



3. POLITIKA A ZÁJMOVÉ SKUPINY



3.1. POLITICKÉ SYSTÉMY

Hlavní závěr modelu MV

Za daných předpokladů by mělo docházet ke **sbližování programu** obou politických stran směrem k pozici mediánového voliče.

Oportunistické a ideologické strany

V realitě obvykle nepozorujeme silnou konvergenci politických pozic (programů) jednotlivých politických stran, protože nejsou pouze čistě oportunistické, ale alespoň částečně ideologické.

Oportunistické strany = starají se pouze o vlastní prospěch (udržení vlády)

Ideologické strany = starají se o prosazení svého politického programu (utváření konkrétních politik)

Většinové a poměrné systémy

Většinové systémy = každý volební obvod vysílá jednoho zástupce zvoleného většinovým hlasováním.

Poměrné systémy = celou zemi je možné vnímat jako jeden volební obvod.

Rozdíly ve volebních systémech výrazně mění možnosti vzájemných her mezi preferencemi voličů a akcemi politiků.

Principy schvalování

- **Close rule:** návrh je možné pouze schválit nebo odmítnout.
- **Open rule:** během schvalování je možné návrh měnit.

Pokud jsou striktnější pravidla pro schvalování návrhů, potom to způsobí předkládání slabších návrhů, aby se maximalizovala šance na jejich přijetí.

Upřimné a strategické hlasování

Upřimné hlasování = voliči volí podle svých preferencí.

Strategické hlasování = voliči volí strategicky, aby maximalizovali svůj užitek.

Strategické hlasování je významné při analýze delegace pravomocí a časové nekonzistence.

Strategické hlasování ve volbách

Voliči volí ve volbách **strategicky** ze dvou důvodů:

- 1) Volič nechce volit kandidáta nebo stranu s velmi malou šancí na křeslo
- 2) Volič nechce volit kandidáta nebo stranu s velmi malou šancí na účast ve vládnoucí koalici.

Logrolling

Logrolling = dohoda mezi dvěma nebo více voliči o vzájemné podpoře, která vyžaduje, aby v nějaké kauze hlasovali proti svým preferencím.

Logrolling může vyřešit situace, které by za předpokladu upřímného hlasování vedly k cyclingu.

Logrolling

Kupování a **prodávání hlasů** zákonodárců (a voličů) je ve vyspělých zemích zapovězeno.

Probíhá však na **neformální úrovni**. „Já budu hlasovat pro tvůj zákon, ty pro můj“.

Logrolling

Vzájemné dohody o „**kšeftování**“ s hlasy v legislativním procesu (já na bráchu, brácha na mě) existovaly od nepaměti.

Tradičně byly vnímán jako nemorální a zavrženíhodné.

Počínaje **Buchananem** a **Tullockem** (1962) počaly být vnímány jako potenciálně přínosné

Princip logrollingu

	Zákon	
Volič	A	B
1	5	-1
2	-1	5
3	-1	-1

Interpretace: Tabulka udává užitek jednotlivců. Při majoritním hlasování **bez logrollingu** budou oba zákony zamítnuty, i když jsou celospolečensky prospěšné.

Význam logrollingu

Logrolling umožňuje koordinovaným **menšinám**, aby prosadily svá stanoviska.

To může být prospěšné, obzvláště ve **většinových** politických systémech, kde vítěz bere vše.

Vnitřní problémy fungování **logrollingu**: blafování, podvádění.

Rozdíly politických systémů

Rozdílné působení **volebních systémů** (většinový x poměrný) se stává významným obzvláště v systému více politických stran.

Je volba volebních systému ovlivněna **endogenně** politickými stranami? (Malé strany mají zájem na poměrném systému)

Systemy více politických stran

- Tvorba **koalic** → typicky je zformována nejmenší dostačující majorita. Proč?
- Formulace jednotlivých politik v koaličních (nesourodých) vládách.
- Snaží se strany v **multipartajních** volebních systémech od sebe co nejvíce ideologicky odlišovat?
- Jsou koaliční vlády méně stabilní než většinové vlády?



Stabilita poměrných systémů

Jsou koaliční vlády méně stabilní než většinové vlády ?

Ano: Francie, Itálie, Španělsko

Ne: Rakousko, Německo

Problematika nesourodých koalic

Pokud je vládnoucí koalice sestavena z **nesourodých** politických subjektů (s odlišnými ideologickými nebo oportunistickými preferencemi), potom je efektivita vládnutí silně oslabena.



3.2. ZÁJMOVÉ SKUPINY A LOBBYING

Politika a zájmové skupiny

Tvorba politik v moderním demokratickém státě **není vyhrazena** pouze voličům, politikům a stranám.

Je velmi silně ovlivňována (ne-li přímo determinována) vzájemným bojem mnoha **skupin** s odlišnými **zájmy**.



Typy zájmových skupin

- Odbory (ČMKOS)
- Profesní organizace (komory)
- Oborové svazy

Fungování zájmových skupin

Často je **zájmová skupina** zformována k prosazení jednoho cíle, ale jakmile je zformována a překonány vysoké počáteční organizační náklady, pokračuje v činnosti ve prospěch svých členů.

Zájmová skupina

Hybnou silou při zformování zájmové skupiny je víra, že její členové mají **společné zájmy a cíle** (vysoké mzdy pro odbory, čistší životní prostředí pro ekology).

Tento společný cíl se tak stává pro členy skupiny veřejným statkem, což znamená, že vyvstává problém **černého pasažéra**.

Dva důsledky

- 1) Je snazší zformulovat zájmovou skupinu, pokud je počet jejích členů **malý**, než když je velký (je snazší zorganizovat výrobce než spotřebitele)
- 2) Organizace zájmových skupin s velkým počtem členů vyžaduje **separátní a selektivní** motivy pro svou organizaci (odbory)

Efektivita zájmových skupin

Malé zájmové skupiny jsou daleko **efektivnější** v získávání dotací a výhod než velké zájmové skupiny. (Olson, 1965)

Příklad: V rozvojových zemích, kde **zemědělci** tvoří většinu populace a podíl městského obyvatelstva je nízký, zemědělci získávají malé či dokonce negativní dotace. Ve vyspělých zemích, kde zemědělci představují zlomek populace, často získávají obří dotace.

Politická strana x zájmová skupina

Základní rozdíl je, že politická strana se snaží **ovlivnit voliče** a uspět ve volbách, zájmová skupina se snaží **ovlivnit politiky** a jejich rozhodování v úřadě.

Někdy se ze silných zájmových skupin vyvinou politické strany (**zelení**) nebo některé politické strany upadnou do pozice „pouhé“ zájmové skupiny (**agrárníci**)

Vliv zájmových skupin na politiku

V zastupitelské demokracii se zájmové skupiny snaží ovlivnit výsledky politického procesu pomocí:

- 1) přímého vlivu na rozhodování politiků – **Beckerův model** zájmových skupin
- 2) snahy ovlivnit výsledek voleb – **příspěvky** politickým stranám na volební kampaň
- 3) Ovlivňování legislativního procesu pomocí **lobbyingu**

1) Beckerův model zájmových skupin

Model vlivu specializovaných zájmových skupin na výsledek politického procesu.

Zcela abstrahuje od **institucionálních detailů** fungování zájmových skupin.

Beckerův model ZS – *vlivová funkce*

Vlivová funkce zájmové skupiny závisí na dvou faktorech:

- a) na velikosti zájmové skupiny
- b) na velikosti výdajů na politický lobbying.

Vliv zájmové skupiny bude rostoucí s vlastní velikostí a výdaji a klesající s velikostí a výdaji ostatních zájmových skupin.

Beckerův model ZS – předpoklady

Dvě homogenní zájmové skupiny označené 1 a 2 o velikosti N_1 a N_2 . Skupina 1 chce získat zdroje od skupiny 2 a přerozdělit je vlastním členům.

Existují **náklady mrtvé váhy**, jak u výběru daní, tak u rozdělování transferů. Z jednoho dolaru se tak získá pouze $0 < \gamma < 1$ daňového příjmu a na jeden dolar transferů je potřeba $\zeta > 1$ dolarů daňových příjmů.

Beckerův model ZS – *fungování*

t je objem **daní**, který platí každý člen skupiny 2 a v je objem transferů, který obdrží každý člen skupiny 1, rovnováha rozpočtu vyžaduje, aby:
$$N_1 \zeta v = N_2 \gamma t$$

Každá skupina vynakládá **výdaje** na hlavu (x_1, x_2) na dosažení svých politických cílů (skupina 1: vysoké v; skupina 2: nízké t)

Vlivová funkce:

$$D(N_1 x_1, N_2 x_2, N_1, N_2) = N_1 \zeta v = N_2 \gamma t$$

Beckerův model ZS – *důsledky*

V Beckerově modelu zájmových skupin jsou politické výsledky determinovány **velikostí a rozpočty** zájmových skupin, které se „přetlačují“ o vliv na politické rozhodování. Ideologické motivy politiky jsou zcela potlačeny.

Každá zájmová skupina zvolí takový objem výdajů na politické cíle, který **maximalizuje** čistý příjem jejich členů, přičemž výdaje ostatních zájmových skupin se berou jako dané.

2) Příspěvky na volební kampaň

Příspěvky = kontrakt mezi poskytovatelem finančního příspěvku a volebním kandidátem.

Výměna příspěvků na volební kampaň za **přislíb** budoucích politik, které jsou výhodné pro danou zájmovou skupinu.

Klíčová otázka: Zvyšuje rozpočet volební kampaně pravděpodobnost volebního úspěchu?

Pokud ano, nejvyšší „cenu“ budou mít tyto příspěvky v případě očekávaného **těsného** výsledku voleb.

Příspěvky na volební kampaň

Alternativní interpretace významu příspěvků zájmových skupin na volební kampaň politických stran představují modely, kdy ZS pomocí nich podporují **zvolení** kandidáta, který má názorově blízko k jejich zájmům a nesnaží se jej přímo ovlivnit.

V takovém případě se kandidáti (nebo politické strany) mohou začít chovat **strategicky** a přizpůsobovat své volební programy těmto silným parciálním zájmům, aby extrahovali příspěvky od mocných zájmových skupin.

Informace

Zájmové skupiny se mohou také snažit ovlivni výsledky voleb pomocí šíření **informací**. Zájmová skupina pomáhá s propagací preferovaného kandidáta, aby se o něm zvýšilo obecné povědomí voličů.

3) Lobbying

Lobbying = přímé ovlivňování legislativního procesu zájmovými skupinami.

Lobbying přítomen spíše v „mikroekonomických“ než makroekonomických legislativních kauzách.



3.3. TRANSAKČNÍ NÁKLADY A POLITIKA

Transakční náklady

Transakční náklad = cokoliv, co ztěžuje ekonomické transakce, ať jsou to technické bariéry, asymetrické informace, obtížná vynutitelnost kontraktů, apod.

Při existenci významných transakčních nákladů vzniká **specifičnost** některých **aktiv**, což limituje jejich alternativní využití.

Tato specifičnost aktiv pak vytváří příležitosti pro potenciální **oportunismus** (např. časovou nekonzistenci nebo morální hazard) některých agentů, kteří se tak pokouší tuto situaci využít.

Politika z pohledu transakčních nákladů

= **vztah**, kde se směňují hlasy (nebo příspěvky) za příslib budoucích politik.

„Political markets are far more prone to inefficiency. The reason is straightforward. It is extraordinarily difficult to measure what is being exchanged in political markets and in consequence to enforce agreements. What is being exchanged are promises for votes.“

(North 1990)

„Kontrakt“ mezi voliči a politiky

Kontrakty (smlouvy) jsou nedokonalé. Tato nedokonalost kontraktů je v politice ještě větší než v ekonomice. Kontrakty nejsou explicitní a jsou obtížně vynutitelné.

Politické instituce a organizace vznikají za účelem snižování transakčních nákladů.

Časová nekonzistence

Politické „obchody“ mají **časovou dimenzi**. Dnešní hlasy ve volbách jsou odevzdávány za příslib budoucích politik, proto existuje riziko, že politici nesplní své sliby.

Příčinou může být oportunismus politiků nebo časová nekonzistence. Bránit takovému chování mohou „**pojistky**“ (zákony, delegace autority, kredibilita a reputace)

Shrnutí

Základní ekonomické modely politického rozhodování (**mediánový volič, logrolling, zájmové skupiny**) budou využívány v dalších přednáškách pro analýzu konkrétních témat hospodářské politiky.



Literatura

A. Drazen: **Chapter 3:** Decisionmaking
Mechanism. ss. 82 - 98.