

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ, ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ
ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΤΩΝ ΑΓΟΡΩΝ

ΟΤΑΝ ΟΙ καταναλωτές πηγαίνουν στα κρεοπωλεία να αγοράσουν γαλοπούλα για το γεύμα της Εορτής των Χριστουγέννων, ίσως νιώθουν απογοήτευση βλέποντας πόσο υψηλή είναι η τιμή της γαλοπούλας. Ταυτόχρονα, όταν οι αγρότες φέρουν στην αγορά τις γαλοπούλες τους, θέλουν να τις πωλήσουν όσο πιο ακριβά είναι δυνατόν. Ουδείς, φυσικά, εκπλήσσεται από τις διαπιστώσεις αυτές: Οι αγοραστές πάντοτε επιθυμούν να αγοράζουν φθηνά και οι πωλητές θέλουν πάντοτε να πωλούν ακριβά. Υπάρχει, όμως, μια «δίκαιη τιμή» για τις γαλοπούλες από τη σκοπιά της κοινωνίας;

Σε προηγούμενα Κεφάλαια είδαμε με ποιο τρόπο, στις οικονομίες της αγοράς, οι δυνάμεις της προσφοράς και της ζήτησης καθορίζουν τις τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών και τις ποσότητες που πωλούνται. Μέχρι τώρα έχουμε περιγράψει τον τρόπο με τον οποίο οι αγορές κατανέμουν τους σπανίζοντες πόρους χωρίς να ασχοληθούμε άμεσα με το ζήτημα κατά πόσον οι αγοραίες αυτές κατανομές είναι επιθυμητές ή όχι. Με άλλα λόγια, η ανάλυσή μας ήταν θετική (τι υπάρχει) και όχι κανονιστική (τι θα έπρεπε να υπάρχει). Γνωρίζουμε ότι η τιμή της γαλοπούλας προσαρμόζεται ώστε να εξασφαλιστεί ότι η προσφερόμενη ποσότητα θα είναι ίση με τη ζητούμενη ποσότητα. Αλλά, στην τιμή ισορροπίας, η ποσότητα γαλοπούλας που παράγεται και καταναλώνεται είναι μικρή, μεγάλη ή η σωστή ποσότητα;

Στο παρόν Κεφάλαιο θα καταπιαστούμε με το θέμα της **οικονομικής της ευημερίας** (welfare economics), δηλαδή τη μελέτη του τρόπου με τον οποίο η κατανομή των παραγωγικών πόρων επηρεάζει την οικονομική ευημερία των πολιτών. Πρώτα πρώτα θα εξετάσουμε τα οφέλη που αποκομίζουν οι αγοραστές και οι πωλητές από τη συμμετοχή τους στην αγο-

Θα εξετάσει τη σχέση προθυμότητας αγοράς να πληρωθεί ένα αγαθό και της κατανάλωσής του.

Θα μάθουμε να ορίζουμε και να μετράμε το πλεόνασμα καταναλωτή.

Θα εξετάσουμε το δεσμό κόστους-πληρωμής για την παραγωγή ενός αγαθού και καμιά προσοχή.

Θα μάθουμε να ορίζουμε και να μετράμε το πλεόνασμα παραγωγού.

Θα δούμε η ισορροπία της προσφοράς και της ζήτησης μεγιστοποιεί το συνολικό πλεόνασμα στην αγορά.

οικονομική της ευημερίας η μελέτη του τρόπου με τον οποίο κατανέμονται οι περιορισμένοι πόροι ώστε να αυξηθεί η ευημερία των ατόμων

ρά. Έπειτα θα δούμε πώς μπορεί η κοινωνία να διευρύνει, όσο είναι δυνατόν, τα οφέλη αυτά. Η ανάλυση αυτή οδηγεί σε ένα βαρυσήμαντο συμπέρασμα: Η ισορροπία της προσφοράς και της ζήτησης στην αγορά μεγιστοποιεί τα συνολικά οφέλη που αποκομίζουν οι αγοραστές και οι πωλητές.

Όπως θα θυμάστε από το Κεφάλαιο 1, μία από τις Δέκα Αρχές της Οικονομικής είναι ότι οι αγορές είναι συνήθως ένας καλός τρόπος οργάνωσης της οικονομικής δραστηριότητας. Η μελέτη της οικονομικής της ευημερίας εξηγεί πληρέστερα την αρχή αυτή. Επίσης, απαντά στο ερώτημά μας σχετικά με τη δίκαιη τιμή της γαλοπούλας: η τιμή που εξισορροπεί την προσφορά με τη ζήτηση της γαλοπούλας είναι, κατά μία ορισμένη έννοια, η καλύτερη, επειδή μεγιστοποιεί τη συνολική ευημερία των καταναλωτών και των παραγωγών γαλοπούλας.

ΤΟ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

ΑΡΧΙΖΟΥΜΕ τη μελέτη της οικονομικής της ευημερίας παρατηρώντας τα οφέλη που αποκομίζουν οι αγοραστές συμμετέχοντας στην αγορά.

ΠΡΟΘΥΜΙΑ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

ΕΣΤΩ ότι έχετε ένα δίσκο σε άριστη κατάσταση από το πρώτο άλμπουμ του Έλβις Πρίσλεϋ. Επειδή δεν είστε θαυμαστής του Έλβις Πρίσλεϋ, κάποια στιγμή αποφασίζετε να πωλήσετε το δίσκο. Ένας τρόπος να τον πωλήσετε είναι να οργανώσετε δημοπρασία.

Στη δημοπρασία προσέρχονται τέσσερις θαυμαστές του Έλβις Πρίσλεϋ: ο Τζων, ο Πωλ, ο Τζωρτζ και ο Ρίνγκο. Όλοι θα ήθελαν να αποκτήσουν το δίσκο, αλλά υπάρχει κάποιο όριο στο χρηματικό ποσό που καθένας τους είναι διατεθειμένος να πληρώσει. Στον Πίνακα 7.1 βλέπουμε τη μέγιστη τιμή που είναι διατεθειμένος να πληρώσει καθένας από τους τέσσερις ενδιαφερόμενους. Η μέγιστη αυτή τιμή ονομάζεται **προθυμία πληρωμής** (willingness to pay). Η προθυμία πληρωμής δείχνει πόσο αποτιμά ένας αγοραστής το αγαθό που θέλει να αποκτήσει. Κάθε αγοραστής, βέβαια, θα ήθελε να αγοράσει το άλμπουμ σε τιμή μικρότερη από αυτήν που είναι «πρόθυμος να πληρώσει», και δεν θα δεχόταν να αγοράσει το

προθυμία πληρωμής το μέγιστο ποσό που ο αγοραστής είναι πρόθυμος να πληρώσει για να αποκτήσει ένα αγαθό

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1
Η Προθυμία Πληρωμής Τεσσάρων Πιθανών Αγοραστών

Αγοραστής	Προθυμία Πληρωμής
Τζων	100 δολ.
Πωλ	80
Τζωρτζ	70
Ρίνγκο	50

άλμπουμ σε τιμή υψηλότερη από εκείνη την οποία ήταν «πρόθυμος να πληρώσει». Τέλος, θα ήταν αδιάφορος αν του δινόταν η δυνατότητα να αγοράσει το συγκεκριμένο αγαθό ακριβώς στην τιμή που είναι «πρόθυμος να πληρώσει».

Για να πωλήσετε το άλμπουμ σας, ξεκινάτε τη δημοπρασία από χαμηλή τιμή, ας πούμε 10 δολάρια. Επειδή και οι τέσσερις επίδοξοι αγοραστές είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν πολύ περισσότερα, η τιμή ανεβαίνει γρήγορα. Η δημοπρασία σταματά όταν ο Τζων δηλώνει ότι είναι διατεθειμένος να πληρώσει 80 δολάρια (ή λίγο περισσότερα). Στο σημείο αυτό, ο Πωλ, ο Τζωρτζ και ο Ρίνγκο αποσύρονται από τη δημοπρασία, επειδή δεν είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερα από 80 δολάρια. Ο Τζων, λοιπόν, σας δίνει 80 δολάρια και παίρνει το άλμπουμ. Θα παρατηρήσατε, ασφαλώς, ότι το άλμπουμ κατέληξε στον αγοραστή που αποτιμούσε υψηλότερα από κάθε άλλον την αξία του άλμπουμ.

Ποιο όφελος αποκομίζει ο Τζων από την αγορά του άλμπουμ του Έλβις Πρίσλεϋ; Κατά μία έννοια, ο Τζων έκανε μια πραγματικά συμφέρουσα ανταλλαγή: Ήταν διατεθειμένος να πληρώσει 100 δολάρια για να αγοράσει το άλμπουμ, αλλά τελικά το απέκτησε καταβάλλοντας μόνο 80 δολάρια. Λέμε, λοιπόν, ότι ο καταναλωτής είχε **πλεόνασμα καταναλωτή** ύψους 20 δολαρίων. **Πλεόνασμα του καταναλωτή** (consumer surplus) είναι το ποσό που ένας αγοραστής είναι πρόθυμος να πληρώσει για ένα αγαθό μείον το ποσό που πληρώνει τελικά για να το αποκτήσει.

Το πλεόνασμα του καταναλωτή μετρά το όφελος για τους αγοραστές από τη συμμετοχή τους στην αγορά. Στο παράδειγμα αυτό, ο Τζων έχει ένα όφελος 20 δολαρίων από τη συμμετοχή του στη δημοπρασία, επειδή πλήρωσε τελικά μόνο 80 δολάρια για ένα αγαθό του οποίου την αξία αποτιμά σε 100 δολάρια. Ο Πωλ, ο Τζωρτζ και ο Ρίνγκο δεν αποκόμισαν κανένα πλεόνασμα καταναλωτή από τη συμμετοχή τους στη δημοπρασία, επειδή έφυγαν χωρίς να αποκτήσουν το άλμπουμ, αλλά και χωρίς να πληρώσουν τίποτα.

Ας δούμε τώρα ένα κάπως διαφορετικό παράδειγμα. Ας υποθέσουμε ότι έχετε δύο απολύτως όμοια άλμπουμ του Έλβις Πρίσλεϋ και θέλετε να τα πωλήσετε. Και πάλι, στη δημοπρασία που οργανώσατε προσέρχονται πιθανοί αγοραστές. Για να μείνουν τα πράγματα απλά, υποθέτουμε ότι πρόθεσή σας είναι να πωλήσετε τα δύο άλμπουμ στην ίδια τιμή και, δεδομένου ότι κανείς αγοραστής δεν ενδιαφέρεται να αγοράσει και τα δύο, η δημοπρασία συνεχίζεται μέχρις ότου εγκαταλείψουν οι δύο από τους τέσσερις πιθανούς αγοραστές.

Στην περίπτωση αυτή, η δημοπρασία σταματά όταν ο Τζων και ο Πωλ προσφέρουν 70 δολάρια (ή λίγο περισσότερα). Στην τιμή αυτή, ο Τζων και ο Πωλ είναι ευτυχής που μπορούν να αποκτήσουν καθένας

πλεόν καταναλωτή μείον που ο αυτός πληρώ

τους από ένα άλμπουμ του Έλβις Πρίσλεϋ, ενώ ο Τζωρτζ και ο Ρίνγκο δεν είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν τόσα χρήματα για το άλμπουμ. Ο Τζων και ο Πωλ αποκομίζουν ένα πλεόνασμα καταναλωτή που είναι ίσο με τη δική τους προθυμία πληρωμής μείον την τιμή. Το πλεόνασμα καταναλωτή του Τζων είναι 30 δολάρια και του Πωλ 10 δολάρια. Το πλεόνασμα καταναλωτή του Τζων είναι τώρα μεγαλύτερο από ό,τι ήταν προηγουμένως, επειδή αποκτά το ίδιο άλμπουμ πληρώνοντας λιγότερα. Το συνολικό πλεόνασμα καταναλωτή στην αγορά είναι 40 δολάρια.

▼▲ ΧΡΗΣΙΜΟ- ΠΟΙΩΝΤΑΣ ΤΗΝ ΚΑΜΠΥΛΗ ΖΗΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΝΑ ΜΕΤΡΗΣΟΥΜΕ ΤΟ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑ- ΝΑΛΩΤΗ

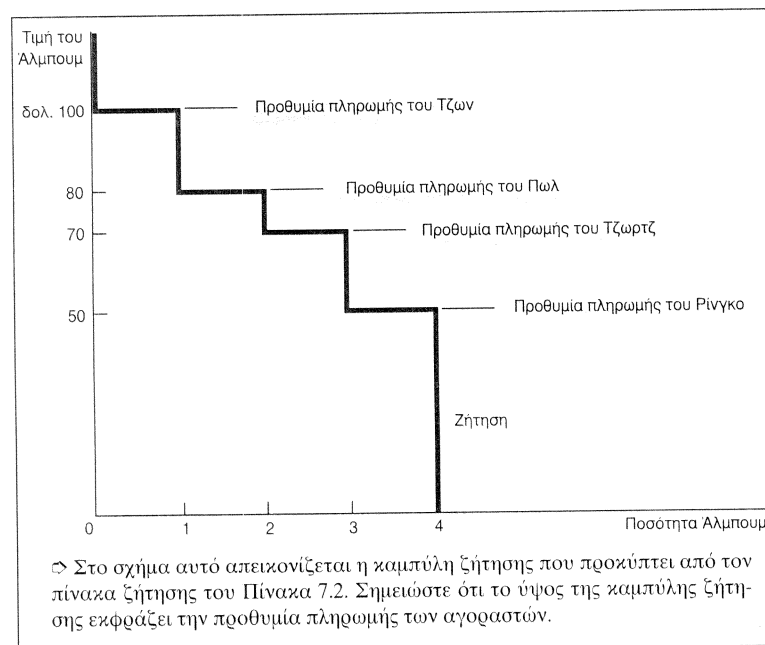
ΤΟ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ του καταναλωτή συνδέεται στενά με την καμπύλη ζήτησης ενός προϊόντος. Για να δούμε πώς συνδέονται οι δύο αυτές έννοιες, ας συνεχίσουμε το παράδειγμά μας και ας εξετάσουμε την καμπύλη ζήτησης γι' αυτό το σπάνιο άλμπουμ του Έλβις Πρίσλεϋ.

Αρχίζουμε χρησιμοποιώντας την προθυμία πληρωμής των τεσσάρων πιθανών αγοραστών για να βρούμε τον πίνακα ζήτησης για το άλμπουμ. Ο Πίνακας 7.2 δείχνει τον πίνακα ζήτησης που αντιστοιχεί στον Πίνακα 7.1. Αν η τιμή είναι πάνω από 100 δολάρια, η ζητούμενη ποσότητα είναι 0, επειδή κανένας αγοραστής δεν είναι διατεθειμένος να πληρώσει αυτό το ποσό. Αν η τιμή είναι μεταξύ 80 και 100 δολαρίων, η ζητούμενη ποσότητα είναι 1, επειδή μόνον ο Τζων είναι διατεθειμένος να πληρώσει μια τόσο υψηλή τιμή. Αν η τιμή είναι μεταξύ 70 και 80 δολαρίων, η ζητούμενη ποσότητα είναι 2, επειδή ο Τζων και ο Πωλ είναι πρόθυμοι να πληρώσουν αυτή την τιμή. Μπορούμε, με τον ίδιο τρόπο, να συνεχίσουμε την ανάλυση για τις τιμές. Έτσι, ο πίνακας ζήτησης προκύπτει από την προθυμία πληρωμής των τεσσάρων αγοραστών που προσήλθαν στη δημοπρασία.

Το Σχήμα 7.1 απεικονίζει την καμπύλη ζήτησης που αντιστοιχεί στη ζήτηση αυτή. Σημειώστε τη σχέση ανάμεσα στο ύψος της καμπύλης ζήτησης και στην προθυμία πληρωμής των αγοραστών. Σε κάθε ποσότητα, η τιμή που δίδεται από την καμπύλη ζήτησης δείχνει την προθυμία πληρω-

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.2
Ο Πίνακας Ζήτησης
για τους Αγοραστές
του Πίνακα 7.1

Τιμή	Αγοραστές	Ζητούμενη Ποσότητα
Πάνω από 100 δολ.	Κανένας	0
80 δολ. έως 100 δολ.	Τζων	1
70 δολ. έως 80 δολ.	Τζων, Πωλ	2
50 δολ. έως 70 δολ.	Τζων, Πωλ, Τζωρτζ	3
50 δολ. ή λιγότερα	Τζων, Πωλ, Τζωρτζ, Ρίνγκο	4



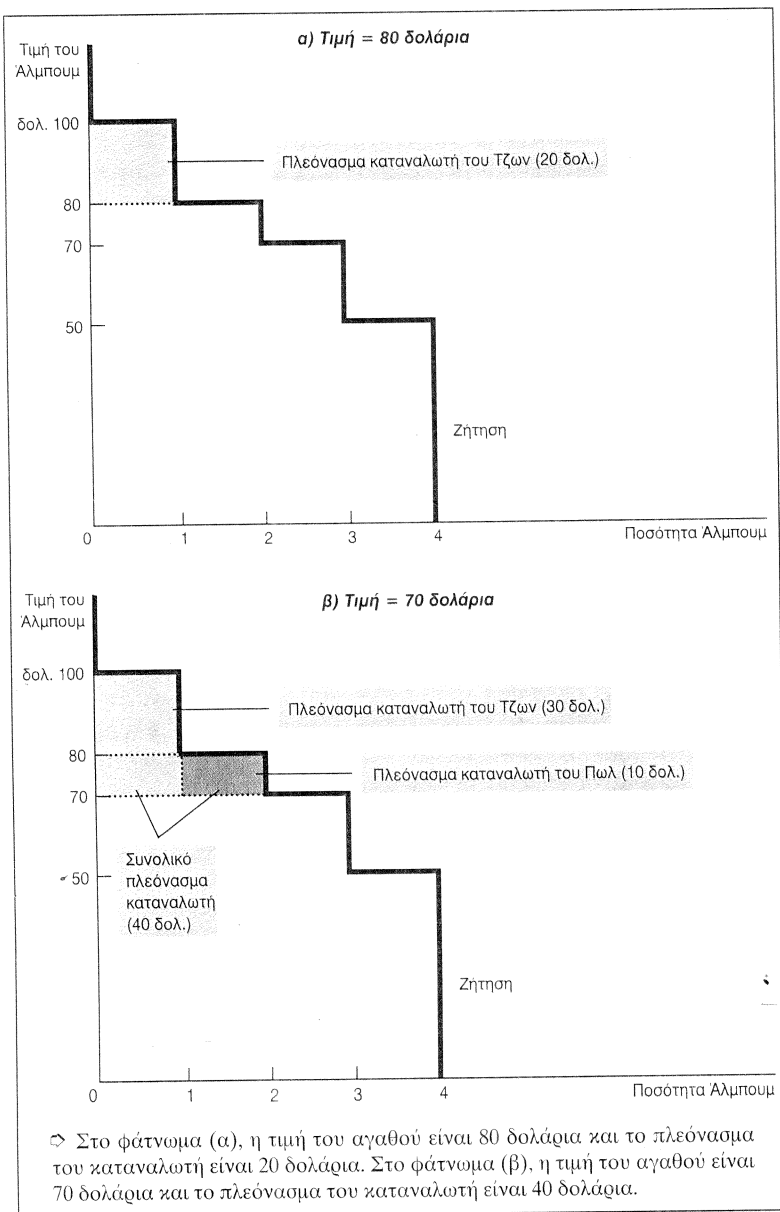
ΣΧΗΜΑ 7.1
Η Καμπύλη Ζήτησης

μής του οριακού αγοραστή, του αγοραστή που θα άφηνε την αγορά πρώτος αν η τιμή ήταν υψηλότερη. Στην ποσότητα των 4 άλμπουμ, παραδείγματος χάρι, η καμπύλη ζήτησης έχει ύψος 50 δολαρίων, τιμή που ο Ρίνγκο (ο οριακός αγοραστής) είναι πρόθυμος να πληρώσει για ένα άλμπουμ. Στην ποσότητα των 3 άλμπουμ, η καμπύλη ζήτησης έχει ύψος 70 δολαρίων, τιμή που ο Τζωρτζ (ο οποίος είναι τώρα ο οριακός αγοραστής) είναι πρόθυμος να πληρώσει.

Επειδή η καμπύλη ζήτησης αντανακλά την προθυμία πληρωμής του αγοραστή, μπορούμε επίσης να τη χρησιμοποιήσουμε ως μέτρο του πλεονάσματος του καταναλωτή. Στο Σχήμα 7.2 χρησιμοποιούμε την καμπύλη ζήτησης για να υπολογίσουμε το πλεόνασμα του καταναλωτή στο παράδειγμά μας. Στο φάνωμα (α), η τιμή είναι 80 δολάρια (ή λίγο υψηλότερη), και η ζητούμενη ποσότητα είναι 1. Σημειώστε ότι το εμβαδόν πάνω από την τιμή και κάτω από την καμπύλη ζήτησης είναι ίσο με 20 δολάρια. Το ποσό αυτό είναι ακριβώς το πλεόνασμα του καταναλωτή που υπολογίσαμε ενωρίτερα όταν είχε προσφερθεί προς πώληση ένα μόνον άλμπουμ.

Το φάνωμα (β) του Σχήματος 7.2 δείχνει το πλεόνασμα του κατανα-

ΣΧΗΜΑ 7.2
Μέτρηση
Πλεονάσματος
του Καταναλωτή
με την Καμπύλη
Ζήτησης



λωτή όταν η τιμή είναι 70 δολάρια (ή ελαφρώς υψηλότερη). Στην περίπτωση αυτή, το εμβαδόν πάνω από την τιμή και κάτω από την καμπύλη ζήτησης είναι ίσο με το συνολικό εμβαδόν των δύο τετραγώνων: Το πλεόνασμα καταναλωτή του Τζων στην τιμή αυτή είναι 30 δολάρια και του Πωλ είναι 10 δολάρια. Το εμβαδόν αυτό ισούται με το συνολικό ποσό των 40 δολαρίων. Και πάλι, το ποσό αυτό είναι το πλεόνασμα του καταναλωτή που υπολογίσαμε ενωρίτερα.

Το μάθημα από το παράδειγμα αυτό ισχύει για όλες τις καμπύλες ζήτησης: Το εμβαδόν κάτω από την καμπύλη ζήτησης και πάνω από την τιμή μετρά το πλεόνασμα του καταναλωτή στην αγορά. Αυτό συμβαίνει επειδή το ύψος της καμπύλης ζήτησης αντανάκλα την αξία που οι αγοραστές αποδίδουν στο αγαθό, όπως μετρείται από την προθυμία πληρωμής για την απόκτησή του. Η διαφορά ανάμεσα στην προθυμία πληρωμής και την τιμή αγοράς είναι το πλεόνασμα καταναλωτή κάθε αγοραστή. Έτσι, το συνολικό εμβαδόν κάτω από την καμπύλη ζήτησης και πάνω από την τιμή είναι το άθροισμα των πλεονασμάτων καταναλωτή όλων των αγοραστών στην αγορά του αγαθού ή της υπηρεσίας.

ΕΠΕΙΔΗ οι αγοραστές θέλουν πάντοτε να πληρώσουν λιγότερο για τα αγαθά που αγοράζουν, η χαμηλότερη τιμή ενός αγαθού βελτιώνει τη θέση των αγοραστών. Αλλά πόσο μπορεί να αυξηθεί η ευημερία ενός αγοραστή ως αποτέλεσμα της χαμηλότερης τιμής; Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την έννοια του πλεονάσματος του καταναλωτή για να απαντήσουμε σε αυτό ακριβώς το ερώτημα.

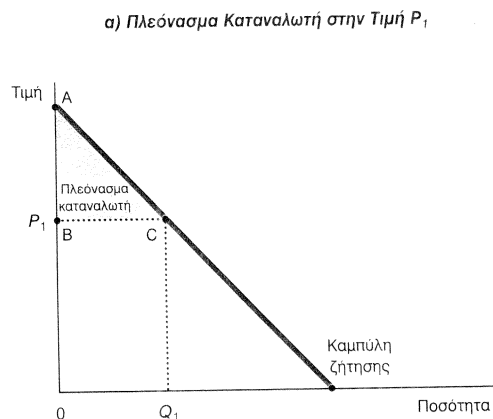
▼▲ ΠΩΣ ΜΙΑ ΧΑΜΗΛΟΙ ΤΙΜΗ ΑΥΞΕ ΤΟ ΠΛΕΟΙ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Στο Σχήμα 7.3 απεικονίζεται μια τυπική κατερχόμενη καμπύλη ζήτησης. Αν και αυτή η καμπύλη ζήτησης φαίνεται να έχει κάπως διαφορετική μορφή από εκείνη των κλιμακωτών καμπυλών ζήτησης που είδαμε στα δύο προηγούμενα σχήματα, ωστόσο οι ιδέες που αναπτύξαμε ήδη εξακολουθούν να ισχύουν: Το πλεόνασμα του καταναλωτή είναι το εμβαδόν πάνω από την τιμή και κάτω από την καμπύλη ζήτησης. Στο φάτνωμα (α), το πλεόνασμα του καταναλωτή στην τιμή P_1 είναι το εμβαδόν του τριγώνου ABC.

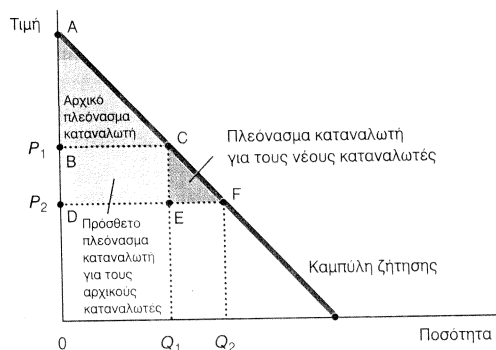
Τώρα υποθέστε ότι η τιμή μειώνεται από P_1 σε P_2 , όπως δείχνει το φάτνωμα (β). Το πλεόνασμα του καταναλωτή είναι τώρα ίσο με ADF. Η αύξηση στο πλεόνασμα του καταναλωτή που οφείλεται στη χαμηλότερη τιμή είναι το εμβαδόν BCFD.

Η αύξηση αυτή στο πλεόνασμα του καταναλωτή αποτελείται από δύο μέρη. Πρώτον, οι αγοραστές εκείνοι που αγόραζαν ήδη ποσότητα Q_1 του αγαθού στην υψηλότερη τιμή P_1 είναι σε καλύτερη θέση, επειδή τώρα πληρώνουν χαμηλότερη τιμή. Η αύξηση του πλεονάσματος καταναλωτή

ΣΧΗΜΑ 7.3
Πώς η Τιμή
Επηρεάζει
το Πλεόνασμα
Καταναλωτή



β) Πλεόνασμα Καταναλωτή στην Τιμή P_2



⇒ Στο φάντωμα (α), η τιμή είναι P_1 , η ζητούμενη ποσότητα Q_1 και το πλεόνασμα του καταναλωτή είναι ίσο με το εμβαδόν του τριγώνου ABC. Όταν η τιμή μειώνεται από P_1 σε P_2 , όπως συμβαίνει στο φάντωμα (β), η ζητούμενη ποσότητα αυξάνεται από Q_1 σε Q_2 και το πλεόνασμα του καταναλωτή αυξάνεται και γίνεται τώρα ίσο με το εμβαδόν του τριγώνου ADF. Η αύξηση αυτή του πλεονάσματος του καταναλωτή (εμβαδόν BCFD) οφείλεται εν μέρει στο ότι οι παλαιοί καταναλωτές πληρώνουν λιγότερο (εμβαδόν BCED) και εν μέρει στο ότι νέοι καταναλωτές εισέρχονται στην αγορά σε χαμηλότερη τιμή (εμβαδόν CEF).

για τους παλαιούς αγοραστές είναι η μείωση του ποσού που πληρώνουν. Το πρόσθετο αυτό πλεόνασμα είναι ίσο με το εμβαδόν του ορθογώνιου BCED. Δεύτερον, μερικοί νέοι αγοραστές εισέρχονται στην αγορά επειδή είναι τώρα πρόθυμοι να αγοράσουν το αγαθό στη νέα, χαμηλότερη τιμή που έχει διαμορφωθεί. Το αποτέλεσμα είναι ότι η ζητούμενη ποσότητα στην αγορά αυξάνεται από το Q_1 σε Q_2 . Το πλεόνασμα του καταναλωτή που αποκομίζουν οι νέοι αγοραστές είναι ίσο με το εμβαδόν του τριγώνου CEF.

Σκοπός μας στην ανάπτυξη της έννοιας του πλεονάσματος του καταναλωτή είναι να διατυπώσουμε κανονιστικές αποφάνσεις (normative judgments) σχετικά με το επιθυμητό των αποτελεσμάτων της αγοράς. Τώρα που έχουμε δει τι είναι το πλεόνασμα της αγοράς, ας εξετάσουμε αν είναι ένα καλό μέτρο της οικονομικής ευημερίας.

Φανταστείτε ότι είστε πολιτικός ο οποίος προσπαθεί να σχεδιάσει ένα καλό οικονομικό σύστημα. Θα σας ενδιέφερε το μέγεθος του πλεονάσματος του καταναλωτή; Το πλεόνασμα του καταναλωτή, δηλαδή το ποσό που οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν μείον το ποσό που πραγματικά πληρώνουν, μετρά το όφελος που αποκομίζουν οι αγοραστές από ένα αγαθό, όπως το αντιλαμβάνονται οι ίδιοι οι αγοραστές. Έτσι, το πλεόνασμα του καταναλωτή είναι ένα καλό μέτρο της οικονομικής ευημερίας αν οι πολιτικοί θέλουν να σεβαστούν τις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι πολιτικοί θα μπορούσαν να αδιαφορήσουν για το πλεόνασμα του καταναλωτή, επειδή δεν εκτιμούν τις προτιμήσεις που καθοδηγούν τη συμπεριφορά των αγοραστών. Οι ναρκομανείς, π.χ., είναι πρόθυμοι να πληρώσουν υψηλή τιμή για να αγοράσουν ηρωίνη. Παρ' όλα αυτά, δεν θα λέγαμε ότι οι ναρκομανείς έχουν μεγάλο πλεόνασμα καταναλωτή επειδή είναι σε θέση να αγοράζουν ηρωίνη σε χαμηλή τιμή (αν και οι ναρκομανείς μπορεί να το ισχυρίζονται). Από τη σκοπιά της κοινωνίας, η προθυμία πληρωμής στην περίπτωση αυτή δεν είναι καλό μέτρο της οικονομικής ευημερίας, επειδή τα θύματα των ναρκωτικών δεν φροντίζουν για το πραγματικό τους συμφέρον.

Στις περισσότερες αγορές, όμως, το πλεόνασμα του καταναλωτή αντανακλά την οικονομική ευημερία. Οι οικονομολόγοι συνήθως δέχονται ότι οι αγοραστές ενεργούν ορθολογικά όταν παίρνουν τις αποφάσεις τους και ότι οι προτιμήσεις τους θα πρέπει να είναι σεβαστές. Στην περίπτωση αυτή, οι καταναλωτές είναι σε καλύτερη θέση να κρίνουν πόσο όφελος αποκομίζουν από τα αγαθά που αγοράζουν.

▲ ▲
ΤΙ ΜΕΤΡΑ ΤΟ
ΠΛΕΟΝΑΣΜ/
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤ

▷ ΕΡΩΤΗΜΑ: Να σύρτε μια καμπύλη ζήτησης για γαλοπούλα. Στο διάγραμμά σας, δείξτε την τιμή της γαλοπούλας και το πλεόνασμα του καταναλωτή που απορρέει από την τιμή αυτή. Να εξηγήσετε με λόγια τι μετρά αυτό το πλεόνασμα του καταναλωτή.

□ □
ΤΟ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ
ΤΟΥ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ

▲ Σ ΣΤΡΑΦΟΥΜΕ τώρα στην άλλη πλευρά της αγοράς και ας εξετάσουμε τα οφέλη που αποκομίζουν οι πωλητές από τη συμμετοχή τους στην αγορά. Όπως θα δούμε, η ανάλυσή μας για την ευημερία των πωλητών είναι παρόμοια με την ανάλυσή μας για την ευημερία των αγοραστών.

▼ ▲
ΚΟΣΤΟΣ
ΚΑΙ ΠΡΟΘΥΜΙΑ
ΠΩΛΗΣΗΣ

ΕΣΤΩ ότι είστε ιδιοκτήτης κατοικίας και θέλετε να βάψετε το σπίτι σας. Θα απευθυνθείτε, λοιπόν, σε τέσσερις ελαιοχρωματιστές: τον Έρικ, τον Πήτερ, τον Ρόναλντ και τον Στάνλυ. Όλοι είναι πρόθυμοι να αναλάβουν το βάψιμο του σπιτιού σας αρκεί να πάρουν την τιμή που θεωρούν καλή. Αποφασίζετε, λοιπόν, να ζητήσετε προσφορές από όλους τους ενδιαφερόμενους ελαιοχρωματιστές και αναθέτετε τη δουλειά σε εκείνον που σας κάνει την καλύτερη προσφορά –δηλαδή που σας ζητά τη χαμηλότερη τιμή.

Κάθε ελαιοχρωματιστής είναι πρόθυμος να πάρει τη δουλειά αν η τιμή που θα του δοθεί ξεπερνά το κόστος εκτέλεσης της εργασίας. Εδώ ο όρος **κόστος** θα έπρεπε να ερμηνευθεί ως το κόστος ευκαιρίας του ελαιοχρωματιστή: Περιλαμβάνει τόσο τις άμεσες δαπάνες των ελαιοχρωματιστών (χρώματα, βούρτσες, πινέλα κ.λπ.) όσο και την αξία που οι ελαιοχρωματιστές αποδίδουν στο δικό τους χρόνο. Στον Πίνακα 7.3 παρουσιάζεται το κόστος κάθε παραγωγού. Επειδή το κόστος του ελαιοχρωματιστή είναι η κατώτατη τιμή που μπορεί να αποδεχθεί για την εργασία του, το κόστος είναι το μέτρο της προθυμίας του να πωλήσει τις υπηρεσίες του. Καθένας από τους τέσσερις ελαιοχρωματιστές θα ήθελε διακαώς να πωλήσει τις υπηρεσίες του σε τιμή μεγαλύτερη από το κόστος του, θα αρνούνταν να τις πωλήσει σε τιμή κάτω του κόστους του και θα ήταν αδιάφορος αν έπρεπε να τις πωλήσει σε τιμή ίση με το κόστος του.

Όταν παίρνετε προσφορές από τους ελαιοχρωματιστές, η τιμή μπορεί να ξεκινούσε από υψηλά, αλλά γρήγορα θα έπεφτε, καθώς οι ελαιοχρωματιστές θα ανταγωνίζονταν για να πάρουν τη δουλειά. Όταν ο Στάνλυ θα κάνει προσφορά 600 δολαρίων (ή λίγο λιγότερα), θα είναι ο μόνος που θα έχει απομείνει από τους διεκδικητές της δουλειάς. Ο Στάνλυ είναι ευτυχής που πήρε τη δουλειά στην τιμή αυτή, επειδή το κόστος του είναι μόνον 500 δολάρια. Ο Έρικ, ο Πήτερ και ο Ρόναλντ δεν ήταν διατεθειμένοι να αναλάβουν το βάψιμο του σπιτιού με λιγότερα από 900, 800 και 600 δολάρια αντίστοιχα. Ας σημειωθεί ότι η δουλειά ανατέθηκε τελικά σε εκείνον που εργάζεται με το χαμηλότερο κόστος.

κόστος
η αξία όλων
εκείνων από τα
οποία πρέπει
να παραιτηθεί
ο παραγωγός
για να παραγάγει
ένα αγαθό

Πωλητής	Κόστος
Έρικ	900 δολ.
Πήτερ	800
Ρόναλντ	600
Στάνλυ	500

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1:
Το Κόστος Κ
από τους Τέι
Ενδιαφερόμε
Ελαιοχρωμα

Ποιο είναι το όφελος που αποκομίζει ο Στάνλυ παίρνοντας τη δουλειά; Ενώ ήταν διατεθειμένος να βάψει το σπίτι ακόμη και με 500 δολάρια, κατόρθωσε να πάρει τη δουλειά με 600 δολάρια. Έχει, λοιπόν, ένα **πλεόνασμα παραγωγού** 100 δολαρίων. **Πλεόνασμα παραγωγού** (producer surplus) είναι το ποσό που εισπράττει ο πωλητής μείον το κόστος παραγωγής. Το πλεόνασμα παραγωγού μετρά το όφελος για τους πωλητές από τη συμμετοχή τους στην αγορά.

πλεόνασμα
παραγωγού
το ποσό
που εισπράτ
ένας πωλητή
για ένα αγαί
μείον το κόσ
παραγωγής

Ας δούμε τώρα ένα κάπως διαφορετικό παράδειγμα. Ας υποθέσουμε ότι έχετε δύο σπίτια που χρειάζονται βάψιμο. Αναθέτετε και πάλι τη δουλειά με μειοδοτικό διαγωνισμό στον οποίο συμμετέχουν τέσσερις ελαιοχρωματιστές. Για να μην περιπλέξουμε τα πράγματα, ας υποθέσουμε ότι κανένας ελαιοχρωματιστής δεν μπορεί να αναλάβει το βάψιμο και των δύο σπιτιών και ότι εσείς θέλετε να πληρώσετε το ίδιο ποσό να βάψετε το καθένα από τα δύο σπίτια σας. Επομένως, η τιμή θα πέφτει μέχρις ότου μείνουν δύο ελαιοχρωματιστές.

Στην περίπτωση αυτή, οι προσφορές σταματούν όταν ο Ρόναλντ και ο Στάνλυ προσφέρονται να βάψουν ένα σπίτι ο καθένας με 800 δολάρια (ή λίγο λιγότερα). Στην τιμή αυτή ο Ρόναλντ και ο Στάνλυ επιθυμούν να αναλάβουν τη δουλειά, ενώ ο Έρικ και ο Πήτερ δεν θέλουν να μειώσουν την τιμή της προσφοράς τους. Στην τιμή των 800 δολαρίων, ο Στάνλυ έχει πλεόνασμα παραγωγού 300 δολαρίων και ο Ρόναλντ 200 δολαρίων. Το συνολικό πλεόνασμα παραγωγού στην αγορά είναι 500 δολάρια.

Όπως ακριβώς το πλεόνασμα του καταναλωτή συνδέεται στενά με την καμπύλη ζήτησης, το πλεόνασμα του παραγωγού συνδέεται στενά με την καμπύλη προσφοράς. Για να δούμε με ποιο τρόπο συνδέεται, ας συνεχίσουμε το παράδειγμά μας.

Ξεκινούμε χρησιμοποιώντας το κόστος των τεσσάρων ελαιοχρωματιστών για να βρούμε τον πίνακα προσφοράς για τις υπηρεσίες ελαιοχρωματισμού. Στον Πίνακα 7.4 παρουσιάζεται ο πίνακας προσφοράς που αντιστοιχεί στο κόστος των τεσσάρων ελαιοχρωματιστών του Πίνακα 7.3.

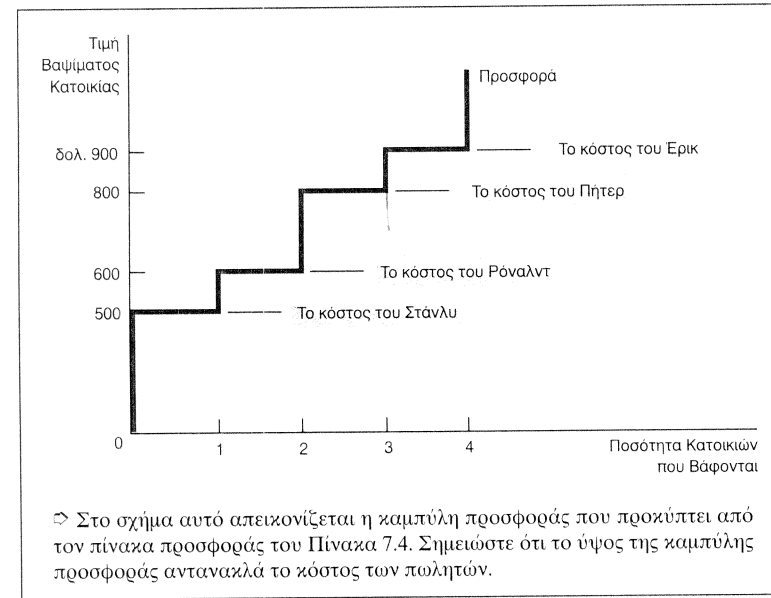
▼ ▲
Η ΜΕΤΡΗΣΗ
ΠΛΕΟΝΑΣΜ
ΤΟΥ ΠΑΡΑΓ.
ΜΕ ΤΗ ΒΟΗ
ΤΗΣ ΚΑΜΠΥ
ΠΡΟΣΦΟΡΑ.

Αν η τιμή είναι κάτω από 500 δολάρια, κανένας από τους τέσσερις ελαιοχρωματιστές δεν θα δεχθεί να αναλάβει τη δουλειά και, επομένως, η προσφερόμενη ποσότητα, στην τιμή αυτή, είναι ίση με μηδέν. Αν η τιμή είναι μεταξύ 500 και 600 δολαρίων, μόνον ο Στάνλυ είναι διατεθειμένος να αναλάβει τη δουλειά και, γι' αυτό, η προσφερόμενη ποσότητα θα είναι ίση με 1. Αν η τιμή είναι μεταξύ 600 και 800 δολαρίων, ο Στάνλυ και ο Ρόναλντ θα είναι διατεθειμένοι να αναλάβουν τη δουλειά και γι' αυτό η προσφερόμενη ποσότητα είναι 2 κ.ο.κ. Έτσι, ο πίνακας προσφοράς προκύπτει από το κόστος των τεσσάρων ελαιοχρωματιστών.

Το Σχήμα 7.4 απεικονίζει την καμπύλη προσφοράς που αντιστοιχεί σε αυτόν τον πίνακα προσφοράς. Ας σημειωθεί ότι το ύψος της καμπύλης προσφοράς συνδέεται με το κόστος των πωλητών. Σε κάθε ποσότητα, η τιμή που προσδιορίζεται από την καμπύλη προσφοράς δείχνει το κόστος του *οριακού πωλητή*, τον πωλητή που θα άφηνε την αγορά πρώτος αν η τιμή ήταν χαμηλότερη. Σε ποσότητα 4 κατοικιών, π.χ., η καμπύλη προσφοράς έχει ύψος 900 δολαρίων, το κόστος που ο Έρικ (ο οριακός πωλητής) απαιτεί να καλυφθεί για να δεχθεί τη δουλειά. Στην ποσότητα των 3 κατοικιών, η καμπύλη προσφοράς έχει ύψος 800 δολαρίων, δηλαδή το κόστος του Πήτερ (που είναι τώρα ο οριακός πωλητής).

Επειδή η καμπύλη προσφοράς εκφράζει το κόστος των πωλητών, μπορούμε να τη χρησιμοποιήσουμε για να υπολογίσουμε το πλεόνασμα του παραγωγού. Το Σχήμα 7.5 χρησιμοποιεί την καμπύλη προσφοράς για να υπολογίσει το πλεόνασμα του παραγωγού στο παράδειγμά μας. Στο φάτνωμα (α), υποθέτουμε ότι η τιμή είναι 600 δολάρια. Στην περίπτωση αυτή, η προσφερόμενη ποσότητα είναι ίση με 1. Ας σημειωθεί ότι το εμβαδόν κάτω από την καμπύλη προσφοράς είναι ίσο με 100 δολάρια. Το ποσό αυτό είναι ακριβώς το πλεόνασμα του παραγωγού που υπολογίσαμε ενωρίτερα για τον Στάνλυ.

Το φάτνωμα (β) του Σχήματος 7.5 δείχνει το πλεόνασμα του παραγωγού στην τιμή των 800 δολαρίων. Στην περίπτωση αυτή, το εμβαδόν κάτω από την τιμή και πάνω από την καμπύλη προσφοράς είναι ίσο με το



ΣΧΗΜΑ 7.4
Η Καμπύλη
Προσφοράς

συνολικό εμβαδόν των δύο ορθογωνίων. Το εμβαδόν ισούται με 500 δολάρια, το πλεόνασμα του καταναλωτή που υπολογίσαμε ενωρίτερα για τον Ρόναλντ και τον Στάνλυ, όταν και τα δύο σπίτια χρειάζονταν βάψιμο.

Το μάθημα από το παράδειγμα αυτό ισχύει σε όλες τις καμπύλες προσφοράς: Η περιοχή κάτω από την τιμή και πάνω από την καμπύλη προσφοράς μετρά το πλεόνασμα του παραγωγού στην αγορά. Η λογική είναι απλή: Το ύψος της καμπύλης προσφοράς μετρά το κόστος των πωλητών, και η διαφορά μεταξύ τιμής και κόστους παραγωγής είναι το πλεόνασμα παραγωγού κάθε πωλητή. Έτσι, το συνολικό εμβαδόν είναι το άθροισμα του πλεονάσματος παραγωγής όλων των πωλητών.

ΕΙΝΑΙ αυτονόητο ότι οι πωλητές θέλουν πάντοτε να πουλούν τα αγαθά τους σε όσο το δυνατόν υψηλότερη τιμή. Πόσο, όμως, βελτιώνεται η ευημερία των πωλητών ως αντίδραση σε μια υψηλότερη τιμή; Η έννοια του πλεονάσματος του παραγωγού προσφέρει μια ακριβή απάντηση στο ερώτημα αυτό.

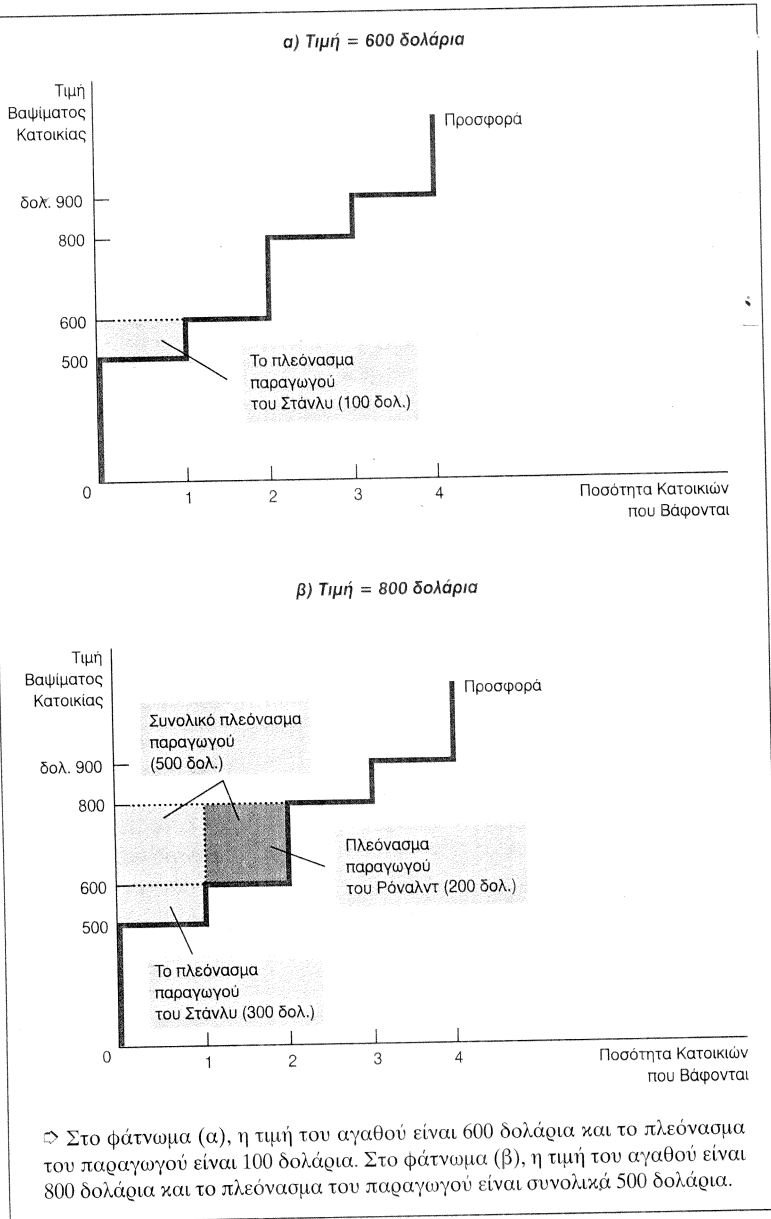
▼▲
ΠΩΣ ΜΙΑ Α
ΤΙΜΗ ΑΥΞΑ
ΤΟ ΠΛΕΟΝ
ΤΟΥ ΠΑΡΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.4

Πίνακας Προσφοράς για τους Πωλητές του Πίνακα 7.3

Τιμή	Πωλητές	Προσφερόμενη Ποσότητα
900 δολ. ή περισσότερα	Έρικ, Πήτερ, Ρόναλντ, Στάνλυ	4
800 δολ. έως 900 δολ.	Πήτερ, Ρόναλντ, Στάνλυ	3
600 δολ. έως 800 δολ.	Ρόναλντ, Στάνλυ	2
500 δολ. έως 600 δολ.	Στάνλυ	1
Λιγότερα από 500 δολ.	Κανένας	0

ΣΧΗΜΑ 7.5
Μέτρηση
Πλεονάσματος
του Παραγωγού
με την Καμπύλη
Προσφοράς



Στο Σχήμα 7.6 απεικονίζεται μια τυπική ανερχόμενη καμπύλη προσφοράς. Παρ' όλο που η μορφή αυτής της καμπύλης προσφοράς είναι διαφορετική από τις κλιμακωτές καμπύλες προσφοράς του Σχήματος 7.4, μετρούμε το πλεόνασμα του παραγωγού με τον ίδιο τρόπο: Το πλεόνασμα του παραγωγού είναι το εμβαδόν κάτω από την τιμή και πάνω από την καμπύλη προσφοράς. Στο φάτνωμα (α), η τιμή είναι P_1 και το πλεόνασμα του παραγωγού είναι το εμβαδόν του τριγώνου ABC.

Το φάτνωμα (β) δείχνει τι συμβαίνει όταν η τιμή αυξάνεται από P_1 σε P_2 . Το πλεόνασμα του παραγωγού είναι τώρα ίσο με το εμβαδόν ADF. Η αύξηση αυτή στο πλεόνασμα του παραγωγού έχει δύο μέρη.

Πρώτον, οι πωλητές εκείνοι που πωλούν ήδη ποσότητα Q_1 του αγαθού στη χαμηλότερη τιμή P_1 είναι σε καλύτερη θέση, επειδή τώρα εισπράττουν περισσότερα για την ποσότητα που πωλούν. Η αύξηση αυτή στο πλεόνασμα του παραγωγού για τους πωλητές που ήδη βρίσκονται στην αγορά είναι ίσο με το εμβαδόν του τετραγώνου BCED. Δεύτερον, θα εισέλθουν στην αγορά μερικοί νέοι πωλητές, επειδή θέλουν τώρα να παραγάγουν το συγκεκριμένο αγαθό στην υψηλότερη τιμή, πράγμα που έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της προσφερόμενης ποσότητας από Q_1 σε Q_2 . Το πλεόνασμα του παραγωγού αυτών των νεοεισερχομένων είναι ίσο με το εμβαδόν του τριγώνου CEF.

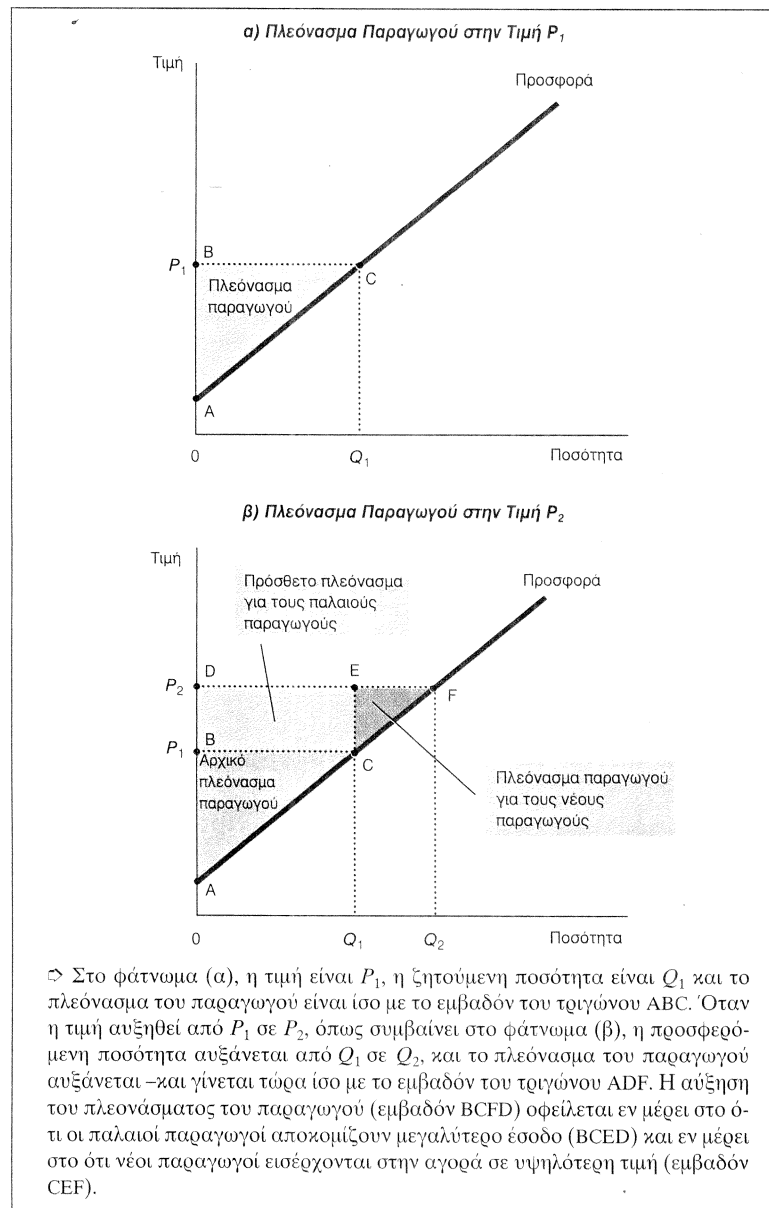
Όπως αποδεικνύει η ανάλυση αυτή, χρησιμοποιούμε το πλεόνασμα του παραγωγού για να μετρήσουμε την ευημερία των πωλητών με τον ίδιο τρόπο όπως χρησιμοποιούμε το πλεόνασμα του καταναλωτή για να μετρήσουμε την ευημερία των αγοραστών. Επειδή τα δύο αυτά μέτρα οικονομικής ευημερίας είναι, σε μεγάλο βαθμό, όμοια, είναι φυσικό να τα χρησιμοποιούμε μαζί. Και, πράγματι, αυτό ακριβώς θα κάνουμε στο επόμενο τμήμα.

⇒ ΕΡΩΤΗΜΑ: Να σύρτε μια καμπύλη προσφοράς γαλοπούλας. Σημειώστε, στο διάγραμμά σας, την τιμή πώλησης της γαλοπούλας και το πλεόνασμα του παραγωγού που προκύπτει από την τιμή αυτή. Να εξηγήσετε με λόγια τι μετρά αυτό το πλεόνασμα του παραγωγού.

ΤΟ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ του καταναλωτή και το πλεόνασμα του παραγωγού είναι τα βασικά εργαλεία που χρησιμοποιεί ο οικονομολόγος για τη μελέτη της ευημερίας των αγοραστών και των πωλητών στην αγορά. Τα εργαλεία αυτά μπορούν να μας βοηθήσουν να εξετάσουμε ένα θεμελιώδες οικονομικό ζήτημα: Καθορίζεται η κατανομή των παραγωγικών πόρων από τις ελεύθερες αγορές με κάποιο επιθυμητό τρόπο;

□ □
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

ΣΧΗΜΑ 7.6
Πώς η Τιμή
Επηρεάζει
το Πλεόνασμα
του Παραγωγού



ΓΙΑ ΝΑ αξιολογήσουμε τα αποτελέσματα της αγοράς, θα εισαγάγουμε στην ανάλυσή μας ένα νέο, υποθετικό χαρακτήρα, τον οποίο θα αποκαλέσουμε πεφωτισμένο σχεδιαστή της κοινωνίας. Ο πεφωτισμένος σχεδιαστής της κοινωνίας είναι ένας παντογνώστης, παντοδύναμος και με καλές προθέσεις δικτάτορας. Ο σχεδιαστής της κοινωνίας επιθυμεί να μεγιστοποιήσει την οικονομική ευημερία όλων των μελών της κοινωνίας. Τι θα έπρεπε, κατά τη γνώμη σας, να κάνει ο σχεδιαστής αυτός; Θα έπρεπε μήπως να αφήσει τους αγοραστές και τους πωλητές στην ισορροπία στην οποία φθάνουν φυσιολογικά μόνοι τους; Ή μήπως θα έπρεπε να αυξήσει την οικονομική ευημερία μεταβάλλοντας, κατά κάποιο τρόπο, το αποτέλεσμα της αγοράς;

▼▲
Ο ΠΕΦΩΤΙ-
ΣΜΕΝΟΣ
ΣΧΕΔΙΑΣΤΗΣ
ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Για να απαντήσει στο ερώτημα αυτό, ο πεφωτισμένος σχεδιαστής της κοινωνίας θα έπρεπε πρώτα να αποφασίσει πώς θα μετρήσει την οικονομική ευημερία της κοινωνίας. Ένα πιθανό μέτρο είναι το άθροισμα των πλεονασμάτων του καταναλωτή και του παραγωγού, το οποίο θα ονομάσουμε *συνολικό πλεόνασμα*. Το πλεόνασμα του καταναλωτή είναι το όφελος που οι αγοραστές αποκομίζουν από τη συμμετοχή τους στην αγορά, και το πλεόνασμα του παραγωγού είναι το όφελος που αποκομίζουν οι πωλητές. Είναι λογικό, επομένως, να χρησιμοποιούμε το συνολικό πλεόνασμα ως ένα μέτρο της οικονομικής ευημερίας της κοινωνίας.

Για να κατανοηθεί καλύτερα το μέτρο αυτό οικονομικής ευημερίας, ας ξαναθυμηθούμε πώς μετρούμε το πλεόνασμα του καταναλωτή και το πλεόνασμα του παραγωγού. Ορίζουμε το πλεόνασμα του καταναλωτή ως:

Πλεόνασμα του καταναλωτή = Προθυμία πληρωμής για τους αγοραστές – Ποσό που καταβάλλουν οι αγοραστές.

Ομοίως, ορίζουμε το πλεόνασμα του παραγωγού ως:

Πλεόνασμα του παραγωγού = Ποσό που εισπράττουν οι πωλητές – Κόστος των πωλητών.

Όταν αθροίσουμε τα πλεονάσματα του καταναλωτή και του παραγωγού, παίρνουμε:

Συνολικό πλεόνασμα = Προθυμία πληρωμής για τους αγοραστές – Ποσό που καταβάλλουν οι αγοραστές + Ποσό που εισπράττουν οι πωλητές – Κόστος των πωλητών.

Επειδή το ποσό που καταβάλλουν οι αγοραστές είναι ίσο με το ποσό που εισπράττουν οι πωλητές, οι δύο μεσαίοι όροι αυτής της έκφρασης απαλείφονται. Έτσι, μπορούμε να γράψουμε το συνολικό πλεόνασμα ως:

Συνολικό πλεόνασμα = Προθυμία πληρωμής για τους αγοραστές – Κόστος των πωλητών.

Το συνολικό πλεόνασμα στην αγορά είναι η συνολική αξία για τους αγοραστές των αγαθών, όπως μετρείται από την προθυμία τους πληρωμής, μείον το κόστος των πωλητών για να παράσχουν τα αγαθά αυτά.

Αν η κατανομή των φυσικών πόρων μεγιστοποιεί το συνολικό πλεόνασμα, λέμε ότι η κατανομή αυτή έχει το στοιχείο της **αποτελεσματικότητας** (efficiency). Αν η κατανομή δεν είναι αποτελεσματική, τότε οι αγοραστές και οι πωλητές δεν αποκομίζουν κάποια από τα οφέλη που προκύπτουν από το εμπόριο. Π.χ., μια κατανομή είναι αναποτελεσματική αν ένα αγαθό δεν παράγεται από τους πωλητές με το χαμηλότερο κόστος. Στην περίπτωση αυτή, η μετατόπιση της παραγωγής από έναν παραγωγό υψηλού κόστους σε έναν χαμηλού κόστους θα μειώσει το συνολικό κόστος παραγωγής των πωλητών και θα αυξήσει το συνολικό πλεόνασμα. Ομοίως, μια κατανομή είναι αναποτελεσματική αν ένα αγαθό δεν καταναλώνεται από τους αγοραστές που αποτιμούν την αξία του υψηλότερα από όλους. Στην περίπτωση αυτή, η μετατόπιση της κατανάλωσης ενός αγαθού από έναν αγοραστή που αποδίδει μικρή αξία στο αγαθό σε έναν καταναλωτή που του αποδίδει μεγάλη αξία θα αυξήσει το συνολικό πλεόνασμα.

Εκτός από την αποτελεσματικότητα, ο σχεδιαστής της κοινωνίας οφείλει, επίσης, να ενδιαφερθεί για τη **δικαιοσύνη** (equity) –δηλαδή, την **τίμια** κατανομή της ευημερίας ανάμεσα στους αγοραστές και τους πωλητές. Ουσιαστικά, τα οφέλη από το εμπόριο σε μια αγορά είναι σαν μια πίτα που πρέπει να μοιραστεί σε όσους μετέχουν στην αγορά. Το ερώτημα που ανακύπτει σχετικά με την αποτελεσματικότητα είναι τούτο: είναι η πίτα όσο μεγάλη θα μπορούσε να είναι; Το ερώτημα που ανακύπτει σχετικά με τη δικαιοσύνη είναι: μοιράζεται δίκαια η πίτα; Το να αξιολογήσουμε αν ένα αποτέλεσμα της αγοράς είναι δίκαιο είναι πιο δύσκολο έργο από το να αξιολογήσουμε αν είναι αποτελεσματικό. Ενώ, λοιπόν, η αποτελεσματικότητα είναι ένας αντικειμενικός σκοπός που μπορεί να αξιολογηθεί με αυστηρώς αντικειμενικά κριτήρια, η δικαιοσύνη συνδέεται με κανονιστικές κρίσεις που προχωρούν πέραν της οικονομικής και εισέρχονται στο πεδίο της πολιτικής φιλοσοφίας.

Στο παρόν Κεφάλαιο συγκεντρωνόμαστε στην αποτελεσματικότητα ως ένα στόχο του σχεδιαστή της κοινωνίας. Δεν πρέπει να λησμονούμε, όμως, ότι οι πολιτικοί, στην πράξη, ενδιαφέρονται όχι μόνο για την αποτελεσματικότητα, αλλά εξίσου και για τη δικαιοσύνη. Δηλαδή, φροντίζουν τόσο για το μέγεθος της οικονομικής πίτας όσο και για το πώς η πίτα θα κοπεί σε κομμάτια και θα διανεμηθεί μεταξύ των μελών της κοινωνίας.

Η ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΛΕΥΘΕΡΩΝ αγορών είναι, πριν απ' όλα, μια εκπληκτική ιδέα. Πρώτα πρώτα, ουδείς ενδιαφέρεται για τη γενική οικονομική ευημερία. Στις ελεύθερες αγορές συμμετέχουν πολλοί αγοραστές και πωλητές, και όλοι ενδιαφέρονται πρωτίστως για τη δική τους ευημερία. Ωστόσο, παρά την αποκεντρωμένη λήψη αποφάσεων και παρά το γεγονός ότι οι συμμετέχοντες στην αγορά ενδιαφέρονται μόνο για το ατομικό τους συμφέρον, αυτό που προκύπτει δεν είναι το χάος, αλλά η αποτελεσματικότητα.

Το χάρισμα των ελεύθερων αγορών είχε κατανοηθεί πολύ καλά από το μεγάλο οικονομολόγο Άνταμ Σμιθ, ο οποίος έγραψε το 1776, στο κλασικό έργο του *Έρευνα για τη Φύση και τα Αίτια του Πλούτου των Εθνών*:

Ο άνθρωπος έχει σχεδόν πάντοτε λόγους να προσδοκά τη βοήθεια των συνανθρώπων του, αλλά είναι μάταιο να την αναμένει μόνον από τη φιλανθρωπία τους. Θα είχε περισσότερες πιθανότητες να εξασφαλίσει τη βοήθειά τους αν κατόρθωνε να στρέψει την φιλαντία τους προς όφελός του, και να τους δείξει ότι είναι προς το συμφέρον τους να κάνουν εκείνο που ο ίδιος απαιτεί από αυτούς... Δεν αναμένουμε από τη φιλανθρωπία του χρεοπώλη, του ζυθοποιού ή του αρτοποιού το γεύμα

μας, αλλά από το ενδιαφέρον τους για το δικό τους συμφέρον...

Κάθε άτομο...ούτε ενδιαφέρεται να προαγάγει το συμφέρον της κοινωνίας, ούτε γνωρίζει πώς να το προάγει... Πρόθεσή του είναι να εξυπηρετήσει μόνο το δικό του όφελος, και στην προσπάθειά του αυτή, όπως και σε τόσες άλλες περιπτώσεις, καθοδηγείται από ένα αόρατο χέρι για να προαγάγει ένα σκοπό που δεν ήταν στις προθέσεις του. Ούτε είναι πάντοτε κακό για την κοινωνία το ότι δεν ήταν στις προθέσεις του. Επιδιώκοντας την εξυπηρέτηση του δικού του συμφέροντος, συχνά προάγει το συμφέρον της κοινωνίας πιο αποτελεσματικά από ό,τι αν είχε πράγματι πρόθεση να το προαγάγει.

Ο Σμιθ υποστηρίζει ότι οι μετέχοντες στην οικονομία κινητοποιούνται από το ατομικό τους συμφέρον και ότι το «αόρατο χέρι» της αγοράς καθοδηγεί το ατομικό συμφέρον με τέτοιο τρόπο ώστε να προάγεται η γενική οικονομική ευημερία.

Οι ιδέες του Σμιθ είναι αποδεκτές και σήμερα. Πράγματι, η ανάλυσή μας στο παρόν Κεφάλαιο μας επέτρεψε να εκφράσουμε την άποψη αυτή του Σμιθ με μεγαλύτερη ακρίβεια, δείχνοντας ότι η ισορροπία της προσφοράς και της ζήτησης μεγιστοποιεί το άθροισμα των πλεονασμάτων του καταναλωτή και του παραγωγού.

ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

Το Αόρατο Χέρι της Αγοράς

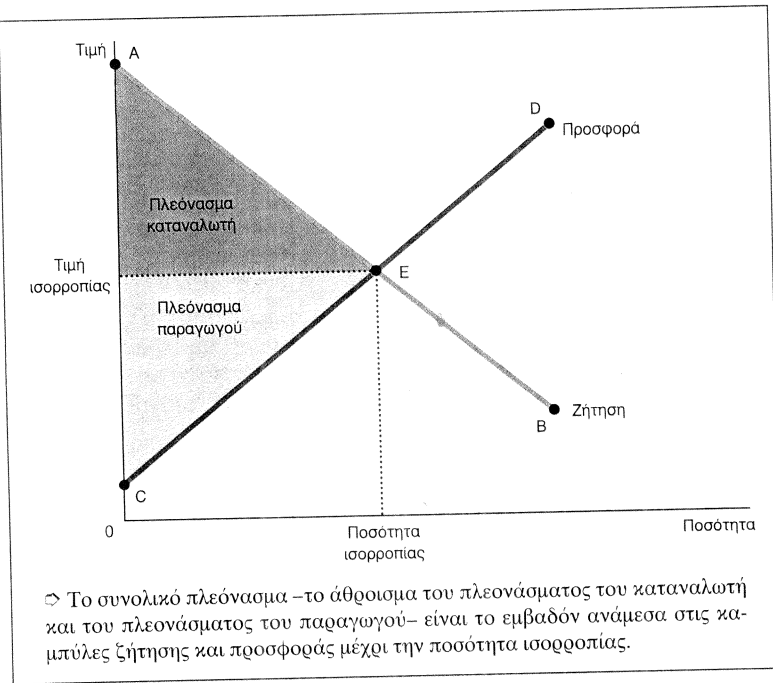


ADAM SM

ΣΤΟ Σχήμα 7.7 απεικονίζονται τα πλεονάσματα του καταναλωτή και του παραγωγού όταν η αγορά επιτυγχάνει την ισορροπία προσφοράς και ζήτησης. Θα θυμόσαστε, ασφαλώς, ότι το πλεόνασμα του καταναλωτή είναι ίσο με το εμβαδόν του τριγώνου πάνω από την τιμή και κάτω από την καμπύλη ζήτησης και το πλεόνασμα του παραγωγού είναι ίσο με το

▲▲
ΑΠΟΤΙΜΩΝΤΕ
ΤΗΝ ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ
ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

ΣΧΗΜΑ 7.7
Πλεόνασμα Καταναλωτή και Πλεόνασμα Παραγωγού ενθής Ισορροπίας στην Αγορά



εμβαδόν του τριγώνου κάτω από την τιμή και πάνω από την καμπύλη προσφοράς. Επομένως, το συνολικό εμβαδόν της περιοχής μεταξύ των καμπυλών της προσφοράς και της ζήτησης μέχρι το σημείο ισορροπίας αντιπροσωπεύει το συνολικό πλεόνασμα από την αγορά αυτή.

Είναι αποτελεσματική αυτή η κατανομή φυσικών πόρων σε συνθήκες ισορροπίας; Μεγιστοποιεί η κατανομή αυτή το συνολικό πλεόνασμα; Για να απαντήσουμε στα ερωτήματα αυτά, θα πρέπει να θυμηθούμε πως όταν μια αγορά είναι σε ισορροπία, η τιμή καθορίζει ποιοι αγοραστές και πωλητές συμμετέχουν στην αγορά. Οι αγοραστές εκείνοι που αποδίδουν στο αγαθό αξία υψηλότερη από την τιμή του στην αγορά (και αντιπροσωπεύονται από το τμήμα AE της καμπύλης ζήτησης) επιλέγουν να αγοράσουν το αγαθό· αντιθέτως, εκείνοι που αποδίδουν στο αγαθό μικρότερη αξία από την τιμή του (και αντιπροσωπεύονται από το τμήμα EB της καμπύλης ζήτησης) δεν το αγοράζουν. Ομοίως, οι πωλητές εκείνοι που το κόστος τους είναι μικρότερο από την τιμή (και αντιπροσωπεύονται από το τμήμα CE της καμπύλης προσφοράς) επιλέγουν να παράγουν και να πωλούν το αγαθό· εκείνοι οι πωλητές των οποίων το κόστος είναι με-

γαλύτερο από την τιμή της αγοράς (και αντιπροσωπεύονται από το τμήμα ED) αποφασίζουν να μην παράγουν το αγαθό.

Οι παρατηρήσεις αυτές μας γεννούν δύο σκέψεις σχετικά με τα αποτελέσματα της αγοράς:

1. Οι ελεύθερες αγορές κατανέμουν την προσφορά αγαθών στους αγοραστές που αποδίδουν σε αυτά μεγαλύτερη αξία, όπως μετρείται από την προθυμία τους πληρωμής.
2. Οι ελεύθερες αγορές κατανέμουν τη ζήτηση για αγαθά στους πωλητές που μπορούν να τα παράγουν στο ελάχιστο κόστος.

Έτσι, με δεδομένη την ποσότητα που παράγεται και πωλείται σε συνθήκες ισορροπίας στην αγορά, ο σχεδιαστής της κοινωνίας δεν μπορεί να αυξήσει την οικονομική ευημερία μεταβάλλοντας την κατανομή της κατανάλωσης μεταξύ των αγοραστών ή την κατανομή της παραγωγής μεταξύ των πωλητών.

Μπορεί, όμως, ο σχεδιαστής της κοινωνίας να προαγάγει τη συνολική οικονομική ευημερία αυξάνοντας ή μειώνοντας την ποσότητα του αγαθού; Η απάντηση είναι όχι, όπως αναφέραμε σε τούτη την τρίτη σκέψη σχετικά με τα αποτελέσματα της αγοράς:

3. Οι ελεύθερες αγορές παράγουν την ποσότητα των αγαθών που μεγιστοποιεί το άθροισμα των πλεονασμάτων του καταναλωτή και του παραγωγού.

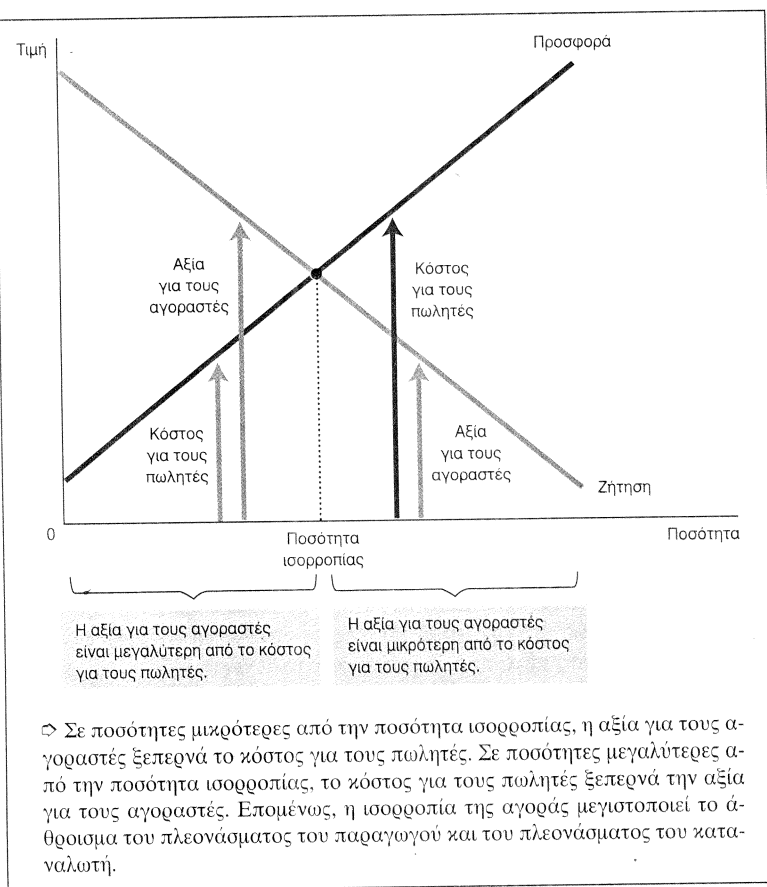
Για να δούμε κατά πόσον αυτό είναι αληθές, ας εξετάσουμε το Σχήμα 7.8. Υπενθυμίζουμε ότι η καμπύλη ζήτησης αντανάκλα την αξία για τους αγοραστές και ότι η καμπύλη προσφοράς αντανάκλα το κόστος των πωλητών. Σε ποσότητες κάτω από το επίπεδο ισορροπίας, η αξία για τους αγοραστές είναι μεγαλύτερη από το κόστος των πωλητών. Στην περιοχή αυτή, η αύξηση της ποσότητας αυξάνει το συνολικό πλεόνασμα, και εξακολουθεί να το αυξάνει μέχρις ότου φθάσει η ποσότητα στο επίπεδο ισορροπίας. Πέρα από την ποσότητα ισορροπίας, όμως, η αξία για τους αγοραστές είναι μικρότερη από το κόστος των πωλητών. Η παραγωγή, επομένως, ποσότητας μεγαλύτερης από εκείνης του επιπέδου ισορροπίας θα μείωνε το συνολικό πλεόνασμα.

Οι τρεις αυτές σκέψεις για τα αποτελέσματα της αγοράς μάς λένε ότι η ισορροπία της προσφοράς και της ζήτησης μεγιστοποιεί το άθροισμα των πλεονασμάτων του καταναλωτή και του παραγωγού. Με άλλα λόγια, το αποτέλεσμα ισορροπίας είναι μια αποτελεσματική κατανομή πόρων. Το έργο του πεφωτισμένου σχεδιαστή της κοινωνίας είναι, επομένως, πολύ εύκολο: Πρέπει να αφήσει το αποτέλεσμα της αγοράς όπως

ακριβώς το βρήκε. Αυτός, άλλωστε, είναι και ο λόγος που οι οικονομολόγοι εισηγούνται συχνά τις ελεύθερες αγορές ως τον καλύτερο τρόπο να οργανωθεί η οικονομική δραστηριότητα.

⇒ ΕΡΩΤΗΜΑ: Να σύρτε τις καμπύλες προσφοράς και ζήτησης γαλοπούλας. Στο επίπεδο ισορροπίας, δείξτε τα πελονάσματα του καταναλωτή και του παραγωγού. Να εξηγήσετε γιατί η παραγωγή περισσότερης γαλοπούλας μπορεί να μειώσει το συνολικό πλεόνασμα.

ΣΧΗΜΑ 7.8
Αποτελεσματικότητα Ποσότητας Ισορροπίας

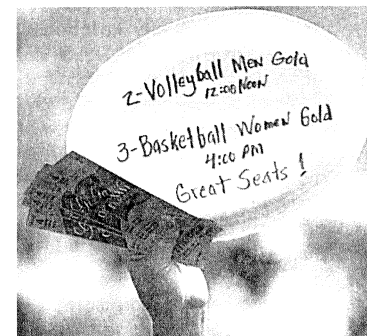


ΓΙΑ ΝΑ ΜΠΟΡΕΣΕΙ ΜΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ να καταναίει αποτελεσματικά τους σπανίζοντες πόρους της, τα αγαθά πρέπει να καταλήγουν σε εκείνους τους αγοραστές που τους αποδίδουν μεγαλύτερη αξία. Η κερδοσκοπία εισιτηρίων είναι ένα παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο οι αγορές επιτυγχάνουν την αποτελεσματικότητα. Οι κερδοσκόποι αγοράζουν εισιτήρια θεατρικών παραστάσεων, συναυλιών και αθλητικών αγώνων και τα μεταπωλούν σε τιμές υψηλότερες από το αρχικό τους κόστος. Απαιτώντας την υψηλότερη τιμή που μπορεί να τους δώσει η αγορά, οι κερδοσκόποι αυτοί εξασφαλίζουν ότι οι καταναλωτές που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν την υψηλότερη τιμή (δηλαδή έχουν μεγαλύτερη προθυμία αγοράς) θα αποκτήσουν εισιτήριο. Όπως περιγράφει το άρθρο που παραθέτουμε, υπάρχει έντονος διάλογος σχετικά με το αν θα έπρεπε η δραστηριότητα αυτή να είναι νόμιμη.

Εισιτήρια: Η Προσφορά Ικανοποιεί τη Ζήτηση στο Πεζοδρόμιο

Του JOHN TIERNEY

Η κερδοσκοπία με τα εισιτήρια υπήρξε πολύ αποδοτική δουλειά για τον Κέβιν Τόμας, και δεν βλέπει για ποιο λόγο θα έπρεπε να απολογηθεί γι' αυτό. Ο ίδιος πιστεύει για τον εαυτό του ότι είναι απλώς ένας κλασικός αμερικανός επιχειρηματίας: ένας νέος από το Μπρονξ, ο οποίος παράτησε το λύκειο και ρίχτηκε στη βιοπάλη μαθαίνοντας μια προσοδοφόρα δουλειά, κερδίζει γύρω στα 40.000 δολάρια το χρόνο και έχει καταθέσεις ύψους 75.000 δολαρίων. Και όλα αυτά χάρη



ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΥΠΟ
Κερδοσκοπία στα Εισιτήρια

στις υπηρεσίες που παρέχει στο κοινό έξω από τα θέατρα και τα γήπεδα της Νέας Υόρκης.

Έχει, ωστόσο, ένα παράπονο. «Με έχουν συλλάβει 30 φορές τον τελευταίο χρόνο», μας είπε ένα βράδυ, αφού προηγουμένως είχε πωλήσει εισιτήρια για έναν αγώνα των Νικς που του απέφεραν κέρδος 280 δολαρίων. «Μαθαίνεις, βέβαια, να αντιμετωπίζεις την κατάσταση αυτή - δίνω στους αστυνομικούς ψεύτικο όνομα ή πληρώνω το πρόστιμο όταν δεν μπορεί να κάνω διαφορετικά. Δεν είναι, όμως, δικαιο. Για μένα, η κερδοσκοπία με τα εισιτήρια είναι μια εργασία όπως αυτή του χρηματιστή, που αγοράζει φθηνά και πωλεί ακριβά. Αν οι άνθρωποι είναι πρόθυμοι να μου δώσουν τα χρήματα που ζητώ, πού είναι το πρόβλημα;»

Είναι, πάντως, σημαντικό πρόβλημα για τα όργανα της τάξης που στη Νέα Υόρκη και το Νιου Τζέρσυ κυνηγούν κερδοσκόπους εισιτηρίων σαν τον Κέβιν Τόμας και προστατεύουν τα συμφέροντα εκείνων που πωλούν εισιτήρια νόμιμα. Μυστικοί αστυνομικοί προσπαθούν να επιβάλουν νέους περιορισμούς στην κερδοσκοπία με τα εισιτήρια, ενώ ο γενικός εισαγγελέας σε δύο πολιτείες έχει παραπέμψει σε δική πάνω από μια ντουζίνα παραβάτες.

Οι οικονομολόγοι, όμως, έχουν την τάση να βλέπουν την κερδοσκοπία με τα εισιτήρια θεαμάτων και αθλητικών αγώνων από τη σκοπιά του Τόμας. Στα μάτια των οικονομολόγων η σταυροφορία της ομοσπονδιακής κυβέρνησης μοιάζει λιγάκι με τις παλιές εκστρατείες των κομμουνιστικών αρχών κατά της «κερδοσκοπίας». Οι οικονομολόγοι υποστηρίζουν ότι οι περιορισμοί αυτοί που δυσχεραίνουν την προσέλευση του κοινού στις καλλιτεχνικές και αθλητικές εκδηλώσεις, είναι σπατάλη χρόνου για την αστυνομία, στερούν από την Πόλη της Νέας Υόρκης δεκάδες εκατομμύρια δολάρια φορολογικών εσόδων και στην πραγματικότητα αυξάνουν, σε πολλές περιπτώσεις, το κόστος των εισιτηρίων.

«Είναι πάντοτε καλή πολιτική για εκείνους που θέλουν να παριστάνουν τους προστάτες των φτωχών το να κηρύσσουν παράνομες τις υψηλές τιμές», λέει ο William J. Baumol, ο διευθυντής του C.V. Starr Center for Applied Economics at New York University. «Περιμένω, λοιπόν, από τους πολιτικούς να προσπαθήσουν να λύσουν το πρόβλημα του AIDS κηρύσσοντας παράνομο και το AIDS. Και ενώ στην τελευταία περίπτωση ζημιά δεν θα υπήρχε, γιατί απλώς δεν θα συνέβαινε τίποτε, όταν κηρύσσονται παράνομες οι υψηλές τιμές δημιουργούνται πραγματικά προβλήματα».

Ο δρ. Baumol ήταν ένας από τους οικονομολόγους που είχαν συλλάβει την ιδέα να πωλούνται εισιτήρια του Μπρόντγουεϋ της ίδιας ημέρας από ειδικό περίπτερο στο Τάιμς Σκουέαρ – ιδέα που οι ιδιοκτήτες του θεάτρου είχαν θεωρήσει επικίνδυνα ριζοσπαστική όταν είχε ανοίξει για πρώτη φορά το περίπτερο εισιτηρίων. Ωστόσο, οι ιδιοκτήτες ωφελήθηκαν, επειδή απέκτησαν αγοραστές εισιτηρίων τα οποία θα έμεναν διαφορετικά

απούλητα. Το παράδειγμα αυτό δείχνει την ικανότητα της αγοράς, όταν αφήνονται ελεύθερες οι τιμές, να προσαρμόζεται, να επιτυγχάνει αποτελέσματα που είναι προς όφελος και των αγοραστών και των πωλητών.

Οι οικονομολόγοι αναφέρουν ως ένα ακόμη παράδειγμα αυτού του μαθήματος την περίπτωση του Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης, όπου οι άνθρωποι που ήθελαν να δουν μια έκθεση του Ματίς περίμεναν πάνω από δύο ώρες μέχρι να έλθει η σειρά τους να αγοράσουν εισιτήριο. Αλλά τους προσφέρθηκε μια άλλη δυνατότητα: οι κερδοσκόποι που είχαν ξεφύγει από τον έλεγχο της αστυνομίας πωλούσαν εισιτήρια των 12,50 δολαρίων σε τιμές 20 μέχρι 50 δολαρίων.

«Δεν χρειάζεται να αποδίδεις πολύ μεγάλη αξία στο χρόνο σου για να δεχθείς να πληρώσεις τα 10 ή 15 επιπλέον δολάρια και να αποφύγεις την ταλαιπωρία της αναμονής στην ουρά επί δύο ώρες για να αποκτήσεις το πολυπόθητο εισιτήριο που θα σου επιτρέψει να δεις τα έργα του Ματίς», λέει ο Richard H. Thaler, οικονομολόγος του Πανεπιστημίου Cornell. «Μερικοί άνθρωποι πιστεύουν ότι είναι πιο δίκαιο να περιμένουν όλοι στην ουρά μέχρι να έλθει η σειρά τους. Αυτό, όμως, υποχρεώνει όλους να συμμετέχουν σε μια τελείως αντιπαραγωγική δραστηριότητα, η οποία είναι μεροληπτική υπέρ εκείνων που έχουν πολύ ελεύθερο χρόνο. Οι κερδοσκόποι σου προσφέρουν μια άλλη ευκαιρία. Δεν βλέπω για ποιο λόγο να θεωρείται παράνομη η δραστηριότητά τους»...

Οι πολιτικοί υποστηρίζουν συχνά ότι αν δεν υπήρχαν οι νόμοι κατά της κερδοσκοπίας με τα εισιτήρια, οι τιμές των εισιτηρίων θα ανεβάναν στα ύψη και οι καλλιτεχνικές και αθλητικές εκδηλώσεις θα γίνονταν απρόσιτες για τους περισσότερους ανθρώπους. ¹³⁸

Ωστόσο, στην Καλιφόρνια, που δεν έχουν ψηφιστεί νόμοι κατά της κερδοσκοπίας με τα εισιτήρια, οι τιμές των εισιτηρίων δεν έχουν αυξηθεί σημαντικά. Αλλιώς, όσο και αν οι κερδοσκόποι θέλουν να ανεβάσουν στα ύψη τις τιμές των εισιτηρίων, ελάχιστοι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν 100 δολάρια για ένα εισιτήριο...

Η νομιμοποίηση της κερδοσκοπίας των εισιτηρίων, όμως, δεν θα εί-

ναι καλή είδηση για όλους. Ο κ. Τόμας, π.χ., φοβάται ότι ο αυξημένος ανταγωνισμός μπορεί να τον εκτοπίσει από τις δουλειές. Ωστόσο, μετά από 16 χρόνια – αρχισε από την ηλικία των 10 ετών έξω από το Yankee Stadium – σκέφτεται ότι είναι πλέον καιρός κάτι να αλλάξει.

Πηγή: *The New York Times*, 26 Δεκεμβρίου του 1992, σ. Α1.

ΣΤΟ ΠΑΡΟΝ Κεφάλαιο εξετάσαμε βασικά εργαλεία της οικονομικής της ευημερίας – το πλεόνασμα του καταναλωτή και το πλεόνασμα του παραγωγού – και τα χρησιμοποιήσαμε για να αξιολογήσουμε την αποτελεσματικότητα των ελεύθερων αγορών. Αποδείξαμε ότι οι δυνάμεις της προσφοράς και της ζήτησης κατανέμουν αποτελεσματικά τους παραγωγικούς πόρους. Παρ' όλο, δηλαδή, που κάθε αγοραστής και πωλητής στην αγορά ενδιαφέρεται μόνο για τη δική του ευημερία, όλοι μαζί, καθοδηγούμενοι από το αόρατο χέρι, επιτυγχάνουν μια ισορροπία που μεγιστοποιεί το συνολικό όφελος των αγοραστών και των πωλητών.

Εδώ είναι απολύτως απαραίτητο να επισημάνουμε τούτο: Για να συμπεράνουμε ότι οι αγορές είναι αποτελεσματικές, διατυπώσαμε μερικές υποθέσεις σχετικά με το πώς λειτουργούν οι αγορές. Όταν δεν ισχύουν αυτές οι υποθέσεις, το συμπέρασμά μας ότι η ισορροπία της αγοράς είναι αποτελεσματική, μπορεί να μην είναι πλέον αληθές. Καθώς κλείνουμε το παρόν Κεφάλαιο, ας μιλήσουμε, με λίγα λόγια, για δύο από τις πιο σημαντικές από τις υποθέσεις αυτές.

□ □
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜ
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜ
ΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ
ΚΑΙ ΑΠΟΤΥΧ
ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ



Ηγέτες εταιρειών συγκεντρωμένοι σε ένα γήπεδο, έξω από το Ντάριεν του Κονέκτικατ, όπου κάποιος από αυτούς ισχυρίζεται ότι βλέπει το αόρατο χέρι της αγοράς.

Πρώτον, η ανάλυσή μας δέχεται ότι στην αγορά επικρατεί τέλειος ανταγωνισμός. Στον πραγματικό κόσμο, όμως, ο ανταγωνισμός μερικές φορές κάθε άλλο παρά τέλειος είναι. Σε μερικές αγορές, ένας μοναδικός αγοραστής ή πωλητής (ή μια μικρή ομάδα από αυτούς) μπορεί να είναι ικανός να ελέγξει τις τιμές της αγοράς. Η ικανότητά του να επηρεάσει τις τιμές ονομάζεται *δύναμη αγοράς* (market power). Η δύναμη αγοράς μπορεί να κάνει τις αγορές αναποτελεσματικές, επειδή κρατά την τιμή και την ποσότητα μακριά από την ισορροπία της προσφοράς και της ζήτησης.

Δεύτερον, η ανάλυσή μας υπέθετε ότι το αποτέλεσμα της αγοράς ενδιαφέρει μόνο τους αγοραστές και τους πωλητές της συγκεκριμένης αγοράς. Ωστόσο, στον πραγματικό κόσμο, οι αποφάσεις των αγοραστών και των πωλητών επηρεάζουν μερικές φορές και ανθρώπους που δεν συμμετέχουν καθόλου στην αγορά. Η ρύπανση του περιβάλλοντος είναι το κλασικό παράδειγμα αποτελέσματος της αγοράς που επηρεάζει ανθρώπους που δεν συμμετέχουν στην αγορά. Ορισμένες τέτοιες παρενέργειες, που ονομάζονται *εξωτερικότητες* (externalities), έχουν ως αποτέλεσμα να εξαρτάται η ευημερία στην αγορά από περισσότερα πράγματα και όχι μόνον από την προθυμία πληρωμής των αγοραστών και το κόστος των πωλητών. Επειδή οι αγοραστές και πωλητές δεν λαμβάνουν υπόψη τους αυτές τις παρενέργειες όταν αποφασίζουν πόσο θα καταναλώσουν και πόσο θα παραγάγουν, η ισορροπία στην αγορά μπορεί να είναι αναποτελεσματική από τη σκοπιά της κοινωνίας ως συνόλου.

Η δύναμη της αγοράς και οι εξωτερικότητες είναι παραδείγματα ενός γενικού φαινομένου που αποκαλείται *αποτυχία (αστοχία) της αγοράς* (market failure) – πρόκειται για την αδυναμία ορισμένων μη ρυθμιζόμενων αγορών να κατανείμουν αποτελεσματικά τους παραγωγικούς πόρους. Όταν η αγορά αποτυγχάνει, η οικονομική πολιτική του κράτους μπορεί να θεραπεύσει το πρόβλημα και να αυξήσει την οικονομική αποτελεσματικότητα. Οι μικροοικονομολόγοι αφιερώνουν πολύ χρόνο και καταβάλλουν μεγάλη προσπάθεια για να διερευνήσουν πότε είναι πιθανή η αποτυχία της αγοράς και ποια οικονομικά μέτρα είναι καλύτερα για τη διόρθωση αυτών των αποτυχιών της αγοράς. Καθώς συνεχίζετε τη μελέτη της οικονομικής, θα δείτε ότι τα εργαλεία της οικονομικής της ευημερίας που αναπτύχθηκαν εδώ, προσαρμόζονται αμέσως σε αυτή την προσπάθεια.

Παρά την πιθανότητα αποτυχίας της αγοράς, το «αόρατο χέρι» είναι εξαιρετικά σημαντικό. Σε πολλές αγορές, οι υποθέσεις που διατυπώσαμε στο παρόν Κεφάλαιο λειτουργούν καλά και το συμπέρασμά μας για την αποτελεσματικότητα της αγοράς ισχύει απόλυτα. Επιπλέον, η ανάλυσή μας για την οικονομική της ευημερίας ρίχνει φως στις επιπτώσεις των

διαφόρων μέτρων οικονομικής πολιτικής. Στα επόμενα δύο Κεφάλαια θα εφαρμόσουμε τα εργαλεία που έχουμε μόλις αναπτύξει για να μελετήσουμε δύο σημαντικά ζητήματα της οικονομικής πολιτικής – τις επιπτώσεις της φορολογίας και του διεθνούς εμπορίου στην ευημερία.

- Το πλεόνασμα του καταναλωτή είναι ίσο με την προθυμία πληρωμής για ένα αγαθό μείον το ποσό που πραγματικά πληρώνει γι' αυτό, και μετρά το όφελος που αποκομίζουν οι αγοραστές από τη συμμετοχή τους στην αγορά. Το πλεόνασμα του καταναλωτή μπορεί να υπολογιστεί βρίσκοντας το εμβαδόν του τριγώνου κάτω από την καμπύλη ζήτησης και πάνω από την τιμή.
- Το πλεόνασμα του παραγωγού είναι ίσο με το ποσό που οι πωλητές εισπράττουν για τα αγαθά που πωλούν μείον το κόστος παραγωγής τους και μετρά το όφελος που οι πωλητές αποκομίζουν από τη συμμετοχή τους στην αγορά. Το πλεόνασμα του παραγωγού μπορεί να υπολογιστεί με την εύρεση του εμβαδού κάτω από την τιμή και πάνω από την καμπύλη προσφοράς.
- Η κατανομή των παραγωγικών πόρων που μεγιστοποιεί το άθροισμα των πλεονασμάτων του καταναλωτή και του παραγωγού λέγεται ότι είναι αποτελεσματική. Οι πολιτικοί ενδιαφέρονται συχνά για την αποτελεσματικότητα, όπως και για τη δικαιοσύνη, των οικονομικών αποτελεσμάτων.
- Η ισορροπία προσφοράς και ζήτησης μεγιστοποιεί το άθροισμα των πλεονασμάτων του καταναλωτή και του παραγωγού. Δηλαδή, το αόρατο χέρι της αγοράς ωθεί τους αγοραστές και τους πωλητές να κατανείμουν αποτελεσματικά τους παραγωγικούς πόρους.
- Οι αγορές δεν κατανείμουν τους παραγωγικούς πόρους αποτελεσματικά όταν υπάρχουν αποτυχίες της αγοράς, όπως η δύναμη αγοράς ή οι εξωτερικότητες.

Περίληψη

οικονομική της ευημερίας, σ. 256
προθυμία πληρωμής, σ. 256
πλεόνασμα καταναλωτή, σ. 257
κόστος, σ. 264

πλεόνασμα παραγωγού, σ. 265
αποτελεσματικότητα, σ. 272
δικαιοσύνη, σ. 272

Έννοιες - Κλειδιά

1. Εξηγήστε πώς συνδέονται η προθυμία πληρωμής των αγοραστών, το πλεόνασμα του καταναλωτή και η καμπύλη ζήτησης.
2. Εξηγήστε πώς συνδέονται το κόστος του παραγωγού, το πλεόνασμα του παραγωγού και η καμπύλη προσφοράς.

Ερωτήσεις
Επανάληψης