

Razvoj ekonomije dijeljenja u Republici Hrvatskoj

Kovačević, Manuela

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Organization and Informatics / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:211:829993>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported / Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-22**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Organization and Informatics - Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
VARAŽDIN**

Manuela Kovačević

**RAZVOJ EKONOMIJE DIJELJENJA U
REPUBLICI HRVATSKOJ**

DIPLOMSKI RAD

Varaždin, 2018.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
V A R A Ž D I N

Manuela Kovačević

Matični broj: 44770/16-R

Studij: Ekonomika poduzetništva

RAZVOJ EKONOMIJE DIJELJENJA U REPUBLICI HRVATSKOJ
DIPLOMSKI RAD

Mentor:

doc. dr. sc. Irena Kedmenec

Varaždin, lipanj 2018.

Manuela Kovačević

Izjava o izvornosti

Izjavljujem da je moj diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristila drugim izvorima osim onima koji su u njemu navedeni. Za izradu rada su korištene etički prikladne i prihvatljive metode i tehnike rada.

Autorica potvrdila prihvaćanjem odredbi u sustavu FOI-radovi

Sažetak

Dijeljenje nije nova pojava te su ljudi nekada, živeći u zajednicama, međusobno dijelili i više nego što to rade danas. Razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije i općenito napredak društva dvosjekli su mač i bitno je iskoristiti ovu pojavu modernog doba na efikasan način, sa ciljem kolektivnog podizanja kvalitete života. Ono čime se ovaj rad bavi je razvoj jednog sasvim novog ekonomskog modela – ekonomije dijeljenja – koji je uvjetovan upravo tehnološkim razvojem. Napredak tehnologije doveo je do globalne povezanosti i umrežavanja ljudi iz različitih dijelova svijeta, kojima je tako omogućeno dijeljenje i razmjena svih materijalnih i nematerijalnih dobara. To dijeljenje obično se odvija putem raznih specijaliziranih online platformi, koje se kroz rad nastoje detaljno opisati i čitatelju dati jasna predodžba načina realizacije ovog ekonomskog modela. Samim time, izmijenjen je način pristupa dobrima i potrošnje oskudnih resursa kojima se na ovaj način želi produžiti vijek uporabe. Internet se našao u glavnoj ulozi posrednika, bez kojeg cijeli ovaj princip ne bi bio ostvariv. Time tehnološki razvoj, osobito internet, stavlja dijeljenje na jednu sasvim novu razinu i čini ga dostupnim i sveprisutnim u svim segmentima života. Nezaobilazna činjenica učinkovitog funkcioniranja modela dijeljenja je stupanj međuljudskog povjerenja unutar određene zajednice ili nacionalne ekonomije. Ovaj koncept zaživio je u razvijenim dijelovima Europe i svijeta, a koliko je zastupljen u Hrvatskoj i čemu bi se trebalo posvetiti više pažnje da u potpunosti zaživi, nastojat će se istražiti kroz ovaj rad.

Ključne riječi: *ekonomija dijeljenja, dobra ekonomija, povjerenje, tehnološki napredak, online platforme dijeljenja, umrežavanje, zajednica, trajna održivost*

Sadržaj

1. Uvod i metode rada	1
2. Dobra ekonomija	2
2.1. Borba protiv siromaštva	2
2.1.1. Problem zdravstvene skrbi	3
2.1.2. Nejednakost ili siromaštvo?	4
2.2. Modeli dobre ekonomije	11
2.2.1. Pravedna trgovina	12
2.2.2. Zadruga	14
2.2.3. Etičko bankarstvo	17
2.2.4. Ekonomija dijeljenja (solidarna ekonomija)	20
2.2.5. Društveno poduzetništvo	20
2.2.6. Lokalne i regionalne valute	22
2.2.7. Commons i – Zajednička dobra	25
3. Ekonomija dijeljenja kao oblik dobre ekonomije	28
3.1. Čimbenici razvoja ekonomije dijeljenja	29
3.2. Međuodnos tehnološkog napretka i ekonomije dijeljenja	31
3.2.1. Internet platforme ekonomije dijeljenja	32
3.3. Valuta ekonomije dijeljenja	43
3.4. Ekonomija dijeljenja naspram klasične ekonomije	44
3.4.1. Dijeljenje sa svrhom trajne održivosti	46
3.4.2. Moćno ekološko opravdanje	46
3.5. Banke vremena	47
4. Razvoj ekonomije dijeljenja u Republici Hrvatskoj	50
4.1. Ponovno korištenje dobara	52
4.2. Povećano iskorištenje trajnih dobara	55
4.3. Razmjena usluga	61
4.4. Dijeljenje imovine ili usluga za proizvodnju, a ne za potrošnju	65
5. Zaključak	73
Literetura	75

1. Uvod i metode rada

Rad se sastoji od dva dijela – teorijskog i istraživačkog, kojima se nastoje prikazati modeli, oblici, načini i platforme preko kojih dobra ekonomija, odnosno ekonomija dijeljenja djeluje. Paralelno se kroz cijeli rad navode razni brožani i statistički podaci, radi usporedbe globalnog i hrvatskog tržišta. Cilj rada je teorijski prikazati modele dobre ekonomije i načine dijeljenja, gdje su teorijska objašnjenja nadopunjena brojčanim podacima, te ukazati na globalni problem nejednakosti, odnosno siromaštva, na koji bi se moglo utjecati kroz opisane modele i načine. Time se kroz rad ova dva dijela, teorijski i istraživački, isprepliću, a samo istraživanje provedeno je na razini Republike Hrvatske u zadnjem poglavlju rada.

Rad je strukturiran u pet poglavlja gdje je se prvo poglavlje odnosi na uvod, a zadnje na zaključak. Na teorijski dio odnose se drugo i treće poglavlje – dobra ekonomija i ekonomija dijeljenja kao oblik dobre ekonomije, koja su popraćena brojčanim podacima radi boljeg razumjevanja i stvaranja jasnije slike stanja. U drugom poglavlju istaknut je problem siromaštva i pogledi različitih ekonomista na taj problem. Također su opisani pojavni modeli dobre ekonomije kao alternativna rješenja nastalom problemu. U trećem poglavlju naglasak je na ekonomiji dijeljenja kao obliku dobre ekonomije te na internet platformama sa svrhom dijeljenja. Opisane su sve poznatije platforme u svijetu, od kojih su neke prisutne i kod nas. U ovom se poglavlju također nastoje istaknuti sve prednosti koje ekonomija dijeljenja donosi u odnosu na trenutno zastupljenu potrošačku ekonomiju. U četvrtom poglavlju provedeno je online istraživanje sa svrhom utvrđivanja razvoja ekonomije dijeljenja u Republici Hrvatskoj. Istraživanje je rađeno prema četiri kategorije ekonomije dijeljenja. Za svaku kategoriju istraženi su pojavni oblici prisutni kod nas i nabrojane online platforme preko kojih djeluju. Radi usporedbe i točnijeg utvrđivanja zastupljenosti ekonomije dijeljenja na hrvatskom tržištu, dani su podaci na razini Europske unije i svijeta, sa osnovnom istraživačkom hipotezom da je ekonomija dijeljenja nedovoljno zastupljena u Republici Hrvatskoj, u odnosu na razvijene zemlje Europe i svijeta.

Kako je ovakav model ekonomije relativno novi i njegov rast dolazi s napretkom tehnologije, za teorijski i istraživački dio rada korišteni su isključivo sekundarni izvori podataka, odnosno online izvori literature kao što su internet članci i web-izvori.

2. Dobra ekonomija

Dobra ekonomija veoma je širok pojam koji u globalu obuhvaća potpuno drugačiji način funkcioniranja gospodarstva od trenutno tržišno zastupljenog, te ekonomske modele i aktivnosti koji teže postizanju blagostanja šire društvene zajednice. Kao što i sami naziv kaže, dobra ekonomija fokusirana je na postizanje opće dobrobiti. Tu se prije svega misli na društvenu (socijalnu) ekonomiju i društveno poduzetništvo koji obično idu skupa sa zelenom ekonomijom (poduzetništvom) jer neko društvo ne može postići trajno zadovoljstvo i blagostanje ako živi u zagađenom okolišu i ne brine o prirodi. Dobra ekonomija postaje sve rašireniji način gospodarenja širom svijeta, a kako i ne bi kada tržišna, odnosno potrošačka ekonomija nikako da dovede do željenog blagostanja, već suprotno, dovela je do siromaštva, gospodarskog jaza, zagađenja prirode i drugih nepogodnosti za društvo i zajednicu. Stoga mnogi širom svijeta traže alternativu i teže pravednijem i dugoročno održivom sustavu, a dobra ekonomija i njezini modeli su upravo to i događaju se upravo sada. U nastavku slijedi prikaz trenutne ekonomske situacije modernog doba te opis dobre ekonomije kroz oblike i modele u kojima se pojavljuje.

Dobra ekonomija podupire kvalitetu života u čitavoj zajednici, a temelji se na načelima brige za ljude, brige za okoliš, na pravednoj raspodjeli te podržava solidarnost i održivost sustava. Prema tome, to je ekonomija koja stvara obilje prilika i mogućnosti da zadovoljimo vlastite potrebe bez ugrožavanja tuđih, koja pravedno koristi i dijeli resurse, prihvaća odgovornost, njeguje solidarnost te poštuje održivost ekosustava. Dobra ekonomija podržava mnogo modela poput društvenog poduzetništva, etičkih fondova i banaka, zajedničkog rada i solidarnosti, očuvanja općeg dobra i resursa, regionalnih valuta te novca bez kamata i duga. Kroz te modele, kao i mnoge druge, teži se kreirati sustave gospodarenja koji poštuju ljude i prirodu i rade na njihovoj dobrobiti (dobraekonomija.org).

2.1. Borba protiv siromaštva

Nepravda i siromaštvo u svijetu prisutni su u gotovo svim sferama života. Moglo bi se reći da su postali sastavni dio okruženja i mnogi su je prihvatili kao takvu, „normalnu“ pojavu. Već na putu do obližnjeg dućana, svakodnevno se mogu susresti oni koji otvaraju kante za smeće i traže nešto što im predstavlja vrijednost (plastične boce, hranu, odjeću...); i pritom se ne skrivaju kao do prije par godina, jer je to danas izgleda doista normalna pojava. Potom odlaze u taj isti dućan i mjenjaju prikupljene boce za nešto kovanica, dok drugi iznose pune vrećice ne razmišljajući o tome koliko su potrošili. Prolaze samo, ne vide ni ne osjećaju tuđi

jad, brigu i očaj. Što je to u većini ljudi, koliko se društvo moralo promijeniti i uslijed čega kada od svega toga okreću glave i nije ih briga sve dok je njima dobro? Gdje je nestala empatija, moral, humanost i etičnost? Čast izuzetcima koji aktivno pomažu ugroženim skupinama kroz razne volonterske aktivnosti ili na neki drugi način doprinose društvu. Tko stoji iza toga i radi to da ljudi ne vide širu sliku i ne reaguju, već su isplanirano zaslijepljeni nebitnim stvarima (primjerice trenutno aktualno svjetsko nogometno prvenstvo)? Mnogi odgovori naći će se u politici o čemu bi se imalo što za pisati, ali to nije tema rada. No, o politici i političkim odlukama ovise i svi drugi aspekti života neke zajednice, od ekonomskih preko pravnih pa sve do obrazovnih i zdravstvenih. Kako bi se siromaštvo i nejednakosti umanjile i povećalo blagostanje, oslonac se treba pronaći u pravednoj i čvrstoj političkoj i zakonodavnoj podršci i mjerama kroz koje će se učinkovito djelovati na povećanje kvalitete života svih stanovnika i rast životnog standarda.

2.1.1. Problem zdravstvene skrbi

Prema izvještaju Svjetske zdravstvene organizacije (WHO) i Svjetske banke (World Bank) od kraja prošle 2017. godine, najsiromašniji slojevi globalnog društva primorani su birati između zdravstvene skrbi i drugih kućanskih potrepština, uključujući hranu i obrazovanje. Njih gotovo 100 milijuna godišnje, zbog dugovanja nastalih kroz zdravstvene troškove, prelazi granice krajnjeg siromaštva. Zbog nagomilanih dugova u troškovima za zdravstvenu skrb, više od 122 milijuna ljudi diljem svijeta preživljava s 3.10\$ po danu, što je granica umjerenog siromaštva. Ta brojka od 2000. godine raste za 1,5 posto godišnje. Gotovo 180 milijuna ljudi potroši 15 posto ili više svog kućnog budžeta na zdravstvene troškove koje ne pokriva zdravstveno osiguranje, a populacija istih raste 5 posto godišnje. Žene su tu posebno ugrožene o čemu govori i podatak da samo 17 posto žena iz petine najsiromašnijih kućanstava ima adekvatan pristup majčinskim i dječjim zdravstvenim uslugama, dok s druge strane to isto je osigurano 74 posto žena iz najbogatije petine kućanstava. Vjerojatnost da ćete dobiti osnovni paket zdravstvene skrbi ako ste bogati, veća je skoro četiri puta. Iz Svjetske banke ističu da je to moralni i ekonomski bankrot i da takav sustav nije trajno održiv, te je globalni problem svih država, bez obzira jesi li bogate ili siromašne. Ističu i da dok god milijuni ljudi budu osiromašeni zdravstvenim troškovima, kao i ostalim, neće se doseći cilj koji Svjetska banka ima, a taj je postizanje kolektivnog održivog razvoja za kraj krajnjeg siromaštva do 2030. godine. Azija ima najveću stopu od onih koji su bili gurnuti ispod linije siromaštva zbog troškova zdravstvenog osiguranja te se procjenjuje da njih 72 posto troši 25 posto kućnog budžeta na zdravstvenu skrb. U Africi je zabilježeno najbrže povećanje broja onih koji potroše najmanje 10 posto svojih proračuna na zdravstvenu zaštitu. No problem dostupnosti zdravstvene skrbi nije ograničen na zemlje u razvoju. U Europi, Latinskoj Americi i dijelovima Azije, od kojih svaka ima visoku razinu

pristupa zdravstvenim uslugama, sve veći broj ljudi troši najmanje 10 posto kućnog budžeta na zdravstvene troškove (theguardian.com a).

Ovo je samo jedan od primjera koliko je trenutni sustav neodrživ i koliko su pojedinci i društvo osiromašeni od strane države i nametnutog zdravstvenog sustava, bez kojeg se ipak ne može. Zdravlje bi trebalo biti jedan od prioriteta na nacionalnoj razini i lako dostupno svima, u financijskom i bilo kojem drugom smislu. Nažalost, danas je i zdravstveni sustav postao jedan od načina upravljanja ljudima, kojemu, za sada, većina još uvijek slijepo vjeruje.

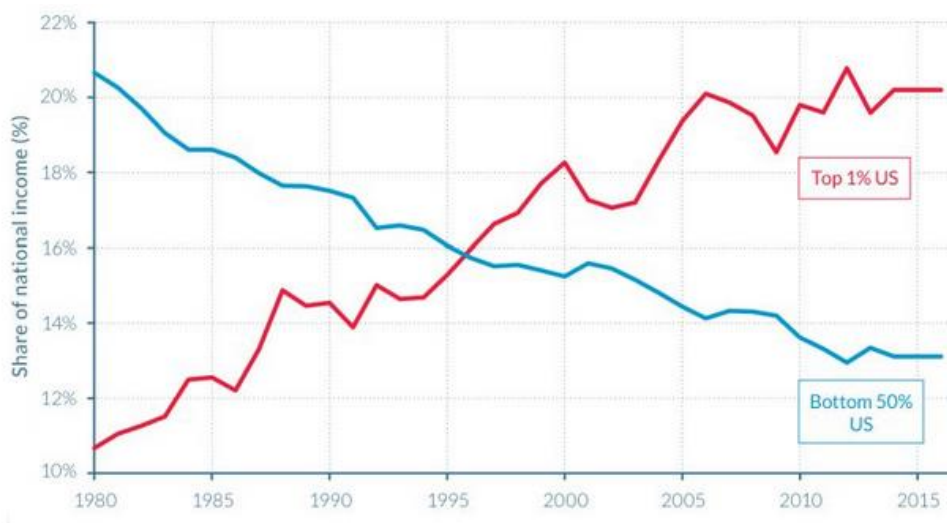
2.1.2. Nejednakost ili siromaštvo?

Labaratorij svjetske nejednakosti (engl. World Inequality Lab), kojeg predvodi francuski ekonomist Thomas Piketty, za cilj ima promicati istraživanje globalne nejednakosti. Labaratorij je objavio izvješće o nejednakosti u svijetu za 2018. u kojemu je sažeto istraživanje stotine akademika diljem svijeta koji su pratili i dokumentirali protok kapitala od 1980. godine pa do danas. Prema istraživanju najveći dio povećanja globalnog prosperiteta odnosi se na 0.001 posto stanovnika, odnosno 76 tisuća ljudi koji su zauzeli 4 posto svjetskih kapitalnih dobitaka od 1980. 50 posto stanovnika najnižeg standarda uopće nije osjetilo porast blagostanja. Predviđanja istraživača su takva da će nejednakost nastaviti rasti – udio bogatstva kojeg drži jedan posto najbogatijih stanovnika mogao bi narasti s 20 posto bogatstva na 24 posto do 2050., što znači da će se udio bogatstva najsiromašnijih 50 posto stanovnika smanjiti s 10 na 9 posto. Piketty i njegovi pobornici zalažu se za progresivno oporezivanje dohotka i imovine te smatraju da bi globalni porez na bogatstvo mogao biti jedini način rješavanja nejednakosti. Naime, taj problem s vremenom može biti još i gori, ako svjetske vlade ne poduzmu mjere za povećanje poreza prema najbogatijim slojevima globalnog društva te ako ne spriječe najbogatije da skrivaju novac u takozvanim poreznim oazama. Važnost uloge koju nacionalne politike i institucije imaju u oblikovanju nejednakosti proizlazi iz činjenice da se razina nejednakosti razlikuje od zemlje do zemlje, čak i u slučajevima zemalja sa sličnim stupnjom razvoja (boingboing.net).

Thomas Piketty je stručnjak na području ekonomske nejednakosti koju istražuje više od deset godina, te je više od 200 godina ekonomske povijesti ispisao u knjizi „*Kapital u 21. stoljeću*“, izdanoj 2014. godine. On tvrdi da se u kapitalizmu više zarađuje od kapitala nego od rada, odnosno da je stopa prinosa na kapital veća od stope gospodarskog rasta. Prema tome će naslijeđeno bogatstvo uvijek rasti brže od zarađenoga i oni koji rade će imati sve manje, dok će oni koji ne rade imati sve više. Piketty tvrdi da to nije prolazna kriza, već je takav sistem (telegram.hr a).

Prema istraživanju, nejednakost je porasla u gotovo svim regijama svijeta u posljednjih nekoliko desetljeća, ali rasla je različitim brzinama. Najniža je u Europi, a najviša

na Bliskom istoku. U 2016. godini, iznosi prihoda top 10 posto najvećih privređivača imali su udio u ukupnom nacionalnom dohotku od čak 37 posto u Europi, 41 posto u Kini, 46 posto u Rusiji, 47 posto u SAD-u i Kanadi, te oko 55 posto u subsaharskim zemljama Afrike, Brazilu i Indiji. Na Bliskom istoku, u dijelu u kojem je prema istraživanju prisutna najveća nejednakost, 10 posto najbogatijih drži 61 posto nacionalnog dohotka. Od 1980. godine nejednakost dohotka naglo je porasla u Sjevernoj Americi, Kini, Indiji i Rusiji, a umjereno je rasla jedino u Europi. Na sljedećem prikazu vidljiv je trend kretanja podjele nacionalnog dohotka između 1 posto najbogatijih i 50 posto najsiromašnijih u SAD-u, od 1980. do 2015. godine (boingboing.net).



Slika 1: Nejednakost raspodjele nacionalnog dohotka u SAD-u (Izvor:boingboing.net)

Ovime se potvrđuje je nejednakost u SAD-u naglo porasla te da mala skupina najbogatijih gomila svoje bogatstvo, dok većina postaje sve siromašnija što negativno utječe na jednakost. Povezano s nejednakošću, ali ne i njome izazvano, siromaštvo je još veći društveni problem i zahtjeva puno više pažnje i djelovanja od strane vlasti i zakonodavnih tijela, pojedinaca i zajednica, manjine i većine.

Pikettyjevih kritičara i njegovog stava o nejednakosti ima mnogo, kako s ekonomske strane, tako i sa sociološke. Od početka se upozoravalo na probleme s podacima, pretjerano restriktivnim teorijskim pretpostavkama, nepostojanje empirijskih dokaza za ključne tvrdnje, odnosno formalnog testiranja uzroka i posljedica nema, te veoma različitim trendovima nejednakosti u pojedinim državama koji ne podupiru Pikettyjevu tezu. Ekonomisti osporavaju način na koji je Piketty definirao početne veličine te dovode u pitanje neke njegove mjere, a sociolozi pak prigovaraju Pikettyju na tome kako je definirao društvene klase te kako ne teoretizira društvene pokrete. Uz to, ističu da je *Kapital* teorijski oskudna knjiga kojom se ne

nude temelji za novu političku ekonomiju, a ignoriraju se mnogi radovi koji mogu biti od koristi (osobito oni koji se bave načinom na koji kapitalizam funkcionira na dugi rok). Također, njegova glavna politička preporuka je globalno progresivno oporezivanje što je istovremeno politički nerealna i tehnički nedovoljno efikasna mjera. Stoga, ako se želi izaći iz situacije koju Piketty uspješno i efektno opisuje, bit će potrebna alternativna promišljanja na drugačiji način (Grdešić, 2016).

Dodatno, Pikettyjeva teza za progresivno oporezivanje kao osnovnim načinom za smanjenje nejednakosti ne ide u prilog činjenici da visoko razvijene zemlje Sjeverne Amerike i zapadne Europe, od kojih je većina usvojila progresivno oporezivanje kao mjeru borbe protiv nejednakosti, imaju suprotne rezultate - njima nejednakost raste, a gospodarstvo stagnira. Prema tome kao najbolji način borbe protiv siromaštva, ali i nejednakosti za rješenje se ističe ukidanje progresivnog oporezivanja, uvođenje flat tax-a i poticanje gospodarskog rasta kroz rast proizvodnje i zapošljavanja, razvoj tehnologije i efikasnije korištenje resursa (liberal.hr).

Kritičari posebno zagovaraju odvajanje tema nejednakosti i siromaštva, ističući pritom da je siromaštvo primarna briga zajednice, a ne nejednakost te žele usmjeriti raspravu na podizanje životnog standarda. Točnije, ističe se da je glavni nedostatak koncepta nejednakosti odmak fokusa od stvarnog problema – siromaštva odnosno materijalne deprivacije. Materijalna deprivacija podrazumijeva materijalno oskudijevanje kućanstva, odnosno nemogućnost kućanstva da si priušti osnovna materijalna dobra koje većina ljudi smatra nužnim za adekvatan život. Ta dobra, prema metodologiji Eurostata, uključuju:

- nemogućnost kućanstva da si priušti adekvatno grijanje u najhladnijim mjesecima
- nemogućnost kućanstva da svim članovima priušti tjedan dana godišnjeg odmora izvan kuće
- nemogućnost kućanstva da si priušti obrok koji sadržava meso, piletinu, ribu ili vegetarijanski ekvivalent svaki drugi dan
- nemogućnost kućanstva da podmiri neočekivani financijski trošak
- kašnjenje s plaćanjem najamnine, računa za režije, stambenoga kredita ili potrošačkoga kredita
- nemogućnost kućanstva da si priušti telefon
- nemogućnost kućanstva da si priušti TV u boji
- nemogućnost kućanstva da si priušti perilicu za rublje
- nemogućnost kućanstva da si priušti automobil (arhivanalitika.hr a).

Razlikuje se *stopa materijalne deprivacije* koja prikazuje postotak osoba u kućanstvima koje si ne mogu priuštiti najmanje tri od devet stavki materijalne deprivacije, dok *stopa teške materijalne deprivacije* prikazuje postotak osoba u ukupnoj populaciji koje si ne mogu priuštiti najmanje četiri od devet stavki materijalne deprivacije. Na sljedećem prikazu možemo vidjeti kako su se kretale ove stope u RH od 2013.-2016., prema podacima Državnog zavoda za statistiku dobivenih iz *Ankete o dohotku kućanstava*:

	2013.	2014.	2015.	2016.
Stopa materijalne deprivacije (3 ili više stavki)	34,6	33,8	32,8	30,1
Stopa teške materijalne deprivacije (4 ili više stavki)	14,7	13,9	13,7	12,5

Slika 2: Stope materijalne deprivacije u Hrvatskoj od 2013. do 2016. godine u postocima
(Izvor:arhivanalitika.hr a)

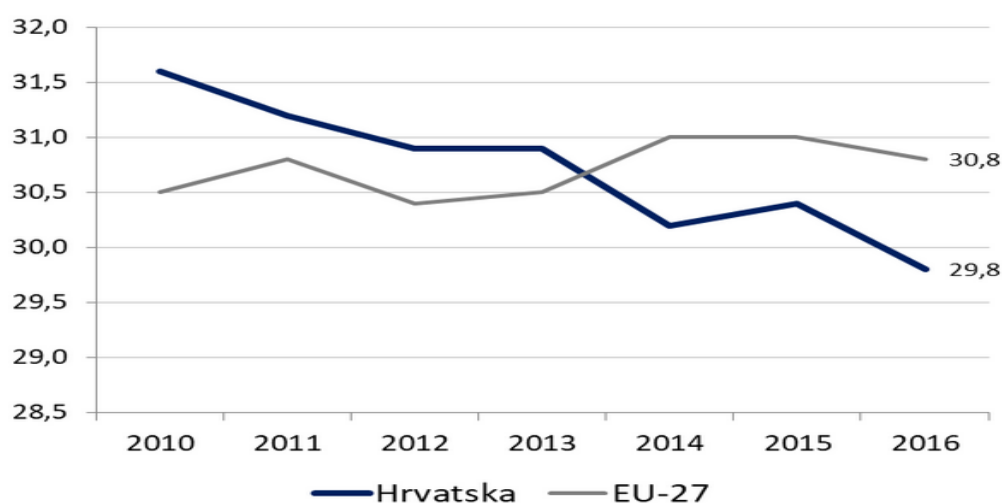
Prosjek stope materijalne deprivacije u EU iznosio je 15,6 posto u 2016. godini, dok je isti u RH bio 30,1 posto. Taj podatak ne čudi jer je RH među najmanje razvijenim zemljama Europske unije, a stopa materijalne deprivacije je u uskoj vezi sa stupnjem razvoja neke zemlje. Stoga se u EU ovaj pokazatelj kreće u vrlo širokom rasponu od niskih 3,7 posto u Švedskoj do čak 46,9 posto u Bugarskoj. No, pozitivno je što je ovaj trend u RH opadajući – u četverogodišnjem periodu došlo je do pada od 4,5 postotnih bodova (arhivanalitika.hr a).

Kritičari Pikettyjeva koncepta nejednakosti ističu da bi mjerenje siromaštva, njegovo isticanje u prvi plan i težnja „neostvarivom idealu“ koji zovemo ravnopravnost i jednakost, trebao biti fokus. Samo gospodarski rast i razvoj može značajnije sniziti stopu oskudjevanja kućanstva – ne postoji niskorazvijena zemlja koja istodobno ima i nisku stopu siromaštva. Prema tome, politike i mjere koje potiču gospodarski rast (poput smanjenja progresivnosti našeg pretjerano progresivnog poreza na dohodak) najefikasnije su za smanjenje siromaštva (arhivanalitika.hr b).

Što se tiče dohodovne nejednakosti mjerene Ginijevim koeficijentom, prema podacima iz 2016. godine dobivenih iz *Ankete o dohotku kućanstava*, usklađene s uredbama EU-a i metodologijom Eurostata, stoji da u proteklih desetak godina nema značajnijeg porasta nejednakosti što se tiče Europske unije. Štoviše, rezultati *Ankete* pokazuju trend smanjenja dohodovne nejednakosti u EU. Blagi rast vidljiv je u Italiji, Grčkoj, Bugarskoj, Danskoj, Španjolskoj, Litvi, Austriji, Sloveniji, Švedskoj i na Cipru, a pad u Belgiji, Irskoj, Estoniji, Nizozemskoj, Poljskoj, Portugalu, Rumunjskoj, Finskoj, Ujedinjenom Kraljevstvu i Hrvatskoj.

Da se primijetiti da među zemljama u kojima nejednakosti dohodaka rastu, kao i među onima u kojima padaju, ima gospodarski uspješnih i neuspješnih država. Primjerice rastuće nejednakosti ima „neuspješni“ Cipar i „uspješna Austrija“, a padajuće „uspješna“ Irska i „neuspješna“ Hrvatska. Prema tome teško je uočiti pravilnosti u odnosu gospodarskog rasta i razvoja te promjena nejednakosti unutar EU (arhivanalitika.hr a).

Slijedi prikaz trenda najpoznatije mjere nejednakosti raspodjele dohotka – Ginijevog koeficijenta, u Hrvatskoj i u EU od 2010. do 2016. godine.



Slika 3: Kretanje Ginijevog koeficijenta u Hrvatskoj i EU (Izvor:arhivanalitika.hr a)

Iz prikazanog je vidljivo da nejednakost u EU stagnira malo iznad Ginija od 30, dok je u Hrvatskoj vidljiv trend pada nejednakosti, te da je nejednakost u RH ispod razine prosjeka EU. Stoga, ako se uspoređi ovaj grafikon sa *Slikom 2* gdje je istaknuta materijalna deprivacija, Hrvatskoj je potrebna borba protiv siromaštva od one protiv dohodovne nejednakosti, a isto vrijedi i za ostatak Europe i svijeta.

Druga poznata mjera dohodovne nejednakosti jest kvintilni omjer dohotka (S_{80}/S_{20}) koji predstavlja odnos između ukupnoga dohotka 20 posto populacije s najvišim dohotkom (peti kvintil) i ukupnoga dohotka 20 posto populacije s najnižim dohotkom (prvi kvintil). Točnije, njime se mjeri jaz između petine najnižih i najviših dohodaka u nekoj zemlji. Slično kao i kod Ginijevog koeficijenta, u Hrvatskoj je ovaj omjer dohodovne nejednakosti sve manji i 2016. je iznosio 5,0 što znači da je 20 posto stanovništva s najvišim raspoloživim dohotkom imalo 5 puta veći dohodak od 20 posto stanovništva s najnižim raspoloživim dohotkom. U ostatku EU ovaj omjer 2016. iznosio je 5,2. Do pada ovog omjera u RH došlo je zbog nešto bržeg postotnog rasta dohodaka stanovništva koje se nalazi u prvom kvintilu. Primjerice,

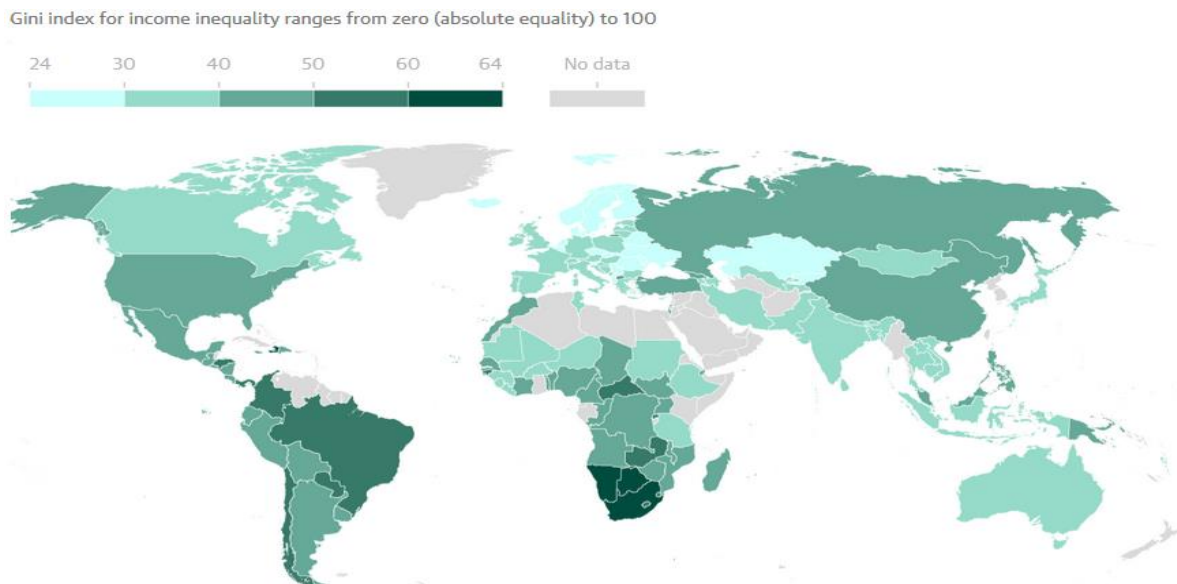
gornja granica ekvivalentnog dohotka za prvi kvintil porasla je za 14,1 posto s 23.143 kn 2013. na 26.400 kn 2016. Istodobno se prag za ulazak u peti kvintil povećao za 9,4 posto sa 60.384 kn u 2013. na 66.031 kn u 2016. (arhivalitika.hr a).

Prema iznesenim podacima može se zaključiti da nejednakost u EU stagnira i promjenjiva je, odnosno u nekom razdoblju pada, dok u idućem raste, no sve u svemu nije toliko izražena. Nejednakosti u Hrvatskoj mjerene Ginijevim koeficijentom i kvintilnim omjerom dohotka (S80/S20) se kontinuirano smanjuju i danas se nalaze ispod prosjeka EU. No u svakom slučaju, nejednakost a time i siromaštvo su prisutni te su potrebne politike rasta koje će utjecati na rast životnog standarda sa naglaskom na smanjenje nezaposlenosti koja je kod nas, iako u padu, i dalje visoka. Paralelno s time utjecat će se na rast dohodaka slabije stojećeg dijela populacije i smanjenje siromaštva odnosno materijalne deprivacije. Zato je ključno potaknuti i ubrzati gospodarski rast kako bi se povećao broj zaposlenih i općenito stopa zaposlenosti. Tek kad se približimo punoj zaposlenosti možemo promišljati o politikama koje bi utjecale na probleme nejednakosti (arhivalitika.hr a).

Kad je već spomenuta nezaposlenost u RH, zanimljivo je istaknuti da je prema posljednjim istraživanjima ona u padu te je u prosincu prošle godine iznosila 10 posto (pad u odnosu na 2016. za 2,5 postotna poena – sa 226 000 na 179 000 nezaposlenih). Ali ako napravimo usporedbu sa nezaposlenosti u EU, i dalje imamo 2,7 postotnih poena višu nezaposlenost u odnosu na prosjek 28 zemalja Unije. Ispod RH su samo Grčka sa više od 20 posto nezaposlenih, slijedi Španjolska sa 16,4 posto, Cipar s 11,3 posto te Italija sa stopom nezaposlenih od 10,8. No, uz pad nezaposlenosti, u RH pala je i zaposlenost. To znači da pad nezaposlenosti nije izazvan rastom zapošljavanja, čemu se teži. Prema najnovijim podacima iz prosinca 2017. koje je objavio Državni zavod za statistiku, ukupan broj zaposlenih u odnosu na studeni 2016. pao je za 1,4 postotna poena. Uzrok pada nezaposlenosti i zaposlenosti uvelike je i trend iseljavanja hrvatskog stanovništva, što se kratkoročno pozitivno odrazilo na statistiku hrvatskog tržišta rada jer utječe na smanjenje i stope i razine nezaposlenosti, no dugoročno nije održivo. U 2016. iz Hrvatske se, prema službenoj statistici iselilo 36 tisuća ljudi, a u zemlju se uselilo manje od 14 tisuća. Za period od 2009. do 2016. službena brojka iseljenih doseže gotovo 150 tisuća ljudi, uz to da službena statistika vjerojatno podcjenjuje stvarne trendove, odnosno vjerojatno je iselilo i više ljudi. Ako se ovaj trend nastavi moglo bi doći do snažne depopulacije, što bi utjecalo na manjak ponude rada te ugrožavanje dugoročnih stopa ekonomskog rasta. Stoga su u RH hitno potrebne mjere i programi zadržavanja stanovništva otvarajući nova radna mjesta i time podižući standard života (antenzadar.hr).

Što se nejednakosti u raspodjeli dohotka u ostatku svijetu tiče, ona varira te je u određenim državama razlika bogatih i siromašnih ekstremna. Ako se uzmu u obzir zemlje

koje spadaju u skupinu G7, odnosno najznačajnije industrijske zemlje svijeta, po stupnju nejednakosti mjerene Ginijevim koeficijentom, prednjači Rusija gdje 45 posto ukupnih primanja ide u džepove 10 posto najbogatijih, koji zarađuju, u prosjeku, 4,5 puta više od prosjeka. To je doista neobično s obzirom da se radi o zemlji koja više izvozi nego što uvozi te bilježi trgovinske viškove u službenim podacima, a ne bilježi veću akumulaciju stranog kapitala. Glavni razlog tome je način na koji su bogati zaradili svoj novac i kako su ga investirali. Uspostavu kontrole nad prirodnim resursima, odnosno privatizacija plina, šuma i nafte, mnogi u Rusiji nazivaju kontroliranom pljačkom. Slično je i u SAD-u gdje 10 posto najbogatijih zarađuje 47 posto ukupnih primanja u toj zemlji, što znači da su ona oko 4,7 puta viša od prosjeka (lider.media a).



Slika 4: Prikaz Ginijevog koeficijenta u svijetu 2017. godine (Izvor:theguardian.com b)

Iz prikazanog je vidljivo da Rusija i SAD kao članice G7 imaju veoma ekstremnu nejednakost po pitanju dohotka. Ostale države na tom stupnju dohodovne nejednakosti su Turska, Kina, Peru, Meksiko i Argentina, dok se sa još većom nejednakošću ističe sami jug Afrike (JAR) gdje je ona najizraženija, te Kolumbija, Brazil, Čile, Haiti i druge. Prema tome ispada da je Europa kontinent sa najmanje nejednakosti u raspodjeli dohotka, a Afrika, Srednja i Južna Amerika sa najviše.

Azija je dobar primjer kako se drastično može smanjiti materijalna nejednakost među stanovništvom uz ekonomski razvoj i gospodarski rast koji se se trenutno ubrzano događa u većem dijelu Azije. Rezultat je to globalizacije i otvaranja nerazvijenih zemalja prema svijetu.

Prema istraživanju objavljenom na stranicama *Our World in Data*, "tamo gdje ekstremno siromaštvo nestaje, siromašnima rastu primanja puno brže nego bogatima" (liberal.hr).

U svakom slučaju, potrebne su globalne mjere kojima će se utjecati na smanjenje siromaštva, a potom i nejednakosti u svijetu. Globalizacija sama po sebi dovela je otvaranja mnogih tržišta i time rasta mogućnosti. Rad kao izvor sredstava predstavlja jedno od potencijalnih rješenja nejednakosti i siromaštva – otvaranje novih radnih mjesta i novi modeli zapošljavanja, koje upravo dobra ekonomija i ekonomija dijeljenja nudi, potiču i oživljavaju gospodarski rast. Uz poticanje gospodarskog rasta, efikasnija preraspodjela resursa bio bi dobar početak. U pojedinim djelovima vlada ravnopravnost i ljudi žive u izobilju, dok drugdje vlada neravnopravnost i ljudi oskudjevaju. Mogli bi jedni s drugima više dijeliti, međusobno si pomagati, razmjenjivati i širiti. Osobito danas kada je stupanj povezanosti i tehnološki razvoj dosegao visoku razinu. No za to je potrebno kolektivno buđenje i širenje svijesti, što se polako i događa, te uspostava adekvatne političke, ekonomske i društvene podloge.

2.2. Modeli dobre ekonomije

Postoji više modela i oblika dobre ekonomije koji potiču održiv gospodarski rast i razvoj. Razvoj modela dobre ekonomije i učinkovito funkcioniranje istih predstavlja gospodarski rast koji, uz mnogo drugih dobrobiti, vodi i ka izlazu iz siromaštva i pravednoj uspostavi trajno održivog sustava. U radu će biti objašnjeni oni najrašireniji, a bit svih modela je ista – postići, već spomenuto, blagostanje, odnosno kreirati sustav gospodarenja koji poštuje ljude i prirodu sa naglaskom na smanjenje siromaštva i nejednakosti u svijetu, točnije produkta klasične ekonomije i kapitalističkog sustava koji su doveli do sukoba ljudi i neravnopravnosti. Sljedeća slika prikazuje neke od modela dobre ekonomije koji su kroz rad objašnjeni:



Slika 5: Modeli dobre ekonomije (Izvor:doabraekonomija.org)

2.2.1. Pravedna trgovina

Pravedna trgovina (engl. fair trade) jedan je od pokreta koji nastoji umanjiti nedostatke na međunarodnom tržištu. Strateški cilj pravedne trgovine je poslovanje s marginaliziranim skupinama proizvođača i radnika, s ciljem poboljšanja njihovog ekonomskog položaja, napretka i stabilnosti. Nastoji se omogućiti razvoj pogođenih dijelova svijeta koji u kontekstu tržišne, odnosno „slobodne“ ekonomije nisu u pravednom položaju. Točnije, radi se o trgovinskim odnosima u kojima proizvođač dobiva minimalnu cijenu za svoj proizvod, a većinu prihoda ubiru velike korporacije. Pravedna trgovina je jedna od alternativa koja ima perspektivu razviti se u upotrebljiv model globalne trgovine jer uvažava sva ona područja koja slobodna trgovina tretira samo kao eksternalije (pravedna plaća za rad radnicima u državama u razvoju, održivi razvoj, ljudska prava i slično), te tako stvara dodatnu etičku vrijednost i donosi pozitivnu promjenu u tržišnim odnosima (Lovrić, 2015).

Naime, pravedna trgovina nastoji smanjiti globalno siromaštvo poticanjem i osnaživanjem proizvođača, i to putem dvije novčane koristi koje imaju utjecaj na konačnu cijenu. To su pravedna minimalna cijena (iznad tržišnog minimuma) koja jamči pokriće troškova održive proizvodnje, plus dodatni iznos, odnosno premija koja predstavlja iznos utvrđen radi doprinosa društvenom i ekonomskom razvoju u zajednicama proizvođača, a plaćaju ga uvoznici. Također se nastoji umanjiti utjecaj posrednika, odnosno inzistira se na neposrednoj kupnji od proizvođača što također pozitivno djeluje na rast prihoda proizvođača. Pravedna trgovina nastoji unaprijediti uvjete života siromašnih lokalnih zajednica u nerazvijenim zemljama, uz naglasak na očuvanju okoliša. Omogućuje izlaz iz siromaštva uz pomoć trgovine, a ne donacija i humanitarne pomoći, što je svakako održiviji pristup koji čuva dostojanstvo proizvođača i njegove zajednice (jatrgovac.com).

Time pravedna trgovina utječe na nejednakost preispitujući društvo u kojem većina stanovništva živi pod granicom siromaštva. Pravedna trgovina potiče odnos kupac – proizvođač sagrađen na međusobnom poštovanju što rezultira kvalitetnijim proizvodima, konzistentnošću ponude i nadprosječnim prodajnim rezultatima. Kupovinom proizvoda pravedne trgovine potrošač plaća poštenu cijenu te time izravno sudjeluje u smanjenju svjetskih trgovinskih nepravdi, uzimajući pritom u obzir ne samo ekonomske, već i društvene posljedice svojih kupovnih navika i njihov utjecaj na okoliš (Lovrić, 2015).

Proizvodi proizvedeni prema navedenim načelima nose „Fair Trade“ oznaku, a prema posljednjem istraživanju GlobeScana u 2013. godini, provedenom na uzorku od 10.000 ispitanika u 17 zemalja svijeta, šest od deset potrošača prepoznaje oznaku pravedne trgovine, odnosno devet od deset potrošača vjeruje istoj. Najveća prepoznatljivost oznake među potrošačima je na ključnim tržištima pravedne trgovine, a to su tržišta Velike Britanije, Švicarske, Nizozemske, Irske, Finske i Njemačke. Na pojedinim tržištima proizvodi pravedne trgovine drže značajne tržišne udjele, pa tako primjerice u Švicarskoj tržišni udio banana iz pravedne trgovine iznosi 50 posto ukupnog tržišta banana. Ključno tržište pravednih proizvoda je britansko koje ih trenutno broji oko dvije i pol tisuće. Ti proizvodi, osim rastućeg tržišta u razvijenim zemljama, nalaze sve veći broj potrošača i u zemljama proizvodnje, na lokalnom tržištu. Tako su od 2014. godine proizvodi pravedne trgovine dostupni i na tržištima Kenije i Indije. Asortiman proizvoda pravedne trgovine uključuje banane, kakao, kavu, pamuk, cvijeće, svježe voće, med, sokove, rižu, začine i začinsko bilje, šećer, čaj, vino i sportske lopte. Većina nabrojanih proizvoda potječe iz slabije razvijenih zemalja svijeta (Kolumbija, Ekvador, Etiopija, Kenija, Gana, Indija...) te stoga ne čudi zašto baš ti proizvodi nose oznaku pravedne trgovine. Sami koncept pravedne trgovine doživio je veliki porast u posljednjem desetljeću kada su pravedni proizvodi postali dostupni u maloprodajnim formatima. U 2008. godini pravedna trgovina premašila je 2,9 milijardi eura, u 2009. godini 3,4 milijarde eura, 2010. godine 4,3 milijarde eura, 2011. godine 4,9 milijarde eura, a procijenjena je vrijednost tržišta u 2012. godini iznosila 4,8 milijardi eura (jatrgovac.com).

Proizvodi pravedne trgovine u Hrvatskoj su prisutni više od sedam godina i može ih se pronaći više od trideset vrsta, a svi maloprodavači ističu da kontinuirano proširuju svoj asortiman pravednih proizvoda. Uključeni su i prehrambeni i neprehrambeni proizvodi, s time da dominiraju prehrambeni. Od prehrambenih proizvoda na hrvatskom se maloprodajnom tržištu mogu pronaći banane, kava, svježe voće, začinsko i ljekovito bilje, šećer, čaj, čokolade, sok, slastice i bomboni, dok se od neprehrambenih mogu pronaći proizvodi za njegu tijela, odjeća i obuća. Države iz kojih pravedni proizvodi uglavnom dolaze na naše tržište su Etiopija, Ekvador, Nepal, Burkin Faso, Kostarika, Nikaragva, Kolumbija i Peru. Što se tiče daljnjeg razvoja pravednog tržišta u Hrvatskoj, većina maloprodavača je

skeptična i smatra da neće značajnije rasti. Kao razlog tome ističu manju osjetljivost kupaca u vrijeme recesije, što i ne čudi s obzirom da kupac sve manje troši i na osnovne potrebe, te nedovoljnu informiranost hrvatskih potrošača o pravednoj trgovini. Ipak, sjetimo se ekoloških (bio) prehrambenih proizvoda koji su u počecima također bili slabo zastupljeni, a s protekom vremena i edukacijom potrošača povećala se njihova ponuda i potražnja. Sličan razvoj događaja može se očekivati i s pravednim proizvodima jer sve više ljudi postaje svjesno društvenih problema, kao i mogućnosti vlastitog utjecaja (u ovom slučaju kroz kupovinu) (jatrgovac.com).

U Hrvatskoj djeluje Udruga za promicanje pravedne trgovine koja nastoji na hrvatsko tržište dovesti komplementarne pravedne proizvode, koji kod nas ne uspijevaju (kava, banane, čaj, kakao, pamuk i slično), kao i stvoriti uvjete za certificiranje domaćih proizvoda „Fair Trade“ oznakom (fair-trade.hr)

Dakle, prilikom kupovine prednost bi se trebala dati proizvodima pravedne trgovine, koji nose tu oznaku. Takva kupovina je društveno odgovorna kupovina i ima veliki utjecaj na rast i razvoj nerazvijenih zemalja, od kuda većina proizvoda pravedne trgovine dolazi. U razvijenim zemljama Europske unije takav način kupovine postao je ustaljen, a hrvatski potrošači još prolaze kroz proces prilagodbe i upoznavanja, te sve više njih shvaća važnost ovog koncepta. Potrebno je samo konstantno informiranje i poticanje, dok pravedna kupovina ne postane ustaljen trend kod većine.

2.2.2. Zadruga

Prema Zakonu o zadrugama (NN 34/11, 125/13, 76/14) definicija zadruga glasi: „Zadruga je dragovoljno, otvoreno, samostalno i neovisno društvo kojim upravljaju njezini članovi, a svojim radom i drugim aktivnostima ili korištenjem njezinih usluga, na temelju zajedništva i uzajamne pomoći ostvaruju, unapređuju i zaštićuju svoje pojedinačne i zajedničke gospodarske, ekonomske, socijalne, obrazovne, kulturne i druge potrebe i interese i ostvaruju ciljeve zbog kojih je zadruga osnovana.“ Prema tome, svaka zadruga se temelji na zadružnim vrednotama samopomoći, odgovornosti, demokratičnosti, ravnopravnosti, pravičnosti i solidarnosti, te moralnim vrednotama poštenja, otvorenosti, društvene odgovornosti i skrbi za druge. Oblika i vrsta zadruga je mnogo, a cilj svake je povećati kvalitetu poslovanja i života zajednice u kojoj djeluju, kroz združivanje članova i zajedničko djelovanje. Svrha zadruga nije stjecanje profita kao kod društva kapitala, već promicanje gospodarskih interesa članova zadruga – u društvima kapitala maksimalizira se rezultat poslovanja, a u zadrugama rezultat svakog člana odnosno zadrugara. Kao što i sami naziv kaže, u zadruzi ljudi zajedničkim radom nastoje ostvariti zajedničke interese. Zadrugari

unutar zadruge lakše dolaze do resursa i ostvaruju željene rezultate, nego da djeluju pojedinačno (Zakon o zadrugama NN 34/11, 125/13, 76/14).

Zadruge osiguravaju više radnih mjesta u svijetu od multinacionalnih kompanija za čak 20 posto, a zadružni pokret okuplja više od milijarde ljudi širom svijeta. Prema procjenama Ujedinjenih naroda, u 1994. godini je gotovo 3 milijarde ljudi na neki način osiguralo svoju egzistenciju putem zadruge. Prema tome, zadruge imaju značajnu ekonomsku, socijalnu ali i ekološku ulogu u svojim zajednicama diljem svijeta te stvaraju snažniji i pravedniji poslovni sustav na tržištu. Od socijalnih zadruga, radničkih, potrošačkih, obrtničkih, turističkih, stambenih i zadruga na raznim drugim područjima života, ističu se i poljoprivredne zadruge. U Europi se većina poljoprivredne proizvodnje odvija u zadrugama. Tako u Francuskoj zadruge zauzimaju 75 posto poljoprivredne proizvodnje, u Finskoj 74 posto proizvodnje mesa i 96 posto mliječnih proizvoda, u Norveškoj 95 posto proizvodnje mlijeka i 70 posto - proizvodnje jaja, u Poljskoj 75 posto proizvodnje mesa, Sloveniji 72 posto proizvodnje mlijeka i 77 posto proizvodnje krumpira, a u Hrvatskoj ima oko 700 poljoprivrednih zadruga koje sudjeluju u ukupnoj poljoprivrednoj proizvodnji sa 15-20 posto (slideshare.net).

Zadruge su možda i najveća nevladina organizacija u svijetu. Svjetska zadružna organizacija (ICA International Co-operative Alliance) ima više od milijardu članova. Zadruge u Europi i svijetu su glavni nositelji proizvodnje i razvoja gospodarstva te imaju snažnu pregovaračku poziciju prema trgovcima dok zadrugari združivanjem nastoje ispuniti zajedničke interese i istovremeno razvijaju i zadovoljavaju društvene interese jačajući lokalnu zajednicu. O važnosti zadruga govori i podatak da je u zadrugama u svijetu zaposleno više od 250 milijuna ljudi, a u zemljama G20 zaposlenost kroz zadruge predstavlja 12 posto cjelokupne populacije. Zemlja s najvećim članstvom u zadrugama je SAD koji ima 256 milijuna članova u oko 30.000 zadruga i prema tome je zemlja s najvećim članstvom u zadrugama. U Kanadi 4 od 10 Kanađana članovi su bar jedne zadruge, a u Japanu je 91 posto svih farmera učlanjeno u zadruge. Što se tiče Europe, prema podacima Europske zadružne organizacije njezine 84 članice iz 33 europske zemlje imaju 176.000 zadruga sa 141 milijuna članova koje osiguravaju 4,7 milijuna radnih mjesta. U Norveškoj su od 4,8 milijuna stanovnika čak njih 2 milijuna članovi neke zadruge, a u Francuskoj 3,5 posto radno aktivnoga stanovništva radi u zadrugama. U Španjolskoj 15 posto ukupne populacije učlanjeno je u zadruge, a Italija ima 22,5 milijuna članova zadruga gdje je prosječan broj zaposlenika u zadrugama 19,2 a u drugim oblicima poslovanja 3,8. Navedeni brojevi podaci odnose se na 2016. godinu i govore o tome koliki udio u gospodarstvu zadruge zapravo zauzimaju. U Hrvatskoj djeluje Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo koji usklađuje i zastupa interese zadruga, zadružnih saveza i drugih fizičkih ili pravnih osoba koje promiču

zadugarstvo i sudjeluju u unapređivanju razvoja zadruga. U Hrvatskoj su prema podacima iz 2016. godine bile registrirane 1302 zadruge sa 21.462 zadrugara i 2744 zaposlenika, odnosno 0,17 posto od ukupnog broja zaposlenih. Najbrojnije su poljoprivredne zadruge kojih je 2016. bilo 531 sa 8061 zadrugarom i 1240 zaposlenika (agrobiz.vecernji.hr).

Prema riječima vršiteljice dužnosti ravnateljica Hrvatskog centra za zadružno poduzetništvo, Vedrane Stecce, svaki sedmi stanovnik na svijetu je član neke zadruge, u zemljama EU svaki peti stanovnik, dok je Hrvatska, koja ima 20-ak tisuća zadruga, daleko ispod prosjeka gdje je član zadruge svaki 200-ti stanovnik. S 1,6 milijardi kuna prihoda zadruge u hrvatskom BDP-u sudjeluju s otprilike 0,6 posto, u usporedbi sa razvijenim zemljama EU gdje zadruge sudjeluju s od 5 do 15 posto u BDP-u. Da zadruge u RH nisu u rangu s onima iz EU govori i podatak da je prosječan broj zadrugara u hrvatskim zadrugama 17, a u zemljama EU 973, dok je prosječan broj zaposlenih po zadruzi u Hrvatskoj 2,5, a u zemljama EU 33. Sve češća vrsta zadruga u Europi su radničke zadruge. Prema podacima Europske konfederacije zadruga (CECOP-CICOPA), postoji otprilike 261.000 radničkih zadruga s najvećom prisutnošću u Europi (Italija, Španjolska, Švedska, Francuska), a potom i Latinskoj Americi (Argentina, Brazil) te Aziji (Indija, Kina, Vijetnam). Temelj radničkih zadruga je vlasništvo radnika, što znači da radnici posjeduju i kontroliraju poduzeće, a kao i u ostalim zadrugama, dobit se ponovno ulaže. Tradicija radničkih zadruga je duga pa su tako one još i danas aktivne u tradicionalnim industrijskim sektorima kao što su ljevaonice ili rukotvorine, ali sve više maha zauzimaju i nedavno osnovane i sve popularnije radničke zadruge u naprednim industrijama poput biotehnologije, kodiranja i obnovljivih izvora energije. Najmlađi tip radničkih zadruga su zadruge samozaposlenih i slobodnih prevoditelja, novinarske zadruge, zadruge grafičara, konzultanata - sve one djelatnosti pojedinaca koji bi htjeli kombinirati svoju autonomiju i sigurnost kroz zajednički rad u zadrugama. Iz Europske konfederacije zadruga također ističu da zadruge imaju više prednosti u odnosu na konvencionalna poduzeća te pružaju veću financijsku sigurnost. Naime, podaci pokazuju da su radničke zadruge bile otpornije od konvencionalnih poduzeća po pitanju zatvaranja poduzeća i gubitka radnih mjesta za vrijeme gospodarske krize 2008. godine. Glavni razlozi tome su akumulacija kapitala zadruga koja pruža financijsku sigurnost, kao i proces upravljanja koji omogućuje članovima radnika da brzo usvoje strateške odluke u kritičnim situacijama i mehanizme podrške koje pruža kooperativni pokret. Zadruge danas organizirane su na različite načine i ima ih različitih veličina, od mikro zadruga do velikih poduzeća koja djeluju na globalnoj razini. One su danas aktivne u svim dijelovima gospodarstva, od zdravstvene zaštite i sportskih klubova preko stanovanja, osiguranja i supermarketa pa sve do farmi, ljekarni i suvremenih (internet) usluga. Zadugarstvo je bitna

gospodarska grana koju je potrebno poticati i razvijati, posebice u kontekstu zapošljavanja, samozapošljavanja i poticanja poduzetništva (zadruga.coop).

2.2.3. Etičko bankarstvo

Koncept etičkog bankarstva nije novi te se zapravo vraća počecima bankarstva kada su banke tek počele kao obrtničke i poljoprivredne štedionice, prema socijalnim i solidarnim načelima, stvarajući vrijednosti za boljitak čitave zajednice. U komercijalnom bankovnom sustavu kakav danas prevladava financijski plasmani sve su manje usmjereni na dobrobit društva i vezu s klijentima, a sve više na maksimiziranje dobiti od svojih usluga. Gospodarska i financijska kriza, uz ostalo, dovela je i do značajnog gubitka povjerenja javnosti u bankovni sustav. U takvim uvjetima krize etičke banke su konstantno bilježile rast i to po stopama iznad 10 posto godišnje dok su komercijalne banke bilježile negativne rezultate. Etična banka omogućuje građanima, poduzećima i institucijama jasno i transparentno upravljanje vlastitim sredstvima te njihovo usmjeravanje u projekte koji podižu kvalitetu života zajednice stvarajući novu vrijednost i nova radna mjesta. Etičke banke posluju po načelima transparentnosti i demokratskog odlučivanja te svojim članovima osiguravaju najpovoljnije uvjete financiranja, savjetodavnu podršku i aktivno smanjivanje rizika poslovanja. Etičko bankarstvo pruža izravno financiranje kroz kreditiranje i rizični kapital, a sve u svrhu zadovoljenja financijskih potreba poduzetnika, organizacija i pojedinaca. Razlike između etičke i komercijalne banke su mnogobrojne, od orijentiranosti na društvenu dobrobit do same strukture vlasništva banke koja kod etičke banke nije u posjedu malobrojnih vlasnika, već su sami klijenti ujedno i stopostotni vlasnici banke, od kojih svatko ima jednako pravo glasa. Ključna razlika je i u raspodjeli ostvarene dobiti - tradicionalne banke svoju dobit ostavljaju unutar banke, a etičke banke svoju dobit ne isplaćuju dioničarima već reinvestiraju u dobrobit društvene zajednice, razvoj poduzeća te gospodarstva, poljoprivrede i drugih segmenata u lokalnim zajednicama. Prema tome, etičke banke u svoj fokus stavljaju kvalitetno upravljanje resursima zajednice s ciljem povećanja kvalitete života ljudi. Ovaj koncept podsjeća na zadruga gdje su članovi također vlasnici zadruga, prema načelima kooperativnosti i solidarnosti. Na ovaj način odnos između klijenata i banke postaje partnerski, a ne samo strogo poslovni. Novac na kojem etička banka temelji svoja sredstva i kapital dolazi od štednji klijenata, koji su taj novac stekli kroz stvarne ekonomske aktivnosti. Osnovu ulagačke politike etičkih banaka predstavljaju projekti koji su temelj održivog društvenog razvoja. Ti projekti uglavnom su vezani uz proizvodna mala i srednja poduzeća, preradu i profesionalne usluge, informatizaciju i nove tehnologije, poljoprivredu – posebice ekološku, energetske učinkovitost, obnovljive izvore energije, društveno poduzetništvo, startupove i poduzetnike početnike. Pri tome etičke banke nude pomoć prilikom pripreme projektne dokumentacije za dobivanje sredstava iz europskih

strukturnih i investicijskih fondova. Kamatne stope na izdane kredite slijede stope razvojnih banaka i kreću se do četiri posto, a bankarske naknade za standardne financijske usluge (vođenje računa, internetskog i mobilnog bankarstva te transakcija u domaćem platnom prometu) se ne naplaćuju. Uz sve prednosti, postoje i nedostaci ovog koncepta odnosno rizik plasmana financijskih sredstava u nedovoljno profitabilne projekte te rizik da etička banka ne uspije prikupiti zakonom određeni minimum temeljnog kapitala od 40 milijuna kuna. Nažalost, sredstva koja etičke banke ulažu još uvijek nisu dovoljna da ostvare značajan utjecaj na ukupno financijsko tržište i ponašanje ulagača. Udio kapitala plasiran u investicije na razini Europske unije iznosi tek 0,43% te se etičke banke tek trebaju izboriti za poziciju ozbiljnog mehanizma financiranja (regea.org).

Zbog neadekvatne strukture kreditiranja (plasiranja novca u veliku količinu nenamjenskih potrošačkih kredita i drugo), klasični bankarski sustav stvara veliki dug, a mali postotak plasiranog novca u razvojne projekte svojim dobitkom jednostavno ne može nadomjestiti takav dug. Mogućnosti za napredak i razvoj takvim načinom financiranja sve su manje, kvaliteta života opada, a nezadovoljstvo građana raste. Kao rješenje za takav sustav smatra se razvoj etičnog bankarskog sustava kojeg u Hrvatskoj provodi Zadruga za etično financiranje (ZEF) koja je ujedno i najveća zadruga u Hrvatskoj sa više od 1400 fizičkih i pravnih osoba koje za cilj imaju korištenje zajedničkih znanja i resursa kako bi mijenjali društvo nabolje. Riječ je o zadrugi koja je nastala iz razloga otvaranja prve etične banke u Hrvatskoj. Bila bi to razvojna banka, čiji bi članovi ujedno bili i vlasnici banke, te donosili odluke po principu jedan član – jedan glas, bez obzira na visinu svojih uloga. Gradio bi se jedan bliskiji odnos banke i članova, te mogućnost razumijevanja samih potreba ljudi. Unutar Zadruga potiče se grupni rad, razmjene iskustava i znanja te međusobna suradnja i pomaganje. Banka većinu svoje dobiti reinvestira natrag u zajednicu u nove razvojne projekte. Ono što je bitno je mogućnost uvida svakog člana u strukturu kreditiranja banke, te mogućnost da član sam odlučuje u koje projekte želi da se njegov novac ulaže. Kvalitetan primjer koncepta etičnog bankarstva je banka Etica u Italiji koja već duži niz godina posluje kvalitetno i održivo. Prosjek nenaplaćenih kredita plasiranih od strane etičnih banaka iznosi svega 2% što govori o kvaliteti i pravilnosti ovakvog modela poslovanja. Etično bankarstvo pod tim nazivom postoji petnaestak godina, od osnivanja Europske federacije etičnih i alternativnih banaka (FEBEA). Danas FEBEA broji 26 članica u 15 europskih zemalja (17 banaka i štedno-kreditnih zadruga te devet investicijskih fondova i zaklada) koji imaju zajedničku godišnju bilancu od oko 30 milijardi eura i okupljaju više od 530 000 klijenata i suvlasnika. Zadruga za etično financiranje primljena je u članstvo FEBEA-e 13. svibnja 2014. godine (ebanka.eu a).

Etična banka u Hrvatskoj, u vlasništvu Zadruga za etično financiranje, još nije počela s radom, a početak rada banke očekuje se po prikupljanju dovoljne količine temeljnog kapitala što ovisi o brzini širenja mreže članova Zadruga za etično financiranje (što više članova, veći temeljni kapital) te dobivanju licence od Hrvatske narodne banke. Etična banka će predstavljati financijsku logistiku i uslužni centar Zadruga, a upravitelj Zadruga će kao predstavnik vlasnika biti jedini član skupštine etične banke. Etična banka će u skladu sa Zakonom o kreditnim institucijama imati svoju vlastitu strukturu neovisnu o strukturi Zadruga, odnosno upravni odbor, nadzorni odbor i druga tijela propisana zakonom, što neće utjecati na pravo glasa članova. O otvaranju prve etične banke u Hrvatskoj priča se još od 2016. godine, a početak operativnog rada predviđao se za drugu polovicu prošle (2017.) godine, no do toga još nije došlo. Što se tiče usluga etične banke, one su slične većini usluga kao i kod klasičnih banaka, ali će biti definirane na način koji je sukladan njezinim vrijednostima i ciljevima. Primjerice, etična banka će se fokusirati na povoljno financiranje razvojnih projekata, a neće poticati kreditiranje potrošnje (nenamjenske kredite) niti će nuditi mogućnost minusa na tekućim računima. Konkretnije, etična banka će svojim članovima, fizičkim i pravnim osobama, nuditi standardne bankarske usluge koje se neće naplaćivati, a uključuju vođenje tekućih i žiro računa u domaćoj i stranoj valuti, internetsko bankarstvo, mobilno bankarstvo, kartično poslovanje te ostale standardne bankarske usluge i usluge specifične za etičnu banku. Da bi se postalo klijentom etične banke, potrebno je učlaniti se u Zadrugu za etično financiranje, a da bi fizička ili pravna osoba postala član/ica Zadruga, potrebno je:

- ispuniti pristupnicu koja se nalazi na internetskoj stranici etične banke
- prihvatiti Pravila ZEF-a te Načela etičnog bankarstva
- u roku od 30 dana uplatiti osnovni zadružni ulog u iznosu od 2.500,00 kn (ebanka.eu b).

Pravne osobe dodatno trebaju za temeljni kapital etične banke uplatiti minimalno propisani dopunski ulog, ovisno o vrsti pravne osobe (mikro, malo, srednje ili veliko poduzeće, neprofitna organizacija, zadruga, jedinica lokalne samouprave). Uz to, da bi se unutar Zadruga osigurala visoka razina povjerenja, novog člana ili preporučuje dvoje postojećih članova Zadruga ili se s osobom/organizacijom organizira intervju, a Odbor za članstvo donosi konačnu odluku. Kredit će moći podići bilo koji član etične banke koji zadovolji propisanu proceduru i dobije pozitivnu ocjenu pri procjeni rizika projekta. Odobrvat će se prvenstveno krediti čija je svrha razvoj i stvaranje nove vrijednosti. Iznimka će biti jedino krediti građanima za ostvarenje osnovnih životnih potreba – kupnju nekretnine za život, kupnju prijevoznog sredstva, osnovnih uređaja za kućanstvo, obrazovanje, liječenje i slično. Maksimalni iznos kredita za fizičke osobe neće postojati, već će se prilikom ocjene u

obzir uzimati standardni parametri sposobnosti vraćanja kredita poput visine primanja i slično. Što se tiče pravnih osoba, maksimalni iznos kreditiranja bit će odobren u omjeru do osam puta većem od iznosa članskog uloga koji je pravni subjekt uložio u temeljni kapital banke (ebanka.eu b).

Iako se u proces dobivanja licence za otvaranje etične banke u Hrvatskoj krenulo još prije dvije godine, HNB je odbio izdati dozvolu za rad Etičnoj banci posljednji put u svibnju prošle godine, nakon čega je propao i pokušaj ulaska ZEF-a na hrvatsko bankarsko tržište kupovinom Tesla banke. Iz Zadruga za etično financiranje ističu da je glavni problem nerazumijevanje javnosti, politike i same struke odnosno problem osvještavanja građana, politike i struke za alternativu kakva je etična banka. Stoga, nepostojanje adekvatne podrške usporava i koči čitav proces (index.hr).

2.2.4. Ekonomija dijeljenja (solidarna ekonomija)

Ekonomija dijeljenja odnosno solidarna ekonomija još je jedan od modela dobre ekonomije sa naglaskom na socijalnom aspektu. Solidarna ekonomija podrazumjeva razmjenu i djeljenje svih oblika resursa unutar zajednice radi ostvarenja zajedničkih ciljeva, bez zagovaranja bespotrebne kupovine i nekontrolirane potrošnje.

Solidarna ekonomija povezuje potrebe pojedinca sa potrebama zajednice i time održava kontinuitet u gospodarskoj razmjeni sa ciljem kreiranja pristojnih životnih uvjeta za sva živa bića diljem svijeta. Prema tome, solidarna ekonomija ili ekonomija dijeljenja nastoji razumijeti i ispuniti potrebe svih ljudi sa postojećim resursima, bez da stvara nove potrebe. Ova ekonomija podrazumjeva zajedničku razmjenu, dijeljenje, upotrebu i stvaranje kapaciteta (solidarityeconomy.eu).

Solidarna ekonomija ili ekonomija dijeljenja područje je dobre ekonomije koje će kroz rad biti detaljnije razrađeno sa više stajališta. Stoga je ovaj odlomak samo kratki uvod u daljnje istraživanje.

2.2.5. Društveno poduzetništvo

Društveno ili socijalno poduzetništvo najrašireniji je pojam dobre ekonomije. Prema tome, društveno poduzetništvo širok je pojam koji obuhvaća sve oblike i modele ekonomije koji su usmjereni ka društvenoj dobrobiti i napretku svake zajednice širom svijeta, osobito onih ugroženijih. Razne udruge i poslovni subjekti koji se bave socijalnim pitanjima, odnosno ugroženim skupinama društva, načini su preko kojih se društveno poduzetništvo realizira. Moglo bi se reći da tu spadaju i zadruge, etičko bankarstvo, pravedna trgovina, solidarna ekonomija i drugi oblici dobre ekonomije jer svi oni za cilj imaju boljitak čitavog društva.

Razlika običnih poduzetnika i društvenih je ta što poslovni poduzetnici mjere učinkovitost pothvata kroz profit i povrat ulaganja, a društveni poduzetnici uz to procjenjuju svoj uspjeh i kroz utjecaj na društvene promjene te teže pomoći naugroženijim skupinama društva. Ostvareni profit društveni poduzetnici reinvestiraju ulaganjem u zajednicu potičući otvaranje novih radnih mjesta i rast zaposlenosti ili ga koriste za postizanje ostalih ciljeva po pitanju podizanja kvalitete života društva i očuvanja okoliša. Mnoga komercijalna poduzeća imaju u svojem poslovanju integrirane i društvene ciljeve, ali samo oni kojima je utjecaj na društvo i/ili okoliš primaran cilj poslovanja su društveni poduzetnici. Dakle, pokret društvenog poduzetništva obuhvaća neprofitne organizacije kao i profitne organizacije kojima je primaran cilj društvena promjena. U Hrvatskoj je danas registrirano preko 47.000 neprofitnih udruga od kojih se, nažalost, njih vrlo malo bavi društvenim poduzetništvom (ekonomskiportal.com).

Za društvenog poduzetnika karakteristične su tri komponente:

- Identificiranje nepravde koja uzrokuje isključivanje, marginalizaciju ili oskudijevanje dijela stanovništva kojem nedostaju financijska sredstva ili politička moć da ostvari bilo kakve interese i korisne promjene za sebe
- Prepoznavanje prilike u toj nepravednoj ravnoteži, razvijanje društveno korisnih poduzetničkih pothvata uz pomoć kreativnosti, hrabrosti i snage za stvaranje stabilnosti na određenom području
- Stvaranje nove, stabilne ravnoteže koja koristi raspoloživi potencijal i resurse te na taj način ublažuje patnju ciljane skupine, ali i osigurava bolju budućnost za zajednicu u cjelini (recupero.com.hr).

Prema tome, društveno poduzetništvo, a time i društvena ekonomija, usmjereni su na potrebe zanemarenog ili ugroženog dijela stanovništva kojemu nedostaju financijska sredstva ili politička moć da ostvare pozitivne promjene u korist poboljšanja kvalitete svog života, što ne znači da će društveni poduzetnik izbjegavati profitne pothvate. Socijalno poduzetništvo funkcionira po modelu trostruke bilance, odnosno 3P koji predstavlja tri najbitnije stavke prema kojima je poslovanje orijentirano, a to su:

- people (ravnopravnost i jednake mogućnosti za sve)
- planet (zaštita okoliša)
- profit (financijska održivost i ponovno investiranje profita) (recupero.com.hr)

Što se tiče društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, njegovi nositelji su većinom organizacije civilnog društva. Brojne su prepreke širenju njihova poslovanja i one se gotovo podudaraju s onima u uobičajenom poduzetništvu. To je nedostatak upravljačkog kadra,

neiskustvo i nedovoljno znanja i vještina za poslovno planiranje, marketing, kao i brojne administrativne i zakonske barijere koje se pojavljuju pri svakom poduzetničkom pothvatu u Hrvatskoj. Poticajan okvir za razvoj dobre ekonomije i društvenog poduzetništva u Hrvatskoj prvi je put definiran u Strategiji razvoja društvenog poduzetništva 2015.-2020. Financijski okvir tog dokumenta iznosi 270 milijuna kuna za predviđeno razdoblje. Većina tog iznosa namijenjena je razvoju financijskih instrumenata podrške društvenim poduzetnicima, kao i obrazovnim i promotivnim aktivnostima za društvenu poduzetničku djelatnost. Društveno poduzetništvo razvija se u dva smjera: kroz zelenu ekonomiju te kroz razvoj socijalnih usluga u zajednici. U Hrvatskoj danas djeluje stotinjak organizacija u različitim djelatnostima – od kulture, ugostiteljstva, gospodarenja otpadom do onih koje pružaju socijalne usluge u zajednici. Njih gotovo 90 posto prošlo je kroz neki od programa CEDRA-e HR – centra podrške razvoju dobre ekonomije stvarajući poticajno okruženje za razvoj eko-društvenog poduzetništva. Tako je i CEDRA HR neprofitna organizacija koja svoje poslovanje temelji dijelom na projektnom financiranju, a dijelom na prodaji svojih usluga na otvorenom tržištu. Odnos u ukupnim prihodima otprilike je pola-pola. Društvena poduzeća koja danas djeluju moraju imati održive modele jer dosad nije postojao institucionalni i zakonodavni okvir koji bi omogućavao ili poticao razvoj takvih organizacija. Približavanjem praksi EU i stvaranjem poticajnog okruženja društvena poduzeća postaju sve stabilnija i više utječu na pozitivne društvene promjene u zajednici u kojoj djeluju. Primjerice udruga invalida Križevci uspjela je prošle godine otvoriti tvornicu čokolade Hedona u kojoj su osobe s invaliditetom većina zaposlenika, a sva se dobit ulaže u razvoj njihovih kompetencija i povećanje kvalitete života. Udruženje Baranja iz Bilja na tržištu je uspješno ponudilo začinsku mljevenu papriku “Baranjka”. Uzgoj paprike povjeren je socijalnoj zadruzi Ruke koja zapošljava žene žrtve obiteljskog nasilja, ali dio uroda otkupljuje se i od obiteljskih malih gospodarstava. Prepoznatljiva mljevena paprika “Baranjka” brendirala se kao suvenir hrvatskog kraja. Nadalje, Humana Nova je društveno poduzeće iz Zagreba koje potiče zapošljavanje osoba s invaliditetom i drugih društveno isključenih osoba kroz proizvodnju i prodaju tekstilnih proizvoda od ekoloških i recikliranih materijala. Slično tome, u Zagrebu posluje i kafić koji zapošljava gluhe osobe – Silent Caffè – sve kako bi se ugroženim skupinama osigurala ravnopravnost u društvu (nacional.hr).

2.2.6. Lokalne i regionalne valute

Lokalni i regionalni novac nije novost, ljudi su ga tijekom povijesti koristili i više nego danas te bili svjesniji njegove dobrobiti za zajednicu. Prije bi se moglo reći da su službene valute novost jer su sve do 19. stoljeća prevladavale lokalne valute i uzvratanje usluga. Pretežno se koristilo zlato, a zatim novčanice i bankovni računi. No većinom je i dalje bila zastupljena razmjena usluga ili su se koristile lokalne valute koje su tada većinom bile

drvene, bakrene, mjedene i srebrne. Nakon industrijske revolucije službene valute uspostavljene su kao jedino legalno sredstvo plaćanja poreza i dugova, s tim da lokalne valute nisu postale nezakonite. Lokalne banke i poslodavci jednostavno su prestali izdavati vlastite vrijednosnice i poticati ljude da ih koriste. Lokalna valuta nije zamjena službenoj već je komplementarna valuta koja funkcionira uz službenu, osobitno tamo gdje je službene valute premalo. Takav novac cirkulira između građana koji žive u lokalnoj zajednici, lokalnih poduzeća i udruga, zatim stiže na račune lokalnih vlasti pa se ponovno vraća u zajednicu. Na taj se način stvaraju nova poduzeća, otvaraju nova radna mjesta, nagrađuju volonteri, stječu nove i oživljavaju stare vještine, započinju prijateljstva i veze, aktivno djeluje u zajednici. Sve je to izuzetno važno za zdravlje pojedinaca, zajednice te čitavog gospodarstva i sustava. Tijelo koje izdaje lokalnu valutu može biti privatno poduzeće ili tijelo u kolektivnom vlasništvu s demokratskom strukturom upravljanja (poput zadruge, društvenog poduzeća, udruge i slično). Uz to, lokalnu valutu može izdati i lokalno partnerstvo građana, poduzeća, udruga i lokalnih vlasti. Pojedinci i poduzeća zarađuju lokalnu valutu tako što nude svoje usluge i zamjenjuju ih za druge usluge koje si inače ne bi mogli priuštiti. Tako se može kupovati hrana, plaćati stanarina, prijevoz, grijanje, te dobiti razne oblike pomoći. Ono što se vrednuje su osobne vještine i talenti. Lokalne valute se dizajniraju tako da novac cirkulira i u stalnom je optjecaju. Da bi se to uspješno ostvarivalo isključen je obračun i isplata pozitivnih kamata, a neki izdavatelji valuta čak ugrađuju negativnu kamatu ili "ležarinu" kako bi se osigurao kontinuitet jer lokalna valuta gubi na vrijednosti ako se predugo zadržava i čuva. Baš kao i službena valuta, lokalna valuta isto ima pojedina ograničenja po pitanju onoga za što nije funkcionalna, a to je:

- podmirivanje zakonskih dugova
- plaćanje poreza državi
- zarađivanje kamate trgovanje na međunarodnom tržištu deviza (Rogers, 2015)

Lokalne valute su beskamratne i lako su dostupno sredstvo razmjene u lokalnoj trgovini koje nije opterećeno kamatama. Lokalna valuta stvara više gospodarskih aktivnosti jer zadržava svoju vrijednost i ima brzi obrtaj. Za učinkovito funkcioniranje lokalnog novca bitno je postavljanje adekvatnih granica tijeka lokalnog novca – ako previše novca odlazi iz županije u džepove dalekih korporacija i vlada, lokalno gospodarstvo slabi. Funkcioniranje lokalnih valuta prostorno je ograničeno i kao sredstvo plaćanja mogu se koristiti samo tamo od kuda i potječu – vrijede gdje su nastale. Tako primjerice nije lako bristolsku funtu potrošiti u Londonu, osim u rijetkim slučajevima ako se naiđe na nekoga tko će je primiti kao sredstvo plaćanja. Lokalna poduzeća s dobavljačima izvan lokalnog područja koriste službenu valutu, a lokalnom valutom plaćaju lokalne dobavljače. Uz teritorijalne granice postoje i etičke granice kako bi se potaknuo lokalni rast i razvoj. Primjerice, najveći sustav lokalnog novca na

svijetu, švicarski WIR Bank, ne dozvoljava uključivanje diskontima i velikim robnim kućama u vlasništvu dalekih dioničara jer smatraju da su ekonomski štetni. Neki drugi sustavi formirani su tako da isključuju velike lance, a svoje marketinške funkcije usmjeravaju na mala lokalna poduzeća s lokalnim lancem nabave, trgovine ekološkom i fair traderobom, te društvena poduzeća. Neki sustavi svojim općim uvjetima poslovanja isključuju određene vrste trgovina, te izbacuju članove za koje doznaju da krše te odredbe. WIR Bank upravlja najstarijom i najuspješnijom regionalnom valutom na svijetu. Osnovana je 1934. kao sustav za prijeboj između malih poduzeća i bez prekida funkcionira više od 80 godina. Od 1990-tih kombinira konvencionalne bankarske usluge i svoj sustav prijebaja sa ciljevima zadovoljavanja financijskih potreba poduzeća i građana za uobičajenim bankarskim uslugama u službenoj valuti, ponude dopunskog sredstva razmjene (WIR frank) malim i srednjim poduzećima te promicanja WIR franka kao marketinškog instrumenta i sredstva plaćanja bez upotrebe novca. Drugi uspješni primjeri lokalnih valuta su brixtonska funta, Blaengarw Time Centre iz Walesa, Banco Palmas iz Brazila te Equal Dollars iz SAD-a. Kao dobar primjer kako doista funkcioniraju lokalne valute može poslužiti neki restoran koji nema dovoljno gostiju koliko ima kapaciteta. Razlog tome je ponajviše visoka nezaposlenost i financijske poteškoće zbog kojih si mnogi ne mogu priuštiti jelo u restoranu. Tada restoran može, umjesto snižavanja cijena, uvesti mogućnost plaćanja lokalnim valutama, u punom ili djelomičnom iznosu. Kako se lokalna valuta može zarađivati radom u zajednici, mogućnost jela u restoranu na ovaj način postaje dostupnija čime i restoran koristi svoj puni kapacitet i dodatno profitira. Ostvarenim prihodima u lokalnoj valuti restoran može kupovati namirnice od lokalnih proizvođača, isplatiti dio plaće svojim radnicima ili plaćati lokalni prirez. Poanta je da kada god poduzeće posluje ispod svojeg kapaciteta lokalna valuta je ta koja može omogućiti povećanje prometa ili druge koristi za organizaciju. Tako postoje brojne prednosti zadržavanja novca unutar zajednice, a neke od njih su:

- Novac ostaje na području lokalne zajednice ili šireg područja i tu obavlja više posla (multiplikativni učinak) umjesto da nestane u bankama
- Lokalni novac potiče lokalnu raznovrsnost, kvalitetu i identitet
- Lokalni novac podržava lokalna start-up poduzeća, potiče zaposlenost i proizvodnju. (Rogers, 2015)

Sama ideja lokalnog novca je da se on ne želi čuvati, već se želi trošiti iz čega proizlazi činjenica da se ubrzanim prometom potiče napredak lokalnog gospodarstva. Dakle, cilj je trošiti novac što prije jer u suprotnom gubi vrijednost, a istraživanja pokazuju da se lokalni novac troši tri puta brže od eura, a time i brže pokreće lokalnu ekonomiju. Vrijednost koju lokalni novac gubi čuvanjem procjenjuje se na oko 2 centa svaka tri mjeseca. Poduzeća obuhvaćena lokalnim inicijativama prodaju svoje usluge za lokalni novac, na primjer pet

postoji jeftinije, što je posebno korisno za slabu ekonomiju. Primjerice, kuna potrošena u lokalnoj valuti ima dva ili tri puta veći efekt na lokalnu ekonomiju, što govori o moći koju takva valuta predstavlja za zajednicu i gospodarstvo. Danas su i vlasti sve otvorenije po pitanju projekata vezanih za lokalne valute. Sukladno tome, projekti lokalnih valuta financiraju se projektima Europske unije koja je prepoznala da se sva goruća pitanja ne mogu riješiti isključivo na razini centralne vlasti. U Hrvatskoj, iako je teoretski model dobro razrađen, još uvijek nema poznatih inicijativa za uvođenje lokalnog novca (vecernji.hr a).

2.2.7. Commonsi – Zajednička dobra

Kroz povijest i danas diljem svijeta postoje mnogi primjeri upravljanja određenim resursima od strane zajednice korisnika tih resursa, umjesto upravljanja od strane države i tržišnog upravljanja. Zajednička dobra predstavljaju upravo takav model upravljanja prirodnim i društvenim dobrima, od strane zajednice. Institucije koje su osnovale zajednice korisnika osiguravaju pravedan pristup resursima, kolektivnu kontrolu upravljanja te održivo korištenje resursa. Takav model upravljanja uglavnom se odnosi na različite resurse koji mogu biti prirodi, ekonomski, prostorni, digitalni, obrazovni, zdravstveni, kulturni i drugi (ipe.hr).

Osnovna karakteristika političke ekonomije danas je privatizacija odnosno eksploatacija javnih i društvenih resursa i usluga u korist privatnih. Kao alternativa se pojavljuje zajedničko upravljanje dobrima kojim se suprotstavlja općeprihvaćenim pravilima kapitalističkog, tržišno orijentiranog okvira. Koncept zajedničkih dobara zauzeo je mjesto između privatnog i javnog, a danas je naročito izražen u sferama digitalne tehnologije kojom se zagovara novi način proizvodnje. Ideja zajedničkih dobara počiva na praksama samoorganizacije, formama kolektivnog upravljanja i specifičnog tipa posjedovanja, prema principima održivosti i jednakosti. Modeli zajedničkih dobara nastoje organizirati društvo prema načelima održivosti, pravičnosti i zajedničke kontrole na svim slojevima vlasti. Različita su shvaćanja zajedničkih dobara u zemljama zapadne Europe gdje ona obično predstavljaju model kojim se izbjegava uplitanje države ili tržišta u upravljanje resursima i način djelovanja i udruživanja ljudi te u zemljama jugoistočne Europe gdje su zajednička dobra prostori konfrontacije odnosno suprotstavljanja, jer ona ruše postojeće podjele vlasti i narušavaju postojeći sistem prodirući u politički teritorij države na lokalnoj i nacionalnoj razini. U svakom slučaju, zajednička dobra bitna su sastavnica u borbi protiv privatizacije i pretvaranja svega u robu te su pogonska snaga društvene promjene koja zagovara jednak pristup i raspodjelu. Ona predstavljaju princip reorganizacije koji u gospodarstvo unosi suradnju i lokalnu proizvodnju obnavljajući povjerenje i sposobnosti društvene reprodukcije.

Uz to, predstavljaju način umrežavanja, povezivanja i zajedničkog djelovanja ljudi unatoč nacionalnim, religijskim, rasnim i kulturnim različitostima (glasnikokvir.com).

Zajednička dobra čine tri osnovna elementa – zajednica, resursi i upravljanje – što znači da ona predstavljaju režim upravljanja resursima od strane zajednice korisnika. *Platforma za teoriju i praksu društvenih dobara*, hvalevrijedan projekt koji okuplja organizacije, inicijative i pojedince usmjerene ka kritičkoj analizi značaja zajedničkih, javnih i društvenih dobara, ove je godine dobila i svoju online bazu. Tamo se objavljuju istraživački i analitički tekstovi, video sadržaji u kojima se analiziraju pojedine odrednice koncepta zajedničkih dobara te najave i izvještaji s događanja, pa ona ujedno funkcionira i kao informativni servis specijaliziran za ovu temu. Djelovanje platforme usmjereno je na istraživanje, javno zagovaranje te rad na razvoju javnih politika, ali i na organizaciju različitih obrazovnih i informativnih programa. Platforma nastoji pridonijeti razvoju pravednog, ravnopravnog i solidarnog društva temeljenog na praksama demokratskog sudjelovanja i kontrole, participativnog upravljanja, zadružnog, javnog i društvenog vlasništva, te ekonomske aktivnosti zasnovane na načelima samoorganizacije, suradnje i solidarnosti (vizkultura.hr).

Izgradnja novog pješačkog mosta Luchtsingel u Rotterdamu putem grupnog financiranja (*crowdfunding*) prvi je projekt u svijetu u kojem je javna infrastruktura financirana putem grupnog financiranja. Ideja mosta je da se osigura povezanost zapuštene gradske četvrti sa centrom grada te joj se time vrati život koji je izgubila tijekom posljednjih desetljeća. Luchtsingel je baziran na novoj ideji stvaranja grada po modelu stalne temporalnosti koja polazi od postojećih urbanih formi i razvojnog karaktera grada, a potom se grad transformira korak po korak, tako da se u pojedinim koracima omogućuje povratak unutar procesa i dodavanje novih slojeva na one već postojeće. Projekt su poduprli građani putem grupnog financiranja drvenih greda po cijeni od 25 eura po komadu. Njihova su imena, želje ili poruke gradu zauzvrat urezane u ograde mosta. Tako je ovaj most obnovio pješačke veze između četvrti te je podigao interes za to područje grada, a istovremeno je postao snažan simbol potencijala participativnog urbanog dizajna. Još jedan dobar primjer zajedničkih dobara dolazi iz švicarske zadruge Kalkbreite i predstavlja novi oblik zajedničkog stanovanja u kojem se održivost postiže dijeljenjem aktivnosti i prostora. Prostori za življenje ograničeni na 32,6 m² po stanovniku, a prostori za večeru i kuhinja koja ima i profesionalnog kuhara te terase su zajednički. Održivost se postiže i dijeljenjem automobila među stanovnicima te ograničenom količinom potrošene energije po stanovniku unutar zgrade (max 2000 vata dnevno, što je 2/3 količine koju prosječno potroši stanovnik Zapadne Europe). Kao kompenzaciju, stanovnici imaju pristup prostorijama za pranje rublja, sauni, radionici, prostorima za zajednički rad, sobama za

sastanke, kao i sobama za goste kako bi se po potrebi proširio individualni prostor. Članovi zadruge koji plaćaju članarinu dobivaju pravo zakupa stana u zgradi kad se on jednom isprazni. Kako bi mogućnost ovakvog načina stanovanja bila dostupnija svima, zadruga Kalkbreite osigurava stanove po prihvatljivim cijenama te omogućava i subvencije, financirane iz maloprodajnih lanaca otvorenih prema ulici i fondova solidarnosti. Također se pazi i na osiguranje ekonomske, kulturne i etničke različitosti stanovništva, koja reflektira društvenu stvarnost Züricha. Ovakve inovativne tipologije stanovanja nadilaze konvencionalne pojmove privatnog i javnog prostora te doprinose održivosti uže, ali i šire zajednice (odraz.hr).

3. Ekonomija dijeljenja kao oblik dobre ekonomije

Ekonomija dijeljenja se tek razvija i nije zaokružen i razrađen koncept. Opće-prihvaćena definicija pojma ekonomije dijeljenja ne postoji. Kolaborativna ekonomija, princip otvorenog pristupa (open-source), društveno odgovorno poduzetništvo, mesh mreža – sve su to izrazi koji su povezani sa ekonomijom dijeljenja. Kao i brojni drugi socio-ekonomski eksperimenti, nudi povijesnu priliku za promjene i zaokret, ali još nije izvjesno hoće li u tome uspjeti. No, tko je prije desetak godina vjerovao da će ljudi danas moći komunicirati s drugima iz bilo kojeg dijela svijeta, kad god požele, i to besplatno? A tko još vjeruje da rast potrošnje vodi ka blagostanju i napretku većine i da više imovine znači više sreće? (Sajter, 2014)

Ekonomija dijeljenja podrazumjeva konstantnu razmjenu dobara, bez posjedovanja istih. Dijeljenje je dvosmjerno što znači da ulaskom u ekonomiju dijeljenja osoba dijeli vlastito, ali zauzvrat ima pravo koristiti i tuđe. Sama bit ove alternativne ekonomske grane je u privremenom korištenju proizvoda i usluga kada su nam zaista potrebni, a kada više nisu, šire se dalje (lider.media b).

Ekonomijom dijeljenja u međuodnos je stavljena ponuda i potražnja za vremenom, uslugama i imovinom po principima suradnje, solidarnosti i uzajamnosti, uz temelj na slobodnoj tržišnoj ekonomiji. Orijentirana je isključivo na sadašnjost što znači da ne zahtijeva početak od nule ni drastične promjene i revoluciju, već traži ono što je moguće i izvedivo u sadašnjoj situaciji. Ona ne pronalazi svoj oslonac na podršci i potpori države i njenih institucija, koje su skupe i spore u rješavanju najvažnijih pitanja današnjice (primjerice nezaposlenost i slično). Zagovara decentralistički sustav u kojem svaki pojedinac igra jednako važnu ulogu, s naglaskom na formiranje timova kako bi utjecaj na tržištu bio jači. Točnije, oslanja se na kreativni poduzetnički duh pojedinaca, a ne na intervenciju države i centralistički planirano blagostanje. Prepušta ljudima da sami kreiraju sadržaj proizvoda ili usluge, i pritom koristi najsuvremeniju tehnologiju, dostupnu gotovo svima. Tako stvara nove oblike potražnje i nove oblike ekonomije koji prije nisu postojali. To je razlog zašto se na ekonomiju dijeljenja ne gleda kao na transformaciju postojećeg, već nešto sasvim novo (Sajter, 2014).

Neke od iskoristivih ideja kako putem ekonomije dijeljenja ostvariti obostranu, ali i širu društvenu korist su:

- Imate stan, kuću ili slobodnu sobu i želite na njima zarađivati iznajmljivanjem turistima
- Putujete negdje, ali ne želite odsjesti u hotelu, nego u nekom stanu
- Dok ste na putu, trebate nekoga tko će se brinuti o vašem kućnom ljubimcu

- Imate automobil i iznajmljivali biste ga drugima kad vama ne treba ili biste prevozili druge u svoje slobodno vrijeme kao taksist
- Nemate vremena za kupnju pa bi vam dobro došlo da to obavi netko umjesto vas (ncs.hr)

Navedene aktivnosti, kao i mnoge druge, mogu se svrstati u neki od pet najjačih europskih sektora ekonomije dijeljenja, odnosno u izravne financijske usluge, organizaciju usluga smještaja među fizičkim osobama, organizaciju usluga prijevoza među fizičkim osobama, kućanske usluge na zahtjev i intelektualne usluge na zahtjev (ncs.hr). Ti sektori spadaju u jednu od četiri kategorije ekonomije dijeljenja:

- Ponovno korištenje dobara (eBay, oglasi, njuškalo...)
- Povećano iskorištenje trajnih dobara (BlaBla car, Couchsurfing, HomeExchange...)
- Razmjena usluga (banke vremena, TaskRabbit...)
- Dijeljenje imovine ili usluga za proizvodnju, a ne za potrošnju (makerspaces, co-working spaces...) (Schor, 2014).

3.1. Čimbenici razvoja ekonomije dijeljenja

Napredovanje tehnologije i društvenih medija u 21. stoljeću osnovni je preduvjet koji je pridonio razvoju ekonomije dijeljenja. Danas ljudi mogu pristupiti različitim kanalima i oblicima dijeljenja, a sve putem mobilnih telefona i brzog interneta. Prema tome, tehnologija ne otuđuje ljude već doprinosi širenju krugova povjerenja te potiče ljude da se povežu i komuniciraju s drugima, kao nikad prije. (blablacar.hr)

Dijeljenje samo po sebi nije nova pojava – ljudi su se odavno okupljali u zajednicama kako bi međusobno dijelili sredstva, pomagali si i zajedničkim snagama postigli zajednički interes, jer im je tako bilo lakše nego djelovati pojedinačno. Digitalizacijom i tehnološkim napretkom potaknuo se je brži razvoj i širenje mogućnosti dijeljenja. Tako se čini da se ljudi danas sve više vraćaju načinu života kakav su živjeli prije, a temeljio se na dijeljenju i zajedništvu, samo uz pomoć suvremene tehnologije koja svijet čini globalnim selom i sve postaje lakše i brže dostupno. U nastavku teksta opisana su četiri ključna čimbenika, odnosno pojave iz društvenog i gospodarskog života koje su utjecale na razvoj suvremenog ekonomskog modela dijeljenja.

Prekretnica je bila *svjetska financijska kriza* koja je izazvala ekonomski slom 2008. godine nakon čega su se raspale klasične ideje o kapitalizmu koji „nevidljivom rukom vodi ka dobrobiti većine“. Siromaštvo, nezaposlenost, prezaduženost, a s druge strane ogromno bogatstvo u rukama manjine; takvi uvjeti, stvoreni u kapitalističkom sustavu, postaju

neizdrživi i neodrživi, a sami model destruktivan. Tako je, pred svega nekoliko godina, nastalo kolektivno buđenje ljudi i globalno nepovjerenje u moderni potrošački kapitalizam, koji sam po sebi ljudima nameće vlasništvo jer bez posjedovanja određene imovine ne mogu dobiti ni iskustvo korištenja te imovine (Sajter, 2014).

Nagli razvoj tehnologije drugi je čimbenik koji je ostvario znatan utjecaj na razvoj ekonomskog modela dijeljenja i podigao međuljudsku suradnju na jednu sasvim novu razinu. Kontaktiranje, umrežavanje i povezivanje postalo je toliko jednostavno da ljudi s različitih dijelova svijeta mogu razmjenjivati informacije, ideje, patente i što god požele, kad god požele. Tehnologija svoj smisao, kao i svaka druga stvar, dobiva tek u rukama čovjeka; dakle, na nama je hoćemo li iskoristiti ove prednosti digitalnog doba na pravilan način, ili ćemo krenuti krivim putem i uz sve mogućnosti koje nam tehnologija nudi, ne ostvariti niti jedan korak unaprijed. Takozvani pametni telefoni danas više nisu luksuz. Opremljeni GPS-om, super brzim internetom i raznim drugim korisnim aplikacijama korisnicima otvaraju mnoga vrata, olakšavaju svakodnevne aktivnosti i omogućuju umrežavanje i do sada neviđeno povezivanje ljudi iz svih dijelova svijeta, u svakom trenutku. Dakle, suvremena tehnologija omogućava učinkovitije povezivanje ponude i potražnje, odnosno povezivanje osoba koje se na klasičnim tržištima teško ili nikako mogu povezati. Uz to što omogućuje inteligentno povezivanje mnoštva, internet nudi rast obujma iskoristivosti dobrih ideja na bitno višu razinu, i to po niskoj cijeni. Može se reći da internet itekako pospješuje ideju dijeljenja te da je svijest internet-generacije izgrađena na principima dijeljenja i solidarnosti (Sajter, 2014).

Treći čimbenik koji je utjecao na razvoj ekonomije dijeljenja je praznina koja se javila u ljudima, odnosno *otuđenje suvremenoga čovjeka* koji se u posljednjim desetljećima izrazito osamio, udaljio od duhovnosti, i privrgao egoističnom materijalizmu. U takvom svijetu čovjek ne može biti dugoročno sretan i kad-tad je moralo doći do promjene, osobito s obzirom da je takvo stanje postalo globalno. Ljudi traže načine kako ispuniti svoj dan s prijateljima, zajednicom, društvom – žele nova i iskrena iskustva međuljudskih odnosa, žude za smislenim poslom, teže empatiji i humanosti u svim segmentima života. Ukratko, ljudi danas hoće ono što novac ne može kupiti. Došlo je do zasićenja materijalnim stvarima koje nas okružuju; uočeno je da izvor sreće nije niti u jednoj od njih i da, zapravo skroz suprotno, je to put bez cilja na kojemu što više imaš, više želiš, a sve dalje si od osjećaja ispunjenja i sreće, kojemu u krajnosti svi težimo. Suvremeni čovjek uočava kako je dijeljenje i zabavno i praktično, i možda više od svega, otvara put bližnjemu (Sajter, 2014).

Ipak, dijeljenje ne zagovara potpuni odmak od materijalnog, što u konačnici nije realno niti izvedivo – prije svega suvremeni tehnološki uređaji, koji su doveli dijeljenje do razine na kakvoj je danas, materijalna su dobra. Dijeljenjem se zagovara širenje, posuđivanje

i darivanje te materije nakon što nam više ne treba, kako bi se materijalizam sveo na minimum.

Duboka nezaposlenost koja ne prolazi četvrti je čimbenik koji je utjecao na razvoj ekonomije dijeljenja kroz koju mladi, prepušteni sami sebi uz pomoć suvremene tehnologije, pronalaze donedavno nepostojeće poslove, barem privremene. Jasno je da sve veća nezaposlenost nije privremena neravnoteža u potrošačkoj ekonomiji, već jedno od njezinih obilježja i dio karaktera kojom su posebno pogođeni mladi. Srećom u nesreći, iskoristili su ovo nezavidno stanje u svoju korist i podjelom resursa, umrežavanjem i suradnjom omogućili da se postigne mnogo toga što bi pojedinačno teško ostvarili (Sajter, 2014).

Ovi događaji „kap“ su koja je prelila čašu, nakon čega je svaka promjena dobrodošla i prekretnica su u načinu gospodarenja, postupanju prema resursima, ljudima i životu općenito.

3.2. Međuodnos tehnološkog napretka i ekonomije dijeljenja

Razvoj tehnologije ostavlja veliki trag u razvoju ekonomije dijeljenja, kao i ostalih inovativnih i alternativnih ekonomskih struktura. Digitalizacija, pojava mobilnih aplikacija i internetskih platformi uvelike su pogodovala sve većoj popularnosti ekonomije dijeljenja. Ekonomija dijeljenja podrazumjeva razmjenu resursa pri kojoj su vlasnici proizvoda i usluga voljni posuditi ih, iznajmiti ili darovati za određenu materijalnu ili nematerijalnu naknadu. Internet je, koji nudi povećanje iskoristivosti dobrih ideja na jako visoku razinu i to po niskoj cijeni, zauzeo glavnu ulogu takve vrste poslovanja. Dakle, u svijetu gdje je sve postalo dostupno u nekoliko klikova, a socijalni problemi sve veći i socijalna osvještenost sve naglašenija, ova pojava doista ne čudi (planb.hr).

Plaćanjem određene provizije, nerijetko manje od standardnih, nekom virtualnom servisu omogućena je razmjena roba i usluga za kojima se u tom trenutku javila potreba, na globalnoj razini. To su obično kompanije koje organiziraju korištenje imovine ili usluga uz naplatu, odnosno putem kojih korisnici mogu zarađivati dijeleći svoje stvari i vrijeme. Provizija odnosno naknada se odnosi na relativno male iznose, često neophodne kako bi se pokrili troškovi sustava i amortizacije. Ti iznosi su znatno manji nego što su to uobičajene cijene korištenja automobila, dostave, smještaja i slično. Uz to, tvrtka koja organizira sustav dijeljenja ne ulaže vlastitu imovinu, već se korisnici sami prijavljuju i dijele svoju imovinu unutar sustava. Također, bitna razlika između dijeljenja npr. automobila i klasičnog iznajmljivanja auta jest u direktnoj komunikaciji s vlasnikom što je bitno drugačije iskustvo (Sajter, 2014).

3.2.1. Internet platforme ekonomije dijeljenja

Danas kada je tehnologija prisutna u gotovo svim sferama života, a umjetna inteligencija zamijenila mnogo radnji koje su do nedavno obavljali ljudi, razvoj i funkcionalnost ekonomije dijeljenja naglo je porasla. Najveću zaslugu u tome ima internet koji je omogućio nastanak mnogih servisa i aplikacija sa svrhom dijeljenja.

Najpoznatiji takvi servisi koji u inozemstvu jako dobro funkcioniraju, a sve više ih je i na našem tržištu su:

- Airbnb – prenoćište, boravak
- HomeExchange, Couchsurfing – zamjena domova, prenoćište
- BlaBla Car – dijeljenje prijevoza odnosno slobodnog mjesta u autu
- Uber – prijevoz osoba
- Easy Car Club – razmjena automobila
- Instacart – kupovina i dostava namirnica
- Lending Club – direktno kreditiranje, bez tradicionalnog financijskog sustava
- Liquid Space – korištenje uredskog (radnog) prostora
- Posmates – dostava
- Task Rabbit – sitni kućanski poslovi (hgk.hr).

3.2.1.1. Airbnb

Airbnb globalna je turistička zajednica usmjerena na putovanja kojoj se veoma lako može pristupiti putem računala (web stranice) ili mobilne aplikacije. Osnovana je 2008. godine u Americi i omogućuje ljudima širom svijeta da svoje domove, sobe, prostorije stave na raspolaganje drugima uz adekvatnu novčanu naknadu i tako postanu poduzetnici u gostiteljstvu. Ostvaruje se obostrana korist; turisti imaju mogućnost lakog i brzog pronalaska smještaja na željenoj destinaciji, nerijetko cjenovno povoljnijeg od agencijskih aranžmana i hotelskih smještaja, dok je onima koji iznajmljuju neku svoju nekretninu ili dio nje pružena mogućnost zarade na istoj. Također veoma bitno, jačaju se međuljudski odnosi i ostvaruju veze i poznanstva što je jedna od težnji ekonomije dijeljenja. Airbnb-ovo tržište smještaja nudi mogućnost smještaja u više od 190 zemalja svijeta, sve od apartmana, pansiona i vila pa do kućica na stablima ili iglua. Uz to, partnerstvo koje Airbnb ostvaruje s Resy timom omogućuje jednostavan pregled i pristup najboljim lokalnim restoranima u odabranoj zemlji (press.airbnb.com).

Airbnb je jedan od najpopularnijih servisa za rezerviranje smještaja u svijetu i koriste ga stotine tisuća korisnika. On posreduje između putnika i iznajmljivača, te funkcionira i kao društvena mreža za korisne informacije gdje se mogu pričitati iskustva i preporuke posjetitelja. Zarađuje putem naknada, odnosno provizije koju ubire od korisnika te u nekim zemljama uživa fiskalnu slobodu ne plaćajući lokalno porez. Provizija je niska i iznosi 3 posto, a negdje može biti i viša – ovisno o uvjetima domaćina. Airbnb nudi isključivo privatni smještaj koji se može pronaći u gotovo cijelom svijetu, točnije preko 300.000 smještajnih jedinica u 34.000 gradova u 192 zemlje. Osnovna prednost Airbnb-a je ta što je brz, pregledan, jednostavan i siguran te ga zato koristi sve više turista, ali i iznajmljivača. Osim pružanja samog smještaja, gdje je bit da se gost osjeća kao kod kuće, Airbnb također omogućuje korisniku otkrivanje lokalnog aspekta destinacije, da se poveže s onima koji su već bili tamo i sazna ono što ne piše u vodičima. Tako se na Airbnb-u mogu pročitati komentari i savjeti turista koji su već odsjeli u određenom mjestu i saznati kakav je smještaj doista. S obzirom da stranica funkcionira kao društvena mreža gdje ljudi dijele svoja iskustva, lako se može saznati gdje je najbliži kafić, trgovina i drugi praktični savjeti. No, na stranici se ne ocjenjuje samo iznajmljivač i njegov stan, već i gosti. Kako svaki korisnik mora izraditi svoj profil, iznajmljivač može ocijeniti svog gosta, što budućim iznajmljivačima također pruža sigurnost. Gost smještaj plaća unaprijed Airbnb-u koji drži novac dok se gost ne pojavi. Time je vlasnik osiguran ako gost otkaže, a gost je osiguran u slučaju da smještaj nije onakav kakav je opisan. Ako se gost ne pojavi, novac će svejedno biti skinut s njegovog računa, a pravo povrata ima jedino ako otkaže na vrijeme, ali uz naknadu. Iznajmljivači su osigurani i depozitom koji Airbnb zadržava 48 sati nakon odlaska gosta, u slučaju da je nešto pokvareno ili slomljeno. Sa procijenjenom vrijednošću od 2,5 milijarde dolara, Airbnb je jedan od najaktualnijih tehnoloških startupova u SAD-u. Zapošljava preko 600 ljudi, u 12 ureda u Americi, Europi, Aziji i Australiji. Prvi međunarodni Airbnb-ov ured izvan SAD-a otvoren je u Hamburgu, a uslijedilo je i otvaranje ureda u Londonu te na ostalim kontinentima, uz fokus na Australiju te Tajland i Indoneziju kao najveća tržišta nakon SAD-a. Uz Airbnb, sve je veći broj i drugih internetskih servisa koji omogućuju isto (Booking.com, TripAdvisor, Lonely Planet i drugi). Svima im je svrha ista: mogućnost rezervacije željenog tipa smještaja, na željenoj destinaciji i u rangu cijene koja je putniku najprihvatljivija, bilo da se radi o skromnom ili luksuznom smještaju (poslovni.hr a).

U Hrvatskoj posluje od 2012. godine, a zbog nepostojanja bilo kakvih ugovornih obaveza te najmanje provizije na tržištu (3 posto) Airbnb brzo je stekao simpatije privatnih iznajmljivača. Prema podacima iz 2015. godine, na platformi Airbnb-a dostupno je 51 tisuća objekata u Hrvatskoj (privatne kuće, apartmani, stanovi). Rast posjetitelja koji su 2014. godine bukirali smještaj u Hrvatskoj preko Airbnb-a iznosio je 175 posto (najviše s britanskog,

njemačkog, francuskog i američkog tržišta), a porast rezervacija iz Hrvatske u inozemstvu iznosio je 133 posto (lider.media b).

Što se tiče posljednjih aktualnosti vezanih uz Airbnb, Europska komisija je nedavno ustanovila kako postoje određene nepravilnosti u poslovanju Airbnba i kako bi zbog toga mogao imati velike sankcije i probleme (kao što je nedavno i Google dobio novčanu kaznu od gotovo 5 milijardi eura). Naime, ovaj servis ne nudi potpune informacije ljudima koji rezerviraju smještaj pa u tom slučaju nastaju dodatni troškovi prilikom plaćanja smještaja, na teret krajnjih korisnika (poput usluga čišćenja, parkinga i drugih pristojbi koje nisu istaknute u konačnoj cijeni smještaja). Također, sporan je i dio s plaćanjem poreza jer Airbnb nema internu kontrolu iznajmljivača na ovom servisu pa ne može sa sigurnošću tvrditi tko se pridržava zakona pojedine države, a tko ne. U slučaju da Airbnb ne riješi ova dva navedena problema u svom poslovanju do kraja kolovoza ove godine, Europska unija će pokrenuti mjere sankcije putem kojih bi Airbnb mogao dobiti velike novčane izdatke, a u najgorem slučaju biti blokiran na prostorima Europske unije. Iz Airbnb-a su najavili kako su spremni na suradnju s Europskom unijom, sve sa ciljem rješavanja problema. Za nešto više od mjesec dana znat će se rasplet ove situacije (pcchip.hr a).

3.2.1.2. HomeExchange, Couchsurfing

HomeExchange je online platforma za zamjenu kuća ili stanova (domova) u svrhu besplatnog boravka na određenoj destinaciji. Primjerice, obitelj iz Berlina želi na odmor u Zadar, dok obitelj iz Zadra želi posjetiti Berlin; međusobno će zamjeniti svoje domove na dogovoreni period i time ostvariti značajne uštede. HomeExchange je svjetski lider i pokretač ekonomije dijeljenja koji trenutno sadrži više od 65 000 ponuda u preko 150 država svijeta, te ima više od milijun uspješnih zamjena iza sebe. Cilj HomeExchange-a je povezati ljubitelje putovanja i pružiti im besplatni smještaj, uz autentičan i potpuno drugačiji oblik odmora. Sve je počelo još 1992. godine s dolaskom Interneta te je ovakav način odmora proširio svijet mogućnosti i učinio putovanja znatno povoljnijima, a time i pristupačnijima. Za ovakav način putovanja bitno je da su ljudi otvoreni i da imaju poštovanja jedni prema drugima iz čega se rađa povjerenje (homeexchange.com).

Uz uštede koje se ostvaruju putem zamjene domova, prednosti za korisnike ovakvog koncepta su i te da žive život lokalnih ljudi, upoznaju susjede i prijatelje ljudi s kojima su dogovorili zamjenu i na taj način se povezuju i ostvaruju nezaboravno iskustvo. Za zamjenu najprije je potrebno postati član HomeExchange-a što se da vrlo jednostavno učiniti putem njihove internetske stranice gdje se potrebno učlaniti. Članovi plaćaju godišnju članarinu koja iznosi 479,88 kuna, te uključuje neograničen broj zamjena. Same zamjene mogu biti u isto vrijeme ili u različito vrijeme (primjerice ljeto za zimu) i često uključuju i osobni automobil, no

to je sve stvar dogovora zamjenskih strana. HomeExchange dostupan je na 15 svjetskih jezika, a odnedavno je dostupan i na hrvatskom (barmen.hr).

HomeExchange nedavno je i obogatio svoju ponudu novim programom Passport zahvaljujući kojem je moguće besplatno putovati svijetom bez plaćanja smještaja, ali i bez obostrane zamjene. Naime, ovim programom ukinuta su ograničenja u smislu trajanja boravka, lokacije ili veličine nekretnina. Članovi ovog programa osvajaju balone neovisno o duljini boravka, vrsti smještaja ili lokaciji, a potom iste mogu iskoristiti za boravak u nekretnini bilo kojeg člana koji sudjeluje u programu Passport. Dakle nije vezan za određenu lokaciju ljudi koji su bili kod njega na zamjeni, već može birati željenu, bez obaveze vraćanja zamjene. Primjerice, jedan član ima apartman na Pagu. Taj član može ugostiti nekoga kad god to može, dobiti balon i iskoristiti ga za svoje daljnje putovanje bez obaveze da se mora zamijeniti baš s tim članom koji dolazi kod njega. Passport se već na početku pokazao kao odličan potez i vlada prava „borba“ za skupljanjem balona, jer upravo ovaj način nadilazi sve prepreke pri obadiru smještaja i posjeta željenoj destinaciji (hrturizam.hr).

Couchsurfing (CS) se također odnosi na besplatnu razmjenu smještaja, sa naglaskom na povezivanju i stvaranju poznanstava na putovanjima. Nastao je 2004. godine kao mali projekt u Americi koji okuplja sve one koji su otvoreni, vole putovati i spremni su dijeliti svoje domove sa strancima, odnosno kako ih Couchsurfersi zovu – prijateljima koje još nismo upoznali. Couchsurfing je globalna zajednica sa više od 14 milijuna ljudi u više od 200 000 gradova diljem svijeta. Nastoji se povezati one koji putuju s onima koji su spremni dijeliti, čineći putovanje pravim društvenim iskustvom. Za članove ove platforme (i goste i domaćine) poželjno je da su komunikativni i druželjubivi. Korisnici dijele svoje živote s drugim ljudima različitih kultura, kroz uzajamno poštovanje. Radi se o tome da se gostima ustupi kauč, krevet ili soba za spavanje na dogovoreno vrijeme (obično je to par noćenja). Na taj način može se posjetiti bilo koja zemlja na svijetu te s lokalnog aspekta upoznati kultura i ljudi. Time se stječe jedinstveno iskustvo te grade čvrsti međuljudski odnosi koji čine ovaj svijet „manjim“ odnosno povezanijim i više prijateljskim. Ovaj način putovanja otvara umove i širi znanja koje pruža kulturalna razmjena. To je novo iskustvo koje niti jedna agencija ne može pružiti (couchsurfing.com).

Pri ovakvom načinu putovanja gdje se susreću potpuni stranci, važno je povjerenje odnosno garancija sigurnosti i jednoj i drugoj strani. To se ostvaruje registrirajući se na stranicu nakon čega se uvidom u razne profile, preporuke, dobre i loše kritike može procijeniti gost/domaćin. Postoje i razni Couchsurfing događaji koje organiziraju članovi CS-a u svakom gradu. Time se goste nastoji bolje upoznati s lokalnom kulturom, učiniti njihov boravak ugodnijim i zabavnijim te stvoriti prijateljske veze među ljudima. Tako se organiziraju

razna okupljanja, koncerti, radionice, igre poput potrage za blagom i slično (slobodnadalmacija.hr).

3.2.1.3. BlaBla Car

BlaBla Car mobilna je aplikacija i internet platforma za dijeljenje prijevoza, odnosno podjelu troškova putovanja. Funkcionira tako da se svi korisnici (i oni koju nude prijevoz i oni koji ga traže) registriraju kako bi mogli pretraživati, objavljivati i međusobno se kontaktirati. Primjerice netko putuje na određenoj relaciji i kako bi uštedio na troškovima, objavit će kada vozi i gdje vozi kako bi mu se netko drugi tko traži prijevoz mogao javiti i rezervirati mjesto. I ovdje se ostvaruje obostrana korist – vozaču se snižavaju troškovi, dok i druga strana ostvaruje troškovne pogodnosti jer je ovaj način prijevoza povoljniji nego javni oblici, ali i ugodniji. Opet dolazi do stvaranja novih poznanstava među ljudima, povezivanja i suradnje. Kao i kod većine ostalih platformi ekonomije dijeljenja, i ovdje je bitno da obje strane imaju određenu sigurnost u vidu dijeljenja prijevoza. Stoga se i vozači i putnici mogu međusobno ocjenjivati i komentirati što daje određenu garanciju ostalima koji nude ili traže prijevoz.

BlaBlaCar vodeća je svjetska zajednica za dijeljenje prijevoza na duljim relacijama, obično međugradskim, s više od 25 milijuna članova u 22 zemlje na tri kontinenta, a sami princip ne dozvoljava vozačima da zarade na prijevozu, već smiju samo podijeliti troškove putovanja na koje bi ionako išli (netokracija.com a).

BlaBla Car nezavisno je poduzeće nastalo u Francuskoj prije desetak godina te je danas rašireno u 22 zemlje svijeta sa 40 milijuna članova, prema čemu je najveća svjetska zajednica za dijeljenje prijevoza. Procjenjuje se da je godišnja ušteda BlaBla vozača oko 2,16 milijardi kuna. Uz društveni doprinos ovog modela, ostvaruje se i velika ekološka korist o čemu govori podatak da se emisija CO₂ smanjila za otprilike 700 000 tona. BlaBla Car jedan je od najbolje financiranih start-upova na području tehnologije u Europi. Naime, u srpnju 2014. godine od ulagača je prikupio 100 milijuna dolara za financiranje međunarodnog širenja (blablacar.hr a).

3.2.1.4. Uber

Uber je kalifornijski start-up pokrenut 2009. godine, a 2010. izdana je aplikacija za Android, iOS i Windows sustav. Omogućuje spajanje ljudi koji imaju vozilo i žele zaraditi uz pomoć njega sa onima kojima treba prijevoz. To je zapravo povoljnija alternativa taksi uslugama, a prednost je i ta što se plaća internetom. Od samog početka Uber je postizao znatni rast da bi se vrijednost kompanije 2015. godine procijenila na 41 milijardu dolara. Danas je dostupan u 80 zemalja širom svijeta. Uber funkcionira tako da korisnik putem aplikacije naruči prijevoz. Nakon što aplikacija zaprimi zahtjev i locira položaj putnika, poziv se prosljeđuje najbližem Uber registriranom vozaču, čije se kretanje može pratiti na ekranu

telefona. Nakon što se stigne na željeno odredište, s bankovnog računa putnika skida se iznos novca koji treba platiti, od čega Uber uzima svoj dio (oko 20 posto), a ostatak ide vozaču. Vozači Ubera nemaju taksi licencu niti taksimetar, a prijaviti se za posao može svatko s odgovarajućim vozilom i vozačkom dozvolom. Cijene usluge prijevoza ovise o prijeđenim kilometrima i procijenjenom vremenu te o trenutnoj potražnji za vožnjama u određenom gradu. Iako variraju, cijene na zapadnim tržištima su obično niže od konkurencije. Također, cijene mogu varirati ovisno o periodu godine (telegram.hr b).

Ovaj model izazvao je brojne kontroverze zbog uništavanja lokalne taksi usluge kojoj predstavlja nelojalnu konkurenciju te neplaćanja lokalnog poreza zbog čega se često ne uklapa u stroge zakone koji reguliraju ovu uslugu. Naime, Uberova usluga prijevoza obično je jeftinija od standardne taksi usluge za 20 do 25 posto i stoga ne čudi što je u nekim državama došlo do protivljenja pa čak i zabrane djelovanja Ubera na tržištu. Države u kojima Uber ima zabranu poslovanja su: Australija, Belgija, Brazil, Indija, Japan, Južnoafrička Republika, Južna Korea, Nizozemska, Njemačka, SAD-e, Španjolska, Tajland i Tajvan. Primjerice, vlasti u Berlinu su protiv Ubera donijele presudu u kojoj se navodi da je njegova služba za luksuzni prijevoz limuzinama prekršila lokalna pravila, te je zabranjen rad u Berlinu, Münchenu, Frankfurtu, Hamburgu i Düsseldorfu. Nakon nekoliko mjeseci zabranjen im je rad i na nacionalnoj razini zbog kršenja zakona o transportu, jer vozači Ubera nemaju iste dozvole kao obični taksisti, no ne u potpunosti - vozači koji imaju odgovarajuće dozvole i dalje mogu raditi. U Španjolskoj im je zabranjen rad nakon što je sud prihvatio tužbu madridskih taksista. Sve se svodi na to da vozači koji prevoze i naplaćuju usluge putem aplikacije Uber nisu registrirani niti osigurani da voze u komercijalne svrhe te takav sistem plaćanja kreditnom karticom nije u skladu sa zakonom, a sami model nije u skladu sa državnim zakonima koji reguliraju prijevoz i javni promet (lider.media b).

3.2.1.5. Easy Car Club

Ovaj model dijeljenja odnosi se na razmjenu automobila između ljudi (peer-to-peer). To je prvo takvo nacionalno poduzeće za iznajmljivanje automobila gdje lokalni stanovnici iznajmljuju svoj automobil drugima kada ga ne koriste, a rezervacije se obavljaju putem Easy Car Club web stranice (birmingham.gov.uk).

Time je vlasnicima automobila omogućeno postizanje zarade kroz iznajmljivanje svog automobila (ili kombija) dok ga ne koriste, a vozačima novčane uštede kroz jeftiniji, lokalni najam automobila. Klub je pokrenut 2014. godine u Ujedinjenom Kraljevstvu s ciljem postizanja bolje iskoristivosti automobila u UK. Djeluje samo na području UK-a i ima tisuće raspoloživih automobila diljem zemlje, sa nekoliko tisuća uspješnih iznajmljivanja iza sebe. Nema članstva niti članarina, a korisnici mogu birati između tisuće lokalnih vozila te ih

rezervirati za sat, dan ili tjedan, osiguran im je jednostavan pristup uslugama bez papirologije te sveobuhvatno pokriće osiguranja, kao i standardno pokriće kvara. Ovim načinom, kao i ostalim platformama ekonomije dijeljenja, društvu se pruža veća vrijednost i proširuju mogućnosti. John Mulvey stanovnik je Ujedinjenog Kraljevstva koji je počeo iznajmljivati svoj automobil putem Easy Car Cluba prošle godine (2017.) u siječnju. Od tada do danas je kupio pet vozila koje iznajmljuje za 35 funti dnevno. Od toga mu ostaje 25 funti, naon što Easy Car Club uzme svoju proviziju. John procjenjuje da zaradi nešto manje od 1200 funti mjesečno (carclub.easycar.com).

3.2.1.6. Instacart

Instacart je američka tvrtka koja pruža usluge kupovine i dostave namirnica na kućnu adresu na području SAD-a i Kanade, i to u roku od sat vremena ili drugom dogovorenom razdoblju (tjedan dana unaprijed i slično). Putem te platforme omogućeno je povezivanje onih koji trebaju uslugu sa *Instacart osobnim kupcima* na tom području koji kupuju namirnice u odabranom dućanu i dostavljaju je na adresu. Kupovati se tako može putem računala kao i putem iOS i Android sustava. Dovoljno je da se korisnik registrira kako bi mogao naručiti, a svako kućanstvo može imati jedan račun koji nije ograničen na adresu niti regiju – prilikom svake kupovine može se upisati druga adresa. Ako dođe do pogreške pa neke namirnice nedostaju ili su krivo izabrane, moguća je zamjena koju će također obaviti *osobni kupac*. Kako do pogreške ne bi ni došlo, prilikom narudžbe korisnik može jasno istaknuti što želi dodavanjem određene bilješke o željenom proizvodu. Na primjer, korisnik želi banane, ali isključivo organske – to će istaknuti pored naručenih banana. Također, kako platforma povezuje korisnika i *osobnog kupca*, lako je moguće stupiti i u kontakt s kupcem te umjesto bilješke poslati i fotografiju ako se radi o nekom specifičnom proizvodu (instacart.com).

Što se tiče naknada koje korisnici plaćaju za ovu uslugu, postoje dvije vrste. Jedna se odnosi na napojnicu za *osobnog kupca* koji je izvršio kupnju i dostavio namirnice, a druga je pristojba koja se plaća za pruženu uslugu kompaniji Instacart u iznosu od 10 posto. Naknada koja se plaća kompaniji za pruženu uslugu (10 posto) jasno je istaknuta na naplatnoj stranici prilikom naručivanja, dok nigdje nije sadržana napojnica *osobnom kupcu*. Mnoge korisnike to dovodi do zablude o krajnjem trošku kupovine koji zbog toga ispadne veći od očekivanog. U tom slučaju moguće je u postavkama prilikom naplate maknuti naknadu koja se plaća kompaniji, te umjesto toga dodati napojnicu *osobnom kupcu*. Kod mnogih korisnika to je izazvalo nezadovoljstvo, jer nije sve jasno istaknuto i prikazano (medium.com).

Ovaj koncept ima određene prednosti kao što su ušteda vremena korisnicima i novca u jednu ruku jer se u trgovini obično uvijek kupi i nešto dodatno što nije bilo unaprijed planirano, a i olakšanje po pitanju odlaska u trgovinu i nošenja teških vrećica (osobito za

starije i bolesne korisnike). S druge strane su određeni nedostaci poput dodatnih naknada. Procjenjuje se da bi godišnji trošak naknada za prosječnog korisnika koji naručuje jednom tjedno iznosio 1000 američkih dolara, iako su napojnice *osobnom kupcu* dobrovoljne, no rijetko tko da neće ostaviti nikakvu napojnicu onome tko obavi kupnju umjesto njega i donese mu na kućnu adresu. Korisnici mogu postati članovi Instacart Express programa plaćajući godišnju članarinu u iznosu od 149 dolara i tako ostvariti mogućnost neograničene i besplatne dostave za sve narudžbe iznad 35 dolara (businessinsider.com).

3.2.1.7. Lending Club

Ovo poduzeće, porijeklom iz Kalifornije (SAD), omogućuje davanje zajmova, odnosno kreditiranje putem specijalizirane web stranice ili Lending Club mobilne aplikacije koja povezuje individualne zajmodavce i zajmoprimce (P2P). To je prvo takvo poduzeće na tržištu koje registrira svoju ponudu kao vrijednosnice i nudi trgovanje zajmovima na sekundarnom tržištu. Djeluje samo na području SAD-a sa svrhom pomaganja Amerikancima da lakše dođu do sredstava i ostvare svoje ciljeve. Lending Club posluje od 2007. godine i u posljednjih desetak godina pomogli su milijunima ljudi sa njihovim dugovima, investicijama, pokretanjem poslovanja i drugo. Koristi visoku tehnologiju kako bi na kreditnim tržištima djelovao po nižoj cijeni od tradicionalnih programa kreditiranja banaka, što zajmoprimateljima donosi niže stope za kredit pa time i veće štednje, dok investitorima osigurava solidne prihode. Zajmoprimci koji su koristili Lending Club zajam za konsolidaciju duga naveli su da je prosječna kamatna stopa manja za 24 posto u odnosu na prije plaćanu stopu za nepodmirene dugove. Samim time ovaj klub zaradio je jedne od najviših ocjena zadovoljstva u industriji financijskih usluga. Zajmoprimci, za razliku od tradicionalnih usluga kreditiranja, ovdje imaju određene prednosti poput jednostavne online prijave, niže fiksne stope, fiksne mjesečne uplate, fleksibilnih uvjeta i prijateljske usluge. Investitori postižu visoku stopu povrata (prosječno od 5.06% do 8.74%) , mjesečni optjecaj novca, jednostavno je diverzificiranje u mnogim kreditima te su dostupni računi za umirovljenje i mirovinu (lendingclub.com).

Ova usluga omogućuje minimalna ulaganja od 25 dolara pa sve do 20 000 dolara te nudi mnoštvo kreditnih proizvoda, od osobnih i medicinskih pa sve do poslovnih. Osobni krediti idu do 40.000 dolara, medicinski do 50.000 dolara, a poslovni do 300.000 dolara. Lending Club platforma omogućuje investitorima da posude novac direktno zajmoprimcu, sve online putem bez susreta licem u lice. Kako i zajmodavac i zajmoprimac ostvaruju određene koristi od stopa koje postižu, ovo je win-win situacija za obje strane. Minimum otvaranja računa za investitore u ovom kreditnim klubom je 1000 dolara i 25 dolara je minimalni uvjet za ulaganje u bilo koju pojedinačnu bilješku – pod bilješkom se misli na skup zajmova u koje je isplativije ulagati nego u pojedinačni kredit. Ovaj način ulaganja drugačiji je od ulaganja u

depozite. Svaka bilješka predstavlja zajam koji će biti vraćen tijekom trajanja zajma, a uključivat će kamate i glavnice. To znači da će na kraju kredit biti potpuno ugašen pa će investitor trebati reinvestirati primljene uplate na neprekidnoj osnovi dok ih prima. Uvjeti zajma su 36 mjeseci ili 60 mjeseci. Više od 80% zajmova odobrava se za refinanciranje postojećih zajmova i stanja kreditnih kartica. Slično drugim bankovnim zajmovima, zajmoprimci se vrednuju temeljem kreditnih rezultata, omjera duga i dohotka, dužini kreditne povijesti i nedavnoj kreditnoj aktivnosti. Svaki zajam ima dodijeljenu kreditnu ocjenu, od "A" (najviše) do "G" (najniže). Što je ocjena veća, to je niža stopa. Na primjer zajmovi A-razreda imali su prosječnu stopu od 7,51% dok su zajmovi G-razreda imali prosječnu stopu od 25,13%. S druge strane, ako se radi o zajmoprimcu Lending Cluba, on treba najprije ispuniti prijavu na web stranici nakon čega se ta prijava vrednuje i izvlači se kreditna ocjena. Potom se, kao što je već spomenuto, dodjeljuje razina rizika između A1 (najviša razina, najniža stopa) i G5 (najniža razina, najveća stopa) te se temeljem toga formira kamatna stopa na temelju stupnja rizika zajmoprimca. Tada će investitori pregledom kriterija i ocjene kredita odlučiti žele li ulagati u njega. Kada obje strane pristanu na transakciju, sredstva zajma postaju dostupna u roku od nekoliko dana (goodfinancialcents.com).

3.2.1.8. Liquid space

Liquid space je najveća mreža za širenje mogućnosti korištenja uredskog prostora. Poduzeće je osnovano 2010. godine u Kaliforniji. Povezuje rastuće timove i stručnjake koji traže poslovni prostor direktno sa svojim partnerima pružateljima prostora, stručnjacima za nekretnine i pružateljima takvih usluga. Trenutno su povezani pojedinci i timovi iz više od 72 000 tvrtki iz 1 200 gradova u SAD-u, kako bi riješili svoje uredske potrebe. Online alati pojednostavljaju traženje uredskog prostora, a pravni okvir Liquid Spacea eliminira troškove i složenosti tradicionalnog leasinga. Na ovaj način dolazak do uredskog prostora moguć je u samo nekoliko klikova, bez zakupa – samo mjesečno plaćanje. Liquid Space zapravo je start-up koji pomaže ostalim start-upovima s pronalaskom adekvatnog poslovnog prostora, odbacujući pritom teret koji tradicionalna industrija nekretnina stavlja na većinu tvrtki. Ovdje se prostor i nekretnine vrlo lako pretražuju i jednim klikom rezerviraju te postaju dostupni već od sutradan, idućeg tjedna ili drugog željenog razdoblja. Ponuda uredskih prostora je široka te je moguć dnevni najam (na par sati), mjesečni ili duži za vođenje poslovanja, za jednu osobu ili čitavi tim (liquidspace.com).

Liquid Space je otvorena platforma što znači da je svatko može besplatno pregledavati, objaviti višak poslovnog prostora po stopi koju smatra razumnom, ili rezervirati prostor. Kod rezervacije prostora, obje strane pristaju na standardni ugovor, a Liquid Space pritom uzima 10 posto. Korisnici tek nakon korištenja određenog prostora mogu ostaviti svoje komentare na isti, čime taj prostor može stvoriti pozitivne ocjene, a time više interesa i

rezervacija. Ova platforma dostupna je u gotovo cijelom SAD-u i nekim kanadskim pokrajinama, a najčešći najam traje od pola godine do godinu dana i igra veliku ulogu u nastanku i pozicioniranju novih poduzeća na tržište (entrepreneur.com).

3.2.1.9. Postmates

Postmates je prva aplikacija napravljena za usluge dostave namirnica i svega željenog na kućnu adresu u željenom trenutku, za određenu naknadu. Točnije, dostava uključuje dostavu hrane iz kojeg god restorana (bez obzira ima li taj restoran dostavu ili ne), pekara, kao i dostavu robe iz bilo kojeg dućana i drugih prodajnih mjesta. Postmates ima oko 200 000 svojih dostavljača, a dostava obično bude izvršena u roku od sat vremena, na željenu adresu. Aplikacija je dostupna preko svakog mobilnog sustava (Android, iOS) kao i putem računala te omogućuje dostavu u svakom trenutku, odnosno dostava je na raspolaganju 24/7, 365 dana u godini (play.google.com).

Postmates djeluje na više od 100 gradskih područja diljem SAD-a, kako bi omogućio ljudima brz i jednostavan dolazak do željenih dobara iz lokalnih trgovina i objekata. Slično kao i kod ostalih platformi dijeljenja, Postmates dostavljači preko svog mobilnog telefona prime obavijest o narudžbi i u što kraćem roku nastoje da je izvrše. Ova platforma djeluje od 2011. godine te je u vrlo kratkom roku ostvarila veliki uspjeh. Postmates poduzeće ostvarilo je službene veze sa mnogim poznatim kompanijama poput tvrtke Apple, McDonalds, Starbucks, Walgreens i druge. Prosječan broj dnevnih narudžbi putem ove aplikacije je 7500, a prosječna cijena narudžbe je 40 dolara. Naknada dostavljaču ovisi o prijedenoj udaljenosti od mjesta kupovine do mjesta dostave, a minimalna naknada je 5 dolara. Restorani, trgovine i ostali objekti s kojima Postmates ostvaruje suradnju, također odvajaju određeni postotak od iznosa računa za Postmates, što im je opet povoljnije nego da imaju vlastitu dostavu, a ujedno povećavaju obujam prodaje. Postmates ima više od 25 000 partnera sa kojima surađuje, a naknada koju oni plaćaju Postmatesu za usluge dostavljanja svojih proizvoda ovisi o veličini kupovine, a kreće se oko 4 dolara. Prema poslovnom modelu, dostavljač dobiva 80 posto naknade, a 20 posto ide kompaniji Postmates. Prema informacijama dostavljača, on zaradi oko 25 dolara po satu, ali to sve ovisi o broju izvršenih dostava – što više dostava dostavljač obavi, veća je i zarada koju ostvari. Procedura je vrlo jednostavna, i nakon što korisnik postavi određeni zahtjev za narudžbu, narudžba je proslijeđena do dostavljača tek kada je plaćena. Naknada dostave dodana je stvarnoj cijeni narudžbe, ovisno o mjestu kupovine i isporuke robe. Potom, kada je narudžba potvrđena nakon plaćanja, dostavljač dobiva obavijest o zatraženom i ide u kupovinu. On putuje biciklom ili autom i dostavlja naručeno na željenu adresu. Korisnik putem aplikacije može u svakom trenutku vidjeti točnu lokaciju dostavljača i za koliko je na adresi, što je uvijek u roku sat vremena. Također, u slučaju kašnjenja ili bilo kakvih drugih situacija, dostavljač i korisnik se mogu

međusobno kontaktirati. Korisnik nije dužan ostaviti dodatnu napojnicu dostavljaču po primitku dostave, no može ako želi (jungleworks.com).

Postmates djeluje samo na američkom tržištu, a 2017. se proširio i na međunarodno tržište, konkretno na tržište Meksika. Na području SAD-a, Postmates ima više od 100 000 dostavljača koji mjesečno izvrše preko 2,5 milijuna dostava. Na području Europe Postmates još nije aktivan, ali djeluju druge slične platforme dostave u vidu usluga na zahtjev poput španjolskog start-upa Glovo, francuskog Tok Tok Tok, britanskog Delivera, dok u Hrvatskoj djeluje Pauza (techcrunch.com).

3.2.1.10. TaskRabbit

TaskRabbit je online mobilna i računalna platforma koja povezuje TaskPostere – ljude koji trebaju pomoć sa sitnim kućanskim poslovima i popravcima, sa TaskRabbitom – mrežom individualaca koji imaju dovoljno vremena i vještina za obavljanje određenih zadataka. Ideja je pokrenuta 2008. godine kada je osnivačica Leah Busque zaključila da bi bilo praktično da postoji mogućnost outsourcinga sitnih poslova, nakon što je jedan naporan poslovni dan zaboravila uzeti svom psu hranu i morala je to navečer. Ova platforma izgrađuje zajednicu, približava i umrežuje susjede i ljude te stavlja mogućnost pomaganja na višu razinu, po cijeni koju ljudi žele i mogu platiti. Ovaj inovativni koncept outsourcinga ostvario je masovno financiranje od nekoliko desetina investitora te napravio pravi brend u industriji usluga na zahtjev. Platforma je idealna za ljude koji imaju manjka vremena i često su u žurbi, kao i za one koji nisu zaposleni pa ovime mogu steći prihode ili dodatne prihode. Samo poduzeće prosječno zaradi oko 5 milijuna dolara mjesečnih prihoda. Posluje diljem SAD-a u gradovima poput Atlante, Bostona, Houstona, Washingtona, Chigaca, Miamia, New Yorka i drugih većih, Kanadi te u Londonu kao prvoj internacionalnoj destinaciji. Na platformi ima prijavljenih oko 50 000 izvršitelja zadataka i oni nemaju radno vrijeme, već rade prema mogućnostima. Sva plaćanja vrše se putem aplikacije, odnosno digitalnim putem, a cijena zadatka odnosno usluge ovisi o vrsti i trajanju (medium.com).

Prilikom preuzimanja aplikacije, plaća se naknada u iznosu 20 dolara. Sljedeće što se plaća su zatraženi zadaci koje je za korisnika obavio izvršitelj zadataka odnosno Tasker. Svaki zadatak ima određenu cijenu u skladu sa vremenom i naporom uložnim za izvršenje zadatka, a 15 posto od te cijene ide poduzeću TaskRabbit, dok ostalih 85 posto ide osobi koja je izvršila zadatak. U cijeni zadatka sadržana je i naknada za povjerenje i sigurnost u iznosu od 7,5 posto (support.taskrabbit.com).

Uz mnoge osobne usluge za koje se koristi, TaskRabbit koriste i mnogi start-upovi kao i velike tvrtke, poput Ikee. Ikea je u devet prodavaonica u SAD-u od ove godine u svoje poslovanje uvela usluge montaže svog namještaja putem Taskera te tako omogućila

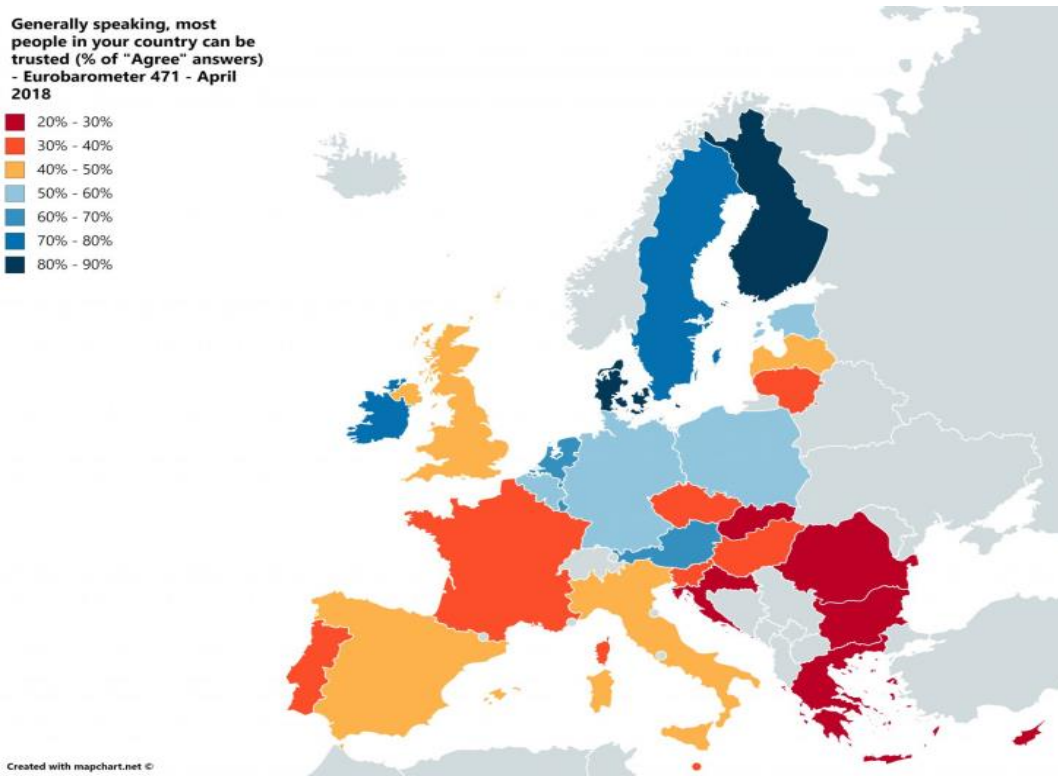
naručivanje široke palete kućanskih popravaka i usluga, sa cijenom od 36 dolara na dalje, ovisno o usluzi. TaskRabbit se već udružio i s Ikeom u Velikoj Britaniji, ali usluga još nije postala dostupna (theverge.com).

3.3. Valuta ekonomije dijeljenja

Kako bi dijeljenje doista funkcioniralo, bez da ijedna strana bude prevarena ili nasamarena, sigurnost i pouzdanost pri dijeljenju od ključne je važnosti. Stupanj povjerenja razlikuje se od države do države, od društva do društva. Moglo bi se reći da je dio tradicije i rezultat međuljudskih odnosa godinama unazad. Na suvremenim platformama dijeljenja, sigurnost i povjerenje postiže se uz pomoć sustava ocjenjivanja kojim se međusobno ocjenjuju, komentiraju, preporučuju i kritiziraju strane ponude i strane potražnje, prema kvaliteti dobivene usluge. Tako korisnik unaprijed može vidjeti ocjene i komentare potencijalnog suradnika i odlučiti hoće li stupiti u kontakt s njime ili neće.

Povjerenje je glavna valuta u ekonomiji dijeljenja, a bogatstvo koje čovjek prikuplja zove se reputacija. Isto kao što se u klasičnom financijskom sustavu provodi kreditno bodovanje u kojemu se ocjenjuje financijska odgovornost zajmoprimca, tako se i u ekonomiji dijeljenja razvijaju modeli koji prikupljaju recenzije i ponuđača i potraživača. Veoma dobra stvar je ta da se rejting sustavi umrežavaju i ujedinjuju (primjerice TrustCloud), pa je određeno ponašanje korisnika u jednom sustavu dijeljenja vidljivo i u drugom sustavu. Na ovaj način odgovorno ponašanje transformira se u online-reputaciju, koja garantira pouzdanost i postaje investicijski kapital nove ekonomije (Sajter, 2014).

Stupanj povjerenja u državama Europske unije varira, a prema tome varira i zastupljenost dijeljenja u pojedinim zemljama. Na sljedećoj slici slijedi prikaz postotka međusobnog povjerenja koje građani neke zemlje imaju jedni prema drugima, prema istraživanju provedenom ove godine.



Slika 6: Postotak međusobnog povjerenja među građanima Europske unije u 2018. godini (Izvor:reddit.com)

Ističu se Finska i Danska sa najvećim postotkom međusobnog povjerenja građana, i to od 80 do 90 posto ispitanika se složilo sa time da može vjerovati svojim sugrađanima. Slijedi Švedska, Irska, Austrija i Njemačka. S druge strane, s najmanjim postotkom povjerenja među građanima ističu se zemlje jugoistočne Europe. Među njima je, nažalost, i Hrvatska sa postotkom od 20 do 30 posto onih koji smatraju da mogu vjerovati svojim sugrađanima. Kod nas je, izgleda, još uvijek zastupljen mentalitet koji proizlazi iz pohlepe, sebičnosti i koristoljublja pa se nerijetko nalazimo u situacijama kada nas netko hoće nasamariti, prevariti ili samo okrenuti stvari u svoju korist. Uz Hrvatsku, u istom rangu što se tiče povjerenja među građanima su i Slovačka, Rumunjska, Bugarska, Grčka i Cipar. Rješenje se nalazi u težnji i radu na izgradnji pravednijeg društva, čime će i stupanj povjerenja rasti.

3.4. Ekonomija dijeljenja naspram klasične ekonomije

Slučaj sa većinom imovine, proizvoda i usluga je taj da ih se čovjek brzo zasiti ili nakon kratkog vremena korištenja mu više nisu potrebne. Sustavno nametnuta karakteristika robe danas je potrošnost i prolaznost, iako je ta roba i dalje funkcionalna i može poslužiti svrsi. Nakon što se dobilo iskustvo korištenja ta je roba izgubila svoj početni magnetizam i

većinom bude zabačena i skuplja prašinu u nekom kutku kuće. Užitek i euforija ishlapi, potroši se. Uostalom, zato se potrošačka ekonomija zove kako se zove. Ekonomija dijeljenja nastoji kreirati modele višekratnog korištenja iste imovine. Netko ima bušilicu koju rijetko koristi, kauč na kojemu netko može prespavati, ili pak svečanu haljinu za posebne prigode. No, ekonomija dijeljenja se ne odnosi samo na materijalnu imovinu. Tu ulaze i svi drugi oblici imovine, kao što je primjerice vrijeme kao oblik nematerijalne imovine. Možda nema svatko imovinu koju bi mogao i htio dijeliti, ali sigurno ima neki talent, znanje, vještinu, odnosno vrijeme. Dijeljenje u tom slučaju odnosilo bi se na zamjenu svog vremena (košnja trave, instrukcije iz matematike, popravci, čuvanje dijeteta,...) za recimo dva sata korištenja bušilice. Takvo dijeljenje vremena obično stoji iza pojma „banke vremena“ kojima je u radu posvećeno čitavo poglavlje. Zašto ne bismo pomogli jedni drugima i podijelili ono što možemo, darovali ono što nam više ne treba, razmjenili robu s nekim drugim u obostranu korist? (Sajter, 2014)

Strategija ekonomije dijeljenja bazirana je na decentralizaciji razmjene proizvoda i usluga, a uz to razliku u odnosu na klasičnu ekonomiju čine i lakša pristupačnost odnosno pristupanje proizvodima i uslugama putem mobilnih aplikacija i internetskih servisa, što povoljno utječe na brzinu, praktičnost i jednostavnost kod povezivanja ponude i potražnje ove alternativne ekonomske grane. Drugim riječima, glavna prednost ekonomije dijeljenja je suradnja među sudionicima i nepostojanje posrednika, što povećava brzinu ostvarene razmjene jer se vrijeme između traženja i dobivanja usluge znatno smanjuje, kao što se smanjuju i troškovi (planb.hr).

Sve je veći broj onih koji se aktivno suprotstavljaju potrošačkom mentalitetu i konzumerističkoj propagandi koja hipnotizira sveprisutnim i na razne načine prezentiranim pozivom „ne misli – kupuj“. Sve rašireniji je stav da se jedino povezivanjem, umrežavanjem, suradnjom i dijeljenjem mogu riješiti gorući problemi današnjice i sve je više primjera iz prakse koji doista upućuju na tu činjenicu. S druge strane, jedna od osnovnih prepreka u prelasku na ekonomiju dijeljenja je potrošački mentalitet sazdan u pojmu vlasništva koji ljude sprječava u dijeljenju. Još uvijek je mnogo onih koji žive od postojeće ekonomije i kojima ne odgovara promjena. Među njima su i oni koji žive duboko u ljudskom karakteru, tipičnim za malu djecu, koji voli vikati: „Moje! Ne dam!“ Neki ljudi vjerojatno nikada neće pristati na dijeljenje svoga, i uvijek će im biti problem nešto dati u zajedništvo. Bilo kako bilo, bit će zanimljivo promatrati razvoj ovog ekonomskog modela u konzumerističkom društvu (Sajter, 2014).

Ono čemu nas ekonomija dijeljenja uči je efikasnija uporaba i preraspodjela dobara i resursa, koja se postiže upravo dijeljenjem navedenog. Iako je razmjena proizvoda i usluga decentralizirana, posrednik bez kojeg ovaj princip ne bi bio ostvariv ipak postoji, a zove se

Internet. Nositelji ove promjene su građani, odnosno stanovnici cijele planete koji su orijentirani na zajedničko postizanje ciljeva, uz suradnju i solidarnost. Tu se posebice misli na mlađu „internet“ generaciju koja svojim idejama i kreativnošću nosi val promjena u korist zajednice, a ne pojedinaca – po svemu sudeći nabolje.

3.4.1. Dijeljenje sa svrhom trajne održivosti

Vidljivo je i sasvim jasno da klasični ekonomski sustav baziran na potrošnji nije održiv i da većini ne donosi blagostaje, upravo suprotno – većina je sve siromašnija, mladi i perspektivni ljudi odlaze u inozemstvo u potrazi za boljom budućnosti, a broj umirovljenih polako nadmašuje broj radno aktivnih.

Prema podacima od ove godine, mirovinski i zdravstveni sustav u Hrvatskoj, kao najveći konzumenti proračunskog novca, u sustavnom su deficitu. Za isplatu mirovina godišnje nedostaje oko 17 milijardi kuna, koje se moraju podmiriti iz poreznih davanja, a zdravstveni je sustav od posljednje velike sanacije 2013. nagomilao 8 milijardi kuna duga (novac.jutarnji.hr).

Neki smatraju da načine zbrinjavanja buduće starije populacije treba tražiti upravo u modelima ekonomije dijeljenja. Čovjek sve dulje živi, a država se je sve manje u stanju brinuti za treću dob i osigurati im mirnu i bezbrižnu starost. Stoga će buduće generacije umirovljenika, odrasle uz Facebook i „pametne“ telefone, svoje blagostanje moći pronaći jedino kroz suradnju i dijeljenje. Dodatno, EU također promiče kolaborativnu potrošnju, odnosno ekonomiju dijeljenja. Naime, savjetodavno tijelo Europske unije, Europsko ekonomsko i socijalno povjerenstvo, početkom 2014. godine donijelo je dokument kojim se promiče ekonomija dijeljenja. Konkretnije, u tom dokumentu navedeno je da potrošači kupuju robu koju ne koriste dovoljno kako bi se opravdala njezina cijena, te da se dijeljenjem stvara alternativa hiper-potrošnji i stvorenim nejednakostima. Posebno se ističu prednosti manje potrošnje prirodnih resursa, niže emisije CO₂ i povećanja trajnosti proizvoda (Sajter, 2014).

3.4.2. Moćno ekološko opravdanje

Konstantna kupovina i potrošnja nosi svoje posljedice i po pitanju zagađenja prirode i okoliša. Gomilanje smeća i otpada došlo je do kritične razine kada je potreban angažman i suradnja svih građana, osobito onih u velikim gradovima, sve kako bi zaštitili okolinu, a time i svoje zdravlje i opstanak. Aktivni građani mogu biti pola rješenja problema, samo ako se dobro organiziraju i na pravi način djeluju u pravo vrijeme, koje je upravo sada.

Karakteristika potrošačkog društva je uporaba robe svega nekoliko puta i ona prebrzo završi kao otpad. Brda smeća danas su prisutna u većini većih gradova u RH i u svijetu te

upozoravaju na neodrživost nerazumne potrošnje. Nastoji se stvoriti cjeloviti sustav gospodarenja otpadom u kojem bi se otpad tretirao na način da ima što manji utjecaj na okoliš. Pri tome recikliranje igra ključnu ulogu. Prema podacima iz 2017. godine u Hrvatskoj se reciklira samo 17 posto otpada, a na odlagalištima završava 83 posto. Sukladno zadaćama EU-a do 2030. godine morat će se reciklirati 65 posto komunalnog otpada, a na odlagališta ne bacati više od deset posto (novilist.hr a).

Prema najnovijim podacima od ove godine, Međimurska županija je na više od 40 posto razvrstavanog otpada. Štoviše, neki međimurski gradovi i općine, poput Preloga i Donje Dubrave, već su blizu 60 posto. S druge strane Splitsko-dalmatinska županija je na svega nekoliko posto. Zagreb je na oko 30 posto, a prosjek za cijelu Hrvatsku je 27 posto razvrstanog otpada (vecernji.hr b).

Dijeljenjem stvari koje su u funkciji, ali se više ne koriste, smanjuje se pritisak na okoliš i osigurava se da svaka vrsta imovine zaživi u mjeri punog potencijala – sve dok funkcionira. Vlasništvo je u principu sekundarno, a primarna je uporaba, funkcija. Cilj ekonomije dijeljenja je da oskudni resursi postanu dijeljeni resursi. Pri tome su proizvođači usmjereni kreiranju proizvoda koji će duže biti funkcionalni, odnosno kvalitetniji i trajniji. Tako bi samo jednim artiklom proizvođač mogao ostaviti izvrstan dojam na više različitih osoba koje su koristile taj artikl, a ne samo na jednog kupca. Jednako bi se proširila i loša iskustva, pa bi na tržištu uspjeli samo oni koji doista čine korisnike zadovoljnima (Sajter, 2014).

3.5. Banke vremena

Banke vremena izuzetno su dobar primjer kako ekonomija dijeljenja zapravo funkcionira. Kao što i sam naziv kaže, ovo su banke gdje je osnovna (i jedina) valuta vrijeme. Ovo ide u prilog poznatoj izreci „vrijeme je novac“ jer ovdje doista i je.

Banke vremena označavaju sustav ponude i potražnje rada, odnosno usluga, u kojima se ne plaća novcem, već vremenom. One su burze za razmjenu usluga koje funkcioniraju kao zajednice u kojima se međusobno dijele talenti, znanja i vještine (Sajter, 2014).

Danas kada je novac mjerilo uspjeha i moći, one prave ljudske vrijednosti su zanemarene. Pružiti pomoć ili dati savjet bez očekivanja novčane naknade prisutno je još jedino u krugovima obitelji i prijatelja. Zajednica u kojoj živimo, bilo selo ili grad, gubi na vrijednosti, prepuštajući svoje mjesto potrošački orijentiranom društvu. No, vrijeme i ljudska dobrota sve više postaju predmet razmjene koji nosi vrijednost. Banke vremena, kao i čitava ekonomija dijeljenja, bazirane su na socijalnom i ljudskom kapitalu, a ne na materijalnom.

Poseban su oblik volonterskog rada gdje se grade krugovi primanja i davanja usluga koji jačaju dostojanstvo i poštovanje, te samu ljudsku zajednicu (pomakonline.com).

Razmjena je temelj: svatko tko se uključi daje određenu količinu slobodnog vremena i znanja koje je spreman podariti zajednici, a za uzvrat dobiva jednaku količinu vremena ili određene usluge (pomoći). Članovi banke vremena mogu biti pojedinci i organizacije. U takvim zajednicama ljudi su usmjereni jedni prema drugima, svi daju i svi dobivaju (credior.org).

Među članovima banke vlada potpuna jednakost. Prema tome, vrijeme profesora, činovnika, umirovljenika, običnog radnika ili studenta vrijedi jednako. Ulog predstavlja sve ono što netko zna i može učiniti, a koristilo bi drugima (gradska-radionica.hr).

Primjerice, član banke vremena „zaradi“ jedan sat vremena tako što obavi kupovinu namirnica i dostavi je starijoj osobi. Potom taj sat vremena može „potrošiti“ tako što će njime platiti sat čuvanja svoje djece kada mu bude potrebno. Svaka osoba ima vrijednost, i svatko može nešto podariti zajednici. Naglašen je princip uzajamnosti, odnosno reciprociteta (dobro se dobrim vraća). Ovakvim dijeljenjem gradi se povjerenje, stvaraju se dublji međuljudski odnosi u društvu i iskustva koja ispunjavaju (Sajter, 2014).

Prve ovakve banke nastale su osamdesetih godina prošlog stoljeća u Sjedinjenim Američkim Državama kao odgovor na tržišnu ekonomiju u kojoj su ljudske aktivnosti podcijenjene i u kojoj se gubi ljudska solidarnost i zajedništvo (gradska-radionica.hr).

Prva banka vremena osnovana u SAD-u nazvana je Time Dollar. Danas na tom području djeluje oko tristotinjak takvih zajednica, u 40 saveznih država. Britanci su svoju banku vremena nazvali Time Credit i ima ih također tristotinjak diljem Velike Britanije. Jedna od najrazvijenijih mreža banaka vremena u Europi je u Italiji i ona je pružila podršku nastanku jedne takve banke u Hrvatskoj - Ura po ura koja djeluje od 2011. godine sa sjedištem u Puli. Nakon tri godine od osnutka, ova banka je imala 52 člana koja nude oko 80 različitih usluga, a u prosjeku razmjene 20-50 sati mjesečno. Članovi pružaju usluge Domu za stare i nemoćne Alfredo Štiglić, održavaju različite radionice u Čitaonici umirovljenika, a od nedavno, u suradnji s Dječjom knjižnicom Pula, provode program Bakomat u kojem starija gospođa svakog petka djeci priča priče i igra se s njima. U tome joj pomaže još jedna članica banke kreativnim radionicama i jedan stariji gospodin muziciranjem na tamburici. Od osnutka banke vremena Ura po ura, nastojalo se podržati još nekoliko inicijativa formiranja banki vremena koje su se pojavile: u Rovinju, Poreču, Zagrebu, Rijeci i Osijeku. Nažalost, većina tih inicijativa se ugasila (pomakonline.com).

Izazov razvoja i širenja ovoga koncepta je u organizacijskim troškovima. Ti troškovi nisu visoki, ali se moraju pravovremeno podmiriti ako se želi da sustav opstane. Uz to, u

manjim zajednicama nije lako formirati širok spektar usluga koje se mogu konzumirati putem banke vremena. Stoga se ovi sustavi često svedu na volonterske centre koji ne uspijevaju obuhvatiti sve ono što mogu banke vremena, ali su svakako hvale vrijedni pothvati (Sajter, 2014).

4. Razvoj ekonomije dijeljenja u Republici Hrvatskoj

Ekonomija dijeljenje uzima sve više maha diljem svijeta, pa je tako primjetan trend rasta i u Republici Hrvatskoj. Ekonomija dijeljenja postaje princip života, prelazeći iz strogo poslovnih krugova u sve društvene segmente, zauzimajući tako svoje mjesto u obrazovnom i zdravstvenom sustavu, međuljudskim vezama i odnosima te općenito gradeći jedan sasvim drugačiji pristup resursima i životnim vrijednostima. U ovom poglavlju naglasak je na zastupljenosti ekonomije dijeljenja u RH, dajući pritom usporedbe sa drugim zemljama Europske unije i šire. Prema četiri kategorije ekonomije dijeljenja nabrojanih u prethodnom poglavlju (ponovno korištenje dobara, povećano iskorištenje trajnih dobara, razmjena usluga, dijeljenje imovine ili usluga za proizvodnju, a ne za potrošnju), u ovom će se poglavlju nastojati prikazati i objasniti platforme i oblici ekonomije dijeljenja prisutni u Hrvatskoj.

Kako se ekonomija dijeljenja iz dana u dan širi sve više, predviđa se da će se njezine transakcije na razini Europske unije do 2025. mjeriti u stotinama milijardi eura godišnje. Prema analizi PwC-a (PricewaterhouseCoopers – multinacionalna revizorska i konzultantska kuća sa sjedištem u Londonu) ukupni iznosi transakcija u *pet najjačih europskih sektora ekonomije dijeljenja* (izravne financijske usluge, organizacija usluga smještaja među fizičkim osobama, organizacija usluga prijevoza među fizičkim osobama, kućanske usluge na zahtjev i intelektualne usluge na zahtjev) mogli bi se povećati 20 puta, sa sadašnjih 28 milijardi eura na 570 milijardi eura do 2025. godine (podaci iz 2016. godine). Predviđanja gospodarskih kretanja su takva da se čini kako će do 2025., od pet ključnih sektora ekonomije dijeljenja, kućanske usluge na zahtjev povećavati prihode za otprilike 50 posto godišnje i time ostvariti najbrži rast. Razvoj tog sektora potiče nova generacija potrošača koji se sve češće okreću uslugama na zahtjev kako bi ispunili svoje potrebe u kućanstvu (primjeri takvih platformi su Deliveroo za dostavu hrane iz restorana, TaskRabbit za razne fizičke zadatke po principu „uradi sam” i drugi). Samo sektor intelektualnih usluga na zahtjev neće dosegnuti tu ključnu brojku, ali postoji veliki potencijal za rast tog sektora za koji PwC predviđa da će se širiti 40 posto godišnje, te da će do 2025. dosegnuti ukupnu vrijednost godišnjih transakcija u Europi od 20 milijardi eura, u odnosu na manje od 1 milijarde eura u 2015. godini. Prema ovom istraživanju, u samo devet država članica EU, u različitim regijama, osnovano je najmanje 275 organizacija koje podržavaju ekonomiju dijeljenja, uz što bi se trebao razviti usklađen i dinamičan regulatorni okvir na razini EU i svih 28 država članica. U nastavku slijede neke zanimljive činjenice koje ukazuju na potencijal rasta ekonomije dijeljenja i prednosti koje sa sobom donosi:

- 64 posto odraslih u Velikoj Britaniji na neki način sudjeluju u ekonomiji dijeljenja

- 25 posto – dosadašnja godišnja stopa rasta poduzeća koja se temelje na ekonomiji dijeljenja u SAD-u
- 676 posto – stopa rasta korisnika interneta u svijetu od 2000. do 2014.
- 13 minuta – u kućanstvima SAD-u nalazi se ukupno oko 80 milijuna bušilica. Svaka od njih se u cijelom svom životnom vijeku koristi u prosjeku ukupno 13 minuta
- 1 sat – prosječan se automobil koristi oko jedan sat dnevno, 23 sata stoji parkiran (ncs.hr).

Europska ekonomija dijeljenja polako ali sigurno postaje ustaljen društveno-gospodarski trend koji mijenja način gospodarenja i življenja. Dolazi do razvoja ekonomskih i društvenih veza i interakcija diljem Europe, čime moć i snaga zajedništva iz dana u dan raste. Na razini Europe, u PwC-ovoj se analizi procjenjuje da bi prihodi ostvareni na platformama u pet ključnih sektora ekonomije dijeljenja mogli dosegnuti 83 milijardi eura do 2025. godine, odnosno povećati se s današnjih 4 milijardi eura. Rob Vaughan, ekonomist u PwC-u, o potencijalu za rast europske ekonomije dijeljenja izjavio je sljedeće: „Ekonomija dijeljenja sve brže stasa iz poznate sintagme na naslovnici u automatski odabir mlađih potrošača u društvu. U nadolazećem desetljeću snaga ekonomije dijeljenja mogla bi je pretvoriti u uzor drugima u „novoj stvarnosti” obilježenoj sporijim rastom diljem Europe.“ Čini se da su mlađe generacije sklonije dijeliti nešto svoje s drugima nego što su to bili njihovi roditelji, bake i djedovi. Sukladno tome, moglo bi se reći da je novim generacijama važnije imati neko iskustvo i osjećaj te ih dijeliti ih s drugima, nego posjedovati stvari. Rob Vaughan također je nadodao da je rast ekonomije dijeljenja tek na početku, te se procjenjuje da će do 2025. godine mnoga područja ekonomije dijeljenja uspješno konkurirati po veličini tradicionalnim. Da bi Europa izgradila globalno tržište ekonomije dijeljenja, trebat će se pozabaviti uspostavljanjem stabilnijeg regulatornog okvira na razini EU i njezinih članica, a europski program za ekonomiju dijeljenja koji je nedavno predstavila Europska komisija prvi je proaktivni korak na putu do razvoja uspješnog regulatornog okvira (profitiraj.hr).

Iako je ekonomiju dijeljenja sve donedavno, zbog loše i neadekvatne komunikacijske povezanosti, bilo teško realizirati, ona danas doživljava svoj procvat zahvaljujući digitalizaciji i razvoju informacijskih tehnologija te društvenih mreža. Dijeljenje je postalo sveprisutno, kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj – od dijeljenja automobila, bicikala i brodova do dijeljenja stanova, razne opreme i vještina.

4.1. Ponovno korištenje dobara

Svjedoci smo velike količine materijalnih stvari, od odjeće i obuće preko knjiga i raznih uređaja pa sve do prehrambenih namirnica i higijenskih potrepština, koje se u kućanstvima samo gomilaju i skupljaju, više nego što se koriste. S druge strane, mnoga kućanstva oskudjevaju po pitanju istih stvari i voljeli bi si ih priuštiti, ali često nemaju financijske mogućnosti. Klasični primjeri robne razmjene i dijeljenja odnosno poklanjanja nečeg svojeg drugome su razne humanitarne organizacije poput karitasa, ali i sajmišta gdje se nerijetko može naći široki izbor raznih oblika rabljenih materijalnih dobara po krajnje niskim cijenama. Tehnološki napredak omogućio je lakšu i bržu razmjenu i dijeljenje, čineći povezivanje ove dvije strane jednostavnijim nego ikad. Kreirane su razne specijalizirane online platforme koje su zauzele ulogu posrednika. Na tim platformama oglašavaju se oni koji žele nešto svoje (što im više ne treba) prosljediti drugome, kao i oni koji imaju određenu potrebu za nekim dobrom. Uz to, veliki online prodajni sustavi poput Amazona i Ebaya, uz ostalo, nude i mogućnost kupovine rabljenih stvari iz različitih dijelova svijeta po niskim cijenama. Primjer takvog sustava kod nas je online platforma Njuškalo.hr.

Amazon je 1994. krenuo kao online knjižara, a danas se na ovom online servisu može kupiti gotovo što god se poželi. Često se Amazon rangira kao bolji i kvalitetniji servis od Ebaya, iz razloga jer je na Ebayu većina proizvoda sa kineskog tržišta. U slučaju kupnje knjiga, na Amazonu se može naći gotovo bilo koja knjiga napisana na svim raširenijim svjetskim jezicima (engleskom, francuskom, španjolskom i drugo), pa i poneku knjigu naših autora. Uz to, Amazon prodaje i filmove, glazbu, igrice, potrošačku elektroniku, potrepštine za kuću, odjeću, obuću, nakit, opremu za sport, digitalne usluge, svoj e-čitač (Kindle), ali i druge stvari koje se ne kupuju tako često – dijelovi za auto, računalne komponente, kućna kina, printere, skenere, routere i drugo. Amazon uvijek ima popuste na određene kategorije – ponekad je to stručna literatura, ponekad oprema za kuću, ponekad elektronički uređaji. Sve knjige imaju trajni popust, od 5 do 20 posto i to kada kupujete dvije ili više knjiga u kompletu. Ulaskom u Europsku uniju, hrvatski građani više ne moraju plaćati carinu – moguće je naručivati navedene predmete sa njemačkog ili britanskog Amazona bez ikakvih carina i pristojbi. Amazon ima i kategoriju „Renewed“ gdje je moguće pronaći rabljena dobra, ali kojima još nije istekao njihov vijek pa se i dalje mogu koristiti, po znatno nižim cijenama (pcchip.hr b).

Misco je vodeća online europska trgovina računalnim komponentama. Na tržištu su već 25 godina i pokazali su se kao vrlo pristupačni i dobri partneri. Također, oni su i premium distributeri za određene komponente pa se preko njih može nabaviti gotovo sve što se poželi. Sve je sortirano po kategorijama, a unutar svake kategorije moguće je dodatno

filtriranje. Posebno zanimljiva kategorija je „Refurb“ u kojoj se mogu pronaći rabljeni proizvodi po dosta nižoj cijeni. Ti proizvodi su očuvani i eventualno popravljani za daljnju upotrebu. Primjerice, za prilično nisku cijenu može se naći CISCO oprema koja inače košta puno (pcchip.hr b).

Što se tiče hrvatskih online servisa sa svrhom ponovnog korištenja dobara, vodeći i svima najpoznatiji je portal Njuškalo.hr. Preko Njuškala moguće je doći do raznih materijalnih dobara, od namještaja, odjeće i kućanskih aparata do automobila, stanova i kuća i raznih drugih. Uz kupnju navedenog, preko ovog portala moguć je i najam te kupovina stambenih objekata. Na njemu se oglašavaju oni koji prodaju neko dobro, žele ga zamijeniti ili ga poklanjaju, a svi koji žele nabaviti određeno dobro pretražuju ovaj oglasnik i kontaktiraju ponuđača. Pretraga je vrlo jednostavna, sve je kategorizirano i postoje određeni filteri za svaku kategoriju, a međusobno kontaktiranje dviju strana obično ide putem telefonskog broja navedenog u oglasniku ili putem e-maila. Mnogo oglasa na Njuškalu odnosi se na rabljena dobra, koja se prodaju po znatno nižim cijenama od cijene takvih dobara u prodavaonicama. Mnogo je onih koji prodaju rabljene udžbenike, odjeću, obuću, kućanske aparate, mobitele ili pak automobile koji im više ne trebaju. Na taj način ustupaju dobro na korištenje nekome drugome kome je u tom trenutku potrebnije, uz nižu cijenu, a sebi osiguravaju dodatni izvor novčanih sredstava.

Neke od najneobičajenijih stvari koje se mogu naći na Njuškalu su:

- Zub gigantskog jelena iz ledenog doba – 3.100 kuna
- Jazavčeva mast – 800 kuna
- Najmanji molitvenik na svijetu – 200.000 kuna
- Mamutov zub – 7.000 kuna
- Servis za kavu Josip Broz Tito – 8.000 kuna
- Neobjavljena hrvatska erotska proza, od 1953. do 1981. godine – 16.500 kuna
- Gigantska školjka Tridacna Gigas – 8.000 kuna
- Šljivovica iz 1978. – 10.000 kuna (telegram.hr c).

Vodeća oglasna platforma, Njuškalo.hr, ima više od 1,4 milijuna korisnika diljem Hrvatske te više od 250 tisuća novih predmeta u prodaji mjesečno. Posjećuje ga više od 50 posto internetske populacije u Hrvatskoj, a Njuškalo aplikacija preuzeta je 780 tisuća puta, prema podacima od prošle godine. Prihodi ove platforme u 2017. godini porasli su za 30 posto te su iznosili 7,3 milijuna eura, od čega je 1,2 milijuna eura čistog profita. Njuškalo ima 85 stalno zaposlenih i još dvadesetak vanjskih suradnika, a prošle godine su povećali broj zaposlenih za 50 posto. Navedeni podaci ukazuju na kontinuirani rast i napredak ove online platforme koja je na našem tržištu vodeći lider (vecernji.hr c).

Još jedna trenutno veoma poznata platforma za razmjenu raznih materijalnih dobara na našem tržištu je Letgo, koja bilježi veliki rast. Aplikacija je nastala 2015. godine u New Yorku, a na našem tržištu je od 2017. godine. Funkcionira kao Njuškalo, Craigslist, Ebay i drugi online sustavi – u vidu oglasnika, osim što je razlika ta što je Letgo namijenjen isključivo pametnim telefonima, odnosno mobilna je aplikacija. Preuzimanje ove aplikacije je besplatno i sve funkcionira vrlo jednostavno, objavljivanjem i pretraživanjem prema željenim kriterijima. Letgo jedan je od najbrže rastućih startupova u Americi. Broje preko 75 milijuna preuzimanja aplikacije, te desetke milijuna prodanih stvari. Imali su preko 200 milijuna oglasa u prve dvije godine poslovanja, ali ti podaci vrijede samo za Ameriku, ne računajući ostatak zemalja u kojima djeluju. Jedna od glavnih prednosti Letgoa je što je besplatan, te ne zahtjeva udio od prodaje kao primjerice Ebay. Jedina naplatna funkcija aplikacije je dodatno promoviranje oglasa, koje se ne koristi toliko često. Letgo bilježi rast od 1.224 posto u zadnje dvije godine, što je do sada rijetko kome uspjelo. Pokušava se diferencirati od ostalih oglasnika svojom jednostavnošću, budući da se sva interakcija vrši preko jednostavnog korisničkog sučelja, s mogućnosti dopisivanja s drugim korisnicima. Dakle, nema potrebe za razmjenjivanjem telefonskih brojeva niti e-mail adresa, a nakon registracije korisniku se prikazuju razni oglasi u njegovoj blizini, sa fotografijom i cijenama (telegram.hr d).

Izbornik Letgoa je kategoriziran i može se naći veliki izbor materijalnih dobara, uz nešto povoljnije cijene. No, s obzirom da se radi većinom o rabljenim stvarima, cijene nisu toliko pristupačne, niti znatno manje od onih u prodavaonicama. Izgleda da je hrvatskim građanima i dalje više stalo do zarade, nego da podijele s drugima. A kako i ne bi kada smo druga najsiromašnija zemlja Europske unije te ljudi danas prodaju sve i svašta da bi izvukli koju kunu?

Web platforma koji zagovara isključivo dijeljenje viška materijalnih dobara s drugima je Civilizacija ljubavi. Ovaj projekt nastao je sa ciljem pomaganja potrebitima i prvi je online portal za pomaganje u Hrvatskoj. Funkcionira kao oglasnik, odnosno web portal koji povezuje sve koji žele nešto svoje pokloniti drugome kome je to isto potrebno. Na ovoj platformi oglašavaju se i jedna i druga strana – oni koji poklanjaju, odnosno nude pomoć i oni koji traže pomoć, uz prethodnu prijavu putem Facebook ili Google računa. Oni koji nude pomoć uglavnom se formiraju u grupe kako bi zajedničkim snagama lakše pomagali. Portal je veoma pregledan i jednostavan za korištenje. Većina oglasa vezana je uz ponudu/potražnju udžbenika za školu i školskog pribora, odjeće i obuće, higijenskih potrepština, hrane i sličnih dobara, a pomoć uglavnom traže samohrane majke. Oglase je moguće pretraživati prema vrsti (tražim ili nudim pomoć) ili prema ključnim riječima pomoću napredne tražilice. Kontaktiranje dviju strana moguće je putem telefona ili e-maila.

Zaklada Civilizacija ljubavi osnovana je prije 15 godina, a online portal Civilizacija ljubavi 2016. godine, kako bi se proces pomaganja pojednostavio i postao dostupniji većini. Taj je projekt jedinstven u svijetu jer se od članova traži da sudjeluju u grupama od dvije do tri osobe, iz razloga da se kao pojedinci ne umore od pomaganja, već da sve lakše izvedu zajedno. Uz materijalno pomaganje koje je na portalu najzastupljenije, potiče se i pomaganje svojim sposobnostima i slobodnim vremenom (klikaj.hr).

Društvena mreža Facebook također igra veliku ulogu u razmjeni dobara, dijeljenju i posuđivanju. Uz specijalizirane grupe koje predstavljaju virtualnu zajednicu ljudi koji si međusobno žele pomoći (primjerice Poklanjam-darujem i druge), u zadnje se vrijeme sve češće vide oglasi na profilima pojedinaca koji žele nešto svoje darovati drugome. Dobar primjer je djevojka koja je svoju haljinu sa maturalne večere odlučila posuditi nekoj drugoj djevojci kojoj je potrebna, da je ne mora kupovati. Ovaj potez izazvao je dosta pažnje na društvenim mrežama te je hvalevrijedan primjer koji bi trebao poslužiti svima nama. Zamislite samo koliko bi takva djela unaprijedila društvo, podigla dostojanstvo i vratila vjeru i osmijeh na lice onima kojima je to doista potrebno.

Međunarodni projekt "BookCrossing" odnosi se na dijeljenje knjiga. Točnije, potiče čitanje i besplatnu razmjenu knjiga na javnim mjestima, a moto im je da knjiga mora biti slobodna, a ne zarobljena na policama. U svijetu je u ovaj projekt uključeno oko 10 milijuna ljudi iz 123 zemlje, a u Hrvatskoj su "BookCrossing" zone uglavnom u knjižnicama, u svim većim gradovima. Članovi projekta tako mogu uzeti knjigu, ponijeti je i pročitati, a nakon toga je vratiti ponovno u knjižnicu ili ostaviti na klupi, u kafiću, na kolodvoru – negdje za novog čitatelja. Na stranicama BookCrossinga čitatelji si međusobno ostavljaju poruke o tome gdje su ostavili određenu knjigu, a isto tako se i javljaju da su pokupili određenu knjigu. Također, moguće je i donijeti neku svoju knjigu i ostaviti je na čitanje drugima. Sve knjige namijenjene ovom projektu označene su žutom naljepnicom i jedinstvenim brojem. Cilj je potaknuti ljude na čitanje i učiniti čitanje lako dostupnim svima. No, prednost nije samo slobodna razmjena knjiga, nego i međusobno upoznavanje ljudi koje veže ljubav prema knjizi i čitanju (sibenski.slobodnadalmacija.hr).

4.2. Povećano iskorištenje trajnih dobara

Kao što i sami naziv kaže, ljude se nastoji potaknuti da međusobno dijele trajna dobra poput prijevoznih sredstava i stambenih prostora kako bi se postigla bolja iskoristivost navedenog, a time i novčane uštede, smanjeno zagađenje okoliša i trajno zadovoljstvo i održivost. Nebrojeno puno je primjera u svijetu gdje ljudi koriste određeno dobro, ali ga ne koriste u punom kapacitetu. Primjerice, puno je onih koji imaju slobodnu sobu ili krevet na

kojem netko, po potrebi, može prenoćiti. Ta soba ili krevet i dalje stoji prazan, iako bi se vrlo lako putem određene platforme za iznajmljivanje, našao netko tko bi baš tu volio prenoćiti i odsjesti par dana. Zašto ne podijeliti svoj oglas na nekoj od platformi za iznajmljivanje nekretnina i time postići obostranu korist, ugostiti nekoga u svome domu, razmjeniti iskustva i steći novo poznanstvo, a pritom ostvariti i novčanu naknadu? Zanimljivi je već spomenuti primjer, da se prosječno automobil koristi jedan sat dnevno, a ostatak dana stoji parkiran. Tako je iskoristivost milijuna i milijuna automobila diljem svijeta minimalna, a zagađenje okoliša maksimalno (još ako uz sve to ubrojimo i javni prijevoz). Opet se postavlja pitanje zašto, pa i uz određenu naknadu, ne ustupiti svoj automobil nekome drugom da ga koristi kada nama ne treba? Ili zašto ne podijeliti slobodno mjesto u autu kada putujemo negdje i tako si smanjiti troškove, a drugome osigurati prijevoz? Time bi se globalno utjecalo na smanjenje broja automobila, a time i zagađenja. Uz to, građani bi više kontaktirali i upoznavali se, čime bi rasla i njihova moć, odnosno položaj i utjecaj. Možda odgovor leži u nepovjerenju i strahu koji osjećamo jedni prema drugima – što je u Hrvatskoj dosta izraženo – a što zapravo proizlazi iz nas samih. S druge strane, došlo je do kolektivnog nezasićenja i težnje ljudi da postignu ono što im uopće ne treba, živeći u iluziji gdje često ne razlikuju želje od potreba, a da pritom nemaju obzira i razumjevanja za druge.

Prema rezultatima istraživanja Eurostata za 2017. godinu, provedenom među osobama u dobi od 16 do 74 godina, 17 posto građana u Europskoj uniji ugovorilo je u zadnjih 12 mjeseci usluge smještaja putem interneta ili aplikacije kod druge privatne osobe i za privatne potrebe, što je gotovo duplo više nego za usluge prijevoza. Iznimka je jedino Estonija gdje je udio kod ugovaranja usluga smještaja 15 posto, a kod rezervacija prijevoza 20 posto. Većina je pritom koristila namjenske internetske stranice ili aplikacije (Airbnb, Booking.com, HomeExchange i druge), ali i druge internetske stranice i aplikacije poput društvenih mreža (Facebook). Dok su online rezervacije smještaja, bilo da je riječ o sobi, stanu, kući, bungalovu, ili nečem sličnom, popularnije među osobama u dobi od 25 do 54 godine (22 posto), ugovaranje usluga prijevoza kod druge privatne osobe popularnije je među mlađom generacijom (14 posto), u dobi od 16 do 24 godina. Online ugovaranju usluga smještaja najviše su skloni u Velikoj Britaniji i Luksemburgu. U Velikoj Britaniji je njih 34 posto, odnosno svaka treća osoba u dobi od 16 do 74 godine, uslugu smještaja ugovorila kod druge privatne osobe putem određene platforme. Isto je učinila i približno svaka peta osoba u Luksemburgu, (22 posto), Irskoj, (21 posto), Malti i Nizozemskoj (20 posto), a najlošije po tom pitanju, među zemljama članicama EU-a, stoji Češka sa jedan posto. Hrvatska, s udjelom od sedam posto, još je uvijek dosta ispod prosjeka EU, ali iz godine u godinu ostvaruje znatni porast, osobito za vrijeme ljetne sezone. Velika Britanija prednjači i u online rezervacijama usluga prijevoza, sa 27 posto onih koji su putem neke

online platforme ugovorili uslugu prijevoza kod druge privatne osobe. Slijede Estonija sa 20 posto i Irska sa 17 posto, dok su građani Cipra najmanje skloni ovakvom načinu prijevoza. Udio građana koji koriste online platforme pri ugovaranju usluga prijevoza na razini EU u prosjeku iznosi osam posto, dok je u Hrvatskoj taj udio šest posto. Prema tome, iako u zaostatku, Hrvatska prati trendove Europske unije po pitanju dijeljenja trajnih dobara (lider.media c).

Kvalitetan, a nama teritorijalno blizak primjer kako bi ekonomija dijeljenja mogla i trebala funkcionirati je Austrija, odnosno grad Beč. Kad su se počeli baviti ekonomijom dijeljenja u okviru iznajmljivanja smještaja turistima, na Airbnb je bilo oko 1000 ponuda iz Beča, a sada je taj broj iznad 5500 ponuda. U gradu su odlučili biti otvoreni prema ovakvim modelima, s time da vrijede određena pravila. Naime, grad Beč je izradio pozicijski dokument u kojemu je definirao svoja stajališta po pitanju najma, poreza i zaštite potrošača sagledavši dugoročne posljedice na grad i njegove stanovnike i odabrano geslo *Od Ekonomije dijeljenja do fer ekonomije*. Uz to, pokrenuta je kampanja kako bi se ukazalo na postojeće propise, primjerice o plaćanju poreza i zaštiti potrošača, a izmijenjen je i bečki zakon o promociji turizma kako bi postojao zakonski temelj aktualnih trendova (registracija radi turističkih praksi). Mnogo je i drugih uspješnih i inovativnih primjera poput inicijative Frag Nebenan, odnosno Pitaj susjeda, čiji je cilj omogućiti povezivanje susjeda te međusobno pomaganje, posuđivanje, informiranje i organiziranje. Još jedan sjajan primjer iz Austrije je Citybike Wien, a riječ je o dijeljenju bicikala. Godišnje se kroz Citybike Wien ostvari više od milijun vožnji, a koristi ga 75 posto stanovnika Beča. Inicijative poput ovih su više nego dobrodošle za sve one gradove koji brinu o zaštiti okoliša, socijalnim učincima i održivom razvoju (netokracija.com b).

Vođen idejom „od ekonomije dijeljenja do fer ekonomije“ grad Beč je, u suradnji s bečkim Tehničkim sveučilištem, razradio zajedničku platformu odnosno interaktivnu mapu grada čiji je cilj objediniti sve aktivnosti ekonomije dijeljenja na jednom mjestu. Tako svaki pojedinac u mapu može unijeti podatke o svojoj inicijativi, ali i otkriti nove, zanimljive projekte ekonomije dijeljenja u svojoj blizini čime se olakšava razmjena i umrežavanje prelazi na jednu sasvim višu razinu. Neki od najpopularnijih projekta u Beču do sada, uz sustav javnih bicikala, su i privatni „car sharing“ i „food sharing“. Suđeci po svemu, bečka gradska uprava ozbiljno je shvatila prakticiranje i promicanje ekonomije dijeljenja, ne sumnjajući da je to model koji donosi više socijalne odgovornosti i doprinosi očuvanju okoliša (ictbusiness.info).

Iz dana u dan ekonomija dijeljenja bilježi sve veće stope rasta, a u Republici Hrvatskoj to se posebice odnosi na turizam kao granu djelatnosti s velikim mogućnostima zarade. Primjerice, godišnji prihod od iznajmljivanja smještaja bez posrednika iznosi oko 500 milijuna eura, poručuju iz HGK-a prema čijem mišljenju je taj iznos i veći zbog „sive

ekonomije“, za koju se procjenjuje da nadilazi 20 posto svih noćenja, što je dodatnih 100 milijuna eura. U RH prvi oblici ekonomije dijeljenje vidljivi su u konceptu grupne kupovine, nastale povezivanjem i grupiranjem korisnika, putem koje kupci ostvaruju značajne popuste. Poznati portali grupne kupovine su Crno jaje, Kolektiva, Kupi me i Ponuda dana. Sve funkcionira vrlo jednostavno, putem internetske pretrage navedenih portala gdje se upisivanjem u tražilicu lako nalaze željene aktivnosti i destinacije uz mogućnost sortiranja prema određenom kriteriju (ncs.hr).

Kolika je popularnost online platformi za iznajmljivanje u Hrvatskoj govore podaci da u Hrvatskoj trenutno postoji 103 tisuće smještajnih jedinica na Airbnb platformi, a da je prosječan prihod domaćina iznosio čak 2100 dolara. No kako tržište još nije regulirano, pojavljuju se problemi oko oporezivanja, nelegalnog iznajmljivanja i drugi koji mogu donijeti nestabilnosti na tržištu. Statistika Porezne uprave ukazuje na to da samo 12,5 posto, od ukupno 76.989 poreznih obveznika koji ostvaruju dohodak od iznajmljivanja stanova i soba, plaća PDV na provizijske usluge ostvarene suradnjom s platformama kao što su Airbnb ili Booking.com. Dakle, mnogi se nisu ni prijavili za izdavanje takozvanog PDV identifikacijskog broja. Airbnb i druge online platforme za kratkoročan najam uzrokovale su brojne kontroverze i u drugim državama svijeta zbog čega su zabranjene ili ograničene. Primjerice, Amsterdam koji je doživio nagli rast kratkoročnog najma pojavom online platformi, imao je problema s postavljanjem zakonskih regulativa. Zbog toga danas u Amsterdamu vlasnici nekretnina mogu iznajmiti nekretninu samo 60 dana godišnje, do najviše 4 osobe istodobno. Ako vlasnici nekretnina prekrše tu ili ostale postavljene regulative, klasificira ih se kao 'ilegalni hotel', te kažnjava novčanom kaznom do 20.000 eura po prijestupu. Prema tome, ekonomija dijeljenja trebala bi biti prisutna na tržištu, ali ne u obliku u kojem šteti interesu društva (Bašić, Jurčević, 2017).

Istragom Porezne uprave ove godine došlo se je do saznanja da u Hrvatskoj ima jako puno iznajmljivača preko platformi Airbnba i Bookinga koji su u 2017. godini utajili dio svojih prihoda. Porezna uprava je od Bookinga i Airbnba zatražila podatke o ostvarenom broju noćenja i prosječnim cijenama najma apartmana te potom iste podatke usporedila sa svojom statistikom, čime je otkrila značajnu razliku između prijavljenog i stvarnog stanja. Naime, više od polovice iznajmljivačanije nije dostavilo informaciju o svom poreznom broju ili je platformama predalo pogrešan broj. PDV identifikacijski broj, bez kojeg se prema Zakonu o porezu na dodanu vrijednost apartmani ne bi smjeli oglašavati na platformama, izdaje Porezna uprava, i to na zahtjev iznajmljivača. Pomoću tog broja Republika Hrvatska privatnim iznajmljivačima, neovisno o tome što nisu u sustavu PDV-a, obračunava PDV na provizijske usluge koje su platili platformama za iznajmljivanje registriranima u drugim državama EU-a, što su domaći iznajmljivači mahom pokušali izbjeći te zbog toga Porezna

uprava provodi postupak nad njima. Stoga je vrlo važno, ako se teži uspjehu ekonomije dijeljenja, uspostaviti pravedan i stabilan sustav u kojem pojedinci neće imati interesa za prikrivanjem, već će im interes biti prosperitet čitave zajednice i društva (tportal.hr a).

Ipak, iz Airbnb-a otkrivaju da im je promet u Hrvatskoj u godini dana, od 2016. do 2017., porastao za 59 posto, a najveći broj apartmana iznajmljuje se u Splitu, Zadru, Puli, Korčuli te Dubrovniku – zahvaljujući sezonalnosti. Prema podacima od prošle 2017. godine, Zagreb je imao preko 3300 aktivnih smještajnih kapaciteta, što je gotovo za trećinu više nego 2016. godine, a broj gostiju koji su odsjeli u Zagrebu preko Airbnb-a u tih godinu dana se povećao za 68 posto. Statistike Airbnb-a pokazuju da su gosti iznimno zadovoljni ponudom apartmana i soba u Hrvatskoj, s prosječnom ocjenom od 4,9 od 5, pri čemu 13 posto apartmana ima čistu peticu, a 2800 iznajmljivača status "superhost". Za takav status korisnički račun mora ispunjavati sve potrebne uvjete i u proteklih godinu dana mora imati najmanje 10 ostvarenih rezervacija, stopu odgovora od 90 posto ili više, te imati najmanje 80 posto recenzija s ocjenom 5 zvjezdica, pri čemu barem polovica gostiju treba napisati recenziju. S druge strane, tko neprestano dobiva niske ocjene za ukupan dojam, može očekivati da će oglas biti uklonjen s platforme. Od strane Airbnb-a ne postoje propisi o broju kvadrata, uređaja i slično – ono što traže od domaćina je da se pridržava standarda i očekivanja istaknutih na njihovoj stranici, od sigurnosti i vjerodostojnog predstavljanja usluge do poštenog odnosa prema gostima (poslovni.hr b).

Booking.com još je jedan servis poput Airbnba koji također djeluje u Hrvatskoj. Karakteristike i svrha i jednog i drugog su iste – najam stanova, soba i drugih stambenih objekata, u 70 zemalja diljem svijeta. Posljednja aktualnost Booking.coma je ostvarenje snova svim ljubiteljima čokolade – jestiva čokoladna kućica u Francuskoj, kreirana ove godine. Kućica se prostire na 18 četvornih metara i može ugostiti do četiri osobe, a za izgradnju iste potrebno je 1,5 tona čokolade. Zidovi, krov, kamin, stolić, sat, šalica, knjiga, luster – sve je od čokolade, a u dvorištu se nalazi i ribnjak od bijele čokolade te jestive gredice cvijeća. Ova kućica izazvala je toliko interesa da su trenutno svi termini zauzeti, a u listopadu su ostala samo dva slobodna datuma. Cijena noćenja u kućici iznosi 370 kuna (punkufer.dnevnik.hr).

U Hrvatskoj, uz Airbnb i Booking.com, djeluju i druge platforme po pitanju iznajmljivanja kuće, stana ili sobe – HomeExchange i Couchsurfing, uz određene razlike. Naime, HomeExchange se odnosi na zamjenu domova, a ne na najam vlastitog nekom drugom. Time se ne ostvaruje nikakva zarada, već obostrano iskustvo i zadovoljstvo. Ne postoji uvjet da se domovi moraju zamjeniti u istom periodu, već je sve stvar dogovora između dvije strane. Couchsurfing je, po iskustvu, veoma zastupljen kod mlađe generacije koja je otvorena i željna novih poznanstava. Tako je dosta onih koji se oglašavaju na taj

platformi, nudeći slobodan kauč/krevet nekome za prenoćiti par noći, ne tražajući ništa zauzvrat osim vraćanja iste usluge.

U Hrvatskoj je upravo Couchsurfing jedan od najdulje prisutnih modela ekonomije dijeljenja, sa oko 10 tisuća registriranih članova, uglavnom žena iz većih gradova. Postupak rezervacije smještaja putem ove platforme je vrlo jednostavan. Nakon besplatne registracije, na web stranici Couchsurfinga pretraže se dostupni smještaji u mjestu koje se želite posjetiti, odabere se jedan, kontaktira vlasnik i to je čitava procedura za dolazak do besplatnog smještaja. Ono što se potom očekuje od korisnika je da uzvрати istom mjerom. CS dolazi do prihoda naplatom potvrda članova (član uplati određenu svotu novca i dobiva kôd koji unosi u svoj profil, čime potvrđuje svoj identitet i lokaciju) te premium uslugama. Platforma ostvaruje zaradu kroz povezivanje sa svim ostalim dionicima putničke industrije koji nude usluge prijevoza, posluživanja hrane, kreiranja sadržaja i koji zajedno kreiraju pakete za premium članove (lider.media c).

U povećano iskorištenje trajnih dobara ubrajaju se i usluge prijevoza koje se nude između privatnih korisnika. Najpoznatije takve platforme koje djeluju u Hrvatskoj su Uber i BlaBla Car. Uz to, u ovom segmentu veoma su zastupljene i društvene mreže, ponajviše Facebook. Na Facebooku postoje razne grupe sa raznim svrhama, a onih za dijeljenje prijevoza ima doista mnogo, bilo da se radi o određenoj regiji (primjerice „Tražim prijevoz/imam slobodno mjesto-Istra-Primorje-Dalmacija“), relaciji („Prijevoz Zagreb – Osijek“) ili općenito unutar države, kao i izvan nje („Prijevoz Hrvatska/Njmačka“). Jednostavnim upisivanjem željenog u Facebook tražilicu, dobiva se jasan pregled sadržaja i mogućnosti. Međusobno kontaktiranje ne razlikuje se od standardne upotrebe ove društvene mreže – poruke se razmjenjuju u par klikova i sve je na dogovoru između dvije strane.

BlaBla Car djeluje od 2015. godine, a u prvih godinu dana korisnici su ponudili 60 000 slobodnih mjesta te podijelili ukupno 1,6 milijuna kilometara na međugradskim putovanjima. Prosječno putovanje Hrvata BlaBla Car-om dugo je 299 kilometara, a najpopularnije rute su Pazin-Zagreb, Rijeka-Zagreb i Split-Zagreb, dok je prosječna dob vozača i putnika 34 godine. Hrvatska je najbrže rastuća zemlja u CEE regiji, po pitanju širenja ovog koncepta dijeljenja prijevoza. Razloga tome je više, a ističu se oni vezani s troškovima goriva, posjedovanja automobila i cestarina koji su visoki u odnosu na prosječna primanja. Uz to, mnogi su manji gradovi loše prometno povezani, a veliki broj Hrvata živi ili radi u susjednim gradovima ili zemljama te im dijeljenje prijevoza omogućuje da povoljnije i brže putuju kući, te da putuju češće. S druge strane, Hrvatska je i atraktivna turistička destinacija, osobito ljeti, stoga korisnici BlaBlaCara iz drugih europskih zemalja mogu uslugu koristiti na jednak način kao kod kuće. Inače se poslovni model BlaBlaCara sastoji od ubiranja provizije od rezervacija prijevoza, međutim, u Hrvatskoj je ta usluga još uvijek

besplatna. Od prošle 2017. godine rezervaciju je moguće napraviti i online putem računala. Što se tiče konkurencije ovakvom konceptu, ističu se spomenute Facebook grupe za dijeljenje prijevoza. No, prednost BlaBla Cara je jednostavnije korištenje i sigurnija usluga, posebice jer se svaki korisnik verificira brojem telefona, e-mail adresom, a sustav se također brine da korisnik stavi odgovarajuću profilnu fotografiju (netokracija.com c).

Uber, za razliku od BlaBla Cara, vodeća je svjetska platforma za dijeljenje prijevoza na kraćim relacijama (obično unutar grada ili županije), poput taksi usluga. On u Hrvatskoj djeluje od 2015. godine i od tada je ostvario znatan rast. Trenutno je dostupan u sedam gradova – Zagrebu, Splitu, Rijeci, Zadru, Šibeniku, Novalji i Dubrovniku. Uber diljem Lijepe Naše ima više od tri tisuće partnera-vozača, dok običnih taksista ima oko dvije tisuće, a procjenjuje se da će u iduće dvije godine ta brojka narasti još za deset tisuća partnera-vozača. Aplikaciju Ubera aktivno koristi više od 150 tisuća Hrvata. Prošlog ljeta je čak 115 tisuća turista koristilo Uber na obali i 35 tisuća u Zagrebu, a koristili su ga turisti iz 121 zemlje svijeta. Kako bi se uklopio u hrvatski Zakon o fiskalizaciji, Uber je dodatno prilagodio svoju aplikaciju. Tako je svaki vozač Ubera spojen na Poreznu upravu, a svaka vožnja se fiskalizira automatski u realnom vremenu pa Uberov partner - vozač ne može završiti vožnju bez da izda račun. Ta promjena ostavlja pozitivan trag i na vozačima i korisnicima i Poreznoj upravi. Korisnicima štedi vrijeme na čekanju za račun, vozači bezbrižno voze i ne moraju se brinuti o administraciji, a Porezna uprava u realnom vremenu dobiva podatke o prihodima svakog vozača (tportal.hr b).

Od svibnja ove godine, uslijed približavanja turističke sezone, Uber je uveo povećanje cijena svojih usluga prijevoza, a u RH to se odnosi na Zagreb, Split, Dubrovnik, Rijeku, Zadar i Šibenik. Također, razlozi su i podizanje kvalitete usluge za korisnike kroz novija vozila (maksimalna starost sedam godina) te omogućavanje većih prihoda vozačima. Nove cijene starta iznose šest kuna, svaki prijeđeni kilometar 3,60 i svaka protekla minuta 0,60 kuna. Za razliku od protekle godine, povećana je samo cijena prijeđenog kilometra za 60 lipa te svaka protekla minuta za dodatnih 20 lipa, dok je start ostao isti. Uber je i prije imao nekoliko korekcija cijena, a kada je došao u Hrvatsku (2015. godine), odnosno u Zagreb, cijena je za start iznosila 8 kuna, za svaki prijeđeni kilometar 4 kune, a svaka minuta 50 lipa. U zadnje tri godine se cijena mijenjala ovisno o broju novih gradova i partner-vozača, a u gradovima na obali je rasla tijekom ljetne sezone (jutarnji.hr).

4.3. Razmjena usluga

Kao i dijeljenje i razmjena materijalnih dobara, sve više dolazi i do razmjene nematerijalnih dobara, odnosno raznih oblika usluga. Obično se radi o uslugama dostave

željenog, obavljanja kupovine ili odlaska u određene institucije, uslugama stručnjaka ili pak o uslugama obavljanja sitnijih kućanskih poslova ili popravaka, čuvanja djece i slično. Putem specijaliziranih platformi omogućen je jednostavan dolazak do traženog oblika usluge i „najam“ iste. Radi se, dakle, o outsourcingu usluga za privatne, ali i poslovne svrhe, a u primjeru kao što su banke vremena, usluge se mjenjaju za protuuslugu. Neke od poznatijih platformi koje to omogućuju u svijetu su TaskRabbit o kojemu se pisalo u prethodnom poglavlju, Thumbtack, StarOfService i druge, a kod nas je poznati Potrčko, Pauza.hr a i StarOfService je prije par godina stigao na naše tržište. Još jedan način razmjene usluga su spomenute banke vremena, o kojima se pisalo i u prethodnom poglavlju. U takvu banku ljudi ulažu svoje vrijeme čineći određenu uslugu drugome, što mu se vraća na isti način – ispunjavanjem određene usluge kad mu zatreba od strane drugog člana banke vremena, bez ikakvih naknada i plaćanja. U nastavku poglavlja slijedi opis razmjene usluga, kao modela ekonomije dijeljenja, u Republici Hrvatskoj.

Banke vremena inicijativa je koja u Hrvatskoj, nažalost, nije toliko popularna. Zajednica gdje se okupljaju društveno odgovorni ljudi kako bi, ulažući svoje vrijeme, pomogli jedni drugima, kod nas je još strana tema. Često nemamo vremena ni za sebe, a o drugima rijetko razmišljamo. Iako pojedinci postaju sve više obazrivi i pomažu drugima, do kolektivnog osvještavanja još nije došlo. Jedan takav model banke vremena zaživio je u Puli – spomenuta Ura po ura – neprofitna organizacija koja je aktivna od 2011., a 2014. godine imala je 52 člana koji su nudili oko 80 različitih usluga, te prosječno razmijenili 20-50 sati mjesečno. Projekt provodi udruga Gradska radionica iz Pule, uz potporu Nacionalne zaklade za razvoj civilnog društva. Noviji podaci o ovoj inicijativi nisu poznati, no po Facebook stranici da se zaključiti da banka još uvijek djeluje. Kako bi se privuklo više interesa i novih članova, potrebno je više oglašavanja i kontinuiteta u promociji kroz razne prezentacijske aktivnosti, okupljanja i događanja – sve kako bi se potaknulo ljude da pričaju o ovom projektu, šire informacije i u konačnici se pridruže ovakvoj zajednici.

Na Međunarodni dan sreće 2015. godine, 20. ožujka, pokrenuta je još jedna online platforma za besplatnu razmjenu usluga u Hrvatskoj – Banka sreće. Kao i banka vremena, Banka sreće povezuje društveno odgovorne ljude koji besplatno nude ili potražuju usluge. Nastala je kao ideja običnih ljudi i nije ničija osobna ambicija niti poslovni plan. Banka sreće funkcionira kao forum na koji se stavljaju oglasi putem kojih se nude ili traže usluge poput šetanja psa, poduke iz stranog jezika, popravka nekog aparata, davanja savjeta i slično. Pretraga oglasa moguća je i bez registracije, a ako se želi objaviti oglas, potrebno se je prijaviti na web stranici. Traženje usluge nije uvjetovano nuđenjem, već sve ostaje na dogovoru među korisnicima. Svrha Banke sreće je promovirati nematerijalne vrijednosti s

ciljem pomaganja ljudima. Na taj se način grade čvršći međuljudski odnosi u zajednici, povjerenje, zahvalnost i sigurnost (novilist.hr b).

Sama ideja o Banci sreće dolazi iz Estonije gdje je pokrenuta još 2008. godine. Pokrenula ju je Airi Kivi, obiteljska terapeutkinja i klinička psihologinja, koja je, kako kaže, željela da ljudi razmišljaju i djeluju srcem. Stranica je potom prevedena na engleski, španjolski, njemački, talijanski, nizozemski i ruski, a kod nas ju je pokrenula udruga POZA prije tri godine, čije se aktivnosti mogu pratiti na njihovoj Facebook stranici (seebiz.eu).

Razmjena usluga dobila je na vrijednosti u današnjim vremenima kada je obaveze između poslovnog i privatnog života postalo sve teže uskladiti. Hrvatski start-up Potrčko u tome je prepoznao priliku i krenuo u stvaranje praktičnije svakodnevnice svojim korisnicima. Ideje ovog start-upa su dobre, ali čini se kako u Hrvatskoj nedostaje potencijalnih korisnika koji bi potraživali ovakve usluge, pa platforma još nije zaživjela. Temelj Potrčka bio bi na kratkoročnim poslovima za koje radnici ne moraju imati posebne kvalifikacije. Sve bi funkcioniralo tako da poslodavac, odnosno tražitelj usluge, postavi oglas za ono što želi da mu se obavi i iznos koji plaća za to. Zatim bi se svim „potrčcima“, odnosno prijavljenim izvršiteljima usluge, na mobitelu pojavila obavijest o novom poslu, a posao dobije onaj tko prihvati ponudu. Uoči pripreme za izlazak Potrčka na tržište, napravljeno je istraživanje kako bi se provjerilo za koje su usluge hrvatski građani najviše zainteresirani. Tako se utvrdilo da su to čišćenje stana/ureda, dostava velikih stvari (gdje je potreban auto ili kombi), ličenje stana/ureda, kupovina namirnica, čišćenje podruma/tavana, čuvanje djece, instrukcije, osobni kuhar, kućni popravci, prevođenje, uređivanje vrta ili okućnice, usluge računalnoga tehničara i drugo (netokracija.com d).

Uz platformu Potrčko, javio se i istoimeni privatni pothvat Potrčko iz Zagreba, sa istom svrhom poslovanja – osigurati praktičniju svakodnevicu svojih sugrađana radeći sitne poslove umjesto njih. Usluge ovog pothvata istaknute su na njihovoj internet stranici, a to su:

- prijevoz poslovne dokumentacije, poklona i paketa na području grada Zagreba i okolice
- prijava i odjava zaposlenika na HZMO i HZZO
- pomoćni poslovi oko registracije i održavanja voznog parka
- odlasci u Finu, Poreznu upravu, MUP, trgovačke sudove, banke, pošte i druge institucije
- odlasci u trgovine, tržnice, trgovačke centre, kemijske čistione i slično
- pomoćni tiskarski poslovi, grafička priprema, vizualni identitet, zidna grafika, web dizajn

- idejna rješenja za posjetnice, čestitke, kalendare, koverta, naljepnice, memorandume, logotipove, vrećice i drugo (potrcko.com).

Uz navedeno, postoji još jedan istoimeni privatni pothvat u Splitu koji, uz ostalo, nudi i usluge svoje autopraonice gdje za cijenu od 80 kn preuzmu automobil tražitelja usluge i vrata ga čistog. Potrčko je brzo i efikasno rješenje za ljude koji nemaju osobne automobile, korisan je tvrtkama, građanima u starijoj životnoj dobi ili onima koji nemaju vremena ni volje obaviti nešto što bi trebali. Ideja Potrčka je započeo u Zagrebu, nakon čega se inicijativa proširila u druge veće gradove Lijepe Naše, a potom i u veće gradove regije kao što su Beograd i Sarajevo (dalmatinskiportal.hr).

StarOfService francuski je start-up koji od 2015. godine djeluje i na hrvatskom tržištu te nudi usluge poput frizerskih, vodoinstalaterskih i soboslikarskih usluga, poduke pjevanja i usluge preseljenja. Danas djeluje u više od 80 zemalja svijeta, a naglo širenje omogućeno je od strane više investitora. StarOfService ima mnogo sličnosti s američkim Thumbtackom – oba servisa pomažu korisnicima da outsourcingu, odnosno pronađu majstore, fotografe, trenere, dizajnere, frizere, vodoinstalatere i razne druge profesionalce. Za razliku od Taskrabbita i sličnih servisa, kod StarOfService korisnici ne moraju sami pretraživati davatelje usluga, već samo postavite zahtjev koji imaju, popunite detalje (vrsta posla, lokacija, vrijeme), a u roku od 24 sata profesionalci se javljaju za posao. Ako korisnik zaprimi više ponuda, procijenit će koja mu najviše odgovara i odabratu osobu za posao. Razlika servisa poput StarOfService i Potrčka je i u izvršiteljima usluga, odnosno u StarOfService to su nezavisni profesionalci, dok Potrčko ne zahtjeva nikakve posebne kvalifikacije i usluge mogu obavljati obični građani (netokracija.com e).

Pauza.hr prvi je hrvatski web i mobilni servis za naručivanje hrane iz više od sto različitih restorana na području Zagreba, Zaprešića, Rijeke, Splita i Velike Gorice. Korisnik prilikom narudžbe odabere restoran i hranu koju želi, a plaća dostavljaču prilikom preuzimanja, najčešće gotovinom, a moguće je i karticom ili putem interneta ako odabrani restoran nudi tu mogućnost. Restorani se mogu segmentirati prema načinu plaćanja, odabirom neke od kategorija: Svi, Gotovina, POS ili Online. Svaki restoran određuje iznos minimalne narudžbe, a cijene ovise o udaljenosti restorana i adrese na koju naručujete dostavu hrane (pauza.hr).

Ovakav oblik razmjene usluga hrvatskom je tržištu novi i trebat će vremena za prilagodbu i prikupljanje dovoljno krajnjih korisnika, kao i ponuđača usluga. Kod nas ovaj proces ide nešto sporije nego u zapadnim zemljama iz razloga jer su ljudi konzervativniji te i dalje dosta skeptični prema promjenama i novim stvarima, a i međusobno povjerenje je nisko. Uz to, problem je svakako i standard građana Hrvatske koji često nije dovoljan ni za

osnovne potrebe, a kamoli za ovakvo nešto. Tako, sve dok je potražnja mala, nedostajat će i ponuda te mjesto za rast i razvoj.

Razmjena usluga vidljiva je i u sektoru obrazovanja, pa je znanje iz raznih područja postalo lako dostupan predmet razmjene. Napretkom digitalizacije, online platforme zauzele su svoje mjesto i u obrazovanju, pa su predavanja zamijenjena webinarima, a učionice nisu više vezane uz određeno fizičko mjesto. Upisati željeni online tečaj ili doškolovanje moguće je u par klikova mišem, s prednostima poput mogućnosti odabira vremenskog perioda održavanja, slušanja predavanja iz udobnosti vlastitog doma i drugih. Kao i na sve drugo, kritika ima i na ovu temu. Postavlja se pitanje kvalitete takve vrste edukacije, ponajviše zbog gubitka interakcije između dvije strane (profesora i studenta), što ostavlja trag s pedagoške strane. Danas je online obrazovanje došlo do te mjere da mnogi svjetski fakulteti imaju online edukacije nakon kojih se dobije i odgovarajuća diploma za daljnji poslovni razvoj. Nagli rast takve vrste edukacije pripisuje se fleksibilnosti organizacije vremena koju ovakav način pruža te nultom graničnom trošku pružene usluge što ga čini jeftinijim u odnosu na druge vrste obrazovanja. „Edukacija za sve“ je slogan kojim se promoviraju platforme za e-učenje, odnosno učenje na daljinu (Bašić, Jurčević, 2017).

U akademskoj godini 2015/2016 upisana je prva generacija studenata diplomskog online studija, na Ekonomskom fakultetu u Rijeci, koja je sva predavanja pratila putem računala. Ekonomski fakultet u Rijeci prvi je koji je uveo akreditirani diplomski online studij, i to iz područja ekonomije, smjer poduzetništvo. Prednosti su brojne – smanjeni troškovi studiranja te ujedno rasterećen budžet studenta, idealno rješenje za studente koji žive izvan grada i osobe koje su zaposlene i ne stignu slušati predavanja kao redoviti studenti, vlastiti je tempo i način učenja usklađen s obavezama. Razvojem digitalizacije ovakvih je primjera sve više, a njihove mogućnosti konstantno rastu (efri.uniri.hr).

4.4. Dijeljenje imovine ili usluga za proizvodnju, a ne za potrošnju

Potrošački način života i kapitalistički sustav polako gubi svoju poziciju i zamjenjuje ga dijeljenje u svim sferama života, pa i onim poslovnim. Uslijed visoke nezaposlenosti diljem svijeta, financijskim krizama, bolestima izazvanim stresom, poimanju novca kao jedine vrijednosti, nepoštivanju radnika i drugih posljedica koje je takav sustav ostavio na društvo, nešto se moralo promijeniti.

Posebno ugrožena skupina su mlađe generacije, koje su time i nositelji promjena. Primjerice, 2007. godine stopa nezaposlenosti mladih u zemljama članicama OECD iznosila

je 14,2 posto, u usporedbi s 4,9 posto za starije radnike. U prvom tromjesečju 2018. godine nezaposlenost mladih je iznosila 19,7 posto, a starijih 7,3 posto. Posebno je ugrožena Španjolska gdje je nezaposlenost među mladima skočila s 17,6 posto na 44 posto u istom periodu. Veoma zastrašujuć je i podatak da broj mladih koji ne rade niti se obrazuju u zemljama OECD-a iznosi 16,7 milijuna, odnosno oko 12,5% populacije između 15 i 24 godine. Iz podataka je vidljivo da situacija kroz godine ne napreduje, odnosno postaje sve gora i za mnoge beznadna. Pitate se zašto je takva statistika da su baš mladi znatno ugroženiji od starijih? Fleksibilni ugovori o radu obično se daju novopridošlima na tržište rada, pa kada poduzeća moraju nekoga otpustiti, to obično budu mlađi zaposlenici. Još jedan razlog zašto su mladi u Hrvatskoj toliko pogođeni je i činjenica da stariji, kada su im bili nuđeni paketi za odlazak u prijevremenu mirovinu, uglavnom nisu bili za to. Takvi paketi danas su sve rjeđi, a zbog produljenja radnog vijeka sve više ljudi radi dulje i radna mjesta se sve sporije oslobađaju. Stoga, potrebno je potaknuti razvoj novih radnih mjesta i novih mogućnosti zapošljavanja. Velika je to inicijativa koju su ljudi diljem svijeta pokrenuli sami, bez intervencije države. Tako se poduzeća danas sve više oslanjaju na privremene honorarne radnike koji su mnogo fleksibilniji – sve je više zahtjeva za privremenim radnicima, a outsourcing naglo raste. Veliku ulogu u tome imao je i razvoj tehnologije pa prepuštanje posla zemljopisno udaljenim radnicima postaje sve lakše preko specijaliziranih internetskih stranica (moj-posao.net).

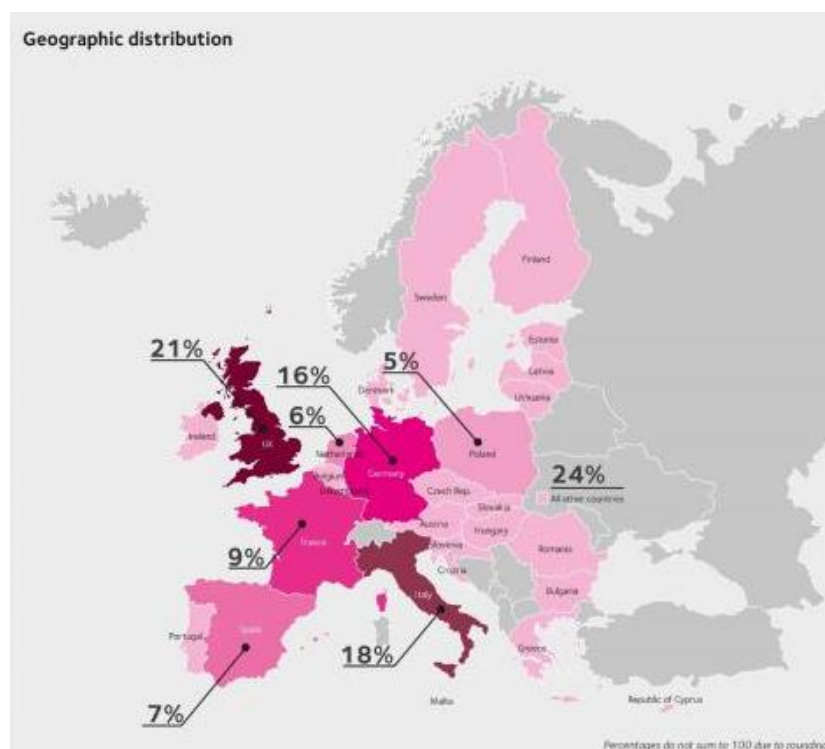
Ljudi koji zarađuju na takav način, oglašavajući se na raznim online servisima i nudeći usluge temeljene na vlastitim vještinama, su nezavisni profesionalci, odnosno freelanceri. Nezavisni profesionalac ili freelancer je osoba koja posluje putem ugovora kojim je definirana isporuka proizvoda/usluge u određenom periodu te onaj tko posluje kao samostalna djelatnost, putem obrta, društva s ograničenom odgovornošću ili jednostavnog društva s ograničenom odgovornošću u kojem je ta osoba i vlasnik i jedini stalno zaposleni. Također, postoje i djelomični freelanceri koji, uz svoj stalni posao, nude određene usluge i kroz honorarni rad (upis.hdnp.hr).

Freelancing je danas toliko raširen da primjerice samo u SAD ima više od 55 milijuna freelancera (čak 35 posto američke radne snage) koji nemaju stalan posao, već zarađuju isključivo na ovaj način. To je tip rada u kojem prevladavaju pojedinačni, honorarni mikroposlovi. Freelance tržište naglo se širi i u stalnom je porastu. Do poslova i projekata dolazi se putem raznih digitalnih platformi. Takav način štedi vrijeme freelancerima, ali i poslodavcima zbog izuzetne praktičnosti te se sve više tvrtki odlučuje za outsourcing većine ili dijela radne snage. Dok jedni vide priliku za razvoj društva ovakvim načinom poslovanja, postoje i kritike, a to je prije svega financijska nesigurnost jer takav posao nije stalan niti siguran. Primjerice, freelancer u Hrvatskoj teško da će moći podići bilo kakav veći kredit,

posebice stambeni, zbog nepostojanja stalnog izvora prihoda. Ipak, freelancing širom svijeta uzima sve više maha. Iako u Hrvatskoj nema freelancera u tolikom postotku kao, primjerice, u SAD-u, sve više hrvatskih građana u ovome pronalazi izvore svojih prihoda, posebice mlađa „internet“ generacija koja tek kreće na tržište rada. Osnovna prednost freelancinga je rad iz udobnosti vlastitog doma, bez fiksnog radnog vremena, pa tako freelancer iz Hrvatske bez problema može raditi za klijente iz SAD-a, Indije ili Kine. Mogućnosti su doslovno neograničene (prevoditelj-teksta.com).

Rast nezavisnih profesionalaca najbrže je rastuća grupa na tržištu rada Europske unije. Od 2004. do 2013. broj freelancera je porastao za 45 posto, sa 6.2 milijuna na 8.9 milijuna. Tu se posebno ističu Nizozemska, Poljska, Francuska i Ujedinjeno Kraljevstvo kao države s najbržim rastom. Ako nešto koči daljnji rast freelancinga, onda je to manjak sredstava i vještina te time izazvan strah od neuspjeha koji ljudi osjećaju. Prema istraživanju, 37 posto građana Europske unije željelo bi raditi samostalno, ali iz navedenih razloga se ne usuđuju. (Leighton, Brown, bez dat.)

Slijedi prikaz postotka nezavisnih profesionalaca u Europskoj uniji 2016. godine.



Slika 7: Postotak nezavisnih profesionalaca u EU 2016. godine (Izvor:epfi.org)

Zemlje su označene različitim nijansama ružičaste boje ovisno o postotku, od najtamnije sa najvećim postotkom nezavisnih profesionalaca do najsvijetlije sa najmanjim

postotkom nezavisnih profesionalaca. Broj nezavisnih profesionalaca na području EU u razdoblju od 2008. do 2015. narastao je sa 7.7 milijuna na 9.6 milijuna, što je povećanje od 24 posto. Najveći rast broja nezavisnih profesionalaca ostvaren je u Ujedinjenom Kraljevstvu, Francuskoj i Nizozemskoj. No, freelancing stječe sve više popularnosti i u drugim zemljama EU, pa se tako broj nezavisnih profesionalaca u Rumunjskoj i Sloveniji od 2008. do 2015. udvostručio, a u Latviji je narastao za 200 posto u istom periodu. U Hrvatskoj taj rast nije toliko nagli, ali je i dalje rast što je u svakom slučaju pozitivan trend. Ovaj rast dobra je vijest za čitavu globalnu ekonomiju, kao i nacionalnu. Samo u Ujedinjenom Kraljevstvu nezavisni profesionalci godišnje ostvare 109 milijardi funti. Ovaj trend rasta nezavisnih profesionalaca ostavio je trag na stagnirajućem tržištu rada – radna snaga EU smanjila se u periodu od 2008. do 2015. s 223 milijuna na 218 milijuna (epfi.org).

U uvjetima visoke nezaposlenosti i nedostatka radnih mjesta u Hrvatskoj je 2013. pokrenut online servis za razmjenu usluga, Rentaj.ME, od strane karlovčanina Mirana Goste. Rentaj.ME je prva online hrvatska burza outsource i honorarnih poslova koja povezuje poslodavce koji sami definiraju konkretne zadatke i radnike koji se natječu za izvršenje tih zadataka. Ova platforma, dakle, pruža usluge spajanja poslodavaca i samostalnih freelancera, odnosno nezavisnih profesionalaca, za rad na konkretnim zadacima. Obično su to poslovi poput izrade web stranice, grafičkog dizajna, pisanja priopćenja, prevođenja, upisivanja podataka u baze, računovodstvenih servisa, marketinga, pravnih poslova i slično. Iako je to servis za zapošljavanje, razlikuje se od klasičnih servisa za zapošljavanje jer ovdje poslodavci oglašavaju konkretne projektne zadatke, s rokom izvršenja i cijenom koju su spremni platiti, a posloprimci šalju ponude za izvršenje te vlastite kvalifikacije za posao. Servis ostvaruje obostranu korist – poslodavcima je omogućen jednostavan pronalazak izvođača outsource poslova, a oglašavanje je omogućeno i svim pružateljima usluga koji na taj način lakše dolaze do zarade. Postavljanje projekata i sklapanje poslova za obje strane potpuno je besplatno, potrebno se samo registrirati na web stranici (netokracija.com f).

U isto vrijeme pokrenut je i drugi takav servis, odnosno još jedna lokalna burza freelance poslova, Freelance.hr kojeg je pokrenulo Hrvatsko društvo nezavisnih profesionalaca (HDNP). HDNP osim programa Freelance Croatia razvija i nacionalni program za podršku i razvoj dijeljenju prostora za rad – Coworking Croatia, o kojem će biti rečeno više u nastavku poglavlja. Na platformi Freelance.hr, nezavisni profesionalci kreiraju svoj profil i tako se oglašavaju potencijalnim poslodavcima, dok poslodavci objavljuju projektne zadatke, na koje se zainteresirani mogu javiti. Takve platforme predstavljaju hrvatsko tržište nezavisnog rada, a Freelance.hr je centralno mjesto za online povezivanje naručitelja usluge i lokalnih nezavisnih profesionalaca (facebook.com).

U Hrvatskoj, prema statistici lokalnog freelance servisa Freelance.hr, najviše otvorenih poslova i tražitelja dolazi iz polja pisanja i prijevoda, raznih oblika dizajna, upravljanja društvenim mrežama i PR-a, upravljanja projektima, programiranja i web developmenta. Uz navedeno, zasebno se izdvajaju marketing i projektni menadžment gdje se od freelancera traži odgovornost za strateško planiranje, nadzor kampanji i upravljanje odosa s klijentima. Iz HDNP poručuju da je postalo veoma bitno, u današnjim uvjetima neizvjesnosti, da svatko bude spreman svoje znanje, sposobnosti i vještine pretvoriti u uslugu koju direktno može plasirati na tržište i ostvariti zaradu. Treba imati na umu da je nezavisno tržište zapravo otvoreno tržište te da konkurencija diktira cijenu i razinu kvalitete. Jasni broičani pokazatelji nezavisnog tržišta rada u Hrvatskoj još ne postoje. Što se tiče registriranih freelancera na servisu Freelance.hr, to su uglavnom muškarci iz područja Zagreba, a najpopularnije kategorije su dizajn, multimedija i IT. Ipak, hrvatski freelanceri najaktivniji su na stranim servisima Elance.com, Odesk.com i Freelancer.com, a uz spomenute servise Rentaj.ME i Freelance.hr, na hrvatskom tržištu tu je još i Sajt.hr (womeninadria.com).

Prema istraživanju kojeg su provele poduzeća Cronata i BNB Sklad 2016. godine na uzorku od 60 hrvatskih poduzeća, najviše se *outsorceaju* vanjske usluge čišćenja i održavanja (61,7 posto) te informatike (48,3 posto), i to u privatnom sektoru, dok je u državnom sektoru outsourcing još uvijek tabu. Slijedi vanjska zaštita (40 posto), knjigovodstvene usluge (38,3 posto) te usluge marketinških i agencija za odnose s javnošću (18,3 posto). Najmanje se naručuju stručne usluge nabave (8,3 posto), prodaje (6,7 posto), i administrativnih poslova (5 posto) (tportal.hr c).

Uz ovaj oblik dijeljenja sa svrhom proizvodnje (poslovanja) koji se temelji na vještinama (*freelancing*), sve je više popularno i dijeljenje prostora za rad (*coworking*). To je još jedan suvremeni pristup radu pri kojem različiti nezavisni sudionici dijele zajednički radni prostor radi participacije u troškovima održavanja prostora. Najčešće su to spomenuti nezavisni profesionalci odnosno freelanceri, zatim samostalni umjetnici, mali poduzetnici ili start-upovi – oni kojima je organiziranje vlastitog uredskog prostora i uredske infrastrukture problem, ne koriste poslovni prostor na dnevnoj bazi ili jednostavno žele raditi u takvoj radnoj atmosferi. Osim što služi kao radno mjesto, coworking prostor je mjesto za sastanke, prezentacije i druženje. Stavlja naglasak na izgradnju zajednice putem održavanja događanja, mikro-umrežavanja te udruživanja raznih resursa. U Hrvatskoj djeluje online platforma *Coworking.hr* sa svrhom povezivanja ljudi u dijeljenju poslovnih prostora. Platformu vodi Hrvatsko društvo nezavisnih profesionalaca (HDNP), koje stoji i iza spomenute *Freelance.hr* platforme. Programom *Coworking Croatia* HDNP želi postaviti inovativan i

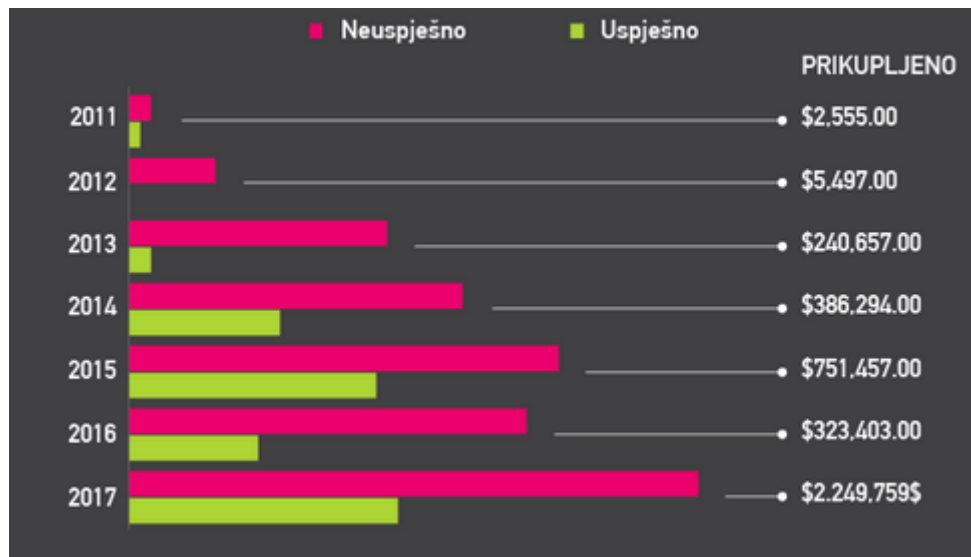
učinkovit pristup radu kako bi se ostvarile prednosti koje takav način nudi za zajednicu i čitavu ekonomiju (coworking.hr).

Da coworking postaje sve popularniji oblik poslovanja i u Hrvatskoj, govori podatak da se broj ovakvih prostora za rad u posljednje dvije godine udvostručio. Prema podacima prvog istraživanja o coworkingu u Hrvatskoj, u sklopu projekta COWORKMed, 2016. godine bilo je 11 coworking prostora, a ove godine ih je 22, pretežito u Zagrebu. Zanimljiv je i podatak da do prije šest godina nije bilo niti jednog ovakvog prostora u Hrvatskoj. Pokretanje poslovanja time je postalo znatno lakše i povoljnije, bez procedure oko otvaranja poduzeća. Nezavisni profesionalci su ti koji se u najvećem broju odlučuju za dijeljenje prostora za rad, a njih u Hrvatskoj ima više od 213 tisuća. Coworking prostori u Hrvatskoj ukupno raspolažu s 9000 kvadrata i 900 radnih stolova, odnosno radnih mjesta, u usporedbi s Katalonijom koja ima 62.000 kvadrata i 6300 radnih mjesta, te je među najvećima u Europi. Interes za dijeljenjem prostora za rad u Hrvatskoj je sve veći, a iz Hrvatskog društva nezavisnih profesionalaca (HDNP) ističu da Hrvatska ima još puno prostora za rast u ovom području (poslovni.hr c).

Coworking Croatia je komunikacijska platforma koja nezavisnim profesionalcima i drugim zainteresiranim može osigurati pogodnosti koje coworking prostor i zajednica nude. Ako nešto usporava razvoj ovakvih modela poslovanja u Hrvatskoj, onda je to nedovoljno znanja o nezavisnom poslovanju (freelancingu), kao i nepostojanje zakonskog okvira (samo za kategoriju samostalne djelatnosti) te manjak potrebnih statističkih podataka (konkretnih brojki). Stoga se oslanjaju na europska iskustva koja nastoje primijeniti kod nas, ističu iz HDNP. Cilj coworkinga je ponuditi korisnicima edukaciju i priliku za umrežavanje, zajednički prostor za rad i suradnju, te servise administrativnih i računovodstvenih usluga, pravnih savjeta i drugo. Bit globalnog coworking pokreta bazirana je na pet ključnih načela: suradnja, otvorenost, zajedništvo, pristupačnost i održivost. Razvojem tehnologije i globalizacije odumiru nepraktični uredski prostori, a sve više je poslovnih i kreativnih „nomada“. Stoga, ovo je model poslovanja budućnosti, a u svijetu trenutno ima više od 2500 prostora za zajednički rad – najviše u Europi (posebice u Berlinu i Barceloni) (plaviured.hr).

Još jedan oblik dijeljenja sa svrhom proizvodnje, a ne potrošnje je grupno financiranje (*crowdfunding*). Ono predstavlja alternativni pristup financijskim sredstvima za realiziranje dobrih ideja kojima nedostaje financijska podrška. Grupno financiranje se sve više koristi u Hrvatskoj, i to za poduzetničke, umjetničke, humanitarne i aktivističke projekte. Prošla 2017. godina, sa najviše uspješnih kampanja u kojoj je grupnim financiranjem prikupljeno 15 milijuna kuna, proglašena je nauspješnijom crowdfunding godinom u Hrvatskoj, u usporedbi sa 2016. kada je zabilježen negativni trend. Više od polovice prikupljenog iznosa u 2017. odnosi se kampanje financirane vlasničkim udjelima. Grupno financiranje u Hrvatskoj javlja se 2011. godine, a od tada su pokrenute 272 crowdfunding kampanje, od čega je njih 77

prikupilo traženi iznos. Od tada je sveukupno grupnim financiranjem u Hrvatskoj prikupljeno 30 milijuna kuna, a sami tijekom prikupljanja kroz godine prikazan je na Slici 8. I broj podržavatelja domaćih kampanja u 2017. je najveći do sada, čak 13531, a pokretači kampanja bili su pretežito iz kreativne i umjetničke industrije poput filmova, glazbe i pisanja. Kampanjom godine proglašena je 'micro:bit STEM revolucija' zbog najvećeg broja podržavatelja (2.364) u domaćoj crowdfunding kampanji do danas. Prošle godine pokrenuto je 78 projekata, uglavnom na Indiegogo platformi (61 posto), od kojih je njih 26 uspješno prikupilo traženi iznos. Više od polovice kampanja pokrenuto je u Zagrebu (44), a manji dio u ostalim gradovima Hrvatske. Također, pokrenut je i blog o grupnom financiranju, crowdfunding.hr, gdje se može naći mnoštvo uputstava i vijesti o takvom obliku financiranja, kao i podataka o završenim projektima i aktivnim kampanjama. Tijekom prikupljanja sredstava grupnim financiranjem u Hrvatskoj prikazan je na sljedećoj slici (crowdfunding.hr).



Slika 8: Sredstva prikupljena grupnim financiranjem u Hrvatskoj, od 2011. do 2017. godine (Izvor: crowdfunding.hr)

Prvih par godina, kao što se vidi, nisu bile naročito uspješne. Prvi veći iznos prikupljen je 2014. godine nakon čega se nastavio pozitivan trend i sljedeće (2015.) godine, da bi prikupljeni iznos u 2016. godini bio upola manji od iznosa prikupljenog 2015. godine. U 2017. prikupljen je rekordan broj sredstava grupnim financiranjem, a kakav će rezultat biti za 2018. još je neizvjesno.

Danas u svijetu postoji više od dvije tisuće online platformi putem kojih se prikupljaju sredstva za kampanje grupnog financiranja. Princip prikupljanja sredstava je na svim platformama isti – pojedinci ili poduzeća izlažu svoju ideju i cilj koji žele ostvariti te potom

određuju rok za prikupljanje potrebnih sredstava. Nakon završetka roka kreće se u realizaciju projekta, ako je prikupljeno dovoljno sredstava. Ako nije prikupljeno dovoljno sredstava, postoje neke platforme koje dozvoljavaju i preuzimanje djelomično prikupljenih sredstava, ali poduzetnik i dalje mora ispuniti svoje obveze prema podupirateljima. Komunikacija na platformama grupnog financiranja izuzetno je jednostavna – najprije se potrebno registrirati na platformi putem korisničkog računa na PayPal-u ili putem kartice koja posjeduje CVC broj na poleđini. Nakon što nositelji projekata predstave svoju ideju na nekoj od platformi, potencijalni investitori diljem svijeta ulažu svoj novac u pothvat koji im se sviđa. Investitori iz svijeta mogu uložiti najmanje 10 dolara, a u Hrvatskoj mogući su ulogi od desetak kuna pa na više. Platforme grupnog financiranja mogu koristiti sve punoljetne osobe, a ostvaruju prihode na osnovu postotka od prikupljenih ulaganja. Najpoznatije platforme grupnog financiranja u svijetu i u Hrvatskoj su Kickstarter, Indiegogo i Seedrs (udrugabookmark.com).

Ono što je potaknulo rast grupnog financiranja u Hrvatskoj je potez Zagrebačke burze koja je s Funderbeamom pokrenula crowdinvesting u Hrvatskoj i tako otvorila prostor za daljnje pomake u razvoju ovog načina financiranja, kao i uspješni poduzetnici i start-upovi. Time je kapital domaćim poduzetnicima i građanima postao dostupniji i jeftiniji. Ono što koči brži razvoj je regulativa koja onemogućuje ljudima da povoljno izvuku novac iz čarapa ili banaka, gdje su im kamate na štednju jedan posto, te da primjerice kroz crowdlending (grupno posuđivanje novca) dobiju i veći povrat. Grupno financiranje je budućnost o čemu govori i podatak da od 2020. Europska komisija ukida bespovratna sredstva iz EU fondova i da ih kani zamijeniti povoljnim kreditima i crowdfundingom (poslovni.hr d).

Uz razne specijalizirane online servise, svoje mjesto u ovakvom načinu poslovanja sa svrhom dijeljenja zauzele su i razne grupe na društvenim mrežama, odnosno Facebooku. Kao i u slučaju dijeljenja prijevoza ili smještaja, kreirane su specijalizirane grupe za traženje posla, odnosno zaposlenika, investitora te resursa i prostora za rad . Tako je danas izvor prihoda vrlo lako pronaći, kao i traženog zaposlenika ili prostora za rad – potrebna je samo dobra ideja, malo volje i povezanost dostupna većini, a zove se Internet.

5. Zaključak

U uvjetima velike nejednakosti i siromaštva, globalnih financijskih kriza i nepravde na svakom ćošku, zavladao je kolektivno nezadovoljstvo. I dok jedni bacaju, drugi kupe – postala je to ustaljena pojava. Kako to ne bi bilo tako, i kako bi se osigurala veća i bolja protočnost dobara s jednog mjesta (gdje se više ne koristi) na drugo mjesto (gdje postoji potreba za tim dobrom), javio se princip ekonomije dijeljenja. Ekonomija dijeljenja samo je jedno od potencijalnih rješenja takve situacije, koja može napraviti mnogo ako joj se posveti nešto pažnje i vremena. Iako su u glavnoj ulozi građani, odnosno ljudi koji zajedničkim djelovanjem nastoje povećati životni standard svoje zajednice i postići trajno održiv sustav, bitna je i uloga vlasti svake države koja je zadužena za reguliranje zakonskih propisa u korist ovog modela gospodarenja. Osnovna težnja ekonomije dijeljenja je smanjenje stupnja potrošnje te povećanje razmjene i dijeljenja među ljudima, što je prilično veliki zadatak u konzumerističkom društvu današnjice. Dakle, dijeljenje ne zagovara odmicanje od materijalnog – i ekonomija dijeljenja samo je način gospodarenja gdje je također bitan profit kao stavka koja pokreće ideje – nikad se nećemo odvojiti od materijalnog, ali poanta je to materijalno smanjiti na minimum koji je dovoljan za ispunjenje ljudskih potreba i učinkovito funkciniranje gospodarstva. Ono što potpomaže naglom širenju ekonomskog modela dijeljenja je suvremena tehnologija koja je, uz ljude, u glavnoj ulozi realizacije ovakvog načina gospodarenja. Uloga interneta je neosporiva jer da nema njega, ne bi bilo niti svih online platformi i mobilnih aplikacija koje su kroz rad opisane. Ekonomija dijeljenja je princip koji zauzima sve više maha diljem svijeta, osobitno kod mlađe „internet“ generacije u Americi i Europi od kuda potječe većina projekata vezanih za dijeljenje. Iako ne nagli, i u Hrvatskoj je osjetan i vidljiv rast dijeljenja, kao i sve veća osvještenost građana po pitanju drugih ljudi. Prema iznesenim podacima kroz rad, da se zaključiti da je u proteklih nekoliko godina sami koncept ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj niknuo i uspostavio dobre temelje za rast i napredak. Javlja se sve više online platformi dijeljenja, s raznim svrhama i mogućnostima. Sve više Hrvata koristi internet za kupovinu i razna plaćanja, komunikaciju te razmjenu materijalnog i nematerijalnog. Trend rasta je pozitivan. Pomak se vidi i u smanjenju stope nezaposlenosti na što je, između ostalog, utjecalo upravo širenje mogućnosti zapošljavanja i općenito dolaska do izvora sredstava. Ipak, ekonomija dijeljenja još se nije uspjela odraziti na gospodarstvo u većoj mjeri, u smislu postizanja boljitka za društvo u cjelini – za to će biti potrebna ili veća podrška vlasti ili veća moć naroda koju postižu povezivanjem, suradnjom i razmjenom ideja. Ono na čemu Hrvati kao narod, u ostvarenju navedenog, trebaju poraditi je stupanj međusobnog povjerenja koji osjećaju jedni prema drugima, a koji je za sada još uvijek prilično nizak. Sve u svemu, sve više Hrvata samoinicijativno dijeli nešto svoje s

drugima, posuđuju i razmjenjuju – jer su shvatili da uzastopna kupovina doista ne vodi trajnom zadovoljstvu, kao i to da je dijeljenje i pomaganje ono što čini čovjeka sretnim. U tome im pomažu online platforme dijeljenja, aplikacije i razni projekti u koje se je vrlo jednostavno uključiti i učiniti nešto za društvo i zajednicu u kojoj žive. U konačnici, svatko može dati svoj doprinos i biti dio ove tihe revolucije.

Literetura

Članci s interneta:

Bašić, M., Jurčević, A., (2017). *Ekonomija dijeljenja*. Preuzeto 30.8.2018. s <https://radio.hrt.hr/data/files/7f7d7b607b2c5bfd72ddc6300b4f08942bea7aa3.pdf>

Grdešić, M., (2016). *Piketty, ekonomija i sociologija: Znanstvena i politička agenda o nejednakosti*. Preuzeto 19.6.2018. s <https://hrcak.srce.hr/160901>

Leighton, P., Brown, D., (bez dat.) *Future Working: The Rise of Europe's independent professionals (ipRos)*. Preuzeto 17.8.2018. s http://www.efip.org/sites/default/files/Future_Working_Full_Report.pdf

Lovrić, S., (2015). *Pravedna trgovina kao rješenje nejednakosti na globalnom tržištu – perspektiva korporacija*. Preuzeto 21.6.2018. s [http://effectus-uciliste.eu/images/working_papers/13 Lovric Sandra-Pravedna trgovina kao rjesenje nejednakosti na globalnom trzistu.pdf](http://effectus-uciliste.eu/images/working_papers/13_Lovric_Sandra-Pravedna_trgovina_kao_rjesenje_nejednakosti_na_globalnom_trzistu.pdf)

Rogers, John., (2015). *Lokalni novac Kakva je korist od toga?*. Preuzeto 10.7.2018. s http://www.milozadrage.hr/system/publication/pdf/3/Lokalni_novac_Korigirani.pdf

Sajter, D., (2014). *Ekonomija dijeljenja*. Preuzeto 23.6.2017. s https://bib.irb.hr/datoteka/722791.Ekonomija_dijeljenja.pdf

Schor, J., (2014). *Debating the Sharing Economy*. Preuzeto 15.7.2018. s <https://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>

Zakoni:

Zakon o zadrugama NN [34/11](#), [125/13](#), [76/14](#). Preuzeto 28.7.2018. s <https://www.zakon.hr/z/458/Zakon-o-zadrugama>

Ostali izvori:

Agrobiz.vecernji.hr. Preuzeto 22.7.2018. s <https://agrobiz.vecernji.hr/agrovijesti/zadruga-u-brojkama-gdje-je-danas-zadugarstvo-u-svijetu-i-europskoj-uniji-a-gdje-smo-mi-2082>

Antenazadar.hr. Preuzeto 26.6.2018. s <https://www.antenazadar.hr/clanak/2018/02/u-hrvatskoj-pada-nezaposlenost-ali-i-pada-zaposlenost/>

Arhivanalitika.hr a. Preuzeto 22.6.2018. s <http://arhivanalitika.hr/blog/u-hrvatskoj-se-dohodovne-nejednakosti-smanjuju/>

Arhivanalitika.hr b. Preuzeto 22.6.2018. s <https://arhivanalitika.hr/blog/borite-se-protiv-siromastva-ne-protiv-nejednakosti/>

Barmen.hr. Preuzeto 20.8.2018. s <https://www.barmen.hr/2014/03/homeexchange-vas-besplatan-smjestaj-diljem-svijeta/>

Birmingham.gov.uk. Preuzeto 28.7.2018. s https://www.birmingham.gov.uk/info/20013/roads_travel_and_parking/510/car_clubs/4

Blablacar.hr a. Preuzeto 22.7.2018. s <https://www.blablacar.hr/about-us/>

Blablacar.hr b. Preuzeto 19.9.2018. s <https://www.blablacar.hr/blablalife/nov-nacin-putovanja/ekonomija-dijeljenja>

Boingboing.net. Preuzeto 22.6.2018. s <https://boingboing.net/2017/12/14/oligarchy-on-ice.html>

Businessinsider.com. Preuzeto 5.8.2018. s <https://www.businessinsider.com/instacart-tips-expensive-review-2018-3>

Carclub.easycar.com. Preuzeto 28.7.2018. s <https://carclub.easycar.com/about>

Cdop.rs. Preuzeto 29.7.2018. s <http://cdop.rs/socijalna-ekonomija/>

Couchsurfing.com. Preuzeto 24.8.2018. s <http://www.couchsurfing.com/about/about-us/>

Coworking.hr. Preuzeto 9.9.2018. s <http://coworking.hr/>

Credior.org. Preuzeto 1.7.2018. s <http://cedior.org/vrijeme-umjesto-novca/>

Crowdfunding.hr. Preuzeto 11.9.2018. s <http://www.crowdfunding.hr/2017-crowdfunding-infografika-3771>

Dalmatinskiportal.hr. Preuzeto 1.9.2018. s <http://dalmatinskiportal.hr/vijesti/potrcko-stigao-u-split/13453>

Dobraekonomija.org. Preuzeto 13.8.2018. s <http://dobraekonomija.org/sto-je-dobra-ekonomija/>

Ebanka.eu a. Preuzeto 25.7.2018 s <https://www.ebanka.eu/single-post/2018/04/09/Eti%C4%8Dna-banka---%C4%8Dovjek-ispred-profita>

Ebanka.eu b. Preuzeto 26.7.2018. s <https://www.ebanka.eu/faq>

Efri.uniri.hr. Preuzeto 29.8.2018. s https://www.efri.uniri.hr/hr/diplomski_online_studij/778/202

Ekonomskiportal.com. Preuzeto 30.7.2018. s <http://ekonomskiportal.com/socijalno-poduzetnistvo/>

Entrepreneur.com. Preuzeto 8.8.2018. s <https://www.entrepreneur.com/article/249434>

Ephi.org. Preuzeto 7.9.2018. s <http://www.efip.org/node/21>

Facebook.com. Preuzeto 8.9.2018. s https://www.facebook.com/pg/FreelanceCroatia/about/?ref=page_internal

Fair-trade.hr. Preuzeto 26.6.2018. s http://www.fair-trade.hr/Fair_Trade/FT_Hrvatska.html

Glasnikokvir.com. Preuzeto 31.7.2018. s <https://glasnikokvir.com/2017/09/12/zajednicka-dobra-kao-alternativa/>

Goodfinancialcents.com. Preuzeto 6.8.2018. s <https://www.goodfinancialcents.com/lending-club-review-for-investors-and-borrowers/>

Gradska-radionica.hr. Preuzeto 1.7.2018. s <http://www.gradska-radionica.hr/projekti-i-programi/banka-vremena/55-banka-vremena>

Hgk.hr. Preuzeto 24.6.2018. s <https://www.hgk.hr/documents/sharing-economy-ili-ekonomija-dijeljenja59eef381abbb0.pdf>

Homeexchange.com. Preuzeto 20.8.2018. s <https://www.homeexchange.com/hr/about/>

Hrturizam.hr. Preuzeto 20.8.2018. s <http://hrturizam.hr/homeexchange-opet-mijenja-pravila-igre-upoznajte-passport-revoluciju-u-nacinu-putovanja/>

Ictbusiness.info. Preuzeto 27.8.2018. s <https://www.ictbusiness.info/poslovna-rijesenja/bec-zapoceo-mapiranje-projekata-ekonomije-dijeljenja>

Index.hr. Preuzeto 26.7.2018. s <https://www.index.hr/vijesti/clanak/snazan-otpor-evo-tko-vec-cetiri-godine-zaustavlja-otvaranje-banke-koja-ne-pljacka-u-hrvatskoj/1038393.aspx>

Instacart.com. Preuzeto 4.8.2018. s <https://www.instacart.com/help/section/200758544#115005491906>

Ipe.hr. Preuzeto 31.7.2018. s <http://ipe.hr/program/zajednicka-dobra-commons/>

Jatrgovac.com. Preuzeto 25.6.2018. s <https://www.jatrgovac.com/2014/01/fair-trade-pravedna-trgovina-za-pravedniji-svijet/>

Jungleworks.com. Preuzeto 11.8.2018. s <https://jungleworks.com/postmates-business-model-revenue-how-postmates-works/>

Jutarnji.hr. Preuzeto 20.8.2018. s <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/stize-turisticka-sezona-uber-dize-cijene-u-hrvatskoj-evo-koliko-ce-ubuduće-kostati-cijena-prijevoza-koji-se-narucuje-popularnom-aplikacijom/7339068/>

Klikaj.hr. Preuzeto 21.8.2018. s <https://www.klikaj.hr/video-portal-civilizacija-ljubavi-novim-nacin-pomoc-potrebitima/>

Lendingclub.com. Preuzeto 6.8.2018. s <https://www.lendingclub.com/company/about-us>

Liberal.hr. Preuzeto 23.6.2018. s <https://liberal.hr/clanak.php?id=1186>

Lider.media a. Preuzeto 24.6.2018. s <https://lider.media/aktualno/biznis-i-politika/svijet/rusija-sustize-sad-u-nejednakosti-dohotka/>

Lider.media b. Preuzeto 12.7.2018. s <https://lider.media/aktualno/tvrtke-i-trzista/poslovna-scena/modeli-ekonomije-dijeljenja-prisutni-u-hrvatskoj/>

Lider.media c. Preuzeto 25.8.2018. s <https://lider.media/aktualno/biznis-i-politika/svijet/ekonomija-dijeljenja-7-posto-hrvata-ugovorilo-privatni-smjestaj-putem-interneta-ili-aplikacije/>

Liquidspace.com. Preuzeto 9.8.2018. s <https://liquidspace.com/aboutus>

Medium.com a. Preuzeto 4.8.2018. s <https://medium.com/half-better/instacart-tips-tricks-90a5c6a41700>

Medium.com b. Preuzeto 11.8.2018. s <https://medium.com/uber-for-x/how-taskrabbit-works-insights-into-business-revenue-model-640c8e4895ef>

Moj-posao.net. Preuzeto 4.9.2018. s <https://www.moj-posao.net/Press-centar/Details/70572/Buducnost-rada-dobitnici-i-gubitnici-na-globalnom-trzistu-rada/2/>

Nacional.hr. Preuzeto 30.7.2018. s <http://www.nacional.hr/dossier-socijalno-poduzetnistvo-kao-odgovor-na-ekonomsku-krizu/>

Ncs.hr. Preuzeto 24.6.2018. s http://www.ncs.hr/hr/ekonomija_dijeljenja_postaje_princip_zivota_pokret_otpora_globalnom_kapitalizmu_raste_kao_kvasac/11947/7_188

Netokracija.com a. Preuzeto 21.7.2018. s <http://www.netokracija.com/blablacar-hrvatska-prva-godina-korisnici-115061>

Netokracija.com b. Preuzeto 27.8.2018. s <http://www.netokracija.com/ekonomija-dijeljenja-bec-133132>

Netokracija.com c. Preuzeto 19.8.2018. s <https://www.netokracija.com/rast-startupa-117376>

Netokracija.com d. Preuzeto 1.9.2018. s <https://www.netokracija.com/potrcko-49398>

Netokracija.com e. Preuzeto 30.8.2018. s <https://www.netokracija.com/starofservice-109058>

Netokracija.com f. Preuzeto 7.9.2018. s <https://www.netokracija.com/rentaj-me-otvorena-prva-online-burza-honorarnih-i-outsourc-poslova-46811>

Novac.jutarnji.hr. Preuzeto 17.8.2018. s <https://novac.jutarnji.hr/rasprave-i-rišenja/zivot-prema-pravilima-eu-zaposlenost-raste-place-su-vise-jos-da-se-ne-bojimo-reformi/7478982/>

Novilist.hr a. Preuzeto 16.8.2018. s <http://www.novilist.hr/Vijesti/Hrvatska/U-Hrvatskoj-se-reciklira-samo-17-posto-otpada-sve-ostalo-ide-na-odlagalista>

Novilist.hr b. Preuzeto 24.8.2018. s http://www.novilist.hr/Zivot-i-stil/U-Hrvatskoj-otvorena-Banka-srece?meta_refresh=true

Odraz.hr. Preuzeto 2.8.2018. s <http://odraz.hr/hr/novosti/zanimljivosti/stvaranje-zajednickih-dobara-prakse-commoninga-kao-put-prema-odrzivijoj-zajednici>

Pauza.hr. Preuzeto 2.9.2018. s <https://www.pauza.hr/cesta-pitanja/>

Pcchip.hr a. Preuzeto 20.8.2018. s <https://pcchip.hr/internet/korisne-aplikacije/airbnb-ce-uskoro-biti-prisiljen-napustiti-trziste-europske-unije/>

Pcchip.hr b. Preuzeto 28.8.2018. s <https://pcchip.hr/internet/online-kupnja-bez-granica/>

Plan.hr. Preuzeto 29.6.2018. s <http://planb.hr/ekonomija-dijeljenja-mijenja-svijet/>

Plaviured.hr. Preuzeto 10.9.2018. s <https://plaviured.hr/coworking/>

Play.google.com. Preuzeto 11.8.2018. s https://play.google.com/store/apps/details?id=com.postmates.android&hl=en_US

Pomakonline.com. Preuzeto 1.7.2018. s <http://www.pomakonline.com/content/view/1135/109/>

Potrcko.com. Preuzeto 1.9.2018. s <http://www.potrcko.com.hr/usluge/>

Poslovni.hr a. Preuzeto 17.8.2018. s <http://www.poslovni.hr/after5/airbnbcom-postaje-zvijezda-meu-turistickim-servisima-250265>

Poslovni.hr b. Preuzeto 16.8.2018. s <http://www.poslovni.hr/hrvatska/rast-prometa-airbnba-u-hrvatskoj-vedi-od-100-330700>

Poslovni.hr c. Preuzeto 10.9.2018. s <http://www.poslovni.hr/hrvatska/udvostrucio-se-broj-coworking-prostora-339842>

Poslovni.hr d. Preuzeto 13.9.2018. s <http://www.poslovni.hr/startup-i-vase-price/novca-ima-no-zbog-propisa-tesko-do-njega-333150>

Press.atairbnb.com. Preuzeto 18.8.2018. s <https://press.atairbnb.com/about-us/>

Prevoditelj-teksta.hr. Preuzeto 6.9.2018. s <https://www.prevoditelj-teksta.com/freelanceri-i-marketing/>

Profitiraj.hr. Preuzeto 29.6.2018. s <http://profitiraj.hr/pet-kljucnih-europskih-sektora-ekonomije-dijeljenja/>

Punkufer.dnevnik.hr. Preuzeto 11.9.2018. s <https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/pravi-odmor-jestiva-kucica-u-kojoj-se-doruckuju-zidovi-lusteri-i-knjige---530158.html>

Regea.org. Preuzeto 25.7.2018. s <http://www.regea.org/newsletter-objave/eti%C4%8Dke-banke-%E2%80%93-regionalni-razvoj-ispred-financijskog-profita.html>

Recupero.com.hr. Preuzeto 30.7.2018. s <http://recupero.com.hr/blog-objava/socijalno-poduzetnistvo/>

Seebiz.eu. Preuzeto 24.8.2018. s <http://www.seebiz.eu/krenula-i-hrvatska-banka-srece/ar-106206/>

Sibenski.slobodnadalmacija.hr. Preuzeto 26.8.2018. s <https://sibenski.slobodnadalmacija.hr/kultura/knjige/clanak/id/484003/svjetski-trend-i-u-sibeniku-citajte-i-besplatno-razmjenjujte-knjige>

Slideshare.net. Preuzeto 19.7.2018. s <https://www.slideshare.net/UNDPPhr/to-su-zadruge-i-kako-funkcioniraju>

Slobodnadalmacija.hr. Preuzeto 23.8.2018. s <https://www.slobodnadalmacija.hr/scena/mozaik/clanak/id/231607/splitski-couchsurfer-ugostio-sam-200-ljudi-iz-cijelog-svijeta-i-nisam-pozalio>

Solidarityeconomy.eu. Preuzeto 26.7.2018. s <http://hr.solidarityeconomy.eu/what/>

Support.taskrabbit.com. Preuzeto 11.8.2018. s <https://support.taskrabbit.com/hc/en-us/articles/204411610-What-is-the-TaskRabbit-Service-Fee->

Techcrunch.com. Preuzeto 10.8.2018. s <https://techcrunch.com/2017/11/15/postmates-launches-in-first-international-city/>

Telegram.hr a. Preuzeto 20.6.2018. s <https://www.telegram.hr/biznis-tech/niste-procitali-kapital-ne-morate-sutjeti-dok-se-prica-o-pikettyju-napravili-smo-vam-salabahter/>

Telegram.hr b. Preuzeto 26.7.2018. s <https://www.telegram.hr/biznis-tech/sve-sto-trebate-znati-o-uberu-koji-uskoro-dolazi-u-zagreb/>

Telegram.hr c. Preuzeto 19.8.2018. s <https://www.telegram.hr/zivot/pronasli-smo-28-malkicu-cudnih-stvari-koje-mozete-kupiti-na-njuskalu/>

Telegram.hr d. Preuzeto 21.8.2018. s <https://www.telegram.hr/biznis-tech/letgo-aplikacija-za-prodaju-rabljenih-stvari-sad-je-dobila-jos-100-milijuna-dolara-investicije/>

Theguardian.com a. Preuzeto 18.8.2018. s <https://www.theguardian.com/global-development/2017/dec/14/almost-100-million-people-a-year-choose-food-healthcare-extreme-poverty>

Theguardian.com b. Preuzeto 27.6.2018. s <https://www.theguardian.com/inequality/datablog/2017/apr/26/inequality-index-where-are-the-worlds-most-unequal-countries>

Theverge.com. Preuzeto 13.8.2018. s <https://www.theverge.com/2018/3/13/17116276/ikea-taskrabbit-furniture-assembly-service-us>

Tportal.hr a. Preuzeto 16.8.2018. s <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/istraga-porezne-vise-od-pola-iznajmljivaca-preko-airbnba-i-bookinga-taji-zaradu-krece-se-u-naplatu-foto-20180413>

Tportal.com b. Preuzeto 21.8.2018. s <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/ove-brojke-najbolje-docaravaju-koliko-je-uber-postao-mocan-u-hrvatskoj-foto-20180125>

Tportal.hr c. Preuzeto 9.9.2018. s <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/outsourcing-i-dalje-tabu-u-drzavnom-sektoru-20160905>

Udrugabookmark.com. Preuzeto 11.9.2018. s <http://www.udrugabookmark.com/blog/crowdfunding-od-ideje-do-realizacije>

Upis.hdnj.hr. Preuzeto 6.9.2018. s <http://upis.hdnj.hr/>

Vecernji.hr a. Preuzeto 31.7.2018. s <https://www.vecernji.hr/premium/lokalni-novac-trosi-se-tri-puta-brze-i-pokrece-ekonomiju-1203475>

Vecernji.hr b. Preuzeto 16.8.2018. s <https://www.vecernji.hr/vijesti/racuni-za-smece-u-velikim-gradovima-narast-ce-do-100-1228487>

Vecernji.hr c. Preuzeto 19.8.2018. s <https://www.vecernji.hr/biznis/njuskalo-lani-rastao-30-posto-i-prihodovao-7-3-milijuna-eura-1245833>

Vizkultura.hr. Preuzeto 2.8.2018. s <https://vizkultura.hr/prema-pravednom-i-solidarnom-drustvu/>

Womeninadria.com. Preuzeto 9.9.2018. s <http://www.womeninadria.com/freelancing-nije-posao-je-stil-zivota/>

Zadruga.coop. Preuzeto 22.7.2018. s <http://zadruga.coop/hr/vijest/prihod-zadruga-trebalo-bi-povecati-cetri-puta-te-broj-zadugara-podici-na-85.000/171>

Popis slika

Slika 1: Nejednakost raspodjele nacionalnog dohotka u SAD-u.....	5
Slika 2: Stope materijalne deprivacije u Hrvatskoj od 2013. do 2016. godine u postocima	7
Slika 3: Kretanje Ginijevog koeficijenta u Hrvatskoj i EU	8
Slika 4: Prikaz Ginijevog koeficijenta u svijetu 2017. godine.....	10
Slika 5: Modeli dobre ekonomije	12
Slika 6: Postotak međusobnog povjerenja među građanima Europske unije u 2018. g.....	44
Slika 7: Postotak nezavisnih profesionalaca u EU 2016. godine.....	67
Slika 8: Sredstva prikupljena grupnim financiranjem u Hrvatskoj, od 2011. do 2017. g.....	71