

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET
Poslijediplomski stručni studij
Financijski management

ETIČNO POSLOVANJE I STRATEGIJA FINANCIRANJA
ORGANIZACIJA UTEMELJENIH NA KONCEPTU
EKONOMIJE ZAJEDNIŠTVA

MAGISTARSKI RAD

Mentor:
Prof. dr. sc. Xxxxx Xxxxčić

Pristupnik:
Xxxxx Xxxxxć, dipl. ing.

SPLIT, svibanj 2006.

S A D R Ź A J

1. Uvod

1.1. Opis problema	1
1.2. Ciljevi rada.....	5
1.3. Metode istraživanja	6
1.4. Struktura rada.....	7

2. Pojmovno definiranje etike i etičnog poslovanja

2.1. Temelji etike i etičnog poslovanja.....	8
2.1.1. Temelji etike.....	8
2.1.2. Temelji etičnog poslovanja.....	12
2.2. Poslovna etika i društvena odgovornost.....	15
2.2.1. Poslovna etika.....	15
2.2.2. Društvena odgovornost.....	16
2.3. Etički management.....	17
2.3.1. Protumoralni management.....	19
2.3.2. Nemoralni management.....	19
2.3.3. Moralni management	20
2.4. Etične dileme i problemi u provođenju etičnog poslovanja	21
2.4.1. Etične dileme	21
2.4.2. Problemi u provođenju etičnog poslovanja.....	24

3. Opis koncepta Ekonomija zajedništva

3.1. Teorijske odrednice koncepta.....	27
3.1.1. Materijalno i nematerijalno gledište u ekonomiji.....	27
3.1.2. Dileme ekonomske znanosti u sadašnjem trenutku	28
3.1.3. Način razmišljanja i koncept čovjeka	33
3.1.3.1. Način razmišljanja.....	33
3.1.3.2. Koncept čovjeka	35
3.2. Porijeklo i organizacija Pokreta fokolara.....	36
3.2.1. Porijeklo	36
3.2.2. Razvoj.....	36
3.2.3. Polja djelatnosti.....	37
3.2.4. Gradići.....	38
3.2.5. Struktura	39
3.2.6. Dobra u zajedništvu	39
3.3. Porijeklo koncepta Ekonomija zajedništva.....	40
3.4. Opis koncepta s glavnim značajkama	41
3.4.1. Temelji ekonomije zajedništva	41
3.4.2. Zajedničko postojanje	42

3.4.2.1. Neegocentričan pogled na svijet.....	42
3.4.2.2. Nematerijalno postojanje	43
3.4.2.3. Paradigma zajedništva	43
3.4.2.4. Čovjekova posebnost	43
3.4.2.5. Globalnost zajedničkog postojanja	44
3.4.2.6. Kultura davanja.....	44
3.4.2.7. Uloga gradića	45
3.4.3. Zajedničke ekonomske strukture i institucije - Poduzeća kao "uslužne jedinice".....	45
3.4.3.1. Tipovi poduzeća u odnosu prema ekonomiji zajedništva	45
3.4.3.1.1. Obično kapitalističko poduzeće.....	45
3.4.3.1.2. Kapitalističko poduzeće s poduzetnicima simpatizerima ekonomije zajedništva	45
3.4.3.1.3. Uslužna jedinica u nastajanju	46
3.4.3.1.4. Ostvarena uslužna jedinica.....	46
3.4.3.1.5. Okolina ekonomije zajedništva	47
3.4.3.2. Neke karakteristike uslužnih jedinica u projektu Ekonomije zajedništva	47
3.4.4. Društveni sklad	49
3.5. Rasprostranjenost organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva	51

4. Etično poslovanje u konceptu Ekonomija zajedništva

4.1. Etika i koncept Ekonomija zajedništva	54
4.1.1. Ljubav i ekonomija zajedništva	54
4.1.2. Egocentrično ponašanje i ekonomija zajedništva.....	54
4.1.3. Vjera u Providnost - "skriveni Dioničar"	55
4.2. Temeljne odrednice etičnog poslovanja u konceptu	57
4.2.1. Poduzetnici, radnici i poduzeće.....	57
4.2.2. Odnos s klijentima, dobavljačima, civilnim društvom i vanjskim subjektima	58
4.2.3. Kvaliteta života i proizvodnje.....	58
4.2.4. Komunikacija.....	58
4.3. Ljudsko ponašanje kao bit koncepta	59
4.3.1. Ponašanje u ekonomskoj znanosti u sadašnjem trenutku (egocentrično ponašanje)	61
4.3.1.1. Ponašanje potrošača	61
4.3.1.2. Ponašanje proizvođača	62
4.3.2. Novo ponašanje (neegocentrično ponašanje).....	62
4.4. Ekonomske implikacije egocentričnog ponašanja	64
4.4.1. Potrebe	64
4.4.2. Svrsishodnost	66

4.4.2.1. Potrošnja kao svrha	66
4.4.2.2. Problem motivacije	67
4.4.2.3. Efikasnost	67
4.4.2.4. Profitabilnost	68
4.4.2.5. Marketing	69
4.4.2.6. Špekulacija	70
4.4.2.7. Destruktivne aktivnosti	70
4.4.2.8. Nezaposlenost	72
4.4.3. Natjecanje	74
4.4.3.1. Teorija tržišne ravnoteže	74
4.4.3.2. Stvarnost	75
4.4.3.3. Financijske komplikacije	77
4.4.4. Domaćinstvo	78
4.5. Strategija poslovanja i strategija društvene odgovornosti organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva	82
4.5.1. Osnove strategije poslovanja ekonomije zajedništva	82
4.5.2. Strategija poslovanja uslužnih jedinica	83
4.5.3. Strategija društvene odgovornosti ekonomije zajedništva	84
5. Strategija financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva	
5.1. Osnove strategije financiranja	87
5.2. Osnove strategije financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva	89
5.2.1. Struktura kapitala	90
5.2.2. Akvizicija (nabavka) kapitala	90
5.2.3. Alokacija kapitala	91
5.2.3.1. Internalizacija financijskih tijekova	91
5.2.3.2. Transparentnost	92
5.2.3.3. Trenutno podmirenje financijskih transakcija	92
5.2.3.4. Pravedna plaća	93
5.2.4. Upravljanje dividendama	93
5.3. Prikaz modela financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva	94
6. Istraživanje primjene strategije financiranja u organizacijama utemeljenim na konceptu Ekonomija zajedništva	
6.1. Metodološke osnove istraživanja primjene strategije financiranja u organizacijama utemeljenim na konceptu Ekonomija zajedništva	97
6.2. Prikaz slučajeva iz prakse – strategija financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva u svijetu	98
6.2.1. Poslovni slučaj br. 1 – ESPRI S.A., Brazil	98

6.2.2. Poslovni slučaj br. 2. – UNILAB, Rim, Italija.....	100
6.2.3. Poslovni slučaj br. 3. – Ancilla d.o.o., Manila, Filipini	102
6.3. Prikaz slučajeva iz prakse – strategija financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva u Hrvatskoj	104
6.3.1. Poslovni slučaj br. 4. - Kemijska čistionica, Split.....	105
6.3.2. Poslovni slučaj br. 5. - Šlezak d.o.o., Zagreb	105
6.4. Ocjena uspješnosti primijenjene strategije financiranja u izabranim organizacijama	107
6.4.1. Poslovni slučaj br. 1 – ESPRI S.A., Brazil.....	107
6.4.2. Poslovni slučaj br. 2. – UNILAB, Rim, Italija.....	108
6.4.3. Poslovni slučaj br. 3. – Ancilla d.o.o., Manila, Filipini	109
6.4.4. Poslovni slučaj br. 4. - Kemijska čistionica, Split.....	110
6.4.5. Poslovni slučaj br. 5. - Šlezak d.o.o., Zagreb	111
6.5. Temeljne pretpostavke za razvoj koncepta ekonomija zajedništva u budućnosti	111

7. Zaključak

LITERATURA

Bibliografija.....	116
Periodika	118
Internet adrese	119
Članci s interneta.....	120

POPIS GRAFIKONA

POPIS SLIKA

POPIS TABLICA

PREDGOVOR

Bijeda nastaje potpunim padom morala. Bijedu ne izazivaju oni koji odgajaju ljude da budu vjerni i da ljube, da poštuju život i da se uče odricanju, nego oni koji nas odgovaraju od morala i koji mehanički gledaju na čovjeka.

Joseph Ratzinger – papa Benedikt XVI.

Prije dvije godine, u vrijeme kad sam počeo razmišljati o temi za magistarski rad, nisam ni znao da postoje fokolarini niti sam do tada bio čuo za Chiaru Lubich. Kako je moja struka strojarstvo (diplomirao sam na fakultetu strojarstva – FSB Zagreb), ekonomija kao znanost mi je bila novina. Ali, pri samom početku njenog naučavanja neke postavke ekonomije su mi zasmetale. Naime, svatko od nas teži boljem i višem i to samo po sebi nije loše, dapače dobro je. Međutim, bitan je način kojim dolazimo do toga višeg, boljeg. No izgleda da to nije slučaj u ekonomskoj znanosti. Kao da smo mi stvoreni radi ekonomije, a ne ekonomija radi nas. Čovjek je postao sredstvo u službi gospodarstva i ekonomije, a posljedica toga je: siromaštvo okruženo izobiljem s tendencijom produbljivanja razlika, nezaposlenost, zaduženost i nerazvijenost tzv. III. svijeta, uništavanje okoline, ekološke katastrofe. Međutim uvidjevši sve to postavilo se pitanje: A što sad? Koje bi moglo biti rješenje tih problema, odnosno postoji li uopće rješenje?

Jednom prigodom, dok sam gledao dokumentarnu seriju *Kršćani* na TV-u, jedan je čovjek počeo pričati o ekonomiji zajedništva kao novom putu u ekonomiji. Osim toga spomenuo je i Chiaru Lubich. Zapisao sam te za mene nove pojmove te ih potražio na internetu. Zainteresirao sam se i poželio pisati rad na tu temu. Kako nitko koga sam pitao nije znao ništa o tome, bilo me je pomalo strah jer sam se upuštao u potpuno nepoznato područje. Međutim, malo pomalo, Bog mi je Providnošću otvarao vrata. Tako sam uz pomoć kolege s fakulteta i njegove majke upoznao fokolarine. One su me pozvale na put u Rim, na svjetski kongres ekonomije zajedništva. Upoznao sam mnogo dragih ljudi, pa čak i čovjeka iz serije *Kršćani* od kojeg sam prvi put čuo za ekonomiju zajedništva. Također, i Chiara Lubich je nazočila skupu. Osim toga, nazočio sam prvoj i drugoj školi ekonomije zajedništva u Hrvatskoj, koja je održana u gradiću Faro kraj Križevaca. Sve to mi je jako koristilo, kako u izradi magistarskog rada tako i u osobnom životu.

Istraživanje koje je trajalo proteklih 20 mjeseci, u kojem nije nedostajalo ni napora ni ushićenja, ni padova ni podizanja, pomoglo mi je proširiti vlastite spoznaje i otkriti nove, te zaključiti da svaki pa i najmanji trenutak života treba živjeti za Boga i po Bogu, te ako se nekad i čini nemoguće, uz vjeru u Njega je

sve moguće. Samo ako tako radimo, sve što gradimo gradimo na čvrstoj stijeni, a ne na pijesku.

Mnogo je ljudi zaslužno što je ovaj rad priveden kraju, od onih koji su me podržavali u ovoj zamisli i pomagali me savjetom, do onih koji su me opskrbljivali potrebnim materijalima. Zahvaljujem se profesorima: mentoru Želimiru Dulčiću, dekanu Zlatanu Reiću i voditeljici studija Ljiljani Vidučić koji su me podržavali da ustrajem. Također se zahvaljujem: Andreji Kadunc na svemu (od literature, podrške, ...), Mirni Valdevit na savjetima i podršci, Nei Rogulj, Anti Milasu, Jeli Kutleša, Mladenu Šlezaku, Miji Vuletiću, Julijani Laurić, Stipi Tabaku, Danici Tabak, Hrvoju Lovriću, Špiru Marasoviću, Markusu Ressleru, Luiginu Bruniju, Luci Crivelliju i svima onima koji su me podržavali u molitvama.

1. Uvod

1.1. Opis problema

Danas je čovječanstvo suočeno s raznolikošću problema i velikim proturječjima uzrokovanim ekonomijom: siromaštvo okruženo izobiljem s tendencijom povećanja razlika, nezaposlenost, zaduženost i nerazvijenost tzv. III. svijeta, uništavanje okoliša, ekološke katastrofe. Osim toga, Jean Claude Milleron potvrdio je 1993. u World Economic Survey da u svijetu koji je sposoban proizvesti dovoljno hrane za zadovoljenje prirodne potrebe svakoga, i koji je kao nikad dosad integriran i povezan, postoji na desetke milijuna ljudi koji gladuju, a stotine tisuća umire od gladi.

Također, današnja ekonomija pospješuje nehumanu ljestvicu vrednota propagirajući materijalna dobra vrhovnim vrednotama, te umjesto da su gospodarstvo i ekonomija u službi čovjeka, čovjek je postao sredstvo u službi gospodarstva i ekonomije.

Sve je to urodilo dramatičnim apelom 99 nobelovaca u Washingtonu svjetskoj javnosti: "Čovječanstvo ima još samo nekoliko desetljeća vremena da radikalno promjeni svoj dosadašnji način života; bez tog koraka moramo unutar jedne generacije računati sa sljedećim scenarijem negativnog razvoja u svijetu: masovna migracija ljudi sa svih kontinenata, ratovi i druge vrste nasilja oko podjele sirovina, duboka mnogostruka bijeda i kulturno osiromašenje velikog broja cijelih nacija."

Početkom dvadesetog stoljeća, kad su psiholozi pronašli način mjerenja inteligencije, Aristotelova definicija čovjeka kao *racionalne životinje* prerasla je u opsjednutost IQ-om. Sredinom 1990-ih Daniel Goleman popularizirao je istraživanja o emocionalnoj inteligenciji, EQ-u, ističući da je EQ osnovni preduvjet za primjereno korištenje IQ-a. Na ulazu u dvadeset prvo stoljeće postoji dovoljno dokaza s područja psihologije, neurologije, antropologije i kognitivnih znanosti na osnovi kojih se može zaključiti da postoji i treći Q, SQ ili duhovna inteligencija. Za razliku od IQ-a, kojeg imaju i računala, i EQ-a koji je prisutan i u viših sisavaca, SQ je svojstven isključivo ljudima i, prema riječima autora Danaha Zohara i Iana Marshalla u njihovom djelu *Duhovna inteligencija, suštinska inteligencija*, ta je inteligencija temelj ostalih dviju. Ona je povezana s ljudskom potrebom za smislom, jednom od ključnih tema na ulazu u novo stoljeće. SQ se nalazi u osnovi naše potrebe za smislom i sposobnosti poimanja smisla, stvaranja vizija i vrijednosti. Ona nam omogućava da sanjamo i da se borimo. Ona je u pozadini svega onoga u što vjerujemo i utjecaja tih vjerovanja i vrijednosti na naše postupke i oblikovanje vlastitog života.

U najširem smislu, ekonomska znanost se definira kao znanost o materijalnim dobrima, njihovoj proizvodnji i upotrebi, te postupanju da bi se došlo do materijalnog blagostanja. Gospodarstvo i ekonomija su postavljeni na ideji povećanja dobitka i umnožavanja. Tako, uspoređujući definiciju ekonomske znanosti s novim dokazima o postojanju duhovne inteligencije kod čovjeka, dolazimo do proturječja po kojem je ekonomska znanost u sadašnjem trenutku limitirana materijalnim poimanjem, a samo razmišljanje i inteligencija koja je iznad takvog poimanja može joj dati smisao. Einstein je izjavio da je probleme nemoguće riješiti načinom razmišljanja koji je i doveo do tih istih problema. Čini se da ekonomska znanost u sadašnjem trenutku ne može ponuditi prava rješenja problema uz razmišljanje ograničeno materijalnim poimanjem, koje je kao takvo i dovelo do njih.

Paracelsus (1493. – 1541.), švicarski alkemičar, fizičar i izumitelj otkrio je da medicinski problemi trebaju biti analizirani i tretirani u svojim korijenima, te se slikovito izrazio kako i mi na isti način ne gasimo dim kao posljedicu vatre, već gasimo vatru. Izgleda da je i cijelu današnju ekonomsku znanost i ekonomsku politiku moguće usporediti s dimom, jer se izvor mnogih ekonomskih problema može pronaći u ljudskom ponašanju. Tako strategija koja nastoji riješiti ekonomske probleme bez uočavanja korijena problema (ljudsko ponašanje) može pomoći spriječiti katastrofe za kratko vrijeme, ali na duže vrijeme, kao politika, osuđena je na neuspjeh. Osim toga, iako je ekonomska situacija rezultat individualnog ponašanja, usložavanje današnjih ekonomskih sustava čini sve više nemogućim opažanje povezanosti između problema i ljudskog ponašanja.

Jedino je čovjek biće koje postavlja pitanje o smislu života. Ako čovjek nađe ovaj smisao, sve u materijalnom svijetu može se transformirati u harmoniju. Isto je i s pojmom blagostanja: svaki čovjek traži blagostanje u materijalnom svijetu, što predstavlja sadašnji pristup ekonomske znanosti, ili ga traži iznad materijalnog svijeta – ovo je pozicija za pristup koji je temeljen na novom poimanju čovjeka.

U novije vrijeme, krajem 20. stoljeća, dolazi do razvoja poslovne etike kao nove znanstvene discipline. Je li etično poslovanje (poslovna etika), pravi put za rješavanje problema uzrokovanih ekonomijom?

Što je etika? Etimološki, riječ etika dolazi iz grčke riječi *ethos*, koja znači: boravište, običaj, zavičaj, ponašanje, vladanje. Praksu ljudskog ponašanja, a kasnije nauku ili znanost o ponašanju, stari su Grci nazvali *ethike tehne*. S vremenom se ta sintagma skratila izostavljanjem riječi *tehne*. Rimljani su latinizirali taj termin *ethica* i njihovim smo posredstvom i mi došli u posjed riječi *etika*. Istim izrazom se služi i većina europskih naroda. Danas se u

međunarodnom moralnom žargonu samo ponašanje zove *etos*, a nauka ili znanost o ponašanju *etika*.

Za Grke je glavni kriterij umovanja i vrednovanja bio razum. Stoga je njihova etika grana filozofije i temelji se na razumnim razlozima. Ona je racionalistička, više teorijska nego praktična. Termin i pojam morala je plod rimske kulture i afirmirao se kad je latinska kultura bila kristijanizirana. Stoga su kršćanski moralisti uz razum kao potpuno valjan kriterij moralnosti uzeli za svoje etičko uporište također i objavu Božju, odnosno vjeru. Dakle, na strani etičara prevladava više teorija, a kod moralista naglasak je više na praksu i konkretnost, normativnost.

Što je etično poslovanje? Taj pojam predstavlja činjenje onog što je dobro u poslovanju tj. na radnom mjestu. Time se bavi poslovna etika koja je grana opće etike i kao takva vrednuje ispravno i neispravno u poslovnom svijetu, te je kao područje definirana interakcijom etike i posla.

Iz navedenog čini se da bi etično poslovanje trebalo riješiti probleme navedene na početku. Međutim, u samim teoretskim temeljima etike, kao i u samoj provedbi moralnog ponašanja, nailazimo na niz prepreka: od etičkog relativizma, gdje se relativiziraju etične vrijednosti (različito poimanje različitih ljudi) preko pitanja zašto uopće činiti dobro (pitanje smisla), do toga da se mnoge od tih vrijednosti dalje ne slijede zato jer nema jasnog moralnog putokaza koji vodi kroz kompleksne dileme o tome što je dobro, a što loše. Osim toga, govoreći o etičnom poslovanju, etika i moral se ograničavaju samo na to područje (gospodarstvo, ekonomija), te se na taj način skreće pozornost s odgovornosti čovjeka pojedinca i pojedinih grupa za njegov osobni život i za život zajednice kojoj pripada.

Može li etično poslovanje koncepta Ekonomija zajedništva biti jedno od rješenja problema navedenih na početku? Što je Ekonomija zajedništva?

Bit ekonomije zajedništva nije u promjeni sustava (sve zakonitosti kapitalističkog sustava ostaju), već u slobodno izabranoj promjeni vlastitog ponašanja (novo ponašanje čovjeka). Novo ponašanje zahtjeva individualno otkriće jedinstvene kvalitete čovjeka, nakon čega se to ponašanje prilagođava ostalim članovima društva.

Međutim, najbolji odgovor što je ekonomija zajedništva dala je Chiara Lubich, idejni začetnik ove nove kulture, u svom govoru Vijeću Europe u Strasbourgu, 31. svibnja 1999. Evo nekoliko fragmenata:

"Ekonomija zajedništva je stil života animiran duhovnošću jedinstva, izraz jedne nove kulture. Proširen je u 182 nacije među osobama svih dobi, rasa, jezika,

kultura, vjera, najvećim dijelom katolika. Prihvaćaju ga i velike religije svijeta, ljudi dobre volje koji zajedno s nama rade za dobro čovjeka. Ovaj stil života omogućuje i novi način življenja svih vidova društvenog života, ne samo ekonomskog. Vizija svijeta ovog pokreta jest vizija univerzalnog bratstva, gdje se ljudi međusobno ophode kao braća, dajući svoj doprinos za ujedinjeniji svijet." ¹

"Za razliku od potrošačke ekonomije, koja se temelji na kulturi posjedovanja, ekonomija zajedništva je ekonomija davanja. Može nam se učiniti teško, mučno, herojski. No, nije tako, jer čovjek [...] svoje ostvarenje pronalazi upravo u ljubavi i darivanju. To je najdublja potreba njegova bića, [...]. U samom tom zaključku, potkrijepljenom našim iskustvom, nada je univerzalnog širenja ekonomije zajedništva." ²

"Kada sam predlagala ekonomiju zajedništva, nisam na umu imala nikakvu teoriju. Svedjedno, vidim da ona privlači pažnju ekonomista, sociologa, filozofa, i drugih znanstvenika. Mnogi stručnjaci vide u ekonomiji zajedništva ključ za stvaranje novih društvenih odnosa, što bi moglo doprinijeti da se nadvlada individualistički način gledanja u ekonomskoj znanosti." ³

Trenutno u svijetu djeluje 756 poduzeća koja posluju kao poduzeća ekonomije zajedništva.

Čini se da bi Ekonomija zajedništva mogla biti rješenje navedenih problema. Međutim, postavlja se pitanje kako funkcionira etično poslovanje ekonomije zajedništva te kakva je strategija financiranja ekonomije zajedništva?

¹ Lubich, C., *Ekonomija zajedništva nova kultura*, broj 1., Prilog mjesečniku NOVI SVIJET, Vrbovec, 2001., str. 5

² ibid., str. 5

³ ibid., str. 3

1.2. Ciljevi rada

Sve veći broj poznatih stručnjaka, iz gotovo svakog područja života, spoznao je da čovječanstvo ne smije nastaviti s dosadašnjim načinom razvoja današnje civilizacije ako želi da ona ima budućnost. Svjedoci smo raznih i mnogobrojnih problema: ekonomskih, socijalnih i osobnih. Koji su to problemi i što se sve mora mijenjati? Na koji način i kojim putem treba poći novo usmjeravanje privatnog i društvenog života da bi se došlo do željenog cilja te koji je to cilj? Ovo su ključna pitanja na koja će ovaj rad pokušati odgovoriti, kroz teoriju i praktičnu primjenu koncepta ekonomija zajedništva. Rad će se koncentrirati na čovjeka i njegovo ponašanje kao na onoga koji je glavni subjekt i u čijoj službi trebaju biti gospodarstvo i ekonomija. Kako je uloga čovjeka ključna u organizaciji, istražiti će se kako pojam novog čovjeka, koji podrazumijeva neegocentrično ponašanje i time novi smisao za opstanak, može pomoći da mnogo osobnih, socijalnih i ekonomskih problema nađu rješenje na duže vremensko razdoblje.

Najčešće polazište ekonomije u odnosu na čovjeka je da su ljudska bića sebična te da nastoje postići svoje egocentrične interese na racionalni način. Međutim, čovjek isto tako ima i moralnu stranu svoje osobnosti koja mu nameće odgovornost prema drugima. S obzirom na tu moralnu stranu čovjeka pokazat će se prednosti i nedostaci koje u rješavanju problema može ponuditi etično poslovanje.

Čovjek se naizgled trajno nalazi pred izborom: s jedne strane može tvrditi da je sve materija a da je sve duhovno samo manifestacija materije, ili s druge strane da je sve duhovno a da je materija samo vanjska manifestacija duhovnog. Obje alternative su međusobno isključive. Međutim nijekanjem jedne odnosno druge alternative zapravo biramo lakši put koji se ravna pukom logikom osporavanja suprotne strane. To je put ideološke isključivosti. Mnogo je teže, a i zahtjevnije mirenje duha i materije kao stvarnih fenomena u svijetu koji nas okružuje. Dio istraživanja kod ovog rada polazi od cjelovitog koncepta čovjeka u kojem pojam čovjeka sadrži i nematerijalni aspekt. Takvo istraživanje nastalo je oslanjanjem na postojeći ekonomski koncept ekonomija zajedništva.

Tako se, uz gore navedeno, izdvajaju sljedeći ciljevi rada:

- Predstaviti etični management, načine rješavanja etičnih dilema te upozoriti na problematiku etičnog poslovanja;
- Ukazati na značaj hipoteze o ljudskom ponašanju i uvođenja neegocentrične paradigme u ekonomiju;
- Analizirati ekonomske implikacije egocentričnog ponašanja;

- Opisati i analizirati temeljne značajke koncepta Ekonomija zajedništva
- Analizirati mogući utjecaj koncepta Ekonomija zajedništva na ekonomske teorije i društvenu okolinu uvođenjem neegocentrične paradigme u ekonomiju
- Definirati strategiju financiranja koncepta Ekonomija zajedništva
- Prezentirati model financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva.
- Istražiti primjenu strategija financiranja u organizacijama utemeljenim na konceptu Ekonomija zajedništva, na primjerima organizacija iz svjetske gospodarske prakse, kao i na primjerima organizacija koje posluju u hrvatskom gospodarstvu;
- Analizirati primijenjene strategije financiranja izabranih organizacija i dovesti ih u vezu s rezultatima poslovanja analiziranih organizacija;

1.3. Metode istraživanja

U ovom radu će se koristiti sljedeće metode istraživanja: metode analize, sinteze, apstrakcije, konkretizacije, kompilacije, deskripcije, komparacije, indukcije, dedukcije, te studij slučaja (case study).

Izvori za prikupljanje podataka su domaća i strana literatura na temu strateškog upravljanja, etičnosti, korporativne socijalne odgovornosti, povijesti ekonomije, financiranja. Osim toga koristiti će se i internet kao izvor statističkih podataka. Zbog aktualnosti teme i oskudnosti literature (napose u Hrvatskoj) koristiti će se strana i domaća poslovna periodika te informacije iz dnevnog tiska. Za pojedine poslovne slučajeve koristi se metoda intervjua.

Polazeći od samog uočavanja problema te definiranja istog, a primjenom teorijskih saznanja, prikupljanjem činjenica i primjerima dat će se odgovor na postavljene probleme. Primjena ovih metoda omogućit će misaoni i logički postupak obrade bitnih činjenica i sveobuhvatno sagledavanje karaktera problema koji će se istraživati.

1.4. Struktura rada

U uvodu se iznose osnovne smjernice rada. Tu su navedeni problemi koji će se obraditi u ovom radu, zajedno s osnovnim ciljevima rada te metodama istraživanja koje će se upotrebljavati.

Drugo poglavlje, u kojem se definiraju pojmovi etike i etičnog poslovanja, počinje s promišljanjem o temeljima etike i etičnog poslovanja. Zatim slijedi definiranje pojmova poslovne etike i društvene odgovornosti. Nakon toga slijedi opis etičkog managementa te upute i primjeri za rješavanje etičkih dilema. Na kraju poglavlja navode se problemi koji su vezani za provedbu etičnog poslovanja.

U trećem poglavlju opisuje se koncept Ekonomija zajedništva. U njemu se predstavljaju teorijske odrednice koncepta. Slijedi porijeklo i organizacija Pokreta fokolara, kao i porijeklo koncepta Ekonomije zajedništva. Nakon toga je projekt opisan, u glavnim karakteristikama.

U četvrtom poglavlju prikazane su glavne karakteristike etičnog poslovanja u konceptu Ekonomija zajedništva. Također, problematizira se gledište na ljudsko ponašanje u ekonomiji. Istražene su ekonomske implikacije egocentričnog ponašanja fokusirajući se na neke elemente koji su bitni za ekonomski pristup: ponašanje, potrebe, svrsishodnost, natjecanje i upravljanje domaćinstvom. Osim toga, definirana je strategija društvene odgovornosti i strategija poslovanja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva.

Peto poglavlje započinje s osnovama strategije financiranja. Nakon toga je predstavljena strategija financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva. Prikazan je i model financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva.

I na kraju, u šestom poglavlju, istražena je primjena strategije financiranja u organizacijama utemeljenim na konceptu Ekonomija zajedništva. Predstavljene su metodološke osnove istraživanja, a istraživanje je podijeljeno na iskustva u svijetu i Hrvatskoj. Ocijenjena je uspješnost primijenjene strategije financiranja u izabranim organizacijama te su definirane pretpostavke za nastavak razvoja projekta.

2. Pojmovno definiranje etike i etičnog poslovanja

2.1. Temelji etike i etičnog poslovanja

2.1.1. Temelji etike

U vremenu smo u kojem caruje moralni relativizam, u kojem ne samo da postoje određeni etički problemi, već u kojem je postala problem i sama etika. Zbog toga je potrebno svratiti pozornost na temelje etike, na moralni red i njegovu nepromjenjivost.

U svakodnevnom govoru, kad govorimo o etici, upotrebljavamo parove riječi kao: dobro – loše, pravedno – nepravedno, humano – nehumano; ali i riječi kao što su: trebati, smjeti, zabraniti, morati, dozvoliti, dužnost, savjest, odgovornost, grijeh, krivnja, kajanje, opraštanje, krepost, poroci, vjernost, izdaja itd. Međutim, često iste riječi primjenjujemo i u izvanmoralnom značenju (npr. dobro vino), ali uvijek ih bez ikakvih problema razlikujemo i shvaćamo. To otkriva da u našoj svagdašnjosti posjedujemo prashvaćanje moralnog, te da to isto pretpostavljamo i kod drugih. Bez te spoznaje je nemoguće uopće razgovarati o moralu.

Tehnička pomagala, odnosno tehnika koja bi trebala služiti čovjeku, sama je po sebi *neutralna* prema njemu i njegovu dobru. Proizvedeni nož može jednako biti upotrijebljen za rezanje kruha gladnom čovjeku kao i za ubojstvo. Je li upotrijebljen za dobro ili zlo ne ovisi o nožu, već o čovjeku. Na taj način dolazimo na razinu neposrednih odnosa osobe spram osobe, spram druge osobe ili spram samoga sebe. To je razina etike. Međutim, kad govorimo na temu etike, trebamo prije svega razlikovati pojmove (etika, moral) koji se u uporabi često zamjenjuju i miješaju.

Etika je nauka, ili zbroj sudova koji su usmjereni na upravljanje djelima, ali se prema tim djelima odnose kao teorija prema praksi. Naime, načela koja su formulirana i obrazložena u etici imaju općenit i apstraktan karakter, dok ljudska djela imaju uvijek usko individualni i konkretan karakter. Etika je dakle normativna znanost koja određuje norme i donosi sud o tome što je dobro a što zlo, te osim toga takve sudove obrazlaže.

Moralni život je ljudski život, kako individualan tako i društveni, promatran u svijetlu normi. Taj moralni život u biti označava pojam morala. Takav moralni život je predmet znanstvenog istraživanja i ukoliko se istraživanje izvodi iskustveno induktivnom metodom, tada govorimo o znanosti o moralu. Ta

znanost ne samo što utvrđuje što je dobro, a što zlo, već opisuje što je u danom vremenu slovalo kao dobro tj. zlo.

Unatoč navedenim objašnjenjima pojmova *etika* i *moral*, često se govori o etici imajući na umu moral i obratno. Tako se u praksi često ima na umu samo činjenični moral nekih ljudi, a govori se i piše o etici, zanemarujući činjenicu proistječe li taj činjenični moral iz određene etike, te je li se možda upravo i suprotstavlja njenim načelima. Razlog tome je miješanje pojmova, a posljedica je da to doprinosi još većem miješanju pojmova.

Iz navedenog je vidljivo da postoji problem povezivanja općenitih načela s konkretnim djelovanjem. Međutim, poznata je izreka *teorija je najbolja praksa* koja ukazuje da ipak ishodišna točka moralno dobrog djelovanja mora biti istinski teorijski nazor na stvarnost koji omogućuje određenje samih ciljeva djelovanja. U vezi s tim Karol Wojtyła (papa Ivan Pavao II.) govori o odnosu teorije i prakse na način:

- teorija ne može zamijeniti praksu
- praksa, otrgnuta od teorije, može katkada postati mehanički aktivizam, a nerijetko će biti i rasipanje energije
- praksa katkada potvrđuje teoriju, a u određenom stupnju dopušta nam da je i usavršimo⁴

Privođenju općenitih načela konkretnim činjenicama bavi se dijelom kazuistika (naziv potječe od *casus* = slučaj, jer su predmet te znanosti zasebne činjenice, tzv. moralni *slučajevi*). Međutim, treba uzeti u obzir da u svakom takvom pojedinom slučaju veliku ulogu ima i cijeli niz pojedinih okolnosti, kako vanjskih tako i unutarnjih, koje su proizašle iz dane situacije i karakterističnih crta individualnog temperamenta ili naravi. U takvim izvanjskim i unutarnjim uvjetima svaka se osoba pojedinačno mora probiti do aktualnog obrazloženja moralnog dobra ili zla svog djelovanja. To je uloga njegove savjesti. Praksa je pokazala da u tom probijanju mnogo mogu pomoći institucije duhovnog ili unutarnjeg usmjeravanja (npr. roditelji, odgojitelji, znanci itd.).

U zapadnoeuropskom kulturnom krugu etika je oduvijek bila dio praktične filozofije. Kako norme odlučuju o karakteru etike vrlo je bitno pitanje porijekla moralnih normi. Na to pitanje u povijesti zapadnjačke filozofije bilo je više različitih odgovora. Međutim, možemo razlikovati s jedne strane *nadnaravno* podrijetlo normi u religijskoj etici, kao i s druge strane prirodno podrijetlo koje posebno ističe kako su moralne norme nastale iz potreba društvenog života i

⁴ Wojtyła K., *Temelji etike*, Verbum, Split, 1998. str. 35, 36

razvijale se u skladu s njegovim razvojem. Ali bitno je uočiti da je i sam način proistjecanja *nadnaravnih* normi naravan. Promišljajući o ovom pitanju Karol Wojtyła tvrdi: "Izvor je spoznaje moralnih načela na neki način uvijek narav i razum. Jer razum je sposoban spoznavati istinu. Na toj njegovoj naravnoj sposobnosti zasniva se i normativna djelatnost jer u njezinoj osnovi leži spoznaja istine o dobru. [...] Istina o dobru zasniva se na razumijevanju čovječe naravi, kao i njegovih ciljeva, jer dobro je ono što odgovara naravi imajući na umu cilj samog postojanja. [...] Pa ipak, nijedna objavljena moralna norma ne može biti protiv razuma ni protiv naravi."⁵

Iz toga se može zaključiti da se u *nadnaravnom* može naći nešto kao dodatno, *nadnaravno* svjetlo koje pomaže i nadopunjuje ljudsku spoznaju, a nikako nešto što bi proturječilo ljudskom razumu i naravi. U biti i samo "*nadnaravno*" postaje činjenično načelo ljudskog djelovanja tek ukoliko je razumom spoznato kao suglasno s naravljju. Slično razmišlja i Faust Vrančić koji govori kako postoje dvije poglavite moći u čovjeka kojima se može ostvariti zaista kršćanski etičan život: razum i volja. Razum svijetli, volja svojom toplinom djeluje. Svjetlo čovjeka vodi, bez svjetla nema života, a toplina volje daje snagu životu, potiče, oduševljava, životu daje snagu i smisao. Tako se može primijetiti da su u tzv. nezavisnoj etici sadržana načela i moralni ideali kršćanske etike minus sve ono što u njoj odlučuje o njenom religijskom karakteru.

Dakle, ljudska narav je izvor normi jer razum određuje načela djelovanja prema tome kako prepoznaje putove usavršavanja ljudskog bića. Iz tog prepoznavanja nastaju dužnosti. Razum definira dužnost koja nastaje iz dinamike ljudskog bića, iz nagona prema dobru, iz volje. Tako iz navedenog proizlazi da iz dužnosti volja postaje predstavnik moralnog biti ili ne biti.

Međutim, čovjek se često poziva na narav kao na nešto što ispričava i opravdava, a ne kao na nešto što zahtjeva ili obvezuje. Izgleda da je razlog tome bijeg pred obvezom. Ako se kaže da narav obvezuje, te ako se čovjek doživljava puno više kao stvaratelj samog sebe svjestan svojih mogućnosti, to često biva neugodno. Taj bijeg od naravnog zakona, bijeg je i od Zakonodavca. Naime, u svakom zakonu mora postojati i njegov Zakonodavac. Kant je imao stajalište da je ljudski razum Zakonodavac. Međutim, ljudski je razum samo dio naravi, te ne stoji bezuvjetno nad njom. Naime, zakoni koje formulira čovjek ne obvezuju druge ljude. Čovjek nema takvu moć nad sviješću drugih ljudi. Prihvaćajući ovaj argument, a da bi ostali na istom stajalištu, tvrdi se da ti zakoni obvezuju u savjesti jer imaju za cilj zajedničko dobro. Međutim, izgleda da u biti razum samo koristi pretpostavku prisutnu u svakom čovjeku, sklonost prema zajedničkom životu. Ali i u toj sklonosti već je usađen nekakav elementarni, prvotni zakon koji svaki normalan čovjek sluša, čiji prijestup izaziva moralnu

⁵ ibid., str. 32

krivnju. Bez toga, sva moć provođenja takvog zakona bila bi nužno fizička prisila te bi to bio kraj moralu u društvenom životu. To navodi na postojanje Zakonodavca koji je iznad ljudskog razuma i čovjeka.

Iz dosad navedenog proizlazi da je ljudska dužnost činjenje dobra. Ali čovjek u svojoj slobodi tu dužnost može priznati i ispuniti, a može je i odbaciti. Savjest ipak nije sposobna negirati ili prekriziti tu dužnost, može samo pogaziti sebe usmjeravajući čin u stranu zla, ali ne može prestati biti savješću, jednako kao što čovjek uslijed toga ne može prestati biti čovjekom, ali može postati zao.

Karol Wojtyła kaže: "Od svih dobara jedino moralno dobro usavršava samo čovječstvo: čovjek njime postaje naprosto bolji čovjek [...] Moralna savršenost je na taj način glavni i središnji čin ljudske naravi prema kojoj se, na neki način, ravnaju sve druge savršenosti čovjeka i tek po njoj postaju ljudske savršenosti u pravom smislu te riječi."⁶

Nema većeg dobra od postajanja potpunim čovjekom. Moralne vrijednosti i karakter odlučuju o čovjekovoj savršenosti mnogo više nego fizička snaga ili izvanjska ljepota. To priznaju i ljudi koji raspolazu više sa snagom ili ljepotom tijela, nego s karakterom. Iz ovog proizlazi i primat moralnih (duhovnih) vrijednosti nad materijalnim. Tek uz takav poredak etika ima potpun razlog postojanja. Etika se oblikuje oko objektivnog dobra. U njoj se govori o tome kako čovjekovu djelovanju pridodati vrijednost objektivnog dobra. Čovjek doživljava različite vrijednosti, ali svojim činima ostvaruje dobro, koje je također dobro svijeta kojem čovjek pripada i prema kojem se zauzima svojim djelovanjem.

Međutim gore navedeno nije samo moral pojedinca, već navedeno u svojim osnovnim pretpostavkama obuhvaća u sebi i program društvenog morala. "Osoba svoju slobodu dobro koristi kad na naravnoj podlozi svoje sklonosti prema društvenom životu razvija realne društvene kreposti."⁷ Glavne društvene kreposti su pravednost i ljubav.

Kod pravednosti se uvijek radi o nekakvom dobru koje ovako ili onako treba biti proračunato i raspodijeljeno među osobama. Pravednost se veže s hladnim razumom, odlučnosti i strogosti. Ona je potrebna da pojedini članovi društva među sobom na ispravan način raspodjele obveze koje imaju prema društvu.

Kod ljubavi se radi o što većem dobru za osobe. Ljubav je savršenija od pravednosti. To je odnos u kojem oni koji u njega stupaju nalaze ostvarenje svoje vlastite egzistencije. U njemu se ne uspostavlja ravnoteža davanja i primanja kroz mjerljive veličine, nego kroz potpuno predanje i nalaženje

⁶ ibid., str. 39

⁷ ibid., str. 95

totaliteta drugoga. U ljubavi se vlastita sloboda poklanja, a da se ujedno ipak ne gubi. Što se više troši više je ima. Znači sasvim suprotno od sebičnosti i utilitarizma. Međutim, ljudska ljubav mora stalno biti povezana s pravednošću jer se bez nje nalazi u ozbiljnoj opasnosti.

Prema tome, pravednost je spona cijelog moralnog poretka, a ljubav odlučuje o njegovoj savršenosti.

Na kraju ovog kratkog promišljanja o temeljima etike zaključit ćemo onako kako je rečeno na početku, da je razina etike razina odnosa, a da ljudi uzajamno žive jedni prema drugima i jedni radi drugih. Jezik sporazumijevanja, zahvaljujući kojem se stvara zajednica, jest jezik dobra, etički jezik. Osnova etike bila bi personalistička norma, osnovna i prvotna etička norma. Njen sadržaj bio bi postavljanje brane ljudskom egoizmu, obrana ljudskog dostojanstva pred iskorištavanjem. Tako osoba ne može ni za koga biti uporabni predmet, već uvijek svrha. To se ne odnosi samo na međuljudske odnose već i na odnos prema samom sebi.

2.1.2. Temelji etičnog poslovanja

Riječ *rad* označava svako čovjekovo djelovanje. Također, rad je jedna od značajki po kojoj se čovjek razlikuje od ostalih živih bića. Radom čovjek mora sebi priskrbljivati svagdanji kruh te doprinositi neprestanom razvoju tehnike i znanosti, osobito stalnom, kulturnom i moralnom napretku društva. Tako on osim što svojim radom preobražava stvari i društvo, usavršava i samog sebe, uči, razvija svoje sposobnosti, i samog sebe premašuje (u nekom smislu postaje više čovjek). Dakle rad je dobro, te čak i kad je povezan s trudom i naporom, ne prestaje biti dobro, jer se čovjek razvija voleći svoj rad.

Kao osoba, čovjek je uvijek subjekt rada. Kao osoba on radi, izvršava različita djelovanja u procesu rada, i ta djelovanja, neovisno o njihovu objektivnom sadržaju, trebaju sva služiti ostvarenju njegove humanosti, ispunjenju zvanja koje mu je svojstveno u ime humanosti, a to je da bude osoba. Iz toga odmah slijedi vrlo važan zaključak etičke naravi: koliko god je točno da je čovjek određen i pozvan raditi, rad postoji *radi čovjeka*, a ne čovjek *radi rada*. Tako cilj rada, svakog rada što ga ljudi obavljaju pa bila to i najskromnija služba, ostaje uvijek sam čovjek.

Nakon predstavljanja osobne dimenzije ljudskog rada, prelazimo na drugi skup važnih vrijednosti koji je s radom nužno povezan. Kako je rad temelj na kojemu se gradi obiteljski život, taj drugi skup važnih vrijednosti nastaje ispravnim sjedinjenjem i međusobnim prožimanjem dvaju skupova vrednota: jednim vezanim za rad, a drugim kao posljedicom obiteljskog karaktera ljudskog života. Naime, rad je jedan od uvjeta koji omogućuje zasnivanje obitelji, jer obitelj

iziskuje sredstva za život. Osim toga, rad i odnos prema njemu uvjetuje i cio odgojni proces unutar obitelji, jer svatko *postaje čovjekom*, uz ostalo, pomoću rada, a to postajanje čovjekom izražava upravo glavni cilj svakog odgojnog procesa. Tako uočavamo dva vida rada: onaj koji osigurava život i održavanje obitelji te onaj kojim se postižu ciljevi same obitelji, naročito odgoj. Međutim ta dva vida rada međusobno su povezana i dopunjavaju se u različitim točkama.

Treći skup važnih vrijednosti tiče se velikog društva kojemu čovjek pripada po kulturnim i povijesnim vezama. "Takvo društvo - pa i kad još nije doseglo zreo oblik naroda - jest velik, iako neizravan, "odgojitelj" svakog čovjeka (svatko naime u svojoj obitelji preuzima elemente i vrednote koje svojom cjelinom tvore kulturu određenog naroda). Društvo je također povijesno i društveno utjelovljenje rada svih naraštaja. Rezultat toga svega je da čovjek povezuje svoj najdublji ljudski identitet s pripadnošću narodu te da u svom radu vidi također sredstvo kojim se povećava zajedničko dobro za koje radi skupa sa svojim sunarodnjacima, znajući da se tako pomoću rada umnožava baština sveukupne ljudske obitelji, svih ljudi koji žive na svijetu."⁸

Ta tri skupa vrijednosti na trajan način posjeduju svoju važnost za ljudski rad u njegovoj subjektivnoj dimenziji. Ta dimenzija, tj. konkretna stvarnost čovjeka radnika važnija je od objektivne dimenzije. Tako o subjektivnim pravima čovjeka svjedoče međunarodne deklaracije i brojni kodeksi rada što su ih izradile nadležne zakonodavne institucije pojedinih zemalja ili organizacije koje svoju društvenu ili znanstveno-društvenu aktivnost posvećuju problematici rada. Također postoji organizacija koja te inicijative promiče i na međunarodnom planu: to je Međunarodna organizacija rada, najstarija specijalizirana ustanova Organizacije ujedinjenih naroda.

Danas sve veću ulogu u međudjelovanju subjekta i objekta rada preuzima tehnika. Ona predstavlja skup instrumenata kojima se čovjek služi u radu, te predstavlja čovjekovog saveznika. Ona olakšava, usavršava i ubrzava rad. Međutim, ponekad tehnika postaje i čovjekov protivnik. Tako kod mehaniziranja rada istisne čovjeka oduzimajući mu osobno zadovoljstvo ili ukida radna mjesta brojnim radnicima. Odnos prema tehnici, koja je plod rada ljudske inteligencije, dovodi do pitanja koja su posebno opterećena sadržajima etičkog i etičko-društvenog karaktera. Ta pitanja predstavljaju stalan izazov mnogobrojnim državama i njihovim vladama, sustavima, međunarodnim organizacijama, itd. Osim toga, da se primijetiti kako razvojem ljudske civilizacije, te razvojem tehnike, nastaju uvijek iznova novi oblici rada, dok neki drugi oblici rada pomalo nestaju. Kako se radi o stalnoj pojavi, potrebno je i stalno provjeravati nastaju li više ili manje nepravilnosti imajući uvijek na umu kako je cilj rada čovjek.

⁸ papa Ivan Pavao II., *LABOREM EXERCENS*, enciklika, 1981., (br. 10)

Iz svega dosad navedenog uočava se kako je rad vrlo bitan ključ *društvenog pitanja*. "Slika u kojoj se strogo poštuje načelo prvenstva osobe nad stvarima razbila se u ljudskoj misli, katkada i nakon dugog razdoblja inkubacije u praktičnom životu. Tako se rad dijelio od kapitala te se suprotstavljao kapitalu a kapital radu, kao da je riječ o dvije anonimne sile, dva čimbenika što ih povezuje ista *ekonomistička* perspektiva. U takvom načinu postavljanja problema krila se temeljna greška, koja se može nazvati zabludom *ekonomizma*, a sastoji se u tome da se ljudski rad gleda isključivo u odnosu na njegov ekonomski cilj. Ta se temeljna misaona zabluda može, a i mora, nazvati zabludom materijalizma u smislu što ekonomizam izravno ili neizravno stvara uvjerenje o prednosti i superiornosti onoga što je materijalno, dok ono što je duhovno i osobno (čovjekovo djelovanje, moralne vrednote i slično) izravno ili neizravno podređuje materijalnoj stvarnosti. To još uvijek nije teorijski materijalizam u punom smislu riječi, ali je sigurno već praktični materijalizam koji se smatra sposobnim da zadovolji čovjekove potrebe ne toliko snagom načela koja proizlaze iz materijalističke teorije koliko snagom stanovitog načina vrednovanja, dakle određenom hijerarhijom dobara koja se temelji na neposrednoj i jačoj privlačnosti onoga što je stvarno."⁹

U takvom okruženju postavlja se i pitanje. "Je li čudo što je iz tako deprimirajućih okolnosti potekao ne samo osjećaj da je rad prokletstvo, nego da bi najpoželjniji mogući život bio onaj u kojem čarobni mehanizmi, ili roboti, obavljaju sve nužne radnje samo svojom vlastitom snagom, bez ikakvog čovjekovog sudjelovanja? Ukratko, ideja mehaničkog automata koji bi slušao sva naređenja i obavljao sav rad. Prokletstvo rada predstavljalo je stvarnu nesreću onih koji su pali pod vlast autoritarne tehnike. Ali ideja o ukidanju svakog rada, o prenošenju vještine ljudske ruke na stroj (ali bez imaginacije i uma), ta ideja, bila je san roba. Jer ona je zanemarivala činjenicu da rad koji nije ograničen na mišiće, nego uključuje i sve funkcije uma, nije prokletstvo nego blagoslov."¹⁰

Znači, kapital se ne može odijeliti od rada i rad se ne može suprotstavljati kapitalu, niti kapital radu, a još manje se smiju suprotstavljati jedni drugima konkretni ljudi koji stoje iza tih termina. Naime, o svemu onome što je u procesu proizvodnje neki skup *stvari*, instrumenata, kapitala, možemo samo tvrditi da *uvjetuje* ljudski rad, ali ne možemo tvrditi kao da je to neki anonimni *subjekt* koji sebi podvrgava čovjeka i njegov rad.

Prema tome, da bi se ostvarila društvena pravda u raznim dijelovima svijeta, u raznim zemljama i u odnosima među njima, potrebna je kontinuirana i opravdana briga kako izbjeći to da rad ne umanjuje dostojanstvo samog čovjeka, dok istovremeno oplemenjuje materiju.

⁹ ibid., (br. 13)

¹⁰ Mumford, L., *Mit o mašini, Pentagon moći 2*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb, 1986. str. 272

2.2. Poslovna etika i društvena odgovornost

2.2.1. Poslovna etika

"Prema velikom broju britanskih autora poslovna etika ima za cilj realizaciju i usklađivanje djelovanja poslovne organizacije, i to s obzirom na subjektivne i objektivne interese kako vlasnika (share holdera), tako i interesnog vlasnika (stake holdera) odnosno sudionika, klijenata ili sudionika organizacije."¹¹ Također, poslovna etika mogla bi se definirati kao "... sustav pravila i normi usklađivanja poslovnih i etičkih aspekata poslovanja."¹²

Navedene su neke definicije kako bi se pojasnila uloga i značenje poslovne etike. Međutim, već u promišljanju o temeljima etike i poslovne etike, u poglavlju 2.1., uočeno je kako živimo u vremenu u kojem caruje moralni relativizam. Tako ne samo da postoje određeni etički problemi, već je postala problem sama etika, a time i poimanje poslovne etike. Zbog toga je potrebno svratiti pozornost na povijest i razloge nastanka poslovne etike.

U smislu Aristotelove podjele praktične filozofije bilo je razumljivo da etika, politika i gospodarstvo idu zajedno. Sva tri područja su za Aristotela nerazdvojno povezana. U 18.-tom stoljeću, u trenutku nastajanja ekonomije kao samostalne znanstvene discipline gospodarsko djelovanje počelo se dijeliti od etike. Takav proces je nastavljen naročito za vrijeme industrijske revolucije u 19. stoljeću. Međutim, krajem 20. stoljeća dolazi do novog pokušaja povezivanja etike i gospodarstva. S jedne strane nastaju teorijske filozofske rasprave koje se uglavnom bave problemima i teškoćama u odnosu prema povezanosti etike i poslovanja, te s druge strane, veliki broj članaka i knjiga ukazuju na potrebu za etikom u poslovanju.

Tako se 60-tih godina u SAD-u, a 80-tih godina 20. stoljeća u Europi uočavaju prvi znakovi zanimanja za poslovnu etiku. Tema etike i poslovanja zauzima sve više mjesta u raspravama, na znanstvenim skupovima i seminarima, ali i u konkretnoj praksi (razgovori u poduzećima). Izrađuju se i koncepti školovanja te etika poslovanja prelazi na akademsko područje, i tako na određeni način biva institucionalizirana. Publiciraju se opsežne knjige te osnivaju udruženja i pokreću časopisi. Poslovna etika postala je dio slike o modernom poslovanju.

Koji su razlozi doveli do takvog zanimanja za povezivanje etike i poslovanja? Ne neuspjeh na području znanosti i tehničkog napretka, nego upravo uspjeh koji

¹¹ Bebek B., Kolumbić A., *Poslovna etika*, Sinergija, Zagreb, 2000. str. 8 (preuzeto iz *Society for Ethics*, Publications Oxford, June 1994.)

¹² Bebek B., Kolumbić A., *Poslovna etika*, Sinergija, Zagreb, 2000. str. 8

pod svaku cijenu tjera suvremenog čovjeka da ozbiljno promišlja o granicama svoje moći, svog bivstvovanja i opstanka. Naime, s novim velikim otkrićima u znanosti nije istodobno došlo do pomaka u humanosti. Sve više dolazi do moralne dezorijentacije na raznim područjima života, puno toga se stavlja u pitanje, te se javlja potreba za novom orijentacijom. Etika nudi pomoć u toj orijentaciji. Tako se na temelju općih etičkih načela pokušava ustanoviti norme djelovanja pojedinih struka, djelatnosti, disciplina. Kako u tom poretku gospodarstvo sve više utječe na cjelokupni čovjekov život i kako su nosioci gospodarstva pojedina poduzeća, postaje zabrinjavajućim ponašanje u poslovnom svijetu. Etika daje orijentaciju i u gospodarstvu. Također, da bi čovjek čovječno živio, da bi se razvijao i stvarao, mora se spram svijeta postaviti aktivno i stvaralački. Tada dolazi do pitanja kakvo postupanje je dobro, kako proživjeti život da postane bolji čovjek. Tako se u novije vrijeme sve više uočava potreba cjelovitog razmatranja ljudskog djelovanja.

Međutim postoje i drugi razlozi današnjeg govorenja i pisanja o poslovnoj etici. Jedan od njih je moda. Naime, na Zapadu je postalo vrlo moderno govoriti o etici u poslovanju. Tom zakonu mode se često ljudi pokoravaju i preko svoje volje. Također, razlog bi bio i što sve više to traže kupci i općenito javnost, a u modernom poslovanju se velika pozornost posvećuje kupcima i javnom mnijenju.

Danas smo svjedoci da velike tvrtke ističu reklame koje nastoje govoriti etičkim jezikom. Tako Adidas objašnjava da on *čini boljim*, Danone *promiče našu dobrobit*, Levi's potiče slobodu (*jednog će dana sloboda pripadati svima*), Nike pridonosi osobnom ostvarenju, Benetton se bori za antirasizam, Apple se služi velikim misliocima (*Misli drugačije - Think different*), a Lacoste preuzima Nitzcheovu rečenicu (*Postani ono što jesi*).

2.2.2. Društvena odgovornost

U novije vrijeme pojavljuje se i pojam društvene odgovornosti koji se često poistovjećuje s poslovnom etikom. Međutim, poslovna etika i društvena odgovornost nisu isti pojmovi. Društvena odgovornost je jedan od aspekata šire discipline, poslovne etike. Najlakše se može uočiti razlika između ta dva pojma iz definicije poslovne etike po Madsen i Shafritz:

- primijenjena etika na poslovnu zajednicu
- način rješavanja odgovornosti u poslovanju
- prepoznavanje važnosti poslovanja za društvenu zajednicu
- kritika poslovanja¹³

¹³ <http://www.managementhelp.org/ethics/ethxgde.htm> (Madsen, P., Shafritz, J.M., *Essential of Business Ethics*, Penguin Books, New York, 1990.)

Samo treća i četvrta stavke iz definicije poslovne etike predstavljaju predmet društvene odgovornosti. Prema tome, društvena odgovornost poduzeća predstavlja međuodnos tvrtke s lokalnom i globalnom zajednicom. Međutim različite organizacije koje djeluju na području društvene odgovornosti poduzeća - DOP (Corporate social responsibility - CSR) definiraju ju na različite načine:

Organizacija Business for Social Responsibility (BSR, Poslovni svijet za društvenu odgovornost) tumači DOP kao: "... postizanje komercijalnog uspjeha na način da se poštuju etičke vrijednosti, ljudi, zajednice i prirodni okoliš."

Organizacija International Business Leaders Forum (IBLF) DOP shvaća kao "... promicanje odgovorne prakse u gospodarstvu koja gospodarstvu i društvu koristi te olakšava ostvarenje društvenoga, gospodarskog, ekološki održivog razvoja maksimirajući pozitivan utjecaj gospodarstva na društvo uz istovremeno svođenje negativnih učinaka na minimum."

Organizacija World Business Council for Sustainable Development (WBCSD; Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj) definira DOP kao: "... opredijeljenost gospodarstva da pridonosi održivom gospodarskom razvoju, radeći sa zaposlenicima, njihovim obiteljima, lokalnom zajednicom i cjelokupnim društvom na unapređenju kvalitete života."¹⁴

2.3. Etički management

Nije ispravno smatrati da je poslovna etika disciplina koja je isključivo u domeni filozofa i teologa. Nedostatak uključenosti managera u diskusiju o ovoj problematici dovelo je do ove zablude. Poslovnim etikom se može upravljati, dapače njom se uvijek i upravlja, često indirektno kroz ponašanje osobe koja vodi organizaciju i predstavlja veliki moralni utjecaj na ponašanje djelatnika. Također i definirani strateški prioriteti mogu jako utjecati na moralne stavove u organizaciji. Kontinuirani dijalog o vrijednostima na radnom mjestu izgrađuje otvorenost, iskrenost i osjećaj zajedništva - nužne sastojke zajedničkog rada. Sustav upravljanja poslovnim etikom, kroz deklariranje vrijednosti tvrtke i trening o donošenju etičkih odluka umnogome olakšava snalaženje u etičkim dilemama. Etički programi pomažu da se zadrži moralnost u turbulentnim vremenima, da ojačaju duh zajedništva, motiviraju djelatnike te pomognu u promoviranju pozitivne slike tvrtke u javnosti.

¹⁴ www.poslovna-etika.hr

Iako postoje brojni pristupi upravljanju poslovnom etikom, smatra se da su sljedeći koraci neizbježni:

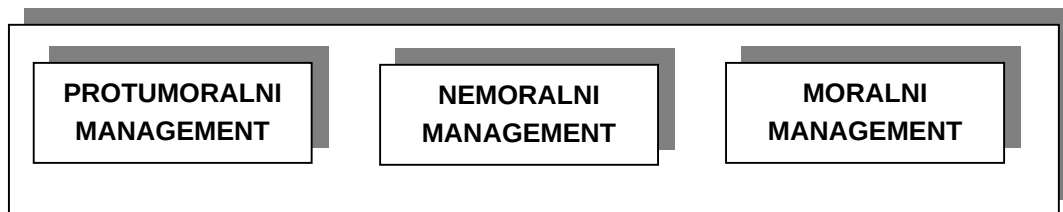
- **Osigurati potporu uprave:**
 - ❑ Odrediti ciljeve;
 - ❑ Imenovati odgovorne djelatnike.
- **Odrediti vrijednosti tvrtke:**
 - ❑ Individualni razgovor s članovima uprave;
 - ❑ Diskusije s svima zainteresiranim;
 - ❑ Ankete.
- **Razviti etički kodeks:**
 - ❑ Deklarirati vrijednosti;
 - ❑ Razraditi kodeks ponašanja.
- **Uspostaviti resurse za upravljanje etičnim ponašanjem**
 - ❑ Edukacija i trening;
 - ❑ Prezentacija;
 - ❑ Komunikacijske linije (hotline, helpline);
- **Integrirati etiku u organizacijsku kulturu šireći razumijevanje etičnog ponašanja.**
 - ❑ Istraživanje navodnih povreda etike;
 - ❑ Korektivne i preventivne akcije;
 - ❑ Disciplinske mjere;
 - ❑ Mjerenje efektivnosti;
 - ❑ Nadzor;
 - ❑ Izvještavanje;
 - ❑ Praćenje i publiciranje pozitivnih primjera;
 - ❑ Kontinuirano unaprjeđivanje.¹⁵

Uključenost managementa u šire društvene odnose, koji nadilaze poslovnu sferu, najpotpunije se izražava kroz etičku prosudbu managerova ponašanja. Ugledni istraživač Archie B. Carroll, bilježi da postoje tri osnovne razine moralne ili etičke prosudbe koje obilježavaju managere, a to su: moralni, nemoralni i protumoralni management (slika 1)¹⁶. Carroll smatra da stil nemoralnog

¹⁵ www.poslovna-etika.hr/bcms.htm

¹⁶ Buble, M. (redaktor) Cingula, M., Dujanić, M., Dulčić, Ž., Ljubić, F., Mencer, I., Pučko, D., Singer, S., Tipurić, D., Zan, L., "Strategijski management", Ekonomski fakultet Split, Split, 1997., str. 63

managementa danas prevladava u organizacijama, a tvrdi kako je moralni management najbolji za dugoročni interes organizacije.



Slika 1. Stupnjevi managerske etike

2.3.1. Protumoralni management

Ovaj pojam dolazi iz engleske literature pod nazivom Immoral Mangement. Protumoralni management nije samo nedostatak etičkih načela, nego je i energičan protivnik moralnom ponašanju. Ovo gledište odlikuju svojstva: najveće ili isključive brige za zaradu poduzeća, naglasak na profitu i uspjehu poduzeća po bilo koju cijenu, nedostatak zabrinutosti glede pravednog odnosa prema drugima, gledanje na zakon kao na zapreku koju treba preskočiti te sklonost *liniji manjeg otpora*. Ključno radno načelo protumoralnog managementa izraženo je pitanjem: *Možemo li zaraditi novac ovim postupkom, ovom odlukom ili ovim ponašanjem?* U takvom pristupu podrazumijeva se da druga razmišljanja znače malo ili gotovo ništa. U jednom primjeru protumoralnog managementa, Carroll opisuje tri managera u pogonima GM Chevrolet, tvornice kamiona, Flint, Michigan, USA. To je slučaj zloglasnog kršenja ugovora kojeg je poduzeće sklopilo sa sindikatom United Auto Workers. Spomenuti su manageri koristili skrivenu kontrolnu ploču kako bi zaobišli službenu kontrolnu ploču kojom se u normalnim uvjetima određuje brzina tekuće vrpce. Oni su, pod utjecajem teškog pritiska nadređenih šefova, a zbog prekoračenih rokova, potajno ubrzali rad tekuće vrpce. Uskoro su počeli dostizati proizvodne ciljeve i dobivati nagrade od svojih nadređenih. Kad je njihov postupak otkriven, radnici su dobili milijun dolara naknade zbog prekomjernog rada na koji su bili prisiljeni.

2.3.2. Nemoralni management

Engleski izraz kojim se opisuje ova vrst neetičnog managementa je Amoral Management. Ovaj pristup nije ni protumoralni ni moralni, već zapostavlja ili izostavlja etična načela. Postoje dva tipa nemoralnog managementa: namjerni i nenamjerni. Namjerno nemoralni manageri ne uzimaju u obzir etička načela pri radu i odlučivanju, jer smatraju da su opća etička načela prikladnija izvanposlovnim područjima života. Nenamjerno nemoralni manageri ne razmišljaju o etičkim pitanjima u poslovanju, zbog nepažnje ili neosjetljivosti na moralne posljedice svog odlučivanja i djelovanja. Nemoralni manageri općenito mogu biti dobronamjerni, ali kako oni teže profitabilnosti kao cilju i obraćaju malo

pažnje na utjecaj svog ponašanja na druge, tako i posljedica takvog ponašanja nisu dobre. Oni općenito dozvoljavaju drugim managerima da se ponašaju kako žele, osim ako njihovo ponašanje ima za posljedicu loš glas u javnosti. Osnovno načelo koje vodi nemoralni management izraženo je pitanjem: *Možemo li ovim postupkom, ovom odlukom ili ovim ponašanjem zaraditi novac na zakonit način?*

Primjer nemoralnog managementa je odluka tvrtke Nestle o prodaji proizvoda u prahu *baby formula* u zemljama trećeg svijeta. Švicarska tvrtka nije predvidjela negativne posljedice uporabe tog proizvoda na majke i djecu u područjima zagađene vode, siromaštva i neobrazovanosti. Njihov nemar doveo je tada do bojkota Nestle proizvoda od potrošača iz čitavog svijeta.

2.3.3. Moralni management

"Moralni management nastoji slijediti etička načela i upute. Moralni manageri nastoje uspjeti, ali žele to postići samo u okviru čvrstih etičkih načela, ideala poštenja, pravde i napretka. Moralni manageri slijede poslovne ciljeve koji istovremeno uključuju stvaranje profita uz primjenu legalnog i etičkog ponašanja. Oni ne slijede samo slovo već i duh zakona, priznavajući da moralni management zahtijeva puno više nego što zahtijeva zakon."¹⁷ Osnovno načelo koje vodi moralni management jest: *je li ovaj postupak, ova odluka ili ovo ponašanje odgovara nama i svim zainteresiranim stranama?*

Primjer moralnog managementa, u kojem organizacija podrazumijeva etički nadzor, je slučaj tvrtke McCulloch Corporation koja proizvodi tračne pile. Velika opasnost koja prijeti od tračnih pila bila je naglašena u statističkoj analizi Komisije za sigurnosnu zaštitu potrošača ukazujući na povezanost tračnih pila sa 123.000 bolnički liječenih slučajeva u godini. Usprkos alarmantnim podacima, Udruga proizvođača pila opirala se naloženim im sigurnosnim standardima, uz prigovor da su statistički podaci napuhani i ne pružaju mogućnost pravilne prosudbe za obvezujuće standarde. Međutim pokazujući moralnu svijest, McCulloch je odlučio koristiti poboljšanja na svim njihovim pilama. Poduzeće se kasnije povuklo iz udruge, nakon što su propali stalni pokušaji da udruga usvoji više sigurnosne standarde.

Također još jedan primjer moralnog managementa je i kad je nedugo nakon objavljivanja izvještaja *Mobiteli i zdravlje* kompanija *Commun8* povukla s tržišta nove modele mobitela *MyMo*, mobilne telefone namijenjene za djecu od 4 do 8 godina. Adam Stephenson, marketinški direktor kompanije je tom prilikom rekao: *ne želimo narušavati zdravlje djece.*

¹⁷ Buble, M. (redaktor) Cingula, M., Dujanić, M., Dulčić, Ž., Ljubić, F., Mencer, I., Pučko, D., Singer, S., Tipurić, D., Zan, L., "Strategijski management", Ekonomski fakultet Split, Split, 1997., str. 65

2.4. Etične dileme i problemi u provođenju etičnog poslovanja

2.4.1. Etične dileme

Naši djelatnici su etični, što će nam onda upravljanje poslovnim ponašanjem?; jedna je od standardnih pogreški managera kada razmišljaju o uvođenju sustava upravljanja poslovnim ponašanjem. Sama činjenica da organizacija djeluje etično ne znači da ne postoji nužnost upravljanja procesom uključenja deklariranih vrijednosti u donošenje odluka i svakodnevno poslovanje.

Nužnost uvođenja sustava upravljanja poslovnim ponašanjem uviđa se najviše u kriznim situacijama; dobri ljudi ponekad mogu učiniti loše stvari, posebno kad su zbunjeni i pod stresom. Sustavan pristup može poslužiti kao osigurač upravo za takve situacije u kojima se dobrobiti tvrtke može nanijeti trajna i nemjerljiva šteta. Većina poslovnih dilema nisu tako jednostavne kao: *Treba li krasti?* ili *Smijem li lagati?*, često su djelatnici u situaciji da donose odluke koje nisu u potpunosti ni ispravne ni neispravne. U tim situacijama važnost deklariranja vrijednosti i treninga dolazi do punog izražaja.

Etičke dileme su situacije koje su moralno problematične i u kojima se moramo zapitati što je ispravno učiniti. Etičke dileme tjeraju pojedince da se zapitaju o svojim obvezama, dužnostima i odgovornostima, mogu biti vrlo složene i teško razrješive. Zbog toga organizacije trebaju razvijati i dokumentirati procedure za upravljanje etičkim dilemama. Idealno bi bilo da se etičke dileme rješavaju u grupi unutar organizacije (etični odbor koji se sastoji od vrha menadžmenta i članova uprave). Sljedeće metode koje će biti predstavljene mogu poslužiti kao pomoć pri rješavanju etičkih dilema.

Po Kennethu Blanchardu i Normanu Vincent Pealeu, autorima knjige *The Power of Ethical Management*, tri su pitanja na koje treba odgovoriti kada se susretnemo s etičkom dilemom:

Je li to što želim učiniti zakonito?

Hoću li nekim činom, koji namjeravam poduzeti, prekršiti građanski zakon ili propise tvrtke?

Je li postignuta ravnoteža odnosa?

Je li to pošteno prema svima kojih se tiče, u kratkoročnom ili dugoročnom razdoblju? Promiče li odnose obostranog dobitka?

Kako ću se nakon toga osjećati?

Hoće li me to učiniti ponosnim? Bi li se osjećao dobro da se moja odluka objavi u novinama? Bi li se osjećao dobro da o tome sazna moja obitelj?¹⁸

Tablica 1. **Metoda - lista provjere etičnosti**

Lista provjere etičnosti		Zaokružite odgovarajući odgovor na skali; "1" = uopće ne; "5" = apsolutno da				
1.	Test informiranosti. Postoji li dovoljno kvalitetnih informacija za donošenje odluke i plana aktivnosti za tu situaciju?	1	2	3	4	5
2.	Test uključenosti. Jesmo li uključili sve koji imaju pravo biti uključeni u odlučivanje i donošenje plana aktivnosti?	1	2	3	4	5
3.	Test posljedica. Jesmo li prihvatili i pokušali prilagoditi posljedice odluke i plana aktivnosti na svakog tko je bitno pogođen tom odlukom i tim planom aktivnosti?	1	2	3	4	5
4.	Test pravednosti. Ako bi smo se postavili u poziciju vlasnika za tu situaciju, imamo li percepciju te odluke i plana aktivnosti kao u biti pravednih, s obzirom na sve pojedinosti?	1	2	3	4	5
5.	Test vremenske izdržljivosti vrijednosti. Potvrđuju li ta odluka i plan aktivnosti na duži rok vrijednosti koje su relevantne za tu situaciju?	1	2	3	4	5
6.	Općeniti test . Želimo li da ta odluka i plan aktivnosti postanu općenito zakonski primjenjivi na sve slične situacije, i prema nama?	1	2	3	4	5
7.	Test javnosti. Bismo li se dobro osjećali ako bi detalji ove odluke i plana aktivnosti bili otkriveni tako da svi saznaju za njih?	1	2	3	4	5
8.	Ukupna etička analiza Mjesto ukupnog zbroja zaokruženih brojeva					
Koliko možete biti uvjereni da je urađeni posao dobar kod etične analize?						
7-14		Vrlo slabo uvjereni				
15-21		Malo uvjereni				
22-28		Uvjereni				
29-35		Vrlo uvjereni				

Tablica 2. **Metoda - deset koraka do donošenja odluke**

Korak
1. Koje su poznate ČINJENICE u danoj situaciji?
2. Tko je ključni interesni vlasnik, koje vrijednosti zagovara i koje su njegove željene posljedice?
3. Što je glavni uzrok situacije?

¹⁸ ibid., str. 59

4. Po prioritetnom redu ispisati koji etički principi ili koje vrijednosti mogu biti podržane u danoj situaciji?
5. Tko je sve uključen u donošenje odluke?
6. Popis svih mogućnosti i planova aktivnosti koji: a) su preventivni i minimaliziraju štetu za dioničare b) podržavaju prioritetne vrijednosti za danu situaciju c) su dobro rješenje za danu situaciju
7. Izradite NAJGORI MOGUĆI SCENARIJ za alternativu kojoj se daje prednost, da se vidi kako ona utječe na dioničare. Revidirati preferiranu alternativu ukoliko je potrebno.
8. Dodajte PREVENTIVNE ETIČKE komponente u plan aktivnosti koji je u skladu s onim što uzrokuje situaciju (vidi 3. korak).
9. Usporedite donešenu odluku i plan aktivnosti s prethodnom metodom.
10. Donesite odluku i izradite plan aktivnosti, primijenite ga i pratite ostvarenje.

Izvor: Doug Wallace i Jon Pekel, Twin Cities-based consultants in the Fulcrum Group¹⁹

Metoda - dvanaest pitanja vezanih za etične dileme

1. Jeste li definirali problem korektno i točno?
2. Kako bi ste definirali problem ukoliko bi ste se našli na suprotnoj strani?
3. Kako se uopće pojavila ova situacija?
4. Kome i čemu ste lojalni kao osoba i kao član poduzeća?
5. Koja je namjera u donošenju ove odluke?
6. Kako se ova namjera može usporediti s vjerojatnim posljedicama?
7. Kome će se ovom odlukom nanijeti šteta?
8. Možete li razgovarati sa sukobljenim stranama prije donošenja odluke?
9. Hoćete li biti uvjereni u ispravnost vašeg gledišta nakon duljeg vremenskog razdoblja, isto kao što ste sad u to uvjereni?
10. Možete li otkriti bez straha svoju odluku ili aktivnost svome nadređenom, svojoj obitelji, društvu u cijelosti?
11. Koji je simbolični potencijal Vaše aktivnosti ako bude povoljno shvaćena? ne bude pravilno shvaćena?
12. Koji su uvjeti koji će izazvati odstupanje od zauzetog stava?

Izvor: (prilagođeno iz: Nash, L. (1981). Ethics Without the Sermon. Harvard Business Review, (59))²⁰

¹⁹ www.mapnp.org/library/ethics/ethxgde.htm (Carter McNamara, MBA, PhD: *Complete Guide to Ethics Management: An Ethics Toolkit for Managers*)

²⁰ www.mapnp.org/library/ethics/ethxgde.htm (Carter McNamara, MBA, PhD: *Complete Guide to Ethics Management: An Ethics Toolkit for Managers*)

2.4.2. Problemi u provođenju etičnog poslovanja

U knjizi, za koju je 2000-te godine osvojio nagradu francuskog senata za najbolje djelo iz područja ekonomije, Pascal Bruckner, francuski književnik, piše: " ... industrijska etika [...] nastoji preuzeti načela koja su nekoć bila namijenjena vjerama i filozofijama. Tom se moralnom imperativu može pristupiti na dva načina: osuditi ga kao novu strategiju konglomerata bez vjere i zakona zaogrnutih u propovjedničku halju kako bi prikrili nedopuštene ili skandalozne postupke, vidjeti u tom načinu da se krepost i ekologija stave u službu konkurentnosti ne bi li se ponovo mobilizirao kadar te zadivio klijente. I obrnuto, u tom liftingu možemo nazrijeti zamku što ih poslovni svijet sam sebi postavlja."²¹

Dakle, uspjeh i status na tržištu više se ne mjere samo financijskim pokazateljima, već ključan postaje *personality*. Shvaćeno je da je potrebno ponuditi nešto novo i profilirati se vlastitom posebnosti. Tako je etičnost postala domena novih potvrda. Pojava poslovne etike kao discipline u managementu slična je pojavi ostalih disciplina. Primjerice, organizacije su shvatile potrebu za upravljanjem svojom reputacijom i tako je nastao glasnogovornik (Public relation -PR). Od nastanka pokreta za društvenu odgovornost 60-ih godina prošlog stoljeća, pod pritiskom javnosti, u organizacijama se javila svijest o potrebi upravljanja etičnim ponašanjem, posebno u kontekstu društvene odgovornosti. Ipak, ne možemo reći da je tada nastala poslovna etika, na različite načine ona se razmatra otkad postoji poslovanje.

Kako postići etično poslovanje? Odgovor na ovo pitanje izražen ekonomskim rječnikom je: "Cilj ekonomskog razvoja društva jest izgradnja takvih formalnih i neformalnih institucija koje bi povećale cijenu neetičkog ponašanja, odnosno pomaknule krivulju potražnje neetičkog ponašanja ulijevo i njen nagib učinile manje elastičnim."²²

Međutim, "udruga registriranih istražitelja prijevara procjenjuje da neetičke i kriminalne radnje uposlenika koštaju američke tvrtke više od 400 milijardi dolara godišnje."²³

"U Francuskoj ocjenjivačke agencije procjenjuju poduzeća prema kriterijima upravljanja ljudskim resursima, poštivanja okoliša, profesionalne jednakosti. U Americi se nagrađuju sektori koji nemaju veze ni s duhanom, ni s oružjem, ni sa

²¹ Bruckner, P., *Bijeda blagostanja*, Algoritam, Zagreb, 2004., str. 126

²² Vehovec, M., *Neslužbeno gospodarstvo i neformalne norme ponašanja: koliko može pomoći etika u poslovnom ponašanju*, Financijska teorija i praksa, br. 1/ 2002, Rijeka, str. 230

²³ www.voa.gov/misc/croatia/et090599.html (Procvat nove etike poslovanja u SAD, Prilog: Linde Cashdan)

seksom, a poštuju manjine. Etički fondovi čine samo 1% investicija u Francuskoj nasuprot 10% u Sjedinjenim Državama. (Izvor: L'Expansion, posebno izdanje, svibanj 2001.). Onkraj Atlantika indeks Good Money mjeri društveno odgovorno ulaganje. Njegova kretanja, čini se, ne otkrivaju osjetna odstupanja od kretanja Dow Jonesa. Etičnost se isplati [...]" ²⁴

Čini se da nema stvarne pozitivne moralne motivacije, već je etičnost ovdje isključivo u svrsi povećanja zarade ili samo jedan promotivni trik kojim se skriva stvarni nemoral velikih korporacija. Tako je poslovna etika postala etička etiketa za različite političke, financijske ili gospodarske odluke. Krajnje naivno bi bilo zaključiti da svijet po ovome ide u neku bolju budućnost.

Osim toga, u današnjoj ekonomiji se najčešće ne uzima u obzir kako je moguće da su ekonomski računi u redu, a da su u isti mah ljudi, koji čine najdragocjeniji posjed tvrtke, poniženi i povrijeđeni u svojem dostojanstvu. To je, dakako, moralno nedopustivo, ali osim toga također mora proizvesti u budućnosti i negativne posljedice za ekonomsku djelotvornost poduzeća. Dužnost da se zarađuje kruh znojem vlastitog čela pretpostavlja u isti mah i neko pravo. Društvo u kojemu se to pravo sustavno niječe, u kojemu mjere ekonomske politike ne dozvoljavaju radnicima da postignu zadovoljavajuće razine zaposlenja ne može steći ni svoje etičko ozakonjenje ni društveni mir. Zbog svega toga je potrebno ponovno utvrditi svrhu poduzeća. To nije jednostavno proizvodnja dohotka, nego postojanje samog poduzeća kao zajednice ljudi koji na različit način ostvaruju zadovoljavanje svojih temeljnih potreba te tvore posebnu grupu u službi cijeloga društva. Dohodak je regulator života poduzeća, ali nije jedini; treba uvažiti i druge ljudske i moralne faktore koji su u dužem periodu također vrlo bitni za život poduzeća.

Također, javlja se opasnost da vlastita mišljenja i stavovi postanu mjerilo za donošenje čudorednih odluka, kao i da mišljenje većine kao većine postane etičko mjerilo. Tako se ponekad pitanja koja se javljaju u društvu ne razmatraju po kriterijima pravde i moralnosti, nego više prema biračkoj ili financijskoj snazi grupa koje ih podržavaju. To s vremenom uzrokuje nepovjerenje i bezvoljnost te je sve prisutniji stav da je sve dozvoljeno, relativno i da ne postoji ništa što bi bilo apsolutno dobro ili loše. Uočljivo je da je u pozadini moralne krize odnos suvremenog čovjeka prema temeljnim vrednotama koje su izbljedile.

Ukoliko preuzmemo sljedeću podjelu etike "... u nedostatku boljih termina zaključili bismo raspravu o klasifikaciji u okviru dvije jednostavne kategorije koje nazivamo:

²⁴ Bruckner, P., *ibid.*, str. 126

- Etika duha (etika ljubavi i etika načela može se vezati uz termin etika duha.)
- Etika slova ili doslovna etika, etika pisanog ili verbalnog pravila, norme, zakona, kodeksa (etika prava i etika konvencija može se vezati uz termin etika slova)²⁵;

uočavamo kako je većina mnogobrojne literature o poslovnoj etici, kao i njena primjena u praksi usmjerena i govori o etici slova (zakona). Ipak, zakonom je nemoguće zadobiti istinsku pravednost. Zakon (etika slova) ne može ništa privesti k savršenstvu. Zakon je kao svjetlo koje obasjava duh, a ne daje mu unutarnje snage. Međutim, unatoč tome zakon služi kao privremena pedagogija, te je radi toga potreban. Tek po zakonu ljubavi i po duhu dobivamo unutarnju snagu uz koju postajemo sposobni vršiti pisani zakon. Primjer provođenja etike duha (ljubavi) u praksi bi bila ekonomija zajedništva, koja će biti detaljnije opisana u sljedećim poglavljima.

Zaključio bih razmatranje problematike poslovne etike uz rečenicu pape Ivana Pavla II.: " ... potrebno je trajno poštivanje poslovne etike uz primat *biti* nad *imati*."

²⁵ Bebek B., Kolumbić A., *ibid.*, str. 6

3. Opis koncepta Ekonomija zajedništva

3.1. Teorijske odrednice koncepta

3.1.1. Materijalno i nematerijalno gledište u ekonomiji

Jedna od definicija ekonomije glasi: "Ekonomija je zasnovana na materijalističkoj i mehanicističkoj slici svijeta. Ekonomski cilj je u maksimiziranju potrošnje, profita i optimaliziranju odnosa između troškova i proizvodnje."²⁶

S druge strane, Viktor Frankl (1905.–1997.), austrijski psiholog, u svom djelu zaključuje: "Čovjekova potraga za smislom primarna je motivacija u njegovom životu, a ne sekundarna racionalizacija instinktivnih poriva. Taj je smisao jedinstven i specifičan utoliko što ga samo on sam može pronaći; tek tada imat će značenje koje će zadovoljiti njegovu volju za smislom."²⁷

Napretkom istraživanja čovjeka i njegovog mozga D. Zohar i I. Marshall dolaze do spoznaje: "Upravo ova potraga za smislom čini nas ljude duhovnim bićima [...] Na osnovi svega zaključujemo da su oscilacije od 40 Hz živčana baza SQ (duhovne inteligencije), koja naše postupke i iskustvo smješta u širi smisaoni i vrijednosni kontekst, dajući im veću snagu."²⁸

Gore navedeno ukazuje da je ekonomska znanost u sadašnjem trenutku ograničena materijalnim aspektom, te da to ograničenje uzrokuje nedostatak smisla koji možemo pronaći jedino iznad tog materijalnog poimanja. Takvo stanje uzrokuje razne devijacije čovjekove potrebe za zadovoljenjem smisla. U suprotnosti sa svim drugim u svijetu jedino je čovjek biće koje može doći do ovog smisla iznad svijeta. Ako čovjek ne pronalazi smisao, on pokušava tražiti taj smisao kroz materijalno što uzrokuje dileme i probleme u ekonomskoj znanosti. Upravo zbog toga ekonomska znanost u sadašnjem trenutku ne može, uz ograničenje materijalnog poimanja, ponuditi prava rješenja problema. Iako je čovjek integriran u materijalnu dimenziju, on je jedino biće koje može imati spoznaju ne samo o materijalnom već i o sebi. Prema tome, samo čovjek može stalno preobražavati materijalnu dimenziju, sebe i ostale ljude prema ukupnosti koja ima smisla za njega.

²⁶ Glas, M., Kovač, B., Reić, Z., *"Ekonomija i politika tržišnog društva"*, Ekonomski fakultet Split, Split, 2000., str. 59

²⁷ Frankl, V. E., *Man's search for meaning*, Pocket books, Washington square press, New York, London, etc., 1985.

²⁸ Zohar, D., Marshall, I., *"Duhovna inteligencija, suštinska inteligencija"*, VBZ, Zagreb, 2002., str. 28, 84

Mnogi naši suvremenici obožavaju slobodno tržište očekujući od njega rješenja svih socijalnih pitanja i problema. Tako tržište, i u njemu vladajuća čarobna *nevidljiva ruka*, postaje subjekt prema kojem mnogi iskazuju apsolutno povjerenje, što nosi crte religiozne vjere. Dakle, vjera u materijalizam zamjenjuje dosadašnju vjeru u božansko biće. U skladu s tim i Erich Fromm piše: "Iza kršćanske fasade nastala je jedna nova tajna religija, naime religija industrijskog doba koja ima korijen u strukturi karaktera modernog društva. No, ta religija je nepoznata kao religija. Religija industrijskog doba je nespojiva s pravim kršćanstvom. Ona, naime, reducira čovjeka na to da bude sluga gospodarstva i strojeva koje je čovjek načinio vlastitim rukama."

Svijest o potrebi mirenja materijalne i duhovne dimenzije pomalo sazrijeva. Tako u časopisu *Banka* možemo pronaći i ovakve izjave: "Velike firme konačno su shvatile da se moraju brinuti i za duhovno blagostanje svojih namještenika. Metode potrage za dušom pojedinca ili kompanije imaju nevjerojatan raspon."²⁹

Koncept Ekonomija zajedništva je utemeljen na eksplicitnoj pretpostavki da blagostanje kod čovjeka leži iznad materijalnog svijeta, odnosno pojam čovjeka sadrži i nematerijalnu dimenziju. Tako ekonomija zajedništva predstavlja primjer koji doprinosi sastavljanju onoga što su znanost i ekonomska praksa, pogotovo u prošlom 20-tom stoljeću, čini se, razdvojile.

3.1.2. Dileme ekonomske znanosti u sadašnjem trenutku

Samuelson u svom djelu "Ekonomija" piše: "Kao znanstvena disciplina, ekonomija je stara dva stoljeća. Adam Smith je objavio svoju knjigu, koja je prokrčila put ostalima, *Bogatstvo naroda* (The Wealth of Nations) 1776., godine također poznate po *Deklaraciji neovisnosti*. Nije slučajno da su se oba dokumenta pojavila iste godine. Pokret za političku slobodu od tiranije europskih monarhija pojavio se skoro istovremeno s pokušajima za oslobađanje cijena i nadnica od nemilosrdne državne regulacije. Doprinos Adama Smitha je bilo analiziranje načina na koji su tržišta organizirala ekonomski život i ostvarivala brz ekonomski razvoj. On je pokazao da je sistem cijena i tržišta sposoban koordinirati ljude i poduzeća bez ikakvog centralnog upravljanja. [...] U 1980-ima, kotač se okrenuo za puni krug. Kapitalističke zemlje Zapada i socijalističke zemlje Istoka ponovno su otkrile moć tržišta da ostvare brzu tehnološku promjenu i visoke standarde života. Na Zapadu, vlade su smanjile teret kontrole nad industrijom i ukinule kontrolu cijena. Najdramatičnija zbivanja dogodila su se u Istočnoj Europi, gdje je mirna revolucija 1989. god. prisilila socijalističke zemlje da odbace mehanizam centralnog planiranja i da puste sile tržišta da slobodno

²⁹ Kuvačić, Iris: *Kako nahraniti dušu*, Banka, Zagreb, travanj 2002., str. 81

djeluju. Temeljne poruke Adama Smitha ponovno su otkrivene više od dva stoljeća nakon što je on napisao *Bogatstvo naroda*!"³⁰

Postaje sve teže otkriti razloge današnjih složenih problema. Izgleda da čovjek sve više gubi pregled nad onim što se događa u svijetu i s njime. U skladu s tim francuski paleontolog, Andre Leroy-Gourhan (1911.–1981.) u svom djelu *Tragedija moderne kulture* piše: "Izgleda da stojimo pred posljednjim odnosima koje čovjek održava sa svojom prirodnom okolinom. Homo sapiens, oslobođen od svog alata, od svojih mišića, od programiranja svoje djelatnosti i pamćenja, oslobođen od svog maštanja koje je zamijenilo savršenstvo televizije, oslobođen također od svijeta životinja i biljaka, od vjetera i studeni, od mikroba i strašila planina i mora, taj čovjek – homo sapiens – stoji danas vjerojatno na kraju svog životnog puta."

Izdvojimo li materijalno blagostanje (jednog dijela svijeta), ekonomija sustavno proizvodi stalno i iznova sve veću količinu negativnih posljedica koje se najčešće bespomoćno primjećuju. Čini se da čovjekova očita nemoć da eliminira te negativne posljedice postoji zbog činjenice da se unutar ekonomske i političke znanosti zaboravila veza između ponašanja i posljedica ponašanja.

U klasičnoj teoriji, egocentrično ponašanje čovjeka je predstavljeno kao ključni element za dobrobit društva. Adam Smith (1723.-1790.), škotski ekonomist, piše: "Kod skoro svake druge životinjske vrste, svaka jedinka kad odraste do zrelosti potpuno je samostalna i pri normalnim okolnostima nije joj potrebna ničija pomoć. Čovjek gotovo uvijek treba pomoć bližnjih te bi je uzalud očekivao da se oslanja isključivo na njihovu dobronamjernost. Prije će uspjeti ako apelira na njihov osobni interes te ih uvjeri kako im vlastiti interes nalaže da učine ono što od njih traži. To čini onaj koji drugomu nudi kakvu nagodbu. Smisao njegova prijedloga je sljedeći: dajte mi to što trebam pa ću vam dati ono što sami trebate; a velika većina nužnih nam usluga postiže se na taj način. Očekujući objed ne računamo s blagonaklonošću mesara, pivara ni pekara, već s njihovom brigom za vlastite interese. Nikad ne apeliramo na njihovu humanost, nego na njihov egoizam; i nikad im ne govorimo o svojim potrebama, nego uvijek o njihovoj koristi."³¹

Citiranje Smitha daje opis ponašanja na kojem je klasična teorija zasnovana. Ipak, u svom radu Smith govori i o drugom tipu ponašanja koje naziva *humano* ili *dobrostvo*. Prema tome, on je svjestan postojanja drugačijeg tipa ponašanja, samo što on ne prihvaća njegovu vrijednost za sustav koji on naziva *civilno*

³⁰ Samuelson, P., Nordhaus, W., *Ekonomija*, 14. izd., Mate, Zagreb, 1992. str. 3

³¹ <http://geolib.com/smith.adam/won1-02.html> (An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations by Adam Smith 1776., Book 1, Chapter 2, Of the Principle which gives occasion to the Division of Labour)

društvo. Smith je živio u društvu za koje je karakteristična niska razina ovisnosti. Tako on nije svjestan loših strana opće primjene egocentričnog ponašanja čovjeka na mnogo ovisnije društvo. Njegov rad odaje impresiju da je bio fasciniran materijalnim prednostima egocentričnog ponašanja čovjeka ne uviđajući probleme koji nastaju kao rezultat takvog tipa ponašanja. Osim toga, on se nikada ne bi složio s idejom da ekonomska ideja treba biti svedena na racionalnu maksimalizaciju korisnosti. Naprotiv, njegov najznačajniji rad osim *Bogatstva naroda* bila je knjiga *Teorija moralnih osjećaja*, koja ekonomsku motivaciju prikazuje kao vrlo složenu kategoriju utemeljenu u širi kontekst društvenih navika, običaja i pravila ponašanja.

Karl Marx (1818.-1883.), njemački filozof i ekonomist, shvatio je da je ponašanje čovjeka izvor mnogih problema njegovog vremena. Po njemu, " ... teorijski koncept znanstvenog socijalizma utvrđuje nužnost uspostave socijalizma snagom dijalektičke zakonitosti međuodnosa proizvodnih snaga i proizvodnih odnosa. U takvom teoretskom konceptu revolucija ubrzava procese koji bi se ionako dogodili."³² Osim toga Marx je označio ekonomiste iz svog vremena kao one koji predstavljaju buržoaziju, tj. one koji eksploatiraju proleterku klasu. Uvijek kada znanost postane instrument u rukama određenih osoba, da bi obranili svoj interes, ona gubi na objektivnosti i postaje *ideologija*.

Međutim, Marx također izjavljuje da su socijalisti i komunisti teoretičari proleterke klase. Tako postaje razvidno da je i socijalistička teorija također ideologija. U biti ona je osmišljena da obrani interes radnika u Marxovo vrijeme. U tom smislu zanimljiva je izjava J.B. Tita: "Komunizam je, jednostavno, stanje kapitalizma u kojem država ima apsolutno vlasništvo nad svime, uključujući tu i sav ljudski rad".³³

Takva ideologija i takvo razmišljanje navela je Zdravka Tomca da zaključi: "Bit komunizma [...] jest, podređivanje čovjeka velikim ciljevima budućnosti, žrtvovanje čovjeka, pa i cijelih naraštaja, radi buduće sreće čovječanstva, tako da se čovjek pretvara u malen, beznačajan kotačić velikog sustava [...]. Zato je potrebna stvarna, a ne površna kritika komunizma. [...] čovjek ne smije biti obična cigla ni partije, ni nacije, ni progresa, ni religije, koja se ugrađuje u ostvarenje tih velikih ideja."³⁴

Osim toga, nedavni mučan kraj socijalističkih teorija pokazuje da odgovor na ideologiju ne može biti druga ideologija. Rješavanje problema vanjskom prisilom ne može biti rješenje problema koji su rezultat negativnih efekata ljudskog ponašanja. Komunisti su željeli imati pozitivne efekte ponašanja čovjeka, a bez

³² Glas, M., Kovač, B., Reiđ, Z., *ibid*, str. 393

³³ Tito, J.B., *quoted in the "review of the news"*, 1. prosinac, 1971., str. 57

³⁴ Tomac, Z., *Ponoćne misli*, Detecta, Zagreb, 2005., str. 211

priznanja da to zahtjeva individualno otkriće jedinstvene kvalitete čovjeka i onda slobodno prilagođavanje takvog ponašanja članovima društva.

Danas u Zapadnom svijetu situacija se umnogome razlikuje od one iz Marxova vremena. Zbog konkurencije i razvoja socijalnih sustava, razlika između socijalnih klasa je postala manje važna. Ali danas imamo druge probleme globalnih dimenzija, kao na primjer nesrazmjer između razvijenog i nerazvijenog dijela svijeta. Priznajući tu realnost o socijalnoj disharmoniji ekonomska znanost se opet postavlja u ulogu onoga koji obrazlaže i zagovara postojeće stanje. Po njoj nije moguća redistribucija prihoda koja bi poboljšala stanje siromašnih, a da se drugi ne oštete. Međutim kao što smo već zapazili, komunistički primjer uči nas da rat jedne ideologije s drugom ne vodi željenim rezultatima.

Osim toga imamo i drugi primjer problema globalnih razmjera. Interesantno je kako se problem uništavanja prirode pokušava riješiti. Vlade pojedinih država upotrebljavaju metode direktne kontrole ili financijske poticaje da se potaknu tvrtke na smanjenje štetnog otpada. Prisutna je i internacionalizacija primjene kontrole i poticaja. Međutim, rezultati takve strategije su: daljnje onečišćavanje i ekološko uništavanje, ili s druge strane, nastavljanje rasta administracije i smanjenje ljudskih sloboda.

Dakle, politička strategija je fokusirana na rješavanje problema donošenjem novih regulacija ili strožim izvršavanjem onih koje već postoje. Neki ekonomisti predlažu veću vladinu intervenciju, a drugi, koji vjeruju u samoregulaciju tržišta, okrivljuju te intervencije za uzrok postojećih problema.

O toj temi Schumacher, upućujući na današnje popularno rješavanje problema, naznačava: "Ako se jedan problem riješi, deset novih problema izvire kao rezultat prvog rješenja".³⁵

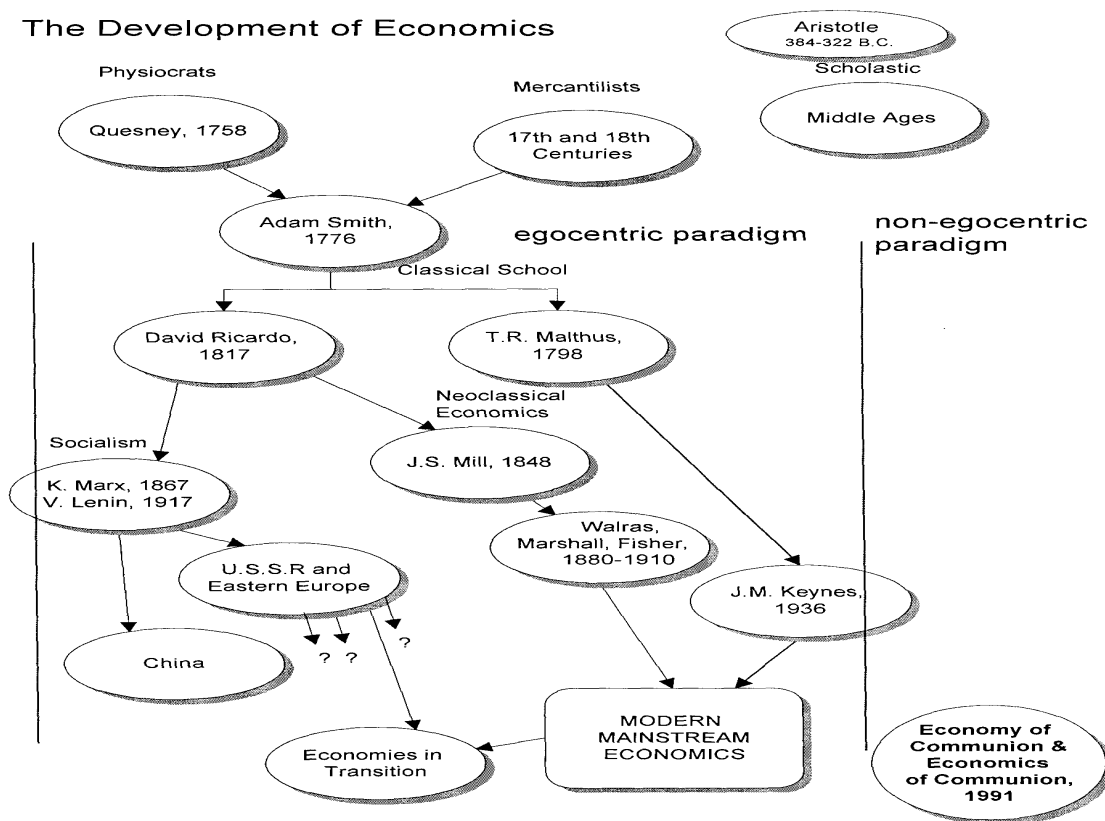
Čini se da današnji problemi uzrokuju mnogo zbrke i rezolutnih strategija koje uzrokuju više problema nego što ih rješavaju. Činjenica je da zbog otuđenja unutar ekonomske znanosti u sadašnjem trenutku nije moguće predložiti rješenje za očuvanje prirode. Postoji usredotočenost na učinke bez uzimanja u obzir da su korijeni tih učinaka u egocentričnom ponašanju čovjeka. Stoga možemo zaključiti da ukoliko prerežemo vezu između učinaka i njihovog porijekla, više nismo u mogućnosti kontrolirati ili promijeniti učinke. Taj izvor mnogih ekonomskih problema, ljudsko ponašanje, jest rijetko predmet današnjih analiza. Izgledno je da bi probleme mogla riješiti strategija koja bi uzela u obzir promjenu čovjekovog ponašanja.

³⁵ Schumacher, E.F., *Small is beautiful*, London, Abacus, 1992., str. 23

Upravo na novoj hipotezi ponašanja je zasnovan koncept ekonomije zajedništva. On se temelji na stvarnoj realizaciji zajedničkog postojanja grupe ljudi. Ti ljudi ne nameću ništa drugima, već ostvaruju između njih samih, a i sa svima onima koji pristaju uz tu ideju, novu vrstu ekonomije unutar trenutnog društva i politike. Tako ekonomija zajedništva nije u opoziciji ekonomskoj znanosti već je u mogućnosti njenoga daljnjeg razvoja.

Međutim, potrebno je definirati izraz *ekonomska znanost u sadašnjem trenutku*. Danas se taj izraz najčešće odnosi na neoklasični pristup. Ali u današnjem ekonomskom svijetu, razlike u mišljenju između npr. liberala, kejnzijanaca i monetarista oko općenite hipoteze ponašanja nema. To najbolje možemo primijetiti u sljedećem prikazu (slika 2)³⁶, gdje je vidljivo da od vremena Adama Smitha popularna ekonomska znanost napreduje u egocentričnoj paradigmi. Ipak treba spomenuti da postoje i različiti pokušaji uvođenja neegocentričnih elemenata (npr. već spominjani Schumacher, itd.).

The Development of Economics



Slika 2. Povijesni razvoj ekonomije

³⁶ Ressler, M. "Economy of Communion – Elements and prospects for development", Vienna University of Economics and Business Administration, Vienna, 1999., str. 14

3.1.3. Način razmišljanja i koncept čovjeka

Kao što je već uočeno, u većini današnjih ekonomskih teorija nema direktnog odnosa s konceptom Homo Oeconomicus. Međutim, njegove glavne karakteristike određuju hipoteze o ponašanju. Danas, na početku dvadeset i prvog stoljeća, ekonomska okolina je promijenjena. Svijet je postao *globalno selo*. Do jučer pred licem prirode bespomoćni čovjek preko noći je postao jako moćan pojedinac koji u svojim rukama drži toliku moć koja je sposobna uništiti sav život i čitav planet.

Međutim filozof Ante Vučković razmišlja i pita se: "Dubok ponor nedostatka, praznine neispunjenosti, uskraćenosti, određuje način mišljenja i hvata se i najsitnijih pora našeg osobnog i društvenog života. Naše oči rastu pored stvari ne toliko zbog otkrića što bi nam stvari trebale, nego nadasve zbog velike nutarnje praznine koja se nada da bi je stvari mogle ispuniti. Da nije tog nutarnjeg ponora, stvari nikad ne bi dobile toliku težinu niti bi se naše oči širile pri pogledu na njih. Odakle praznina u našoj duši? [...]"

Tako u današnjim društvenim okolnostima zakoni pretpostavljeni od strane ekonomske znanosti sve više i više dolaze u pitanje. To je razlog zašto može biti važno razmišljati o redefiniranju koncepta čovjeka, a s njim i načinu razmišljanja na kojem je ekonomska znanost u sadašnjem trenutku zasnovana.

3.1.3.1. Način razmišljanja

Bilo je mnogo pokušaja da se otkrije zakon koji određuje humano međudjelovanje u međuovisnom društvu. To je pomoglo s jedne strane u izradi predviđanja, i s druge strane u iznalaženju kontrole ljudskog ponašanja nametanjem određene politike. Kako znanost pomaže predviđanju, ona treba zakone koji će joj to omogućiti. Ti zakoni su određeni egocentričnim konceptom čovjeka usredotočenog na materijalistički i matematički način razmišljanja. Ekonomske analize upotrebljavaju zakone logike. U tom pogledu ekonomsko zaključivanje pokazuje određenu sličnost s matematičkim razmišljanjem. Matematički jezik je vrlo čest u polju ekonomije.

Ovaj kratki opis načina razmišljanja ekonomske znanosti u sadašnjem trenutku pokazuje da je ekonomska znanost preuzela način razmišljanja od egzaktnih znanosti čiji je primjer karakterističan za polje fizike. Iako Samuelson, autor vrlo popularnih knjiga o ekonomiji, dokazuje da ekonomija nije egzaktna znanost, on ipak misli da je veća preciznost njezin cilj: "Predmet ekonomije je drevan i častan; on još uvijek raste i još uvijek je pred njim dug put prije no što se približi stupnju prilično egzaktne znanosti."³⁷

³⁷ Samuelson, P.A., Nordhaus W.D., ibid., str. XIV

Taj fenomen koji mnogi ekonomisti još uvijek slijede, težnja da se njihova znanost učini egzaktnom, čini se da je prisutan zbog dominacije egzaktnih znanosti u odnosu prema društvenim znanostima. Naime, materijalističko ponašanje čovjeka je preduvjet za primjenu matematičke logike u društvenoj realnosti. To je razlog zašto promjena u načinu razmišljanja nije moguća osim ako se koncept čovjeka ne promjeni.

Način razmišljanja trebao bi biti određen čovjekom i fokusiran na njega. To znači da čovjek nije samo jedan element u matematičkom modelu, već on treba biti glavni objekt svih razmišljanja na polju ekonomije. Nisu proizvodnja i ekonomija nadređene čovjeku, već one postoje radi čovjeka.

Daljnijim ustrajavanjem na dosadašnjim postavkama, s egocentričnim ponašanjem čovjeka, daje se opravdanje za svakog tko primjenjuje taj tip ponašanja. Osim toga, teorije koje su izgrađene na takvim pretpostavkama odugovlače i onemogućuju razvoj prema većem društvenom skladu. Tako Schumacher u trenutnom pristupu ekonomije vidi zapreku rješavanju današnjih problema: "... ekonomisti, kako se trenutno postavljaju i prakticiraju, rade sve bolje brane protiv razumijevanja tih problema, zaduženi za njihovu privrženost čistoj količini analiza i njihovom plašljivom odbijanju da pogledaju u stvarnu prirodu stvari."³⁸

Ukoliko postoje sumnje, onima koji i dalje razmišljaju u paradigmi ekonomske znanosti u sadašnjem trenutku i koji mogu imati poteškoće u razumijevanju neegocentrične logike ljudske egzistencije i njenoj stvarnoj realizaciji u svijetu, sljedeći citat bi mogao pomoći: "Učenje nije lako. Kada smo mladi, naše misli su otvorene za nove ideje. Kako rastemo, počinjemo organizirati naše ideje i učiti o svijetu od naše obitelji, prijatelja, i učitelja. Ali ne tako skoro mi ćemo početi shvaćati naš svijet tako da mi postanemo zatočenici našeg znanja. Rastući na našem planetu Zemlji bilo je prirodno za rane znanstvenike da vjeruju da se ostatak svijeta vrti oko njih. Rastući u kapitalističkoj ekonomiji, mi možemo pronaći teškoće u shvaćanju socijalističkog sustava. Na kraju, način na koji mi percipiramo opservacije činjenica ovisi o teoretskim naočalama koje nosimo. Znanstvenici su kao drugi ljudi, oni su zatvorenici svojih teoretskih percepcija. Ako fizičari uče Newtonovu fiziku, oni mogu zaista biti spriječeni u njihovom razumijevanju Einsteinove teorije relativnosti. To je razlog zašto znanost pripada mladima. Stari *znaju* previše stvari koje su netočne, ali oni ne mogu zaboraviti naučeno"³⁹

³⁸ Schumacher, E.F., *ibid.*, str. 33

³⁹ Samuelson P.A., Nordhaus W.D., *Ekonomija*, 13th ed., McGraw-Hill, Singapore, 1989., str. 8

3.1.3.2. Koncept čovjeka

“Ekonomija je znanstveno proučavanje kako društva koriste oskudne resurse da bi proizvela vrijedne robe i raspodijelila ih među različitim ljudima”⁴⁰, piše Paul Samuelson.

Koncept čovjeka, vrlo bitan element ekonomske znanosti, determiniran je prethodnom izjavom. Naime, izraz *oskudne resurse* implicira da je količina postojećih resursa manja nego količina koju žele ekonomisti. Tim je već određena logika maksimalizacije koristi. Činjenica da su u ekonomskoj teoriji resursi pretpostavljeni kao oskudni, nedovoljni za svakoga, posljedica je koncepta čovjeka koji ima neograničene materijalne potrebe. To implicira koncept čovjeka koji traži svoju realizaciju u materijalnom aspektu. Tako je oskudnost resursa, uz materijalistički koncept čovjeka, uzrok egocentričnog ponašanja.

Međutim neka istraživanja (npr. već spomenuti Jean-Claude Milleron po pitanju hrane), pokazuju da naš planet ima kapacitet osigurati resurse potrebne za zadovoljavanje istinske potrebe svake osobe. Također koncept egocentričnog čovjeka nije u skladu s određenim humanim tendencijama našeg vremena, a također ne uzima u obzir važna otkrića moderne filozofije i psihologije.

Naime, čovjek je biće u prirodnom svijetu života koje svojom subjektivnošću i sviješću eksperimentira dramatično iskustvo razapetosti između svijeta materije i svijeta duha, između imanencije i transcendencije, između onoga što je dostupno prirodnoznanstvenom eksperimentu i onog što mu izmiče i ulazi u sferu duhovnog iskustva u najširem smislu te riječi.

Ovaj drugačiji koncept čovjeka bit će detaljnije pojašnjen i opisan u poglavlju 4.3.. Analiza zasnovana na novom konceptu čovjeka i njegovom ponašanju je pokušaj da se pristupi problemima u njihovom korijenu. Zato uvođenje nove hipoteze o ponašanju u ekonomskoj znanosti je pokušaj ponude rješenja na duži vremenski rok. Problem držanja ekonomske znanosti pod tim uvjetima nije više pitanje kako društvo ili osoba može proizvoditi i akumulirati materijalna dobra, već više s jedne strane kako čovjek može otkriti ispunjenje i s druge strane kako je moguće uskladiti koegzistenciju ljudi unutar međuovisnog društva.

⁴⁰ Samuelson P.A., Nordhaus W.D., *Ekonomija*, 14. izd., Mate, Zagreb, 1992., str. 3

3.2. Porijeklo i organizacija Pokreta fokolara

3.2.1. Porijeklo

Pokret fokolara je nastao u Katoličkoj crkvi, a odobren je od pape Ivana XXIII. 1962. godine. Zbog njegovog stalnog razvoja i rasta, ponovno je potvrđen i 1990. godine. Međutim njegovi počeci sežu u vrijeme II. svjetskog rata, u gradić Trento u Italiji. Chiara Lubich⁴¹, osnivačica i sadašnja predsjednica Pokreta, zajedno sa svojim prijateljicama, otkriva u Evanđelju duhovne vrijednosti sposobne dati čovjeku njegovo dostojanstvo, i izgraditi sveopće bratstvo cijele ljudske obitelji.

U ratnim stradanjima Chiara je zajedno sa svojim prijateljicama uvidjela da sve materijalne stvari imaju svoj vijek trajanja i da sve mogu biti u svakom trenutku uništene. Međutim, otkrile su i nešto neuništivo. To je ponašanje novog čovjeka koje je usmjereno prema drugima i za druge, neovisno od toga što se događa u njegovoj okolini. Tako čovjek može otkriti ispunjenje u svakom trenutku svog života. Na taj način su otkrile svoj ideal i smisao koji se nalazi u nematerijalnoj dimenziji. Taj ideal je jedinstvo koje postaje stvaran i istinski razlog života cijelog Pokreta.

3.2.2. Razvoj

O samom razvoju Pokreta Chiara Lubich kaže: "Nitko nije znao kako će se stvari razvijati. Sve nam se postupno razotkrivalo, kroz trenutne okolnosti u kojima smo se našli i tijekom vremena. Čak je i struktura Pokreta, više nego u našim ljudskim idejama, nadahnuće našla u karizmi koja je dar Božji."⁴²

Aktivnosti Pokreta od samog početka imale su i jednu ekonomsku dimenziju. Još za vrijeme rata, novorođeni pokret radio je na socijalnom problemu Trenta. Tako prvi članovi pokreta daju svoju imovinu u korist zajednice, da bi na taj način izašli u susret izvanrednim potrebama ljudi koje su nastale kao posljedica rata. Ubrzo njihov dom postaje centar gdje ljudi koji mogu nešto dati donose različite stvari (npr. cipele, odjeću i hranu). Fokolarini⁴³ tada raspodjeljuju

⁴¹ Chiara Lubich i Pokret fokolara, Dodatak mjesečniku NOVI SVIJET, Zagreb, 1999., str. 2, Chiara Lubich, predsjednica i utemeljiteljica Pokreta fokolara, rođena je 22. siječnja 1920. godine u Trentu, u sjevernoj Italiji. Otac joj je bio radnik, uvjereni socijalist, majka katolkinja, a brat član komunističke partije.

⁴² www.fokolar.hr

⁴³ Lubich, Chiara, *Avantura jedinstva*, Novi svijet, 1991, Zagreb, str. 73.; Riječ *fokolar* na talijanskom znači ognjište. Prvo ime nismo odabrali mi. Netko je započeo tako zvati prve zajednice zajedničkog života fokolarina. I ostao je, sviđao nam se. Zatim smo bili nazvani i

donesena dobra prema potrebama osoba koja ih okružuju. Za nekoliko mjeseci, Pokret je već imao nekoliko stotina članova.

Danas je Pokret fokolara proširen na svih 5 kontinenata sa 7 milijuna članova, poput malenog naroda raznih rasa, kultura i jezika. Ljudi najrazličitijih struka i društvenih položaja, kršćanskih tradicija te različitih religija i uvjerenja nastoje biti sjeme solidarnijeg i ujedinjenijeg svijeta.⁴⁴

3.2.3. Polja djelatnosti

Zbog svoje radikalne primjene ponašanja novog čovjeka, Pokret naglo raste. Sačuvavši početnu jednostavnost i gradeći jedinstvo među ljudima realiziraju se različite aktivnosti na različitim društvenim poljima. Pridjev *novi* prati spontani rast u njegovim različitim aspektima: Novo čovječanstvo⁴⁵, Nove obitelji⁴⁶, Nova

Pokretom jedinstva, zbog naše nove intuicije. Na kraju smo stigli do Djela Marijina što je, vjerujem, naziv koji najviše odgovara našoj duhovnosti, iako ćemo se i dalje nastaviti zvati i pustiti da nas zovu fokolarini.

⁴⁴ www.fokolar.hr; Nadahnjujući se na kršćanskim načelima - bez zanemarivanja, štoviše, ističući paralelne vrednote drugih vjera i kultura – pokret odgovara na opće pitanje o smislu života i autentičnosti, te daje svoj doprinos miru i jedinstvu u svijetu: ruše se predrasude, a sjeme istine i ljubavi koje postoji u različitim kulturama prerasta u uzajamno obogaćenje; otvaraju se novi obzori u raznim društvenim sredinama: kulturi, politici, ekonomiji, umjetnosti. Uslijedila su i razna priznanja Pravoslavnih crkava, Anglikanske i Evangeličke crkve, drugih religija, te mnogih kulturoloških i međunarodnih tijela.

⁴⁵ www.fokolar.hr, ... pokret Novo čovječanstvo postaje izraz Pokreta fokolara prema uređenju društvenih problema. Danas je rasprostranjen na 5 kontinenata: njegovi pripadnici su predstavnici svih društvenih slojeva, namještenika i poduzetnika. Oni nastoje živjeti u društvu u duhu jedinstva, mijenjajući sami sebe i time preobražavajući vlastitu okolinu, noseći ovaj duh drugima. Uz one koji su vjernici stoje danas sve više i osobe bez vjerskih uvjerenja, ali suživljene u istom idealu. ... Na sjednici povjerenstva ECOSOC-a pri Ujedinjenim Narodima 7. siječnja 2005. godine, kojeg sačinjavaju predstavnici 19 zemalja, donešena je pozitivna odluka o dodjeli općeg savjetodavnog statusa kod ECOSOC-a za organizaciju Novog čovječanstva koja predstavlja Pokret pri UN-u. Iako je skoro nemoguće da se takvo priznanje dodjeli organizacijama s vjerskim inspiracijama, Novo čovječanstvo je na taj način, od 2000 organizacija koje UN priznaje među 130 najvažnijih, tj. na razini Crvenog križa, Care International itd.

⁴⁶ Pokret Nove obitelji stvoren je 1967. godine, a svojim životom i akcijama nastoji odgovoriti na udarce i traume što pogađaju ovu temeljnu stanicu društva. Odlučan doprinos njegovu rađanju i razvoju dao je prvi vjenčani fokolarin Iginio Giordani. Obitelj ima privilegirano mjesto u Pokretu, jer je postalo jasno da se često upravo polazeći od obitelji mogu izliječiti osobe i društvo. Tako su obitelji ovog Pokreta one koje su ujedinjene iskrenim, a ne prisilnim odnosima, otvorene su društvu koje ih okružuje. Te su obitelji vođene odlukama u korist života i djece te liječe narušene odnose među generacijama otkrivajući ulogu starijih itd. Njihovo

generacija, itd. Tako nastaje stablo s dvadeset sedam grana. Grane se sastoje od internih članova i od simpatizera. Kroz inicijative i aktivnosti (pomaganje najsiromašnijima, odbačenima, osobama s posebnim potrebama, od filipinskih baraka do brazilskih prašuma, u pustinjским područjima najjužnijih dijelova svijeta, u predgrađima velikih gradova na industrijaliziranom Sjeveru, pomoć u slučaju prirodnih katastrofa, pomoć za područja svijeta kao istočna Europa koja imaju specifične poteškoće) nastoji se ostvariti ideal jedinstva.

3.2.4. Gradići

Gradići (citadele) svjedočanstva u Pokretu nastali su iz nadahnuća Chiare Lubich 1962. godine. Jednom prigodom kad se nalazila u Švicarskoj, u blizini benediktinskog samostana kojeg je promatrala s jednog brežuljka, shvatila je da u Pokretu trebaju niknuti gradovi u kojima će biti kuće, radni prostori, škole, tvornice ..., gradovi poput svih ostalih, a gdje će jedini zakon među stanovnicima biti uzajamna ljubav.

Krenulo se u realizaciju izgradnje gradova, a svaki gradić je i danas otvoreno gradilište, te se neprestano širi i obnavlja, kao što je to prirodno za gradić u kojem buja život. U tim gradovima se radi, a dio zarade daje u zajedništvo; gdje svaki stanovnik uzima onoliko koliko mu treba da bi živio, da bi bio to što jest. U njima se uči u ozračju razumijevanja i uzajamnog pomaganja. Obilježje gradića svjedočanstva je život i radost zajedništva.

Trenutno postoje 32 gradića na 5 kontinenata. Imaju različite fizionomije i svaki od njih ima svoje posebno obilježje koje odražava njihovo prilagođavanje različitom okruženju.⁴⁷

svjedočanstvo donosi mnogo plodova i doprinosi ostvarenju cilja čitavog Pokreta: jedinstva među svima.

⁴⁷ www.fokolar.hr; Prvi izgrađeni gradić je Loppiano, nedaleko od Firenze, a izgrađen je 1965. godine. U njemu živi oko 800 stanovnika iz 70 naroda. Najznačajniji je upravo po svom međunarodnom karakteru te na taj način predstavlja ujedinjeni "svijet u malom". U Kamerunu, Keniji i Obali Slonovače nalaze se gradići u kojima se posadašnjuje inkulturacija Evanđelja u afričkom društvu. U Brazilu i Argentini nalaze se gradići-piloti usmjereni na rješavanje socijalnih problema, modeli Ekonomije zajedništva. Na Filipinima raste dijalog s velikim religijama Istoka. U Njemačkoj je gradić ekumenski: u njemu zajedno žive luterani i katolici. U Poljskoj je model novog društva. Na dva sata vožnje od New York-a nalazi se Luminosa, gradić dijaloga među rasama i različitim kulturama. I u Hrvatskoj se nalazi jedan od takvih gradića. To je "Faro - Svjetionik" koji niče u Križevcima. To je duhovno središte i mjesto susreta za pripadnike Pokreta iz srednje i jugoistočne Europe, međunarodnog i ekumenskog značaja, koji godišnje primi više od 4.000 osoba.

3.2.5. Struktura

Kako se Pokret razvijao prilagođavala se njegova struktura i funkcioniranje. Sjedište pokreta je u Rimu. Teritorij na kojem je Pokret prisutan podijeljen je na različite zone. Zone su u skladu sa specifičnostima određenih područja. Današnja je predsjednica Chiara Lubich koja je ujedno i osnivač Pokreta. U svakoj zoni postoje po dvije osobe odgovorne za koordinaciju i razvoj Pokreta, te za njegove aktivnosti u njihovoj zoni. Također su te osobe odgovorne i za kontakt sa sjedištem Pokreta. Aktivnosti Pokreta su usmjerene na razvoj različitih grana. Svaka od tih grana ima svoje posebne karakteristike, a sve imaju svoju ulogu u realizaciji cilja cijelog Pokreta. Grane su i pojedinačno povezane s centrom od odgovorne osobe kroz koordinacijsko vijeće. Glavne aktivnosti Pokreta se realiziraju na regionalnim razinama. Veza regionalnih razina s centrom njihove zone i veza zone s centrom u Rimu služi za koordinaciju aktivnosti Pokreta, za izmjenu informacija, iskustava itd. i skladan razvoj cijelog Pokreta u različitim zemljama i regijama. Ta povezanost omogućuje skladno cirkuliranje dobara koja se slobodnom voljom stavljaju u zajedništvo svih članova u cijelom svijetu.

3.2.6. Dobra u zajedništvu

Već samo skladno cirkuliranje dobara ukazuje na unutarnje funkcioniranje Pokreta. To je razlog zbog kojeg se Pokret često naziva velikom obitelji. Kao i kod obitelji u stvarnosti, aktivnosti i transakcije članova Pokreta su vršene u slobodi i uvijek su motivirane *nečim višim*. To je razlog zašto nema nikakvih novčanih obveza. Nematerijalna dobra (informacije, iskustva, znanje, itd) i materijalna dobra, kao i novac, slobodno se stavljaju u zajedništvo. Svatko daje ono što želi i što je sposoban dati. Tako se unutar Pokreta pokušava realizirati ponašanje novog čovjeka u svakodnevnom životu. To pomaže u napretku članova Pokreta prema jednoj uvijek većoj susretljivosti za istinske potrebe drugih, čime oni ostvaruju sebe i sve više i više napreduju na putu ostvarenja novog čovjeka. Također postoji i briga za materijalnu dimenziju članova Pokreta koji imaju materijalnih poteškoća, te na taj način u razmjeni nude svoje potrebe. Te potrebe stavljene na razmjenju u zajednici mogu biti zadovoljene s dobrima i kapitalom koji su također slobodno stavljeni u razmjenju od strane ostalih članova pokreta. Potrebe se podmiruju, koliko je moguće, najprije na regionalnoj razini, zatim unutar pojedine grane, potom unutar zone, te konačno, ako nema nikakve druge mogućnosti, na svjetskoj razini.

Kako se nalazimo u okruženju ekonomskog sustava čije je funkcioniranje jako određeno egocentričnim ponašanjem čovjeka, Pokret fokolara upućuje na mogućnost realizacije novog ponašanja čovjeka, koje može imati utjecaj i na materijalnu dimenziju. Zbog toga razloga, unutar tržišnog sustava, Pokret je

neka vrsta otoka za kojeg je karakteristično postojanje ponašanja motiviranog *nečim višim*.

3.3. Porijeklo koncepta Ekonomija zajedništva

Ideja ekonomije zajedništva rodila se 1991. godine za vrijeme posjeta Chiare Lubich Sao Paulu u Brazilu. U toj zemlji poznatoj po drastičnim razlikama između malog broja bogatih i milijuna siromašnih, jako je prisutno siromaštvo među članovima Pokreta. Već postojeće zajedništvo dobara nije bilo dostatno za pokrivanje tolikih potreba. Takva situacija je bila poticaj za stvaranje ideje o stalnijoj i većoj pomoći kroz ideju o otvaranju poduzeća, koja povjerena kompetentnim osobama, dovode do ostvarenja te ideje. Nastala dobit se dijeli na način da dio dobiti služi za potrebe poduzeća, dio za ljude u potrebi, omogućavajući im dostojniji život, te ako je moguće i zaposlenje u samom poduzeću. Treći dio dobiti bi služio za formiranje novih ljudi, koji će biti nadahnuti kulturom davanja, jer bez takvih novih ljudi nema ni novog društva.

Ta ideja o ekonomiji zajedništva oduševljeno je prihvaćena ne samo u Brazilu i Latinskoj Americi, već i u Europi i na ostalim stranama svijeta. Počela su nicati mnoga nova poduzeća, a mnoga već postojeća prihvatila su projekt, prilagođavajući dotadašnji način svog rada.

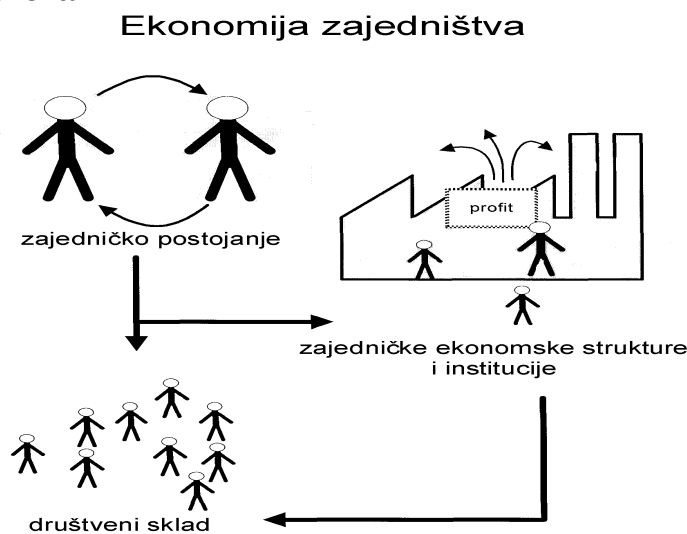
U mnogim zemljama, gdje su ekonomski problemi drugačiji, ali sigurno ne manje važni, ekonomija zajedništva je naišla na reakciju ljudi koji kao da su jako dugo čekali na nešto takvo. Početni polet s kojim je projekt prihvaćen od ljudi različitih kultura i svjetonazora može se objasniti sadašnjim razvojem ekonomskog sustava, koji vodi prema jednom društvu u kojem je sve veće pomanjkanje poštovanja prema jedinstvenim ljudskim kvalitetama i čovjekovu dostojanstvu. Kao da je koncept ekonomije zajedništva odgovor na potrebu da se iznova razmisli o temeljnim kategorijama ekonomske znanosti, o pojmu ekonomskog dobra, blagostanja, ekonomskog razmišljanja. Kako nije novost da je svako ekonomsko djelovanje plod određene kulture i određenog pogleda na svijet, sve veći broj ljudi koji su odlučili živjeti ideal Pokreta, razvijena struktura i pogotovo šest desetljeća praktičnog iskustva okarakteriziranog novim ponašanjem čovjeka predstavljaju solidnu osnovu za gore navedenu reakciju Pokreta na ekonomske i socijalne probleme koji su duboko ukorijenjeni u strukturu sadašnjeg ekonomskog sustava. Projekt Ekonomija zajedništva zbog toga je reakcija, koja predstavlja sjeme za funkcioniranje nove ekonomije koja malo po malo počinje stvarati nove strukture koje su u suglasnosti s novim ponašanjem čovjeka.

3.4. Opis koncepta s glavnim značajkama

3.4.1. Temelji ekonomije zajedništva

Koncept ekonomije zajedništva je sasvim jednostavan. To nije realizacija teoretskog ekonomskog modela kojeg su odredili ekonomisti. On je iznikao iz praktične primjene novog ponašanja čovjeka u svakodnevnom životu prije nego je bio opisan i analiziran njegov utjecaj na ekonomsku znanost. Od samog početka postalo je razvidno da taj koncept ne može biti objašnjen unutar logike ponašanja materijalističkog čovjeka. Ekonomsko djelovanje ekonomije zajedništva se uklapa u kompletnu antropološku sliku čovjeka, poštujući i cijeneći dostojanstvo osobe.

Temelji ekonomije zajedništva koji prikazuju bit koncepta prikazani su na slici 3.⁴⁸ Osnovni elementi koji čine temelje ekonomije zajedništva su: zajedničko postojanje, zajedničke strukture i institucije, te društveni sklad. Oni su međusobno povezani.



Slika 3. Temelji ekonomije zajedništva

Glavni cilj ekonomije zajedništva je društveni sklad, što ujedno predstavlja i glavni cilj razvoja čovječanstva. Zajedničko postojanje predstavlja alternativu egocentričnom postojanju čovjeka te je izvor društvenog sklada. Tako ono određuje funkcioniranje ekonomije zajedništva, a ekonomske strukture i institucije zasnovane na zajedničkom postojanju pomažu čovjeku u stvaranju društvenog sklada.

⁴⁸ Ressler, M.: Economy of communion – elements and prospects for development, doktorska disertacija, Vienna University of Economics and Business Administration, 1999, str. 11.

Projekt Ekonomija zajedništva je konkretan ekonomski fenomen, koji predstavlja jedan organizacijski i institucijski okvir sastavljen od mreže institucija koje se nazivaju *uslužne jedinice*. Uslužna jedinica predstavlja osnovnu instituciju u organizacijskom okviru i ima konkretnu uslužnu misiju ovisno u vrsti usluge koju pruža. Zbog današnjih ekonomskih i društvenih problema, mogu se identificirati tri zajednička cilja uslužnih jedinica kao način za postizanje društvenog sklada. Ti zajednički ciljevi su:

- pomoć siromašnima
- promoviranje zajedničkog postojanja
- razvoj uslužnih jedinica i time ekonomije zajedništva u cjelini

Uslužne jedinice (u institucionaliziranom obliku) i druga poduzeća (slobodno, vlastitom odlukom) pridonose na konkretan način ispunjenju tih triju zajedničkih ciljeva.

Sa stajališta trenutne ekonomske teorije, ekonomija zajedništva se može činiti iracionalnom i neekonomičnom. No ekonomija zajedništva ipak funkcionira unutar tržišne ekonomije te može biti promatrana kao jedan od pokušaja nadilaženja dileme između slobodnog tržišta i centralno planirane ekonomije. Tako ekonomija zajedništva potiče prijelaz ekonomije i cijelog društva temeljenog na kulturi *imanja* na kulturu *davanja*.

3.4.2. Zajedničko postojanje

Zajedničko postojanje uvjetuje neegocentrični način življenja na kojem je ekonomija zajedništva utemeljena. Može se definirati kao: *Ne postojanje za sebe nego postojanje u i za drugog*, a rezultat je iskustva ljudi koji su uključeni u Projekt. To iskustvo može se svesti na sljedeću tvrdnju: *čovjekovo ispunjenje ne može se pronaći u egocentričnom načinu djelovanja i ponašanja, već u zajedničkom postojanju*.

Takvo zajedničko postojanje predstavlja osnovnu tezu koja vodi do shvaćanja i realizacije ekonomije zajedništva. Ekonomija zajedništva je zajedničko postojanje i predstavlja socijalnu i ekonomsku strukturu za ljude koji su izabrali taj način življenja. Bez zajedničkog postojanja nema ni ekonomije zajedništva. Sljedeći odlomci prikazuju sadržaj zajedničkog postojanja i daju uvid u takav neegocentričan način bivanja.

3.4.2.1. Neegocentričan pogled na svijet

Poduzeća koja djeluju po principu ekonomije zajedništva smisao svog ekonomskog djelovanja nalaze u susretu (u najdubljem smislu te riječi), mjestu zajedništva. Zajednički pogled na svijet govori da pojedinac sam za sebe nije centar života, već je centar života za svakog pojedinačno druga osoba. To znači

da osoba pronalazi ispunjenje u *bivanju za i u* drugom, a ne u praksi negiranja drugog. U svakom trenutku čovjekovog životnog bivstvovanja, djelovanja i razmišljanja, zajedničko postojanje orijentirano je prema drugima. To otvara horizonte za neegocentričnu stvarnost svijeta u koju se može smjestiti ekonomija zajedništva.

3.4.2.2. Nematerijalno postojanje

Zajedničko postojanje nije ograničeno materijalnim već ide iznad vremena i prostora. Tako nematerijalno postojanje koje je postignuto kroz *ne postojanje za sebe nego postojanje i u drugome*, znači da čovjek ne nalazi smisao u materijalnome (posjedovanje dobara, financijskih resursa, statusa u društvu i dr.) već u nematerijalnome. Takav nematerijalni smisao predstavlja zajedničko postojanje. To je nova dimenzija u kojoj, u skladu s osnovnim tezama ekonomije zajedništva, leži čovjekovo ispunjenje. Cilj ekonomije zajedništva nije u rastu materijalnog izobilja (što god to značilo), ni u dizanju životnog standarda (što god to značilo), već u zajedničkom postojanju svih ljudi. Taj cilj, koji je u skladu s prirodom čovjeka, daje duboki smisao i orijentaciju svakoj osobi koja sudjeluje u izgradnji ekonomije zajedništva.

3.4.2.3. Paradigma zajedništva

Zajedničko postojanje predstavlja promjenu od individualnog pogleda na svijet prema zajedničkom. To znači da unutar zajedničkog postojanja, čovjek, društvo, stvari, priroda pa i ekonomija, sagledavaju se iz perspektive čovjeka kao jednog dijela čovječanstva. Unutar zajedničkog postojanja, čovječanstvo se ne promatra kao zbroj pojedinaca. U paradigmi zajedništva čovječanstvo je mnogo više, a svaki pojedinac u sebi sadrži ukupnu stvarnost čovječanstva. Na određen način, u zajedničkom postojanju čovječanstvo je jednako pojedincu i pojedinac je jednak čovječanstvu. Kroz pojedinačno ispunjenje u zajedničkom postojanju, čovječanstvo se kao cjelina razvija prema ispunjenju koje je ostvareno ako svaki čovjek ispuni zajedničko postojanje. Tako ispunjenje pojedinca i ispunjenje zajednice nastupa ukoliko postoje neegocentrični međuljudski odnosi i kad svatko nastoji realizirati zajedničko postojanje. Zajedničko postojanje mijenja iz temelja uvid u svaku dimenziju ljudskog života zbog doživljaja stvarnosti koja nadilazi čovjekovu ograničenost, a različite dimenzije života skladno su povezane jedna s drugom. One su sve usmjerene prema istom cilju: zajedničkom postojanju.

3.4.2.4. Čovjekova posebnost

Zajedničko postojanje koje vodi paradigmi zajedništva otkriva čovjeka kao onog koji je drugačiji od svih drugih živih vrsta. Čovjek je različit jer samo čovjek ima

sposobnost ući u takvu vrstu odnosa koji vode prema zajedničkom postojanju, nadilazeći tako stvari, vrijeme i prostor.

3.4.2.5. Globalnost zajedničkog postojanja

Pred pojavom ekonomske i financijske globalizacije koja s jedne strane otvara nove perspektive, a s druge ostvaruje model razvitka koji stvara sve veću razliku između bogatih i siromašnih, ekonomija zajedništva je okrenuta prema promjeni globalnih razmjera. Tako ona predstavlja samo jednu od široke lepeze inicijativa u sklopu međunarodnog Pokreta fokolara, koji osim ekonomije ima izričaje i u raznim drugim djelatnostima (vidi poglavlje 3.2.). Tako paradigma jedinstva Pokreta fokolara nije ništa drugo nego sinonim za paradigmu zajedništva. Osim što se mnogobrojna poduzeća ekonomije zajedništva mogu promatrati kao jedinstveno multinacionalno poduzeće, to multinacionalno poduzeće je dio još većeg *multinacionalnog konzorcija*. Ovdje je konzorcij upotrijebljen samo kao metafora, a ne kao formalno pravni entitet. Kako je ekonomija zajedništva raspršena po raznim dijelovima svijeta i u dodiru s raznim civilizacijama, tako poduzeća ekonomije zajedništva imaju duboku svijest o poštivanju civilizacija.

3.4.2.6. Kultura davanja

Ekonomija zajedništva nasuprot negativnim efektima *kulture posjedovanja*, koja dominira u društvu, promiče *kulturu davanja* na svjetskoj razini. Ta nova kultura stvara zdravije i sretnije društvo, a dobit i potrebe se dijele u duhu podrške i povjerenja. "To može izgledati teško, smjelo, odvažno. Ali nije tako, jer čovjek stvoren na sliku Boga koji je ljubav, pronalazi svoje ostvarenje upravo u ljubavi, u davanju."⁴⁹ Tako je činjenica da se čovjek ne može u potpunosti ostvariti samo u onome što *ima* ili *koristi*, nego razvijajući *kulturu davanja*, kakva se nauči već u obitelji koju možemo nazvati prvom školom nesebične ljubavi.

Opće dobro ne izražava se samo u velikom blagostanju, nego i u kvaliteti života u najdubljem smislu riječi. Ako se pođe od stajališta da se pojedinac u životu potpuno ostvaruje prije svega u odnosu prema drugim ljudima, zaključak je da se pojedinac koji živi u blagostanju ne može ostvariti ako u tome ne sudjeluju i drugi. Izgradnja nove kulture važna je i zbog pitanja globalne održivosti jer se na makroekonomskoj razini ne može zamisliti stalni ekonomski razvitak, osim unutar kulture koja će stvarno gledati na zajedničko dobro. Širenje *kulture davanja* uz pomoć ekonomije zajedništva rezultira time da pojedinac ide prema sve manjem potrošačkom načinu života, a vlastiti višak mjeri prema potrebama drugoga.

⁴⁹ Lubich, C., *Ekonomija zajedništva nova kultura*, broj 1., Prilog mjesečniku NOVI SVIJET, Vrbovec, 2001., str. 5

3.4.2.7. Uloga gradića

Gradići opisani u poglavlju 3.2.4. predstavljaju *živi model* zasnovan na ponašanju novog čovjeka. Oni su mjesta u koja svaka osoba može doći na određeni vremenski period i isprobati ponašanje novog čovjeka kao jednu čovjekovu stvarnost. Mnogi od gradića su još uvijek u samom začetku, međutim funkcioniraju i stvaraju žive svjedoke koji govore o tome kako društvo može izgledati ako bi odnosi unutar njega bili određeni ponašanjem novog čovjeka. Zbog toga gradići predstavljaju glavna mjesta realizacije ekonomije zajedništva, a sami postaju živi ekonomski model zasnovan na novom ponašanju čovjeka.

3.4.3. Zajedničke ekonomske strukture i institucije - Poduzeća kao "uslužne jedinice"

3.4.3.1. Tipovi poduzeća u odnosu prema ekonomiji zajedništva

Tipovi poduzeća u odnosu prema ekonomiji zajedništva sadrže razvojnu perspektivu ekonomije zajedništva. Postoje četiri osnovna tipa poduzeća (obično kapitalističko poduzeće, poduzeće s poduzetnicima simpatizerima ekonomije zajedništva, uslužna jedinica u nastajanju i ostvarena uslužna jedinica), koja ujedno predstavljaju razvojnu perspektivu ekonomije zajedništva.

3.4.3.1.1. Obično kapitalističko poduzeće

Sva poduzeća u trenutnom ekonomskom sustavu koja nemaju jasnu povezanost s ekonomijom zajedništva nazivamo običnim kapitalističkim poduzećima. Mnoga od tih poduzeća posjeduju potencijal približavanja ekonomiji zajedništva, a neka od njih i mogućnost razvoja u poduzeća s takvim konceptom. Potencijal približavanja poduzeća ekonomiji zajedništva je proporcionalan s željom vlasnika i managera tog poduzeća. Takvo približavanje znači početak življenja izvan neegocentričnog načina ponašanja u svojim poduzećima, a najčešće se manifestira kroz ekonomske akcije doniranja profita te sve većeg sudjelovanja i preuzimanja odgovornosti. Takvo približavanje vodi drugoj vrsti poduzeća u odnosu prema ekonomiji zajedništva: poduzeću s poduzetnikom simpatizerom ekonomije zajedništva.

3.4.3.1.2. Kapitalističko poduzeće s poduzetnicima simpatizerima ekonomije zajedništva

Kapitalistička poduzeća s poduzetnicima simpatizerima predstavljaju specifičan slučaj u ekonomiji zajedništva. Najčešći izričaji povezanosti poduzetnika simpatizera, koji se slaže s ciljevima i filozofijom ekonomije zajedništva, su

davanje financijskih resursa kao i nuđenje znanja, iskustva, usluga, imovine itd. Takvi poduzetnici nemaju institucijsku povezanost s ekonomijom zajedništva. Oni žive izvan Projekta, ali predstavljaju dio ekonomije zajedništva u onom opsegu u kojem izražavaju svoje slaganje, dajući resurse (financijske i druge) za razvoj i ciljeve ekonomije zajedništva. Iako dolazi do lagane transformacije prema neegocentričnim kriterijima, i dalje je prisutna potpuna integriranost u trenutni kapitalistički sustav. Tipično za poduzeća s poduzetnicima simpatizerima jest to da još uvijek nisu, zbog raznoraznih razloga, donijeli čvrstu odluku o pristupu njihovog poduzeća projektu Ekonomija zajedništva. Takav poduzetnički stav prema ekonomiji zajedništva rezultira time da nijedno poduzeće samo, a ni proizvodi ni usluge tog poduzeća, ne pokazuju nužno karakteristike ekonomije zajedništva. Radi toga poduzeća, usluge i proizvodi poduzetnika simpatizera ne mogu nositi ime ekonomije zajedništva. To je važno zbog očuvanja prirode i identiteta Projekta.

Poduzeća koja imaju nekoliko vlasnika, ili u kojima vlasnik i manager nisu jedna te ista osoba, predstavljaju posebnu situaciju u pogledu ekonomije zajedništva. U takvim poduzećima u slučaju da vlasnici simpatiziraju ekonomiju zajedništva potrebno je da imaju 51% vlasništva ili većinu u odlučivanju. Ako su manageri i vlasništvo odvojeni, a već postoji vlasnička većina u odlučivanju, potrebno je da i većina glavnih managera bude za ekonomiju zajedništva.

3.4.3.1.3. Uslužna jedinica u nastajanju

Ukoliko razvoj poduzeća promatramo s gledišta nastajanja uslužne jedinice, sljedeći korak u poduzetnikovom približavanju ekonomiji zajedništva počinje kad on odluči, zajedno sa svojom obitelji, suvlasnicima i managerima suradnicima, poduzeće u cijelosti posvetiti ekonomiji zajedništva. Ukoliko ta poduzetnikova odluka bude prihvaćena od regionalne komisije Ekonomije zajedništva (uz konzultaciju s centralom) poduzeće postaje uslužna jedinica u nastajanju. Mnoga poduzeća za koja se trenutno smatra da sudjeluju u ekonomiji zajedništva već pokazuju karakteristike uslužnih jedinica.

3.4.3.1.4. Ostvarena uslužna jedinica

Nakon razvoja uslužne jedinice u nastajanju ona postaje *ostvarena uslužna jedinica*. Koncept ostvarene uslužne jedinice je teoretski koncept koji je blisko povezan s konceptom ekonomije zajedništva kao njegove osnovne teoretske jedinice. On se temelji na iskustvu i logičkoj dedukciji iz onoga što pruža iskustvo. Zbog toga, uslužna jedinica se ne može pronaći u praksi ostvarena u svojoj potpunosti. Također postoji i podjela uslužnih jedinica na:

- uslužne jedinice koje proizvode dobit

- uslužne jedinice koje proizvode gubitak

3.4.3.1.5. Okolina ekonomije zajedništva

To su kapitalističke tvrtke koje imaju dvoje ili više zaposlenih koji su simpatizeri ekonomije zajedništva. Oni nastoje živjeti neegocentrično ponašanje na svom radnom mjestu te na taj način uvode neegocentričnu filozofiju u to poduzeće. Takvom interakcijom filozofija ekonomije zajedništva ulazi u ta poduzeća i čini ih sve bližima.

3.4.3.2. Neke karakteristike uslužnih jedinica u projektu Ekonomije zajedništva

Raspodjelu poduzeća prema pravnoj formi prikazuje tablica 3.. Društvene zadruge participiraju s 4% od ukupnog broja poduzeća, a neprofitne organizacije s 2%. Obrti, društva kapitala i društva osoba predstavljaju 72% ukupnog broja poslovnih entiteta. Tako je vidljiva usmjerenost projekta Ekonomija zajedništva prema tržištu.

Tablica 3. **Pravna forma poduzeća ekonomije zajedništva**

Društva kapitala	200	26%
Društva osoba	58	8%
Neprofitne organizacije	15	2%
Društvene zadruge	30	4%
Obrti	288	38%
Različito	170	22%

Bozzani, C.: Dodatak časopisu Nuova Umanità XXI (1999/6) 126, www.edc.org, Economia di Comunione, podatci o poduzećima iz rujna 1999;

Segmentacija poduzeća prema broju zaposlenih (tablica 4.), govori kako se većinom radi o malim poduzećima u kojima su međuljudski odnosi i organizacijsko ponašanje vrlo značajni, a posao menadžera i/ili poduzetnika vrlo transparentan, čime je i njihova odgovornost i dosljednost ciljevima veća.

Tablica 4. Broj zaposlenih u poduzeću

Više od 100 zaposlenih	10
Između 50 i 100	15
Manje od 50 zaposlenih	736

Bozzani, C.: Dodatak časopisu Nuova Umanità XXI (1999/6) 126, www.edc.org, *Economia di Comunione*, podatci o poduzećima iz rujna 1999.

Tablica 5. Raspodjela poduzeća i aktivnosti ekonomije zajedništva prema djelatnostima u 2004. godini

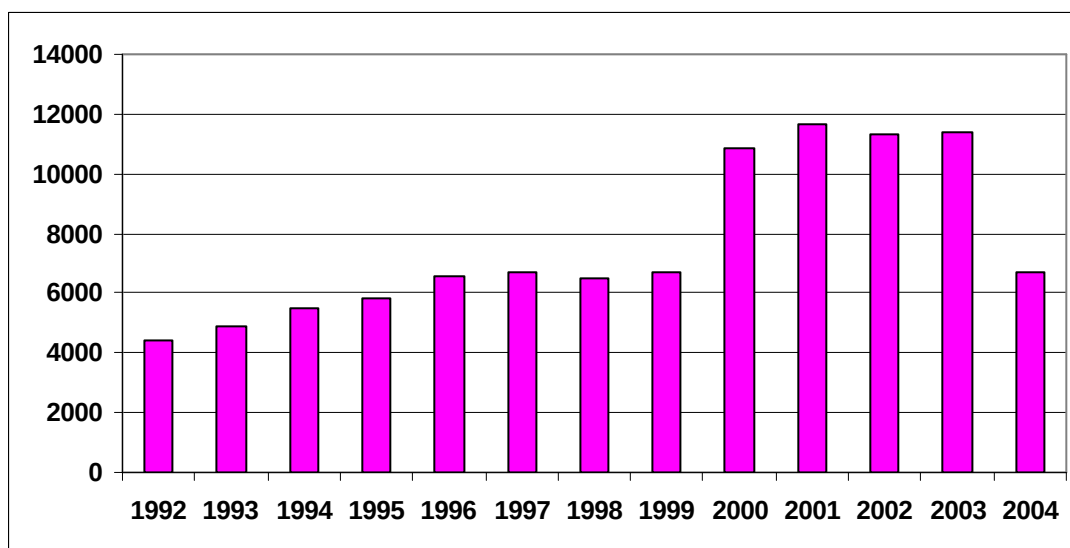
	djelatnost	broj poduzeća	ukupno
Trgovina	odjeća	25	151
	prehrana	28	
	namještaj	10	
	auto	4	
	knjige	10	
	informatički materijal	3	
	sanitarni materijal	16	
	razni materijal	55	
Proizvodnja	odjeća	14	191
	poljoprivreda	27	
	obrt	3	
	prehrana	34	
	namještaj	16	
	različiti artikli	27	
	industrijska mehanika	28	
	grafika	8	
	medicinska pomagala	16	
	plastika	7	
	video	4	
	različito	7	
Ostale usluge	konzalting	93	389
	knjigovodstvo	8	
	fotografija	3	
	nekretnine	3	
	informatika	21	
	pravo	6	
	restauracija	17	
	lijekovi	59	
	projektiranje	18	
	održavanje	2	
	obrazovanje	36	
	telefonija	1	
	elektrika	7	
	elektronika	1	
	transport	3	
	turizam	19	25
	različito	92	
	Druga poduzeća	25	25
UKUPNO			756

Međunarodno tajništvo ekonomije zajedništva, Segreteria Internazionale dell'Economia di Comunione, Via Frascati, 306, 00040 Rocca Di Papa, Roma, e-mail: edc@focolare.org, 16. ožujka 2005.

3.4.4. Društveni sklad

Kao što je ranije rečeno (poglavlje 3.4.1.), unutar zajedničkog postojanja nema nesklada između pojedinca i društva. To je razlog zašto zajedničko postojanje svakog čovjeka može biti definirano kao *društveni sklad* i kao cilj evolucije čovječanstva. Društveni sklad koji može biti definiran kao realizacija zajedničkog postojanja glavni je cilj ekonomije zajedništva. On ne znači samo odsutnost socijalnih sukoba ili socijalnih tenzija, već uključuje ispunjenje svakog čovjeka. Tako ekonomija zajedništva potiče dva svijeta koji su se dugo vremena ignorirali: ekonomiju i ljudsku solidarnost.

Grafikon 1. Broj osoba pomognutih projektom Ekonomija zajedništva kroz godine



Međunarodno tajništvo ekonomije zajedništva, Segreteria Internazionale dell'Economia di Comunità, Via Frascati, 306, 00040 Rocca Di Papa, Roma, e-mail: edc@focolare.org, 16. ožujka 2005.

Ekonomija zajedništva jest jedinstvena i po uvođenju novih pokazatelja poslovanja. Kako je ekonomija zajedništva projekt Pokreta fokolara kojem je prvenstvena namjera podmiriti potrebe siromašnih članova unutar Pokreta, tako je na grafikonu br. 1 prikazan broj osoba pomognutih Projektom, po godinama. Taj broj kontinuirano se razvijao da bi u 2000. godini napravio nagli skok. Razlog tome je velika akcija Pokreta fokolara u Africi. Međutim, prema podacima za 2004. godinu, u toj godini se bilježi osjetan pad broja pomognutih, upravo iz razloga prestanka akcije u Africi. U tablici 6. se vidi raspodjela po kontinentima i godinama, broja osoba pomognutih projektom Ekonomija zajedništva.

Tablica 6. **Raspodjela po kontinentima broja osoba pomognutih projektom Ekonomija zajedništva**

KONTINENTI	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
EUROPA	938	1516	1734	1715	1809	1836	1787	1403	1207	1425	948	1012	1031
AZIJA	448	625	920	955	983	976	974	954	897	1401	1299	1302	1339
AFRIKA	1306	933	984	1194	1265	1367	1394	1926	6184	6182	6263	5699	1028
AMERIKA	1752	1792	1806	1949	2457	2434	2258	2354	2518	2645	2801	2174	2208
AUSTRALIJA		28	30	35	53	53	53	35	24	24	41	50	21
VOLONTERI												1168	1087
UKUPNO	4444	4894	5474	5848	6567	6666	6466	6672	10830	11677	11352	11405	6714

Međunarodno tajništvo ekonomije zajedništva, Segreteria Internazionale dell'Economia di Comunione, Via Frascati, 306, 00040 Rocca Di Papa, Roma, e-mail: edc@focolare.org, 16. ožujka 2005.

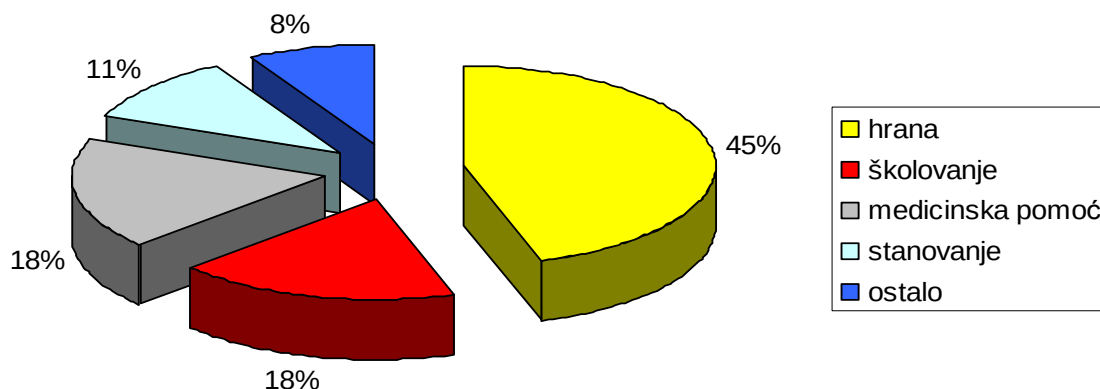
Proces raspodjele sredstava realizira se na način da se prvo prikupe potrebe, a zatim se realizira raspodjela. Do sada je postotak pokrića, tj. odnos traženih i dostavljenih sredstava, uvijek bio ispod potreba. Pokretu u zajedništvu dobara nije uspjelo pokriti sve potrebe siromašnih članova (tablica 7.). Zato posljednjih godina Chiara Lubich poziva sve članove da izdvajanjem 20 dolara godišnje pomognu siromašne članove. Ta inicijativa, započeta u doba dok je bilo 5000 siromašnih u Pokretu, popularno nazvana *Azione 5000*, trajat će dok dobit iz poduzeća ekonomije zajedništva ne bude dovoljna za pokrivanje potreba članova Pokreta fokolara.

Tablica 7. **Raspodjela sredstava ekonomije zajedništva**

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
broj pomognutih	4.444	4.894	5.474	5.848	6.567	6.666	6.466	6.672	10.830	11.677	11.082	11.405
tražena svota, US\$	440.801	1.601.678	1.950.633	2.357.056	2.479.531	2.724.636	2.523.686	2.352.066	2.348.684	2.392.862	1.989.960	1.745.715
doznačena svota, US\$	126.511	449.736	1.668.000	1.926.211	2.258.511	1.915.975	2.055.471	2.074.552	1.978.181	1.716.788	1.793.524	1.592.125
% pokrića	28,7%	28,1%	85,5%	81,7%	91,1%	70,3%	81,4%	88,2%	84,2%	71,7%	90,1%	91,2%

Međunarodno tajništvo ekonomije zajedništva, Segreteria Internazionale dell'Economia di Comunione, Via Frascati, 306, 00040 Rocca Di Papa, Roma, e-mail: edc@focolare.org, 13. listopada 2004.

Pri vrednovanju pokazatelja raspodijeljenih sredstava, treba imati u vidu postojanje uslužnih jedinica koje proizvode gubitak. Naime, zbog zajedničkog postojanja često su takve uslužne jedinice odredište pomoći od strane uslužnih jedinica koje proizvode dobit, a ta dobit nije izražena u tablici 7.

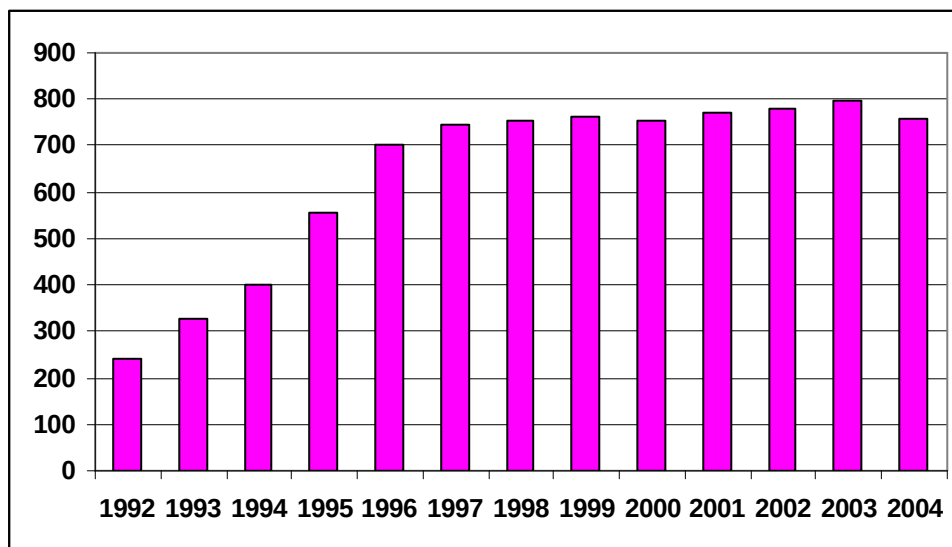
Grafikon 2. Svrha pomoći: prehrana, školovanje, medicinska pomoć, stanovanje

Međunarodno tajništvo ekonomije zajedništva, Segreteria Internazionale dell'Economia di Comunioni, Via Frascati, 306, 00040 Rocca Di Papa, Roma, e-mail: edc@focolare.org, 16.ožujka2005.

Na grafikonu 2. vidi se raspodjela pomoći (za 2004. godinu). Ona se može podijeliti u četiri osnovne grupe: hrana, školovanje, medicinska pomoć i stanovanje. Od toga se najviše odvaja za hranu: 45%.

3.5. Rasprostranjenost organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva

Sljedeći podaci nastali su kao predmet analize unutar samog Pokreta. Oni daju prikaz početnog relativno brzog rasta ovog projekta, da bi nakon toga uslijedio usporen rast, pa čak i pad u zadnjoj godini. Uspoređujući kvantitativno broj tvrtki unutar ekonomije zajedništva s ekonomijom cijelog svijeta, projekt ekonomije zajedništva se čini neznatan. Međutim, važnost ovog projekta ne leži u veličini već u različitosti novog ekonomskog modela koji je kao svjetionik koji osvjetljava i pokazuje put.

Grafikon 3. Broj poduzeća ekonomije zajedništva u svijetu

Međunarodno tajništvo ekonomije zajedništva, Segreteria Internazionale dell'Economia di Comunione, Via Frascati, 306, 00040 Rocca Di Papa, Roma, e-mail: edc@focolare.org, od 16. ožujka 2005.

Statistika razvoja ekonomije zajedništva pokazuje da u 2004. godini ukupno postoji 756 poduzeća (grafikon 3.) različitih veličina, od kojih je 455 u Europi, 42 u Aziji, 4 u Africi, 250 u Americi i 5 u Australiji (tablica 8.).

Tablica 8. Aktivnosti i poduzeća ekonomije zajedništva po svijetu

KONTINENTI	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
EUROPA	132	161	208	336	430	448	477	478	469	481	486	469	455
AZIJA	10	19	23	23	32	37	35	36	38	40	47	42	42
AFRIKA		1	2	6	14	11	15	11	13	9	9	9	4
AMERIKA	99	144	166	184	220	244	220	221	217	224	230	269	250
AUSTRALIJA	1	3	3	5	7	7	7	15	15	15	6	8	5
UKUPNO	242	328	402	554	703	747	754	761	752	769	778	797	756

Međunarodno tajništvo ekonomije zajedništva, Segreteria Internazionale dell'Economia di Comunione, Via Frascati, 306, 00040 Rocca Di Papa, Roma, e-mail: edc@focolare.org, od 16. ožujka 2005.

Da je projekt Ekonomije zajedništva zaista međunarodni najbolje pokazuje raspršenost njegovih tvrtki po cijelom svijetu (tablica 9.). Italija, kao zemlja u

kojoj se rodio Pokret fokolara, je zemlja u kojoj je projekt i najviše zaživio s najvećim brojem poduzeća, zatim slijedi Zapadna Europa, Brazil itd.

Tablica 9. Raspodjela poduzeća i aktivnosti ekonomije zajedništva prema zemljopisnim područjima u 2002. godini

područja	poduzeća	aktivnosti	ukupno		područja	poduzeća	aktivnosti	ukupno	
BOLOGNA	30	9	39		LIBANO	0	3	3	
CAGLIARI	4	0	4		LIBIA	0	0	0	
CASTELLI	6	0	6		TURCHIA	0	0	0	3
CATANIA	11	16	27		COREA	10	2	12	
FIRENZE	29	7	36		FIL-TAGAYTA Y	10	7	17	
MILANO	36	9	45		FIL-CEBU	0	1	1	
NAPOLI	10	6	16		FIL-MANILA	8	2	10	
PESCARA	5	1	6		GIAPPONE	0	0	0	
ROMA	11	0	11		HONG-KONG	0	1	1	
TORINO	34	8	42		INDIA	0	3	3	
TRENTO	17	6	23	255	PAKISTAN	0	0	0	
AUSTRIA	0	2	2		THAILANDIA	0	0	0	44
BELGIO	15	0	15		MAR.PIERO	0	0	0	
FRANCIA	14	4	18		CAM-DOUALA	1	1	2	
GE-BAVIERA	23	7	30		CAM-FONTEM	0	4	4	
GE-HEIDELBERG	3	3	6		COSTA D'AVORIO	0	1	1	
GE-LIPSIA	2	3	5		KENYA	0	0	0	
GE-SOLINGEN	10	4	14		MADAGASCAR	1	1	2	
GRAN BRETAGNA	0	3	3		SUD-AFRICA	0	0	0	
IRLANDA	4	0	4		CONGO	0	0	0	9
OLANDA	7	0	7		MAR.ANDREA	6	0	6	
PORTOGALLO	15	0	15		BAHIA BLANCA	6	0	6	
SPA-BARCELONA	1	1	2		BUENOS AIRES	13	3	16	
SPA-MADRID	12	8	20		CORDOBA	12	5	17	
SVIZZERA	21	8	29	170	ROSARIO	8	3	11	56
MAR.LUMINOSA	7	0	7		MAR.GINETTA	20	0	20	
CHICAGO	2	0	2		BELEM	9	0	9	
LOS ANGELES	5	0	5		BRASILIA	7	0	7	
NEW YORK	7	5	12		PORTO ALEGRE	18	0	18	
SAN ANTONIO	4	0	4	30	RECIFE	13	0	13	
CANADA	7	0	7	7	SAN PAOLO	31	0	31	98
SUD-EST EUROPEO	20	3	23		CILE	2	0	2	
SLOVENIA	7	3	10		COLOMBIA	0	3	3	
LITUANIA	0	0	0		EL SALVADOR	0	0	0	
REPUBBLICA Ceca	4	7	11		MESSICO	4	4	8	
POLONIA	4	0	4		PERU'	0	1	1	
RUSSIA	0	0	0		URUGUAY	5	2	7	
SLOVACCHIA	0	3	3		VENEZUELA	12	6	18	39
UNGHERIA	10	0	10	61	AUSTRALIA	6	0	6	6
					ukupno	599	179	778	778

Međunarodno tajništvo ekonomije zajedništva, Segreteria Internazionale dell'Economia di Comunione, Via Frascati, 306, 00040 Rocca Di Papa, Roma, e-mail: edc@focolare.org, 13. rujan 2003.

4. Etično poslovanje u konceptu Ekonomija zajedništva

4.1. Etika i koncept Ekonomija zajedništva

4.1.1. Ljubav i ekonomija zajedništva

Etika ekonomije zajedništva, kako je već najavljeno u drugom poglavlju, je etika duha, etika ljubavi. Ona je neodvojiva od socijalno kulturnog konteksta u kojem je nastala, ali nije ograničena njime, te nudi primjer jedne alternativne ekonomske etike. Zasnovana je na ponašanju novog čovjeka i na taj način pred nas stavlja temeljnu i jedinu (jer se u njoj stječu sve druge) krepost – ljubav. Svatko ima sposobnost ponašati se kao novi čovjek i svatko može odlučiti ponašati se kao novi čovjek. Međutim, činjenica je da to novo ponašanje čovjeka ne može biti u potpunosti objašnjeno i ozakonjeno riječima. Možda bi najbolji primjer opisa ponašanja novog čovjeka bila izreka sv. Augustina: *Ljubi i čini što hoćeš*. Dakle, prvi uvjet ljubavi je toliko dominantan da jednostavno isključuje aktivnosti koje nisu u skladu s prirodom ekonomije zajedništva. Na taj način novi čovjek nalazi pravu vrijednost i smisao, a ostale stvari (materiju, prirodnu okolinu, ljudske kvalitete kao na primjer inteligenciju, ostale osobe, društvenu okolinu) ne predstavljaju cilj u sebi. Ali kad se govori o ljubavi " ... većina ekonomista ne priznaje joj nikakvu ulogu, jer smatra da je ljubav nedostatno dobro, te da se stoga ne treba rasipati na tržištu, nego se treba štedjeti da bi se upotrijebila u važnijim sferama, kao što je obiteljski i osjećajni život."⁵⁰ Nasuprot tome, iskustva mnogih poduzeća koja pristaju uz ekonomiju zajedništva svjedoče već godinama da je *kultura ljubavi* uobičajena praksa ekonomskog života. Tako ekonomija zajedništva ukazuje na mogućnost pojavljivanja nove globalne ekonomije, koja usprkos poteškoćama s kojima se susreću oni koji pokušavaju primijeniti tu viziju, ima veliki potencijal zagovaranja drugačije, alternativne perspektive ekonomskoga i socijalnog života.

4.1.2. Egocentrično ponašanje i ekonomija zajedništva

Ponašanju novoga čovjeka egocentrizam je najopasniji neprijatelj. Egocentrizam je zapravo nesposobnost za samokritiku. On se širi poput opasne epidemije kojoj je glavni uzročnik hipertrofija Ega, te je zapravo savršena potrošačka filozofija. U tom svjetlu P. Vitz piše: "Nesumnjivo se pokazalo vrlo praktičnim da se, nakon što su zapadnim ekonomijama ustrebali potrošači, pojavila ideologija koja pokazuje otvoreno neprijateljstvo prema disciplini, poslušnosti i odgađanju

⁵⁰ Bruni, L.: "Projektirati sreću", *Novi svijet*, Križevci, 2001, br. 10, str. 20. Prof. Luigino Bruni docent je Povijesti ekonomske misli na Sveučilištu L.Bocconi u Milanu i istraživač Političke ekonomije pri Sveučilištu Milano-Bicocca.

zadovoljenja."⁵¹ Da bi stvar bila gora, ideologija egocentričnog ponašanja ili samoobožavanje najčešće se predstavlja kao znanost i kao etika. "... samoobožavanje je, zadržavši ime psihologija, [...] bespravno izvuklo korist od ugleda koji se, zbog njenog zauzimanja za istinu, obično pripisuje znanosti. [...] promicatelji samoobožavanja često se koriste autoritetom što ga je psihologija stekla zahvaljujući svom znanstvenom statusu, kako bi nas uvjerali da koncepcije i vrijednosti samoobožavanja na ovaj ili onaj način imaju status znanstvene istine ili da su se tom statusu približile."⁵² Naime u opisivanju egocentričnog ponašanja govori se o slobodi i autonomiji čovjeka, o potrebi da se bude ono što jesi, o samoostvarenju, itd., ali prije svega se uspostavlja kult samog čovjeka uz samoobožavajući, narcistički, i na kraju u svojoj biti, destruktivni karakter.

Suprotno tome, ponašanje novoga čovjeka u ekonomiji zajedništva je umjetnost življenja koja traži od pojedinca da u prvom redu razumije i ljubi drugoga na nesebičan način. Takvo ponašanje uključuje razumijevanje nerazumijevanja. Istinsko razumijevanje niti opravdava niti optužuje: traži da se izbjegava prebrza i nepravедna osuda; da se u tuđim slabostima prepoznaju vlastite ograničenosti. Pitanje razumijevanja i međusobnog povezivanja trebalo bi biti u središtu naših odgojnih razmišljanja i nastojanja. Razumijevanje druge osobe nužno pretpostavlja procese empatije, identifikacije, otvorenosti, simpatije i velikodušnosti. Napor oko trajnog samoispitivanja veoma je važan za spoznavanje i priznavanje vlastitih slabosti i otvara put za razumijevanje nesavršenosti drugih. Tako, s jedne strane, ako shvatimo da je svaki čovjek slab, nesavršen, grešan, otkrit ćemo vrlo važnu istinu. S druge strane, svijest o vlastitoj jedinstvenoj kvaliteti, kao i otkriće ponašanja novoga čovjeka zahtjeva od pojedinca otvorenost prema drugim članovima društva, na način da svakog čovjeka prihvatimo, razumijemo i volimo. To se može postići u odnosu s onima koji već imaju ponašanje novoga čovjeka. Tako se pojedinačna sposobnost za ponašanje novoga čovjeka može otkriti kroz druge osobe, te svaki odnos s drugima koji posjeduju to ponašanje povećava tu sposobnost.

4.1.3. Vjera u Providnost - "skriveni Dioničar"

Vjeronanje u ljubav i Providnost Pokreta fokolara imala je konkretan utjecaj na nastalu ekonomsku viziju koja je ostvarena u ekonomiji zajedništva. Pojam Providnosti se pojavljuje u Bibliji. Praksa Pokreta fokolara omogućava izbjegavanje povezivanja Providnosti s praznovjerjem, magijom, srećom ili pak fantazijom. Providnost se upotrebljava u smislu da Bog-Stvoritelj, ne predstavlja sudbinu tj. onog koji je unaprijed odredio što će se dogoditi te onda promatra ono što se neizbježno mora dogoditi, već On, u beskonačnoj mudrosti i snazi, vlada svim okolnostima čineći da one u ukupnosti teže ostvarenju Njegove volje

⁵¹ Vitz, P., *Psihologija kao religija – kult samoobožavanja*, Verbum, Split, 2003., str. 132

⁵² ibid., str. 85

poštujući čovjekovu slobodu odlučivanja. Tako je izbjegnuto povezivanje sa Starim zavjetom u kojem se bogati vide kao blagoslovljeni, a siromašni kao prokleti. Osim toga, na taj način se vidi postojanje poveznice između duhovne i ekonomske dimenzije života, a ekonomske činjenice koje se ostvaruju interpretiraju se kao stvarni dokaz Božje intervencije u ljudski život. Tako pomoć siromašnima nije jedna opcija koja je dodana religijskom djelovanju molitve, već je izraz duhovnosti u dimenziji socijalnog i ekonomskog života. Na taj način uočava se neka vrsta *ekonomske logike* koja je jedinstvena. To je uzeto kao glavni iskorak prema stvaranju poslovanja projekta Ekonomije zajedništva.

U mnogim slučajevima poduzetnici napuštaju dobro plaćene poslove i kreću u poduzetničku avanturu, te dosta riskiraju kako bi pripomogli izgradnji ekonomije zajedništva. "Na to se odlučuju ne zbog svojih ljudskih kvaliteta, nego jer vjeruju u Božju Providnost i jer su uvjereni da je Bog taj koji kroz ekonomiju zajedništva daje odgovor na probleme čovječanstva."⁵³ Tako je rasprostranjeno vjerovanje da je ekonomija zajedništva blagoslovljena od Boga. Međutim, u praksi se daje veliki značaj i prikladnoj profesionalnoj pripremi, te procjeni projekta koji se poduzima, jer je to jedan od osnovnih preduvjeta za bilo koji posao. Na taj način ide se prema povećanju svjesnosti o riziku koji je prisutan u svakom poslu te potrebi za oprezom. Naime, "... pokušati objasniti Providnost u ekonomskom životu ne znači odreći se razumne i shvatljive analize života i činjenica. Činjenica koju poduzetnik doživljava kao *stostroko*, kao izljev božanskoga u život njegova poduzeća jer je vjerovao u logiku Evanđelja u određenom delikatnom opredjeljenju, može se objasniti na drugačijoj razini, vraćajući se na put djela ljubavi i ljudskih odnosa koji su ga proizveli."⁵⁴

Tako je unutar poslova ekonomije zajedništva povjerenje u Providnost centralni element *korporacijske* kulture. U mnogim primjerima poslovni ljudi interpretiraju neočekivani dobitak iz raznoraznih izvora kao direktan odgovor i Božju potvrdu njihovog etičnog izbora. U kontekstu današnjeg komercijalnog svijeta, rad u Providnosti u skladu je s principijelnom odgovornošću za etičan izbor: ne varanju konkurenata, ne prihvatanju mita, ne krivotvorenju knjiga, ne onečišćenju okoline, itd. Također, poslovni ljudi govore o jednom *nevidljivom Dioničaru* koji podupire njihovo poslovanje u teškim vremenima. "Ne možemo ne govoriti o Njemu, dioničaru kojega prozivamo na svakom sastanku, koji sudjeluje u svakoj odluci: poziva na slušanje, na zajedničko odlučivanje, na povjerenje, na nadu."⁵⁵ Takva forma razmišljanja i djelovanja rezultira pozitivnom motivacijom. Također, ako nekad potrebni resursi ne pristignu, to se uzima kao signal da takav razvoj nije u Božjoj volji. To pomaže da se institucije razvijaju bez

⁵³ Ressler, M.: *Economy of communion – elements and prospect for development*, doktorska disertacija, Vienna University of Economics and Business Administration, 1999., str. 22.

⁵⁴ Bruni, L.: *Projektirati sreću*, Novi svijet, Križevci, 2001, br. 10, str. 20.

⁵⁵ Ibid., str. 20.

akumulacije duga. Tako je ekonomija zajedništva stekla iskustvo u odnosu između duhovnih, etičnih i ekonomskih aktivnosti.

4.2. Temeljne odrednice etičnog poslovanja u konceptu

Upotrebljavajući ovaj okvir i smjernice za etično poslovanje ekonomije zajedništva, moguće je razaznati određene principe koji formiraju kulturnu matricu koja bi mogla odrediti novu ekonomsku dimenziju ljudskog života. Ta je ekonomska racionalnost uokvirena važnim religijskim principima dajući novu formu kapitalizma. Međutim, činjenica da se otvoreno govori o religiji može na prvi pogled stvoriti dojam da se krug sugovornika sužava samo na one koji imaju religiozni pogled na život. Ali nije tako. Ovo etično poslovanje odnosi se i na osobe koje, iako se ne prepoznaju u religijskom usmjerenju, ipak žele svoje odluke temeljiti na vrednotama u koje vjeruju te žele utrošiti život čvrsto stojeći na zemlji, a istovremeno gledati daleko, gledati prema ciljevima koji ih nadilaze. Tako izrasta novi koncept koji nije negacija kapitalističkog sustava. On predstavlja i kritiku sadašnjeg kapitalističkog sustava, kao i pozitivnu viziju blagostanja i poslovanja. Dakle, koncept nije zasnovan na asketskoj viziji koja odbacuje novac, već je usmjeren prema svijetu u obliku pozitivne vizije rada u zajednici i za zajednicu. Na taj način fokolarska duhovnost počinje ulaziti u kapitalističku strukturu putem ekonomije zajedništva u praksi. Naravno, tako način na koji poduzetnici ekonomije zajedništva djeluju na polju ekonomije može voditi stvaranju poslovne etike, koja može biti vodič za ponašanje u kapitalističkim poduzećima.

4.2.1. Poduzetnici, radnici i poduzeće

Poduzetnici koji se slažu s ciljevima ekonomije zajedništva oblikuju strategije, ciljeve i nacрте poduzeća, imajući pri tom na umu uobičajene kriterije pravilnog upravljanja, uključujući u tu aktivnost i članove poduzeća. Posebna pozornost se posvećuje otvaranju novih aktivnosti i produktivnih radnih mjesta. U središtu poduzeća je ljudska osoba, a ne kapital. Odgovorni za tvrtku nastoje što bolje iskoristiti talente svakoga radnika, potičući kreativnost, preuzimanje odgovornosti i sudjelovanje u definiranju i ostvarenju ciljeva poduzeća. Čini se sve kako bi se stvorilo radno zajedništvo, u kojem je timski rad ključan. Ovaj duh se njeguje preko upravljačkih vještina i organizacijskih struktura koje favoriziraju osobni rast. Tako je rad poduzeća za sve njegove članove sredstvo unutarnjeg rasta.

4.2.2. Odnos s klijentima, dobavljačima, civilnim društvom i vanjskim subjektima

Poduzeće poštuje zakone i zadržava etički pravilno ponašanje prema poreznoj upravi, organima kontrole i institucionalnim organima. Jednako djeluje i prema svima koji ovise o njemu, te se od njih očekuje jednako ponašanje. Odnos prema klijentima i konkurentima je određen prema sloganu *ljubi bližnjega svoga*. To je izazov koji donosi ploda u uvijek novim i kreativnim idejama. "Članovi poduzeća rade na izgradnji i učvršćenju dobrih i iskrenih odnosa s klijentima, dobavljačima i zajednicom kojoj s ponosom služe. Lojalni su prema konkurenciji, predstavljajući stvarnu vrijednost svojih proizvoda ili usluga i uzdržavaju se od stavljanja u negativno svjetlo tuđih proizvoda ili usluga. Sve to omogućuje obogaćenje poduzeća nematerijalnim kapitalom kojeg čine odnosi poštovanja i povjerenja s odgovornima za poduzeća dobavljača ili klijenata, ili javne uprave, omogućujući ekonomski razvoj koji neće biti tako podložan nastaloj situaciji na tržištu."⁵⁶ Općenito se nastoji izbjegavati dug.

4.2.3. Kvaliteta života i proizvodnje

Jedan od glavnih ciljeva poduzetnika ekonomije zajedništva je od poduzeća načiniti pravu zajednicu. Zdravlje i dobrobit svakoga člana poduzeća objekt je pozornosti, a posebno su u žarištu pozornosti oni koji se u poteškoćama ili ljudi s posebnim potrebama. Uvjeti rada primjereni su vrsti aktivnosti, a nastoji se izbjeći prekovremeno radno vrijeme, tako da ne dođe do preopterećenja. Radno okruženje je prijateljsko i u njemu vlada uzajamno poštovanje i povjerenje. Poduzeće proizvodi sigurna dobra i usluge, obraćajući posebnu pozornost na učinak na okolinu te imajući u vidu cijeli životni vijek proizvoda. U definiranju kvalitete vlastitih proizvoda i usluga, poduzeće se osjeća obveznim ne samo poštivati svoje dužnosti po sporazumu, već i ocijeniti objektivnu kvalitetu istih za dobrobit osoba kojima su namijenjeni.

4.2.4. Komunikacija

Poduzeća koja prihvaćaju ekonomiju zajedništva ostvaruju atmosferu otvorene i iskrene komunikacije. Ona su otvorena svima koji žele doprinijeti daljnjem razvoju i onima koji su zainteresirani za kulturu davanja, odnosno koji žele produbiti različite dimenzije njihova konkretnog iskustva. Koriste se najmodernija sredstva priopćavanja kako bi se zaposlenici povezali među sobom što bolje, na lokalnom i međunarodnom nivou, radujući se uspjesima i noseći u srcu poteškoće ili neuspjehe drugih, u duhu uzajamnog pomaganja i solidarnosti.

⁵⁶ *Ekonomija zajedništva nova kultura*, prilog mjesečniku NOVI SVIJET, Vrbovec, 2001., str. 34 (smjernice kako voditi poduzeće – prva skica, pripremili je poduzetnici svih kontinenata)

4.3. Ljudsko ponašanje kao bit koncepta

John Maynard Keynes piše: "... ako je priznata ekonomija pogrešna, greška neće biti pronađena u nadstrukturi, koja može biti izgrađena uz veliku brigu za logičnu dosljednost, već u samoj srži, dakle u njenim osnovnim pretpostavkama."⁵⁷

F. Fukuyama, američki znanstvenik (1952. - ...), to potvrđuje: "Cjelokupno impozantno zdanje suvremene neoklasične ekonomske teorije počiva na relativno jednostavnom modelu ljudske prirode koji kaže da su ljudska bića *pojedinci koji racionalno maksimiziraju korisnost*. Odnosno, ljudska bića nastoje pribaviti najveću moguću količinu stvari za koje smatraju da su im potrebne ili korisne. Oni to čine na racionalan način i kao pojedinci nastoje maksimizirati korist prije svega za sebe, a tek onda nastoje u svemu tražiti dobit i za širu društvenu zajednicu kojoj pripadaju. Ukratko, neoklasični ekonomisti tvrde da su ljudska bića u osnovi racionalne i sebične individue koje nastoje maksimizirati svoje materijalno blagostanje. Ekonomisti, znatno više nego filozofi, pjesnici, svećenstvo ili političari zagovaraju vrlinu težnje za uskim sebičnim interesima, jer vjeruju da se najveća dobrobit za društvo u cjelini može postići tako što će se pojedincima omogućiti uvjeti da ostvare svoje osobne interese putem tržišta."⁵⁸

Ponašanje općenito predstavlja držanje osobe koja kontinuirano provodi više ili manje svjesne odluke određene čovjekovim djelovanjem. Međutim, egocentrično ponašanje čovjeka je hipoteza često prezentirana kao jedina moguća. Zbog toga je to ponašanje najčešće pogrešno predstavljeno kao apsolutno, a ne kao hipoteza koja se može promijeniti. U većini ekonomskih knjiga nema detaljne analize ponašanja. U mnogim od tih knjiga tradicionalna je teorija prezentirana bez bilo kakve naznake da je ona zasnovana na ikakvoj hipotezi ponašanja. Alternativne hipoteze ponašanja su uglavnom samo nagovještene. Zbog toga, analize koncepta egocentričnog čovjeka ne traže prosudbu je li taj koncept i ponašanje u okviru njega dobro ili loše. Kako je svaki društveni i ekonomski sustav određen ponašanjem čovjeka, analize koje se provode najčešće su usmjerene na istraživanje posljedica ponašanja na međuovisno društvo. Te analize pokazuju da ponašanje egocentričnog čovjeka uvijek uzrokuje društvenu neskladnost. Drugim riječima, sadašnji ekonomski i društveni problemi su logičan i neminovan rezultat hipoteze ponašanja upotrijebljene u ekonomskoj znanosti u sadašnjem trenutku.

⁵⁷ Keynes, J. M., *The General Theory of Employment Interest and Money* (New York, Cambridge University Press, 1973.), str. XXI.

⁵⁸ Fukuyama, F., *Povjerenje: društvene vrline i stvaranje blagostanja*, Izvori, Zagreb, 2001., str. 30-31

Osnove sadašnje ekonomske teorije postavljene su početkom 18. stoljeća. U to vrijeme društvena međuovisnost je bila slabo razvijena jer je društvo bilo sastavljeno od samodovoljnih ekonomskih entiteta. Iako se u protekla dva stoljeća ekonomska teorija razvijala na razne načine, trenutna ekonomska teorija i dalje pretpostavlja isti koncept čovjeka. Taj koncept čovjeka sadrži ponašanje koje teži ka maksimalizaciji korisnosti, a potječe još iz perioda dok je feudalizam bio dominirajući ekonomski sustav. U današnjem društvu, koje je snažno obilježeno tim konceptom čovjeka, uočava se sve veća razina međuovisnosti. Tako živimo jednu paradoksalnu situaciju: komunikacija iz dana u dan pokazuje svu raskošnu snagu inventivnosti, cijeli planet je isprepleten internetskim i raznoraznim mobilnim mrežama (tablica 10.), a svijet je razjedinjen i ljudi se međusobno sve manje razumiju.

Tablica 10. Internet poslužitelji 1996 – 2001

	1996	1998	2000	2001		Usporedna godišnja stopa rasta %
				Broj	Na tisuću stanovnika	
				Tisuće		
European Union:						
Austria	89,0	173,0	483,0	326,0	40,1	29,6
Belgium	65,1	208,7	300,2	352,0	34,2	40,2
Denmark	107,0	298,0	334,0	561,1	104,5	39,3
Finland	314,0	460,0	529,0	886,9	170,7	23,1
France	237,0	511,0	1122,0	788,9	13,3	27,2
Germany	692,0	1450,0	2040,0	2426,2	29,5	28,5
Greece	16,7	49,9	110,6	143,2	13,5	53,6
Ireland	26,9	55,9	110,5	128,1	33,4	36,6
Italy	147,9	386,6	1019,7	680,5	11,7	35,7
Luxembourg	3,5	7,7	11,8	14,0	31,2	31,7
Netherlands	271,0	626,0	1624,0	2632,1	163,5	57,6
Portugal	23,0	56,0	62,0	246,5	23,9	60,7
Spain	113,0	307,0	455,0	538,7	13,3	36,7
Sweden	238,0	379,0	596,0	735,2	82,5	25,3
United Kingdom	719,0	1449,0	1678,0	2231,0	37,1	25,4
Other Western Europe:						
Andorra	0,2	0,5	1,7	3,2	40,1	79,9
Cyprus	1,5	5,5	8,0	2,1	3,1	7,5
Iceland	12,0	25,0	40,0	54,7	190,5	35,4
Liechtenstein	...	...	...	0,9	27,0	...
Malta	0,5	1,8	6,6	8,7	22,3	77,7
Monaco	...	...	...	0,4	14,8	...
Norway	150,0	319,0	453,0	305,1	67,4	15,3
San Marino	...	...	...	1,4	50,6	...
Switzerland	133,0	245,0	263,0	527,6	73,1	31,7
Turkey	17,5	48,9	69,9	106,6	1,6	43,5
Central and Eastern Europe:						
Albania	0,1	0,1	0,2	0,2	0,0	18,8
Bosnia and Herzegovina	...	...	...	3,2	0,8	...
Bulgaria	3,3	10,3	18,4	26,9	3,3	52,2
Croatia	4,6	9,5	16,6	22,0	4,7	36,5
Czech Republic	40,8	86,5	159,3	215,5	21,0	39,5
Estonia	8,0	24,2	40,9	51,0	35,7	44,9
Hungary	30,0	96,0	104,0	167,6	16,8	41,1
Latvia	5,8	14,3	26,0	25,0	10,6	34,0
Lithuania	1,7	9,8	17,8	35,2	9,6	82,6
Poland	53,0	131,0	340,0	489,9	12,7	56,0
Romania	7,8	23,5	41,5	46,3	2,1	42,7
Serbia and Montenegro	2,5	7,7	15,0	15,7	1,5	43,9
Slovakia	7,9	22,1	37,9	72,6	13,4	55,8
Slovenia	13,8	22,9	21,9	29,6	14,8	16,5
The former Yugoslav Republic of Macedonia	0,2	1,1	1,6	2,6	1,3	68,1
North America:						
Canada	603,0	1119,0	2364,0	2890,3	93,2	36,8
United States	10113,0	30489,0	80567,0	106193,3	371,4	60,0

<http://www.unece.org/stats/trends/ch11/11.7.xls>

Izvor: Yearbook of Statistics 2001, ITU.

Svijet sve više postaje jedno međuovisno društvo, a sve je više onih koji se osjećaju neshvaćenima, neprihvaćenima, zaboravljenima. Gotovo posvuda vlada posvemašnje nerazumijevanje. Očito je da komunikacijska dostignuća ne jamče razumijevanje među ljudima. Tako je rast međuovisnosti sukladan stalnom pojavljivanju novih problema, te općim pogoršanjem socijalne situacije. Čini se da mnogi današnji problemi imaju svoje korijene u samom ljudskom ponašanju i da rast razine međuovisnosti sve više i više otkriva tu činjenicu. Osim toga, ta činjenica sugerira reviziju bezuvjetnog aksioma trenutne ekonomske teorije, da je egocentrično ponašanje čovjeka najprikladnije za dobrobit međuovisnog društva (društveni sklad).

Slijedi izdvajanje dva različita tipa ponašanja: jedno na kojem je zasnovana ekonomska znanost u sadašnjem trenutku – egocentrično čovjekovo ponašanje, i drugo koje se odnosi na koncept čovjeka s neegocentričnim ponašanjem.

4.3.1. Ponašanje u ekonomskoj znanosti u sadašnjem trenutku (egocentrično ponašanje)

Jednostavno rečeno egocentrično ponašanje je takvo ponašanje kod kojeg osoba sebe smatra središtem svijeta te usredotočuje sve interese na sebe. Tradicionalna teorija razlikuje dva ekonomska činitelja tj. dvije manifestacije ponašanja: ponašanje potrošača i ponašanje proizvođača.

4.3.1.1. Ponašanje potrošača

"Ekonomske cilj je u maksimiziranju potrošnje, profita i optimaliziranju odnosa između troškova i proizvodnje."⁵⁹

Kao što se može primijetiti, definicija ekonomske znanosti sadrži implicitno određenje ponašanja. To podrazumijevanje hipoteze ponašanja, već u samoj definiciji ekonomske znanosti, onemogućuje promjenu ponašanja u smislu zamjene ove hipoteze nekom novom. Ta neispravnost jako ograničava ekonomsku znanost u sadašnjem trenutku, kao i teorije izgrađene unutar okvira takve znanosti.

"Kupci, koji teže što potpunijem zadovoljavanju potreba, nastoje kupiti robu po što nižoj cijeni".⁶⁰

Iz ove definicije vidimo kako se ponaša potrošač u trenutnoj ekonomskoj teoriji. Međutim, evo pokušaja malo boljeg opisa ponašanja egocentričnog čovjeka.

⁵⁹ Glas, M., Kovač, B., Reič, Z., *ibid.*, str. 59

⁶⁰ *ibid.*, str. 132

- Egocentričan čovjek upotrebljava sva materijalna dobra i sve usluge koje mogu biti predmet potrošnje za zadovoljenje onoga što on misli da su njegove vlastite potrebe. To se može opisati kao potrošačko djelovanje.
- Potrebe egocentričnog čovjeka su uvijek nadređene materijalnim dobrima koje on može dobiti, te ih on konstantno pokušava dobiti sve više i više. To je osobina korisne maksimalizacije.
- On komunicira i kontaktira druge osobe samo kad je to povoljno za njega, u smislu dobivanja više materijalnih dobara. U tom slučaju drugi ljudi postaju način za njegovu korisnu maksimalizaciju.
- Kao što sam pojam *potrošač* govori, egocentričnom čovjeku je potrošnja razlog za život – svjesna korisna maksimalizacija.

4.3.1.2. Ponašanje proizvođača

"Proizvođač [...] proizvodi onu količinu proizvoda kod koje je profit najveći [...]"⁶¹

Kako se može primijetiti, egocentrično ponašanje koje se temelji na maksimalizaciji vlastitih interesa ne vodi realizaciji najveće moguće proizvodnje već realizaciji najvećeg profita.

Također, čovjek egocentričnog ponašanja je konstantan u svom ponašanju. Naime, u bilo kojoj poziciji da se nađe, on uvijek teži maksimalizaciji svoje korisnosti (veći dohodak, veća količina materijalnih dobara). Zbog toga je u prirodi egocentričnog čovjeka upravljanje tvrtkom na način maksimalizacije profita tvrtke. Tradicionalna suprotstavljenost potrošača i proizvođača može dati lažnu sliku da su to dva tipa ekonomskih čimbenika s različitim uzorkom ponašanja. Ali u stvarnosti, općenito, ponašanje oba tipa je identično i može se sažeti kao korisna maksimalizacija. Takvo ponašanje, bilo kao potrošač ili kao proizvođač, predstavlja egocentričnog čovjeka s određenim kompromisom zbog njegovog nastojanja da se uklopi u jedno međuvisno društvo, čija je karakteristika obveza zadovoljavanja uzajamnih potreba.

4.3.2. Novo ponašanje (neegocentrično ponašanje)

Ukoliko bi slijedili pristup kao kod ekonomske znanosti u sadašnjem trenutku, novu hipotezu ne bi trebali posebno predstavljati. Međutim, zbog boljeg

⁶¹ ibid., str. 138

predstavljanja i razumijevanja novog koncepta čovjeka na kojem je nova hipoteza zasnovana, on će biti pobliže objašnjen.

Koncept novog čovjeka sadrži nematerijalnu dimenziju koja mu daje smisao. On teži k ispunjenju koje nije moguće u materijalnoj dimenziji, već je moguće kroz puninu bitka.⁶² Novi čovjek zadobiva puninu bitka kroz svoje življenje, u stalnom otkrivanju stvarnosti drugih, u stupnju prilagodljivosti svoje opstojnosti toj novoj stvarnosti koja uključuje druge osobe. Tako je ispunjenje novoga čovjeka dostižno u svakom trenutku, te je to svrha koja može biti kontinuirano otkrivana. Ekonomskim rječnikom, za novoga čovjeka materijalna dobra i resursi sami za sebe nemaju nikakvu vrijednost. On svoje ispunjenje pronalazi kada su materijalna dobra i resursi slobodno i svjesno upotrijebljeni za zadovoljenje istinskih potreba sebe i drugih osoba. Dakle, novi čovjek nije potrošač materijalnih dobara, već umjesto toga on upravlja njima da bi zadobio puninu bitka. To znači da on pokušava uočiti stvarne potrebe drugih te ih zadovoljiti upotrebljavajući svu svoju volju, energiju, svoja dobra, svoje sposobnosti, svoje obrazovanje i svoju inteligenciju. Djelotvornost novoga čovjeka je pozitivna kada njegovo ponašanje vodi k punini bitka, ili negativna kad on ne otkriva puninu bitka. Ovim je ukratko prikazana bit koncepta novoga čovjeka koja cjelovito određuje njegovo ponašanje. Na osnovi tog opisa moguće je predložiti hipotezu ponašanja koja pripada novom čovjeku.

Ova nova hipoteza ponašanja je teoretska podloga za konkretnu realizaciju hipoteze u Projektu fokolara Ekonomija zajedništva. Ta realizacija pokazuje da su nova hipoteza i sve njene posljedice već realnost za neke ljude, što vodi zaključku da mogu postati realnost za svakoga.

⁶² Punina bitka označava apsolutno od sebe bivstvujuće biće, tj. biće koje temelj vlastitoga postojanja ima u sebi samome, odnosno posjeduje ga u svojem vlastitom biću. Također, punina bitka opisuje dimenziju u kojoj čovjek otkriva ispunjenje, tj. u svakom trenutku života, čovjek s novom hipotezom ponašanja ima svoju svrhu u punini bitka. Dakle, punina bitka nije od nekoga ili od nečega drugoga, nego od samoga sebe. Ne postoji, a niti može postojati ikakva pozitivna mogućnost koja u njemu ne bi već bila ispunjena. No, bez obzira na svaku racionalnu eksplikaciju, te također bez obzira na sve racionalne dokaze o opstojnosti punine bitka, za odluku o stavljanju egzistencijalnog povjerenja u takvu puninu bitka uvijek čini vjera, kao nezasluženi dar čovjeku.

4.4. Ekonomske implikacije egocentričnog ponašanja

U ovom poglavlju bit će poduzeta analiza tradicionalne ekonomske teorije i okoline kroz egocentrično ponašanje, a fokusirat će se na nekim bitnim elementima za ekonomski pristup: potrebe, svrsishodnost, natjecanje i domaćinstvo.

4.4.1. Potrebe

Iako nije lako pronaći definiciju ispunjenja, psihologija daje potvrdu da je ispunjenje, odnosno ostvarenje, čovjekova osnovna potreba. Vrlo općenita definicija ispunjenja bila bi: stanje ili način postojanja u kojem je čovjek ono što on smatra da treba biti. Nezadovoljavanjem potreba stvaraju se tenzije koje stimuliraju i vode osobu.

Egocentrično ponašanje u ekonomiji okarakterizirano je razmišljanjem da veća potrošnja vodi većem osobnom ispunjenju. Takvo uvjerenje da ispunjenje leži u što većoj potrošnji vodi do situacije natjecanja u društvu. U jednom međuovisnom društvu, u kojem ljudske potrebe u smislu egocentričnog ponašanja mogu biti zadovoljene samo na račun drugih članova društva, pojedinac koji pokušava maksimalizirati svoju potrošnju sa svojom vrijednosnom procjenom uvijek pokušava nametnuti svoju volju drugima. U logici tržišne ekonomije, ti drugi *slobodno* se slažu s tim, tako dugo dok i oni također mogu nametati svoju volju drugima. Tako je trenutna ekonomska teorija okarakterizirana s recipročnim nametanjem vrijednosnih sudova, a potrebe koje su određene kao zahtjev tržišta su odraz tih vrijednosnih sudova.

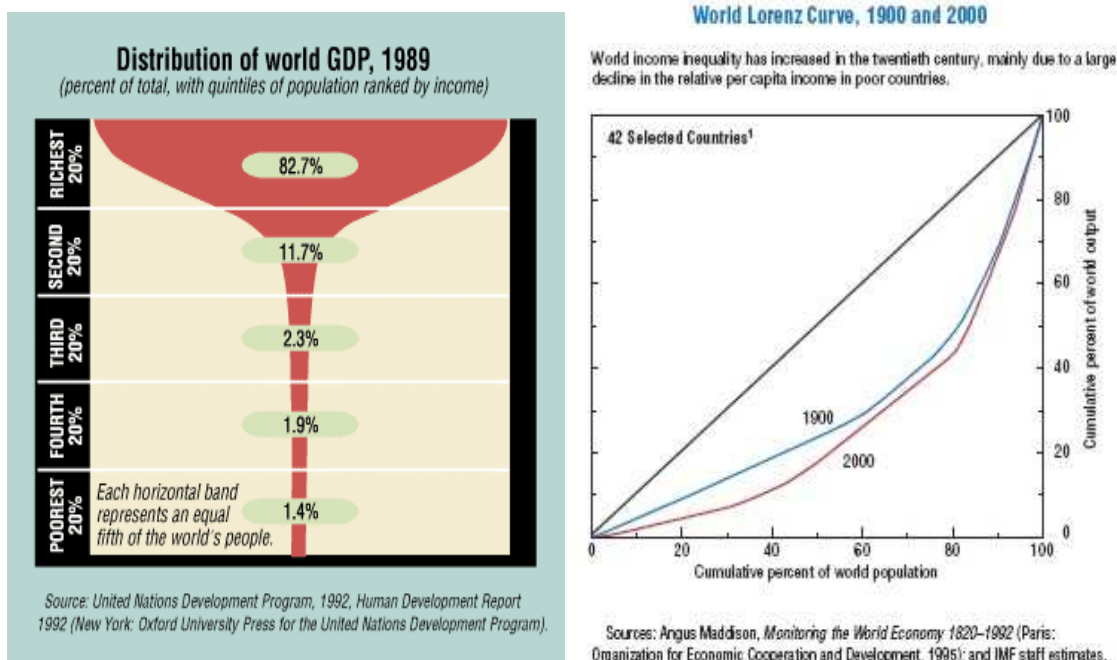
Stoga bi uspostavljanje ravnoteže u društvu (logika kompromisa) utjecala na smanjenje negativnih efekata takvoga natjecanja. Naime, ravnoteža može postojati samo ako su suprotstavljene snage uravnotežene i stabilne. Situacija u kojoj je suprotstavljeno mnogo malih sila poželjno je teoretsko stanje savršenog natjecanja opisanog u klasičnoj teoriji. Međutim, u ekonomskoj stvarnosti suprotstavljene snage (pojedinci, grupe) ne mogu nikada biti u ravnoteži. Razlog tome je činjenica da svi ljudi nemaju jednake mogućnosti za djelovanje u društvu. (različitost u ekonomskoj moći te psiho-fizičkim značajkama).

Osim toga, danas mnogi svoje nemoralne postupke opravdavaju i brane upravo pod lažnom izlikom *prava na samoostvarenje*. U skladu s navedenim, zagovornici humanističke psihologije (Rogers, Maslow) idu korak dalje te samoostvarenje, potaknuto egocentričnim ponašanjem, čak pretvaraju u moralnu normu. Naime, oni indirektno sugeriraju kako je takvo samoostvarenje dobro te da za njim treba težiti, da bi završili tvrdnjom kako je samoostvarenje recept za rješavanje svih naših moralnih problema i da je pouzdan vodič za

donošenje svih ili za većinu naših moralnih odluka. Te tvrdnje ne samo da nisu ničim dokazane, već autori idu korak dalje te smatraju da se samoostvarenje kod raznih ljudi može postići bez konflikta i da među ljudima koji su ostvarili samoostvarenje vlada čudesan sklad. Takva stajališta su krajnje naivna, što uočava Browning nazivajući zagovornike egocentričnog samoostvarenja u psihologiji etičkim egoistima: "Ovi etički egoisti pretpostavljaju da postoji neka vrsta prethodno uspostavljenog sklada u svijetu koji funkcionira na način [...] da je ostvarenje svih potencijala u osnovi komplementarno, da potencijali, koji se međusobno razlikuju, ne mogu nikad dospjeti u istinski konflikt."⁶³

Kao posljedica, društvo u čijem je središtu egocentrično ponašanje čovjeka razvija se u dominaciju i nametanje volje određenog broja njegovih članova nad drugim članovima, te prije ili kasnije vodi stanju diktature. Takva situacija se primjećuje u različitim varijantama i očituje se na gotovo svim društvenim razinama: između bogatih i siromašnih zemalja (slika 4.), između bogatih i siromašnih građana, između vlade i građana, između rukovoditelja poduzeća i njegovih zaposlenika, itd.

Slika 4. Prikaz nejednakosti raspodjele u svijetu



Izvor: Chapter V. *The world economy in the twentieth century, Global economic growth and income distribution str. 155*

⁶³ Vitz, P., *Psihologija kao religija – kult samoobožavanja*, Verbum, Split, 2003., str. 83, citat iz Browning, *Religious Thought*, str. 75., Browning smatra humanističke psihologe etičkim egoistima i u tome se slaže s Michaelom i Lisom Wallach, *Psychology, a Sanction for Selfishness: The Error of Egoism in Theory and Therapy* (San Francisco: Freeman, 1983).

4.4.2. Svrsishodnost

Svrsishodnost je jedno dostižno stanje koje čini smisao ljudskog postojanja. Čovjek određuje svaki trenutak svoje egzistencije u skladu s tom orijentacijom. Koncept svrsishodnosti vodi zapažanju racionalnosti koja može imati različito značenje. Često se u ekonomiji upotrebljava izraz *racionalni potrošač*. U skladu s navedenim jasno je da se pod pojmom *racionalnog potrošača* podrazumijeva osoba čije su aktivnosti određene načinom razmišljanja čiji je smisao u egocentričnom čovjeku. Uz pomoć tog pojma trenutna ekonomska teorija određuje kriterij što je ekonomično, a što je neekonomično. Zbog takvog ograničenja, racionalnost egocentričnog čovjeka postaje kriterij za proračun bilo koje ekonomske aktivnosti. Tako se racionalnost egocentričnog čovjeka često zamjenjuje s izričajem *u skladu sa zdravim razumom*. Razlog tome je što se sve što nije u skladu s egocentričnom racionalnošću najčešće prosuđuje kao neracionalno ili neekonomično. Međutim, trenutna ekonomska teorija pogrešno pretpostavlja da je svaki čovjek racionalni potrošač i na taj način da svaki čovjek ima svrsishodnost egocentričnog čovjeka.

4.4.2.1. Potrošnja kao svrha

Kao što je već zaključeno, svrha egocentričnog čovjeka je neograničena potrošnja. Trenutna ekonomska teorija promatra svaku akciju u tom smislu kao racionalnost. Posljedica toga je da takva svrsishodnost postaje ona koja određuje ponašanje i samu egzistenciju egocentričnog čovjeka. Međutim, takav čovjek ne može zadobiti ispunjenje, jer on uvijek traži sve veću razinu potrošnje u odnosu na onu koja mu je moguća u tom trenutku. Ta težnja postoji zbog cilja koji egocentrični čovjek ima u beskonačnoj potrošnji, koja pak predstavlja jedan neograničen cilj u ograničenom materijalnom aspektu. Tako egocentričan čovjek, osim što ne može ostvariti svoj cilj maksimalizirajući potrošnju jer je materijalna dimenzija ograničena, ne može ostvariti svoj cilj i zbog toga što u stvarnosti ima barem malo poštovanja prema egzistenciji drugih, što također ograničava njegovu želju za neograničenom potrošnjom. Ukratko, njegov je cilj nedostižan. To potvrđuje i dobitnik Nobelove nagrade 2003. godine Daniel Kahneman sa svojim ekonomskim i psihološkim studijama. U njima se pokazuje činjenica da povećanje materijalne potrošnje ne povećava sreću pojedinca jer istovremeno rastu i njegove želje.

Ovakvo ponašanje može predstavljati veliku opasnost za ljude. Ako netko traži ispunjenje u nedohvatljivom cilju, te nakon što zadovolji jednu razinu potrošnje još uvijek ne može iskusiti ispunjenje, tada on može povjerovati da je tome uzrok to što još nije dosegao dovoljnu razinu potrošnje. Kao rezultat takvog stava, svaka osoba može odlučiti nastaviti s takvim ponašanjem nadajući se da

će na kraju ipak pronaći ispunjenje te može provesti cijeli svoj život ponašajući se na isti način bez da iskusi ispunjenje.

4.4.2.2. Problem motivacije

Jedan od najvećih problema današnje ekonomije je naznačen sljedećim pitanjem: kako netko može pridobiti osobu za suradnju ukoliko je poimanje stvarnosti različito od osobe do osobe? Odgovoriti na ovo pitanje je teško, ako ne i nemoguće, ukoliko se pretpostavlja osoba ponaša egocentrično. Razlog tome je usredotočenost egocentričnog čovjeka na sebe, što znači da je njegova svrsishodnost suprotna svrsishodnosti svih drugih članova društva s tom istom svrsishodnošću. Jedna od glavnih funkcija managementa je motivacija podređenih. Postoji velika raznolikost teorija koje se bave ovim problemom motivacije. Najčešći pristup za rješavanje tog problema sadrži integraciju više suprotstavljenih ciljeva u jedan zajednički - sudjelovanje podređenih u procesu donošenja odluka, sudjelovanje u raspodjeli profita, stvaranje *nacionalne svijesti* građana pojedinih zemalja ili područja itd. Takav način rješavanja problema motivacije rezultira i nečim lošim - grupiranjem ljudi s istim ciljem koji su u sukobu s drugim društvenim grupama (tvrtkama, političkim partijama, zemljama, itd.), čime raste mogućnost društvenog sukoba.

Naravno, rješenje ukupnog motivacijskog problema nije moguće u cijelosti zbog ljudske nesavršenosti. Međutim, ovdje nije moguće dati precizniju analizu motivacijskog problema, koji predstavlja jedno veliko polje istraživanja. Ovakvo viđenje pomaže samo da se ukaže na korijene problema motivacije koji proizlazi iz koncepta egocentričnog čovjeka i njegovog cilja u potrošnji.

4.4.2.3. Efikasnost

Kako egocentričan čovjek ima svoj cilj u potrošnji, tako on kao potrošač dobara postaje cilj procesa proizvodnje. Čovjek postaje podređen cilju potrošnje dobara, te je svojim dostojanstvom suprotstavljen toj podređenosti. To je suprotstavljanje na izravan način izraženo za vrijeme sudjelovanja u procesu proizvodnje, te na drugi način u odnosu na deformiranu okolinu koja je nastala takvom proizvodnom logikom. Takva svrsishodnost u potrošnji dobara, koja je cilj trenutne ekonomske teorije, vodi izvještavanju o *efikasnosti* koje je u skladu s logikom omjera *ulaz – izlaz*. Ponekad se efikasnost aktivnosti zemalja upotrebljava i kao razvojni pokazatelj. Ulaz predstavlja faktor proizvodnje, a izlaz potrošnju dobara. Takva logika efikasnosti vodi sljedećim ozbiljnim problemima: ekonomska aktivnost nije fokusirana na čovjeka, već umjesto toga na potrošnju dobara te transformacija materijalnog aspekta postaje cilj sam sebi. Čovjekov rad se uzima kao jedan od faktora proizvodnje. On ulazi u ekonomsku kalkulaciju kao ulaz, te na taj način postaje podređen sustavu proizvodnje

potrošačkih dobara. To vodi mnogim nehumanim učincima proizvodnog sustava kao što su monotonost rada, manjak kreativnosti, stres, depersonalizacija, itd.

4.4.2.4. Profitabilnost

Danas, s rastućom važnošću financijskog aspekta, težnja potpunom ispunjenju ne vodi do realizacije veće proizvodnje, već do realizacije što većeg mogućeg profita. Racionalni poduzetnik želi proizvoditi da bi iz financijskog ulaza ostvario maksimalni financijski izlaz. Općeniti cilj poduzetnika postaje maksimalizacija dobiti. Na taj način cilj ekonomskih aktivnosti nije više potrošnja dobara, već fiktivno i subjektivno dobro novac. Nekoliko je razloga zašto financijski aspekt postaje cilj ekonomskih aktivnosti. Najprije, kako je već zaključeno, egocentričan čovjek traži neograničenu potrošnju te on pokušava uvećati prihod ili profit jer ima potrebu za neograničenom potrošnjom. On zato želi akumulirati sve više novca, jer je novac (pogotovo u današnjem međuovisnom društvu) uzeo na sebe ulogu sredstva pomoću koga se nameće volja drugima. Što više ima novca, egocentričan čovjek ima veću moć nad drugima. Tako je profitabilna logika omjera *ulaz – izlaz* rezultat koncepta egocentričnog čovjeka. Međutim, ekonomska aktivnost u kojoj dominira takva logika uzrokuje brojne probleme.

Usmjerenost ekonomskih aktivnosti na financijski aspekt sve više udaljava egocentričnog čovjeka od mogućnosti razotkrivanja *iluzije* da ispunjenje može ležati u potrošnji. Naime, on akumulira novac jer zna da novac omogućuje potrošnju. Također, on zna da što više novca akumulira, više dobara i usluga će moći potrošiti. Tako se on može potpuno posvetiti akumulaciji novca, bez ispunjenja potrošnje čime stvara dvostruku iluziju.

Osim toga, javlja se i problem da je čovjek vrijedan tako dugo dok može izvoditi aktivnosti koje omogućuju određenu razinu financijske vrijednosti. U slučaju sniženja te razine, čovjek više ne posjeduje nikakvu ekonomsku vrijednost. Zato svaka osoba s niskom razinom te vrijednosti, ili pak bez ikakve ekonomske vrijednosti, sve više postaje isključena iz poduzeća (proizvodnog procesa) i iz društva u cjelini, što može uzrokovati ozbiljne psihičke probleme.

Kako egocentričan čovjek ima neograničene potrebe, njegova dobit je uvijek mala. To ukazuje da proporcionalni odnos između dobiti i potreba ne može postojati pod konceptom neograničenih potreba. Osim toga egocentričan čovjek razmišlja: *Ako imam novca, zašto onda raditi?* Iz svega toga te iz činjenice da čovjek, nasuprot materijalnim dobrima ima osnovne potrebe neovisno o njegovim izvedbenim mogućnostima, te da razvoj tehnologije vodi proizvodnji s malo ili bez rada, izniču mnogobrojni problemi (nezaposlenost, plaće starijim ljudima - mirovine, socijalno osiguranje, itd).

4.4.2.5. Marketing

Na polju ekonomije trenutno postoji jako izražena sklonost za pomicanje usmjerenosti s proizvodnje na potrošača. To je jedan od razloga zašto marketing, koji može biti definiran kao veza između proizvodnje i potrošnje, postaje jako važan te iz godine u godinu se sve više ulaže u njega (tablica 11.). U trenutnom ekonomskom sustavu cilj marketinga je, načelno, osvajanje novca. Manipulativne su tehnike instrumenti uz pomoć kojih se postiže taj cilj. Veliki dio marketinške manipulacije događa se na nesvjesnoj razini fokusiranoj na jačanju čovjekovih prirodnih sklonosti. Poruka kojom marketing vrši pritisak na potrošača, u skladu s ciljem da on potroši svoj novac, najčešće glasi: *Kupi i bit ćeš sretan i ispunjen*. Na taj način marketinška aktivnost nije samo neproduktivna, već je čak i destruktivna, jer je usmjerena protiv čovjeka i utječe na ljude, usmjeravajući ih da postupaju u skladu s konceptom egocentričnog čovjeka.

Etički problem promidžbe vrlo je osjetljiv jer je promidžba, po svojoj naravi, oblik komunikacije koji je bitno agresivan i jednostran, to jest ona nastoji utjecati na stajališta i ponašanja potrošnje na unaprijed utvrđeni način, jer je unaprijed određen već i rezultat što ga želi postići: ona nije prijedlog, niti poziv na razmišljanje (dapače!), već je u biti nametanje, prisila. Promidžba je često malo istinita ili je čak lažljiva - ona je uvijek djelomična, pruža informaciju koja je ponekad svedena na minimum, te se utječe svakom mogućem načinu da bi privukla i navela ljude na kupovanje i potrošnju.

Tablica 11. Ukupni izdaci za marketing kroz razne medije u £m (UK)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
National Newspapers	1336	1433	1510	1650	1824	1991	2252	2062	1933	1902
Regional Newspapers	1871	1963	2061	2238	2390	2483	2762	2894	2894	2986
Consumer Magazines	499	533	583	660	709	727	750	779	785	784
Business & Professional	785	897	1018	1106	1209	1195	1270	1202	1088	1048
Directories	589	639	692	737	780	831	868	959	990	1029
Press production costs	472	514	550	577	620	650	702	669	643	634
TOTAL PRESS	5552	5979	6413	6967	7531	7877	8604	8504	8333	8382
Television	2888	3136	3379	3704	4029	4321	4646	4147	4332	4374
Direct Mail	1050	1135	1404	1635	1666	1876	2049	2228	2378	2431
Outdoor & Transport	350	411	466	545	613	649	810	788	816	901
Radio	243	296	344	393	460	516	595	541	545	582
Cinema	53	69	73	88	97	123	128	164	180	180
Internet	-	-	-	8	19	51	155	166	233	376
TOTAL	10136	11026	12080	13340	14415	15412	16988	16537	16817	17227

Izvor: WARC; http://www.adassoc.org.uk/html/detailed_statistics.html

Ukupni detalji objavljeni u *The Advertising Statistics Yearbook 2004*, dostupan iz *World Advertising Research Center*, Farm Road, Henley-on-Thames, Oxfordshire, RG9 1EJ, Tel: 01491 411 000

4.4.2.6. Špekulacija

Špekulacija se može definirati kao sve vrste onih aktivnosti koje omogućuju mijenjanje novca za još više novca, tj. one aktivnosti koje imaju za cilj isključivo novac. Špekulacija omogućava potrošnju bez udjela u proizvodnom procesu. Međutim, špekulacija i koncentracija na financijski kapital rezultira i velikim problemima, te može postati čak i destruktivni element društva. Veliki dio transakcija financijskog tržišta, kao npr. aktivnosti banaka i osiguranja mogu biti promatrane kao špekulacije i zbog toga kao neproduktivne.

4.4.2.7. Destruktivne aktivnosti

Živimo u društvu i svijetu koji je pun pojava svakovrsnog kriminaliteta, terorizma i vođenja ratova. Povjesničari tvrde kako dvadeseto stoljeće nije samo vrijeme socijalnog napretka nego je ono i vrijeme najvećih tragedija povijesti čovječanstva: Gulag, Auschwitz, Hirošima, Vukovar, Srebrenica i dr. Svaki kriminal (krađa, pljačka, itd.) i svaka ilegalna politička aktivnost (korupcija, vojna agresija, itd.) pomažu stjecanju novca ili bogatstva koje se može preobraziti u novac. Nema dileme da su te destruktivne aktivnosti nastale zbog čovjekove aktivnosti koja ima cilj u novcu, tj. zbog egocentričnog ponašanja. Sljedeća tablica 12. pokazuje na porast kriminala, i time potvrđuje porast destruktivnih aktivnosti.

Tablica 12. Nasilne pljačke zabilježene od policije, 1990. i 2000. godine

	Ozbiljni napadi				Pljačke i nasilne krađe			
	1990		2000		1990		2000	
	broj	omjer*	broj	omjer*	broj	omjer*	broj	omjer*
European Union:								
Austria	140	1,8	216	2,7	3 956	51,2	4 783	59,2
Belgium	12 007	120,4	24 720	241,4	7 935	79,6	11 193	109,3
Denmark	8 392	163,3	1 262	23,7	2 127	41,4	3 152	59,1
Finland	2 358	47,3	1 972	38,1	2 776	55,6	2 749	53,1
France	48 977	86,3	106 484	182,0	60 189	106,1	109 836	187,7
Germany	67 095	84,5	116 912	142,3	35 111	44,2	59 414	72,3
Greece	6 610	65,1	7 163	69,8	1 102	10,8	1 707	16,6
Ireland	73	2,1	449	12,4	1 646	47,0	1 1968	54,3
Italy	19 412	33,7	26 732	46,4	36 830	63,9	37 782	65,6
Luxembourg	313	82,4	393	90,3	255	67,1	359	82,4
Netherlands	22 079	147,7	38 003	242,8	11 946	79,9	14 446	92,3
Portugal	...	...	151	1,5	...	...	5 193	51,9
Spain	10 378	26,7	8 829	22,2	107 025	275,5	91 628	229,9
Sweden	3 110	36,3	3 967	44,8	5 967	69,7	6 793	76,8
United Kingdom	...	...	...	...	42 476	73,8	...	...
- England and Wales	...	...	210 745	405,2	36 195	71,2	66 836	128,5
- Scotland	5 710	111,9	5 836	114,0	4 651	91,2	4 951	96,7
- Northern Ireland	2 525	158,9	5 640	341,2	1 630	102,6	1 725	104,4
Other Western Europe:								
Andorra	23	46,0	13	19,7	1	2,0	1	1,5
Cyprus	70	10,3	97	14,8	14	2,1	29	4,4
Iceland	...	...	50	18,2	...	...	54	19,6
Liechtenstein	32	106,7	42	127,3	392	1 306,7	2	6,1
Malta	179	51,1	75	18,3	73	20,9	146	35,6
Monaco	51	170,0	20	66,7	9	30,0	2	6,7
Norway	1 873	44,2	3 487	77,4	1 007	23,8	2 138	47,5
Switzerland	3 376	50,3	5 408	75,1	1 821	27,1	2 178	30,2
Turkey	115	0,2	74 928	119,3	816	1,5	1 858	3,0
Central and Eastern Europe:								
Albania	1 758	53,9	156	4,7	97	3,0	324	9,8
Bosnia and Herzegovina	835	18,7	...	...	102	2,3	345	...
Bulgaria	167	1,9	76	0,9	1 257	14,0	4 266	52,1
Croatia	1 074	22,5	1 009	21,1	5 997	125,5	802	16,8
Czech Republic	19 542	189,2	7 194	69,8	4 109	39,8	4 699	45,6
Estonia	324	20,6	449	32,6	1 323	84,3	4 621	335,7
Hungary	6 845	66,1	7 621	75,9	2 864	27,6	3 494	34,8
Latvia	108	4,1	465	19,6	2 670	101,5	3 234	136,1
Lithuania	342	9,1	395	10,4	2 635	70,5	3 376	88,8
Poland	19 286	50,6	32 792	84,8	16 999	44,6	53 533	138,5
Romania	693	3,0	1 236	5,5	1 788	7,7	6 804	30,3
Serbia and Montenegro	1 860	17,7	...	...	509	4,8	...	...
Slovakia	4 382	82,4	11 037	204,6	1 500	28,2	1 231	22,8
Slovenia	440	22,0	431	21,9	253	12,7	532	27,1
The former Yugoslav Republic of Macedonia	194	9,6	541	26,9	34	1,7	217	10,8

* omjer na 100 000 ljudi

Izvori: *International Crime Statistics 1989-1990 to 2000, INTERPOL; and The Fifth United Nations Survey of Crime Trends and Operations of Criminal Justice Systems, 1990-1994, UNCJIN.* <http://www.unece.org/stats/trends/ch13/13.1.xls>

4.4.2.8. Nezaposlenost

Nezaposlenost (tablica 13.) je vjerojatno jedna od najočitijih činjenica koja je uzrokovana ponašanjem egocentričnog čovjeka i cijele trenutne ekonomske teorije koja je zasnovana na toj hipotezi ponašanja. Primoranost na profitabilnost (zbog monetarnog cilja ekonomskih aktivnosti) obvezuje poduzeća da vrednuju rad kao i materijalna dobra. Kako se potražnja za radom smanjuje, cijena radne naknade mora se snižavati. Međutim, cijena rada ne može pasti jer u većini modernih zemalja postoji regulacija fiksne minimalne najamnine. Ta je regulacija potrebna jer rad nije isto što i materijalno dobro. Njegova kvantiteta ne može biti promijenjena ni u skladu s njenom cijenom jer čovjek uvijek treba barem minimalni dohodak za svoj život. Rezultat je nezaposlenost. Tako proizlazi da se općenito objašnjenje za nezaposlenost može pronaći u egocentričnom ponašanju čovjeka jer su ekonomske aktivnosti fokusirane na financijski aspekt, a ne na čovjeka. Osim toga, jasno je i da tržišna logika ne može biti primijenjena na rad, jer je rad čovjekov izvor dohotka s kojim on treba zadovoljiti svoje minimalne potrebe neovisno o cijeni rada. Dakle, nezaposlenost se ne može riješiti unutar tržišnog ekonomskog sustava jer ona predstavlja fenomen koji ima svoje porijeklo u samoj strukturi i funkcioniranju tog ekonomskog sustava.

Postoje i razne druge teorije koje su također zasnovane na egocentričnom konceptu čovjeka te predlažu nametanje veće prisile kao strategiju za rješavanje te dileme tržišne ekonomije (Keynes). Međutim, ni te teorije ne uspijevaju riješiti u cjelini pitanje nezaposlenosti, jer proizvode neke druge potencijalno mnogo veće probleme (diktatura). Sve nam to ukazuje da je potrebna promjena ljudske prirode.

Prema tome, nezaposlenost pokazuje da, iako tržišni sustav pridonosi određenom materijalnom bogatstvu, on nije pogodan za organizaciju materijalnog aspekta u međuovisnom društvu. Nije prikladan zbog jednostavnog razloga što egocentrični čovjek, koji je određujući faktor tržišnog sustava, nije slobodno usmjerio svoje ponašanje prema drugim članovima društva.

Tablica 13. Stopa nezaposlenosti 1990 i 1995-2001

	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
European Union								
Austria	3,2	3,7	4,1	4,2	4,2	3,8	3,6	3,6
Belgium	6,3	9,3	9,6	8,9	9,1	8,6	7,0	6,6
Denmark	7,2	6,7	6,3	5,2	4,9	4,8	4,4	4,3
Finland	3,2	15,4	14,4	12,5	11,3	10,1	9,8	9,1
France	8,6	11,3	11,9	11,8	11,4	10,7	9,3	8,5
Germany	4,8	8,0	8,7	9,7	9,1	8,4	7,8	7,9
Greece	7,0	10,0	10,3	10,3	10,8	11,7	11,1	10,2
Ireland	12,9	12,2	11,9	10,3	7,8	5,7	4,3	3,7
Italy	10,9	11,6	11,4	11,5	11,7	11,4	10,6	9,5
Luxembourg	1,7	2,9	2,9	2,7	2,7	2,4	2,3	2,0
Netherlands	7,4	7,1	6,6	5,5	4,4	3,5	3,3	2,7
Portugal	4,7	7,1	7,2	6,7	5,0	4,4	4,0	4,1
Spain	16,3	22,9	22,2	20,8	18,8	15,9	14,1	10,5
Sweden	1,6	7,7	8,0	8,0	6,5	5,6	4,7	4,0
United Kingdom	9,7	8,6	8,2	7,1	6,1	6,0	5,5	4,8
Other Western Europe:								
Cyprus	1,8	2,6	3,1	3,4	3,4	3,6	4,9	4,0
Iceland	2,5	4,9	3,7	3,9	2,7	2,0	2,3	2,3
Liechtenstein	...	0,9	1,6	1,4	2,0	1,2	...	...
Malta	5,1	4,2	4,2	5,0	5,5	5,6	5,8	5,0
Norway	5,2	4,9	4,8	4,0	3,2	3,2	3,4	3,6
San Marino	5,5	3,9	5,1	4,4	4,1	3,0	...	...
Switzerland	0,5	3,3	3,8	4,0	3,4	2,9	2,5	2,6
Turkey	8,0	7,5	6,1	6,4	6,8	7,6	6,6	8,5
Central and Eastern Europe								
Albania	9,5	13,1	12,3	14,9	17,6	18,2	16,8	14,5
Bosnia and Herzegovina	...	...	...	39,0	38,7	39,0	39,4	39,9
Bulgaria	21,4	15,7	14,2	14,4	14,1	15,7	16,3	19,4
Croatia	...	...	10,0	9,9	11,4	13,5	16,1	15,8
Czech Republic	...	4,0	4,1	5,4	7,3	9,0	8,8	8,1
Estonia	0,6	9,7	10,0	9,7	9,9	12,3	13,7	12,6
Hungary	1,7	10,2	9,9	8,7	7,8	7,0	6,4	5,7
Latvia	...	20,2	18,3	14,4	13,8	14,5	14,5	13,1
Lithuania	...	14,1	16,4	14,1	13,3	14,1	15,4	17,0
Poland	13,5	13,3	12,3	11,2	10,5	13,9	16,1	18,2
Romania	1,3	8,0	6,7	6,0	6,3	6,8	7,1	6,6
Serbia and Montenegro	...	24,7	26,1	25,6	27,2	27,4	26,6	27,9
Slovakia	...	13,1	11,3	11,8	12,5	16,2	18,6	19,2
Slovenia	...	7,4	7,3	7,1	7,7	7,4	7,2	5,9
The former Yugoslav Republic of Macedonia	...	36,6	38,8	41,7	41,4	44,0	32,2	30,5

Izvori: UNECE Statistical Division; ILO Laborsta Database

<http://www.unece.org/stats/trends/ch4/4.14.xls>

4.4.3. Natjecanje

Egocentrično ponašanje čovjeka je jednako maksimalizaciji potrošnje. To znači da čovjek s egocentričnim ponašanjem želi posjedovati što više resursa. Tamo gdje svi članovi društva imaju takav cilj, logičan rezultat takvog ponašanja je natjecanje. Tako ponašanje egocentričnog čovjeka uvijek vodi situaciji natjecanja među članovima društva.

4.4.3.1. Teorija tržišne ravnoteže

Trenutna ekonomska teorija u pokušaju za apsolutnom neovisnošću odlučivanja pretpostavlja hipoteze za teoriju tržišne ravnoteže. Te hipoteze će sada biti kratko analizirane s obzirom na trenutno stanje u društvu i ponašanje čovjeka.

➤ Atomska struktura

Danas je prisutno odstupanje od situacije atomske strukture tržišta zbog prisutne sklonosti koncentraciji ekonomskih aktivnosti.

➤ Mobilnost ponude i potražnje

Zbog tehničkog napretka na svjetskoj razini, pogotovo na polju transporta, neprestano sve više nestaju ograničenja zbog udaljenosti. Zato današnja situacija ukazuje na proces sve veće i veće mobilnosti ponude i potražnje.

➤ Potpuna informiranost

Također zbog tehničkog napretka na polju obrade elektroničkih podataka i informatičkih prijenosnih sustava informiranost je sve bolja. Međutim, ovdje bi bilo potrebno naznačiti da je zadržavanje informacija za sebe dio ponašanja egocentričnog čovjeka, jer njemu takva situacija odgovara u smislu da ona može rezultirati njegovom osobnom prednošću u odnosu na druge.

➤ Homogenost proizvoda

Homogenost proizvoda je potrebna za razvoj dobara koja imaju istu cijenu. Takva hipoteza je u cijelosti rezultat ponašanja egocentričnog čovjeka koji uzrokuje da neosoban proizvod postaje svrsishodnost ekonomske aktivnosti.

Najčešće kritiziranje modela savršene konkurencije dolazi zbog toga što ta teorija nije u skladu sa stvarnošću. Međutim, pomnijom analizom uočava se da postoji kontradikcija u samim hipotezama. Naime, hipoteza atomske strukture kupca i prodavača je u kontradikciji s hipotezom o potpunoj informiranosti. Što je komunikacijski sustav savršeniji on omogućuje lakšu suradnju. Tako, na primjer,

fenomen spajanja poduzeća pokazuje da tehnološki napredak koji vodi razvoju prema savršenim informacijskim mogućnostima poništava atomsku strukturu gdje ona postoji. U tom smislu model savršene konkurencije sadrži kontradikcije u svojim hipotezama.

Osim toga, kako je već rečeno, egocentrični čovjek nastoji dobiti prednost uz pomoć nepotpunih informacija ili mogućnosti suradnje s drugim prodavačima protiv kupaca. U oba slučaja to je uzrok koji mu omogućava povećanje cijene. Zbog toga u takvoj situaciji natjecanje uvijek rezultira monopolom. To ne iznenađuje ako se uzme u obzir da korijeni natjecanja leže u pojedinačnoj želji za dominiranjem nad drugima i što većoj potrošnji. Zato, ako ljudi imaju svoj cilj u potrošnji, društvo se razvija prema monopolu i podčinjenosti.

4.4.3.2. Stvarnost

Danas se čovjek suočava s problemom negativnih učinaka. Ti se negativni učinci ne odražavaju samo na materijalni svijet, nego i na *dublje* oblike postojanja i ljudskog djelovanja kao npr. psihologiju i sociologiju. Trenutna ekonomska teorija fokusirana je samo na financijski aspekt. Zbog toga ona opaža negativne posljedice samo kada one imaju utjecaj na financijsku sferu. Tako trenutni teoretski pristup bilježi samo vrh ledenog brijega negativnih posljedica uzrokovanih trenutnim ekonomskim sustavom. Rastom društvene međuovisnosti raste i utjecaj tih negativnih posljedica. Zbog toga one predstavljaju stvarnu opasnost za preživljavanje cijelog čovječanstva. Tako negativne posljedice ukazuju na to da jedno međuovisno društvo nije pogodno za ponašanje egocentričnog čovjeka.

Analize zasnovane na hipotezi ponašanja mogu dati relativno jednostavna objašnjenja mnogih i, s gledišta ekonomske znanosti u sadašnjem trenutku, manje razumljivijih fenomena. Korijeni problema današnje stvarnosti leže u egocentričnom ponašanju čovjeka te u korisnoj ili potrošačkoj maksimalizaciji. Kako egocentričan čovjek nije iznutra motiviran da usmjeri svoje aktivnosti prema drugima, on dobiva obvezu koja mu se nameće izvana. Ta obveza sadrži *prisilu* koja usmjerava aktivnosti egocentričnog čovjeka prema drugima. Postoje razne vrste prisila: društvena, pravna, financijska, itd. Bilo koja aktivnost egocentričnog čovjeka koja nije regulirana tim prisilama ima negativne posljedice na druge članove društva. Najčešće korištene prisile su financijska i pravna. Međutim, dugoročno gledano, one imaju ozbiljne nedostatke. Naime, samo u nekim slučajevima je očita veza između ljudi i negativnih posljedica. Češće postoji duži vremenski odmak između negativnih posljedica i ljudskih aktivnosti. Tako na primjer posljedice onečišćenja okoline (tablica 14.) mogu biti duže vremena sakrivene od spoznaje ljudi. Dakle, ukoliko su za vrijeme nastajanja negativnih utjecaja, te posljedice nepoznate društvu ili egocentričnom čovjeku osobno, nemoguće ih je uz pomoć prisile ispraviti. Također, održavanje

institucija koje bi nadgledale i izvršivale pravnu i financijsku prisilu zahtjeva golemi administrativni sustav. Osim toga, ako oni koji vrše tu prisilu (npr. vlada) slijede egocentrično ponašanje čovjeka, postoji velika opasnost od izgradnje jednog totalitarnog sustava.

Tablica 14. Kretanje emisije CO₂, 1975 – 2000

	Milijuni tona CO ₂ na godinu					% promjene 1990-2000
	1975	1985	1990	1995	2000	
European Union:						
Austria	50,4	54,5	56,9	58,8	62,8	10,3%
Belgium	116,3	102,6	107,3	113,6	120,3	12,1%
Denmark	53,0	60,2	50,6	57,9	50,1	-0,9%
Finland	44,7	48,9	55,0	56,4	54,8	-0,3%
France	434,4	365,8	352,7	354,5	373,3	5,8%
Germany	980,6	1 021,9	964,1	870,0	833,0	-13,6%
Greece	34,8	55,0	70,6	73,2	87,8	24,3%
Ireland	21,3	26,3	30,3	32,7	41,2	36,2%
Italy	322,6	351,2	400,1	412,9	425,7	6,4%
Luxembourg	12,1	9,9	10,5	8,2	8,0	-23,2%
Netherlands	141,7	147,7	159,8	174,5	177,1	10,8%
Portugal	18,3	24,9	39,6	48,8	59,6	50,5%
Spain	157,8	176,8	206,5	235,3	284,7	37,9%
Sweden	80,3	58,8	51,2	53,8	52,0	1,6%
United Kingdom	582,4	544,2	559,9	532,6	531,5	-5,1%
Other Western Europe:						
Cyprus	1,7	2,8	3,9	5,1	6,3	63,1%
Iceland	1,6	1,6	1,9	2,0	2,2	13,7%
Malta	0,7	1,1	2,3	2,2	2,3	-0,9%
Norway	24,4	27,4	28,5	32,7	33,6	17,7%
Switzerland	37,2	42,0	40,6	40,7	41,7	2,7%
Turkey	59,7	95,3	128,8	155,4	204,1	58,4%
Central and Eastern Europe:						
Albania	4,5	7,2	6,3	1,9	3,0	-51,4%
Bosnia and Herzegovina	...	...	...	4,0	15,4	...
Bulgaria	72,5	81,3	75,2	54,8	42,3	-43,2%
Croatia	...	...	...	15,9	17,8	...
Czech Republic	158,6	179,6	153,8	125,7	118,8	-22,8%
Estonia	...	...	...	15,5	14,0	...
Hungary	73,4	85,1	70,5	58,6	55,2	-21,7%
Latvia	...	...	...	9,2	6,5	...
Lithuania	...	...	...	14,3	11,2	...
Poland	348,5	420,4	344,2	331,9	292,8	-14,9%
Romania	140,9	178,7	166,9	116,9	86,5	-48,2%
Serbia and Montenegro	...	...	...	41,7	43,2	...
Slovakia	43,9	51,4	55,6	41,7	37,9	-31,9%
Slovenia	...	13,6	12,5	13,0	14,5	15,6%
The former Yugoslav Republic of Macedonia	...	...	9,2	8,8	8,4	-8,1%
North America:						
Canada	388,5	403,1	430,2	461,2	526,8	22,4%
United States	4 366,7	4 556,1	4 825,7	5 108,7	5 665,4	17,4%

Izvor: CO₂ Emissions from fuel combustion, 2002, IEA/OECD.

<http://www.unece.org/stats/trends/ch10/10.3.xls>

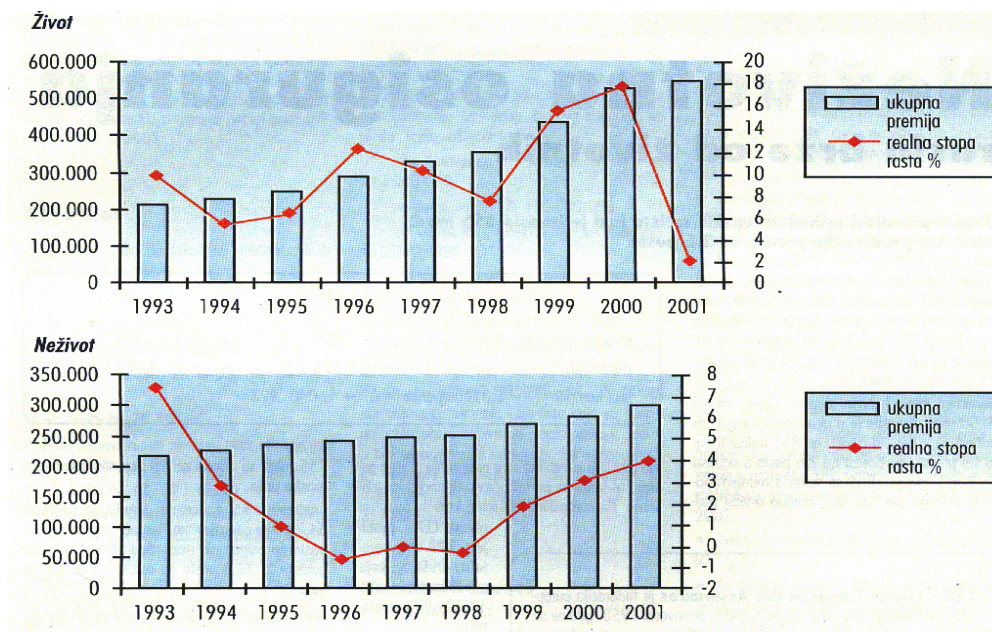
4.4.3.3. Financijske komplikacije

U društvu čiji članovi imaju natjecateljski cilj svatko je suprotstavljen drugom. To je razlog zašto je u takvom društvu svaka osoba (ili obitelj) pojedinačno odgovorna za nabavu bogatstva potrebnog za sadašnje i buduće potrebe. U takvoj situaciji pojedinac uvijek privlači usluge drugih samo preko svoje kupovne moći. Tako je pojedinac stalno izložen riziku uskraćivanja tuđih usluga. To isključivanje postaje stvarnost ako pojedinac nema financija ili kupovne moći kojima privlači usluge drugih. Tako postaje razvidno da je egzistencija egocentričnog čovjeka ograničena njegovom stvarnošću, te on mora živjeti u stalnom strahu od nedostatka financija u budućnosti. To postaje glavna motivacija egocentričnog čovjeka za sudjelovanje u proizvodnom procesu.

Zbog želje da se pobjegne iz tog stanja nesigurnosti i straha od budućnosti, egocentrični čovjek akumulira novac u sadašnjosti za predviđene i nepredviđene potrebe u budućnosti. Međutim, taj akumulirani novac se daje bankama ili sličnim institucijama da bi netko mogao imati prihod od toga. Naime, tu nastaju financijski problemi jer novac na banci postaje pravi predmet za špekulacije drugih osoba. To znači da banke posuđuju novac nekome s ciljem većeg iznosa prihoda nakon određenog vremenskog razdoblja. Tako pojedinci u natjecateljskom društvu, motivirani svojom brigom za nesigurnu budućnost, stavljaju novac ne samo na raspolaganje bankarskim špekulativnim aktivnostima, već na indirektan način i na raspolaganje onim ljudima koji posuđuju novac iz banaka. Ekonomske aktivnosti postaju sve više određene financijskim aspektom, te se na taj način udaljavaju od usmjerenosti prema čovjeku.

Postoji još jedna mogućnost za bijeg od nesigurne budućnosti. To je ulaganje novca zajedno s drugim osobama u zajednička sredstva. Tako onaj koji postane žrtva nepredviđenih događaja ili okolnosti dobije potrebne financijske resurse primajući novac iz zajedničkih sredstava, pod uvjetima koji su u skladu s ugovorom. To je ideja koja vodi k osiguranoj zajednici. Kako čovjek egocentričnog ponašanja svojevoljno ne usmjerava svoju egzistenciju prema drugim članovima društva, ta je praksa postala institucionalizirana. Te institucije također imaju financijski cilj u maksimalizaciji profita, što dovodi do naglog rasta te djelatnosti (grafikon 4.). Tako osiguravajuće kompanije služeći se fenomenom ljudske zabrinutosti za budućnost dobivaju određeni financijski fond kojeg upotrebljavaju za špekulacije ili kojeg posuđuju drugima koji također upotrebljavaju te fondove u špekulativne svrhe.

Grafikon 4. Trend rasta neživotnih i životnih osiguranja na tržištima koja su predmet obrade CEA –e



Izvor: Pauković H., Neživotna osiguranja rasla su brže od životnih, Osiguranje br.7/8, Croatia osiguranje d.d., Zagreb, 2002, str.54.

Banke i osiguravajuće kompanije imaju financijski cilj, što ekonomske aktivnosti čini određenima financijskim aspektom, te na taj način pridonose financijskim komplikacijama.

4.4.4. Domaćinstvo

"Obitelj je prirodna i osnovna grupna jedinica društva i zaštićena od društva i države" (Članak 23.1.)⁶⁴

Muž i žena, sjedinjeni ženidbom, zajedno sa svojom djecom čine jednu obitelj. Obitelj predstavlja izvornu stanicu društvenog života. Na isti način kao što je ljudsko tijelo sastavljeno od organa, društvo je sastavljeno od obitelji. Obitelj je naravna zajednica u kojoj su muž i žena pozvani na sebedarje u ljubavi i darivanju života. Izvor sreće, zadovoljstva i ljubavi svih članova jedne obitelji je u odnosima unutar nje. Odnosi u obitelji sadrže bliskost koja nastaje iz uzajamnog poštovanja među osobama. Osim toga, obitelj ima ključnu ulogu u prijenosu

⁶⁴ <http://www1.umn.edu/humanrts/instree/b3ccpr.htm> (International Covenant on Civil and Political Rights, G.A. res. 2200A (XXI), 21 U.N. GAOR Supp. (No. 16) at 52, U.N. Doc. A/6316 (1966), 999 U.N.T.S. 171, entered into force Mar. 23, 1976.)

svijesti čovjekova identiteta iz generacije u generaciju; obitelj je kao laboratorij gdje novi članovi društva, kroz iskustvo, mogu postati svjesni svojega stvarnog identiteta.

U ekonomskoj terminologiji obitelj se naziva *domaćinstvo* (kućno gospodarstvo). Ekonomski činitelji u obitelji su majka, otac i djeca. Članovi obitelji jesu osobe jednaka dostojanstva. Radi zajedničkog dobra njezinih članova i društva, u obitelji postoje različite odgovornosti, prava i dužnosti. Također, domaćinstvo pretpostavlja zdravu obitelj koja se ne ograničava na jamstvo prava te vršenje dužnosti, već pretpostavlja i naravnu dobrohotnost u skladu s dostojanstvom čovjeka. Ako usmjerimo pozornost na funkcioniranje domaćinstva iznutra, tj. odnos obiteljskih činitelja, i ako je analiziramo s obzirom na materijalno gledište, dolazimo do sljedećeg: iako obitelj čine ljudi različitog karaktera, spola, godina, itd, unutar nje postoji određena stvarnost koja određuje ponašanje njenih članova. Na primjer, kad je jedan član obitelji bolestan, podrazumijeva se da ostali članovi obitelji brinu o njemu na način na koji bi i oni htjeli da se o njima brine u slučaju da su i sami bolesni. Zbog takve stvarnosti, svaki je član obitelji svjestan materijalnih potreba drugih članova te nastoji izaći u susret njihovim potrebama. Aktivnosti obitelji nemaju materijalni smisao, a zadovoljenje razmjernih potreba se događa spontano. Obiteljski život sam po sebi predstavlja svoj smisao.

Iz navedenog slijedi kako unutar obitelji ne možemo pronaći tržišnu razmjenu, već brigu jednih za druge. U slučaju kada obitelj ima dovoljan izvor prihoda, svaki član obitelji uvijek ima ono što mu treba. Ukoliko nema dovoljnog izvora prihoda članovi obitelji će učiniti sve da zaštite najslabije članove obitelji od nestašice. Solidarnost unutar obitelji upravo pokazuje kako u samom izvoru života i društvene stvarnosti prepoznamo ne statičnost, zatvorenost i usredotočenost na sebe, nego darivanje, međusobno prožimanje koje ne apsorbira različitost nego upravo kroz različitost omogućuje dijalog ljubavi u temeljnom jedinstvu. Također, iako se neki poslovi obavljaju samostalno, ukupan posao upotrebljava se za dobrobit obitelji u cjelini. U tom smislu, postoji i zajedničko dobro u obitelji.

Analizirani obiteljski život, koji se može činiti vrlo jednostavnim, predstavlja prirodno funkcioniranje najmanje stanice društva. Vidljivo je da obitelj ne može funkcionirati s egocentričnim ponašanjem čovjeka jer obitelj ne bi mogla osigurati dobar odgoj i razvoj djeteta u odraslog čovjeka, a ni prijenos života ne bi bio moguć. Pa ipak, za ekonomske procese koji se odvijaju van obitelji, trenutna ekonomska teorija pretpostavlja upravo takvo ponašanje (korisna maksimalizacija). Dakle, nameće se sljedeće pitanje: Ako egocentrično ponašanje čovjeka nije prikladno za funkcioniranje unutar obitelji, kako može biti prikladno za upravljanje materijalnom dimenzijom cijeloga društva?

Osim toga, što se danas događa s obitelji, tom osnovnom jedinicom društva?

Činjenica je da su u današnje vrijeme koordinate obiteljskog života promijenjene. Obitelj nije više proizvodna ekonomska cjelina kao nekada kada se sve, od odgoja do privređivanja, odigravalo u jednom domaćinstvu i pod jednim krovom. Danas, premda roditelji imaju visoke zahtjeve s obzirom na odgoj, obrazovanje i životni tijek njihove najčešće malobrojne djece, najveći dio toga posla povjeravaju drugima. Majka i otac svode se na više ili manje uspješne kontrolore rasta i razvoja svoje djece. Međutim, biti otac i majka je nešto više od dobrog organizatora i uspješnog kontrolora.

Statistike modernoga društva, a osobito kada je riječ o obiteljskoj problematici, pokazuju kako ima sve više osoba koje odgovorno suočavanje s izazovima života zamjenjuju nekritičkim i olakim prihvaćanjem svega što život pruža i potpunom nezainteresiranošću za egzistencijalno važna pitanja. Dovoljno se osvrnuti na velik broj rastava i bračnih nevjera, stopu fertiliteta (tablica 15.), broj osamljenih i neoženjenih, ostavljene djece, samohranih majki, bolesnih i zaboravljenih staraca, itd. Takva statistika pokazuje kako moderni čovjek neuspješno ispunjava osnovne potrebe bez kojih je nezamisliv normalan i ispravan rast. Međutim, pitanje jednog roditelja: *Već sada se bojim za moje dijete i stalno prevrćem po glavi dilemu - odgojiti ga da bude "spretn" ili pak moralan i dobar, zbog čega će se jako namučiti u životu?* možda najbolje pokazuje do kojeg je stupnja danas prisutno egocentrično ponašanje. Tako egocentrično ponašanje koje je zastupljeno i promovirano u trenutnoj ekonomiji utječe i na obitelj, te malo po malo urušava i tu osnovnu jedinicu društva.

Tablica 15. Ukupna stopa fertiliteta (1980, 1990, 2001)

	Total fertility rate		
	1980	1990	2001
European Union:			
Austria	1,7	1,4	1,3
Belgium	1,7	1,6	1,6
Denmark	1,5	1,7	1,7
Finland	1,6	1,8	1,7
France	2,0	1,8	1,9
Germany	1,4	1,5	1,4
Greece	2,2	1,4	1,3
Ireland	3,2	2,1	2,0
Italy	1,6	1,3	1,2
Luxembourg	1,5	1,6	1,7
Netherlands	1,6	1,6	1,7
Portugal	2,2	1,6	1,5
Spain	2,2	1,4	1,3
Sweden	1,7	2,1	1,6
United Kingdom	1,8	1,8	1,6
Other Western Europe:			
Andorra	...	...	1,3
Cyprus	2,5	2,4	1,8
Iceland	2,5	2,3	1,9
Liechtenstein	1,8	1,5	1,2
Malta	2,0	2,0	1,5
Monaco	...	...	...
Norway	1,7	1,9	1,8
San Marino	1,5	1,3	1,2
Switzerland	1,6	1,6	1,4
Turkey	4,4	3,0	2,5
Central and Eastern Europe:			
Albania	3,6	3,0	2,1
Bosnia and Herzegovina	1,9	1,7	...
Bulgaria	2,1	1,8	1,2
Croatia	1,9	1,7	1,4
Czech Republic	2,1	1,9	1,1
Estonia	2,0	2,0	1,3
Hungary	1,9	1,8	1,3
Latvia	1,9	2,0	1,2
Lithuania	2,0	2,0	1,3
Poland	2,3	2,0	1,3
Romania	2,4	1,8	1,2
Serbia and Montenegro	2,3	2,1	1,7
Slovakia	2,3	2,1	1,2
Slovenia	2,1	1,5	1,2
The former Yugoslav Republic of Macedonia	2,5	2,1	1,7
North America			
Canada	1,7	1,7	1,5
United States	1,8	2,1	2,1

Izvori: National sources; New Cronos database, Eurostat; and Recent Demographic Developments in Europe 2002, Council of Europe. <http://www.unecce.org/stats/trends/ch2/2.9.xls>

4.5. Strategija poslovanja i strategija društvene odgovornosti organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva

4.5.1. Osnove strategije poslovanja ekonomije zajedništva

Strategija ekonomije zajedništva mijenja ponašanje egocentričnog čovjeka u ponašanje novog čovjeka. Međutim danas prisutne strategije uglavnom nameću drugima određeni tip ponašanja. Takav pristup nije primjeren za uvođenje ponašanja novog čovjeka koje je uvijek zasnovano na slobodnoj volji i osobnom odlučivanju. Naime, kako je prije zaključeno, ekonomija zajedništva se temelji na etici ljubavi, a temelj ljubavi je sloboda te je nezamisliva ljubav bez slobode.

U uvjetima društveno prevladavajuće ideologije individualizma i etičkog relativizma bitno pitanje koje se postavlja je pitanje o hitnoj potrebi novoga ponašanja. Poziv na ponašanje novog čovjeka putem ekonomije zajedništva je upućen svakom pojedincu osobno, a ne posebno nekoj klasi, rasi, naciji, stranci, udruzi. Novo ponašanje kreće od pojedinca koji prepoznaje važnost odgovora na taj poziv i njegovu nužnost za poboljšanje stanja i uvjeta života u suvremenom društvu. Taj zaokret u ponašanju mora u samim temeljima raskrinkati utopijsku vjeru u ostvarenje savršenoga društva. Samo kroz novo ponašanje pojedinac može jasno razabrati utopijske pretenzije suvremenog znanstveno-tehničkog napretka koji umnaža želje za materijalnim dobrima, zanemarujući pritom duhovne potrebe čovjeka, zaslijepljujući ga lažnim nadama i obećanjima. Dakle, ta promjena ponašanja ne nastaje posredovanjem društvene revolucije, nego ponajprije posredovanjem revolucioniranja srca i uma. Kriza zapadne civilizacije nije ni politička ni ekonomska, već je ona u svojoj srži duhovna – možemo je nazvati krizom duha zapadnog čovjeka.

Argument takvom promišljanju nalazimo i u riječima Rusa Aleksandra Solženjicina: "Postupno mi se očitovalo da crta koja razdvaja dobro i zlo ne prolazi kroz države, niti između klasa, kao ni između političkih stranaka – nego kroz srce svakog čovjeka [...]. Otada sam počeo shvaćati istinu svih religija na ovom svijetu: one se bore sa zlom unutar čovjeka (unutar svakog ljudskog bića). Nemoguće je u potpunosti istjerati zlo iz svijeta, no moguće je sputati ga unutar svake osobe. Tada sam uvidio lažnost svih revolucija u povijesti: one uništavaju samo one prijenosnike zla koji žive u njihovom vremenu (a također, zbog prenatrženosti, uništavaju i nositelje dobra), a zatim preuzimaju na sebe kao

svoje nasljeđe samo to zlo, koje se tako uvećava."⁶⁵ Takvo promišljanje nadopunjuje i preambula Statuta UNESCO-a: "Obzirom da ratovi počinju u ljudskom umu, u ljudskom umu treba graditi i obranu mira."⁶⁶

4.5.2. Strategija poslovanja uslužnih jedinica

Razlika između kapitalističkog poduzeća i uslužne jedinice ekonomije zajedništva je u tome da je za njeno funkcioniranje karakteristično novo ponašanje čovjeka i da je njen cilj kao i cilj svakog rada što ga ljudi obavljaju, pa bila to i najskromnija služba, uvijek sam čovjek. Uslužna jedinica usmjerena je na potrebe koje su u skladu s potrebama bližeg ekonomskog kruga (obitelj) u koji je čovjek integriran. Uslužna jedinica nije sama sebi smisao. Ona je određena istinskim potrebama obitelji i njenih članova. Također, slaže se sa strukturom društva te međuljudskim odnosima koji izravno dolaze u prvi plan kad su odnosi njenih članova okarakterizirani ponašanjem novog čovjeka. Unutar uslužne jedinice vladaju isti principi koji se mogu pronaći unutar zdrave obitelji. Sudjelovanje u aktivnostima uslužne jedinice pridonosi novim ljudima u proširenju obzora njihove stvarnosti. Zbog toga je ekonomska aktivnost obogaćenje ne samo za društvo, već također za obitelj i njene članove. Profesionalni život nije u suprotnosti s privatnim životom, oba su potrebna za razvoj obitelji, njenih članova, naroda i cijelog društva. Aktivnosti nisu svrha same sebi jer, u svakom trenutku, u odnosu prema radu ili u odnosu s drugim ljudima, novi čovjek može dobiti ispunjenje u punini bitka. Radi toga onaj tko djeluje u uslužnoj jedinici ima unutarnju motiviranost za ostvarenje svoje djelatnosti.

Unutar uslužne jedinice poštuju se ovlasti svakoga. Naime, i podređenima se daju određene ovlasti i moći odlučivanja. Time se ističe dostojanstvo djelatnika, njihova odgovornost, sposobnost za slobodu i inicijativu, te se na taj način promiče ne samo kakvoća proizvodnje nego i kakvoća ljudi o kojoj ona ovisi. Unutarnja organizacija funkcionira na način da se najvažnije odluke donose zajedno sa svim djelatnicima slijedeći slobodno odlučivanje i odgovornost osoba. Tako se novo poduzeće izgrađuje odozdo prema gore, te uprava intervenira samo kao posljednja instancija. Stvarnost uslužne jedinice nije jednaka stvarnosti kapitalističkog poduzeća jer se ona slaže s istinskim potrebama ljudi.

Kako je ekonomija zajedništva uključena u tržišnu ekonomiju, u skladu s pravilima ponašanja takvog sustava pojedinac teži pronalaženju sebe kroz zadovoljenje svojih potreba. Međutim, u ekonomskim transakcijama često

⁶⁵ Solženjicin, A. I., *The Gulag Archipelago*, preveo T.P. Whitney, sv. 3-4, New York:Harper & Row, 1974-78, str. 615-16.

⁶⁶ <http://www.mvp.hr/MVP.asp?pcpid=846>

nemamo samo materijalne ciljeve i ne brine nas samo prikupljanje resursa. Istovremeno želimo izraziti sami sebe, stvoriti odnose s drugima, proširiti naše vidike kako bismo saznali tko smo, kamo idemo, kome pripadamo. Na tržištu i u ekonomskoj sferi se ne zadovoljimo samo time da se bogatimo u smislu dobara; ako smo iskreni sami sa sobom moramo priznati da u dubini osjećamo potrebu postati bogatiji u smislu perspektiva, odnosa, značaja. U takvoj situaciji novi čovjek se ponaša po pravilima kapitalizma, iako su sve njegove aktivnosti motivirane njegovom osnovnom potrebom, ispunjenjem kroz druge. Za razliku od želje za neograničenom potrošnjom i vladanjem, u kojoj će najčešće biti ovladan drugima, novi čovjek u ekonomiji zajedništva radije slobodno zadovoljava svoje istinske potrebe u maksimalizaciji punine bitka.

4.5.3. Strategija društvene odgovornosti ekonomije zajedništva

Danas u svijetu, unutar privatnoga poslovnog područja, raste interes za doprinos društvenom razvoju i ekološkoj održivosti. Društvena odgovornost promatra se kao jedan od bitnih elementa za iskorjenjivanje siromaštva u sve više povezanom društvu. Osim toga, "... nijedno poduzeće ne može preživjeti duži period bez dobrog glasa o poštenju, profesionalnosti, civiliziranosti i uljudnosti, jer bi u protivnom ljudi prestali poslovati s poduzećem koje bi bilo na glasu da zloupotrebljava svoje kupce; u tržišnom sustavu temeljenom na principu slobodne razmjene su potrošači slobodni ne kontaktirati s takvim poduzećima"⁶⁷

Međutim, s druge strane postoje i drugačija mišljenja: "Uloga kompanija je da ostvaruju profit, ne da spašavaju planet. Ne dajmo im da čine pogreške brkajući to dvoje."⁶⁸

Odgovor na ovakav stav bi bio: "... u trenutku stvaranja bogatstva važno je puno mnogo zaraditi, kasnije će se moći ponovno dijeliti to veliko bogatstvo na ravnopravan način, to jest prema nekim pravilima pravednog dijeljenja. Ali to je perversna logika jer teži podjeli ljudske osobe, jer teži stvaranju shizofreničnih ljudi. Ne može ista osoba u stvaranju boljih ekonomskih rezultata i većih profita biti prvo nezainteresirana za druge, a potom raditi na podjeli tog bogatstva. A to zbog toga jer kad bi i svojim rukama pravednije ponovo dijelio neće moći nikada nadoknaditi zlo koje je učinio u trenutku kada je stvarao ono bogatstvo"⁶⁹

⁶⁷ <http://www.acton.org/ital/publicat/tfvs.html>; R. Sirico, Per una società libera e virtuosa

⁶⁸ Wolf, Martin: *Alternative View of Corporate Social Responsibility: A Dialogue with the Financial Times*, Financial Times, United Kingdom, 16. svibanj 2001.

⁶⁹ Zamagni, S.; *Le sfide dell'economia di comunione nell'età della globalizzazione*, in: Bruni, L. e L. Crivelli (a cura di), *Per una economia di comunione. Un approccio multidisciplinare*, Città Nuova, Roma, 2004., str. 136-137

Tako u skladu s navedenim odgovorom djeluje ekonomija zajedništva. Naime, kod ponašanja novog čovjeka, u ekonomiji zajedništva prevladava kooperativnost i susretljivost što vodi društvenom skladu u kojem su osobne sposobnosti prikladno upotrijebljene u korist drugih. U ekonomiji zajedništva nema proizvoda koji je proizveden i prodan, već imamo samo uslugu koja je rezultat zajedničkog postojanja. Ona je ovisna o ponudbeno motiviranim odnosima koji su u suglasju s društvenim skladom. Posljedica koja nastaje kao rezultat takve vrste odnosa (sinergija) je mnogo veći od zbroja pojedinačnih snaga. Pojedinačne osobe ili više njih koji se ponašaju egocentrično ne mogu iskusiti taj učinak, koji se može usporediti s otkrivanjem treće dimenzije u dvodimenzionalnom svijetu. Osim toga, taj učinak je stalan cilj novog čovjeka u ekonomiji zajedništva. Za pojedinca, taj je učinak ispunjenje u punini bitka, a za društvo taj je efekt skladnost.

Takav odnos grupe ljudi u kojem vlada neegocentrično novo ponašanje čovjeka stvara potpuno novu stvarnost koja je pozitivna za društvo kao cjelinu. Tako uz pojam međuovisnosti ne ide više pojam ravnoteže, jer nema više suprotstavljenih sila, već skladnost. U takvom društvu sklad je moguć jer u maksimalizaciji punine bitka novi čovjek stalno donosi skladnost sa svojom voljom ili svojom savješću. Tako samo osoba koja živi u skladu sa samim sobom može doprinositi skladu u društvu. Promatrajući kroz prizmu etike ljubavi, prvi stupanj ljubavi našeg *ja* prema sebi i ostvarenju svojih potreba je sasvim prirodan i dobar, te ga nije potrebno posebno naglašavati, ukoliko nije pretjeran. Kako bi se izbjeglo pretjerivanje, treba *ljubiti svog bližnjeg kao samog sebe*. Takav koncept potreba je zasnovan na vrijednostima koje mogu biti osnova za društveni sklad, te se na taj način bez nametanja svoje volje drugima isključuje društveni razvoj prema situaciji u kojoj je veliki dio populacije podčinjen relativno maloj skupini ljudi. Međutim, uslijed nesavršenosti čovjeka kao takvog, u društvu uvijek postoje pravila i regulacije (etika zakona). Takve norme imaju praktičnu primjenu u ponašanju novog čovjeka i služe kao određena polazna točka (ili edukacija) za čovjeka s tim ponašanjem. Međutim, ponašanje novog čovjeka načelno ne treba biti ispravljano vanjskom prisilom.

Primjer koji dobro opisuje gore navedeno zbio se prije nekoliko godina, na paraolimpijskim igrama u Seattlu. Bilo je 9 atletičara, svi s mentalnim i fizičkim oštećenjima, spremnih na startnoj liniji od 100 metara. Na pucanj pištolja započela je utrka, ne šprintom, ali kod svih sa željom da stignu do cilja i pobjede. Dok su trčali, jedan je dječak posrnuo, pao, nekoliko se puta prevrnuo i započeo plakati. Ostalih osam trkača čulo je dječakov plač. Usporili su i okrenuli se. Zaustavili su se i vratili nazad. Svi. Jedna djevojčica s Downovim sindromom sjela je pored njega i počela ga ljubiti govoreći: Je li ti sad bolje? Nakon toga su ga podigli i svih desetoro su zagrljeni odšetali do cilja. Svi na stadionu su ustali sa svojih mjesta i nekoliko minuta od srca pljeskali natjecateljima. Ljudi koji su nazočili tom događaju još uvijek pričaju o tome. Dakle, iz ove priče vidimo da je

veoma važno pomagati drugima, iako to ponekad znači usporiti ili promijeniti vlastiti trk.

5. Strategija financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva

5.1. Osnove strategije financiranja

Donedavno se smatralo da je maksimalizacija profita osnovni i najsveobuhvatniji cilj poslovanja poduzeća. Međutim, tako definiran cilj je zanemarivao dinamiku i rizičnost očekivanih povrata, financijski rizik, gotovinski tijek i dugoročnu stabilnost poslovanja. Tako se danas u ekonomskoj znanosti kao cilj uzima dugoročna maksimalizacija bogatstva dioničara tj. "... povećanje vrijednosti uloženog kapitala vlasnika"⁷⁰. Međutim, putem korporacijske društvene odgovornosti (CSR – vidi poglavlje 2.2.2) sve više je prisutno uključivanje društvene i ekološke brige u poslovanje. Time su ciljevi prošireni što "... omogućuje oplemenjivanje cilja povećanja bogatstva"⁷¹.

S obzirom na definirani cilj uvjetovana je i strategija financiranja. Kako ona ima ulogu sintetiziranja svih ostalih pojedinačnih strategija, tako se u njoj manifestiraju svi uspjesi i neuspjesi te je "... financijski izraz uspješnosti poslovanja najznačajniji pokazatelj uspješnosti managementa."⁷²

Tako se po G.E. Greenley, u njegovom djelu *Strategic Management*, u okviru strategije financiranja obično stavlja naglasak na četiri temeljna pitanja koja su međusobno povezana tako što su međusobno uvjetovana. To su:

➤ struktura kapitala

Struktura kapitala poduzeća određena je odnosom duga i trajnog kapitala, te podložna utjecaju raznih faktora. Razlikuju se četiri pokazatelja financijske poluge:

□ odnos dugoročnih obveza i ukupnog dugoročnog kapitala

Odnos dugoročnih obveza i ukupnog dugoročnog kapitala pokazuje udjel tuđeg kapitala u ukupnom dugoročnom kapitalu (vlastitom i tuđem). Naziva se *gearing*, a računa se

⁷⁰ Vidučić, Lj., *"Financijski management"*, III. izdanje, RRIF, Zagreb, 2002., str. 13

⁷¹ Vidučić, Lj., *"Financijski management"*, V. izdanje, RRIF, Zagreb, 2006., str. 23

⁷² Buble, M. (redaktor) Cingula, M., Dujanić, M., Dulčić, Ž., Ljubić, F., Mencer, I., Pučko, D., Singer, S., Tipurić, D., Zan, L., *Strategijski management*, Ekonomski fakultet Split, Split, 1997., str. 362

omjer (dugoročne obveze s fiksnom kamatom i zbroj dugoročnih obveza s fiksnom kamatom i vlastitog kapitala).

❑ stupanj zaduženosti

Stupanj zaduženosti pokazuje odnos između ukupnih obveza i ukupne aktive. Izračunava se kao omjer (ukupnih obveza i ukupne aktive). Tako se pokazuje koliki se dio imovine financira iz tuđih izvora.

❑ odnos duga i glavnice

Odnos duga i glavnice pokazuje zaduženost poduzeća u odnosu na vlastiti kapital, a utvrđuje se kao omjer (ukupnih obveza i vlasničke glavnice).

❑ odnosi pokrića

Odnos pokrića predstavlja pokazatelj mogućnosti poduzeća da poslovnom aktivnošću pokrije financijske troškove proizašle iz upotrebe financijske poluge.

➤ akvizicija (stjecanje, nabavka) kapitala,

Akvizicija kapitala predstavlja korišteni izvor kapitala. Izvori mogu biti vlastiti i tuđi. Odnos između ovih izvora predstavlja prvi indikator strukture kapitala.

➤ alokacija kapitala

Alokacija kapitala daje odgovor na pitanje kako kapital prikupljen akvizicijom alocirati unutar poduzeća.

➤ upravljanje dividendama

Upravljanje dividendama govori o upotrebi dobitka. Je li se reinvestira ili isplaćuje dioničarima u obliku dobiti? Ono ovisi o:

- ❑ Potrebi za kapitalom
- ❑ Likvidnosti
- ❑ Sposobnosti posuđivanja
- ❑ Aspiracijama dioničara
- ❑ Politici dividendi pripadajuće grane

- Drugim činiteljima⁷³

5.2. Osnove strategije financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva

Primarni cilj ekonomskih aktivnosti pri ekonomiji zajedništva je sama usluga, a ne financije. Financijsko je upravljanje podčinjeno tom cilju. Tako je ovakva strategija financiranja primjer neegocentričnog ponašanja. Međutim, financijski sustav koji okružuje ekonomiju zajedništva organiziran je na egocentričan način. Upravo to je glavni izazov koji uvjetuje definiranje temeljnih pitanja o kojima ovisi strategija financiranja ekonomije zajedništva. Naime, kako financije postaju zapreka razmjeni kad se smatraju svrhom u sebi, tako usluga uslužne jedinice treba imati primat nad financijama. Dakle, fokusiranjem na davanje i usluživanje stječu se uvjeti za ispravljanje trenutnog ekonomskog poretka iskrivljenog postojećom egocentričnom praksom, kao i uvjeti za stvaranje društvenog sklada.

Tako usmjerenost na izvornu uslugu s ciljem uspostavljanja društvenog sklada predstavlja jedan od osnovnih principa financijskog upravljanja u ekonomiji zajedništva. Dakle, svrha uslužne jedinice, u biti, nije jednostavno stvaranje zarade, nego postojanje samog poduzeća kao zajednice ljudi koji na različit način ostvaruju zadovoljavanje svojih temeljnih potreba te tvore posebnu grupu u službi cijeloga društva. Da bi se ostvarila usmjerenost na izvornu uslugu potrebno je izbacivanje egocentričnih financijskih tijekova (svih aktivnosti koje nisu usmjerene na izvornu uslugu), a održavanju usmjerenosti na izvornu uslugu pomaže i pojava natjecanja na tržištu, koja pomaže da ne dođe do razvoja prema slaboj kvaliteti usluge (zbog nerazumijevanja pojma zajedničkog postojanja).

U ovom poglavlju će strategija financiranja ekonomije zajedništva biti predstavljena s obzirom na četiri bitna elementa strategije financiranja (poglavlje 5.1.). Ono je zasnovano na istraživanju iskustava koja se mogu pronaći u ekonomiji zajedništva. Međutim, ono ne predstavlja jedan opis trenutne financijske situacije ekonomije zajedništva, već strategiju financijskog upravljanja koja je u skladu s prirodom ekonomije zajedništva.

⁷³ Greenley, G.E., *Strategic Management*, York Prentice Hall, New York, 1989, str. 335

5.2.1. Struktura kapitala

U skladu sa strategijom financiranja ekonomije zajedništva potrebno je da vlasnici koji simpatiziraju ekonomiju zajedništva imaju najmanje 51% vlasništva tj. većinu u odlučivanju. Osim toga, razvoj financijske autonomije pojedinca i uslužne jedinice je također jedan od ciljeva ekonomije zajedništva. Međutim, princip autonomije nije, kako se može činiti, u kontradikciji sa zajedničkim postojanjem, već je prije garancija jednoga stabilnog razvoja društva.

5.2.2. Akvizicija (nabavka) kapitala

Danas je upotreba pozajmljenog kapitala i plaćanje kamata široko rasprostranjena praksa. To se posebno odnosi na mala i srednje velika poduzeća koja, suočena s pomanjkanjem kapitala, objašnjavaju upotrebu pozajmljenog kapitala kao jedinu mogućnost za uspostavljanje ili nastavak rada.

Međutim, takvo objašnjenje gubi svoju vrijednost u ekonomiji zajedništva koja je zasnovana na zajedničkom postojanju. U skladu s logikom ekonomije zajedništva postoje sljedeći argumenti koji objašnjavaju pristup u kojem se nastoji ne pozajmljivati kapital:

- Izostanak pozajmljenog kapitala u ekonomiji zajedništva rezultira oblikom ponude, motivirane prirodom davanja, koja je u tom projektu u suprotnosti s egocentričnim posuđivanjem. Naime, trenutne ekonomske strukture nude jedno egocentrično posuđivanje. Međutim, samo ponuda koja je motivirana i slobodna od egoističnog interesa onoga koji posuđuje je u skladu s ekonomijom zajedništva.
- Karakter današnjeg financijskog okružja nije dobar vodič ekonomskih aktivnosti. Naime, kako je već uočeno, postoji sklonost postojećeg sustava prema društvenom neskladu, sustavnim manama (nezaposlenost, sve veće siromaštvo, itd.), kao i rastu špekulativnih aktivnosti u financijskom sustavu, što vodi sve većoj nestabilnosti sustava. Raspad toga sustava (što je stvarna mogućnost) može prouzrokovati velike društvene neskladnosti. Prema tome, povezivanje s takvim sustavom ne bi bilo dobro za ekonomiju zajedništva. Osim toga, kako se ekonomija zajedništva fokusira na izvornu uslugu ona vrlo lako može postati ovisna o trenutnom financijskom sustavu sa svim njegovim nedostacima.
- Za upotrebu pozajmljenog kapitala, po kapitalističkoj logici, treba biti plaćena određena cijena. Međutim, institucije ekonomije

zajedništva nisu sredstvo za prikupljanje financijskih resursa za one koji na egocentričan način ulažu vlastiti kapital. Naime, umjesto da dio profita uslužne jedinice odlazi kao cijena kapitala, on treba biti iskorišten za ciljeve ekonomije zajedništva. To pokazuje zašto je jako bitno za projekt Ekonomije zajedništva da bude sastavljen od uslužnih jedinica koje ne koriste pozajmljeni kapital.

Dakle, uslužne jedinice u ekonomiji zajedništva ne pozajmljuju kapital iz egocentričnih izvora. No, za one koji sudjeluju u ekonomiji zajedništva na način da daju financijske resurse ili druge doprinose (imaju neinstitucionalnu povezanost s ekonomijom zajedništva), vrijedi da sami mogu odrediti nivo pozajmljivanja u skladu s njihovim vlastitim promišljanjem.

5.2.3. Alokacija kapitala

5.2.3.1. Internalizacija financijskih tijekova

Radi očuvanja usmjerenosti na izvornu uslugu, dosljednosti principu izbacivanja egocentričnih financijskih tijekova, te zbog međuovisnosti i uključenosti ekonomije zajedništva u trenutni egocentrični ekonomski poredak, nastoji se provesti internalizacija tijekova u ekonomiji zajedništva. Ta internalizacija treba biti u skladu s profitabilnošću, a poduzetnik slobodno donosi odluku o takvom usmjeravanju financijskih tijekova. Naime, umjesto prema egocentričnim poduzećima, poduzetnik može usmjeravati financijske tokove prema neegocentričnim organizacijama koje su zasnovane na zajedničkom postojanju i na taj način preko njih ulagati u zajedničke ciljeve. Takva strategija može voditi porastu cjelokupne profitabilnosti ekonomije zajedništva, kao i izgradnji društvenog sklada.

Postoje brojne zakonske obveze koje vode financijske tokove prema kompanijama koje se ne priklanjaju ekonomiji zajedništva (npr. za energiju, osiguranje, transport, komunikacije, naknadu za vodu itd.). Osim toga, teško je očekivati da uslužna jedinica ekonomije zajedništva bude oslobođena oporezivanja, iako bi to bilo opravdano zbog obavljanja funkcije države (upravljanje i razvoj društva prema društvenom skladu). Zato tek u slučaju potpune pripadnosti poduzeća ekonomiji zajedništva (organizacijska forma grupe poduzeća), financijski resursi se mogu usmjeriti bez poreznih prepreka. Kako, zbog različitih razloga, poduzetnici simpatizeri ne uključuju svoje poduzeće potpuno u projekt, ali žele pridonijeti njegovom razvoju, pogotovo kroz financijski aspekt, događa se da se na te financijske tokove plaćaju i dodatni porez. Sve to ograničava internalizacijske mogućnosti projekta. Međutim, uslijed postojanja većeg broja uslužnih jedinica koje su potrebne usluga infrastrukture,

a pripadaju projektu Ekonomija zajedništva, postoji mogućnost za internalizaciju te uspostavljanje lakših profitnih transfera.

Osim toga, usluge koje u današnjoj ekonomiji bilježe porast zbog sukoba interesa i natjecateljskog karaktera egocentričnog poretka (sudske parnice, cjenkanje, razni dokazi - ovjere) kod uslužnih jedinica nestaju. I zbog tog je razloga potrebna internalizacija projekta Ekonomija zajedništva.

5.2.3.2. Transparentnost

Ekonomija zajedništva može biti uspješna samo ako je zasnovana na potpunoj transparentnosti i usuglašenim ciljevima. Razlog tome leži u zajedničkom postojanju sudionika tog projekta. Financijska transparentnost je osnovna potreba pa čak i uvjet za implementaciju poduzeća u projekt Ekonomija zajedništva. Ta transparentnost se ne odnosi samo na iznos stvorene dobiti ili gubitka uslužne jedinice, već i na svaku financijsku transakciju i sve financijske priljeve koji se pojavljuju. Na taj je način jasno naznačen iznos profita, te kolika se količina novca odvaja za zajednički cilj ekonomije zajedništva. Osim toga, kod takvog načina financijskog upravljanja, prilikom susreta poduzetnika ekonomije zajedništva, a zbog međusobne otvorenosti i transparentnosti, postoji lakša mogućnost ispomoći jednih prema drugima. Poduzetnici koji su simpatizeri projekta svake godine šalju izvješća globalnom administrativnom centru projekta. Tako je na međunarodnim sastancima ekonomije zajedništva i kroz izdavaštvo (ekonomije zajedništva) omogućeno izvješćivanje o globalnoj situaciji i statistici projekta svim zainteresiranim osobama.

5.2.3.3. Trenutno podmirenje financijskih transakcija

Uslužne jedinice u ekonomiji zajedništva uvažavaju zakonske okvire država u kojima se nalaze i nastoje ih ispuniti. Međutim, legalnost u ekonomiji zajedništva ne znači samo ispunjavanje zakonskog okvira društva već i ispunjavanje svih ugovora. To u praksi znači, na primjer, da poduzetnik-manager nastoji isplatiti svoje klijente na vrijeme te da su financijski resursi odvojeni za porez u skladu sa zakonskim zahtjevima. Trenutno podmirenje financijskih transakcija je blisko vezano s ciljem izbacivanja egocentričnih financijskih tijekova u uslužnoj jedinici. Takvo ponašanje ima važan utjecaj na strukturu i funkcioniranje uslužne jedinice, kao i na realizaciju njenih različitih uslužnih misija. Na taj način se omogućuje ispunjenje zakonskih obveza u financijskoj sferi, što može biti promatrano kao pokazatelj stava po kojem su financije u poduzeću samo stvar upravljanja, a ne razlog postojanja poslovnih aktivnosti. Osim toga, takvo ponašanje predstavlja veliki potencijal za rast izvorne usluge i profitabilnosti jer poslovni ljudi bivaju privučeni takvim načinom poslovanja.

5.2.3.4. Pravedna plaća

Plaća osoblja zaposlenih u uslužnim jedinicama ne predstavlja *realni tijek* već jednu unutarnju stvar upravljanja. Ona ovisi o više okolnosti. Kako rad ima svoju osobnu i društvenu značajku, kod određivanja plaće treba voditi računa o tim dvjema dimenzijama bez kojih je nemoguće pravedno procijeniti i vrednovati rad.

Tako se treba držati načela:

- uzdržavanje radnika i njegove obitelji

Plaća treba biti dostatna za samog radnika, ali i za uzdržavanje njegove obitelji. Visina plaće na neki način štiti obitelj.

- ekonomske situacije poduzeća

Potrebno je voditi računa o snazi i o veličini poduzeća, te njegova poduzetnika. U mnogim slučajevima, zbog globalnog karaktera ekonomije zajedništva, rast operativnog priljeva uslužne jedinice ne znači i obvezu rasta izdataka za osoblje. Dodatni financijski tijekovi radije se usmjeravaju prema trima zajedničkim ciljevima ekonomije zajedništva.

- zahtjevi općeg dobra i potrebe opće ekonomije

Pretjerivanje u snižavanju ili povećanju plaća protivi se prirodi ekonomije zajedništva. Potrebno je provoditi uravnoteženu politiku, s obzirom na plaće, koja daje što većem mogućem broju zaposlenika sredstva za dostojan život. Tome u prilog ide i pravedan omjer među plaćama. Razina primljenog dohotka bi trebala biti malo veća nego što je potrebno za život, zbog zadržavanja mogućnosti slobodnog davanja. Tako višak financijskih resursa pojedinci mogu slobodno dati za izgradnju ekonomije zajedništva (neegocentrična investicija).

5.2.4. Upravljanje dividendama

U ekonomiji zajedništva profitabilnost je rezultat realizacije zajedničkog postojanja. Tako nasuprot trenutnom egocentričnom ekonomskom poretku, profitabilnost uslužnih jedinica i ekonomije zajedništva nije ukupni cilj ekonomskih aktivnosti. Međutim, profitabilnost ipak predstavlja jedan od ciljeva. On se može izraziti kao višak financijskog izlaza u odnosu na financijski ulaz. Tako je na dulji rok cilj bilo koje uslužne jedinice da financijski izlaz, koji je

zasnovan na usluzi i u skladu s njenom uslužnom misijom, bude veći nego financijski ulaz potreban za pružene usluge.

Tako nastala dobit uslužne jedinice koja se nalazi unutar projekta Ekonomija zajedništva dijeli se na tri jednaka dijela i to:

- 1/3 za zajedničko postojanje – ulaganje u formiranje *novih ljudi*
- 1/3 za reinvestiranje – čime se učvršćuje ekonomska i financijska snaga poduzeća
- 1/3 za društveni sklad – koji se odnosi na projekte za pomoć siromašnima i ljudima u potrebi.

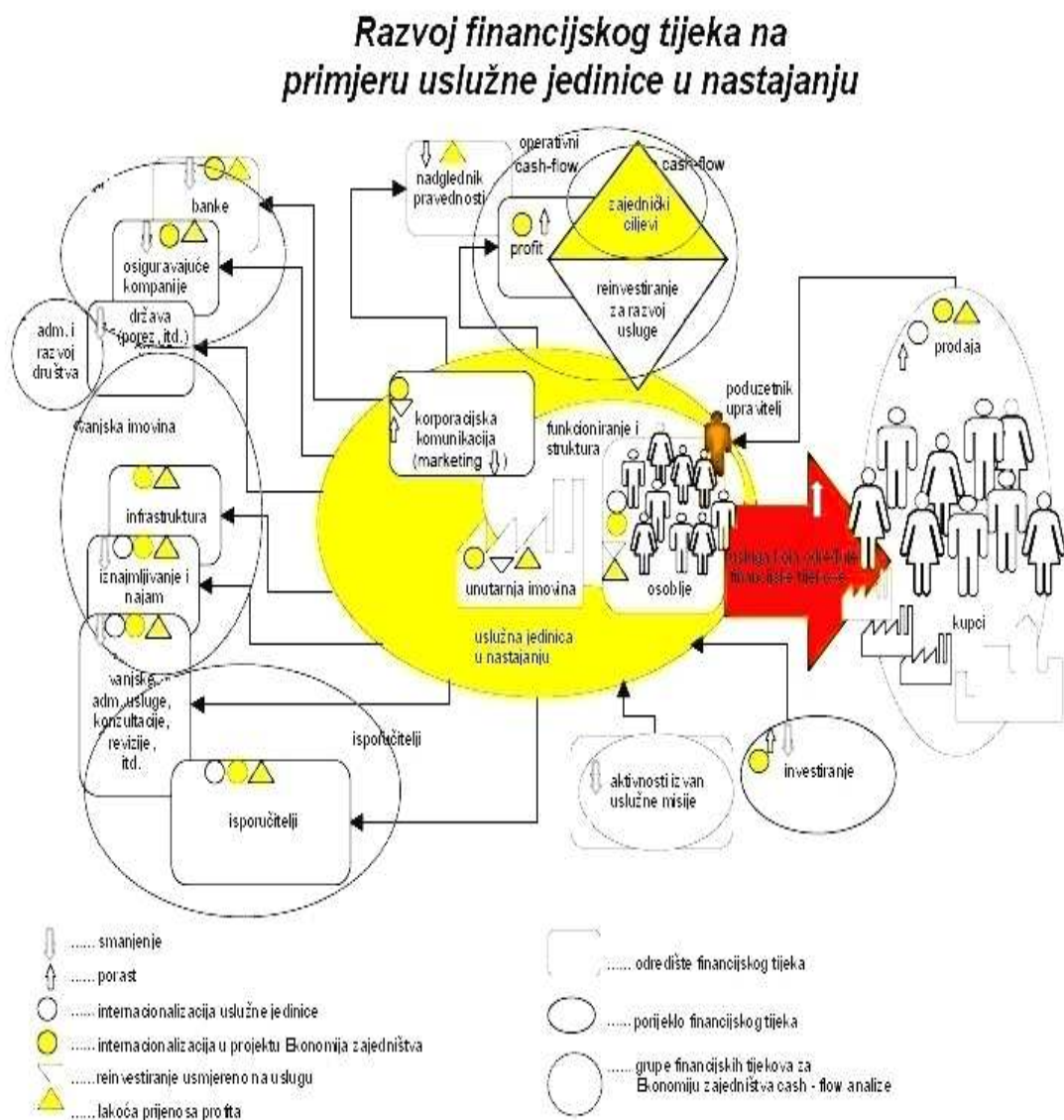
Da bi uslužne jedinice koje proizvode profit bile sposobne davati sredstva za ostvarenje zajedničkih ciljeva ekonomije zajedništva, njihov cilj, koji je podređen cilju izvorne usluge, je stalna razina profita. Tako svaka uslužna jedinica koja proizvodi profit ima posebnu uslužnu misiju prikupljanja financijskih resursa za tri zajednička cilja ekonomije zajedništva. Profit ovisi o raznim elementima kao što su: vrsta uslužne misije, zrelost uslužne jedinice (u nastajanju), te ekonomska okolina u kojoj se uslužna jedinica nalazi. Tako uspostavljanjem profitabilnosti i financijske stabilnosti uslužna jedinica ispunjava važne uvjete za uključanje u projekt Ekonomija zajedništva, jer na taj način pokazuje sposobnost prikupljanja financijskih resursa za tri zajednička cilja tog projekta. Dakle, potrebno je da samo uslužne jedinice koje na duže vrijeme imaju određenu razinu viška prihoda, a usmjerene su na izvornu uslugu, potpuno ulaze u projekt Ekonomija zajedništva. Razlog za to je sprječavanje onih ljudi koji, radi ostvarenja svojih egocentričnih namjera, žele svoje poduzeće učiniti profitabilnim ulaskom u ekonomiju zajedništva (koristeći pri tom prednosti raširene svjetske poslovne mreže).

5.3. Prikaz modela financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva

Predstavljena strategija financiranja je osnova za analizu i razvoj uzorka financijskog tijeka poduzeća koje se priprema za ulazak u grupu Ekonomija zajedništva. Financijski tijek u uslužnoj jedinici je osnova promjena i razvoja. To znači da poduzetnik simpatizer, čije poduzeće nema strukturnu povezanost s Ekonomijom zajedništva, slobodno poduzima promjene financijskog tijeka. S druge strane, uslužne jedinice u nastajanju obično trebaju imati financijski tijek koji je u skladu s Ekonomijom zajedništva, što je jedan od uvjeta sposobnosti ulaska u ovaj oblik poslovanja.

Uslužne jedinice ekonomije zajedništva imaju posebne financijske tijekove čija je struktura predstavljena na slici 5. Ti financijski tijekovi su nastali uz pomoć principa predstavljenih u prethodnim poglavljima.

Slika 5. Razvoj financijskog tijeka na primjeru uslužne jedinice u nastajanju⁷⁴



Iz slike je vidljivo da nastajanje uslužne jedinice vodi dubokim promjenama u tijeku financija. Financijski resursi nisu upotrijebljeni za egocentričnu svrhu, već

⁷⁴ Ressler, M.: Economy of communion – elements and prospects for development, doktorska disertacija, Vienna University of Economics and Business Administration, 1999, str. 204.

za neegocentrične ciljeve koji vode društvenom skladu. Tako je za organizaciju financijskog tijeka u uslužnoj jedinici u nastajanju jako bitna fokusiranost na izvornost usluge. Naime, poslovanje, koje je zasnovano na zajedničkom postojanju ekonomije zajedništva, usmjereno je prema nadilaženju profita kao glavnog cilja poslovanja. Sve aktivnosti, koje nisu potrebne za obavljanje uslužne misije uslužne jedinice, nastoje se, u periodu nastajanja, izbaciti. U praksi se to primjenjuje i očituje u financijskim tijekovima uslužne jedinice na način da su uslužni principi nadređeni principima profitabilnosti. Međutim, profitabilnost ostaje i dalje bitna u smislu prikupljanja financijskih resursa za ciljeve projekta. Tako se financijski tijek prema vlasniku nastoji eliminirati (nema dividendi), a vlasnik ima financijsku dobit na neposredan način kroz povećanje vrijednosti samog poduzeća. Umjesto financijskih tijekova prema vlasniku uvode se stalni financijski tijekovi prema zajedničkim ciljevima ekonomije zajedništva (tri zajednička cilja) koji imaju težnju prema povećanju. Također nastoji se povećati dugoročne financijske tijekove koji su nastali iz uslužne misije, a bez upliva špekulacija.

Osim toga, teži se urediti odnos prema operativnim aktivnostima izvan uslužne misije u uslužnoj jedinici u nastajanju. Tako je važno ako neke aktivnosti povećavaju izvornost usluge onda one nastavljaju biti dio usluge. U suprotnom, one se nastoje eliminirati iz uslužne jedinice u nastajanju. Takva situacija može uzrokovati da se poduzeće koje obavlja dvije različite usluge podijeli u dvije jedinice u skladu sa svojim rastom i transformacijom u uslužnu jedinicu. Sve to odražava se u financijskim tijekovima kod uslužnih jedinica u nastajanju. Tako se kod financijskog tijeka prema isporučiteljima posebna pozornost posvećuje internalizaciji, a financijski tijekovi izvan uslužne misije (aktivnosti izvan uslužne misije) se nastoje što više smanjiti.

Kod uslužnih jedinica u nastajanju nastoje se izbaciti financijske transakcije koje su obavljene s ciljem prikupljanja profita koji ne dolazi direktno od usluge. Tako se stavke koje ne dolaze direktno od usluge, a obična ih kapitalistička poduzeća promatraju kao dio običnih poslovnih aktivnosti, polako reduciraju i eliminiraju u uslužnoj jedinici u nastajanju (investiranje, prihodi od kamata, osiguranja). Eliminiranjem takvih financijskih tijekova povećava se neovisnost ekonomije zajedništva te se omogućuje investiranje koje je u skladu s ciljevima i smjernicama ekonomije zajedništva.

6. Istraživanje primjene strategije financiranja u organizacijama utemeljenim na konceptu Ekonomija zajedništva

6.1. Metodološke osnove istraživanja primjene strategije financiranja u organizacijama utemeljenim na konceptu Ekonomija zajedništva

Iako svako poduzeće koje pristaje uz ekonomiju zajedništva ima svoju priču nastanka, razvoja i specifičnog iskustva, zbog ograničenog prostora i raspoloživosti podataka ovdje je izdvojeno samo nekoliko primjera poduzeća iz različitih država i različitih industrija. Istraživanje je rađeno kroz studiju slučaja (*case study*). Studija slučaja je metoda istraživanja koja se rabi u društvenim znanostima radi osnovnog upoznavanja, opisivanja ili objašnjavanja društvenih pojava kod kojih je posebice važno opisati i pojasniti međudnos pojave i njezinog društvenog konteksta. Posebna je vrijednost studije slučaja mogućnost dubinskog opisa određene pojave. Naglasak studije slučaja je uglavnom na kvalitativnim podacima i interpretaciji. Također, iako je uobičajen naglasak na izravnom promatranju i ispitivanju stvarnih pojava, u studiji slučaja koriste se pisani primarni i sekundarni izvori o specifičnoj pojavi koja je predmet istraživanja te njezinom kontekstu (medijski napisi, postojeće stručne i znanstvene analize, itd).

Istraživanje koje će biti predstavljeno u ovom poglavlju zasnovano je na podacima koji su dobiveni na različite načine. U istraživanju su upotrijebljeni različiti izvori i različite istraživačke tehnike s jako širokim rasponom. Upotrijebljeni su za pristup kvantitativnim i kvalitativnim podacima. Mnogi izvori su stranog podrijetla i na stranim jezicima (talijanski i engleski). Uvid u funkcioniranje poduzeća ekonomije zajedništva u svijetu dobiven je preko: interneta, doktorskih disertacija, magistarskih radova, dnevnog i mjesečnog tiska, knjiga itd.

Osim toga, korištena je i metoda intervjua koja je vrlo važna u društvenim znanostima. Tako su izvršeni brojni intervjui na prvom Svjetskom kongresu ekonomije zajedništva u Rimu 2004. godine. U Hrvatskoj je izvršen intervju s gotovo svim vlasnicima i managerima poduzeća koja pristaju uz ekonomiju zajedništva. Iskustva mnogih od njih saslušana su tijekom održavanja dviju

škola ekonomije zajedništva u Križevcima. Neka od tih poduzeća su i posjećena te je tako dobiven neposredni uvid u poslovanje.

6.2. Prikaz slučajeva iz prakse – strategija financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva u svijetu

6.2.1. Poslovni slučaj br. 1 – ESPRI S.A., Brazil

U gradiću Ginetta, u blizini Sao Paola u Brazilu, nastala je industrijska zona nazvana Spartaco. Spartaco je zamišljen kao centar ekonomije zajedništva za Brazil. Poduzeće koje predstavlja Spartaco, a zaduženo je za stvaranje i razvoj te industrijske zone zove se ESPRI S.A. (Empreendimentos e Serviços de Projetos Industriais). Ono je osnovano kao d.o.o. 13. kolovoza 1993.

Kapital je podijeljen na 680.000 običnih dionica i 1.320.000 prioritetnih dionica. Uvođenjem nove brazilske valute 1993. godine, nominalna vrijednost svake obične dionice iznosila je 1,23 BRL (Reais) (što iznosi malo više od 1 USD). Uz nominalnu vrijednost dionica, ukupni kapital ESPRI S.A. iznosio je 2.460.000 BRL. Od 188.309 običnih dionica, 109.859 prodano je 1996. godine petnaestoricu ljudi što znači da ta grupa ljudi ima 58,3% glasačke moći. Tako su, u skladu s očuvanjem prirode ekonomije zajedništva u ESPRI S.A., obične dionice rezervirane za ljude koji su odlučili živjeti u skladu s ekonomijom zajedništva. Uz 188.309. običnih dionica 472.129 prioritetnih dionica su prodane do kraja 1996. godine što je rezultiralo ukupnim dioničkim kapitalom od 772.936,52 BRL.

Analiza porijekla kapitala ESPRI S.A. pokazuje da je poduzeće predmet važnih investicijskih tijekova dioničara iz cijelog Brazila što je ujedno i indikator zanimanja za ekonomiju zajedništva. Tako je poduzeće ESPRI S.A. vlasništvo preko 3000 dioničara iz Brazila, kao i onih iz inozemstva (Italija, Francuska, Njemačka, Argentina i Paragvaj).

Financijske investicije koje su 1996. iznosile 7,6% (u odnosu na ukupnu imovinu) se iz godine u godinu smanjuju što ukazuje na sve veću usmjerenost na uslugu, a ne na špekulativne aktivnosti. Glavne aktivnosti poduzeća su usmjerene na razvoj Spartaca. Taj razvoj odnosi se na izgradnju cesta, pripremanje i održavanje vodoopskrbnog, električnog i telekomunikacijskog sustava, te projektiranje industrijskih zgrada. Tako ESPRI S.A. pruža svoje usluge i prostore poduzećima u industrijskom parku Spartaco.

Uslužna misija ESPRI S.A. je:

- razvoj i sudjelovanje u gospodarskim projektima
- usluge savjetovanja za razvoj poduzetničkih projekata
- savjetovanje vezano za tehničke i administrativne usluge za poduzeća, posredničke aktivnosti, i sve što je potrebno za ispunjavanje cilja poslovanja
- podrška razvoju malih i srednje velikih poduzeća

ESPRI S.A. je najvažniji primjer zajedničkog ulaganja u ekonomiji zajedništva, te financijski tijekovi ovog poduzeća imaju veliku važnost za projekt, jer imaju ulogu globalnog modela ekonomije zajedništva.

U Spartacu djeluje šest poduzeća (1999. godine):

- LA TUNICA: odjeća
- ROTOGINE: proizvodnja velikih plastičnih predmeta
- ECO-AIR: proizvodnja industrijskih i sanitarnih deterdženata
- PRODIET: trgovina lijekovima
- UNIBEN: financije
- AVN: industrija plastične ambalaže

Financijska situacija ovih poduzeća, koja su započela svoje poslovne aktivnosti u industrijskom parku, u početku je bila takva da oni vjerojatno ne bi preživjeli početni razvoj bez pomoći ESPRI S.A. (odgoda plaćanja), što je uvjetovalo malu ili nikakvu ostvarenu dobit ESPRI S.A..

Osim toga, s ESPRI S.A. povezano je još 11 poduzeća smještenih u obližnjim mjestima:

- SHALOM: usluge računovodstva, Itu,
- GRANJA PIU-PIU: uzgoj kokoši i svinja, Salto,
- ESCOLA AURORA: vrtić i osnovna škola, Vargem Grande Paulista,
- BETIOL MAQUINAS: metaloprerađivačka industrija, Itu,
- POLICLINICA AGAPE: medicinske usluge, Vargem Grande Paulista,
- COMUNIONE: računovodstveni servis, Vargem Grande Paulista,
- INSTANT BOMBAS E EQUIP.: trgovina, ugradnja i održavanje bazena, Itu,
- REAL PLAST: reciklaža plastike, Salto,
- UNICONSULT: savjetovanje, predstavljanje i prevođenje, Vargem Grande Paulista,

- ZITO MAQ. E MÓVEIS: prodaja i usluge strojeva i uredskog materijala, Itu,
- AUTO SCUOLA ROBERTO: auto škola, Salto.

Industrijska zona Spartaco ostavlja snažan dojam na mnoge posjetitelje. Tako je zadobila interes brazilskog parlamenta, te je L. Erundina, članica delegacije brazilskog parlamenta prigodom jedne posjete izjavila: "Ekonomija zajedništva je alternativa već dokazana i revolucionarna, [...] novo shvaćanje bogatstva i blagostanja."⁷⁵

6.2.2. Poslovni slučaj br. 2. – UNILAB, Rim, Italija

Unilab je jedno od najaktivnijih poduzeća u ekonomiji zajedništva. Nastao je u Rimu 1992. godine iz ideje nekoliko profesionalnih informatičara. Ime Unilab dolazi od riječi *uni* i *lab*. *Lab* je sinonim za profesionalni informatički laboratorij, a *uni* je napor potreban za prevladavanje podjela i sukoba (težnja za jedinstvom). Tijekom svog postojanja razvijaju pojedine specijalizacije, te kao Unilab holding osnivaju različita poduzeća unutar grupacije. Na temelju poduzetih investicija i uz dobivanje važnih certifikata, grupacija Unilab djeluje na nacionalnom području nudeći usluge sve većem broju poduzeća. Imaju 36 zaposlenih u Rimu i Milanu.

Uslužna misija UNILAB-a je pružanje usluga koje su u domeni informatičke djelatnosti, a uključuju webhosting, informatičke tečajeve kod klijenata (english in house seminars) i preko interneta (english on line seminars), savjete za mreže u velikim poduzećima, izrada software-a, a postali su i internet poslužitelji. Također u trenutnom ekonomskom i tržišnom ozračju, kroz različita poduzeća, grupacija nastoji ostvariti poduzetno i društveno odgovorno ozračje. Naime, grupacija ima posebnu viziju ekonomije i tržišta u kojoj je cilj ekonomskog djelovanja jedinstvo i solidarnost ljudi, kao i profit. U Unilabu smatraju da je moguće i poželjno ekonomsko djelovanje koje daje prednost osobi (kako u unutarnjem djelovanju tvrtke, tako i u odnosu s vanjskim subjektima). Tako je put grupacije put koji je usmjeren prema razvijanju ekonomije zajedništva u kojoj Unilab djeluje od samog početka.

Voditelj poduzeća Giorgio Del Signore o njihovom poslovanju kaže: "Nije lako. I kod nas poteškoće ne nedostaju. Razlika je u tome što mi činimo sve da ih prevladamo ne narušavajući odnose. Razumjeti drugoga, bio on suradnik ili klijent i pomoći mu, temeljno je načelo naše poduzetničke filozofije. A za to je ponekad potrebno gubiti vrijeme. Ne rješava se sve tapšanjem po ramenima. No, zanima nas cilj: sklad na radnim mjestima. Zato nije važno ako krademo

⁷⁵ www.edc.org, "Economia di Comunione, Primi riconoscimenti", 21. veljače 2000.

dragocjene minute da bismo izmijenili mišljenja i razumjeli se. To je dobro utrošeno vrijeme.”⁷⁶

Osim toga, na kraju godine, po riječima managera poduzeća, nastoji se da računi prema državi budu uredni, a isto tako i odnosi među zaposlenicima. To nazivaju društvenom bilancom, koja se izdaje u pisanom obliku. Procjenjuju zapravo je li poduzeće uspjelo poštivati i svoje zvanje jedinstva. “Treba proizvoditi, treba doći do dobiti, poduzeće se treba održavati, inače se ne napreduje. Ali nama je važno i razumjeti jesmo li se doista voljeli, osim što smo se poštivali kao suradnici.”⁷⁷

Kad se govori o plaći, bitno je naglasiti, što se posebno ističe, da djelatnici zaposleni u Unilabu ne rade samo za plaću, već je svatko od njih pozvan dati nešto više. Tako se naglašava radost kad se na kraju vidi da dio onog što je zarađeno ide za pomoć ljudima koji imaju probleme u cijelom svijetu. Upravo zbog toga i prisutnog jedinstva među osobljem oni tvrde da proizvode dobro i efikasno. “Transparentnost je polazište, ako uz efikasnost želimo biti i vjerodostojni, pa i pod cijenu propadanja. U radu nema jedinstva ako nema profesionalnosti. Primamo djelatnike koji imaju predispoziciju rada u skupini i koji su motivirani proizvoditi kvalitetne usluge. Investiramo u osobe, ali primjećujemo da i osobe investiraju u poduzeće.”⁷⁸

Unatoč svemu, 1997. godine postojala je velika opasnost od propasti poduzeća. Naime, osim ogromnog pada prometa izgubili su i poslovni prostor i prodajno mjesto. Međutim, del Signore sjećajući se tog vremena govori: “Prihvatio sam se tog posla ostavivši sigurno i dobro plaćeno radno mjesto, ali tada mi nije preostajalo ništa drugo nego da se prepustim Providnosti, mojem *skrivenom Dioničaru*. Supruga i ja smo se odrekli godišnjeg odmora da bismo tražili novi prostor, ali ništa nismo nalazili. Iznajmljivali su se po nemogućim cijenama. Mogli smo biti u napasti da kažemo *dosta*. Ali onda smo o našim poteškoćama razgovarali s prijateljima iz Pokreta fokolara. Kad smo već mislili da smo stigli do kraja, jedna nam osoba ukaže na ured, baš onakav kakav nam je trebao.”⁷⁹

Ti teški dani nisu zaboravljeni, ali ne zadaju strah jer se u bilanci nalazi i dodatna vrijednost. Ona postoji u davanju povjerenja i nade onima koji su ih izgubili, koji misle da se svijet ne može promijeniti, te u svjedočenju da etično poslovanje može funkcionirati.

⁷⁶ Bianco, G., *Bez obzira na plaću ...*, Novi svijet, Zagreb, studeni 2000., str. 11

⁷⁷ *ibid*, str. 10

⁷⁸ *ibid*, str. 11

⁷⁹ *ibid*

1999. godine Unilab je zabilježio znatno povećanje prihoda (cca 150%), a trend povećanja je zadržan i dalje. Međutim, da bi se to ostvarilo povećano je i zaduženje kroz komercijalne kredite s 182 u 1998. godini na 668 milijuna lira u 1999. godini, što je porast s 62% na 76% udjela u strukturi kapitala.

6.2.3. Poslovni slučaj br. 3. – Ancilla d.o.o., Manila, Filipini

Bračni par Renato i Tita osnivači su poduzeća *Ancilla d.o.o.* Poduzeće je nastalo iz želje za pomoći brojnim osobama koje su poznavali u filipinskom arhipelagu, koje je obilježeno velikim socijalnim razlikama. Pod ekonomijom zajedništva, u kojoj su od samog početka, osigurali su prihode onima koji su najsiromašniji, a ujedno su otvorili i nova radna mjesta.

Konzultacijska usluga koju Ancilla pruža uključuje: strategijski management, poslovni management, upravljanje ljudskim potencijalima na području bankarstva, osiguranja i financija, farmaceutike, proizvodnje, petrokemije, energije, konstruiranja, informatičke tehnologije, transporta, komunikacija, trgovine.

Struktura kapitala je raspoređena tako da je 30% poduzeća u vlasništvu zaposlenika, a 70% je u vlasništvu obitelji Renata i Tite. Prihod Ancilla d.o.o. 1994. godine, iznosila je 13,4 milijuna pesosa, a 1996. godine 20,1 milijuna pesosa. Time je učinjen značajan iskorak u smislu stabilnosti poslovanja, što je vidljivo i iz samog broja klijenata. Ancilla je započela rad s tri klijenta, a već 1995. godine bilo ih je 92, da bi ih 1996. godine bilo 200. Među klijentima se nalaze i multinacionalne udruge. Imaju dva globalna tehnološka partnera u USA i Canadi, jednog u Maleziji i jednog u Hong Kongu. Cijene konzultacijskih usluga koje se naplaćuju su postavljene u skladu s mogućnostima: npr. multinacionalnim udrugama se naplaćuju veće cijene nego zemljoradničkim bankama, a školama se nude besplatne usluge. Cjelokupna organizacija i uprava nadahnjuje se idealom jedinstva. Pružaju kvalitetnu uslugu, ali i prijateljstvo, te nastoje zadovoljiti klijente, po cijenu vlastite zarade.

Distribucija dobiti je sljedeća:

- 50% dobiti ide konzultantima i zaposlenicima,
- 30% se ostavlja sa strane za neočekivane troškove (rezerve),
- 20% profita daje se za ekonomiju zajedništva.

U poduzeću je zaposleno dvadeset i dvoje ljudi (nekoliko savjetnika i ostali djelatnici). Posebna pozornost posvećuje se suradnji među zaposlenima čak i u najjednostavnijim, svakodnevnim stvarima (svaka prva tri dana u tjednu po pola sata ujutro, svi čiste i uređuju urede). Također, pazi se i na zdravlje, te se nastoji da rad ne uništi osobu. Ograničen je broj radnih dana, a u blizini poduzeća se nalazi sportska dvorana i bazen. Rezultati su vidljivi i svi su puno produktivniji

nakon sportskih aktivnosti. Osim toga, početak godine, kada vlada tzv. *mrtva sezona*, iskorištava se za profesionalno usavršavanje.

Jednom prilikom, direktor velike udruge za savjetovanje iz Japana tražio je voditelja poslovanja za cijelo područje Pacifika. U susretu s Titom informirao se i upoznao rad Ancille. Nakon toga izjavio je: "Osobe koje ovdje rade uistinu imaju jasne poglede. Mislim da bi svi savjetnici diljem svijeta trebali posjetiti ovaj ured da bi naučili kako se radi."⁸⁰ Iste godine taj direktor je poželio i ostvario da upravo Ancilla u Manili bude domaćin međunarodnog susreta za svjetsku ekonomsku strategiju. Nakon tog susreta ostvareni su brojni kontakti koji su rezultirali razmjenom iskustava, a veliki broj savjetnika iz raznih zemalja bio je jako zainteresiran za način i postavke djelovanja Ancille.

Dakle, iskustvo koje ima Ancilla može se sažeti riječima Renata: "Ne gledajući na brojke i dobit, za ono malo što smo dali dobivamo jako puno; ne toliko financijski, koliko u radosti zbog posla kojeg radimo. To je pravo služenje koje nam omogućava da kao skupina rastemo zajedno."⁸¹

⁸⁰ Paliotti, O., *Oni iz "Ancila d.o.o."*, Novi svijet, Zagreb, ožujak 1995., str. 20

⁸¹ *ibid.*, str. 21

6.3. Prikaz slučajeva iz prakse – strategija financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva u Hrvatskoj

U tablici 16. predstavljena su poduzeća koja pristaju uz ekonomiju zajedništva u Hrvatskoj. Vidljivo je da su rasprostranjena po cijeloj Hrvatskoj. Kao središte ekonomije zajedništva za Hrvatsku iznikao je gradić Faro kraj Križevaca.

Tablica 16. Poduzeća koja pristaju uz ekonomiju zajedništva u Hrvatskoj

Arbi d.o.o., Zagreb, Kaptol 20 Arhitektonski biro	<i>Mariapoli Faro, Križevci</i>
Darko – trgovina d.o.o., Split Cesta mira br. 11	Bestim, d.o.o., Križevci, T. Smičiklasa 8 Servis motornih vozila
Gen d.o.o., Zagreb, A. Stipančića 3 Izvođenje instalacija centralnog grijanja, ventilacije i klimatizacije	Dječiji vrtić "Zraka sunca", Križevci, Potočka bb
Grandis s.p.o., Velika Gorica, J. Habdelića 17 Građevinski radovi, prijevoz robe, građevinska bravarija i trgovina u tranzitu	Poljoprivreda Agrofaro Križevci, F. Račkog 26
G.T.I. Frenki d.o.o., Zagreb, Mirni dol br. 5 Graditeljstvo i trgovina	Stellae Fari, d.o.o., Križevci, Potočka bb
Huranija d.o.o., Vranjic, Krešimirova 115 Proizvodnja, trgovina, turizam	Pogon proizvodnje čarapa
Kemijska čistionica, Split Santina poljana bb, Kaštel Štafilić	Prodavaonice Viva
Mikić stolarija, Županja Gundulićeva 45	Frizerski salon STYLE
Mozaik m+s, Zagreb, Karlovačka 6 Proizvodnja metalnih proizvoda sa staklom	
Spes – plus d.o.o., Velika Gorica, Don F. Bulića 1 Trgovina, proizvodnja i usluge (Veleprodaja tekstilnih odjevnih predmeta)	
Svitanje d.o.o., Pazin, Zgrablići br. 6 Trgovina i usluge (Veleprodaja tekstilnih odjevnih predmeta)	
Šlezak d.o.o., Zagreb, M. Divkovića 13 Obnova i izgradnja objekata, završni i restauratorski radovi, izvršenje instalacija, remont i proizvodnja strojeva, nadzor, trgovina i zastupstvo	
Ugostiteljski obrt Šlezak Caffe bar Snoopy, Zagreb, Trg I. Kukuljevića 12	

Izvor: Udruga za Ekonomiju zajedništva, F. Račkog 26, 48260 Križevci, Tel.: 048 270 653, fax: 048 270 034, e-mail: udruga.ez@kc.t-com.hr

6.3.1. Poslovni slučaj br. 4. - Kemijska čistionica, Split

Ovaj obrt pokrenula je vlasnica J. Kutleša 1981. godine. Vlasnica je već duže vremena u Pokretu fokolara, pa je prirodan slijed događaja bio pristajanje njenog obrta uz ekonomiju zajedništva.

U vremenu do 1990. godine i početka rata u Hrvatskoj, poslovanje je bilo dobro. Međutim, nakon toga uslijedio je pad poslovanja i sve do danas uspijeva se održavati bez veće dobiti ili uopće bez dobiti. Poduzetnici koji u posao idu iz špekulativnih razloga, odnosno isključivo zbog novca, sigurno bi ovaj obrt već odavno zatvorili, ali on opstaje znajući da osigurava radna mjesta, te na taj način egzistenciju, trenutno za dvoje ljudi.

Financijske obveze se nastoje trenutno podmiriti kako bi se sačuvala likvidnost. Često se događa da se priloži za ekonomiju zajedništva, po slobodnom nahođenju, odvajaju iz plaća. Nema zaduženosti u vidu kredita.

U jednom trenutku vlasnica je imala nezaposlenog među članovima uže obitelji. Dok su joj drugi savjetovali da otpusti djelatnicu i zaposli nezaposlenog člana obitelji, vlasnica nije pristala na to uz obrazloženje: "Ona je majka dvoje djece i njoj bi bilo puno teže pronaći drugo radno mjesto".

Tako u ovom poslovnom slučaju vidimo primjer jednog etičnog poslovanja i pristupa djelatnicima kao ljudima sa svojim dostojanstvom, a ne kao prema robi koja se odbacuje kad se iskoristi i ne daje dovoljno profita.

6.3.2. Poslovni slučaj br. 5. - Šlezak d.o.o., Zagreb

Poduzeće je osnovao M. Šlezak iz Zagreba, a bavi se remontom strojeva i industrijskih postrojenja, te izradom i projektiranjem instalacija. Pokušava raditi po načelima ekonomije zajedništva te kaže: "Uvjeren sam da je ekonomija zajedništva odgovor na probleme društva u cjelini za novo tisućljeće, a za mene poticajna snaga da se i ja darujem, da stvaram taj nezaobilazni profit, ali poštenim i dostojanstva čovjeka vrijednim radom, dijeleći ga na tri dijela i stvarajući *nove ljude* [...]"⁸²

U samom početku, kada su zarađeni prvi novci (relativno mali), a trebalo je podmiriti nebrojene obveze prema državi, obitelji, a i prema svojim osobnim željama, postavilo se pitanje kako sve to pomiriti. Postojale su razne kombinacije: hoće li zaobići državu pa poslije nadoknaditi, kupiti ovo ili ono, koga uskratiti? Međutim, podmirene su obveze prema zakonu, ostavljene male

⁸² Šlezak, M., "*Imao sam povjerenja*", Novi svijet, Zagreb, travanj 2001., str. 11

rezerve za reprodukciju, izdvojen dio za siromašne, a ostalo je nešto (puno skromnije) i za podmirenje vlastitih potreba.

Nema zaduženosti u vidu kredita, a poslovanje se odvija uz veliko povjerenje između proizvođača i naručitelja. Ono je stečeno dugotrajnim razvijanjem kvalitetnih odnosa. Dakle, provodi se konzervativna politika financiranja.

U vremenu velike krize u poduzeću, poduzeće je dobilo ponudu za dobar posao u vrijednosti od 4 milijuna eura. Međutim, postojao je uvjet o isplati provizije onim subjektima u lancu kojima to nije pripadalo. Ponuda je odbijena. Posrednik naručitelja ostao je začuđen, pa su mu objasnili načelo po kojem svatko mora raditi i zaraditi svoj dio. Kasnije im je posrednik rekao: "Radim već dugo posao posrednika i još nikada nisam naišao na nekog tko bi odbio tako unosan posao zbog svojih načela - svaka vam čast!"⁸³

Zanimljivo je da je poduzeće, dan nakon odbijanja ovako unosnog posla, dobilo ponudu na drugom projektu koji im je pomogao da izađu iz krize. Osim toga, u teškom obiteljskom trenutku, kada je veliki dio prihoda trebalo odvajati za potrebne lijekove, po riječima M. Šlezaka: "Providnost je pronalazila samo njoj znane putove, kako bi iskazala svoju ljubav i pobrinula se da dobivamo upravo toliko koliko nam je bilo potrebno".⁸⁴

Tako ovaj slučaj, kao jedan od mnogih, ukazuje na postojanje jedne od temeljnih kategorija ekonomije zajedništva, a to je Providnost (ustrajnost u izvornim načelima i u vrijeme krize uz pouzdanje da će se rješenje pronaći, polazeći od skromnih potreba vlasnika i djelatnika koji nagradu za svoj rad vide ne samo kroz novac).

⁸³ ibid.

⁸⁴ ibid.

6.4. Ocjena uspješnosti primijenjene strategije financiranja u izabranim organizacijama

6.4.1. Poslovni slučaj br. 1 – ESPRI S.A., Brazil

Tablica 17. Ocjena strategije financiranja ESPRI S.A. - Brazil

ESPRI S.A. BRAZIL	OCJENA										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Struktura kapitala											
Akvizicija (nabavka) kapitala											
Alokacija kapitala											
<i>Internalizacija financijskih tijekova</i>											
<i>Transparentnost</i>											
<i>Trenutno podmirenje financijskih transakcija</i>											
<i>Pravedna plaća</i>											
Upravljanje dividendama											

Ocjenjujući uspješnost primijenjene strategije financiranja u poduzeću ESPRI S.A., u Brazilu, treba prije svega uočiti prevladavajući trenutni politički sustav i ekonomski poredak u kojem se poduzeće nalazi. Naime, u mnogim slučajevima, cilj trenutnih političkih institucija se ne slaže s općim ciljem ekonomije zajedništva. Iako su administracija i koordinacija društva zasigurno potrebne aktivnosti, ipak su često egocentrične aktivnosti i špekulativna praksa odobrene i omogućene od političkih vlasti. Tako umjesto da one predstavljaju one koji vode brigu i stvaraju prikladan okvir za upravljanje i razvoj društva te na taj način pomažu i ekonomiji zajedništva, događa se suprotno te je ekonomija zajedništva ograničena njima. Međutim, usprkos i nasuprot egocentričnom ponašanju i umiješanosti vladinih institucija u špekulativne aktivnosti, ESPRI S.A. nastoji izvršavati sve financijske obveze prema državi. Tako trenutnim podmirenjem financijskih transakcija ESPRI S.A. uvažava zakonske okvire države i samim time uspješno ispunjava prethodno definiranu strategiju financiranja.

S obzirom na strukturu kapitala, ESPRI S.A. pokazuje da se kod mnogih osoba koje podupiru ekonomiju zajedništva uočava veća sklonost prema razvoju projekta kroz zajednička ulaganja, nego kroz razvoj samih poduzeća koja su uključena u ekonomiju zajedništva. Međutim, struktura kapitala je definirana na način da uvijek većinu u odlučivanju imaju osobe koje podržavaju i žive u skladu

Struktura kapitala u skladu je sa strategijom financiranja ekonomije zajedništva. Međutim, veća količina pozajmljenog kapitala od komercijalnih banaka nije u skladu s prirodom ekonomije zajedništva.

Internalizacija financijskih tijekova nije baš odgovarajuća, dok je transparentnost na visokom nivou. Postoji i web stranica (www.unilab.it). Poduzeće nastoji trenutno podmiriti financijske transakcije. Ono nastoji da se ljudi nalaze u centru zanimanja, a da razvoj znanja i tehnologije ima podređenu ulogu koja je određena razvojem čovjeka kao cjeline (razvoj neegocentričnosti).

Raspodjela dobiti nije u cijelosti u skladu sa strategijom financiranja ekonomije zajedništva.

6.4.3. Poslovni slučaj br. 3. – Ancilla d.o.o., Manila, Filipini

Tablica 19. Ocjena strategije financiranja ANCILLA - Filipini

ANCILLA FILIPINI	OCJENA										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Struktura kapitala											
Akvizicija (nabavka) kapitala											
Alokacija kapitala											
<i>Internalizacija financijskih tijekova</i>											
<i>Transparentnost</i>											
<i>Trenutno podmirenje financijskih transakcija</i>											
<i>Pravedna plaća</i>											
Upravljanje dividendama											

Struktura kapitala Ancille je u skladu sa strategijom financiranja ekonomije zajedništva. Alokacija kapitala kroz internalizaciju financijskih tijekova je na zadovoljavajućoj razini. Ancilla posluje s multinacionalnim kompanijama, koje su najčešće nositelji egocentričnog poslovanja. No ipak, zbog specifičnosti usluge koja se pruža (konzultantsko poduzeće), ističe se usmjerenost na izvornu uslugu, a ne na financije, što je u skladu s prirodom ekonomije zajedništva.

Alokacija kapitala koja se odnosi na osoblje uključuje i financijske tijekove koji se odnose na obrazovanje i obuku zaposlenih. To je financijski tijek koji se ne isplaćuje izravno, a u ovoj uslužnoj jedinici je izražen. On je ocijenjen i izražen kroz stavku pravedne plaće u alokaciji kapitala. To omogućava svakom zaposleniku nastavak osobnog i profesionalnog razvoja. Osim toga, financijski

tijek prema zaposlenima u Ancilli je adekvatan za dostojan život njih i njihovih obitelji.

Pokazatelj transparentnosti je činjenica da poduzeće ima svoju web stranicu (www.ancillaedc.com.ph).

Ancilla, u slučaju potrebe, uzima osoblje izvan poduzeća (kooperacija - konzultanti), iako je u prirodi ekonomije zajedništva da uslužne jedinice zapošljavaju svoje članove na duži rok (što ne isključuje punu fleksibilnost rada). Naime, praksa iznajmljivanja, kooperacije, umjesto zaposlenja novih djelatnika zasnovana je na želji spuštanja cijene rada kao i održavanju fleksibilnosti. Međutim, uslužna jedinica je dugovječna institucija koja pomaže razvoju njenih članova. Tako je potrebno eliminirati financijske tijekove prema takvoj kooperaciji direktnim zapošljavanjem osoblja potrebnog za obavljanje usluge u uslužnoj jedinici.

Raspodjela dobiti nije u cijelosti u skladu s strategijom financiranja ekonomije zajedništva.

6.4.4. Poslovni slučaj br. 4. - Kemijska čistionica, Split

Tablica 20. Ocjena strategije financiranja Kemijska čistionica – Split

KEMIJSKA ČISTIONICA SPLIT	OCJENA										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Struktura kapitala											
Akvizicija (nabavka) kapitala											
Alokacija kapitala											
<i>Internalizacija financijskih tijekova</i>											
<i>Transparentnost</i>											
<i>Trenutno podmirenje financijskih transakcija</i>											
<i>Pravedna plaća</i>											
Upravljanje dividendama											

Struktura kapitala, kao i akvizicija (nabavka) kapitala je u skladu sa strategijom financiranja ekonomije zajedništva.

Zbog prirode i malog obima poslovanja te zbog još uvijek nerazvijene strukture u Hrvatskoj, internalizacija financijskih tijekova nije na visokom nivou.

Financijske transakcije se nastoje trenutno podmiriti, a dividende su rijetke pa se često događa da se priloži ekonomiji zajedništva odvajaju iz plaća.

6.4.5. Poslovni slučaj br. 5. - Šlezak d.o.o., Zagreb

Tablica 21. Ocjena strategije financiranja Šlezak - Zagreb

ŠLEZAK ZAGREB	OCJENA										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Struktura kapitala											
Akvizicija (nabavka) kapitala											
Alokacija kapitala											
<i>Internalizacija financijskih tijekova</i>											
<i>Transparentnost</i>											
<i>Trenutno podmirenje financijskih transakcija</i>											
<i>Pravedna plaća</i>											
Upravljanje dividendama											

Struktura kapitala, kao i akvizicija (nabavka) kapitala je u skladu s strategijom financiranja ekonomije zajedništva.

Kao i u prethodnom primjeru, internalizacija financijskih tijekova nije na visokom nivou.

Financijske transakcije se nastoje trenutno podmiriti, a iako se daje određeni doprinos u financijama, dividenda se ne raspoređuje u potpunosti po strategiji ekonomije zajedništva.

6.5. Temeljne pretpostavke za razvoj koncepta ekonomija zajedništva u budućnosti

Da bi se projekt održao i uspio potrebno je definirati razvojni pristup s određenim prioritetima:

- *Prvi dio - pripremno stanje*
 - ❑ Uvid u dijelove i koncept ekonomije zajedništva
 - ❑ Razvoj osoblja ekonomije zajedništva
 - ❑ Razvoj poduzeća koja su u potpunosti opredijeljena za ekonomiju zajedništva

- *Drugi dio - pripremno stanje*
 - ❑ Razvoj regionalne zajedničke strukture
 - ❑ Razvoj društvenih projekata (prvi zajednički cilj)
 - ❑ Razvoj gradova modela (drugi zajednički cilj)
- *Izvršno stanje*
 - ❑ Usmjerenost na globalni razvoj projekta Ekonomija zajedništva⁸⁵

Međutim, u nekim slučajevima potrebno je odstupiti od gore navedenih prioriteta. Da bi bilo jasno kada to učiniti potrebno je izvršiti prvi uvjet, transparentnost. Naime, transparentnost opisuje svojstva i uslužne procese poduzeća koja su se opredijelila za ekonomiju zajedništva. Tek iz transparentnog poslovanja moguće je proizvesti zaključke koji će biti u skladu s premošćivanjem slabosti poduzeća i projekta Ekonomija zajedništva u cjelini. Tako fokus ekonomije zajedništva mora biti usmjeren na zdravlje i financijsku autonomiju poduzeća.

U trenutnom stanju razvoja ekonomije zajedništva u Hrvatskoj, izgleda da razvoj može biti usmjeren na gradić Faro. Tako, ako uslužna misija pojedinog poduzeća omogućuje promjenu mjesta poslovanja, na određenom stupnju zrelosti takva poduzeća se mogu premjestiti u gradić Faro. U gradiću bi se moglo osnovati, po uzoru na ESPRI S.A. u Brazilu (vidi poglavlje 5.3.1.), poduzeće koje bi bilo u vlasništvu dioničara i koje bi upravljalo industrijskom zonom gradića. Na taj način bi se omogućilo koncentriranje ukupnih snaga.

Međutim, potrebno je biti oprezan glede umjetnog razvoja poduzeća koji može stvoriti prekobrojnu strukturu zaposlenih u poduzećima. Naime, taj rizik koji prijeti poduzećima ekonomije zajedništva trebalo bi rješavati kroz profitabilnost i financijsku stabilnost.

⁸⁵ Ressler, M.: Economy of communion – elements and prospects for development, doktorska disertacija, Vienna University of Economics and Business Administration, 1999, str. 310.

7. Zaključak

U današnjem društvu, u kojem dominira tehnološki napredak, postoje mnogi problemi kao što su nezaposlenost, rast razlike u prihodima i moći, neljudski uvjeti rada, izopačenje etičnih i društvenih standarda ljudskih odnosa, zagađenje okoliša, kao i sukobi te ratovi u mnogim regijama svijeta. Također, stvara se jedno apsolutno slobodno tržište, gdje u konačnici najjači pobjeđuju, a time indirektno nastaje konformizam i uniformizacija svijeta.

Tako jedinstvo među ljudima i njihov pokušaj da dosegnu visine isključivo kroz tehnička znanja i tehničke sposobnosti nije održivo te postaje izvor zablude. Naime, na prvi pogled se čini da je ta jednoobraznost ispravna i dobra, ali istodobno raste otuđenje među ljudima. Ljudi se u stvarnosti ne zbližuju. Gubi se dublja komunikacija među ljudima koja se ne može ostvariti površnim, vanjskim oblicima ponašanja i ovladavanjem tehničkim napravama. Naime, čovjek seže mnogo dublje. Ukoliko komunicira s drugima samo na površinskoj razini, ono što se nalazi duboko u njemu buni se protiv takve jednoobraznosti te u njoj na kraju prepoznaje roba u sebi. Upravo zbog toga sve velike inovacije i cijeli tehnološki progres izgledaju ne samo kao prijetnja, već kao okrenutost protiv čovjeka. Naime, čovjek postaje jako opasan za sebe i okolinu. S jedne strane, mnogo toga zna, dok s druge strane njegova moralna snaga ne ide u korak s tehničkim znanjem. Tako se vidi da bijeda nastaje potpunim padom morala, a da bijedu izazivaju oni koji odgovaraju od morala i koji mehanički gledaju na čovjeka.

Unatoč gore navedenom, temeljna ideja jedinstva ne gubi na aktualnosti i vrijednosti. Potrebno je jedinstvo, ali neuniformističko jedinstvo. Dakle, javlja se pitanje: Koja bi to bila zajednička uvjerenja, zajednički temelji, zajedničke vrijednosti na kojima bi moglo počivati jedinstvo zajednice? Danas postoji jaka tendencija nametanja jedne neodređene relativističke ideologije (koja se apsolutizira) kao zajedničkog temelja. Tako se po relativizmu želi sve proglasiti *nedefinirajućim* po njemu ništa nije *konačno*, a kao mjeru svega stavlja se egocentričan pogled na svijet (vlastito *ja* i njegovi prohtjevi). Tako pod prividom slobode rastavlja se čovjeka od čovjeka, a svatko se zatvara u svoje *ja*. Na taj način uspostavljanje društvenog sklada nije moguće.

Savršen način odnosa bi bio *"ne bivanje za sebe već za druge"*. Upravo na takvom načinu odnosa zasnovana je ekonomija zajedništva koja je istražena u ovom radu. Ekonomija zajedništva, čiji su korijeni u Pokretu fokolara, ne poništava različitost među kulturama, nego sjedinjuje kulture u njihovoj različitosti s njihovim nezamjenjivim bogatstvom. Ona pronalazi jedinstvo čovječanstva, pomirenje jedinstva, jedno međusobno razumijevanje čovječanstva. To je cilj svih onih koji čeznu za mirom i društvenim skladom. Naime, ono što je bitno za ekonomiju zajedništva nije toliko novi oblik

organizacije ekonomije, ni jednostavno rješenje globalnih socijalnih i ekonomskih problema, već otkriće načina i životnog stila koji je moguć za svakog člana čovječanstva, neovisno o njegovoj društvenoj, kulturnoj, političkoj i religioznoj pozadini, jedan put koji može voditi pojedinca i čovječanstvo prema savršenstvu. Osim toga, prijelaz iz egocentričnog pogleda na svijet na neegocentričan (u obliku zajedničkog postojanja), kako slučaj ekonomije zajedništva pokazuje, revolucionira svaki aspekt ljudskog života i stvara veliki potencijal za razvoj čovječanstva.

U skladu s tim definirana je strategija financiranja organizacija utemeljenih na konceptu Ekonomija zajedništva (uslužnih jedinica). Strategija financiranja uslužnih jedinica primjer je neegocentričnog ponašanja. Primarni cilj njihovih ekonomskih aktivnosti je sama usluga, a ne financije. Tako usmjerenost na izvornu uslugu s ciljem uspostavljanja društvenog sklada predstavlja jedan od osnovnih principa financijskog upravljanja u ekonomiji zajedništva. Svrha uslužne jedinice, u biti, nije jednostavno proizvodnja dobiti, nego postojanje samog poduzeća kao zajednice ljudi koji na različit način ostvaruju zadovoljavanje svojih temeljnih potreba te tvore posebnu grupu u službi cijeloga društva.

Da bi se ostvarila usmjerenost na izvornu uslugu potrebno je izbacivanje egocentričnih financijskih tijekova (svih aktivnosti koje nisu usmjerene na izvornu uslugu), a održavanju usmjerenosti na izvornu uslugu pomaže i pojava natjecanja na tržištu, koja pomaže da ne dođe do razvoja prema slaboj kvaliteti usluge (zbog nerazumijevanja pojma zajedničkog postojanja). Takav pristup vodi dubokim promjenama tijeka financija u poduzećima koja nastoje postati uslužne jedinice. U praksi se to primjenjuje i očituje u financijskim tijekovima uslužne jedinice na način da su uslužni principi nadređeni principima profitabilnosti. Međutim, profitabilnost ostaje i dalje bitna u smislu prikupljanja financijskih resursa za ciljeve projekta. Osim toga, financijski tijek prema vlasniku je eliminiran (nema dividendi), a vlasnik ima financijsku dobit na neposredan način kroz povećanje vrijednosti samog poduzeća. Nastalu dobit uslužna jedinica koja se nalazi unutar ekonomije zajedništva dijeli na tri jednaka dijela i to:

- 1/3 za zajedničko postojanje – ulaganje u formiranje *novih ljudi*
- 1/3 za reinvestiranje – čime se učvršćuju ekonomska i financijska snaga poduzeća
- 1/3 za društveni sklad – koji se odnosi na projekte za pomoć siromašnima i ljudima u potrebi.

U radu je istražena i ocjenjena uspješnost primjene strategije financiranja u organizacijama utemeljenima na konceptu Ekonomija zajedništva. Uočeno je da ispitane uslužne jedinice nastoje ispunjavati strategiju financiranja ekonomije zajedništva. Međutim, svaka od njih ima svoje posebne razloge zbog kojih ne

ispunjava strategiju financiranja u cijelosti. Tako uslužna jedinica predstavlja model kojem se uslužne jedinice u nastajanju nastoje približiti.

Ekonomija zajedništva pruža ljudima i poduzećima mogućnost davanja priloga za neegocentrično zajedničko postojanje, umjesto za razvoj trenutnog ekonomskog poretka koji ima rastući negativan utjecaj na društveni sklad. No ekonomska je situacija rezultat individualnog ponašanja, te stvaranje istinskog društvenog sklada ne može nastati pod utjecajem vanjskih socijalnih struktura, nego samo od i unutar samog čovjeka. Tako je pogrešno promatrati ekonomiju zajedništva kao koncept koji će zamijeniti postojeći ekonomski poredak. Ekonomija zajedništva je kao svjetionik koji osvjetljava i pokazuje put, a prihvaćanje ovog projekta temelji se na slobodnoj odluci svakog pojedinca. Naime, vlast do koje se dolazi silom, pa makar imala i idealne ciljeve, nije dobra te kvari čovjeka. Tako je potrebno stvaranje novog čovjeka, čije je postojanje usmjereno prema drugim članovima društva, a čija bit je u davanju. To ponašanje novog čovjeka je utemeljeno na osobnom slobodnom izboru, te ne ovisi toliko o njegovoj inteligenciji ili ljudskoj snazi. Ono češće ovisi o čovjekovom priznavanju svojih slabosti i ograničenja. Tek na taj način pojedinac može otvoriti sebe spoznaji zakona koji stvara sklad u društvu i koji postoji u dimenziji iznad njegove inteligencije i ljudske moći.

Osobno mogu zamisliti budućnost u kojoj ekonomija zajedništva ima mnogo važniju ulogu. Taj optimizam nalazi opravdanje u vjeri da ljudska osoba ima sposobnost nadići sebičnost i izgraditi odnose zasnovane na kulturi davanja, čak i u ekonomiji. Postojanje poduzeća (uslužnih jedinica) navedenih u radu taj optimizam potkrepljuje.

Za onoga tko očekuje da se poboljšanje dogodi samo po sebi sve će uvijek biti isto. No, za one koji riskiraju i koji već žive u skladu s ponašanjem novog čovjeka, društveni sklad je već stvarnost. To je predokus stanja u kojem bi čovječanstvo trebalo živjeti. Tako ekonomija zajedništva predstavlja jednu radosnu vijest u ekonomiji.

LITERATURA

Bibliografija

Anić V., i drugi: Hrvatski enciklopedijski rječnik, Novi Liber, Zagreb, 2002,

Bebek B., Kolumbić A.: Poslovna etika, Sinergija, Zagreb, 2000.

Bruckner, P.: Bijeda blagostanja, Algoritam, Zagreb, 2004.,

Buble, M.: Management, Ekonomski fakultet Split, Split, 2000.

Buble, M. (redaktor) Cingula, M., Dujanić, M., Dulčić, Ž., Ljubić, F., Mencer, I., Pučko, D., Singer, S., Tipurić, D., Zan, L.: Strategijski management, Ekonomski fakultet Split, Split, 1997.,

Čehok, I., Koprek, I., Baloban, S., Devčić, I., Flogel-Mršić, M., Fuček, I., Grgić, I., Macan, I., Matušić, M.-J., Pažanin, A., Pozaić, V., Talanga, J.: Etika priručnik jedne discipline, Školska knjiga, Zagreb 1996.

Evangelička crkva u Njemačkoj i Njemačka biskupska konferencija: Za budućnost u solidarnosti i pravdi, Centar za industrijsku demokraciju SSSH, Zagreb, 1998.

Ferrone, C.: The information system in EoC companies, magistarski rad, Federico II University of Naples, Napoli, 2002.

Frankl, V. E.: Man 's search for meaning, Pocket books, Washington square press, New York, London, etc., 1985.

Fukuyama, F.: Povjerenje: društvene vrline i stvaranje blagostanja, Izvori, Zagreb, 2001.

Glas, M., Kovač, B., Reić, Z.: Ekonomija i politika tržišnog društva, Ekonomski fakultet Split, Split, 2000.

Gold, L., The Sharing Economy, Solidarity Networks Transforming Globalisation, Aldershot, Hants, England ; Burlington, VT : Ashgate, 2004.

Goleman, D.: Emocionalna inteligencija u poslu, Mozaik knjiga, Zagreb, 2000.

Greenley, G.E.: Strategic Management, York Prentice Hall, New York, 1989

Huntington, S.: Sukob civilizacija i preustroj svjetskog poretka, Izvori, Zagreb, 1997.

Ivan Pavao II: Laborem exercens, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1981.

Ivan Pavao II: Stota godina – Centesimus annus, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2001.

Jurković, P. - Luković, F. - Pribičević, Đ. - Ravlić, S.: Poslovni rječnik, Masmedia, Zagreb, 1991.

Keynes, J. M.: The General Theory of Employment Interest and Money (New York, Cambridge University Press, 1973.)

Klein, N.: No logo: bez prostora, bez izbora, bez posla, bez logotipa, V.B.Z. d.o.o., Zagreb, 2002.

Kuhn T. S.: Struktura znanstvenih revolucija, Biblioteka Revije za sociologiju, Jesenski i Turk, Zagreb, 1999.

Lovrić, H.: Poslovni uspjeh – teorijska i empirijska analiza, magistarski rad, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2004.

Lubich, C.: Avantura jedinstva, Novi svijet, 1991, Zagreb

Madsen, P., Shafritz, J.M.: Essential of Business Ethics, Penguin Books, New York, 1990.

Mumford, L.: Mit o mašini, Pentagon moći 2, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb, 1986.

Njavro, Đ.: Gospodarstvo, socijalna politika i globalizacija, Mate, Zagreb, 1999.

Ressl, M.: Economy of communion – elements and prospects for development, doktorska disertacija, Vienna University of Economics and Business Administration, Beč, 1999.

Ressl, M.: Economy of communion - Foundation of an Economic Doctrine Based on a New Concept of Man, magistarski rad, Vienna University of Economics and Business Administration, Beč, 1995.

Samuelson P.A., Nordhaus W.D.: Ekonomija, 13th ed., McGraw-Hill, Singapore, 1989.

Samuelson, P., Nordhaus, W.: Ekonomija, 14. izd., Mate, Zagreb, 1992.

Smith, A.: The wealth of Nations, Penguin Books, London, 1986.

Thurow, L.: Budućnost kapitalizma, Mate, Zagreb, 1997.

Tomac, Z., Ponoćne misli, Detecta, Zagreb, 2005.

Vidučić, Lj.: Financijski management, III. izdanje, RRIF, Zagreb, 2002.

Vidučić, Lj.: Financijski management, V. izdanje, RRIF, Zagreb, 2006.

Vitz, P. C.: Psihologija kao religija: kult samoobožavanja, Verbum, Split, 2003.

Wojtyla K.: Temelji etike, Verbum, Split, 1998.

Zohar, D., Marshall, I.: Duhovna inteligencija, suštinska inteligencija, VBZ, Zagreb, 2002.

Žager, K., Žager L.: Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 1999.

Periodika

Bianco, G., Bez obzira na plaću ... , Novi svijet, Zagreb, studeni 2000.,

Bruni, L.: "Projektirati sreću", Novi svijet, Križevci, 2001, br. 10

Chiara Lubich i Pokret fokolara, Dodatak mjesečniku NOVI SVIJET, Zagreb, 1999.

Fabjan, M., "Otvorena gradilišta", Novi svijet, Križevci, rujan, 2003.

Gavrić, A., "Boji li se crkva govoriti o novcu", Glas koncila, Zagreb,

Kuvačić, I.: Kako nahraniti dušu, Banka, Zagreb, travanj 2002

Lubich, C.: "Ekonomija novih ljudi", Novi svijet, Križevci, br. 9, 1998, str. 7-9.

Lubich, C., Ekonomija zajedništva nova kultura, broj 1., Prilog mjesečniku NOVI SVIJET, Vrbovec, 2001

Paliotti, O., Oni iz "Ancila d.o.o." , Novi svijet, Zagreb, ožujak 1995

Pauković H., Neživotna osiguranja rasla brže od životnih, Osiguranje br.7/8, Croatia osiguranje d.d., Zagreb, 2002

Pranjić, N.: "Neetično poslovanje pogubno je za svaku tvrtku", Poslovni tjednik, br. 63, 2003.

Šlezak, M., "Imao sam povjerenja", Novi svijet, Zagreb, travanj 2001

Internet adrese

<http://unstats.un.org/unsd/comtrade/mr/daYearsGraph.aspx>

<http://ww2.coastal.edu/dearl/PHIL318/PHIL318notesandhos.html>

http://www.adassoc.org.uk/html/detailed_statistics.html

<http://www.ethics.ubc.ca/papers/invited/5questions.html>

<http://www.ethics.ubc.ca/papers/invited/colero.html>

<http://www.ethicsquality.com/qualitymanagement.htm>

http://www.malaspina.com/site/person_733.asp

<http://www.mvp.hr/MVP.asp?pcpid=846>

http://www.oecd.org/document/15/0,2340,en_2649_33715_1873295_1_1_1_1,00.html

<http://www.unece.org/stats/data.htm>

<http://www.unece.org/stats/trends/ch11/11.7.xls>

<http://www1.umn.edu/humanrts/instree/b3ccpr.htm>

ww2.coastal.edu/dearl/PHIL318/Egoismnotes.pdf

www.ancillaedc.com.ph

www.businessethics.org

www.edc-online.org

www.focolare.org

www.fokolar.hr

www.fokolar.hr

www.glas-kocila.hr

www.poslovna-etika.hr

www.poslovna-etika.hr/bcms.htm

www.unesco.org

www.unilab.it

Članci s interneta

Andringa, L., The Economy of Communion: new challenges for economics and policy, www.edc-online.org/testi/andringa-e.pdf

Baloban, S., Hrvatska obitelj na prekretnici, www.hsd.hr/revija/pdf/1-2-2002-OBITELJ-NA-PREKRETNICI.pdf

Bebek, B., Organizacijsko projektiranje, www.foi.hr/studiji/dodiplomski/IS/kolegiji/opr/nastavni_materijali.html

Bennion, L., L., Poslovna etika svetskih religija i duh kapitalizma, www.sociologija.org.yu/files/zurnal/prvi/br_1/louel.pdf

Bežovan, G., Socijalna odgovornost gospodarstva i iskustva u Hrvatskoj, 8. travnja 2002., www.hsd.hr/revija/pdf/1-2-2002-Bezovan.pdf

Cashdan, L., Procvat nove etike poslovanja u SAD, www.voa.gov/misc/croatia/et090599.html

Gavrić, A., Opće dobro, www.glas-koncila.hr/rubrike_vjeronauk.html?broj_ID=2005

Gavrić, A., Pravedna plaća, www.glas-koncila.hr/rubrike_vjeronauk.html?broj_ID=1847

Gavrić, A., Pravednost, www.glas-koncila.hr/rubrike_vjeronauk.html?broj_ID=1519

Gavrić, A., Privatno vlasništvo, www.glas-koncila.hr/rubrike_vjeronauk.html?broj_ID=2103&PHPSESSID=2fd...

Gavrić, A., Rad kao ostvarenje ljudskog bića, www.glas-koncila.hr/rubrike_vjeronauk.html?broj_ID=1718

Gavrić, A., Socijalna pravda, www.glas-koncila.hr/rubrike_vjeronauk.html?broj_ID=1555

Gavrić, A., Solidarnost, www.glas-koncila.hr/rubrike_vjeronauk.html?broj_ID=1602

Gold, L., The Roots of the Focolare Movement's Economic Ethic, www.acton.org/publicat/m_and_m/2003_spring/pdf/mm-v6n1-gold.pdf
Loppiano, May 17, 2003 "Lionello Industrial Park: A Home for Entrepreneurs", www.edc-online.org/testi/lubich-lopp03-e.pdf

Lubich, C., Course for Participants in the Economy of Communion Project: "Four Essential Aspects of the Economy of Communion", www.edc-online.org/testi/lubich-cong2001-e.pdf

Lubich, C., Lubich to the Italian Entrepreneurs of the Economy of Communion

Lubich, C., The Economy of Communion Experience: a proposal for economic activity from the spirituality of unity, www.edc-online.org/testi/lubich-strasbourg-e.pdf

Matulić, T., Dometi naturalizacije čovjeka, www.glas-koncila.hr/rubrike_bioetika.html?broj_ID=2005

Matulić, T., Imati ili biti – gdje je granica?, www.glas-koncila.hr/rubrike_bioetika.html?broj_ID=1807

Matulić, T., Naturalistički redukcionizam, www.glas-koncila.hr/rubrike_bioetika.html?broj_ID=2147

McNamara, C., Complete Guide to Ethics Management: An Ethics Toolkit for Managers, www.mapnp.org/library/ethics/ethxgde.htm

Novak, M., The Future of the Corporation, www.aei.org/docLib/20021130_70809.pdf

Sabol, J., Novi putovi obnove društvenog i privatnog života, www.glas-koncila.hr/GK13/Teoloski.htm

Smith, A., An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations by Adam

Smith 1776., Book 1, Chapter 2, Of the Principle which gives occasion to the Division of Labour, <http://geolib.com/smith.adam/won1-02.html>

Vehovec, M., Neslužbeno gospodarstvo i neslužbene norme ponašanja: koliko može pomoći etika u poslovnom ponašanju, Financijska teorija i praksa, br. 1/2002, Rijeka, <http://bib.irb.hr/lista-radova?projekt=01720101>

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Broj osoba pomognutih projektom Ekonomija zajedništva kroz godine.....	49
Grafikon 2. Svrha pomoći: prehrana, školovanje, medicinska pomoć, stanovanje	51
Grafikon 3. Broj poduzeća ekonomije zajedništva u svijetu	52
Grafikon 4. Trend rasta neživotnih i životnih osiguranja na tržištima koja su predmet obrade CEA –e	78

POPIS SLIKA

Slika 1. Stupnjevi managerske etike	19
Slika 2. Povijesni razvoj ekonomije	32
Slika 3. Temelji ekonomije zajedništva.....	41
Slika 4. Prikaz nejednakosti raspodjele u svijetu.....	65
Slika 5. Razvoj financijskog tijeka na primjeru uslužne jedinice u nastajanju	95

POPIS TABLICA

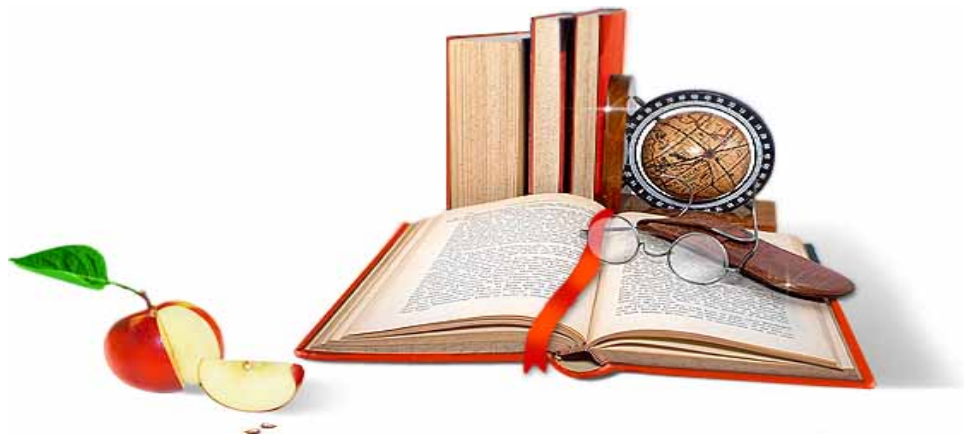
Tablica 1. Metoda - lista provjere etičnosti	22
Tablica 2. Metoda - deset koraka do donošenja odluke	22
Tablica 3. Pravna forma poduzeća ekonomije zajedništva	47
Tablica 4. Broj zaposlenih u poduzeću	48
Tablica 5. Raspodjela poduzeća i aktivnosti ekonomije zajedništva prema djelatnostima u 2004. godini	48
Tablica 6. Raspodjela po kontinentima broja osoba pomognutih projektom Ekonomija zajedništva	50
Tablica 7. Raspodjela sredstava ekonomije zajedništva	50
Tablica 8. Aktivnosti i poduzeća ekonomije zajedništva po svijetu	52
Tablica 9. Raspodjela poduzeća i aktivnosti ekonomije zajedništva prema zemljopisnim područjima u 2002. godini	53
Tablica 10. Internet poslužitelji 1996 - 2001	60
Tablica 11. Ukupni izdaci za marketing kroz razne medije u £m (UK)	70
Tablica 12. Nasilne pljačke zabilježene od policije, 1990. i 2000. godine	71
Tablica 13. Stopa nezaposlenosti 1990 i 1995-2001	73
Tablica 14. Kretanje emisije CO₂, 1975 – 2000	76
Tablica 15. Ukupna stopa fertiliteta (1980, 1990, 2001)	81
Tablica 16. Poduzeća koja pristaju uz ekonomiju zajedništva u Hrvatskoj	104
Tablica 17. Ocjena strategije financiranja ESPRI S.A. - Brazil	107
Tablica 18. Ocjena strategije financiranja UNILAB - Italija	108
Tablica 19. Ocjena strategije financiranja ANCILLA - Filipini	109

Tablica 20. Ocjena strategije financiranja Kemijska čistionica - Split	110
--	-----

Tablica 21. Ocjena strategije financiranja Šlezak - Zagreb.....	111
---	-----

BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RAD.

**RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI
MATERIJALI.**



WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MATURSKIRADOVI.NET

WWW.MATURSKI.NET

WWW.SEMINARSKIRAD.INFO

WWW.MATURSKI.ORG

WWW.ESSAYSX.COM

WWW.FACEBOOK.COM/DIPLOMSKIRADOVI

NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA MATURSKIRADOVI.NET@GMAIL.COM