reynslu fyrri kaupa til framdráttar þegar hann kaupir samskonar gæði aftur. Þetta gefur seljandanum hvata til þess að veita neytendum eins nákvæmar upplýsingar og hægt er, ef hann stefnir að langtímahagnaði.

Vandamál vegna ónægra upplýsinga kemur helst upp þegar erfitt er að bera samskonar gæði saman og þau eru sjaldan keypt af sama framleiðenda og ekki er hægt að sjá aukaverkanir kaupanna fyrirfram. Þegar erfitt er fyrir neytendur að greina á milli hágæða vöru og lággæða vöru hafa framleiðendurnir hvata til þess að lækka vöruverð á kostnað gæða. Hér geta stjórnvöld haft ástæðu til að skerast í leikinn ef þetta snýst t.d. um öryggiskerfi bíla eða lyfjasölu.

Frumkvöðlar og upplýsingar

Neytendur hafa hvata til þess að afla upplýsinga en oft er kostnaður við upplýsingaleit mikill. Frumkvöðlar hafa því hvata til þess að einfalda upplýsingaleit fyrir neytendum. Dæmi um slíkar aðgerðir eru sérhæfð tímarit sem miðla upplýsingar um vörugæði (t.d. tölvublöð). Neytendasamtök eru dæmi um frumkvöðla í einföldun upplýsingaleitar. Enn eitt dæmi eru framleiðsluleyfi og vörumerki. Ef þú verslar við fyrirtæki sem hefur framleiðsluleyfi veist þú hverju þú gengur að þegar þú verslar við annað fyrirtæki með samskonar framleiðsluleyfi. Vörumerki gefa neytendum einnig tryggingu fyrir gæðum.

Faldar upplýsingar

Annað upplýsingavandamál á markaðnum er Assymmetric Information Problem

Vandamál falinna upplýsinga (Asymmetric Information Problem)

Vandamál sem er til staðar þegar seljandinn býr yfir upplýsingum sem kaupandinn veit ekki um (eða öfugt).

Dæmi um þetta vandarmál er þegar seljandi notaðra bíla veit hvaða bílar eru bestir miðað við verð en kaupandinn veit það ekki. Annað dæmi er þegar einstaklingur fær sér heilsutryggingu en gefur ekki upp allar upplýsingar sem varða væntanlegt heilsufar.

Kafli 30 - Almannafræðingur

Áhrif stjórnvalda hafa sterk áhrif á efnahagslífið. Á seinustu þremur áratugum hafa almannafræðingar stórbætt þekkingu okkar á lýðræðislegum stjórnmálum.

Almannafræðin segir að það geti verið tvær meginástæður fyrir pólitískum aðgerðum:

- **Leiðrétting vegna markaðsbrests**
- **Rentusækni (hagnast á kostnað almennings)**

Þegar þjóðfélagsins hagnast af leiðréttingum markaðsbrests hvort sem verið er að leiðrétta vegna ytri áhrifa, almannafræðingur, skorts á samkeppni eða upplýsingaskorts. Ávallt má líta á aðgerðir stjórnvalda með hagfræðilegu sjónarimiði. Ekki eru allar aðgerðir stjórnvalda jafn vel-heppnaðar og sumar skerða velferð.

Brestur stjórnvalda (Government Failure)

Slíkur brestur verður þegar aðgerðir stjórnvalda ná ekki "ideal" hagfræðilegri hagkvæmni.

Fulltrúalýðveldi

Í nútíma lýðræðisríkjum kjósa þegar fulltrúa sína til þess að stjórna fyrir þeirra hönd. Þessir fulltrúar ráða síðan til sín embættismenn til þess að sjá um daglegan rekstur ríkisins. Ákvarðanir stjórnvalda byggjast á samskiptum milli þessara þriggja hópa: kjósenda, stjórnmálamanna og embættismanna. Kjósendur eru líkt og neytendur vörutegundar, þeir gefa styrk til þeirra sem gera góða hluti að þeirra mati með atkvæðum sínum. Líkt og markaðsfrumkvöðlar hanna stjórnmálamenn og útfæra lög og reglugerðir í von um þjóðfélagslegan hag.

Hagfræðingar nota eiginhagsmunahvata mikið til þess að skilja hegðun neytenda, viðskiptaákvarðanir og auðlindaframboðsákvarðanir. Einnig er hægt að nota eiginhagsmunahvata til þess að greina stjórnmál. Stjórnmálamenn, líkt og aðrir einstaklingar, hafa sína eigin hvata sem hafa áhrif á ákvarðanir þeirra.

Neytandinn - atkvæðagjafinn

Eiginhagsmunaákvæðið segir til um að kjósendur, líkt og neytendur á gæðamarkaði, spurji: "Hvað getur þú gert fyrir mig og hvað mun það kosta mig mikið?". Því hærri sem áætlaður nettó ábati einstaklings ef einhver fulltrúi nær framboði, því meiri líkur eru á að viðkomandi einstaklingur kjósi hann. Kjósendur hafa hvata til þess að kjósa þá sem þeir trúa á að færi honum mest pólitísk gæði, þjónustu og millifærslur, að frádregnum persónulegum kostnaði.

En atkvæði eins kjósenda hefur lítið vægi þegar um stórt kjördæmi er að ræða. Vægið er oftast það lítið að hver einstaklingur fyrir sig telur sig hafa lítinn ábata af því að afla sér mikilla upplýsinga um frambjóðendur. (**Rational Ignorance Effect**). Ef að neytandi velur ranga vöru geldur hann þess persónulega. Ef að kjósandi kys rangan stjórnmálamann (vegna ónógra upplýsinga) skiptir það í raun ekki eins miklu máli fyrir einstaklinginn þar sem atkvæði hans skipti svo litlu máli. Út frá þessu má álykta að val neytenda á gæðamarkaði séu betur upplýstir um það sem er í boði en kjósendur á

pólítískum markaði. Sá tími sem einstaklingur notar í upplýsingaleit byggist á kostnaðar-ábatareglunni. Sjáanlegur ábati eins atkvæðis getur verið mjög lítill.

Pólítískir frambjóðendur

Almannavalsfræðin segir að helsti hvati stjórnámálanna sé atkvæðaleit. Sama hver hvatinn er, veltur möguleiki stjórnámálmanns að keppast að stefnumarkmiðum sínum á hæfileikanum að hljóta kostningu og síðar endurkjör. Til þess að hljóta kostningu verða frambjóðendur því að koma upplýsingum um sig til kjósenda en það kostar oft stórfé.

Oftast gerast einstaklingar stjórnámálammenn til þess að hjálpa samborgurum sínum og leggja einhvað til málanna. En slíkt er ekki hægt að gera án þess að taka þátt í pólítíska slagnum um atkvæði. Kjósendur nenna ekki að leita eftir þeim af sjálfsdáðun, frambjóðendur verða að fara til fólksins.

Þeir sem komnir eru við stjórnvölinn hafa sterkan hvata til þess að taka ákvarðanir sem auka endurkjörs-líkur þeirra. Ef þeir gera það ekki og finnst það kannski siðferðislega rangt eiga þeir það á hættu að annar taki við stöðu þeirra en þeir detti út.

Leiðrétting markaðsbrests og eftirspurn eftir ríkisvaldi

Einstaklingar eru þáttakendur á mörkuðum vegna þess að sú þáttaka er framleiðin (þ.e. færir báðum aðilum viðskipa ábata). Einstaklingar krefjast einnig ákveðinna aðgerða að hálfu stjórnvalda ef þeir telja þær vera framleiðnar (skapa meiri ábata en kostnað) Dæmi um þetta eru aðgerðir gegn markaðsbrestum. Hegningarlög eru t.d. sett til þess að vernda þegna gegn óæskilegum ytri áhrifum (þjófnaði, svikum o.fl.).

Skilgreiningin á almannagæðum sýnir að ekki er hægt að láta öll gæði fara í gegn um hreinan markað. Erfitt væri að vernda aðeins þá sem greiddu til þjóðaröryggis, ef innrás yrði. Að lögleiða þjóðaröryggi og innheimta skatt til þess að greiða niður kostnað skapar hagkvæmara jafnvægi, ef gefið er að flestir þegnar séu þeirrar skoðunar að þjóðaröryggi sé nauðsynlegt.

Dreifing kostnaðar og ábata

Ef að kostnaður og ábati dreifist jafnt yfir alla kjósendur hafa stjórnvöld hvata til að hrinda hagkvæmum verkefnum í gang..

Ef kostnaður lendir á fáum, en ábatinn á mörgum eru líkur á því að stjórnvöld hafni sumum hagkvæmum verkefnum. Tapið er augljósara fyrir þessum fáu sem verða fyrir því en þessum mörgu sem hljóta ábatann.

Ef kostnaður lendir á mörgum en ábati á fáum eru líkur á því að stjórnvöld hrindi sumum óhagkvæmum verkefnum í gang.

Rentusókn, sérhagsmunir og stjórnarrestir

Tilkoma sérhagsmunahópa skýrir mörg af þeim vandamálum sem verða til þess að minnka heildarvelferð þjóðar. Mörg dæmi eru til þess að stjórnámamenn taki pólitískar ákvarðanir sem styrkji fámennan hóp (hóp sem tekur eftir styrkjunum og leggi stjórnámamönnum lið) á kostnað allrar þjóðarinnar.

Logrolling

Ákveðnir óformlegir samningar milli stjórnámamanna sem snúast um það að annar aðilinn styrki ákveðið frumvarp ef hinn stjórnámamaðurinn styrkir annað frumvarp. Þannig geta stjórnámamenn komið mörgum málum í gegn um þingið, sem aldrei hefðu komist í gegn ef kosið hefði verið um hvert mál fyrir sig, óháð öðrum málum.

Logrolling eykur enn á vitleysuna varðandi sérhagsmunahópa. Ef sérhagsmunahópar þrýsta nægjilega hart að ákveðnum stjórnámamanni getur það haft áhrif á ákvarðanir fleiri stjórnámamanna, ef sá fyrsti er reiðubúinn að gefa eftir í öðrum málum.

"Svíns-tunnu löggjöf" (Pork-Barrel Legislation)

Önnur útgáfa af logrolling. Hér er ýmsum tillögum skotið saman í pakka sem allar snúast um það að ákveðnir landshlutar hagnast á kostnað þjóðarinnar í heild sinni. Oftast er kostnaður meiri en ábati, en þar sem að í því eru hagsmunamál margra stjórnámamanna eru meiri líkur á því að ná í gegn, þrátt fyrir óhagkvæmni. Hagsmunaraðilum er mikið í mun að njóta ábata þessara verkefna án þess að þurfa að greiða stóran hluta kostnaðarins.

Hvers vegna gengur þetta svona fyrir sig? Hver stjórnámamaður er kosinn á ákveðnum landshluta. Til þess að hljóta endurkjör verða kjósendur á þeim landshluta að vera ánægðir með störf hans. Kjósendur hugsa um eigin hagsmuni og eru líklegri til að kjósa stjórnámamann sem gerir það líka. Ef að samþykki svíns-tunnu frumvarps kemur landshluta viðkomandi stjórnámamans til góða, án þess að kostnaður sé meiri hefur hann hvata til þess að samþykkja það þrátt fyrir mögulega þjóðfélagslega óhagkvæmni.

Brestur stjórnvalda - sammsýnisáhrifin

Það sem gerist fyrir næstu kosningar skiptir miklu máli fyrir stjórnámamenn. Það er mjög erfitt fyrir kjósendur að sjá og átta sig á framtíðarábata og framtíðarkostnaði, sérstaklega ef um flókið stjórnkerfi er að ræða. Þeir hafa líka lítinn ávinning í að grafast fyrir um þessi mál. Því er það oft svo að besti mælikvarði kjósenda á árangri stjórnámamanna er staðan í þjóðfélaginu rétt fyrir kosningar og árangur stjórnámamanna **á seinasta kjörtímabili**. Ef að stjórnámamaður samþykkti kostnað á núverandi tímabili í skiptum fyrir framtíðartekjur væru miklar líkur til þess að endurkjörsmöguleikar hans minnkuðu. Út frá þessu má álykta að stjórnálaferillinn sé bjagaður í átt að skammtíma-stjórnámálum í stað þess að stefna á langtímaávinning þjóðfélagsins. Megininntakið í þessu er að ákvarðanir sem eru hagkvæmar út frá ábata og kostnaði þjóðfélagsins eru kannski ekki hagkvæmar fyrir stjórnámamenn.

Brestur stjórnvalda - lítill hvati fyrir innri hagkvæmni

Daglegur rekstur ríkisvaldsins er í höndum embættismanna. Stærstur hluti tekna þeirra samanstendur af föstum launagreiðslum án tillits til árangurs. Stjórnámamenn gefa hverri stofnun ákveðna fjárhagsáætlum og fyrirmæli hvernig peningnum skal varið. Hjá einkafyrirtækjum er mikill akkur í því að hafa reksturinn eins hagkvæmasta og kostur er, því lægri kostnaður (cetrus paribus) leiðir til meiri hagnaðar. Stjórnendur hafa þennan hvata vegna þess að óhagkvæmni leiðir til minni hagnaðar og lækkun á gengi hlutabréfa. Við slíka lækkun eykst hættan á yfirtöku, sem leiðir af sér brottvikningu stjórnenda. Í ríkisgeiranum er slíkur hvati ekki til staðar og því eru meiri líkur á óhagkvæmni í rekstri.

Slík óhagkvæmni í rekstri ríkisfyrirtækja bitnar fyrst og fremst á skattgreiðendum. Skattgreiðandinn myndi hljóta meiri ábata/kostnað væru ríkisfyrirtæki rekin ein hagkvæmlega og einkafyrirtæki.

Eftirfarandi þættir hafa áhrif á óhagkvæmni á gæðamarkaðinum

- **Ytri kostnaður og ábati**
- **Almannagæði**
- **Einokun**
- **Óupplýstir neytendur**

Eftirfarandi þættir hafa áhrif á óhagkvæmni á stjórnámamarkaðinum

- **Lítill afskipti kjósenda; Fáir þekkja kostnað og ábata stjórnámamalegra aðgerða til fulls.**
- **Völd sérhagsmunahópa**
- **Skammsýnisáhrifin**
- **Lítill hvati til rekstrarhagkvæmni**