

Борис Беговић*

Richard B. McKenzie, Dwight R. Lee, *In Defense of Monopoly: How Market Power Fosters Creative Production*,
The University of Michigan Press, Ann Arbor 2008, стр. 297.

Свако ко је гледао ране холивудске вестерне добро зна за слоган да је само мртав Индијанац добар Индијанац. Аналогно томе, за многе каубоје политике заштите конкуренције нема доброг монопола – то је нешто што је неминовно лоше. Имајући управо кандидате за Џона Вејна у виду, Макензи и Ли написали су књигу којом су желели да покажу да ипак... није сваки (живећи) Индијанац тако лош.

Њихова основна поента, изложена већ у предговору, јесте да савршена конкуренција (она која је описана у економским уџбеницима уводног нивоа) не само да није остварива, него није ни пожељна. Ово стога, јер резултат такве конкуренције – цена која је једнака граничним трошковима, не ствара подстицаје за иновације, за нове производе и нове поступке производње, па тиме не долази до технолошког напретка, који је покретачки мотор привредног раста и увећања друштвеног благостања. Такве подстицаје за иновације, односно подстицаје за истраживање и развој, нуди управо очекивање да ће реализацијом те иновације предузетник постати монополиста и да ће на тај начин остварити и максимизовати економски профит (профит изнад опортунитетних трошкова капитала). У том контексту, монопол се сагледава као механизам који омогућава увећање укупне факторске продуктивности и привредни напредак. Бројни емпиријски радови показали су да је огроман, свакако натполовичан део привредног раста који се одиграо у последња два века, последица драматичног пораста укупне факторске продуктивности, а не акумулације, односно увећања количине ангажованих производних фактора. Имајући све то у виду, не чуди то што савремена теорија привредног раста управо подстицајима које ствара монопол, односно тржишна моћ, објашњава (ендогени) технолошки напредак.

* Аутор је редовни професор Правног факултета Универзитета у Београду и председник Центра за либерално демократске студије.

Но, кренимо редом. Прво поглавље књиге представља преглед доктрина економске науке и њихов однос према монополу. Централно место у овом прегледу посвећено је Шумпетеру (*Joseph Schumpeter*) и његовој теорији креативне деструкције – предузетници намерно разарају сопствене пословне пројекте, како би на њиховим рушевинама стварали нове, све у жељи да остваре монопол и да путем тог монопола присвајају односно максимизују економски профит. Иновације су отелотворене управо у тим новим пословним пројектима.

Друго поглавље посвећено је анализи ефеката монопола на алокативну неефикасност. Не спори се налаз да монополиста, с циљем максимизације сопственог профита, обара обим понуде како би подигао цену, што доводи до губитка потрошачевог вишка који није компензован порастом профита монополисте. Овај (статички) губитак благостања ставља се у однос са (динамичким) погодностима које нуди тржишна моћ. Иако се признаје постојање друштвених трошкова монопола услед трагања за рентом, односно њеним расипањем (улагање ресурса како би се државном интервенцијом обезбедио административни монопол), овом феномену, односно његовим негативним последицама по друштвено благостање, ипак се у овом поглављу не поклања довољно пажње.

Оним што савремена економска теорија назива производном неефикасношћу бави се треће поглавље књиге. Монополиста, будући да не осећа конкурентски притисак, не успева да максимизује профит, већ се део укупних прихода прелива у увећане трошкове. Налаз није споран, али се управо на овом месту у књизи јасно види жеља аутора да по сваку цену своје налазе прикажу као налазе супротне налазима савремене економске теорије. Аутори своје налазе погрешно упоређују са намерно врло поједностављеним моделима који се налазе у економским уџбеницима уводног нивоа, а не са теоријским моделима савремене економске науке који, руку на срце, садрже готово све од онога што се у овој књизи наводи да је „супротно од оног што тврде економисти...“.

Четврто поглавље је прво од оних којима треба да се покаже да монопол на дуги рок увећава друштвено благостање. У њему се разматрају механизми о којима је већ било речи у самом уводу књиге. То се, међутим, помало незграпно чини на случају *Microsoft* (што је вероватно цена популарности овог случаја), мада он не даје баш много материјала за тако нешто, да би се тек при крају прешло на праве ствари, а то су налази савремене теорије привредног раста. Кључно питање за привредни раст није шта ће се производити у садашњем тренутку, него шта ће се то производити у будућности – који ће се то производи тек створити? Следећи Ромера (*Paul Romer*),

једног од водећих савремених теоретичара привредног раста, аутори указују на то да је развој новог производа везан за фиксне трошкове, што значи да би до тог развоја уопште и дошло, цена мора да буде довољна да покрије те трошкове, а то се може постићи само уколико постоји економски, односно монополски профит. Укратко, монопол омогућава технолошки, па тиме и економски напредак.

Проблему купаца који у случају монопола немају избор, посвећено је пето поглавље књиге. Показало се да, услед међузависности у потрошњи (ефекти мреже), нарочито у случају савремених технологија (рачунарска оперативна система, на пример), које су засноване на међусобној комуникацији корисника, чињеница да корисник (онај други из исте мреже) нема избор значи повећање благостања за све оне који су у таквој мрежи. Још један добар Индијанац!

Шесто поглавље бави се објашњавањем занимљивог проблема: због чега је у једној грани која има велике фиксне и мале граничне трошкове (железници), конкуренција довела до монопола, а у другој грани која има сличну функцију трошкова (хотелијерство) није? Одговори се крију на страни тражње. Прво, хотели имају карактер клупског добра, па је битно не само какав је квалитет хотела, него и ко одседа у њему. Због тога су гости спремни да плате цену изнад граничних трошкова како би били сигурни да у пијано бару неће седети они којима то не припада. Друго, цена хотела говори о његовој репутацији, односно квалитету. Не може се градити репутација на бази ниске цене. Све је то омогућило да се у хотелијерству одржавају цене које одражавају тржишну моћ, док у железници то, једноставно, није било могуће. Зато је цена у хотелијерству била довољна да се покрију фиксни трошкови, а железничка карта то није омогућавала.

Феномену монопсона, ситуације у којој на страни тражње постоји само један привредни субјекат, посвећено је седмо поглавље књиге. Разматра се случај типичног рударског града у коме рудник не само да је једини послодавац, него и поседује све оно на шта рудари и њихове породице троше новац. Суморна слика, нарочито за житеље тог града, али кључно питање је нешто друго, а то је мобилност радне снаге, не само територијална. Нејасно је због чега је ово поглавље уопште уврштено у књигу.

Осмо поглавље је вероватно занимљиво за читаоце у САД, али случај *NCCA* (Национално спортско универзитетско удружење) као монопсона није од превеликог интересовања за оне који нису зависници од, на пример, америчке универзитетске кошарке. У том смислу треба размотрити и релевантност одговора на питање да ли су амерички академски спортисти довољно плаћени. Ово поглавље пре свега показује колико Америка брине о „остатку света“.

Срећом, девето поглавље се враћа основној теми књиге и експлицитно повезује предузетништво и монопол, пре свега анализом подстицаја које монопол генерише предузетницима. Важна је поента да се баријере уласку које стварају сами предузетници могу посматрати као механизам којим се остварује основни циљ – монополски профит. А кључ за стварање таквих баријера уласку управо су предузетничке иновације.

Финално, десето поглавље бави се заштитом интелектуалне својине, односно патентних права и опет се покрећу питања доброг и лошег монопола (не Индијанца). Нажалост, аутори, одступањем од савремене економске теорије, стварају конфузију раздвајајући појмове економског профита и монополске ренте, па уз погрешну интерпретацију ове категорије профита, дају савет да је економски профит увек добар, док монополска рента може да буде лоша. Једино још да су читаоцу објаснили шта да се ради у ситуацији у којој је целокупан износ економског профита није ништа друго него монополска рента.

Књига је писана јасним стилем, нема тешког жаргона економске струке, једино што је нешто мало знања економије потребно за тумачење графикона који су кључни за разумевање излагања у неким поглављима. То књигу чини привлачном и за друге струке. Замерка једног економисте овој књизи је да је у њој савремена економска теорија скицирана нетачно и пристрасно. Ипак, књига заиста подстиче на дубоко размишљање о кључним предусловима привредног напретка, о садржају појма конкуренције, о ефектима монопола (без обзира на то који су мотиви монополисте), о људској природи и потребама које из те природе произлазе. То је чини веома вредном. Осим за оне који сматрају да знају све о монополу. А такви, бар у Србији, нису ретки.