

شبیه سازی الگوی پولی برای وزن دهی رأی در تحلیل اقتصادی دموکراسی^۱

نعمت اله اکبری^۴

محسن رنانی^۲

امیر جباری^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۶/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۱۲/۱۸

چکیده

تخصیص نابرابر منابع اقتصادی، یا سایر منابع ثروت، بین عوامل تولید براساس کارایی آن‌ها، یکی از شرایط مهم ساز و کار تخصیص بهینه منابع در بازار است. به عبارت دیگر، سازوکار بازار در فرایند تخصیص بهینه منابع و عوامل تولید، به منابعی که بازدهی بالاتری دارند؛ پاداش بالاتری نیز می‌دهد. اکنون این پرسش مطرح می‌شود که آیا می‌توان ساز و کار توزیع نابرابر آرای را همانند توزیع نابرابر منابع اقتصادی، برای تخصیص بهینه‌ی منابع و مزایا برای شهروندان در نظام دموکراسی استفاده کرد؟ جواب این سؤال، با ارائه و طراحی الگوی پولی شبیه به دموکراسی و به کارگیری تنها یکی از مؤلفه‌های مهم بازار - توزیع نابرابر پول - داده شده است.

در این مقاله با استفاده از مفاهیم «فرضیه‌ی رأی دهنده‌ی عقلانی آنتونی داونز (۱۹۵۷)» و به کارگیری ایده‌ی «الگوی پولی سامونلسن (۱۹۵۸)» و چارچوب تئوری «اقتصاد خرد مصرف کننده»، الگوی پولی شبیه به فضای دموکراسی - که تاکنون در مطالعات انجام شده در این فضا و شبیه به آن، طراحی نشده است - طراحی، مدل سازی و تحلیل شده است. با استفاده از الگوی طراحی شده، می‌توان وضعیت‌های متعددی از جمله امکان معاوضه و وزن دهی به رأی را در قالب الگوی طراحی شده، بررسی کرد.

نتایج نشان می‌دهد با استفاده از امکان ایجاد قرارداد اجتماعی برای معاوضه و ایجاد قابلیت پس انداز برای پول، شکل و ماهیت پول از کالای عمومی به کالای خصوصی تغییر یافته و باعث ایجاد نرخ بهره می‌شود. در این وضعیت، یکی از یافته‌های مهم الگوی پولی سامونلسن در فضای تئوری رأی نیز حاصل می‌شود. یکی از دست‌آوردهای الگوی پولی سامونلسن در سال ۱۹۵۸ و در فضای پولی این بود که یکی از ریشه‌های نرخ بهره، رشد جمعیت است. همچنین، وزن دهی به خریداران در فضای طراحی شده الگوی

۱ - این مقاله برگرفته از رساله‌ی دکتری آقای امیر جباری با عنوان «تخصیص بهینه‌ی منابع در بازار سیاسی با استفاده از ساز و کار بازار اقتصادی» در گروه اقتصاد دانشگاه اصفهان است.

۲ - دانشجوی دکتری گروه اقتصاد دانشگاه اصفهان. Email: a.jabari@ase.ui.ac.ir

۳ - دانشیار و عضو هیأت علمی گروه اقتصاد دانشگاه اصفهان. Email: renani@ase.ui.ac.ir

۴ - دانشیار و عضو هیأت علمی گروه اقتصاد دانشگاه اصفهان. Email: n_akbari@ase.ui.ac.ir

پولی شبیه به فضای دموکراسی، در شرایطی می‌تواند انتخاب‌های کاراتر و در نهایت افزایش رفاه اجتماعی منجر شود.

واژگان کلیدی: دموکراسی، بازار، بازار سیاسی، پول، وزن‌دهی به رأی، فرضیه‌ی رأی دهنده‌ی عقلانی، الگوی پولی سامونلسن.

JEL: H19, D72, D40

فصلنامه تحقیقات مدل‌سازی اقتصادی

۱- مقدمه

اقتصاددانان در تحلیل اقتصادی دموکراسی روشی بسیار شبیه به تحلیل های بازار را در پیش می گیرند. در تحلیل های اقتصادی بازار با افرادی روبه رو هستند که به دنبال حداکثرسازی مطلوبیت خود می باشند. اما، در دموکراسی به جای پول با آرای مردم سروکار دارند و احزاب سیاسی نیز جای شرکت هایی را می گیرند که به دنبال حداکثرسازی سود خود هستند و اغلب سیاست های حکومتی نافع به حال رأی دهندگان، جای کالاها و خدمات تولیدی شرکت ها را می گیرند. به این ترتیب، اقتصاددانان می توانند از انواع مختلف نظام های سیاسی، الگوهای تحلیلی ترسیم کنند. هنگامی که روش ها و فنون تحلیل اقتصادی در مطالعه ای دموکراسی به کار می رود، یکی از نتایج جالب توجه آن است که به نظر می رسد، دموکراسی به گونه ای شبیه به عملکرد بازار عمل می کند. در کل، پذیرفته شده که اقتصاد بازار آزاد، در برخی وضعیت های بهینه، نتایج و عواقب اجتماعی مطلوبی به همراه دارد. از این رو، آشکارا بررسی این که دموکراسی تا چه اندازه به بازار شباهت دارد، جالب توجه است. یکی از تفاوت های مهم بازار و دموکراسی که مدنظر این مقاله نیز است، نابرابری توزیع اولیه پول در بازار و برابری توزیع اولیه رأی در نظام دموکراسی است.^۱

از دو منظر می توان توزیع وزنی آرای را مورد بررسی قرار داد: الف). عدم وجود سازوکار تخصیص در بازار سیاسی ب). وجود اقناع گران در بازار سیاسی.

الف. عدم وجود سازوکار تخصیص در بازار سیاسی

بازار علاوه بر مرحله تولید، معمولاً از دو مرحله «توزیع» و «تخصیص» عوامل تولید نیز برخوردار است. در بازار، توزیع اولیه منابع بین خریداران و مصرف کنندگان صورت می گیرد که می تواند بر اساس توزیع تاریخی، ارث، عوامل درآمدی، ژنتیک و سایر عوامل به صورت برابر یا نابرابر توزیع شده باشد. ولی در مرحله تخصیص و بر اساس قاعده تخصیص بهینه عوامل تولید بر اساس بازده نهایی، منجر به نابرابری عوامل تولید و کارایی می شود. لذا کارایی و نابرابری بازار به علت نابرابری توزیع اولیه پول نبوده، بلکه به علت ساز و کار بازار و زائیده تخصیص بهینه عوامل تولید می باشد.

در بازار سیاست به دو علت رأی دهندگان از آرای یکسانی برخوردار هستند. اولی از منظر دولت و این که دولت اطلاعات کافی در مورد رأی دهندگان ندارد. دوم از منظر حقوق بشر و این که همه افراد یکسان و برابر هستند. لذا بر اساس این دو عامل، همه افراد در نظام دموکراسی از یک رأی برخوردار می شوند. در

۱- در این مقاله هدف از به کار بردن واژه بازار، نوع نظام نیست بلکه ساز و کار بازار آزاد و نهاد بازار است. همچنین، تفاوت ها و شباهت های بسیاری درباره دموکراسی و بازار وجود دارد که در متن رساله دکتری اینجانب در قالب جدولی ۱۰ صفحه ای بدان اشاره شده است که در این جا به علت محدودیت حجم مقاله از آوردن آن خودداری شده است.

بازار سیاست، وجود آرای یکسان برای همه شهروندان، نقش توزیع برابر و اولیه منابع را ایفا می‌کند ولی برخلاف بازار اقتصادی، سازوکار تخصیص بهینه‌ای در بازار سیاسی وجود ندارد و به همین علت سازوکار تخصیص عوامل تولید براساس بازده نهایی انجام نمی‌پذیرد و خود رأی‌دهندگان هستند که هم‌زمان هم نقش توزیع و هم نقش تخصیص را انجام می‌دهند. بنابراین از طریق توزیع وزنی آرای می‌توان عامل تخصیص را وارد بازار سیاسی کرد و چون دولت اطلاعات کافی در مورد شهروندان ندارد از طریق سرمایه انسانی می‌توان این امر را انجام داد.

ب. وجود اقناع‌گران در بازار سیاسی

در دنیایی که دانش (اطلاعات) کامل وجود دارد، دولت برای ترجیحات تمام شهروندان وزن یکسانی در نظر می‌گیرد. این بدان معنا نیست که سیاست‌های دولت برای همه‌ی شهروندان به یک اندازه مطلوب باشد؛ زیرا، ملاحظات راهبردی ممکن است نادیده گرفتن برخی از شهروندان یا توجه بیشتر به گروهی دیگر را ایجاد کند یا آن که لازم باشد درباره‌ی برخی از شهروندان یک سیاست و درباره‌ی دیگر شهروندان سیاست دیگری اعمال شود. ولی، هرگز به عمد رأی شهروند A را برای به دست آوردن رأی شهروند B از دست نمی‌دهد. از آن جایی که هر شهروند یک و فقط یک حق رأی دارد، به شرط ثابت بودن دیگر شروط، آن (دولت یا حزب رقیب) نمی‌تواند از راه مبادله‌ی آرای شهروند A و B منفعتی به دست آورد. (Downs, 1957).

ولی، در دنیای واقعی، دانش و اطلاعات کامل برای تصمیم‌گیری سیاسی وجود ندارد. نبود اطلاعات کامل که بر مبنای آن بتوان تصمیم‌گیری کرد چنان اهمیت اساسی برای زندگی انسان دارد که می‌تواند کمابیش بر ساختار هر نهاد اجتماعی تأثیر بگذارد. به‌ویژه در سیاست، اثرات آن عمیق و ژرف است. دانش (اطلاعات) ناقص بدان معنی است که:

- ۱- همیشه احزاب به طور دقیق نمی‌دانند که شهروندان چه می‌خواهند.
- ۲- همیشه شهروندان نمی‌دانند که دولت مردان یا احزاب مخالف آنان چه کرده‌اند، چه می‌کنند یا برای تأمین منافع آن‌ها چه باید بکنند.
- ۳- به دست آوردن اطلاعات برای غلبه بر دو نوع ناآگاهی گفته شده، هزینه‌بر است. به عبارت دیگر، منابع کمیاب باید صرف تهیه یا شبیه‌سازی آن (اطلاعات) شود (Downs, 1957). وجود چنین وضعیتی تأثیرات مختلفی بر عملکرد دولت، رأی‌دهندگان و احزاب دارد. در چنین وضعیتی، برابری حق رأی دیگر اثرگذاری کاملاً یکسان شهروندان بر اقدامات دولت را تضمین نخواهد کرد. در واقع، در دنیای واقعی که اطلاعات ناقص وجود دارد، برای یک دولت دموکراتیک غیر عقلایی خواهد بود که شهروندان خود را به

دیده‌ی احترام یکسان در نظر گیرد (Downs, 1957). در این شرایط دولت، احزاب یا نامزدهای انتخاباتی ارزش بالاتری به شهروندانی می‌دهند که نقش اقناع‌گری دارند. اقناع‌گران در واقع واسطه‌هایی هستند که اطلاعات بیشتری و تأثیرگذارتری نسبت به سایر شهروندان دارند؛ به همین منظور دولت، احزاب یا کاندیداها سعی می‌کنند از طریق چانه‌زنی، مذاکره، کمک‌های نقدی و غیره، اقناع‌گران و در نتیجه آرای مردم را به سوی خود جلب کنند. لذا می‌توان سازوکاری طراحی کرد که به اطلاعات وزن داده شده و از این طریق بخشی از نقش اقناع‌گران را کاهش و درونی کرد. یعنی شهروندانی که اطلاعات بیشتری دارند؛ وزن بیشتری داده شود تا از این طریق اثر چانه‌زنی و مذاکره اقناع‌گران را کاهش داد. شاخص وزن‌دهی بر اساس اطلاعات بیشتر نیز، می‌تواند بر اساس سرمایه انسانی انجام پذیرد.

گرچه تجربه‌ی تاریخی نشان داده است که نظام دموکراسی در مقایسه با دیگر نظام‌های سیاسی شناخته، نتایج و عملکرد بهتری داشته است؛ اما، نباید در محاسن نظام دموکراسی نیز گرفتار اغراق شد و اشکالات آن را نادیده گرفت. ^۱ بنابراین، از آن جایی که برتری بازار این است که اغلب به تخصیص بهینه‌ی کالاها (خصوصی) منتج می‌شود، آیا می‌توان دموکراسی بنا کرد که با استفاده از ساز و کار توزیع نابرابر پول، تخصیص بهینه‌ی منافع و مزایا برای شهروندان را تحقق بخشد؟ پاسخ این پرسش در این مقاله و با بیان و طراحی الگوی پولی شبهه به دموکراسی و به کارگیری تنها یکی از مؤلفه‌های مهم بازار - توزیع نابرابر پول - داده خواهد شد. با مطالعات متعددی که در این زمینه انجام شده است، درباره‌ی پیشینه‌ی داخلی به نظر می‌رسد - تا جایی که امکانات جست و جوی فارسی اجازه می‌دهد - تاکنون هیچ مطالعه‌ی داخلی در این زمینه انجام نگرفته است. هر چند، کتب و مقالات متعدد داخلی در زمینه‌ی بازار و دموکراسی وجود دارد؛ اما، در هیچ یک از این مقالات و کتب اشاره‌ای به موضوع این تحقیق نشده است. در مطالعات خارجی، نخستین بار اقتصاددانانی همچون «میلتون فریدمن»^۲ (۱۹۶۲)، «فردریش ون هابیک»^۳ (۱۹۷۳)، «جیمز بوکانان»^۴ (۱۹۶۲)، «گوردن تولاک»^۵ (۱۹۶۲)، «جک واکر»^۶ (۱۹۶۶) و «آنتونی داونز»^۷ (۱۹۵۷) به ضعف‌های عمده‌ی دموکراسی در برابر برتری‌های عمده‌ی بازار اشاره کرده‌اند. محققانی مانند «آنتونی داونز» (۱۹۵۷)،

۱- جمله‌ی معروفی از چرچیل نقل می‌شود که گفته است: «هیچ کس ادعا نمی‌کند که دموکراسی ایده‌آل و بی‌عیب است. در واقع، گفته می‌شود که دموکراسی بدترین شیوه‌ی حکومت کردن است. به استثنای انواع دیگری که گاه و بی‌گاه تجربه شده‌اند.» (سخنرانی وینستون چرچیل (Winston Churchill)، نخست وزیر سابق انگلستان در مجلس عوام در ۱۱ نوامبر سال ۱۹۴۷).

2 - Milton Friedman

3 - Friedrich August Von Hayek

4 - James Buchanan

5 - Gordon Toulloch

6- Jack Walker

7 - Anthony Downs

«ریکر و اوردشووک^۱ (۱۹۶۸)»، «استیگلر^۲ (۱۹۷۲)»، «فرجوان و فیورینا^۳ (۱۹۷۴)»، «بری^۴ (۱۹۷۰)»، «برانک^۵ (۱۹۸۰)»، «ماتسوساکا و پلدا^۶ (۱۹۹۳)»، «چمبرلین و روتشیلد^۷ (۱۹۸۱)»، «اون و گروفنم^۸ (۱۹۸۴)»، «گروفنم^۹ (۱۹۸۴)»، «میولر^{۱۰} (۱۹۸۹)»، «پاول^{۱۱} (۱۹۸۷)»، «جک من^{۱۱} (۱۹۸۶)»، «فری^{۱۲} (۱۹۷۲-۱۹۷۱)»، «کرین (کرین و دتون^{۱۳} (۱۹۹۷))»، «مرل و گروفنم^{۱۴} (۱۹۹۹)» نیز کوشیده‌اند که الگوی اقتصادی برای تحلیل رفتار دموکراسی طرح کنند. افزون بر این‌ها می‌توان مطالعات «کروتی^{۱۵} (۱۹۷۱)»، «آرسلوس و متزله^{۱۶} (۱۹۷۵)»، «جاکوبسون^{۱۷} (۱۹۷۸)»، «ایرومسون و اولدریچ^{۱۸} (۱۹۸۲)»، «پترسون و کولدیرا^{۱۹} (۱۹۸۳) و (۱۹۸۴)»، «باند و اسمیت^{۲۰} (۲۰۰۷)» درباره‌ی نهادهای سیاسی و اجتماعی، مطالعات «فری^{۲۱} (۱۹۷۱) و (۱۹۷۲)»، «راسل^{۲۱} (۱۹۷۲)»، «تولیسون و ویلت^{۲۲} (۱۹۷۳)»، «زاخارف^{۲۳} (۲۰۰۸)» با وارد کردن متغیرهای اقتصادی، اجتماعی، مکانی، جغرافیای و مطالعات مختلف دیگر را در زمینه‌های مشابه مورد توجه قرار داد. اما به‌ظاهر یک پژوهش مستقل که هدف اصلی آن، تخصیص بهینه‌ی منابع در دموکراسی با استفاده از ساز و کار بازار- به ویژه با وزن‌دهی - باشد، انجام نشده است.^{۲۴} به همین منظور، در بخش دوم به نمونه‌ی موردی وزن‌دهی به آرا و در بخش سوم، الگویی پولی نزدیک به دموکراسی طراحی و شبیه‌سازی می‌شود که از این راه و در آن چارچوب، بتوان وزن‌دهی به رأی را نشان داد. در نهایت نیز، بخش چهارم به خلاصه و نتیجه‌گیری اختصاص دارد.

-
- 1 - Riker & Ordeshook
 - 2 - Stigler
 - 3 - FereJohan & Fiorina
 - 4 - Brian Barry
 - 5 - Brunk
 - 6 - Matsusaka & Palda
 - 7 - Chamberlin and Rothschild
 - 8 - Owen & Grofman
 - 9 - Mueller
 - 10- Powell
 - 11 - Jacman
 - 12 - Frey
 - 13 - Crain & Deaton
 - 14 - Merrill and Grofman
 - 15 - Crotty
 - 16 - Arcelus & Metzeler
 - 17 - Jacobson
 - 18 - Abramson & Aldrich
 - 19 - Pattersen & Caldeira
 - 20 - Bond & Smith
 - 21 - Russell
 - 22 - Tollison & willet
 - 23 zakhstanov

۲۴- با توجه به محدودیت حجم مقاله از بیان مطالعات داخلی و خارجی که به دموکراسی و بازار توجه کرده بودند، اجتناب شده است. اما، فهرست بعضی از مطالعات داخلی و خارجی مهم، در فهرست منابع آورده شده است.

۲- نمونهی موردی وزندهی به آرا: انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده آمریکا

نظام انتخاباتی ریاست جمهوری آمریکا نوعی از وزندهی به آرا است. در واقع، سیستم وزندهی ریاست جمهوری آمریکا یک حالت خاص از الگوی کلی است که در این مقاله به آن پرداخته شده است.

رئیس جمهور ایالات متحدهی آمریکا با یک سیستم دو مرحلهای انتخابات، از یک سو به وسیلهی مردم و از سوی دیگر به وسیلهی هیأت‌های انتخابی موسوم به الکتورال کالج^۱ برای ۴ سال برگزیده می‌شود. تعداد الکتورال کالج هر ایالت برابر با تعداد نمایندگان آن ایالت در کنگرهی فدرال به اضافهی ۲ (که همان تعداد نماینده سنای هر ایالت در سنای فدرال است) است. به ازای هر ۵۷۰ هزار نفر یک نماینده به مجلس نمایندگان راه پیدا می‌کند که تعداد ۴۳۸ نفر را شامل می‌شود. در حالی که هر ایالت بدون احتساب بزرگی و کوچکی، ۲ نماینده در سنا دارد. بدین ترتیب، تعداد سناتورها ۱۰۰ نفر است که برای یک دورهی ۶ ساله انتخاب می‌شوند. باید گفت تعداد الکتورال کالج‌ها ۵۳۸ عدد در کل کشور هستند که برای کسب کرسی ریاست جمهوری باید ۲۷۰ الکتورال کالج به دست آید. بنابراین، سیستم انتخاب ریاست جمهوری آمریکا بر اساس وزندهی به جمعیت ایالت‌ها است. برای مثال، ایالت کالیفرنیا براساس تعداد جمعیت دارای ۵۴ الکتورال و ایالت واشنگتن دی سی دارای ۳ الکتورال است و در مجموع ۵۳۸ الکتورال در آمریکا وجود دارد. هر کاندیدایی که اکثریت رأی ایالتی را به دست آورد، طبق قانون «برنده، همه چیز می‌برد»^۲، تمام رأی الکتورال آن ایالت را نصیب خود می‌کند.

الگوی وزندهی که در این مقاله مد نظر است، وزندهی به آرای بر اساس شاخص‌هایی؛ همانند سرمایهی انسانی است. برای واضح تر شدن موضوع، وزندهی به آراء براساس میزان تحصیلات آموزشی جمعیت ایالت‌ها بررسی می‌شود.

بر این اساس برای تمامی ایالت‌های آمریکا در سال ۲۰۰۰ میلادی، به جای جمعیت بر اساس سطح تحصیلات آموزشی وزن داده می‌شود. البته بدون این که کل آرای الکتورال تغییر کند. (کل آرای الکتورال همان ۵۳۸ باقی می‌ماند؛ اما سهمیهی ایالت‌ها بر اساس سطح تحصیلات تغییر می‌کند) بنابراین، تمامی قوانین انتخاباتی همچنان پابرجا است و تنها به جای جمعیت از سطح تحصیلات آموزشی استفاده می‌شود. نتایج این وزن دهی در جدول ۱ نشان داده شده است. بر اساس رأی دهی ساده، «ال گور»^۳ ۴۸ درصد آراء و

1 - Electoral College

2 - winner takes all

3 - Albert Gore Jr.

«جرج بوش»^۱ ۴۷ درصد آراء را به خود جلب کرده اند. اما، بر اساس رأی‌دهی الکترونی جرج بوش با کسب ۲۷۱ رأی الکترونی از ۵۳۸ رأی الکترونی برنده‌ی انتخابات ۲۰۰۰ ریاست جمهوری آمریکا شد. بر اساس رأی‌دهی‌وزنی بر اساس سطح تحصیلات آموزشی که محاسبه شده است، ال‌گور با کسب ۲۷۸ رأی الکترونی از ۵۳۸ رأی الکترونی، برنده انتخابات ریاست جمهوری می‌شود.

جدول ۱- رأی‌دهی‌وزنی بر اساس سطح تحصیلات آموزشی در انتخابات سال ۲۰۰۰ آمریکا

| کل رأی الکترونی | کل آرا | رأی‌دهی ساده | | | | رأی‌دهی الکترونی | | رأی‌دهی‌وزنی بر اساس سطح تحصیلات | |
|-----------------|------------|--------------|--------|-------|-------|------------------|------|----------------------------------|------|
| | | Gore | Bush | Nader | Other | Gore | Bush | Gore | Bush |
| EV | Total Vote | | | | | | | | |
| ۵۳۸ | ۱۰۵۴۱۷۴۷۵ | ٪۴۸.۳۸ | ٪۴۷.۸۷ | ٪۲.۷۳ | ٪۱.۰۲ | ۲۶۶ | ۲۷۱ | ۲۷۸ | ۲۶۰ |

محاسبات و یافته‌های محقق بر اساس داده‌های منتشر شده از سایت منبع: <http://uselectionatlas.org>

۳- طراحی الگو

برای تحقق هدف پژوهش- وزن دهی به رأی- از مفاهیم «فرضیه‌ی رأی‌دهنده‌ی عقلانی»^۲ آنتونی داونز (۱۹۵۷)، «ایده‌ی الگوی پولی ساموئلسن (۱۹۵۸)»^۳ و تئوری «اقتصاد خرد مصرف‌کننده» استفاده خواهیم کرد. دلیل این امر، پیاده‌سازی فضای رأی‌دهنده و رجحانات او با استفاده از الگوی پولی و تئوری مصرف‌کننده و بررسی این که آیا رأی‌دهنده در فضای تئوری مصرف‌کننده می‌تواند با استفاده از ساز و کار بازار به تخصیص بهینه منابع در نظام دموکراسی دست یابد؟

چراچوب این نظریه از سوی آنتونی داونز در کتاب نظریه‌ی اقتصادی دموکراسی در سال ۱۹۵۷، طرح شد.^۴ او بحث خود را تحت عنوان رأی‌دهنده عقلانی ارائه کرد که بعداً این نظریه به «فرضیه رأی‌دهنده عقلانی» معروف شد. وی در این باره می‌نویسد، شهروندان به صورت عقلانی در هر عمل خود، منافع خود را حداکثر می‌کنند. این حداکثرسازی درباره‌ی رأی‌دادن و به طور کلی، مشارکت یا عدم مشارکت در روند انتخابات نیز صدق می‌کند. چنانچه فردی تشخیص دهد هزینه‌های شرکت او در انتخابات بیش از منافع آن است، در انتخابات مشارکت نخواهد کرد و چنانچه عکس این قضیه صادق باشد، شرکت خواهد کرد. در فضای پولی نیز، ساموئلسن در الگوی پولی ۱۹۵۸ خود، به ورود پول و اثرات آن بر اقتصاد

1 - George W. Bush

2 - Rational Voter Hypothesis

3 - Paul Samuelson, 1958

۴- لازم به ذکر است که کار داونز اولین کار در این زمینه نیست بلکه می‌توان به کتاب Gosnell و Merriam در سال ۱۹۲۴، به عنوان

Non-voting: Causes and methods of control اشاره کرد.

تهاتری و تحلیل رفاه جامعه و بهینه پرتو پرداخته است. در این فضا و در این مقاله، از مفاهیم فرضیه‌ی رأی‌دهنده عقلانی داونز، ایده‌ی سامولسن در معرفی پول با اثرات رشد آن در اقتصاد و تئوری اقتصاد خرد مصرف‌کننده برای وزن‌دهی به آرا استفاده می‌شود.

برای این منظور، ابتدا در فضای مصرف‌کننده و اقتصاد پولی، الگویی طراحی و شبه‌سازی خواهیم کرد که به نظام دموکراسی و تخصیص منابع در آن نزدیک باشد. این الگوی طراحی شده، الگوی عمومی خواهد بود. در این الگو، پول دارای محدودیت زمانی و توزیع برابر و اولیه‌ی آن در بین مصرف‌کنندگان خواهد بود. در حالت عمومی و با تمام قیود موجود، الگوی طراحی شده را حداکثر کرده و نقطه‌ی بهینه را به دست خواهیم آورد و در حالات بعدی و مرحله به مرحله، تنها یکی از قیود - توزیع برابر پول بین مصرف‌کنندگان برای خرید کالا - برداشته خواهد شد. وقتی به این امر دست یافتیم، می‌توانیم ادعا کنیم که در فضای دموکراسی، رأی را در حالت وزن‌دهی به آن بررسی و نتایج آن را مشاهده کرده‌ایم.

۳-۱- فضای پولی و تئوری مصرف‌کننده

در همه‌ی حالت‌ها با فرض‌هایی درباره‌ی نوع پول، وضعیت پول، فضای حاکم بر بازار، وضعیت و رفتار حاکم بر مصرف‌کننده و توابع مطلوبیت روبه‌رو بوده و از طرح الگوی عمومی، وضعیت وزن‌دهی به پول بررسی خواهد شد.

در همه‌ی حالت‌ها فروض زیر برقرار است^۱:

۱- در همه‌ی حالات محدودیت پیشاپیش نقد^۲ (محدودیت کلانور^۳) وجود دارد. یعنی، مصرف-کننده برای خرید کالا به پول نیاز دارد.

۲- مصرف‌کنندگان با یک بازار واقعی (نه مجازی و اینترنتی) روبه‌رو هستند.

۳- در این بازار چندین نوع کالا برای خرید وجود دارد و هر مصرف‌کننده می‌تواند با پول خود، تنها از یک نوع کالا خریداری کند.^۱

۱- برای استخراج این فروض ابتدا، ویژگی‌های مبنایی دموکراسی شناسایی و سپس سعی گردید معادل اقتصادی آن در یک اقتصاد پولی شبه‌سازی شود. نتیجه مهمی که بعد از شبه‌سازی دموکراسی در فضای پولی حاصل شد، این است که فروض به دست آمده از دموکراسی دقیقاً منطبق بر فروض موجود در فضای اقتصاد پولی در نظام بازار آزاد هستند که این نتیجه می‌تواند یکی دیگر از دست‌آوردهای مهم این مقاله نیز به حساب آید. نقش این فروض در فضای اقتصاد پولی در رساله دکتری این‌جانب به تفصیل بیان شده است.

2 - Cash In Advance (CIA)

۳- این مدل برای نخستین بار در سال ۱۹۶۷، از سوی رابرت کلانور پایه‌گذاری و مطرح شد. محدودیت کلانور بدین معنا است که پیش از ورود به بازار، مصرف‌کننده باید پول داشته باشد یا به عبارت دیگر، مبادلات تنها با پول انجام می‌شود.

- ۴- امکان پس دادن یا تعویض کالای خریداری شده وجود ندارد.
- ۵- فضای حاکم بر بازار، فضای رقابتی است.^۲
- ۶- رفتار حاکم بر مصرف‌کنندگان، عقلانی^۳ است.
- ۷- قیمت همه‌ی کالاهای عرضه شده یکسان بوده برای آسانی کار برابر ۱ در نظر گرفته می‌شود.
- ۸- در همه‌ی حالت‌ها، یکی از وظایف پول، ایفای نقش وسیله‌ی مبادله در اقتصاد است.^۴
- ۹- در همه‌ی حالات، دارایی رقیب پول وجود ندارد.^۵
- ۱۰- ارزش پول تنها از این حقیقت ناشی می‌شود که قابل مبادله بوده و به وسیله‌ی دولت چاپ شده و اعتبار می‌یابد و این پول از سوی دولت در اختیار مردم قرار می‌گیرد.
- ۱۱- حجم پول منتشر شده به وسیله‌ی دولت محدود نیست و دولت به هر میزان که بخواهد، می‌تواند پول منتشر کند.^۶
- ۱۲- خریداران دارای رجحان زمانی می‌باشند.

در این فضا و چارچوب، فرض می‌شود چند بنگاه تولیدی که کالاهای مورد نیاز افراد جامعه را تولید می‌کنند، قرار است در بازار رقابتی، فعالیت اقتصادی انجام دهند. هر کدام از بنگاه‌ها می‌خواهند تا بنگاه تولیدی خود را به ثبت رسانده و به صورت قانونی فعالیت کنند. اما، براساس نظر قانون‌گذار، تنها یک بنگاه تولیدی می‌تواند در این زمینه تولیدی، به ثبت رسیده و فعالیت انجام دهد. بر این اساس، هر بنگاهی که بتواند براساس نشان دادن توانمندی‌های تولیدی و دادن برنامه‌ی منسجم و سودآور، سهام بیشتری نسبت به دیگر شرکت‌ها به فروش برساند، آن بنگاه به ثبت رسیده و سهام این بنگاه تولیدی در بورس اوراق بهادار عرضه و به عنوان یک دارایی به حساب خواهد آمد و مابقی بنگاه‌های تولیدی، از دور فعالیت تولیدی خارج شده

۱- این یکی از فرض‌های مهم پژوهش است که بیان می‌کند مصرف‌کنندگان چه در حالت عمومی الگو- که به تمام مصرف‌کنندگان یک واحد پولی داده می‌شود- و چه در حالت وزن دهی به پول، مجاز هستند تنها از یک نوع کالا خریداری کنند.

۲- در این حالت عرضه‌کنندگان کالا می‌کوشند با تبلیغات فراوان، تقاضاکنندگان را به سمت خود سوق دهند. اگر فضای حاکم بر بازار برای مصرف‌کنندگان انحصاری باشد، در این صورت مصرف‌کنندگان قادر به انتخاب بهینه نخواهند بود.

3 - Rationality

۴- البته، در حالی همانند حذف محدودیت زمانی، پول افزون بر وظیفه‌ی مبادله‌ای خود، وظیفه‌ی ذخیره ارزش را نیز می‌تواند انجام دهد.

۵- وجود این فرض بدین خاطر است که زمانی که محدودیت زمانی برای پول می‌تواند برداشته شود و مصرف‌کننده بتواند الان از پول دریافتی خود استفاده کند یا به بعد موکول کند، پول خود را به دارایی‌های رقیب همانند طلا، ارزهای خارجی، اوراق بهادار و غیره تبدیل نکند و همچنان پول را نزد خود حفظ کند.

۶- این فرض در حالت وزن‌دهی به پول خریداران خیلی اهمیت خواهد داشت.

و سهام آن‌ها ارزشی نخواهد داشت.^۱ همچنین، براساس نظر قانون‌گذار، بنگاه برنده تنها برای یک دوره‌ی مشخص و تعیین شده - و نه مادام‌العمر - می‌تواند فعالیت اقتصادی داشته باشد و با پایان یافتن دوره‌ی تعیین شده از سوی قانون‌گذار، ثبت بنگاه تولیدی باطل و اجازه فعالیت از آن بنگاه گرفته می‌شود و دوباره باید در هر دوره برای فعالیت در این زمینه اقتصادی با دیگر رقبا رقابت کند. (هدف قانون‌گذار این است که بنگاه‌ها در این زمینه اقتصادی، نتوانند مادام‌العمر به حالت انحصار کامل تبدیل شوند).

وضعیت اول: توزیع برابر پول بین خریداران، عدم وجود قرارداد اجتماعی برای معاوضه و وجود محدودیت زمانی برای پول

در این وضعیت در هر دوره به تمام متقاضیان به میزان مساوی، یک واحد پول برای خرید یک سهام داده می‌شود که می‌توانند به واسطه‌ی آن، یک سهم از هر بنگاه دلخواهی خریداری کنند. خریداران تنها یک روز کاری فرصت خرید سهام بنگاه مورد نظر را دارند و اعتبار پولی آن‌ها معطوف به همان یک روز کاری است (مثل محدودیت زمانی ۱۲ ساعت). در این حالت، امکان وام دادن و وام گرفتن وجود ندارد. یعنی، خریداران نمی‌توانند الان پول خود را به خریدار دیگر قرض دهند تا روز دیگر یا دوره‌ی بعد بتوانند از پول قرضی خود استفاده کنند. یعنی، در این حالت با محدودیت معاوضه روبه‌رو هستند.

مفهوم معاوضه را بدین صورت می‌توان بیان کرد که گاهی مصرف‌کننده ترجیح می‌دهد که حق خرید سهام را داشته باشد؛ اما، حق خرید خود را به دوره‌ی بعد موکول کند. در واقع، مصرف‌کننده دوست دارد که پول دریافتی از دولت را الان مصرف نکرده و به دوره‌ی بعد انتقال دهد. با توجه به محدودیت زمانی برای پول، مصرف‌کننده نمی‌تواند پول خود را ذخیره کند. اما، زمانی که قرارداد اجتماعی برای معاوضه وجود داشته باشد، مصرف‌کننده‌ی t می‌تواند در دوره‌ی t پول خرید سهام را به مصرف‌کننده‌ی $t+1$ واگذار کند تا در دوره‌ی $t+1$ ، مصرف‌کننده‌ی $t+1$ پول دریافتی خود را به مصرف‌کننده‌ی t انتقال دهد. مهم‌ترین بحثی که در معاوضه‌ی بین دوره‌ها وجود دارد، ثابت ماندن قدرت خرید سهام در دو دوره است. یعنی، معاوضه زمانی می‌تواند رخ دهد که قدرت خرید برای شخص t در دوره‌ی t و $t+1$ حداقل کاهش نیابد.

فرض می‌شود در یک جامعه ۱۳ نفر دارای شروط دریافت پول از دولت و خرید سهام را هستند. همچنین، فرض می‌شود که از این ۱۳ نفر، ۱۰ نفر حتماً در بازار خرید سهام شرکت می‌کنند. اگر فرد i در دوره‌ی t با پول خود سهام شرکت دلخواه خود را بخرد، احتمال اثرگذاری رأی خریدار i بر نتیجه‌ی کل

۱ - در این جا فرض بر این است که تمامی خریداران بعد از برنده شدن بنگاه مورد نظرشان، از یک سهم برخوردار می‌شوند. در بخش وزن دهی اشاره خواهیم کرد که وزن‌ها باعث نمی‌شود که سهم فرد بعد از انتخاب بنگاه تغییر یابد. هرچند، وزن بالا احتمال موفقیت فرد و در نتیجه بنگاه مورد نظر او را بالا می‌برد.

انتخابات با فرض این که خریدار i اطلاعاتی درباره‌ی روش انتخاب و رأی دادن ۹ نفر دیگر نداشته باشد، مساوی ۱۰ درصد خواهد بود. اگر نرخ سالیانه رشد جمعیت، $\frac{2}{5}$ درصد باشد، جمعیت دارای شروط لازم در دوره $t+1$ که دوباره باید بنگاه‌ها با هم به رقابت بپردازند (۴ سال بعد) حدود ۱۴ نفر و جمعیت رأی‌دهنده حدود ۱۱ نفر خواهد شد. بنابراین، در دوره $t+1$ ، احتمال اثرگذاری رأی خریدار i بر نتیجه‌ی کل انتخابات با فرض این که خریدار i اطلاعاتی درباره‌ی روش انتخاب و رأی دادن ۱۰ نفر دیگر نداشته باشد، حدود ۹ درصد خواهد بود. بنابراین در صورتی که خریدار نخواهد این دوره سهام بنگاهی را خریداری کند و پول خود را به دیگری قرض دهد تا در دوره‌ی بعد باز پس گرفته و از آن استفاده کند، احتمال اثرگذاری آن یک درصد کاهش می‌یابد.

با توجه به فرضیه‌ی عقلانی که برای مصرف‌کننده وجود دارد، مصرف‌کننده در صورتی پول (قدرت خرید) خود را به دوره‌ی بعد موقوف خواهد کرد که احتمال اثرگذاری آن بر نتیجه‌ی کل انتخابات در دوره‌ی بعد کاهش نیابد. بنابراین، فرد در صورتی حاضر خواهد بود که پول خود را واگذار کند که در دور بعدی به جای یک واحد پولی خود، دست‌کم $\frac{1}{1}$ واحد پول خرید سهام به دست آورد.^۱ و از آن جایی که در خرید سهام بنگاه‌ها، دولت به هر خریدار تنها یک واحد پولی در هر دوره می‌دهد و پول دریافتی از دولت قابل تقسیم به واحدهای خردتر نیست؛ بنابراین، خریدار i تنها زمانی دست به معاوضه می‌زند که در دوره‌ی بعد به جای یک واحد پولی، دو واحد پولی دریافت کند. بنابراین می‌توان چنین بیان کرد که نرخ تنزیل زمانی سالیانه حدود ۱۹ درصد خواهد بود. (نرخ تنزیل زمانی سالیانه با علامت δ نشان داده می‌شود؛ بنابراین، $\delta = 0.19$) در این وضعیت فرض می‌شود که، امکان قرارداد اجتماعی وجود نداشته؛ لذا نرخ تنزیل رأی نیز وجود نخواهد داشت. در این وضعیت، فرض می‌شود خریداری که پول از دولت گرفته است، حتماً وارد بازار می‌شود و سهام بنگاه مورد نظر خود را خواهد خرید.^۲ پول دریافتی از دولت تنها وسیله خرید سهام محسوب شده و بعد از برنده شدن شرکت، ارزش سهام در بازار بورس تعیین خواهد شد. یعنی، ارزش سهام و بازده آن در آینده جزء عایدی انتظاری به شمار خواهد رفت.

عایدی انتظاری، افزون بر بحث ارزش سهام و بازده آن، بحث کیفیت کالای تولیدی بنگاه، قیمت کالا، میزان برون‌دادهای خارجی مثبت و منفی کالای تولید شده نیز با توجه به نوع فرد، جزء عایدی به‌شمار می‌آید. یعنی، شاید برای خریداری تنها برنده شدن یک سهم و ارزش آتی آن تنها جزء عایدی انتظاری محسوب

۱ - این نتیجه شبیه به یکی از نتایج مهم الگوی پولی سامونلسن در سال ۱۹۵۸، است که بیان می‌کند یکی از ریشه‌های نرخ بهره در جامعه، رشد جمعیت است و به خاطر رشد جمعیت است که بیشتر از تولید می‌توان مصرف کرد.

۲ - توجه کنید که این فرض تنها در این وضعیت وجود دارد، چرا که در وضعیت حذف محدودیت زمانی، خریدار می‌تواند پول را نزد خود نگه دارد.

شود؛ ولی، برای خریدار دیگر، افزون بر ارزش آتی سهام، کیفیت کالا یا قیمت آن و برای فرد دیگر آثار جانبی آن کالا و بنگاه مهم است. بنابراین، عایدی انتظاری برای افراد مختلف، متفاوت و متغیر است. با توجه به فرض عقلانی بودن مصرف کننده، خریدار هزینه‌ی فرصت رفتن به بازار و خرید سهام بنگاه نوعی را با عایدی انتظاری ناشی از خرید آن مقایسه می‌کند. با توجه به این که خریدار به دنبال حداکثر کردن مطلوبیت خود برای یک روز یا یک سال نیست بلکه می‌کوشد مطلوبیت انتظاری خود را برای Z دوره‌ی مشخص حداکثر کند؛ بنابراین، عایدی انتظاری ناشی از خرید سهام برای Z دوره را در نظر قرار داده و با هزینه‌ی رفتن به بازار مقایسه می‌کند. (فرض خواهد شد که تعداد دوره‌ها برابر ۴ سال است) بنابراین، به صورت زیر می‌توان بیان کرد:

- ۱) عدم ورود به بازار و خرید سهام \Rightarrow عایدی‌های انتظاری خرید سهام $>$ هزینه‌ی فرصت رفتن به بازار و خرید سهام
- ۲) ورود به بازار و خرید سهام \Rightarrow عایدی‌های انتظاری خرید سهام $<$ هزینه‌ی فرصت رفتن به بازار و خرید سهام

به صورت زیر نیز می‌توان شرط ورود به بازار برای فرد i را بیان کرد:

$$p_{it}^e \cdot E_{it}^e - C_{it} > 0 \Rightarrow p_{it}^e \cdot E_{it}^e > C_{it} \quad (۱)$$

در رابطه‌ی ۱:

E_{it}^e : عایدی انتظاری ناشی از خرید سهام در زمان t .

C_{it} : هزینه‌ی فرصت ورود به بازار یا مجموع هزینه‌های (اعم از صرف پول، وقت و سایر امکانات) است که خریدار i برای حضور در بازار در زمان t - همانند گرفتن پول از دولت و خرید سهام شرکت مورد نظر - صرف می‌کند. در این الگو هزینه‌ها مشخص و منافع، احتمالی هستند.

p_{it}^e : احتمال کسب موفقیت و رسیدن به نتیجه‌ی دلخواه در انتخاب بنگاه و احتمال برنده شدن بنگاه مورد نظر در زمان t است. این تعریف احتمال بر اساس تفسیر ذهنی احتمال یا احتمال بیزگرایی است. بر این اساس، احتمالات درجات باور ذهنی هستند. برخلاف تفسیر عینی یا منطقی از احتمال، بیزگرایی منکر آن است که یک درجه‌ی معقول باور برای درستی یک گزاره وجود داشته باشد. هر شخص مجاز است تا درجه‌ی باور ذهنی خود به صدق یک گزاره‌ی خاص را داشته باشد. با توجه به این که حساب احتمالات هیچ ارزش احتمال اولیه‌ای را مشخص نمی‌کند، ذهنی‌گرایان استدلال می‌کنند که به عهده‌ی شخص است، احتمالات اولیه را بر اساس باور ذهنی فراهم آورد. سپس، حساب احتمالات و به‌ویژه قضیه‌ی بیز به کار گرفته می‌شوند تا ارزش دیگر احتمالات را بر پایه‌ی توزیع احتمال اولیه که شخص انتخاب کرده است،

محاسبه کند. تنها شرطی که مجموعه‌های درجات باور باید دارا باشند، این است که به لحاظ احتمالاتی سازگار باشند، به این معنا که اصول موضوعه حساب احتمالات را ارضا کنند. در این جا نیز، تفسیر ذهنی احتمال خریدار فرض می‌شود، از نسبت افرادی که خریدار حدس می‌زند همانند او سهام بنگاه مشتری را خریداری کنند به کل خریداران به دست می‌آید. لذا می‌توان p_{it}^e را برای فرد i به صورت زیر تعریف کرد:

$$p_{it}^e = \frac{\sum_{k=1}^m m_{kt}}{\sum_{i=1}^n n_{it}} = \frac{m_t}{N_t} \quad (۲)$$

N_t : تعداد کل خریداران و شرکت کنندگان در بازار در زمان t که برابر با تعداد کل آرا است. لذا:

$$N_t = 1, 2, \dots, i_t, j_t, \dots, n_t \quad (۳)$$

m_t : تعداد کل افراد و خریدارانی که فرد i در زمان t حدس می‌زند همانند او، سهام بنگاه مشتری را خریداری کنند که برابر با تعداد کل آرای مساعد در زمان t است.

k_t : خریدارانی که همانند فرد i تمایلات و رجحانات مشتری برای انتخاب بنگاه دارند. بنابراین، m_{kt} یعنی k امین فردی که همانند فرد i در زمان t تمایلات و رجحانات مشتری برای انتخاب بنگاه دارند. بنابراین، فرد i احتمال خود را از تعداد افرادی که حدس می‌زند همانند او در خرید سهام بنگاه دست به انتخاب می‌زند، به کل خریداران و شرکت کنندگان در بازار خرید سهام به دست می‌آورد. (توجه کنید که در این احتمال ذهنی، فرد i ، رای خود را در m_t نیز به حساب می‌آورد). بنابراین؛ هر چه m_t بالا رود، احتمال پیروزی و به دست آوردن عایدی انتظاری آن بالا می‌رود. لذا با توجه به تعریف احتمال بیزگرایی، فرد i ، ارزش انتظاری برای احتمال موفقیت خود در نظر می‌گیرد.

با توجه به این که خریدار به دنبال حداکثر کردن مطلوبیت خود است؛ بنابراین، او قصد دارد مطلوبیت خود را با توجه به قیودی که دارد، حداکثر کند. خریدار با قیود زیر روبه‌رو است:

۱- محدودیت زمانی شرکت در بازار و خرید سهام بنگاه مورد نظر همان طور که بیان شد، خریدار با محدودیت زمانی $T=12$ روبه‌رو است. یعنی، تنها ۱۲ ساعت در اختیار دارد که با پول دریافتی خود، سهام بنگاه انتظاری خود را خریداری کند. لذا^۱

$$T = 1, 2, \dots, t, \dots, 12, \quad 0 < t \leq 12 \quad (۴)$$

۲- محدودیت توزیع برابر و اولیهی یک واحد پول دریافتی برای همه خریداران. بنابراین، می‌توان به صورت زیر بیان کرد:

$$w_{it} = w_{jt} = \dots = w_{nt} = 1 \quad (۵)$$

۱- توجه کنید که t هم به عنوان دوره زمانی نام برده می‌شود و هم بازه زمانی.

W_{it} : وزن بر خورداری از توزیع اولیه‌ی پول برای فرد i در زمان t . در حالت اولیه از الگو، فرض می‌شود که همه‌ی خریداران از توزیع برابری برخوردار هستند. با توجه به دو قید بالا، می‌توان قید سوم را نیز بیان کرد:

۳- محدودیت زمانی استفاده از پول دریافتی از دولت برای خرید یک واحد از سهام بنگاه مورد نظر. خریدار برای خرید سهام بنگاه مورد نظر خود باید پول دریافتی از دولت را در محدوده‌ی زمانی $T=12$ استفاده کند، در غیر این صورت ارزش پول دریافتی برابر صفر خواهد بود؛ یعنی:

$$\begin{aligned} p_{it}^e \cdot E_{it}^e &\leq M_t & \text{if } 0 < t \leq 12 \\ M_t &= 0 & \text{if } t > 12 \end{aligned} \quad (6)$$

M_t : یک واحد پول دریافتی فرد i از دولت برای خرید سهام بنگاه انتظاری خود در دوره‌ی t .

در این جا فرض بر آن است که تابع EU_{it} پیوسته، شبه مقعر اکید و دارای مشتق جزئی پیوسته مرتبه اول و دوم می‌باشد. شرط شبه مقعر اکید برای تابع EU_{it} به صورت زیر خواهد بود:

$$2U''_{p_{it}^e E_{it}^e} U'_{p_{it}^e} U'_{E_{it}^e} - U''_{p_{it}^e p_{it}^e} U'_{E_{it}^e}{}^2 - U''_{E_{it}^e E_{it}^e} U'_{p_{it}^e}{}^2 > 0 \quad (7)$$

خریدار i قصد دارد مطلوبیت انتظاری خود (EU_{it}) ناشی از p_{it}^e ، E_{it}^e را، با توجه به قیودی که ذکر شد حداکثر کند.

$$\begin{cases} \text{Max } EU_{it} = U(p_{it}^e, E_{it}^e) \\ \text{s. t :} \\ p_{it}^e \cdot E_{it}^e \leq M_t, \quad p_{it}^e, E_{it}^e > 0 & \text{if } 0 < t \leq 12 \\ M_t = 0 & \text{if } t > 12 \end{cases} \quad (8)$$

تابع لاگرانژ این مسأله به صورت زیر خواهد بود:

$$\mathcal{L} = U(p_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1(p_{it}^e \cdot E_{it}^e - M_t) - \lambda_2(p_{it}^e) - \lambda_3(E_{it}^e) \quad (9)$$

روابط زیر بر اساس شرط کان-تاکر به صورت زیر تشکیل می‌شود:

۱- باید توجه داشت که محدودیت اول- محدودیت زمانی برای شرکت در خرید سهام- با محدودیت دوم- محدودیت زمانی در استفاده از پول- در این حالت به یک شکل دیده می‌شوند و می‌توان این دو محدودیت را یکی گرفت. لذا می‌توان گفت که محدودیت اول در تمام حالات بر الگو تحمیل خواهد شد ولی در حالتی که محدودیت زمانی برای پول حذف می‌شود، محدودیت دوم از الگو برداشته شده و این دو قید از هم تفکیک می‌شوند.

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial E_{it}^e} \leq 0 \Rightarrow U'_{E_{it}^e}(p_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1 \cdot p_{it}^e - \lambda_3 \leq 0 \quad (10)$$

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial E_{it}^e} \cdot E_{it}^e = 0 \Rightarrow E_{it}^e \cdot (U'_{E_{it}^e}(p_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1 \cdot p_{it}^e - \lambda_3) = 0$$

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial p_{it}^e} \leq 0 \Rightarrow U'_{p_{it}^e}(p_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1 \cdot E_{it}^e - \lambda_2 \leq 0$$

$$\frac{\partial \mathcal{L}}{\partial p_{it}^e} \cdot p_{it}^e = 0 \Rightarrow p_{it}^e \cdot (U'_{p_{it}^e}(p_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1 \cdot E_{it}^e - \lambda_2) = 0$$

$$p_{it}^e \cdot E_{it}^e - M_t \leq 0$$

$$\lambda_1 \cdot (p_{it}^e \cdot E_{it}^e - M_t) = 0$$

$$p_{it}^e > 0$$

$$\lambda_2(p_{it}^e) = 0$$

$$E_{it}^e > 0$$

$$\lambda_3(E_{it}^e) = 0$$

از ده رابطه فوق، پنج رابطه به صورت نامعادله و پنج رابطه به صورت معادله است. پنج معادله به صورت

زیر می‌باشند:

$$U'_{E_{it}^e}(p_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1 \cdot p_{it}^e - \lambda_3 = 0$$

$$U'_{p_{it}^e}(p_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1 \cdot E_{it}^e - \lambda_2 = 0 \quad (11)$$

$$p_{it}^e \cdot E_{it}^e - M_t = 0$$

$$\lambda_2 = 0$$

$$\lambda_3 = 0$$

جواب نهایی دستگاه شماره ۱۱ به صورت زیر خواهد بود:

$$\frac{U'_{E_{it}^e}(p_{it}^e, E_{it}^e)}{U'_{p_{it}^e}(p_{it}^e, E_{it}^e)} = \frac{p_{it}^e}{E_{it}^e} \quad (12)$$

رابطه ۱۲ نشان دهنده نقطه بهینه فرد i در زمان t است که حاکی از آن دارد که، نسبت مطلوبیت نهایی

عایدی انتظاری به مطلوبیت نهایی احتمال موفقیت، با نسبت احتمال موفقیت به عایدی انتظاری برابر

می‌باشد. شرط ثانوی برای به حداکثر رسانیدن تابع مطلوبیت و این که جواب رابطه ۱۲ ماکزیمم باشد؛ آن

است که، دترمینان هشین مرزی زیر مثبت باشد:

$$\begin{vmatrix} U''_{p_{it}^e p_{it}^e} & U''_{p_{it}^e E_{it}^e} & -E_{it}^e \\ U''_{E_{it}^e p_{it}^e} & U''_{E_{it}^e E_{it}^e} & -p_{it}^e \\ -E_{it}^e & -p_{it}^e & 0 \end{vmatrix} > 0 \quad (13)$$

از بسط رابطه ۱۳ خواهیم داشت:

$$2U''_{p_{it}^e E_{it}^e} p_{it}^e E_{it}^e - U''_{E_{it}^e E_{it}^e} E_{it}^e{}^2 - U''_{p_{it}^e p_{it}^e} p_{it}^e{}^2 > 0 \quad (14)$$

اگر به جای E_{it}^e و p_{it}^e مقادیر آنها از دستگاه ۱۱ جایگذاری شود به شرط زیر خواهیم رسید:

$$2U''_{E_{it}^e} p_{it}^e U'_{E_{it}^e} U'_{p_{it}^e} - U''_{E_{it}^e E_{it}^e} U_{p_{it}^e}^2 - U''_{p_{it}^e p_{it}^e} U_{E_{it}^e}^2 > 0 \quad (15)$$

نابرابری ۱۵ که معادل نابرابری ۷ است، می‌تواند فرض شبه مقعر بودن تابع مطلوبیت را توجیه کند. لذا نابرابری ۱۵ نشان می‌دهد که جواب رابطه ۱۲، جواب ماکزیمم است.

وضعیت دوم: وزن‌دهی به پول خریداران، عدم وجود قرارداد اجتماعی برای معاوضه و وجود محدودیت زمانی برای پول

در این وضعیت، قید اول مبنی بر وجود وزن یکسان پول برای خریداران برداشته می‌شود. بدین صورت که دولت بر اساس تجربیات دوره‌های قبلی بر این باور است که وقتی رأی‌گیری به صورت ساده و با وزن یکسان پول بین خریداران انجام می‌گیرد، بنگاه کاراتری^۲ انتخاب نمی‌شود. بنابراین، دولت بر این باور است که با وزن دهی بالا به پول خریدارانی که از دانش و بینش بالایی در زمینه اقتصادی برخوردار هستند، بنگاهی که کاراتر است، انتخاب می‌شود. در اینجا فرض بر این است که دولت در وضعیت وزن‌دهی با دو گروه از خریداران مواجه می‌باشد: گروه اول، خریداران کارشناس و نخبگان اقتصادی هستند که قدرت تشخیص و آگاهی بالاتری در زمینه انتخاب بنگاهها نسبت به سایر خریداران دارا می‌باشند. گروه دوم، خریداران غیر کارشناسی می‌باشند که قدرت تشخیص و آگاهی پایین‌تری در زمینه انتخاب بنگاهها نسبت به خریداران گروه اول می‌باشند. فرض بر آن است که جمعیت این دسته از خریداران بیشتر از گروه اول می‌باشد. بر اساس فرض عقلانیت و رأی‌دهی صمیمانه می‌توان بیان کرد که خریداران کارشناس در انتخاب بنگاه خود، سهام بنگاه کارا را خریداری کرده و خریداران غیر کارشناس نیز در انتخاب بنگاه خود، سهام بنگاه غیر کارا را خریداری می‌کنند. در وضعیت وزن‌دهی، فرض بر آن است که دولت به میزان مساوی وزن بالا (w_{ht}) در زمان t به خریداران کارشناس و به میزان مساوی وزن پایین (w_{lt}) به خریداران غیر کارشناسان تخصیص می‌دهد. حجم کل پول منتشره در این وضعیت به گونه‌ای است که در زمان t ، حجم پول ثابت می‌ماند. با توجه به این که بنا به فرض، در زمان t تعداد خریداران کارشناس از تعداد خریداران غیر کارشناس کمتر است؛ در حالت توزیع یکسان پول، بنگاه غیر کارا برنده می‌شود ولی، در حالت وزن‌دهی بالا به پول خریداران کارشناس و وزن‌دهی پایین به خریدار غیر کارشناس، بنگاه کاراتر برنده می‌شود. بر این اساس، دولت اقدام به وزن‌دهی به پول خریداران می‌کند. با توجه به این امر، احتمال ذهنی کسب موفقیت به صورت زیر خواهد بود:

۱- این حالت شبیه به حالت وزن دهی به آرای نخبگان سیاسی است.

۲- بنگاه b نسبت به a را کارا می‌گوییم که هر سطح معینی از محصول را با هزینه کم‌تری نسبت به بنگاه a تولید کند.

$$\widehat{p}_{it}^e = \frac{\sum_{k=1}^m w_{kt} m_{kt}}{\sum_{i=1}^n n_{it}} \quad (16)$$

با توجه به این که w_{kt} می‌تواند کوچکتر، مساوی و یا بزرگتر از ۱ باشد لذا، \widehat{p}_{it}^e می‌تواند کوچکتر، مساوی یا بزرگتر از p_{it}^e باشد. وزن‌دهی می‌تواند به دو طریق مختلف انجام پذیرد؛ حال آن‌که در ماهیت موضوع وزن‌دهی تفاوتی ایجاد نمی‌کند: در روش اول، وزن‌دهی به خریداران به گونه‌ای انجام می‌پذیرد که، حجم پول موجود در بازار در تمامی حالات برابر با تعداد خریداران بوده و در وضعیت وزن‌دهی حجم پول در بازار ثابت می‌ماند و تنها سهم افراد براساس وزن تخصیصی خود تغییر می‌یابد. در روش دوم، به همه خریداران یک واحد پولی داده می‌شود ولی به بعضی از آنها با توجه به وزن تخصیصی خود، پول بیشتری تخصیص می‌یابد. در این حالت حجم پول موجود در بازار بیشتر از تعداد خریداران بوده و در واقع برابر با کل پول موجود در بازار خواهد بود. در پژوهش حاضر، از روش اول وزن‌دهی استفاده شده است. حداکثرسازی مطلوبیت عایدی انتظاری برای فرد i ، به صورت زیر خواهد بود:

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{Max } \widehat{EU}_{it} = U(\widehat{p}_{it}^e, E_{it}^e) \\ \text{s. t. :} \\ \widehat{p}_{it}^e \cdot E_{it}^e \leq w_{it} \cdot M_t, \quad \widehat{p}_{it}^e, E_{it}^e > 0 \quad \text{if } 0 < t \leq 12 \\ M_t = 0 \quad \text{if } t > 12 \end{array} \right. \quad (17)$$

تابع لاگرانژ این مسأله به صورت زیر خواهد بود:

$$\mathcal{L} = U(\widehat{p}_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1 (\widehat{p}_{it}^e \cdot E_{it}^e - w_{it} \cdot M_t) - \lambda_2 (\widehat{p}_{it}^e) - \lambda_3 (E_{it}^e) \quad (18)$$

روابط زیر براساس شرط کان-تاکر به صورت زیر تشکیل می‌شود:

$$\left\{ \begin{array}{l} \frac{\partial \mathcal{L}}{\partial E_{it}^e} \leq 0 \Rightarrow U'_{E_{it}^e}(\widehat{p}_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1 \cdot \widehat{p}_{it}^e - \lambda_3 \leq 0 \\ \frac{\partial \mathcal{L}}{\partial E_{it}^e} \cdot E_{it}^e = 0 \Rightarrow E_{it}^e \cdot (U'_{E_{it}^e}(\widehat{p}_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1 \cdot \widehat{p}_{it}^e - \lambda_3) = 0 \\ \frac{\partial \mathcal{L}}{\partial \widehat{p}_{it}^e} \leq 0 \Rightarrow U'_{\widehat{p}_{it}^e}(\widehat{p}_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1 \cdot E_{it}^e - \lambda_2 \leq 0 \\ \frac{\partial \mathcal{L}}{\partial \widehat{p}_{it}^e} \cdot \widehat{p}_{it}^e = 0 \Rightarrow \widehat{p}_{it}^e \cdot (U'_{\widehat{p}_{it}^e}(\widehat{p}_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1 \cdot E_{it}^e - \lambda_2) = 0 \\ \widehat{p}_{it}^e \cdot E_{it}^e - w_{it} \cdot M_t \leq 0 \\ \lambda_1 \cdot (\widehat{p}_{it}^e \cdot E_{it}^e - w_{it} \cdot M_t) = 0 \\ \widehat{p}_{it}^e > 0 \\ \lambda_2 (\widehat{p}_{it}^e) = 0 \\ E_{it}^e > 0 \\ \lambda_3 (E_{it}^e) = 0 \end{array} \right. \quad (19)$$

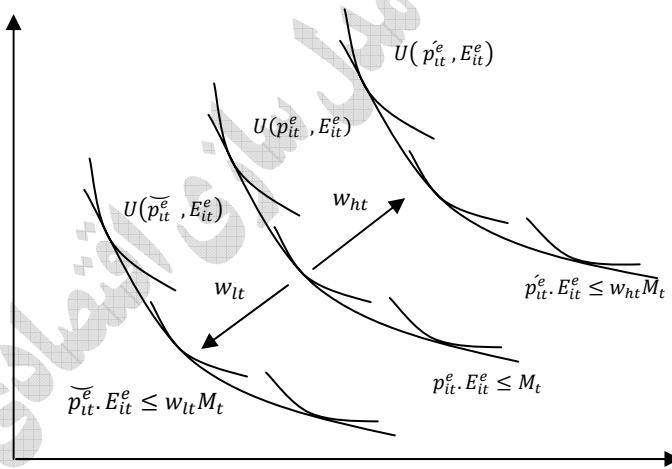
از ده رابطه فوق، پنج رابطه به صورت نامعادله و پنج رابطه به صورت معادله است. پنج معادله به صورت زیر می‌باشند:

$$\begin{cases} U'_{E_{it}^e}(\widehat{p}_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1 \cdot \widehat{p}_{it}^e - \lambda_3 = 0 \\ U'_{p_{it}^e}(\widehat{p}_{it}^e, E_{it}^e) - \lambda_1 \cdot E_{it}^e - \lambda_2 = 0 \\ \widehat{p}_{it}^e \cdot E_{it}^e - w_{it} \cdot M_t = 0 \\ \lambda_2 = 0 \\ \lambda_3 = 0 \end{cases} \quad (20)$$

جواب نهایی دستگاه شماره ۲۰ به صورت زیر خواهد بود:

$$\frac{U'_{E_{it}^e}(\widehat{p}_{it}^e, E_{it}^e)}{U'_{p_{it}^e}(\widehat{p}_{it}^e, E_{it}^e)} = \frac{\widehat{p}_{it}^e}{E_{it}^e} \quad (21)$$

رابطه ۲۱ نقطه بهینه خریدار i در زمان t را نشان می‌دهد. بر اساس روابط ۱۹، ۲۰ و ۲۱ و شکل ۱ می‌توان بیان کرد که اگر وزن تخصیصی به فرد i در زمان t (w_{it}) بزرگتر یا مساوی w_{ht} باشد، مطلوبیت فرد i افزایش یافته و بهینگی بهبود می‌یابد. ولی اگر وزن تخصیص به فرد i در زمان t (w_{it}) کوچکتر یا مساوی w_{ht} باشد، مطلوبیت فرد i کاهش یافته و وضعیت بهینگی کاهش خواهد یافت.

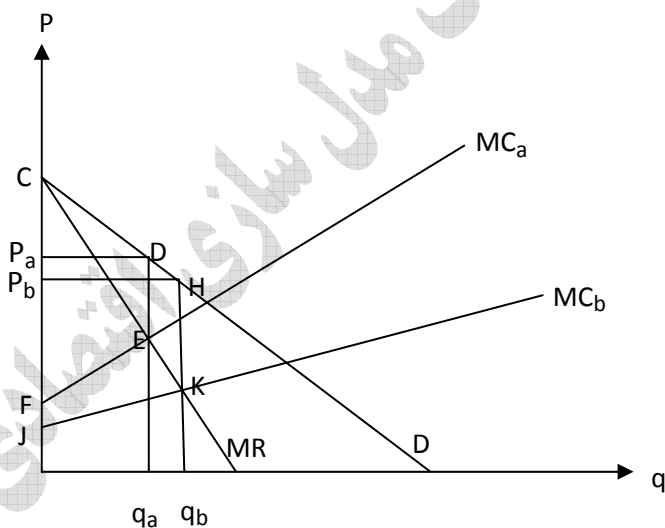


شکل ۱- نقطه بهینه در حالت وزن‌دهی w_{ht} و w_{it}

بنابراین می‌توان بیان کرد که در حالت وزن‌دهی، وضعیت برخی از خریداران نسبت به وضعیت عدم وزن‌دهی بهتر شده و وضعیت برخی خریداران نسبت به وضعیت عدم وزن‌دهی بدتر می‌شود. بنابراین

می‌توان چنین بیان کرد که وضعیت اول و نقطه بهینه ۱۲ نسبت به وضعیت دوم و نقطه بهینه ۲۱، وضعیت بهینه پرتویی^۱ برای خریداران و شرکت‌کنندگان در بازار می‌تواند باشد. ولی، تخصیص بهینه منابع از دید اجتماعی مستلزم مقایسه‌ی مستقیم مطلوبیت افراد مختلف در جامعه است. بهینه‌ی پرتو برای این است که بدانیم آثار کلی یک تغییر روی افراد جامعه که در نتیجه‌ی آن بعضی برنده و بعضی بازنده شده‌اند، کافی و مطلوب نیست؛ ولی، با معرفی تابع رفاه اجتماعی می‌توان چنین نظری را بیان کرد.

در اینجا می‌توان دو مبحث جدا از هم را بیان کرد: نخست، پیش از انتخابات و این که فرد مطلوبیت عایدی انتظاری خود را با خرید سهام و رأی‌دادن به بنگاه مورد نظر خود حداکثر می‌کند. دوم، پس از انتخابات و بنگاه برنده است. بنگاه برگزیده کالایی تولید می‌کند که مورد نیاز اکثریت افراد جامعه - چه برنده‌ها، چه بازنده‌ها و چه آنانی که رأی نداده‌اند - بوده و به واسطه‌ی مصرف این کالا، مطلوبیت خود را حداکثر می‌کنند. بنابراین، مقدار کالای تولید شده و قیمت آن بر وضعیت اقتصادی و رفاه اجتماعی تأثیرگذار است. بنابراین، در ادامه نشان داده می‌شود که در حالت وزن‌دهی به پول خریداران و انتخاب بنگاه کاراتر، رفاه کل مصرف‌کنندگان و رفاه اجتماعی جامعه افزایش می‌یابد. برای این منظور از شکل ۲ استفاده می‌شود.



شکل ۲- مقایسه‌ی رفاه مصرف‌کنندگان و رفاه اجتماعی بین دو بنگاه a و b

۱ - تخصیصی از دید پرتو بهینه و با دارای کارایی است که نتوان با یک تولید و توزیع مجدد، مطلوبیت یک یا چند نفر را بدون کاهش در مطلوبیت دیگران افزایش داد.

شکل ۲ وضعیت دو بنگاه a و b را نشان می دهد. بنگاه a بر اساس رأی دهی ساده و وزن یکسان پول بین خریداران انتخاب شده است؛ ولی، بنگاه b بر اساس وزن دهی به پول و توزیع نابرابر پول بین خریداران انتخاب شده است. بنگاه b نسبت به a کاراتر است، چرا که هر سطح معینی از محصول را با هزینهی کمتری نسبت به بنگاه a تولید می کند. بنگاه انحصاری a در نقطه D که q_a محصول را به قیمت P_a به فروش می رساند، سود خود را حداکثر می کند. بنگاه انحصاری b ، در نقطه H که q_b محصول را به قیمت P_b به فروش می رساند، سود خود را حداکثر می کند.

ابزار کلاسیک اندازه گیری تغییرات رفاه «مازاد مصرف کننده» است. اگر $q(p)$ تقاضای کالایی باشد که تابعی از قیمت است، مازاد مصرف کننده ناشی از انتقال قیمت از بین P_a به P_b ناشی از ورود بنگاه کاراتر برابر خواهد بود با:

$$\int_{P_a}^{P_b} q(p) dp = \text{Area } P_a D H P_b \quad (22)$$

این مازاد، مساحت سمت چپ منحنی تقاضا بین P_a و P_b است که برابر با سطح $P_a D H P_b$ است. بنابراین، به واسطه ی ورود بنگاه کاراتر در اثر وزن دهی به پول خریداران، رفاه مصرف کنندگان به اندازه ی مساحت $P_a D H P_b$ افزایش یافته است. از تعریف تابع اجتماعی زیر برای تعریف رفاه اجتماعی ناشی از انتخاب دو بنگاه کارا و غیر کارا استفاده می کنیم:

$$W(q) = u(q) - c(q) \quad (23)$$

این تابع رفاه اجتماعی که رفاه خالص جامعه نیز است، مساحت زیر منحنی تقاضا منهای مساحت زیر منحنی هزینه ی نهایی است که در شکل ۲ رسم شده است. تابع رفاه اجتماعی ناشی از انتخاب بنگاه a برابر است با:

$$W(q_a) = u(q_a) - c(q_a) = \text{Area } C D E F \quad (24)$$

تابع رفاه اجتماعی ناشی از انتخاب بنگاه b برابر است با:

$$W(q_b) = u(q_b) - c(q_b) = \text{Area } C H K J \quad (25)$$

بنابراین، اضافه رفاه اجتماعی بر اثر وزن دهی به پول خریداران و انتخاب بنگاه کاراتر برابر با سطح $DEFJKH$ خواهد بود. بنابراین، می توان بیان کرد که با فرض این که وزن دهی به پول خریداران انتخاب بنگاه کاراتر را سبب می شود، انتخاب بنگاه کاراتر مازاد رفاه مصرف کنندگان و همچنین، رفاه اجتماعی کل جامعه را افزایش می دهد. حال، اگر این فرض را حذف کنیم، وزن دهی به پول را می توان در دو حالت زیر بررسی کرد:

۱- بر اساس وزن‌دهی، همچنان بنگاه ناکارا انتخاب می‌شود. در این حالت، اضافه رفاه مصرف‌کنندگان همانند حالت توزیع برابر پول برابر با سطح CP_aD و رفاه اجتماعی برابر با سطح CDEF خواهد بود. بنابراین، با وزن‌دهی و انتخاب نکردن بنگاه کارتر، کاهش در رفاه اجتماعی به وجود نخواهد آمد.

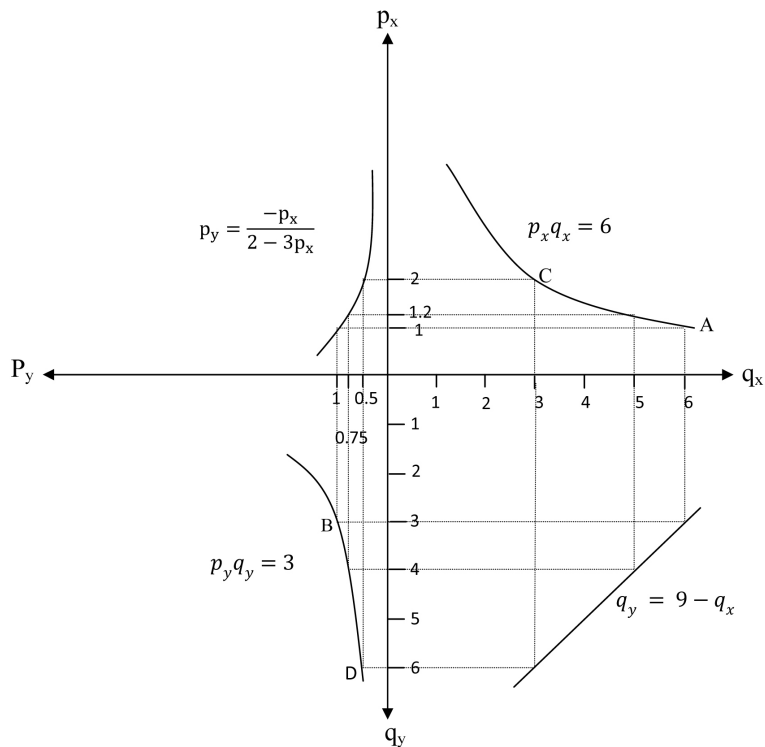
۲- بر اساس وزن‌دهی، بنگاه کارا انتخاب می‌شود. در این حالت، رفاه مصرف‌کنندگان به اندازه‌ی مساحت P_aDHP_b افزایش یافته و اضافه رفاه اجتماعی بر اثر وزن‌دهی به پول خریداران و انتخاب بنگاه کارتر برابر با سطح DEFJKH خواهد بود. بنابراین، در حالتی که بیش از دو بنگاه وجود داشته باشد و ناکارآمدترین آن‌ها بنگاه a و کارآمدترین آن‌ها بنگاه b باشد، (فرضی که تعداد خریداران کارشناس از تعداد خریداران غیر کارشناس کم‌تر بوده، به طوری که در حالت توزیع یکسان پول بنگاه ناکارا برنده می‌شود، همچنان پابرجا است) تغییرات افزایش رفاه اجتماعی بر اساس وزن‌دهی به پول خریداران در تغییرات سطح ناحیه‌ی DEFJKH خواهد بود.

برای این که نشان داده شود وزن‌دهی در چه حالتی برنده شدن بنگاه کارا را سبب می‌شود، از مثال زیر استفاده می‌شود:

از جامعه‌ی ۱۳ نفره، ۹ نفر در انتخاب بنگاه‌ها شرکت می‌کنند. برای این ۹ نفر می‌توان حالاتی مختلف بر اساس تعداد خریداران کارشناس و غیر کارشناس بیان کرد. ولی، در اینجا حالت حدی در نظر گرفته می‌شود. به طوری که برای دیگر حالات نیز می‌توان از این روش و معیار استفاده کرد. فرض می‌شود که از ۹ نفر جمعیت خریداران سهام بنگاه‌ها، ۶ نفر غیر کارشناس و ۳ نفر کارشناس هستند. همچنین، فرض می‌شود که احتمال این که خریداران غیر کارشناس به بنگاه x که به ناکارایی نزدیک‌تر است، رأی بدهند بیشتر می‌باشد و احتمال این که خریداران کارشناس به بنگاه y که به کارایی نزدیک‌تر است، رأی بدهند نیز زیاد است. بنابراین، فرض می‌شود که خریداران غیر کارشناس به بنگاه x و خریداران کارشناس به بنگاه y رأی می‌دهند. در حالت اولیه قیمت سهام بنگاه x و y با هم برابر بوده و مساوی ۱ می‌باشد. یعنی:

$$p_x = p_y = 1$$

بنابراین، در حالت اولیه که قیمت سهام بنگاه x و y با هم برابر می‌باشد، ۶ نفر از خریداران غیر کارشناس، ۶ تا از سهام بنگاه x و ۳ تا از خریداران کارشناس، ۳ تا از سهام بنگاه y را خریداری می‌کنند که در شکل ۳ و به ترتیب در B, A نشان داده شده است. بر اساس شکل ۳ مختصات $A(6,1)$ و $B(1,3)$ است.



شکل ۳- بیان حالت وزن دهى به خریداران دو بنگاه x, y

در حالت وزن دهى، اگر به پول خریداران غير کارشناس وزن $\frac{1}{2}$ و به پول خریداران کارشناس وزن ۲ داده شود، در اين حالت مى توان چنين بيان کرد که ۶ خریدار غير کارشناس تنها مى توانند ۳ تا سهم بخرند. بنابراين، مى توان به اين صورت نيز بيان کرد که قيمت سهام بنگاه x به ۲ واحد افزايش پيدا کرده است که باعث شده است خریداران غير کارشناس تنها بتوانند ۳ تا از سهام بنگاه x را خريدارى کنند (اين حالت با نقطه‌ى C در شکل ۳ نشان داده شده است)

براى خریداران کارشناس نيز مى توان بيان کرد که با دادن وزن ۲ به پول خریداران کارشناس، ۳ تاى آن‌ها مى توانند ۶ تا سهم بنگاه y را خريدارى کنند. بنابراين، در اين حالت نيز مى توان گفت که با دادن وزن ۲ درست مثل اين است که قيمت به $\frac{1}{2}$ براى خریداران کارشناس کاهش يافته است که خريداران

کارشناس توانسته اند ۶ تا از سهام بنگاه را خریداری کنند (این حالت با نقطه‌ی D در شکل ۳ نشان داده شده است). بنابراین، می‌توان بیان کرد که وزن رابطه‌ی عکس با قیمت دارد. بنابراین:

$$p_x = \frac{1}{w_x} \quad (26)$$

$$p_y = \frac{1}{w_y} \quad (27)$$

با تغییر وزن‌ها (عکس آن - قیمت‌ها-) و مقادیر خرید سهام بنگاه‌ها می‌توان به معادلات زیر دست یافت:

$$\begin{cases} p_x q_x = 6 & (28) \\ p_y q_y = 3 & (29) \\ q_y = 9 - q_x & (30) \end{cases}$$

حال، برای آن که بنگاه Y رأی لازم را بیاورد تا در انتخابات برنده شود، باید دست کم ۵ تا از سهم خود را به فروش برساند. براساس معادله‌ی ۳۰ می‌توان نوشت:

$$q_y = 9 - q_x, q_y = 5 \Rightarrow q_x = 4 \quad (31)$$

با مشخص شدن مقادیر q_x و q_y می‌توان از معادلات ۲۸ و ۲۹ مقادیر p_x و p_y را به صورت زیر به دست آورد:

$$p_y q_y = 3, q_y = 5 \Rightarrow p_y = \frac{3}{5} \quad (32)$$

$$p_x q_x = 6, q_x = 4 \Rightarrow p_x = \frac{3}{2} \quad (33)$$

با توجه به این که بیان شد قیمت و وزن رابطه‌ی عکس دارند، بنابراین:

$$p_x = \frac{1}{w_x}, p_x = \frac{3}{2} \Rightarrow w_x = \frac{2}{3} \quad (34)$$

$$p_y = \frac{1}{w_y}, p_y = \frac{3}{5} \Rightarrow w_y = \frac{5}{3} \quad (35)$$

بنابراین، با دادن دست کم وزن $\frac{5}{3}$ به پول خریداران کارشناس و حداکثر وزن $\frac{2}{3}$ به پول خریداران غیر کارشناس، بنگاه کارتر را انتخاب می‌شود. البته، وزن‌های دیگری نیز می‌توان از معادلات ۲۸، ۲۹ و ۳۰ به دست آورد که باعث می‌شوند بنگاه کارتر انتخاب شود.

بنابراین، اگر بخواهیم یک نتیجه‌گیری کلی از نتایج الگوی پولی در قالب دموکراسی داشته باشیم، می‌توان بیان کرد که وزن‌دهی به پول خریداران و در حالت عدم تغییر نتیجه‌ی انتخاب بنگاه‌ها، مازاد رفاه مصرف‌کنندگان و رفاه اجتماعی جامعه را کاهش نداده و در صورت انتخاب بنگاه کارتر، رفاه مصرف‌کنندگان و رفاه اجتماعی جامعه را افزایش می‌دهد.

۴- نتیجه گیری

وزن دهی به آرا از جمله مباحث مهم در تئوری رأی و دموکراسی است که ادبیات کمی در این مورد وجود دارد. در این مقاله با استفاده از مفاهیم «فرضیه رأی دهنده عقلانی آنتونی داونز (۱۹۵۷)»، ایده «الگوی اقتصاد پولی ساموئلسن (۱۹۵۸)» و تئوری «اقتصاد خرد مصرف کننده»، الگوی پولی شبهه به فضای دموکراسی - که تاکنون در مطالعات انجام شده در این فضا و شبهه به آن، طراحی نشده است - طراحی، الگوسازی و تحلیل شد.

نتایج به دست آمده بیان می کند که با امکان ایجاد قرارداد اجتماعی برای معاوضه و ایجاد قابلیت پس انداز برای پول، شکل و ماهیت پول از کالای عمومی به کالای خصوصی تغییر یافته و باعث ایجاد نرخ بهره می شود. در این وضعیت، یکی از یافته های مهم الگوی پولی ساموئلسن در فضای تئوری رأی نیز حاصل شد. یکی از دست آوردهای الگوی پولی ساموئلسن در سال ۱۹۵۸ و در فضای پولی این بود که، یکی از ریشه های نرخ بهره، رشد جمعیت است. در این مقاله نیز این نتیجه حاصل و نشان داده شد که در فضای رأی نیز، رشد جمعیت باعث ایجاد نرخ تنزیل زمانی رأی می شود.

همچنین، این مقاله بیان می کند که وزن دهی به پول خریداران در فضای طراحی شده الگوی پولی شبهه به فضای دموکراسی، به صورت مشروط می تواند انتخاب بنگاه کارا تر و افزایش رفاه مصرف کنندگان و رفاه اجتماعی منجر به شود.

منابع و مآخذ

- باتلر، ایمون (۱۳۷۷)، اندیشه های اقتصادی میلتون فریدمن، تفضلی، فریدون، ناشر: نشرنی، تهران.
- بیتهام، دیوید و بویل، کوئل (۱۳۸۸)، دموکراسی چیست (آشنایی با دموکراسی)، نقش تبریزی، شهرام، ناشر: نشر ققنوس، تهران.
- تقوی، سید محمد ناصر (۱۳۸۲)، الگوهای دموکراسی، فصلنامه علوم سیاسی، شماره ۲۲، صص ۲۷۰-۲۵۵.
- زکریا، فرید (۱۳۸۵)، آینده آزادی: اولویت لیبرالیسم بر دموکراسی، نوروزی، امیر حسین، ناشر: انتشارات طرح نو، تهران.
- شومیتز، جوزف (۱۳۷۵)، کاپیتالیسم، سرمایه داری و دموکراسی، منصور، حسن، ناشر: نشر مرکز، تهران.
- غنی نژاد، موسی (۱۳۸۱)، درباره ی هایک، ناشر: نگاه معاصر، تهران.
- فریدمن، میلتون و فریدمن، رز (۱۳۶۷)، آزادی انتخاب، حکیم زاده جهرمی، حسین، ناشر: نشر پارسی، تهران.
- فریدمن، میلتون (۱۳۸۰)، سرمایه داری و آزادی، رشیدی، غلامرضا، ناشر: نشر نی، تهران.

- کوهن، کارل (۱۳۷۳)، دموکراسی، مجیدی، فریرز، ناشر: انتشارات خوارزمی، تهران.
- گانینگ، جیمز پاتریک (۱۳۸۴)، درک دموکراسی: رویکردی بر انتخاب عمومی (تحلیل اقتصادی نهادهای سیاسی)، رناتی، محسن و خضری، محمد، ناشر: سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، تهران.
- لیندبلوم، چارلز (۱۳۸۸)، نظام بازار، مالجو، محمد، ناشر: نشر نی، تهران.
- نلسون، ویلیام (۱۳۸۴)، در توجیه دموکراسی، پارسا، علیرضا، ناشر: نشر دیگر، تهران.

- Abramson, P.R. and Aldrich, J.H. (1982), The Decline of Electoral Participation in America, *American Political Science Review*, Vol.76, PP. 502-21.
- Aldrich, H.John (1983), A Downsian Spatial Model with Party Activism, *The American Political Science Review*, Vol 77, No 4, PP. 974-990.
- Barry, Brain (1970), *Sociologists, Economists and Democracy*, the University of Chicago Press, Chicago and London.
- Bond, Jon.R and Smith, Kevin.B. (2007), *The Promise and performance of American Democracy*, Wadsworth Publishing Co.
- Brunk, G.G. (1980), The Impact of Rational Participation Models on Voting Attitudes, *Public Choice*, Vol. 35, PP. 549-64.
- Buchanan, James and Tulloch, Gordon (1962), *The Calculus of Consent*, Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Chamberlain, G and Rothschild, M. (1981). A Note on the Probability of Casting a Decisive Vote, *Journal of Economic Theory*, Vol.25, PP. 185-90.
- Crain, W.M and Deaton, T.H. (1977), A Note on Political Participation as Consumption Behavior, *Public Choice*, Vol.32, PP. 131-35.
- Crotty, W.J. (1971), Party Effort and Its Impact on Vote, *American Political Science Review*, Vol. 65, PP. 439-50.
- Daron, Acemoglu and Robinson, James (2006), *Economic Origins of Dictatorship and Democracy*, Cambridge University Press.
- Davis, O. A & Hinich, M. (1966), A Mathematical Model of Policy Formation in a Democratic Society, *Mathematical Applications in Political Science* (J. L. Bernd, ed.), 2, 175-208. Southern Methodist Univ. Press, Dallas.
- Davis, O. A., Hinich, M. & Ordeshook, P. (1970), An Expository Development of a Mathematical Model of the Electoral Process, *American Political Science Review*, 64, PP. 426-448.
- Downs, Anthony (1957), *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper.
- Downs, Anthony (1957), An Economic Theory of Political Action a Democracy, *Journal of Political Economy*, Vol. 65, pp. 115-150.
- Duch, M. Raymond and Stevenson, T.Randolph (2008), *The Economic Vote: How Political and Economic Institutions Condition Election Results*, Cambridge University press.
- Enelow, M. James and Hinich, J. Melvin (1990), *Advances in the spatial theory of voting*, Cambridge University press.
- Ferejohn, J.A. and Fiorina, M.P. (1974), The Paradox of Not Voting: A Decision Theoretic Analysis, *American Political Science Review*, Vol. 68, PP. 525-36.

- Frey, B.S. (1971), Why Do High Income People Participate More in Politics?, *Public Choice*, Vol 11, PP.101-105.
- Frey, B.S. (1972), Political Participation and Income Level: Reply, *Public Choice*, Vol.13, PP.119-22.
- Friedman, Milton (1953), *Essays in Positive Economics*, Chicago: University of Chicago Press.
- Hazlitt, Henry (1971), the Future of Capitalism, *Modern Age: A Quarterly Review*, Volume 15, Number 3, PP. 241-252.
- Jackman, R.W. (1987), Political Institution and Voter turnout in the industrial Democracies, *American Political Science Review*, Vol.81, PP.405-23.
- Jacobson, G.C. (1978), The Effects of Electoral Campaign Spending in Congressional Elections, *American Political Science Review*, Vol. 72, PP. 469-91.
- Lewis-Beck, S. Michael and Stegmaier, Mary (2007), *Economic Models of Voting*, Oxford: Oxford University Press.
- Kain, F. John & Ries, C. John (1965), Polimetric Models of Voting Behavior in California Congressional Elections, *The Western Political Quarterly*, Vol. 18, No. 3, PP. 44-45.
- McKelvey, R. D. (1975), Policy Related Voting and Electoral Equilibrium, *Econometrica*, 43, PP.815-843.
- Matusaka, J.G. and Palda, F. (1993), The Downsian Voter Meets the Ecological Fallacy?, *Public Choice*, Vol. 44, PP. 885-78.
- Mehel, P.E. (1977), the Selfish Voter Paradox and the Thrown Away Vote Argument, *American Political Science Review*, Vol. 61, PP. 11-30.
- Merrill, Samuel and Grofman, Bernard (1999), *A unified theory of voting: directional and proximity spatial models*, Cambridge University Press.
- Meltzer, A.H. and M. Vellrath (1975), The Effect of Economic Policies on Votes for the Presidency: Some Evidence From Recent Elections, *Journal of Law and Economics*, Vol. 18, PP. 781-798.
- Mueller, D.C (1989), *Public Choice II*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Owen, G. and Grofman, B. (1984). To Vote or Not to Vote: The Paradox of Non-Voting, *Public Choice*, Vol.42, PP.311-25.
- Patterson, S.C. and Caldeira, G.A (1983), Getting Out the Vote: Participation in Gubernatorial Elections, *American Political Science Review*, Vol. 77, PP. 675-89.
- Powell, G.B., Jr (1986), American Voter Turnout in Comparative Perspective, *American Political Science Review*, Vol. 80, PP. 17-43.
- Riker, W.H. and Ordeshook, P.C. (1968), A Theory of the Calculus of Voting, *American Political Science Review*, Vol. 62, PP. 25-42.
- Russell, K. (1972), Political Participation and Income Level: An alternative Explanation, *Public Choice*, Vol 13, PP 113-142.
- Samuelson, Paul A. (1958), An Exact Consumption Loan Model of Interest with or without the Social Contrivance of Money, *Journal of Political Economy*, 66, 1002-1011.

- Stigler, G.J. (1972), Economic Competition and Electoral Competition, Public Choice, Vol. 13, PP. 91-106.
- Stigler, G.J. (1973), General Economic Conditions and National Elections, American Political Science Review, Vol. 63, PP. 160– 7.
- Stone, Alan and Harpham, J. Edward (1982), the Political Economy of Public Policy, Sage Publications.
- Torsten Persson, Guido Tabellini (2000), Political Economics: Explaining Economic Policy, the MIT Press.
- Tollison, R.D. and Willet, T.D. (1973), Some Simple Economics of Voting and Non- Voting, Public Choice, Vol. 16, PP. 59-72.
- Tullock, Gordon (1967), Toward a Mathematics of Politics, University of Michigan Press.
- Vanberg, J. Viktor (2008), On the Complementarity of Liberalism and Democracy – a Reading of F.A. Hayek and J.M. Buchanan, Journal of Institutional Economics, 4: 2, PP.139–161.
- Walker, Jack L. (1966), A Critique of the Elitist Theory of Democracy, American Political Science Review, 60, p. 289.
- Walker, Jack.L. (1966), A Critique of the Elitist Theory of Democracy, the University of Michigan.
- www.census.gov
- www.uselectionatlas.org