

UDK 339.7:[338.23+336.74
10.7251/FIN1301026S

PREGLEDNI RAD

Milko Štimac*

Jugoslav Jovičić**

Suzana Mirošević***

Aktivizam i društvenost tržišta

Rezime

Glavni tok ekonomske misli, skoro tokom čitavog razvoja, pristupa tržištu kao neutralnom okruženju, u kome se odigravaju ekonomski procesi. Ovakav pristup prikladan je samo za krajnje apstraktna istraživanja, ali uvek ostaje izložen riziku da se u njemu dokaže nešto što u stvarnosti ne postoji, ili je malo verovatno da bi moglo postojati. Samo tržište je, naprotiv, veoma živ organizam, u društvenom, kulturnom i drugim značenjima, pored svog nesumnjivog ekonomskog sadržaja. Zbog toga bi istraživanje tržišta trebalo da podrazumeva otvorenost prema varijablama koje dolaze iz sfere društva, kulture, investicionog mentaliteta, ili još preciznije, tržište se ne može istraživati i zdvojeno od društva čiji pripadnici na njemu zadovoljavaju svoje interese. Tržište je složena struktura mreža koje se međusobno prepliću. Jedan od najočiglednijih primera je tržište kapitala, koje se paradoksalno smatra 'najčistijim' u ekonomskom smislu. Tržište kapitala sastoji se od barem dve mreže, na brojne načine utiče na društvo u kome je jedno od institucija, dok je istovremeno i samo izloženo različitim uticajima koji dolaze iz tog društva. Štaviše, ovi su uticaji potaknuti često zbivanjima na tržištu kapitala, sa koga onda ostvaruju određeni efekat na pripadnike društvene zajednice, čije reakcije, povratno, utiču na procese na tržištu kapitala.

Ključne reči: tržište, tržište kapitala, društvene institucije, tržišne institucije.

UVOD

U ovom radu nameravamo da se bavimo tržištem kao društvenom i ekonomskom institucijom, koja povezuje upravo ove dve najvažnije strane društvene realnosti, podjednako važne za svakog pojedinačnog člana određene zajednice, bilo da se procesima na tržištu bavi posredno ili neposredno. Tržište jeste ambijent u kome se odigravaju ekonomski tokovi, ali je istovremeno i više od toga – ono ima svoju strukturu, svoje autohtone institucije, uobličene pravno ili običajno, njegovi akteri imaju osobene interese i sopstvena viđenja njihovog zadovoljavanja. Svako bavljenje ekonomskom aktivnošću na mikro-nivou, na nivou pojedinačne delatnosti, pretpostavlja sagledavanje svih uticaja na tu delatnost, kao i načina na koji bi se ti uticaji morali izbeći ako su štetni, ili ako su povoljni, iskoristiti u što većoj meri. Da bi se ovo moglo sprovesti i kako valja organizovati, neophodne su institucije koje se time bave, i koje prepoznaju ključne uticaje i o tome prenose informacije svima koji se bave nekom ekonomskom aktivnošću, bilo da se radi o svešteničkoj kasti zemalja starog veka, koja prati vremenske prilike i određuje vreme setve i žetve, bilo da se radi o modernim društvima sa berzama, trgovinskim komorama i predstavničkim telima.

Na nivou pojedinca, neizvesnost kojoj je izložen u bavljenju ekonomskom delatnošću, zbog količine uticaja kojoj takva delatnost može biti izložena, može se delimično, pa i sa određenim uspe-

hom, prevazilaziti gomilanjem iskustva. Međutim, svaka složenija delatnost, pružena kroz određeno vreme, sezonu, i koju obavlja više učesnika, zahteva određeni vid institucionalizacije. To može biti spontano nastala balkanska porodična zadruga sa starostom na čelu, ali i država kakvu danas poznajemo, a za koju Entoni Giddens tvrdi da je u dobroj meri bila u funkciji zaštite od privrednog rizika.¹ No, i jedna i druga svoje interese zadovoljavaju, odnosno mogu jedino zadovoljiti na instituciji koja objedinjuje ekonomske aktivnosti i društvene strukture nastale oko njih – na tržištu, tačnije rečeno u ekonomiji organizovanoj, uz manje ili veće uvažavanje, na tržišnim principima.

Organizacija neophodna za ekonomsku delatnost rađa određeni tip društvene zajednice, sa određenim načinima donošenja odluka, drugim rečima, formirajući institucije i procedure u njima. Tako formirana društvena zajednica, sa svim svojim društvenim procesima i aktivnostima, povratno utiče na ekonomsku delatnost. Ponekad je podstiče, ponekad podržava njen stalni razvoj, ali često je i uzrok njenog konzerviranja na određenom nivou i, time, nazadovanja.

Štaviše, u tom međudejstvu društvenog i ekonomskog, prevaga u apsolutnom smislu jednog ili drugog vodi urušavanju oba. Istorijski, najboljima su se pokazali sistemi – organizacije društvenih zajednica koje obezbeđuju da nosioci odlučivanja u ekonomskim i društvenim institucijama, odnosno da one same ne srastu jer je to

* Jugoslav Jovičić, Nezavisni univerzitet Banjaluka, jugoslav.jovicic@gmail.com.

** Milko Štimac, Komisija za hartije od vrednosti Republike Srbije, milko_stimac@yahoo.com.

*** Suzana Mirošević, Nezavisni univerzitet Banjaluka, smiroševic@teol.net.

¹ „Trgovini, kao i drugim oblicima ekonomskog razvoja, uvek je potreban institucionalni okvir...”, i dalje: „država... u suštini predstavlja sistem za upravljanje rizikom. Osmišljena je tako da nas zaštiti od opasnosti za koje se nekada smatralo da zavise od volje bogova”, Anthony Giddens, „Runaway World,” Profile Books, London, 2002. (Izdavanje na srpskom: *Odbegli svet*, Stubovi kulture, Beograd, 2005), str. 43. i 50.

uvek na račun jednog ili drugog, već da predstavljaju korektiv jedni drugima. Kao međuinstitucija, ona koja povezuje sve druge u sferi društvenog, sa svim ostalima u sferi ekonomskog – stoji tržište.

1. TRŽIŠTE KAO OKRUŽENJE

Tržište stoji na razmeđu ekonomskog i društvenog. Ono ih spaja, ali i obezbeđuje jasnu distinkciju između jednog i drugog. Ekonomskom pojavom tržište čini da su procesi koji se na njemu sprovode ekonomski procesi, vezani pre svega za privredne tokove. U tom smislu, tržište obezbeđuje okruženje i uslove u kojima različita dobra i usluge mogu postati kapital i dalje se kao kapital razvijati. Društvenim tržište čini činjenica da se sve aktivnosti na njemu obavljaju između pojedinaca i grupa ljudi, manje ili više institucionalizovanih.

Tržišne aktivnosti jesu ekonomske prirode, ali kao i u slučaju kada postoji grupisanje ljudi, ne mogu se svesti samo na jednu oblast, koliko god složena i višeznačna ona bila. Između onih koji na tržištu deluju, uspostavljaju se i odnosi druge vrste, koji nisu prevashodno vezani za aktivnosti privrede, međutim, ni oni ne bi postojali da nije bilo tržišta i grupisanja ljudi zbog određenih interesa na njemu.

U celokupnom svom razvoju, ekonomska teorija bavila se onim što se na tržištu dešava, zatim onim šta na tržištu treba obezbediti da bi se neke pojave mogle desiti, te podjednako onim što bi bilo neophodno da se neke pojave spreče. Čak i sami tržišni procesi bivaju ogoljeni do krajnosti, lišeni onih koji ih sprovode i u potpunosti razdvojeni od njih.² Postaju tako niz dela bez jasnih motiva, odnosno svedena su na samo jedan motiv: zaradu, i to zaradu radi daljeg uvećanja privrednih aktivnosti. Postojanje drugih i drugačijih interesa, poput poboljšanja kvaliteta života ili sigurnosti u ma kom obliku, ostajalo je izvan fokusa interesovanja ekonomskih mislilaca.

I više od toga, ekonomska misao dugo vremena je nastojala da prekine svaku vezu između onoga što se na tržištu događa i bilo čega drugog osim delatnosti usmerene na uvećanje kapitala. Dakle, čak ni profita, ako bi se on posmatrao kao deo koji treba izdvojiti za zadovoljenje nekih potreba mimo ekonomskih. U najboljem slučaju, ovakvo ponašanje ekonomskih aktera bilo bi svrstano pod pojam lične potrošnje.

Smatralo se da bi struktura tržišta, njegov sastav, različitost institucija kroz koje se sprovode tržišni procesi, različitost samih procesa od tržišta do tržišta, na kraju i samo pojmovno definisanje tržišta, odvlačili pažnju i resurse od onoga čime bi ekonomija trebalo da se bavi, a to su sami efekti onoga što se na tržištu dešava. Ti efekti zavise samo od tržišnih činilaca, sučeljavanja ponude i tražnje, na primer, dok se kulturološki deo ne samo može, nego i mora zanemariti da ne bi ometao suštinu proučavanja.

Tako Milton Fridman jasno i nedvosmisleno naglašava da je bit tržišta na kome prevladuje konkurentnost (za razliku od onih njegovih delova na kojima dominiraju država, ili monopoli druge

vrste) njegova bezličnost. Tu argumentaciju temelji na tome da nijedan od učesnika na tržištu ne može preduzeti ništa što bi bitno uticalo na uslove poslovanja bilo kog drugog tržišnog aktera. Zato su cene koje se na takvom, depersonalizovanom tržištu uspostavljaju prihvaćene od svih, ne kao nešto nametnuto, već kao prirodno i samorazumljivo.³

Ni drugi pravci ekonomske misli ne doprinose previše razumevanju kategorije tržišta. I oni se prevashodno bave onim šta se na njemu dešava. Marksizam u svom glavnom toku tržište prihvata samo kao još jednu pojavu koja služi utvrđivanju određenih društvenih odnosa. Na prvi pogled to podrazumeva određenu konotaciju društvenog u posmatranju tržišta, ali samo površno. Određenje tržišta kao takve pojave izostaje, a teorijska obrazlaganja se ne odnose više čak ni na same tržišne procese, koliko na obrazlaganje njihove štetnosti i potrebe za prevazilaženjem društvenom akcijom.

Pre Marksa, Adam Smit u „Bogatstvu naroda” posebnu pažnju poklanja institucijama koje kreiraju pravni okvir za delatnosti na tržištu. Pravi i jasnu razliku između tržišta radne snage i drugih vrsta tržišta. Formulise i prva konsekvantno izvedena načela iz delatnosti tržišnih aktera („nevidljiva ruka tržišta”). Ipak, ne određuje tržište samo.

Kejnz će do svoje teorije doći uočavajući nesavršenosti tržišta kao mehanizma postizanja ravnoteže u ekonomiji, između ponude i tražnje, kao i unutar pojedinih posebnih tržišta – radne snage, na primer. Svojom analizom doći će do zaključka da je neophodno da se država više angažuje u problemima uklanjanja tih neravnoteža. Dakle, na određeni način dolazi do kontroverznog zaključka koji bi značio suspenziju, ako ne i trajno ukidanje tržišta u pojedinim segmentima ekonomije.

Štaviše, na primeru berze pokazuje da se praćenje trendova svodi pre na pogađanje reakcija investitora nego na analizu ekonomskih faktora. Ali to uvođenje, bez sumnje društvenog elementa, ne znači njegovo dalje promišljanje, pre bi se moglo reći bežanje od njega i, ponovo, isticanje potrebe da se država umeša kao *deus ex machina* koji bi uvek znao koja je prava akcija neophodna u svakom određenom trenutku i svakom određenom segmentu ekonomskog. I tako se, bežeći od društvenog, dolazi do društvene političke institucije – države kao rešenja za probleme izazvane uplivom društvenog u ekonomsko.⁴

Ni savremeniji autori, kritičari neoliberalizma, neće tu dati ključan doprinos. Džozef Stiglic u svom delu „Ekonomija javnog sektora” razmatra razne pojave vezane za tržište i njegovu efikasnost, poput Pareto-efikasnosti; bavi se i posebnim, specijalizovanim tržištima, kao što je tržište fjučersa, pa i u okviru njega posebnom potpojavom: njegovom neefikasnošću. O samom tržištu, ni na opštem nivou, ni na nivou pojedinačnih specijalizovanih tržišta, nema razmatranja.⁵

Očigledno da se ekonomska misao mnogo više interesovala za ono što se na tržištu dešava nego za tržište samo. Ono se smatralo nečim datim, što se samo po sebi podrazumeva, skoro na nivou ambijentalnog. U Makmilanovom *Rečniku moderne ekonomije* ono se definiše, kratko i bez ulaženja u bilo kakve detalje, kao „bilo koji

² „... ekonomiste zanima jedino oblikovanje cijena, a ne tržište kao svojevrsna institucija,” i dalje: „... ekonomiste jedino zanima određivanje tržišnih cijena,” „Principles of Economic Sociology,” Richard Swedberg, Princeton University Press, 2003, ovde citirano prema izdanju na hrvatskom: „Načela ekonomske sociologije”, CID Podgorica i MATE Zagreb, 2008, str. 104–105.

³ „Ne postoji lično rivalstvo na kompetitivnom tržištu. Nema lične surevnjivosti. Proizvođač pšenice na slobodnom tržištu ne oseća lično rivalstvo, niti da je ugrožen, od strane suseda, koji mu jeste konkurencija. Suština kompetitivnog tržišta je njegova bezličnost. Nijedan učesnik na njemu ne može da odredi uslove pod kojima će drugi učesnici moći da dođu do dobara ili posla. Svi cene prihvataju kao nešto dato na tržištu i niko ne može sam da ima veći uticaj na cenu od sasvim zanemarljivog, iako svi učesnici zajedno određuju cenu združenim efektom svojih pojedinačnih akcija”, „Capitalism and Freedom”, Milton Friedman, The University of Chicago Press, Chicago and London, 2002, p. 119–120.

⁴ „General Theory of Employment, Interest and Money,” John Maynard Keynes, BN Publishing, 2008, vidi takođe u: „Principles of Economic Sociology”, Richard Swedberg, u izdanju na hrvatskom na str. 112–113.

⁵ „Economics of the Public Sector,” Joseph E. Stiglitz, izdanje na srpskom „Ekonomija javnog sektora”, Ekonomski fakultet, Beograd, 2008. Možda je još čudnije što se ovo delo, čiji je predmet ekonomija javnog sektora, nigde ne bavi preciznijim određenjem države kao pojave već se zadovoljava samo navođenjem broja i nekih vrsta institucija koje je (u Sjedinjenim Američkim Državama) čine.

kontekst u kome se obavljaju prodaja i kupovina roba i usluga”.⁶ Metodološki, ovaj bi se definiciji moglo zameriti da jedan pojam određuje procesom koji je vezan za njega, dakle njim samim, odnosno tautološki. Očigledno da sama pojava tržišta nije ni bila predmet promišljanja već samo ono što ta pojava sa sobom nosi.

2. TRŽIŠTE KAO DEO DRUŠTVA

U pokušaju definisanja tržišta kao pojave, prva pretpostavka jeste to da ono nastaje i počiva na određenoj aktivnosti ljudi. Samo po sebi, to je toliko široko određenje, da ne govori ništa. Sve čime se društvene nauke bave, uključujući i ekonomiju, nastalo je iz nekih ljudskih aktivnosti. Priroda tih aktivnosti i način njihovog sprovođenja trebalo bi, međutim, onako kako ih otkrivamo, da nas dovedu do određenja pojma tržišta. Ipak, polazna pretpostavka ne sme se zanemariti, iako je široka i neodređena, jer ta činjenica, taj početak koji se vezuje za ljudsku aktivnost i koji time od tržišta čini društvenu pojavu, daće mu određeni pečat koji ne sme biti prenebregnut, jer će on do svakog detalja obeležiti ono što se na tržištu dešava.

Svedeno do kraja, svako tržište se sastoji od grupe ljudi. Njihovo grupisanje motivisano je zadovoljenjem naročitih interesa, ili preciznije rečeno, upravo zadovoljenje naročitih interesa dovodi ljude u vezu, uspostavlja između njih odnose čija pletora čini tržište. Naročitost tih interesa vezana je za ekonomiju, za privrednu aktivnost, ali ne samo za nju u užem smislu reči. Sa njom su povezani čitavi skupovi drugih interesa, bilo da su neposredno iz nje izvedeni, bilo da se bez nje ne mogu zadovoljiti, a koji isto tako čine da ljudi između sebe nužno uspostavljaju određene odnose ne bi li ih ostvarili.

Zadovoljavanje interesa čini tržište stalno aktivnim, daje mu kao pojavi ključnu osobinu, a to je upravo: aktivizam. Ekonomisti klasične ekonomije ustvrdili bi da se na tržištu ponuda i tražnja kreću do uspostavljanja ravnoteže između njih, nakon čega razmena nastavlja da se ostvaruje na toj ravnotežnoj tački. Različitost individualnih interesa, pa čak i kad su objektivno istovetni – različitost njihovog individualnog poimanja čini da pomenuti ekvilibrijum bude samo teorijska pretpostavka, stanje do kojeg bi se eventualno došlo ako se zanemare svi drugi faktori koji na tržištu postoje.

Do njega, međutim, ne dolazi, već tržišna kretanja osciliraju iznad i ispod ekvilibrijuma, vođena individualnim doživljajem interesa i načinima njihovog zadovoljenja. Načini zadovoljenja interesa, potaknuće oblikovanje različitih slojeva tržišta, zatim različitih specijalizovanih tržišta, te različitih institucija za tržište u celini, kao i institucija za pojedine slojeve i pojedina specijalistička tržišta.

Tako smo došli do određenja tržišta kao društvene pojave, svojevrsne organizacije koja može biti manje ili više institucionalizovana, a koju čine akteri grupisani prema načinu zadovoljavanja interesa u različite tržišne segmente. Interesi, koji su *spiritus movens* delatnosti

tržišnih aktera, vezani su za ekonomiju, posredno ili neposredno, i po svojoj prirodi ne mogu se zadovoljiti jednokratno nego u stalno aktivnom procesu nužnosti ponovnog i pokušaja što boljeg zadovoljenja. To tržištu daje stalno aktivnu prirodu, čini od njega složenu strukturu aktivnih procesa, koje u njegovim institucijama vode tržišni akteri.

Tržišni akteri ne postoje samo na tržištu. Oni su za njega vezani dok učestvuju u procesima zadovoljenja svojih naročitih interesa. Oni postoje i aktivni su i mimo tržišta. I kao pojedinci i kao korporacije, oni se, zajedno sa čitavim tržištem, nalaze u određenom društvu, deo su određenih društvenih struktura. Na tržištu se bore za ekonomske interese, ali zadovoljavaju i društvene interese. Aktivnosti koje na tržištu preduzimaju odslikavaju se i na društvo. Položaj koji sebi na tržištu uspostave, menjaće i njihov položaj u društvu.

Tržište je uronjeno u ukupnu društvenu strukturu u kojoj osim ekonomskih dominiraju i drugi interesi. Do koje mere će pripadnici nekog društva biti i akteri tržišta, zavisi od toga kakve i kolike interese će moći na njemu da ostvare.⁷ To opet zavisi od organizacije samog društva, političkog sistema koji može biti više ili manje naklonjen tržištu, pa time i od značaja tržišta za društvo i sve njegove pripadnike.

Kako objašnjava Maks Veber u svom delu „Privreda i društvo”,⁸ u plemenskom društvu tržište se kao pojava javlja sporadično, pri susretu dva plemena. Nikakva institucionalizacija ne postoji, niti postoji razmena unutar društvene zajednice – tržište se doživljava kao nešto strano, spoljno u odnosu na zajednicu. Tek sa daljim razvojem društvene zajednice ustaljuju se posebni slojevi unutar društva, od kojih je onaj trgovački vezan svojom egzistencijom isključivo za razmenu, pa se tako oko te delatnosti stvara lokalno tržište, tržište unutar zajednice. To omogućava njegovu prvobitnu institucionalizaciju.

Sopstvene institucije na tržištu se stvaraju i kada se u srednjem veku oblikuju prva specijalizovana tržišta, sajmovi kao tržišta za trgovce. Uz institucije formalizuju se i pravno normiraju odnosi između trgovaca,⁹ što povećava sigurnost poslovanja, ali i dodatno učvršćuje položaj trgovaca unutar respektivnih društvenih zajednica. Trgovci dobijaju i dodatnu zaštitu od lokalnih vladara, svakako na ime danka koji im ostavljaju od svoje delatnosti.¹⁰ No, to je već značilo da država obezbeđuje tržište određenim merama. Povećavanje opsega zaštite tržišta i teritorijalno i kvalitativno, sa povećanjem teritorija stapanjem oblasti u nacionalne države, kao i menjanjem karaktera samih institucija koje čine državu, stvorice okvir u kome će se oblikovati nacionalno tržište.

I opet će status koji će sebi izboriti akteri na tržištu, ovoga puta ne samo trgovci, povratno uticati na društvenu strukturu, na raspored moći unutar institucija i na formiranje određenih društvenih procesa i državnih politika. Prvo svetsko tržište biće formirano već na prelasku iz devetnaestog u dvadeseti vek, da bi se zatim urušilo na nacionalne nivoe još jednom, te u drugoj polovini prošlog veka postepeno narastalo do sadašnjeg globalnog tržišta.

⁶ MacMillan Dictionary of Modern Economics, David W. Pierce (General editor), Palgrave MacMillan of Houndmills, 2003, ovde citirano prema izdanju na srpskom: Mekmilanov rečnik *Moderna ekonomija*, Devid V. Pirs, Dereta, Beograd, 2005, str. 509.

⁷ Ričard Svedberg u svojoj knjizi „Načela ekonomske sociologije”, sugeriše da se veza tržišta i društva može sameriti pomoću pet parametara: a) dobrovoljnost pristupa tržištu i korišćenja njegovih procesa; b) stepen zavisnosti pojedinih pripadnika društva od tržišta i onoga što se na tržištu događa; c) tip interesa (politički, ekonomski...) čijem zadovoljenju neki pripadnik društva daje prioritet; d) ekonomska moć, koja predstavlja mogućnost da se drugi akteri bez prisile navedu na određeno delovanje na tržištu; e) interes političkih aktera neposredno zavisi od količine resursa koja se na tržištu promeće, time i od ukupne zavisnosti društva od tržišta. – „Principles of Economic Sociology”, Richard Swedberg, Princeton University Press, 2003 (izdanje na hrvatskom: „Načela ekonomske sociologije”, CID Podgorica i MATE Zagreb, 2008).

⁸ „Gesellschaft und Gemeinschaft”, delo objavljeno prvi put 1922. godine.

⁹ *Lex mercatoria* u latinskoj, Law Merchant u engleskoj redakciji.

¹⁰ U periodu srpske despotovine, u kasnom četrnaestom i ranom petnaestom veku, za bavljenje trgovinom trgovac je morao da dobije posebno odobrenje – „diplomu” despotove kancelarije, koja mu je obezbeđivala ne samo zaštitu despotovih oružnika, nego i fizički pristup trgu na beogradskom dunavskom pristaništu, koji je služio kao sastajalište trgovaca, skoro kao berza u današnje vreme; štaviše, despotova „diploma” obezbeđivala je i međunarodnu zaštitu trgovcu, budući da je bila priznavana kao putna isprava i uvažavana od strane drugih lokalnih vladara. Prema: „Ilustrovana istorija Beograda”, Dr Marija Ilić-Agapova, izdanje Biblioteke Opštine grada Beograda, Beograd, 1933.

U tom stepenu razvoja tržište se oblikovalo pod uticajem sve većih međunarodnih korporacija, ali je i ono njima omogućilo poslovanje na široj teritoriji, i po svim mogućim specijalizacijama. Globalno tržište takođe ima svoje institucije, od Svetske banke i Međunarodnog monetarnog fonda, preko Svetske trgovinske organizacije, do Međunarodne organizacije regulatora tržišta kapitala, koje se trude da harmonizuju uslove poslovanja u sve većem broju nacionalnih tržišta, čineći od njih tek delove globalne mreže.

3. MREŽNA STRUKTURA TRŽIŠTA

Tržište će, tako, menjati društveni milje, tržišni interesi će učiniti da se menjaju i društvena struktura i društvene institucije. Očigledan je primer nastanka posebnog sloja trgovaca sa širenjem privrednih aktivnosti i postepenim narastanjem potrebe za razmenom dobara. Velimir Bajkić, profesor Beogradskog univerziteta između dva svetska rata, u jednom od svojih članaka, na veberovski način objašnjava razloge i značaj nastanka posebnog sloja u društvu koji se bavi razmenom.

Štaviše, period u kome se to u istoriji dešavalo on upravo zbog toga smatra iskorakom od varvarstva ka civilizaciji. Razmena zahteva komunikaciju, što one (trgovce) koji joj se posvete i na njoj zasnuju sopstvenu egzistenciju upućuje na takvu delatnost koja ruši barijere i uspostavlja veze među različitim zajednicama. Od trgovačke delatnosti, preko trgovačkih sabirališta do kulturnih centara prirodan je put i sasvim logičan razvoj. Dakle, tržište je mnogo više od „sabirališta” trgovačkih puteva, ono je osnov kulturnog i svakog drugog društvenog napretka.¹¹

I obratno, zamiranje trgovine, gašenje tržišta, dovelo je i do zamiranja kulturnih centara, pa i do nestanka čitavih naroda i država. Primer trgovaca i razvoja njihove delatnosti može se pratiti od nastanka tržišta do danas, sa svim menama i uticajima koji su trgovci činili na ekonomiju, ona na njih i preko njih na društvo, da bi se takav uticaj preneo povratno, u nešto drugačijem obliku, na ekonomiju.

Teoretičari koji se danas bave naučnom disciplinom koja proučava tržište kao društvenu pojavu, ekonomskom sociologijom, te upravo opisanom spregom između tržišta i društva, različito su objašnjavali način funkcionisanja tržišta. Njima je zajedničko što ih sam odnos ponude i tražnje kao uzročnik svega što na tržištu treba proučavati ne zanima, štaviše smatraju da se funkcionisanje tržišta na tom osnovu ne može valjano naučno obrazložiti.

Njihovo polazište proučavanja tržišta jesu interesi i njihovi nosioci u društvu. Poklapanje interesa učiniće i da se akcije onih koji teže njihovom zadovoljenju mogu grupisati. Grupisanje će dovesti do stvaranja različitih struktura na tržištu, koje mogu poprimiti i oblik institucija, onda kada se njihovo funkcionisanje formalizuje i podvrgne normiranim procedurama.

Odnosi između pripadnika različitih grupa biće tržišni, odnosno težiće stanju kakvo opisuje Fridman u citiranom odlomku o bezličnosti tržišta; biće, dakle, tržišni odnosi u užem smislu reči. Prema navodima Brajana Uzija, pored ovih odnosa postojaće i

odnosi posebne vrste, oni koji se uspostavljaju između pripadnika unutar jedne grupe, koje on naziva „ukorenjenim” odnosima. Oni počivaju na poverenju koje vlada unutar grupe.¹² Važno je primetiti da te grupe nisu društvene, nastale zbog društvene solidarnosti, tipa manjina, na primer. Radi se o grupama koje se formiraju oko ekonomskih interesa. Sam Uzi je proučavao firme u Njujorku koje se bave konfekcijom.

Nijedno tržište ne počiva samo na bezličnim tržišnim vezama, niti samo na onim ukorenjenim. Uvek se radi o kombinaciji te dve vrste odnosa i veza, jer bi ukorenjene veze bez tržišnih vodile u kartel, a same tržišne je nemoguće uspostaviti zbog društvenosti samog tržišta, odnosno činjenice da tržište počiva na delatnosti ljudi čija je prirodna sklonost da se udružuju radi postizanja određenog cilja.

Nešto ranije, Vejn Bejker je na analizi tržišta hartija od vrednosti pokazao istovremeno postojanje bar dva mrežna tržišta, sa različitim stepenima društvene integrisanosti. Manje mreže imaju gušće i učestalije kontakte i veze između svojih pripadnika, dok su kontakti i veze između pripadnika šire mreže ređi.¹³ Tržište hartija od vrednosti predstavlja očigledan primer uže mreže, koju čine brokeri, dok bi širu mrežu činili svi drugi tržišni akteri koji preko brokera trguju hartijama od vrednosti.

Brokeri komuniciraju frekventnije i fokusirano samo na ono što se odnosi na hartije od vrednosti, pa su i njihove informacije pravovremene i kvalitetne. Drugi tržišni akteri, grupisani oko drugačijih interesa, koji se ne bave samo investiranjem na berzi, između sebe ne razmenjuju informacije isključivo o ceni hartija od vrednosti i njihovim trendovima. Informacije dobijaju posredno, preko medija i od samih brokera, te onda na osnovu tih informacija donose svoje poslovne odluke.

Ovde je bitno napomenuti da se ne radi o informacionoj asimetriji, odnosno da brokeri imaju drugačije informacije od klijenata. To sa današnjom regulativom tržišta kapitala, te razvijenošću samih medija, jednostavno nije moguće, ili je moguće na nivou incidenta (teško kašnjenje, uostalom). Način prihvatanja informacije i reakcije na nju biće drugačiji kod brokera, a drugačiji kod nekog kome trgovanje hartijama od vrednosti nije primarni posao.

To nas u ovom primeru dovodi do zaključka da cena neke hartije od vrednosti nije proizvod neke jednoznačne akcije tržišnih aktera već složenije delatnosti, koja se uspostavlja između pripadnika uže i šire tržišne mreže i unutar tih mreža, u ovom slučaju brokera i njihovih klijenata. Sam Bejker zaključuje da društveni strukturni obrasci dramatično utiču na smer i veličinu promenljivosti cena.

Ni po Uziju ni po Bejkeru, niti po drugim teoretičarima ekonomske sociologije, ne znači da je tržište manje efikasno zbog društvene strukturiranosti, niti da grupisanje na njemu treba posmatrati kao uvod u diskriminaciju nekih grupa u odnosu na ostale grupe. Dobrovoljnost učešća se kod svakog tržišnog aktera podrazumeva. Prisila bilo koje vrste poništava tržište, koje može da funkcioniše samo na osnovu individualnog poimanja interesa i individualnog odabira instrumenata za zadovoljenje interesa.

Strukturiranost tržišta samo znači da postoji više načina da se do zadovoljenja određenog interesa dođe, pa time povećava i mogućnost efikasnosti aktivnosti preduzetih na tržištu. Ako to nije moguće

¹¹ „Razmena dobara koja je povukla za sobom saobraćaj ljudi, predstavlja međašnu tačku za prelaz iz varvarstva u civilizaciju. Razmena zahteva da joj se posveti čitav život i tako se razvija poziv trgovca koji u to rano vreme nema još nikakva posla u okviru zajednice, nego predstavlja živu vezu između različitih... trebaju ga (narodi trgovca, prim. aut.) kao posrednika. On je jedina veza među njima, on jedini zna više jezika, poznaje razne običaje, prenosi tekovine jednih drugima. Trgovački putevi su ujedno putevi kulture. Ako je geografski položaj bio povoljan, onda je sabiralište tih puteva postalo kulturni centar za jedno veće područje, i za duži period...”, „Izabrani spisi”, Velimir Bajkić, Službeni glasnik, Beograd, 2009, str. 440.

¹² „Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness”, Brian Uzzi, 1997, ovde citirano prema: „Principles of Economic Sociology”, Richard Swedberg, Princeton University Press, 2003 (izdanje na hrvatskom: „Načela ekonomske sociologije”, CID Podgorica i MATE Zagreb, 2008, str. 125–126).

¹³ „Markets as Networks”, Wayne Baker, 1981, ovde citirano prema: „Principles of Economic Sociology”, Richard Swedberg, Princeton University Press, 2003 (izdanje na hrvatskom: „Načela ekonomske sociologije”, CID Podgorica i MATE Zagreb, 2008, str. 124–125).

unutar iste tržišne grupe, napraviće se iskorak prema pripadnicima drugih grupa. Tačnije, istovremeno će se ići na zadovoljenje interesa prema svim potencijalno zainteresovanim grupama i njihovim pripadnicima.

Javno isticanje hartije od vrednosti na prodaju pruža svima podjednaku priliku da je kupe; hoće li biti prodana unutar gušće mreže brokera, ili će je kupiti neko iz mreže šireg tržišta, stvar je procene samih tržišnih aktera. Pretpostavka je samo da će, pri postojanju jednakih uslova i informacija za sve, drugi brokeri biti skloniji da je kupe zato što im je to osnovna delatnost i zato što se oni bave obrtom hartija od vrednosti, jer od toga žive.

4. OSOBENOST TRŽIŠTA KAPITALA

Tržište kapitala u strukturi tržišta zauzima posebno mesto. Izdvojeno je naročitim osobenostima svog predmeta trgovanja, posebnim institucijama, kao i načinima poslovanja na njemu. Po izdvojenosti i osobenosti u odnosu na druge delove ukupnog tržišta može se porediti samo sa tržištem radne snage, čiji je predmet u istoj meri osoben u odnosu na ono što se promeće na ostalom delu tržišta.

Predmet prometanja na tržištu kapitala je kapital u svom čistom obliku, lišen pojavnosti u vidu određenog dobra, robe ili usluge. Kada dođe do tržišta kapitala, on je već ostvaren, nije više samo potencijal, uspravna vrednost, kako ga kvalifikuje Hernando de Soto, u nekom dobru.¹⁴ Dobro na osnovu kojeg je nastao već se našlo u prometu i uspostavilo određeni odnos, bilo kapital-odnos, bilo dužničko-poverilački odnos. Prema tome, predmet trgovanja oko kojeg se organizuje tržište kapitala izveden je iz nekog primarnog odnosa. Taj primarni odnos može biti vlasnički, ako je nastao na ulaganju u određeno preduzeće, ili dužničko-poverilački, ako je nastao na osnovu zajma. Dobra su već pretvorena u kapital: novac, ili neko nematerijalno dobro, ili mašine, već su investirani, uloženi i time stavljeni u promet i pretvoreni u kapital.

Od ulaganja do čistog ostvarenog kapitala u slobodnom prometu neophodno je prevaliti još jednu instancu. Kapital se teško može materijalizovati u svakodnevnom životu, on se stvara i postoji samo u prometu, samo dok je aktivan. Da bi se njime moglo trgovati nezavisno od dobara za koje je vezan i od kojih nastaje, treba ga izraziti na prepoznatljiv i univerzalno samerljiv način. Potrebno ga je standardizovati i formalizovati. Odnos koji se uspostavio ulaganjem dobara i njihovim stavljanjem u promet normiran je, standardizovan i formalizovan – poprimio je oblik hartije od vrednosti. U obliku hartije od vrednosti, ili standardizovanog terminskog ugovora, kapital živi i promeće se na tržištu kapitala. Tom standardizacijom i formalizacijom podignut je na nivo koji je izveden iz prvobitnog odnosa, apstrahovan je iz njega i delimično emancipovan od njega.

Ovaj proces u sebi nosi jednu protivrečnost jer na taj način kapital u svojoj materijalnoj emanaciji, vrednosnici ili ugovoru, biva idealizovan, i približava se obezličenoj vrednosti, kakvu predstavlja na primer, novac. Tako se i može prometovati nezavisno, ili skoro nezavisno, od materijalnog dobra i konkretnog odnosa na osnovu kojeg je nastao. Štaviše, tako idealizovan, on nastavlja svoj ekonomski život u prometu na tržištu kapitala, potvrđujući se, odnosno ostvarujući svoju vrednost iznova sa svakom zaključenom transakcijom.

5. NEKI EFEKTI TRŽIŠTA KAPITALA

Davanje kapitalu samerljivog, i time lako razmenjivog oblika, omogućuje i njegovu veliku pokretljivost. Drugim rečima, obezbeđuje i do krajnosti mogućeg olakšava upravo ono što mu prvobitno omogućuje i nastanak – jednostavno i stalno stavljanje u promet. Što je veća masa kapitala formalizovana i obezličena na tržištu kapitala to je veća i mogućnost za njegovu brzu i efikasnu alokaciju u ekonomiji, pa su time i učinci ekonomije, koju tržište kapitala pokriva svojom aktivnošću, veći.

Nil Ferguson će u svom „Usponu novca” ustvrditi da je jedan od razloga istorijskog zaostajanja ekonomije Kine u periodu pre kraja dvadesetog veka upravo odsustvo tržišta kapitala.¹⁵ Brojne su prednosti koje tržište kapitala privredi i njenim delatnicima omogućuje svojim razvitkom. Pre svega, to je prevazilaženje dve osnovne protivrečnosti kapitala, one koja proističe iz njegove vezanosti za ličnu svojinu, i one koja je proistekla iz vremenske dimenzije neophodne za njegovo oplođenje. Nijedna druga institucija ne može jednostavnije, dugoročnije i efikasnije da ih reši.

Tržište kapitala omogućuje i nastanak, rast i održanje srednjeg sloja u društvu, obezbeđujući pristupnost malih ulagača velikim privrednim poduhvatima. Tako se širi mreža privatnog vlasništva, koja deluje stabilizujuće na svako društvo. Jednom uznapredovala srednja klasa će vršiti stalni pritisak na demokratizaciju društva. Diktaturu u Čileu srušila je srednja klasa, narasla zahvaljujući merama pobornika Čikaške škole, koje su doprinele širenju tržišta kapitala.¹⁶

Transparentnost trgovanja, simetričnost informacija, javnost delovanja i izloženost ključnih aktera javnosti, valja i to napomenuti, čine tržište kapitala ključnom institucijom u suzbijanju korupcije. U svom razvijenom obliku tržište kapitala spaja najznačajniji deo ekonomije neposredno sa društvom; omogućuje svakom pripadniku društva da i sa minimalnim ulogom deli odgovornost, ali i učešće u uspehu ukupne ekonomije u kojoj radi. Tako obezbeđuje i vlasničku demokratiju, bez koje ni politička ne može da se stabilizuje.

ZAKLJUČAK

Struktura tržišta viđena kao sistem različitih grupa, međusobno umreženih, sa isprepletanim putevima zadovoljenja interesa, daje sliku koja pruža mnogo podataka o načinu na koji funkcioniše tržište i kako se na njemu postižu određeni efekti. U jednoj takvoj strukturi lako je i logično objasniti i prihvatiti ono o čemu govori Džordž Soros, uvodeći u analizu kretanja na finansijskim tržištima pojam „refleksivnost”.¹⁷ Kretanja na tržištu, naročito u doba krize, u ovakvim strukturama lakše su samerljiva.

Shvatanje tržišta kao društvene pojave posebno je važno za onaj njegov deo koji se između kriza objašnjava skoro isključivo matematičkim modelima – za tržište kapitala. Neuspeh Blek–Šolsovog modela vrednovanja opcija primer je kako skoro savršen matematički model može doživeti neuspeh zbog društvenih okolnosti, odnosno varijabli koje dolaze iz sfere društvenog i političkog, pa im sledstveno nije mesto u matematičkom modelu.¹⁸

Posebno je važno imati u vidu da se kretanja na tržištu kapitala ne mogu valjano promišljati bez shvatanja značaja koji tržište kapitala ima u ukupnom ekonomskom i društvenom sistemu. Iz tog će položaja proizaći i način i vrste dejstva društvenih struktura

¹⁴ „Kapital... je... uspravna vrednost”, „The Mystery of Capital”, Hernando de Soto, Black Swan, 2001, p. 43.

¹⁵ „The Ascent of Money”, Niall Ferguson, 2008, izdanje na srpskom: „Uspon novca, finansijska istorija sveta”, Plato, Beograd, 2010, str. 287.

¹⁶ O tome detaljnije takođe u „The Ascent of Money”, Niall Ferguson, str. 212–219, srpsko izdanje.

¹⁷ „The Crisis of Global Capitalism”, George Soros, Public Affairs, New York, 1998.

¹⁸ Detaljno o tome u: „The Ascent of Money”, Niall Ferguson, 2008, izdanje na srpskom: „Uspon novca, finansijska istorija sveta”, Plato, Beograd, 2010, str. 319–332.

na tržište kapitala. Tek sa takvim shvatanjem moguće je doći do svrsishodnijih saznanja o njegovom značaju za društvo u celini, te za njegov uticaj na društvenu strukturu, dakle, na sfere u kojima ono postoji, organizuje se i deluje.

IZVORI

1. Ferguson, Nil, *Uspon novca – finansijska istorija sveta*, 2010, Plato, Beograd
2. Fihte, Johan Gotlib, *Zatvorena trgovačka država*, 1979, Nolit, Beograd
3. Friedman, Milton, *Capitalism and Freedom*, 2002, The University of Chicago Press, Chicago and London
4. Galbraith, John Kenneth, *Money Whence It Came, Where It Went*, 1976, Bantam Books, Toronto, New York, London
5. Gidens, Antoni, *Odbegli svet* [Anthony Giddens, *Runaway World*, 2002], 2005, Stubovi kulture, Beograd
6. Guala, Frančesko, *Filozofija ekonomije*, 2010, CID, Podgorica i Politička kultura nakladno-istraživački zavod, Zagreb
7. Hayek F. A., *The Road to Serfdom*, 1994, The University of Chicago Press
8. Keynes, John Maynard, *General Theory of Employment, Interest and Money*, 2008, BN Publishing
9. Lendis, Dejvid, *Bogatstvo i siromaštvo nacija* [Landes, David S, *Wealth and Poverty of Nations*, 1998], 2004, Stubovi kulture, Beograd
10. Malkiel, Burton G., *A Random Walk Down Wall Street*, 1999, W. W. Norton & Company, New York, London
11. Marks, Karl, *Kapital*, 1964, Kultura, Beograd
12. Matić, Milan, *Liberalizam, populizam i demokratija*, Službeni list SRJ i Institut za političke studije, Beograd, 2002.
13. Nocera, Joseph, *A Piece of the Action*, 1994, Simon & Schuster, New York
14. Oxford Handbook of Political Economy, 2008, Oxford University Press
15. Pareto, Vilfredo, *Manuel d'économie politique*, 1927, ed. Marcel Giard, Paris
16. Pirs, Dejvid V., *Mekmilanov rečnik Moderna ekonomija*, 2005, Dereta, Beograd
17. Prokopijević, Miroslav, *Sloboda izbora*, 2010, Zavod za udžbenike, Beograd
18. Ritter, Lawrence, Silber, William i Udell, Gregory, *Principi novca, bankarstva i finansijskih tržišta* [Principles of Money, Banking and Financial Markets, 1974], 2009, Udruženje banaka Srbije, Beograd
19. Smith, Adam, *The Wealth of Nations*, 1991, Alfred A. Knopf, New York, London, Toronto
20. Soros, George, *The Crisis of Global Capitalism*, 1998, Public Affairs, New York
21. Soto, Hernando de, *The Mystery of Capital*, 2001, Black Swan
22. Stiglitz, Joseph E., *Ekonomija javnog sektora*, 2008, Ekonomski fakultet, Beograd
23. Swedberg, Richard, *Načela ekonomske sociologije*, 2008, CID Podgorica i MATE Zagreb
24. Vukotić, Veselin, *Konstitucionalna ekonomija*, 2005, ISSP, Podgorica
25. Weber, Maks, *Selections in translations*, 2007, Cambridge University Press
26. Bajkić, Velimir, *Izabrani spisi*, 2009, Službeni glasnik, Beograd
27. Veber, Maks, *Privreda i društvo*, I-II, 1976, Prosveta, Beograd
28. Ilić-Agapova, Dr Marija, *Ilustrovana istorija Beograda*, 1933, izdanje Biblioteke Opštine grada Beograda, Beograd
29. Mijatović, Čedomilj, *Izvod iz politične ekonomike*, 1867, Državna štamparija, Beograd
30. Mijatović, Čedomilj, *Istorija trgovine*, 1893, Knjižara D. M. Đorića, Beograd

Abstract

The main stream of economic theory, almost through its whole development, attempts to treat market as neutral environment, in which economic processes are taking place. This approach can only be justified for highly abstract researches, exposed to danger of proving something which in reality does not exist, or is hardly possible to exist. On the contrary, the market itself is very vivid organism, in societal, cultural and other senses, apart from its economic content. Thus, to research the market, should mean to be open to variables that are coming from society, culture, investment mentality, or more exactly, one cannot research the market cut out from the society whose members are honoring their interests in it. Market is complex structure of networks overlapping each other. One of the most obvious example is securities market, which is contradictory considered to be the 'purest' in economic sense. Capital market itself consists of at least two networks, and has numerous effects on the society in which it is institutionalized, and at the same it is exposed to various influences coming from the society. Furthermore, these influences are often originated from the capital market, then make certain impact among the members of the society, whose reactions are, vice versa, influencing processes in the capital market.

Key words: market, capital market, societal institutions, market institutions.