



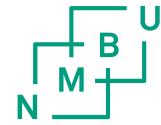
Samfunn og natur – perspektiver fra institusjonell økonomi

Arild Vatn

Presentasjon på konferansen 'Hvordan forstår økonomer forholdet mellom samfunn og natur?' Organisert av Rethinking Economics, Norge, Blindern, 9. februar, 2019

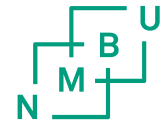
Institutt for internasjonale miljø- og utviklingsstudier, NMBU

1. Introduksjon



- Hvorfor klarer vi ikke å løse miljøproblemene – å bedre forholdet mellom samfunn og natur?
 - Langt fra bare fagenes skyld. Men de kan bidra ved å:
 - a) **legitimere** ei utvikling som ikke er bra
 - b) gjøre at vi **ser problemene** på en måte som **ikke er produktiv**
 - Jeg vil hevde at det finnes økonomiske modeller og tankesett som gjør oss bedre i stand til å møte utfordringene, men disse er tvunget inn i en slags 'skyggenes dal'.
-

2. Neoklassisk vs. institusjonell økonomi



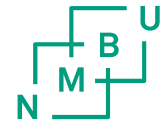
Neoklassisk

- Kjerna
 - Rasjonelle valg = maksimere egennytte
 - Stabile preferanser
 - Likevekt
- Hoved-applikasjonsområde
 - Full informasjon/risiko
 - Ingen transaksjonskostnader
 - (Frikonkurr.) markeder

Institusjonell

- Kjerna
 - Individuell og sosial rasjonalitet
 - Preferanser påvirkes sosialt
 - Evolusjon
 - Applikasjonsområde
 - Ufullstendig informasjon (risiko → radikal usikkerhet)
 - (Store) transaksjonskostnader
 - Komparativ analyse av ulike institusjonelle kontekster
-

2. Neoklassisk vs. institusjonell økonomi (forts.) Sosial rasjonalitet

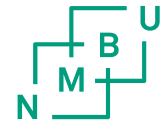


- **Sosial rasjonalitet** = hva som er best for oss eller dem

→ **Flere typer rasjonalitet** – hvilken som understøttes – individuell eller sosial – avhenger av **institusjonene** (konvensjonene, **normene** og de formelle reglene) som gjelder for et felt i samfunnet – slik som markedet, ulike offentlige arenaer, familien, lokalsamfunnet

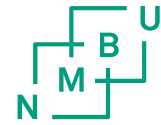


2. Neoklassisk vs. institusjonell økonomi (forts.) Implikasjoner for normative analyser



- Gitt det institusjonelle perspektivet kollapser viktige forutsetninger for neoklassikernes velferdsteori.
 - Markeder er **ikke kostnadsfrie** instrumenter
 - Den **suverene** (og uforanderlige) **konsumenten finnes ikke** – men endres i tråd med hvilke institusjoner mennesket opererer innafor.
 - Dersom markedet eller andre institusjoner påvirker hvem vi ‘blir’, må vi spørre **hvilke institusjoner bør få forme oss?**
 - Dersom markedet påvirker hvem vi blir, **kan ikke** det samme markedet være en **nøytral dommer** for samfunnsutviklingen. Veldig viktige spørsmål som blir usynlige gitt neoklassiske ‘briller’.
-

3. Tre fokusområder for institusjonell teori



- **Rettighetsfordelinga**

- Hvem får adgang til hvilke ressurser? **Maktaspekter.**
Miljø som et felt med **uavklarte rettigheter**

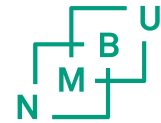
- **Transaksjonskostnadene** (kostnader ved å samhandle)

- Hvordan variere disse kostnadene med ulike institusjonelle kontekster (markeder, felleseie, statlig 'kommando' etc.)

- **Motivasjon** (rasjonalitet)

- Sosial vs. individuell rasjonalitet
-

3. Tre fokusområder for institusjonell teori (forts.) Betaling for økosystemtjenester

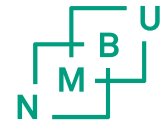


- Sett på som marked – kjøp og salg av slike tjenester (for eksempel kjøpe av vanntjenester, landskapsopplevelser etc.)
- Eksempel vann:
 - Eiere av for eksempel skog får betalt for å endre skogsdrifta for gjennom det å øke vannkvaliteten (=tjenesteproduksjon). Men da gis de **implisitt en rettighet** til først å forurense vannet
 - **Transaksjonskostnader** og **motivasjonsmessige forhold** hindrer markeder å oppstå. 99 % av pengene til slik betaling (globalt) kommer faktisk fra skatt/avgifter (kommunal/statlig kommando)

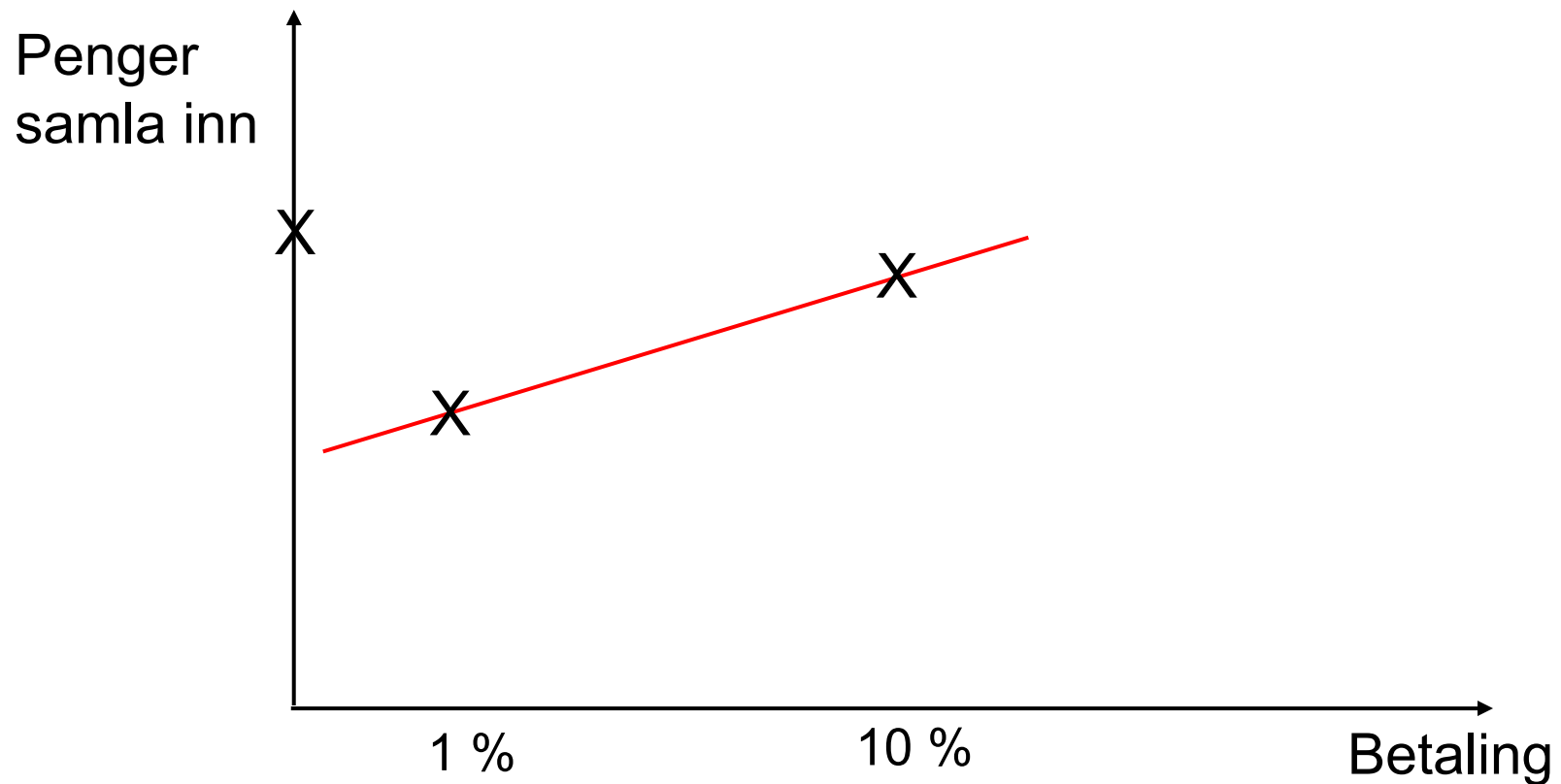


3. Tre fokusområder for institusjonell teori (forts.)

Eksempel vedrørende skift i motivasjon

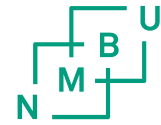


Eksperiment der noen ble betalt for å delta i 'operasjon dagsverk' (videregående skoler i Israel)



Kilde: Gneezy and Rustichini (2000)

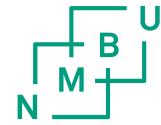
4. Samfunn og natur



- Miljøspørsmål: Hva en gjør, har konsekvenser for andre → vurdering av **'hva som er greit'**
 - Dette handler om en **samfunnsmessig samtale** om **verdier, preferanser og normer**
 - Hva er **gode institusjoner for slik samtale**; hva er **ansvar** vi har som forbrukere og borgere
 - Samtalen kan ende i
 - at folk **endrer adferden** sin (f.eks.. nye normer)
 - at de **støtter politikk** som understøtter atferdsendringer
-

4. Samfunn og natur (forts.)

Virkemidler og rasjonalitet

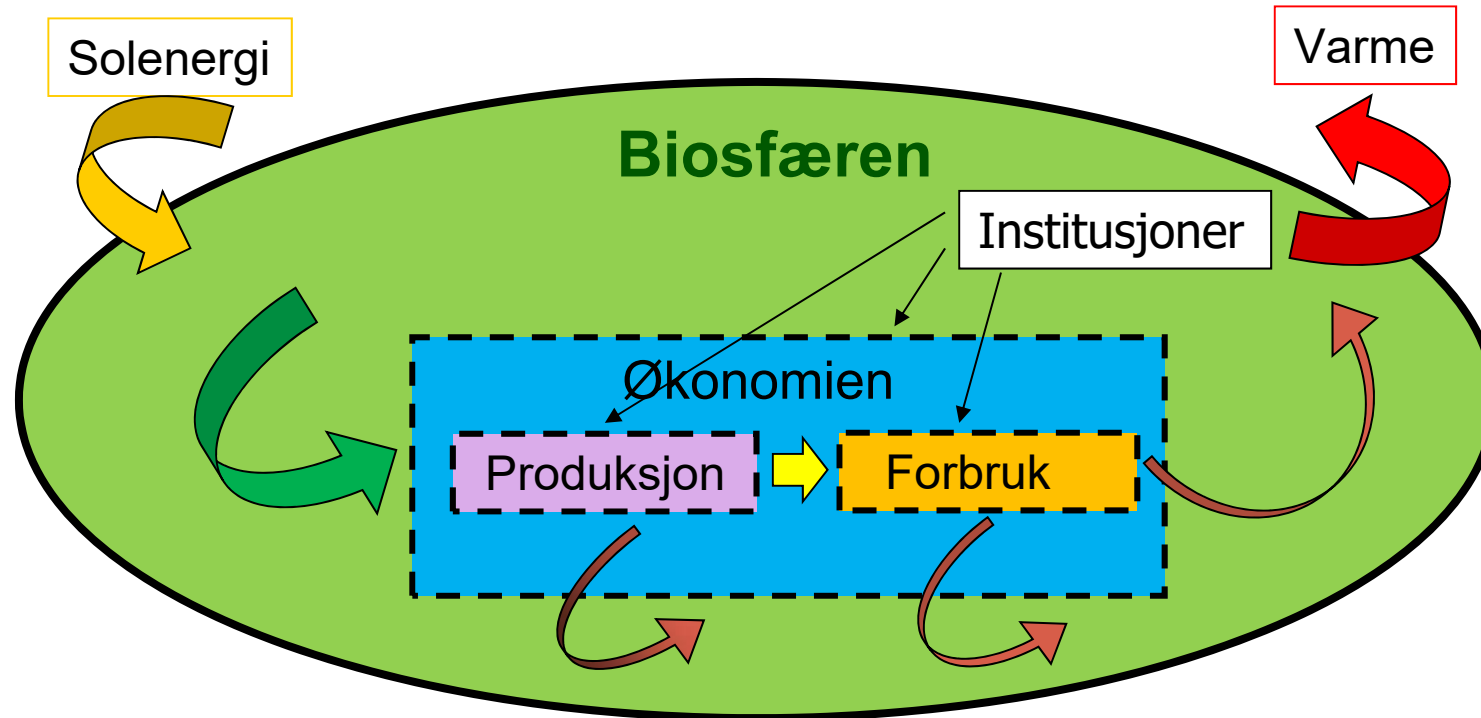
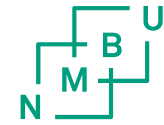


Motivasjonen til de involverte menneskene i utgangspunktet

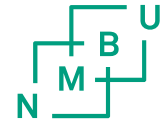
		Jeg	Vi
Motivasjonen implisitt i virkemidlet	Jeg	A Instrumentell eller strategisk adferd	B Normer/sosial rasjonalitet eroderer
	Vi	C Bygge sosial rasjonalitet/nye normer	D Adferd styrt av normer, sosialt engasjement



4. Samfunn og natur (forts.) Et systemperspektiv



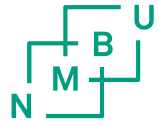
4. Samfunn og natur (forts.) Fra etterpå til før...



- Vi bygger institusjoner for å **fremme økonomisk vekst**
 - Dersom (Når!) denne medfører miljøproblemer, setter vi (muligens) inn virkemidler
 - Problemer med denne strategien
 - Kan komme **for seint** (irreversible virkninger)
 - Politikk basert på at det ikke vil oppstå problemer har **produsert interesser** – forbrukere og produsenter – som **motsetter** seg endring
 - **Store investeringer** er gjort under forutsetning av at det ikke blir problemer... Nytte- kostnadsanalyser: Det lønner seg ikke å endre
- Bygge institusjoner som sikrer at uakseptabel skade ikke skjer → For eksempel økonomiske institusjoner som er mindre avhengig av økonomisk vekst
-

4. Samfunn og natur (forts.)

Institusjoner for en bærekraftig økonomi



- Hva kan slike institusjoner være? Tre overordna forslag:
 - Klar forpliktelse i **grunnlova** til å sikre livsgrunnlaget for framtidige generasjoner (rettighet)
 - **Tokammers**system i parlamentene/Stortinget – ett som nå og ett der representantene velges for anslagsvis 16 år. Sistnevnte har **vetorett** på vegne av framtidige generasjoner (motivasjon)
 - Institusjonalisere **sosial rasjonalitet i foretak** – styrke foretakets 'egen'interesse i å bli miljøvennlig (jfr. innlegg til Ellen Stenslie i siste sesjon i dag)
-