

KJAK

Hví búskaparvøkstur er al

Svarið er einfalt. Uttan henda vøkstur gerast viðurskiftini tvørlic við hóparbeiðsloysi og halli á almennu kassunum. “Populert” kunnu vit tískil siga at búskapurin er ein “ólekjandi vøkstur-narkomanur”. Fatan av hesum “vøkstur-bundinskapi” er grundleggjandi fyri at skilja búskaparfrøði. Lærubøkur í búskaparfrøði áttu at byrja við hesi staðfesting í 1. kapitli, og goymt marknaðar-mekanismurnar til eitt seinni kapitul.



Ólavur Christiansen

búskaparfrøðingur, Ph.D., lektari: Hví búskaparvøkstur er al-neyðugur og al-tvørlicur

Frágreiðingin gerst einfaldari, tá vit skilja týðningin av tøkni og tøkni-menning. Tað er fyrst og fremst tann støðugt endurmennandi tøkni, ið styðjar upp undir ein framhaldandi vøkstur í búskapinum.

Hendan tøkni-menning byrjaði tá miðalðar hugsingarháttur avlodaðist og avloystist av einum heilt nýggjum hugsingarhátti, ið var so vorðin, at við honum slapst ikki undan framhaldandi tøkni-menning.

Í verki verður tøkni-menning nýtt til at styðja upp undir effektivitets-vøkstur í framleiðsluni – at somu ella færri fólk kunnu framleiða støðugt meira. Hetta merkir framhaldandi vøkstur í útboðnum av vørum og tænastum. Hesin framhaldandi vøkstur í útboði av vørum og tænastum má hava sítt tilvar í einum framhaldandi vøkstri í eftirspurninginum eftir vørum og tænastum. Hesin framhaldandi eftirspurnar-vøkstur merkir framhaldandi vøkstur í materiellum livistøði.

Sakin er sostatt einføld. Uttan framhaldandi vøkstur í materiellum livistøði verður ikki nóg mikið at gera hjá arbeidsmegini.

Hetta stutta svarið skal verða dýpt eitt sindur við at lýsa týðningin av tøkni-menning fyri búskapin, og við at lýsa kjarnuna í klassiskari-nýklassiskari búskaparfrøði.

Klassiska búskaparfrøðin
Klassiska-nýklassiska bú-

neyðturviliga í framhaldandi búskaparvøkstri.

Tøkni-menning og búskapur

Í dag sýnist ongin vanlig makt at kunna steðga framhaldandi tøkni-menning. Heldur blívur ein og hvør nýggj uppfinning ein eggjan og eitt grundarlag til uppaftur fleiri uppfinningar, og til nýggjar uppfinningar sum samansetingar av kendum uppfinningum. Vøksturin í tøkniligari nýskapen gerst tí umleið eksponentiellur. Hann minnir um vøksturin av einum kapitali sum veksur við rentu og rentus rentu. Tað gongur tískil skjótari og skjótari – tann tøkniliga menningin accelererar. Tá ið vit hava vant okkum til at brúka eina nýggja uppfinning í verki, kunnu vit vanligu ikki vera hana fyri uttan. Framtíðin sær tískil ómøgulig út uttan tøkni og framhaldandi tøkni-menning. Hetta hevur sjálvsagt nógv at siga búskaparlaga.

Tøkni og búskapur hanga saman á tann hátt, at nýtislan av tøkni ger tað møguligt at hækka virðisøkingin pr. arbeidstíma – færri fólk kunnu framleiða tað sama, ella somu fólk kunnu framleiða meira. Virðisøkingin pr. arbeidstíma verður nevnd produktivitetur ella framleidni. Vøksturin í framleidni ger tað møguligt at rinda arbeidsfólkinum tilsvarendi hægri realløn. Vøksturin í framleidni merkir eisini at tað ber til at framleiða vørur og tænastur ódýrari, og harvið - um

neyðugt ella skilagott - at lækka realprisin á framleiddu vørunum og tænastunum. Fyri prísviðkvæmar (prís-elastiskar) vørur og tænastur merkir príslækking vøkstur í söluiinntøkum eins væl og eftirspurdari framleiðslu. Vøkstur í realløn merkir vaksandi söluiinntøkur frá inntøkuviðkvøðum (inntøku-elastiskum) vørum og tænastum, og økta eftirspurda framleiðslu av hesum vørum.

Undir kappingar-umstøðum eru vinnuvirki noydd at nýta mest framkomnu tøkniina fyri at yvirliva og varðveita arbeidsplassini. Kappingin ger tað neyðugt at framleidnið veksur – tí tað veksur hjá kappingarneytunum. Framleidnis-vøkstur er neyðugur til tess at varðveita kappingarføri í kostnaði, vørumenning og keypi av arbeidsmegi - harvið vinning í framleiðslu og sølu av vørum og tænastum.

Búskapar-vøkstur stavar frá framleidnis-vøgstri og vøgstri í arbeidsvirkni (“beskæftigelse”). Búskaparvøkstur í % ≈ framleidnis-vøkstur í % + arbeidsvirknis-vøkstur í %.

Klassiska-nýklassiska búskaparfrøðin

Vøkstur í framleidni snýr seg um effektivitets-vøkstur í “útboðnum” av vørum og tænastum. Tað er hetta “útboðið”, sum klassiska-nýklassiska búskaparfrøðin leggur størsta dentin á. Hendan búskaparfrøðin pástendur enntá at “útboð (av arbeidsmegi og

framleiðslu) skapar sín egna eftirspurning”. Er hetta seinasta 100% rætt, so er arbeidssloysi bert ein bráðfeingis vansi, um skjótt kann verða loystur um marknaðar-mekanismurnar frítt sleppa at virka og seta eitt lønarstøði, ið fríar marknaðin fyri undir- eftirspurningi eftir arbeidsmegi.

Útbjóðararnir (framleiðararnir) á marknaðunum hugsa fyrst og fremst um egnan vinning. Hinvegin, tá ið teir standa í eini kappingarstøðu í mun til hvønn annan, koma teir óavvitandi, men á mest effektiva hátt at fremja áhugamálini hjá sínum viðskiftafólkum og hjá samfelagnum sum heild. Hetta er megin-uppáhaldið í klassiska-nýklassiska búskapar-ástøðinum um tað “ósjónligu tillagandi hondina” hjá frælsu marknaðarkreftunum.

Tilmælið frá klassiskunýklassiku búskaparfrøðini er tískil at hitt almenna gevur marknaðunum óavmarkað frælsi til at virka uttan inntriv, men at hitt almenna samstundis stendur til reiðar við upplegging til tess at tryggja óspilta kapping á øllum marknaðum. Nógv bendir á at kapping gevur bestu umstøður fyri framleidnis-vøgstri.

Keynesianska búskaparfrøðin

Higartil hava vit staðfest týðningin av tøkniini fyri “útboðið”.

Mótsett klassiska-nýklassiska ástøðinum leggur

keynesianisman høvuds-dentin á “eftirspurningin”. Ov lítil eftirspurningur eftir vørum og tænastum skapar arbeidssloysi, og ov stórir eftirspurningur “yvirupp-hitar” búskapin. Keynesianisman avvísir staðiliga at “útboð skapar sín egna eftirspurning” og partvíst eisini neoklassiska uppáhaldið um “ósjónligu hondina”

Mótsett klassiskunýklassiskum ástøði mælir keynesianisman til inntriv fyri at halda eftirspurningin á einum støði, ið tryggjar fult arbeidsvirkni. Hvussu hetta verður gjørt, hvussu eftirspurningurin verður stýrdur, hevur minni at siga fyri keynesianarar. Bara hetta verður gjørt.

Til dømis siggja keynesianarar burtur frá at eftirspurningurin eisini kann verða hildin á einum hóskaandi støði við at vinnan framleiðir eitt hóskaandi útboð av prísviðkvæmum og inntøkuviðkvæmum vørum og tænastum, og at hetta atlit kann rættvísgera almenn inntriv, ið ávirka útboðið. Eitt slíkt útboð fanst ikki undir kreppuni í byrjan av 1930-unum, men tað kom seinni, og tað var við til at leiða lond úr táverandi heimskreppu.

Ringrásin við eftirspurningi, útboði og inntøku

Higartil hava vit staðfest týðningin av bæði “eftirspurningi” og “útboði”.

“Útboðið” verður framleitt í eini virðisøkingar-tilgongd, har “virðisøkingin” svarar

“eftirspurningur” => “útboð” => “Inntøka” => “eftirspurningur”, o.s.fr., sí myndina niðanfyri:

