

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
EKONOMSKI FAKULTET

**NIKOLA ŽIVKOVIĆ**

**UTJECAJ EKONOMIJE ZAJEDNIŠTVA NA ODRŽIVOST  
RAZVOJA**  
(SPECIJALISTIČKI POSLIJEDIPLOMSKI RAD)

ZAGREB, 2012.

## SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
1.1. Predmet istraživanja .....	1
1.2. Svrha i cilj istraživanja .....	1
1.3. Izvori i metode prikupljanja podataka .....	2
1.4. Struktura rada .....	2
2. EKONOMIJA I KULTURA DAVANJA .....	3
2.1. Potrošačka kultura .....	3
2.1.1. Potrošačka kultura i novac .....	5
2.1.2. Utjecaj potrošačke kulture na druge odnose osim ekonomskih .....	7
2.1.3. Odnosi u potrošačkoj kulturi .....	9
2.1.4. Potrošačka kultura i rad .....	10
2.2. Kultura davanja .....	11
2.3. Utjecaj potrošačke kulture i kulture davanja na ekonomski razvoj .....	15
2.3.1. Potrošačka kultura i ekonomska prokreacija .....	15
2.3.2. Kultura davanja i ekonomska prokreacija .....	17
2.4. Održivost potrošačke kulture .....	19
3. CIVILNA EKONOMIJA .....	22
3.1. Povijesni pregled civilne ekonomije .....	22
3.2. Povjerenje u trgovini .....	25
3.3. Trgovina kao uzajamna pomoć i zajedništvo .....	27
3.4. Bit civilne ekonomije .....	28
4. EKONOMIJA ZAJEDNIŠTVA .....	30
4.1. Povijesni razvoj ekonomije zajedništva .....	30
4.2. Povezanost ekonomije zajedništva sa pokretom fokolara .....	37
4.3. Način distribucije profita u poduzećima koji posluju po principima ekonomije zajedništva .....	39
4.4. Organizacija ekonomije zajedništva .....	46
4.5. Rasprostranjenost ekonomije zajedništva u svijetu .....	47

4.6. Financijski aspekt ekonomije zajedništva .....	50
5. LOKALNA ZAJEDNICA I PODUZEĆA EKONOMIJE ZAJEDNIŠTVA .....	54
5.1. Odnos lokalne samouprave prema poduzećima u inicijativi ekonomije zajedništva ....	54
5.2. Pozitivni efekti pravnih osoba koje djeluju po principima ekonomije zajedništva na lokalno područje .....	55
5.3. Preuzimanje politike djelovanja ekonomije zajedništva u lokalnoj samoupravi .....	58
6. PERSPEKTIVE RAZVOJA EKONOMIJE ZAJEDNIŠTVA.....	60
6.1. Korištenje pozitivnih efekata globalizacije za razvoj ekonomije zajedništva.....	60
6.2. Razvoj projekta ekonomije zajedništva na sveučilištima i ostalim institucijama .....	63
6.3. Razvoj misli u agencijama i institucijama koje potiču poduzetništvo .....	64
6.4. Mogućnost uvođenja novog instituta pravne osobnosti društava koji posluju po principima ekonomije zajedništva.....	65
6.5. Ekonomija zajedništva i održivi razvoj .....	67
6.6. Poslovni primjer poduzeća u ekonomiji zajedništva;.....	73
7. ZAKLJUČAK .....	78
LITERATURA.....	79
SAŽETAK.....	83
SUMMARY .....	84
ŽIVOTOPIS .....	85

## **PREDGOVOR**

Tema o ekonomiji zajedništva došla mi je spontano. Jednom prilikom u novinama sam vidio intervju s jednim od profesora iz Projekta ekonomije zajedništva koji je govorio o cjelokupnom projektu. Bio mi je interesantan način kako djeluju poduzeća u tržišnom okruženju, a mogu bespovratno odvajati dio dobiti za nova radna mjesta, nova poduzeća i za društveni sklad. Mislio sam da je to više neka lokalna ideja par poduzeća koji to pokušavaju i možda malo i uspijevaju. Od tada sam se sve više upoznao sa ovom temom te što sam dublje ulazio u bit Projekta trebalo mi je sve više vremena da radim na ovom postdiplomskom radu iz jednostavnog razloga; sve sam više spoznao koliko je taj projekt kompleksan, stručan i studiozan što je tražilo sve više i više angažmana. Naime, na početku sam smatrao da je to sve više kao neka ideja određenih idealista koji su se skupili i tako djeluju (nekog mikro karaktera), ali kad sam dublje ulazio u analizu poduzeća ekonomije zajedništva bio sam pozitivno iznenađen o načinu funkcioniranja i djelovanja Projekta ekonomije zajedništva. Kada sam otišao u Križevce u centar Mariapoli gdje djeluju poduzeća ekonomije zajedništva bio sam pozitivno iznenađen veličinom Projekta. Nisam mogao vjerovati da grad Križevci ima 40-tak zaposlenika u poduzećima koji rade po principu ekonomije zajedništva. Makar oni smatraju da je to vrlo malo u odnosu na cijeli svijet ja sam odmah znao da je to za manji grad u Republici Hrvatskoj jako puno. Kada sam počeo proučavati ekonomiju zajedništva u svijetu nisam ni mislio da je to Projekt koji obuhvaća preko 800 poduzeća iz cijeloga svijeta i u kojem radi i djeluje toliko velik broj ljudi. Iskreno bio sam fasciniran, posebno kada sam išao direktno u Italiju u radni posjet mjestu Loppiano pokraj Firenze. To je jedan od gradića u svijetu koji su potpuno involvirani u projekt. Vidio sam direktno kako stvari funkcioniraju u jednom velikom centru naziva Polo Lionelo Bonfanti gdje sam prilikom susreta sa jednim od menagera bio prvenstveno zapanjen kvalitetom proizvoda i stručnim pristupom u Projektu. Iskreno, nisam očekivao toliko kvalitetan pristup stručnosti i kvaliteti što me je oduševilo. Mislio sam da nije moguće postići toliku razinu kvalitete i stručnosti na takvim osnovama (prvenstveno jer se daje dio dobiti kao bespovratna sredstva pa time i kvaliteta i stručnost u sustavu mogu ostati zakinuti) pa su time troškovi puno veći, ali sam imao kriva razmišljanja. U Loppianu sam bio također na sveučilištu Sophia gdje su me upoznali sa načinom školovanja studenata i postdiplomanata koji izučavaju ekonomiju zajedništva. Posebno sam bio sretan kada sam vidio kako se radi sa tim studentima i koja razina znanja i analitičnosti se traži od njih.

Ekonomija zajedništva je top tema sadašnjeg ekonomskog trenutka u kojem se svi pitaju kako je i došlo do ovako teškoga stanja u ekonomskim zbivanjima i smatram da će se i akademska i poduzetnička javnost sve više interesirati o ovoj temi.

Za ovaj rad su zaslužni mnogi i ovom prilikom im zahvaljujem: moji roditelji, moj brat i njegova žena, moja zaručnica Danijela koja me je stalno podupirala da ustrajem u pisanju, prijatelji Marko, Domagoj, Dario, Josip, Stjepan koji su me podupirali, gospodin Rudi Minka Fabjan, Đina Perkov i fokolari iz Križevaca koji su me upoznali sa centrom Mariapoli iz Križevaca. Hvala i vrtiću „Zraka sunca“ iz Križevaca koji su mi prezentirali rad vrtića i kako se maleni pripremaju za ekonomiju zajedništva. U Loppianu su mi pomagali; Jelena, Carlos iz Brazila, Luigini Bruno, Fokolari iz Italije i cijeloga svijeta, Petra, koji su mi puno pomogli sa materijalima i smještajem u Italiji. Hvala i menagerima centra Polo Lionello Bonfanti koji su me upoznali sa velikim projektom ekonomije zajedništva u tom dijelu Italije. Hvala Hrvatskoj poštanskoj banci i kolegama sa kojima radim koji su mi mnogo pomagali oko rada. Zahvaljujem se profesorima; mentoru - prof. dr. Jurici Šimurini i voditelju studija prof. dr. Borisu Coti koji su mi bili pomoć oko izrade ovoga rada. Na kraju zahvaljujem Bogu jer mi je dao snage da dovršim cijeli studij.

Ovaj rad posvećujem sv. Josipu – zaštitniku Republike Hrvatske i zaštitniku radnika te  
Blaženoj Djevici Mariji – kraljici neba i zemlje, našoj majci.

# 1. UVOD

## 1.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovoga rada je pojam Projekta ekonomije zajedništva koja je svoje djelovanje započela u Italiji, a zadnja se dva desetljeća djelovanje ekonomije zajedništva proširilo u čitavom svijetu.

Njeni korijeni sežu daleko u prošlost na prvu katedru političke ekonomije u Europi koja se nalazila u Napulju gdje se predavao predmet civilne ekonomije iz kojeg ekonomija zajedništva vuče glavne poveznice.

Pristup poslovanju poduzeća u ekonomiji zajedništva nije orijentiran samo na profit već i na način stvaranja i distribuciju profita. Dio dobiti takvih poduzeća se dobrovoljno daje u nova poduzeća koja žele poslovati po takvom principu, a njihov pristup čovjeku i radnim procesima nije mehanički kakav je većinom u današnjem ekonomskom svijetu. Na područjima gdje posluju poduzeća takvog tipa primjećuju se izraziti pozitivni efekti koje prepoznaje i lokalna zajednica te ih kao takve i honorira daljnjim podupiranjem.

Stoga bi u današnjem nemilosrdnom ekonomskom okruženju ekonomija zajedništva mogla biti kao novo osvježanje koje daje pozitivan i afirmativan pogled prema ekonomiji i čovjeku.

## 1.2. Svrha i cilj istraživanja

Osnovni ciljevi istraživanja u okviru ovog specijalističkog poslijediplomskog rada su:

- analizirati karakteristike i značaj ekonomije zajedništva
- analizirati karakteristike organizacija koja odražavaju karakteristike ekonomije zajedništva
- analizirati ekonomiju zajedništva u kontekstu održivog razvoja
- analizirati utjecaj globalizacije na ekonomiju zajedništva
- analizirati utjecaj ekonomije zajedništva na profitabilnost poduzeća

S obzirom na primjenu očekivanih rezultata analizirati će se prednosti ekonomije zajedništva u odnosu na tradicionalni pristup ekonomskim postulatima.

Također se očekuju rezultati u smislu utjecaja globalizacije gdje je moguće analizirati pozitivne i negativne posljedice na ekonomiju zajedništva.

Ova tema u zadnjem desetljeću dobiva širu znanstvenu pažnju te će ovaj rad biti doprinos u istraživanjima ekonomije zajedništva na regionalnoj i globalnoj razini.

### **1.3. Izvori i metode prikupljanja podataka**

U samoj razradi teme i istraživanja problema korištene su metode: analize, sinteze, indukcije, dedukcije, komparativne analize te studij slučaja. Izvori za prikupljanje podataka su domaća i strana literatura na temu Projekta ekonomije zajedništva, održivog razvoja, Pokreta fokolara, etike u poslovanju i društveno odgovornog poslovanja.

### **1.4. Struktura rada**

U uvodu se prikazuju osnovne smjernice ovoga rada; predmet istraživanja, svrha i cilj istraživanja, izvori i metode prikupljanja podataka te struktura rada.

Drugo poglavlje, u kojem se definiraju osnovne značajke potrošačke kulture i njenog utjecaja na ekonomske procese i potpuno suprotnog ekonomskog ponašanja tj. kulture davanja daju pregled dviju oportunističkih pogleda na ekonomski razvoj.

U trećem poglavlju analizirana je civilna ekonomija, područje znano u Europi, ali na našem području još neistražena čime ovaj rad doprinosi širenju te teoretske postavke u Hrvatskoj. Analizirana je povezanost civilne ekonomije sa Projektom ekonomije zajedništva te su prikazani osnovni postulati civilne ekonomije.

Četvrto poglavlje, prikazuje i analizira karakteristike Ekonomije zajedništva. Povijesni razvoj cjelokupnoga projekta, rasprostranjenost poduzeća u cijelom svijetu, profitabilnost poduzeća i način organizacije prikazani su u ovome poglavlju.

U petom poglavlju analizirani su efekti djelovanja ovih poduzeća na lokalnu zajednicu i interes lokalne uprave pojedinih država za ovakav način poslovanja u njihovim regijama.

Šesto poglavlje analizira perspektive razvoja cjelokupnoga Projekta te utjecaj ekonomije zajedništva na održivost ekonomskog razvoja.

## 2. EKONOMIJA I KULTURA DAVANJA

### 2.1. Potrošačka kultura

Današnji ekonomski tokovi svijeta postaju sve brži i brži, moglo bi se reći i sve kompliciraniji u kanalima kojima djeluju te se u takvoj brzini razvijaju nove kulture ponašanja i ekonomskog djelovanja. Entiteti koji djeluju u ekonomskim procesima postaju sve manje zainteresirani za druge entitete i za njihovu stvarnu dobrobit te se pojavljuju negativni ekonomski efekti koji se odražavaju ne samo na ekonomske odnose nego i na cijelu sociološku i psihološku strukturu čovječanstva. Moralne vrijednosti naglo propadaju, a sa njima i ponašanja na tržištu iz kojega se sve teže generira povjerenje i uzajamnost međusobnih odnosa. Upravo je povjerenje jedan od ključa ekonomije koje se danas toliko unazadilo da više nitko nikome ne vjeruje na tržištu što uvelike doprinosi destabilizaciji cjelokupnog ekonomskog sustava.

Ekonomski trendovi današnjeg čovječanstva vode nas prema pojmu potrošačke kulture kao negativnog efekta ekonomskog djelovanja. Sama definicija potrošačkog društva dana je slijedećom rečenicom:

„Potrošačko društvo je zahvatila opća težnja za potrošnjom životnih sredstava na temelju mogućnosti što ih osigurava masovna proizvodnja. Ta se pojava u ekonomskoj teoriji različito ocjenjuje. Za jedne ona je izraz društvene krize, dehumanizacije ljudskih odnosa i postupaka, daljnjeg otuđenja čovjeka i društva kojemu pripada. Drugi je ocjenjuju kao pozitivnu tekovinu suvremenih postignuća, funkciju razvoja moderne tehnologije, izraz čovjekova oslobođenja od siromaštva, prvi korak u izjednačavanju ljudi. Potrošačka kultura pratilac je prilika u kojima stalan tehnološki napredak i pogotovo stalna revolucija tehnologije trebaju masovnu potrošnju kako bi se osigurao plasman proizvoda.“<sup>1</sup>

Ekonomska teorija različito gleda na pojam potrošačkog društva i kulture koja vlada u takvom društvu. Dok je jedni teoretičari smatraju pozitivnom drugi je smatraju izrazito negativnom pojavom današnjice. Predstavlja krizu današnjice jer se čovjek jednostavno gubi u virtualnoj potražnji koja mu se stalno nameće kroz agresivnu ponudu. Dehumanizacija društva je

---

<sup>1</sup> Mia Mikić, Silvije Orsag, Nina Pološki Vokić, Sandra Švaljek i ostali: *Ekonomski leksikon*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2011., str. 715.



prisutna i predstavlja sve veći problem koji ekonomski stručnjaci pokušavaju riješiti kroz neke nove oblike djelovanja prvenstveno kroz održivi razvoj.

„Čovjek u masovnom i potrošačkom društvu gubi osjećaj za kreativnost i stvaralaštvo. Pretvoren u pasivnog promatrača, pojedinac gubi svoju individualnost i postaje sve bezličniji i beznačajniji.“<sup>2</sup>

„Imajući na umu ove masovnosti, zaključuje se da je stoga bolje napraviti podjelu kojom bi se razlučile posebnosti koje se javljaju u masovnoj kulturi. U tom smislu pravi se razlika između dva tipa masovne kulture, od kojih je jedan produktivni - onaj u kojem se ostvaruje spontanost, otvorenost i kritičnost i naziva se masovna kultura, a drugi neproduktivni, u kojem se gube te dimenzije pod pritiskom suvremenog ekonomskog modela i kojeg nazivamo potrošačka kultura.“<sup>3</sup>

Prvenstveno, potrošačka kultura koja djeluje na određenom ekonomskom prostoru prije ili kasnije doprinosi porastu neproduktivnosti i nepoduzetnosti jer sama u sebi ne sadrži kreativnost stvaralaštva već zastupa potrošački mentalitet koji nužno prije ili kasnije donosi usporavanje ekonomskog rasta stvaralaštva i poduzetništva. Za ekonomiju je karakteristična inovativnost koja se u potrošačkom okruženju gubi zbog posljedica inertnosti sustava i nezainteresiranosti entiteta koji u njoj djeluju. U takvom okruženju sve je teže kreirati nove ideje koje su nužne za daljnji razvoj ekonomskih procesa. Društva koja su zahvaćena potrošačkom kulturom stagniraju i urušavaju se jer se većinom entiteti u njoj ne usavršavaju već koriste dotle stečeno znanje koje dalje ne nadopunjavaju jer za razvoj daljnje novostvorene vrijednosti entiteti u potrošačkoj kulturi nemaju novu snagu. Temeljni koncept odnosa u potrošačkom društvu jest egocentričan te je to i glavni uzrok za propadanje vrijednosti u potrošačkoj kulturi. Ljudi nisu zainteresirani za dobro drugoga te dolazi do velikog pada poslovnog morala. Ako već ljudi u ekonomskom odnosu ne gledaju dobro drugoga, trebali bi u cijeni koju drugi plaća za taj proizvod unijeti i moral u efektu dobre i kvalitetne robe koja predstavlja ono što se nudi bez laži i zakulisnih igara, tj. samo dobro bi trebalo biti kvantificirano u cijeni.

---

<sup>2</sup> Nataša Krivokapić: *Slobodno vrijeme i masovna i potrošačka kultura*, Sociološka luča, Filozofski fakultet, Nikšić, II/1 2008., str. 73.

<sup>3</sup> Nataša Krivokapić: *Slobodno vrijeme i masovna i potrošačka kultura*, Sociološka luča, Filozofski fakultet, Nikšić, II/1 2008., str. 69.

Iz takvoga pravca djelovanja ne stvaraju se novi pogledi za razvoj na mikroekonomskoj i makroekonomskoj razini stoga je danas prisutna kriza cjelokupnog ekonomskog, a moglo bi se reći i općeg značaja.

U takvom okruženju se gubi na individualnosti pojedinca i njemu se ne daje dovoljan prostor za djelovanje. Sve postaje mehaničko i odnosi se gledaju kroz mehaničku prizmu. „Suvremeno društvo je zainteresirano za čovjeka prvenstveno kao potrošača pomoću kojega potvrđuje svoju razvijenost. Suvremeno društvo potiskuje svaki drugi interes osim materijalnog i u tom smislu sve potrebe pojedinca, osim potrebe za trošenjem, konstantno se zanemaruje. Razvijajući potrošački mentalitet, društvo ignorira vrijednosti vrlo važne za cjelokupan društveni život, kao što su odgovarajuća zdravstvena zaštita, kulturne institucije, javni parkovi i sl. Ekonomska logika određuje prioritet svim društvenim akcijama, prema kojoj se sve što se ne uklapa u pozitivnu ekonomsku računicu ne smatra dovoljno vrijednim. Na taj način društvo zanemaruje potrebe za intelektualnim, duhovnim, emocionalnim i psihičkim razvojem pojedinca neophodnim za stvaranje jedne cjelovite osobnosti, koja ima razvijenu svijest o sebi i društvu i umjesto toga potencira one uvjete koji pogoduju razvijanju samo onih potreba koje pojedinca pretvaraju u homo consumensa.“<sup>4</sup>

Dugotrajnim ignoriranjem drugih vrijednosti u društvu kao što su duhovne, intelektualne, sociološke dolazi do stagnacija u procesima i nemogućnosti u daljnjoj ekonomskoj prokreaciji. Društvo stagnira te nema mogućnost regeneracije – to se prvenstveno vidi kod ekonomskih stagnacija, depresija u društvu i ne napretku na svim razinama društva koje većinom dolaze kao posljedica neracionalnog ekonomskog ponašanja i padom morala u društvu. Potrošačkim pristupom suvremena ekonomija odlazi u područje bezličnosti i nekreativnosti prema osobi radnika od kojeg kreću svi procesi prema ukupnim makroekonomskim kretanjima. Osoba radnika je potpuno dehumanizirana te je on u današnjem potrošačko – tehnološkom ambijentu postao samo nužnost u stvaranju profita.

### **2.1.1. Potrošačka kultura i novac**

Novac je cilj i bit potrošačke kulture i on je moglo bi se reći novi (ili stari) idol takve vrste kulture koja se kroz povijest svijeta ponavlja u različitim vremenskim razmacima. Novac je

---

<sup>4</sup> Nataša Krivokapić: *Slobodno vrijeme i masovna i potrošačka kultura*, Sociološka luča, Filozofski fakultet, Nikšić, II/1 2008., str. 73.

roba koja je u današnjem društvu stvorena bit postojanja sama za sebe, a ne kao produkt realnog gospodarstva te je to jedan od glavnih razloga stagnacija u zapadnim ekonomijama i rušenja morala u društvu.

„Međunarodne financijske transakcije su registrirale nevjerojatno nagli porast, u tolikoj mjeri da je danas manje od 5% kretanja valuta zbog komercijalnih aktivnosti. Valuta je transformirana od instrumenta u službi gospodarstva u robu. Valuta se može zamijeniti bez obzira na pravila i obveze, u pratnji modela koji često teško opterećuju zemlje u razvoju s nepovoljnijim cijene te ograničavaju njihov rast.“<sup>5</sup>

Naime, financijski sektor ne prati realni sektor i tu dolazi do velike disproporcije djelovanja što doprinosi obezvrijeđivanju novca i ekonomskih odnosa i ima inflatorni učinak. Smatrajući novac fundamentom ekonomije, potrošačka kultura nužno mora propasti jer nema kapacitet samosavladvavanja ili zauzdavanja svojih uzdi te usmjeravanja ekonomskih procesa u nove produktivne pravce djelovanja. Moralni pad civilizacije, a posebno u ekonomskoj sferi je danas toliko velik jer nažalost u ekonomiji ništa više nije sveto pa ni sama ona u sebi. Niti su to odnosi među ljudima, niti povjerenje u trgovini za koje su mnogi teoretičari govorili da je ključ ekonomskih odnosa među ljudima, niti je to kvaliteta proizvodnje, a najmanje od svega prodajni kanali i načini prodaje te marketinško praćenje pojedinih proizvoda.

Kroz povijest čovječanstva novac je prolazio kroz razne faze metamorfoze. Na početku postojanja bio je približan vrijednosti onoga što je predstavljao no u današnjem dobu novac je sam postao vrijednost za sebe sa svrhom samopostojanja te je izgubio doticaj sa realnim gospodarstvom. To se posebno očituje u nedostatku kvalitetne transmisije novčanih jedinica do jedinice koja je u potrebi u realnom gospodarstvu. Izgubila se ta nit povezanosti i gubljenjem te niti ekonomija postaje sve više virtualnija (utjecaj ima i informatička tehnologija). Taj termin samodostatnosti novca posebno je prisutan u potrošačkoj kulturi. Entiteti u potrošačkoj kulturi poštuju jedino novac i on im je cilj postojanja i ispunjenja. Kod takvog gledišta potrošačka kultura ne može dalje ni napredovati jer je ograničena vrijednošću novca koji je determiniran na nerealnim osnovama koja nisu usklađena sa realnim gospodarstvom. Vrijednost novca proizlazi iz vrijednosti odnosa i stvaralaštva među ljudima stoga ne uviđajući izvor kreacije novca entiteti u potrošačkoj kulturi ostaju na nižem

---

<sup>5</sup> Conference of WCC/WLF/WARC/CEC/RvK, *Economy in the service of life*, Statement by New Humanity and Youth for a United World, Amersfoort, lipanj 2002., str. 9.

ekonomskom shvaćanju odnosa te ne pridonose daljnjem ekonomskom razvoju određenog područja.

### **2.1.2. Utjecaj potrošačke kulture na druge odnose osim ekonomskih**

„U pronalaženju novih potreba i novih načina njihova zadovoljavanja nužno je dati se voditi integralnom slikom čovjeka koji će poštivati sve dimenzije njegova bića i podrediti one materijalne i instiktivne onim nutarnjima i duhovnima. Ako se čovjek, naprotiv, neposredno obraća svojim instinktima i ne obazire se na svoju osobnu svjesnu i slobodnu stvarnost, mogu se oblikovati navike konsuma i životni stilovi koji su objektivno nedozvoljeni i često štetni za fizičko i duhovno zdravlje. Ekonomski sustav sam po sebi ne posjeduje kriterije koji bi dozvoljavali da ispravno razlikujemo nove i uzvišenije oblike zadovoljavanja ljudskih potreba od novih uvedenih potreba koje ometaju oblikovanje zrele osobnosti. Zato je nužno i hitno veliko odgojno i kulturno djelo koje će obuhvatiti odgoj potrošača za odgovornu upotrebu njihove sposobnosti izbora, oblikovanje visokog smisla odgovornosti među proizvođačima i, pogotovo, među profesionalcima masovnih komunikacija, uz također nužan zahvat javnih vlasti.“<sup>6</sup>

Razvijanje samo onih potreba koje pojedinca pretvaraju u homo consumensa nužno doprinosi nazadovanju društva i urušavanju ekonomske prokreacije jer će nakon nekoga vremena pojedinci biti nesposobni okrenuti se novim vizijama i novoj kreaciji iz jednostavnog razloga jer neće imati potrebno znanje (gubljenjem vremena u potrošačkom mentalitetu pojedinci gube vrijeme za novo osposobljavanje što se posebno odnosi na nova znanja) niti će imati potrebnu snagu da nadvladaju prepreke iz potrošačkog u proizvodno kreativni mentalitet, a prirodno urođen proizvodni mentalitet u čovjeku jednostavno slabi. Honoriranjem takvog ponašanja društvo nužno postaje ekonomski mrtvo poput pustinje u kojoj nema novih kreacija života. „Ekonomija kao disciplina, u znanosti, razvoju i politikama, vrlo je slaba etikom.“<sup>7</sup> Ekonomski gledano moguće je da u kratkom roku honoriranje potrošačkog ponašanja donosi dobit, ali dugoročno je to za ekonomske procese pogubno jer se guši baza iz koje nastaju nove ideje i nova kreacija te slabe mogućnosti za kreiranje novih dodanih vrijednosti.

---

<sup>6</sup> Ivan Pavao II.: *Stota godina – Centesimus Annus*, Kršćanska sadašnjost, 2001., str. 69.

<sup>7</sup> Ben Fine: *Economics and ethics – Amartya Sen as point of departure*, New School Economic Reveiw, Volume 1(1), 2004., str. 95-103.

„Ekonomija, naime, samo je jedan vid i jedna dimenzija zamršene ljudske djelatnosti. No ako se ona apsolutizira, ako proizvodnja i potrošnja robe, na kraju, zaposjednu središte društvenog života, te postanu jedina vrijednost društva ne podvrgavajući se ničemu drugom, treba tražiti uzrok ne samo i ne toliko u samom ekonomskom sustavu, koliko u činjenici da je sav društveno – kulturalni sustav, ignorirajući etičku i religioznu dimenziju, oslabio, te se ograničava sada samo na proizvodnju dobara i usluga. Sve se to može sažeti još jedanput tvrdnjom da je ekonomska sloboda samo element ljudske slobode. Kad ekonomska sloboda postane autonomnom, tj. kad se čovjek gleda više kao proizvođač ili potrošač dobara nego kao subjekt koji proizvodi i troši da bi živio, tada ekonomija gubi svoj nužan odnos s ljudskom osobom te je, na kraju, otuđuje i tlači.“<sup>8</sup> Današnje potrošačko društvo ekonomiju shvaća kao zadovoljenje nižih potreba ne vodeći računa o utjecaju i posljedicama takvog pristupa.

„Priroda moderne ekonomije značajno je osiromašena s obzirom na udaljenost koja je izrasla između ekonomije i etike.“<sup>9</sup> Etika nije dobrodošla u ekonomske procese jer jednostavno gledajući ona predstavlja za tržište veliki trošak. Potrošačko društvo taj trošak nije spremno prihvatiti i platiti makar je etika iznad svakoga prihoda jer predstavlja temeljno dobro.

---

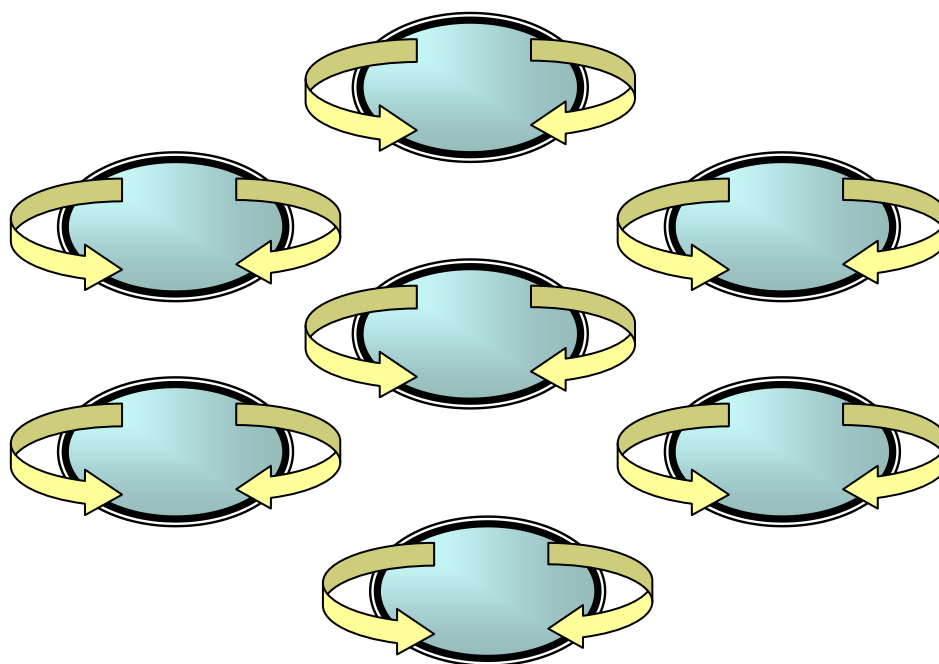
<sup>8</sup> Ivan Pavao II.: *Stota godina – Centesimus Annus*, Kršćanska sadašnjost, 2001., str. 75.

<sup>9</sup> Amartya Sen: *On ethics and economics*, Blackwell publishing, Malden, USA, 1987., str. 7.

### 2.1.3. Odnosi u potrošačkoj kulturi

Na slici 1. prikazani su subjekti na tržištu koji su infiltrirani potrošačkom kulturom te su tipični primjer egocentričnog ponašanja, tj. prisutna je okrenutost prema samima sebi koja se očituje nakon dugotrajnijeg djelovanja ove vrste ekonomske kulture na određenom području te se sudionici nakon određenog vremena počinju ovako ponašati i djelovati;

Slika 1. *Egocentrično djelovanje potrošačke kulture*



Izvor: Autor

U takvom okruženju interakcije između subjekata su limitirane i nisu prokreativne zbog pogleda koji je prvenstveno orijentiran prema sebi i potrošnji. Upravo te konekcije između subjekata na tržištu su porušene i iz njih se teško može izvući pozitivno ekonomsko djelovanje. Na tržištu nestaje povjerenje jer se sve gleda kroz prizmu samoga sebe te se ne uviđaju potrebe drugih i ne prepoznaju ideje koje se same po sebi nalaze na tržištu. Potrošačka kultura je nužno negativno individualistička u kojem pojedinci postaju sve manje sposobniji za interakciju sa ostalim pripadnicima društva što u konačnici oslabljuje ekonomiju društva.

Ne uviđanjem potreba drugih i okrenutost prema sebi nužno doprinosi i smanjenju poduzetničkog razmišljanja jer je baš tipično za pravo poduzetničko razmišljanje pogled

prema drugima i traženja potreba koje oni imaju i naravno kvantificiranju tih potreba kroz proizvodnju proizvoda koji je tražen (ili usluge). Upravo u tim traženjima razvijaju se ideje za ekonomske inovacije, za nove poduzetničke pothvate koje se jednostavno u potrošačkom mentalitetu gube zbog nekreativnosti i inertnosti koje takva kultura izaziva na područjima gdje djeluje. Nekreativnost je jedna od temeljnih značajki potrošačke kulture.

„U novom i konstantno promjenjivom okruženju, razvoj postavlja prastara filozofska pitanja: Što je to dobar život (odnos između imati dobra i biti dobro), što su temelji života u društvu i koji bi stav ljudi trebali zauzeti prema prirodi? Razvoj nam daje jedan specifičan odgovor na ova pitanja. Samo ulaženje u primjenu etike je ekvivalent korištenju etike u svrhu potrage za razvojem. Ipak, ciljevi modernog razvoja daju specifičan odgovor na prastara filozofska pitanja. Shodno tome, etika razvoja pozvana je na rješavanje zadatka iznad osnovnih normi okruženja u procesu promjene. Ono što je potrebno je kritično propitivanje same prirode razvoja i postavljenih ciljeva: bolji ljudski život i njegov socijalni aranžman koji pružaju široki paletu izbora za ljude koji žele u potragu za svojim uobičajenim i individualnim dobrima.“<sup>10</sup>

Za ekonomski razvoj države i društva potrošački tip ponašanja je neprihvatljiv i destruktivan jer ekonomski odnosi ne mogu preskakati na višu razinu koja je nužna za daljnji razvoj. Nema nove vrijednosti koja bi generirala novi i daljnji razvoj već se sve svodi na trgovinu do sada stvorenog. Takvo djelovanje obezvređuje masu novca u sustavu i slabi proizvodnju te dugoročno stvara inflatorne pritiske.

#### **2.1.4. Potrošačka kultura i rad**

„Rad je svjesno, ozbiljno, na objekt upravljeno korištenje duhovnih ili tjelesnih sposobnosti čovjeka radi svrhovita stvaranja vrijednosti, koje služe ispunjenju čovjekova smisla.“<sup>11</sup> Potrošačka kultura uživa efekte rada, ali oslabljuje radno produktivne odnose među ljudima. Pošto sadrži hedonističke elemente ona odgaja nove naraštaje na način da je rad samo sredstvo za ispunjenje potrošnje, a ne i kreacija u prostoru i vremenu koja oblikuje pojedinca u zdravu osobnost iz kojeg izrasta normalna osobnost, normalno društvo i jaka država. „Iako

---

<sup>10</sup> Denis Goulet: *A new discipline - Development Ethics*, Kellogg institute, Notre Dame, 1996., str. 11.

<sup>11</sup> Joseph Hoffner: *Kršćanski socijalni nauk*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2005., str. 129.

je rad usmjeren na objekt, on ipak nastupa kao čovjekov životni izraz. U radu se čovjek razvija u samome sebi. On – sve više postaje čovjekom.“<sup>12</sup>

Društva koja ne cijene rad već potrošnju su ekonomski osuđena društva na vječna dugovanja i ne proizvodni mentalitet. Potrošačka kultura također utječe na sam pojam čovjeka kao takvog. Pojedinaac u takvoj kulturi postaje samo broj u ekonomskoj jednadžbi koji služi da izvede što veću dobit za što manji trošak pritom ne vodeći ni malo računa o osobnosti individualca.

Takav pogled je krah za ekonomiju države i odnose u njoj jer čovjek nije podložio ekonomske odnose ispod sebe već ti odnosi determiniraju njegovo kretanje i njegov razvoj te je on sve manje sposoban oduprijeti se takvom djelovanju što doprinosi ljudskoj i društvenoj destabilizaciji.

## **2.2. Kultura davanja**

Dijametralno suprotno potrošačkoj kulturi stoji kultura davanja. „Ekonomska znanost svoj postanak duguje dvoma različitim izvorima koji su bili dio tadašnje političke znanosti. Jedan je izvor etika, a drugi je moglo bi se današnjim rječnikom reći – znanost o upravljanju. Onaj dio ekonomske znanosti koji svoje izvore ima u etici ima veoma dugu tradiciju i vuče korijene od naširoko poznate Aristotelove Nikomahove etike. Od tada se ekonomska znanost razvijala i različiti su autori pristupajući ekonomskoj znanosti iz svojeg kulturnog i profesionalnog miljea, usmjeravali tijekom razvitka ekonomske misli, crpeći svoju inspiraciju na ta dva izvora. Tako je moguće razlikovati autore koji su u svojim razmatranjima ekonomskih problema više crpili s etičkih izvora ekonomske znanosti od onih koji su više crpili sa izvora – upravljačke znanosti. Ove druge više je zanimala tehnička i logička strana rješenja ekonomskih problema, nego pitanja kao što su: Kako bi čovjek trebao živjeti? Što je dobro za čovjeka?“<sup>13</sup>

U odnosu na egocentričan pogled djelovanja pojedinca u potrošačkoj kulturi, djelovanje pojedinca u kulturi davanja je usmjereno prema van, odnosno prema zajednici čime se mijenja njen kompletan ekonomski i društveni ustroj.

---

<sup>12</sup> Joseph Höffner: *Kršćanski socijalni nauk*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2005., str. 131.

<sup>13</sup> Zdenko Babić: *Etika i ekonomija: propitivanje odnosa*, Ekonomski pregled, 53(5-6)537-547, Zagreb, 2002., str. 539.



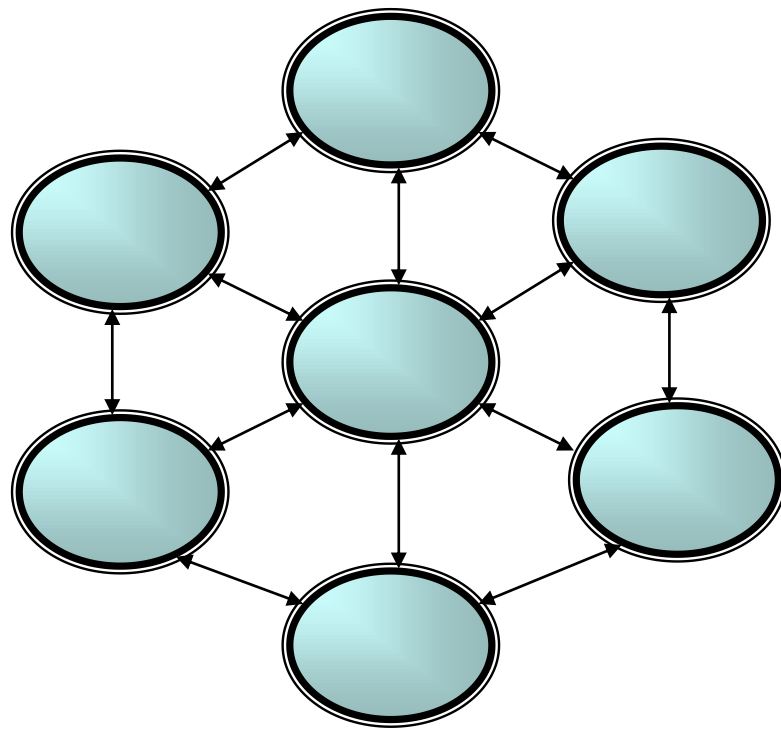
Takvo djelovanje je poticajno za usavršavanje pojedinaca kroz njihovu međusobnu interakciju. Pojedinaac promatra, analizira, zaključuje te u interakciji s okolinom podiže kreativnost i stvaralaštvo što stvara novu dodanu vrijednost kojom se oplemenjuje cjelokupna ekonomska i na kraju društvena zajednica.

Pravom poduzetniku (stvaratelju) nije primaran cilj novac već stvaralaštvo koje će u konačnici biti valorizirano sredstvom razmjene tj. novcem, ali taj novac se više ne nalazi u centru ekonomskog djelovanja već služi samo kao sredstvo plaćanja (razmjene vrijednosti). Centralno mjesto umjesto novca zauzima stvaralaštvo, odnosno stvaranje novih vrijednosti. Svi ekonomski sudionici kojima stvaralaštvo (u kojem naravno zarađuju) nije cilj su jednostavno prije ili kasnije paraziti sustava koji uzrokuju inflacijske učinke, pad ekonomskog potencijala društva i nezaposlenost. Baš to stvaralaštvo nije prisutno u mentalitetu koji se stvara u potrošačkoj kulturi jer pojedinci i društvo kao cjelina jednostavno gube kreativni i proizvodni mentalitet koji sam od sebe zahtjeva promjenu i rad na sebi.

Ukratko rečeno, u ekonomskoj kulturi darivanja stvaralaštvo je temelj djelovanja, a ne profit (koji u uvjetima fer utakmice naravno neće izostati) i to je temeljna razlika između potrošačke (egocentrične) kulture i kulture darivanja (egzocentrične). Entiteti kojima je jedini cilj novac vrlo teško ulaze u bit ekonomskih procesa jer ne ulaze u stvaralački odnos već u podređeni položaj prema novcu.

Kultura davanja zapaža entitete u sustavu koji nisu zanimljivi onima koji žele brzi profit npr. u potrošačkoj kulturi te ulaže (kroz darivanje) u društveni sklad. Ona ulaže u zajednicu i zajedništvo jer je zajedništvo temelj njenog postojanja.

Slika 2. Odnosi u kulturi davanja među sudionicima



Izvor: Autor

Na slici broj 2. prikazuje se odnos pojedinaca u sustavu u kojem je zastupljen egzocentričan pogled – pogled koji je temelj kulture davanja (temelja ekonomije zajedništva). Ti odnosi su usmjereni prema drugima dajući dio sebe za druge istovremeno primajući od drugih. To je neprestana interakcija u kojoj ne može doći do ekonomskog zaostajanja pošto nema barijera i ograničenja između pojedinaca (prikazano strelicama u oba smjera). Takva klima je izrazito bitna za proizvodnu i jaku stvaralačku i kreativnu ekonomiju. Naime, u ekonomskoj današnjici je vrlo teško doći do takvih odnosa jer je povjerenje na tržištu izgubilo smisao i većinom sve služi samo profitu pod svaku cijenu, a ljudi se smatraju samo golom robom koja nema nikakav smisao osim onog koji je bitan za dobit kompanije ili poduzeća.

U okruženju kulture darivanja dolazi do razmjene između subjekata na tržištu u kojem subjekti primaju i zadržavaju najbolje te daju od sebe svoju vrijednost drugima za određeni novčani ekvivalent te se tako produbljuje tržište na način da uvijek postoji dodana vrijednost iz kojeg se dalje generira ekonomski razvoj neovisno o tome što se dio daje za društveni sklad

(ulaganje u projekte ili za pomoć u bitnim potrebama). Prvenstveno za ekonomski razvoj bitan je pojam nove vrijednosti koja se generira te je za nju i karakteristična jaka sinergija entiteta u tržišnom procesu.

"Nema sumnje da su ljudi, čak i sada, sposobni za mnogo više nesebičnih usluga nego što općenito pružaju: a krajnji cilj ekonomista je da otkrije kako se to skriveno i po društvo korisno svojstvo može najbrže razviti i najmudrije iskoristiti. Ali, on ne smije bez istraživanja iznijeti konkurenciju na zao glas: on mora prema svakom njezinom obliku zadržati nepristran stav sve dok nije siguran da, budući da su ljudi ovakvi kakvi jesu, ograničavanje konkurencije ne bi bilo više u protivnosti s interesima društva nego sama konkurencija."<sup>14</sup>

Privatni interes koji je u potpunosti u skladu sa etičkim normama doprinosi razvoju cjelokupnoga društva i cjelokupne ekonomije. Privatni interes je temelj, ali ne pod cijenu loših proizvoda, loših odnosa koje se danas nalaze na tržištu i kreiraju u sve kanale ekonomskih procesa iz kojih onda dolazi cjelokupno nepovjerenje prema ekonomskom djelovanju.

„Individualac naginjući više podršci domaće proizvodnje umjesto strane osigurava svoju sigurnost, a upravljajući tom proizvodnjom na način da proizvodi te industrije steknu najveću vrijednost osigurava osobnu dobit; tako je u ovom i mnogim drugim slučajevima vođen nevidljivom rukom da promovira i završi nešto što nije bila njegova prvobitna namjera. Niti je to uvijek najlošije za društvo što nije prvobitno bilo dio toga. Ostvarujući svoj interes često promovira i interese društva efektivnije nego kada bi mu prvobitni interes bio promovirati društvo.“<sup>15</sup>

U toj interakciji između pojedinaca kola novac u smislu naplate za proizvode i usluge i u smislu dara za društveni sklad i jednostavno oplemenjuje ekonomske procese i ljude kao takve jer jednostavno ekonomija služi ljudima na njihovom razvojnom putu, a ne obrnuto. Ne radi se ovdje o nekom idealističkom modelu u kojem bi pojedinci trebali idealistično gledati na ekonomske procese već se zapravo radi o već ugrađenim mehanizmima koji se već nalaze unutar sustava no ako su mehanizmi poremećeni pogledom potrošačke kulture oni

---

<sup>14</sup> Alfred Marshall: *Načela ekonomike*, Cekade, Zagreb, 1987., str. 29.

<sup>15</sup> Adam Smith: *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*, Pennsylvania State University, Hazleton, 2005., str. 364.

jednostavno zastrane. Primjer bi bilo tijelo sa ugrađenim mehanizmima samoobrane koji kada dođe do poremećaja u tijelu nisu više u stanju održavati obranu tijela, ali kada se ponovo vrte u „normalu“ tijelo normalno funkcionira. „Kako sebičnog čovjeka možemo pretpostaviti, evidentno su prisutni principi u njegovoj prirodi, koji pokazuju interes za sreću drugoga, makar ništa ne dobio od toga osim užitka gledajući ga.“<sup>16</sup>

Od presudne važnosti je shvaćanje da te ekonomske interakcije između pojedinaca u kulturi davanja uvijek imaju mogućnost napretka jer se ne zadržavaju na sebi već na drugome. Taj napredak je opet od presudne važnosti za ekonomiju i razvoj društva i države.

„ ... nalazimo da će među takozvanim društvenim životinjama, kao što su pčele i mravi, preživjeti one rase u kojima pojedinci veoma energično obavljaju različite usluge društvu, ne zahtijevajući za sebe izravne koristi. Ali, kad dođemo do ljudskih bića, obdarenih razumom i govorom, utjecaj plemenskog osjećaja dužnosti za jačanje plemena poprima raznolike oblike. Postupno bezrazložna simpatija koje klice postoje u nižim životinjama proširuje svoje područje i postiže da je se svjesno usvaja kao temelj postupka: plemenska privrženost, koja počinje na razini jedva višoj od one koja postoji u čoporu vukova ili razbojničkoj bandi, postupno prerasta u plemenito rodoljublje, a vjerski ideali postaju čišći i viši. Budu li sve druge stvari jednake, rase u kojima su ta svojstva najviše razvijena sigurno će biti u ratu i borbi s glađu i bolesti jače od drugih i konačno će pobijediti. Tako će zbog borbe za opstanak u krajnjoj liniji preživjeti one ljudske rase u kojima je pojedinac najviše voljan žrtvovati se za dobrobit onih oko njega i koje su uslijed toga sve zajedno najbolje prilagođene korištenju svoje okoline.“<sup>17</sup>

## **2.3. Utjecaj potrošačke kulture i kulture davanja na ekonomski razvoj**

### **2.3.1. Potrošačka kultura i ekonomska prokreacija**

Promatrajući sa čisto mehaničkog stajališta potrošačka kultura u društvu implicira veću potrošnju, a samim time i veću proizvodnju koja će zadovoljiti tu potrošnju (ili u nedostatku proizvodnje će se okrenuti uvozu) no implicira dugoročnu manju nesposobnost pojedinaca prema stvaralaštvu i poduzetništvu koja se prelijeva na inertnost cijelog sustava što u

---

<sup>16</sup> Adam Smith: *The theory of moral sentiments*, A. Millar, London, 1790., str. 9.

<sup>17</sup> Alfred Marshall: *Načela ekonomike*, Cekade, Zagreb, 1987., str. 163.

konačnici ima inflatorne učinke i stagnaciju. Glavni razlog je u tome što pojedinci naučeni na potrošački mentalitet jednostavno postaju manje zainteresirani za stvaralaštvo već se okreću hedonističkom načinu razmišljanja i djelovanju koje je pogubno za zdravu ekonomiju i zdravo društvo. To je posljedica razumna sama po sebi, a dokaziva je kroz povijesne pokazatelje u tolikim razvijenim društvima i ekonomijama.

„Nadalje, uvjerenje da ekonomija mora biti samostalna te da ne smije prihvaćati – utjecaje – moralne naravi, potaknula je čovjeka na krajnje razornu zlorabu ekonomskog instrumentarija. Dugoročno gledano, ta su uvjerenja dovela do ekonomskih, društvenih i političkih sustava koji su opetovano gazili slobodu pojedinaca i društvenih tijela, ne mogavši naposljetku osigurati pravednost koju su isprva obećavali.“<sup>18</sup>

Činjenica je da u kratkoročnom pogledu potrošačka kultura može biti ekonomski zanimljiva promatrajući čisto sa financijske strane, ali u dužem roku djelovanje takve kulture na području ekonomskog entiteta države stvara dalekosežne posljedice koji se u dugoročnom pogledu jednostavno ekonomski ne isplate. Problem honoriranja potrošačke kulture zapravo se svodi na interes bez morala koji se većinom ispoljava kroz kraći rok gdje se uloženo želi vratiti na najbrži mogući način ne pitajući za posljedice. „U društvu takozvanog potrošačkog suvereniteta sve je upregnuto u kvadrigu samoživog komercijalizma. Tu i oni najapsurdniji potrošački izbori brzopotezno zadobivaju status posvećenog prava.“<sup>19</sup>

U samoj biti stvari – potrošačka kultura je hedonistička kultura, a povijesno je poznato da ekonomski procesi u državama koji su bili zahvaćeni njome su jednostavno propadali. Neki znanstvenici tvrde da tu dolazi do potpune saturacije svih društvenih odnosa pa zato i ekonomija propada jer je ekonomija posljedica društvenih odnosa.

"Narod nije mogao vidjeti - kao što mi sada vidimo - kako je veliko zlo ekonomska sloboda kada se izrodi u razuzdanost."<sup>20</sup> Moglo bi se reći da je u sustavu prisutna novčana masa, ali nema više novih ideja ni onih koji te ideje mogu oploditi, preobraziti što je nužno za ekonomski razvoj jer povećanje novčane mase predstavlja posljedicu nove kreacije. Ukoliko novac nije posljedica nove kreacije nego posljedica politika koje nemaju osnovu u realnom gospodarstvu tada dolazi do pada ekonomije. Preobrazba ideja zahtjeva jake pojedince koji

---

<sup>18</sup> Benedikt XVI.: *Ljubav u istini*, Kršćanska sadašnjost, 2010., str. 56.

<sup>19</sup> Andrija Crnković: *Bog i nevidljiva ruka – tržišni mehanizam u socijalnom nauku Katoličke crkve*, Crkva u svijetu, 39 br. 4., Split, 2004., str. 538.

<sup>20</sup> Alfred Marshall: *Načela ekonomike*, Cekade, Zagreb, 1987., str. 453.

imaju potencijal kreativnosti i poduzetnosti u sebi da mogu povući nove ekonomske procese koji zbog dugotrajnog utjecaja potrošačke kulture padaju.

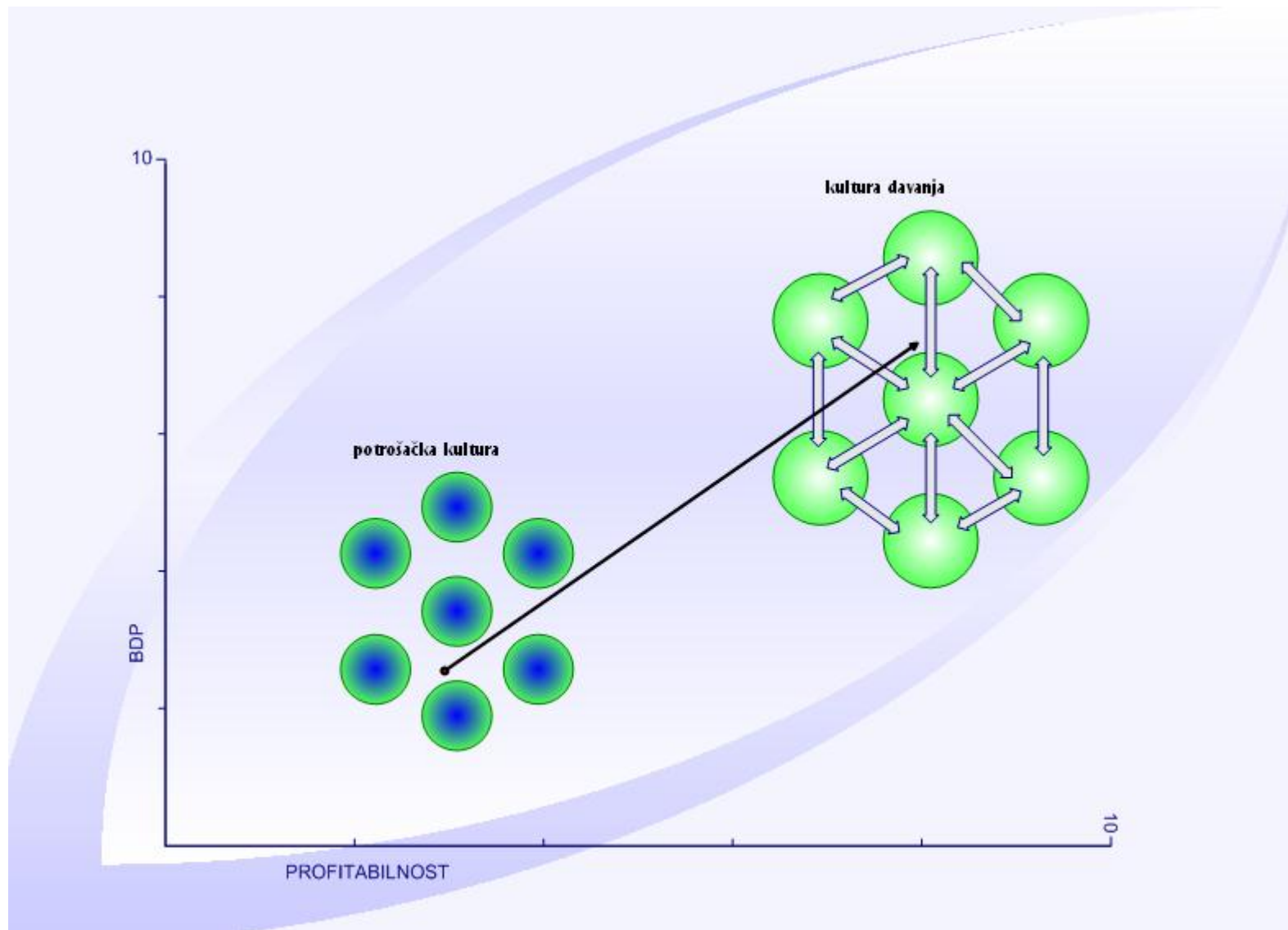
### **2.3.2. Kultura davanja i ekonomska prokreacija**

Kultura davanja djelujući na određenom ekonomskom području sama po sebi kreira preduvjete za dobar ekonomski razvoj i jaki proizvodni mentalitet u društvu. Potrošački kapacitet društva je manji od onoga u potrošačkoj kulturi, ali se stvara mnogo veći proizvodni kapacitet koji se generira iz takvih odnosa.

Na slici broj 3 prikazano je pomicanje ekonomskih procesa iz područja potrošačke kulture u područje kulture davanja. Jasno se vidi da su interakcije među entitetima u lijevom djelu slabe dok se pomicanjem udesno te interakcije sve jače i povezanije te doprinose stabilizaciji ekonomije i većoj profitabilnosti. Također, posljedice tih odnosa se odražavaju i na bruto domaći proizvod koji pomicanjem odnosa udesno raste sve više i više. Te jače interakcije među entitetima doprinose većim investicijama te većoj zaposlenosti.

Kreativno razmišljanje i ponašanje u kulturi davanja dovodi do novih radnih mjesta i restabilizaciji postojećih kroz novo prepoznavanje potreba i konkurencije. Povjerenje kao ključ kulture davanja miče ekonomske odnose iz područja neaktivnosti u područje aktivnosti i kvalitetnog ekonomskog djelovanja. Sustav je jednostavno otporniji na šokove i moglo bi se reći da je rizik mnogo diverzificiraniji jer su entiteti sposobniji ekonomski djelovati prema zdravoj ekonomiji.

Slika 3. Utjecaj kulture davanja na ekonomski sustav



Izvor: Autor

## 2.4. Održivost potrošačke kulture

"Istina je da su mnoga od najvećih bogatstva stvorena špekulacijom, a ne zaista stvaralačkim radom, a velik dio tih špekulacija povezan je s društveno štetnim lukavštinama pa čak i s ružnim podvalama izvora iz kojih obični investitori crpu svoja obavještenja."<sup>21</sup> Povijesno gledajući sve velike ekonomije kad su ušle u fazu u kojoj je dominacija potrošačkog mentaliteta prevladala nad proizvodno – kreativnim mentalitetom jednostavno su se raspadale. Smisao žrtve u potrošačkoj kulturi jednostavno se gubi te takvo ponašanje doprinosi hedonističkom shvaćanju odnosa.

Glavni razlozi zbog kojih dolazi do ekonomskog propadanja:

1. Ekonomski procesi unutar jedne države su stvaralački procesi. Kada se stvaralački potencijal u društvu gasi društvo egzistira na onome što je steklo na zadnjoj razini ekonomskog djelovanja te ne može prijeći u novi razvojni ciklus jer jednostavno za to nema kapacitet (ni materijalni, ni proizvodni, psihički, duhovni, fizički). Teoretski, društvo može raspolagati sa velikom količinom materijalnih resursa, ali ako nema stvaralačke kapacitete da te resurse dalje preobražava u nove vrijednosti ono stagnira i nazaduje. Prvenstveno je bitno doći do nove vrijednosti kroz različite kapacitete koji djelovanjem neproizvodnog mentaliteta postaju sve manji i zagušeniji za proizvodnju. To se događa dugotrajnim djelovanjem potrošačke kulture na određenom području. Pogledom in vitro (pogledom prema unutra) – društvo ne može spoznavati nove stvarnosti koje su nužne za ekonomski razvoj za kojeg je karakteristično neprestano stvaranje i spoznavanje novih ideja i njihovu asimilaciju u ekonomske procese. Izostajanjem novih ideja ekonomski entiteti ne mogu prelaziti granice na kojima je ostala zadnja razina ekonomskog razvoja te se dalje ne mogu kvalitetno razvijati. Pogled prema unutra karakterizira ne izlaženje iz sebe i svojih egoizama na individualnoj razini što se kasnije očituje i na cijelom društvu kao nemogućnost prevladavanja stepenica u ekonomskom razvoju što se očituje sa mikroekonomske razine i na makroekonomsku razinu kroz ponašanja ekonomskih entiteta.

---

<sup>21</sup> Alfred Marshall: *Načela ekonomike*, Cekade, Zagreb, 1987., str. 431.



2. Društvo koje je orijentirano samo na potrošnju ne može biti dugoročno proizvodno jako - jednostavno dostigavši materijalno zadovoljenje društvo je sve manje u sposobnosti proizvoditi nove dodane vrijednosti zbog inertnosti i hedonističkog načina razmišljanja koje počinje prevladavati u jednom takvom okruženju.
3. Potrošačka kultura je kultura ekonomski smrti u kojoj se ne rađa novi ekonomski život. Posljedice takve kulture su već znani u zapadnim ekonomijama kojima se smanjuje potencijal na što se već odavno upozorava u znanstvenim ekonomskim krugovima.

„Budućnost svijeta je na kocki: nalazimo se na povijesnom raskrižju. Predodžba o izuzetnoj ozbiljnosti stanja i hitnoj potrebi pronalaska odgovarajućih rješenja postala je opće prihvaćena. No kako bi došlo do korekcije procesa globalizacije, potrebno je primijeniti stegu koja bi bila u stanju nametnuti poštivanje vrijednosti koje su do danas bile žrtvovane. Nije riječ o tome da se u pitanje dovede tržišna ekonomija niti da se onemogući sloboda međunarodne trgovine. Ekonomski razvoj oduvijek živi od dijalektike između dva antagonistička uzroka i zahtjeva: slobode i jednakosti. Dok svi privrednici teže za što širim prostorom slobode, vlast mora nametnuti ograničavajuća pravila same slobode, kako bi zaštitila etičko – društvene vrijednosti koje su u igri, a među kojima se na prvom mjestu nalazi poštivanje pravednosti mjere jednakosti u raspodjeli troškova i prednosti razvoja. Problem kojega treba riješiti uvijek se sastoji u tome da se pronađe prava ravnoteža između slobode i pravila. Podsjetio sam na propast modela ekonomskoga razvoja primijenjenoga u Sovjetskom Savezu, koji je žrtvovao sve slobode pojedinca, uključujući i one ekonomske. Sada se liberalistička ekonomija – iz suprotnoga razloga – izlaže opasnosti teškoga nazadovanja.“<sup>22</sup>

Razmišljanja predsjednika nadzornog odbora banke Intesa Sanpaolo gospodina Giovanni Bazolia doprinose tezi da današnja ekonomija ulazi u nazadovanje rušeći slobodu pojedinaca.

„Ekonomska se inicijativa ne može pojmiti bez prihvaćanja rizika povezanog sa svakom poduzetničkom odlukom, ali tema rizika predstavlja jednu od misli vodilja kršćanskoga

---

<sup>22</sup> Giovanni Bazoli: *Tržište i nejednakost*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2009., str. 33-34.

navještaja: tko želi spasiti vlastiti život, izgubit će ga. To značajno obilježje etike velikodušnosti dobro je iskazano u prispodobi o talentima i vrijedi za sva područja ljudskog iskustva, no na poseban je način primjenjivo na području ekonomije, čak i u doslovnom smislu. Na taj način kategorija ekonomske aktivnosti može dobiti vrijednost u etičkom i vjerskom smislu, tako da može opravdati čak povjerenje u pomoć providnosti svaki puta kada je zauzimanje u ekonomskoj aktivnosti motivirano velikodušnošću.“<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Giovanni Bazoli: *Tržište i nejednakost*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2009., str. 74.

### 3. CIVILNA EKONOMIJA

#### 3.1. Povijesni pregled civilne ekonomije

Glavni protagonist civilne ekonomije jest Antonio Genovesi, profesor na Napuljskom sveučilištu koji je na prvoj katedri političke ekonomije predavao i civilnu ekonomiju.

Civilna ekonomija se razvija u XVIII. – tom stoljeću, ali vuče korijene iz civilne tradicije srednjeg vijeka.

Na katedri političke ekonomije se podučavao drugačiji pogled na tržište i na ekonomske procese te je cjelokupno tržište smatrano kao poziv na suradnju i međusobnu uzajamnost. Civilnoj ekonomiji koja podupire tržište na način da se vrednuju vrline i borba za boljitak općeg dobra nije dovoljna samo puka razmjena i određeni ugovori koji maksimiziraju privatnu dobit već traži dublji pogled u ekonomiju i njeno pravo zvanje u svijetu.

„Civilni život ne samo da se ne suprostavља dobrom životu, već je gledan kao mjesto u kojem se sreća može postići u potpunosti, zahvaljujući dobrim i poštenim zakonima, trgovini i civilnim tijelima unutar kojih ljudi uvježbavaju svoju društvenost. Civilna ekonomija gleda na ekonomske odnose tržišta kao na odnose uzajamne pomoći – tržište je zamišljeno kao izraz općenitog zakona o civilnom društvu nazvan uzajamnost.“<sup>24</sup>

Temeljni problem današnjeg pogleda prema ekonomskoj znanosti jest da se ne prepoznaje njeno istinsko zvanje. Jednostavno, ona je svedena na puko zadovoljenje potreba i maksimiziranje istih te je kao takva degradirana i omalovažavana u javnosti. Danas u svijetu djeluje velik broj stručnjaka i teoretičara na području ekonomije pa ipak ona stagnira i ne rješavaju se problemi sadašnjeg trenutka. Ključni problem zašto ona to ne rješava ne daje nikakav model već je to dubinsko pitanje vrlina i pitanje uzajamnosti odnosa na tržištu – odgovore koji se nalaze u civilnoj ekonomiji i kao posljedica teorija iz koje se razvila civilna ekonomija.

Civilna ekonomija je odgovor na pitanje svrhe ekonomske znanosti i istinskog zvanja ekonomije u svijetu. Jednostavno, mora se priznati, stručnost bez morala i stručnost bez vrlina

---

<sup>24</sup> Lugino Bruni: *L'ethos del mercato – un'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*, Mondadori Bruno, Torino, 2010., str. 131.

i brige za druge vodi u ekonomsku i moralnu propast. O tome se javno treba podučavati na sveučilištima i na svim inim instancama u državi ako se želi doći do novog kvalitativnog skoka prema održivom razvoju. Današnje potrošačko okruženje želi probleme rješavati mehanički i ad hoc, ali zaboravlja da su temeljna pitanja mnogo dublja i zahtijevaju veću iskrenost prema samima sebi. Zahtijevaju odgovor o moralu i temeljnom poslanju ekonomske znanosti.

Većinom današnja borba na tržištu smatra slabima entitete koji su osjetljiviji na potrebe drugih i koji paze na javno dobro vidjevši u njemu i svoje privatno dobro. Stoga se takve entitete smatra idealistički nastrojenima i onda ih se više svrstava u sociološko područje nego u ekonomsko jer se većinom misli da to ekonomski nije opravdano no ono što civilna ekonomija naučava jest upravo ekonomska opravdanost takvog ponašanja prema javnom dobru i ekonomskim procesima u društvu koji su okrenuti prema drugima.

Javno dobro nije ništa drugo nego i skup privatnih dobara (koja su to bila jučer ili koja će to biti sutra ovisno o fluktuacijama u vremenu i prostoru) isto kao što su privatna dobra u metafizičkom smislu javno dobro. Ova rečenica bi moglo izgledati kontradiktorna i moglo bi se smatrati rušenjem individualnog prava na privatno vlasništvo, ali pažljivom analizom zaključujemo slijedeće:

1. Povijest je dokazala da je privatno dobro samo onoliko privatno koliko to dopuštaju ustavno, ekonomsko, političko ustrojstvo jednoga društva. Npr. zemljište koje se nalazi na trasi gdje će se izgrađivati autocesta jest privatno samo onoliko koliko to dopušta Država. „U raznim su zemljama zabilježeni i različiti oblici nacionalizacije, osobito prema načinu preuzimanja nacionalizirane imovine od strane države. Najzanimljiviji primjer svakako predstavlja Francuska u kojoj su uz naknadu u državno vlasništvo nakon Drugog svjetskog rata prešli ugljenokopi, elektrane, osiguravajući zavodi, a od tri zrakoplovna poduzeća stvoreno je jedno s državom kao većinskim vlasnikom. Sudbinu navedenih dijelio je i Louis Renault; samo kada je riječ o oduzimanju imovine, no ne i naknade za imovinu zbog, kako je odredio francuski sud, suradnje s okupatorom. Mjere nacionalizacije također su poduzele Velika Britanija, SR Njemačka, Austrija, Švedska i Norveška.“<sup>25</sup> Drugi primjer bi bio

---

<sup>25</sup> Tomislav Anić: *Normativni okvir podržavljenja imovine u Hrvatskoj/Jugoslaviji 1944.-1946.*, Časopis za suvremenu povijest, god. 39., br.1., 1-248., Zagreb, 2007., str. 25.

privatno individualno ulaganje u mirovinski sustav zemlje u kojem se privatno dobro daje i dobiva natrag kada se kreće u mirovinu samo onoliko koliko Država može osigurati u trenutnoj situaciji, a to teoretski može biti i ništa.

2. Privatno dobro kakvim se danas smatra predstavlja i javno dobro iz više razloga; jedan od razloga jest što privatno dobro djeluje na druge pozitivno (ili negativno) i ono služi formiranju javnog dobra kroz npr. fiskalni sustav zemlje. Eksternalije privatnog dobra služe i svima nama kao javno dobro. Npr. uređivanjem fasada i okućnica oko privatnog dobra, utječe se na javno dobro turističke propagande u državi te se time utječe i na povećanje sredstava koja se dobivaju od turizma u državni proračun tj. u javno dobro. Eksternalije (negativne) privatnog dobra jedne tvornice koja zagađuje okolinu jest također utjecaj na javno dobro.
3. Skup privatnih dobara pretpostavlja i ukupnost javnog dobra u metafizičkom smislu. Nitko ne može sa ovoga svijeta odnijeti svoje privatno dobro niti ga može donijeti sa sobom na svijet. Činjenica je da ga uživaju nasljednici kao krvno srodstvo, ali u metafizičkom smislu ona pretpostavljaju čitav svijet što znači cijelo čovječanstvo koje je dobiveno na dar. Neovisno o načinu razmišljanja o podrijetlu prvotne akumulacije i postanku Svijeta čovječanstvo je sve resurse dobilo na dar i u početnom smislu sva privatna dobra su početno bila javno dobro. To početno javno dobro je u početku vremena bilo javno te se vremenom ovisno o promjenama u društvima raspoređivalo u privatno dobro
4. Nerazumijevanje povezanosti privatnog i javnog dobra guši današnju ekonomiju jer ona danas nastoji maksimizirati dobit bez teoretskog utjecaja na javno dobro i koristeći javno dobro kao paravan za još veću ekonomsku korisnost privatnog dobra.

„Genovesi uzajamnost smatra temeljem ljudske društvenosti. Smith pak smatra da ono što predstavlja šifru ljudske povezanosti je sklonost u ljudskoj prirodi prema razmjeni i baratanju sa stvarima utemeljenu na sposobnosti uvjeravanja, a ne na uzajamnosti. Genovesi gleda na ekonomske odnose tržišta kao na odnose uzajamne pomoći te zamišlja tržište kao izraz općenitog zakona o civilnom društvu nazvanog uzajamnost. Uzajamnost podrazumijeva jaču i dublju povezanost nego što se smatra kod drugih ekonomista koji se više pripisuju kao

posljedicu razmjene i trgovine nego kao uzrok i počelo razmjene i ekonomskih odnosa među ljudima.<sup>26</sup>

### 3.2. Povjerenje u trgovini

Ključno u civilnoj ekonomiji jest pojam „javne vjere“, tj. povjerenja koje je duša trgovine. Povjerenje je ključ ekonomskih odnosa između ljudi i ono je preduvjet zdravog ekonomskog razvoja. „Civilna ekonomija razlikuje privatno povjerenje (koje predstavlja reputaciju i koje predstavlja privatno dobro koje u svakom trenutku može biti potrošeno na tržištu) i javno (koje nije samo skup svih privatnih dobara nego se sastoji i od istinske ljubavi prema općem dobru). To je slično modelu koji moderni teoretičari nazivaju društveni kapital tj. modelu povjerenja i civilnih vrлина koja omogućuju da se ljudski i ekonomski razvoj pokrenu i zadrže u vremenu.“<sup>27</sup> Uzrok gospodarskog i civilnog pada Napuljskog kraljevstva Genovesi vidi izričito u nedostatku javne vjere – povjerenja. U tom kraljevstvu tradicija civilnog gospodarstva bila je osuđena dok je rasla i prevladavala privatna vjera individualnih odnosa, ali je povjerenje javnosti koje se rađa od civilnih vrлина bilo preslabo.

Profesor objašnjava svojim studentima i svojim sugrađanima da je javna vjera ponajviše stvar istinske uzajamnosti, a ne samo stvar ugovora. „Za napuljskog ekonomistu, javna vjera nije kapital koji se gradi izvan tržišta koje naknadno tržište upotrijebi – tržište je zamišljeno kao dio civilnog društva, koje proizvodi ono što mi danas nazivamo društveni kapital.“<sup>28</sup>

Tržište nema smisla ako među subjektima koji žele razmjenu nema povjerenja. Današnji ekonomski odnosi su izgubili tu dimenziju povjerenja stoga i propadaju. Samo kvantifikacijom razmjene i gledajući samo na profit u toj razmjeni subjekti su jednostavno izgubili na uzajamnosti odnosa i moglo bi se reći i na pozitivnim posljedicama edukacije koja proizlazi iz tih odnosa. Tu se ne misli samo na zaradu, već i na psihološke, duhovne i fizičke darove koji se primaju iz tržišnih odnosa razmjene.

---

<sup>26</sup> Lugino Bruni: *L'ethos del mercato – un'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*, Mondadori Bruno, Torino, 2010., str. 134.

<sup>27</sup> Lugino Bruni: *L'ethos del mercato – un'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*, Mondadori Bruno, Torino, 2010., str. 134-135.

<sup>28</sup> Lugino Bruni: *L'ethos del mercato – un'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*, Mondadori Bruno, Torino, 2010., str. 136.

„Ako postoji načelno uzajamno povjerenje, tada tržište možemo promatrati kao ekonomsku instituciju koja omogućuje susrete među osobama, to jest ekonomskim djelatnicima koji se služe ugovorom kao pravilom na kojemu se temelji njihov odnos i koji razmjenjuju potrošna dobra i usluge jednake vrijednosti, kako bi zadovoljili potrebe i želje. Tržište je podvrgnuto načelu takozvane zamjениčke pravednosti, koja upravlja odnosima davanja i primanja između ravnopravnih subjekata. Ipak, socijalni nauk Crkve nikada nije propuštao staviti naglasak i na važnost razdiobne i socijalne pravednosti za tržišnu ekonomiju i to ne samo zato što pripada tkivu širega društvenog i političkoga konteksta nego ponajprije zbog spleta odnosa u kojima se ostvaruje. Doista, ako tržištem bude vladalo jedino načelo jednake vrijednosti dobara koja se razmjenjuju, ono nikada neće moći postići onu društvenu povezanost koja mu je potrebna poradi dobrog funkcioniranja.

Ako u svom djelovanju nije iznutra vođeno solidarnošću i uzajamnim povjerenjem, tržište neće moći u potpunosti ispuniti svoju ekonomsku zadaću. Upravo to povjerenje danas manjka, a gubitak povjerenja doista je pregolem gubitak.<sup>29</sup>

Danas je povjerenje među ekonomskim entitetima na vrlo niskoj razini te se ne može očekivati da će biti i razmjena na tržištu onakva kakva bi teoretski trebala biti. Nažalost, proizvode se svakakvi proizvodi koji ne odgovaraju onome što se iznosi na etiketama o tim proizvodima i ne može se više vjerovati ničemu jer je profit pojeo i povjerenje i zdrav razum.

Postavlja se pitanje da li je moralno lagati na etiketama proizvoda makar je ekonomski opravdano te se također postavlja pitanje da li je ekonomski laž isplativa. Naravno da je, i baš u tim lažima se gubi povjerenje i dobiva se extra profit. Laž stvara ekstra profit jer komitent nije upoznat s troškom koji bi nastao da je istina otkrivena. Da je druga strana bila upoznata sa takvim prikrivanjem istine ne bi kupovala proizvod ili bi tražila spuštanje cijene baš zbog tog ugrađenog hendikepa. I u ovom slučaju se postavlja pitanje ekonomije, da li je nešto ekonomski opravdano ako to nije moralno i ljudski prihvatljivo.

Ekonomija služi preobrazbi svijeta na način da ga čini prihvatljivijim mjestom za život i usavršava evoluciju čovječanstva. Ukoliko ona služi pojedinim moćnicima ona ne ispunjava svoju ulogu jer nije kvalitetno alocirala sredstva po mjestima svijeta i pojedincima. Nije iskoristila potencijal i talente onih područja i osoba koje nisu imale financijski kapital te je

---

<sup>29</sup> Benedikt XVI., *Ljubav u istini*, Kršćanska sadašnjost, 2010., str. 59.

time nužno osiromašila čitav svijet jer ta područja nije preobrazila. Ta područja koja nisu preobražena nužno bi donijela nove poglede i nove vrijednosti na druga područja.

Čovjek i priroda moraju biti ključni u ekonomskim procesima, a oni su postali kao trošak te se danas mi i ne možemo pitati o uzroku potpune degradacije financijskih sustava i ekonomskih uređenja zemalja.

### **3.3. Trgovina kao uzajamna pomoć i zajedništvo**

„Napuljska tradicija smatra gospodarstvenu aktivnost kao izraz civilnog života te na trgovinu gleda kao civilizacijski čimbenik. Civilni život ne samo da se ne suprostavlja vrlinama već se gleda kao na mjesto u kojem se vrline mogu izražavati u punom smislu.“<sup>30</sup>

Temelj civilnog društva je vrlina, a ne strah te taj pogled obuhvaća cijelu tradiciju civilne ekonomije. Drugi autor koji je povezan sa civilnom ekonomijom jest Giacomo Dragonetti te nam daje svoj opis trgovine: „Da su ljudi rođeni za zajednicu proizlazi iz tisuću razloga i povrh svega iz uzajamne ovisnosti u kojoj su zbog zajedničkih potreba (...) Nedostatak neplodnih mjesta mora se popuniti sa obiljem plodnih zemalja (...) Država bez trgovine je kao leš. (...) Novac koji se nakuplja u blagajnama i ne cirkulira kroz ruke nacije je krađa prema javnoj dobiti. Sreća nacije ne sastoji se od gomile novaca (...). Tržišni učinak je svakom pojedincu omogućiti sudjelovanje u darovima prirode i pokriti političko tijelo sa svom snagom kojom je on sposoban.“<sup>31</sup>

Interesantna je zadnja rečenica u kojoj autor napominje što je jedan od ciljeva civilne ekonomije – da omogući svakom pojedincu u darovima prirode i da iskoristi sposobnost koju on posjeduje u svijetu. Današnja društva nisu u stanju iskoristiti znanja svakoga te ih ekonomski eksploatirati. Time ne samo da ekonomija društva ide prema naprijed, već je i svaki pojedinac zadovoljan upotrebljavanjem njegovih znanja u društvu čime on nije samo broj već je on i kreator ekonomskog razvoja društva. To je vrlo bitan segment jakih ekonomija i zdravih društvenih normi i ponašanja. Primjer bi bio mnogi ljudi koji nemaju mogućnost zaposlenja, ali su sretni ako ih netko pozove da mogu neka svoja znanja volonterski ponude društvu. Čovjek se treba osjetiti pozvanim u društvo, a to je najbolje kroz

---

<sup>30</sup> Lugino Bruni: *L'ethos del mercato – un'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*, Mondadori Bruno, Torino, 2010., str. 136.

<sup>31</sup> Lugino Bruni: *L'ethos del mercato – un'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*, Mondadori Bruno, Torino, 2010., str. 137.



rad i sposobnost. Ukoliko se i najmanji mrav poštuje u lancu, tada je ekonomski lanac snažan. Usprkos pohvali za trgovine i za civilna bogatstva, autori napuljske škole ne mogu zaboraviti da roba, sama po sebi, ne čini sreću.

U svojoj drugoj knjizi – O podrijetlu feudalaca u Napuljskom i Sicilijskom kraljevstvu iz 1788. godine govori; „da je središnja zamisao cijelog civilnog gospodarstva da feudalno društvo ne proizvodi ni bogatstvo ni civilni razvoj jer su feudanci nepovoljan izvor nagrade jer njihove institucije nagrađuju djela na loš način i obeshrabruju ponašanja u kojem se uključene vrline.“<sup>32</sup>

Za Genovesija, Dragonettija i za tradiciju civilnog gospodarstva jedno od osnovnih mjesta gdje se prakticiraju vrline je baš trgovina – u jednom tržištu shvaćenom kao „uzajamna pomoć“. Trgovina je vrsta civilne vrline jer se trgovanjem i razvijanjem civilnih tržišta doprinosi općem dobru (u Napulju je, u 18. st. stoljeću, bilo teško započeti tržišnu djelatnost jer ona zahtijeva sposobnost preuzimanja rizika na što se može gledati kao na vrlinu usmjerenu općem dobru jer od svojih plodova u trgovini ima korist i cijeli kolektiv).

Trgovina je uzajamna komunikacija i bez njenog razvoja i razvoja tržišta ne razvija se „javna sreća“. Dragoneti smatra ako se ne nagrade tržišne vrline da neće biti dovoljno trgovaca koji bi se bavili tim zanimanjem te da se tržište neće moći razvijati. Posljedica nerazvijanja tržišta jest nerazvijanje „opće sreće“ u društvu.

### **3.4. Bit civilne ekonomije**

„Govoreći o uzajamnosti i kolektivnoj koristi govoreći o tržištu (i općenito o civilnoj zajednici) kao o velikom prostoru na kojem svatko može uzeti mogućnost dobitka za samoga sebe. On smatra da je moguće imati bratski stav prema drugim subjektima koji sudjeluju u razmjenu tržišta bez da budu nužno nesebični. Zamisao o bratstvu ili prijateljstvu koju pronalazimo u Genovesija nije vrsta ponašanja (kao nesebičnost npr.) ili vrsta opredjeljenja (društvenih ili slično) već je način da tako shvaćamo i čitamo tržište kao kolektivnu radnju jednog tima.“<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Lugino Bruni: *L'ethos del mercato – un'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*, Mondadori Bruno, Torino, 2010., str. 157.

<sup>33</sup> Lugino Bruni: *L'ethos del mercato – un'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*, Mondadori Bruno, Torino, 2010., str. 167- 168.

Vrlo bitan naglasak je da su odnosi na tržištu kolektivni makar svaki entitet djeluje individualno jer na kraju sva individualna djelovanja pretaču se u veliki mehanizam tržišta na kojem svi traže svoju sreću i nalaze je. Poduzetnička individualnost se ne bi mogla generirati bez zajedništva i ostalih koji pripremaju „matricu kolektivnog područja“ za takvo djelovanje. Smatra se da društveno zdravi odnosi postoje u obiteljskom životu, prijateljstvima, ali ne i u ekonomskoj sferi života i to je ono što je pogubno za ekonomske odnose u svijetu.

„Temeljne razlike između dvije ekonomske škole (napuljske i škotske) jesu:

1. temeljna dimenzija, ili primitivna o ljudskoj prirodi za Genovesija je prava uzajamnost dok je za Smitha to sklonost prema trgovini;
2. za napuljsku školu zvanje za uzajamnost društva je ono što vodi rođenju tržišta dok se za škotsku školu to smatra osobnim interesom;
3. građansko društvo ima individualističke temelju u Smithu (gdje je gledana kao zbroj pojedinaca) dok za Genovesija postoji osjećaj pripadnosti prema zajednici – prema jednom „mi“ tržište se temelji na uzajamnoj koristi za Smitha, dok se za predstavnike civilne ekonomije temelji na uzajamnoj pomoći što podrazumijeva iskreno zanimanje jedno prema drugome i za potrebe jednih prema drugih, koje se ne zahtijeva u kategoriji uzajamne koristi.“<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Lugino Bruni, *L'ethos del mercato – un'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*, Mondadori Bruno, Torino, 2010., str. 207.

## 4. EKONOMIJA ZAJEDNIŠTVA

### 4.1. Povijesni razvoj ekonomije zajedništva

Začetnica ove ideje, Chiara Lubich, 1991. godine je bila u posjetu gradu Sao Paulu u Brazilu gdje je vidjela ogromni jaz između bogatih i siromašnih te je bila suočena sa činjenicom da ljudi nemaju svoje radno mjesto gdje bi dobili priliku za rad i gdje bi mogli zaraditi za osnovne životne potrebe sebe i svojih obitelji. Velika suprotnost bogatstva i siromaštva navela ju je na pokretanje ideje ekonomije zajedništva.

U tom posjetu došla je do ideje za razvoj nove vrste poduzeća koja će djelovati po drugačijim principima (po principima ekonomije zajedništva), gdje će se dati mogućnost zaposlenja tim ljudima, ali da ta poduzeća vode kompetentni ljudi koji će ih znati tržišno usmjeravati prema što većoj profitabilnosti.

„Sama Chiara Lubich, u pokretanju projekta 1991. godine, nije predložila – kao što bi bilo normalno očekivati – rađanje zaklada, karitativnih organizacija ili organizacija javne pomoći, nego je odmah govorila o poduzećima koja su pak, neobičan instrument za rješavanje problema solidarnosti. Zajedništvo se manifestira u konkretnoj stvarnosti poduzeća koja, barem do sada, nemaju drugačije pravne forme od onih već postojećih (društvo kapitala, osoba, individualnih poduzeća, zadruga...); zajedništvo iznutra prodire u normalne gospodarske organizacije. Ono se manifestira u nastojanju življenja svakodnevice poduzeća s jednom većom pažnjom i osjećajnosti što je često pitanje nijansi koje, pak, čine kvalitetu i identitet poduzeća Ekonomije zajedništva.“<sup>35</sup>

Shvatila je da nije dovoljna jednokratna ili višekratna pomoć kroz godinu već da se takvi problemi moraju strukturno rješavati odakle i kreću. Vidjela je da ljudi moraju raditi, da im se mora omogućiti da rade i da počnu privređivati za sebe i svoje obitelji. Radna mjesta je vidjela kao spas za ta društva u kojima ljudi nemaju osnovne uvjete za život te kroz koja će se te ljude sociološki približiti drugima kroz rad.

---

<sup>35</sup> Luigino Bruni: *Comunhão e as novas palavras em economia*, Editora Cidade Nova, São Paulo, 2005., str. 29-30.

„Odgovor na pitanje što je ekonomija zajedništva najbolje je dala Chiara Lubich, idejni začetnik ove nove kulture, u svom govoru Vijeću Europe u Strasbourgu, 31. svibnja 1999.: 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.“<sup>36</sup>

„Uništavanje prirode, rastući jaz između bogatih i siromašnih, otuđivanje pojedinca i nepovjerenje u institucije, neodrživ ekonomski sustav, fokus na profit i učinkovitost, kultura posjedovanja i konzumerizam – značajke su krize suvremenog društva. Ekonomija zajedništva (EZ) predstavlja odmak od dominantne tržišne logike koja odbacuje elemente redistribucije, reciprociteta i darivanja, i poziva na povratak smislu postojanja tržišta, a to je pripadnost zajednici unutar koje ljudi surađuju na pozitivan i konstruktivan način. Pritom je važno naglasiti da projekt EZ-a ne nudi rješenja za postojeće ekonomske probleme, nego predstavlja primjer kako nove ekonomske strukture, temeljene na dobrobiti i napretku zajednice, funkcioniraju unutar postojećih tržišnih okvira.“<sup>37</sup>

Radno mjesto nije samo mjesto gdje se dobivaju materijalni resursi za razvoj obitelji već je to također mjesto gdje se preobražava narav čovjeka. Rad je preobrazba materije kroz koju se stvaralačka i kreativna prizma čovjeka direktno očituje pa radilo se i o najjednostavnijim poslovima u kojem pojedinac dobiva priliku za materijaliziranje njegovih sposobnosti.

„Rad je čovjekovo dobro – dobro njegova čovječstva – jer radom čovjek ne samo preobražava prirodu, prilagođavajući je vlastitim potrebama, nego se i sam ostvaruje kao čovjek, pa čak u nekom smislu – postaje više čovjekom.“<sup>38</sup>

Kako najbolje pomoći područjima koja nisu razvijena? Jednostavno, ne samo nekom jednokratnom pomoći već otvaranjem novih radnih mjesta i novim kanalima rada. Ulaganjem

---

<sup>36</sup> Domagoj Sajter: *Globalizacija i ekonomija zajedništva*, Ekonomski fakultet u Osijeku, diplomski rad, 2002., str. 40.

<sup>37</sup> Maša Magzan i Petra Miletić: *Ekonomija zajedništva*, *Obnovljeni život*, Zagreb, 2010., 65, 4, 519- 534, str. 519-520.

<sup>38</sup> Ivan Pavao II.: *Laborem exercens*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2003., str. 30.

u drugačiji način tržišnog razmišljanja, onog koje će uistinu imati na umu stvarne tržišne cijene u kojima nema prevaljivanja dijela cijene na prirodu ili ostale entitete.

„Rad je temelj na kojem se gradi obiteljski život, prirodno pravo čovjeka i njegov poziv. Ta dva skupa vrednota – jedan vezan uz rad, drugi posljedica obiteljskog karaktera ljudskog života – moraju se ispravno sjediniti i međusobno na pravi način prožimati. Rad je, na neki način, uvjet koji omogućuje zasnivanje obitelji, jer obitelj iziskuje sredstva za život, koja čovjek nominalno stječe radom. Rad i radišnost uvjetuju i cijeli odgojni proces unutar obitelji, baš zato što svatko – postaje čovjekom, uz ostalo, pomoću rada, a to postojanje čovjekom izražava upravo glavni cilj svakog odgojnog procesa.“<sup>39</sup>

Na radnom mjestu se rješavaju materijalni, sociološki, psihički i duhovni problemi kroz interakciju s drugim pojedincima u poduzeću te se izgrađuje zdrava osobnost koja je sposobna nadvladati sebe i krenuti prema zajedništvu.

Chiara Lubich prvenstveno je shvatila da ljudi trebaju raditi, da trebaju stvarati ono što je ljudima i urođeno i da se kao takvi osjećaju vrijednima i bitnima za zajednicu i šire društvo. Nije dovoljno samo pomagati materijalno već je bitno stvoriti preduvjete za rad kako bi se pojedinci i društvo osjećali uključeni u ekonomske procese.

Jasno je da je za takav pothvat bitan materijalni resurs koji će omogućiti stvaranje takvih poduzeća te je došla do ideje ekonomije zajedništva u kojoj će se poduzeća međusobno podupirati sa izdvajanjem dijela dobiti koja će izdvajati za nova poduzeća u nastajanju širom svijeta.

„Ekonomija zajedništva nastoji staviti čovjeka u prvom planu, počevši s poduzetnikom koji ima moć da oblikuje svoju tvrtku prema svojim vrijednostima i uvjerenjima. Ekonomija zajedništva ističe lik poduzetnika, koji je, tvrdi, nedovoljno dobro zastupan od strane "Homo oeconomicus", modela osobe sa jedinstvenim ciljem ostvarivanja osobne korisnosti i jedinstvenom logikom racionaliziranja vlastitih interesa. Luigi Einaudi, talijanski liberalni ekonomist i talijanskog predsjednik Republike, izjavio je da su poduzetnički motivi puno složeniji: on ima poticaj za rad, za proizvodnju i štednju, bez obzira što smo u stanju izmisliti da ga smetnemo s puta, da ga obeshrabrimo - jer on ima viziju i intuiciju da će njegova tvrtka

---

<sup>39</sup> Ivan Pavao II.: *Laborem exercens*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2003., str. 31-32.

napredovati, steći kredit, pridobiti povjerenje od sve više i više klijenata. To je glavna pobuda uspjeha, koji je moćan, kao dobit, koju bi poduzetnik bi trebao dobiti na različite načine, uz manje napora i više sigurnosti.<sup>40</sup>

Nastala dobit u takvoj vrsti poduzeća bi se dijelila na tri dijela:

1. dio dobiti služi za potrebe poduzeća i njegov daljnji razvoj;
2. dio dobiti služi za proširenje kulture davanja i zajedništva te za društveni sklad;
3. dio dobiti služi za potrebite, za one kojima je pomoć najpotrebnija.

„Koji je smisao dijela profita direktno usmjerenog na kulturalni odgoj, a posebno na proširenje tzv. kulture davanja? Što se toga tiče, Vera Araujo, brazilska znanstvenica koja je otpočetak pratila razvoj ekonomije zajedništva, piše: Ne radi se o tome da budemo velikodušni, da činimo dobročinstva ili da smo čovjekoljubivi, a još manje da se posvetimo pukom potpomaganju. Radi se naprotiv o tome da spoznamo i živimo dimenziju davanja i sebedarja kao bitnog elementa postojanja osobe. Kultura davanja uključuje bilo cjelokupnu viziju – čovjeka i njegove odnose kao centra i cilja svake aktivnosti i stvarnosti – bilo čitav niz stavova i ponašanja koji kvalificiraju ljudske odnose i usmjeruju ih prema zajedništvu, koje je ovdje sinonim za jedinstvo. Tako je sve dar i neprestano sebedarje. Pravi identitet ljudskog bića izražava se u tome da ono bude dar u svim oblicima svog življenja, da uvijek bude u poziciji davanja, da daje. Ta istinska umjetnost davanja oslobađa čitav niz vrijednosti koje obilježuju čin davanja: besplatnost, veselje, širinu, nesebičnost i oslobađaju ga rizika i opasnosti da bude pogrešno tumačen ili pogrešno korišten.“<sup>41</sup>

Negativni komentari koji dolaze protiv ovakvog tipa poslovanja govore da je to više ideološki pristup koji nema veze sa tržištem ne shvaćajući da je tržište itekako uključeno u ovakav tip poslovanja, samo što je to jedna viša dimenzija svijesti ekonomskog ponašanja.

„...Ali, iako promjene društvenog uređenja prate promjene ljudske prirode, one mogu uvijek ići malo ispred njih i poticati napredak boljih strana naše društvene prirode dajući im uvijek nove i plemenitije zadatke, neki praktični ideal prema kojem treba težiti. Tako možemo postupno postići poredak društvenog života u kojem je dobro zajednice jače od hirova

---

<sup>40</sup> Alberto Ferucci: *Poverty and development from the perspective of reciprocity – the proposal of the economy of communion*, Geneva, 2004., str. 3.

<sup>41</sup> Luigino Bruni: *Comunhão e as novas palavras em economia*, Editora Cidade Nova, São Paulo, 2005., str. 32-33.

pojedinaca, čak i više nego što je to bilo nekada, prije nego što je počeo utjecaj individualizma. Ali, tada će nesebičnost biti dijete svjesne volje, pa iako pomognuta nagonom, sloboda pojedinca razvit će se tada u slobodu zajednice a to je sretna suprotnost starom životnom poretku u kojem je robovanje pojedinca običajima uzrokovalo zajedničko ropstvo i mrtvilo, prekinuto samo hirom strahovlade ili hirom prevrata.<sup>42</sup>

„Za razliku od neoklasične ekonomske teorije, koja odnos između pojedinca i društva promatra mehanicistički, na način da se pojedinac ostvaruje kroz svoje osobne interese, a društvo onda napreduje upravo kroz ostvarivanje tih individualnih interesa, ovakva promjena paradigme promatra društvo kao agregat pojedinaca koji ga čine, nego uključuje kvalitetu njihovih međusobnih odnosa, jer su oni konstitutivni element svakog društva. Na taj način ekonomija nije mjesto podjele, nego postaje mjesto zajedništva i uzajamnosti.“<sup>43</sup>

Ideja ekonomije zajedništva se brzo širila te je zahvatila moglo bi se reći cijeli svijet te se danas na svim kontinentima nalaze poduzeća koja posluju po tim principima ili poduzeća koja su veliki simpatizeri ovakvoga načina poslovanja pa i ta poduzeća podupiru financijski projekt ili neke strategije ponašanja implementiraju u svoje poslovanje.

„Potrebno je ipak reći da se Ekonomija zajedništva u svojoj složenosti ne može razumjeti samo instrumentima ekonomske znanosti. Može se razumjeti samo iskustvom i uvidom, tj. posjećujući poduzeća i ulazeći bar malo u svakodnevni život tih žena i muškaraca potpuno uronjenih u svijet rada motivacijom koja nadilazi uobičajene standarde. Od običnoga privređivanja njih više zanima dobrobit ljudi koji ih okružuju (kolege, klijenti pa čak i konkurenti) i očuvanje vlastite ljudske i duhovne motivacije i integriteta.“<sup>44</sup>

Uistinu, poput vatre ideja ekonomije zajedništva širi se po cijelom svijetu zadnjih godina te se niz poduzeća otvara, na mnogim sveučilištima se proučava taj koncept te također usporedno sa uvidom neodrživog razvoja svjetske ekonomije dolazi do još jačeg interesa za ekonomiju zajedništva kako poduzetnika, kompanija, sveučilišta, lokalne samouprave tako i individualaca (stanovništva).

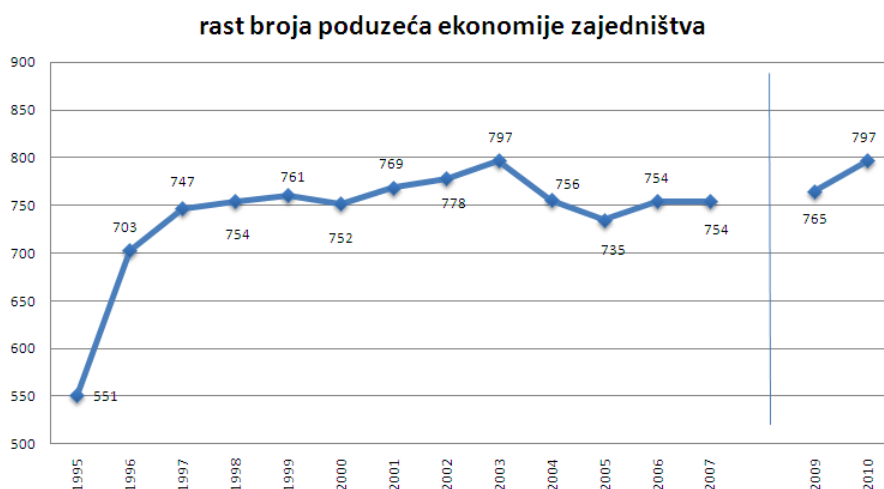
---

<sup>42</sup> Alfred Marshall: *Načela ekonomike*, Cekade, Zagreb, 1987., str. 454.

<sup>43</sup> Maša Magzan i Petra Miletić: *Ekonomija zajedništva*, *Obnovljeni život*, Zagreb, 2010., 65, 4, 519- 534., str. 519-520.

<sup>44</sup> Zdenko Babić: *In memoriam Chiara Lubich i prikaz ekonomije zajedništva*, *Ekonomski pregled*, Zagreb, 5(3-4) 201-203, 2008., str. 203.

Slika 4. Pregled rasta broja poduzeća u projektu ekonomije zajedništva kroz godine



Izvor: *Economia di Comunione*, Raporto 2009./2010., Segreteria Internazionale Economia di Comunione, Rim, Italija, 2010., str. 7.

U početnim razvojnim godinama poduzeća u Projektu su samo prilazila i pokret ekonomije zajedništva se vrlo brzo širio, ali onda se počeo taj broj poduzeća kretati oko brojke 740 – 800 te između tih vrijednosti i fluktuirao kroz godine. To pokazuje da je početni elan uspio prerasti u stabilan sustav koji može donijeti novu proizvodnju i novu dobit. Sada bi trebalo voditi računa kako napraviti novi kvalitativni i kvantitativni skok prema naprijed.

„Prva karakteristična točka EZ-a je da se ona najčešće obraća trgovačkim poduzećima koja su, po uobičajenoj klasifikaciji (što je jako diskutabilno) nazvana profitna, budući da je njihov pravni oblik bio zamišljen za privatno prisvajanje dobiti poduzeća. Premda su značajna, malo je iskustva neprofitnih poduzeća koja podržavaju projekt EZ-a (među njima je Consorzio Tassano, Sestri Levante, Genova).“<sup>45</sup>

Ono što je jedna od glavnih karakteristika poduzeća EZ-a da su profitna te je to naravno jedan od temelja poslovanja poduzeća. Za ona poduzeća koja nisu profitna u projektu posebno se pazi i „skenira“ da se vidi o čemu se točno radi jer je bit ekonomije zajedništva profitabilnost. Profitabilnost, no ne pod svaku cijenu i ne protiv povjerenja u cjelokupnom ekonomskom ciklusu poduzeća.

<sup>45</sup> Luigino Bruni: *Comunhão e as novas palavras em economia*, Editora Cidade Nova - São Paulo – 2005., str. 29.



„U Piacenzi 1999. godine, prilikom dobivanja počasnog doktorata iz ekonomije, Chiara Lubich je rekla:

Oni koji se nalaze u ekonomskim poteškoćama, primatelji jednog dijela dobara, nisu tzv. potpomognuti ili pasivni primatelji dobiti poduzeća. Oni su bitni aktivni članovi projekta, unutar kojega oni drugima daju svoje potrebe (...). U ekonomiji zajedništva naglasak se ne stavlja na čovjekoljublje nekih, nego na sudioništvo gdje svatko s jednakim dostojanstvom daje i prima.“<sup>46</sup>

Ta rečenica je jedna od glavnih odrednica koja ekonomiju zajedništva čini toliko drugačijom od svih drugih pokreta, strategija i inih. To nije solidarnost ili samo puko čovjekoljublje, to je uistinu prava karizma ekonomije kao znanosti koja je potamnijela najezdom profita i „ograničenih umova“. Što čini ekonomiju ekonomijom nego sudioništvo i dostojanstvo koje pojedincu ili grupi ljudi daje to sudioništvo u tako velikom procesu kao što je ekonomski. To sudioništvo ne daje samo materijalne resurse ili puko zadovoljenje potreba već daje identitet i pripadnost čovječanstvu i tokovima čovječanstva i svakom individualnom čovjeku. Onaj koji prima ima dostojanstvo davatelja i obrnuto, upravo takva formula je ekonomija zajedništva. To je istinski ulaz u ekonomske procese, poštivanje ekonomskih sudionika i stvarno prepoznavanje ekonomije kao prijatelja čovjeka. Dostojanstvo onoga koji nema je danas uništeno jer se današnjom ekonomijom takav pojedinac smatra nebitnim jer se nažalost gleda sve kroz prizmu novca. Novac je bit, a ne sredstvo čime su pogoršani odnosi u ekonomskim procesima. Dostojanstvo takvog čovjeka iz pravog ekonomskog pogleda je itekako veliko jer on sam po sebi je veliki potencijal za društvo i ekonomiju društva. Nažalost, takav pogled nije prisutan na tržištu te je i ono samo izgubilo svoju bit. Ekonomija je pojela čovjeka koji ju stvara i to je glavni paradoks današnjega društva.

„Ekonomija u više dimenzija; to je izazov koji lansira EZ-a u zoru trećeg milenija. Ekonomija koja nanovo stavlja život u jedinstvo jer kaže da nije samo obiteljski, duhovni i osjećajni život izraz visokih vrijednosti, već je to i raditi, trgovati, proizvoditi i stvarati poduzeća.“<sup>47</sup>

Jedan od današnjih faktora ponašanja je i taj koji kaže da moral ne spada u tržište. Tržište je postalo nekulturno i sve manje čovječno. Izbacila se čovječnost s tržišta pod vidom slabosti

---

<sup>46</sup> Luigino Bruni: *Comunhão e as novas palavras em economia*, Editora Cidade Nova - São Paulo – 2005., str. 34.

<sup>47</sup> Luigino Bruni: *Comunhão e as novas palavras em economia*, Editora Cidade Nova - São Paulo – 2005., str. 38.

koja nije poželjna i također pod vidom da to nije isplativo pritom naravno prešućući stvarnu cijenu takvog ponašanja.

„Postoji siromaštvo koje je nametnuto i gotovo uvijek proizlazi iz nepravdi ljudi i struktura grijeha. To su pomanjkanje, jad, nedostatak neophodnih dobara za život. To je siromaštvo protiv kojeg se treba boriti i iskorjenjivati svim zalaganjem i na svim razinama (osobnim i institucionalnim) zato što ono napada čovjekovo dostojanstvo (...). Ali, ne možemo zaboraviti – postoji i jedno drugo siromaštvo, ono koje je slobodno odabrano, koje zaista čini blaženima i stvara preduvjete za borbu protiv nepravednog i nehumanog siromaštva; siromaštvo koje predstavlja ideal za svaku osobu koja živi i vjeruje u EZ. To je ono siromaštvo koje se rađa iz svijesti da mi je darovano sve ono što jesam pa tako i sve što imam i kao takvo, trebam ponovno darovati. To je ontološko siromaštvo, korijen istinske i besplatne uzajamnosti.“<sup>48</sup>

#### **4.2. Povezanost ekonomije zajedništva sa pokretom fokolara**

Pokret fokolara nastao je u Katoličkoj Crkvi, a odobren je od pape Ivana XXIII. 1962. godine no zbog njegovog stalnog i kontinuiranog razvoja pokret je ponovno potvrđen 1990. godine. „Premda su fokolari kao pokret nastali u Katoličkoj crkvi i na njezinoj duhovnoj baštini, nisu ostali striktno vezani samo uz nju. Zbog svog opredjeljenja za ljubav i jedinstvo u različitosti (universitas in diversitate) kao univerzalne vrednote, a naročito zbog njihovih konkretizacija u svakodnevnom životu oni su prešli interkonfesionalne i interreligijske dijalog – dijalog s ljudima drugačijih svjetonazorskih opredjeljenja. Takvim djelovanjem, kako sami kažu, pokazuju da se Krist utjelovio u konkretnoga čovjeka i u konkretno društvo, što svjedoče njegove riječi: što god učiniste jednome od moje najmanje braće, meni učiniste. Ovakvim radom oni najbolje demantiraju proizvoljne kritike kršćanstva koje tvrde da je kršćanstvo apstraktno, udaljeno od konkretnog čovjeka i njegovih svakodnevnih problema.“<sup>49</sup>

Nastao je po inicijativi pok. Chiare Lubich na području Italije, gradića Trenta, gdje se osnivačica zajedno sa prijateljima našla u vrtlogu II. svjetskog rata gdje je uvidjela bijedu rata i posljedice te započinje hod male skupine Ljubavi koja kasnije prerasta u veliki pokret koji se raširio po svim kontinentima i državama.

---

<sup>48</sup> Luigino Bruni: *Comunhão e as novas palavras em economia*, Editora Cidade Nova - São Paulo – 2005., str. 148.

<sup>49</sup> Zdravka Leutar, Ana Štambuk, Stipe Tadić: *Neki pokazatelji moralnog prosuđivanja pripadnika pokreta fokolara*, Fokolari, zn. članak, str. 170.

„Pokret fokolara proširen na svih 5 kontinenata sa 7 milijuna članova, poput malenog naroda raznih rasa, kultura i jezika. Ljudi najrazlicitijih struka i društvenih položaja, kršćanskih tradicija te razlicitih religija i uvjerenja nastoje biti sjeme solidarnijeg i ujedinjenijeg svijeta. Danas pokret djeluje u preko 182 zemlje i pokriva preko 5 milijuna ljudi.“<sup>50</sup>

„Gradići svjedočanstva u Pokretu nastali su iz nadahnuća njegove ustanoviteljice Chiare Lubich 1962. godine, kad se sa suradnicima nalazila u Švicarskoj, blizu Einsiedelna, gdje se kraj benediktinskog samostana nalazi i ogromno marijansko svetište. Promatrajući ga s visine jednog brežuljka, razumjela je da u Pokretu trebaju niknuti gradovi u kojima neće biti tvrđave niti hoteli, nego kuće, radni prostori, škole, tvornice, gradovi poput svih ostalih, no gdje će jedini zakon među stanovnicima biti uzajamna ljubav.

To su pravi gradovi, sa cestama, gradilištima, tvornicama, školama. U njima se radi, a dio zarade daje u zajedništvo; ne rasipa se, jer svaki stanovnik treba biti poput cvijeta koji uzima iz zemlje samo onoliko hrane i vode koliko mu treba da bi živio, da bi bio to što jest. U njima se i uči u ozračju razumijevanja i uzajamnog pomaganja. Svaki gradić je otvoreno gradilište, neprestano se širi i osuvremenjuje, kao što je to prirodno za gradić gdje treba sve biti živo. Obilježje gradića svjedočanstva je život i radost zajedništva“<sup>51</sup>

Trenutno takvih gradića ima 32 na pet kontinenata. Najpoznatiji gradić je Loppiano u Italiji, nedaleko od Firenze, izgrađen 1965. godine u kojem živi 800 stanovnika iz 70 naroda. U tom gradiću se nalazi i Institut Sophia na kojoj se specijalno izučava ekonomija zajedništva uz ostale katedre.

Pokret se na društvenom polju zalaže na više područja te je iz takvog djelovanja i niknula ekonomija zajedništva. Na društvenom polju pokret se zalaže za:

- ekonomiju zajedništva
- zdravstvo
- umjetnost
- odgoj i obrazovanje
- politika

---

<sup>50</sup> Mateo Bušić: *Etično poslovanje i strategija financiranja organizacija utemeljenih na konceptu ekonomije zajedništva*, magistarski rad, Ekonomski fakultet, Split, 2006., str. 37.

<sup>51</sup> [www.fokolar.hr](http://www.fokolar.hr)

Ekonomija zajedništva svoj razvoj i početke duguje pokretu fokolara, ali ta karizma treba zaraziti čitav svijet izvan pokreta fokolara. Unutar samog pokreta živi se prava karizma zajedništva no karizma se treba prelijevati dalje da ne bi ostala okovana u vlastitim okovima i shvaćanjima.

### **4.3. Način distribucije profita u poduzećima koji posluju po principima ekonomije zajedništva**

Osnovna postavka raspodjele dobiti poduzeća koja djeluju u EZ-a je da se dobit dijeli na tri jednaka dijela:

1. dio služi za reinvestiranje u poduzeće čime se jača financijska pozicija poduzeća;
2. dio služi za potrebu formiranja novih ljudi pod kojima se smatra školovanje ljudi sa novim pogledom na ekonomiju i tržište;
3. dio služi za društveni sklad – čime se pomaže zajednici i ljudima u potrebi kojima je pomoć najpotrebnija.

To je temeljna postavka raspodjele dobiti, ali svako poduzeće ima svoju originalnost na što se itekako pazi i u poduzeću i u EZ-a. Ovisno o situaciji u poduzeću dijeli se dobit i to u postotku koje je poduzeće odlučilo dati za daljnju raspodjelu. Ukoliko poduzeće ima financijskih problema normalno je da ne može dalje ulagati u nove zajedničke projekte već da mora voditi računa o svojoj poziciji na tržištu, svojim radnicima, svojoj politici cijena i troškova te će se u skladu sa tim dalje voditi prema načinu djelovanja i daljnoj distribuciji.

Prikupljeni dijelovi dobiti se na kraju raspoređuju po potrebama EZ-a te se vodi računa o mnogo faktora. Vodi se računa o mjestima i ljudima koji će biti sposobni najviše doprinijeti zajednici i novim poduzećima, koji će sinergijski povući za sobom širu zajednicu.

#### **1. Dio dobiti koji služi za reinvestiranje**

Postotak djela koji se odvaja za reinvestiranje ovisi o individualnoj poziciji poduzeća. Po temeljnoj postavci 1/3 dijela dobiti bila bi za reinvestiranje no ovisno o stanju na tržištu ekonomski nije racionalno davati dio dobiti ako se poduzeće bori sa konkurentima koji stalno ulažu u nove proizvode, strukture, mreže dobavljača te ih zbog izdvajanja dijela dobiti npr. za društveni sklad ili ulaganje u nove ljude konkurenti prestižu. Poduzeća ekonomije zajedništva i glavna organizacija imaju zdrav ekonomsko racionalno - stručni pristup koji je nužan za

daljnji razvoj poduzeća u ekonomiji zajedništva. Bez takvog pristupa ne bi se moglo odgovoriti tržištu te bi ekonomija zajedništva bila više utopistički nego ekonomski orijentirana. Postavlja se opravdano pitanje zašto se cijeli dio dobiti ne ulaže u jakost poduzeća koje bi time bilo još efikasnije, konkurentnije i sposobnije prelaziti prepreke koji se nalaze na tržištu? To je temeljno pitanje koje razlikuje obično poduzeće od poduzeća koji djeluje u ekonomiji zajedništva.

Jednostavno, to je odluka vlasnika i managera poduzeća da prisustvuju i potpomažu drugačiji pogled prema ekonomiji i drugačije ponašanje na tržištu. Reklo bi se da je to više nova kultura ili novi način razmišljanja i življenja. Taj pogled je prema ekonomiji koja živi sa drugima i koja druge ne može isključivati iz svojih žalosti i radosti, kojoj su drugi potrebni isto kao što su oni potrebni drugima. To je ona ekonomija koja nije rob samoj sebi kao što je to primjer u potrošačkoj kulturi. To je ekonomija koja vjeruje da se darivanje isplati te da se efekt bumeranga vraća u njihovo krilo.

## 2. Formiranje novih ljudi

Dio dobiti koji se daje u formaciju „novih ljudi“ (prvenstveno se misli na edukacije, školovanje...) ljudi koji će biti spremni za novi pogled prema ekonomiji i čovjeku koji pruža projekt EZ-a. Centralni institut Sophia u Italiji nalazi se u mjestu Loppiano pokraj Firenze gdje se educiraju visoko obrazovni kadrovi koji su dalje kao rasadnik po cijelom svijetu. Njihovo školovanje većinom (ili u 100% dijelu ili kao dio školarine) financiraju poduzeća koja se nalaze u projektu ekonomije zajedništva.

Ti mladi ljudi su većinom upoznati sa načinom djelovanja EZ-a prije nego dođu na institut; mnogo njih je radilo u poduzećima EZ-a te su krenuli putem daljnjeg usavršavanja kako bi još više pridonijeli širenju ove ideje. Na institutu dobivaju visoko stručno znanje koje se kasnije itekako osjeća u područjima gdje posluju poduzeća EZ-a jer nakon završetka fakulteta odlaze u poduzeća u kojima svoja znanja dalje distribuiraju kroz poslovne procese. Vrlo mnogo ljudi nakon završetka fakulteta odlaze raditi u poduzeća ekonomije zajedništva. Za njih je to određenje i način života koji su izabrali, to je kultura njihovog življenja i shvaćanja društvenih i ekonomskih odnosa.

Ono što se u poduzećima EZ-a posebno pazi jest stručnost. Mjesta prosječnosti, slabog znanja i loše kvaliteta jednostavno nema mjesta te se od studenata traži izrazito puno, a mnogo im se

i daje. Na institutu predaju jedni od najboljih talijanskih profesora koji dolaze i sa drugih sveučilišta držati nastavu.

### 3. Dio dobiti koji se daje u društveni sklad

Društveni sklad je pojam koji je najbitniji u odvajanju dobiti. Zvuči utopistički, ali postavlja se racionalno pitanje zašto bi uopće neko poduzeće davalo novac iz dobiti u društveni sklad? Jačanjem sociološko – materijalnog okruženja oko poduzeća i regije kojoj poduzeće pripada ili regije dobavljača koje je povezano sa poduzećom ili prirodnog okoliša raste i vrijednost samog poduzeća. Činjenica je da se to ne vidi u bilanci poduzeća odmah, ali se osjeća kao pozitivni efekt koji se vraća poduzeću. Logično je da u regiji u kojoj posluje poduzeće u projektu EZ-a postoji mnogo entiteta koji trebaju pomoć te se nakon dobivene pomoći revitaliziraju te indirektno, a moguće je i direktno dalje utječu na pozitivno poslovanje poduzeća iz EZ-a koje im je dalo pomoć. To je efekt bumeranga te se može nazvati ulaganje u društveni sklad, a ne davanje jer se izvlače pozitivni efekti iz takvog ulaganja. Činjenica, da je takve efekte teško kvantificirati, ali se oni prelijevaju kroz druge segmente poslovanja i kasnije se kvantificiraju kroz neke druge stvarnosti u poduzeću.

„Kvantiteta kao jedino dokazivi ekonomski izraz postavlja nas ovdje u strukturu proizvodnje, potrošnje i akumulacije, a ta struktura pak prosljeđuje kao izraz kumulacija, materijalnih i duhovnih, i potvrđuje svoj identitet u proizvodno – potrošnoj matici društva. Ali, zaključujemo, njezin je mehanizam određen funkcionalnim i duhovnim (društvenim) silama kojih sadržaje nije moguće predočiti kvantitetom.“<sup>52</sup>

Činjenica da je u današnjim vrijednostima utkano mnogo rada, truda, kapitala, a također i eksternalija koje se malo spominju, ali su vrlo bitne za analizu.

Te eksternalije se nalaze uračunate u ekonomske vrijednosti, ali se mnogi današnji ekonomski subjekti koji se nalaze na tržištu ne pitaju o ugrađenim vrijednostima za koje se oni nisu niti morali truditi, ali se nalaze u njihovim bilancama i računima dobiti i gubitka. Oni ih jednostavno priznaju kao njihove makar nisu njihove i nisu platili punu cijenu ili čak i dio cijene već im je to darovano kroz različite eksternalije.

Grubi primjer bi bile tvornice koje iznose svoju dobit kroz godine, ali ne računaju stvarni trošak zagađivanja kroz koji su oni zapravo ostvarili tu dobit. Dalje bi se moglo navesti

---

<sup>52</sup> Branimir Lokin: *Ekonomska ideja u pitanju*, Kršćanka sadašnjost, Zagreb, 1990., str. 21.

mного kompanija koje se jednostavno služe zajedničkim dobrom, a profit iskazuju kao individualno njihovo privatno dobro što je ustvari nepriznavanje činjenica troškovnog dijela prema zajednici. Ne pitaju i namjerno prešućuju cijenu korištenja zajedničkog dobra. To je također prisutno u ekonomskoj teoriji koja ono što ne može kvantificirati ne može ni prikazati što nije dovoljan razlog da se više o tome ne razgovara i analizira ne prešućuje utjecaj javnog dobra i društvenog sklada na privatno dobro.

Vraćanje (besplatno) novčane mase u sustav iz kojeg se jako puno toga uzelo ne da je samo dobro iz humanih razloga nego je to prvenstveno bitno iz ekonomskih razloga. Bit toga vraćanja novca u sustav je ulaganje u društveni sklad iz kojeg će se onda opet moći kreirati nove ekonomske vrijednosti sa mjesta koje nemaju dovoljno financijske snage da se same izbore za vrijednost, ali imaju druge vrste vrijednosti koje se mogu uz financijsku pomoć kreirati u novi proizvodni ciklus. Sličan primjer je u teškim gospodarskim situacijama u kojima se novac usmjerava u javne radove bitne za cjelokupno društvo da bi se ekonomski ciklus nanovo probudio makar nisu ekonomski opravdani.

Nevraćanje (besplatno) novčane mase u sustav kao ulaganje u društveni sklad pogubno je iz više razloga:

- a) trošenje resursa koji nemaju istinsku cijenu (posebno se misli na prirodne resurse)

Dugotrajnom eksploatacijom prirodnih resursa oslabljuje se prostor u kojem živimo i radimo te se dugoročno snizuje kvaliteta življenja. Većinom, eksploatacijom svi žele maksimalizirati dobit i ne vodi se računa o prirodnim resursima stoga je nužno vratiti dio zarade u i za prostor u kojem živimo i iz kojeg se izvlači dobit. Svjedoci smo katastrofalnog stanja u svijetu koji trenutno nema tendenciju održivog razvoja već propasti te je od presudne važnosti da se znanost počne time više baviti. Vraćanjem dijela dobiti kao ulaganjem u društveni sklad je nužan faktor ako se misli govoriti o održivom razvoju.

Za takvo razmišljanje nisu dovoljni pregovori ili razgovori o toj temi već novi ljudi i nove ekonomske strategije. Jednostavno ljudi koji će imati višu razinu svijesti i ekonomskog poimanja svijeta znajući da svaka naša kretnja ima utjecaj i da u ekonomskoj cijeni nije kraj morala. Današnji pristup smatra da je cijena uistinu kraj morala i da je ta cijena moralno prihvatljiva. Istina, ekonomija kao znanost ne raspravlja o moralnosti ili nemoralnosti cijena, ali možda uskoro o ničemu niti neće

moći raspravljati jer se previše mehanicizirala i ne može odgovoriti na nove zahtjeve ovoga vremena.

Ulaganje u društveni sklad i to posebno onoga dijela koji se tiče prirodnih resursa doprinosi stabilizaciji radnog prostora u kojem se stvaraju nove ekonomske vrijednosti stoga je to i ekonomski opravdano.

b) poticanje neracionalnog ekonomskog ponašanja

nerazmišljanjem o održivom razvoju i potrebama drugih čovječanstvo postaje sve više neracionalnije svojevrsno mehaniciziranije. Neracionalnost se očituje na svim razinama gdje se pojedinci ne žele baviti dubljim uvidom u procese društva te svojevrsno oglupljuje. Te pojave su prisutne kako na individualnoj razini pojedinca tako se reflektiraju na cjelokupno čovječanstvo. Prisutno je kolektivna erozija jer se moralne vrijednosti prikazuju kao nebitne i što je još gore kao ekonomski neisplative.

c) nemogućnost paralelnog napretka između ekonomsko jačih i ekonomsko slabijih u procesima čime se slabi ekonomska prokreacijska moć u sustavu

Jedna od najbitnijih posljedica ne ulaganja u društveni sklad je preveliki jaz između bogatih i siromašnih. To je jedna od najvećih tragedija današnjega svijeta. Ekonomski kanali nisu uspjeli doći do onih koji nemaju ili to nisu u određenim situacijama niti htjeli. To također nije neko idealističko shvaćanje svijeta već čista ekonomska stvarnost, ali koja traži od ekonomskih entiteta na tržištu stvaranje dubljeg tržišta.

Dubina tržišta treba doći do onih najgorih i najdubljih ne samo iz nekih humanističkih razloga već zbog same kreacije i stvaralaštva koje oni posjeduju u sebi. Financijski dio nije oplodio realni dio gospodarstva u siromašnijim predjelima ili siromašnijim ljudima i to je tragičan poraz ekonomskih kanala.

„Potaknut sudbinom jedne siromašne žene koja se pokušavala baviti proizvodnjom namještaja, ali je svu zaradu morala davati za kamate kredita koji je podigla za taj posao, Muhammad Yunus, tada još sveučilišni profesor, sredinom 1970 – ih došao je na ideju da osnuje banku koja će siromašnima davati kredite s malom kamatom i dužim počekom. Godine 1976. osnovao je Grammen banku, koja danas, ima 2259 poslovnica, čime pokriva oko 86 posto teritorija Bangladeša. Za razliku od drugih



banaka, gdje tražitelj kredita mora doći u banku kako bi zatražio kredit, službenici ove banke odlaze na teren i procjenjuju način na koji se neki posao ili projekt za opće dobro može unaprijediti. Cilj je potaknuti proizvodnju i zaposlenost, školovanje djece i mladih, očuvanje okoliša te razvoj civilnog društva. Osim mikrokredita, banka odobrava i stambene kredite te financira razvoj poljoprivrede, ribarstva, sustav natapanja te razvoj mnogih industrija.<sup>53</sup>

Dr. Yunus je pronašao ekonomske kanale da financijski oplodi realni dio gospodarstva kod najsiromašnijih po svim ekonomskim principima maksimaliziranja dobiti, ali na način da se spustio maksimalno nisko te je upravo to razlog njegovog uspjeha i primjera pravog ekonomskog razmišljanja kontekstu održivog razvoja.

„On je dokazao da banke mogu opstati i razvijati se i s veoma niskim kamatama ako ulažu u razvoj. Yunus nije glumio velikog humanitarca, kakve obično imamo prilike vidjeti, uz obvezatnu fotografiju u novinama i s informacijom o davanju velikog novca, za koji se često ne zna gdje zapravo završi. Jednostavnije rečeno, nije dijelio milostinju, nego je omogućio da s malim potporama ljudi razviju vlastiti posao, a time i ukupno gospodarstvo.“<sup>54</sup>

Ovo je primjer dobrog kanaliziranja financijskih sredstava koje rješava sociološke razlike ekonomskim putem, ali nažalost takvih je primjera premalo stoga je nužno nanovo ulagati u društveni sklad jer te financijske injekcije će moći doći do onih koji nemaju novac, ali imaju talent. „Visoki kapital“ ne želi se baviti malim i stinim zaradama te je to i jedan od razloga propadanja financijskih struktura.

Nije dovoljno pomoći ljudima koji nemaju osnovne uvjete za život već treba stvoriti uvjete da čovjek može nešto proizvesti i sudjelovati u ekonomskim procesima.

- d) nemogućnost protoka novih ideja iz ekonomsko potencijalnog dijela koji nema materijalnu mogućnost pristupu tržištu (prvenstveno se misli na nove ljude – školovanje novih ljudi koji imaju veliki potencijal, ali nemaju financijsku moć za ostvarenje) ili poduzeća koja imaju ideju ili ljude, ali nemaju financijsku moć preobrazbe tih ideja

---

<sup>53</sup> Josip Baotić: *Eko socijalno-tržišno gospodarstvo*, Civilno društvo.hr (elektroničko izdanje), br. 11/12, 2006., str. 23-24.

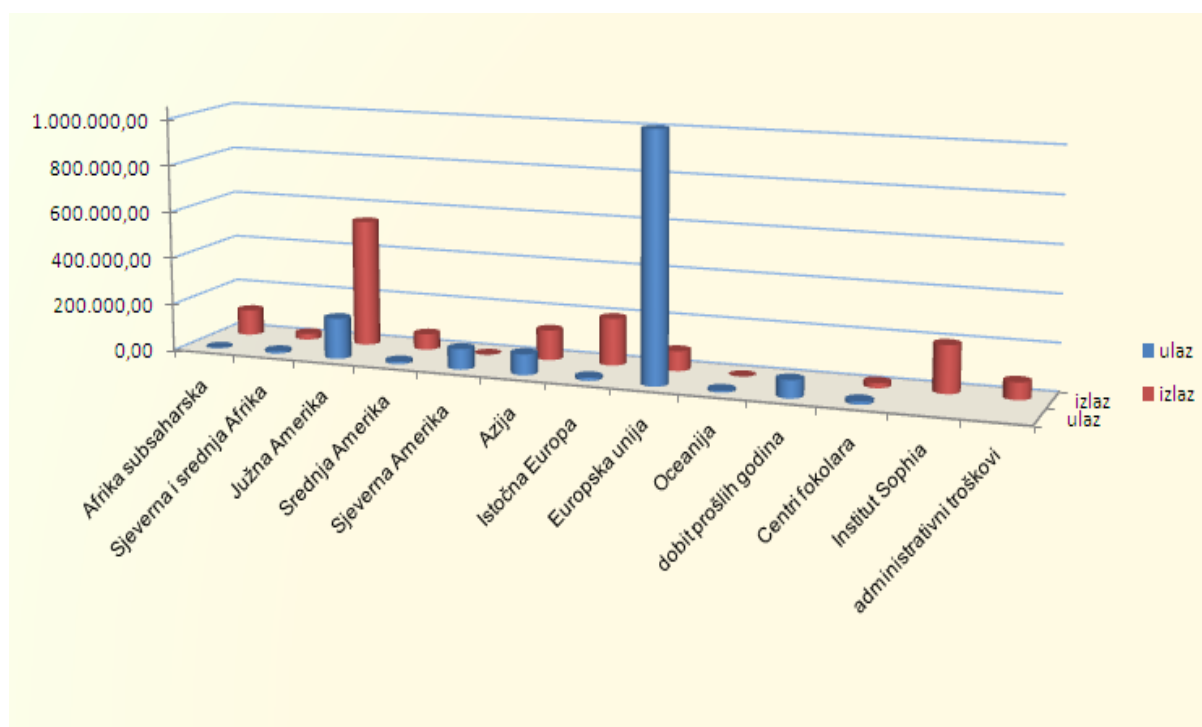
<sup>54</sup> Josip Baotić: *Eko socijalno-tržišno gospodarstvo*, Civilno društvo.hr (elektroničko izdanje), br. 11/12, 2006., str. 24.

Bogati su bogatiji, a siromašniji su siromašniji nije bit ekonomije stoga trebalo bi pronaći modalitete drugačije redistribucije što zapravo idealno ekonomski radi projekt ekonomije zajedništva.

Ulaganje (vraćanje) dijela dobiti u društveni sklad je od nemjerljive važnosti te je jedan od glavnih faktora za održivi razvoj. Ne može se razgovarati o održivom razvoju u svijetu ako se neće pristupiti davanju odnosno ulaganju u društveni sklad. Upravo iz toga razloga ekonomija svijeta ne može napredovati jer se urušava u egocentričnost u kojem nitko ne žali davati već želi samo primati (sl. br. 1).

U ovim su kriznim vremenima poduzeća u Ekonomiji zajedništva uspjele prikupiti od rujna 2009. do rujna 2010. godine 1,5 mil. eura:

Slika 5. Prikupljena sredstva poduzeća u ekonomiji zajedništva u 2009./2010. godini



Izvor: *Economia di Comunione*, Raporto 2009./ 2010., Segreteria Internazionale Economia di Comunione, Rim, Italija, 2010., str. 71.

Iz gornjeg grafa vidi se da je najveći dio novaca generiran iz Europske unije (69,0%) - ulaz te da je i za Europsku unije odvojeno najmanje novčanih jedinica za daljnji razvoj (5,8%) - izlaz iz čega je vidljivo da se u centru EZ-a vodi računa o mnogo faktora gdje će se usmjeravati novčana sredstva te pazi koja su područja su razvijenija te su ona i sposobnija više davati u

nerazvijenija područja svijeta. Činjenica da je poduzetništvo stvaralačka stvarnost te je kao takvu treba i raspoznavati te prepoznavati talente koji će oploditi novac i preobražavati ekonomsku stvarnost te posebno voditi o tome računa kada se dalje ulaže novac koji se dobiva iz 1/3 dijela dobiti poduzeća koja djeluju u projektu ekonomija zajedništva.

Najveći dio novčanih sredstava u promatranom razdoblju proslijeđen je na područje Južne Amerike (37,4%) makar je to područje sudjelovalo sa (11,1%) u ukupnom ulazu skupljenog dijela dobiti. Brazil je jaka zona ekonomije zajedništva gdje vrtoglavo rastu nova poduzeća, a posebno nove moderne tvornice koje za sobom povlače mnogo pozitivnih efekata na lokalnu zajednicu.

#### **4.4. Organizacija ekonomije zajedništva**

Osnovni tipovi poduzeća u odnosu prema ekonomiji zajedništva:

a) kapitalističko poduzeće

Poduzeća koja imaju afinitet prema ekonomiji zajedništva, ali nemaju povezanost sa ekonomijom zajedništva spadaju u ovu kategoriju. Većinom takva poduzeća doniraju dio profita EZ-a, ali oni su simpatizeri kulture darivanja koju predstavlja projekt ekonomije zajedništva. Ovisno o vlasnicima poduzeća takva početna simpatija prema EZ-a može izrasti u sve veće sudjelovanje i sve veće preuzimanje odgovornosti prema strukturama EZ te takvo približavanje poduzetnika vodi u drugu vrstu poduzeća u odnosu prema ekonomiji zajedništva – poduzeću s poduzetnikom simpatizerom ekonomije zajedništva.

b) kapitalističko poduzeće s poduzetnicima simpatizerima ekonomije zajedništva

Poduzeća simpatizeri su mnogo više involvirana u davanje resursa projektu ekonomije zajedništva od poduzeća prikazanih u prošlom poglavlju, ali oni nemaju institucionalnu povezanost s inom. Oni djeluju izvan Projekta, ali izrazito podupiru sva djelovanja i projekte u EZ-a. Takva poduzeća iz svojih razloga nisu donijela odluku da će se institucionalno povezati sa ekonomijom zajedništva. Većinom takav stav izvire iz činjenice da način organizacije, karakteristike, proizvodi, usluge, odnosi prema dobavljačima ili neki drugi razlozi ne odgovaraju istinskom konceptu ekonomije zajedništva stoga da se očuva identitet Projekta takva poduzeća ostaju izvan EZ-a.

c) uslužna jedinica u nastajanju

„Ukoliko razvoj poduzeća promatramo s gledišta nastajanje 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 ideja bude prihvaćena od regionalne komisije Ekonomije zajedništva (uz konzultaciju s centralom) poduzeće postaje uslužna jedinica u nastajanju. Mnoga poduzeća za koje se trenutno smatra da sudjeluju u ekonomiji zajedništva već pokazuju karakteristike uslužnih jedinica.“<sup>55</sup>

d) ostvarena uslužna jedinica

Kada uslužna jedinica u nastajanju doživi svoj puni razvoj ona postaje ostvarena uslužna jedinica. Ona živi punim životom jedinice koja djeluje u Projektu ekonomije zajedništva kojega i predstavlja. Ostvarene uslužne jedinice dijele se na:

- uslužne jedinice koje proizvode dobit
- uslužne jedinice koje proizvode gubitak

Da bi se zaštitio projekt EZ-a od onih koji žele izvući nešto iz ekonomije zajedništva poduzeća se prate da li kroz vrijeme ostvaruju višak prihoda te da li su usmjerene na izvornu uslugu. Tek ako ispunjavaju oba kriterija ući će u projekt EZ-a. Time se Projekt zaštićuje od onih koji žele ulaskom u EZ-a svoje poduzeće učiniti profitabilnim ili na bilo koji drugi način iskoristiti prednosti takvog udruživanja.

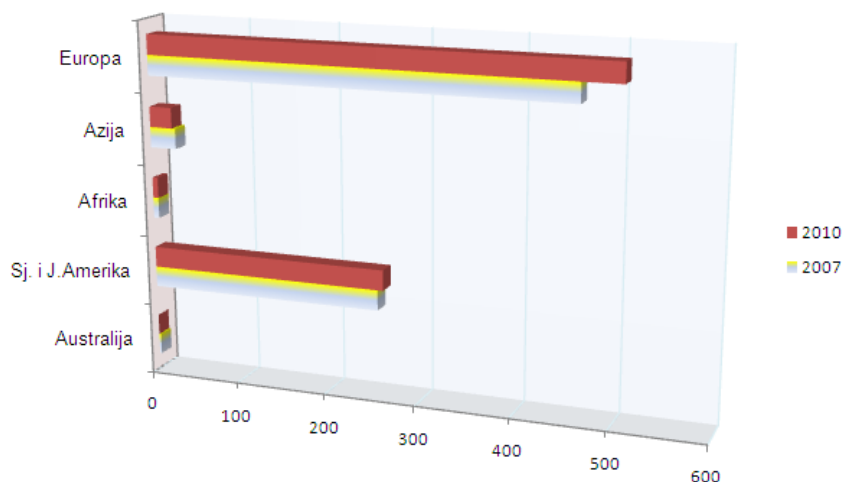
#### **4.5. Rasprostranjenost ekonomije zajedništva u svijetu**

Na slici broj 6. vidimo razliku rasprostranjenosti poduzeća ekonomije zajedništva po kontinentima između 2007. i 2010. godine.

---

<sup>55</sup> Mateo Bušić: *Etično poslovanje i strategija financiranja organizacija utemeljenih na konceptu ekonomije zajedništva*, magistarski rad, Ekonomski fakultet, Split, 2006., str. 46.

Slika 6. Rasprostranjenost poduzeća ekonomije zajedništva u svijetu



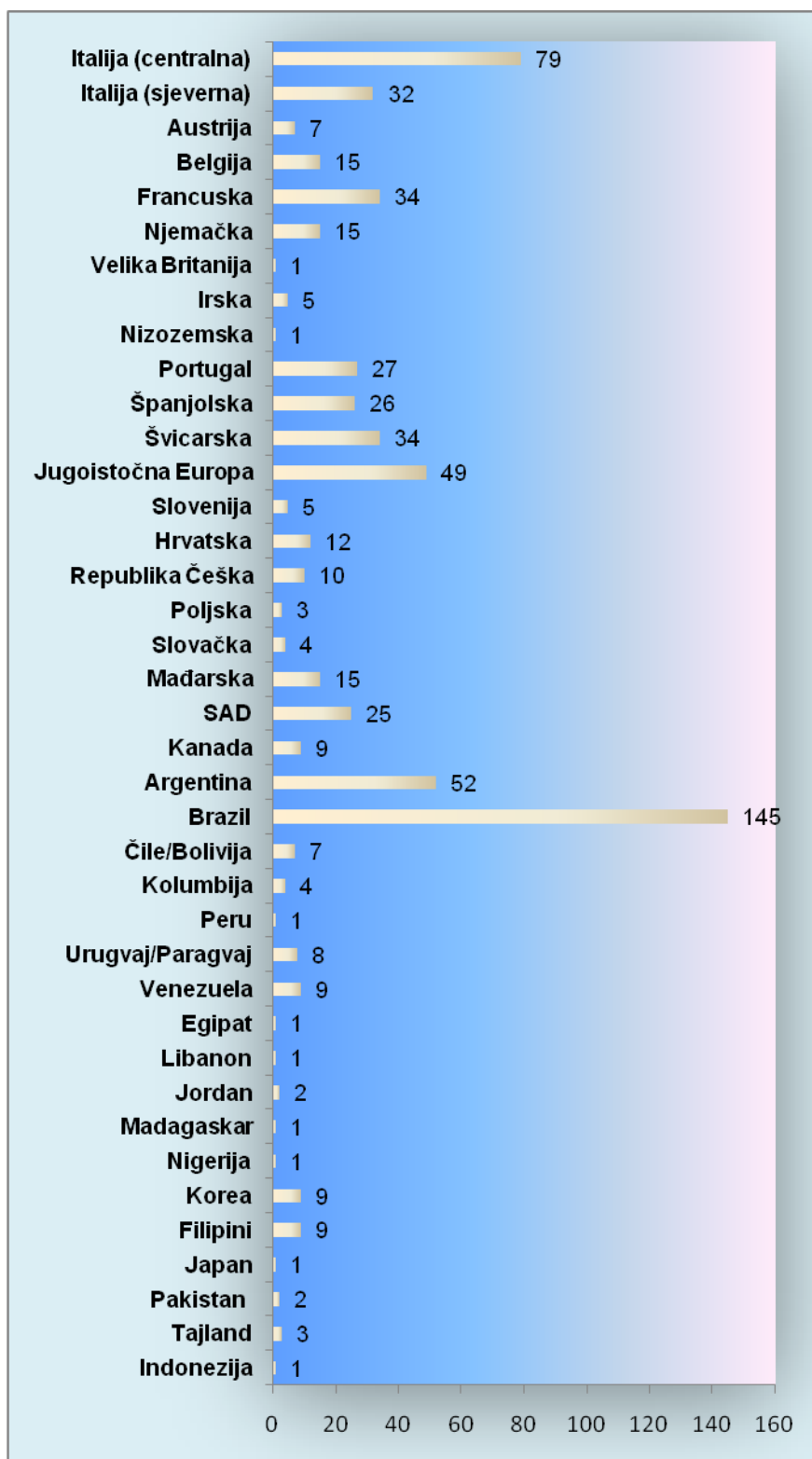
Izvor: *Economia di Comunione*, Raporto 2009./2010., Segreteria Internazionale Economia di Comunione, Rim, Italija, str. 8.

Najveći broj poduzeća nalazi se Europi te je svakako tu najzastupljenija Italija, a od drugih kontinenata tu se nalazi Amerika (posebno Južna Amerika) sa moglo bi reći centralnom državom Brazilom u kojoj ekonomija zajedništva doživljava svoj puni procvat.

Iz slike broj 7. vidi se da je najveći broj poduzeća ekonomije zajedništva u Brazilu te je to ujedno najveće gradilište novih tvornica i poduzeća u projektu ekonomije zajedništva. Posebno u Brazilu je najjače područje ekonomije zajedništva oko gradova Sao Paola i Recife.

U Italiji je također centrala samoga pokreta te je to druga država u kojoj djeluje najviše poduzeća. Jugoistočna Europa također ima isto dosta poduzeća pa je odmah iza Italije po brojnosti entiteta u projektu.

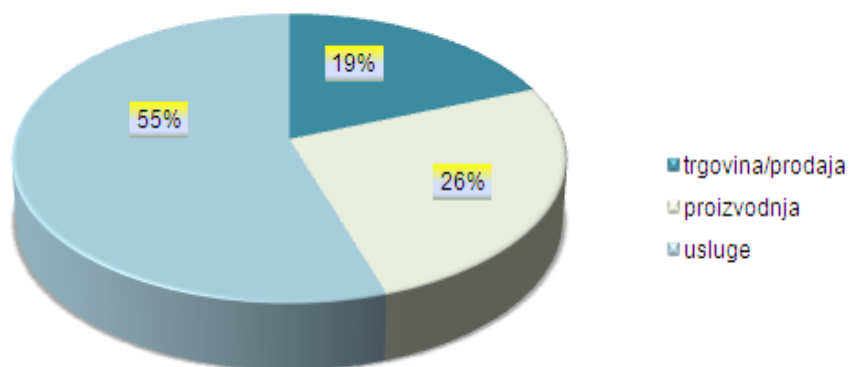
Slika 7. Broj poduzeća EZ-a po državama



Izvor: *Economia di Comunione*, Raporto 2009./2010., Segreteria Internazionale Economia di Comunione, Rim, Italija, str. 8.

#### 4.6. Financijski aspekt ekonomije zajedništva

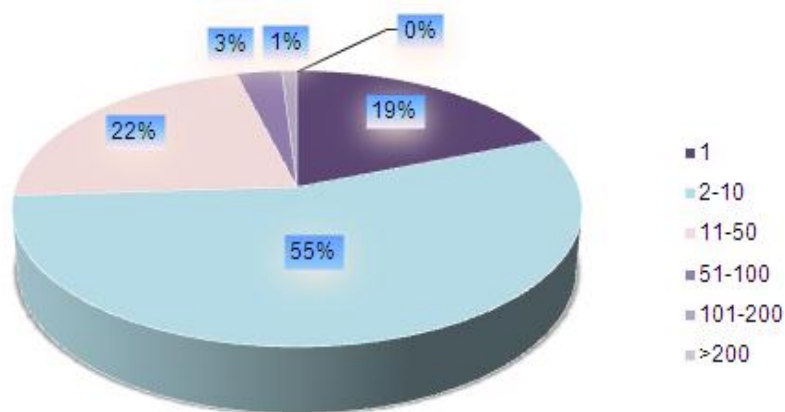
Slika 8. Podjela poduzeća ekonomije zajedništva po proizvodnim sektorima



Izvor: *Economia di Comunione*, Raporto 2009./2010., Segreteria Internazionale Economia di Comunione, Rim, Italija, 2010., str. 9.

Najveći postotak poduzeća u EZ – a bavi se uslugama (55 %) na podacima koji se temelje na 2009./ 2010. godini. Proizvodnja je zastupljena 26 % dok ostalo spada na trgovinu i prodaju. Mišljenja smo da bi se u budućnosti projekt još više trebao bazirati na proizvodnju i veliku većinu resursa usmjeriti prema kvalitetnim proizvodnim projektima u područjima gdje je komparativna prednost jaka za proizvodnju.

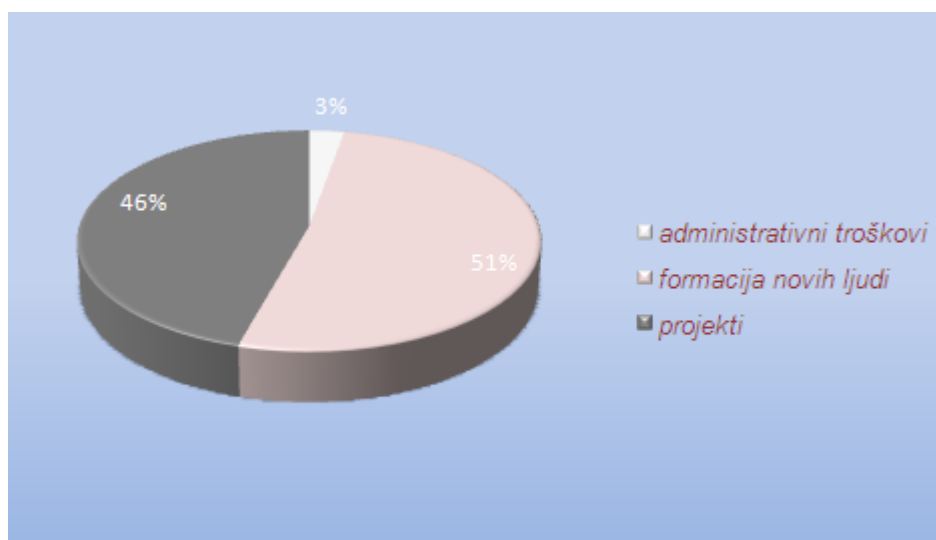
Slika 9. Podjela poduzeća ekonomije zajedništva po broju zaposlenika



Izvor: *Economia di Comunione*, Raporto 2009./2010., Segreteria Internazionale Economia di Comunione, Rim, Italija, 2010., str. 9.

Iz gornje slike vidi se da je najveći broj poduzeća (55%) sastavljen od maksimalno 10 zaposlenika te se po strukturi zaposlenika zapaža da su u Projektu EZ-a najviše zastupljena mala i srednja poduzeća. Prema strukturi poduzeća u budućnosti će se moći raditi i jače strategije u kontekstu globalizacijskih promjena koje će pozitivno utjecati na sami projekt ekonomije zajedništva. Otvaranjem novih radnih mjesta i poduzeća posebno u Latinskoj Americi projekt ekonomije zajedništva producira sve veća i veća poduzeća te je sposobniji za sve veće i veće zahtjeve u kontekstu organizacije velikih kompanija kojih će u budućnosti biti mnogo više.

Slika 10. Raspodjela troškova u projektu u 2009./2010. godini

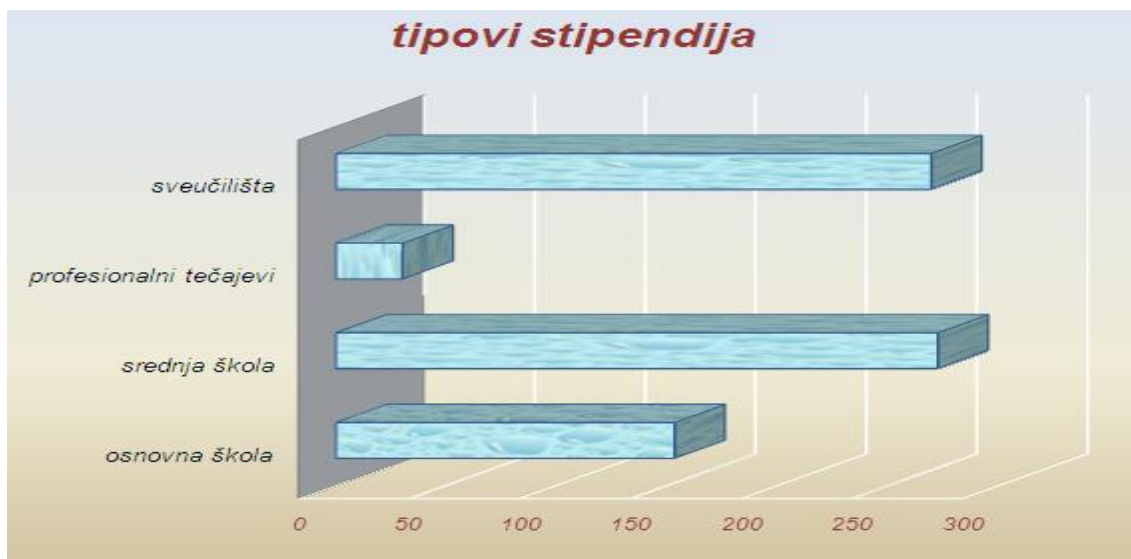


Izvor: *Economia di Comunione*, Raporto 2009./2010., Segreteria Internazionale Economia di Comunione, Rim, Italija, 2010., str. 29.

Dobar omjer raspodjele troškova u projektu EZ doprinosi dobroj gradnji budućnosti ekonomije zajedništva. Zastupljenost identičnih postotaka koji se ulaže u nove projekte i formaciju novih ljudi pokazuje da će u novim projektima moći raditi novi ljudi koji će za to i biti formirani najnovijim stručnim znanjima i znanjima iz područja civilne ekonomije i ekonomije zajedništva. Nizak postotak administrativnih troškova govori o tome da administracija cjelokupnog projekta nije skupa te se iz toga mogu generirati i novi efekti za daljnje ulaganje u nove ljude i nove projekte.



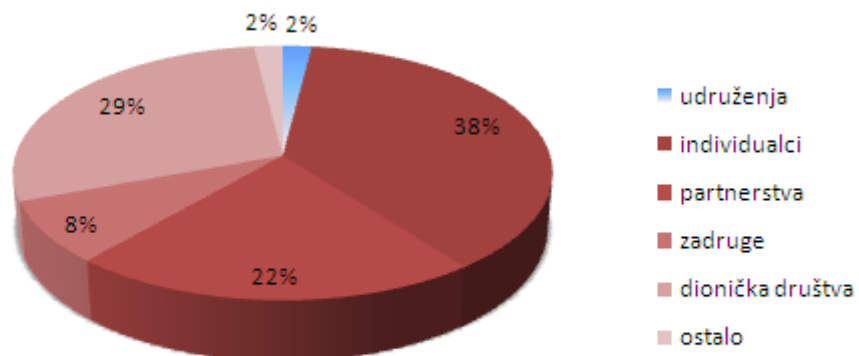
Slika 11. Tipovi stipendija dodijeljeni u Projektu ekonomije zajedništva



Izvor: *Economia di Comunione*, Raporto 2009./ 2010., Segreteria Internazionale Economia di Comunione, Rim, Italija, 2010., str. 70.

Najviše stipendija podijeljeno je studentima na sveučilištima i učenicima srednjih škola iz čega se jasno vidi dobra orijentiranost Projekta prema visokom školstvu i orijentiranosti visokoškolskom znanju. U samome projektu itekako se pazi na stalnu edukaciju i neprestano usavršavanje čime se doprinosi uvijek novoj aktualnosti Projekta, većoj stručnosti i jačanju tržišne pozicije poduzeća i samoga projekta. Institut Sophia u mjestu Loppiano pokraj Firenze je uvijek aktualan pristup novim znanjima i raspodjeli novih informacija u samome Projektu, a i u ostalim segmentima društvenog života. Najviše stipendija se upravo dodijeli za pohađanje ovoga instituta te taj institut pohađa mnogo studenata iz najrazličitijih država iz cijeloga svijeta.

Slika 12. Tipovi udruživanja po pravnoj osnovi u Projektu ekonomije zajedništva



Izvor: *Economia di Comunione*, Raporto 2009./ 2010., Segreteria Internazionale Economia di Comunione, Rim, Italija, 2010., str. 9.

## 5. LOKALNA ZAJEDNICA I PODUZEĆA EKONOMIJE ZAJEDNIŠTVA

### 5.1. Odnos lokalne samouprave prema poduzećima u inicijativi ekonomije zajedništva

Lokalna uprave u zemljama gdje djeluju poduzeća ekonomije zajedništva vrlo pozitivno gledaju na poslovanje, ponašanje i razvoj ovakvog tipa poduzeća. Mnogo je razloga zašto lokalna uprava ima upravo ovakav pogled prema ekonomiji zajedništva. Jedan od glavnih jest da su primjetili vrlo pozitivne efekte koji nastaju oko takvih poduzeća na više razina na razini dobavljača, kupaca, eksterne revizije, ponašanju prema resursima, prirodi i stanovništvu koje se nalazi oko poduzeća.

„S obzirom na politiku, primjećena je združenost političkog zalaganja i Ekonomije zajedništva gdje razni poslanici i senatori aktiviraju radne grupe čije su rasprave nadahnute ovom idejom.“<sup>56</sup>

Lokalna uprava je uočila da su takva poduzeća sposobna povlačiti veliku sinergijsku snagu zajedništva što je posebno vidljivo u manjim sredinama i manjim mjestima gdje se takvi efekti puno brže opažaju. U velikim se sredinama s druge strane takvi efekti jednostavno utope sa mnogo većim efektima i ne mogu se tako lako izolirati i analizirati.

Pošto je društveni sklad temeljni cilj ekonomije zajedništva koji se poklapa se ciljevima lokalne samouprave logično je da je lokalna uprava zainteresirana za djelovanje takvih poduzeća. Teže je očekivati da će državna uprava koja nije u mogućnosti pratiti i reagirati na probleme na nižim regionalnim razinama zapaziti djelovanje ekonomije zajedništva kao što to može lokalna uprava koja vrlo jasno i brzo može alocirati i reagirati.

Posebno je to slučaj u Italiji i Švicarskoj gdje se zaposlenici lokalnih samouprava odlaze educirati i interesirati o različitim strategijama u poduzeća ekonomije zajedništva. Posebno što je interesantno ljudima koji dolaze iz lokalnih uprava kako poduzeća EZ produciraju takvo zajedništvo među ljudima te kako uspijevaju zadržati visoki moralni kodeks u ponašanju sa svim entitetima koji se nalaze u ekonomskom procesu koji je povezan sa poduzećima EZ.

U Hrvatskoj imamo primjer u gradu Križevcima gdje se nalazi jaki centar ekonomije zajedništva za Hrvatsku naziva Mariapoli Križevci. Lokalnoj samoupravi je vrlo interesantno

---

<sup>56</sup> Hrvoje Lovrić: *Poslovni uspjeh – teorijska i empirijska analiza* (magistarski rad), Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet u Zagrebu, 2004., str. 192.

što rade poduzeća u EZ, a poseban je primjer novi vrtić „Zraka Sunca“ koji djeluje u ekonomiji zajedništva i daje vrlo pozitivne efekte prema svima s kojima ima povezanost. Temelj takvih efekata nalazi se u kulturi darivanja koja se u tom vrtiću uči od samih početaka razvoja djece. Pristup djeci i način edukacije je potpuno nov u odnosu na druge vrtiće te plijeni pažnju okoline. Od malena djeca se uče prihvaćanju raznolikosti, potrebi darivanja, dubljem shvaćanju ekonomije te posebnom pristupu prirodi.

„Kultura ove obrazovne institucije dijeli se na tri koncepta:

1. Kultura davanja – u vrtiću se posebno pazi i educira djecu na način da se posebno pazi na darivanje i na potrebe drugih. Metodaški pristup darivanju kroz igru donosi bitne efekte u razvoju djece koja kroz godine provedene u vrtiću postaju osjetljiviji na svoju okolinu i na one koji ih okružuju;

2. Kultura prihvaćanja – posebno prihvaćanje različitosti kod drugih kao pozitivan faktor u druženju i sociološkoj dimenziji, u vrtiću se posebno radi na mentorstvu u kojem se pojedincu dodjeljuje uloga „nadgledatelja i učitelja“ drugih (stariji – mlađi) gdje je mentor uključen u pomaganje i socializaciju onih za koje je zadužen;

3. Kultura mira – mir u nama samima i mir s drugima, također je posebno bitno da se bude u miru s prirodom<sup>57</sup>

Grad Križevci posebno prati razvoj ovoga vrtića i efekte koji se stvaraju oko njega te su zadovoljni razvojem događanja oko ovakvog načina djelovanja. Roditelji i oni koji su povezani s vrtićem primjećuju vrlo pozitivne efekte kod djece u vrtiću Zraka Sunca.

Trenutno je u planu i gradnja privatne škole u Križevcima koja bi radila po principima kulture darivanja, a koja bi također bila u projektu ekonomije zajedništva.

## **5.2. Pozitivni efekti pravnih osoba koje djeluju po principima ekonomije zajedništva na lokalno područje**

Djelovanjem poduzeća u ekonomiji zajedništva posebno se događaju prelijevanja pozitivnih efekata na lokalno područje te se navode najbitniji:

---

<sup>57</sup> Maša Magzan i Petra Miletić: *Ekonomija zajedništva*, Obnovljeni život, Zagreb, 2010., 65, 4, 519- 534., str. 531.

- 1) društveni sklad;
- 2) umanjivanje sociološko – materijalnih razlika na jednom području;
- 3) viša razina educiranosti;
- 4) jačanje zajedništva među ljudima;
- 5) širenje kulture darivanja nasuprot potrošačke kulture;
- 6) kvalitetniji odnos prema prirodi;

U nastavku rada navodimo pregled i karakteristike svakog od efekta:

### 1. Društveni sklad

Harmonizacijom odnosa poduzeća sa svima koji se nalaze u ekonomskom procesu dolazi do društvenog sklada koje je posebno bitno za lokalno područje. Obraćanjem na kvalitetan odnos s dobavljačima, prirodom oko sebe, ljudima u radnim procesima i njihovim obiteljima, kupcima na koje se posebno pazi na kvalitetu proizvoda koji se prodaje poduzeće ekonomije zajedništva radi direktno i indirektno na društvenom skladu.

„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.“<sup>58</sup>

Današnji ekonomski procesi su daleko od društvenog sklada. Ogromni nesrazmjer između bogatih i siromašnih, a također i postotak bogatstva koji se nalazi u nekolicine ljudi na zemlji govori da situacija nije povoljna i da uz ogromni tehnološki, organizacijski i stručni napredak čovječanstvo sve više nazaduje. Ekonomija u samoj biti svoje definicije služi na dobro čovjeku, ali čovjek nažalost koristi te kanale ne na usavršavanje već na svoju propast. Svjedoci smo loših prognoza za svijet ukoliko se stanje ne popravi.

Ulaganje u društveni sklad je nužan faktor ako se u budućnosti misli o održivom razvoju zemlje. Ono podrazumijeva ne okretanje glave od problema već suočavanje sa samom Istinom.

### 2. Umanjivanje sociološko – materijalnih razlika na jednom području

---

<sup>58</sup> Mateo Bušić: *Etično poslovanje i strategija financiranja organizacija utemeljenih na konceptu ekonomije zajedništva*, magistarski rad, Ekonomski fakultet, Split, 2006., str. 41.

Orijentiranošću prema potrebama drugih entiteta u ekonomiji zajedništva nužno umanjuju sociološke razlike na jednom području koje prvenstveno nastaju iz materijalnih razloga, ali i zbog drugih razloga koje nisu materijalne prirode. Ulaganjem u one koji nisu u materijalnoj mogućnosti studirati ili zapošljavanjem onih koji su diskriminirani po bilo kojoj osnovi te djelovanjem na njihovo sociološko prihvaćanje okoline kroz radne procese vrlo su bitni pozitivni faktori koji se generiraju iz djelovanja Projekta ekonomije zajedništva.

### 3. Viša razina educiranosti

Ulaganjem u edukaciju novih ljudi i stalnim edukacijama koja se vrše u poduzećima ekonomije zajedništva lokalno područje poprima višu razinu stručnosti i educiranosti u kulturi darivanja i samome Projektu ekonomije zajedništva. To se ne odnosi samo na projekt nego i zbog dobre organizacije na najnovija stručna dostignuća.

Primjerice, u Italiji u mjestu Incisa in val di Arno, posluje centar ekonomije zajedništva naziva – Pollo Lionello Bonfanti – u kojem se nalazi preko 15 poduzeća ekonomije zajedništva. U njemu osim funkcije prodajnog mjesta organiziraju različite edukacije koje su bitne za lokalno područje te pridonose višoj razini znanja na lokalnom području. Takav je centar u manjim mjestima rasadnik znanja, ne samo znanja koja se tiču ekonomije zajedništva već i znanja koja se tiču različitih struka jer pojedinci, voditelji poduzeća i radnici dolaze na seminare u ovakve centre te dobivaju aktualna znanja za svoja područja.

### 4. Jačanje zajedništva među ljudima

„Zajedničko postojanje uvjetuje neegocentrični način življenja na kojem je ekonomija zajedništva utemeljena. Može se definirati kao: ne postojanje za sebe nego postojanju 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.“<sup>59</sup>

Ne kaže se uzalud: kako siješ, tako ćeš i žeti. Ulaganjem u zajedništvo ljudi posebno u ekonomiji zajedništva ulaže se u bolje sutra. U budućnost koja ima smisla i koja će zasjati dobrim plodovima za sve one koji surađuju u projektu, a i izvan projekta.

---

<sup>59</sup> Mateo Bušić: *Etično poslovanje i strategija financiranja organizacija utemeljenih na konceptu ekonomije zajedništva*, magistarski rad, Ekonomski fakultet, Split, 2006., str. 42.

## 5. Širenje kulture darivanja nasuprot potrošačke kulture

Širenjem kulture darivanja dobiva se nova dimenzija za jedno područje. Nagrađivanjem ponašanja koje je inspirirano kulturom darivanja lokalnoj zajednici daje se novi impuls za drugačiji pogled i drugačiji način djelovanja od onog koji je trenutno prisutan u svijetu. Spoznaja ljudi se mijenja iz egocentričnog ponašanja prema ponašanju koje drugoga gleda ravnopravnim sebi i poštuje tuđu potrebu. Ekonomija današnjice je to izgubila te je to i temeljan razlog zašto propada. Ne priznaje čovjeka i ne poštuje čovjeka kao subjekta dostojnog razmjene. Potpunim teorijskim iskrivljavanjem profita i gledanjem na čovjeka kao trošak došlo se do današnjeg ekonomskog stanja.

## 6. Kvalitetniji odnos prema prirodi

Poduzeća ekonomije zajedništva izričito paze na prirodu i imaju poseban odnos sa njom. To je jedna od bitnih odrednica poduzeća EZ. Kod same koncepcije poduzeća pazi se na efekte koje će djelovanje tog poduzeća imati na prirodu.

Prilikom edukacija mladih ljudi u vrtićima, školama ili fakultetima u Projektu ekonomije zajedništva postoje posebni stručni programi koji su namijenjeni za upoznavanje trenutnih problema i otklanjanju istih koji se tiče prirode u cjelokupnim ekonomskim procesima.

### **5.3. Preuzimanje politike djelovanja ekonomije zajedništva u lokalnoj samoupravi**

Djelovanje lokalne samouprave vrlo je slično djelovanju ekonomije zajedništva. Mogu se pronaći neke poveznice između njih:

- lokalna samouprava analizira i redistribuira prikupljena sredstva te ulaže u društveni sklad u vidu zajedničkog dobra što je također vrlo slično djelovanju poduzeća u projektu ekonomije zajedništva;
- lokalna samouprava također pomaže onima kojima je to najpotrebnije kroz svoje djelovanje i različite projekte jer se može spustiti do svojeg „nižeg“ čovjeka koji djeluje na području jedne županije.

Ono u čemu se razlikuju djelovanja jest način prikupljanja novca za djelovanje. Dok se županije služe novcem koji je prikupljen kroz poreze i različite druge vrste nameta koji je većinom donesen po sili zakona dotle se u ekonomiji zajedništva takav novac prikuplja kroz

samo djelovanje poduzeća i radnika u projektu tj. dobrovoljno. Lokalnoj samoupravi su vrlo interesantne strategije djelovanja poduzeća i samoga projekta u centrali pa različiti predstavnici obilaze poduzeća ekonomije zajedništva i interesiraju se o dobrim praksama koje mogu kasnije implementirati u svoje sustave.

Ono što je vrlo interesantno lokalnoj samoupravi jest kako se može postići vrlo visoka razina zadovoljstva radnika u poduzeću i zainteresiranost tih radnika za svoju mikro okolinu. Također je vrlo bitno uvidjeti gdje se mogu stvarati dodane vrijednosti što projekt vrlo dobro čini, a lokalna samouprava to može dobro povezati u svojem radu.

U Italiji je to već uobičajen susret između predstavnika lokalne samouprave i predstavnika poduzeća ekonomije zajedništva u kojima se aktualiziraju najnovija znanja i dostignuća te gdje je vrlo uska suradnja lokalne samouprave i poduzeća EZ. Za takvu suradnju zainteresirane su također i švicarske lokalne vlasti koje su prilikom posjeta centra Pollo Lionello Bofanti analizirale projekt ekonomije zajedništva i način strategija i rada u njemu.



## **6. PERSPEKTIVE RAZVOJA EKONOMIJE ZAJEDNIŠTVA**

### **6.1. Korištenje pozitivnih efekata globalizacije za razvoj ekonomije zajedništva**

Ekonomija zajedništva tek u današnjem vremenu može doživjeti svoj puni procvat prvenstveno koristeći se pozitivnim efektima globalizacije. Ti današnji kanali globalizacije novoga vremena su od izrazitog značaja za budućnost ekonomije zajedništva. Kvalitetnim i stručnim pristupom poduzeća EZ i centralni stupovi organizacije Pokreta moći će koristiti efekte globalizacije ako budu na vrijeme iskoristili prednosti koje pružaju današnji trendovi:

#### **1. Efekt globalizacije – informatizacija**

Velika razina informatizacije cjelokupnih ekonomskih procesa je polje koje ekonomija zajedništva tek treba zahvatiti. Dostupnost informacija o samome Projektu sada postaje uvelike lakše zbog ovoga efekta globalizacije. Poduzeća koja su u Projektu mogu svoje proizvode mnogo lakše plasirati u cijelom svijetu te posebno kod onih koji će tek biti simpatizeri EZ i koji to već jesu. Zbog velike zasićenosti dosadašnjim ekonomskim djelovanjima entiteti na tržištu traže prihvatljivije ekonomsko ponašanje poduzeća koje će imati održivi razvoj te ih Projekt treba zainteresirati za ovakav oblik poslovanja. Velika zagušenost u ekonomskom prostoru je idealan proboj za ekonomiju zajedništva te s tim u vezi treba maksimalno ozbiljno pristupiti korištenju novih tehnologija i informatiziranosti cijeloga projekta. Društvene mreže i mnogi drugi oblici komunikacije još su slobodni za daljnje produblivanje informacija o cjelokupnom pokretu.

Naime, ljudi koji su zasićeni hegemonijom potrošačkog mentaliteta tražit će nove načine djelovanja ekonomije i biti će mnogo više zainteresirani za ovaj projekt, ali ne samo informativno već i zadovoljenjem potreba kroz kupnju proizvoda poduzeća koji djeluju u Projektu. Npr. mišljenja smo da bi prodaja proizvoda koji se proizvode u poduzećima EZ-a itekako trebao biti prezentiran i preko interneta i da bi se marketinški to trebalo obraditi i mogućnošću kupnje preko interneta u različitim zemljama cjelokupnoga svijeta. Primjer bi bila proizvodnja čarapa iz mjesta Križevci u poduzeću koje djeluje u projektu, kada bi se dala veća i jača mogućnost kupovine takvih proizvoda i preko interneta i drugih kanala u našoj zemlji, ali ne samo i kod nas nego i u drugim zemljama u kojima djeluje projekt ekonomije zajedništva tada bi se mogle koristiti i komparativne prednosti zemalja u kojima proizvodnja djeluje. Naravno da nitko neće kupovati čarape ako ih se ne zainteresira informacijama o

pozadini proizvodnje i Projektu EZ-a jer ima mnogo mjesta gdje mogu nabaviti čarape, ali kvalitetnim marketingom roba će doći do kupca. Mnogo kupaca jedva čeka da vidi takve proizvode i da ih nabavi, ali mnogo kupaca ni ne zna gdje bi ih nabavilo, a ako ih negdje i vidi neće znati o čemu se radi stoga je potrebno brandiranje Projekta. Poduzeća EZ-a odaju povjerenje i kvalitetu proizvoda i pristupa te su vrlo dobri potencijalni ponuđači.

Proširenje ove ideje je od bitne važnosti za čovječanstvo jer će samo proširenjem novih spoznaja koje neće doći iz egocentrične prizme potrošačke kulture nego iz područja kulture davanja (civilne ekonomije) novo čovječanstvo izaći iz groba svoga ega prihvaćajući novi način djelovanja koji će za sobom povući mnogo pozitivnih efekata na ekonomskom području, a također i na ostalim ljudskim područjima (sociološkim, duhovnim, kulturološkim).

Korištenjem svjetskih informatičkih resursa ekonomija zajedništva može uvelike profitirati kako financijski tako i institucionalno te je vrlo bitno da u samom projektu bude što više poduzeća koji će se i baviti informatikom i mnogo ulaganja u ljudske kadrove koji će moći doprinijeti novim idejama i novim kanalima distribucije i marketinškog djelovanja.

## 2. Efekt globalizacije – zajedništvo

Sam po sebi efekt globalizacije jest zajedništvo kojemu Projekt ekonomije zajedništva itekako može mnogo ponuditi. Ona nudi drugačiju viziju – viziju Novoga svijeta – zasnovanog na kulturi davanja, kulturi koja ne može, a ne vidjeti osobu pokraj sebe. Ekonomija koja teži zajedništvu u kojem će se svaki individualac moći osjećati kao dio sustava gdje on doprinosi i u kojemu je on bitan neovisno o njegovoj materijalnoj ili sociološkoj situaciji. Ovaj efekt globalizacije vrlo je bitan za projekt EZ-a koji će doprinijeti još većoj suradnji između različitih zemalja, različitih religija i različitih ekonomskih sustava. Pošto je projekt sam po sebi već razasut u cijelome svijetu i djeluje u mnogo država on u sebi sadrži elemente koji podupiru ovaj globalizacijski efekt, ali će uvelike još moći rasti u njemu ako bude koristio sinergijske efekte globalizacije.

## 3. Efekt globalizacije – brzina kolanja informacija

Za širenje same ideje ekonomije zajedništva bitna je i brzina kolanja informacija kroz različite sustave posebno kroz IT sustav. On omogućuje brz prijenos informacija svakom posebnom entitetu u svijetu koji vrlo brzo može biti upoznat sa svim mogućnostima, pristupom,

analizama Projektu ekonomije zajedništva kako bi mogao racionalno odlučiti da li taj projekt odgovara njegovom svjetonazoru i planovima.

Na tom području organizacija ekonomije zajedništva ima puno prostora za prezentaciju svojih razmišljanja, načina djelovanja na vrlo brz i efikasan način.

Brzo kolanje informacija poduzeća EZ-a mogu iskoristiti na način da komparativne prednosti drugih poduzeća po cijelom svijetu vrlo brzo implementiraju na mjesta gdje je to najbitnije u projektu.

#### 4. Efekt globalizacije – transparentost (bolje i brže uočavanje negativnosti)

Brzim uočavanjem onog što nije dobro ekonomija zajedništva vrlo brzo može djelovati na crne rupe koje može sanirati u vrlo kratkom vremenu. Naime, globalno iskustvo i efekt globalizacije poduzeća ekonomije zajedništva vrlo brzo može pripremiti na neko negativno kretanje. Veliko iskustvo i moglo bi se reći svjetsko iskustvo (s obzirom na područje djelovanja EZ-a) može vrlo dobro koristiti ove efekte globalizacije te će u budućnosti poduzeća i centrala EZ-a dobro koristiti ovaj efekt. Sve jača transparentnost koja se traži u svjetskom poslovanju i sve veće informacije koje su sve dostupnije i dostupnije čini ekonomsku trku zanimljivijom. Pošto će tržište biti sve zahtjevnije te će imati sve veći pristup informacijama o transparentnosti poduzeća to će biti povod za sve većom potražnjom prema proizvodima iz projekta ekonomije zajedništva.

#### 5. Efekt globalizacije – bolji odnos prema prirodi

Sve su veći i veći zahtjevi zajednice da se prema prirodi i njenim resursima počne ponašati na način koji je održiv za sadašnje i buduće generacije. To je sve veći i veći efekt globalizacije koji se širi svijetom. Taj efekt ekonomija zajedništva može vrlo dobro iskoristiti i prezentirati u svojem djelovanju jer je odnos prema prirodi jedan od bitnih stupova djelovanja projekta. Naime, odnos prema prirodi je bitan koliko i odnos prema čovjeku u poduzećima EZ, stoga je to vjetar u leđa proizvođačima EZ i njihovim proizvodima. Tržište danas vapi za takvim proizvođačima, ali je vrlo bitno da se to jedanput stečeno povjerenje održi. Ništa što se radi u projektu radi ne radi se protiv prirode te su vrlo visoki standardi ponašanja prema prirodi i održivom razvoju.

## **6.2. Razvoj projekta ekonomije zajedništva na sveučilištima i ostalim institucijama**

Od presudne važnosti današnjeg trenutka je da se misao vodilja Projekta ekonomije zajedništva i civilne ekonomije sve više širi na sveučilištima, veleučilištima i ostalim ustanovama koje služe za edukaciju. Činjenica je da će entiteti današnjice koji su posve obuzeti profitom bez pitanja o stvarnoj i potpunoj cijeni tog profita i posljedicama tog istog profita teško biti zainteresirani za ekonomiju zajedništva no od nemjerljive je važnosti da zdravije tkivo u društvu (studenti, mladi ljudi, sveučilišni profesori, profesori u srednjim i osnovnim školama) budu educirani o mogućnostima kulture darivanja – ekonomije zajedništva i postulatima civilne ekonomije – da bi mogli proširivati svoj misaono – spoznajni aparat čime zapravo cijelo društvo dobiva drugu dimenziju i drugačije djelovanje.

Današnje društvo, a posebno mladi ljudi su ugušeni bezidejnim projektima koji u sebi jednostavno nemaju potencijal za kreaciju već jedino za puko preživljavanje, stoga su oni budući nositelji jedne takve nove kulture i ponašanja. Mladi ljudi su sposobni za apsorpciju viših ideja ako imaju dobre i kvalitetne prijenosnike znanja (u ovom slučaju se prvenstveno misli na profesore, a i na one koji imaju sposobnost prenošenja viših ideja ekonomske svijesti i ekonomskog djelovanja).

Sveučilišta su rasadnici kritičkog razmišljanja, visoke razine analitičnosti, novih ideja te je nužno da se baš na njima povedu rasprave, edukacije o novom načinu djelovanja kao prototipu današnjem koji jednostavno sve proždire ne pitajući niti za imena niti za pravu cijenu takvoga ponašanja.

Posebno se treba osvrnuti na civilnu ekonomiju i razmišljanju o uvođenju takvog predmeta i na ostala sveučilišta gdje nema takvih katedri i detaljno upoznavanje studenata sa postavkama civilne ekonomije i prvom katedrom političke ekonomije u Europi na kojoj se predavala civilna ekonomija, a iz koje današnja ekonomija zajedništva vuče svoje korijene. Civilna ekonomija kao da je zaboravljena na ekonomskim fakultetima, a iz takvog predmeta bi studenti itekako mogli izvlačiti nove spoznaje za svoj daljnji razvoj. Time bi fakulteti dobili na još većoj širini te bi pridonosili daljnjem razvoju ekonomske misli i proširivanju svojih spoznaja. Činjenica da je jedan od razloga averzije prema civilnoj ekonomiji određeno današnje neanalitično i neetično ponašanje, ponašanje koje samo želi izvući dobit ne pitajući za sredstva koje se mora priznati nažalost uvuklo i u znanost. Fakultetima i višim školama u budućnosti će civilna ekonomija i te kako biti zanimljiva jer će biti sve manji manevarski

prostor za djelovanje koji će biti izvan održivog razvoja. Nadalje, inteligencija ovoga vremena će shvatiti da se otišlo predaleko i da se nešto mora drastično mijenjati, a to se prvenstveno može ulaganjem u znanje mladih ljudi i edukacijom starijih koji će moći implementirati više ekonomske i društvene ideje.

### **6.3. Razvoj misli u agencijama i institucijama koje potiču poduzetništvo**

Kulturu darivanja bi trebalo poticati i u drugim institucijama koje se prvenstveno bave edukacijom poduzetnika. Implementacijom sadržaja o kulturi darivanja i ekonomiji zajedništva u trenutni program takvih agencija došlo bi se do pozitivnih rezultata kod novih i trenutnih poduzetnika u sustavu.

Nije cilj proširiti samo ekonomiju zajedništva već je cilj proširivati misao kulture darivanja da svi entiteti u sustavu počnu razmišljati na drugačiji, prihvatljiviji način u kontekstu održivog razvoja jer se uskoro niti neće moći drugačije razmišljati ako će se htjeti preživjeti u ekonomskom okruženju, a što je još bitnije u prirodnom okruženju koje nezaustavljivo propada.

Poduzetnici su preobrazitelji ne samo materije već i odnosa, a posebno kroz otvaranje radnih mjesta utječu ne samo na ekonomske odnose već itekako na sociološke i ine stoga su oni jedan od ključnih faktora za edukaciju kulture darivanja i Projekta ekonomije zajedništva. Kvalitetni poduzetnici su za ekonomiju kao i kvalitetni profesori za školstvo te su oni mogli bi se reći krv ekonomije koja ukoliko nema dovoljno „kisika“ odumire. Današnji poduzetnici su nažalost većinom izrabljivači, a ne stvaratelji. To je posljedica potrošačke kulture i obezvređivanje odnosa među ljudima, a posebno gledišta da je sve profit i da se pod svaku cijenu on mora maksimalizirati ne pitajući za posljedice. Takav pogled stvara negativne selekcije i naraštaje poduzetnika što se treba početi mijenjati iz korijena ukoliko se želi doći do pozitivnog ekonomskog djelovanja u kontekstu održivog razvoja.

Također, kroz sajmove i druga događanja Projekt EZ-a se može predstaviti i širem auditoriju, a za poduzetnike u Projektu to je još jedna dodatna mogućnost za promidžbu i dobivanje informacija te i taj segment promidžbe još nije dovoljno upotrijebljen što se u bližoj budućnosti može očekivati.

Moglo bi se razmišljati i o uspostavi određenih fondova koji bi bili kao financijska pomoć poduzećima koja bi htjela ući u sustav ekonomije zajedništva ili već postojećim poduzećima te bi im se na taj način mogao jedan dio novaca refundirati.

#### **6.4. Mogućnost uvođenja novog instituta pravne osobnosti društava koji posluju po principima ekonomije zajedništva**

Zbog izrazitog značaja za zajednicu, lokalno stanovništvo, ekonomske procese u regiji gdje djeluje društvo ekonomije zajedništva uputno je razmišljati o načinu honoriranja takvog ponašanja, ali ne samo ad hoc već sistemskom implementacijom u cjelokupnom sustavu zemlje.

Time bi se dobila jedna širina poduzeća, individualnih poduzetnika, trgovačkih društava gdje bi se jasno naznačilo da se radi o takvom i takvom društvu. Društvu koje djeluju po principima ekonomije zajedništva – tj. odvaja iz dijela dobiti za formiranje i edukaciju novih ljudi te za društveni sklad.

Država bi trebala prepoznati da su takva poduzeća u današnje doba od nemjerljive važnosti i svojevrsno bi ih trebala zaštititi. Pitanje je na koji način zaštititi takva poduzeća, a da se ne bi previše poseglo u državnu intervenciju u tržištu što nije predmet ovoga rada. Prvenstveno, u današnjem nemilosrdnom dobu gdje više nitko nikoga ne pita i gdje ljudi prolaze kraj bolesnih ljudi ne okrećući se, nije dovoljno danas više šutjeti o velikim poremećajima koji su i doveli do ovakvog stanja, a koji su većinom imali i autoritet države i ostalih institucija iza sebe. Stoga, vrlo je bitno da se stvara kritična masa ljudi koji će jednostavno htjeti nešto drugo i drugačije, humanije, a da bude na tržišnom principu – a to je uistinu ekonomija zajedništva.

Glavni razlozi uvođenja takvog instituta bili bi:

1. drugačiji porezni tretman kao „benefit“ takvog ekonomskog djelovanja;
2. podstrijeh i drugim poduzetnicima da oni prijeđu u takav oblik društva koji će im omogućiti djelovanje na prihvatljiviji način za okolinu;
3. honoriranje države i lokalne uprave prema takvom načinu poslovanja i ponašanja;
4. zakonsko uređenje takvih društava.

Pitanje koje se postavlja na ovome mjestu jest kako spriječiti dugotrajnu zloupotrebu ovakvog društva u kontekstu kontrole odvajanja dijela dobiti pa smo mišljenja da bi država trebala zaštititi takva poduzeća, ali u samome projektu ekonomije zajedništva. Kada bi se teoretski pokret proširio u tolikoj mogućoj mjeri da bi pokrio izuzetno mnogo država i poduzeća u njima onda bi se moralo razmišljati o drugačijoj organizaciji samoga pokreta i odnosa države i lokalne samouprave prema njima.

Također se postavlja pitanje kojeg bi to poreza ta poduzeća trebala biti oslobođena. Da li bi oslobađanja išla prema dobiti ili prema radniku kao nižu cijenu rada koja bi se kasnije kompenzirala kroz više novootvorenih radnih mjesta. Realno, negativnost iz takvih odluka je moguća i bez jakih kontrolnih mehanizama ovakav oblik bi mogao biti zloupotrijebljen.

Dok je ovaj mehanizam djelovanja poduzeća u ekonomiji zajedništva trenutno zatvorenog tipa postavlja se pitanje da li ovakav oblik djelovanja treba ostati zatvoren ili ga plasirati dalje? Mišljenje u ovom radu je da projekt organizacijski treba ostati zatvoreni u kontekstu organizacije zbog zloupotreba, ali da se treba maksimalno reklamirati kroz sve segmente radi širenja te ideje koja bi doprinijela normaliziranju i moralno prihvatljivijim ekonomskim odnosima te proširenju prema mnogo većem simpatizerstvu prema ekonomiji zajedništva.

Ako društva ulažu u društveni sklad i kao pomoć drugima u zajednici, država ili lokalna samouprava treba razmišljati da taj dio dobiti koje poduzeće daje oslobodi poreza na dobiti ili eventualno razmisli o manjim davanjima za radnika od „običnog“ poduzeća koji takav novac ne izdvaja.

Problem zakonskog dijela je i tu tome što je Projekt ekonomije zajedništva na razini cijelog svijeta. Svaka država ima svoju regulativu, ali dobar znak je Europska unija kojoj je regulativa većinom ujednačena, a u koju uskoro ulazi i Republika Hrvatska što bi moglo dobro poslužiti za uvođenje takvog instituta. Nesuglasica bi mogla nastati na razini centrale Projekta zajedništva koja se nalazi u Rimu u kontekstu preraspodjela i načinu ulaganja tog dijela dobiti koji daju poduzeća u Projektu. Država koja bi uvela ovakav institut i oslobodila takva poduzeća dijela poreza na dobit mogla bi zahtijevati i jurisdikciju na upravljanju toga dijela što ne bi bilo dobro za karizmu samoga Projekta. Europska unija i ujednačenost regulativa mogla bi biti dobar temelj za rasadnike Nove ekonomije i novog ekonomskog razmišljanja koje je prihvatljivo u kontekstu održivog razvoja stoga teoretski bi se i moglo razgovarati o institucionalizaciji i drugačijem poreznom tretmanu takvih poduzeća ili na koji

drugi način bi se moglo pogodovati kroz zakonske regulative prema ovakvom načinu djelovanja.

Može se također postaviti pitanje zašto bi se to sve uvodilo kad bi se moglo pristupiti edukaciji postojećih poduzetnika koji bi djelovali sve moralnije pa se takvi instituti ne bi morali ni uvoditi. Činjenica je da je takvo pitanje i te kako na mjestu, ali trebalo bi podržati žarište iz kojeg je karizma izašla jer takvi ljudi koji već dugo djeluju u tome imaju snagu u sebi za preobrazbu šire mase ljudi, poduzetnika i na kraju krajeva tržišta kao takvog.

Trebalo bi razlikovati dvije stvarnosti koje proizlaze iz djelovanja projekta ekonomije zajedništva:

- prvo je karizma samoga Projekta u kojem djeluju ljudi koji su nadahnuti kulturom davanja i jednostavno moglo bi se reći da su na višoj razini ekonomske i ljudske svijesti. Oni su jednostavno duboko u samome Pokretu i djeluju na način koji je prihvatljiv u kontekstu održivog razvoja te je za to njih izraz kulture koji oni žive iz dana u dan, to nije samo hir trenutka već je to njihovo određenje koje žive i kroz koje ekonomski i sociološki djeluju;
- drugo je posljedica djelovanja Projekta na okolinu koja nije involvirana u samu karizmu projekta kao oni koji su njemu te ima pozitivne učinke na okolinu.

I jedna i druga stvarnost su jako dobre, no uvijek postoji opasnost da prevelika interesiranost uguši bazu iz koje je potekla karizma dok sa druge strane ako pokret bude ograničen samo na uži krug može izgubiti na aktualnosti, kreativnosti i životvornosti koje proizlaze iz talenata koji se nalaze u drugim pojedincima i poduzećima koje treba preobraziti. Npr. mnogi su zainteresirani za ovakav način djelovanja, ali kada kreću u takvo djelovanje nemaju dugotrajnu snagu da izdrže jer to nisu shvatili kao novu kulturu života već kao privremenu promjenu u svome životu i svome djelovanju. Iz toga je razloga bitno da se jasno odijeli karizma samog Pokreta od onih koji to ne mogu i ne žele živjeti, kojima je to samo jedan od interesantnih primjera u praksi, ali to ne mogu predočiti u dugotrajnu stvarnost.

## **6.5. Ekonomija zajedništva i održivi razvoj**

Nemoguće je razmišljati o održivom razvoju koje ne bi vodilo računa o društvenom skladu kao jednom od temelja ekonomije koja ima budućnost. Jedan od glavnih faktora neodrživosti



današnje ekonomije je prevelik odmak od društvenog i prirodnog sklada. Zbog nedovoljnog ulaganja u društveni sklad ili bolje rečeno zbog loših strategija ulaganja nije se došlo do zadovoljavajuće razine razvoja i međuljudski odnosi su postali loši, a sama priroda je već toliko uništena da se postavlja pitanje da li se može oporaviti.

„Iako većina Fortune 500 kompanija tvrdi da menadžment vodi inicijative u smjeru održivog razvoja, značajno mali broj može iskreno priznati da je usmjereno prema održivosti. Promišljanje prema održivosti, spušteno na razinu svakodnevnog odlučivanja svih zaposlenika teško je postići, ali je jedini put prema trajnom uspjehu. Ova tranzicija, od inicijativa za održivi razvoj do stupnja kada održivost postaje dio svijesti i modusa ponašanja svakog zaposlenika, predstavlja period implementacije održivog razvoja. Održivost temeljnog holističkog modela, modela ekonomije zajedništva ili preciznije, poduzeća koja prianjaju uz Ekonomiju zajedništva, ujedno pokazuje radikalnost izbora takvih poduzeća. No taj izbor i nije toliko čudan kada se uzmu u obzir nužnost promjene gospodarskog promišljanja u novoj holističkoj paradigmi. Komunitarno postojanje kao organizacijska kultura nužan je odgovor na egocentrično postojanje trenutnog sustava. Zato će posljedice primjene holističkog pristupa biti prikazane kroz poslovne slučajeve poduzeća Ekonomije zajedništva u kojima upravo dolazi do izražaja njihovo komunitarno postojanje.“<sup>60</sup>

Ekonomski pristup održivu razvoju je maksimiziranje neto dobiti iz gospodarskih aktivnosti uz održavanje ili povećanje ekoloških i socijalnih vrijednosti te osiguranje dovoljno novca za zaštitu siromašnih i zadovoljenje njihovih osnovnih potreba.

Temeljni cilj djelovanja Projekta EZ-a je društveni sklad, a također i maksimiziranje neto dobiti (ali u skladu sa osnovama koje prezentira ekonomija zajedništva) i sve strategije upravljanja u poduzećima usmjerene su prema tome cilju što je identično onome što također predstavlja termin održivog razvoja. Ekonomija zajedništva uistinu ima dobro metodologiju rješavanja tekućih problema današnjice kroz tržišni pristup stoga je vrlo interesantan primjer za rješavanje problema prema održivom razvoju.

---

<sup>60</sup> Hrvoje Lovrić: *Poslovni uspjeh – teorijska i empirijska analiza* (magistarski rad), Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet u Zagrebu, 2004., str. 179.

Različiti teoretičari različito definiraju pojam održivog razvoja, a navode se sljedeći:

Jednu od definicija održivog razvoja dao je 1994. g. L. Reijnders sa Sveučilišta u Amsterdamu: *Sirovine koje se mogu obnavljati ne smiju se iskorištavati u većim količinama od onih koje se sada stvaraju.*

Drugu definiciju dao je Brundtland (1987.): *Održivi razvoj je razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnje generacije, ne ugrožavajući pritom budućnost sljedećih generacija.*

Međunarodno vijeće za regionalne ekološke inicijative: *Održivi razvoj je razvoj koji nudi osnovne ekološke, socijalne i ekonomske usluge svim članovima zajednice, ne ugrožavajući pritom vitalnost prirodnih, umjetnih i socijalnih sustava o kojima te usluge ovise.*

Jednu od najboljih definicija u ekonomskoj sferi dalo je Svjetsko poslovno vijeće za održivi razvoj: *Održivi razvoj počinje s održivim poslovanjem (biznisom), a to u praksi zahtijeva poslovne ljude (biznismene) koji će promicati promjene u smjeru ekološke učinkovitosti, inovacija i društvene odgovornosti.*

Iz same definicije traže se novi ljudi sa novim idejama što nažalost nije toliko zastupljeno u stvarnoj ekonomiji. I sam sustav školovanja je stvorio ljude koji su opsjednuti samo profitom i koji ne žele misliti istinskom ekonomskom logikom jer ekonomija nije protiv razuma i ekologije. Sama maksimalizacija profita nije loša ako uključuje sve faktore u jednadžbu, ali ona najčešće ne uključuje one dijelove jednažbe u kojoj treba prikazati veće troškove.

Na području republike Hrvatske jedan od primjera kompanije u kojoj je održivi razvoj uključen u sami temelj strategije je Ericsson Nikola Tesla.

„Ericsson Nikola Tesla podržava održivi razvoj kao temelj budućnosti. Kao vodeća hrvatska kompanija u informacijsko – komunikacijskim tehnologijama Ericsson Nikola Tesla dosljedno pridonosi većoj kvaliteti života i povećanju poslovne učinkovitosti te omogućuje djelotvornije iskorištavanje resursa u Hrvatskoj i u svim državama u kojima posluje. Isto tako Ericsson Nikola Tesla prihvaća svoju društvenu odgovornost kao nedjeljivi dio poslovne strategije te između ostalog podržava obrazovne inicijative uključujući i globalnu inicijativu Ujedinjenih naroda za elektroničku održivost, [www.gesi.org](http://www.gesi.org)“<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Dubravka Bačun: *Održivi razvoj, poslovna etika, okoliš*, 6. Hrvatska konferencija o kvaliteti – Opatija, 18.- 20. 05. 2005., str. 4.

„Ericsson podržava održivi razvoj kao temelj budućnosti, kako za današnje, tako i za buduće generacije. Ericsson vjeruje da je komunikacija osnovna ljudska ljudska potreba i pravo. Kao vodeća kompanija u komunikacijskim tehnologijama dosljedno ćemo pridonositi većoj kvaliteti života i povećanju proizvodnosti kako bismo omogućili bolje iskorištavanje resursa u svijetu. Bit ćemo odgovoran član društva.“<sup>62</sup>

Ekonomski gledajući, svijet više troši nego što proizvodi te pritom ograničene resurse zemlje neograničeno troši i zagađuje ne pitajući za cijenu takvog eksploatiranja. Ovdje nažalost ekonomija gubi bitku jer nije odgovorila za zahtjeve današnjeg vremena i nije pružila jasne i nedvosmislene odgovore koje traži svijet. Jedan od tih odgovora mogla bi biti ekonomija zajedništva koja ima sve značajke održivog razvoja i tržišnog gospodarstva.

Održivost razvoja je nemoguća bez zajedništva ljudi i bez nove svijesti o procesima novoga doba. Čovječanstvo je započelo uništavajuće cikluse u kojima će biti jako teško doći do optimalnog održivog razvoja. Situacija traži hitnost, ali ne može se ništa ako se ne želi izvući iz egoizma naših shvaćanja i djelovanja.

„Kao treći, mogući, razlog za opravdanje koncepta održivosti, može se navesti ekonomski argument da je održivi razvoj efikasniji. Drugim rječima, nepoštivanje koncepta održivosti, vodi ka neefikasnom privrednom razvoju, u smislu sve većeg rasipanja resursa i energije, tj. tendencije dugoročnog pogoršanja odnosa inputa outputa u globalnim razmjerima“<sup>63</sup>

Efikasnost održivog razvoja je ključan u današnjem shvaćanju tog gorućeg problema. Jednostavno, nepoštivajući održivost razvoja ekonomski entiteti stvaraju trošak koji prije ili kasnije netko mora podmiriti. Taj trošak se većinom prevladuje sa različitih entiteta u prostoru i vremenu, ali najveći problem jest što se velika većina troška ne može platiti jer je nepovratna već traži hitan reodgoj novih generacija, a i sadašnjih koliko je moguće od njih očekivati.

Ne mogu se platiti prirodni resursi koji su već odavno uništeni, a prikazani su u bilancama i računima dobiti i gubitka multinacionalnih kompanija kao potraživanja i dobit prethodnih godina, doduše ne samo u velikim kompanijama već i u malim, a moglo bi se reći i u mikro bilancama stanovništva.

---

<sup>62</sup> Dubravka Bačun: *Održivi razvoj, poslovna etika, okoliš*, 6. Hrvatska konferencija o kvaliteti – Opatija, 18.- 20. 05. 2005., str. 4.

<sup>63</sup> Radmilo V. Pešić: *Ekonomija prirodnih resursa i životne sredine*, Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd, 2002., str. 13-14.

Zajedničke vrijednosti Projekta ekonomije zajedništva i održivog razvoja:

### 1. Priroda

Jedna od glavnih odrednica u poduzećima ekonomije zajedništva je da se izrazito pazi na prirodu i njene resurse i sve što je povezano u cjelokupnom ekonomskom procesu sa njom. U samim strategijama poduzeća ne radi se ništa što bi moglo zagađivati prirodu, a također se radi na tehnologijama koje štite prirodu od zagađivanja. Sve je podređeno održivom razvoju te zaštiti prirode. Poduzeća koja djeluju u Projektu također paze i na dobavljače sa kojima rade i sa inima koji su uključeni u proces proizvodnje i distribucije da su i oni proorijentirani prema kvalitetnim odnosima prema prirodi.

### 2. Društveni sklad

Društveni sklad bez održivog razvoja nije moguć isto kao niti što održivi razvoj nije moguć bez društvenog sklada. Temelj EZ-a jest društveni sklad i on predstavlja ekonomski izazov današnjice na svim poljima. Ulaganje i vraćanje dijela dobiti u društveni sklad je dobar ekonomski alat u kontekstu održivog razvoja i iz tog razloga je ekonomija zajedništva izrazito bitna za ovaj ekonomsko povijesni trenutak i njeno vrijeme tek dolazi. Ekonomija današnjice morati će vrlo brzo odgovoriti na nove zahtjeve ovoga vremena te će to i moći kroz ovakvo ekonomsko ponašanje i daljnje proučavanje i širenje civilne ekonomije.

### 3. Stabilan gospodarski razvoj

Poduzećima ekonomije zajedništva zajedničko je sa poduzećima koji su okrenuti održivom razvoju da i jedni i drugi teže stabilnom gospodarskom razvoju. Ne razvoju koji sam sebe proždire već razvoju koji ima budućnost u samome sebi. Stabilan gospodarski razvoj traži nove ljude sa novim znanjima. Oni nužno ne moraju doći iz projekta zajedništva, ali njihov spoznajno – misaoni aparat mora biti na mnogo višoj razini od „običnih“ menagera i profesora koji u ekonomiju nisu dubinski prodrli već samo površinski. Pod time se prvenstveno misli na mehaničku prizmu shvaćanja ekonomskih odnosa. Stabilan gospodarski razvoj je bit današnje ekonomije bez kojeg nema daljnjeg razvoja stoga projekt ekonomije zajedništva itekako može sudjelovati i educirati razne upravljače iz različitih područja najnovijim spoznajama i alatima projekta. Ekonomski nije prihvatljivo trošiti vrijeme i novac na „teoretiziranja“ o stabilnom gospodarskom razvoju jer postoji već tržišno prihvatljivo

ponašanje koje je potvrdilo svoje opravdano ekonomsko ponašanje, a to je ekonomija zajedništva.

#### 4. Održivi pristup ekonomije zajedništva

„Primjeri iz poslovne prakse te dosada provedeno istraživanje upućuju na zaključak da poduzeće usklađeno prema modelu ekonomije zajedništva odgovara zamisli održivog poduzeća. To je vidljivo kada se povuče paralela između tri temeljna elementa ekonomije zajedništva i tri stupa trojno utemeljenog pravca (TBL principa). Tako se podjela na tri dijela usklađuje s tzv. trokutom održivosti kojim se dokazuje održivost poduzeća (slika dalje). Slika prikazuje da pozitivan stav prema očuvanju prirode mogu prihvatiti i realizirati novi ljudi koji žive komunitarno postojanje. Ako te osobe grade poduzeće s ekonomskim napretkom onda je ispunjen i drugi uvjet TBL principa. Krug održivosti je zatvoren ako je taj drugi stup – dobit, upotrijebljen i za projekte koji utječu na socijalni sklad.

Može se zaključiti da se u kontekstu trokuta održivosti ekonomije zajedništva uočava zalaganje poduzetnika u svojim poduzećima na ekonomskom i socijalnom pravcu te u smjeru komunitarnog postojanja. Time su ispunjeni svi elementi temeljnog holističkog modela. Na ovaj je način dokazano kako postoje poduzeća i modeli poslovnog uspjeha koji uvažavaju principe održivog razvoja, poželjni i prihvatljivi u suvremenim uvjetima.<sup>64</sup>

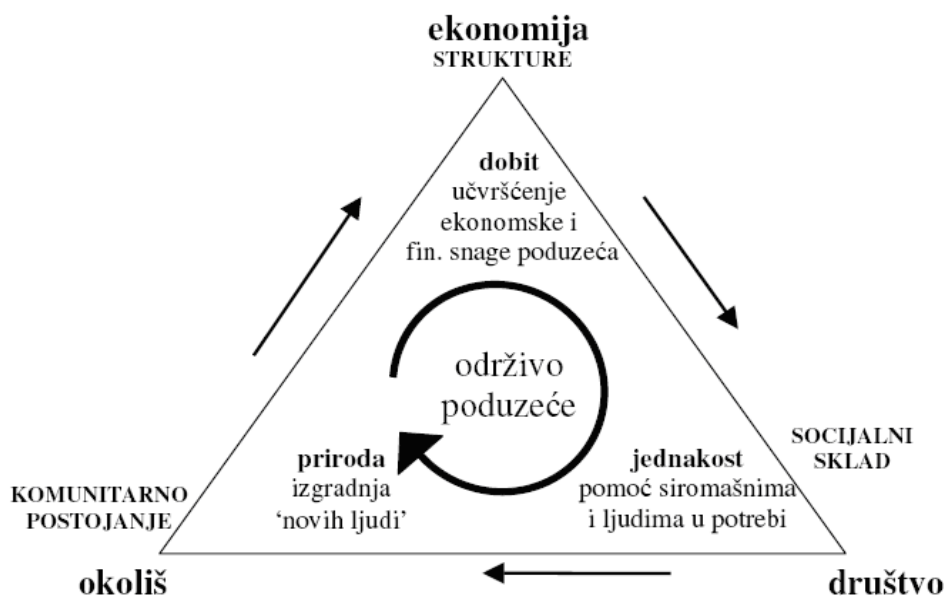
Iz same strukture slike broj 13 vidimo da su poduzeća u projektu ekonomije zajedništva održiva. Teži se socijalnom skladu, ali i prvenstveno učvršćivanju ekonomske i financijske snage poduzeća kroz veću dobit koja se kasnije distribuira po već navedenim principima u projektu ekonomije zajedništva. Socijalni sklad se ne može postići ako se ne pazi na područje djelovanja poduzeća i ljudi koji su u potrebi oko tog poduzeća. Naravno, ne misli se samo na jednokratnu pomoć nego na rješavanje strukturalnih problema društva.

Drugi dio trokuta se odnosi na okoliš u kojeg poduzeća koja djeluju u projektu ekonomije zajedništva itekako ulažu novac i vrijeme svojih radnika. Kao što je već navedeno u radu izrazito se pazi na ponašanje prema prirodi. To je jedan o temelja projekta te zadovoljava uvjete održivog razvoja.

---

<sup>64</sup> Hrvoje Lovrić: *Poslovni uspjeh – teorijska i empirijska analiza* (magistarski rad), Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet u Zagrebu, 2004., str. 191-192.

Slika 13. Trokut održivosti ekonomije zajedništva



Izvor: Hrvoje Lovrić: *Poslovni uspjeh – teorijska i empirijska analiza* (magistarski rad), Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet u Zagrebu, 2004., str. 192.

Održivost projekta ekonomije zajedništva i njegovo djelovanje je izrazito bitno za ovaj povijesno ekonomski trenutak zbog idealnog omjera koji teži stabilnom gospodarskom razvoju i zastupljenosti održivog razvoja u samoj biti djelovanja stoga je to idealan trenutak za daljnje proširenje cjelokupnog projekta.

## 6.6. Poslovni primjer poduzeća u ekonomiji zajedništva;

Poduzeća „Javno dobro“ – la unitrat di Bari

Franco Caradonna

Poduzeće Unitrat, osnovano 1976. godine, danas ima društveni kapital od 1,4 milijuna eura, 50 zaposlenika i godišnji promet od 3 milijuna eura.

Naša djelatnost se sastoji u tome da mehaničke proizvode tretiramo kaljenjem površine kako bi ih učinili manje trošnima. To se koristi u različitim sektorima industrije, od automobilske

do aeronautike pa do izrade strojeva za obradu zemlje, za poljoprivredne strojeve te za industrijski transport. Imamo oko tisuću klijenata rasporođenih u krugu od 600 km.

U Torinu sam studirao, počeo raditi i oženio se. Tu sam još kao dječak došao s mojima s područja iz kojeg potječem – Apulije. Nakon iskustva kao radnik – zaposlenik i nakon što sam s ostalima pokrenuo jedno malo mehaničarsko poduzeće, odlučio sam se zajedno sa šest prijatelja upustiti u veću avanturu stavljajući u zajedništvo uštedevinu, stručne sposobnosti, ideje i slobodno vrijeme.

Budući da su neki od njih bili s juga, odlučili smo osnovati malo poduzeće blizu Barija među našim ljudima s početnim udjelom javnih financija koji je kasnije prenesen u udjele privatnih partnera. Niz godina smo se susretali s mnogim poteškoćama – više zbog prevladavajuće individualističke kulture stalnog zaposlenja nego zbog samog rada i nedovoljne infrastrukture, ali unatoč svemu tome, u te dvadeset i četiri godine smo uvijek rasli. Od samog početka inspirirali smo se na ljubavi karizme jedinstva, a kada je bio pokrenut projekt ekonomije zajedništva, odmah smo mu se priključili i istog trena su se izgradili mirni odnosi i klima suradnje između svih: radnika, klijenata, dobavljača i konkurenata.

Kada je situacija nekog poduzeća koje je bilo naš dobavljač postala kritičnom zbog infarkta vlasnika, umjesto da se obratimo drugima, što bi bilo mudro, nastavili smo se opskrbljivati od njih, plaćajući unaprijed kako bismo im omogućili isplatu plaća i hitnijih dugova. Njihov upravni savjetnik ih je napustio, a jedan naš suradnik se ponudio obnoviti i srediti njihovu dokumentaciju koja je bila u zaostatku. Time nažalost nismo uspjeli da izbjegnemo bankrot, ali smo primili njihova dva radnika, a trećem smo pomogli da započne vlastitu aktivnost.

Iz te operacije izašli smo bez gubitaka jer smo prihvatili, prema prijedlogu vlasnika, da kupimo njihove strojeve po procijenjenom iznosu stručnog vještaka, a pošto je jedan dio bio već rabljen mogli smo ih preprodati i s time zaraditi više od potrošenog. Kada je jedan naš konkurent ušao u poteškoće, pomislili smo na radna mjesta koja bi u zoni Napulja gdje je on radio, bila izgubljena, a s obzirom na korisnost usluga koje je razvilo njegovo poduzeće na području koje ima tako malo industrije, besplatno sam mu ponudio svoju pomoć. Pošto je hitno trebao posao, predložio sam svojim klijentima da dio narudžbi koje sam imao, preusmjere na to poduzeće te im dao svoja jamstva za dobar uspjeh: prijedlog je bio prihvaćen, a tako se rodila razmjena tehničkih iskustava i suradnja kao da smo jedno te isto poduzeće. Kada je jak požar ošteti postrojenja jednog našeg odjela, nastavili smo vjerovati

da „sve ono što se događa je za naše dobro“. Iz tog događaja rodilo se natjecanje solidarnosti od strane zaposlenika, klijenata i dobavljača. U dva mjeseca koja su bila potrebna za obnovu postrojenja, naši proizvodi išli su u poduzeća u Emiliju i Piemonte, koja su se odricala jednog dijela naknade kako bi nam omogućili da nadoknadimo trošak transporta. Kada je jedan poljoprivrednik, koji i proizvodi poljoprivredne strojeve, iznio poteškoće zbog rokova i troškova transporta, sugerirali smo mu da se obrati jednom drugom poduzeću koje se nalazi u blizini njegovog poslovnog sjedišta, garantirajući mu da ćemo tom novom poduzeću pokazati ispravan ciklus obrade... Ostao je zadivljen i osim što nam je potvrdio da će se nastaviti opskrbljivati kod nas, profitirajući na preuzimanju obrađenih dijelova, poslao nam je dar tonu i pol lubenica koje smo svima podijelili.

### Solidarnost među radnicima

Sredinom devedesetih godina, zbog malo posla, ušli smo u poteškoće i nakon što smo iskoristili novčane poticaje za radnike na čekanju, morali smo odlučiti da li otpustiti petinu zaposlenika ili napraviti ugovor solidarnosti koji predviđa da svi rade manje sati uz primanje nekakvog poticaja iz mirovinskog osiguranja za polovinu neodrađenih sati. Zajednički je prihvaćeno ovo rješenje iako je to donijelo svima smanjenje plaće za 20 posto. Nije bilo moguće primijeniti smanjenje radnih sati za sedam osoba koje se pokrivalo odgovorna mjesta, ali ideja da svi zajedno sudjelujemo u istoj žrtvi, nije nas puštala na miru: tako je svih nas sedmero odlučilo da slobodno raspodijelimo šest posto od naše plaće za potrebe svih obitelji, prema broju djece i eventualnom zaposlenju supruge. Taj dogovor, jedini u cijeloj Apuliji, uredili smo s pokrajinskim uredom za rad i sindikatom.

Uvjereni da rezultati ne zavise samo od investiranja, već prije svega od radnika, uvijek smo nastojali sve zaposlenike uključiti u suradnju, u dioničarsko sudjelovanje i u izvan ugovornu raspodjelu jednog dijela profita, dok drugi dio svake godine namijenimo za ekonomiju zajedništva.

Jednom smo primjetili da se jedan naš zaposlenik drogira, nije više uspio obavljati svoj posao i prouzročio je mnogo štete. Iako je moja prva pomisao bila da ga otpustim, odlučili smo ga prihvatiti takvog kakav je. Upoznavši sredinu u kojoj živi njegova obitelj odlučili smo ostati s njim i nakon posla kako bismo ga cijeli dan držali zaposlenog sve dok nas je zamolio da mu pomognemo izaći iz droge. U dogovoru s njim, zamrznuli smo njegovu plaću i svakoga dana smo mu kupovali samo ono najnužnije. Kada je već trebao ući u zajedništvo, imao je jednu



tešku apstinencijsku krizu i obvezao nas je da mu oslobodimo ušteđevinu koju je za samo dva mjeseca potrošio na drogu. Jedne nedjelje je uhićen jer je zatečen u neposrednoj krađi u poduzeću. Bilo mu je jako loše i nismo ga mogli napustiti pa smo ga tako otpratili u Komunu za liječenje ovisnika u regiji Marche. Nakon trogodišnjeg liječenja i oporavka vratio se u naše poduzeće.

#### U službi društva

Upoznajući tako svijet droge i surađujući sa socijalnim radnicima pri sudu bili smo zamoljeni pomoći mladiću s narkomanskom prošlošću, krađama i čestim boravcima u zatvoru, koji je uz to imao i petogodišnjeg sina koji je privremeno bio povjeren drugima na skrb. Kako bi mogao ponovno dobiti dijete, koje bi mu u protivnom bilo definitivno oduzeto, trebao mu je posao, ali je fizički oslabio i s malo radnog iskustva. Svaki put kada je nastojao početi iznova, pao je, onda sam predložio mojim suradnicima da mu pomognu da se postepeno uvede u posao, počevši s lakšim i manjim napornim dužnostima. Tako ga je odlučila zaposliti prijevoznička tvrtka s kojom je radilo naše poduzeće.

Nakon tog iskustva osjetili smo potrebu da se specijaliziramo za pomoć problematičnim osobama s kojima smo bili u kontaktu i nakon stručnog tečaja odlučili smo utemeljiti socijalnu zadrugu tipa B. Ona trenutno pruža usluge poduzećima i sastavljena je od 28 partnera od kojih je 10 volontera i 18 radnika, a među njima je 40% osoba s poteškoćama.

Suradnici volonteri su stručne osobe među kojima je i rumunjski pravoslavni svećenik i nizozemski evangelički pastor koji pomažu partnerima radnicima svojim profesionalnim i humanim iskustvom. Prošle zime smo s nekolicinom prijatelja, među kojima su neki bili i s određenim posebnim potrebama, odlučili zajednički stvoriti zadrugu s ciljem uključivanja u posao ljudi s posebnim potrebama prema novom zakonu. Tako smo otvorili dnevni centar za prihvatanje takvih osoba te Agenciju za zapošljavanje koja posreduje između pokrajinskog Zavoda za zapošljavanje i poduzeća koja nastoje zaposliti osobe s posebnim potrebama prema novom zakonu.

#### U službi teritorijalnog područja

Iz odnosa koji su tih godina stvoreni među poduzećima, posvećena je veća pozornost za probleme našeg teritorija i društveni kontekst. Samo bi zajedničkom suradnjom bilo moguće suočiti se s problemima nezaposlenosti i poteškoćama mladih pa smo putem suradnje malih i

velikih poduzeća stupili u kontakt s institucijama i pokrenuli konkretne projekte. Do danas je desetak naših poduzeća potpisalo konvenciju s općinom Barija za prihvatanje rizičnih maloljetnika u naše bolnice. Osim toga odlazimo u škole kako bi ispričali naše iskustvo. Učenici srednjih škola dolaze na praksu u naše tvrtke, a utemeljili smo također nagrade za diplome i stipendije za studente politehnike zainteresirane za izradu diplomskih radova na temelju iskustava u našim poduzećima.

Prošle jeseni Europska zajednica odobrila nam je da će tri godine financirati projekt za žene iz rizične gradske četvrti u Bariju s ciljem njihovog ponovnog socijalno – kulturnog uključivanja u svijet rada. Za njegovo upravljanje osnovali smo privremenu udrugu poduzeća koja su se uključila; naše poduzeće, društvena zadruga, prosvjetna uprava, poduzeće ASL, općina Bari, mjesni okrug, Zavod za školstvo, Fakultet pedagoških znanosti, Uredi socijalnih službi i sindikati.

U prosincu 1998. godine A.C.L.I. (Kršćansko udruženje talijanskih radnika) iz Barija, prilikom svečanosti svetog Nikole, odlučili su osnovati nagradu „Zlatni Nikolino“, kojeg bi dodjeljivali osobama koje su se istaknule u različitim sektorima gradskog života. Ljudi iz svijeta rada su me odabirali s ovakvom motivacijom: „Poduzetnički duh kojeg živi na evanđeoski način, naglašena sklonost za inicijativu i solidarnu organizaciju industrijske aktivnosti uz poštivanje etičkih i društvenih vrednota vlastite poslovne zajednice“.

## 7. ZAKLJUČAK

Ekonomski procesi današnjice iz područja kvalitete su prešli u područje kvantitete gdje glavnu ulogu drži profit. Cjelokupni ekonomski pogled se većinom svodi kroz profit bez osvrta na stvarni i realni trošak koji dovodi do takvog profita i on je postao temeljem i ciljem današnjega društva koje se bazira na potrošačkoj kulturi analiziranoj u drugom poglavlju. Analizirane su negativne posljedice potrošačke kulture na ekonomska kretanja i njihov daljnji utjecaj na ostale odnose. Potrošačka kultura dovela je do rušenja morala, poslovne etike i općenito svih socioloških prilika u društvima. Povjerenje kao ključ ekonomije je potpuno narušeno među pojedincima, poduzećima i državama te je to jedan od razloga pada ekonomskog potencijala i djelovanja.

Nasuprot potrošačke kulture, prikazana je analiza kulture davanja kao temelj održivog razvoja i društvenog sklada. Sam temelj Projekta ekonomije zajedništva je kultura davanja koja je okrenuta i prema drugima u ekonomskim procesima te kritički pristupa profitu što je u radu analizirano i prikazano.

Analizirana je i Civilna ekonomija – pojam jednog teoretskog dijela ekonomije koja potječe iz 18. stoljeća sa Napuljske katedre političke ekonomije. Na talijanskim sveučilištima (Sophia - Loppiano i Bocconi – Milano) i danas postoje katedre na kojima se izučava ovaj dio ekonomije. Ekonomija zajedništva vuče svoje korijene iz civilne ekonomije što je analizirano u ovome radu. Povjerenje i uzajamnost ekonomskih odnosa kao jedne od glavnih značajki civilne ekonomije prikazane su u trećem poglavlju.

Projekt Ekonomije zajedništva koji je analiziran u ovome radu pokazuje se kao pravi model ekonomskog ponašanja u odnosu na održivi razvoj. Projekt daje odgovore kao vrlo konkretne akcije koje se trebaju povući da bi se izašlo iz egocentrične prizme shvaćanja ekonomskih odnosa prema neegocentričnom shvaćanju ekonomije društva.

U ovome radu su analizirane karakteristike Projekta njegova uspješnost te je pokazano da su poduzeća koja posluju po ovome principu profitabilna i uspješna. Također je prikazano da Projekt ekonomije zajedništva pozitivno utječe na održivost razvoja i da ime sve karakteristike održivog razvoja.

## LITERATURA

- Anić, T. (2007) Normativni okvir podržavljenja imovine u Hrvatskoj/ Jugoslaviji 1944.-1946., Časopis za suvremenu povijest, god. 39., br.1., 1.-248., Zagreb
- Argandoña, A. (2010) Corporate social responsibility in the encyclical „Caritas in Veritate“. Dostupno na: <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0878-E.pdf> [21.01.2011.]
- Andringa, L., Goudzwaard, B. (2003) Globalization and Christian hope – Economy in the service of life. Dostupno na: <http://action.web.ca/home/cpj/attach/globalization-and-christian-hope.pdf> [21.01.2011.]
- Baotić, J.(2006) Civilno društvo.hr (elektroničko izdanje), br.11/12, str. 23.-24.
- Babić, Z. (2008) In memoriam Chiari Lubich i prikaz Ekonomije zajedništva. *Ekonomski pregled*, god. 59, br. 3-4
- Babić, Z. (2002) Etika i ekonomija: propitivanje odnosa. *Ekonomski pregled*, god. 53, br. 5-6
- Bačun, D. (2005) Održivi razvoj, poslovna etika, okoliš; 6. Hrvatska konferencija o kvaliteti – Opatija, str. 4.
- Baldarelli, M. G. (2005) *Le aziende eticamente orientate*. Bologna: CLUEB
- Bazoli, G. (2009) *Pravednost i jednakost (Biblijski modeli)*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost
- Bazoli, G. (2009) *Tržište i nejednakost*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost
- Bruckner, P. (2004) *Bijeda blagostanja*. Zagreb: Algoritam
- Bruni, L. (2005) *Comunhão e as novas palavras em economia*. São Paulo; Editora Cidade Nova
- Bruni, L. (2010) *L' ethos del mercato – un 'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*. Torino: Mondadori Bruno
- Bruni, L., Gold, L., Lubich, C. (2002) *The Economy of Communion. Toward a Multi-Dimensional Economic Culture*. New York: New City Press
- Bruni, L., Uelmen, A. J. (2006) Religious values and corporate decision making: The economy of communion project. Dostupno na: <http://mirrorofjustice.blogs.com/mirrorofjustice/uelsen/theeconomyofcommunionproject.pdf> [21.01.2011.]
- Bušić, M. (2006) *Etično poslovanje i strategija financiranja organizacija utemeljenih na konceptu ekonomije zajedništva*. Split: Sveučilište u Splitu
- Chenu, M. D. (1976) *Teologija rada*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost

Crivelli, L. (2006) The interpersonal dimension of economic activity. The case of the Economy of Communion. Dostupno na: <http://www.123people.com/s/luca+crivelli> [03.11.2010.]

Crnković, A. (2004) Bog i „Nevidljiva ruka“: tržišni mehanizam u socijalnom nauku katoličke Crkve. *Crkva u svijetu*, god. 39, br. 4

Dugandžić, I. (2004) Oblici solidarnosti u ranom kršćanstvu. *Bogoslovska smotra*, god. 74, br. 2

Fine, B. (2004), Economics and ethics – Amartya Sen as point of departure, *New School Economic Review*, Volume 1(1)

Ferrucci, A. (2004) The Economy of Communion Experience. Dostupno na: [http://www.new-humanity.org/it/PDF/EoC-ONU\\_041018.pdf](http://www.new-humanity.org/it/PDF/EoC-ONU_041018.pdf) [05.03.2011.]

Fukuyama, F. (2001) *Povjerenje, društvene vrline i stvaranje blagostanja*. Zagreb: Izvori  
Gold, L. (2004) *The sharing economy: Solidarity networks transforming globalization*. Aldershot: Ashgate

Gold, L. (2006) Why do we need an Economy of communion? Living City. Dostupno na: <http://edc-online.org/en/publications/pdf-documents.html> [20.12.2010.]

Goulet D. (1996) A new discipline - Development Ethics, Kellogg institute, Notre Dame

Gui, B. (2004) Sharing that builds universal brotherhood. Living city. Dostupno na: [http://edc-online.org/en/publications/pdf-documents/cat\\_view/133-living-city.html](http://edc-online.org/en/publications/pdf-documents/cat_view/133-living-city.html) [21.01.2011.]

Höffner, J. (2005) *Kršćanski socijalni nauk*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost

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

Ivan Pavao II. (1981) *Radom čovjek*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost

Ivan Pavao II. (1998) *Socijalna skrb*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost

Ivan Pavao II. (1991) *Stota godina. Enciklika prigodom stote godišnjice enciklike „Rerum novarum“*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost

Ivan Pavao II. (2003) *Crkva u Europi*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost

Ivan Pavao II. (2001) *Stota godina – Centesimus Annus*, Zagreb, Kršćanska sadašnjost

Koprek, I. (2010) *Recesija i otpuštanja*. Zagreb: Filozofsko-teološki institut Družbe Isusove

Krivokapić, Nataša (2008), *Slobodno vrijeme i masovna i potrošačka kultura*, Filozofski fakultet, Nikšić, II/1

Leutar, Z., Štambuk, A. (2005) Neki pokazatelji moralnog prosuđivanja pripadnika pokreta fokolara. *Bogoslovska smotra*, god. 75, br. 1

Lokin, B. (1999) *Ekonomska ideja u pitanju*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost

Lovrić, H. (2004) *Poslovni uspjeh – teorijska i empirijska analiza*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu

Lubich, C. (2001) *L' economia di comunione*. Roma: Città Nuova Editrice

Lubich, C. (2006) *Umijeće ljubavi*. Križevci: Novi svijet

Maritain, J. (1989) *Cjeloviti humanizam*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost

Marshall, A. (1987) *Načela ekonomike*. Zagreb: Cekade

Magzan, M., Milotić, P. (2010) Projekt za povratak zanemarenih vrijednosti. *Obnovljeni život*, god. 65, br. 4

Mia Mikić, Silvije Orsag, Nina Pološki Vokić, Sandra Švaljek i ostali (2011), *Ekonomski leksikon*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zagreb

Pešić, V.R. *Ekonomija prirodnih resursa i životne sredine*, Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd

Prodanović, S. (2006) Strukturacijski aspekt sociologije Georga Zimela. *Sociologija*, god. 51, br. 4

Ressl, M. (1999) *Economy of communion - elements and prospects for development*. Beč: Vienna University of Economics and Business Administration

Ressl, M. (1995) *Economy of communion - Foundation of an Economic Doctrine Based on a New Concept of Man*.

Dostupno na: [http://www.ecodicom.net/tesi.php?tesiOrder=Sorter\\_Universita&tesiDir=DESC](http://www.ecodicom.net/tesi.php?tesiOrder=Sorter_Universita&tesiDir=DESC) [21.01.2010.]

Rost, K. and others (2010) What can stock corporations learn from manastiers. *Journal of management history*, vol. 16, No. 1

Sajter, D. (2002) *Globalizacija i ekonomija zajedništva*. Ekonomski fakultet u Osijeku, diplomski rad

Sabol, J. (2003) Novi putovi obnove društvenoga i privatnoga života. *Glas Koncila*, god. 42., br. 17

Samuelson, P. A., Nordhaus W. D. (2000) *Ekonomija*. Zagreb: MATE d.o.o.

Sen, A., (1987) *On ethics and economics*, Blackwell publishing, Malden

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

Smith, A. (1790) *The theory of moral sentiments*. London: A. Millar

Socijalni dokumenti Crkve (1991) *Sto godina katoličkoga socijalnog nauka*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost

Stiglitz, J. E. (2002) Employment. Social justice and societal well – being. *International Labour Review*, vol. 141., No. 1-2

## SAŽETAK

Ekonomija zajedništva predstavlja izazov sadašnjeg trenutka jer daje odgovore na današnju ekonomsku situaciju koja je prvenstveno obilježena potrošačkom kulturom. Potrošačka kultura je analitički prikazana u prvom dijelu rada te su prikazane vidljivo negativne posljedice takve kulture na ekonomiju jednog područja. Potrošnja je jedini cilj potrošačke kulture te je ekonomska današnjica postala posve nemoralna, prevelika je razlika između bogatih i siromašnih i u par postotaka stanovništva nalazi se najveće svjetsko bogatstvo. Takvo okruženje traži nove mogućnosti razvoja koje će biti prihvatljive za okolinu u kontekstu održivog razvoja. Nove mogućnosti razvoja nalaze se u Projektu ekonomije zajedništva što je prikazano u ovome radu.

U trećem poglavlju rada analiziran je pojam civilne ekonomije – područja koje je neistraženo na hrvatskom znanstveno - ekonomskom području, ali već dobro znanog u Italiji, Švicarskoj i ostalim dijelovima Europe (na svjetskoj razini u Brazilu i SAD-u) gdje se i podučava na katedrama kao zaseban predmet. Civilna ekonomija je preteča projekta Ekonomije zajedništva i moglo bi se reći njena teoretsko znanstvena baza. U ovome radu dan je pregled ovog teoretskog dijela ekonomije i njen utjecaj na cjelokupni projekt poduzeća koja djeluju po principima ekonomije zajedništva.

Poduzeća koja posluju po principu ekonomije zajedništva ne pokazuju teoretski model po kojem bi se u budućnosti moglo raditi već pokazuju aktivni model koji se odmah može primjenjivati pošto je već pokazao tržišnu prolaznost i samo tržište je prihvatilo njegovo djelovanje. Projekt ekonomije zajedništva je u ovome radu analitički prikazan da se može nositi na tržištu, odgovarati potrebama tržišta i biti profitabilan makar daje veliki dio dobiti bespovratno i beskamatno u daljnji razvoj novih poduzeća i za školovanje novih mladih ljudi što je nevjerovatan poduhvat u današnjem nemilosrdnom ekonomskom okruženju te stoga ovaj Projekt i zrači pažnjom ekonomista u cijelome svijetu. U Švicarskoj i Brazilu mnogi političari podupiru ovaj projekt jer su vidljivi izrazito pozitivni efekti na lokalnu zajednicu što je prikazano u završnom dijelu rada.



## SUMMARY

Economy of communion represents a current challenge because it provides answers to today's economic situation which is primarily marked by consumer culture. Consumer culture is analysed in the first part of thesis, with depiction of negative impacts that such culture has on economy of a specific area. Consumption is the only goal of consumer culture. Moreover, economy of today has become completely amoral with huge gaps between rich and poor and wealth is concentrated within only few percentiles of population. Such environment seeks new development possibilities that will be universally acceptable within the context of sustainable growth. New opportunities for development can be found in Economy of Communion Project as demonstrated in this thesis.

Civil economy is depicted in chapter three of thesis. This domain is not yet explored in Croatian scientific and economic circle, but is well known in Italy, Switzerland and other parts of Europe (as well as Brazil and USA on the world level), where it is lectured in universities as a separate topic. Civil economy is a predecessor of Economy of communion project and arguably its theoretical and scientific base. Theoretical part of economy, as well as its impact on corporations which operate under principles of Economy of communion project, is displayed in this thesis.

Corporations that operate under principles of Economy of communion do not demonstrate a theoretical model which could be applied in the future, but reveal a model applicable forthwith, considering that it successfully passed market tests and is recognized by the market. Economy of communion project is analyzed in detail, supporting claims that it can cope with the market, meet market demands. Furthermore, it will be shown that Economy of communion can be profitable in spite that sizable part of earnings is invested irreversibly and interest-free in further development of new enterprises, as well as in educations of young people. Considering that this is a unbelievable achievement in today's merciless economic environment, economists from all over the world hold this Project in high regard. Furthermore, many politicians in Switzerland and Brazil support this project because of exceptionally positive impacts on local communities, as demonstrated in the final part of this thesis.

## ŽIVOTOPIS

Rođen sam 22. rujna 1978. godine u Zagrebu gdje sam završio Opću XI. Gimnaziju, Savska cesta 77. Diplomirao sam na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu 2005. godine. Godine 2009. upisujem specijalistički poslijediplomski studij međunarodne ekonomije i financija te nakon odslušanih predavanja polažem sve ispite te branim završni specijalistički rad pod naslovom „Utjecaj ekonomije zajedništva na održivost razvoja“ pod mentorstvom prof. dr. Jurice Šimurine.

U fazi pripreme završnog poslijediplomskog rada prisustvujem konferencijama o ekonomiji zajedništva u Italiji u mjestu Loppiano. Posjećujem ekonomske centre (Pollo Lionello Bonfanti u mjestu Incisa in Val di Arno) i međunarodni Institut Sophia (mjesto Loppiano) gdje se educiram o svim bitnim segmentima projekta ekonomije zajedništva. Radim sa postdiplomantima na Institutu Sophia koji me upoznaju sa načinom studiranja, iniciranosti u ekonomiju zajedništva.

Za vrijeme studija radim kao rukometni trener te završavam V. stupanj zvanja – rukometni trener na hrvatskoj olimpijskoj akademiji. Kao trener radio sam u rukometnim klubovima Metalac iz Zagreba, HRK Gorica iz Velike Gorice i u ženskom rukometnom klubu Gorica iz Velike Gorice. U isto vrijeme studija djelujem i kao rukometni sudac.

Nakon završetka studija zapošljava se u Hrvatskoj poštanskoj banci na mjestu pripravnika u direkciji financijske kontrole. U istoj direkciji napredujem na mjesto stručnog suradnika te radim na razvojnim projektima u HPB-u – alokaciji troškova, implementaciji profitabilnosti. Radim na godišnjim izvješćima HPB-e u interakciji sa vanjskim revizorima (KPMG) te na svim operativnim poslovima kontrolinga u banci. Daljnim napredovanjem na mjesto specijalista prelazim iz direkcije financijske kontrole u direkciju propisanih izvještaja za eksterne regulatore. Sudjelujem u implementaciji novog statističkog izvješćivanja u ovoj direkciji te radim na svim izvještajima koji su potrebni za eksterno izvješćivanje. Polaznik sam i tečaja u HIBO-a na temu kontrolinga i alokacije troškova te tečajeva Hrvatske narodne banke u području statističkog i nadzornog izvješćivanja.

Odlično govorim engleski jezik, te posjedujem visoka znanja microsoft office-a i programskog jezika SQL.