

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA**

**DIPLOMSKO DELO**

**JAVNI SEKTOR IN ASIMETRIČNE INFORMACIJE V DELU  
NOBELOVCA JOSEPHA E. STIGLITZA**

**Ljubljana, junij 2003**

**TANJA ŠUNKAR**

## IZJAVA

Študentka \_\_\_\_\_ izjavljam, da sem avtorica tega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom \_\_\_\_\_ in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_

## **Kazalo**

<b>Uvod</b>	1
<b>1. Življenjepis Josepha E. Stiglitz</b>	2
<b>2. Asimetrične informacije</b>	6
<b>2.1 Kaj so asimetrične informacije?</b>	6
<b>2.2 Stiglitzev prispevek k asimetričnim informacijam</b>	7
2.2.1 Nobelova nagrada za ekonomijo leta 2001	7
2.2.2 Joseph E. Stiglitz in informacije	7
<i>Slika 1: Trg z limonovci</i>	9
<b>3. Javni sektor</b>	14
<b>3.1 Kaj je javni sektor?</b>	14
<b>3.2 Prispevek Josepha E. Stiglitz</b>	14
3.2.1 Ekonomski trgi	15
3.2.1.1 Trg dela	15
3.2.1.2 Trg proizvodov	17
<i>Slika 2: Kratkoročna agregatna funkcija proizvodnje</i>	17
3.2.1.3 Trg kapitala	17
<i>Slika 3: Investicijska funkcija</i>	18
3.2.1.4 Cene in inflacija	19
<i>Slika 4: Agregatna krivulja ponudbe</i>	19
3.2.2 Makroekonomska gibanja	19
<i>Slika 5: Spremembe v povpraševanju po delovni sili in realne plače</i>	20
3.2.2.1 Ekonomska nihanja	22
3.2.2.1.1 Lepljive plače	22
3.2.2.1.2 Lepljive cene	22
3.2.2.1.3 Prilagoditev inflacije	22
3.2.2.1.4 Inflacija, monetarna politika in izdatki	23
<i>Slika 6: Agregatno povpraševanje in inflacija</i>	23
3.2.3 Agregatno povpraševanje in inflacija	24
3.2.3.1 Krivulja agregatnega povpraševanja in inflacija	24
<i>Slika 7: Ravnovesni proizvod ter krivulja agregatnega povpraševanja in inflacije</i>	24
3.2.4 Ekonomija in novo gospodarstvo	26
3.2.4.1 Koncepti ekonomije	26
3.2.4.1.1 Izbira	26
3.2.4.1.2 Spodbuda	27
3.2.4.1.3 Zamenjava	27
3.2.4.1.4 Informacija	28
3.2.4.1.5 Porazdelitev	28
3.2.4.2 Trije bistveni trgi	29

3.2.4.3	Mikroekonomija in makroekonomija .....	29
3.2.5	Povpraševanje, ponudba in cene .....	30
3.2.5.1	Povpraševanje .....	30
	<i>Slika 8: Tržna krivulja povpraševanja</i> .....	31
3.2.5.2	Ponudba .....	32
	<i>Slika 9: Krivulja ponudbe</i> .....	32
3.2.5.3	Povpraševanje in ponudba .....	33
	<i>Slika 10: Krivulja povpraševanja in ponudbe</i> .....	33
3.2.6	Nepopolni trgi .....	34
	Sklep .....	38
	Literatura .....	40
	Viri .....	40
	Slovarček .....	

## Uvod

Preučevanje ekonomije je zahtevno delo, za katerega je potrebno imeti dovolj široko znanje s področij ekonomije, da se lahko spremlja vsakodnevno spreminjanje ekonomskih parametrov. Preučevanja segajo daleč v preteklost. Skozi čas se je ekonomsko dogajanje zelo spremenilo. Do hitrejših sprememb pa je prišlo v zadnjih dveh desetletjih.

Zadnja desetletja so prinesla veliko novih spoznanj na področju teorije tržne strukture. Vse to je vplivalo na naša spoznanja: kako delujejo trgi in katere pripomočke imamo na voljo pri analizi le-teh. Vsaka sprememba povzroči nove spremembe na trgu, oblikujejo se različne oblike povezav podjetij, vlade držav so prisiljene sprejemati nove ukrepe, ker želijo omiliti posledice novih sprememb.

Pomembno vlogo pri oblikovanju moderne ekonomije ima tudi Joseph E. Stiglitz. Njegov prispevek bomo poizkušali zajeti v diplomskem delu in tako strjeno pokazati na njegove ekonomske ugotovitve. Stiglitz je svetovno priznan ekonomist, ki je leta 2001 prejel Nobelovo nagrado za področje ekonomije. Nobelovo nagrado je dobil za prispevek na področju asimetričnih informacij. Stiglitz v svojih delih obravnava tudi javni sektor in delovanje podjetij ter posameznikov v njem.

Asimetrične informacije so del nepopolnih informacij, ki so prisotne v vsakdanjem življenju. Najlažje jih opišemo z dejstvom, da dve osebi nimata enakih informacij in sta tako v neenakovrednem izhodiščnem položaju, npr. v postopku pogajanj.

V diplomskem delu obravnavamo dva sklopa: asimetrične informacije in javni sektor.

V prvem poglavju, ki sledi uvodu, podajamo življenjepis Stiglitz. V njem posebej predstavljamo njegovo šolanje, prve uspehe, funkcije, ki jih je in jih še opravlja, in dodajamo kratek seznam njegovih knjig, ki so že izšle.

Drugo poglavje je namenjeno asimetričnim informacijam. V prvem delu poglavja so razložene asimetrične informacije, drugi del pa obravnava prispevek Stiglitz.

Tretje poglavje obravnava javni sektor, kjer je podan njegov opis. V drugem delu tretjega poglavja so opisani ekonomski trgi, makroekonomska gibanja, agregatno povpraševanje in inflacija ter na koncu koncepti moderne ekonomije.

Tretjemu poglavju sledi sklep, v katerem bomo povzeli glavne ugotovitve, do katerih smo prišli pri pisanju diplomskem delu.

# 1. Življenjepis Josepha E. Stiglitz

Joseph E. Stiglitz se je rodil 9. februarja 1943, v mestu Gary, Indiana, USA. V rojstnem kraju je obiskoval javno šolo. V šoli, je imel predane profesorje, ki so kljub velikemu številu učencev v razredu opazili njegove potenciale in ga vzpodbujali, motivirali in vodili. Stiglitz je obiskoval krožke, ki jih je nudila šola. Bil je član debatnega krožka, ki je med drugim pripomogel h kreptitvi njegovega karakterja. Odraščal je v družini, kjer so veliko govorili o političnih temah in drugih aktualnih dogodkih.

Svojo izobrazbo je Stiglitz pridobival na različnih univerzah: Akademiji Amherst, Massachusetts Institute of Technology (MIT) in Univerzi Cambridge. V letih 1960 do 1964 je obiskoval Akademijo Amherst v Angliji. To je bila fantovska akademija s približno tisoč študenti. Sem se je vpisal po posvetu s svojim mentorjem, ki je bil mnenja, da se bo Stiglitz tu počutil bolje kot na večji univerzi, kot je Harvard. Amherst mu je nudil široko izobrazbo. Stiglitz je obiskoval veliko tečajev in krožkov (zgodovino, matematiko, ekonomijo, itd). Rad je obiskoval vse izbrane krožke, a še posebej ga je privlačila ekonomija. Tako se je seznanil z mikroekonomijo in makroekonomijo ter matematiko v ekonomiji. Že zelo kmalu je ugotovil, da ekonomija združuje vse, kar želi preučevati: od zgodovine pa vse do matematike. V kasnejših letih svojega študija so se že znane stvari pričele ponavljati. Tako se je odločil, da svoj študij nadaljuje na MIT-u. Za svoj nadaljnji študij si je pridobil štipendijo Akademije Amherst. Leta 1964 je Stiglitz diplomiral na Amherstu, častni doktorat iste akademije pa je prejel leta 1974.

Amherst lahko poimenujemo kot Stiglitzovo odskočno desko njegove nadaljnje poti izobraževanja. Študent na MIT-u je bil dve leti. Že v letu in pol je opravil vse svoje študijske obveznosti in pričel s pisanjem svojih dizertacij. Na univerzi so ga poučevali priznani profesorji, med drugimi tudi nobelovi nagrajenci: Samuelson (nobelov nagrajenec leta 1970), Solow (1987. leta), Modigliani (1985. leta) in Arrow (1972. leta). Njegovi profesorji so bili predvsem ugledni liberalci. Prav tako je imel Stiglitz zelo uspešne študijske kolege. Svoje prvo delo je predstavil skupaj z Georgom Akerlofom, s katerim je leta 2001 prejel tudi Nobelovo nagrado.

Stiglitz je bil na MIT-u zelo zadovoljen, saj mu je ustrezal način predavanja o ekonomiji: učili so se na primerih, enostavnih in konkretnih modelih, usmerjenih v odgovarjanje pomembnih in konkretnih vprašanj. Nekje je Stiglitz tudi zapisal, da se sprašuje, kaj bi bilo, če bi obiskoval univerze, ki poučujejo druge smeri ekonomije.

V svojih študijskih letih se je Stiglitz dobival z ostalimi študenti, ki so bili večinoma starejši od njega, nekateri med njimi so bili tudi študentje Harvarda. Skupaj so preučevali ekonomske modele, se spraševali, kaj je narobe z njimi in kaj bi bilo, če bi jih spremenili. Podobno so razglabljali o svetovni ekonomiji. Svoj študij na MIT-u je zaključil leta 1967, ko je doktoriral.

Leta 1968 se je Stiglitzu ponudila priložnost, da uredi Paul Samuelsonova dela. Stiglitz je to storil z veseljem, saj mu je bil Samuelson vzornik. Samuelson, ki je ravno tako kot Stiglitz odraščal v Garyu, je Stiglitzu napisal tudi priporočila, ki so mu pomagala na njegovi študijski poti, in ga je imel za najboljšega študenta z Garya. Še vrsto let po tem, ko je Stiglitz zapustil MIT, je bil znan po tem, da je uredil Samuelsonova dela, čeprav bi veliko raje videl, da bi ga ljudje cenili po njegovih delih.

Poleti leta 1969 je Hirofumi Uzawa prišel v Chicago. Skupaj s študenti iz Chicaga in od drugod (med njimi so bili tudi George Akerlof, Mrinal Datta-Chaudhuri, Georgio LaMalfa) so preučevali teorije rasti, predvsem tehnične spremembe, ki bi jih vpeljali v teorijo, ki so jo poimenovali kot endogeno teorijo rasti. Delo je v takratnem času želo malo zanimanja ekonomistov.

Stiglitzovo obdobje pa je šele prihajalo, nastopilo je dve desetletji kasneje. Ekonomisti so se gibali v ciklih, definiranih s šolo, ki so ji pripadali. Endogena teorija rasti se je oblikovala v osemdesetih letih, avtorji pa so pripadali čikaški šoli. Zgodnejša dela teorije rasti so rezultat MIT-ove šole. Stiglitz je bil član obeh šol in je tako usklajeval znanje obeh.

Po dveh letih študija na MIT-u, si je pridobil Fulbrightovo štipendijo za znanstveno delo na Univerzi Cambridge, za obdobje dveh let (1965-1966). Stiglitz se je med drugimi odmevnimi deli z njegovega začetnega obdobja javnosti predstavil s seminarjem o porazdelitvi dohodkov posameznikov. Predavanju je sledila debata, kjer so študentje in ekonomisti predstavili svoje poglede. Naslednji dan mu je James Mead, ki je bil nobelov nagrajenec leta 1977, podal 20 strani dolg elaborat, v katerem je navedel svoje pripombe. Stiglitz je v tem obdobju preučeval predvsem stopnjo rasti, tehnične spremembe, porazdelitev osebnih dohodkov ter kako stopnja rasti vpliva na porazdelitev prihodkov in obratno.

Njegov drugi projekt je preučeval porazdelitev dohodkov in makroekonomsko obnašanje potrošnikov na kratek rok. V tistem času je večina makroekonomskih modelov predstavljala, da so plače in cene stalne. V obdobje depresije so plače in cene padle. Stiglitz je pokazal, kako to vpliva na ciklično obnašanje.

S Cambridga se je leta 1966 vrnil na MIT, kjer ga je čakalo mesto asistenta profesorja. Po enem letu je odšel na Yale. V tem obdobju je pričel s preučevanjem ekonomske dinamike in nestanovitnosti v ekonomiji, ki je vodila do preučevanja ekonomskih informacij. Pri preučevanju dinamike je bil osredotočen na stabilnost ekonomskih trgov. Standardni modeli so predpostavljali, da se prihodnji trgi širijo neskončno v prihodnost. Delo Franka Hahna, Karla Shella in Stiglitzja so pokazali, da konkurenčna ekonomija s prihodnjimi trgi razširja poljubno veliko obdobje v prihodnost in bi v splošnem, povzročila dinamično nestabilnost.

Stiglitzovo delo je bilo po letu 1965 povezano z raziskovanjem logike ekonomskih modelov in poskusom uskladitve modelov z dnevnim opazovanjem. Konec šestdesetih let je Stiglitz pričel s preučevanjem financ v podjetjih, kjer je želel prikazati, da so pomembnejše oziroma imajo večji pomen, kot je bilo sprva videti. Opozoril je na dve dejstvi, ki sta bili opuščeni, bili pa sta zelo pomembni: predpostavljalo se je, da ne more priti do bankrota in popolne informacije.

V kasnejših letih je preučeval ti dve predpostavki. Njegovo delo je vodilo do asimetričnih informacij oziroma bolj splošno do nepopolnih informacij. Stiglitzovo delo vključuje preučevanje ekonomske negotovosti in njihove posledice, navaja nasvete o verjetnostni porazdelitvi cen in proizvodov, ekonomskem obnašanju itd. Standardna teorija ni le predvidevala, da obstajajo trgi, ki vključujejo take negotovosti, znanja o verjetnostni porazdelitvi pa so bila nedotakljiva z dejanji.

Stiglitzev največji prispevek v obdobju osemdesetih let je bila definicija nove ekonomske filozofije, tako imenovana "tretja smer", ki je določevala pomembno, a omejeno vlogo vlade. Osvobojeni trgi ponavadi niso delali dobro, vlada ni bila sposobna vedno popraviti omejitev trgov (Stiglitz, 2002).

Kot univerzitetni profesor je Stiglitz pomagal ustvariti novo smer v ekonomiji, poimenovano ekonomija informacij, ki se je uspešno uveljavila v ekonomski disciplini. Tako je kot pionir pripomogel k uveljavljanju osrednjih konceptov, kot so teorija nasprotne izbire in moralnega hazarda, ki so s časom postala tako imenovana standardna orodja pri politikah analize in ekonomskih teorij.

V poznih sedemdesetih letih in zgodnjih osemdesetih je pomagal pri ponovni oživitvi interesov v ekonomiki tehnoloških sprememb in drugih faktorjev, ki pripomorejo k dolgoročni rasti v produktivnosti in dvigu življenjskega standarda. Stiglitz je eden pomembnejših mož ekonomije na področju javnega sektorja. Obe njegovi zaključni deli, diploma in magisterij in preddiplomska dela so bila vodilna dela osemdesetih let. Prevedena so v številne tuje jezike: nemščino, španščino, italijanščino, francoščino, kitajščino, ruščino, ukrajinski in turški jezik.

Stiglitzu je leta 1979 nagradilo Ameriško ekonomsko združenje z John Bates Clarkovo nagrado, ki jo podeljujejo ekonomistom, mlajšim od štirideset let, ki so naredili velik prispevek k ekonomiji. Nagrado je dobil s sledečo obrazložitvijo: Dr. Stiglitzu ni mogoče primerjati z mladimi ekonomisti glede obsega in raznolikosti teoretičnih dosežkov in njihove moči in življenjskosti. Od rasti in kapitala do ekonomske diskriminacije, od javnih financ do financ podjetij, od informacij do negotovosti, od konkurenčnih do monopolnih tekmovanj in raznolikosti proizvodov.



Prispevki Stiglitz so bili nacionalno priznani s strani Državne akademije znanosti, Ameriške akademije umetnosti in znanosti, Ekonomskega združenja in Ameriškega filozofskega združenja. Stiglitz je bil tudi mednarodno priznan z izvolitvijo v dopisnega člana britanske akademije in kot prejemnik mednarodne nagrade italijanske akademije Lincei's, francoske znanstvene nagrade UAP's in nemške nagrade Reektenvald.

Stiglitz je bil počaščen tudi s častnim doktoratom ameriške in evropske univerze, čeprav je pridobil častne doktorate tudi drugih tujih univerz. Slovi kot dober profesor ekonomskih dejstev in pojavov. Na univerzah je poučeval oziroma imel tečaje iz mikroekonomije, makroekonomije, ekonomije javnega sektorja, finančne ekonomije in ekonomike organizacije (About Joseph Stiglitz, 2002).

Na kratko bomo navedli položaje, ki jih je Stiglitz v svojih letih delovanja zasedal. Svojo kariero je pričel kot asistent profesorja na MIT-u v letih 1966-1967. V juniju in avgustu leta 1967 je bil gostujoči profesor na Univerzi Canterbury, na Novi Zelandiji. V letih 1967 in 1968 je bil asistent profesorja na Cowles Foundation, v naslednjih dveh letih pa tudi izredni profesor. Na Univerzi Yale je bil v letih 1970 do 1974 profesor ekonomije. Od leta 1974 do 1976 je predaval ekonomijo na Univerzi Stanford. Na Institute for Advanced Studies and Mathematica je bil gostujoči profesor, od leta 1978 do 1979. Profesor politične ekonomije je bil v letih 1976-1979 na Univerzi Oxford. Profesor ekonomije na Univerzi Princeton, je bil od leta 1979 do 1988. Član Sveta ekonomskih svetovalcev je bil v letih 1993-1995. Od leta 1995 do 1997 je bil predsednik Sveta ekonomskih svetovalcev. Deloval je tudi v Svetovni banki, kjer je bil podpredsednik in glavni ekonomist (1997-2000). Leta 2000 je bil gostujoči profesor na Univerzi Columbia. Profesor ekonomije je bil v obdobju 1988 do 2001 na Institutu Hoover, na Univerzi Stanford. Trenutno je profesor ekonomije in financ na Univerzi Columbia.

Stiglitz je zapustil Svetovno banko leta 2000. US Treasury je pritisnila na Svetovno banko, ker se ni povsem strinjala s kritikami, ki jih je pisal Stiglitz glede vodenja politike US Treasury in IMF-a. Stiglitz je na povabilo predsednika Clintona postal njegov svetovalec. Clintonov svetovalec je ostal sedem let, čeprav je sprva načrtoval le dvoletno sodelovanje.

Stiglitz je prejel veliko častnih doktoratov. Prvi mu je bil podeljen leta 1974. Podelil mu ga je Amherst kolidž. Marca leta 2000 je dobil častni doktorat univerze Namur. Tehnična univerza v Lizboni, mu je doktorat podelila junija leta 2000, univerza Toronto leta 2001, univerza Glasgow julija 2001, univerza v Barceloni maja 2001, Akademija Bard junija 2001 in univeza Buenos Aires novembra 2001.

V preteklih letih je prejel veliko zahval najrazličnejših ustanov. Stiglitz je bil član svetovalcev v najrazličnejših podjetjih in ustanovah: v Svetovni banki, OECD-ju, Električnem raziskovalnem inštitutu itd. (Stiglitz, 2002).

Stiglitz je avtor velikega števila člankov. Kar nekaj jih lahko v slovenščini preberemo v časniku Finance. V svojih letih delovanja na področju ekonomije je izdal večje število knjig in učbenikov s področja mikroekonomije in makroekonomije ter drugih področij ekonomije.

Skupaj z različnimi avtorji je izdal veliko knjig. Leta 2002 so izšle sledeče knjige: *Towards a New Paradigm for Monetary Policy, Globalization and its Discontents*.

V predhodnem letu je izdal: *Financial Liberalization: How Far, How Fast?* in *Rethinking the East Asian Miracle*, ter *New Ideas about Old Age Security, Frontiers of Development Economics*.

*Economics of the Public Sector* (tretja izdaja) je izšla leta 2000. Kar nekaj njegovih pomembnejših knjig je izšlo leta 1997: *Economics* (druga izdaja), *Economics and the Canadian Economy*, *Principles of Microeconomics* (druga izdaja) in *Principles of Macroeconomics*. Leta 1994 je izdal knjigo *Whither Socialism?*, ki je nastala kot razširitev dela, ki ga je predstavil na predavanju leta 1990. Istega leta je izšla knjiga *Economics and the Canadian Economy*. Leta 1993 je izšla prvič knjiga *Economics*, ki je bila večkrat ponatisnjena, in *The Economics of Rural Organization: Theory, Practice, and Policy*.

*The Economic Role of the State* je izšla leta 1989. V letu 1986 je izšla knjiga *Economics of the Public Sector* in leta 1981 *The Theory of Commodity Price Stabilization*. Iz njegovih zgodnejših let pa so knjige: *Lectures in Public Economics* (1980) in *Effects of Risk on Prices and Quantities of Energy Supplies* (1978) ter *An Economic Analysis of the Conservation of Depletable Natural Resources* (1977) (Books, 2002).

## **2. Asimetrične informacije**

### **2.1 Kaj so asimetrične informacije?**

V vsakdanjem življenju se neprestano srečujemo z asimetričnimi informacijami. Vprašajmo se, kaj točno asimetrične informacije so.

Po prevodu slovarčka v Stiglitzevi knjigi *Economics*, druga izdaja, so asimetrične informacije opisane kot situacija, v kateri imata udeleženi stranki v transakciji različne informacije. Najlažje to ponazorimo s primerom prodaje rabljenega avtomobila. Pri prodaji rabljenega avtomobila ima prodajalec avtomobila več informacij o kvaliteti in točnem stanju vozila kot kupec (Stiglitz, 1997, str. 434).

## **2.2 Stiglitzev prispevek k asimetričnim informacijam**

### **2.2.1 Nobelova nagrada za ekonomijo leta 2001**

Stiglitz je postal nobelov nagrajenec za ekonomijo leta 2001. Nobelovo nagrado je prejel skupaj z Georgom Akerlofom z Univerze California na Berkleyju in Michaelom Spencem z Univerze Stanford. Ekonomisti so v zadnjih dvesto letih uporabljali preproste ekonomske modele. Modeli so predpostavljali, da so informacije popolne in da imajo vsi udeleženci enako vedenje o dejavnikih. Ekonomisti so se zavedali, da kljub temu informacije niso popolne. Upali so, da bodo nepopolne informacije sorodne popolnim. Stiglitz in ostala dva nobelova nagrajenca pa so dokazali, da lahko že majhna nepopolnost informacij zelo vpliva na vedenje gospodarstev. Omenjeni ekonomisti so dobili Nobelovo nagrado zaradi novih odkritij o asimetričnih informacijah, vidika nepopolnosti informacij. Asimetrija informacij pa ni edina plat nepopolnosti informacij. Tudi najmanjše asimetrije imajo lahko velike posledice.

Modeli, ki so jih preučevali nobelovi nagrajenci, so pomagali razložiti, zakaj trgi ne delujejo tako, kot razlaga standardna teorija. Spopadli so se z vprašanji, zakaj določeni trgi sploh ne obstajajo, zakaj se pojavlja brezposelnost, zakaj se omejujejo obsegi posojil. Raziskovali pa so tudi, zakaj se šoki v ekonomiji povečujejo in zakaj trajajo njihovi učinki še dolgo potem, ko je začetna motnja že izginila.

Pri preučevanju so ugotovili, da "nevidne roke" Adama Smitha, ki vodi k učinkovitim izidom, ni mogoče videti in da je ni, oziroma je onemogla. Asimetrije informacij so povezane z asimetrijo ekonomske moči. Oblast ima vlogo, da tržne napake popravlja in hkrati tudi odpravlja. Ugotovitve, do katerih so prišli omenjeni trije ekonomisti, so temelji tako imenovane "tretje poti", ki je sinonim za način, kako je mogoče doseči ekonomski napredek in družbeno pravičnost (Asimetrija informacij, 2001, str. 20).

### **2.2.2 Joseph E. Stiglitz in informacije**

V svojih delih Stiglitz prične izhajati iz modela popolne konkurence in popolnih informacij; potrošniki oziroma udeleženci na trgih naj bi imeli popolne informacije. Z vpeljavo nepopolnih informacij v svoje modele so ekonomisti naredili velik korak pri zožitvi prepada med resničnim svetom in svetom, opredeljenim s popolno konkurenco in modelom popolnih informacij.

Osnovni konkurenčni model predpostavlja, da so podjetja in gospodinjstva dobro obveščena. To pomeni, da vedo za njihove zmožnosti, kaj lahko dobijo in po kakšni ceni. Modeli predpostavljajo, da potrošniki poznajo svoje preference. Po predpostavkah osnovnega modela so podjetja dobro obveščena, dobro poznajo tehnologijo, produktivnost vsakega prositelja za

delo, seznanjeni so s cenami potrebnih delov, ki jih je potrebno kupiti za proizvodnjo, znane so jim tudi cene, po katerih lahko prodajo svoje proizvode.

Posamezniki in podjetja niso popolnoma informirani. Le-to se ne more pripisati kot kritika konkurenčnega modela. Kritika, da trgi niso popolnoma konkurenčni, še ne pomeni, da jih moramo opustiti. Cenovni sistemi nudijo odlične rešitve za nekatere informacijske probleme. Za podjetja ni pomembno, kaj imajo ljudje radi. Zanje so cene pokazatelj deleža dodatnega dobička, ki ga ustvarijo s proizvodnjo dodatne enote. Za delovanje trga so osrednji kazalec cene. Cene in trgi so osrednji temelji ekonomskega sistema. Prihaja pa do problema informacij, ki ga trgi ne morejo obvladati. Nepopolna informacija v nekaterih trenutkih povzroči, da trgi ne izvedejo nalog tako učinkovito kot takrat, ko so informacije popolne. Stiglitz v svoji knjigi piše, da ima vsaka informacija vrednost. Ljudje so pripravljeni plačati za informacijo. Tako lahko informacijo opredelimo kot proizvod, ki je enak vsem drugim proizvodom. Tudi tu obstajajo trgi informacij, ki imajo ceno, tako kot trg dela in trg kapitala.

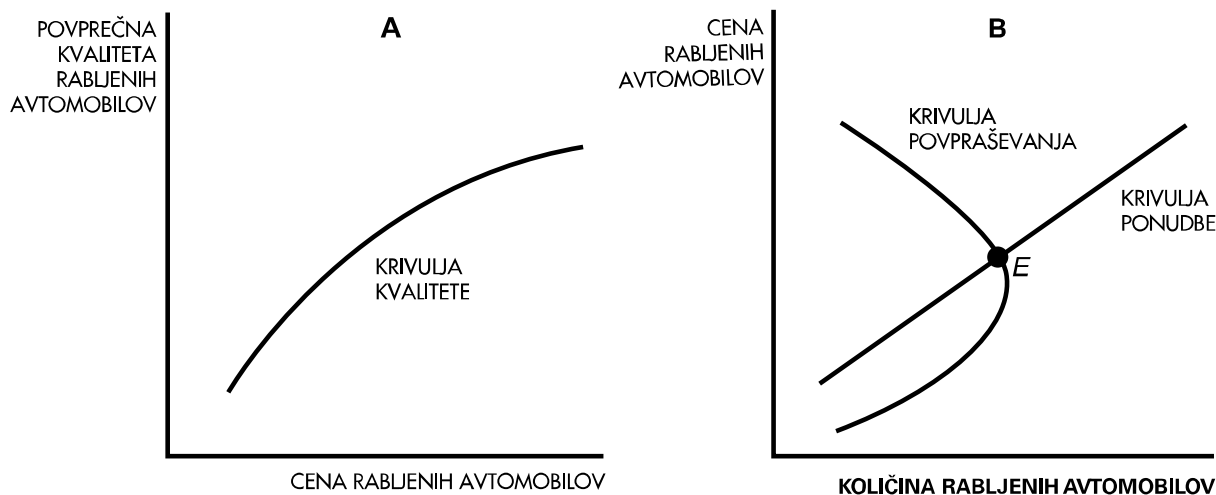
Trgi informacij niso popolni. Najbolj logična razlaga tega dejstva je, da informacije ne moremo popolnoma enačiti z drugimi proizvodi. To lahko ponazorimo s primerom. Ko kupujemo stol, nam prodajalec pohištva z veseljem omogoči, da ga pogledamo, se nanj po potrebi tudi usedemo in se nato odločimo, ali nam usteza. Ko pa kupimo informacijo, z njo ne moremo storiti enako. Prodajalec ti lahko reče: "Verjemi mi. Povedal ti bom, kar moraš vedeti," ali ti pokaže informacijo in reče, "To je vse, kar vem. Če je to tisto, kar si želel vedeti, mi prosim plačaj." V prvem primeru bi bil lahko skeptičen in v drugem primeru se lahko zgodi, da ne bi želel plačati. Potem ko si že dobil informacijo, kakšen smisel bi bil, da bi zanj še plačal. V splošnem se srečujemo s problemom verodostojnosti informacij

Stiglitz je izpostavil tudi vprašanje, zakaj se tri mesece star avto prodaja po največkrat 20 odstotkov nižji ceni kot nov avto. Vsekakor avtomobili ne zastarajo tako hitro. Dejstvo, da si lastnik popolnoma novega avtomobila, nekaj stane. Če pa smo lastnik novega, toda tri mesece starega avta, bo avto rabljen. Toda nekaj tisoč dolarjev je cena, ki jo je potrebno plačati za tako kratko veselje, da imamo nov avto.

Stiglitzev prijatelj, George Akerlof, je na podlagi nepopolnih informacij podal preprosto razlago. Nekateri avtomobili so slabši kot drugi. Imajo skrite napake, ki se pokažejo lastnikom po določenem času. Tako opisani avtomobili so poimenovani kot limonovci. Pri njih gre narobe ena stvar za drugo. Garancije lahko znižajo finančni strošek, da imamo limonovca. Ne povrnejo pa nam časa ki ga potrebujemo, da avto pripeljemo v trgovino. Pri njih obstaja velika možnost, da se avtomobil pokvari. Lastniki, ki imajo limonovca, bi ga radi prodali nekomu drugemu. Tisti, ki imajo najslabše limonovce, so prvi pripravljeni prodati svoje avtomobile. Z višjo ceno prodanih rabljenih avtomobilov se lastniki izenačijo z lastniki avtomobilov boljše kvalitete. Lastniki želijo prodati svoje avtomobile, ker želijo kupiti zadnji model avtomobila. Ko cena avtomobila pade, se količina dobrih avtomobilov, ki so bili

namenjeni v prodajo, zmanjša, ker jih lastniki umaknejo iz obtoka prodaje. Tako se povprečna kvaliteta rabljenih avtomobilov za prodajo zniža. To poimenujemo efekt nasprotne izbire.

Slika 1: Trg z limonovci



Vir: Stiglitz, 1997, str. 434.

Slika A kaže povprečno kvaliteto rabljenega avtomobila, ki se povečuje, ko se cena zvišuje. Slika B pa prikazuje tipično navzgor naraščajočo krivuljo ponudbe in nazaj obrnjeno krivuljo povpraševanja. Krivulja povpraševanja je obrnjena nazaj, ker kupci vedo, da je kvaliteta nižja pri nižji ceni. Ta slika kaže, da je ravnovesna točka točka E.

V sliki A lahko spremljamo, kako se giblje kvaliteta prodajanih se avtomobilov v odvisnosti od cene, slika B pa prikazuje krivuljo ponudbe. Ko se cena avtomobilov povečuje, se število prodanih avtomobilov povečuje. V sliki pa je vrisana tudi krivulja povpraševanja. Ta krivulja ima posebno razliko, in sicer je nazaj obrnjena krivulja, a kljub temu navzdol padajoča. Ko pade cena, posledično pade tudi kvaliteta in s tem tudi zahteve kvalitete. Tako dobijo potrošniki manj za dolar. Slednja situacija pa je opisana kot asimetrična informacija med prodajalcem in kupcem.

Največkrat uporabljen primer za ponazoritev asimetričnih informacij je prodaja rabljenega avtomobila. V tem primeru ima prodajalec, ki je lastnik tega avtomobila, več informacij kot kupec. Če ima avtomobil kakšne napake, o teh ne spregovori oziroma jih ne omenja. Veliko trgov je opredeljenih z asimetričnimi informacijami. Ena od posledic asimetrične informacije je, da je na trgu relativno malo kupcev in prodajalcev, mnogo manj kot bi jih bilo, če bi vladalo stanje popolnih informacij. Ekonomisti pri opredelitvi trgov uporabljajo izraz ozkega trga, kadar je na trgu le nekaj kupcev in prodajalcev. V nekaterih primerih je trg tako ozek, da bi bil že neobstoje. Če enega izmed pomembnih trgov v ekonomiji ni, v ekonomiji vlada stanje nepopolnosti trgov. Trg rabljenih avtomobilov se po zgoraj opredeljenih trgih uvršča med ozke trge. Kupci vedo, da je na trgu nekaj zakonitih prodajalcev, to so tisti, ki se vedno

želijo voziti z novim avtomobilom. Med njimi so tudi taki, ki imajo limone in jih želijo prodati. Kupec pa ne more ločiti limone od dobrega avtomobila. Ker kupci ne želijo tvegati, raje ne kupijo. Kadar ima prodajalec dober avto in ga želi prodati, poskuša prepričati potencialnega kupca, da je avto dober. Lahko bi kupcem povedali da avto ni limona, a zakaj bi moral kupec temu verjeti. Obstaja preprosto dejstvo: dejanja pomenijo več kot besede. Kakšna pa so dejanja, ki jih lahko narediš, da bi z njimi prepričal kupca v nakup avtomobila?

Za primer lahko vzamemo Chryslerja, ki nudi petletno garancijo za prevoženih petdeset tisoč milj. To dejstvo samo pove veliko. Chrysler ima veliko zaupanje v svoje avtomobile. Garancija je dragocena. Ne zaradi tega ker zmanjšuje negotovost, da bi se nam avto pokvaril in bi ga bilo potrebno voziti na popravilo. Pač pa tudi zato, ker kupec verjame, da Chrysler ne bi dal garancije, če ne bi bil prepričan, da je verjetnost okvare njihovega vozila zelo majhna. Dejanje, kot je slednje, se imenuje signal boljše kvalitete. Signal je dober, če diferencira med stvarmi, npr. dobrimi in slabimi avtomobili.

Dejanja, kot so nudenje garancije, niso le zato, da bi imeli potrošniki direktno ugodnost, temveč zato, ker kupci verjamejo, da je ta proizvod boljši proizvod ali da je s tem podjetjem boljše poslovati kot z drugim.

V ekonomiji pa obstaja še dejstvo, da potrošniki ocenjujejo kvaliteto po ceni. Potrošniki oblikujejo svoje preference po dobrinah glede na ceno. Zavedajo se, da je pri nakupu povprečnega avtomobila, če je cena le-tega nizka, verjetnost, da bodo kupili limono, večja. Večina prodajalcev se tega zaveda.

Na trgih z nepopolnimi informacijami podjetja postavljajo svoje cene. Ob oblikovanju njihovih cen imajo v mislih potrošnikovo mišljenje o kvaliteti izdelka, ki ga prodajajo.

Podjetja pri politiki določanja cen postavljajo neko spodnjo mejo, pod katero ne gredo. Če bi to storila, bi s tem odvrnila kupce, ker bi ti mislili, da jim v primeru rabljenih avtomobilov prodajajo limonovce.

Informacijski problem je ekonomistom vsakdanji izziv. Osnovni konkurenčni model obrnejo ravno obratno. Prodajalci manipulirajo s cenami le toliko časa, dokler lahko kontrolirajo informacije. Kupci vedo za manipulacije, ki jih izvajajo prodajalci. Skrb kupcev, da jim želijo prodajalci prodati limono, zmanjšuje trgovino. Ko nastopijo problemi, kot je opisan zgoraj pravimo, da je trg ozek oziroma neobstoje. To pomeni, da je cenovna konkurenčnost omejena (Stiglitz, 1997, str. 430–451).

Asimetrična informacija je skupni pojav tržnih povezav. Prodajalec stvari ponavadi ve več o kvaliteti kot potencialen kupec. Oseba, ki pošilja prošnjo za delo, ve mnogo več o svojih sposobnostih in znanjih kot bodoči delodajalec. Zavarovanec, ki sklene novo zavarovalno

polico, ve o svojih nevarnostih več kot zavarovalnica. Postavlja se vprašanje, kaj se zgodi s cenami in količinami v primeru, ko so agentje na enem trgu boljše informirani kot agentje na drugem trgu? Kaj lahko storijo boljše obveščeni agentje na svojem trgu, da bi izboljšali svoj rezultat? In kaj lahko storijo manj obveščeni agentje?

Stiglitz je svoje raziskave usmeril predvsem na vprašanje, kaj lahko storijo agentje, ki so manj obveščeni, da izboljšajo svoj položaj. Stiglitz je pokazal, kdaj in kako agentje, ki so slabše informirani, pridobijo ustrezne informacije od boljše informiranih agentov na trgu tako, da jim ponudijo celo vrsto dogovorov. Kot signalizira trg pregled izbir po svojem izboru, omogoča veliko ugodnih transakcij. Lep primer je zavarovanje, kjer podjetja ponavadi ponudijo alternativne pogodbe in se lahko iztržijo dodatki v primerjavi z nizkimi premijami. V takem primeru so stranke brez pogodb razdeljene v različne razrede glede na rizik nesreč. Klienti, ki imajo nizek rizik, plačujejo nizke premije, sprejeti pa morajo visok odtrgljaj, ki je potreben pri visoko rizičnih strankah, ki ne izberejo te možnosti (The Bank of Sweden Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 2001, 2002).

Stiglitz je pokazal, da lahko neinformirani agentje na trgu pridobijo ustrezne informacije od boljše obveščenih z izbiranjem med možnostmi, ki jih imajo na voljo med pogodbami za določene transakcije. Zavarovalnice razdelijo svoje stranke v rizične razrede s tem, ko jim ponudijo različne zavarovalne police, kjer se nižje premije zamenjajo za večje odtrgljaje.

Stiglitz v enem izmed svojih del, ki ga je izdal skupaj z Michaelom Rothschildom, govori o tem, kako informacijski problem rešujejo na zavarovalniških trgih, kjer podjetja nimajo informacij o tveganosti situacije svojih strank. To delo je dopolnitev del Akerlofa in Spanca, ki sta analizirala dejanja, ki se jih neinformirani agentje na trgu asimetričnih informacij poslužijo. Stiglitz je pokazal, da zavarovalniška podjetja, ki nastopajo kot neinformirana stranka, lahko dajo svoji stranki, ki je v tem primeru informirana stranka, spodbudo, da razkrije informacijo o svojem tveganju skozi tako imenovano selekcijo. Zavarovalniška podjetja imajo oziroma razvrščajo podjetja v več rizičnih skupin imetnikov zavarovalnih premij. Na izbiro jim dajo več možnosti, sami pa izberejo iz menija alternativnih pogodb, kjer so najnižje premije zamenljive za višje dodatke. Stiglitz je dokazal, da so ekonomski modeli lahko zavajajoči, če ne upoštevajo informacijskih asimetrij.

Stiglitz je preučeval vključitev asimetričnih informacij v različne kontekste: od nezaposlenosti pa vse do optimalnega davčnega sistema. Kar nekaj njegovih esejev je postalo pomembno dejstvo za kasnejša raziskovanja.

Stiglitz je skupaj z Andrewom Weissom raziskoval kreditni trg z asimetričnimi informacijami. Pokazala sta, da je za bankirje, ki želijo zmanjšati delež slabih posojil, smiselna omejitev števila posojil namesto, da povišajo obrestno mero za posojila. Od kar je omejevanje kreditov tako popolno, so bila Stiglitzeva odkritja zelo pomembna za oblikovanje

bolj realistične teorije trga posojil. Velik vpliv pa so imela tudi na podjetniške finance, monetarno teorijo in makroekonomijo.

Učinkovitost finančnih trgov je Stiglitz analiziral skupaj z Stanford Grossmanom. Rezultat tega sodelovanja je znan kot Grossman-Stiglitzev paradoks, ki pravi: če bi bili trgi informacijsko učinkoviti ali povedano drugače, če bi bile vse relevantne informacije izražene v cenah na trgu, potem noben posamezen agent ne bi imel dovolj spodbude za pridobitev informacije, na katerih so osnovane cene.

Stiglitz je eden od ustanoviteljev moderno razvijajoče ekonomije. Pokazal je, da asimetrične informacije in ekonomske spodbude niso le akademske abstrakcije, temveč konkretni fenomeni z daljšimi vrednotami razlage v raziskavah ustanov razvijajočih se ekonomij (The 2001 Bank of Sweden Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel – Information for the Public, 2002).

Kot smo že omenili, je Stiglitz skupaj z Rothschildom raziskoval, kaj lahko naredijo neinformirani agentje, da izboljšajo svoj izkupiček na trgu, kjer so prisotne asimetrične informacije. Bolj specifično sta se usmerila na zavarovalniška podjetja, kjer podjetja nimajo vseh informacij o posameznih strankah. Podjetja, ki so neinformirana, nudijo svojim strankam, ki so informirane, različne kombinacije premij in odbitkov in pod posebnimi pogoji stranke izberejo police, ki jih preferirajo podjetja. Takšna selekcija, preko samoizbire je tesno povezana z Vickrejem in Mirrleesom, ki sta analizirala optimalno obdavčitev prihodkov. V tem primeru je oblast, ki je pobirala davek, analizirala, kako podjetja pri zaposlovanju, kjer imajo ljudje zasebne informacije o nagnjenosti prenehanja delovnega razmerja, uporabljajo samoizbiro.

Rothschildov in Stiglitzev model lahko ponazorimo s preprostim modelom. Predpostavimo, da so vsi posamezniki, ki vstopajo na zavarovalniški trg, identični, razen glede velikosti poškodb. Vsi posamezniki imajo enako visoke prihodke, ki jih označimo z  $y$ . Posamezniki, ki so uvrščeni v visoko tvegano skupino poškodb, si naprtijo izgubo prihodkov  $d < y$  z verjetnostjo  $pH$ .

Prav tako tudi posamezniki, ki so razvrščeni v skupino nizko tveganih, utrpijo škodo oziroma izgubo z manjšo verjetnostjo, ki jo označimo s  $pL$ . Velja  $0 < pL < pH < 1$ . Z vidika zavarovalniškega podjetja so imetniki zavarovalnih polic z visoko stopnjo tveganja  $pH$ , da bo do poškodbe prišlo, poimenovani kot nizkokvalitetni agentje. Na drugi strani pa so imetniki zavarovalnih polic z nizko stopnjo tveganja  $pL$ , poimenovani kot visokokvalitetni agentje.

V nasprotju s prejšnjim primerom vlada na zavarovalniškem trgu popolna konkurenca. Zavarovalniška podjetja so nevtralna glede tveganja in maksimizirajo svoj pričakovani profit. Zavarovalniška pogodba opredeljuje premijo (a) in višino kompenzacije (b) za primer



škodnega dogodka (d). Odbitek je tako opredeljen kot razlika  $d - b$ . Ravnotežje je lahko razdeljeno na dva glavna tipa: sporazumevajočega in ločevalnega. V sporazumevajočem ravnotežju kupujejo vsi posamezniki enake zavarovalne police. V primeru ločevalnega ravnotežja pa posamezniki sklepajo različne zavarovalne police. Avtorja dokazujeta, da njihov model nima sporazumevajočega ravnotežja. To obrazložita z dejstvom, da bi zavarovalnice v tem primeru preveč posplošile trg, ko bi nudile zavarovalniške police, ki so boljše za nizkorizične posameznike in slabše zavarovalniške police za visoko tvegane posameznike. V takem ravnotežju bi bile premije za nizkorizične posameznike previsoke. Edina možna rešitev je unikatni ločevalni model ravnotežja, kjer sta dve različni pogodbi prodani na trgu. Ena pogodba (aH, bH) je kupljena s strani visokorizičnih posameznikov in druga (aL, bL) s strani nizkorizičnih posameznikov. Prva pogodba nudi oziroma pokrije relativno visoko premijo:  $aH > aL$  in  $bH = d$ , druga varianta kombinira nizke premije z delnim kritjem:  $nL < d$ . Posledično vsak kupec izbere eno pogodbo brez odbitkov in drugo pogodbo z nizko premijo in odbitki. V ravnotežju odbitki redko odvrnejo posameznike, ki so uvrščeni v razred visoko tveganih, ki so zabljeni zaradi nizkih premij, a kljub temu izberejo višje premije, da bi se izognili odbitkom.

Rothschild in Stiglitz sta tudi definirala pogoje, pod katerimi ne pride do ravnotežja. Ravnotežja so originalna za selekcijske modele. Članek Rothschilda in Stiglitz je bil zelo vpliven. Njuna klasifikacija ravnotežja je postalo dejstvo. Sporazumevajoče in ločevalno ravnotežje sta sedaj postali standardna koncepta mikroekonomske teorije v splošnem in posebno v informacijski ekonomiki.

Stiglitz je prispeval na trgu asimetričnih informacij tudi veliko drugih ugotovitev. Verjetno je eden izmed največkrat citiranih raziskovalcev znotraj ekonomsko-informacijske literature, lahko bi tudi dejali v širši domeni mikroekonomije. Stiglitz s svojimi prispevki in v povezavi z drugimi avtorji pokaže oziroma znova poudarja, da so ekonomski modeli zavajajoči, če ne upoštevajo informacijskih asimetrij.

Ko je Stiglitz analiziral kreditne trge, je pokazal, da je za banke racionalnejše, če želijo znižati izgube slabih kreditov tako, da omejijo količino kreditov, kot da povišajo obrestno mero, kot bi banke naredile, če bi se upoštevale klasične ekonomske analize.

Stiglitz je skupaj z Grossmanom analiziral hipoteze učinkovitosti finančnih trgov. Predstavila sta Grossman-Stiglitzev paradoks, ki pravi, da če bi bili trgi informacijsko učinkoviti, bi bile vse pomembne informacije izražene v tržnih cenah in nobeden agent na trgu ne bi imel spodbude, da bi poskušal raziskati informacijo, na podlagi katere so cene postavljene. Če so agentje na trgu neinformirani, plačujejo enemu agentu, da jim poda ustrezne informacije in tako postanejo obveščeni. Iz tega sledi, da informacijsko ravnotežje ne obstaja. To delo je pustilo pečat finančni ekonomiki. Stiglitz je ponudil informacijsko podprto razlago neprostovoljne brezposelnosti.

Stiglitz je leta 1984 v soavtorstvu z Shapiroom razvil model trga dela s tako imenovanimi učinkovitimi plačami. Učinkovita plača presega rezervacijsko plačo zaposlenega delavca (rezervacijska plača, ki jo dobi zaposlen, ga ne razlikuje od drugih zaposlenih, če ostane na delovnem mestu ali odide) in mu omogoča, da dela učinkoviteje in tako obdrži svoje delovno mesto. V omenjenem modelu se predpostavlja, da delodajalec na slepo izvaja preglede med svojimi zaposlenimi in na ta način kontrolira njihov trud oziroma dosežek. Optimalno obnašanje delodajalca in zaposlenega delavca bi bilo v ravnotežju brezposelnosti. Stiglitzev in Shapirov model je pomemben prispevek v modernem trgu dela in makroekonomiki. Stiglitz je tudi eden od ustanoviteljev moderne razvijajoče ekonomije (Markets with Asymmetric Information, 2001).

### **3. Javni sektor**

#### **3.1 Kaj je javni sektor?**

Javni sektor vključuje oskrbo prebivalcev z javnimi dobrinami. Med javne dobrine se uvrščajo nacionalna varnost, šolstvo, zdravstvo, policija in še nekatere druge dobrine. Značilnost javnega sektorja je, da nudi vsem prebivalcem enake storitve v zdravstvu, enako zahtevno izobraževanje, ki je v naši državi v določenem obsegu obvezno. Zdravstvene storitve so enake v določenem obsegu za vse prebivalce.

Naloga javnega sektorja je, da oskrbi prebivalstvo s čistimi javnimi dobrinami, javnimi dobrinami in meritornimi dobrinami. Kadar javni sektor oskrbuje prebivalstvo z javnimi dobrinami, pri tem ne more izključiti določenega posameznika, da ne bi dobil te dobrine, kajti za te dobrine ne obstaja trg. Javni sektor za svoje delovanje pridobiva dohodek od ekonomskih subjektov. Pridobljeni dohodek je lahko pridobljen tudi nasilno in se uporablja za nadaljnjo oskrbo določenih prebivalcev z dohodkom ali za oskrbo in financiranje dobrin, ki jih potrebujejo (Stanovnik, 1998, str. 5-9).

#### **3.2 Prispevek Josepha E. Stiglitz**

Nobelov nagradjenec, Joseph E. Stiglitz, je svoje delovanje v ekonomiji posvetil predvsem področju javnega sektorja. Že v začetnih letih svojega delovanja je izdal dela, ki so temeljila na obravnavi javnega sektorja.

V začetnih letih svojega pisanja je v soavtorstvu z Davidom M. G. Newberyem napisal kratko skripto z naslovom Optimal commodity Stock-piling rules.

Leta 2002 je izdal tri knjige, katerih soavtor je bil Carl E. Walsh. Knjige, ki tudi obravnavajo javni sektor, so bile: Economics, Principles of Microeconomics in Principles of Macroeconomics.

V knjigi Principles of Macroeconomics obravnava nezaposlenost, inflacijo, cene, osebne dohodke, itd.

Stiglitz v svoji knjigi izhaja iz osnovnega konkurenčnega modela. Gospodinjstva in podjetja v velikem številu sodelujejo na trgu dela, proizvodov in kapitala. Gospodinjstva so vir delovne sile za podjetja, da lahko proizvajajo proizvode in storitve. Podjetja zaposlenim izplačujejo plače, s katerimi nato potrošniki kupujejo stvari in storitve podjetij. Gospodinjstva del svojih prihodkov privarčujejo. S prihranki podjetja investirajo v svojo proizvodnjo in opremo. Gospodinjstva dobijo za svoje prihranke obresti in dividende.

Pri obravnavanju makroekonomije je prišel do dveh zaključkov. Prvi je, da so vsi trgi med seboj povezani. Kar se zgodi na enem trgu, ima posledice tudi na drugih trgih. Plače, obrestne mere in cene odražajo povpraševanje na vsakem izmed trgov. Stiglitz pri svojih analizah izhaja, da se plače, obrestne mere in cene prilagajajo tako, da so trg dela, trg proizvodov in kapitalni trg v ravnotežju. Po eni poti se predvideva, da se plače, obrestne mere in cene prilagajajo hitro, tako da se vedno vzdržuje ravnotežje med ponudbo in povpraševanjem na vseh trgih. Tudi če se ne prilagajajo hitro, pa se prilagodijo čim hitreje, da poteka delo nemoteno.

### **3.2.1 Ekonomski trgi**

#### **3.2.1.1 Trg dela**

Polna zaposlitev na trgu dela nastopi, ko se povpraševanje po delovni sili izenači s ponudbo. Nihče, ki želi delati, v tem primeru ne ostane brez dela. Tudi ko ekonomisti govorijo o modelu popolne zaposlenosti, obstaja določeno število ljudi, ki so nezaposleni. Nezaposleni so tisti ljudje, ki prvič vstopijo na trg delovne sile, in tisti, ki so v postopku menjavanja službe. V določenih panogah pa poznamo sezonska nihanja, ki povzročijo, da so ljudje brez zaposlitve. V takih primerih govorimo o sezonski, strukturni in fluktuacijski nezaposlenosti. Po podatkih velja, da tudi, ko je polna zaposlenost, obstaja pozitivna nezaposlenost. Za lažje razumevanje, kako v ekonomiji dosežemo polno zaposlenost, je potrebno razumeti povezavo med nominalnimi plačami ( $W$ ) in cenami ( $P$ ). Zaposleni za opravljeno delo dobijo plačo. Pri tem pa jih zanima, koliko za ta denar dejansko lahko kupijo. Zaposlene zanimajo njihove realne plače, ki so nominalne plače, popravljene za spremembe cen. Realno plačo po teoriji dobimo, če delimo nominalno plačo s cenami ( $W/P$ ). Realna plača je odraz kupne moči plače.

Model polne zaposlenosti predvideva razumljive posledice sprememb povpraševanja in ponudbe dela. Spremembe krivulje ponudbe povzročijo prihodi novih, mladih ljudi na trg dela. Število mladih, ki iščejo novo oziroma prvo zaposlitev je večje kot število starejših, ki gredo v pokoj. Prihod novih ljudi na trg dela povzroči, da se realne plače znižajo. Podjetja se na to spremembo odzovejo s povečanim številom potreb po delavcih. Zaposlenost se poveča s tem, ko se absorbira nova ponudba dela. Druga stran govori o povpraševanju in njegovi krivulji. Povečano investiranje in izboljšave v tehnologiji vodijo v povečano povpraševanje po delovni sili. V večini primerov to drži, a kljub temu povzroči, da se s povečanim investiranjem v novo opremo zniža povpraševanje po nekvalificiranih delavcih, medtem ko se povpraševanje po kvalificiranih delavcih poveča. Tako ugotovimo, da se trg dela deli na dva dela: na trg nekvalificiranih delavcev in trg kvalificiranih delavcev.

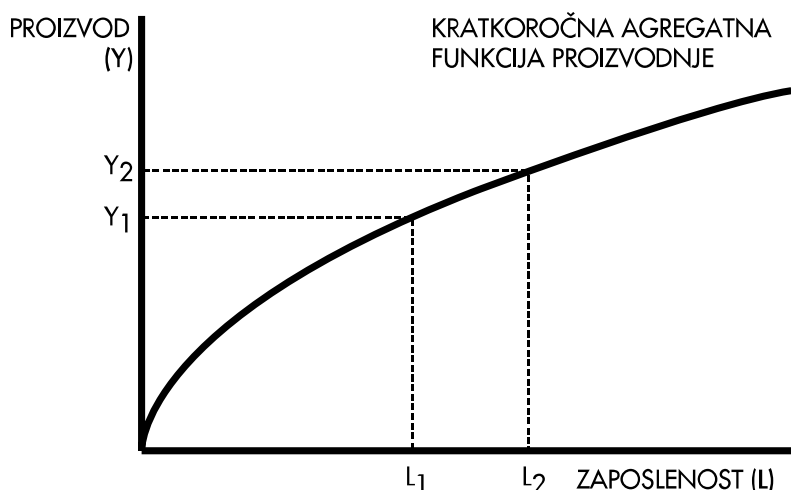
Stiglitz v svoji knjigi razlaga, kako posamezniki odreagirajo na spremembo cene. Substitucijski efekt povišanja cene povzroči zmanjšano povpraševanje, saj se mora posameznik sedaj odreči večji količini drugih dobrin, če želi kupiti dobrino, katere cena se je povečala. Dohodkovni učinek povzroči zmanjšanje realnega dohodka. V velikem številu primerov omenjena efekta delujeta istosmerno in krepita drug drugega. V določenih primerih sta dohodkovni in substitucijski efekt nasprotujoča. To lahko pojasnimo s sledečim primerom. Krivulja ponudbe dela je neelastična. Povišanje realnih plač povzroči povečanje dela z zamenjavo dela in drugih aktivnosti. To je tako imenovani substitucijski efekt. Za že zaposlene pa povišanje plač povzroči povišanje dohodkov, in to povzroči povečano povpraševanje po dobrinah. Substitucijski efekt poveča ponudbo dela, realne plače se povečajo. Dohodkovni efekt vodi v znižanje zaposlenosti. V takem primeru se krivulja ponudbe dela riše kot vertikala in pomeni, da se efekta izničita.

Stiglitz v svoji knjigi poda tudi primerjavo nezaposlenosti. Razlago prične z dejstvom, da ko bodo plače in cene zagotovile ravnotežje med ponudbo in povpraševanjem na trgu dela, bo v ekonomiji stanje polne zaposlenosti. Kljub temu pa velja, da je v ekonomiji prisotna pozitivna stopnja nezaposlenosti. Predvsem na dinamičnem trgu dela, ko ljudje prihajajo in hkrati odhajajo s trga dela, ko se ustanavljajo nova podjetja predvsem v novih industrijah ter v podjetjih, ki krčijo obseg zaposlenosti. Tu obstaja pozitivna strukturna in fluktuacijska nezaposlenost. Stiglitz poudarja, da je v Združenih državah Amerike, stopnja nezaposlenosti pri polni zaposlenosti nihala skozi čas, predvsem v obdobju demografskega prehoda. V začetku leta 1990 je bila ocena stopnje nezaposlenosti v polni zaposlenosti 6 odstotna. Mnogi so mnenja, da je ta stopnja v poznih devetdesetih letih padla. V drugih državah se je nezaposlenost gibala drugače. V Franciji je stopnja nezaposlenosti v zadnjih 25 letih počasi naraščala, s 3 odstotkov v letih 1973–1974 je narasla na več kot 12 odstotkov v letih 1996 in 1997. Podobno se je gibala nezaposlenost v Nemčiji, čeprav je stopnja ostala na nižji ravni.

### **3.2.1.2 Trg proizvodov**

Stiglitz je trg proizvodov razlagal z agregatno ponudbo in povpraševanjem. Pravi, da je v vsakem trenutku v ekonomiji določen kapital, ki v povezavi z delom in materialom proizvaja proizvode. Omenjena povezava proizvodov in zaposlenosti z omejeno količino kapitala se imenuje kratkoročna agregatna funkcija proizvodnje.

Slika 2: Kratkoročna agregatna funkcija proizvodnje



Vir: Stiglitz, 2002c, str. 146.

Znano je, da več ko je zaposlenih, večja je proizvodnja. To kaže tudi zgornji graf. Z dodatno zaposlenimi ljudmi pa se proizvodnja ne povečuje v sorazmerju, temveč narašča s padajočo stopnjo. V določeni ekonomiji je potencialni bruto domači proizvod dosežen, če velja, da sta ponudba in povpraševanje na trgu dela uravnotežena tako, da je ekonomija v stanju polne zaposlenosti in podjetja delujejo s svojo opremo na povprečni ravni uporabe. Podjetja lahko proizvedejo več, če uporabljajo opremo, ki jo imajo, intenzivnejše.

Eno od glavnih nepopolnosti trga dela je, da je drag v pomenu časa in denarja ter pri iskanju nove zaposlitve. Oglasi, preko katerih podjetja iščejo novo delovno silo, so pomembna za delovanje trga dela. Pojavlja pa se problem, ker ljudje ne morejo biti popolnoma informirani, kje vse so izkazane potrebe za delo. Na tem področju je veliko pripomogel internet, ki je nov pomemben element pri iskanju zaposlitve.

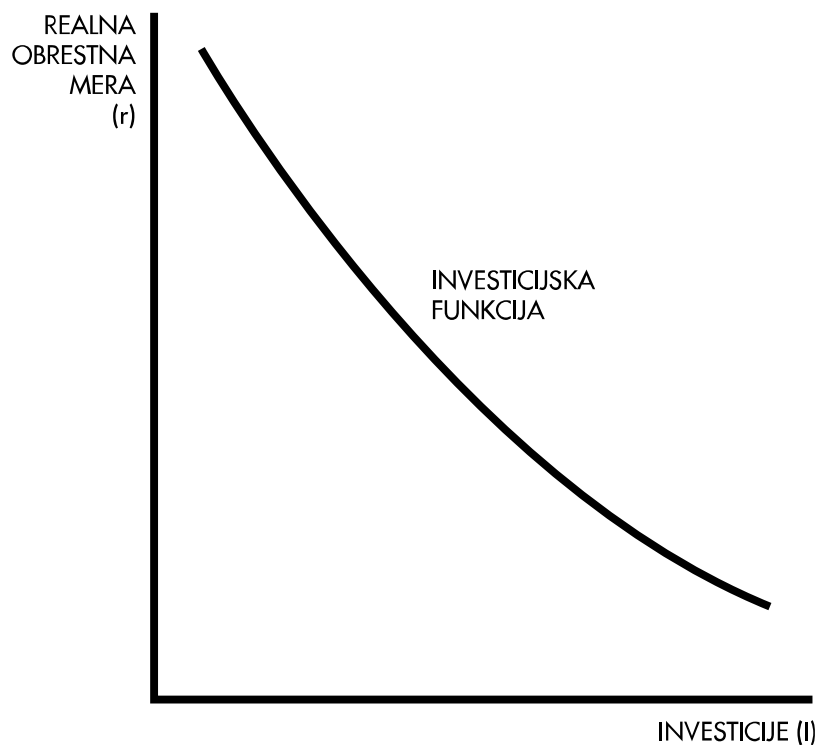
### 3.2.1.3 Trg kapitala

Ko podjetja varčujejo, s tem oblikujejo sklade, ki so na voljo posojilojemalcem. Finančni kapitalni trg je trg, na katerem lahko tisti, ki si želijo izposoditi denar, to storijo. Zaradi tega je tudi imenovan posojilni trg. Ključna za trg kapitala so gospodinjstva, ki se odločajo, kolikšen del svojih prihodkov bodo namenila tekočim izdatkom in kolikšen del bodo privarčevala.

Ekonomisti uporabljajo pojem investicije v dveh različnih pomenih. Gospodinjstva opredeljujejo nakup delnic in obveznic kot tako imenovane finančne investicije, ki podjetjem omogočajo nakupe kapitalnih dobrin. Nakup novih stavb in strojev pa za podjetja predstavljajo kapitalne investicije.

V sklopu investicij je potrebno omeniti investicijsko funkcijo, ki prikazuje stopnjo investiranja pri posamezni višini realne obrestne mere. Investicijska funkcija je padajoča navzdol in nam pove, da se investicije povečajo, če realne obrestne mere padejo. Slednje je prikazano v sledeči sliki.

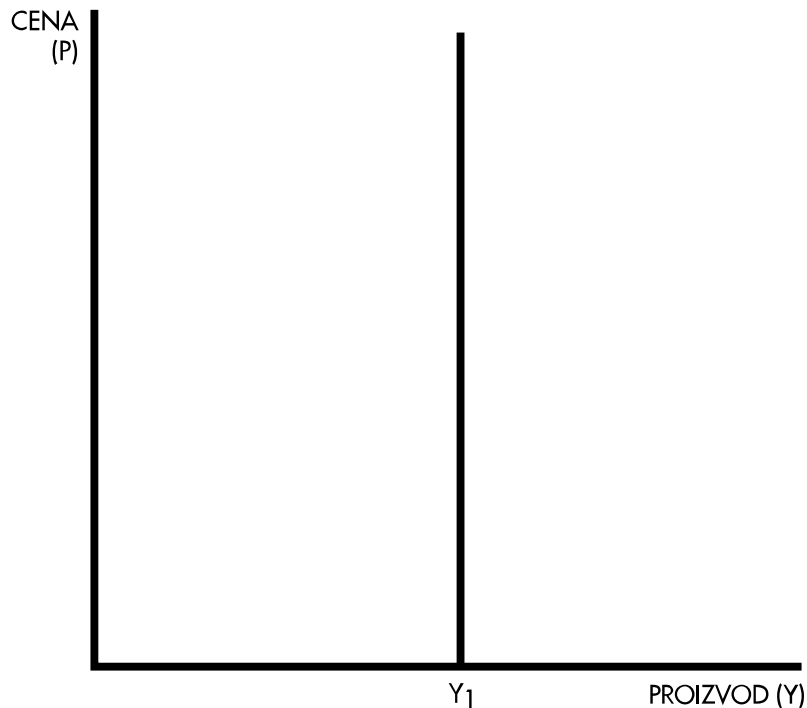
Slika 3: Investicijska funkcija



Vir: Stiglitz, 2002c, str. 150.

### 3.2.1.4 Cene in inflacija

Slika 4: Agregatna krivulja ponudbe



Vir: Stiglitz, 2002c, str. 154.

V zgornji sliki se predpostavlja polnozaposlitvena raven proizvoda, glede na cenovno raven. Medtem ko je  $Y_1$  določen s ponudbo in povpraševanjem po delu ter agregatno proizvodno funkcijo, bo enak vselej ne glede na višino cene. Cenovna stopnja nam pove, koliko evrov ali znesek druge valute stane določena količina dobrin in storitev. Cenovno stopnjo merimo z uporabo cenovnega indeksa. Dva najbolj uporabna sta deflator bruto domačega proizvoda in indeks cen življenjskih potrebščin.

Stiglitz je poudaril, da se večina ekonomistov strinja, da v ekonomiji, v kateri vlada polna zaposlenost, sprememba ponudbe denarja v določenem trenutku povzroči spremembo ravni cene v istem trenutku, na dolgi rok pa nima posledic. Ne povzroči spremembe v stopnji zaposlenosti in ne v količini proizvedenega blaga in storitev (Stiglitz, 2002c, str. 136–161).

### 3.2.2 Makroekonomska gibanja

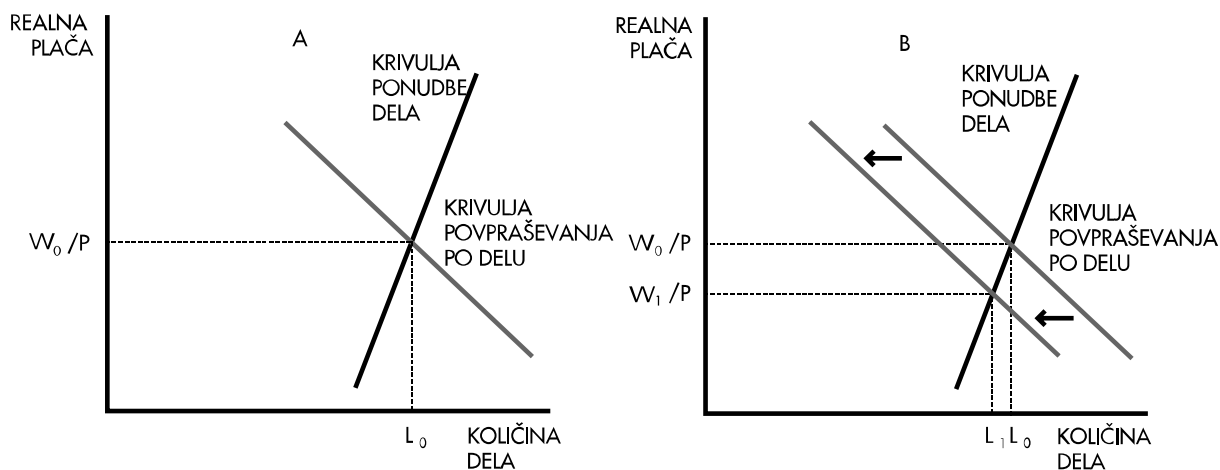
Stiglitz v svoji knjigi razlaga oziroma podaja uvod v makroekonomska gibanja. Spregovori o ekonomskih aktivnostih oziroma tako imenovanih gospodarskih ciklih. Pravi, da se vsi industrializirani trgi v ekonomiji pri povprečni ravni ekonomske aktivnosti srečujejo z nihanji. Vsaka država ima svojo trendno linijo, ki jo dobi na podlagi daljšega spremljanja gospodarstva posamezne države. Trendna linija je ocena potencialnega proizvoda, ki ga posamezno gospodarstvo lahko proizvede ob predpostavki, da v državi obstaja stanje polne

zaposlenosti. Posamezno gospodarstvo je v posameznem obdobju lahko nad ali pod redno linijo. Glede na to opredelimo, ali je posamezna država v recesiji ali ekspanziji. Stiglitz tudi opredeli proizvodni razkorak, ki je razlika med potencialnim bruto družbenim proizvodom in dejanskim bruto družbenim proizvodom. Kot je v ekonomiji že znano, v obdobju ekspanzije proizvodnja narašča, v obdobju recesije pa pada.

Gospodarstva se v določenih trenutkih nahajajo na vrhovih in drugič na dnu gospodarskega cikla. Ko proizvodnja doseže najvišjo točko, pravimo, da se nahaja na vrhu gospodarskega cikla. Na dnu se nahaja, kadar proizvodnja doseže najmanjši obseg proizvodnje. Ta gibanja se imenujejo proizvodnji cikli, ki se med seboj razlikujejo po dolžini ter strogosti gibanja. Kot zanimivost naj omenim, da so vse od druge svetovne vojne, časovna obdobja med posameznimi obdobji recesij zelo nihala. V povprečju je ekspanzija v ZDA trajala petinšestdeset mesecev, v časovnem obdobju od druge svetovne vojne do danes in se je pričela leta 1991. Najkrajša ekspanzija pa je trajala dvanajst mesecev.

Tako imenovana klinična nezaposlenost je posledica predvsem nezaposlene delovne sile. V ekonomiji je težko uskladiti ekonomska gibanja s spremembami na področju zaposlovanja in plač s polnozaposlitvenim modelom. Analiziranje se lahko prične s stanjem ekonomije. Če velja polna zaposlenost, je realna plača na stopnji, pri kateri se izprazni trg dela. Pri tem je povpraševanje po delu enako ponudbi dela.

Slika 5: Spremembe v povpraševanju po delovni sili in realne plače



Vir: Stiglitz, 2002b, str. 255.

Slika A kaže trg dela v stanju polne zaposlenosti. Realne plače so enake  $W_0/P$  in količina zaposlene delovne sile je enaka  $L_0$ . Slika B prikazuje premik krivulje povpraševanja po delu v levo. Tradicionalna teorija predvideva, da se v takih primerih realne plače znižajo na  $W_1/P$ . Polna zaposlenost delovne sile še vedno velja, čeprav stopnja zaposlenosti pade na  $L_1$ . V primeru, da bi bila krivulja ponudbe dela popolnoma neelastična oziroma navpična, bi realne plače padle, vendar to ne bi povzročilo nobenih sprememb na trgu zaposlitve.



V resničnem svetu pa ne veljajo vedno zakonitosti, ki so določene s teorijo. Stiglitz v svoji knjigi kot primer navaja obdobje velike depresije, ki se je začela leta 1930. V tem času je povpraševanje po delovni sili silovito padlo, realne plače in proizvodnja pa so dejansko narasle. Ocene so pokazale, da se je v povprečju zaposlenost povečala s 5,5 odstotkov leta 1920, na 22 odstotkov v letu 1934, realne plače pa so narasle za več kot 20 odstotkov. Situacija z začetka osemdesetih let pa je bila nekoliko drugačna. Realne plače so ponovno narasle, medtem ko je stopnja zaposlenosti narasla z manj kot 6 odstotkov na več kot 10 odstotkov.

Stiglitz v svoji knjigi poudarja, da je zelo pomembno razlikovanje med realnimi in nominalnimi plačami. Nominalne plače opredeljuje kot plače, ki so izražene v dolarjih. Realna plača pa dejansko predstavlja kupno moč. Pri tem se pojavi vprašanje, kako se spreminja realna plača v odvisnosti od spreminjanja nominalnih plač, ki so pogojene s spremembami cen. Tudi če je realna plača konstantna in se ne spreminja, se nominalna plača spreminja. Ko se splošna raven cen spreminja, npr. narašča, je potrebna sprememba nominalnih plač za isto višino kot cene, da se obdrži realna plača nespremenjena oziroma konstantna. Glede na to, da potrošniki gledajo na kupno moč svojih dohodkov in podjetja skrbijo za realne stroške delovne sile, bodo nominalne plače odražale spremembe oziroma povišanje cen. Ob tem pa velja, da višja ko je stopnja inflacije, hitreje se bodo nominalne plače povečevale. Velja, da sta tako povpraševanje kot ponudba odvisna od realnih plač.

Stiglitz navaja nekaj razlogov, zakaj se nominalne plače prilagajajo tako počasi. V nadaljevanju bomo navedli tri najpomembnejše razloge.

1. Nekatere plače določijo sindikati. Zanje je značilno, da veljajo določeno fiksno obdobje – tri leta je tipično obdobje. V primeru, da je pogodba podpisana tik pred ekonomskim preobratom, pomni, da lahko mine več kot dve leti, da pride do prilagoditve plač kljub temu, da so se delavci takrat strinjali s spremembo. Plača, ki je določena s strani sindikata, se počasi odziva na spremembe nezaposlenosti, medtem ko različni dogovori potekajo v različnih mesecih in letih.
2. Ko je povpraševanje manjše od ponudbe, se plače pri tem ne znižajo za toliko, da bi odpravili ciklično nezaposlenost. Podjetja želijo izplačevati plače v takšni višini, da minimilirajo stroške dela. Tako izplačano plačo poimenujemo učinkovitostna plača. V primeru, da podjetja izplačujejo višjo plačo, to vodi v večjo produktivnost delavcev. Podjetja tako lahko ugotovijo, da ustvarjajo višje dobičke, če izplačujejo višje realne plače, kot so tiste, pri katerih se trg dela izprazni.
3. Zniževanje plač je lahko nevarno za podjetja, ki želijo znižati obseg zaposlenih. Ko podjetja znižajo plače zaposlenim z namenom, da bi ti zapustili delovna mesta, je od ostalih podjetij odvisno, če tudi ona znižujejo plače. Podjetja bi se srečevala z veliko manjšo negotovostjo, če bi enostavno odpustila delavce, ki jih ne rabijo.

### **3.2.2.1 Ekonomska nihanja**

Na začetku se je postavila teza, da polnozaposlitveni model ne more razlagati ciklične nezaposlenosti. Ekonomisti so oblikovali model, ki se je razlikoval od polnozaposlitvenega, na podlagi katerega so poizkušali razlagati zakonitosti v ekonomiji. Stiglitz v svoji knjigi navaja štiri osnovne ideje, ki pripomorejo k lažjemu razumevanju ekonomskih nihanj.

#### **3.2.2.1.1 Lepljive plače**

Prvi razlog za pojav ciklične nezaposlenosti je, da se plače ne prilagajajo dovolj hitro spremembam ponudbe ali povpraševanja. Povpraševanje po delu se lahko od ponudbe dela razlikuje daljše ali krajše obdobje. V določenem obdobju se ponudba in povpraševanje izenačita na vseh trgih, vključno s trgom dela, če imajo plače dovolj časa, da se prilagodijo. Plače potrebujejo dovolj časa, da se prilagodijo, ekonomisti pa velikokrat uporabljajo polnozaposlitveni model. Na dolgi rok je časa dovolj, da se plače in cene popolnoma prilagodijo in se ponudba in povpraševanje uravnotežita. Na kratek rok lepljive cene povzročijo, da na trgu nastanejo presežki oziroma primanjkljaji delovne sile. Vse to pa je posledica nominalnih plač, ki se počasi prilagajajo.

#### **3.2.2.1.2 Lepljive cene**

Premiki v proizvodnem povpraševanju vodijo do nihanj v proizvodnji. Ko povpraševanje po proizvodih podjetja pade, podjetje lahko reagira z zniževanjem cen ali z znižanjem proizvodnje. V praksi pa to povzroči sledeče: na kratek rok podjetja prilagodijo proizvodnjo in zaposlenost glede na povpraševanje. To je posledica dejstva, da se cene mnogih proizvodov in storitev prilagajajo počasi.

#### **3.2.2.1.3 Prilagoditev inflacije**

Na kratek rok so cene in plače lepljive. Prilagoditev inflaciji je osrednjega pomena za razumevanje, kako ekonomija ponovno preide v stanje polne zaposlenosti. V makroekonomiji je potrebno razlikovanje med ravnjo cene in inflacijsko stopnjo. Raven cene je indeksno število, ki meri relativne splošne cene v primerjavi z baznim letom. Inflacijska stopnja pa nam pove, kako hitro se raven cene spreminja. Višja inflacijska stopnja pomeni, da se cene hitro dvigujejo, nižja inflacijska stopnja pa pomeni, da se raven cen zvišuje, toda počasneje. Negativna inflacijska stopnja pa pomeni, da cene padajo.

Zakoni ponudbe in povpraševanja nam povedo, kdaj je ponudba oziroma povpraševanje iz ravnovesja. V tem primeru nastane pritisk na cene, ki povzroči, da se cene prilagodijo. Ravnotežje med povpraševanjem in ponudbo delovne sile se odrazi v nezaposlenosti in je tako pomemben faktor pri prilagajanju plač. Ko ciklična nezaposlenost pade, morajo podjetja

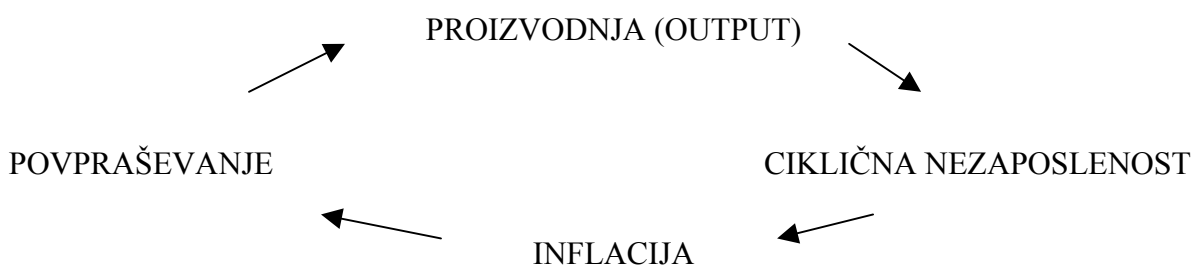
povišati plače, da pritegnejo nove delavce. V stanju, kot smo ga opisali, plače naraščajo hitreje.

#### 3.2.2.1.4 Inflacija, monetarna politika in izdatki

Ko prične inflacija naraščati, monetarna politika prične z zmanjševanjem agregatnih izdatkov. Vlade vseh držav si prizadevajo obdržati čim stabilnejšo inflacijo. V primeru, da vlade znižujejo inflacijo, to na kratek rok povzroči povišanje ciklične nezaposlenosti. To se pravi, da ko prične inflacija naraščati, pričnejo vlade z omejevanjem agregatnih izdatkov. Podjetja na to reagirajo z zmanjšanjem proizvodnje. Posledica znižanja proizvodnje je, da ciklična nezaposlenost naraste in tako omili začetno povišanje inflacije. Na dolgi rok pri polni zaposlenosti realna obrestna mera uravnoteži družbene prihranke in investicije. Na kratki rok, ko je gospodarstvo v stanju polne zaposlenosti, lahko centralna banka regulira realno obrestno mero s tem, da vpliva na nominalno obrestno mero.

Osnova inflacijsko naravnane politike je, da želi centralna banka obdržati inflacijsko stopnjo v višini, ki so si jo postavili kot ciljno vrednost. V primeru, da inflacijska stopnja naraste nad ciljno vrednost, banka poskuša potisniti navzgor realno obrestno mero. Ko tako postopa, zniža agregatne izdatke. Ker so cene in plače lepljive, tak ukrep povzroči, da podjetja zmanjšajo proizvodnjo in tako povzročijo povečanje nezaposlenosti. Višja ciklična nezaposlenost modernizira inflacijo in poizkuša vrniti inflacijo na ciljno vrednost. Proces je ravno obraten, če se inflacija zniža pod ciljno vrednost. V tem primeru centralna banka poskuša znižati realno obrestno mero. To povzroči povečanje agregatnega povpraševanja in posledično povečanje proizvodnje podjetij. Povpraševanje po delovni sili se posledično poveča in hkrati zniža ciklična nezaposlenost. To pa posledično ravno tako povzroči dvig cen.

Slika 6: Agregatno povpraševanje in inflacija



Vir: Stiglitz, 2002b, str. 265.

Slika 6 nam pokaže, kakšne so posledice, ki jih povzročijo spremembe inflacije. Prikazuje sosledje, ki je opisano pred tem (Stiglitz, 2002b, str. 246-271).

### 3.2.3 Agregatno povpraševanje in inflacija

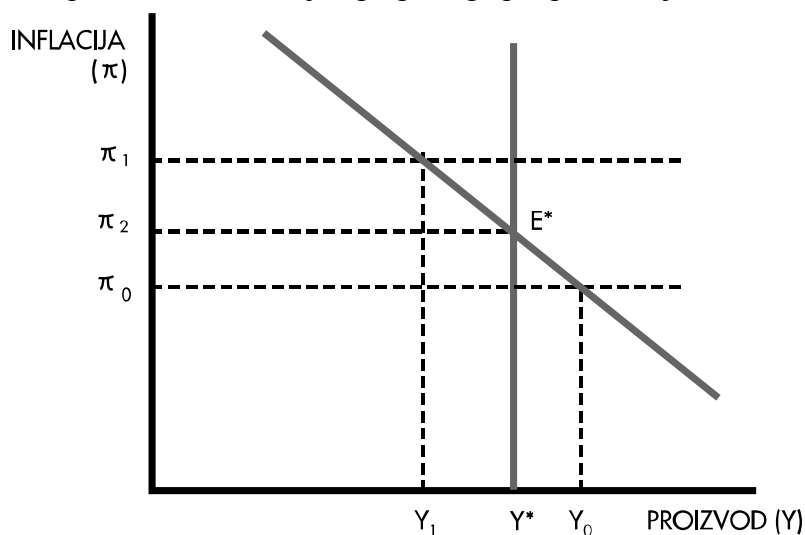
Stiglitz v svoji knjigi spregovori o agregatnih povpraševanjih in inflaciji. Centralna banka je obremenjena z inflacijo, ker se zaveda, da v primeru padca nezaposlenosti prične inflacija naraščati. Takrat centralna banka prične z ukrepi zniževanja agregatnih izdatkov, da bi s tem upočasnila ekonomijo in omilila pritisk na zviševanje inflacije. Centralna banka lahko vpliva na agregatne izdatke tako, da vpliva na realno obrestno mero. V primeru, da se realna obrestna mera poviša, bo to povzročilo znižanje investicij. Če inflacija pade, centralna banka zniža realno obrestno mero, da bi v nadaljevanju povečala agregatne izdatke.

Odzivanje centralne banke na spremembe v ekonomiji se imenuje pravilo monetarne politike. Pravilo monetarne politike je opis, kako centralna banka spreminja obrestno mero glede na ekonomske razmere. Stiglitz opisuje, kako se centralna banka odziva le na spremembo inflacije. V primeru, da se centralna banka odziva na katere druge spremembe, to pomeni, da se odnos med obrestno mero in inflacijo spremeni.

Zaključki pravila monetarne politike centralne banke so, da povišanje inflacije povzroči povišanje realne obrestne mere in zmanjšanje agregatnih izdatkov ter proizvodnje. Iz tega sledi, da se inflacija in proizvodnja gibata v nasprotnih smereh. Negativna povezava med inflacijo in izdatki je poimenovana kot krivulja agregatnega povpraševanja in inflacije.

### 3.2.3.1 Krivulja agregatnega povpraševanja in inflacije

Slika 7: Ravnovesni proizvod ter krivulja agregatnega povpraševanja in inflacije.



Vir: Stiglitz, 2002a, str. 302.

Krivulja agregatnega povpraševanja in inflacije kaže za vsako višino inflacije ekonomsko ravnovesno raven proizvodnje. Če je inflacija v višini  $\pi_0$ , je proizvodnji obseg enak  $Y_0$  in agregatni izdatki so enaki obsegu proizvodnje. Če je inflacija višja, npr. v višini  $\pi_1$ , je

dejanska obrestna mera višja, agregatni izdatki so nižji in ravnovesni obseg proizvodnje je enak  $Y_1$ . Vertikalna premica  $Y^*$  označuje polnozaposlitveni proizvod.

Obravnava krivulje agregatnega povpraševanja in inflacije nam zastavlja vprašanje, kaj definira naklon te krivulje. Prilagoditve inflacije in proizvodnje ekonomskim spremembam bodo odvisne tudi od naklona omenjene krivulje. Spremembe v inflaciji povzročijo spremembe v agregatnem povpraševanju, ko je krivulja agregatnega povpraševanja in inflacije relativno ravna. Spremembe inflacije se odražajo v majhnih spremembah agregatnega povpraševanja, ko je krivulja agregatnega povpraševanja in inflacije relativno strma. Naklon krivulje agregatnega povpraševanja in inflacije je opredeljen z dvema faktorjema. Prvi dejavnik, ki opredeljuje naklon krivulje, je odvisen od tega, kako centralna banka uravnava obrestno mero, ko se spreminja inflacija kar je, odvisno od zakona monetarne politike. V primeru, da centralna banka močnejše odreagira na spremembo inflacije, se bo to odrazilo v večji spremembi realne obrestne mere. Sprememba v inflaciji nato vodi do spremembe agregatnih izdatkov in povzroči, da je naklon krivulje agregatnega povpraševanja in inflacije bolj raven. Drugi faktor, ki opredeljuje naklon krivulje, je odvisen od spremembe realne obrestne mere, ki se pozna v odločitvah gospodinjstev in podjetij, koliko bodo potrošili in koliko investirali. V primeru, da so investicijske odločitve zelo odvisne od spremembe obrestne mere, potem bo naklon krivulje agregatnega povpraševanja in inflacije položnejši. V primeru, da investicije in izdatki gospodinjstev niso odvisni od spremembe obrestne mere, potem bo krivulja agregatnega povpraševanja in inflacije strma.

Vsaka sprememba, ki vpliva na agregatne izdatke, bo povzročila, da se krivulja agregatnega povpraševanja in inflacije spremeni. Krivulja se spremeni v primerih, če se spremenijo vladni izdatki. Povečanje vladnih nakupov povzroči povečanje agregatnih izdatkov pri vseh višinah inflacije, skupni izdatki in posledično bruto družbeni proizvod so višji, in to vodi v povišanje ravnovesnega proizvoda. Ostali dejavniki, ki povzročijo povišanje agregatnih izdatkov, so znižanje davkov, povišanje premoženja, povečanje optimizma podjetij in gospodinjstev ter zniževanja obrestnih mer pri vsaki stopnji inflacije. Dejavniki, ki znižujejo agregatne izdatke, so zniževanje vladnih nakupov, povišanje davkov, znižanje premoženja, povišanje pesimizma podjetij in gospodinjstev in povišanje obrestnih mer pri vseh inflacijskih stopnjah.

Stiglitz na podlagi teorije v svoji knjigi analizira ameriško ekonomijo konec devetdesetih let. Recesija, ki jo je Amerika doživela v letih 1990–1991, je povzročila povečanje stopnje nezaposlenosti. Leta 1989 je bila stopnja nezaposlenosti 5,3 odstotna, leta 1992 pa 7,5 odstotna. To je hkrati povzročilo padec investicijskih in potrošniških izdatkov, ljudje pa so postali pesimistični. Model teorije predpostavlja, da znižanje agregatnih izdatkov vodi v zvišanje nezaposlenosti in povišanje inflacije. Proizvodnja se bo sčasoma vrnila na potencialni obseg, enako velja tudi za zaposlitev, ki se bo vrnila v polnozaposlitveno stanje, inflacija pa bo ostala nižja. V poznih osemdesetih letih in začetku devetdesetih let se je nezaposlenost ob polnozaposleni stopnji dvignila s 5,5 na 6 odstotkov. Leta 1996 se je stopnja

nezaposlenosti vrnila na stopnjo pred recesijo, inflacija pa je ostala na nižji stopnji kot pred recesijo. Od leta 1996 do konca devetdesetih let je bila ekonomija v stanju ekspanzije. Obseg proizvodnje in sama proizvodnja sta doživeli visoko rast. Centralna banka je v letih 1999 in 2000 večkrat povišala obrestno mero (Stiglitz, 2002a, str. 298-318).

### **3.2.4 Ekonomija in novo gospodarstvo**

V prvem poglavju knjige z naslovom Načela mikroekonomije Stiglitz obravnava uvedbo oziroma uporabo računalnikov in v zvezi z njimi povezano uporabo interneta. Z leti se uporaba računalnikov silovito povečuje in v današnjem času si življenja brez njega skoraj ne znamo več predstavljati. Število uporabnikov interneta se dnevno povečuje, saj internet predstavlja vez z celotnim svetom.

Stiglitz opredeljuje pojem ekonomije. Pravi, da ekonomija razlaga, kako posamezniki, podjetja, vlade in druge organizacije znotraj naše družbe sprejemajo odločitve in kako te odločitve opredeljujejo družbeno uporabnost njihovih virov. Odločitve vključujejo izbiro, ki predstavlja dejstvo, da če porabimo več za eno stvar, potem nam ostane manj za drugo. Kot primer lahko navedemo, da posameznikov tedenski proračun omogoča, da si kupi pico in ogleda dva filma, ali pa kupi dve popolnoma novi zgoščenki. Na žalost ne omogoča, da bi si posameznik kupil dve zgoščenki, pico in si ogledal dva filma. Pri sprejemanju odločitev posamezniki upoštevajo spodbude. Za primer lahko navedemo, da če se zniža cena zgoščenki in si posameznik tako lahko kupi tri zgoščenke namesto dveh za ceno ogleda dveh filmov in pice, bo prav gotovo kupil zgoščenke. Ko posamezniki zamenjujejo svoje odločitve med seboj, seznam odločitev, ki jih sprejemajo posamezniki, postaja večji. Za sprejemanje pametnih odločitev pa morajo posamezniki imeti informacije. Za sprejemanje odločitev na področju izobrazbe, kateri poklic naj izberejo, katere proizvode in storitve naj kupijo, posameznikom opredeljujejo porazdelitve bogastva in dohodki naše družbe.

#### **3.2.4.1 Koncepti ekonomije**

Pet konceptov: izbira, spodbude, zamenjave, informacije in porazdelitve, opredeljujejo osnovne ideje, ki so kritične za razumevanje ekonomije.

##### **3.2.4.1.1 Izbira**

Vsak od nas neprestano sprejema odločitve. Študentje se odločajo med tem, ali študirati v knjižnici ali doma. Odločajo se med pico in sušijem ali pa rajši odidejo na fakulteto, kot da bi se zaposlili za polni delovni čas. Vsakodnevno smo prisiljeni sprejemati odločitve o izbirah oziroma tako imenovanih zamenjavah. Deloma nas v to prisili pomanjkanje, večino ljudi

prisilijo omejeni prihodki. Ne moremo si privoščiti vsega, kar si želimo. Če si najamemo stanovanje, ki ima višjo najemnino, to pomeni nižje izdatke za obleko in zabavo.

#### **3.2.4.1.2 Spodbuda**

Eno je stvar, ko govorimo o izbirah pri odločanju. Drugo pa je, ko je potrebno razumeti, kako posamezniki in podjetja sprejemajo odločitve in kako se le-te spremenijo s spreminjanjem ekonomskih razmer.

Podjetja ocenjujejo prednosti in slabosti posameznih alternativ, ki jih imajo na voljo, ter kako se bodo te prednosti in slabosti spreminjale, ko pride do sprememb ekonomskih razmer. Ekonomisti analizirajo odločitve na podlagi spodbud. Veliko stvari lahko vpliva na spodbude. Med najpomembnejšimi pa so cene. V primeru, da se cene bencina zvišajo, imajo ljudje večjo spodbudo, da se pričnejo manj voziti.

#### **3.2.4.1.3 Zamenjava**

Odločitve, ki jih sprejmejo posamezniki, gospodinjstva in vlada, skupaj opredeljujejo, kako ekonomija razpolaga z omejenimi viri vključno z zemljo, orodjem, nafto in drugimi naravnimi viri. Zemlja je lahko uporabljena enkrat za pridobivanje oziroma gojenje ene rastline in drugič druge rastline. V moderni ekonomiji se postavljajo najrazličnejša vprašanja. Eno izmed teh je, kako lahko v gospodarstvu proizvedejo toliko različnih proizvodov in ob tem še sledijo modnim zapovedim, ki veljajo v svetu? Odgovor na to je v preišljenih zamenjavah.

V modernih družbah potekajo milijoni zamenjav. Nekaj posameznikov proizvaja proizvode in storitve, ki bi jih želeli tudi sami kupiti, medtem ko profesorji, policisti, odvetniki, gradbeni delavci prodajajo svoje proizvode in storitve neposredno šolam, mestom, klientom ali graditeljem hiš, nato pa dohodek, ki ga zaslužijo, zamenjajo za proizvode in storitve, ki so jih proizvedli drugi. Ali je zamenjava med dvema oseba, osebo in podjetjem, ali med dvema posameznikoma iz različnih držav prostovoljna, je drugo vprašanje, vsekakor pa je če pride do tega, v korist obeh udeleženi strank. Ekonomisti opisujejo vsako transakcijo, pri kateri poteka menjava, trg. Skozi čas so ljudje pričeli z organiziranjem uličnih trgov ali redne trgovane sejme, kamor so ljudje prinašali svoje izdelke, jih označili s cenami in jih tako med seboj zamenjevali.

V nekaterih primerih lahko pride do tega, da trgi vodijo v izide, ki niso najbolj primerni za ekonomijo. Možni izidi so, da je onesnaževanje preveliko, premalo pozornosti usmerjeno v izobraževanje, zdravstvo in varnost. Ko ljudje opazijo, da trg ni najbolj učinkovit, se obrnejo na vlado, a ne vedno. Trg, kot je ZDA, je opredeljen kot mešana ekonomija. Le-ta je primarno

prepuščen proizvajalcem in kupcem, da sami določijo, kaj se bo proizvajalo, kako in za koga. Na nekaterih področjih v to posega država in tako kroji usodo podjetjem in gospodinjstvom.

#### **3.2.4.1.4 Informacija**

Za sprejemanje odločitev, za katere pravimo, da so informirane, je potrebno imeti ustrezne informacije. Težko je meriti stroške in koristi vseh alternativnih izbir, če le-teh ne poznaš. Informacija je v različnih pogledih kot vsaka druga storitev oziroma proizvod. Podjetja in posamezniki prostovoljno kupujejo informacije, pri tem pa se ustanavljajo posebne institucije, ki prodajajo informacije. Internet se pojavlja kot velik ponudnik neodvisnih informacij kupcem. Kljub temu pa obstaja kar nekaj značilnosti, po katerih se informacije razlikujejo od drugih dobrin. Prodajalec avtomobila potencialnim kupcem dovoli, da preizkusijo avto, da gredo na testno vožnjo. Medtem ko prodajalec informacije tega ne more storiti, kupec informacije ne more videti, dokler je ne kupi. Informacija ima še eno značilnost, po kateri se razlikuje od ostalih dobrin, saj se lahko svobodno deli.

Na nekaterih področjih ekonomije je vloga informacij kritična in vpliva na naravo trgov. Kot primer lahko navedemo trg rabljenih avtomobilov; kupci in prodajalci se pogajajo glede cene rabljenega avtomobila in imajo pri tem povsem različne informacije glede kvalitete rabljenega avtomobila. Prodajalec ima povsem druge, boljše podatke o njegovi kvaliteti in želi prikazati stanje avtomobila v čim boljšem stanju, kajti avtomobili boljše kvalitete dosegajo višjo ceno. Kupec pa kot rezultat zaupa prodajalcu, da je avtomobil v popolnem stanju.

Informacija oziroma njena odsotnost igra pomembno vlogo pri opredelitvi trgov in možnosti privatnih trgov, da zagotovijo uporabo ekonomskih resursov učinkovito.

#### **3.2.4.1.5 Porazdelitev**

Ekonomija trgov ne opredeljuje le, katere dobrine so proizvedene, temveč tudi določa, za koga so proizvedene. Veliko ljudi ne sprejema načina, kako trg razdeljuje proizvode med gospodinjstvi.

Na kratko lahko povzamem pet temeljnih idej in njihovih značilnosti. Izbira pravi, da so viri omejeni in tako izbire predstavljajo osnovno dejstvo življenja. Spodbude so tiste, ki pri sprejemanju odločitev povzročijo, da tisti, ki sprejemajo odločitve, odgovarjajo na spodbude. Pri zamenjavah imajo ljudje koristi od prostovoljne menjave. V tržni ekonomiji, tržne zamenjave vodijo v učinkovito uporabo sredstev. Za tržno strukturo in učinkovitost trga, da dobro posluje, je kritično odvisno od informacij, ki jih imajo na voljo tisti, ki sprejemajo odločitve. Porazdelitev ima pomembno vlogo na trgu, ki opredeljuje, kako so proizvodi in storitve proizvedeni v ekonomiji ter kako so porazdeljeni pri članih družbe.



### **3.2.4.2 Trije bistveni trgi**

Tržna ekonomija vključuje menjavo med posamezniki ali gospodinjstvi, ki kupujejo proizvode in storitve od podjetij, in podjetja, ki uporabljajo oziroma jemljejo surovine, različne materiale proizvodnje in proizvajajo končne izdelke oziroma storitve, ki jih prodajajo na trgu. Pri razmišljanju o tržni ekonomiji se ekonomisti osredotočajo na trg, na katerem se srečujejo posamezniki in podjetja. Trg, na katerem podjetja prodajajo svoje proizvode gospodinjstvom, so poimenovani kot proizvodni trgi. Veliko je podjetij, ki prodajajo svoje izdelke drugim podjetjem, izdelek prvega podjetja postane vhodni material oziroma proizvod drugega podjetja, ki ga z obdelovanjem spremeni v končni izdelek svojega podjetja. Tudi take transakcije se pojavljajo na proizvodnem trgu. Na strani vhodnih elementov podjetja potrebujejo določeno kombinacijo dela in kapitala, s katerimi lahko proizvedejo svoje izdelke. Podjetja tako pridobijo ustrezne storitve svojih zaposlenih na trgu dela. Potrebujejo pa tudi sredstva, s katerimi kupujejo potrebne materiale, kapital oziroma tako imenovane vhodne surovine na trgu kapitala. Ekonomisti so poudarili pomen tretje vhodne surovine, to je zemlje. V moderni industrijski ekonomiji je zemlja sekundarnega pomena. Za večino primerov zadostuje, da se osredotočimo na tri najpomembnejše trge: proizvodni trg, trg dela in kapitalni trg. Posamezniki sodelujejo na vseh treh trgih. Ko posamezniki kupujejo proizvode in storitve, nastopajo kot potrošniki na proizvodnem trgu. Ko nastopajo kot zaposleni, jih ekonomisti opredeljujejo kot osebe, ki prodajajo svoje delovne storitve na trgu dela. V primeru, da ljudje kupujejo delnice, nastopajo na trgu kapitala kot investitorji.

Kar hitro se naredi, da ekonomisti posplošijo trg dela v pomenu, da so vsi zaposleni oziroma delavci enaki, da imajo enake sposobnosti. To pa ne drži. Ljudje se razlikujejo v mnogih pogledih: različnih sposobnostih, znanju ...

Stiglitz v svoji knjigi poudarja, da terminologija kapitalnega trga pomeni trg, na katerem so zbrani fondi, ki se posojajo. Kot trg kapitalnih dobrin pa se razume trg, na katerem se kapitalne dobrine kupujejo in prodajajo.

### **3.2.4.3 Mikroekonomija in makroekonomija**

Ekonomisti so razvili dva različna načina gledanja na ekonomijo. Mikroekonomija označuje študije odločitev v podjetjih in gospodinjstvih. Osredotočena je na preučevanje majhnih enot, kot so posamezniki, gospodinjstva in podjetja, ki skupaj tvorijo ekonomijo. Preučujejo kako posamezne enote sprejemajo odločitve in kaj vpliva nanje.

V nasprotju pa makroekonomija obravnava obnašanje ekonomije kot celote, posebej še spremlja gibanja agregatnih spremenljivk, kot so celotna stopnja nezaposlenosti, inflacija, agregatna rast in trgovinska bilanca. Agregatni podatki ne govorijo kaj dosti o tem, kaj delajo posamezna gospodinjstva oziroma podjetja. Povedo nam, kaj se na splošno dogaja v podjetju.

Ekonomisti predvsem želijo poudariti, kako so različne spremenljivke med seboj povezane. Radi poudarijo, da spremembe ene spremenljivke povzročijo spremembo druge. Povezava med vzroki in medsebojnimi povezavami spremenljivk je pomembna. Če ena spremenljivka povzroči spremembo drugi spremenljivki, potem spreminjanje ene vrednosti brezpogojno povzroči spremembo druge. Če je povezava med spremenljivkami zgolj korelacijska, to ne drži. V nekaterih primerih smer vzroka ni popolnoma razvidna.

Ekonomisti, ki opisujejo ekonomijo in konstruktivne modele, ki napovedujejo, kako se bo ekonomija spremenila oziroma efekte različnih politik, so večinoma pripadniki tako imenovane pozitivne ekonomije. Ko vrednotijo alternativne politike, ko tehtajo različne koristi in stroške, pravimo, da jih pritegne normativna ekonomija. Pozitivna ekonomija je sinonim za opis delovanja ekonomije. Normativna ekonomija pa razlaga ekonomijo v uporabi (Stiglitz, 2002e, str. 4-22).

### **3.2.5 Povpraševanje, ponudba in cene**

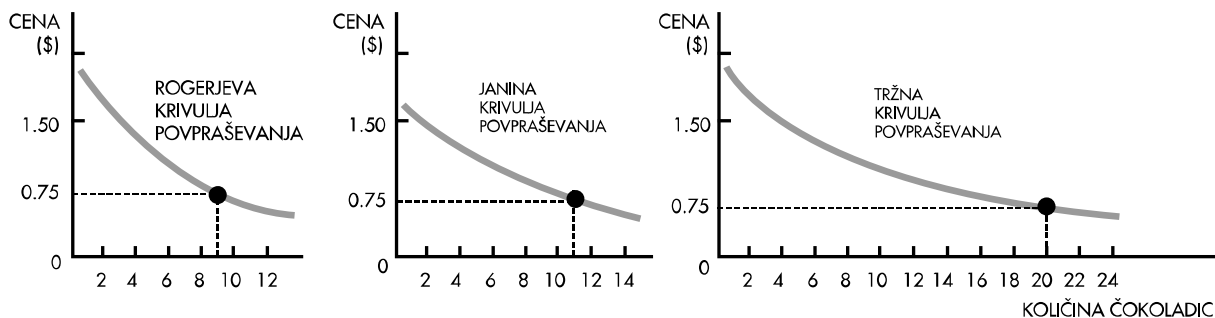
V četrtem poglavju knjige Stiglitz obravnava povpraševanje, ponudbo in cene. S povpraševanjem opisujemo količino dobrin ali storitev, ki jih želijo gospodinjstva ali podjetja kupiti pri določeni ravni cene. Pomembno je, da vemo, da ekonomiste zanima ne le, kaj ljudje želijo kupiti, temveč kaj kupijo glede na njihove omejitve z dohodkom in cenami preostalih dobrin.

#### **3.2.5.1 Povpraševanje**

Pri analiziranju povpraševanja je prvo vprašanje, ki si ga postavijo, kako se količina posameznikovih kupljenih dobrin spreminja, če se ob vsem ostalem nespremenjenem spremeni cena. Posameznikova krivulja povpraševanja prikazuje kupljene količine za posameznega potrošnika ob danih cenah.

Tržna krivulja povpraševanja pa prikazuje povpraševanje vseh posameznikov na trgu. Kot primer lahko navedemo ekonomijo dveh posameznikov, Rogerja in Jane. Slika 8 prikazuje, kako se pridobi krivulja tržnega povpraševanja, če na trgu nastopata dva posameznika.

Slika 8: Tržna krivulja povpraševanja



Vir: Stiglitz, 2002d, str. 69.

Krivulje povpraševanja dodajamo horizontalno tako, da jemljemo pri vsaki ceni količino kupljenih dobrin za oba posameznika. Pri ceni 0.75 \$ Roger kupi 9 čokoladic, Janino povpraševanje znaša 11 čokoladic, tako je skupno tržno povpraševanje 20 čokoladic. Tak način velja ne glede na to, koliko potrošnikov nastopa na trgu. Tržna krivulja povpraševanja kaže celotno količino dobrin, ki bo kupljena pri vsaki ceni. Tržna krivulja povpraševanja je obrnjena navzdol, od leve proti desni. Prav tako je tudi posameznikova krivulja povpraševanja obrnjena navzdol. Prikazuje, da v primeru povišanja cene določeni posamezniki prekinejo s kupovanjem določenih dobrin.

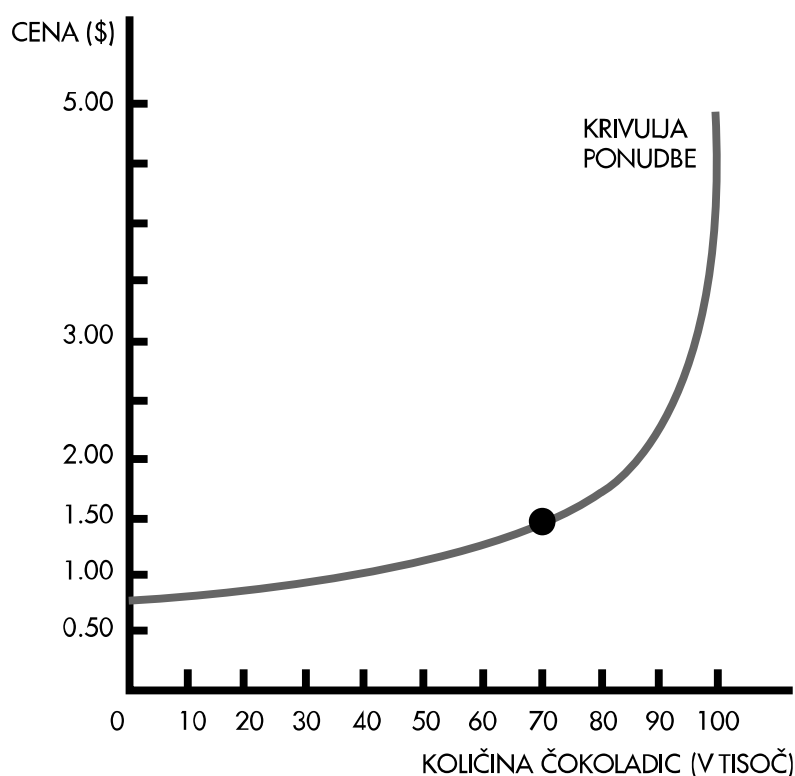
Splošno znano je, ko se cena dobrine poviša, se ob vseh ostalih nespremenjenih pogojih povpraševanje po tej isti dobrini zmanjša. Toda v resničnem svetu vse ne ostaja nespremenjeno. Vsaka sprememba, razen cene, povzroči spremembo količine, ki se kupi pri vsaki ceni. Vzroka sprememb krivulje povpraševanja sta dva. Prvi vzrok je sprememba v dohodkih prebivalcev in drugi sprememba cene drugih dobrin. V primeru povišanja dohodkov posameznikov ti ponavadi povečajo obseg nakupov vseh dobrin. Povišanje dohodkov povzroči premik krivulje v desno. Če se poviša cena substituta, to povzroči premik krivulje v desno. V primeru, da se poviša cena dobrine, za katero pravimo, da je kompliment, se krivulja povpraševanja premakne v levo. Tudi populacija je lahko vzrok za spreminjanje krivulje povpraševanja. Mlade družine z dojenčki kupujejo plenice, ki so jim na voljo. Povpraševanje po novih hišah je povezano s številom novih gospodinjstev, ki je ponovno pogojeno s številom sklenjenih zakonskih zvez. Lahko se zgodi, da povzroči spreminjanje krivulje povpraševanja tudi nova informacija, sprememba okusa in spremembe v pričakovanjih.

Potrebno je ločiti spremembe, ki nastanejo kot rezultat sprememb položajev krivulj in sprememb, ki so rezultat spreminjanja po krivulji povpraševanja. Kadar gre za spremembo po krivulji povpraševanja, je vzrok sprememba količine, do katere pride zaradi spreminjanja cene.

### 3.2.5.2 Ponudba

Nasprotni vidik povpraševanja je ponudba. Ponudba opisuje količino dobrin in storitev, ki bi jo podjetja želela prodati pri posamezni ravni cene. Tržna ponudba je preprosto skupna količina, ki jo podjetja v ekonomiji ponudijo na trgu pri posamezni ceni. Lahko pa tudi rečemo, da krivulja ponudbe prikazuje skupno količino dobrin, ki so jo podjetja pripravljena proizvesti pri posamezni ravni cene. V sliki, ki sledi, je prikazana krivulja ponudbe.

Slika 9: Krivulja ponudbe



Vir: Stiglitz, 2002d, str. 76.

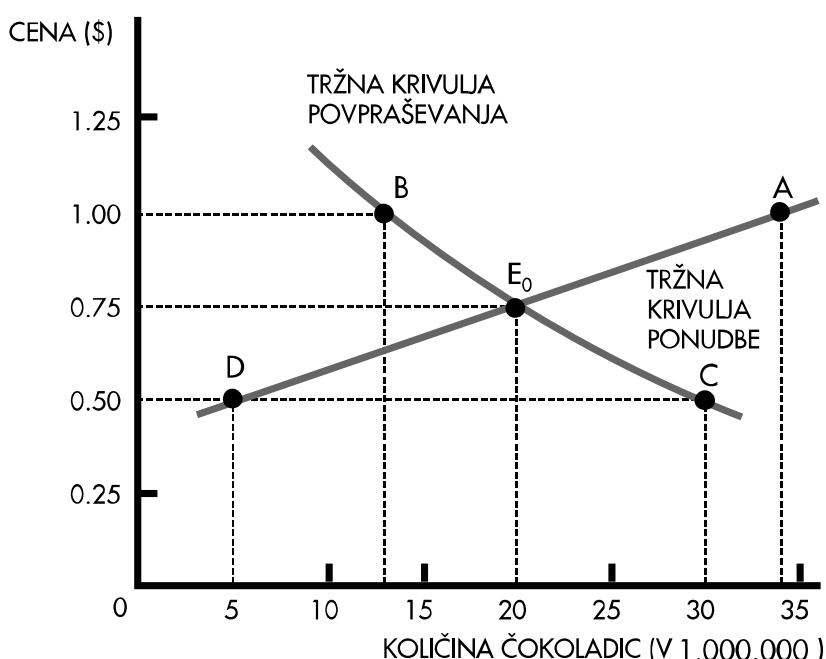
Tržna krivulja ponudbe je seštevek ponudbenih krivulj posameznih podjetij. Pri posamezni ravni cene se horizontalno seštevajo količine, ki so jih podjetja pripravljena proizvesti pri posamezni ceni. Tako kot se spreminja položaj krivulje povpraševanja, se spreminja tudi krivulja ponudbe. Pri posamezni ravni cene s spreminjanjem krivulje ponudbe pomeni, da se posamezne ponujene količine na trgu povečajo ali zmanjšajo. V primeru premika krivulje ponudbe na levo se pri posamezni ravni cene ponujene količine proizvodov na trgu zmanjšajo. Za premik krivulje ponudbe lahko navedemo nekaj vzrokov. Prvi razlog je lahko sprememba cene vhodne surovine pri proizvodnji dobrine. Drugi možni vzrok je sprememba tehnologije. Izboljšanje tehnologije in znižanje cen vhodnih surovin povzroči premik krivulje ponudbe v desno. Pri posamezni ravni cene je proizvedena večja količina dobrin. Spremembo položaja krivulje lahko povzroči narava. Ponudbena krivulja se za kmetijske izdelke premakne v desno ali levo glede na vremenske razmere, napada žuželk ali bolezni kmetijskih izdelkov. Pomemben dejavnik je možnost podjetij za zadolževanje. Podjetja se zadolžujejo,

da pridobijo potrebne proizvodne stroje in surovine za nemoteno proizvodnjo. Če jim je ta možnost odvzeta, to povzroči spremembo krivulje ponudbe na levo. Tudi sprememba pričakovanj je lahko razlog. V primeru, da podjetja ugotovijo, da jim bo novejša tehnologija na voljo čez določeno število let, to povzroči znižanje investicij danes in hkrati trenuten premik krivulje v levo. Potrebno je razlikovanje med premikom krivulje ponudbe v nove položaje, v levi in desni smeri ter med premikom iz ene v drugo točko na krivulji ponudbe.

Kaj pa se zgodi, če krivulji združimo in poizkušamo razložiti spremembe, do katerih pripeljejo različne situacije.

### 3.2.5.3 Povpraševanje in ponudba

Slika 10: Krivulja povpraševanja in ponudbe



Vir: Stiglitz, 2002d, str. 80.

V zgornjem grafu lahko iz presečišča krivulje ponudbe in povpraševanja odčitamo količino in ceno (točka  $E_0$ ). Tako dobljenima parametroma pravimo ravnovesna cena in ravnovesna količina. Za ravnovesni položaj velja, da ne obstajajo sile, ki bi težile k spremembi. V ravnovesnem položaju nima nihče želje po spremembi rezultatov.

Stiglitz razlaga, da na količino delujeta dve sili, ki količino vlečeta navzdol in navzgor. Težnost jo vleče navzdol in prožnost jo vleče navzgor. Ko količina počiva, pravimo, da je v ravnotežju, kjer obe sili izravnata druga drugo. Če potegne težnost količino navzdol, je sila prožnosti večja in potegne količino navzgor.

Pri ravnovesni ceni kupci kupijo toliko blaga, kot ga želijo, enako prodajalci prodajo tisto količino, ki jo želijo. Trg se tako izprazni in nihče od udeležencev na trgu nima želje po spremembi. Da bi lažje razumeli, ekonomisti poimenujejo ravnovesno ceno tudi kot izpraznitveno ceno, ker se trg izprazni in ne prodajalci in ne kupci nimajo želje po spremembi položaja cene in količine.

Na konkurenčnih trgih ekonomske cene težijo k temu, da so ravnovesne, kjer je ponudba enaka povpraševanju. To je tako imenovan zakon ponudbe in povpraševanja. Ta zakon pa ne govori o tem, da mora biti v vsakem trenutku cena na ravni ravnovesne cene, enaka presečišču krivulj ponudbe in povpraševanja. Kot je značilno za primer težnosti in prožnosti, se trg lahko giblje okoli ravnovesne cene, ko se nahaja v procesu prilagajanja. Zakon ponudbe in povpraševanja pravi, da ko se trg nahaja izven ravnovesja, obstajajo sile, ki težijo k spremembi.

Model ponudbe in povpraševanja se lahko uporablja za analiziranje različnih stanj v ekonomiji. Model poizkuša razložiti, zakaj so cene nekaterih dobrin visoke in drugih tako nizke. Razlog, zakaj je model tako uporaben, je ker omogoča razumne in dovolj točne napovedi (Stiglitz, 2002d, str. 66–85).

### **3.2.6 Nepopolni trgi**

Stiglitz je enajsto poglavje svoje knjige *Principles of Microeconomics* namenil nepopolnim trgov. V njem poudarja, da je potrebno pri obravnavi nepopolnih trgov obravnavati oziroma upoštevati pet konceptov, ki so: izbira, spodbuda, zamenjava, informacija in porazdelitev, in služijo kot vodilo ekonomskih analiz. Posamezniki, podjetja in vlada se srečujejo z izbirami na nepopolnih trgih. Te izbire so drugačne od tistih, ki delujejo v osnovnih svetovnih konkurenčnih modelih. Kljub izbiram se morajo sprejemati odločitve in pri tem se moramo osredotočiti na spodbude, da sprejete odločitve razumemo.

Osnovni konkurenčni model predpostavlja, da posamezniki in podjetja sprejemajo tržne cene kot dane, kar pomeni, da odločitve posameznikov in podjetij ne vplivajo na tržne cene. Posamezniki imajo popolne informacije o kvaliteti in dani količini dobrin, ki so na razpolago. Posameznikova dejanja in dejanja podjetij ne vplivajo na ostale udeležence na trgu direktno, razen preko cen. Dobrine so stvari, ki jih lahko koristijo oziroma imajo koristi le kupci.

V knjigi Stiglitz govori tudi o različnih situacijah na trgu, ko imajo podjetja vpliv na določanje cen ali ko posamezniki nimajo dovolj informacij o kvaliteti. Stiglitz razlaga, da niso vsi trgi tako konkurenčni kot predvideva teorija. Osnovni konkurenčni model obravnava proizvodnjo dobrin, ki jih lahko proizvede več podjetij, čeprav so proizvodi med seboj identični in hkrati popolni substituti za drug drugega. V primeru, da eno izmed podjetij poveša

za malo ceno, izgubi vse kupce. Drugače pa je z uveljavljenimi blagovnimi znamkami. Te kljub dejstvu, da povišajo ceno svojega proizvoda, izgubijo majhen delež kupcev, ki pa je zanemarljiv. Za primer lahko navedem proizvajalca Kodak. V primeru povišanja cen določen odstotek kupcev ne kupuje več kodakovih filmov. Pretežen del kupcev pa je še vedno zvest Kodaku in ne prične kupovati npr. Fujijevih filmov za fotoaparate. Podobno se dogaja tudi na ostalih trgih.

Kot drugič moram omeniti, da imajo kupci in prodajalci redko vse informacije, kot jih predvideva osnovni konkurenčni model. V teoriji opredeljenem konkurenčnem modelu kupci vedo, kaj kupujejo ne glede na to, ali so to delnice, obveznice, hiša, avto ali hladilnik. Ko podjetja zaposlujejo delavce, so seznanjena z njihovo produktivnostjo in ko gredo delavci na delo določenega podjetja, točno vedo, kaj in koliko lahko pričakujejo od njih, v zameno za obljubljeni plačilo.

Kot tretja lastnost osnovnega konkurenčnega modela se navaja, da podjetja in potrošniki sami nosijo vse posledice svojih dejanj. V primeru, ko posameznik ali podjetje stori nekaj, kar direktno vpliva na druge, pri čemer ti niso plačali za to in tudi ni bilo storjene nobene kompenzacije, ekonomisti govorijo, da so prisotne eksternalije. Eksternalije so prodorne. Voznik, katerega avto onesnažuje okolje, otrok, ki ne pospravi za seboj, ko se preneha igrati, študent, ki govori med predavanjem, vse to povzroča eksternalije. V vsakem od omenjenih primerov pa povzročitelj ni edini, ki trpi posledice za svoja dejanja, ampak trpijo tudi drugi. Eksternalije so primer, ko sistem cen deluje nepopolno. Lastnik avtomobila ne plačuje za onesnaževanje okolja. Omenjeni primeri so primeri negativnih eksternalij. Eksternalije pa so lahko tudi pozitivne. Lepo urejen vrt, ki nudi korist sosedom, je primer slednjih.

Kot četrto je, v osnovnem konkurenčnem modelu opredeljeno, da ko en potrošnik potroši določeno dobrino, ta ni več na voljo drugemu. V primeru, da John kupi galono goriva za svoj avtomobil, le-ta ni na voljo Sari. Nekatere dobrine, ki so poimenovane kot javne dobrine, so na voljo tudi ostalim potrošnikom. Potrošnja javne dobrine pomeni, da jo uporablja več posameznikov. Javne dobrine imajo značaj neizključljivosti. V primeru, da želimo izključiti posameznika iz uporabe javne dobrine, nastanejo veliki stroški. Standardni primer javne dobrine je nacionalna obramba.

Nepopolna konkurenca, nepopolne informacije, eksternalije in javne dobrine predstavljajo primere, ko trg odpove v svoji vlogi ekonomske učinkovitosti. Ekonomisti opredeljujejo ta problem kot tržno napako in so ga popolno preučili. Tržna napaka ne pomeni, da trg preneha obstajati, pomeni le, da ne proizvaja konkurenčnih rezultatov. Ko se pojavi tržna nepopolnost jo lahko vlada popravi in tako izboljša ekonomsko konkurenčnost. V primeru, da vlada popravlja tržne nepopolnosti, moramo najprej dobro razumeti, kako je tržni rezultat neučinkovit.

Pri analiziranju trga ekonomisti ne morejo mimo opredelitve trga. Osnovni konkurenčni model predvideva popolno konkurenco. V tem primeru nihče od proizvajalcev ne more vplivati na ceno, jo zvišati nad ceno, ki je določena s ponudbo in povpraševanjem. Konkurenca ni popolna, temveč je tako ali drugače omejena. Če govorimo o omejeni konkurenci, ekonomisti trg razdelijo v tri skupine. Najbolj ekstremni primer je monopol. Najlepši primer za monopol je proizvajalec oziroma dobavitelj elektrike. Druga tržna struktura, ki jo omenjajo je oligopol. Za to tržno strukturo je značilno, da se na trgu pojavlja nekaj prodajalcev oziroma proizvajalcev in veliko kupcev. Primer te strukture je avtomobilska industrija.

Kadar govorimo, da je na trgu veliko podjetij, vendar ne toliko, kot je to značilno za popolno konkurenco, govorimo o monopolistični konkurenci. Primer take konkurence je trg laptop računalnikov. Te izdelujejo IBM, Compaq, Toshiba, Sony in še nekatera podjetja, ki imajo svojo znamko laptopov. Vsak je nekoliko drugačen od ostalih. Razlikujejo se toliko, da podjetja na trgu konkurirajo ostalim podjetjem in na trgu za svoje proizvode zahtevajo višjo ali pa nižjo ceno. Stopnja konkurence v monopolistični konkurenci je večja kot v primeru oligopola. Do tega pride, ker je v monopolistični konkurenci dovolj podjetij, pri čemer vsako podjetje lahko zanemari reakcije sotekmecev na trgu. Če eno podjetje zniža ceno svojemu proizvodu, lahko pridobi veliko število novih kupcev. Toda število kupcev, ki jih tako odvzame drugim podjetjem, je za vsako podjetje tako majhno, da le-ti niso motivirani, da bi se spustili v konkurenčni boj in pridobili kupce nazaj.

Ob oligopolni in monopolistični konkurenci poznamo še konkurenco, ki je bolj omejena kakor popolna konkurenca. Tako poimenovana struktura je nepopolna konkurenca. V osnovnem popolnem konkurenčnem modelu je vsako podjetje vzelo tržno ceno kot dano. Če bi katero od podjetij poizkušalo zvišati ceno, bi pri tem izgubilo vse svoje kupce. V primeru popolne konkurence bo podjetje izgubilo nekaj kupcev, ne pa vseh, če zaračuna nekoliko višjo ceno. V primeru nepopolne konkurence podjetja sama oblikujejo ceno in tako se imenujejo oblikovalci cene. Ne glede na to, ali so podjetja oblikovalci cen ali ceno jemljejo kot dano, vsi težijo k maksimizaciji dobička. Podjetja tako primerjajo dodatni dobiček, ki ga dobijo s proizvodnjo dodatne enote, in mejni strošek, ki pri tem nastane. Če mejni dobiček presega mejni strošek, podjetja povečajo svoj obseg proizvodnje, v nasprotnem primeru proizvodnje ne povečajo. Če podjetje deluje po zakonih popolne konkurence, potem proizvaja v točki, kjer so mejni stroški enaki ceni. Pomembna razlika za podjetja v popolni ali nepopolni konkurenci so povezave med mejnimi dohodki in ceno.

Pri nepopolni konkurenci igra pomembno vlogo vlada, kajti nepopolna konkurenca vodi k neučinkovitosti. Obseg proizvodnje je premajhen in cena na trgu je višja. Tako vlada aktivno sodeluje pri promociji konkurence ter hkrati omejuje zlorabe tržne moči podjetij. Oblikuje protitrustovske zakone, katerih namen je preprečiti nastanek oziroma omejitev že nastalih monopolov in preprečitev povezav podjetij med seboj, da bi omejila konkurenco. V nekaterih



primerih se lahko tudi zgodi, da država podjetij ne razbija, temveč pusti na trgu monopolno podjetje, če ocenjuje, da je tak položaj za trg boljši. Primeri take konkurence so tako imenovani naravni monopoli. Vlada ustanovi organ, ki nadzoruje delo takega podjetja.

Na področju zaposlovanja delodajalci ocenjujejo produktivnost posameznikov tudi po stopnji izobrazbe. V praksi delodajalci raje zaposlujejo ljudi z diplomo, saj so mnenja, da so bolj produktivni. Napačno pa je mišljenje, da se je produktivnost zaposlenih dvignila z univerzitetno izobrazbo. Cenovni sistem poda sijajno rešitev nekaterih informacijskih problemov. Cena proizvajalcem pove mejni dobiček proizvodnje dodatne enote proizvoda. Proizvajalci za svojo proizvodnjo ne potrebujejo podatkov o svetovnih zalogah posameznih surovin, temveč le ceno surovin, saj je svetovna tržna cena določena z zalogami v svetu. Cene in trg so osnove ekonomskega sistema. Nepopolne informacije na trgu pa onemogočajo, da bi trg deloval popolno, kot to deluje v primeru popolnih cen.

Informacije na trgu predstavljajo vrednost in ljudje so pripravljeni zanje plačati. Tako opredeljene informacije so opredeljene kot vsi ostali proizvodi na trgu. Obstaja trg informacij, kjer se določi cena informacijam. Današnja ekonomija se v posameznih primerih imenuje tudi informacijska ekonomija. Kljub najnovejši informacijski tehnologiji trg informacij ni popoln. Problem, ki se pojavlja pri informacijah, je problem verodostojnosti. Težko je zaupati ljudem na besedo, predvsem na področju trga vrednostih papirjev. Ali verjeti borznemu analitiku, da bodo cene vrednostnih papirjev rasle ali ne? Kljub temu, da ljudje plačajo za informacijo, se zgodi, da ima nekdo drug podobno informacijo, morda boljšo ali slabšo. Za neko informacijo dobiček, ki ga ustvarimo z njo, ni višji od cene, ki jo plačamo zanjo. Tako pravimo, da informacije niso popolne in da so na trgu prisotne predvsem nepopolne informacije, ki predstavljajo dejstvo življenja.

Na trgu se pojavljajo take ali drugačne nepopolnosti. Tudi ko je na trgu popolna konkurenca in informacije, se lahko zgodi, da trg proizvede preveliko količino določene dobrine in posledično premajhno količino druge. Eden od vzrokov za to so tudi eksternalije. Eksternalije se pojavijo, kadar posameznik ali podjetje izvede določeno akcijo, ki direktno prizadene nekoga drugega, ki ni bil udeležen, ki ni plačal za koristi izida transakcije oziroma v njej ni bil udeležen. Ko so prisotne eksternalije, podjetja in posamezniki ne nosijo posledic svojih dejanj, ker je alokacija dobrin neučinkovita. Do tega pripelje neupoštevanje proizvajalcev tako imenovanih družbenih stroškov pri določitvi obsega proizvodnje. To lahko ponazorimo s primerom proizvodnje jekla. Cena jekla se na trgu določi s tržnim zakonom ponudbe in povpraševanja in dejansko odraža stroške, ki jih imajo podjetja pri proizvodnji. V primeru, da podjetju ni potrebno plačati vseh nastalih stroškov, je cena na trgu nižja od ravnovesno določene in proizvede se večji obseg, kot bi se v ravnovesju, ko bi podjetje upoštevalo družbene stroške.

Ugotovili so, da eksteralije vodijo do tržne neučinkovitosti, in ker država želi omiliti posledice, je dovoljeno njeno poseganje na trg. Vlada lahko prepreči proizvodnjo prevelikega obsega proizvodnje dobrin, ki so posledica negativnih eksteralij, z uravnavanjem in dejanjem spodbud. Medtem ko se proizvajajo dobrine, pri katerih so prisotne pozitivne eksteralije, želi vlada na trgu povečati obseg proizvodnje, če je tržni obseg premajhen.

Na trgu je poznana še ena oblika tržne napake, ki se pokaže ob prisotnosti javne dobrine. Čista javna dobrina je tista, katere mejni stroški dodatno proizvedene enote na trgu, so enake nič, in pri kateri je nemogoče izključiti ljudi, da bi to dobrino dobili. Veliko javnih dobrin, ki jih nudi vlada, v tem smislu niso čiste javne dobrine. Težko je govoriti o čistih javnih dobrinah. Določene dobrine imajo nekaj lastnosti čistih javnih dobrin, pa jih ne moremo uvrstiti v to skupino.

Veliko javnih dobrin, kot so izobraževanje, zdravstvene usluge in druge, imajo visoke mejne stroške, ki so povezani z nudenjem storitev dodatni osebi. Veliko dobrin in storitev je v velikih državah nudeno s strani zasebnih podjetij, v drugih državah pa nudita storitve država in zasebni sektor skupaj. Vlade v kontekstu javnih dobrin igrajo pomembno vlogo, saj nudijo prednost. Vlada lahko zahteva plačilo za storitve oziroma javne dobrine.

V tem poglavju smo delno spoznali pomen vloge države na trgu. Trg v določenih situacijah sam neučinkovito alokira družbeno omejenih virov. Pri nepopolni konkurenci, nepopolnih informacijah, eksteralijah in javnih dobrinah je vloga države potrebna. Država uporablja različne ukrepe za promocijo konkurence, pokaže na probleme, ki jih povzročajo prisotne eksteralije, nepopolne informacije in ponudba javnih dobrin (Stiglitz, 2002f, str. 226–239).

## **Sklep**

V diplomskem delu smo obravnavali prispevek Stiglitz na področju asimetričnih informacij in javnega sektorja.

Asimetrične informacije so sinonim za situacijo, v kateri je udeleženi več strank, pri čemer ima ena od strank več informacij kot ostale. Te informacije so največkrat ključnega pomena za sklenitev določenega posla.

Stiglitz pri obravnavanju informacij izhaja iz modela popolne konkurence in popolnih informacij, ki naj bi jih imeli vsi udeleženci na trgu. Ob tem pa opozori na dejstvo, da informacije niso popolne ter da informacij ne moremo enačiti z ostalimi proizvodi na trgu. Asimetrične informacije so del nepopolnih informacij.

Stiglitz je v svojih raziskavah poizkušal pokazati, kaj naj naredijo oziroma kako lahko pridejo stranke, udeležene na trgu, ki imajo manj informacij od svojih konkurentov, do ustreznih informacij in se tako poizkušajo izenačiti z boljše informiranimi udeleženci. Prišel je do ugotovitve, da neinformirane stranke, pridobijo informacije, ki jih potrebujejo, od boljše informiranih agentov. To storijo na način izbiranja med različnimi možnostmi.

Pri obravnavi javnega sektorja je Stiglitz pokazal na povezanost trgov dela, trga kapitala in trga proizvodov v povezavi s cenami in inflacijo. V svoje analize je vključil ponudbo in povpraševanje ter faktorje, ki vplivajo na ponudbo in povpraševanje. V svojem delu opisuje tudi začaran krog proizvodnje, ciklične nezaposlenosti, inflacije in povpraševanja. To so spremenljivke, ki vplivajo druga na drugo.

## **Literatura**

1. Stanovnik Tine: Javne finance. 1. natis. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1998. 196 str.
2. Stiglitz Joseph E.: Autobiography.  
[URL: <http://www.nobel.se/economics/laureates/2001/stiglitz-autobio.htm>], 25. 9. 2002.
3. Stiglitz Joseph E.: Economics. Second Edition. New York: W. W. Norton&Company, Inc, 1997. 997 str., 46 pril.
4. Stiglitz Joseph E., Walsh Carl E.: Principles of Macroeconomics. Aggregate Demand and Inflation. Third Edition. New York: W. W. Norton&Company, Inc, 2002a. 21 str.
5. Stiglitz Joseph E., Walsh Carl E.: Principles of Macroeconomics. Introduction to Macroeconomic Fluctuations. Third Edition. New York: W. W. Norton&Company, Inc, 2002b. 26 str.
6. Stiglitz Joseph E., Walsh Carl E.: Principles of Macroeconomics. The Full-Employment Model. Third Edition. New York: W. W. Norton&Company, Inc, 2002c. 26 str.
7. Stiglitz Joseph E., Walsh Carl E.: Principles of Microeconomics. Demand, Supply, and Price. Third Edition. New York: W. W. Norton&Company, Inc, 2002d. 20 str.
8. Stiglitz Joseph E., Walsh Carl E.: Principles of Microeconomics. Economics and the New Economy. New York: W. W. Norton&Company, Inc, 2002e. 19 str.
9. Stiglitz Joseph E., Walsh Carl E.: Principles of Microeconomics. Introduction to Imperfect Markets. Third Edition. New York: W. W. Norton&Company, Inc, 2002f. 14 str.

## Viri

1. About Joseph Stiglitz. [URL: [http://www.gsb.columbia.edu/ipd/about\\_stiglitz.htm](http://www.gsb.columbia.edu/ipd/about_stiglitz.htm)], 29. 11. 2002.
2. Asimetrija informacij. Finance, Ljubljana, 2001, 229 (27. 12. 2001), str. 20.
3. Markets with Asymmetric Information. [URL: <http://www.nobel.se/laureates/economy>], 10. 10. 2001.
4. Oxford Advanced Learner's Dictionary. Fourth Edition. Oxford: Oxford University Press, 1998. 1579 str.
5. Password-English Dictionary for Speakers of Slovenian. Ljubljana: Državna založba Slovenije, 1992. 868 str.
6. The Bank of Sweden Prize in Ecomic Sciences in Memory of Alfred Nobel 2001. [URL: <http://www.nobel.se/laureates/economy>], 29. 11. 2002.
7. The 2001 Bank of Sweden Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel- Information for the Public. [URL: <http://www.nobel.se/laureates/economy>], 29. 11. 2002.
8. Books. [URL: <http://www.gsb.columbia.edu/faculty/jstiglitz/index.cfm>], 29. 11. 2002.

## Slovarček

adverse selection – nasprotna izbira  
adverse selection effect – efekt nasprotne izbire  
aggregate demand – agregatne zahteve  
aggregate demand-inflation curve – krivulja agregatnega povpraševanja in inflacije  
American Economic Association – Ameriško ekonomsko združenje  
American Philosophical Society – Ameriško filozofsko združenje  
asymmetric information – asimetrična informacija  
B.A. – diploma  
college – akademija  
consumer price index – indeks cen življenjskih potrebščin  
corresponding fellow – dopisni član  
credibility – verodostojnost  
demand – zahteva  
distribution – porazdelitev  
exchange – zamenjava  
frictional unemployment – fluktuacijska nezaposlenost  
future market – prihodnji trg  
gravity – težnost  
honorary doctorates – častni doktorat  
incentive – spodbuda  
inflation – inflacija  
imperfect market – nepopolni trg  
lemon – limonovec  
monetary policy rule – pravilo monetarne politike  
moral hazard – moralni hazard  
National Academy of Sciences – Državna akademija znanosti  
output – količina proizvoda  
output gap – proizvodni razkorak  
Ph. D. - doktorat  
price (P)– cena  
price makers – oblikovalci cen  
quantity – količina  
real wage ( $W_0/P$ ) – realna plača  
revenue – dohodek  
screening – selekcija  
spring – skok, prožnost  
The American Academy of Arts and Science – Ameriška akademija umetnosti in znanosti  
The Economic Society – Ekonomsko združenje  
the Economics of Information – ekonomija informacij

thin market – ozki trg

trade off – izbira

unfettered markets – osvobojeni trgi

union – sindikat