**P R E D A V A NJ E 8: JAVNA DOBRA I ZAJEDNIČKI RESURSI**

1. **VRSTE DOBARA**

Sva dobra se mogu svrstati u četiri skupine, na osnovu samo dva ključna pitanja:

1. Da li je tom dobru svojstvena *isključivost*, odnosno da li se ljudi na osnovu nekog načela mogu sprečiti da ga koriste?

2. Da li je tom dobru svojstven *rivalitet*, odnosno da li ograničena količina umanjuje raspoloživost tog dobra, pa njegovo korišćenje od strane jedne osobe smanjuje njegovo korišćenje od strane druge osobe?

**1.1. Privatna dobra**

Većina dobara koje ljudi poseduju i koriste danas jesu privatna. Podrazumeva se rivalstvo u nastojanju da se ta dobra prisvoje i isključivost u tome kako se ona koriste. Ako porodica ima jedan stan, onda je sasvim prirodno da se drugim porodicama obezbede drugi stanovi.

**1.2. Javna dobra**

Javnim dobrima nisu svojstveni isključivost i rivalstvo. Ako je gradsko osvetljenje namenjeno svima, a njegovo korišćenje ne isključuje mogućnost nikome da ga koristi, to znači da po definiciji korišćenje jedne osobe ne smanjuje mogućnost njegovog korišćenja drugima. Čist vazduh u jednom selu jeste najtipičnije javno dobro.

**1.3. Prirodni monopol**

To u stvari i nije vrsta dobra već poseban status pojedinih javnih dobara. Takva je protivpožarna zaštita kojoj lokalna zajednica daje status monopola, što znači da ta služba nema konkurenciju (jedan na strani ponude). Ona ima svojstvo isključivosti, ali ne i rivaliteta. Naime ova služba je namenjena svima, ali njeno delovanje može nekom pomoći, a opet nekome dozvoliti da mu kuća izgori. Ako se u nekoj lokalnoj zajednici već osnuje vatrogasna stanica, osnivanje sledeće zahtevalo bi suviše velike troškove za određeni prostor, tako da prirodni monopoli po logici ekonomske efikasnosti opstaju i dalje.

**2. ZAJEDNIČKI RESURSI**

Zajedničkim resursima je *svojstven rivalitet, ali ne i isključivost*. Na primer, sakupljanje pečuraka u planinskim šumama u nas dostupno je uglavnom svima. Ali samo do izvesne granice. Čim se broj gljivara naglo uveća, ubrzo se na određenoj lokaciji odnese sav trenutni rod, a time i bitno smanji izgledi budućih prinosa. U tome je najveći problem zajedničkih resursa i istovremeno jedan od najvećih problema održivosti.

**2.1. Specifičnost javnih dobara**

Javna dobra su data na korišćenje svim građanima. Da nema javnih dobara, život bi u današnjim gradskim uslovima verovatno bio teško podnošljiv. Ljudi koriste ulice, parkove, pešačke staze, mostove, a da pri tome najčešće ne razmišljaju da li to bilo koga išta košta. Pri tome, neko u njihovo ime troši sredstava poreskih obveznika iz budžeta, da bi izgradio još jedan most preko reke, podzemni prolaz, autoput, za njihov račun, ili čak na račun budućih generacija. Ključne odrednice javnih dobara jesu njihova *nedeljivost* u potrošnji, i *neisključivost* kada je u pitanju korišćenje. To znači da je njihovo korišćenje pod jednakim uslovima dostupno svima, ali tako da od tog korišćenja niko nema gubitak korisnosti, odnosno štetu ili dopunski trošak. Takva je, na primer, javna gradska rasveta za koju se smatra da je neophodna iz bezbednosnih, pa i estetskih razloga, ali to je na prvom mestu ekonomska potreba.

***Ada Ciganlija - javno dobro Beograda: od pozitivnih do negativnih eksternalija***

Kako bi samo Beograđani preživljavali žarka i sve suvlja leta na užarenom asfaltu i pretrpanim ulicama da nije Ade Ciganlije (popularne „Ade“ – jezera i ostrva) sa ukusom uređenog prostora za svakovrsnu rekreaciju i sport? Razume se da je Ada za sve ljude koji dolaze u Beograd ili žive u njemu, nešto što se koristi tokom cele godine, bilo kao mesto za „pročišćavanje pluća“, pešačenje, rekreativni sport ili laganu šetnju, ali i za večernje izlaske, „sedeljke“ i provod u kafićima i restoranima.

**Pozitivni i negativni uticaji*.*** Kao u tipičnom teorijskom slučaju Ada, kao javno dobro, ima naglašeno pozitivne uticaje. Ona je za život u Beogradu i njegovu privredu izvor zdravlja, način fizičke i psihičke rekreacije, kao i brojnih zadovoljstava ljudi, a onim drugima koji tamo pružaju usluge i zarađuju za život, to je ključni ekonomski resurs za njihovu poslovnu aktivnost.

U jutarnjim i prepodnevnim satima, posebno onih prijatnih letnjih dana, to je prilika za sunčanje i plivanje u relativno čistoj vodi, pešačenje, vožnju „rolera“, bicikla u dužini od blizu 8 kilometara, treniranje plivačkih sportova, veslanje po samom jezeru… Ali, samo je leti Ada Ciganlija, a s njom i njeni korisnici, ponekad u problemu neometanog pristupa i neisključivog prava korišćenja. Naime, kao javno dobro namenjeno svim korisnicima glavnog grada i Srbije, Ada je dovoljno velika da može da primi više desetina hiljada rekreativaca. Ali problem nastaje u vrelim danima jula i avgusta kada se temperatura približava 35-om podeoku i kada su Beograđani masovno, u ko zna sve kojim kombinacijama, od najmlađih do najstarijih, na Adi. Tada je zapravo i preko dvesta hiljada skoro istovremenih korisnika ovog javnog dobra.

Neometan pristup nalaže jednako pravo i princip neisključivosti. Kafići i restorani, prodavci sladoleda i kokica, kuvanog kukuruza i krofni sa druge strane takođe su korisnici javnog dobra, ali kao proizvođači ili davaoci usluga. Svi su na delu, samo što je kvalitet usluge koju javno dobro u takvim okolnostima daje odnosno marginalna korisnost dobra sve niža, s obzirom da vrućine na Adu ponekad teraju i najtvrdokornije „kućne moljce“.

Svaki dodatni korisnik, preko podnošljivog kapaciteta od oko 50.000 podrazumeva sve veće ukupne eksterne troškove svih ostalih. Naime, ako se u ranim popodnevnim časovima na Adu stigne tokom vrelih letnjih vikend dana, eto problema, gužvi, potencijalnih infekcija od prljave vode, sve neprijatnijih mirisa iz javnih pokretnih toaleta, mogućnosti trovanja pokvarenim sladoledom. I pored relativno brojne službe za održavanje higijene, što je veća gužva sve je veći broj „zaboravljanih“ otpadaka, koje valjda ne stižu na vreme da odnose, i to ne samo iz prepunih korpi i kontejnera za smeće već i van njih.

Na plaži, ponekad prosto nema mesta, a traženje većeg prostora za sunčanje i plivanje podrazumeva pešačenje po nesnosnoj vrućini i gužvi, uz rizik od sudara sa biciklistima, vozačima rolera ili vozićem za prevoz putnika oko jezera… I pored ogromnog broja parking mesta i uređenog parking prostora, tada je za parkiranje, i pored relativno visoke cene (monopol javnog preduzeća „Parking prostor“) teško naći mesto, a još teže je automobilom se uključiti na izuzetno opterećenu pristupnu saobraćajnicu, faktički za celu zapadnu Srbiju (Ibarska magistrala).

Tu vas dalje čeka haos i u javnom prevozu, pa je ponekad skoro nemoguće ući u autobus, a naročito nedeljom posle podne kada se ljubitelji Ade vraćaju sa omiljenog kupališta. Preostaje redak i skup taksi, nekada pešačenje, uglavnom za one koji žive nešto bliže Adi, ili riskantna vožnja biciklima, uglavnom onima koji imaju retku priliku da se ne vraćaju baš pored reka, inače jedinom uređenom biciklističkom stazom. Tako je za Beograđane Ada, iako po definiciji pravi raj, ponekad i prava mora za njene korisnike.

**Srećan epilog - „Ada“, treće po lepoti gradsko ostrvo na svetu*.*** U vreme rada na ovom delu knjige (8. 12. 2010.) iz sveta je pristigla veoma ohrabrujuća vest da je beogradska Ada Ciganlija treće najlepše gradsko ostrvo sveta na rang listi koju je sastavila i objavila svetska internet putnička agencija *Virtual Tourist*. Ispred beogradskog izletišta i kupališta nalaze se samo ostrvo Svetog Luisa u Parizu i ostrvca Kampa na Vltavi u Pragu. Beograd je na taj način priznat kao destinacija sa izuzetno atraktivnim i negovanim javnim dobrima, a Ada Ciganlija je dobila globalno priznanje kao gradsko javno dobro i ekološki resurs od važnosti za čitav svet.

(Izvor: [www.adaciganlija.rs](http://www.adaciganlija.rs) )

**3. POZICIJSKA DOBRA I EKSTERNALIJE U POTROŠNJI**

Do sada smo našu pažnju posvećivali ekološkim uticajima proizvodnje. Sada ćemo razmatrati uticaje potrošnje, koji su poslednjih decenija postali značajni.

**3.1. Dohodak, potrošnja i osećaj sreće**

Da li se novcem kupuje sreća? Prema Jevanđelju Isus nije smatrao da je tako, kao i mnogi ljudi koji su bili siromašni pa su postali bogati. Sličan stav se može naći u svakoj od velikih verskih knjiga: Kuranu, Talmudu i sl.

**3.1.1. Isterlinov paradoks**. Istraživanja vršena tokom osamdesetih godina proteklog veka pokazala su veoma male razlike u procentu ljudi koji se smatraju srećnima kada je reč o zemljama visokog i niskog dohotka. Naime povećanje dohotka jasno je povezano sa povećanim životnim zadovoljstvima, ali samo do postizanja nivoa srednjeg dohotka, i po pravilu u kratkom periodu uzdizanja. Ta zakonitost poznata je u ekonomskoj teoriji kao Isterlinov paradoks.[[1]](#footnote-2) Jedan čovek od pet, iz siromašnog društva, smatra se veoma srećnim, a taj odnos u slučaju najbogatijeg stanovništva jeste jedan od četiri. Pri tome treba uzeti u obzir da ljudi iz bogatih zemalja često ističu da su manje srećni od onih iz siromašnih, a zemlje u kojima živi najveći procenat „srećnih“ po pravilu nisu sa najvišim dohotkom.

**3.1.2. Marginalna korisnost kao pretpostavka za sreću.** Neoklasična ekonomija naglašava princip „nevidljive ruke“ tržišta, kao temeljni za objašnjenje rasta proizvodnje, razmene i potrošnje homo economicusa. A njegova osnovna karakteristika jeste racionalnost u donošenju odluka, zasnovanih na maksimizaciji korisnosti. Ljudska sreća ostaje po strani, ali se nekako, bar indirektno, podrazumeva identifikacija rasta dohotka i bogatstva, odnosno da povećanja količine potrošnih dobara kojom homo economicus raspolaže, povećava njegovu sreću“[[2]](#footnote-3). Dakle, ekonomska dobrobit nije sreća u celini – to su potvrđivali drevni, kao i današnji filozofi.

Kao definitivno istinita, u ekonomiji je usvojena tvrdnja britanskog filozofa Džeremi Bentama i drugih utilitarista da druga šolja kafe, kao i drugo jelo, donose manje zadovoljstva od prve šolje kafe ili prvog jela. Ovaj potrošački princip u povoju poručuje da se čovek ne oseća srećan ako nešto ima u izobilju. Ekonomisti su na osnovu utilitarističke filozofije razvili zakon „opadajuće granične korisnosti“. Tako se u udžbenicima osnova ekonomije obično daje primer o prvoj krigli piva koja daje najveće zadovoljstvo, druga treća i četvrta takođe pružaju zadovoljstvo, ali svaka od njih sve manje od prethodne, dok peta po redu čak donosi negativnu graničnu korisnost, jer se pije sa mukom i donosi mučninu i glavobolju. Takve posledice marginalne korisnosti prenete su na uticaj dohotka i bogatstva. Naime, povećanje dohotka kojim se prevazilazi siromaštvo i gola borba za egzistenciju proizvodi pozitivnu i visoku graničnu korisnost i čini ljude srećnijim. Međutim, povećanje dohotka i bogatstva „iznad novoa udobnosti i sigurnosti, koje vodi u raskoš i rasipanje, proizvodi negativnu graničnu korisnost“. Ovaj citat američkog sociologa i ekonomista Torstena Veblena iz XIX veka posebno o fenomenu snobovske tražnje, tačnije rečeno, osećaja ljudi da im naprosto cilj potrošnje i luksuza „postaje zavist drugih ljudi“. Tzv. prestižne potrebe pokazuju se i kao uzrok niza specifičnih negativnih eksternalija poznatih usled težnji da se u svim uslovima saobraćaja putuje ličnim automobilom, da se po svaku cenu živi u najelitnijem delu grada što vodi ka paradoksima „pozicijske konkurencije“, koje uslovljavaju gužve, zasićenost, stres, i povećanje troškova .

Dobra tzv. upadljive potrošnje jesu ona koja prevazilaze nivo potreban za zadovoljenje ljudskih potreba. Nagon za prestižom i takmičarski duh, upravljaju ljudskim ponašanjem gotovo isto toliko koliko i nagon za samoodržanjem. Povećanje produktivnosti rada u bogatim zemljama, tvrdio je Galbrajt, dovodi do kreiranja novih nepotrebnih proizvoda koji ne doprinose blagostanju već predstavljaju plod širenja želja, čije su žrtve mahom prostodušni ljudi niskog obrazovnog nivoa [[3]](#footnote-4). Zapravo njima je najlakše manipulistati. Razmatranje ovih psihološko-ekonomskih fenomena bitno je u kontekstu analize konkurentnosti današnjeg tržišnog modela koja se u velikoj meri sastoji u kreiranju samih potreba, a ne u njihovom stvarnom i humanom zadovoljavanju.

**3.1.3. Udobnost i uživanje - relativitet određenja.** Nova kontroverza pojavljuje se u razlici između udobnosti i uživanja. Udobnost je odsustvo neudobnosti ali je za uživanje neophodan i stimulans. Potraga za uživanjem premestila se iz sfere proizvodnje u sferu potrošnje. Šta je sve mera ukupnog blagostanja ljudi ako su osećaji udobnosti i uživanja subjektivni? Time su se bavili istraživači koji su pokušali da ukažu na razliku između rasta i razvoja. Za razliku od prostog ekonomskog rasta, ekonomski razvoj podrazumeva promene u strukturi privređivanja i odnosima proizvodnih faktora a posebno u tipu i strukturi delujućih tehnologija. To znači da je za ekonomski razvoj karakteristično uvođenje novih proizvodnih postupaka, kooperacija i drugih oblika tehnološke i ekonomske saradnje koji omogućavaju promenu proizvodnih programa.

Na „zaleđenoj“ i birokratskoj proizvodnoj organizaciji i privrednoj strukturi ne može se zasnivati nikakav ekonomski razvoj. Tržišna privreda, otvorena ekonomija preduzetničkog usmerenja i stimulativna razvojna funkcija države – to su u savremenom svetu neophodne pretpostavke ekonomskog razvoja. Za ostvarenje *socijalnog blagostanja.* nije dovoljan porast samo materijalnog standarda života i mogućnost posedovanja i potrošnje velike mase dobara i usluga. Osim potrošačkog faktora neophodni su i elementi zadovoljstva i harmonije života pojedinaca kao i njihovog uključivanja u zajednicu. Artur Okun, svojevremeno predsednik ekonomskog saveta SAD, navodi sledeće sadržaje ekonomskog blagostanja:

- *ekonomski rast i razvoj* koji omogućavaju zadovoljavanje individualnih i socijalnih potreba;

- *obim socijalnih prava i mogućnosti njihovog korišćenja;*

*-* raspoloživa količina i mogućnost *korišćenja slobodnog vremena*;

- *subjektivni osećaj lične sreće* pojedinaca i porodice.[[4]](#footnote-5)

**3.2. Pozicijska dobra**

Nedostupnost stanovanja u sopstvenoj kući veliki je problem, koji verovatno najpre želi da reši svaka porodica. Potreba da se obezbedi krov nad glavom verovatno je jedna od najprioritetnijih koja se tiče svake zemlje današnjeg sveta. Krov nad glavom za različite ljude može da bude manji ili veći izdatak, ali je po definiciji ono što spada u fundamentalna i trajna potrošna dobra. Otuda je i cena objekta za stanovanje uglavnom iznad drugih trajnih potrošnih dobara (automobili, nameštaj, ili čak bilo koji oblik luksuza). Ali cena kuće najćešće zavisi bitno od njene pozicije. Zato je otplata kuća i stanova predmet tipičnog hipotekarnog kredita građana.

Tako na primer, u SAD tokom sedamdesetih godina XX veka prosečna otplata hipoteka na kuću iznosila je 18% porodičnog dohotka, a krajem XX veka već 30%. Vrlo je slična situacija u današnjoj Srbiji, kao i u brojnim drugim zemljama u tranziciji (posebno u okruženju, ali i Turskoj, Grčkoj, Španiji itd.) koje imaju sve izraženiju potrebu za kupovinom novih stanova u velikim administrativnim, trgovačkim i industrijskim centrima, čak i u uslovima kada se u mnogim manjim gradovima, a naročito selima javlja višak stambenog prostora zbog *depopulacije* i ekonomskih migracija.

**Primeri pozicijske konkurencije**

„Hirsh pozicijsku konkurenciju upoređuje sa koncertnom dvoranom u kojoj pojedinci u prvom redu često ustaju da bi imali bolji pregled tako da svi u celoj dvorani moraju da ustanu. Na kraju svi, neudobno stoje na prstima, ali niko ne može videti ništa bolje nego što bi mogao onaj iza njega. Još jedno, ustajanje ima smisla sa stanovišta pojedinca, ali je društveni rezultat svakako ukupno gori položaj…

…Pozicijska konkurencija često dovodi do eksternalija u potrošnji. To su troškovi potrošnje koje ne snosi potrošač.

Razmotrite privatnu odluku da putujete automobilom. Lako možete uštedeti dvadeset minuta vašeg vremena, ali time takođe smanjujete brzinu kojom drugi mogu stići na posao i pri tome svi doprinose gradskim gužvama. Kumulativni učinak hiljada privatnih odluka za preseljenja u grad, odnosno predgrađa, dovelo je do brojnih problema: sve otuđenije zajednice, loše stanje škola, povećanje stope kriminala i narušavanje životne sredine“.

( E. Goodstein, *Ekonomika okoliša*, MATE, Zagreb 2010. str. 203)

Za ovu priliku valja podsetiti na jedan paradoks koji se tiče održivosti. To je fenomen potrebe stanovanja u poželjnom okruženju, gde je dugoročna ponuda prilično fiksna (neelastična). Poriv se odnosi na zauzimanje retke pozicije u svakom smislu. Uzmite primer delova grada koji su popularni zbog centralne pozicije prema svemu bitnom što se u gradu dešava, ili pak zbog poželjnog susedstva, škola i bolnica u blizini, dometa javnog prevoza, biznis komunikacija („krug dvojke“ u Beogradu ili Grbavica u Novom Sadu).

Sigurno je da nema reči o nedostatku valjane ponude, već samo o višku tražnje pošto je to dovelo do neslućene i prekomerne urbanizacije u najvećem delu današnjeg sveta. Istovremeno, nekim građanima, posebno pripadnicima srednje klase, drastično se pogoršao kvalitet stanovanja pa su oni otišli u predgrađa. Ukupni društveni ishod je ipak *negativan*. Ograničena ponuda i prevelika tražnja za pozicijskim stanovima dovele su do enormnih cena i sve veće zakrčenosti centralnog gradskog prostora, ali i do problema sa parkiranjem, javnim saobraćajem i smanjenjem prohodnosti, „zagađenjem“ od prevelikog broja ljudi i automobila na malom prostoru.

Bez obzira što se fizičko stanje i upotrebne vrednosti nekretnina u gradovima smanjuju a kvalitet života u njima postaje sve gori, cene neprestano rastu.[[5]](#footnote-6)

Odgovor na taj paradoks dolazi iz fiksne i neelastične dugoročne ponude dobara poput onih još nezakrčenih prostora placeva za stanove i poslovni prostor, sa relativno dobrim pristupom. Reč je o pozicijskim dobrima koja su izložena tzv. pozicijskoj konkurenciji. Primeri za pozicijska dobra su veoma različiti, od karata u ložama za veliki sportski ili muzički spektakl, do luksuznih kuća na posebnim mestima za odmor na moru.

Povećanje dohotka neminovno vodi ka tome da ljudi sve više traže pozicijska dobra, ali i ka tome da se traži sve više novih (drugačijih, modernijih i tehnološki savršenijih) potrošnih dobara, kao što su mašine za pranje veša ili sudova, novi tipovi usisivača ili frižidera. To naravno, ne znači da je u pitanju uvek viši kvalitet, već često i veoma obrnuto, sve bržu i masovniju kupovinu i sve kraću upotrebu stvari, sa sve manjim vekom trajanja, koje se po pravilu ne popravljaju već odlažu. U odlaganju i eksternim troškovima načina tog odlaganja nalazi se jedan od najvećih problema današnjih eksternalija vezanih za potrošnju.

Kako prinuditi ljude da ne zauzimaju dragoceni prostor, da recikliraju i pravilno (prema standardima) odlažu sve više materijalnih dobara čiji je vek trajanja sve kraći? Odgovor se očigledno, ne može tražiti samo u ekonomskim mehanizmima, (mada će bez njih sve ići veoma teško) već u sprezi tehnološke i ekološke standardizacije, odnosno zakona i ekološke politike.

***Ekonomija i filozofija sreće – potrošnja, život i vrlina***

Građanska misao, kako liberalne tako i socijalističke i marksističke orijentacije bila je preokupirana idejom progresa, slobode i materijalnog blagostanja. Grčki filozofi su materijalne uslove blagostanja uvažavali kao samo jednu od pretpostavki za sreću, koja je prema Platonu rasprostrta među tri vrsta uživanja: želje, timos (dostojanstvo, čast) i razum. Sve tri pomenute dimenzije duše zahtevaju zadovoljenje i ispunjenje, ali su ljudi skloni više jednoj a manje drugima, pri čemu su filozofi, razume se, najskloniji znanju kao cilju razuma.

Aristotel je smatrao da srećan čovek jeste onaj koji živi u skladu sa potpunom vrlinom, ali pri tome on takođe mora da bude snabdeven eksternim dobrima tokom celog života. Aristotel pri tome pledira za umerenost i zlatnu sredinu u svemu, pa i bogatstvu i potrošnji. Epukur opet razmatra ljudsku sreću kao prevagu između bola i strasti, odnosno sadašnjeg i budućeg uživanja. Platon je (kao što smo malopre naglasili) razlikovao tri vrste uživanja: materijalno bogatstvo, uspeh i čast, kao i znanje. Filozofi najveću sreću ostvaruju preko znanja, ali *eudaimon* (grčka reč koja označava sreću) „implicira permanentne uslove života i stanje karaktera, što se nalazi između prosperiteta i integriteta ličnosti“. U svakom slučaju određeni nivo materijalnog prosperiteta jeste preduslov za sreću – stav je gotovo svih filozofa koji su se ovim pitanjem bavili.

Možda najtemeljniji starorimski filozof Seneka, pre svega kao stojičar, bavi se prioritetno pitanjima dosezanja vrline, kao najvišeg (filozofskog) životnog cilja ali daje veoma konkretne poduke o ekonomsko-finansijskom poštenju, vraćanju duga, kamati, kreditu, potrošnji, pa i onoj razmetljivoj, snobovskoj koju prezire, poput Veblena u XIX veku i nekih današnjih antikonzumerista. On tako postavlja čitav niz pitanja aktuelnih do dana današnjeg. „ Ko je ikada na sebe navukao haljinu od skarleta zato da je nikome ne bi pokazao? Ko je ikad u zlatnom posuđu služio jelo koje je uživao sam“?. Ili:...“ onaj ko se divi i zna za nešto, taj nas podstiče na sve ono o čemu ludujemo... Ambicija, raskoš i razuzdanost traže publiku“. (Seneka 2008, sr. 390)

Ili ideja „vreme je novac“, za koju bi većina današnjih ekonomista i sociologa rekla da potiče sa anglosaksonskog ekonomsko-finansijskog prostora, u stvari je jedna od neupitnih nasleđenih pouka i mudrih misli, koju Seneka citira zajedno sa onom drevnom „upoznaj samoga sebe“. pri tome treba imati u vidu da je Seneka, kao relativno bogat čovek, imao volje, snage i mogućnosti da se odrekne celokupnog imetka kada je prognan iz Neronove palate, u kojoj je radio kao imperatorov učitelj.

 (Izvor P. Đukić, „Rasprava o ekonomsko-finansijskim apsurdima: u ogledalu teorije i stvarnosti“, *Finansije* 1-6, 2014).

**4. MOŽE LI TRŽIŠTE IPAK DA POMOGNE?**

Kada tržište nema dovoljno efikasna i društveno-prihvatljiva rešenja (bilo da je reč o finansiranju javnih dobara ili zabrani trgovine narkoticima, ljudima i oružjem) u pomoć po definiciji priskače regulatorni javni mehanizam, koji se zasniva najviše na instrumentima kao što su porezi, takse, dozvole, ali i na prinudi, delovanjem policije i pravosuđa. Međutim, ekonomska nauka kaže da je ekonomija manje efikasna ukoliko se u njoj vrše značajnije administrativne intervencije, a ekološke barijere to po definiciji jesu.

Ekonomisti potpuno opravdano podvlače, da bez tržišne ekonomije nema nikakvog pa ni održivog razvoja. Međutim, kada se postavi pitanje kako to tržište uopšte može da reguliše izvesne negativne ekološke uticaje ili da pomogne u njihovom rešavanju, odgovori su došli na osnovu prakse i kasnije teorijske analize: politikom cena i oporezivanjem proizvođača/potrošača dobara koje uzrokuju ekološke štete.

**4.1. Kouzova teorema**

Naime, u ekonomskoj literaturi su objavljivana istraživanja o tome kako na negativne eksternalije reaguju „korisnici“ ili proizvođači zagađenja sa jedne strane, ukoliko su u slobodnim pregovaračkim okolnostima u odnosu na tzv. „susedne“ subjekte koji trpe negativne posledice zagađenja. Sasvim su verodostojna svedočenja da tržište može da pomogne, pod uslovom da su vlasnička prava razgraničena i ako pregovori ne iziskuju troškove. Teorema je dobila naziv Kouzova teorema, po ekonomskom teoretičaru koji je prvi objavio istraživački rad o tome. Pregovaranje jeste delovanje u pravcu sporazumevanja. Strana koja raspolaže vlasničkim pravima može da čini ustupke drugoj strani, dobijajući zauzvrat nadoknadu. Primera ima mnogo, od onih koji analiziraju sporazum dva suseda od kojih jedan ima psa koji noću laje, a drugi zbog toga ne može da spava, pa do situacije u kojoj dve osobe rade u istoj kancelariji, pri čemu je jedna pušač a druga nepušač.

Zamislimo sada jedno vikend naselje u blizini Beograda. Mnoštvo ljudi dolazi tamo krajem nedelje i praznicima da uživaju u prirodi, čistom vazduhu, lepom pogledu, tišini i miru. Njihove vikendice su relativno grupisane, ali je okolina, kao i uvek rezultat brojnih ekonomskih i drugih aktivnosti, odnosno, zagađena najlon kesama, pet ambalažom, prljavštinom stajnjaka… Ukoliko u blizini nema određenog mesta za odlaganje čvrstog otpada, onda se tu i tamo skrivene u šumi mogu naći manje divlje deponije u kojima se ne retko mogu videti i stari šporeti i veš mašine.

Pretpostavimo da je ekološka akcija koju je pokrenula Vlada Srbije u 2009. „Očistimo Srbiju“, dobila odgovarajući odjek, sa mogućnošću da se u čišćenje prostora uključi što veći broj ljudi bar jednom mesečno, a ne godišnje. U tom slučaju, korisnici vikend prostora, ali i lokalnih šuma, njiva i pašnjaka, mogli bi da se dogovore, naročito u saradnji sa lokalnom zajednicom, da prihvate zajedničku jednodnevnu akciju prikupljanja otpada, eliminacije divljih deponija, čišćenja vodotokova i odnošenja smeća radi reciklaže, ukoliko za to ima mogućnosti.

Vratimo se ekonomskom interesu za takvu akciju. Najpre, evidentno je da su interesi, kao i ekološka svest uostalom, veoma različiti. Uz pretpostavku da bi se većina korisnika „čišćenja“ kao javne potrebe odazvala pozivu, ostaje mogućnost da deo korisnika ove javne eksternalije, prema čisto ekonomskom principu, želi da *uloži što manje* (ili ništa), a da koristi *maksimum korisnosti javnog dobra*.

Drugi problem jeste *protivrečan* *interes* za ekološku akciju kao javno dobro. Naime, korisnici „čišćenja“, željni zdrave životne sredine i očuvane prirode, imaju relativno visok motiv da očiste prilazne puteve, vodotokove ili ono što je u njihovom dvorištu ili u vidokrugu. Za taj cilj bili bi spremni da žrtvuju najviše što mogu. Drugačije stoji stvar sa čišćenjem rasutog otpada ili malih divljih deponija koje su daleko od njihovog poseda ili koje se ne vide iz njihovog dvorišta.

Lokalni zagađivači, sa druge strane, imaju sasvim drugačiji korisnički i finansijski pristup. To je veoma raznolika skupina prekomernih korisnika životne sredine kao resursa ili prostora: od poljoprivrednika koji pored njiva ostavljaju stare najlonske džakove za mineralna đubriva, pet ambalažu i konzerve, gde im je najlakše i manje ih košta, do lokalnih prodavnica, mlekare, ili onih koji istovaruju ostatke upotrebljenog građevinskog materijala gde stignu i gde se to najmanje vidi, da ne bi platili njihov transport i pravilno odlaganje. Gotovo svi oni bi se odrekli dela takvog „prava na zagađenja“ samo pod uslovima da ih to ne košta previše. Naime, treba se prisetiti da su *marginalne koristi* zagađivača *opadajuće* i da, po pravilu, nema tog zagađivača koji bi se u potpunosti svesno lišio zagađivanja.

A, sa druge strane, *granični troškovi čišćenja* onih koji su poveli ekološku akciju su *rastući* tako da je najverovatniji ishod kompromisni delimičan uspeh akcije, u kojoj bi zagađenje počelo da se smanjuje, ali bi preostala još prilično velika porcija za neku sledeću priliku, ili eventualno kao *zagađenje stokova*, za sledeće generacije, što je verovatno najgora varijanta.

**4.2. Dejlijevo pravilo**

Ne bi bilo dobro da se shvati da tržište uvek ima kompletna rešenja za sva ekonomska i razvojna pitanja, posebno ona u vezi sa eksternalijama. Slobodan dogovor, odnosno pregovaranje i obeštećenje za zagađenja, kao i eventualno korišćenje pozitivnih efekata susedne aktivnosti po definiciji donosi prihvatljiva rešenja. Ona se posebno mogu odnositi na urbani život ili ekonomske efekte na susednom posedu. Najjednostavniji primer jeste onaj po kome neko ko sebi gradi nešto veću kuću pored postojećeg lokalnog puta, u nameri da razvija seoski turizam, ili da gradi ugostiteljski objekt, može imati motiv za popravku, proširivanje ili asfaltiranje postojećeg puta. Koristi od tog puta, razume se biće i eksterne prirode, jer će susedi koji žive na liniji iste saobraćajnice imati niže troškove prevoza, kao i veći interes za investiranje u blizini, pa čak i porast tržišne vrednosti svojih nekretnina.

Shodno Kouzovoj teoremi, njihov slobodni sporazum mogao bi da vodi ka finansijskoj participaciji korisnika pozitivnih eksternalija (internalizacija) da bi se projekat lakše realizovao. To je solucija sa dobrim ishodom. Međutim, uspešnost rešenja ovog pitanja zavisi, kao i u slučaju svakog dogovora, od broja učesnika. Kouz pre svega podrazumeva individualni dogovor. Međutim, moguć je i sasvim drugačiji ishod. Ukoliko je nekoliko učesnika različite ekonomske snage, kao korisnika ovog puta kao javnog projekta, eto prilike da se zateže oko prihvatanja učešća ili cene, pa čak i mogućnosti da pojedini korisnici, očekujući da stvar nekako prođe i bez njihovog doprinosa, potpuno odustanu od participacije. U ovom i sličnim slučajevima dolazi do *povećanja* *transakcionih troškova* koji doprinose da strane učesnice trpe u procesu pregovaranja ili sprovođenja dogovora u delo. To pravilo je poznato u literaturi kao Dejlijevo pravilo. Primer se opet može naći u slučaju pominjanog proširivanja lokalnog puta.

Naime, ako susedi ili potencijalni drugi korisnici eksternih efekata govore drugačijim jezicima, pripadaju drugačijim kulturama, ne žive stalno u mestu i ne mogu redovno međusobno da komuniciraju, ili pak jednostavno ne razumeju nameru ili ne žele da prihvate dugoročni efekat popravke puta (na primer staračka domaćinstva, čije su biološke, a time i finansijske ambicije vrlo skromnih perspektiva) eto prilike za nesporazum ili neuspeh tržišnog rešenja koje implicira Kouzova teorema.

**4.3. Pouke iz relacije: ekologija i tržište**

Nije loše da se na osnovu prikaza prethodnog primera ovde izvuku najbitnije pouke. Te pouke tržišnih rešenja za problem zagađenja mogle bi biti sledeće:

- prvo, na osnovu tržišta (a verovatno i bilo kog drugog mehanizma, odnosno autoriteta) potpuna *eliminacija zagađenja je nemoguća*;

- drugo, *čišćenje zagađenja uvek košta;*

- *treće*, sa stanovišta društvene efikasnosti najbolje je da čišćenje kao i druga pozitivna eksternalija, *košta onoliko koliko je korisnik tog čišćenja spreman da plati*, a da to bude prihvatljivo za zagađivača koji se veoma teško može odreći ukupno prouzrokovanog zagađenja;

- četvrto, „nevidljiva ruka“ (slobodni tržišni sistem) *jeste moćan mehanizam, ali ne i svemoćan*, posebno kada su u pitanju negativne eksternalije. To znači da su u pojedinim slučajevima bitni regulativni mehanizmi (maksimalna koncentracija zagađenja, korisničke naknade, dozvole, ali i kazne, odnosno, Piguovi porezi, kao i podsticaji) koji moraju da budu upotrebljeni sa ciljem povećanja društvenog blagostanja, ekološke efikasnosti i održivog razvoja.

To posebno važi za fabrike hemijskih proizvoda, koje po definiciji ispuštaju manje ili više zagađujućih supstanci, proizvode razne vrste otpada, buku ili na drugi način ugrožavaju ekosistem.

1. Prema njegovom radu: Easterlin Richard, “Does Economic Grawth Improuve the Humanlot: Some Empirical evidence”, Nations and Households in Economic Grawth, New York, Academy Press, 1974. [↑](#footnote-ref-2)
2. Mahmutefendić T, *Eseji iz apsudne ekonomije i politke*, Tuzlanska riječ, Tuzla 2014. str. 17. [↑](#footnote-ref-3)
3. Galbrajt, *Dobro društvo*, Grmeč – Privredni pregled, Beograd 1998, str. 35 [↑](#footnote-ref-4)
4. Wonnacott/Wonnacott, 1982, str. 719 [↑](#footnote-ref-5)
5. Uticaj aktuelne globalne finansijske krize je izuzetak, a ne pravilo. To je očigledno jer, bar u Beogradu, cene kvadratnog metra stana (razvrstane prema gradskim područjima ) doživele su stagnaciju i blagi pad tokom 2009. i početkom 2010, da bi već sredinom 2010. tržište počelo da narasta, a cene su se pokrenule bar za, prethodno sniženih, deset odsto. [↑](#footnote-ref-6)