

Առևտրային քաղաքականությունը և մեդիան ընտրողի մոդելը

Առևտրային քաղաքականությունը նախորդ գլխում վերլուծեցինք նորմատիվ տնտեսագիտության տեսանկյունից: Նորմատիվ տնտեսագիտությունն ուսումնասիրում է, թե ինչպիսին պետք է լինի քաղաքականությունը, որ հասարակության բարեկեցությունը լինի առավելագույնը:

Առևտրային քաղաքականության նորմատիվ տեսությունը ցույց է տալիս, որ առևտրի սահմանափակումների կիրառումը, որպես կանոն, օպտիմալ չէ: Բայց գրեթե բոլոր երկրների կառավարությունները կիրառում են առևտրի սահմանափակումներ: Հետևաբար՝ ո՞րն է քաղաքական գործիչների շարժառիթը, որ այդպես հակադրվում են տեսությանը: Հենց դա է ձգտում պարզել առևտրային քաղաքականության պոզիտիվ տեսությունը:

Մասնավոր հատվածում ընդունվող որոշումների չափանիշները կարծես թե հստակ են: Այսպես՝ տնային տնտեսությունները եկամտի, ժամանակի և այլ սահմանափակումների շրջանակում ձգտում են առավելագույն օգտակարության: Զեռնարկությունները ռեսուրսների, տեխնոլոգիայի և այլ սահմանափակումների շրջանակում ձգտում են առավելագույն եկամտի:

Իսկ ի՞նչի են ձգտում քաղաքական գործիչները: Նրանց ձգտումները իհարկե բազմազան են և առնչվում են անձնական և մերձավոր շրջապատի բարեկեցությանը, քաղաքական գաղափարախոսությանը, պատմության մեջ զբաղեցնելիք տեղին, երբեմն նաև երկրի ու հասարակության շահերին:

Ոչինչ սակայն այնքան ամբողջովին չի բնութագրում քաղաքական գործիչների շարժառիթը, որքան պաշտոնում ընտրվելու ձգտումը: Ուստի՝ քաղաքական գործիչների վարքը մոդելավորող լավագույն մոտարկումն այն է, որ նրանք ձգտում են առավելագույնի հասցնել պաշտոնում ընտրվելու հավանականությունը:

Թվում է՝ ժողովրդավարական հասարակարգում, ուր ընտրություններն ազատ են, և ուր քաղաքական գործիչները ձգտում են առավելագույնի հասցնել իրենց ընտրվելու հավանականությունը, հասարակության մեծամասնության նախապատվությունները պետք է մշտապես հաշվի առնվեն: Բայց արդյո՞ք դա այդպես է:

Մեդիան ընտրողի մոդելը

Մոդելի տրամաբանությունը կներկայացնենք երեք ընկերուհիների ընտրության օրինակով:

Ենթադրենք՝ Աննան, Հասմիկը և Նունեն պետք է որոշեն՝ ինչպես են անցկացնելու օրը: Աննան նախընտրում է տանից դուրս չգալ և պատրաստվել քննությանը (տարբերակ Ա): Հասմիկը կողմ է քննությանը պատրաստվելուն, բայց առաջարկում է դա անել կեսօրին, իսկ երեկոյան գնալ սրճարան (տարբերակ Բ): Իսկ Նունեն դեմ է մեռած մարդկանց գաղափարներն ուսումնասիրելուն և առաջարկում է կեսօրին գնալ խանութ, երեկոյան՝ սրճարան, իսկ այնուհետև՝ ակումբ (տարբերակ Գ): Աննան լսել անգամ չի ուզում ակումբի մասին, իսկ Հասմիկը դեմ չէ ակումբ գնալուն, բայց միայն՝ քննություններից հետո:

Ընկերուհիները նախապատվությունները՝ ըստ նախընտրելիության նվազման ներկայացված են աղ. 13-1-ում: Օրինակ՝ Աննան ամենից ավելի նախընտրում է Ա տարբերակը, այնուհետև՝ Բ տարբերակը, իսկ նվազագույնը՝ Գ տարբերակը:

Աղյուսակ 13-1: Նախապատվություններն ըստ տարբերակների նախընտրելիության

Ընկերուհին	Տարբերակների նախընտրելիությունը	Մեկնաբանություն
Աննա	Ա, Բ, Գ	Ամենանախընտրելին Ա-ն է, 2-րդ նախընտրելին Բ-ն
Հասմիկ	Բ, Ա, Գ	Ամենանախընտրելին Բ-ն է, 2-րդ նախընտրելին Ա-ն
Նունե	Գ, Բ, Ա	Ամենանախընտրելին Գ-ն է, 2-րդ նախընտրելին Բ-ն

Մեր օրինակում Հասմիկը մեդիան ընտրողն է, քանի որ ավելի արմատական տարբերակը (կեօրին՝ խանութ, գիշերը՝ ակումբ) նախընտրում է ճիշտ այնքան մարդ, որքան նվազ արմատական տարբերակը (տանը մնալ և քննությունը պատրաստվել):

Ընկերուհիները որոշում կայացնում են ձայների մեծամասնությամբ: Ընդ որում՝ տարբերակները քվեարկության են դրվում զույգ-զույգ: Քվեարկության ժամանակ յուրաքանչյուրը կրնորի իր առաջարկած տարբերակը, եթե այն դրված է քվեարկության, իսկ եթե դրված չէ, ապա կընտրի այն տարբերակը, որն ավելի մոտ է իր նախընտրածին:

Օրինակ, երբ ընտրությունը կատարվում է Ա և Բ տարբերակների միջև, ապա Աննան կընտրի Ա տարբերակը, Հասմիկը՝ Բ տարբերակը, Նունեն նույնպես՝ Բ տարբերակը, ու ձայների մեծամասնությամբ կընտրվի Բ տարբերակը: Աղ. 13-2-ում ներկայացված են բոլոր հնարավոր դեպքերը:

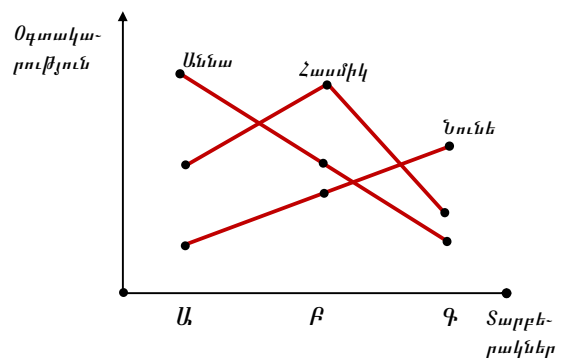
Աղյուսակ 13-2: Տարբերակները և ընտրության արդյունքը

Քվեարկության դրված տարբերակները	Յուրաքանչյուրի ընտրությունը	Քվեարկության արդյունքը
Ա կամ Բ	Աննա - Ա, Հասմիկ - Բ, Նունե - Բ	Բ
Ա կամ Գ	Աննա - Ա, Հասմիկ - Ա, Նունե - Գ	Ա
Բ կամ Գ	Աննա - Բ, Հասմիկ - Բ, Նունե - Գ	Բ

Ա և Գ տարբերակներից Հասմիկն ընտրում է Ա, քանի որ համարում է, որ այն ավելի մոտ է իր նախընտրածին: Մոդելի եզրահանգումը նույնն է՝ անկախ նրանից, թե Ա և Գ տարբերակների միջև Հասմիկը որն է ընտրում:

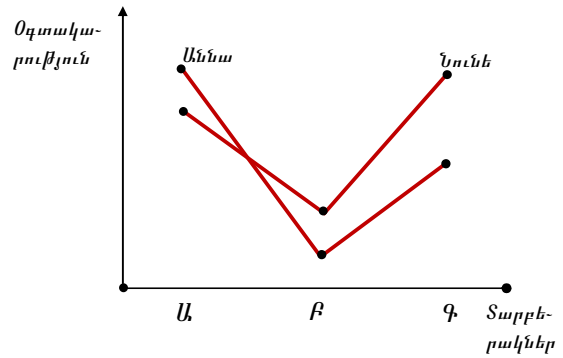
Նկատենք՝ ընկերուհիներից յուրաքանչյուրի նախապատվությունները միագագաթ են (գծ. 13-1): Այսինքն՝ երկրորդ նախընտրելի տարբերակը անմիջապես հաջորդում է առաջին նախընտրելի տարբերակին:

Գծանկար 13-1: Ընկերուհիների նախապատվությունները միագագաթ են



Օրինակ՝ Աննայի նախապատվությունները կլինեին երկգագաթ, եթե նրա համար երկրորդ նախընտրելի տարբերակը լիներ Գ-ն, ոչ թե Բ-ն (գծ. 13-2):

Փծանկար 13-2:
Աննայի և Նունեյի նախապատվություններ
երկգագաթ են



Կասենք, որ ընտրությունը միաշափ է, եթե ընտրությունը կատարվում է միայն մեկ խնդրի շուրջ: Օրինակ՝ ընկերուհիների ընտրությունը կլինեք երկշափ, եթե նրանք նշյալ Ա, Բ և Գ տարբերակներից բացի միաժամանակ կատարեին նաև այլ ընտրությունը, օրինակ՝ որտեղ են հանգստանալու առմանը:

Մեդիան ընտրողի թեորեմ: Զույգ-զույգ ընտրության դեպքում, երբ նախապատվությունները միագագաթ են, և ընտրությունը միաշափ է, ապա առավել մեծ թվով ձայներ հավաքում է այն տարբերակը, որի օգտին քվեարկել է մեդիան ընտրողը:

Այսինքն՝ մեդիան ընտրողի ձայնը որոշում է ընտրության ելքը:

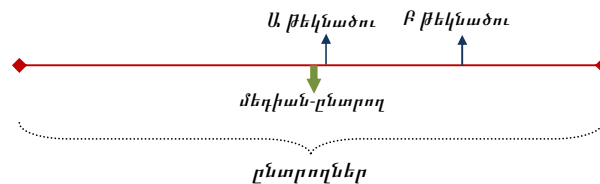
Մեր օրինակում միշտ հաղթում է այն տարբերակը, որի օգտին քվեարկում է Հասմիկը՝ մեդիան ընտրողը: Ա և Գ տարբերակների միջև ընտրության ժամանակ, եթե Հասմիկն ընտրեր Գ, ապա կհաղթեր այդ տարբերակը. դարձյալ մեդիան ընտրողի ձայնը կլինեք որոշիչ:

Համանման արդյունք ենք ստանում ներկայացուցչական ժողովրդավարությունում:

Ենթադրենք՝ ընտրությունը նախագահի երկու թեկնածուների միջև է, որոնք ընտրողներին ներկայացնում են իրենց ծրագրերը՝ խոստանալով դրանք իրագործել ընտրվելու դեպքում: Երբ ընտրողներից յուրաքանչյուրն ընտրում է այն թեկնածուին, որի ծրագիրն ավելի մոտ է իր նախապատվությանը (նախապատվությունները միագագաթ են), ապա հաղթում է այն թեկնածուն, որի ծրագիրն ավելի մոտ է մեդիան ընտրողի նախապատվությանը: Այսինքն՝ մեդիան ընտրողի ձայնը որոշում է ընտրության ելքը:

Դիցուք՝ ընտրողներին հնարավոր է դասավորել միաշափ տարածությունում՝ ըստ քաղաքական նախապատվությունների (գծ. 13-3):

Փծանկար 13-3: Մեդիան ընտրողը և թեկնածուների
ծրագրերը



Համարենք՝ քննարկվում է առևտրի ազատականացումը: Գծ. 13-3-ի աջ ծայրում «դասավորենք» այն ընտրողներին, ովքեր անվերապահորեն կողմ են ազատականացմանը, իսկ ձախ ծայրում՝ նրանց, ովքեր անվերապահորեն դեմ են ազատականացմանը: Դրանց միջև «տեղավորենք» նրանց, ովքեր տարբեր վերապահումներ ունեն, ընդ որում՝ որքան ընտրողն ավելի աջ է գտնվում, այնքան ավելի հակված է ազատականացմանը:

Ա և Բ թեկնածուները, որոնք ցանկանում են ընտրություններում հաղթել, ընտրողների դատին են ներկայացնում իրենց ծրագրերը:

Ա-ի ծրագիրն ավելի մոտ է մեդիան ընտրողի նախապատվությանը, քան Բ-ինը, և մեդիան ընտրողը կքվեարկի հօգուտ Ա թեկնածուի: Ա-ի օգտին կքվեարկեն նաև նրանից ավելի ձախ գտնվող բոլոր ընտրողները (ինչը տվյալ դեպքում ապահովում է ձայների մեծամասնություն), ինչպես նաև երկու թեկնածուների միջև գտնվող ընտրողների կեսը:

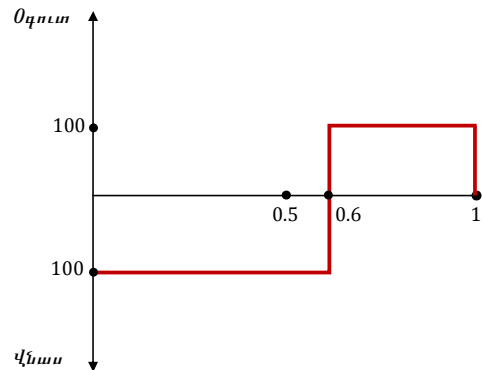
Այսպիսով՝ հաղթող թեկնածուն միշտ ստանում է մեդիան ընտրողի ձայնը: Հետևաբար, եթե թեկնածուները կարող են փոխել իրենց նախընտրական ծրագրերը, ապա կներկայացնեն այնպիսի ծրագրեր, որոնք հնարավորինս մոտ են մեդիան ընտրողի նախապատվությանը: Սահմանային տարբերակում թեկնածուները կներկայացնեն միևնույն ծրագիրը:

Նկատենք՝ անկախ նրանից, թե ով կհաղթի ընտրությունում, մեդիան ընտրողը և ընտրողների մեծամասնությունը ենթադրաբար կշահեն, քանի որ իրենց նախընտրած ծրագիրն իրագործել խոստացող թեկնածուն հաղթել է: Ընտրողները կշահեն, եթե իհարկե ընտրվողը հավատարիմ մնա իր նախընտրական խոստումներին:

Ինչպիսի՞ եզրակացություն ենք հանգում, երբ առևտրային քաղաքականությունը վերլուծում ենք մեդիան ընտրողի մոդելի տեսանկյունից:

Հիշենք՝ ըստ Սթոլփեր-Սամյուելսոնի թեորեմի, երբ մաքսատուրքի հետևանքով աշխատատար ապրանքի գինը բարձրանում է, ապա աշխատանքի իրական վճարն աճում է, իսկ կապիտալի իրական վճարը՝ նվազում: Ենթադրենք՝ քննարկվում է ներմուծման մաքսատուրք սահմանելու նպատակահարմարությունը: Բոլոր ընտրողները դասավորված են միաշափ տարածությունում այնպես (գծ. 13-4), որ մաքսատուրքից վնասվողները տեղաբաշխված են ձախ կողմում, իսկ շահողները՝ աջ կողմում: Մեդիան ընտրողը 0.5 կետում է, և ընտրողների 60% մաքսատուրքից վնասվում է:

Գծանկար 13-4:
Մաքսատուրք սահմանելու դեպքում մեդիան ընտրողը վնասվում է



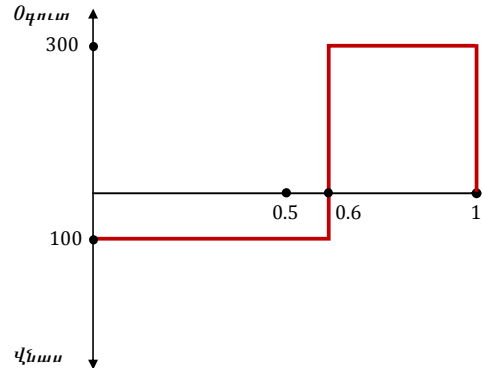
Շահողներից յուրաքանչյուրն օգտվում է 100 միավոր, նույնքան էլ վնասվում է յուրաքանչյուր տուժող (կարևոր չէ՝ շահը կամ վնասը բոլորի համար նույնն են, թե ոչ): Քանի որ մեդիան ընտրողը վնասվում է մաքսատուրքից, ապա քաղաքական գործիչը, որպեսզի ընտրվի, մաքսատուրքին դեմ կարտահայտվի: Այսպիսով՝ քաղաքականությունը կիրագործվի ի շահ մեծամասնության, ինչը պետք է որ դրական լինի:

Մեդիան ընտրողի մոդելի հեղինակը էնթոնի Դոունսն է (Downs, 1957), թեպետ նրա գաղափարների ձևավորման վրա ազդել են Հարոլդ Հոթելլինգը (Hotelling, 1929) և Դունքան Բլաքը (Black, 1948):

Մոդելի քննադատությունը

Նույնիսկ երբ որոշումն ի շահ մեծամասնության է, այն կարող է «անարդյունավետ» լինել: Այսպես՝ մոդելը հաշվի չի առնում նախապատվությունների ինտենսիվությունը: Ենթադրենք՝ քննարկվում է ներմուծման մաքսատուրքը վերացնելու հարցը: Հայտնի է, որ հասարակության 60% վնասվելու է, իսկ 40% շահվելու է (գծ. 13-5): Սակայն շահողների գումարային օգուտն ավելին է, քան վնասվողների գումարային կորուստը՝ $0.4 * 300 > 0.6 * 100$: Այսինքն՝ հասարակության զուտ շահը դրական է: Բայց քանի որ մեդիան ընտրողը վնասվում է, ապա ըստ մոդելի՝ առևտուրը չի ազատականացվի:

Գծանկար 13-5:
Օգտվողների շահն ավելին է, քան վնասվողների կորուստը



Ըստ Սթոլպեր-Սամյուելսոնի և Հեքշեր-Օհլինի թեորեմների՝ մաքսատուրքը, որը բարձրացնում է ներմուծմանը փոխարինող ապրանքի գինը, բարձրացնում է հազվագյուտ ռեսուրսի իրական վճարը և նվազեցնում է առատ ռեսուրսի իրական վճարը: Սակայն մեդիան ընտրողի մոդելի տեսանկյունից էական չէ՝ մաքսատուրքը դրական, թե բացասական է ազդում ընդհանուր բարեկեցության վրա: Էականն այն է, թե ո՞ր ռեսուրսն ավելի շատ ձայն ունի քաղաքական գործընթացի վրա ներգործելու համար:

Իրական կյանքում ռեսուրսների բաշխումը համաչափ չէ: Յուրաքանչյուրն ունի մեկ աշխատանք ռեսուրս, բայց քչերը՝ կապիտալ ռեսուրս: Ուստի՝ եթե որոշումը իսկապես կայացվում է ըստ մեդիան ընտրողի մոդելի, աշխատանք ռեսուրսի շահը միշտ պետք է գերակայի, քանի որ նույնիսկ երբ աշխատանքը տնտեսական տեսանկյունից հազվագյուտ է, քաղաքական տեսանկյունից այն միշտ մեծամասնություն է կազմում:

Երբ աշխատանք ռեսուրսը տնտեսական տեսանկյունից հազվագյուտ է, ըստ Հեքշեր-Օհլինի թեորեմի, երկիրը կներմուծի աշխատատար ապրանք: Իսկ ըստ Սթոլպեր-Սամյուելսոնի թեորեմի՝ աշխատատար ապրանքի գնի աճը շահեկան է աշխատանք ռեսուրսին: Հետևաբար՝ այն երկրում, ուր աշխատանքը տնտեսապես հազվագյուտ է, մաքսատուրքը միջին հաշվով պետք է ավելի բարձր լինի, քան այնտեղ, ուր աշխատանքը տնտեսապես առատ է:

Դիտարկված երկու տարբերակներում (գծ. 13-4 և 13-5) հասարակության մի մասը շահում է մնացածի հաշվին: Պարտադիր չափանիշով այդ քաղաքականություններից ոչ մեկն օպտիմալ չէ: Սակայն երկրորդ դեպքում հասարակության զուտ շահը դրական է, այսինքն՝ նրանք, ովքեր շահում են (առնվազն տեսականում) կարող են փոխհատուցել նրանց, ովքեր տուժում են: Հետևաբար՝ Կալդոր-Հիֆս չափանիշով երկրորդ դեպքում մաքսատուրքի վերացումն օպտիմալ է (թեպետ ըստ Մեդիան ընտրողի մոդելի՝ այն կմերժվի):

Իրավիճակը փոխվում է, երբ հնարավոր է ձայն գնել: Գծ. 13-5-ում փոքրամասնության շահագրգռվածությունը վճարել առևտրի ազատականացման համար ավելի մեծ է, քան

մեծամասնության շահագրգռվածությունը պահպանել ստատուս քվին: Վճարումը կարող է լինել ուղղակի և անուղղակի: Ուղղակի վճարումը լայնորեն կիրառվում է աղքատ երկրներում, թեպետ այն ամենուր անօրինական է (մեկ ձայնը միջին հաշվով գնվում է էջի մեկ տասներորդ կամ ոչխարի մեկ հինգերորդ գնով. օրինակ՝ Սերբիայում մեկ ձայնը 2016թ-ի պառլամենտական ընտրություններում արժեք 25 եվրո (Synovitz, 2016)): Իսկ անուղղակի վճարումը կիրառվում է բոլոր քաղաքական համակարգերում, պարզապես որքան երկրի միջին եկամուտը բարձր է, այնքան վճարման մեխանիզմը քողարկված է:

Ձայների «գնումը» կիրառվում է նաև ԱՄՆ-ի կոնգրեսում, ուր այն կոչվում է logrolling (փոխադարձ ծառայություն): Լոգռոլինգի միջոցով կողմերը պայմանավորվում են, որ օրինակ՝ դեմոկրատները կքվեարկեն այն օրենքի օգտին, որը պաշտպանում են հանրապետականները, և, իբրև փոխադարձ ծառայություն, հանրապետականները կքվեարկեն այն օրենքի օգտին, որը պաշտպանում են դեմոկրատները:

Ձայների գնումը կիրառվում է նաև միջազգային հարաբերություններում: 2009թ-ի դեկտեմբերին Ռուսաստանը վճարեց \$50 մլն Նաուրուին, որպեսզի այդ կղզյակ պետությունը (տարածքը՝ 21 կմ², բնակչությունը՝ 10 հզ մարդ) դիվանագիտական ճանաչում չնորհի Աբխազիային և Հարավային Օսիային: 2008թ-ին Իրանը վճարեց \$200 հզ Սողոմոնյան կղզիներին, որպեսզի այն ՄԱԿ-ում քվեարկի Իսրայելի դեմ: 2003թ-ին ԱՄՆ-ը մի քանի միլիոն վճարեց Անգոլային, որպեսզի այն ՄԱԿ-ում կողմ քվեարկի Իրաք ներխուժմանը (Lockwood, 2013):

Աղյուսակ 13-4: Լոգռոլինգը, երբ ընդհանուր զուտ շահը դրական է. թվերը ցույց են տալիս երեսփոխանների¹ շահը (+) կամ վնասը (-)

Օրինագիծ	Գ երեսփոխանի շահը	Բ երեսփոխանի շահը	Ք երեսփոխանի շահը	Ընդհանուր զուտ շահը
Թիվ 1	+30	-5	-5	+20
Թիվ 2	-5	+30	-5	+20
Թիվ 1 և Թիվ 2	+25	+25	-10	+40

Ենթադրենք՝ Թիվ 1 օրինագծի ընդունման դեպքում Բ և Ք երեսփոխանները կվնասվեն՝ յուրաքանչյուրը 5 միավոր, իսկ Գ-ն կօգտվի 30 միավոր (աղ. 13-4): Իսկ Թիվ 2 օրինագծի ընդունման դեպքում կշահի միայն Բ երեսփոխանը (տեսականում երեսփոխանները պաշտպանում են ոչ թե իրենց, այլ ընտրողների շահը, բայց իզուր չէ, որ կոչվում են երեսփոխան): Նկատենք՝ և՛ Թիվ 1, և՛ Թիվ 2 օրինագծերից ընդհանուր զուտ շահը դրական է՝ 20 միավոր: Բայց առանձին-առանձին քվեարկության դեպքում երկու օրինագծերն էլ 2 դեմ և 1 կողմ ձայներով չեն ընդունվի:

Սակայն Գ-ն և Բ-ն միաժամանակ կշահեն, եթե երկու օրինագծերը ընդունվեն: Այդ դեպքում յուրաքանչյուրի շահը կլինի 25 միավոր: Ուստի անսպասելի չի լինի, եթե նրանք միմյանց ծառայություն մատուցեն, այսինքն՝ երկու օրինագծերը միաժամանակ դրվեն քվեարկության, որի դեպքում 2 կողմ և 1 դեմ ձայներով օրինագծերի փաթեթը կընդունվի:

Դիտարկված օրինակը բավարարում է Կալդոր-Հիքս շահանիշին, քանի որ ընդհանուր զուտ շահը դրական է: Բայց լոգռոլինգը կարող է բերել նաև ոչ օպտիմալ լուծումների:

Աղ. 13-5-ում և՛ Թիվ 1, և՛ Թիվ 2 օրինագծերի դեպքում ընդհանուր զուտ շահը բացասական է: Բայց Գ և Բ երեսփոխանները դարձյալ կարող են միմյանց ծառայություն

¹ Անձ, որ իբրև անդամ մասնակցում է օրենսդրական մարմնի աշխատանքներին:

մատուցել, քանի որ յուրաքանչյուրը կշահի, եթե երկու օրինագծերն էլ ընդունվեն: Շեշտենք, որ բոլորի ընդհանուր զուտ շահը բացասական է:

Աղյուսակ 13-5: Լոգոտիինգ, երբ ընդհանուր զուտ շահը բացասական է. թվերը ցույց են տալիս երեսփոխանների շահը (+) կամ վնասը (-)

Օրինագիծ	Գ երեսփոխանի շահը	Բ երեսփոխանի շահը	Ք երեսփոխանի շահը	Ընդհանուր զուտ շահը
Թիվ 1	+30	-20	-20	-10
Թիվ 2	-20	+30	-20	-10
Թիվ 1 և Թիվ 2	+10	+10	-40	-20

Առևտրային քաղաքականությունը վաճառվում է

Բալդվինը և Մագին վերլուծել են ԱՄՆ-ի կոնգրեսականների ստացած ֆինանսական աջակցության և երկու առանցքային առևտրային համաձայնագրերի վավերացման ժամանակ նրանց քվեարկության կապը: Դրանք էին Հյուսիսամերիկյան ազատ առևտրի գոտու (1993թ) և Առևտրի համաշխարհային կազմակերպության (1994թ) համաձայնագրերը: Ֆինանսավորում տրամադրում էին (ա) մասնավոր բիզնեսը, որը կողմ էր համաձայնագրերին, և (բ) արհմիությունները, որոնք դեմ էին: Ըստ հետազոտության արդյունքների՝ ֆինանսական աջակցությունը զգալիորեն ազդել է քվեարկության արդյունքների վրա, թեպետ եթե որևէ ֆինանսական աջակցություն չլիներ, երկու համաձայնագրերն էլ կվավերացվեին (Կոնգրեսում վավերացման համար անհրաժեշտ է 218 ձայն):

ԱՄՆ կոնգրեսում ձայների փաստացի և կանխատեսված բաշխումը

	Հյուսիսամերիկյան ազատ առևտրի գոտու համաձայնագրին կողմ	Առևտրի համաշխարհային կազմակերպության համաձայնագրին կողմ
Փաստացի	229	283
Մոդելով կանխատեսված	227	285
Առանց արհմիությունների ֆինանսավորման	294	342
Առանց մասնավոր բիզնեսի ֆինանսավորման	186	250
Առանց որևէ ֆինանսավորման	252	317
Արհմիությունների ազդեցությունը	-67	-57
Մասնավոր բիզնեսի ազդեցությունը	41	35
Ֆինանսավորման ընդհանուր ազդեցությունը	-25	-32

Աղբյուր՝ (Baldwin & Magee, 2000):

Անհամաչափ տեղեկացվածություն և քվեարկությանը մասնակցություն

Մինչ այժմ համարել ենք՝ մեդիան ընտրողը աեղյակ է, թե առաջարկվող փոփոխությունից շահում, թե վնասվում է: Համարել ենք նաև, թե նա մասնակցում է քվեարկությանը: Այս ենթադրությունները միայն մասամբ են ճիշտ:

Որպեսզի ընտրողը պարզի՝ առաջարկվող փոփոխությունից շահում, թե տուժում է, ժամանակ և ռեսուրսներ պետք է վատնի, որ անհրաժեշտ տեղեկություններ հավաքի (այլ հարց է՝ այդ տեղեկությունները արդյո՞ք նա կկարողանա համարժեքորեն վերլուծել):

Բացի այդ ընտրություններին մասնակցությունը կարող է լինել ժամանակատար: Այն առնվազն պահանջում է անձը հաստատող ուժի մեջ գտնվող փաստաթղթի առկայություն և ընտրական տեղամաս այցելություն (2016թ-ի ԱՄՆ-ի նախագահական ընտրությանը ընտրատեղամասերում հերթերը երբեմն 5-6 ժամ երկարություն ունեին):

Հավանականությունը, որ համապետական ընտրություններում առանձին ընտրողի՝ քվեարկության արդյունքում ընտրության արդյունքը կփոխվի, զրո է (թեպետ լինում են արտառոց դեպքեր. 2000թ-ին Բուշը ԱՄՆ-ի նախագահ դարձավ, քանի որ համարվեց, որ

նա հաղթել է Ֆլորիդայում, իսկ Ֆլորիդայում նա պաշտոնական տվյալներով հաղթել էր ընդամենը 537 ձայնով, այն դեպքում, երբ այդ նահանգում ընտրությանը մասնակցել էր 6մլն մարդ):

Քանի որ ընտրության արդյունքի վրա ազդելու հավանականությունը զրո է, ապա առանձին ընտրողը ընտրությանը մասնակցելուց օգուտ չի ստանում: Այսինքն՝ անկախ նրա մասնակցությունից ընտրվողը ընտրվելու է: Այս դիտարկումը ճիշտ է առանձին ընտրողի, բայց ոչ ընտրողների խմբի համար: Ընտրողների խումբը, եթե այն բավականաչափ մեծ է, բնականաբար կարող է ազդել ընտրության արդյունքի վրա:

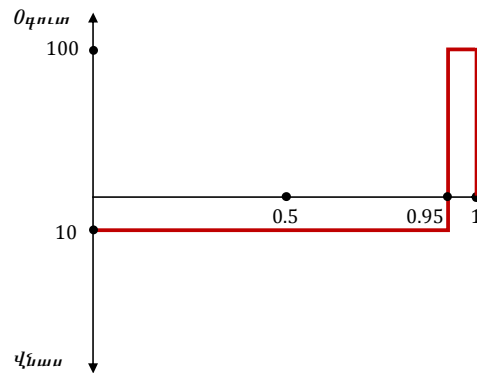
Այսպիսով՝ ընտրությանը մասնակցելուց առանձին ընտրողի օգուտը զրո է, բայց ընտրության արդյունքից առանձին ընտրողի օգուտը (կամ վնասը) կարող է լինել նշանակալի:

Այսինքն՝ ընտրության արդյունքը հանրային բարիք է, որից օգտվում (կամ վնասվում) են շատերը՝ անկախ յուրաքանչյուրի մասնակցությունից: Ահա թե ինչու՝ առանձին ընտրողի համար ռացիոնալ կարող է լինել քաղաքական պրոցեսի նկատմամբ անտարբերությունը:

Ռացիոնալ անտարբերության արդյունքում կստացվի նույն արդյունքը, ինչ-որ կանխատեսում է մեդիան ընտրողի մոդելը, եթե յուրաքանչյուր ընտրողի՝ ընտրությանը չմասնակցելու հավանականությունը լինի նույնը:

Բայց տարբեր ընտրողների չմասնակցելու հավանականությունը էապես տարբեր է, երբ առկա են շահերի խմբեր: Շահերի խմբերը վերահսկում են իրենց անդամներին և ապահովում են նրանց մասնակցությունը ընտրությանը: Արդյունքում, երբ առկա է շահերի խումբ, որն ապահովում է իր բոլոր անդամների մասնակցությունը, իսկ մնացած ընտրողներն առաջնորդվում են ռացիոնալ անտարբերությամբ, ապա այդ խումբը ընտրության արդյունքի վրա ձեռք է բերում անհամամասնորեն մեծ ազդեցություն:

Գծանկար 13-6:
Փոքր մասը շահում է շատ, մեծ մասը կորցնում է քիչ



Դիցուք ընտրազանգվածի փոքր մասը մեծապես շահում է, իսկ մեծամասնությունը փոքր-ինչ աուժում է: Օրինակ, երբ 2005-08թթ-ին եվրոպական միությունը քվոտա սահմանեց չինական կոշիկի և կրծկալի ներմուծման նկատմամբ, ապա ըստ յուրահատուկ ռեսուրսի մոդելի, եՄ-ում կոշիկի և կրծկալի արտադրությունում մասնագիտացած ռեսուրսները շահեցին: Սակայն եՄ-ի 500 միլիոն սպառողները տուժեցին, քանի որ գները բարձրացան: Բայց քանի որ յուրաքանչյուր սպառողի վնասն առանձին վերցրած նշանակալի չէր, ապա սպառողները շահերի խումբ է ձևավորեցին: Դրա փոխարեն արդյունավետորեն գործում էին կոշիկ և կրծկալ արտադրողների շահերի խմբերը, որոնք «աջակցենք տեղական արտադրողին» կարգախոսի ներքո եվրոպացիներին ստիպեցին ավելի բարձր գին վճարել:

2016թ-ին ԱՄՆ-ի նախագահի և կոնգրեսի ընտրությունների ընդհանուր ծախսը կազմել է շուրջ \$7մլրդ՝ ավելի քան կրկնակի, քան Հայաստանի կառավարության 2016թ-ի բյուջեն: Համեմատության համար 2010թ-ին Մեծ Բրիտանիայի պառլամենտի ընտրությունների ընդհանուր ծախսը կազմել է ընդամենը \$49մլն (“US Election: How Can It Cost \$6bn?”, BBC, Aug. 1, 2012, “Federal elections to cost just under \$7 billion”, OpenSecrets.org, Nov. 2, 2016):

1996թ-ին Բերեզովսկին, Գուսինսկին և ընկերները Ելցինի վերընտրության համար ծախսեցին 140մլն ֆունտ (“The richer they come ...”, The Guardian, 2 July, 2007) և այդ կերպ երկարաձգեցին իրենց ստվերային իշխանությունը մինչև Պուտինի վերելքը, որը նրանց բոլորին ոչնչացրեց:

Գծ. 13-6-ում ընտրազանգվածի 95% վնասվում է մաքսատուրքից, բայց յուրաքանչյուրի վնասը փոքր է: Ընտրազանգվածի 5% շահում է, և յուրաքանչյուրի շահը զգալի է: Ընդ որում, $0.95 * 10 > 0.05 * 100$, այսինքն՝ հասարակությունը զուտ հաշվով վնասվում է: Ըստ մեդիան ընտրողի մոդելի՝ մաքսատուրքը կվերացվի:

Բայց 5%-ի շահը կարող է գերակշռել, քանի որ մեծամասնությունը՝ 95%, փոքր չափով է տուժում ու հակված չէ մասնակցել քաղաքական գործընթացին: Բացի այդ, 5%-ը, որը խիստ շահագրգռված է մաքսատուրքի պահպանմամբ, կարող է հաջողությամբ մոլորեցնել մեծամասնությանը, օրինակ՝ արմատավորելով այն մտայնությունը, թե չինական կոշիկը վտանգավոր է առողջությանը:

Նկարագրված դեպքում 5%-ի շահերի խումբը, ըստ երևույթին, մաքսատուրքի արդյունքում ստացվելիք օգուտից բաժին կտա քաղաքական գործչին և կֆինանսավորի նրա ընտրարշավը, եթե մաքսատուրքը չվերացվի:

Անորոշություն

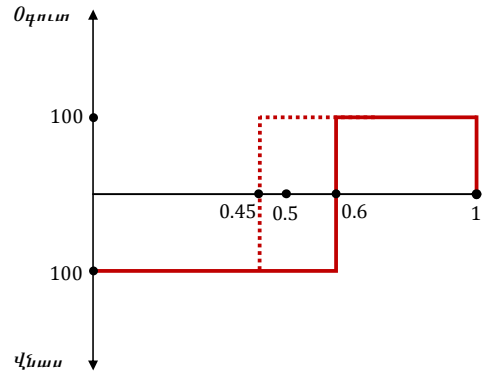
Առևտրի ազատականացման դեպքում արտահանող ճյուղերն ընդլայնվելու են, իսկ ներմուծման հետ մրցող ճյուղերը կրճատվելու են: Արդյունքում՝ ռեսուրսները, որոնք յուրահատուկ են արտահանման ճյուղերին, շահելու են, իսկ ներմուծման հետ մրցող ճյուղերին յուրահատուկ ռեսուրսները տուժելու են: Միևնույն ժամանակ, որոշ ճյուղեր, որոնք նախկինում արտահանող չէին, դառնալու են արտահանող:

Սակայն համարենք, որ նախապես հայտնի չէ, թե ներմուծման հետ մրցող ճյուղերից որոնք են դառնալու արտահանող, և որոնք են մնալու ներմուծման հետ մրցող: Բայց հայտնի է, որ տվյալ ճյուղի արտահանող դառնալու հավանականությունը $1/4$ է, այսինքն՝ ներմուծման հետ մրցող ճյուղերի $1/4$ -ը դառնալու է արտահանող:

Դիցուք՝ ընտրազանգվածի 40% մասնագիտացած է արտահանող ճյուղերում, իսկ 60%՝ ներմուծման հետ մրցող ճյուղերում (գծ. 13-7): Համարենք նաև՝ ազատականացումից օգտվողները շահելու են 100 միավոր, և նույնքան էլ կորցնելու են վնասվողները:

Արդյունքում՝ ընտրազանգվածի 40%-ը, որը մասնագիտացած է արտահանող ճյուղերում, միարժեքորեն շահելու է (շահը $0.4 * 100 = 40$): Բայց ներմուծման հետ մրցող ճյուղերում մասնագիտացած ռեսուրսների սեփականատերերին հստակ չէ՝ հատկապես իրենք շահելու, թե տուժելու են: Ավելին՝ տուժելու հավանականությունը՝ $3/4$, ավելի մեծ է, քան շահելու հավանականությունը՝ $1/4$: Այդ պատճառով՝ ներմուծման հետ մրցող ճյուղերի ռեսուրսները, որոնց թվում է մեդիան ընտրողը, դեմ կարտահայտվեն առևտրի ազատականացմանը, և առևտուրը չի ազատականացվի:

Քժանկար 13-7:
Քաղաքականության արդյունքն անորոշ է



Նկատենք, եթե առևտուրը ազատականացվեր, ապա ներմուծման հետ մրցող ճշուղերի 1/4-ի շահը կկազմեր $15 (= \frac{1}{4} * 0.6 * 100)$, իսկ 3/4-ի վնասը՝ $45 (= \frac{3}{4} * 0.6 * 100)$: Եվ առևտրի ազատականացման զուտ շահը կլիներ դրական՝ $10 (= 40 + 15 - 45)$:

Տերմիններ

Կալդոր-Հիքս արդյունավետություն (Kaldor-Hicks efficiency) – *ռեսուրսների վերաբաշխումը գնահատելու չափանիշ: Կալդոր-Հիքս չափանիշով վերաբաշխումը բարելավում է, եթե նրանք, ովքեր շահել են, կարող են տեսականում փոխհատուցել նրանց, ովքեր տուժել են: Բաշխումը Կալդոր-Հիքս արդյունավետ է, եթե Կալդոր-Հիքս բարելավման հնարավորություն չկա: Հիշենք, որ Պարետո չափանիշով վերաբաշխումը բարելավում է, եթե առնվազն մեկը շահում է, բայց ոչ ոք չի տուժում: Այդ առումով Կալդոր-Հիքս չափանիշն առավել մեղմ է:*

Հղումներ

Baldwin, R. E., & Magee, C. S. (2000). Is trade policy for sale? Congressional voting on recent trade bills. *Public Choice*, 105(1-2), 79-101.

Black, D. (1948). On the Rationale of Group Decision-Making. *Journal of Political Economy*, 56(1), 23-34.

Downs, A. (1957). An Economic Theory of Political Action in a Democracy. *Journal of Political Economy*, 65(2), 135-150.

Hotelling, H. (1929). Stability in Competition. *The Economic Journal*, 39(153), 41-57.

Lockwood, N. J. (2013). International Vote Buying. *Harvard International Law Journal*, 54(1).

Synovitz, R. (2016). In Bosnia, You Can Buy Anything Online, Even Votes, *Radio Free Europe*,.

Մեդիան ընտրողի մոդելը Հունաստանի ընտրությունների օրինակով

Ենթադրենք՝ Հունաստանում նախատեսվում են պառլամենտական ընտրություններ: Ընտրարշավին մասնակցում են չորս կուսակցություն՝ «Ռադիկալ ձախերի կոալիցիան» (Syriza), «Նոր դեմոկրատիան» (ND), «Ոսկե արշալույսը» (XA), «Զիթենու ծառը» (Pasok) (անուններն իրական են և համապատասխանում են 2015թ-ի սեպտեմբերի ընտրություններում առավել թվով ձայներ հավաքած չորս կուսակցություններին):

Ենթադրենք՝ նախընտրական փուլում հասարակությանը հուզում են հետևյալ հարցերը՝ արտաքին պարտքի մարում, աշխատավարձ, սոցիալական ապահովության վճար, եվրատարածքին անդամակցության դադարեցում:

Համարենք՝ բոլոր ընտրողներին՝ ըստ նախապատվությունների փոփոխության, կարելի է դասավորել միաշափ տարածությունում՝ [0,1] միջակայքում:

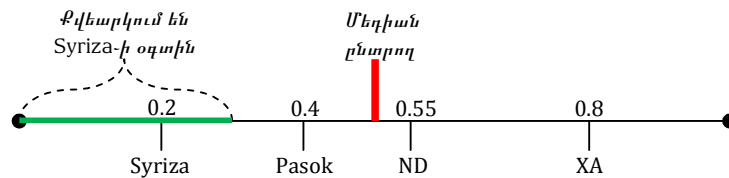
Ծայրահեղ ձախում գտնվում են նրանք, ովքեր գտնում են, որ անհրաժեշտ է եվրատարածքից անհապաղ դուրս գալ, աշխատավարձերը և սոցվճարները վերականգնել նախկին բարձր մակարդակում, իսկ արտաքին պարտքի մարումը սառեցնել:

Ծայրահեղ աջում գտնվում են նրանք, ովքեր կարծում են, որ անհրաժեշտ է ոչ թե եվրատարածքից դուրս գալ, այլ աշխատավարձերը կրճատել այնքան, մինչև համապատասխանեն արտադրողականությանը, սոցվճարները սահմանափակել, իսկ արտաքին պարտքի սպասարկումը շարունակել:

Կուսակցություններն առաջարկում են իրենց ծրագրերը: «Syriza»-ի ծրագիրը համապատասխանում է 0.2 կետին, «Նոր դեմոկրատները»՝ 0.55-ին, «Ոսկե արշալույսինը»՝ 0.8-ին, «Զիթենու ծառինը»՝ 0.4-ին:

Համարենք, որ պառլամենտական ընտրությունների արդյունքում կառավարություն ձևավորելու է այն կուսակցությունը, որն առավել մեծ թվով ձայներ կհավաքի:

Հարց #1: Ներկայում իշխող կուսակցությունը «Syriza»-ն է: Ո՞վ կհաղթի առաջիկա ընտրություններում:



Եթե ընտրությունը լիներ զույգ-զույգ (այսինքն՝ ընտրությունն ընթանար մի քանի փուլով, և յուրաքանչյուր փուլում ընտրությանը մասնակցեր երկու կուսակցություն), ապա կհաղթեր «Նոր դեմոկրատները» կուսակցությունը, քանի որ նրա ծրագիրն առավել մոտ է մեդիան ընտրողի նախապատվությանը:

Բայց ընտրությունները բոլոր կուսակցությունների միջև ընթանում են միաժամանակ, ուստի՝ ձայները բաշխվում են հետևյալ կերպ.

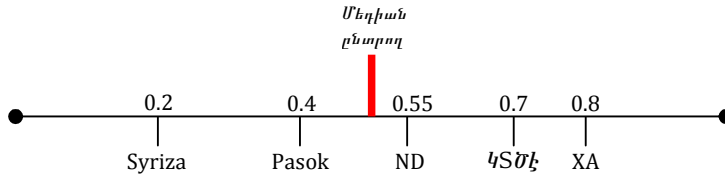
Syriza $0.2+0.1=30\%$	Pasok $0.1+0.075=17.5\%$
ND $0.075+0.125=20\%$	XA $0.125+0.2=32.5\%$

Օրինակ՝ «Syriza»-ի օգտին քվեարկում են այն ընտրողները, որոնց նախապատվությունները 0.2-ից ձախ են, ինչպես նաև այն ընտրողները, որոնց նախապատվությունները համապատասխանում են 0.2-ից 0.4 միջակայքի ձախակողմյան կետին: Արդյունքում՝ ընտրություններում հաղթում է «Ոսկե արշալույսը»:

Հարց #2: Ի՞նչ կարող է անել իշխող «Syriza»-ն՝ «Ոսկե արշալույսի» հաղթանակը տապալելու և իշխանության կերակրատաշտից չզրկվելու համար:

Տարբերակ Ա. «Syriza»-ն կարող է փոխել իր ծրագիրը և համապատասխանեցնել օրինակ 0.3 կետին: Այդ դեպքում նա կստանա ձայների 35%-ը: Բայց դա ռիսկային մարտավարություն է, քանի որ մյուս կուսակցությունները նույնպես կարող են փոխել իրենց ծրագրերը:

Ուստի՝ «Syriza»-ն թերևս կընտրի առավել նուրբ, բայց նույնքան անբարո «Բ» տարբերակը:



Տարբերակ Բ. «Syriza»-ն կարող է ծնել նոր կուսակցություն, և այն անվանել օրինակ՝ «Կորչի Syriza-ն, ծաղկի էլլադան» (ԿՏԾԷ): Վերջինը կապահովի «Syriza»-ի հաղթանակը, եթե ներկայացնի այնպիսի նախընտրական ծրագիր, որը $[0,1]$ ուղղի վրա համապատասխանի օրինակ 0.7 կետին:

Այդ դեպքում, ձայները կբաշխվեն հետևյալ կերպ.

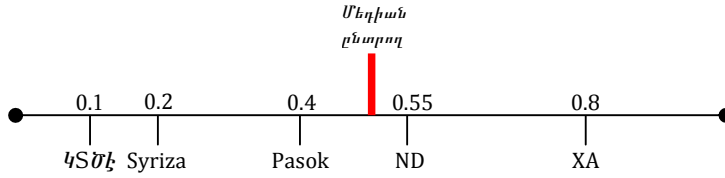
Syriza $0.2+0.1=30\%$ Pasok $0.1+0.075=17.5\%$
 ND $0.075+0.075=15\%$ ԿՏԾԷ $0.075+0.05=12.5\%$ XA $0.05+0.2=25\%$

և Syriza-ն կպահպանի իշխանությունը:

Հարց #3: Կարող է արդյո՞ք «ԿՏԾԷ»-ն խառնել «Syriza»-ի հաշիվները:

Այո: «ԿՏԾԷ»-ն կարող է ապահովել «Ոսկե արշալույսի» հաղթանակը, եթե փոխի իր տիրոջը և ներկայացնի այնպիսի ծրագիր, որը համապատասխանում է օրինակ՝ 0.1 դիրքին: Այդ դեպքում ձայները կբաշխվեն հետևյալ կերպ.

ԿՏԾԷ $0.1+0.05=15\%$ Syriza $0.05+0.1=15\%$
 Pasok $0.1+0.075=17.5\%$ ND $0.075+0.125=20\%$ XA $0.125+0.2=32.5\%$



Սակայն «ԿՏԾԷ»-ի այս մարտավարությունը կարող է թանկ նստել, քանի որ նրա առաջնորդը շատ արագ հայտնվել էրկաթե ճաղերի հետևում:

Հարց #4: Կարող է արդյո՞ք «ԿՏԾԷ»-ն իր ինքնուրույն խաղը խաղալ և հաղթել ընտրություններում:

Ոչ: Կուսակցությունների առկա բաշխումը նման հնարավորություն չի տալիս: