

## Public Goods and market Failure



فصل ۲:

کالای عمومی و نارسایی بازار

## در این فصل خواهیم خواند:

---

شکل گیری انحصار و نارسایی بازار  
کالاها و خدمات عمومی و نارسایی بازار  
مفهوم و ویژگی های کالای عمومی  
تقسیم بندی انواع کالاها عمومی  
مسأله سواری رایگان  
تقسیم بندی کالای عمومی از نظر ملی و محلی

# شکست بازار و جایگاه دولت در اقتصاد

فرض بر این است که در مکانیسم بازار که بر اساس عرضه و تقاضا و رجحان های افراد بنا شده است، قادر به کنترل کلیه فعالیتهای اقتصادی است ولی مواردی وجود دارد که مکانیسم بازار نمی تواند پاسخگوی مشکلات ایجاد شده باشد که از آنها به موارد شکست بازار تعبیر می شود. بازار در چهار حالت دچار نارسایی و ناکارآمدی می شود:

۱- انحصار در اقتصاد (در بخش خصوصی)

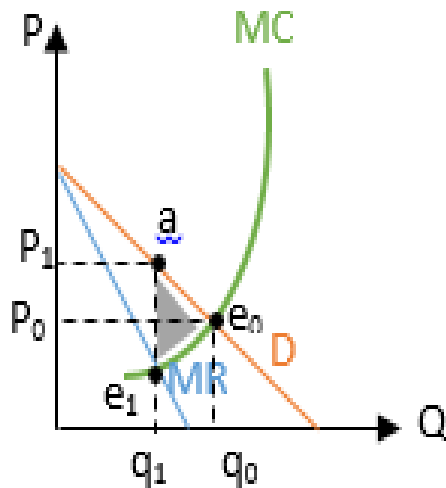
۲- تولید کالاها و خدمات عمومی

۳- پیامدهای جانبی در اقتصاد

۴- اطلاعات نامتقارن در اقتصاد

## شکل گیری انحصارات و نارسایی بازار

یکی از موارد شکست بازار، بازار انحصاری در بخش خصوصی است و در بازار انحصاری (همانند خودرو در ایران) که تولیدکننده به صورت انحصاری عمل میکند؛ مقدار کالای تولیدی کمتر از مقدار کالایی است که در بازار رقابتی تولید میشود اما قیمت کالای تولیدی در بازار انحصاری بالاتر از قیمت تولیدی در بازار رقابتی است.



شرط تعادل انحصار:  $MR = MC$

کاهش رفاه مصرف کننده:  $S_{p_0 p_1 a e_0}$

زیان خالص رفاهی:  $S_{a e_0 e_1}$

در این مبحث فقط مقدار  $Q$  مقایسه میشود و کیفیت ثابت است.

دولت نباید انحصاری عمل کند مگر انحصار طبیعی مثل آب، برق، تلفن و زیر ساخت ها و ... بدترین دولت دولت انحصار گراست.

## نهاد دولت و عرضه کالای عمومی

---

دولت از نظر اقتصادی، نهادی است خیر خواه که به نیابت از مردم، کالاهای عمومی را عرضه می کند.

دولت باید اطمینان حاصل کند به میزانی که مردم مالیات پرداخت کرده اند، کالا عرضه می کند.

دولت مالیات را به صورت تبعیض آمیز از کسانی که درآمد و ثروت بیشتری دارند، می گیرد؛ زیرا این افراد بیشتر از کالاها و خدمات بهره مند می شوند و این با معیار عدالت سازگار است.

## Public goods

## کالای عمومی

کالایی عمومی کالایی است که همه از مصرف آن منتفع می‌شوند. به این معنی که مصرف هر فرد، سبب کاهش مصرف سایرین از آن نمی‌شود. پارک، اتوبوس، امنیت و ... نمونه‌هایی از کالای عمومی هستند.

کالای عمومی با وجودی که برای بسیاری از شهروندان ضروری است، اما بازار و بخش خصوصی، انگیزه کافی برای تولید آن ندارند؛ چراکه ماهیت این نوع کالاها به گونه‌ای است که افراد پس از تولید شدن آن، حاضر نیستند قیمت آن را پردازند.

## مثال‌هایی از کالاهای عمومی

امنیت از جمله مهم‌ترین کالاهای عمومی است که در اقتصاد در مورد آن بحث می‌شود. کالاهای عمومی از جمله امنیت دارای چند ویژگی هستند از جمله اینکه این کالاها استثناء‌ناپذیر هستند به این معنا که مثلاً پس از برقراری امنیت نمی‌توان گروهی را در برخورداری از آن استثناء نمود. همچنین نمی‌توان آنها را از افرادی جدا کرده و در اختیار افراد دیگری قرار داد.

امنیت کالای عمومی چندوجهی است و دارای ابعاد امنیت سیاسی، امنیت اقتصادی، امنیت اجتماعی است. عدم دسترسی افراد جامعه به امنیت به عنوان یک کالای عمومی و مهم، موجب احساس عدم مطلوبیت در آنها شده و لذا آنها احساس خواهند کرد که سطح رفاهشان پایین آمده است

# مثال‌هایی از کالاهای عمومی

---

اجرای قانون (نظام حقوقی پیشرفته)، امور آتش نشانی عمومی، برق منازل، هوای پاک و کالاهای محیطی دیگر، کالاهای اطلاعاتی و توسعه نرم‌افزار، خدمات آموزشی و بهداشتی نمونه‌هایی از کالاهای عمومی هستند.

پیشرفت‌های تکنولوژیکی می‌تواند کالاهای عمومی جدیدی ایجاد کند. ساده‌ترین مثال‌ها روشنایی خیابان‌ها، فیر نوری، اینترنت و... است.



## ویژگی های کالای عمومی خالص

---

- ✓ کالای عمومی دارای دو ویژگی زیر است:
- ✓ رقابت ناپذیر در مصرف (non-rivalness)
- ✓ تخصیص ناپذیر در منافع (non-excludable)
- ✓ مانند منافع دفاع ملی، شبکه رادیو و تلویزیون که می تواند بدون کاهش منافع دیگران، هم زمان برای عده کثیری فراهم باشد.

منظور از رقابت ناپذیری در کالاهای عمومی این است که وقتی این کالاها ارائه می‌شود، ورود فرد جدید، رقیب فرد قبلی محسوب نمی‌گردد و امکان مصرف همزمان افراد وجود دارد.

اما در کالای خصوصی ورود فرد جدید با مصرف مقدار خاصی از کالا، به نحوی رقیب بقیه محسوب می‌شود.

به‌عنوان مثال، استفاده از لباس تولیدی، باعث کم شدن عرضه برای دیگران خواهد شد؛ اما وارد شدن فرد به یک پارک عمومی قبل از پر شدن ظرفیت، مشکلی برای دیگران به وجود نمی‌آورد.

به این معنا که امکان محروم‌سازی دیگران از کالای مورد نظر وجود ندارد. یعنی پس از تهیه و عرضه کالای عمومی، هیچ فردی را نمی‌تون از مصرف آن بازداشت و افراد بدون پرداخت هزینه از کالای عمومی استفاده می‌کنند.

در مورد کالای خصوصی، مالک آنها می‌تواند ادعای استفاده انحصاری کند و لذا استفاده و کسب مطلوبیت مربوط به آنها را منحصر در اختیار داشته باشد.

## در استثنای پذیرد افراد از منافع کالای عمومی دو مشکل وجود دارد:

۱. دشواری های فنی؛

ممکن است از لحاظ فنی، امکان منع کردن دیگران از استفاده های مربوط به یک کالای عمومی وجود نداشته باشد. دفاع ملی و تلاش برای حفظ امنیت کشور، مورد مشخصی از کالای عمومی است؛ که دشواری های فوق را در خود دارد. امکان محروم ساختن برخی افراد از این کالا، بسیار دشوار و یا غیر ممکن است.

۲. هزینه استثنای پذیرد

گاهی ممکن است از لحاظ فنی، زمینه جدا کردن برخی از متقاضیان و محروم ساختن آنان از استفاده کالای عمومی وجود داشته باشد؛ اما کاربرد مذکور پر هزینه است. ممکن است هزینه استثناسازی از کالای عمومی آن قدر بالا باشد که هر نوع منافع حاصل را خنثی ساخته و در نتیجه توجیه قابل قبولی برای آن نباشد.

## کالای عمومی ناخالص (impure public goods)

بعضی از کالاها هستند که به علت محدودیت سطح پذیرش پس از حدی از مصرف هم زمان، افزایش تعداد مصرف کنندگان فقط با کاهش در فایده دیگران ممکن می‌گردد این گونه کالاها را کالای عمومی ناخالص می‌نامند.

خاصیت این گونه کالاها (کالاهای مشاع) به گونه‌ای است که استثناپذیر ولی در مصرف رقابتی هستند؛ یعنی پس از تکمیل یک ظرفیت خاص مصرفی، اضافه شدن هر فرد دیگر باعث کاهش خدمات برای همه مصرف کنندگان می‌گردد.

کالاهایی مثل استخر، تئاتر، سیرک، جاده، اتوبانها و ... فاقد ورودی وقتی در "مرحله ازدحام" قرار گیرند، نمونه‌هایی از کالاهای عمومی ناخالص هستند. این کالاها استثناپذیر ولی در مصرف رقابتی هستند.

## کالای عمومی ناخالص (impure public goods)

---

برخی کالاهاى ديگر هم وجود دارد (کالای اجتماعى) که استثنای پذیر ولى رقابت ناپذیر هستند مانند کالاهای عمومی "قبل از ازدحام" (مثل ورزشگاه دارای ورودی قبل از پر شدن یا پل قبل از این که به مرحله ازدحام برسد)

برخی از کالاها هم هستند که علاوه بر استثنای پذیری، رقابت پذیر هم هستند (مانند کالاهای خصوصى).

## تقسیم بندی انواع کالاها

کالاها را می توان با توجه به دو خاصیت رقابت پذیری و قابلیت تخصیص منافع به چهار گروه تقسیم نمود:

### انواع کالاها

تخصیص پذیر	بله	<b>کالای خصوصی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• بستی</li> <li>• پوشاک</li> <li>• جاده شلوغ با عوارض</li> <li>• ....</li> </ul>	<b>کالای باشگاهی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• آتش نشانی</li> <li>• دسترسی به امواج تلویزیون</li> <li>• جاده با عوارض و بدون ترافیک</li> <li>• ....</li> </ul>	
	خیر	<b>منابع عمومی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• خاویار در دریای خزر</li> <li>• چراگاه های طبیعی</li> <li>• جاده شلوغ بدون عوارض</li> <li>• ....</li> </ul>	<b>کالای عمومی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• دفاع ملی</li> <li>• سد برای جلوگیری از سیل</li> <li>• جاده بدون عوارض و ترافیک</li> <li>• ....</li> </ul>	
		بله	رقابت پذیر در مصرف	خیر

# کالای عمومی

## مثال‌های مهم از کالای عمومی

پژوهش پایه



دفاع ملی





## مثال‌های مهم از منابع عمومی

جاده شلوغ



هوای تمیز



منابع عمومی

مطالعه موردی

چرا گاو با خطر انقراض روبرو نیست؛ در حالی که فیل آفریقایی چنین است؟



## Free Rider problem

## مسأله سوار مجانی

کالای عمومی و مسأله سوار مجانی

افراد می‌توانند در عین حالی که از منافع کالای عمومی بهره‌مند می‌شوند، در تأمین مالی هزینه‌های اصلی آنها سهم نگردند. در واقع به‌خاطر خصوصیات کالای عمومی استفاده هر فرد، مزاحم استفاده دیگران نیست؛ برای همین، افراد تمایل دارند که در استفاده از کالا سهم باشند؛ بدون این که در هزینه‌های آن شرکت کنند.

## علت اصلی ظهور پدیده سواری رایگان

---

علت اصلی ظهور پدیده سواری رایگان، عدم آشکارسازی ترجیحات ذهنی است. از لحاظ نظری روشن است که این پدیده، در موارد زیادی علت اصلی شکست یا نارسایی بازار در تأمین و ارائه کارآمد کالای عمومی است؛ اما این بدان معنی نیست که نتوان هیچ کالای عمومی را توسط بخش خصوصی ارائه کرد.

در تجربیات علمی، شواهدی وجود دارد که تحت آن کالای عمومی، به شکل خصوصی ارائه می شود. مثلاً گروه‌ها و افرادی که مراکز تحقیقات طبی راه‌اندازی می کنند، در بسیاری از موارد، کالای عمومی را به شکل خصوصی ارائه می دهند.

مثال:

اگر یک جامعه از دو فرد تشکیل شده باشد و هر فرد از تولید کالای عمومی به اندازه  $B$  نفع ببرد و هزینه تولید کالای عمومی  $C$  واحد باشد، چهار استراژی برای تولید کالای عمومی وجود دارد

	مشارکت فرد ۲	عدم مشارکت فرد ۲
مشارکت فرد ۱	$(B-C/2, B-C/2)$	$(B-C, B)$
عدم مشارکت فرد ۱	$(B, B-c)$	$(0,0)$

- در حالت اول هر دو فرد مشارکت میکنند و هر دو به اندازه  $B$  نفع برده و به اندازه  $C/2$  هزینه میپردازند.
- در حالت دوم و سوم فردی که مشارکت نمیکند به اندازه  $B$  نفع برده و فردی که مشارکت میکند به اندازه  $B$  نفع برده و به اندازه  $C$  هزینه میدهد.
- در حالت چهارم، افراد در تولید کالای عمومی مشارکت نمیکنند. در نتیجه نه کالایی تولید میشود و نه هزینه ای ایجاد میشود.

✚ با توجه به اینکه هزینه تولید کالای عمومی بالاست، B-C منفی است.

✚ بخش خصوصی اگر به دنبال نفع شخصی باشد این گونه کالاها را

تولید نمی کند و دولت باید دخالت کند و کالاها و خدمات عمومی

را ارائه کند.

در مورد کالاهای عمومی این نکته اهمیت دارد که حتی اگر امکان تخصیص منافع با هزینه ای معقول ممکن باشد، منع استفاده از آن برای عده ای، غیر اقتصادی خواهد بود، چون هزینه نهایی استفاده از کالاهای عمومی خالص، برای فرد جدید صفر است یعنی اضافه شدن یک استفاده کننده دیگر هزینه جدیدی ایجاد نخواهد کرد.



## تقسیم بندی کالای عمومی از نظر ملی و محلی

---

بسیاری از کالاهای عمومی در اختیار مصرف همگان نبوده و فقط برای عده‌ای مطلوبیت خالص مثبت خواهند داشت. این محدودیت، به دلیل مکان قرار گرفتن کالای عمومی است.

برای مثال اتوبان تهران کرج در اختیار ساکنان کرمان نبوده و برای آنان مطلوبیتی مستقیم ایجاد نمی‌کند.

۱. کالا و خدمات عمومی که جنبه ملی دارد؛ مانند دفاع ملی، شبکه‌های سراسری تلویزیون و رادیو، مقررات تجاری، جزایی و... از جمله مواردی هستند، که فواید آنها شامل کلیه افراد جامعه در سطح ملی می‌شود.



## تقسیم بندی کالای عمومی از نظر ملی و محلی

۲. کالا و خدمات عمومی که دو جنبه ملی و محلی را دارا هستند؛ این دسته پی -  
آمدهای خارجی مثبت اقتصادی دارند؛ ولی منافع شخصی آن به وسیله اهالی محلی  
یا استان جمع آوری می شوند. عمده ترین این موارد، شامل خدمات آموزشی و  
بهداشتی است.

۳. کالا و خدمات عمومی که جنبه محلی دارند؛ این قسم شامل مواردی است  
که تقریباً عمده فواید کالا و خدمات جنبه محلی داشته و به وسیله اهالی منطقه و  
محله جمع آوری می شوند. پارک ها، ایستگاه های آتش نشانی، جاده ها و خیابان های  
درون شهری و بین روستاها و ... از این دسته اند.

## تقسیم بندی کالای عمومی از نظر ملی و محلی

---

شرط تولید "بهینه" کالای عمومی، شامل کالای عمومی محلی نیز خواهد شد. برای ایجاد یک کالای عمومی، تنها ابعاد آن مورد نظر نیست، بلکه محل و موقعیت کالای عمومی نیز مطلوب و مورد توجه است.

نکته دیگر که برای موقعیت مکانی کالای عمومی مطرح می شود، جابه جایی و مهاجرت اشخاص به محله هایی است که کالا و خدمات عمومی عرضه شده در آن از دید افراد مطلوب باشد.

## رابطه رفاه و کالای عمومی و خصوصی

کالاهای عمومی و خصوصی در نهایت برای افزایش سطح رفاه یک جامعه تولید و توزیع می‌شوند. در این بین، هر یک از این کالاها، بخشی از سطح رفاه افراد را پوشش می‌دهند، در نتیجه می‌توان گفت که رفاه افراد در دو بعد تعریف می‌شود؛ بعد اول براساس کالاهای خصوصی است که فرد استفاده می‌کند و بعد دیگر وابسته به کالاهای عمومی است که از آن بهره‌مند است.

در واقع مردم با پرداخت مالیات، کالاهای عمومی را از پیش خریداری می‌کنند. به همین دلیل است که در هر کشوری برابر قانون، عدم پرداخت مالیات تصرف در اموال عمومی تلقی می‌شود؛ چراکه فردی که مالیات نمی‌دهد به صورت رایگان از کالاهای عمومی‌ای بهره‌مند می‌شود که دیگران پولش را پرداخت کرده‌اند.

## بحث و تبادل نظر

دولت بر اساس تعریف اولیه خود خیرخواه عمومی است که تاسیس شده تا کالاهای عمومی را برای عرضه به بازار تولید کند. اما آیا این امکان وجود دارد که از این هدف فاصله گیرد؟

پاسخ مثبت است ممکن است دولت از تولید کالاهای عمومی مورد نیاز عامه مردم منحرف شود یا تخصیص اشتباه دهد. مثال در این باره به سرمایه گذاری در بخش آموزش باز می گردد: «برای نمونه اگر دولت به جای سرمایه گذاری در آموزش ابتدایی و متوسطه، در آموزش دانشگاهی سرمایه گذاری کند، ممکن است نتیجه مورد نظر حاصل نشود.

یا اینکه فرض کنید دولت در عرصه بهداشت عمومی ممکن است در شهرهای بزرگ سرمایه گذاری کند و از حاشیه شهرها، روستاها و شهرهای کوچک غفلت کند.

به عقیده برخی اقتصاددانان، دولت‌ها به دلیل دوره سیاسی کوتاهی که دارند، کوتاه‌نگر هستند و ممکن است آن کالاهایی را برای عرضه انتخاب کنند که مشاهده‌پذیری بیشتری دارد و امکان کسب رأی بیشتری در انتخابات داشته باشند. به عبارت دیگر انگیزه سیاسی، مهم‌ترین مانع برای تخصیص درست کالای عمومی از سوی دولت می‌تواند باشد.

## نقش سه قوه در تولید کالای عمومی در ایران

---

شاید یک سوء تفاهم در تولید کالای عمومی ایجاد شود که آن تکیه بر نقش دولت و نادیده گرفتن سایر قوا در کشور است؛ در حالی که تمام مجموعه حاکمیت، مکلف به تولید کالای عمومی است و در این بین، تنها دولت متولی نیست.

وضع قوانین و مقررات و حل و فصل منازعات که توسط قوای مقننه و قضائیه به عنوان مهم‌ترین کالای عمومی تولید می‌شود، در صورت وجود نقصان در آن، تولید کالاهای عمومی دیگر را نیز با مشکل مواجه خواهد شد.

# انگیزه خیرخواهانه در تولید کالای عمومی (مانند وقف)

وقف در اسلام به عنوان یکی از روش های تولید کالای عمومی مورد تأکید قرار گرفته است.

وقف در اصطلاح فقهی داشتن عین مال یا ملک است که منافع حاصل از آن در ارائه و تولید کالاهایی که رضای خدا در آن باشد صرف می شود.



## اهداف وقف

افزایش رفاه عمومی

فقرزدایی

برقراری عدالت اجتماعی

## عمده موارد مصرف وقف در ایران



آموزش و پرورش (احداث مدارس، کتابخانه ها و...)

حوزه های علمی و دانشگاه ها



حوزه بهداشت و درمان (احداث بیمارستان ها و خانه

های بهداشت)

# برخی موقوفات حرم امام رضا



۱. دارالشفای امام؛
۲. دارالشفای شماره ۲؛
۳. پلی کلینیک دندان پزشکی؛
۴. مرکز طب تصویری؛
۵. داروخانه‌ی امام؛
۶. داروخانه‌ی امام (واحد شماره‌ی ۲)؛
۷. بیمارستان چناران؛
۸. توسعه‌ی واحدهای درمانی یزد و کرمان و سیرجان؛
۹. بخش قلب بیمارستان امام رضا (علیه السلام)؛
۱۰. مؤسسه‌ی امداد آستان قدس رضوی؛
۱۱. توسعه‌ی مهمانسرای حضرت.





## موقوفات بازار تهران



جالب است بدانید که حدود ۵۰ درصد از بازار تهران را موقوفات تشکیل می‌دهند.

یکی از بزرگ‌ترین موقوفات بازار موقوفه **وزیر علی‌آبادی** است که خیلی معروف است.

این موقوفه شامل سه پاساژ است که این سه پاساژ و مغازه‌های کناری‌اش تقریباً ششصد رقبه می‌شود که این ششصد رقبه بیشترشان تجار فرش هستند. چهارصد تا از این تجار، تاجرهای پارچه هستند.