

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**PSIHOLOŠKI DEJAVNIKI GLOBALNE EKONOMSKE KRIZE
2008-2009**

Ljubljana, junij 2011

ŽIVA KOLBL

IZJAVA

Študentka Živa Kolbl izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Bogomirja Kovača in da v skladu s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

UVOD.....	1
1 POVEZANOST EKONOMSKE IN PSIHOLOŠKE ZNANOSTI	2
1.1 Uvod v vedenjsko ekonomijo in ekonomsko psihologijo.....	4
1.2 Vedenjska ekonomija.....	4
1.3 Ekonomska psihologija	6
1.4 Odnosi med vedenjsko ekonomijo in ekonomsko psihologijo	7
2 RAZUMEVANJE PODSTATI GLOBALNE EKONOMSKE KRIZE	9
2.1 Marketizacija.....	10
2.2 Trans(inter)nacionalizacija.....	11
2.3 Financializacija	11
3 ŠTIRJE TEMELJNI ELEMENTI TRŽNEGA SISTEMA Z EKONOMSKO- PSIHOLOŠKEGA VIDIKA	13
3.1 Kapital	13
3.2 Konkurenca	15
3.3 Racionalnost.....	16
3.4 Zaupanje	17
4 ANATOMIJA GLOBALNE EKONOMSKE KRIZE.....	18
4.1 Kaj je kriza?	19
4.2 Sinteza vzrokov	20
4.2.1 Stiglitzeva analiza prepletanja psiholoških in ekonomskih vzrokov .	20
4.2.2 Psihologija finančne krize skozi ekonomske oči	21
SKLEP	23
LITERATURA IN VIRI	25

UVOD

Ekonomija je znanost, torej temelji na znanstvenem pristopu.

Ekonomija je družbena veda, torej smo njeni »vezni atomi« ljudje.

Ekonomijo poganja finančno kolesje. Finance so ekspresija človekove dejavnosti.

Skozi študij ekonomije največkrat naletimo na njene najbolj očitne znake, ki so pogosto akutnega značaja. Inflacija, brezposelnost, gospodarska rast, depresija, kriza. Sprva akutne znake pozdravimo s trdno zasidranimi makro in mikroekonomskimi koncepti ter teorijami. Vest si olajšamo z vedno aktualno teorijo cikličnosti gospodarstva. Prej ali slej se številke oziroma njihovi predznaki obrnejo in akutni simptomi izginejo.

Včasih so posledice trdovratne, dolgoročne in takrat iščemo vzroke v sorodnih področjih, v preteklih izkušnjah in v temeljnih naukih različnih ved. Tako je moje zanimanje našlo pot med ekonomijo in psihologijo.

Ekonomija, ki na videz deluje kot samozadostna in razložljiva veda, se zares razcveti šele v tandemu s psihologijo. Ko govorimo o sinhronosti in dopolnjevanju se vračamo v preteklost, v obdobje Adama Smitha in Johna Stuarta Milla, v čas, ko sta bili znanosti prepleteni. Lahko torej govorimo o preteklosti ali pa o trendih, ki prihajajo v ospredje. V mislih imamo zlasti vedenjsko ekonomijo in ekonomsko psihologijo, ki uspešno krmarita med ekonomskim modelom omejene racionalnosti in psihološko dimenzijo čustev ter vzgibov. Presek njunega preučevanja nas vrača v ekonomsko znanost, ki je v resnici že vseskozi zasidrana v ekonomski psihologiji, kar se kaže skozi področja menedžmenta, trženja ter zlasti skozi mikro in makroekonomsko analizo. Nekje v strmem vzponu ekonomije so psihološke komponente nekoliko poniknile, a prav močna popotresna stanja velikih kriz v zgodovini gospodarstva so zopet omogočila njihov vznik.

Prepletanje ekonomskih in psiholoških prvin je v meni vzbudilo željo po raziskovanju slednjega področja, saj se je le to zdelo kot ponovno odkrivanje nekoč že znanega in zapisanega. Imela sem torej koordinate ozemlja, a pot do njega se je utirala počasi, včasih se je zdel njen obseg celo nepredstavljivo razsežen. V delu, ki sledi, sem poizkušala kar najbolje povezati včasih vihravo ekonomijo in nemalokrat zasanjano psihologijo ter s tem izpostaviti njune odlike ter kvalitete.

1 POVEZANOST EKONOMSKE IN PSIHOLOŠKE ZNANOSTI

»Ekonomska znanost je študij o tem, kako se družbe odločijo uporabljati redke proizvodne vire za proizvodnjo raznih dobrin in kako te razdelijo med razne skupine.« (Samuelson & Nordhaus, 2002) Ekonomska znanost prav tako opredeljuje racionalno izbiro med alternativnimi možnostmi, ki imajo tržne vrednosti. Za racionalnimi odločitvami tako vedno stojijo stroški izgubljene alternative.

Psihološka znanost obravnava področja, ki se gibljejo med racionalnim in iracionalnim vedenjem ljudi, njihovimi notranjimi motivi in vzgibi obnašanja in delovanja, ter odkriva povezave med dednostjo, okoljem in samoaktualizacijo. (Musek, 2000)

Naš zastavljeni model bo preučeval vsoto ter hkrati presek obeh znanosti. Lahko bi rekli, da bosta skozi našo analizo rdečo nit vodila personalistični vidik ekonomskih procesov, ter materialistični vidik psiholoških procesov.

Ko govorimo o psihologiji, se moramo zavedati njene razširjenosti v okvirih splošnega življenja. »Vox populi« je usmerjal psihologijo na temeljih zdravega razuma. Tako psihologija kot ekonomija nam torej nudita koncept razuma, ki je skupen obema znanostma in je torej vgrajen v človeka. Hegel (1975, str. 34) pravi takole: »Zdrav ljudski razum predstavlja način mišljenja nekega časa in zajema vse predsodke tistega časa: vodijo ga miselne determinante, čeprav se tega ne zaveda.«

Gre torej za neke vrste najvišjo točko razuma v določenem obdobju, a pomembna je tendenca neprestanega razvoja, ki se vzdržno stopnjuje. Poleg racionalne miselnosti, skupne ekonomskemu odločanju in psihološkemu vedenju ljudi, so človekovi vzgibi in ravnanja v določeni meri tudi nezavedni, torej predvsem psihološko pogojeni.

V ekonomski znanosti pa je globoko zakoreninjen koncept *homo oeconomicus*. *Homo oeconomicus* ali ekonomski človek je koncept racionalnega, sebičnega (*self-interest*) igralca (*agent*), ki ima sposobnost sprejemanja odločitev v skladu s subjektivno določenimi cilji. Adama Smitha (1723-1790) so k nastanku njegovih znamenitih del »The Theory of Moral Sentiments« (1759) in »An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations« (1776) vzpodbudila tako sunkovit porast ekonomske učinkovitosti kot tudi drastično povečevanje razlik med socialnimi sloji. Oba dejavnika sta bila odraz prve industrijske revolucije. Omemba zgoraj navedenih del je zlasti pomembna z vidika Smithovega zavedanja, razumevanja in sintetiziranja ekonomskih in psiholoških prvin pri razumevanju delovanja posameznika, skupin ali družbe kot celote. Že pri Smithu, ki velja za nekakšnega »očeta« ekonomske vede, lahko v njegovem razumevanju »ekonomskega človeka« najdemo tako ekonomske kot tudi psihološke prvine in podobno velja tudi za njegovo razumevanje delovanja trga kot nekakšne »nevidne roke« .

Smith je nastopal v luči zagovornika sistema naravne svobode in izhajal iz predpostavke, da smo ljudje v osnovi sebični. Ljudje delujemo zato, da koristimo samim sebi, toda prav ekonomska dejavnost in tržni mehanizem nas povezujeta med seboj. Ko proizvajamo dobrine

za trg, da bi preživel in pridobili dohodek, dejansko zadovoljujemo potrebe drugih. Naše delo šele v tržni menjavi z drugimi postaja družbeno koristno. To ljudje v tržni družbi počno brez posebnega načrta, dejansko nezavedno, dovolj je, da samo sledijo lastnim ekonomskim interesom. Gre torej za nekakšne spontane družbene procese, ki posledično prinesejo aktualizacijo nenačrtovanih blagodejnih družbenih sprememb.

»Zdi se, da bogataše nevidna roka sili, da se potegujejo za tisto razdeljevanje za življenje potrebnih reči, do katerega bi prišlo, če bi bila zemlja v enakem deležu dana slehernemu izmed njenih prebivalcev; in tako bogataš nenamerno služi družbenemu interesu in množenju človeške vrste. S tem, ko je tako rekoč razdelila zemljo med maloštevilne bogate ljudi, Previdnost ni zapustila tistih, ki jim je navidezno pozabila dodeliti zemljišče, saj imajo svoj delež vsega, kar daje. Kar zadeva srečo, niso v ničemer na slabšem od tistih, ki se zdijo više od njih. Vsi družbeni razredi so glede blaginje telesa in vedrosti duše na isti ravni berač, ki se greje na soncu ob plotu, poseduje tisti mir in spokojnost, za katerega se kralji vojskujejo.« (Smith, 2010, str. 660)

V 18. stoletju smo torej z Adamom Smithom jasno začrtali nekakšno dvojnost ekonomije, ki naj bi poleg tehničnih (računovodskih) ekonomskih konceptov vključevala tudi bolj abstraktni in sofisticirani psihološki del. Njegovo tradicijo je v začetku 19. stoletja nadaljeval John Stuart Mill (1806-1873), ko je opredelitev politične ekonomije povezoval z razpravo o svobodi. »Če človek premore določeno sprejemljivo količino zdrave pameti in izkušenj, je njegov lasten način, kako bi si uredil eksistenco, najboljši, ne zato, ker bi bila ta na sebi najboljša, temveč zato, ker je to storil na sebi lasten način. Človeška bitja niso ovce in še celo ovce si niso neločljivo podobne. Človek ne more najti plašča ali para škornjev, če ti niso ukrojeni po njegovi meri ali če nima na voljo zvrhano polne blagovnice. Ali mu je res lažje ukrojiti prikladno življenje kot pa prilegajoč se plašč in mar so si človeška bitja res bolj podobna po vsem svojem fizičnem in duhovnem ustroju kot pa po obliki svojih stopal? Tudi če se ne bi ljudje razlikovali v ničemer razen v okusu, bi bil to zadosten razlog, da jih ne oblikujemo po enem samem vzorcu.« (Mill, 1994, str. 94)

V ekonomski terminologiji gre torej prepogosto za prikrojen pojem homo oeconomicusa, ki ne vsebuje čustvene komponente. Mill nam ponudi razlago, da je človek vendar tudi čuteče, čustveno bitje, čigar dejanja in odločitve so posledice ne le racionalnih, temveč tudi čustvenih zaznav. Mill (1867, str. 1-15) ne govori o bogastvu samo z materialnega vidika, bogastvo ni vedno utemeljeno z denarjem temveč tudi s čustveno platjo, ki ponuja razgledanost, srečo, zadovoljstvo, lastno samoaktualizacijo itd. Med materialnim in abstraktnim bogastvom Mill poudarja njuno posredno in ne neposredno povezanost.

Smith in Mill sta skozi svoje koncepte uspešno prepletala ekonomske in psihološke elemente. Interes je tako prerastel v koncept racionalnosti, obe miselni strukturi pa sta bili krojeni z obrobo čustev. Najpomembnejši je torej temelj, ki je bil dodobra opredeljen proti koncu 18. in začetku 19. stoletja. Kasnejši razvoj različnih ekonomskih teorij je povzročil vse večjo odtujenost korelacije psihološke in ekonomske znanosti (neoklasična ekonomska teorija, monetarizem, ekonomska ponudba itd.).

Razvoj katerekoli stvari terja čas. Čas obrusi nepravilnosti, zgodovinske okoliščine pogosto spremenijo tok dogajanja. Tako kakor sočni sadež potrebuje dobre pogoje, da drevo obrodi, tako tudi različne znanosti preizkušajo različne kombinacije dejavnikov. In končno le napoči čas za sintezo, čas za eksaktno znanost. In tako se zdi, da je že v drugi polovici 20. stoletja, še posebej pa v 21. stoletju napočil čas za koreniti preobrat v preučevanju ekonomije in psihologije, čas vedenjske ekonomije in ekonomske psihologije.

1.1 Uvod v vedenjsko ekonomijo in ekonomsko psihologijo

»Kakšna stvaritev je človek, kako žlahten po razumu, brezmejen po zmožnostih, po podobi in gibih kako popoln in čudežen, kako v dejanju podoben angelu in v umevanju bogu, lepota sveta, vzor vsemu živemu.« (Shakespeare, 1995, str. 88, po Ariely, 2010)

Človek je po svoji naravi precej bipolarno bitje. Njegova zlata sredina najbrž kraljuje nekje med Shakespearjevim pojmovanjem in zmanipuliranim konceptom homo oeconomicusa, ki subjektu pripisuje skrajno racionalnost, torej brez upoštevanja psiholoških prvin, ki so jih v svoje teorije vključevali tako Shakespeare, Smith kot tudi Mill.

Ne gre toliko za vprašanje ali je človek v temelju dober ali slab, gre za to, da na področju znanosti skušamo iz mnogih dejavnikov sintetizirati najpomembnejše in tako podati jasnejšo opredelitev človeka in njegovih ekonomskih ravnanj. Do sedaj se najbolje na tem področju najdeta vedenjska ekonomija in ekonomska psihologija, ki si sicer vsaka z večjim izhodiščnim poudarjanjem bodisi ekonomije bodisi psihologije prizadevata najti uravnoteženo razmerje med ekonomskimi in psihološkimi dejavniki.

Vedenjska ekonomija postavlja v ospredje ekonomski logos, ekonomska psihologija pa v prvi vrsti gradi na psiholoških dejavnikih obnašanja in ravnanja ljudi v ekonomskih procesih. Ker gre med pogostimi podobnostmi med slednjima opaziti tudi razlike, bomo vsako izmed njiju obravnavali ločeno.

1.2 Vedenjska ekonomija

Družbeni, kognitivni in čustveni dejavniki so nekakšne koordinate, ki skozi ekonomske odločitve določajo področje vedenjske ekonomije. Ta ne temelji le na odločitvah posameznih subjektov, temveč v svojo obravnavo vključuje tudi institucije, ki nastopajo v gospodarstvu. Tako ne govorimo le o individualnih odločitvah na trgu, ampak tudi o javni izbiri, katerih skupna pojma sta interes in koristnost. Nekakšno rdečo nit, ki vodi skozi vedenjsko ekonomijo, predstavlja racionalnost oziroma natančneje koncept »omejene racionalnosti«.

Vedenjska ekonomija je v terminologiji znanosti dokaj mlada veda. Njeni začetki segajo v šestdeseta leta 20. stoletja, ko je bil izraz prvič uporabljen. Preden podamo definicije

vedenjske ekonomije, je treba opozoriti na sam izraz. Pogosto gre namreč za napačno sklepanje, da je vedenjska ekonomija izrazito podobna behaviorizmu, ki je sicer s svojimi koncepti napajal neoklasično ekonomijo v drugi polovici 20. stoletja. Behaviorizem resda preučuje vedenjske vzorce, a temelji na metodah in pristopih, ki so merljivi. Ker pa misli in čustva niso merljivi, so v behaviorizmu nedokazljivi, kar pomeni njihovo izoliranje (Graham, 2007).

Tudi vedenjsko ekonomijo uvrščamo med kvantitativne družbene vede, ki temeljijo na opazovalnih raziskavah, vendar pa vedenjska ekonomija v veliko večji meri gradi tudi na mehkih, kvalitativnih elementih. Tako lahko brez dvoma povežemo vedenjsko ekonomijo in kognitivno psihologijo, zlasti glede interdisciplinarnega pristopa ter raznovrstnosti metod in pristopov preučevanja. Vedenjska ekonomija se je razvila kot alternativni model tradicionalni ekonomski teoriji. Svoje razumevanje ekonomije zgradi na treh omejitvah človeškega obnašanja, in sicer: 1. omejene racionalnosti (v povezavi s posameznikovimi miselnimi funkcijami in njihovimi omejitvami), 2. omejene moči volje (v povezavi s samonadzorom) ter 3. omejenega lastnega interesa (v povezavi s pričakovanji o pravičnem obnašanju, tako lastnem kot tujem, neposrednem in posrednem) (Jolls, 2002).

Glede ciljev vedenjske ekonomije nam najjasnejšo podobo prikaže spodnji citat Dana Arielyja, sicer uglednega psihologa, vedenjskega ekonomista in predavatelja na prestižnih univerzah, ki je znan tudi po empiričnem raziskovanju preseka ekonomskega in psihološkega področja. »Po mojem mnenju je cilj vedenjske ekonomije ponovno vzbuditi ekonomsko zanimanje za človeško vedenje in psihologijo... Ekonomsko preučevanje želimo odmakniti od temeljev naivne psihologije (ki pogosto ne vzdrži preizkusa razuma, introspekcije in – kar je najpomembnejše – empirične raziskave) in jo vrniti k širšemu preučevanju človeškega vedenja.« (Ariely, 2010)

Vedenjska ekonomija je v svojem jedru naravnana ekonomsko, a kot pomemben del svoje analize vključuje tudi področja psihologije. Svojo pot utira stran od ekonomske subjektivnosti, ki je bila pogosto posledica matematičnih modelov, ter posploševanja predpostavk, ki so izhajala iz modelov splošnega ravnotežja in samorazumljivosti ekonomskega obnašanja tako na področju finančne kot tudi realne ekonomije.

Idejni očetje vedenjske ekonomije so po svoji primarni naravi psihologi in šele nato ekonomisti. Ward Edward, Amos Tversky in Nobelov nagrajenec na področju ekonomske znanosti Daniel Kahneman (2002) so prvi začeli primerjati kognitivne psihološke modele s spremenjenimi ekonomskimi odločitvami v pogojih negotovosti in tveganja. Tako so povezali področje psihologije z ekonomskim modelom racionalnega vedenja. Vedenjska ekonomija torej v polje ekonomije vnaša psihološke elemente in dimenzije ter tako želi povečati obseg ekonomske teorije in razlagalne moči. Zato ji laiki pogosto pripisujejo značaj nekakšne abstraktne vede, ki bolj spominja na pripovedovanje zgodbic kakor argumentiranje dejstev. A v resnici še zdaleč ni tako. Vedenjska ekonomija je vedno kombinacija presojanja in odločanja, ki za svoje temelje uporablja tako empirično raziskovanje kot tudi druga analitična orodja, od ekonometričnih raziskav do kompleksne teorije iger.

Ekonomska psihologija, je po navadi prikazana kot nekakšna konkurenca vedenjski ekonomiji. Z vidika teoretske konkurence, kot ga bomo opredelili v nadaljevanju, je takšna obravnava povsem zaželeno. Gre torej za njuno prepletenost, za sodelovanje in ne rivalstvo, s čimer po navadi povezujemo konkurenco. Vedenjska ekonomija in ekonomska psihologija sta tako zelo sorodni vedi, ker obe v svojo analizo vključujeta spoznanja, ki izhajajo iz preseka med ekonomijo in psihologijo.

1.3 Ekonomska psihologija

V svojem jedru je ekonomska psihologija najbližja socialni psihologiji, čeprav je na videz močno povezana z industrijsko psihologijo. Ekonomska psihologija poleg očitne prisotnosti ekonomije in psihologije zajema tudi spoznanja s področij kot so etika, moralna filozofija, upravljanje s človeškimi viri in matematika, ter se ukvarja z vprašanji s področja medicine, politike, tehnologije itd. Pravzaprav bi lahko naštevali v nedogled, saj zlasti psihološki del ekonomske psihologije temelji na človeku, ki se s svojim obnašanjem in razmišljanjem dotakne vsakega področja znanosti in fizičnega življenja. Tako bodo zaradi širine ekonomske psihologije vedno obstajali fragmenti, ki bodo ostali neraziskani.

M. van Veldhoven (1988) obseg ekonomske psihologije razdeli na tri področja, in sicer: 1. tržno ravnanje, ki mu je ekonomski človek izpostavljen kot posameznik, čeprav v družbeni povezanosti, 2. državno gospodarstvo, ki posameznikovo vlogo izraža skozi državljanstvo in 3. družbeno-kulturno območje gospodarstva, ki mu je človek pripaden predvsem z družbeno-kulturnim vrednotenjem ekonomskih dobrin, ki omogočajo subjektivno dojemanje materialne blaginje. Slovenski psiholog Janek Musek pa njen obseg opredeljuje takole: »Ekonomska psihologija integrira psihološka spoznanja pri ekonomskem delovanju, proučuje na primer motive, interese in kognicije v zvezi z ekonomskim dogajanjem, v poslovanju, trženju, oglašanju, kupovanju itd.« (Musek, 2000)

Na slovenskih tleh, se je z ekonomsko psihologijo ukvarjal tudi Anton Trstenjak, ki je svoje znanje uveljavljal predvsem iz poznavanja področja trgovinske psihologije, ki mu je služila kot nekakšen temelj za razvoj ekonomske psihologije. Za ekonomsko psihologijo je značilna nekakšna prakseološka usmerjenost in naravnost. Večina zasnov, ki so značilne za ekonomsko psihologijo, je večji razmah doživela na področju marketinga, kjer gre za izrazito močno prepletanje ekonomskih in psiholoških konceptov.

Za ekonomsko psihologijo je zlasti pomemben razvoj psihološke znanosti v 20. stoletju, ko je John B. Watson postavil nov koncept v preučevanju psihologije. Ni šlo več za razlaganje psiholoških pojavov na bioloških temeljih, temveč je v ospredju preučevanje vedenjskih vzorcev ljudi, ne le zunanjih, očitnih psiholoških pojavov, temveč predvsem notranjih vzgibov in dražljajev. Tako so bili v ZDA sredi 20. stoletja postavljeni temelji behaviorizma. Spremembe v obravnavanju psihologije pa so na ekonomskem področju predstavljale odločen temelj za pojav ekonomske psihologije, ali kot je zapisal Magyari-Beck (2009, str. 31): »Ekonomska psihologija je bila v svojem bistvu ponovno rojstvo tradicionalne psihologije v

ekonomskem kontekstu, ki ga je kasneje zamenjal začetek discipline ekonomskega obnašanja.«

Ekonomska psihologija predstavlja nekakšen presek med ekonomsko in psihološko znanostjo, pri čemer je razvoj ekonomske psihologije vzpostavil nov pogled v psihologiji, omogočil pa je tudi bolj poglobljeno razumevanje ekonomske vednosti. Magyari-Beck (2009, str. 33) je razvil teorijo, v kateri ekonomijo deli na tako imenovano »trdo« in »mehko« ekonomijo. »Trda ekonomija« je po njegovem mnenju namenjena analizi produkcije (materialne) blaga in storitev, medtem ko »mehka ekonomija« razkriva, kako se pri ekonomskih procesih vzpostavljajo odnosi med ljudmi, kako se »proizvaja« ljudi in njihove osebnosti. Obe vrsti ekonomije delujeta koherentno; ljudje tako proizvajamo, kot tudi uporabljamo stvari, torej uporabljamo »trdo« ekonomijo, ki je merljiva in nagnjena k modelskemu pristopu. Po drugi strani tako proizvodnja kot tudi poraba nudita kvaliteto življenja, ki pomenij sredstvo za proizvodnjo ljudi in kvalitativno naravno blaginjo (blaginja kot bogastvo sreče, zadovoljstva itd.). Tako je »trda« ekonomija vgrajena v »mehko« ekonomijo, a je nemerljiva, čeprav ekonomski psihologiji ponuja čvrste temelje za njeno analizo in teoretsko sklepanje.

Ekonomska psihologija torej sintetizira psihološki in ekonomski pristop v edinstveno disciplino. Slednja je kritična zlasti do tako imenovanega modelskega pristopa, ki je v veliki meri značilen za ekonomijo. Kot boljšo alternativo tako ponuja teorije, ki so preverljive na empirični ravni, ker temeljijo ali na eksperimentalnosti ali pa povsem konkretnih vzrocih in oblikah ravnanja ljudi v določenih razmerah. Lahko bi nadaljevali, da je področje ekonomske psihologije nekakšen splet intuitivnosti in zavestnih logičnih metod, ki jih uporabljamo kot temelj reševanja problemov. V vsej svoji eksaktnosti pa tudi širini bomo ekonomsko psihologijo označili kot interdisciplinarno in kompleksno vedo.

Medtem ko vedenjska ekonomija daje prednost ekonomski osnovi, gre pri ekonomski psihologiji za obratno težnjo. Če uporabimo besedno igro, da prikažemo primer bolj plastično, gre pri ekonomski psihologiji za humanizacijo ekonomskih procesov, pri vedenjski ekonomiji pa ekonomičnost psiholoških pojavov.

1.4 Odnosi med vedenjsko ekonomijo in ekonomsko psihologijo

Vedenjska ekonomija in ekonomska psihologija sta postali nekakšen trend današnjega časa in razmer. Obe odstirata prepreke, ki so do tedaj nastajale zaradi pretirane abstraktnosti in pomanjkanja empirične dokazljivosti psihologije ter prevelikega poudarjanja matematičnih modelov, brez pravega vpogleda v človeški dejavnik v okviru ekonomije. Tako se zdi, da gre za novoodkrita sinhronost, ki skozi kombinacijo ekonomije in psihologije nudi ravnotežje med človeškimi in ekonomskimi dejavniki. To nam najboljše dokazuje tudi analiza globalne finančne in ekonomske krize po letu 2008. Očitno pri tem ne zadostuje le ekonomistična analiza zgrešenih finančnih in ekonomskih ravnanj bank, podjetij in držav, temveč potrebujemo korenito analizo čustvenih in racionalnih, nezavednih in zavednih dejavnikov, ki so pripeljali odločevalce do spornih odločitev.

Medsebojna primerjava obeh ved razkriva nekaj pomembnih razlik in tudi prekrivanj, zato jih skušajmo strniti v nekaj pomembnih presekov.

	VEDENJSKA EKONOMIJA	EKONOMSKA PSIHOLOGIJA
KAJ?	<ul style="list-style-type: none"> - preučevanje ekonomsko-psihološkega človeka - ekonomska narava - ekonomičnost psiholoških pojavov 	<ul style="list-style-type: none"> - preučevanje ekonomsko-psihološkega človeka - psihološka narava - humanizacija ekonomskih procesov
KAKO?	<ul style="list-style-type: none"> - interdisciplinarni pristop - raznovrstnost metod in pristopov preučevanja 	<ul style="list-style-type: none"> - interdisciplinarni pristop
KDO?	<p style="text-align: center;">Domači: /</p> <p style="text-align: center;"><i>Tuji:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - W. Edward - A. Tversky - D. Kahneman 	<p style="text-align: center;"><i>Domači:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - J. Musek - A. Trstenjak <p style="text-align: center;"><i>Tuji:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - G. Katona
KORELACIJA	<ul style="list-style-type: none"> - s kognitivno psihologijo - delno z behaviorizmom 	<ul style="list-style-type: none"> - s socialno psihologijo - z industrijsko psihologijo - s širokim spektrom področij

Vzporednice med vedenjsko ekonomijo in ekonomsko psihologijo se kažejo na več področjih. Še najbolj preprosta je tista, ki izhaja iz iskanja primerne poimenovanja. Tako so mnogi že na samem začetku eksperimentirali z različnimi nazivi za novo rojeno znanost, kot na primer Economic Psychology, The Discipline of Economic Behaviour in Behavioral Economics ipd. (Magyari-Beck, 2009). Obe vedi v ospredje postavljata ekonomsko-psihološko naravnane človeka, ki so mu skupni tako razumski kot čustveni elementi. Čeprav se zdi, da sta vedenjska ekonomija in ekonomska psihologija le inverzno ime druga druge, lahko po analizi ugotovimo, da sta jima pravzaprav skupni »le« področji ekonomije in psihologije.

Pomembnejše so vsebinske razlike, ki obe znanosti ločijo. Vedenjska ekonomija temelji na ekonomskih vzorcih, ki jih dodatno pojasnjujemo s psihološkimi dejavniki, za ekonomsko psihologijo velja ravno obratno in pomeni predvsem širitev psiholoških spoznanj na področje ekonomije. Vedenjska ekonomija poudarja vedenjske vzorce gospodarskih subjektov in jih prenaša na druga področja znanosti (psihologija), ekonomska psihologija pa izhodiščne ekonomske vzorce analizira s pomočjo psihologije in veliko večje širine njenih spoznanj. Za

ekonomske psihologije je torej značilno, da v svojo obravnavo zajema veliko področij, medtem ko je vedenjska ekonomija glede tega kriterija bolj osredotočena na ekonomijo in psihologijo.

Do tukaj smo poudarili pomembne stične točke in razlike, na tem mestu pa se zdi pomembno omeniti še dva pojma, ki s svojo intenzivnostjo tako v ekonomiji kot tudi v psihologiji brišeta meje svojega primarnega izvora. Govorimo o (ne)razumnosti in (ne)racionalnosti. Nerazumnost v okviru obeh ved predstavlja nekakšen sistematičen in predvidljiv proces, do boljših odločitev pa naj bi vodilo razumevanje, da je človeška nerazumnost pravzaprav bolj splošen pojav kakor razumnost. Pojma se zdita očitna tako v ekonomiji kot v psihologiji, v analizo pa vključujeta racionalne in čustvene elemente. Več o slednjih dveh pojmih bomo zapisali in razčlenili v nadaljevanju.

Ko na dosedanje delo v ekonomski teoriji pogledamo z določene distance, lahko povzamemo, da je psihologija v področje ekonomije priplula skupaj z Adamom Smithom. V okviru angleške klasične politične ekonomije je njena prisotnost v ekonomiji nekako »legalna« in legitimna. Obdobje velike neoklasične sinteze dvesto let pozneje pa jo je izrinilo iz svoje obravnave in zdelo se je, da je povsem poniknila v okove ekonomije. A v resnici je bila vseskozi v stanju pripravljenosti in tako se je zmagoslavno vrnila s pomočjo vedenjske ekonomije in ekonomske psihologije v zadnji četrtini 20. stoletja.

2 RAZUMEVANJE PODSTATI GLOBALNE EKONOMSKE KRIZE

Aktualna globalna ekonomska kriza je pogosto razumljena kot dano stanje. Analitiki analizirajo njene kazalnike in ponujajo možne rešitve za oživitev trga. Zlasti v času velikih in globalnih kriz pa pogosto pozabljamo, da krize niso samo posledica določenih tržnih stanj in ukrepov ekonomske politike, temveč da imajo vrsto najrazličnejših vzrokov. Krize moramo zato razumeti in razlagati ne samo z vidika posledic temveč predvsem vzrokov. In temeljni vzrok sedanje krize vidimo predvsem v procesih globalizacije.

Proces globalizacije pomeni enega najširših konceptov obravnave sodobnega sveta in zaznamuje hkrati celoto ekonomskih, političnih in sociokulturnih povezanosti, ki so globalni svet preprosto povezale v celoto informacijskih in intelektualnih, blagovnih in storitvenih, produkcijskih in finančnih, političnih in vojaških, kulturnih in ideoloških procesov. Zato bomo v nadaljevanju predstavili tri temeljne značilnosti globalizacije, ki nam bodo omogočili jasnejši vpogled na poznejšjo analizo sedanje krize.

Tako bomo globalizacijske procese razdelili na tri področja:

1. »marketizacija« predstavlja univerzalnost tržnih odnosov
2. »transnacionalizacija« s katero se brišejo meje med regionalnim in globalnim svetom in

3. financializacija pa pomeni, da začnejo v vseh porah politično-ekonomskih sistemov prevladovati finance. Pokazali bomo, kako se za temi tremi procesi dejansko prepletajo ekonomski in psihološki elementi.

Na tem mestu je treba omeniti Washingtonski konsenz, ki je pomenil politično-ekonomsko agendo v koncu osemdesetih. let 20. stoletja. Namen konsenza je bil gospodarski razvoj manj razvitih držav (predvsem držav Latinske Amerike) s pomočjo tržno naravnanih politik, ki so jih predlagali neoliberalni ekonomisti. Zgoraj omenjeni procesi marketizacije, globalizacije in financializacije so se začeli prav z Washingtonskim konsenzom, saj jih je ta združeval v svojem programu.

2.1 Marketizacija

Pod pojmom »marketizacija« ali trženje družbe se skriva pojmovanje univerzalnosti tržnih odnosov. Gre torej za prodiranje tržnih procesov tudi na tradicionalna področja države in javnega sektorja. Tako smo priča marketizaciji izobraževanja, telekomunikacij, šolstva, zdravstva, pri čemer ta področja skušamo razumeti in urejati kot običajno tržno gospodarstvo. Pri vseh naštetih področjih gre za dodajanje tržnih elementov, kot so privatna lastnina (privatizacija), podjetniška organizacija (javni menedžment) in tržna regulacija (konkurenca). Tako so najpogostejši vidiki marketizacije proces decentralizacije, deregulacije, proste izbire in konkurenčnosti. Marketizacija s svojo tržno filozofijo preprosto pomeni določeno podjetizacijo in svojevrstno tržno socializacijo države (Rus, 2001).

Zagotovo moramo delovanje marketizacije razumeti dvojno. Proces, s katerimi se ukvarja tržno gospodarstvo, zagotovo delujejo v okviru ekonomskih usmeritev, interesov in zakonitosti. Njihov cilj je vzpostaviti dinamično tržno ravnovesje, kjer se ponudba in povpraševanje svobodno dopolnjujeta in prek konkurence izražata v cenovnih razmerjih. Vsi naštetih vzvodi skrbijo za ekonomsko ravnovesje na trgu ter predstavljajo nekakšno podstat procesoma internacionalizacije in financializacije. Po drugi strani je trg skupek odnosov, ki jih lahko razumemo z ekonomske in tudi psihološke strani. Če uporabimo termin odnos, se v našo obravnavo prelije psihološka komponenta. V ozadju trga so ljudje, ki s svojimi vzgibi in odločitvami uravnavajo delovanje trga. Karl Marx je to imenoval »blagovni fetišizem« (za blagovnimi razmerji tičijo odnosi med ljudmi), Erich Fromm pa govori o dvojnosti ljudi, ki živijo med »biti« in »imeti«. (Fromm, 2004). Marketizacijo zaznamujejo medčloveški odnosi, ki so na drugi strani po naravi reči polni psiholoških primesi, ki se razkrivajo kot razkol med čustvi in razumom.

2.2 Trans(inter)nacionalizacija

Transnacionalizacijo in internacionalizacijo danes pogosto razumemo in razlagamo kot globalizacijo. Toda kot pravi nemški sociolog Ulrich Beck je »globalizacija prav gotovo najbolj uporabljana – zlorabljana – in najredkeje definirana, verjetno najbolj napačno razumljena, najbolj nebulozna in politično najčinkovitejša (udarna in sporna) beseda zadnjih let in tudi prihodnjih« (Beck, 2003, str. 37). Zato ostajamo pri prvotnem razlikovanju, kjer nam internacionalizacija in transnacionalizacija pomenita ožji pojem kot globalizacija, ki je povezana z ekonomskim, političnim in socialnokulturnim prehodom iz lokalnega v globalno, iz zaprtega v odprto okolje, medtem ko internacionalizacija in transnacionalizacija pomenita predvsem preseganje nacionalnih meja države s pomočjo ekonomskih, zlasti trgovinskih in finančnih tokov.

Ko govorimo o njenih pozitivnih in negativnih posledicah, imamo pri pozitivnih v mislih zlasti pomoč revnim državam oziroma realnejše možnosti za njihov razvoj. Po drugi strani govorimo o homogenizaciji kulture, ki v očeh kritikov postaja zaskrbljujoča posledica ekonomske transnacionalizacije, zlasti z vidika delovanja mednarodnih korporacij. Tako se zdi, da transnacionalizacija vodi v posploševanje oziroma homogenizacijo kultur po svetu, s čimer se odpira novo vprašanje suverenosti posameznih držav. Prav tako bogatejše države prek internacionalizacije in transnacionalnih korporacij izvajajo pritisk na revnejše države in poglobljajo neenakosti v razvitosti med bogatimi in revnimi državami.

Ekonomski vidiki teh globalizacijskih procesov temeljijo na liberalizaciji, prostem pretoku kapitala, blaga in storitev, tudi delovne sile, vse to pa temelji predvsem na zunanji (mednarodni) trgovini. Tako je ekonomski del povezan z ekonomskimi posledicami trgovanja. Toda procesi mednarodnega povezovanja potekajo predvsem prek transnacionalnih korporacij, neposrednih investicij in mednarodnega finančnega in proizvodnega povezovanja. Tukaj pa predvsem na področju korporativnega upravljanja trčimo tudi na področje kulture, vodenja in ljudi kot odločevalcev ukrepov na področju trans(inter)nacionalizacije. Najpomembnejše se zdi na tem mestu problem kulturne identitete. Ko govorimo o izginjanju nacionalne identitete in načrtni homogenizaciji poslovne kulture, lahko to povežemo s psihološkimi elementi, saj je identiteta del psihološkega razumevanja tradicije, odnosov med ljudmi, zgodovine. Identitetni kapital je dejansko psihološki kapital. Njegovo povečevanje ali zmanjševanje ima tudi psihološke posledice, saj te neposredno zadevajo ljudi in njihov način obnašanja ter ravnanja.

2.3 Financionalizacija

»Denar in suverenost sta izpeljana iz iste logike. Gre za večjo sliko, ki ima veliko odtenkov in podrobnosti. Denar poleg svojih temeljnih nalog kot so hranilec vrednosti, mera vrednosti,

sredstvo za menjavo, opravlja tudi vlogo veleposlanika. Krepi namreč globalno vrednost posamezne družbe.« (Aglietta & Orlean, 1998, str. 26)

S pojmom financiranja želimo prikazati vsesplošno prisotnost finančnih procesov v sodobni družbi. Gre torej za univerzalnost denarne ekonomije, kreditnih razmerij in širjenja delovanja trga kapitala s številnimi finančnimi produkti in storitvami, kjer vsi ljudje postajajo nekakšni finančni deležniki. Zdi se, da sta ukoreninjenje marketizacije in trans(inter)nacionalizacija le še okrepila vlogo nacionalnih in mednarodnih financ, ki pomenijo nekakšno končno izvedbo njunih idej in institucionalnega delovanja. Za delovanje tržnega gospodarstva in ekonomski logos je ključna vloga denarja. Denar je v svojem razvoju prešel od materialnega, fizičnega (gotovina) do prevladujočega finančnega, abstraktnega knjižnega denarja. Njegova narava je tako iz nečesa oprijemljivega prešla v večini primerov v nevidno sfero, ki izziva naše čustvene vzgibe in zahteva zupanje v njegovo abstraktno podobo. Z njegovo abstraktnostjo se je torej med njim in gospodarskim subjektom vzpostavil odnos zaupanja, ki je v temelju psihološki odnos med ljudmi v razmerju do nevidnih stvari.

Z nastopom aktualne krize smo ljudje prvič vidno podvomili v pristnost našega odnosa do denarja, ki je bil očitno pretirano utemeljen na odvisnosti in zaupanju. Ker smo v preteklosti preveč zaupali in se čustveno odzivali na abstraktno naravo kreditnega denarja in slast finančnih spekulacij, smo zabredli v neracionalno zadolževanje. V sedanji krizi je na dan prišla »prava« narava denarja. Denar in proces, ki ga le-ta napaja (financiranje), ima torej močno socialno in predvsem psihološko podlago.

Denar naj bi v ekonomskem smislu predstavljal predvsem sredstvo za učinkovitejšo menjavo (trgovanje), nastopa kot plačilno sredstvo, olajša zadovoljevanje potreb. Služil naj bi kot sredstvo za izvajanje marketizacije in trans(inter)nacionalizacije, predstavlja najmočnejši medij globalizacije. V preteklosti je bil denar zmotno opredeljen le razumsko, toda z razvojem ekonomske psihologije in vedenjske ekonomije je dobil drugo dimenzijo. Racionalni ekonomski komponenti so dodali tudi čustveno. Tako današnji pogled na denar vsebuje tudi psihološko plat, ki človeka obravnava kot iracionalno bitje. V povezavi s tem so tudi finance zajadrale v psihološke vode, kjer skuša psihološka analiza obnašanja ljudi pokazati, kako človek deluje hkrati kot racionalno in iracionalno bitje. Če je brezglavo zadolževanje in kreditiranje del racionalnih odločitev z iracionalnim hotenjem, mora vsaka rešitev krize dejansko pripeljati najprej do katarze, kjer človek v ospredje postavlja odgovorno in etično ravnanje z denarjem.

V nadaljevanju bomo govorili o štirih dejavnih krize, ki jih bomo obravnavali kot nekakšne prečne preseke globalizacije in njenih treh stebrov, marketizacije, trans(inter)nacionalizacije in financiranja. Ravno v teh treh procesih, ki smo jih podrobneje opisali zgoraj, je prišlo do največjega prepletanja psiholoških in ekonomskih elementov. Ker v osnovi nismo razumeli teh temeljnih principov, nas je aktualna sistemska kriza presenetila predvsem v smislu, da je ne razumemo. Poizkušamo analizirati njene posledice, medtem ko njene temeljne vzroke, ki jih vidimo predvsem v načinu obnašanja različnih nosilcev in zajema odločitve vseh družbenih slojev, ki nastopajo na trgu, po navadi spregledamo. Toda prav v prepletu ekonomskih in psiholoških nagnjenj ljudi stoji temeljni vzvod pojasnjevanja sodobne finančne in ekonomske krize. Zdi se, da nismo dovolj razumni, da bi razumeli ali razmejili dimenzije

našega obnašanja v povezavi s prostorsko povezanostjo napredka tehnologije in proizvodnje, trga in financ.

3 ŠTIRJE TEMELJNI ELEMENTI TRŽNEGA SISTEMA Z EKONOMSKO-PSIHOLOŠKEGA VIDIKA

V naslednji korak naše analize uvrščamo štiri nove vidike, ki bodo z vidika naše ekonomsko-psihološko obarvane teme omogočali lažje razumevanje sodobne krize. Tri orodja, ki jih bomo opredelili najprej, so predvsem ekonomska, četrto pa ima predvsem psihološki značaj. Ti štiri vidiki so:

1. kapital,
2. konkurenca,
3. racionalnost in
4. zaupanje.

Vsako izmed njih bomo opredelili tako v ekonomskem kot tudi v psihološkem smislu ter iskali njuna presečišča. Tržni sistem bomo v nadaljevanju osmislili kot prepletanje ekonomskih in psiholoških elementov. Ekonomske elemente pojmujeemo z lastnino, kapitalom, konkurenco, medtem ko so psihološki elementi prežeti z racionalnostjo, čustvovanjem, vrednotami in normami. Tako bomo v sklopu ekonomskih elementov predstavili kapital in konkurenco, v sklopu psiholoških elementov pa racionalnost in zaupanje.

3.1 Kapital

»V prvem kamnu, ki ga (človek) vrže v divjo žival, ki jo lovi, v prvi palici, ki jo zgrabi, da skladi z drevesa sadeže, ki jih ne doseže, /.../ najdemo začetke kapitala.« (Robert Torrens, An Essay on the Production of Wealth - Esej o proizvodnji premoženja, 1821)

Kapital je sprva označeval predvsem dobrine fizičnega značaja, stvari, ki so bile potrebne v procesu proizvodnje in so omogočale proizvodne rezultate, kot so na primer stroji, stavbe, material, oprema itd. Vloga kapitala je bila tako neposredna, pragmatična, samo ekonomsko bistvo kapitala pa je bilo povečanje bogastva. Tako je v ekonomski vedi dolgo časa prevladovala ideja kapitala, ki pomeni fizično sposobnost proizvodnje dobrin in storitev. Kapital v ekonomskem smislu je opredeljen takole: »Kapital je sestavljen iz tistih trajnih proizvedenih dobrin, ki jih uporabljamo kot proizvodni input za nadaljnjo proizvodnjo.« (Samuelson & Nordhaus, 2002)

Vedno bolj pa v sodobni družbi prihajajo v ospredje tudi drugačne oblike in vsebina kapitala. Tako človekove sposobnosti opredeljuje človeški kapital, podjetniško delovanje ljudi, intelektualni kapital, način družbenega povezovanja pa pojasnjuje socialni kapital. Adam (2001, str. 17) je mnenja, da socialni kapital združuje človeški in intelektualni kapital in je osrednjega pomena, saj ima multiplikativni vpliv na gospodarski razvoj in blaginjo ljudi. Socialni kapital nima v sebi ničesar materialnega, vključuje predvsem etične komponente, vrednote, odnose med ljudmi.

Na intelektualni kapital lahko po Edvinssonovem mnenju gledamo z več vidikov. Z borznega vidika gre za razliko med tržno in knjižno vrednostjo podjetij, s podjetniškega vidika gre za potencialno doseganje bodočih donosov, z računovodskega vidika pa intelektualni kapital smatramo kot nevidna sredstva podjetja, ki so prežeta z vrednotami in sposobnostmi ljudi. Intelektualni kapital je preprosto nasprotje finančnega in fizičnega kapitala (Ložar, 1998).

Klasična ekonomska teorija je zagotovo največ pozornosti namenjala fizičnemu kapitalu, ki v ekonomski teoriji prevladuje v 17., 18. in celo začetku 19. stoletja. Od konca 19. pa je slednji svoj prestol predal finančnemu kapitalu, ki je predstavljal spoj industrijskega in bančnega kapitala (Hilferding). Za prvo polovico 20. stoletja je najbolj značilno mračno obdobje velike gospodarske krize v tridesetih letih, ko sta finančni in bančni kapital odigrala osrednjo vlogo. Vzpon bančnega kapitala tlakuje predvsem vedno večja vloga centralnih bank in monetarne politike, v zadnjih desetletjih pa se je posebej razvil tudi finančni kapital, ki deluje prek trga kapitala. Oboje, kreditni sistem v bankah in trgovanje z vrednostnimi papirji na finančnih trgih je povzročilo vedno večjo financiacijo kapitala. Finančni kapital je tako postal daleč najpomembnejša in najmočnejša oblika sodobnega kapitala.

Toda prevladujoči finančni kapital je dejansko v primerjavi z drugimi oblikami kapitala (fizični, socialni, intelektualni itd.) najbolj abstrakten in hkrati najbolj tvegan. Če je v prvi polovici 20. stoletja predstavljal nekakšen spoj industrijskega in bančnega kapitala, v zadnjih desetletjih postaja vedno bolj razširjen prek delovanja nebančnih finančnih institucij in povezanosti finančnih trgov. Ne gre več za njegovo prvotno vlogo, financiranje dejavnosti in investiranje, temveč postaja vse bolj sestavni del odvojenih finančnih dejavnosti. Podjetja namesto svoje temeljne proizvodne dejavnosti vlagajo finančna sredstva na trge, podobno velja za prihranke gospodinjstev, ki vse bolj silijo v različne finančne produkte, celo države so se spustile v različne oblike finančnih naložb. Problem sodobnega finančnega kapitala tako ni več alokacija ali distribucija premoženja temveč predvsem upravljanje z donosi, špekulativnim trgovanjem in menedžiranje s tveganji. Pri tem postajajo vse bolj pomembne menedžerske odločitve z vidika etičnega določanja, kaj je prav in kaj ne.

V ospredje prihaja stara Marxova opredelitev kapitala kot družbenega odnosa. Finančni kapital postaja vse bolj socialni in človeški kapital. Marx namreč poudarja, da vrednost ustvarja človek, ter tako človeški kapital prikaže kot proizvodni dejavnik. Temelj nastajanja kapitala je izkoriščanje ljudi, saj lastniki kapitala od delavcev prisvajajo presežno vrednost, ki so jo delavci ustvarili v procesu proizvodnje. Kapital je torej socialni kapital, ki temelji na izkoriščanju. Toda socialni kapital je na drugi strani močno povezan z zaupanjem, ki zahteva sodelovanje in soodgovornost. Tako je sodobni finančni kapital prežet s temeljnimi

protislovnem med izkoriščanjem in zaupanjem. Danes se družba na splošno ne zaveda te protislovne vloge finančnega kapitala kot posebne oblike socialnega kapitala.

Kapital je torej svojo pot utiral prek fizičnega do finančnega kapitala, od finančnega do socialnega kapitala. Skozi njegovo upravljanje je do izraza prišel človek, in sicer ne več kot fizično bitje, temveč kot čustveni človek, ter ekonomiji pokazal smisel njegove personalistične obravnave. Tako sled kapitala iz skrajno tehničnega, oprijemljivega, ekonomskega do finančnega, abstraktnega in družbenega vodi do psihološke dimenzije kapitala.

3.2 Konkurenca

Pojem konkurence po navadi v nas vzbudi negativna čustva, pomeni namreč merjenje moči in hkrati budi občutek nemoči. Zato lahko konkurenco razumemo z najmanj dveh perspektiv. Lahko jo obravnavamo kot tekmovanje ali kot sodelovanje. Konkurenca v splošnem zahteva izpolnitev dveh pogojev. Eden je, da morajo obstajati gospodarski subjekti, bodisi kupci ali prodajalci blaga, ki si želijo čim večji dobiček ali zadovoljstvo, drugi pogoj pa je, da so gospodarski subjekti vsaj delno sposobni nadomeščati drug drugega na trgih, kjer dleujejo in medsebojno tekmujejo. Besedni izraz konkurenca izvira iz latinskega izraza lat. *concurrere*, kar v dobesebnem prevodu pomeni teči skupaj, tekmovati za isti smoter (Nordström & Ridderstrale, 2001).

Ekonomski pomen konkurence povezuje cene in blago, skratka ima materialistični prizvok. V temelju je torej predstavljala tekmovalnost, ki se je predvsem trgu kazala v cenovni konkurenci. Ekonomska teorija je konkurenco poskušali umestiti v središče tržnega razumevanja gospodarstva. Tako je prek dveh nasprotij, popolne in pozneje nepopolne konkurence, skušala pojasniti, kako deluje dejanska tržna ekonomija. V 20. stoletju postaja konkurenca prevladujoče načelo družbenega delovanja in povezovanja. Tržno gospodarstvo temelji na tržni konkurenci, politična demokracija pomeni vzpostavitev političnega trga. Tržna družba je politično in ekonomsko družba, ki temelji na konkurenčnosti. To velja tudi za neekonomske odnose in institucije, kot so na primer izobraževanje, znanost, zdravstvo in socialni sistemi idr. Vsi družbeni odnosi so tako del konkurenčnega boja vrednot. Konkurenčnost je tako prerasla v nekakšen univerzalni zakon in red sodobne tržne družbe.

Če gremo korak naprej in pojmovanje konkurence kot tekmovanja zaostriamo, bi temelj ekonomske konkurence (Marshall) lahko povezali z ekonomskim darvinizmom. Trg udejanja Darwinovo teorijo o naravni selekciji, ki iz sistema preprosto odstranjuje šibkejši člene, ki bodisi zaradi neprilagojenosti ali nesposobnosti ne morejo preživeti. Če torej na trgu vlada tekmovanje med potrošniki in proizvajalci, bodo preživeli le najmočnejši. A ravno tako kot se je teorija o naravni selekciji pogosto izjalovila, tudi v ekonomskem smislu ne gre le za golo tekmovanje in zmago močnejših nad šibkejšimi. Celó obratno.

Zgodovina 20. stoletja dokazuje, kako ekonomski tržni darvinizem lahko preide v tako imenovani socialni kooperativizem.

Že Adam Smith je s konceptom svobodne konkurence izpostavil ključno razumevanje konkurence, ki temelji na sebičnosti (Sušjan, 2006, str. 65). Sebičnost je namreč pojmoval kot gonilno silo človeštva. Da ta ne prevlada nad človeškimi načeli, jo moramo ukrotiti in vzpostaviti delovanje sistema notranjih moralnih vrlin. Za to pa je potrebno sočutje. Tako sta v področje ekonomije vstopili socialna kooperativnost in empatija. Čeprav je Smith na to posebej opozoril, pa se je pozneje takšen pristop izgubil v prevladujoči ekonomski ideologiji racionalnega in sebičnega odločanja ljudi. Vse do razvoja vedenjske ekonomije in ekonomske psihologije sta bila socialna kooperativnost in empatija povsem podrejeni prevladujočim pogledom racionalnega in sebičnega homo oeconomicusa (ekonomsko načelo). To nasprotje pa je zopet postalo aktualno, zlasti v času krize. Sebično ravnanje ljudi je vodilo v krizo, finančno krizo pa rešujemo s solidarno in kooperativno akcijo držav in vsega prebivalstva.

3.3 Racionalnost

V standardnem ekonomskem modelu bi racionalnost utemeljili kot maksimiranje funkcije subjektivne koristnosti, ki jo izražajo preference ljudi. Analitično so te predstavljene z indiferenčnimi krivuljami v okviru splošnega ravnotežja. Ko govorimo o racionalnosti, naše misli skoraj avtomatično zdrsijo do slavnega koncepta homo oeconomicusa, ki se vedno odloča racionalno, razumsko in na podlagi popolne informiranosti. V svojem temelju je koncept zasnovan na razumu, na ugodju, do katerega je edina pot razumska angažiranost človeka.

Toda že Smith povezuje racionalno in čustveno delovanje ljudi. »Teorija moralnih občutij kaže, da so naše moralne predstave in dejanja rezultat naše narave kot družbenih bitij. Socialna psihologija je boljše vodilo k umevanju moralnega delovanja človeka kot razum. Eno temeljnih vodil poleg samointeresa je simpatija (danes znana kot empatija), zmožnost, da se postavimo v položaj sočloveka in ponotranjimo njegova občutja.« (Smith, 2010, str. 649) Brščič nam s svojo sintezo želi prikazati Smithovo ambivalenco razuma in čustev. Gre namreč za psihološke nastavke v ekonomiji. Smith je prvi sintetiziral ekonomski racionalizem, ki je predstavljal razumsko plat človeka, ter socialno simpatijo (empatijo), ki je predstavljala človekovo čustveno dimenzijo. Človeka naj bi na etičnem področju vodilo načelo čustvovanja, ki ga sili, da sodeluje z drugimi in prek tega doseže ter izpolni namen koristnosti.

Tako so različni avtorji skozi različne ekonomske teorije želeli podrobneje pojasniti in skrbneje opredeliti človeka kot agenta, ki zastopa določene interese na trgu. Rigidna in ozka racionalnost je tako dobila svojo manj rigorozno definicijo, transformirana je bila namreč v omejeno racionalnost. Koncept, ki ga je postavil Herbert Simon, pomeni nekakšno alternativo matematičnemu modelu pri sklepanju odločitev. Temelji namreč na poudarjanju omejenosti informacij, ki jo imajo gospodarski subjekti, upošteva čas in način njihove reakcije ter

različne kognitivne ovire, ki jih imajo pri tem. Vse to namreč močno vpliva na človeka, njegovo sklepanje odločitev ter njegovo ravnanje na trgu. Šele v tej razširjeni in pogosto presežni razlagi je koncept homo oeconomicusa dobil prizvok večje stopnje realnosti in kredibilnosti.

Bistvo tega koncepta je soodvisnost pri čemer gre za iskanje ravnovesja med posameznimi agenti in družbo. Če je torej temeljna značilnost ekonomskega človeka naravnost k individualističnemu in egoističnemu doseganju blaginje, potem je to pogosto v nasprotju z drugim človeškim bistvom in njegovo primarno željo po druženju in sodelovanju z drugimi ljudmi. Vsak človek želi doseči blaginjo ne le na subjektivni ravni temveč v razmerju do drugega, v sodelovanju z drugim. To posameznega agenta vedno znova vodi do kolektivnega ravnanja in družbene soodgovornosti. Gre za človeško sočutnost in skrb za sočloveka, ki ni (razen izjemoma) neposredno povezana s koristmi. In ravno v tej psihološkosočutni kombinaciji človek odstopa od homo oeconomicusa. To temeljno razliko Smith razlaga kot sočutnost, Simon z omejeno racionalnostjo, Schmitz pa z izhodiščno družbeno naravnostjo ljudi. »Mi moramo skrbeti glede naših ciljev na način, ki s konceptom homo oeconomicusa ni skupen. Homo oeconomicusu ni treba vzdrževati mnenja in obnašanja, da so mu lastni cilji pomembni in neprecenljivi, medtem ko je pri nas ravno to v ospredju.« (Schmitz, 1995, str. 97)

V današnjem času je v ekonomski teoriji koncept ekonomske racionalnosti in sebičnosti doživel korenito spremembo. Iz stroge racionalnosti je prek omejene racionalnosti prešel v koncept iracionalnosti kot socialne empatije. Gre torej za obrnjen koncept, ki ekonomsko vedo dejansko vrača na Smithov začetek. A kljub temu da se zavedamo in hkrati upoštevamo iracionalnost in čustvenost, je potrebno, da je komponenta racionalnosti zasidrana v našem ekonomskem ravnanju. Služi nam namreč kot temelj in kriterij vrednostnih sodb o iracionalnosti in nujnosti sočutja, solidarnosti in sodelovanja.

Racionalnost je sprva prevladovala predvsem v ekonomiji, ker je bila neposredno povezana z dobičkom in blaginjo. Ljudje so jo razumeli v strogem materialnem smislu. Pozneje se je začela vrivati tudi na druga družboslovna področja, kjer so jo povezali s psihološkimi dejavniki uspeha, sreče, zadovoljstva. V ekonomiji pa je vedno bolj navošč trend opuščanja racionalnosti v materialističnem smislu; v ospredju so namreč vedno bolj vidne psihološke prvine racionalnosti prek iracionalnih dejanj in pogosto čustvenih hotenj.

3.4 Zaupanje

Zaupanje predstavlja enega ključnih dejavnikov ekonomskega sistema. Pravzaprav ne gre le za golo zaupanje, katerega rezultat izraža bodisi pozitivno uresničene norme ali ekonomske rezultate, temveč za ambivalenco več razmerij. Slednja svoje poti iščejo med varnostjo in negotovostjo, solidarnostjo in konfliktnostjo, veseljem in užitkom... (Fromm, 2004, str. 100).

Zaupanje je tako širok pojem, ki v ekonomskem smislu pomeni nekakšno iskanje ekonomske identitete. Zаметki zaupanja v razvoju ekonomske teorije so v konceptu podjetništva, ki ga je načel Smith, pri katerem lahko vzporednico med podjetnikom in zaupanjem najdemo predvsem v podjetnikovem odnosu do ljudi. Podjetnik je torej eden od členov v verigi poslov, ki jih opravlja s soljudmi, z njimi ga vežejo ne le poslovni rezultati in ekonomska blaginja, temveč tudi človeški odnosi, ki tvorijo dvosmerno komunikacijo medsebojnega zaupanja. Smithova že prej omenjena naravnost k empatiji le še krepi naše domneve o zaupanju.

V poznejši ekonomski teoriji je problem zaupanja zelo jasno poudaril tudi Keynes. Kriterij zaupanja namreč neposredno povezuje z denarjem, kombinacija slednjih dveh pa predstavlja temelj za njegovo opredelitev podjetnika. »Podjetniki se slepijo, da delujejo predvsem na podlagi lastnih načrtovanj, ne glede na to, kako pristna in iskrena so. Da je njihovo delovanje utemeljeno na natančnih izračunih prihodnjih koristi, velja zanje le malce bolj kot za odpravo na južni tečaj. Če bi življenjska moč usahnila, spontani optimizem pa bi začel omahovati, tako da bi nam ostalo le matematično predvidevanje, bi podjetništvo usahnilo in izumrlo – čeravno ni strah pred izgubo morda prav nič bolj utemeljen, kot je upanje na predvidene koristi...« (Keynes, 2006, str. 164)

Zaupanje je pogosto glavni igralec na ekonomskem tržnem odru, čeprav ga nekateri (do zdaj sploh ekonomisti) bolj vidijo v stranskih vlogah. Seveda je ob popotresnem stanju aktualne gospodarske krize najlažje uvideti posledice. Zaupanje tako ni le predmet podjetništva, je ena glavnih komponent vseh gospodarskih subjektov in nekakšna moralna vest in obveza institucij.

O zaupanju lahko govorimo kot o samostojnemu elementu ali o nekakšnem veznem členu v ekonomskih sistemih. Zaupanje lahko vodi do novih ekonomskih ali psiholoških komponent v ekonomiji. Na eni strani zaupanje vzbuja varnost in povečuje gotovost, na drugi zmanjšuje tveganje in omogoča skupno delovanje. Ko so gospodarski subjekti gibljejo v svetu gotovosti in je tako območje negotovosti zreducirano na najmanjšo možno mero, se hkrati s tem povečuje tudi njihova racionalnost odločanja. Z vsoto zaupanja in informiranosti lahko tako prek katerekoli oblike kapitala in kooperativne konkurence dosežejo zastavljene cilje in ekonomske dobičke. Gre za zaupanje v lastne interese, ki v pozitivni povezavi z globalnim zaupanjem povečujejo pozitivno svobodo. A po navadi je zaradi globalnega nezaupanja navzoča negativna svoboda, ko se odločamo na račun drugega. Tako se kot rešitev samo po sebi ponuja zaupanje v skupne interese, ki omogočajo pozitivno svobodo in omejujejo škode, ki nastajajo pri negativni svobodi (Berlin, 1992).

4 ANATOMIJA GLOBALNE EKONOMSKE KRIZE

»Glavni tok ekonomije, utemeljen na racionalnih pričakovanjih, maksimiranju funkcije koristnosti in informacijskih šokih je trenutno postavljen pod vprašaj, saj nobena od navedenih komponent ni bila sposobna napovedati, kaj šele pojasniti globalne krize.« (Global Economic Symposium, 2010)

4.1 Kaj je kriza?

Kriza je po najosnovnejši definiciji stanje v gospodarstvu, ko se ugodne razmere za razvoj začnejo hitro slabšati. Finančna kriza stopi korak dlje. Pomeni stanje v gospodarstvu, ko je povpraševanje po denarnih sredstvih višje od njihove ponudbe. Z drugimi besedami to pomeni krizo likvidnosti, saj gre za umikanje razpoložljivih sredstev posameznikov iz bančnih bilanc, ko so ekonomski subjekti prisiljeni k prodaji lastnih naložb.

Krizo je mogoče členiti na različne načine, vendar se pri tem pogosto izgubi kritična presoja. V našem primeru bomo združili dve glavni komponenti, ki po našem mnenju krmilita gospodarstvo. Tako bomo ekonomske kazalnike skušali razložiti skozi tako imenovani nevidni, psihološki del, ki govori o strahu in negotovosti zaradi kriznih sprememb, ko so razmere vsak dan slabše, težje, manj zanesljive in predvidljive. Ta občutek, ki je prisoten v aktualni gospodarski krizi, se je v tolikšni meri pojavil prvič po veliki depresiji v tridesetih letih prejšnjega stoletja, ki je paralizirala globalno gospodarstvo. Kakor domine se v zadnjih dveh letih rušijo temelji sektorjev, od nepremičninskega, finančnega, realnega pa vse do socialnega, ogroženi niso samo banke in podjetja, temveč tudi mednarodne institucije in države.

Aktualna kriza ima svoje korenine v ZDA in je prek nepremičninskega prešla na finančno področje ter končala v realnem sektorju. Kot pravi že skoraj ponarodeli pregovor, da če kihne Amerika, se prehladimo tudi pri nas, je kriza iz ZDA prišla v Evropo. Temeljni problem so bila hipotekarna posojila, pri dodeljevanju katerih je namesto pravil igre vladala mišellovka. Namesto klasičnega odnosa posojilodajalec-posojilojemalec se je ustvarila cela mreža akterjev, ki so delovali kot posredniki - nelegalno in nelegitimno. Štiblar podaja sistematičen pregled razvoja krize, ki ga na kratko povzemamo (Štiblar, 2008, str. 92-94):

1. Ob bankrotiranju prve večje hipotekarne ustanove v ZDA, ki ga je sprožil pok hipotekarnega balona (april 2007), so sledili zaostreni pogoji posojanja denarja na finančnem trgu. Začetek finančne krize je bil odziv na težnjo padanja cen nepremičnin.
2. Pojavil se je problem likvidnosti, ki niso razrešile niti likvidne injekcije tako v ZDA kakor tudi v Evropi. Sledil je padec britanske banke Northern Rock (september 2007), poleg tega je cena nepremičnin še vedno ohranjala težnjo padanja.
3. Gospodarska recesija je napovedovala svoj prihod in ZDA so ga želele preprečiti s 168 milijardami dolarjev davčnih povračil (februar 2008); neuspešno. Ljudje, ki jih zaznamuje komponenta čustvenega človeka (torej večina), so denar želeli privarčevati za težke čase.
4. Sledil je padec velike investicijske banke Bear Stearns. ZDA so nadaljevale z ukrepi; nacionalizirale so dve največji hipotekarni finančni ustanovi (september 2008), Fannie Mae in Freddy Mack (pred tem so ju privatizirali, posledično so ju zasebni lastniki pripeljali do bankrota).

5. Padcu Bear Stearns sta sledili še Merrill Lynch in Lehman Brothers (september 2008). ZDA so se tokrat odzvale takoj in tako največji svetovni zavarovalnici AIG odobrile dveletno posojilo. Propad slednje bi namreč povzročil propad svetovnega finančnega sistema.
6. Največja investicijska banka Goldman Saks je v enem dnevu zabelžila 12,5-odstotni padec cene delnic. Z dovoljevanjem propada Lehman Brothers je vlada ZDA želela pokazati, da nikakor ne bo dovolila moralnega hazarda. A je morala ukrepati.
7. Da bi oživil denarni in posojilni trg je kongres po predlogu vlade potrdil finančno injekcijo v višini 700 milijard ameriških dolarjev (oktober 2008). Sprva pomoč ni učinkovala (borzni indeksi na Wall Streetu so padli za več kot 7%), sledila je težnja močnega nihanja, ki se je nekako umirilo šele novembra.

Štiblar (2008, str. 100) navaja v povprečju 50-odstotni padec vrednosti borznih tečajev (podatki za 5. 11. 2008 glede na konec leta 2007). Indeksi na Wall Streetu so v prvi polovici novembra padli pod mejne vrednosti; DJIA pod 9000, NASDAQ pod 1600, S&P 500 pod 900. Podoben položaj se je odvijal tudi na azijskih in evropskih borzah. Novembra 2008 je bil na primer celotni obseg poslov investicijskega bančništva manjši za petino vrednosti glede na primerljivo obdobje leta 2007.

4.2 Sinteza vzrokov

4.2.1 Stiglitzeva analiza prepletanja psiholoških in ekonomskih vzrokov

Stiglitz poudarja, da je aktualna globalna kriza v marsičem podobna prejšnjim krizam, predvsem v finančnem sektorju. »Sam izvor krize gre iskati v zavajajočih informacijah in konfliktu interesov agentov na trgu. Osrednji problem pa predstavljata dva ključna elementa, in sicer spodbujanje k čezmernemu tveganju in goljufivo obnašanje.« (Stiglitz, 2008)

V tokratni globalni krizi gre po Stiglitzu predvsem za nedelovanje moralnega in etičnega kodeksa, da je torej krizno stanje posledica propada vrednot in pohlepnega ravnanja ljudi. Toda Stiglitz nam vzroke za nastanek vseobsežne krize predstavi tudi z ekonomske strani. Po njegovem mnenju je pomembno tudi delovanje bančnega in finančnega sistema, novih finančnih instrumentov, prevladujoče oblike finančnega kapitala in globalne financializacije.

Če poskušamo skleniti Stiglitzeva videnja, bi globalno krizo lahko opredelili kot nekakšen prepad med neetično nevidno roko trga in totalitarno oblastjo monetaristov. Osrednji spodbujevalni dejavnik so nerealne ocene tveganj in špekulativno ravnanje ljudi, od specializiranih bonitetnih agencij, bank in podjetij do centralnih bankirjev in bančnih menedžerjev, od politikov do vsakdanjih državljanov. Povsod srečamo temeljne elemente čustvenih odzivov finančne euforije in moralni hazard, ko ljudje ob prvem nastopu krize zvrčajo krivdo na druge in skušajo zasebna tveganja socializirati na račun skupnosti. Moralni hazard ima svojo specifično lastnost, saj zasebnikom omogoča visoke dobičke, ki navzgor

niso omejeni. Ko pa v krizi govorimo o izgubah, te nenadoma postanejo omejene in nevdržne in jih pozneje sanirajo v okviru antikriznih ukrepov vlade. Kje je bila tukaj meja dovoljenega tveganja? Kje so prekoračene meje zaupanja? Zakaj se dobički lahko privatizirajo, izgube pa se skušajo pozneje socializirati na račun davkoplačevalcev? Očitno je v času finančne krize odpovedal ves razum in racionalnost odločanja.

Kljub prvotnemu argumentu ekonomistov, da je mogoče tveganja zmanjšati z razpršenostjo naložb in širino finančnih instrumentov, se je oboje pokazalo kot eden izmed temeljev krize. Izvedeni finančni instrumenti in trgovanje z njimi ne pomenijo zmanjševanja tveganj, ki so se dejansko povečevala. Razpršenost naložb v izvedene finančne instrumente je namreč zameglila tržno sliko, na trgu pa se je s tem ustvarila predvsem asimetrija informacij, pri odločanju so vse bolj prevladovali argumenti moči in sla po špekulativnem bogatenju. Banke, ki naj bi nosile odgovornost, so v resnici postajale nekakšen računovodski in kreditni servis. Posledica je logična. S poskusom razpršitve tveganj in nepreglednimi paketi vrednostih papirjev se je povsem porazgubil nadzor nad udeleženci finančnih naložb, ki so vse bolj spominjale na igre na srečo (kazino kapitalizem).

Bonitetne agencije so s svojo trdno zasidranostjo v finančni sistem krojile zunanjo podobo finančnega trga. Pogosto je šlo za pozitivno povezavo med dobrimi ocenami glede finančne trdnosti in plačniki teh informacij. Informacije so bile preprosto lažne in zavajajoče. To še posebej velja za nepremičninske trge in hipotekarne kredite. Razpršenost tveganja, ki bi na pravični ekonomski osnovi dejansko izboljšala stanje, je z dodanim psihološkimi dejavniki prevar, špekulacij in prvinske sle po bogatenju prinesla negativne posledice. Z razpršenostjo vlaganj je namreč nastopila tudi razpršenost tveganj. Tako so se ekonomski agenti na trgu začeli obnašati izrazito individualistično, saj se nihče od njih zaradi tolikšnega števila vpletenih ni čutil odgovornega za nastale goljufije. Pri aktualni globalni krizi spoznavamo, da gredo ekonomski in psihološki dejavniki z roko v roki. V nadaljevanju bomo predstavili nekatere logične razlage krize, ki vključujejo oboje.

4.2.2 Psihologija finančne krize skozi ekonomske oči

V primeru globalne ekonomske krize je v ospredju država s svojimi ukrepi. Tako se mora slednja osredotočiti na *ekonomske* rešitve, ki pomenijo sanacijo bank, podjetij in pomoč državljanom kot kreditojemalcem ali pa kot brezposelnim. Štiblar (2008, str. 112) glede reševanja krize predlaga sistematični pristop, ki ga je sicer opredelil že Kenichi Ohmae in vključuje tri načela:

1. Finančno krizo je treba dojemati in obravnavati kot sistemsko napako in se ne primarno odzivati na posamezne težave.
2. Pomembno je sledenje načelu »first things first«, kar pomeni, da je najprej treba rešiti likvidnostno krizo, na drugem mestu je odprava slabih aktiv in nato sledi še oživljanje in vzpodbujanje realnega sektorja.

3. Potrebna je vzpostavitev svetovnega finančnega sistema v smislu preventive pred prihodnjimi podobnimi krizami

»Ponovno je treba sprostiti kreditiranje in spodbuditi potrošnjo,« svetuje tudi Krugman (Krugman, str. 184). Po njegovem mnenju je namreč najprej treba obnoviti kreditiranje, ki mora temeljiti na zdravem kapitalu, pri potrošnikih pa je treba zopet vzdražiti in aktivirati zaupanje. Očitno je država, glede na temeljna pravila keynesianizma, postala sanator krize, ki so jo povzročile zasebne odločitve. Iz sedanjega poteka reševanja krize je jasno razvidno, kako so največje in najmogočnejše bančne, finančne in podjetniške institucije hlepele po posegu države. Pravila so se zopet oblikovala glede na človeško iracionalno zasnovo. V času panike so odzivi burni, nagonski in drzni in v nasprotju z dosedanjimi spoznanji. Če so vsi do krize trdili, da je ključ uspešnosti liberalizacija, deregulacija in privatizacija, so sedaj vsi prisegali na regulacijo, centralizacijo in etatizacijo. Država rešuje trge in pokriva zmotne zasebne odločitve.

»Finančni trgi bi potrebovali strožje regulatorje, kajti le občasni posegi države v pogojih popolnoma racionanega obnašanja ljudi, ki zanikajo vsakršno iracionalno ravnanje, je preprosto samo teoretska fikcija.« (Prelle, 2010) Prelle poudarja, da bi morala država z ekonomskim ukrepanjem še pravočasno vzpodbuditi investitorje, ki polzijo po navzdol obrnjeni spirali zaupanja. Kot pravi Štiblar, ekonomisti »za finančno krizo obtožujejo poceni denar, azijske prihranke, požrešne bankirje in deregulacijo« (Štiblar, 2008, str. 102). Nedvomno je politični ukrep, kot sta uvedba drsečih tečajev leta 1971 in odprava dolarske konvertibilnosti v zlato, sprožil začetek nastajanja raznih deregulacij in izvedenih finančnih instrumentov. Tu so finančni vzroki za nastanek opcijskih pogodb in drugih izvedenih finančnih instrumentov »swapov« in »credit default swaps-CDS-ov«.

Zagotovo pa po vsaki krizi nastopi faza konsolidacije oziroma umirjanja tal, ko se vzpostavi odlična priložnost za katarzo in vnovično vzpostavitev pravil, ko iz ekonomskih rešitev sestopamo na *psihološke*. Smisel preteklosti je v črtanju smernic v prihodnosti. Tako se je včasih dobro nasloniti na nekoč že sprejete ukrepe in metode, vse to seveda s kritičnim prizvokom. Štiblar opozarja kako so v eni od kriz leta 1989 ustanovili Trust Corporation (Štiblar, 2008, str. 123), ki je v dokaj kratkem časovnem obdobju pomagala obnoviti zaupanje v delniški trg, gospodarstvo in nepremičninski trg.

Vzpostavitev zaupanja predstavlja dolgotrajen proces. Žejnih pač ne gre voditi čez reko, prav tako ta rek velja v ekonomiji. V ljudeh mora zaupanje zagotavljati pozitiven pogled v prihodnost. Z zdravimi transakcijami, varnim poslovanjem ter tudi priznavanjem krivde bi to (seveda ob izpolnjevanju ekonomskih ukrepov) lahko vodilo v reanimacijo ekonomije. Ob postavki priznavanja krivde ne gre za »krščansko posipanje s pepelom«, temveč za odgovornost, ki jo morajo sprejeti velike ekonomske strukture.

Erdem Basci (Basci, 2010) meni, da neravnotežje na finančnem trgu in drugih trgih lahko povzročajo velike cenovne fluktuacije, ravnotežje pa je mogoče doseči predvsem s psihološko uravnoteženimi odzivi ljudi. Dinamično splošno ravnotežje lahko torej dosežemo predvsem s psihološko stabilnim ravnanjem ljudi.

Gregory Berns, sicer strokovnjak s področja nevroekonomije trdi, da izvor psiholoških nagnjenj najdemo v možganih. Krizo torej razume kot posamezne možganske odzive na informacije. Zanimivo je predvsem dejstvo, da gre pri vseh živih bitjih za nerealno razmerje pomembnosti na kratki oziroma dolgi rok. Tako smo izrazito bolj nagnjeni h kratkoročnim kot pa dolgoročnim procesom, kar pojasnjuje panične odzive v obdobju krize. Nenaklonjenost k tveganju avtor razlaga prek elektro-kemijskih reakcij. Poseben poudarek pa moramo nameniti socialnemu vplivu. Zadnje raziskave so pokazale, da ljudje mnenja drugih ljudi zelo hitro ponotranjijo in jih pogosto zamenjajo za svoja. Tako lahko pride do paničnega kupovanja in prodajanja kot se je to zgodilo v aktualni gospodarski krizi, saj gospodarski subjekti namesto akumuliranja informacij z namenom sinteze sledijo družbenim pritiskom (Berns, 2010).

Nov pristop, ki omogoča razumevanje mehanizmov finančne krize, je utemeljen na zadnjih raziskavah s področja psihologije in nevroznanosti. Te pojasnjujejo človekove finančne odločitve kot rezultat čustvenih odzivov na nejasnost, negotovost, dvoumnost, nihanja zaupanja, v ozadju katerih je po navadi človeški nagon, pohlep. Govorijo tudi o človeškem črednem nagonu in drugih socialnih interakcijah med ljudmi, spremembah v moralni odgovornosti zaradi sprememb v socialnih normah.

SKLEP

»Da bi zares razumeli delovanje, razvoj in obvladovanje ekonomije moramo biti pozorni na miselne procese, ki generirajo človekove ideje in občutke – torej človekov animal spirit.« (Akerlof & Shiller, 2010, str. 1)

Po sintezi več omenjenih avtorjev se kot študijski primer odlično ponuja interpretacija krize, ki povezuje in združuje tako ekonomske kot tudi psihološke posledice. Za takšno interpretacijo je ključnega pomena razumevanje okoliščin oziroma procesov, ki so se odvijali pred nastopom krize. Če je šlo v začetnih poskusih razumevanja in umevanja krize predvsem za analizo ekstremnih ekonomskih kazalnikov, se je sčasoma pokazalo, da samo osredotočenje na racionalnost pričakovanj in zanašanje na učinkovitost trga ne bosta zmogla pojasniti razraslih akutnih posledic krize.

Po zmernem sestopu ekonomistov s področja konvencionalne naravnosti v psihološko obarvane vode so se skozi iskanja vzrokov za pomanjkanje nadzora začela v ekonomsko analizo vključevati psihološka spoznanja. Zagotovo je bil preobrat v mišljenju ekonomistov, da se vedenjski vzorci ljudi, njihove norme in vrednote ne izključujejo z ekonomskim pristopom, eno od revolucionarnih spoznanj na področju ekonomije. Obujeno razmišljanje je ključno vlogo odigralo zlasti v pojasnjevanju in razumevanju evforije, ki je sledila prvotnemu valu pesimizma.

Področje preučevanja makroekonomije se je znova povezal z omejeno racionalnostjo, na ekonomske subjekte pa gleda kot na razmerje moči med ekonomskimi in psihološkimi dražljaji. Ekonomiji moramo torej omogočiti tudi razširitev na sorodna področja, a hkrati

ohraniti ekonomsko razsodnost. Po eni strani lahko dosedanje izpuščanje psiholoških vzvodov na ekonomskem področju pojasnimo tudi s sistemom kapitalizma, ki je v navidezni blaginji za vse pozabil na lastne omejitve.

Naše razmišljanje se na tem mestu ne konča, ravno nasprotno. Odpre se mnogo novih vprašanj, zlasti s področja državnih regulatorjev, etike na vseh nivojih gospodarstva in problematike nadzora.

Etika in čustvena razsodnost ljudi sta v resnici pogoj za vzpostavitev novega razmišljanja. Obnoviti moramo namreč trdne temelje ekonomije in ji omogočiti, da ob jasni viziji in z vpletanjem elementov sorodnih znanosti dosega zavidljive rezultate in cilje. Najbrž je na mestu Rooseveltov rek: »Edina stvar, ki se je moramo bati, je strah sam po sebi.«

Trenutno smo v popotresnem stanju krize. Zdi se, da je najhujše minilo, da nam torej ostane le še natančna analiza spregledanih dejavnikov, ki so gospodarstvo zapeljali v rdeče številke, recesijo, depresijo in globalno gospodarsko krizo. Skozi celotno delo smo skušali kar najbolje zajeziti vpletenost krize na več področjih. Tako smo skozi presek ekonomske psihologije in vedenjske ekonomije skušali pojasniti tudi malo manj očitne posledice krize, zlasti pa njene vzroke.

Zdi se, da smo krizo najbolj jasno predstavili s štirimi temeljnimi elementi tržnega sistema. Kriza je pokazala dva para nestabilnih odnosov, in sicer med kapitalom in konkurenco ter med racionalnostjo in zaupanjem. Pri prvem paru gre za primarno ekonomski odnos, medtem ko so pri drugem potrebne predvsem psihološke komponente. Pri ekonomskem razmerju je odločilno pojmovanje kapitala in kapitalističnega sistema, ki predpostavljata navidezno neomejeno rast gospodarstva in racionalnost obnašanja ljudi. Konkurenca je v takšnih pogojih bolj kot na boj spominjala na ekonomski darvinizem, kjer preživijo najmočnejši na račun najšibkejših. Toda sedanja kriza je dokaz, da so ekonomski temelji sistema načeti. Na strani psiholoških elementov je sprva zavladal urejeni nered, ravnanje ljudi, ki se je kaj kmalu spremenilo v kaos in paniko. Naenkrat se ekonomski model racionalnosti ni več skladal s paničnimi in brezglavimi odzivi gospodarskih subjektov na trgu. Sledila je logična posledica - drastičen padec zaupanja gospodarskih subjektov v tržni sistem. Ko so se vsi štirje ključni elementi tržnega sistema, torej ekonomski in psihološki par, združili, smo zašli v temačno obdobje globalne gospodarske krize.

Sedanja kriza nam je jasno pokazala, da ekonomija sama ne zmore pojasniti vseh nastalih procesov. Za njeno zanesljivo razlago in utemeljitev potrebuje pomoč psihologije. Slednja ji namreč nudi tudi pojasnjevalno moč tistih elementov, ki jih je ekonomija do sedaj potiskala ob stran. Govorimo predvsem o človeških odnosih, omejeni racionalnosti in vzorcih obnašanja, ki vplivajo tudi na ekonomske odločitve gospodarskih subjektov na trgu.

LITERATURA IN VIRI

1. Adam, F. & Rončević, B. (2003). *Socialni kapital : opredelitve in raziskovalne strategije*. V Matej Makarovič (ur.): *Socialni kapital v Sloveniji*. Ljubljana: Sophia.
2. Akerlof, G. & Shiller, R. (2009). *Animal Spirits*. United Kingdom: Princeton University Press
3. Ariely, D. (2010). *Predvidljivo nerazumni: skrite sile, ki izoblikujejo naše odločitve*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
4. Basci, E., Berns, G. & Prella, C. (2010). *The Psychology of Financial Crises 2009*. Najdeno 10. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.global-economic-symposium.org/solutions/the-global-economy/the-psychology-of-financial-crises>
5. Beck, U. (2003). *Kaj je globalizacija?: zmote globalizma - odgovori na globalizacijo*. Ljubljana: Krtina.
6. Berlin, I. (1992). *Dva koncepta svobode*. Najdeno 16. januarja 2011 na spletnem naslovu http://www.libakademija-drustvo.si/dokumenti/47/2/2005/ISAIABerlin_222.pdf
7. Brown, R. (2005). *Rational choice and judgment: decision analysis for the decider*. Hoboken (New Jersey): Wiley-Interscience.
8. Fromm, E. (2004). *Imeti ali biti*. Ljubljana: Vale-Novak.
9. Graham, G. (2007). *Behaviorism*. Najdeno 12. februarja 2011 na spletnem naslovu <http://plato.stanford.edu/entries/behaviorism/#1>
10. Habermas, J. (2002). *Religion and rationality: essays on reason, God and modernity*. Cambridge: Polity
11. Harford, T. (2010). *Logika življenja: kaj tiči za našimi na videz nerazumnimi odločitvami*. Tržič: Učila International.
12. Hegel, F. (1975). *Istorija filozofije: sa jubilarnog izdanja od 1940. godine*. Beograd: Beogradski izdavačko-grafički zavod
13. Jolls, C. (2002). *Fairness, Minimum Wage Law, and Employee Benefits*. Najdeno 9. januarja 2011 na spletnem naslovu http://digitalcommons.law.yale.edu/fss_papers/1454/
14. Keynes, J. (2006). *Splošna teorija zaposlenosti, obresti in denarja*. Ljubljana: Studia humanitatis.
15. Krugman, P. (2009). *Vrnitev ekonomike depresije in kriza leta 2008*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

16. Ložar, B. (1998). Nomadi znanja pod vrhom ledene gore: Neumnost: Če investiraš v intelektualni kapital, se zmanjša knjigovodska vrednost podjetja. *Manager*, 10, 56-60.
17. Magyari–Beck, I. (2009). *An Introduction to Economic Psychology Based on the Creative Paradigm*. Najdeno 22. februarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.freeweb.hu/creatology/Economic%20Psychology.pdf>
18. Mihelj, V. (2003). *Spoznadni temelji psihologije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
19. Mill, J. S. (1867). *Principles of political economy with some of their applications to social philosophy*. London: Longmans, Green, Reader, and Dyer.
20. Mill, J. S. (1994). *O svobodi*. Ljubljana: Študentska organizacija Univerze.
21. Musek, J. (2000). *Nova psihološka teorija vrednot*. Ljubljana: Inštitut za psihologijo osebnosti.
22. Norčič, O. (2000). *Razvoj in temelji sodobne ekonomske misli*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
23. Nordström, K. & Ridderstrale, J. (2001). *Ta nori posel: ko zaigra talent, kapital pleše*. Ljubljana: GV Založba.
24. Polanyi, K. (2008). *Velika preobrazba: politični in ekonomski viri našega časa*. Ljubljana: Založba /*cf.
25. Raaij, F., Veldhoven, M. & Wärneryd, K. (1988). *The Handbook of Economic Psychology*. Dordrecht, Boston, London: Kluwer Academic Publishers.
26. Rus, V. (2001). *Podjetizacija in socializacija države*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
27. Samuelson, P. & Nordhaus, W. (2002). *Ekonomija*. Ljubljana: GV založba.
28. Schmitz, D. (1995). *Rational choice and moral agency*. Princeton: Princeton University Press.
29. Smith, A. (2010). *Bogastvo narodov: raziskava o naravi in vzrokih bogastva narodov / Adam Smith; izbor in spremna beseda Bernard Brščič*. Ljubljana: Studia humanitatis.
30. Starikov, N. (2011). *Kriza: kako \$e to dela*. Ljubljana: Umco.
31. Steibacher, M., Steinbacher, M. & Steinbacher, M. (2009). *V svetu kapitalizma: o morali, vrednotah in trgu*. Slovenska Bistrica: Samozaložba.
32. Stiglitz, J. (2009, 6. april). *The financial crisis of 2007/2008 and its macro-economic consequences*. Najdeno 20. marca 2011 na spletnem naslovu <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/apcity/unpan033508.pdf>

33. Sušjan, A. (2006). *Uvod v zgodovino ekonomske misli*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
34. Štiblar, F. (2008). *Svetovna kriza in Slovenci: kako jo preživeti?* Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU.
35. Torrens, R. (1821). *An essay on the Production of Wealth*. Najdeno 24. februarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.archive.org/stream/essayonproductio00torrrich#page/n11/mode/2up>
36. Voich, D. (1995). *Comparative empirical analysis of cultural values and perceptions of political economy issues*. Westport; London: Praeger.
37. Von Hayek, F. (1992). *Usodna domišljavost: napake socializma*. Ljubljana: Krt.