

ИЗАЗОВИ КОНЗУМЕРИЗМА: У ПОТРАЗИ ЗА НОВИМ ПУТЕВИМА РАСТА И РАЗВОЈА¹

CHALLENGES OF CONSUMERISM: IN SEARCH FOR A NEW WAY OF
GROWTH AND DEVELOPMENT

Небојша Бацковић

Висока економска школа струковних студија, Лепосавић, Србија

Тамара Филиповић

Универзитет у Београду, Институт за рехабилитацију, Дедиње,
Београд, Србија

Игор Трандафиловић

Универзитет „John Naisbitt“, Факултет за менаџмент, Зајечар, Србија

***Сажетак:** Свет се у овом тренутку суочава са два изазова. Један долази из прошлости и односи се на кризу модела раста заснованог на конзумеризму. Други изазов долази из будућности и односи се на развој који треба да задовољи потребе садашњих генерација без угрожавања будућих генерација да задовоље своје потребе. Да би одговорила актуелним изазовима мења се и економска наука и политика. Држећи се логике да када се чињенице мењају, мења се и теорија, нова решења за актуелне изазове се траже у новој интегралној (холистичкој) парадигми развоја. Развој се схвата као одрживи напор свих субјеката заједнице (појединаца, предузећа и државе) у циљу стварања претпоставки за бољи квалитет живота и људску срећу садашњих и будућих генерација. Рад има за циљ да укаже на кључне детерминанте које нова парадигма раста и развоја афирмише као и на главне иницијативе које томе доприносе.*

***Кључне речи:** изазови конзумеризма, холизам, одрживи (хумани) развој, квалитет живота, здравље.*

***Abstract:** The world is facing two challenges, at this moment. One comes from the past and refers to the crisis model of growth based on consumerism. Another challenge comes from the future and refers to a development that should meet the needs of the present generation without compromising those of future generations to meet their own needs. In order to respond to current challenges, economics and politics have started changing. Thinking logically, when the facts change, a theory changes, new solutions for current challenges are found in the new integral (holistic) paradigm of development. The development has been seen as a sustainable community effort of all stakeholders (individuals, companies and states) in order to create preconditions for a better quality of life and human happiness of present and future generations. The aim of this paper is to highlight the key determinants that new paradigm of growth and development affirms, as well as on major initiatives that contribute to this.*

¹ Рад саопштен на Међународном научном скупу УКСП-ИС 2015, 5-6. новембра 2015. године, у Косовској Митровици

Key words: *challenges of consumerism, holism, sustainable (human) development, quality of life, health.*

УВОД

У фокусу овог истраживања су актуелни изазови конзумеризма са којима се суочава друштвена заједница на глобалном и локалном нивоу. Ова проблематика заокупља пажњу теоретичара и практичара у претходном периоду, али је и данас отворено, незаокружено истраживачко подручје. Иако концептуално диференцирано третирана и разматрана у радовима различитих струка широм света, представља и даље врло живу и изазовну тему, првенствено у смислу трагања за одрживим одговором на кризу модела раста заснованог на конзумеризму. Редефинисању подлежу не само транзициони модели и на њима заснован развој, већ и економска теорија и политика.

Корени данашњих проблема се налазе у прекомерној и објективно непотребној потрошњи на свим нивоима. Реч је о потрошачком друштвеном обрасцу детерминисаним идеологијом конзумеризма. Појам прекомерне и објективно непотребне потрошње се у основи везује за понашање појединаца, његов животни стил и потребе, који извиру из идеологије конзумеризма. Ова идеологија се заснива на ставу да срећа појединаца (потрошача) зависи од конзумације (потрошње) добара и услуга, односно поседовања материјалних добара. Тако идеологија, којом се руководе потрошачи на микро плану, прераста у макро идеологију. Фраза „време је новац“ најбоље одсликава културу савременог доба која све подређује материјалном. Новија истраживања, међутим, показују да материјално, по аутоматизму, не доприноси и бољем квалитету живота и људској срећи. Трка са временом и постављеним кратким роковима за реализацију циљева оставља мало могућности за радовање животу. Материјалистичку културу одсликава инстант кафа, инстант храна, инстант профит, инстант љубав, инстант живот. Ове карактеристике уништавају квалитет живота и здравље обичног човека (анксиозност, стрес, страхови, депресија...). Такав избор функције циља није могао остати без тешких деформација на читаву скалу друштвених вредности. Та култура је развила егоизам, похлепу, грамзивост и нетранспарентност. Ове карактеристике указују да се ради о болесном друштву. Његове последице се манифестују растом несигурности, неизвесности и нестабилности. Реч је о сигналима дубоке кризе вредносног система.

Идеологија конзумеризма почива на филозофији, „новац је мерило вредности“, а сврха бизниса је максимизација профита, који се на макроекономском нивоу манифестује растом БДП-а *per-capita*. Ова идеологија је тржишна снага и прави репрезент интереса власника крупног капитала (у ширем контексту мултинационалних компанија - МНС). Интереси власника капитала не кореспондирају са интересима друштва. Заблуде о светлој будућности долазе од стране неолибералних кругова (заступника интереса елите – крупног капитала). Ова конзервативна струја економски и друштвени просперитет доводи у везу са моделом раста заснованог на конзумеризму. Овај модел раста је последњих неколико деценија био основа вођења економских и развојних политика и институционалних аранжмана на националном и интернационалном нивоу. Реч је о материјалном расту који је условљен растом тражње, односно потрошачком – материјалном културом. Такав контекст на дуги рок, уништава виталне претпоставке за одрживи раст и развој. Решења за актуалне проблеме савременог света треба тражити у промени парадигме. У ситуацији у којој интегралне (холистичке) парадигме развоја још увек нема, потрага за одрживим одговором на кризу модела раста заснованог на конзумеризму у овом раду, је сама по себи изазов.

Рад полази од три хипотезе. Прва је, да су ограничења неокласичног модела раста заснованог на конзумеризму такве природе да захтевају од менаџмента промену парадигме. Друга хипотеза је да промена парадигме захтева и другачији приступ развоју. Нова парадигма развој посматра из холистичке (мултидимензионалне) перспективе. Развој се генерално схвата као сет циљева дизајниран тако да омогући бољи квалитет живота садашњим и будућим генерацијама. Трећа хипотеза произилази из претходне две. Заједнице које инвестирају у друштвене иновације, које стимулативно делују на спровођење друштвено одговорне и одрживе стратегије на свим нивоима, инвестирају у будућност. Друштвене иновације су подједанко важне као и технолошке за одрживу будућност заједнице. Оне су посебно значајне за оне мале, отворене и недовољно конкурентне земље, као што је наша, које су некритички прихватиле друштвене вредности западне материјалистичке културе са свим ризицима које она носи. Циљ рада је да развије и илуструје описане хипотезе.

Рад је структуриран на следећи начин: полазну основу истраживања чини елаборација кључних изазова које идеологија конзумеризма носи. У раду се затим афирмишу концептулане основе нове развојне парадигме. Решења за актуелне проблеме савременог

света се траже у економији која је усмерена на подизање квалитета живота људи и дугорочној одрживости, а не на гомилању богатства и потрошачкој грозници која нема додирних тачака са реалним потребама. У свету драматичних последица изазваних деструктивном природом идеологије конзумеризма, одрживост је кључна реч (одржива економија, одрживо друштво). Развој долази са охрабривањем паметног, одрживог и свеобухватног раста. Наглашава се важност друштвено одговорног понашања актера у заједници према развоју који задовољава потребе садашњих генерација без угрожавања могућности будућих генерација да задовоље своје потребе. Интегрални (холистички) приступ расту и развоју је стратегијско средство у реализацији постављених циљева.

1. КОНТЕКСТ НЕОЛИБЕРАЛНЕ ПАРАДИГМЕ РАСТА: ИЗАЗОВИ КОНЗУМЕРИЗМА

Перспектива неолибералног система детерминисана је материјалним растом. Протагонисти неолибералне парадигме сматрају да је раст тражње за потршним добрима и услугама генератор развоја. Императив раста је створио потрошачки животни стил који подупире одрживост неолибералног система. Потрошачки животни стил је продукт материјалистичке културе друштва. Слоган “монеу цан буу хаппинесс” (материјално је мерило вредности и среће), произишло је из идеологије конзумеризма америчког друштва². Та идеологија није ништа друго до потрошачки друштвени образац настао као део ширих системских потреба неолибералног капитализма за обезбеђењем његове одрживости.

² Конзумеризам као појам појављује се у литератури често у контрадикторном значењу. Дефинише се на више начина, у зависности од угла посматрања. Тако се изворно значење појма конзумеризам односи на манипулативне радње приликом оглашавања, настале у маркетинг пракси са циљем да се подстакну потрошачи на куповину и потрошњу одређеног производа (Packard, V; *The Hidden Persuaders – on the advertising industry*, 1957; ISBN: 0-671-53149-2) Паралелно са овим, у новијој литератури коегзистирају и друга одређења овог појма. Тако се под конзумеризмом подразумева друштвени покрет инициран са намером да заштити права и интересе потрошача од неодговорног маркетинга (Kotler, Ph, *At All; Principers of Marketing*, Paperback, 2008, www.amazon.co.uk). У најширем значењу под конзумеризмом се подразумева морална доктрина односно идеологија која води ка просперитету, идеалу слободе, већем благостању, срећи, демократији. Реч је о политичкој конотацији овог појма, скованог од стране академских кругова неолибералне провинијенције.

Могли би смо окарактерисати идеологију конзумеризма као специфичну религију. Њен бог је економски (материјални) раст, њени свештеници су креатори јавних политика који обезбеђују претпоставке за раст (слободно деловање тржишних закона); њени апостоли су медији (пропаганда оглашавања) који су убедљиви у поруци да нема среће без конзумирања производа корпорација који су предмет промоције, а његова црква је тржни центар (мега маркети и сл). Њене основе веровања су “веће је боље”; “више је боље”; “брже је боље”³.

Прави протагонисти идеологије конзумеризма на слободном тржишту су MNC. Глобалном пропагандном активношћу утичу на све сфере живота и појединца и друштва. Издвајају огромна средства за промоцију и ширење потрошачког менталитета⁴. Познато је да ове компаније запошљавају малу армију психолога са једним задатком, да код потрошача изазову метални осећај потребе за њиховим производима са или без ваљаног разлога. У великом броју случајева, потрошачи не купју производ, већ корпоративни бренд – статусни симбол, генератор новог идентитета (потрошачког животног стила)⁵.

Под утицајем идеологије конзумеризма ствара се несвесни нагон потрошача везан за брендирани материјални престиж, независно од стварне потребе за тим производима. На тај начин, ова идеологија постаје заједнички оквир за металне моделе које групе појединаца поседују. Она постаје водич понашања људима на тржишту и омогућава им да без потпуних информација одлучују и делују. Према томе, човек не мора утицати на избор својих реалних потреба већ се мора само повинovati идеологији конзумеризма. У таквој средини људске слободе сваког појединца, детерминисане су интересима капитала. Дакле, од слободе појединца остаје само слобода да се слободно подчини моћи (интересима) капитала. Остале слободе индивидуе, сви аспекти живота, начин потрошње, животно стил, запошљавање, образовање, формирају се управо према систему вредности идеолошке матрице конзумеризма. Индивидуе, дакле, нису ништа друго до идеолошки субјекти, који своју егзистенцију (животно стил) заснивају на систему вредности оних који

³Mc. Daniel, C; Good and Money: The moral Challenge of Capitalism, Lanham MD: Rowan and Littlefield Publishers, INC, 2007, pp 62-63.

⁴Нпр. 50.000 радика фабрикае Jue Jon у Кини, која производи обућу за „Нике“, мораће да ради 19 година, да би зарадила оно што „Нике“ потроши за једну годину на рекламу (Klein, N; No Logo Alfred A Knopf, Canada; A Division of Random House of Canada, Limited, Toronoto 2000, pp 19.

⁵Karten, D; When Corporations Rule The World, Earthscam, London, 1995, pp 7.

демонстрирају пропаганду, снагу и моћ. Представници интереса капитала различитим облицима пропагандног деловања популаршу код индивидуа потрошњу, тако што подстичу нагон за фетишом. Фетиш је замена за нешто што чини реалне животне потребе. Реч је о материјалној страни којој се приписује нека чаробна снага (којој се човек диви)⁶.

Офанзивним пропагандним деловањем корпорације диференцирају и позиционирају бренд (корпоративни; производни) као примамљив, атрактиван, супериоран, снажан, мистичан. Оваквим обликом промоције стимулишу се вештачке потребе и жеље код потрошача за производима који представљају симбол престижа и статуса у друштву. Није редак случај да се у тој намери, посеже и за неетичком праксом обмањујућег оглашавања (*deceptive advertising*) које компромитује пословну и маркетинг политику компанија⁷. Иако се та појава санкционише регулаторним системом на уређеним тржиштима, унапређењем пропагандне праксе у свету, корпорације афирмишу идеологију конзумеризма кроз нове форме и облике. На тај начин продужују живот овој идеологији, али и супституишу дугорочне циљеве (допринос добробити и предузећа и друштва у целини), краткорочним интересима који су најчешће обојени увећањем богатства акционара. Максимизацијом приноса за власнике (акционаре), менаџери корпорација су, у протекле четири деценије, драстично увећали њихова богатства. Прави репрезенти овог тренда су били R.Goizueta (gen.dir. Coca-cola od 1981-1997) и J.Veľč (G.Electric 1981-2001)⁸. Овај тренд су следили и други менаџери великих корпорација, углавном до кризе. Коначно, раст приноса за власнике доносио је и високе бонусе менаџерима. Тај раст, међутим, није пратио и раст зарада запослених радника. Напротив, зараде су стагнирале. То, другим речима, указује да је управљачки (тржишни) приступ који је подредио све профиту, био у функцији раста продаје и увећања приноса акционара и менаџера. Такав приступ је произвео озбиљне аномалије по друштво у целини. Класне разлике су се заоштриле, а јаз између богатих и сиромашних се продубио и проширио. Такво друштво вођено идеологијом

⁶Вуковић, В; Фетиш и индивидуалност, Фебруар 2011
(www.filmovikojinasgledaju.org/tekst/gradjaninkejn.php)

⁷Више од четири деценија је прошло како је Питер Дракер писао да је постојање конзумеризма срамота за маркетинг (Drucker, P; Management: Tasks Responsibilites, Practices, Harper and Ron, NewYork, 1974)

⁸Martin, R; The Age of Customer Capitalism, Harward Business Review, January-February 2010, pp. 143.

конзумеризма, штитећи привилеговане слојеве, само је потврдило присуство фетиша раста, чија је улога у томе да подупре увећање богатства власника капитала, оправда замену за недостајуће реалне потребе. Моћ богатих никада у историји није била тако велика, али и бескрупулозна као данас, са својим властитим слугама, чак и у највишим врховима политике и науке⁹. Та моћ је продукт модерног неолибералног (стејкхолдерског) капитализма¹⁰. Његове последице су бројна ограничења (економске, еколошке, друштвене, институционалне, персоналне природе). Такво друштво нема ничег заједничког са моралним, етичким и хуманим. Друштвено економски систем који за последицу има пораз јавног интереса над приватном похлепом елита, води ка социјалним и територијалним фрагментацијама¹¹. У питању су ризици који суштински угрожавају функционисање вредносног система и доводе до кризе.

Већина утицајних академских аналитичара узроке последње кризе из 2008.г, убедљиво највеће, најдубље и најкомплексније са којом се свет суочио¹², не види само у радару економије, већ и у ерозији (кризи) моралних, етичких и хуманих вредности. Друштво у којем нема простора за морално нема будућност.

Три су основна етичка изазова који су довели до глобалне кризе: 1) огромна похлепа изражена кроз сумануту трку за профитом; 2) одуство емпатије и елементарног осећаја за другог човека; 3) етос расипништва који је тако моделиран да подстиче на задуживање, стицање и трошење.¹³ Ови изазови недвосмислено произилазе из самог функционисања неолибералне идеологије конзумеризма.

⁹Никада моћне елите нису тако бескрупулозно господариле светом, како то данас чине. Свет подсећа на позорницу којом наводно управља „невидљива рука“ тржишта. Иза моћне економске демагогије, оличене у концепту идеологије конзумеризма, стоје конзервативни (па и корумпирани) кругови неолибералне провинијенције. Реч је о економским пигмејима (Palast, G; Billionaires-and-Ballot-Bandits: How to steal an Election in 9 easy steps; September 2012; www.ballotbandits.wordpress.com/bolok-tour/)

¹⁰Martin, R; op.cit, pp.147

¹¹То потврђују истраживања концентрације богатства у развијеним земљама: САД, Немачка, В.Британија... (OECD Growing Unequal? Income Distribution and Poverty in OECD Countries, 2011). Према Гини индексу, концентрација богатства је нарочито изражена у привредама у транзицији које су некритички прихватиле идеологију неолиберализма (Milanović, B; More or Less; Finance and Development, IMF, Vol. 48, No3, September 2011)

¹²Stiglitz, J; Free Fall; America Free Markets and the sinking of the World Economy, Norton, NewYork, 2010

¹³<http://www.covekitehnologija.com/?p=380>

Суштина потрошачког друштва није у тренутном конзумирању одређених материјалних добара, већ у прижељкивању будуће потрошње и доживљаја који генеришу све јачу и јачу жељу за задуживањем, стицањем и трошењем. Дакле, човек је постао подређен материјалном. Слоган „материјално је мерило квалитета живота“ уништава основне људске вредности, а систем који је афирмисао овај друштвени слоган је дубоко дехуманизован.

Подмукла зависност од “пацовске трке” за увећањем богатства (и потрошње) деформише ментални склоп, ствара нездрав однос према новцу¹⁴. Под утицајем медија, али и погођени раскошним животом једног броја људи, јављају се покушаји код других људи за имитацијом животног стила. То ствара континуирану менталну агонију и уништава безбрижност. Са друге стране подстиче похлепу, грамзивост и нетранспарентност. Присилјава људе да се задужују и остану посвећени непрестаној борби за зарадом. Ова животна оријентација производи стрес код људи, води у болнице за ментално здравље, ка конфликтним ситуацијама у породици, резултира губитком среће и занемаривањем емотивних, пријатељских и хуманих друштвених односа. Према томе, етички изазови потрошачког друштва су у интеракцији и чине будућност неизвесном. Осећај неизвесности доводи се у везу са: преживљавањем, дужничком кризом, персоналном неизвесношћу, угроженом животном средином и геополитичким изазовима.¹⁵ Сви сигнали указују да основне вредности на којима се заснива идеологија конзумеризма нису одрживе.

Етички изазови идеологије конзумеризма су у директној вези са неадекватним управљањем друштвено економским системом. Неупсех менаџмента, по правилу, прати: неадекватна визија система; неефикасно функционисање институција; продубљивање разлика између богатих и сиромашних људи; рентно понашање пословне и политичке елите (растрући број забележених скандала); неадекватна регулација тржишта; проблем недозвољене трговине, организованог криминала и корупције; бујање сивог и црног тржишта итд. У таквом амбијенту све је више ограничења расту и развоју детерминисаним идеологијом конзумеризма. Она имају, поред економских, своју

¹⁴Пацовска трка (rat race) је синоним за: похлепу за новцем, потрошачки животни стил, морално посрнуће. Ово је време трагања за изласком из „rat race“. (Skidelsky, R, Skidelsky, E; How Much is Enough?: The Love of money and the cas for the good life, Publishing, September 2013, Penguin Books, Paperlock, pp.3)

¹⁵Stiglitz, J; Kaldor, M; The Quest for Security: The Challenge of Global Governance, NY: Columbia U Press, April 2013, pp. 43

персоналну, институционалну, друштвену и еколошку димензију. Одсуство осећаја за: друштвену правду, већу једнакост, друштвену хармонију, смањење насиља, већу безбедност (мање криминала) онемогућава, једноставно, да већиња људи може само нормално да живи. Са друге стране материјални раст нема адекватан одговор на изазове урушавања еко система. Нема одрживе будућности без ефикасне заштите (угрожене) животне средине. Све набројано представља довољан разлог за промену не само управљачког приступа и система вредности (животног стила), већ и промену развојне парадигме и друштвено економског система.

2. КОНЦЕПТУАЛНЕ ОСНОВЕ НОВЕ РАЗВОЈНЕ ПАРАДИГМЕ: ИЗАЗОВИ ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА

Неолиберални капитализам се данас налази у регресионој фази. Утисак је, да је упркос још увек израженој политичкој, економској и медијској снази, време његове пуне доминације за нама. Иако је капиталистичко друштво настало на идеологији да материјалне вредности доносе срећу, приметно је, да иако су људи данас много имућнији, то не значи да су и срећнији. Већина становника на западу данас ужива у стандарду изнад снова својих предака (комфор, луксуз у свим облицима и видовима). Упркос чињеници да је западно друштво почетком 21-ог века неупоредиво богатије у односу на пре 50 година, стоји забрињавајућа појава. Истраживања у САД указују на мањак задовољства квалитетом живота у односу на пре 50 година¹⁶. Ставови испитаника указују да веће материјално богатство заједнице не води ка већем благостању појединца. Наиме, иако је реални БДП у САД од 1980-тих година до данас, порастао за 130%, зараде запослених, животни стандард обичних људи је стагнирао. Њега прати урушавање квалитета живота детерминисано вредностима материјалистичке културе. Његове последице се манифестују растом неједнакости, неизвесности и нестабилности. Све је то утицало на став анкетираних грађана који већи значај придају социјалној правди, људским слободама, једнакости, хуманости, здрављу, људској срећи, уместо култури која подређује све материјалном.

Све гласније се поставља питање да ли је економија и друштво одрживо ако настави да следи модел раста заснован на конзумеризму. На постављено питање, не мали број неолибералних

¹⁶[www.debate.org/opinions/society/islife in america better today then it was 50 yeas ago/](http://www.debate.org/opinions/society/islife%20in%20america%20better%20today%20then%20it%20was%2050%20yeas%20ago/)

догматика настоји да докаже да не постоје ограничења економском расту детерминисана овим тржишним моделом. Штавише, они најконзервативнији у одбрани неолиберализма и интереса богатих изражавају жестоко противљење оживљавању било каквог уплитања државе у регулацију економских токова (идеја кејнзијанизма)¹⁷. Остају верни тези да филозофија тражње покреће раст који води максимирању благостања нације, а да тржишне имперфектности могу бити исправљене политиком регулације тржишта. Бранећи неодбрањиво (сопствене грешке, заблуде али и интересе), ова конзервативна струја међу неолибералним економистама одиграла је велику улогу у подривању ефикасне реакције на кризу одрживости идеологије конзументизма. Другим речима, онемогућила је да се сагледају опасности за будућност света које произилазе из продубљивања: 1. Неједнакости (изазване све већим јазом између богатих и сиромашних коју прати ерозија моралних и етичких вредности); 2. Нестабилности (изазване дерегулацијом и постојањем екстрактивних институција које су допринеле победи интересно оријентисаних елита над друштвеним интересом); 3. Неизвесности (изазване краткорочним, егоистичким, нехуманим интересима власника капитала); 4. Еколошке угрожености (изазване климатским променама).

Криза одрживости идеологије засноване на конзументизму је прилично уздрмала транзициони модел који је на таласу неолибералне еуфорије, често проглашаван апсолутно супериорним у односу на постојеће алтернативе у свету, и сагласно томе, узором по коме треба организовати тржишну привреду и демократско друштво. Показало се да је модел раста заснован на конзументизму деловао као генератор рецесионих трендова на интегралном тржишту и последичне економске и друштвене нестабилности. Неконтролисани раст не доприноси развоју. Још је Симон Кузњец у свом првом извештају америчком конгресу 1934.г. упозорио на разлике између квантитативног и квалитативног раста (мерено трошковима и користима на кратак и дуги рок). Ово упозорење

¹⁷Колико је конзервативна неолиберална струја јака у одбрани својих ставова и интереса, показује и став изнет у десничарском часопису „Human Events“ (2005) који је Кејнзову „Општу теорију запослености, камате и новца“, уврстио међу 10 најштетнијих књига 19 и 20 века, раме уз раме са Хитлеровим „Mein Kampfom“ и Марксовим „Капиталом“. Кругман, П; Окончајте ову депресију, Одмах“, Хелих-Смедерево, Интеркомерц – Београд, 2012, стр.98

Кузњеца данас је актуелније више него икада¹⁸. Неконтролисани раст створио је трошкове који премашују користи за друштвену заједницу. Дебата је кренула¹⁹. Друштвена свест о угрожености света, неодрживим моделом раста, покретач је промена. Циљ транзиције је повратак света на путању дугорочног и одрживог раста и развоја. Да би се то остварило неопходне су и друштвене иновације које укључују и промену друштвено-економског система. Реч је о визији новог система који је тако дизајниран да негује хуманост, одговорност, одрживост, људску срећу и добробит целокупног живота на земљи. Из нове визије система извире и нова парадигма инклузивног раста и развоја²⁰. Ова парадигма сматра економски развој одрживим ако се истовремено побољшава квалитет живота (људска срећа) и квалитет животне средине. Валидност макро економске парадигме развоја, међутим, манифестује се на микро економском нивоу, где се ствара нова вредност. То значи да се макро економска перспектива доводи у везу са друштвено одговорним пословањем компанија. Стару парадигму „што је добро за бизнис, добро је и за друштво“ замењује нова „што је добро за друштво, добро је и за бизнис“. Одговорност је постала основни етички императив савремених управљачких концепата. Инвестирањем у пројекте који су у складу са приоритетима одрживог развоја, компаније примењују концепт стварања додајне (подељене) вредности²¹. Реч је о новој циљној функцији предузећа. Она наглашава везу између краткорочне профитабилности и дугорочне одрживости. Овај стратегијски управљачки приступ почива на новој холистичкој маркетинг парадигми која гласи: „учинимо свет бољим

¹⁸Посматрано из макро перспективе то значи да није толико битно да ли је економски раст забележио стопу од 2-3%, већ да ли тај раст унапређује или угрожава квалитет живота. Тако нобеловац Џ. Акерлоф наглашава да га формални раст једва занима у поређењу са растом квалитативних фактора развоја (Naqee, M.S; *The Myths of Economic Growth: Implications for Human Development*: NewYork 2004, pp.16); www.prifile.nus.edu.sg/fass/polhaque/gnp-myth.pdf

¹⁹Дана 02.Априла 2012, 800 делегата у седишту скупштине ОУН у NewYorkу покренуло је дискусију о новој парадигми развоја. Реч је о парадигми која је тако дизајнирана да негује људску срећу и добробит целокупног живота на земљи (Secretary-Generals Remarks at High Level Meeting on „Happiness and Well-being: Defining New Aconomy Paradigm“; NewYork, 02.04.2012.

²⁰Ova paradigma je nastala u okviru Svetske Banke (The World Bank, Commission on Growth and Development, Growth Report Strategies for Sustainable Growth and Inclusive Development, 2008).

²¹Porter, M; Kramer, M; *Creating Shared Value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and Growth*; Harvard Business Review; January-February 2011, pp.64

местом за живот и људску срећу²². Нова циљна функција предузећа се неће остварити самосвешћу носилаца интереса капитала. Овде проблем настаје када се „измешају“ корисно (интереси за профитом) и поштено (друштвена одговорност према заједници). Превагу у неадекватно уређеном и нетранспарентном институционалном миљеу, по правилу, добија корисно, тим пре ако се конкуренција служи истим или сличним средствима²³. Да би се смањило ризик нетранспарентног (неетичког) понашања компанија потребна је не само промена управљачког приступа друштвено одговорном пословању, већ и промена институционалног система. Сматра се да се на овај етички изазов може ефикасно одговорити изградњом инклузивних институција²⁴. Овај мета фактор конкурентности и одрживог раста постао је предмет занимања реформских снага у пост-кризном периоду. Тако се у концепирању разних реформских модела инклузивне институције додају класичним факторима раста (инвестицијама у нове гране и делатности). Институције су у тесној вези са висином трансакционих трошкова као важним критеријумом ефикасности самог економског и друштвеног система. Задатак институција је да редукује трансакционе трошкове. Што су они израженији, захтевају радикалније реформе и више ресурса (интелектуалних, материјалних, финансијских, информационалних) за стабилизацију нарушене институционалне структуре којим би се отклониле кључне препреке и осигурала путања одрживог раста и развоја.

Квалитет инклузивних институција детерминисан је способношћу и одговорношћу оних који управљају друштвено-економским системом (реформске снаге) да профилишу такав

²²Sire o tome: Kotler, P; Hessekel, D; Lee, N; Good Work: Marketing and Corporate Initiatives that Build a Better World and Bottom line; June 2012 (ISBN: 978-1-118-20688-3); Kotler, P; Kartajaya, H; Setaiwan, I; Marketing 3.0, From Products to Customers to the Human Spirit, Hardcover, May 2010

²³Није редак случај да се иза промовисања друштвено одговорног пословања компанија прикрива коруптивна пословна пракса. У последњих 15 година, велики корпоративни скандали, од Artura Andersona и Ernona do Lehman Brothersa и Siemens, били су везани за компаније које су спроводиле друштвено одговорну корпоративну праксу. Примера ради, Сиенс је уложио 400 милиона ЕУРа у унапређење политике ДОП. То је, међутим, много мање новца од једне милијарде евра које се процењује да је Сиенс инвестирао у коруптивне радње. (At Siemens Brilery Just a Line Item; www.nytimes.com/2008/12)

²⁴Acemogly, D; Robinson, J; Why Nations Failed: The Origins of Power Prospering and Poverty; Kruna Publishing Group; March 2012, pp.73 (ISBN: 0307719235, 9783077/9232)

регулаторни оквир који обесхрабрује нетранспарентност (неетичност) и ахуману пословну праксу и подстиче компаније на трагање за новим путевима раста кроз креирање одрживе конкурентске предности. Изградња инклузивних институција је еволутивни процес који има за циљ да кроз интерактивну везу између концепта друштвене одрживости и корпоративног концепта друштвено одговорног пословања ствара претпоставке за паметан, одржив и свеобухватан раст и повећање благостања садашњих и будућих генерација²⁵. Реч је о интегралном приступу расту и развоју. Такав приступ фаворизује дугорочни (стратегијски) правац развоја који омогућава раст, али не нужно и економски оптималан. Подразумева већу спремност друштва да субституише економску оптималност на кратак рок, зарад веће сигурности за одрживу будућност у оквиру оптималних еколошких и друштвених коридора заштићених регулаторним системом који је у функцији реализације циљева одрживог развоја. Ова холистичка идеја развоја је изазов, не само за неолибералну парадигму раста, већ и за она схватања развоја која наглашавају институционалне промене, остављајући нетакнутим постојећи друштвени образац (материјалистичку културу) и неолиберални друштвено економски систем.

3. КЉУЧНИ ЕЛЕМЕНТИ НОВОГ СИСТЕМА: КВАЛИТАТИВНИ ФАКТОРИ РАЗВОЈА

Експоненцијални раст литературе о одрживом развоју је у корелацији са растом интересовања за изналажење решења за латентни растући конфликт између изазова неконтролисаног раста и одрживог прогреса²⁶. Развијају се методологије које користе квантитативне и квалитативне индикаторе, који омогућавају комплексну анализу: 1) кризе модела раста заснованог на конзумеризму; 2) фактора који утичу на отварање одрживе развојене перспективе. Развој нових методологија произилази из потребе целовитог сагледавања друштвених феномена који имају утицаја на одрживи раст и развој. Чиниоци који доприносе одрживом расту и развоју нису искључиво инвестиције у нове технологије, гране и делатности него и инвестиције у друштвене иновације које подржавају процес промена, ширење нових идеја и стварање климе

²⁵Klingman, Tumeir; What is holistic sustainability? ; 15.july 2010;
<http://klingmann.tumblr.com/post/815767018/what-is-holistic-sustainability/>

²⁶www.nature.com/news/development-time-to-leave-gdp-behind-1.4499

за нове иновативне подухвате. До скоро владајући маинстрем у економској теорији и политици није обраћао довољно пажње на социјалну структуру, институције и културу друштва, сматрајући их секундарним, некономским питањима. Склоност да питање развоја посматра из угла економског апстрактног моделирања је укоренен у традицији неокласичне економске теорије али и неокензијанске макро-економске политике интервенционизма. Синтетички показатељ економског раста БДП по глави становника, је примарни развојни циљ, мера економског успеха и националног благостања. Раст БДП-а је мера која је била услов за рангирање нација (развијене, недовољно развијене, неразвијене земље). Овај редукционистички методолошки оквир често искључује коришћење разних некономских (квалитативних) фактора као детерминанти развоја. За многе је, рецимо, квалитет живота и људска срећа вреднији индикатор развоја од БДП-а по глави становника²⁷. Апстраковање ових важних детерминанти развоја утицало је на појаву нових и комплекснијих истраживања, која имају своје полазиште у методолошком холизму. Суштина холистичког приступа развоју огледа се у обједињавању свих квантитативних и квалитативних индикатора у настојању да се сагледају димензије одрживог развоја из различитих нивоа и перспектива.

Инспирисани основним вредностима методологије холизма, данас је у употреби више композитних индикатора, на основу којих је могуће оцењивати квалитет живота, задовољства и среће, а тиме и оцењивати ефикасност институција и политика у циљу задовољења потреба и очекивања људи.

Индекс хуманог развоја (human development index) је оригинално креиран у оквиру развојног програма UNDP-а (први пут 1990.) ради упоређивања између земаља, у циљу вредновања просечних достигнућа хуманог развоја. Обједињује 72 индикатора и усаглашен је са новом листом индикатора Комисије за одрживи развој при УН. Напредак се изражава преко три променљиве: животни век, образовни ниво и доходак, чиме овај индикатор постаје свеобухватна мера вредновања друштвеног благостања. Вредности променљивих који чине HDI се крећу, у границама од 0-1 за дату земљу. Показују распоне које је та земља прешла ка максималној вредности, што омогућава да се направи поређење са другим земљама. Разлика између оне вредности коју је дата земља остварила

²⁷ www.ourworldindata.org/data/economics-development-work-standard-of-living/happiness-and-life-satisfaction

и максимално могуће вредности показује недостатке те земље, при чему је изазов да пронађе начине како да смањи ове недостатке²⁸.

На економски и друштвени развој заједнице у великој мери утиче и квалитет живота људи изражен индексом људске среће. За оцену индекса људске среће користе се различите методологије²⁹. До среће води хедонизам (задовољство свих чула, стање духа и свести у којем нам прија све што нас окружује),³⁰ алтруизам, емпатија, квалитет живота итд. Светски извештаји о индексу среће укључују анализу из подручија економије, психологије, здравља, перцепције корупције, солидарности, друштвене хармоније. Национални индекс среће рангира се на скали од 1-100 бодова. Веома је велики број и других фактора (поред поменутих) који утичу на одрживи развој економије и друштва³¹.

Значајну групу фактора чине и вредности појединих обележја националних култура. Ови показатељи нису међусобно искључиви. Напротив, њихова синергија је кључна како би се указало на развој културе одрживости. (Табела 1)

²⁸извештај о humanom razvoju за 2014

(www.rs.undp.org/content/dam/serbia/publications/%20reports/serbian/undp-srb/rezime%20izveštaja%20humanom%20razvoju)

²⁹У употреби су: 1. Методологија Галуповог института о истраживању индекса људске среће. Спроводи се анкетним истраживањем на узорку од 1000 људи старијих од 15 г; Истраживање у 2014 години обухватило је 143 земље (www.gallup.com/pool/182009/mood-world-upleat-inernational-happiness-day.aspx).

Од 2012 године у употреби је и Методологија Prof. Johana F. Helliwella sa univerziteteta British Columbia, urednika prvog Izveštaja UN o stanju sreće u svetu (J.Helliwell;R.Legard;J.Sachs;World Happiness Report; www.theylobeandmail.com/news/national/article240733928.ese/binary/world+happiness+report.pdf).

³⁰Под хедонизмом који води до људске среће, подразумева се способност проналажења радости у малим стварима. Овај појам није синоним на уживање привилегованих. Латинска пословица каже: Није богат онај који много има, него онај који мало жели. Дакле, под хедонизмом који води ка људској срећи не подразумевају се привилегије одабраних које често воде у егоизам. Овај облик хедонизма (који није ретка појава у свету којем живимо), психијатри изједначавају са патологијом (Philosophy: Etics and Hedonism; www.google.rs/webhp?sourceid=chrome-instant&rlz)

³¹Индикатор који заслужује пажњу, али још није у службеној употреби у нашој земљи, развио је канадски економиста Viliam E. Rees и назива га еколошки утисак (ecological footprint). Овај индикатор ОР вредније људску носивост као степен трошења ресурса а да се прогресивно не погоршава стање еко система (Rees, F; Ecological Footprints and Biocapacity: Essential Elements in Sustainability, Assessment Chichester, UK, John Willey and Sons, 2006; pp143-158; www.en.wikipedia.org/wiki/willian-e-rees).

Одрживе заједнице су места где људи желе да живе и раде сада и у будућности. Оне задовољавају различите потребе садашњих и будућних генерација и доприносе високом квалитету живота и људској срећи. Реч је о напредним заједницама које карактеришу аутентични друштвени обрасци (институције) који подржавају захтеве културе одрживости (економске, еколошке, друштвене, персоналне), што им омогућава да комуницирају са глобалним трендовима и изазовима на локално прихватљив начин. Развојни концепт ових економија заснива се на политикама и стратегијама очувања одрживог здравља система. Темељи се на оним друштвеним вредностима (институционалним аранжманима) које воде: 1. Развоју аутентичне демократије; 2. Бољем квалитету живота за све, а не само за привилеговане; 3. Подстицању колективизма, солидарности, толеранције, друштвене хармоније наспрам индивидуализма и његовања култа ега; 4. Поштовању еко система и заштити необновљивих извора; 5. Балансу између економских, еколошких и друштвених димензија одрживости; 6. Заједничкој одговорности свих актера у друштву према будућности, стварањем претпоставки за веће благостање будућних генерација у односу на садашње; 7. поштовањем потреба других заједница у региону са циљем обезбеђења одрживости сопствене заједнице³². Достигнућа хуманог развоја ових друштвених заједница заснивају се на: 1. Способности предузетно оријентисане владе да адекватно управља променама које воде ка дугорочном расту и развоју; 2. Ефективној регулацији система усклађеној са аутентичним перформансама културе и историјског наслеђа интерне средине; 3. Високим стопама домаћих и страних инвестиција. Уочава се да напредне друштвене заједнице са високим индексом HDI и индексом среће, (Норвешка, Шведска, Данска, Холандија, Бивша YU) нису превише наклоњене основним вредностима материјалистичке културе. Шта више, препознатљиве су по друштвеном обрасцу који носи обележја предузетничко солидаристичке културе (Ниским вредностима индекса мушких вредности исказано у Табели 1). Аналогно Хофстедевом истраживању, реч је о културама које се опредељујуће заснивају на женским вредностима и обележијима, као што су: квалитет живота (људско благостање посматрано кроз призму уживања у животу); солидарност и брига за друге, традиционалне породичне вредности (колективитет, толеранција, емоција, нежност, љубав, топлина).

³²Kibert, C; Thiele, L; Peterson, A; Mourle, M; The Ethics of Sustainability (www.cce.ufl.edu/wp-content/uploads/2012/08/ethics-sustainability-textbook.pdf)

Високо се цене људска срећа, хармонични социјални односи, статус у друштву. Зарађивање новца и стицање материјалног богатства не сматрају се најважнијим стварима у животу. Испољава се већа толерантност према другачијем и различитом као и према променама правила и норми понашања. Комуникација је у оваквим културама смиренија, спорија и опуштенија. Високо се вреднује испољавање добрих и хармоничних односа са другим људима, институцијама, окружењем и природом. Инсистира се на што већој међузависности људи, животу и раду у интеракцији са другима. Успех и вредност људи се показују преко успостављања социјалних веза и оствареног угледа и статуса у друштву. У међуљудским односима емоције се не прикривају.

Табела 1: Индикатори културе одрживости (индекс хуманог развоја; индекс људске среће) за одабране земље са претежно материјалистичким и солидаристичким обележјима културе

Нације са претежно материјалистичким обележјима културе						Нације са претежно солидаристичким обележјима културе					
р.б	Земља	Индекс мушких вредности	Ранг хуманог развоја 2014 /2013	Индекс хуманог развоја	Индекс људске среће (највиши и 89)	р.б	Земља	Индекс мушких вредности	ранг хуманог развоја 2014 /2013	Индекс хуманог развоја 2014	Индекс људске среће - 2014
1	САД	62	5	0,914	79	1	Шведска	5	12	0,898	79
2	Вел.Британија	66	14	0,892	75	2	Норвешка	8	1	0,944	79
3	Ирска	63	15	0,899	76	3	Холандија	14	4	0,915	79
4	Немачка	66	6	0,911	77	4	Данска	16	10	0,91	78
5	Швајцарска	70	3	0,917	80	5	Бивша Југославија	21	-	-	-
6	Аустрија	79	21	0,881	75	6	Финска	26	24	0,878	78

Извор: Изведено на основу Hofstede Geert, Cultures and Organizations: Software of the mind, London, 1991, McGraw-Hill; Index Human Development - UNDP, 2014; Happiest County in the World; Gallup Research Index, 2014; Positive Emotions Worldwide.

Индикативно је да је и један број друштвених заједница које су више наклоњене основним вредностима „материјалистичке културе“³³, остварио високе индексе HDI и људске среће (САД, ВБ, Немачка, Швајцарска...). Не треба заборавити да су ове земље одавно ушле у раздобље тзв. друштвене (институционалне) стабилности и релативно ниских трансакционих трошкова. То не значи да су друштвени обрасци (институције) у овим земљама константа и не подлежу променама. Напротив, да би наставиле даљи раст оне морају унапређивати постојеће и уводити нове технолошке и друштвене иновације. Редослед није случајно дат. Наиме, иако се код ових земаља у изучавању фактора који су од кључног значаја за раст и развој већа релативна важност придаје технолошким иновацијама, последњих година не заборавља се да се нагласи значај друштвених иновација за раст и развој. Коначно, друштвене иновације нису ништа мање значајне од технолошких. Са новим глобалним трендовима, друштвене вредности материјалистичке културе објективно постају озбиљна претња овим земљама у даљем расту и развоју. То је и разлог све снажнијег заговарања транзиције друштвених вредности идеологије конзумеризма који је и узрок проблема у функционисању система. Нова парадигма инклузивног (паметног, одрживог, свеобухватног) раста афирмише потребу за друштвеним иновацијама. Сматра се да су екстрактивне институције (продукт друштвених вредности материјалистичке културе) данас главна кочница овим земљама (посебно САД) у реализацији стратегије инклузивног раста.³⁴ Оне служе интересима мањине и елити на власти за згртање богатства на рачун заједнице и становништва. Такав друштвени образац је, дакле, препрека одрживом развоју. Другим речима, одрживи развој је заробљеник интереса богатих појединаца и моћних елита. Према томе криза идеологије конзумеризма је дефакто криза друштвеног обрасца који је произвео ерозију моралних и етичких вредности. Везујући

³³Материјалистичке културе се доминантно заснивају на животним вредностима које носе мушка обележја, као што су; каријеризам, материјализам, резултати, снага, брзина, агресивност, сукобљавање, кондиција. Брига за друге људе и угрожене социјалне групе није видљива карактеристика ових култура. Оставља се утисак особене индивидуалности и независности од других људи. Високо се цене; успех, способност зарађивања новца и увећавање сопственог богатства. Синтагма „иако није све у новцу он ипак смирује живце (доноси спокој)“, најчешће се користи да објасни однос према животу материјалистичке потрошачке културе. (Hofstede, G; Op.Cit. pp127)

³⁴Acemogly, D; Robinson, J; Why Nations Failed, ... op.cit.pp 341

проблеме западних (потрошачких) друштава за функционисање екстрактивних институција, указује се да уколико се оне не промене развој неће бити ни праведан ни одржив³⁵. То није једноставан задатак с обзиром да су институције правила понашања (писана и неписана) и да се времоном мењају у складу са променом друштвене климе и системом вредности.

Сматра се да савремена друштва која су посвећена изградњи инклузивних институција воде добробити и појединца и заједнице. Инклузивне институције се препознају кроз диоптрију квалитета: 1. Владавине демократских права (кроз перформансе које указују на ефикасну заштиту људских права); 2. Економских институција (правну заштиту својине и ширих економских права; ниво уређености интегралног тржишта); 3. Улоге неформалних правила у управљању људским односима (колико је снажан морални и етички кодекс у оквиру новог система друштвених вредности као темељ стабилности). Изградња инклузивних институција потхрањује мање или више друштвену одговорност свих актера у заједници за реализацију прокламованих циљева одрживог развоја, даје печат и отвара пут победи јавног интереса над приватном похлепом. Такав друштвени контекст охрабрује колаборацију, међузависност, солидарност и транспарентност. Са друге стране смањује неизвесност и утиче на јачање економске и политичке стабилности. Зато је веома битно да се транзиција потрошачког друштва препознаје по изградњи демократских и економских инклузивних институција (сету регулаторних и конститутивних правила, политика и система), који су у тесној вези са системом етичких, моралних и хумних вредности као темељем стабилности. Оне економски и друштвени систем чине одрживим, праведним и виталним.

Не доводећи у питање значај изградње инклузивних институција за одрживи развој, има мишљења да је савремена економска теорија и политика запоставила да нагласи значај „видљиве руке“ државе у отклањању препрека расту, креирању конкурентског миљеа за раст и формулисање стратегијског коридора за развој и промене.³⁶ Адекватно управљање транзицијом система захтева рехабилитацију управљачког кредибилитета државе на

³⁵Ibidem pp.342

³⁶Roderick, D; One Economics Many Recipes: Globalization, Institutions and Economics Growth; Princeton University Press, 2007.

начелима меритократије.³⁷ Предузетничка држава има водећу улогу у креирању раста у модерном капитализму.³⁸ Предузетно оријентисане управљачке структуре се јављају у улози концепцијских лидера и стратега у различитим областима од значаја за одрживи развој. Реч је о следећим важним подручјима деловања: 1. Креирају визију одрживе будућности; 2. Формулишу стратегију индустријског равоја и иницирају, осмишљавају, координирају и финасирају стратешке пројекте (у области зелене економије, информационих, био и нано технологија исл.) на којима почива паметан и одржив раст; 3. Изграђују и унапређују инклузивне институције усклађене са захтевима одрживости.

ЗАКЉУЧАК

Потрошачко друштво суочено са бројним изазовима и слабостима тражи решења у коренитим променама модела раста заснованог на конзумеризму. Веровање доскора владајућег мејнстрима, у економској теорији и политици, да економско здравље друштвене заједнице и његова перспектива зависи од потрошње (тражње) за материјалним добрима и услугама показало се неодрживим. Неконтролисани економски раст није успео да створи претпоставке за бољи квалитет живота и људску срећу. Уместо тога, довео је до раста бројних изазова, деформисао је цео систем друштвених вредности; продубио је персоналну неизвесност и апстраховао је значај задовољења основних људских потреба. Реч је о парадигми фетиша раста. Економски раст исказан макро економским агрегатима уствари је фетиш који замагљује суштинске проблеме развоја. Проблем је у томе што је неолиберална парадигма квантитативне економске индикаторе поставила високо на лествици пожељних циљева, а истовремено је, повинујући се интересима капитала затворила очи пред хуманим, етичким и моралним. Када је у дужем периоду стопа приноса на капитал већа од стопе привредног раста, евидентна је концентрација богатства чија неравномерна расподела изазива економску и социјалну нестабилност. Синтетички показатељ раста БДП (фетиш индикатор) не прикрива само проблем похлепе за профитом и неправедне расподеле, већ и друге етичке

³⁷ Адекватно управљање променама почива на професионалном, способном, високо стручном, моралном, мотивисаном (пристојно плаћеном) макро менаџменту, што се обично означава појмом „медитократија“

³⁸ Macuzato, M; *The Entrepreneurial State: Debunking Public V.S Private Sector Myths*; Anthem Press, 2013.

изазове (одсуство емпатије, етос расипништва, раст задужености, раст криминала, урушавање здравља људи, еко система, итд.). Све то заједно ствара огромне нематеријалне трошкове и утиче на ерозију система друштвених вредности у целини. Такво друштво заснива своју садашњост и будућност на неизвесности што је сигуран пут ка неодрживости ситема, угрожавању квалитета живота и људској несрећи (расту депресије и песимизма).

Алтернативу треба тражити у економији која је усмерена на хумани развој, и дугорочну одрживост а не на гомилању богатства и потрошачкој грозници која нема додирних тачка са хуманим потребама и бољим квалитетом живота. Овај тренд покренуо је фундаментална питања раста и развоја, актуелизирао критике модела раста заснованог на конзумеризму, ставио је под лупом идеологију неолиберализма, потенцирао значај нових етичких вредности (квалитет живота, људска срећа је мерило – а не преокупација материјалним) и реафирмисао социал - демократске принципе (принципе хуманог развоја): економија мора да служи људима, а не они њој; у фокусу су људи и њихове потребе, а не роба и новац.

Рефлексија потрошачког друштва може се сумирати у једној реченици: „Економија на дуг, економија на терет будућих генерација“, води порасту неизвесности, односно расту економске и друштвене нестабилности. Таква економија и друштво немају перспективу.

Друштвена свест о угоржености света конзумеристичком идеологијом, формира нови *life-style*. Идеја о новом животном стилу потиче из настајања људске среће. Потрага за срећом је основни људски циљ. Та идеја кореспондира са хуманим развојем и бољим квалитетом живота. Он извире из стазе знања, здравља и емпатије (солидарности). Нови животни стил кореспондира са вишим духовним (моралним) и етичким вредностима који укључују процес сазревања од егоизма ка развоју друштвених односа из којих долазе највећи потстицаји за хумани развој, бољи квалитет живота и људску срећу. Реч је о новом систему друштвених вредности који нема много заједничког са вредностима материјалистичке културе. Уместо универзалних вредности утканих у етици (добро и зло, врлина, савест, слобода, пријатељство, правда, истина, срећа, љубав, доброта, солидарност, једнакост) материјалистичка култура је промовисала етику из интереса. Зато је данас, више него икада, људима потребна реафирмација етике. Уместо етике интереса, треба развити нову етику солидарности, етику одговорности за потребе које воде бољем квалитету живота садашњих и будућих генерација.

Нови животни стил мора у себе инкорпорирати принципе и циљеве нове (старе) етике. Идеја водиља треба да буде опште добро (економски одржив, еколошки здрав, и друштвено одговоран живот); одговорност за себе и друге. Реч је о новом систему друштвених вредности који је близак друштвеном обрасцу који носи предузетничко – солидаристичка обележја културе. Проблем је у томе што нови систем друштвених вредности није могуће успоставити на кратак рок, а актуелна стварност захтева промптно решавање бројних изазова. Према томе, тај систем није могуће изградити без друштвених иновација које отварају перспективу одрживом развоју. Улога државе је незаменљива у иницирању друштвених иновација кроз изградњу инклузивних институција утемељених на новој етици.

Нова визија система и адекватна транзиција треба да буде вођена хуманошћу и људском срећом. Она имплицира потребу за афирмисањем нове парадигме раста. Реч је о моделу паметног, одрживог и свеобухватног раста. Добре институције охрабрују:

1. Паметан раст и развој економије заснован на знању и иновацијама;
2. Одрживи раст (подстицање интелигентних инвестиција у јавном и приватном сектору које су у складу са приоритетима и политиком одрживог развоја);
3. Свеобухватни раст (подстицање привреде са одрживом запосленошћу која би донела социјалну и територијалну кохезију) на принципима сарадње јавног и приватног сектора.

Обезбеђење одрживог раста подразумева штедњу и умереност. Оно афирмише унапређење: ресурсно ефикасније, еколошки чистије, друштвено одговорније и конкурентније економије. Предпоставља се праведан развој, што подразумева бољи живот за све друштвене слојеве, а не само за оне на врху и тражи се социјал демократски развој (јачање културе одрживости) где ће грађани на различите начине учествовати у доношењу одлука које ће утицати на њихов бољи квалитет живота.

ЛИТЕРАТУРА

1. Acemogly, D; Robinson, J; (2012) Why Nations Failed: The Origins of Power Prospering and Poverty; Krupa Publishing Group;, (ISBN: 0307719235, 9783077/9232)
2. Drucker, P; (1974) Management: Tasks Responsibilities, Practices, Harper and Row, New York,
3. Hofstede G; (1991) Cultures and Organizations: Software of the mind, McGraw-Hill, London

4. Karten, D; (1995) When Corporations Rule The World, Earthscam, London.
5. Klein, N; (2000) No Logo; Alfred A Knopf, Canada; A Division of Random House of Canada, limited, Toronto,
6. Kotler, P; Hessekel, D; Lee, N; (2012) Good Work: Marketing and Corporate Initiatives that Build a Better World and Bottom line; June (ISBN: 978-1-118-20688-3);
7. Kotler, P; Kartajaya, H; Setiawan, I; (2010) Marketing 3.0, From Products to Customers to the Human Spirit, Hardcover
8. Kotler, P; At All; (2008) Principles of Marketing, Paperback;
9. Krugman, P; (2012) Okončajte ovu depresiju, Odmah“, Helix-Smederevo, Interkomerc – Beograd
10. Macuzato, M; (2013) The Entrepreneurial State: Debunking Public V.S Private Sector Myths; Anthem Press
11. Martin, R; (2010) The Age of Customer Capitalism, Harvard Business Review, January-February;
12. Mc. Daniel, C; (2007) Good and Money: The Moral Challenge of Capitalism, Lanham MD: Rowan and Littlefield Publishers, INC
13. Milanović, B; (2011) More or Less; Finance and Development, Vol. 48, No3, IMF.
14. Packard, V; (1957) The Hidden Persuaders – on the Advertising Industry; ISBN: 0-681-53149-2
15. Palast, G; (2012) Billionaires and Ballot Bandits: How to steal an Election in 9 easy steps; www.ballotbandits.wordpress.com/bolok-tour/
16. Porter, M; Kramer, M; (2011) Creating Shared Value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and Growth; Harvard Business Review;
17. Roderick, D; (2007) One Economics Many Recipes: Globalization, Institutions and Economics Growth; Princeton University Press,
18. Skidelsky, R, Skidelsky, E; (2013) How Much is Enough?: The Love of money and the cas for the good life, Publishing, September Penguin Books, Paperlock
19. Stiglitz, J; (2010) Free Fall; America Free Markets and the sinking of the World Economy, Norton, NewYork
20. Stiglitz, J; Kaldor, M; (2013) The Quest for Security: The Challenge of Global Governance, NY: Columbia U Press
21. www.cce.ufl.edu/wp-content/uploads/2012/08/ethics-sustainability-textbook.pdf; Kibert, C; Thiele, L; Peterson, A; Mourle, M; The Ethics of Sustainability; Accessed: 17.05.2015.
22. www.covekitechnologija.com/?p=380; Accessed: 02.04.2015.

23. www.debate.org/opinions/society/islife_in_america_better_today_then_it_was_50_years_ago/; Accessed: 02.07.2015.
24. www.filmovikojinasgledaju.org/tekst/gradjaninkejn.php; Vuković, V; (2011) Fetiš i individualnost; Accessed: 22.06.2015.
25. www.gallup.com/pool/182009/mood-world-upbeat-international-happiness-day.aspx; Accessed: 07.04.2015.
26. www.google.rs/webhp?sourceid=chrome-instant&rlz; Philosophy: Ethics and Hedonism; Accessed: 12.06.2015.
27. www.klingmann.tumblr.com/post/815767018/what-is-holistic-sustainability/; Klingman, T; (2010); What is holistic sustainability?; Accessed: 30.06.2015.
28. www.nature.com/news/development-time-to-leave-gdp-behind-1.4499; Accessed: 04.07.2015.
29. www.nytimes.com/2008/12/21/business/worldbusiness/21siemens.html?pagewanted=all&_r=0; At Siemens Brilery Just a Line Item; Accessed: 04.07.2015
30. <http://www.oecd.org/els/soc/41494435.pdf>; OECD Growing Unequal? Income Distribution and Poverty in OECD Countries, (2011); Accessed: 28.04.2015.
31. www.ourworldindata.org/data/economics-development-work-standard-of-living/happiness-and-life-satisfaction; Accessed: 30.05.2015.
32. www.openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/6507/449860PUB0Box3101OFFICIAL0USE0ONLY1.pdf?sequence=1; The World Bank (2008), Commission on Growth and Development, Growth Report Strategies for Sustainable Growth and Inclusive Development; Accessed: 15.05.2015.
33. www.profile.nus.edu.sg/fass/polhaque/gnp-myth.pdf; Haque, M.S; (2004) The Myths of Economic Growth: Implications for Human Development: New York; Accessed: 30.06.2015.
34. www.sustainabledevelopment.un.org/content/documents/617BhutanReport_WEB_F.pdf; (2012); Secretary-Generals Remarks at High Level Meeting on „Happiness and Well-being: Defining New Economy Paradigm“; New York; Accessed: 15.07.2015.
35. www.theylobeandmail.com/news/national/article240733928.esebinary/world+happiness+report.pdf; Helliwell, J ;Legard, R ;Sachs, J; World Happiness Report; Accessed: 28.04.2015.
36. www.en.wikipedia.org/wiki/willian-e-rees; Rees, F; Ecological Footprints and Biocapacity: Essential Elements in Sustainability, Assessment Chichester, UK, John Willey and Sons, 2006; Accessed: 23.05.2015.

37. www.rs.undp.org/content/dam/serbia/publication/%20Reports/Serbian/undp-srb/rezime/%20izvestaja%20humanom%20razvoju.

Рад је примљен: 01.09.2015.

Рад је прихваћен за штампање: 30.09.2015