GLOBAL CHALLENGES & REGIONAL SPECIFICITIES

Globalisation and regional identity

Publishers:
Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek
Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek
Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
„1 decembrie 1918“ University of Alba Iulia (Romania)
University of Bialystok (Poland)
Faculty of Agriculture, University of Novi Sad (Serbia)

Acting Publisher:
Ivan Trojan, PhD, Assoc. Professor

Reviewers:
Branko Matić, PhD, Full Professor
Ljubica Ranogajec, PhD, Full Professor

Editors:
Željko Pavić, PhD, Assoc. Professor (Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek, Croatia)
Antun Šundalić, PhD, Full Professor (Faculty of Economics in Osijek, Croatia)
Krunoslav Zmaić, PhD, Full Professor (Faculty of Agrobiotechnical Sciences in Osijek, Croatia)
Tihana Sudarić, PhD, Assoc. Professor (Faculty of Agrobiotechnical Sciences in Osijek, Croatia)
Claudiu Stefani, PhD, (The Faculty of Law and Social Sciences, "1 Decembrie 1918" University of Alba Iulia, Romania)
Maciej Białous, PhD, Asst. Professor (Institute of Sociology, University of Bialystok, Poland)
Dejan Janković, PhD, Assoc. Profesor (Faculty of Agriculture in Novi Sad, Serbia)

Proofreading:
Tanja Gradečak, PhD, Assoc. Professor
Ana Mikić Čolić, PhD, Asst. Professor

Printed by:
Krešendo, Osijek

Design and layout:
Krešendo, Osijek

ISBN 978-953-314-157-2

The CIP record is available in the computer catalogue of the City and University Library in Osijek under the number 150422072.

Izdavači:
Filozofski fakultet Osijek
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku (Hrvatska)
Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku (Hrvatska)
Sveučilište „1 decembrie 1918“ Alba Iulia (Rumunjska)
Sveučilište Bialystok (Poljska)
Poljoprivredni fakultet, Sveučilište u Novom Sadu (Srbija)

Za izdavača:
izv. prof. dr. sc. Ivan Trojan

Recenzenti:
prof. dr. sc. Branko Matić
prof. dr. sc. Ljubica Ranogajec

Urednici:
izv. prof. dr .sc. Željko Pavić (Filozofski fakultet Osijek, Hrvatska)
prof. dr. sc. Antun Šundalić (Ekonomski fakultet u Osijeku, Hrvatska)
prof. dr. sc. Krunoslav Zmaić (Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek, Hrvatska)
izv. prof. dr. sc. Tihana Sudarić (Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek, Hrvatska)
dr. sc. Claudiu Stefani, PhD (Fakultet prava i društvenih znanosti, Sveučilište „1 Decembrie 1918“ Alba Iulia, Rumunjska)
doc. dr. sc. Maciej Białous (Institut za sociologiju, Sveučilište Bialystok, Poljska)
izv. prof. dr. sc. Dejan Janković (Poljoprivredni fakultet, Sveučilište u Novom Sadu, Srbija)

Lektura:
izv. prof. dr. sc. Tanja Gradečak
doc. dr. sc. Ana Mikić Čolić

Tisak:
Krešendo, Osijek

Dizajn i prijelom:
Krešendo, Osijek

ISBN 978-953-314-157-2

CIP zapis dostupan u računalnom katalogu Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek pod brojem 150422072.

FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES OSIJEK
JOSIP JURAJ STROSSMAYER UNIVERSITY OF OSIJEK
FILOZOFSKI FAKULTET OSIJEK
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU (HRVATSKA)

FACULTY OF AGROBIOTECHNICAL SCIENCES OSIJEK
JOSIP JURAJ STROSSMAYER UNIVERSITY OF OSIJEK
FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU (HRVATSKA)

"1 DECEMBRIE 1918" UNIVERSITY OF ALBA IULIA (ROMANIA)
SVEUČILIŠTE „1 DECEMBRIE 1918" ALBA IULIA (RUMUNJSKA)

UNIVERSITY OF BIALYSTOK (POLAND)
SVEUČILIŠTE BIALYSTOK (POLJSKA)

FACULTY OF AGRICULTURE, UNIVERSITY OF NOVI SAD (SERBIA)
POLJOPRIVREDNI FAKULTET, SVEUČILIŠTE U NOVOM SADU (SRBIJA)

GLOBAL CHALLENGES & REGIONAL SPECIFICITIES

GLOBALNI IZAZOVI & REGIONALNE POSEBNOSTI

Conference proceedings / Zbornik radova

GLOBALISATION AND REGIONAL IDENTITY 2020
GLOBALIZACIJA I REGIONALNI IDENTITET 2020.

Editors / Urednici

Željko Pavić, Antun Šundalić, Krunoslav Zmaić, Tihana Sudarić, Claudiu Stefani, Maciej Białous, Dejan Janković

FILOZOFSKI FAKULTET

Osijek, 2021

Contents / Sadržaj

Ivana Bestvina Bukvić
IZAZOVI U PROVEDBI STRATEGIJE PAMETNE SPECIJALIZACIJE: PREGLED LITERATURE 9

Maciej Białous
CULTURAL POLICIES TOWARDS MULTICULTURAL HERITAGE IN THE CITIES OF POLAND AND CENTRAL EUROPEAN COUNTRIES 29

Marta Borić Cvenić
UTJECAJ KREATIVNIH INDUSTRIJA NA DRUŠTVO, EKONOMSKI I REGIONALNI RAZVOJ – USPOREDBA EUROPSKE UNIJE I REPUBLIKE HRVATSKE 41

Jasmina Božić, Armano Srbljinović, Tijana Trako Poljak
ULOGA LOKALNE SAMOUPRAVE U RAZVOJU ZADRUŽNOG PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ 60

Iva Buljubašić, Krešimir Vidačković, Ivana Ageljić
STORYTELLING KAO MARKETINŠKI ALAT U AUTOMOBILSKOJ INDUSTRIJI – STUDIJA SLUČAJA: MERCEDES-BENZ 81

Jadranka Deže
PODUZETNIČKI POTENCIJALI LJUDSKIH RESURSA U POLJOPRIVREDI 98

Anita Dremel, Ljiljana Pintarić, Juraj Jurlina
GENDER EQUALITY AS SMART ECONOMICS: A CRITICAL VIEW 112

Marta B. Erdos, Roger Ellis, Rebeka Javor
EXPLORING HUNGARIAN SOCIAL WORKERS' IDENTITY BY EMPLOYING IDENTITY STRUCTURE ANALYSIS: A SOCIOCULTURAL APPROACH 128

Maja Haršanji
VAŽNOST PROJEKTNOG FINANCIRANJA DJELATNOSTI NEPROFITNIH ORGANIZACIJA ZA RAZVOJ KULTURE I UMJETNOSTI 149

Ružica Lončarić
UTJECAJ GLOBALIZACIJE NA RAZVOJ LOKALNOG TRŽIŠTA HRANE 171

Vladimir Mentus, Mirko Blagojević
CONFORMITY AND RELIGIOSITY ACROSS EUROPE – A MULTILEVEL APPROACH 187

Vlad Zeno Millea
FACTORS ASSOCIATED WITH THE FAMILY ENVIRONMENT
THAT INFLUENCE THE OCCUPATIONAL EXPECTATIONS OF TEENAGERS 196

Željko Pavić, Nataša Krivokapić, Emma Kovačević
CULTURAL CAPITAL, EDUCATION AND HUMOUR USE 217

Marica Petrović, Dejan Janković, Marina Novakov
IDENTITETI RURALNOSTI U SAMO/PERCEPCIJI MLADIH 227

Mihnea Preotesi
CONTEXTUAL FACTORS OF SOCIAL UNDERDEVELOPMENT
IN ROMANIA. CASE STUDY: ALBA COUNTY 238

Claudiu Sebastian Ștefani, Ovidiu Boc
STRATEGIES FOR SELF-MANAGEMENT OF THE PROBLEMS
OF EXCESSIVE GAMBLING 261

Tihana Sudarić, Krunoslav Zmaić, Ivan Janić
ODRŽIVI RAZVOJ LOKALNE ZAJEDNICE 278

Marija Šain
ANALIZA TRENDOVA I PRAKSI U RAZVOJU KREATIVNOG PARTNERSTVA 293

Antun Šundalić
TRI DESETLJEĆA HRVATSKOG KAPITALIZMA 312

Tijana Trako Poljak, Jasmina Božić, Armano Srbljinović
IZAZOVI SUVREMENOG POLJOPRIVREDNOG
ZADRUGARSTVA U HRVATSKOJ 332

Mateo Žanić, Helena Pušak
ZNAČENJE MJESTA I PRIVRŽENOST MJESTU U KONTEKSTU
GLOBALIZACIJSKIH PROCESA 350

Dražen Živić
REGIONALNE POSEBNOSTI DEMOGRAFSKOGA STARENJA:
SVIJET, EU, HRVATSKA 368

NOTES ON CONTRIBUTORS 391

Foreword

The seventh international scientific conference „Globalisation and regional identity" took place in Osijek (Croatia) on 30-31 October 2020. The conference was organised by Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Croatia (Faculty of Humanities and Social Sciences and Faculty of Agrobiotechnical Sciences), University of Novi Sad, Serbia (Faculty of Agriculture), University of Bialystok, Poland (Institute of Sociology) and "1 decembrie 1918" University of Alba Iulia, Romania. The conference proceedings, presented in this book, comprise interdisciplinary contributions of more than 30 researchers from seven countries that deal with the issue of regional development and identity in the context of global social, economic and cultural perspectives. The proceedings contain valuable theoretical ideas and problematize important issues such as regional economic and social development strategies, the role of individual economic sectors in this development, community development and social policy, and the impact of global cultural processes on regional identities, written from national and cross-national perspectives. In this book one can find the old theoretical dilemmas, but also some fresh theoretical perspectives and original ideas, as well as new research insights related to the issues of globalisation and regional development. As such, it can be useful to all researchers and students who want to obtain a quality and up-to-date overview of the situation in this area of research.

Editors

Predgovor

Sedmi međunarodni znanstveni skup „Globalizacija i regionalni identitet“ održan je u Osijeku 30. i 31. listopada 2020. u organizaciji Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Hrvatska (Filozofski fakultet Osijek i Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek), Sveučilišta u Novom Sadu, Srbija (Poljoprivredni fakultet), Sveučilišta u Bialystoku, Poljska (Institut za sociologiju) i Sveučilišta „1. prosinca 1918.“ u Alba Iuliji, Rumunjska. Zbornik radova, predstavljen u ovoj knjizi, obuhvaća interdisciplinarne doprinose više od 30 istraživača iz sedam zemalja koji se bave problematikom regionalnog razvoja i identiteta u kontekstu globalnih društvenih, ekonomskih i kulturnih perspektiva. Zbornik sadrži vrijedne teorijske ideje i problematizira važna pitanja kao što su strategije regionalnog gospodarskog i društvenog razvoja, uloga pojedinih gospodarskih sektora u tom razvoju, razvoj zajednice i socijalna politika, te utjecaj globalnih kulturnih procesa na regionalne identitete, a prilozi su napisani iz nacionalnih i međunacionalne perspektive. U ovoj se knjizi mogu pronaći stare teorijske dileme, ali i neke svježe teorijske perspektive i originalne ideje, kao i novi istraživački uvidi vezani za pitanja globalizacije i regionalnog razvoja. Kao takav može biti koristan svim istraživačima i studentima koji žele dobiti kvalitetan i ažuran pregled stanja u ovom području istraživanja.

Urednici

Ivana Bestvina Bukvić

IZAZOVI U PROVEDBI STRATEGIJE PAMETNE SPECIJALIZACIJE: PREGLED LITERATURE

Sažetak

Koncept pametne specijalizacije uveden je u politike i strategije EU-a 2010. godine, kada je predstavljen u okviru strategije Europa 2020. Od tada su razvijeni Digitalna agenda za Europu 2020, nacionalne/regionalne strategije istraživanja i inovacija za pametnu specijalizaciju (strategije RIS3) i brojne druge politike s ciljem postizanja više razine specijalizacije i razvoja specifičnih konkurentskih prednosti država članica i regija. Tijekom prethodnih godina objavljena su brojna istraživanja o implementaciji pametne specijalizacije i primjenjivosti strategije RIS3 na nacionalnoj i lokalnoj razini. U cilju procjene rezultata provedbe Strategije pametne specijalizacije, ovaj rad daje analizu recentnih istraživanja koja se bave tom temom. Pritom rad daje strukturirani prikaz dviju odvojenih analiza – analize literature koja se bavi definicijom i prikazom očekivanih rezultata Strategije pametne specijalizacije (S3) i analize literature koja se bavi ocjenom primjenjivosti tog koncepta u praksi i ostvarenih rezultata. U radu je utvrđeno da se model S3 smatra dobrim konceptom, ali se u fazi provedbe susreće s brojnim izazovima koji su okarakterizirani lokalnim i regionalnim specifičnostima i ograničenjima. To se ponajprije odnosi na nedostatak upravljačkih i apsorpcijskih kapaciteta na provedbenoj razini, nedovoljan broj razvijenih, aktivnih partnerstava i probleme u definiranju ključnih prioriteta. Pritom ovaj rad nastoji doprinijeti pronalasku modela za uspješniju primjenu S3 koji bi mogao biti koristan u budućem razvoju nacionalnih i regionalnih razvojnih strategija.

Ključne riječi: Strategija pametne specijalizacije, informacijsko-komunikacijske tehnologije, nacionalne/regionalne strategije istraživanja i inovacija za pametnu specijalizaciju (RIS3), regionalni izazov, Strategija pametne specijalizacije (S3)

1. UVOD

S ciljem postizanja bržeg ekonomskog razvoja te identificiranja i jačanja konkurentskih prednosti zemalja i regija Europske unije, u okviru Kohezijske politike provode se strategije pametne specijalizacije (S3). Pritom su njezini ciljevi identifikacija i razvoj djelatnosti „s visokom dodanom vrijednosti koje nude najbolje šanse za jačanje konkurentnosti regije" (Europska komisija 2010, 6), povećanje utjecaja istraživačkih, inovacijskih i razvojnih kapaciteta te provedba aktivnosti usmjerenih k razvoju vještina i znanja, obrazovnih kapaciteta te potrebne infrastrukture (Europska komisija 2010). Kako bi ostvarile pozitivne rezultate provedbe regionalne i drugih politika Europske unije, zemlje članice i regije Europske unije donose i provode aktivnosti koje su definirane u njihovim nacionalnim i regionalnim strategijama pametne specijalizacije (RIS3). Prema Europskoj komisiji (2010), ciljevi su donošenja tih strategija efikasnije korištenje javnih sredstava (primarno sredstava koja se usmjeravaju putem Europskog fonda za istraživanje i razvoj (ERDF) kao jednog od najznačajnijih EU fondova (Landesmann i Stöllinger 2020) i stimuliranje investicija iz privatnih izvora u svrhu koncentracije na razvoj ključnih područja koje će osigurati regionalnu diversifikaciju i konkurentnost (Europska komisija 2010). Prema podacima iz veljače 2020. godine na internetskoj platformi, čiji je cilj pomoć u procesu provedbe pametne specijalizacije, a koja se nalazi u području djelovanja Europske komisije, registrirano je 19 zemalja Europske unije i njihovih 178 regija, no registrirano je i sedam zemalja koje nisu članice EU-a te njihove 32 regije (Europska komisija, n. d.). Navedeno ukazuje na prepoznatljivost ovog koncepta i izvan Europske unije, a što ukazuje na potrebu kontinuiranog praćenja i evaluacije ostvarenih rezultata te sukladno rezultatima prilagodbu modela primjene u svrhu ostvarenja planiranih ciljeva.

U cilju procjene rezultata provedbe strategije pametne specijalizacije, ovaj rad daje analizu recentnih istraživanja o ovoj temi. Pritom rad daje strukturirani prikaz analize literature koja se bavi definicijom i prikazom očekivanih rezultata Strategije pametne specijalizacije (S3) te analize literature koja se bavi ocjenom primjenjivosti ovog koncepta u praksi te ostvarenih rezultata. Rad je strukturiran u četiri poglavlja. Sljedeće poglavlje prikazuje ključne razvojne dokumente za koncept strategije pametne specijalizacije. Treće poglavlje daje pregled i analizu recentne literature koja prikazuje ključne izazove u provedbi strategije pametne specijalizacije. Posljednje poglavlje daje zaključna razmatranja, ograničenja i prijedloge za buduća istraživanja.

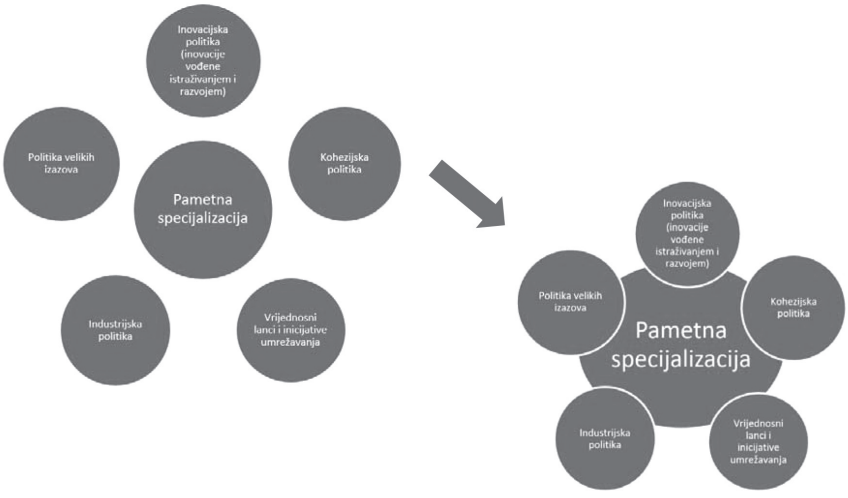
2. O KONCEPTU PAMETNE SPECIJALIZACIJE

Strategija pametne specijalizacije (S3) nalazi se u srži Europske kohezijske politike podupirući regije da identificiraju tehnologije i ekonomske sektore koji mogu generirati

održivi rast (Marrocu et al. 2020). Konceptom pametne specijalizacije EU se okreće pristupu „odozdo prema dolje" prilagođenom specifičnosti regija, za razliku od tradicionalnih „odozgo prema dolje" i u velikoj mjeri ujednačenih inovacijskih politika (Szerb et al. 2020, Asheim 2018). Rigby i suradnici (2019) zaključuju da politike pametne specijalizacije pomažu gradovima i regijama da diversificiraju svoje jezgre znanja u složenija tehnološka polja. „Srž pristupa pametne specijalizacije u EU-u je »proces otkrivanja poduzetništva«, koji uključuje sve dionike u istraživanju potencijalnih poduzetničkih prilika ili domena specijalizacija koje su zatim podržane programima i projektima koji se financiraju iz javnih sredstava" (Radosevic 2020, 30). Pritom gradovi EU-a koji „slijede putanje razvoja znanja koje su bliže idealu strategije pametne specijalizacije ostvaruju brži rast zaposlenosti i brži rast BDP-a od gradova koji imaju niži rezultat na S3 indeksu" (Rigby et al. 2019, n. p.).

Ideja je strategija pametne specijalizacije uvažavanje regionalnih specifičnosti i identificiranje regionalnih ključnih razvojnih čimbenika s potencijalom generiranja regionalnih ekonomskih efekata za cijelu regiju (Billon et al. 2017). Pritom ova politika izbjegava korištenje gotovih rješenja jer jedan scenarij ne odgovara svim regijama te se potiče izrada jedinstvenih politika prilagođenih specifičnostima svake regije u ovisnosti o njezinim kapacitetima, potencijalima i razvojnim strategijama (Mccann, Ortega-Argilés 2015). Ovdje je usklađenost i koordinacija različitih politika iznimno važna te je prema Landesmannu i Stöllingeru (2020) potrebno pronaći kompromis između različitih programa s dobro definiranim tehnološkim smjerovima.

Grafikon 1. prikazuje odnos između pet domena politika EU-a i regionalnih strategija pametne specijalizacije. Prema Forayju, Morganu i Radosevicu (2018) „uvođenje inovacija ne može biti učinkovito ako se prepusti nekoordiniranim i nefokusiranim zbirkama svih tih domena politika" (Foray et al. 2018, 4).



Izvor: prilagođeno prema Foray i suradnici (2018, 4)

Prema Mccann i Ortega-Argilés (2015) potrebno je da „logiku regionalne politike pametne specijalizacije prati rigorozna samoprocjena imovinskih znanja, sposobnosti i kompetencija regije, uspostava empirijskih polaznih crta i eksplicitno ex-ante povezivanje prioriteta politike sa stalnim praćenjem i upotrebom pokazatelja rezultata/ishoda“ (Mccann, Ortega-Argilés 2015, 10). Varga i suradnici (2020) te Hassink i Gong (2019) naglašavaju da ne postoje razvijeni mehanizmi za praćenje ekonomskih rezultata pametne specijalizacije te da bi oni trebali biti sastavni dio Strategije pametne specijalizacije.

U javnoj raspravi koja je provedena kako bi se utvrdio učinak procesa Regionalnih strategija za istraživanje i razvoj u okviru pametne specijalizacije (RIS3) na sustave potpore istraživanju i razvoju utvrđeno je da ispitanici iz zemalja sjeverozapadnog EU-a smatraju da je ostvaren veći utjecaj nego u zemljama mediteranskog i istočnoeuropskog područja (Morgan et al. 2016.; Mccann et al. 2017. citirano prema Foray et al. 2018, 8). Landesmann i Stöllinger (2020) nalaze da je financiranje aktivnosti iz domene industrijske politike iz EU programa posebno važno za zemlje srednje i istočne Europe gdje su sredstva koja se koriste putem regionalnih i strukturnih fondova EU-a znatno veća od nacionalnog doprinosa, no pojedine su regije srednje i istočne Europe nedovoljno zastupljene u različitim pilot projektima i istraživačko-razvojnim suradnjama koje se pokreću u okviru strategije pametne specijalizacije (Landesmann, Stöllinger 2020). Nadalje, Hassink i Gong (2019), Pronesti (2019), Benner (2020) ističu da je sam koncept pametne specijalizacije nejasan što dovodi do neadekvatnog procesa identifikacije ključnih prioriteta i nedosljednosti u provedbi.

U svrhu pojednostavljenja procesa provedbe Strategije pametne specijalizacije donesena je uputa koja uključuje 80 mjera za pojednostavljenje procedura provedbe kohezijske politike, a koja obuhvaća sljedeća područja provedbe:

- Pravni okvir – s ciljem postizanja kraćeg, objedinjenog pravnog okvira koji pruža sigurnost od samog početka
- Okvir politike – s ciljem postizanja pojednostavljenog okvira za lakše programiranje
- Uvjeti – manje, strateški zahtjevi za povećanje učinkovitosti politike
- Brže i strateško programiranje – za brz i jednostavan početak implementacije
- Teritorijalni alati – jednostavniji dizajn prilagođen lokalnim situacijama
- Jednostavnija implementacija – brža i jednostavnija isporuka rezultata
- Upravljanje, kontrola i revizija – jednostavniji i proporcionalni sustav s velikim oslanjanjem na nacionalne sustave
- Financijski instrumenti – jednostavnije i manje detaljne odredbe

- Praćenje i evaluacija – češće, ali lakše izvještavanje, pojednostavljene odredbe
- Interreg – jedinstveni integrirani regulatorni okvir prilagođen specifičnom kontekstu suradnje (Europska komisija 2019, 2–11).

Između ostalog stavlja se naglasak na jačanje istraživačkih kapaciteta, tehnološkog razvoja i inovacijskih kapaciteta te povećanje kvalitete i dostupnosti informacijsko-komunikacijskih tehnologija (ICT) za gospodarstvo, građanstvo i javnu upravu (Billon et al. 2017). Dvije su osnovne koristi poticanja razvoja ICT sektora u kontekstu društvene dobrobiti države koja će ostvariti bržu prilagodbu modernim tehnologijama i imat će koristi od inovativnih tehnologija (Kathuria 2016, 1–27). Nacionalne i regionalne strategije pametne specijalizacije moraju biti povezane s lokalnim i regionalnim planovima digitalne transformacije. „Dugoročna konkurentnost regija i njihova sposobnost postizanja temeljnih ciljeva regionalne i ruralne politike ovise o dobrom planiranju ulaganja u ICT koji je temeljni čimbenik i kao tehnologija koja omogućuje i kao područje specijalizacije po sebi. Prilikom dizajniranja politika za digitalni rast, važno je obratiti pažnju na ovu dvostruku ulogu ICT-a." (Sorvik, Kleibrink 2014, 8) Ipak, postoji bojazan da zemlje u razvoju neće biti sposobne realizirati koristi digitalne ekonomije na razini na kojoj to mogu razvijene zemlje, što će nadalje produbiti već postojeće razlike u razvijenosti gospodarstva tih dviju kategorija zemalja (Hawash, Lang 2020; Bestvina Bukvić, Đurđević Babić 2019). Upravo su u tom segmentu mjere države iznimno važne posebice u prepoznavanju i implementaciji adekvatne kombinacije politika i mjera jer isti pristup ne rezultira istim efektima u svim ekonomijama (Ai-Chi Loh, Chib 2018, 1–20). Razlog za to može se pronaći u internim i eksternim specifičnostima i brojnim izazovima koji mogu oslabjeti efekte primjene razvojnih politika (Gariba, 2020). Tako Trippl i suradnici (2019) navode da iako su političke nestabilnosti u pojedinim regijama izazov za provedbu S3 strategije u nekim regijama, činjenica je i da one nisu utjecale na promjenu prioriteta, što osigurava kontinuitet razvojnih procesa i sugerira da je vrijednost tog koncepta S3 prepoznata. Tablica 1. daje pregled prioriteta zemalja Europske unije i Velike Britanije u ovisnosti o kategorizaciji razine inovacijske razvijenosti.

Tablica 1. Pregled prioriteta u ovisnosti o inovacijskoj razvijenosti prema Europskoj ljestvici uspjeha u inovacijama za 2020. godinu

	Broj zemalja u kategoriji	Plavi rast	Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	Građevina-rstvo	Kultura, kreativna umjetnost i zabava	Energija i održivi okoliš	Zdravlje i kvaliteta života	ICT	Ključna razvojna tehnologija
Lider u inovacijama (IL)	6	0	1	0	0	4	5	3	3
Jaki inovator (SI)	6	1	1	1	0	3	5	2	4
Umjereni inovator (MI)	14	0	4	3	0	4	9	9	11
Slabi inovator (MIO)	2	0	0	0	1	0	1	2	1
UKUPNO	**28***	**1**	**6**	**4**	**1**	**11**	**20**	**16**	**19**

	Broj zemalja u kategoriji	Proizvodnja i industrija	Priroda i bioraznolikost	Javna administracija, sigurnost i obrana	Usluge	Socijalne inovacije	Održive inovacije	Turizam, restorani i rekreacija	Promet i skladištenje
Lider u inovacijama (IL)	6	6	0	0	2	0	6	0	0
Jaki inovator (SI)	6	6	1	0	3	1	5	0	2
Umjereni inovator (MI)	14	9	0	1	3	1	7	2	2
Slabi inovator (MIO)	2	2	0	0	1	0	1	0	0
UKUPNO	**28***	**23**	**1**	**1**	**9**	**2**	**19**	**2**	**4**

*Pregled uključuje i Veliku Britaniju (lider u inovacijama u 2019. godini) koja je EU napustila 31. siječnja 2020.

Izvor: obrada autora prema podacima o ključnim prioritetima pojedinih zemalja članica (Europska komisija 2017) i podacima Europske ljestvice uspjeha u inoviranju 2019. i 2020. (Hollanders 2019. i 2020.).

Vidljivo je da je najveći broj zemalja članica kao ključni prioritet strategije pametne specijalizacije odabrao područje „Proizvodnja i industrija" u svim kategorijama inovacijskog uspjeha. Pritom su zemlje umjereni inovatori, među kojima se nalazi i Republika Hrvatska, u najvećem broju odabrale „Ključne razvojne tehnologije", „Zdravlje i kvaliteta života", „Informacijsko-komunikacijske tehnologije (ICT)" i „Proizvodnja i industrija".

U Nacionalnom programu reformi Vlade Republike Hrvatske za 2020. godinu predstavljeni su glavni ciljevi ekonomske politike: održivi gospodarski rast i razvoj, povezivanje obrazovanja s tržištem rada i održivost javnih financija koji u određenoj mjeri nado-

punjuju odabrane S3 prioritete. Pritom je formirano Nacionalno inovacijsko vijeće koje je krovno tijelo nadležno za razvoj nacionalnog inovacijskog sustava i za koordinaciju Strategije pametne specijalizacije Republike Hrvatske (razdoblje 2016. do 2020. godine) te rad Inovacijskog vijeća za industriju i tematskih inovacijskih vijeća, koja čine predstavnici poslovnog sektora (70 %), predstavnici znanstveno-istraživačke zajednice (10 %) te javne vlasti (10 %), koja su uspostavljena za svaki ključni prioritet Republike Hrvatske u provedbi strategije pametne specijalizacije (Vlada Republike Hrvatske 2020). Ta bi tijela trebala obavljati funkciju strateškog upravljanja i koordinacije za svoj ključni prioritet te umrežavanje s ciljem oblikovanja strateških partnerstva prema *triple helix modelu.*

S obzirom na prioritete politika EU-a, u sljedećem programskom razdoblju 2020. – 2027. bit će zadržan fokus industrijske politike na istraživanje, razvoj i potporu inovacijama uz njezino daljnje jačanje, s obzirom na veći prijedlog proračuna Europske komisije (Landesmann, Stöllinger 2020), međutim bit će definirani detaljniji naputci kako primijeniti koncept pametne specijalizacije (Benner 2020). „ERDF će u novom programskom razdoblju promicati specifični cilj „Pametnija Europa – inovativna i pametna industrijska transformacija" kroz:

1. Jačanje istraživačkih i inovacijskih kapaciteta i prihvaćanje naprednih tehnologija
2. Koristi od digitalizacije za građane, tvrtke i vlade
3. Jačanje rasta i konkurentnosti malog i srednjeg poduzetništva
4. Razvijanje vještina za pametnu specijalizaciju, industrijsku tranziciju i poduzetništvo." (Krasicka 2019, 9)

3. KLJUČNI IZAZOVI U PROVEDBI STRATEGIJE PAMETNE SPECIJALIZACIJE

Do 2021. godine 178 regija zemalja članica Europske unije razvilo je svoje strateške ključne prioritete, iako je njihova implementacija do sada bila samo djelomično uspješna (Szerb, Ortega-Argilésu i Acsu 2020; Marrocu et al. 2020; Radošević 2020) navedeno je motivacija brojnim istraživačima, ali i političarima da i nadalje razvijaju taj koncept ne samo na razini teoretske razrade već i praktične primjene jer se on smatra jednim od najvećih eksperimenata gospodarske politike usmjerene na identifikaciju i razvoj regionalnih prioritetnih sektora. Ipak u proteklih godinu dana dolazi do smanjenja općeg interesa, ali i interesa istraživača što pokazuju podaci o intenzitetu pretraživanja pojma „smart specialisation" u razdoblju od proteklih šest godina (od listopada 2014. do siječnja 2021.) gdje se bilježi postupno smanjenje koje je posebno izraženo u proteklih godinu dana (Google Trends 2020). Tablica 2. daje pregled članaka koji se bave temom pametne

specijalizacije, a uključeni su u baze podataka znanstvenih informacija Web of Science (Clarivate Analytics, 2020).

Tablica 2. Pregled članaka koji se bave temom pametne specijalizacije, a koji su uključeni u baze podataka znanstvenih informacija Web of Science[1] i ostalih baza Clarivate Analyticsa

Godina objave	Web of Science Core Collection	Promjena	Sve baze
2020.	106	-53	118
2019.	159	48	171
2018.	111	-20	125
2017.	131	32	137
2016.	99	37	113
2015.	62	10	67
2014.	52	24	60
2013.	28	16	32
2012.	12	9	13
2011.	3	2	3
2010.	1		1

Izvor: izrada autora na osnovu podataka objavljenih na stranicama Clarivate Analytics

Uz manje oscilacije, vidljiv je gotovo kontinuiran rast interesa za područje pametne specijalizacije u posljednjih deset godina. S druge strane, 2020. godine došlo je do znatno manjeg broja uključenih radova, što može biti rezultat manjeg interesa za tu istraživačku temu uslijed specifičnih okolnosti na koje je utjecala pandemija uzrokovana virusom COVID-19 ili činjenice da sve publikacije objavljene u 2020. godini do izrade ovog rada (veljača 2021.) nisu analizirane i uključene u prikazane baze. S obzirom na to da ovaj pregled prikazuje samo članke uključene u baze podataka na dan pretraživanja na što utječe i dinamika kojom se publikacije revidiraju i kojom se odlučuje o njihovu uključivanju u neku od navedenih baza, zaključci temeljem ovih podataka mogu biti samo indikativnog karaktera.

U okviru ovog poglavlja prikazana je analiza radova koji se bave problematikom provedbe strategije pametne specijalizacije. U okviru analize literature obrađeno je 39 znanstvenih članaka od kojih 26 radova ističe izazove u procesu provedbe Strategije pametne realizacije te su stoga korišteni u analizi čiji su rezultati prikazani u okviru ovog poglavlja. U procesu identifikacije radova koji se bave ovom temom korištena je baza Google Scholar te su prikupljeni radovi u otvorenom i zatvorenom pristupu putem Portala

[1] Napomena: Web of Science Core Collection uključuje: SCI-EXPANDED, SSCI, A&HCI, CPCI-S, CPCI-SSH, BKCI-S, BKCI-SSH, ESCI, CCR-EXPANDED, IC., dok kategorija „Sve baze uključuje" WOS, BCI, CCC, DRCI, DIIDW, KJD, MEDLINE, RSCI, SCIELO, ZOOREC.

elektroničkih izvora za hrvatsku akademsku i znanstvenu zajednicu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu koji financira Ministarstvo znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske. U skupnom pregledu radovi su kronološki prikazani. U okviru analize ključnih izazova u provedbi strategije pametne specijalizacije od ukupno 26 radova 14 je objavljeno u 2020. godini (54 %), sedam radova u 2019. godini, tri u 2018. godini te po jedan u 2015. i 2016. godini. Osnovni zaključci analiziranih radova prikazani su u tablici 3.

Tablica 3. Analiza literature – kronološki prikaz objavljenih radova i njihovih glavnih zaključaka

R. br.	Autori	God. objave	Ograničenja	Izazov
1.	Bečić, Švarc	2015.	• Strukturni problemi u provedbi u Republici Hrvatskoj koji obuhvaćaju: - tehnološku zaostalost - nedostatak tehnološke i istraživačke specijalizacije - raznoliku gospodarsku strukturu - neusklađenost s drugim nacionalnim strategijama - nedovoljna ulaganja u istraživanje i razvoj i napredne tehnologije - poteškoće u institucionalizaciji ključnih prioriteta u S3 - nedostatak suradnje među glavnim akterima.	- Strukturni problemi - Problem partnerstva/ suradnje
2.	Capello, Kroll	2016.	• Problem favoriziranja velikih aglomeracija i nedostatak kapaciteta na lokalnoj razini.	- Favoriziranje velikih aglomeracija - **Problem kapaciteta**
3.	Asheim	2018.	• Problem kapaciteta (perifernim dijelovima regije nedostaju kompetentni ljudi, sposobnost upijanja u MSP, socijalni kapital i povjerenje, a općenito imaju nizak stupanj diferencijacije sustava, što stvara poteškoće u izgradnji regionalnog inovacijskog sustava). • Problem nedovoljne suradnje: sveučilišta, industrije i institucija (potreba razvoja institucionalne potpore).	- **Problem kapaciteta perifernih regija** - Problem partnerstva/ suradnje

R. br.	Autori	God. objave	Ograničenja	Izazov
4.	Crescenzi, de Blasio, Giua	2018.	• Problem suradnji: - Velika partnerstva pokazala su se nefunkcionalnima - Neadekvatan odabir partnera (utjecaj javne politike) - Suradnja je sa sveučilištima i drugim tvrtkama bez značajnijih rezultata. • Favoriziranje naprednijih regija u odnosu na regije s tradicionalnijim tehnološkim sektorima.	- Problem partnerstva/ suradnje - Favoriziranje razvijenih regija
5.	Begg	2018.	• Bogatije države članice i regije obično lakše koriste financijske instrumente. • Problem kopiranja neprikladnih ciljeva i instrumenata S3 politike. • Potrebna prilagodba kohezijske politike (regionalni prioriteti vs. makroekonomski ciljevi). • Redefiniranje načina provedbe i financiranja: problem penalizacije za događanja koja su izvan kontrole regionalnih vlasti uz uvođenje pozitivnih poticaja.	- Kopiranje S3 politika drugih regija - Problem provedbe S3 - Prednost razvijenijih članica
6.	Keil	2019.	• Niska razina uključenosti društva u definiranje prioriteta pametne specijalizacije uz nedovoljno razdoblje za identificiranje ključnih čimbenika razvoja zbog čega su se zemlje odlučile za prilično široke popise prioriteta. • Problem kapaciteta: nemogućnost apsorbiranja sredstava ako su polja previše usko definirana. • Niska stopa uspješnosti prijave u nekim prioritetnim poljima.	- Široki popisi prioriteta - **Problem kapaciteta** - Niska stopa uspješnosti prijave u nekim prioritetnim poljima - Nerazumijevanje koncepta
7.	Murzyn	2019.	• Relativno skromne performanse pametne specijalizacije u istočnoj Europi povezane su sa slabim upravljačkim sposobnostima, posebno tijekom provedbe programa, i nemogućnošću inovacijskih sustava da i dalje apsorbiraju javna sredstva za inovacije. • Utjecaj strukturnih fondova u istočnoj Europi nije bio toliko jak koliko se moglo očekivati. • Tvrtke često koriste financiranje za financiranje ulaganja u strojeve i opremu za proizvodnju temeljenu na apsorpciji postojećih tehnologija bez razvoja inovacija.	- **Problem kapaciteta** - U manje razvijenim zemljama ulaže se u tehnologiju, a ne u inovacije

R. br.	Autori	God. objave	Ograničenja	Izazov
8.	Hassink, Gong	2019.	• Pametna specijalizacija je zbunjujući pojam jer ono što stvarno znači jest diversifikacija: • Problematično je posebno **što ne postoji** razlika između specijalizacije i diversifikacije • U velikoj je mjeri zasnovan na konvencionalnoj znanosti i tehnologiji • S3 je nastavak klasterskih politika, a ne potpuno novi instrument politike • Strukturno slabe regije mogle bi rjeđe imati koristi od pametne specijalizacije • Potrebna su rigoroznija mjerenja pametne specijalizacije.	- S3 je nejasan i nepotpun koncept - **Problem kapaciteta/slabih regija** - Problem mjerenja
9.	Nevado Peña, López Ruiz, Alfaro Navarro	2019.	• Problem kapaciteta: tehnološki kapacitet regije očito ovisi o stupnju formalnog obrazovanja njezinih stanovnika. • Upotreba tehnologija ovisi o stupnju socijalne otvorenosti građana i kulturnoj razini.	- Problem kapaciteta
10.	Pronesti	2019.	• Potrebno je unaprjeđenje postupka definiranja S3 prioriteta: iskustva regija s klasterima i klaster politikama mogu voditi dizajnu i provedbi S3. Za fino podešavanje postupka postavljanja prioriteta fokus se mora posebno prebaciti na Custerovu CLC-orijentiranu kontekstnu analizu o životnom ciklusu.	- Problem postupka definiranja S3 prioriteta
11.	Trippl, Zukauskaite, Healy	2019.	• Izbjegavanje uprosječivanja i postizanja već postojećeg standarda koji su postavile razvijene zemlje (veće koristi imaju manje napredne regije dok značajnije koristi od S3 u naprednim regijama nisu ostvarene). • Jačanje apsorpcijske sposobnosti poduzeća, integriranjem istraživačkih organizacija u procese regionalnog razvoja i poboljšanjem institucionalnih struktura. • Neusklađeni tokovi financiranja i utvrđeni nedostatak resursa namijenjenih isporuci S3 strategija.	- Uprosječivanje inovacijskih kapaciteta - **Problem apsorpcijske moći/kapaciteta**
12.	Papamichail, Rosiello, Wield	2019.	• Nedostatkom adsorpcijske sposobnosti tvrtki za korištenje sveučilišno generiranog znanja koje je previše apstraktno da bi ga poduzeća mogla lako steći. • Nedostatak sposobnosti regionalnih aktera da izgrade međuorganizacijsko umrežavanje koje odgovara njihovim strateškim potrebama.	- **Problem apsorpcijske moći/kapaciteta** - Problem umrežavanja i izgradnje partnerstva

R. br.	Autori	God. objave	Ograničenja	Izazov
13.	Benner	2020.	• S3 je pretjerano usredotočen na istraživanje i razvoj, pati od nerazumijevanja odgovarajućih prostornih prioriteta, previše se fokusira na dokumente o politici, a premalo na proces koji dovodi do brojnih presudnih izazova u provedbi.	- Fokusiranje S3 na R&D i politike - Potreba razvoja procesa
14.	Bukvić, Mijoč,-Haršanji	2020.	• Nedostatak institucionalnih kapaciteta i razlika u gospodarskom razvoju i razini inovacija između zemalja i regija postavlja se kao prepreka učinkovitijoj provedbi S3.	- Problem kapaciteta
15.	Szerb, Ortega-Argilés, Acs, Komlósi	2020.	• Bez optimizacije poduzetničkog ekosustava samo specijalizacija u industriji možda neće biti uspješna zbog nesposobnosti ekosustava da njeguje pothvate s velikim rastom.	- Potreba razvoja poduzetničkog okruženja
16.	Varga, Szabó, Sebestyén	2020.	• Unatoč svojoj ključnoj važnosti, procjena gospodarskog učinka još nije dio politike pametne specijalizacije.	- Problem mjerenja rezultata
17.	Prepad, Eichler, Keller	2020.	• Teško je identificirati relevantno prioritetno područje, ali još više prevesti ga u transformirajuću aktivnost i konačno krenuti prema akcijskom planu. • Agencije koje provode S3 pristup moraju razumjeti odnos koordinacije između različitih vrsta ulaganja i specifične *inpute* koji su potrebni za inoviranje. • S3 je skup pristup i težak za upravljanje. • Pronalazak snažnih dokaza o uzročno-posljedičnom učinku S3 pristupa na ekonomsku situaciju u pojedinoj regiji praktički je nemoguć.	- Problem razumijevanja S3 koncepta - Problem oblikovanja prioritetnih područja - Problem mjerenja rezultata
18.	Borkowska-Niszczota	2020.	• Razvoj partnerstva nužan je za postizanje uspjeha. • S3 bi se u većoj mjeri trebala koristiti klasterima kao alatom za intenziviranje i učinkovitost razvojnih napora koje poduzima EU.	- Problem razvoja partnerstva - Neiskorišteni kapaciteti klastera
19.	Marrocu, Paci, Rigby, Usai	2020.	• Brojne regije imaju samo djelomično ciljane sektore u kojima u prosjeku imaju postojeću konkurentsku prednost ili potencijal da ju razviju. • Većina regija nisu odabrale sektore koji su usko povezani s njihovom trenutačnom specijalizacijom ili se na njih naslanjaju, što ukazuje na ograničeni potencijal da S3 aktivira uspješne smjerove rasta koji se koriste postojećim sposobnostima.	- Problem oblikovanja prioritetnih područja

R. br.	Autori	God. objave	Ograničenja	Izazov
20.	Mäenpää	2020.	• Izazovi javnih ustanova koje su nadležne za provedbu S3 strategije sastoje se od uključivanja dionika, stvaranja znanja i dominantnih aktera za koje još nije pronađeno rješenje.	- Problem partnerstva/ suradnje
21.	Radošević	2020.	• S3 predstavlja slučaj „nepotpune" nove politike industrijske inovacije. • S3 zanemaruje globalne lance vrijednosti kao poluge rasta temeljenog na mjestu. • Provedba S3 nalazi se između zahtjeva koji proizlaze iz eksperimentalne prirode S3 politike i političkih i administrativnih mogućnosti provedbe politike. • Dijeli ideju da nijedan pojedinačni dionik nema cjelovit pogled na stvarnost. • S3 smjernice izričito ne razmatraju razlike u pokretačima rasta u regijama i zemljama. • Pretpostavlja se da postoje institucionalni kontekst i institucionalni kapaciteti potrebni za S3 proces.	- Nepotpuna industrijska politika - **Problem kapaciteta** - Nedovoljna informiranost
22.	Pacheco, Araújo, Rocha	2020.	• Razdvojenost civilnih, akademskih, poslovnih i vladinih inovacija (manjak suradnje). • Informacijska tehnologija mora igrati posebnu ulogu pružanjem potrebne povezanosti i omogućavanjem društvenih mreža između inovatora i zajednica kojima služe. • Kreatori politike moraju uložiti ozbiljne napore da ojačaju okvir koji podržava pristupe otvorenim inovacijama.	- Problem partnerstva/ suradnje
23.	Landesmann, Roman, Stöllinger	2020.	• Određene regije gospodarstava srednje i istočne Europe nedovoljno su zastupljene u različitim pilot projektima i inicijativama za suradnju u istraživanju i razvoj koje se provode u okviru S3. • Zbog slabosti u institucionalnim i upravljačkim sposobnostima regionalnih i nacionalnih vlasti treba staviti naglasak na poboljšanje snage i kvalitete regionalnih i nacionalnih institucija i tijela koja provode politike.	- Podzastupljenost nerazvijenih zemlja u projektima istraživanja i razvoja - **Problem kapaciteta**

R. br.	Autori	God. objave	Ograničenja	Izazov
24.	Bilas	2020.	• Većina je regija/zemalja Europske unije identificirala slična S3 prioritetna područja. • Jedan od ključnih čimbenika koji će u velikoj mjeri pridonijeti postizanju željenih rezultata provedbe strategija pametne specijalizacije jest sposobnost ključnih dionika da surađuju u svim fazama pametne specijalizacije (po modelu *quadruple helix*), od utvrđivanja prioritetnih područja do provedbe politike radnje.	- Kopiranje S3 politika drugih regija - Problem partnerstva/ suradnje
25.	Gianelle, Guzzo, Mieszkowski	2020.	• Regionalnim vlastima koje upravljaju ERDFom, a samim time i odgovornima za pozive pametne specijalizacije, nedostaju kapaciteti i resursi za upravljanje brojnim pozivima specifičnim za odabrane prioritete.	- Problem kapaciteta u pojedinim regijama
26.	Di Cataldo, Monastiriotis, Rodríguez-Pose	2020.	• Područja s boljim upravljačkim strukturama i vladinom kvalitetom imaju strategije koje su sažetije i usmjerenije, što znači da ta područja slijede jasnije i manje složene strategije s realnijim i upravljanijim brojem prioriteta. • Svojevrsni sustav kopiranja, koji je daleko raširenji među regijama s niskom vladinom kvalitetom, dominira. Prema njemu zemlje i regije definiraju svoj broj ekonomskih i znanstvenih domena i svoje političke prioritete prema onome što rade njihovi susjedi, a ne prema vlastitim potrebama i potencijalu.	- **Problem kapaciteta u pojedinim regijama** - Kopiranje S3 politika drugih regija

Izvor: izrada autora

Analizom 26 radova identificirano je ukupno 19 različitih izazova od kojih se u 14 slučajeva navodi problem kapaciteta, potom u osam slučajeva problemi povezani s oblikovanjem prioriteta i provedbom te u osam problemi povezani s razvojem partnerstva i suradničkih odnosa među dionicima.

4. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Budući da je primjena koncepta pametne specijalizacije u ekonomskim okvirima relativno nova, budući da je u primjeni tek desetak godina, relativno je rano za donošenje konačnih zaključaka o njezinim učincima (Marrocu et al. 2020). Ipak, u analizi recentne

literature vidljivo je da su rezultati samo djelomično ispunili ciljeve Strategije pametne specijalizacije, što je potvrđeno i u radu drugih autora (Szerb et al. 2020). Analizom objavljenih radova utvrđeno je da se provedba strategije pametne specijalizacije susreće s brojnim izazovima od kojih su u najvećem broju radova identificirani problemi kapaciteta i apsorpcijske moći gospodarstva i institucija koje koordiniraju provedbu strategije i distribuciju sredstava razvojnog fonda. Također je kao značajan identificiran problem odabira prioritetnih područja regionalnih strategija pametne specijalizacije i njihove provedbe, gdje je utvrđeno da je S3 koncept još uvijek nejasan te da su prioritetna područja definirana bez potrebnog dijaloga s relevantnim dionicima te su stoga preširoka i nejasna. S druge strane, Trippl i suradnici (2019) ističu da takva širina omogućuje eksperimentiranje i izbor tijekom provedbe strategije. Uz navedeno kao važan je istaknut i problem razvoja partnerstva i suradnje među dionicima i potencijalnim korisnicima sredstava. Pritom je vidljivo prepoznavanje tih problema na razini Europske unije i napredak s obzirom na donošenje mjera za pojednostavljenje procedura provedbe Kohezijske politike.

Ograničenja istraživanja odnose se na činjenicu da je provedena analiza manjeg broja sekundarnih izvora te da je Strategija pametne specijalizacije koncept koji se provodi tek posljednje desetljeće te stoga još nisu vidljivi svi njezini učinci. Istraživanja primjenjivosti i rezultata ovog koncepta potrebno je kontinuirano provoditi s ciljem utvrđivanja problema i nedosljednosti u provedbi te razloga nastanka neefikasnosti upotrebe resursa s ciljem pronalaženja modela unaprjeđenja procesa primjene.

Literatura

1. Ai-Chi Loh, Yvonne, Chib, Arul. (2019). „Tackling social inequality in development: beyond access to appropriation of ICTs for employability." *Information Technology for Development, Taylor & Francis Journals 25*, no. 3 (July): 532–551.
2. Asheim, Bjørn Terje. (2018). „Smart specialisation, innovation policy and regional innovation systems: what about new path development in less innovative regions?" *Innovation, The European Journal of Social Science Research 32*, no. 1: 8–25. https://doi.org/10.1080/13511610.2018.1491001.
3. Bečić, Emira, Svarc, Jadranka. (2015). „Smart Specialisation in Croatia: Between the Cluster and Technological Specialisation." *Journal of the Knowledge Economy 6.* No.2 : 270–295. 10.1007/s13132-015-0238-7.
4. Begg, Iain. (2018). „Innovative Directions for EU Cohesion Policy after 2020." *CESifo Forum 19*, no. 1: 3–9. https://www.econstor.eu/bitstream/10419/181195/1/cesifo-forum-v19-y2018-i1-p03-09.pdf.
5. Benner, Maximilian. (2020). „Six additional questions about smart specialization: implications for regional innovation policy 4.0." *European Planning Studies 28*, no. 8: 1667–1684. https://doi.org/10.1080/09654313.2020.1764506.

6. Bestvina Bukvić, Ivana and Đurđević Babić, Ivana. (2019). „Catching the IT Development Trends: What are the Odds?“ In *Megatrends And Media – Digital Universe*, edited by Zuzana Bučková, Lenka Rusňáková and Martin Solík. 34–54. Trnava, Slovakia, https://fmk.sk/download/Megatrends_and_Media_Digital-Universe.pdf
7. Bestvina Bukvić, Ivana, Mijoč, Ivo and Haršanji, Maja. (2020). „Interconnection of Information and Communication Technologies as a RIS3 Key Priority and Innovation“. In *6th BASIQ International Conference on New Trends in Sustainable Business and Consumption, edited by:* R. Pamfilie, V. Dinu, L. Tăchiciu, D. Pleșea, C. Vasiliu, 856–863. Messina, Italy.
8. Bilas, Vlatka. (2020). „Smart specialisation concept as a tool for improving innovation performance of the European Union member countries.“ Ekonomski vjesnik 33, no. 1: 217–226. https://hrcak.srce.hr/240012.
9. Billon, Margarita, Marco, Rocio, and Lera-Lopez, Ferdinando. (2017). „Innovation and ICT use in the EU: an analysis of regional drivers.“ *Empirical Economics* 53: 1083–1108. https://doi.org/10.1007/s00181-016-1153-x.
10. Borkowska-Niszczota, Małgorzata. (2020). „Tourist Clusters as Instruments of Implementation of Smart Regional Specializations in Tourism on the Example of Poland.“ In *Eurasian Economic Perspectives 13*, no. 1, Proceedings of the 23rd Eurasia Business and Economics Society Conference, edited by Bilgin, Mehmet Huseyin, Danis, Hakan, Karabulut, Gökhan, Gözgor, Giray Editors, 343–357. Cham, Springer Nature Switzerland AG.
11. Capello, Roberta and Kroll, Henning. (2016). „From theory to practice in smart specialization strategy: emerging limits and possible future trajectories“, European Planning Studies 24, no. 8: 1393–1406 https://doi.org/10.1080/09654313.2016.1156058.
12. Crescenzi, Riccardo, de Blasio, Guido, Giua, Mara. (2018). „Cohesion Policy incentives for collaborative industrial research: evaluation of a Smart Specialisation forerunner programme“, *Regional Studies 54*, 10: 1341–1353. https://doi.org/10.1080/00343404.2018.1502422.
13. Di Cataldo, Marco, Monastiriotis, Vassilis, Rodríguez-Pose, Andrés. (2020). „How ‘smart’ are Smart Specialisation strategies?“ Papers in Economic Geography and Spatial Economics, Geography and Environment Discussion Paper Series. LEQS Paper no. 162/2020 (November). https://www.lse.ac.uk/european-institute/Assets/Documents/LEQS-Discussion-Papers/LEQSPaper162.pdf.
14. Foray, Dominique, Eichler, Martin, Keller, Michael. (2020). „Smart specialization strategies – insights gained from a unique European policy experiment on innovation and industrial policy design.“ Review of Evolutionary Political Economy. *online*. https://doi.org/10.1007/s43253-020-00026-z.
15. Gariba, Mohammed Ibrahim. (2020). „*Specific Tools of Regional Policy in Transforming Countries.*“ Master thesis, Faculty of Economics and Administration, University of Pardubice. https://dk.upce.cz/bitstream/handle/10195/75686/GaribaMI_RegionalDevelopment_MM_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

16. Gianelle, Carlo, Guzzo, Fabrizio, Mieszkowski, Krzysztof. (2020). „Smart Specialisation: what gets lost in translation from concept to practice?“ Regional Studies 54, no. 10, 1377–1388, https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1607970.
17. Hassink, Robert and Gong, Huiwen. (2019). „Six critical questions about smart specialization.“ European Planning Studies 27, no. 10: 2049–2065. https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1650898.
18. Hawash, Ronia and Lang, Guenter. (2020). „Does the digital gap matter? Estimating the impact of ICT on productivity in developing countries.“ *Eurasian Economic Review 10*: 189–209.
19. Hollanders, Hugo. (2020). „*European Innovation Scoreboard 2020.*“ European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Accessed February 2, 2021. https://ec.europa.eu/docsroom/documents/41921.
20. Kathuria, Vikas. (2016). „Access and Investment in the ICT Sector for Developing Countries.“ *Law and Development Review 9*, no. 1: 1–27.
21. Keil, Svetlana. (2019). „Smart Specialisation in Moderately Innovative Regions – A Qualitative Study of Poland and Lithuania.“ Studia i Materiaïy, no. 30: 5–19. https://doi.org/10.7172/1733-9758.2019.30.1.
22. Krasicka, Agnieszka. (2019). „EU Budget for the future Moving to smart specialization 2.0“, European Commision, DG Regional and Urban Policy. Accessed January 21, 2021. https://hamagbicro.hr/wp-content/uploads/2019/03/Moving-to-Smart-Specialisation-Agnieszka-Krasicka-EC-DG-REGIO.pdf.
23. Landesmann, Michael, Stöllinger, Roman. (2020). „The European Union's Industrial Policy: What are the Main Challenges?“ Policy Notes and Reports, no. 36, The Vienna Institute for International Economic Studies (wiiw), Vienna.
24. Lazzeretti, Luciana, Capone, Francesco, Caloffi, Annalisa, Sedita, Silvia Rita. (2019). „Rethinking clusters. Towards a new research agenda for cluster research“, *European Planning Studies 27*,10: 1879–1903. https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1650899.
25. Mäenpää, Asko. (2020). „*The Challenges of Public Organisations in Coordinating Smart Specialisation and a Connectivity Model as One Solution.*“ Acta Wasaensia, 438, Doctoral thesis by publication, University of Vaasa. https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/10254/978-952-476-898-6.pdf?sequence=2&isAllowed=y.
26. Marrocu. Emanuela, Paci, Raffaele, Rigby, David, Usai, Stefano. (2020). „Smart Specialization Strategy: any relatedness between theory and practice?“ Working Paper CRENoS 202004, Centre for North South Economic Research, University of Cagliari and Sassari, Sardinia.
27. Mccann, Philip, Ortega-Argilés, Raquel. (2015). „Smart Specialization, Regional Growth and Applications to European Union Cohesion Policy.“ *Regional Studies 49*. no. 8: 1291–1302. https://doi.org/10.1080/00343404.2013.799769.

28. Murzyn, Dorota. (2019). „Smart growth in less developed regions – the role of EU structural funds on the example of Poland." *Innovation, The European Journal of Social Science Research 33*, no. 1: 96–113.
29. Nevado Peña, Domingo, López Ruiz, Víctor Raúl and Alfaro Navarro, José Luis. (2019). „An analysis of the key role of human and technological development in the smart specialization of smart European regions." Information Technology for Development 26, no. 4: 728–741. https://doi.org/10.1080/02681102.2019.1704675.
30. Pacheco, Vânia, Araújo, Nuno, Rocha, Luis. (2020). „Open Innovation: from OI to OI2". *EconWorld Working Paper Series, no: 2020-001:1-15.* World Economic Research Institute (WERI). https://wp.econworld.org/uploads/2020/WP2020001.pdf.
31. Papamichail, George, Rosiello, Alessandro, Wield, David. (2019). „Capacity-building barriers to S3 implementation: an empirical framework for catch-up regions, Innovation." The European Journal of Social Science Research 32, no. 1, 66–84, https://doi.org/10.1080/13511610.2018.1537844.
32. Pronestì Giuseppe. (2019). *Life Cycle of Clusters in Designing Smart Specialization Policies*. Springer Briefs in Applied Sciences and Technology, Cham: Springer Nature Switzerland AG.
33. Radosevic, Slavo. (2017). „Chapter 1 – Assessing EU Smart Specialization Policy in a Comparative Perspective", In *Advances in the Theory and Practice of Smart Specialization*, edited by Radosevic, Slavo, Curaj, Adrian, Gheorghiu, Radu, Andreescu, Liviu, Wade, Imogen, 1–36. Academic Press.
34. Rigby, David L., Roesler, Christoph, Kogler, Dieter, Boschma, Ron, Balland, Pierre-Alexandre. (2019). „Do EU regions benefit from smart specialization?." *Evolutionary Economic Geography (PEEG),* working paper no. 19.31, Utrecht University, Department of Human Geography and Spatial Planning, Group Economic Geography.
35. Sorvik Jens, Oskar; Kleibrink, Alexander. (2014). „The Digital Agenda Toolbox." Luxembourg: European Commission, Publications Office of the European Union.
36. Szerb, László, Ortega-Argilés, Raquel, Acs, J. Zoltan, Komlósi, Éva. (2020). „Optimizing entrepreneurial development processes for smart specialization in the European Union." *Papers in Regional Science 99. No. 5*: 1413–1457. https://doi.org/10.1111/pirs.12536.
37. Trippl, Michaela, Zukauskaite, Elena, Healy, Adrian. (2019). „Shaping smart specialization: the role of place-specific factors in advanced, intermediate and less-developed European regions." Regional Studies 54, no. 10: 1328–1340. https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1582763.
38. Varga, Attila, Szabó, Norbert and Sebestyén, Tamás. (2020). „Economic Impact Modeling of Smart Specialization Policy. Which Industries should Prioritization target?." *Papers in Regional Science 99. No. 5*: 1367–1388, online. https://doi.org/10.1111/pirs.12529.

Internetski izvori

1. Clarivate Analytics. 2020. „Web of Science". Accessed February 1, 2021. https://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=C44LvUz7HCzW4YvgQ9F&preferencesSaved=.
2. Europska komisija. 2010. *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - Regional Policy contributing to smart growth in Europe 2020* /* COM/2010/0553 final */. BrussellsEuropean Commission. Accessed January 21, 2021. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0553&from=EN.
3. Europska komisija. 2017. Publications – 2017 – Factsheets. European Commission, Regional and Urban Policy. Accessed January 16, 2021. https://ec.europa.eu/regional_policy/en/information/publications/factsheets/2017/smart-specialisation-strengthening-innovation-in-europe-s-regions.
4. Europska komisija. Directorate-General for Regional and Urban Policy. 2019. *Simplification handbook. 80 simplification measures in cohesion policy 2021-2027*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Accessed January 21, 2021. https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/factsheet/new_cp/simplification_handbook_en.pdf.
5. Europska komisija. n. d. „Smart Specialisation Platform." Accessed January 14, 2021. https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/, n.d.
6. Google Trends. 2020. Accessed February 1, 2021. https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=SMART%20SPECIALISATION
7. Morgan, Kevin. 2016. „Final Report Summary to the European Commission – SMARTSPEC (Smart Specialisation For Regional Innovation) FP7 Project Number 320131." Accessed January 21, 2021. https://cordis.europa.eu/project/id/320131/reporting/en?format=pdf.
8. Vlada Republike Hrvatske. (2016). *Nacionalni program reformi 2020*. Accessed January 15, 2021. https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/2016/Sjednice/2020/Travanj/227%20sjednica%20VRH/Novi%20direktorij/227%20-%201.pdf.

CHALLENGES IN IMPLEMENTING THE SMART SPECIALIZATION STRATEGY: LITERATURE REVIEW

Abstract

The Smart Specialization concept has been introduced to EU policies and strategies in 2010 when it was presented in the frame of the Europe 2020. Since then, the Digital Agenda for Europe 2020, the National and Regional Research and Innovation Strategies for Smart Specialization (RIS3) and many other policies have been developed with the aim of the achieving higher level of specialization and specific competitive advantages. During the previous period numerous studies about the implementation of the Smart Specialization Strategy and applicability of the RIS3 on the national and the local level have been published. In order to evaluate the results of this concept, this paper provides a structured overview of two separate analyzes - first the analysis of the literature that deals with definition and expectations of the Smart Specialization Strategy results; and the second literature analysis that evaluates the applicability of this concept in practice and achieved results. It was found that the S3 model has been considered as a good concept but in implementation phase it encounters with a numerous challenge characterized by local and regional specifics and limitations. This primarily refers to the lack of management and absorption capacity at the implementation level, insufficient number of developed, active partnerships and problems in defining key priorities. This paper strives to contribute to finding a model for more successful implementation of the S3 in practice which could be of use in the future development of national and regional development strategies.

Keywords: Information-Communication technologies, National/Regional Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation (RIS3), Strategy for Smart Specialisation (S3), regional challenges.

Maciej Białous

CULTURAL POLICIES TOWARDS MULTICULTURAL HERITAGE IN THE CITIES OF POLAND AND CENTRAL EUROPEAN COUNTRIES

Abstract

Contemporary Poland is ethnically and culturally homogeneous country. However, over the past decades – primarily since joining the European Union – many cities attempt to recall and revive the traditions of the past multiculturalism. Nowadays, one can find various events established to commemorate the multicultural past, large cultural festivals glorifying the multicultural heritage, tangible monuments confirming it and so on. The main objectives of such oriented cultural policies include the development of cultural tourism or growth of the creative sector – a common direction for the cities trying to position themselves in the global capitalism system. In other words, they are tightly connected to economic reasons. It seems that less often they serve actual intercultural communication or social integration. The article shows the most characteristic features of local government cultural policies in Poland that are aimed at including multicultural heritage in contemporary cities' identities. These are compared with selected examples of similar policies and activities in other countries of Central and Eastern Europe, especially the two of them, which held the title of the European Capital of Culture – Pilsen (Czech Republic) and Plovdiv (Bulgaria).

Keywords: cultural diversity, cultural policy, heritage, multiculturalism

The term "multiculturalism" is commonly used, both in contemporary social sciences and public discourse. Existing literature provides a wide variety of definitions of multiculturalism. Many of them understand the term mainly as a set of policies that „have had as their overall goal the promotion of tolerance and respect for group identities, particularly of immigrants and ethnic minorities" (Vertovec 2010, 83). In other words, multiculturalism can be understood as a set of attitudes publicly supporting cultural pluralism. Derived from the Canadian debate on the public policy, which started in the 1960s, the term gradually disseminated to the United States, Western Europe, and then, in the last decades of the 20th century, also in Poland and other Central European countries.

Yet, taking into account the differences between socio-demographic structures and cultural heritage of North American or West European countries and Central Europe, including Poland, this concept must have taken local specific meanings. In case of Poland, multiculturalism was (and still is) treated less as a matter of contemporary public policy and more as a legacy of multicultural past that needs to be preserved or revived. In other words, the concept was often used to describe the cultural, primarily tangible heritage of various ethnic or religious groups that influenced the contemporary Polish cityscapes. Therefore, multicultural past was frequently being used as an asset in the development of place branding, cultural tourism, creative industries and so on. On the other hand, it was also an important element of politics of memory, fueling up political conflicts, both on the local and national level. This article presents important features of contemporary cultural policies towards multicultural past in Poland. It focuses mainly on the local level and compares is with examples of Central European cities which held the title of the European Capital of Culture in the past several years.

The focus on multicultural past in the case of Poland comes as no surprise, since contemporary Polish society is essentially ethnically homogeneous, unlike countries in which the term multiculturalism took root earlier. According to the census data, the population declaring only non-Polish ethnic or national affiliation amounts to 1.55% of the population of Poland; 2.26% declared a double – Polish and non-Polish – identity, while over 94% declared exclusively Polish identity (Gudaszewski 2015, 29). The contemporary, ethnically homogeneous cultural landscape of Poland is mainly an aftereffect of the Second World War and the construction of a new international political order afterwards. First of all, one needs to mention the Holocaust of Polish Jews, who before 1939 accounted for about 10% of Polish citizens and were important part of the cityscape of Polish cities like Warsaw, Łódź, Kraków, Lublin, Białystok and many others, mainly in the central and eastern part of the country. Secondly, crucial was the process of shifting of the post-war borders of Poland to the west. Poland lost the so-called Eastern Borderlands, inhabited in large numbers by Ukrainians and Belarusians to the USSR. Poland gained the so-called Western and Northern Territories instead, the areas from which the Germans had been displaced, including large cities such as Wrocław or Szczecin. Those parts of the country were a subject of an intensive settlement action in the post-war decades. The extermination of Polish Jews, the shift of borders, and the either forced or voluntary mass migration of people heavily changed the ethnic structure of Poland. While in the inter-war period, almost 1/3 of Poland's citizens was not of polish nationality, after the Second World War Poland became an ethnically homogenous country.

Yet, in urban landscapes, some of tangible heritage after non-Polish ethnic groups remained. In the central and eastern Poland it was mainly post-Jewish heritage that had not been destroyed by the Nazi occupants or during front fights, while in the west and

north of the country, Poles began to administer in cities and towns shaped primarily under the German culture. Despite the official propaganda (Strauchold 2012), social and cultural adaptation to those spaces was often difficult, which was later depicted e.g. in the extremely popular cinematic comedy *Sami swoi* (*All folks here*) (dir. Sylwester Chęciński, 1967) or in gonzo-style journalism of Ziemowit Szczerek (Zduniak-Wiktorowicz 2018, 38). Post-Jewish or post-German buildings were often used for the purposes of new owners without any proper care for its historical value or previous functions. In many cases their histories have been socially forgotten.

During the period of the People's Republic of Poland (1944-1989), the state tried to strengthen the assimilation processes towards ethnic homogeneity by licensing, controlling and limiting the grassroots activities of ethnic minority communities, for instance by pushing them into the frameworks of folklore (Sadowski 1998, 102-110). Therefore, the beginning of the democratic transformation in 1989 marked an important turning point in terms of perception of both the present and past cultural diversity of the Polish society. The shift towards minorities empowerment was a clear break with the ethnically homogenous trait of the politics of the People's Republic of Poland. Ethnic and religious minorities were to be guaranteed rights and opportunities to act in public space. Indeed, in 1990s there was a resurgence in the social, cultural and political activities of minorities. At the same time, it was possible to observe a growing interest in the multicultural past of Poland, also throughout local narratives. The past of "local homelands" began to be nurtured, among others, thanks to the development of local self-governments in democratic conditions and the crystallization of the third-sector organizations. In that field, the activity of the "Borussia" Cultural Community Association (Stowarzyszenie Wspólnota Kulturowa „Borussia") turned out to be exemplary and highly influential. In its various activities, it focused on dissemination of regional heritage and intercultural dialogue, primarily between Poles and Germans, who were living in the region before the Second World War (Traba 2011).

Yet, the growing interest in the multicultural past of Polish regions and cities, which has taken place since 1990s, seems to be, in fact, a very complex process, involving numerous stakeholders representing various interests. Among them were not only representatives of ethnic minorities themselves, whose potential to influence whole communities was often relatively low or who were actually absent at local level. After all, the collective memory of the Jewish past of many Polish towns and cities was restored in recent decades almost without the direct participation of Jews. Local governments, NGOs, academia, cultural institutions, artists, local media and, last but not least, entrepreneurs often participated in the processes of reviving the cultural past. The interests and motivations of these groups could be significantly different. For minority communities, recalling cultural diversity could be primarily associated with the commemoration of the past and stren-

gthening ethnic or religious identities. Non-governmental organizations often focused on integration and empowerment of the local communities. For local governments and entrepreneurs the perspective of economic growth, connected with the development of cultural tourism sector often seemed to be the most attractive. The latter seems to be particularly important. The understanding of multiculturalism as an economic asset effected in many cases in a selective interpretation of the past the collective memory and cultural needs of some minority groups, actually ignoring opinions.

Therefore, some discussions focused on the actual meaning of the term multiculturalism in Polish contemporary context. Sociologist Andrzej Sadowski (Sadowski 2011, 16-24) suggested that multiculturalism, as such, means that various groups living in a given area co-create a new quality of culture that goes beyond the traditions of individual groups. It is difficult to imagine such situation in the context of contemporary Polish cities, where in most cases the Polish-Catholic majority has a hegemonic position. As Sadowski argues, the term describing the situation of some Polish communities more accurately would be "cultural diversity", which means simply inhabiting a given area by representatives of more than one culture (we can also think of culturally diverse past/heritage). In this case, actions to maintain or disseminate one's cultural values and their chances of success are usually limited by the dominant group. Therefore, it seems that such a term actually fits better with the reality of contemporary Polish cities. This observation seems important. Obviously, thinking about multicultural policies, we can imagine various types of conflicts (Glazer 1997, 147-161), yet one can assume that within multiculturalism the value of cultural diversity in all its aspects is commonly accepted. In the Polish case, it was often the majority who decided which elements of cultural diversity should be supported. Thus, it could choose elements that did not contradict the hegemonic narrative and that brought possibilities for economic profit.

Selective use of cultural diversity themes effected in situation, when historical multiculturalism became one of the axes around which political divisions have been oriented in the past few decades, especially since 2000s, both to the national and local level. Apparently, some episodes of multicultural Polish past have a strong potential of conflict. Symbolic was the nationwide debate at the beginning of the 21st century, fueled by the publication of Jan Tomasz Gross's book *Neighbors* (Sąsiedzi) (Gross 2000). The participation of Polish inhabitants of the town Jedwabne in the genocide of their Jewish neighbors in the summer of 1941, soon after the German Nazi troops entered this area, provided fuel for a long, broader discussion on the Polish-Jewish past relations, not only during the Nazi occupation. Of course, the potential of conflict was built not only within the past of Polish Jews. In some cities and towns in Poland the controversy could concern various historical events and episodes, but the connecting element was usually the issues of commemorating non-Polish groups or figures (e. g. Germans, Belarusians, Ukrainians). Furthermore,

the conflicts often were tightly bonded with the field of cultural policies. For example, in Wrocław in 2007, the dispute concerned the return of the name Centennial Hall given to the landmark building by the Germans in 1913 (after 1945 it was known as The People's Hall). The choice between the two names, the former being coined by the Germans, the latter by the communists, appeared exceedingly puzzling. At about the same time in Białystok, the city in the north-eastern part of Poland, controversies surrounded Ludwik Zamenhof, the creator of the Esperanto language, born in that place in 1859. Zamenhof as a patron of one of the cultural institutions, turned out to be a controversial figure for some centre-right city councilors due to his cosmopolitanism and Jewish origin. The figure of Zamenhof was seen by them as a banner of multiculturalism, "bizarre ideology" that should not be an element of Białystok's identity (Kłopotowski 2016).

Local narratives, similarly to the state politics of memory, remained largely Polish-centered, allowing the Others' collective memory to enter the mainstream, but only by certain rules (Sztop-Rutkowska, Białous 2014). Selective inclusion of non-Polish groups in the historical narrative was often equated with multiculturalism as such by the hegemonic group. This shows a certain paradox of a situation in which the majority group (in this case the Polish, Catholic) has a decisive influence on the understanding of the concept of multiculturalism, defines it and guards its borders. That resulted in frequent understanding multiculturalism mainly as a cultural industry issue, a feature of cultural events, connected with tangible heritage, folklore, cuisine and other elements supposed to attract tourists rather than strengthen local identities.

Therefore, the economic potential associated with alleged multicultural past of Polish cities was much emphasized on the local level. Multiculturalism, the positive value of which became almost an axiom in late modern societies, was to be a magnet attracting tourists and representatives of the so-called creative class, looking for inspiration in the cultural melting pot, even if only the historical one. Therefore, an important turning point was the year 2004, as the date of Poland's accession to the European Union. It strengthened the common belief, quickly picked up by numerous local governments in Poland, that multiculturalism – less important if contemporary, past, real or imagined – increases the possibilities of obtaining EU funds. They were to modernize or revitalize the tangible heritage of the multicultural past or establish new events in order to enable the development of cultural tourism. Therefore, in the last fifteen or so years, multicultural events (especially in the form of festivals) have become popular in numerous Polish cities and towns. Among the largest and best known are Łódź Festival of Four Cultures, Kaleidoscope of Cultures in Wrocław, Singer Festival in Warsaw. Many cultural institutions became specialized in promoting cultural heritage of ethnic minorities (e.g. NN Theater in Lublin, "Borderland – Arts, Cultures, Nations" Center in Sejny).

During cultural events referring to multiculturalism, music, films, theater performances or culinary traditions are presented, which are to prove the connection of contemporary Polish culture with the heritage of groups formerly living in these lands. However, it is hard to resist the impression that in many cases these are obvious examples of so-called invented traditions (Hobsbawm 1983, 1-14), which were disseminated primarily due to the possibility to obtain funds for this type of activity. As soon as in the 1990s, anthropologist Wojciech Burszta pointed out that multiculturalism was becoming a catch-phrase which is less and less meaningful, but may extend to a wider and wider range, depending on the (often pragmatic) uses of it (Burszta 1997, 31). Following the contemporary cultural offer of many Polish cities, it is not difficult to agree with this statement.

In recent decades an interesting and somewhat paradoxical situation has developed. Attempts to construct cultural offers or place branding strategies based on past cultural diversity have become so common, that the term "multicultural" placed in the brand name of the city or some sort of an event has ceased to be any differentiator and thus a guarantee of success. Polish cities, which in recent years have been indicated as the best examples of combining the potential of the multicultural past with the tourism industry were Kraków, Gdańsk and Wrocław. It is quite clear that the marketing strategies of these cities associated the multicultural past with values such as hospitality, dialogue, openness to otherness and even exoticism (e.g. slogan: "Magical Krakow"). However, these cities, apart from the references to multiculturalism, had other advantages, such as hotel and gastronomic facilities, efficient cultural institutions, recognition and convenient transport connections with other cities in Poland and abroad. Meanwhile, in numerous small and medium-sized cities, the sole reference to the idea of multiculturalism without the other advantages mentioned above did not bring the expected results. At this point, one can say that in many cases place branding based on the idea of past multiculturalism resembled the logic of cargo cults. "Inventing" a multicultural tradition, organizing local festivals and issuing updated travel guides – in other words, imitating actual multiculturalism – did not automatically translated into numbers of visitors. In many cases, tourists could reach similarly or even more multicultural places much easier and faster.

It seems that in numerous towns and cities, the assumed necessity to "invent" multicultural traditions resulted in bitterness or defensive reactions among local cultural elites. For example, some of the representatives of Białystok's cultural institutions, who participated in the research on the local cultural offer, overtly regretted that the multiculturalism is, in a sense, only a facade built for the needs of potential tourists. Not only is it constructed without any guarantee that it will be interesting for visitors, but also at the expense of the city's inhabitants, whose cultural needs often seem to be different (Skowrońska et al., 2014, 94-100). That research showed that multiculturalism is perceived by

the majority – both the creators of the offer and the participants of cultural events – as a superficial product, created for the tourism purposes and not having much in common with social reality. As one of the respondents put it "multiculturalism is a terrible slogan, I don't know for whom it was made up" (Skowrońska et al., 2014, 94). Furthermore, during the same research conducted ten years after Poland's accession to EU, it was observed that this topic is somewhat exhausted and of little interest. According to most of interviewees, multiculturalism often leads to some sort of a themed "fair". In other words, it presents cultural diversity in a traditional, conservative way. Despite the fact that various stakeholders, especially entrepreneurs, try to recycle some past multicultural ideas, for instance in contemporary design, it is not frequently used in cultural events, especially in small and medium-sized cities. On the other hand, among the interviewed Białystok inhabitants, there was a common cliché of thinking about multiculturalism as an idea that could be more interesting for outsiders than for city dwellers. In common perceptions, multiculturalism seems to be some sort of a shop window. It is worth showing to the visitors, yet it remains only a display and not an actual local feature.

Still, the research mentioned above gave also an interesting insight into multiculturalism as a real potential. It appeared in the possible context of strengthening the relations between Białystok and other cities in Eastern European countries, which were parts of the historical Polish-Lithuanian Commonwealth. Apparently, it comes as a challenge, as some of possible eastern partners (Ukraine, Belarus) are non-EU countries. Furthermore, the possibilities of cultural cooperation with Belarusian cities seems to be limited for strictly political reasons. Nevertheless, some activities were taken up, for instance by the Galeria Arsenał in Białystok, Galeria Labirynt in Lublin and the East of Culture Festival, organized with the participation of Polish Ministry of Culture in three largest eastern Poland cities (Lublin, Białystok, Rzeszów).

In certain cases, there is also a discrepancy between the perception of (multicultural) urban space by residents and the creation of its image for tourists. Referring again to the example of Białystok, official publications, such as tourist guides and websites, focus on presenting the multicultural past of the city. Tourists are offered, for example, the routes of "Esperanto and many cultures", "Białystok temples", "Białystok manufacturers". On the other hand, surveys carried out among the city dwellers, indicated that many places on these routes remain almost completely unknown to the inhabitants of Białystok (Białous 2011, 84-100). Using the term coined by sociologist Katarzyna Sztop-Rutkowska (2013), it can be said that the "postcard multiculturalism" of the city remains unreadable for them.

In fact, it could be similar also in those towns and cities where – e.g. due to the borderland location – one can talk about actual, vivid present-day ethnic diversity. For example, as Grzegorz Błahut writes in his text "Multiculturalism of Cieszyn as a border

town" (*Wielokulturowość Cieszyna jako miasta pogranicza*) (Błahut 2010), even in the case of a city divided by a border into the Polish and Czech sides, cultural events under the sign of multiculturalism do not fulfill their functions. According to some interviewees from Cieszyn, such events attract the inhabitants of both sides, but they spend time only in their own company, so the integration processes are very slow, if any. It is similar in Białystok, where the cultural offer organized by Belarusian and/or Orthodox minority groups remains largely hermetic, poorly recognizable and not very attractive from the point of view of the majority group.

Summarizing the arguments made so far, it can be stated that today's multiculturalism of Polish cities can be viewed from several perspectives. Perhaps, as Julita Makaro and Kamila Dolińska (2012, 87-1010) suggested in the text "Multiculturalism of Central and Eastern Europe. Some methodological remarks on defining and researching a phenomenon" (*Wielokulturowość Europy środkowo-wschodniej. Kilka metodologicznych uwag o definiowaniu i badaniu zjawiska*), one should distinguish marketing and political dimensions, on which the accents of local discourse are distributed differently. On the former, multicultural dimension, past is seen mainly as an asset, while on the latter it is also a field of conflicts, in which the stakes are focused around cultural hegemony and group identity.

It should also be noted that the future of multiculturalism of Polish cities, both as a concept and a factual state, is questionable both for economic and political reasons. In the case of many small and medium-sized cities, investments in multiculturalism have produced some disappointments, therefore further plans are being revised. The international political situation must certainly be taken into consideration as well. In terms of thinking about multiculturalism, an important matter could be – among others – raising anti-migrant attitudes among the Poles, as an aftereffect of the migration crisis. Domestic policy is just as important. It can be said that the currently ruling political elite in Poland uses, or at least does not restrain xenophobic attitudes and nationalist movements. It also tries to use the anti-German or anti-Semite resentments suppressed in recent decades. Some of these actions have directly influenced cultural issues, such as national cultural institutions programs, film production or school curricula. Therefore, one may seriously consider whether the inhabitants of Polish towns and cities will not change their attitudes in the near future. Not only towards their neighbors of other ethnic or religious origins, but also towards the value of tangible heritage left by non-Polish groups, for example Germans or Jews. This issue is all the more interesting because, as sociologist Paweł Kubicki claims in the text "Between memory and history. Polish cities in the face of multicultural heritage" (*Pomiędzy pamięcią a historią. Polskie miasta wobec wielokulturowego dziedzictwa*) (Kubicki 2012) several years ago, the Poles were more and more convinced, that openness to others and readiness for dialogue and cooperation are necessary condi-

tions for the economic development of cities in the context of globalization. The future will show whether the attitudes dominating among the inhabitants of Polish cities will be tied rather with liberal pragmatism or with the state cultural policy returning to the national, ethnically homogeneous paradigm.

The biggest cultural or sport events are also important for such trends. A landmark event for Polish discussions about intercultural relations in the past years was the football Euro 2012, organized jointly by Poland and Ukraine. A great symbolic potential was also seen in giving Wrocław the title of the European Capital of Culture in 2016. Apparently, that was one of the biggest cultural ventures in Poland in recent decade, yet it seems that due to the reasons mentioned above, multicultural heritage turned out to be a secondary thread in the program of Wrocław as the European Capital of Culture. For comparison, the applications of other Central European cities that served as the European Capital of Culture in 2012-2019 were analyzed.

The applications of the Czech Republic city of Pilsen (2015) and Bulgarian Plovdiv (2019) are especially worth comparing. In Pilsen, much attention has been paid to the cultural diversity caused by new migrants, who have come to the city and its surroundings from various parts of the world, including Africa and Asia, looking for work. Cultural differences and a certain temporariness of migrants do not facilitate integration processes. In this case, attempts were made to use cultural activities to overcome unfavorable trends. It would be difficult to find similar cultural activities on such a scale in contemporary Poland.

The Plovdiv application focused very strongly on the long-standing local cultural diversity. Still, it was perceived not as an asset but an important barrier that should be crossed. The focus was mainly on the local Roma community, as well as Turkish and Armenian groups. Cultural activities were aimed at fighting against the ghettoization of minority groups and performing educational functions, both for individuals and whole communities. A similar educational function was to be performed by focusing on groups inhabiting Plovdiv in the past (e.g. Jews, Italians, Czechs). From that perspective, culture is not an attractor that encourages tourists to come and visit, but a mean of solving long-term local problems. Such solutions are also not used on a large scale in Poland.

Naturally, the programs of the European Capital of Culture are not synonymous with cultural policies in Czech Republic or Bulgaria as whole. Nevertheless, these projects show perspectives on cultural policy that are rarely seen in Poland. Perspectives focused not only on multicultural heritage but also on contemporary and future challenges. These are not associated only with the cosmopolitan creative class or mass tourism but also with economic migrants, refugees and underprivileged groups.

References

1. Białous, Maciej. (2011). „Społeczna percepcja zabytków w miastach heterogenicznych kulturowo. Przykład Białegostoku i Lublina". *Pogranicze. Studia społeczne,* vol. 18: 84-100.
2. Błahut, Grzegorz. (2010). „Wielokulturowość Cieszyna jako miasta pogranicza". In *Dziedzictwo kulturowe jako klucz do tożsamości pogranicza polsko-czeskiego* edited by Halina Rusek, Agnieszka Pieńczak, Jacek Szczyrbowski, 53-66. Cieszyn, Katowice, Brno: Wydział Etnologii i Nauk o Edukacji Uniwersytetu Śląskiego w Cieszynie.
3. Burszta, Wojciech. (1997). „Wielokulturowość. Pytania pierwsze". In *U progu wielokulturowości* edited by Marian Kempny, Alina Kapciak, Sławomir Łodziński. Warszawa: Oficyna Naukowa.
4. Dolińska, Kamila, Julita Makaro. (2012). „Wielokulturowość Europy środkowo-wschodniej. Kilka metodologicznych uwag o definiowaniu i badaniu zjawiska". *Sprawy narodowościowe,* vol. 40: 87-101.
5. Glazer, Nathan. (1997). *We are all multiculturalists now.* London, Cambridge: Harvard University Press.
6. Gross, Jan Tomasz. (2000). *Sąsiedzi. Historia zagłady żydowskiego miasteczka*, Sejny: Fundacja Pogranicze.
7. Gudaszewski, Grzegorz. (2015). *Struktura narodowo-etniczna, językowa i wyznaniowa ludności Polski. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011.* Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
8. Hobsbawm, Eric. (1983). „Introduction: Inventing Traditions". In *The Invention of Tradition*, edited by Eric Hobsbawm, Terence Ranger, 1-14. Cambridge: Cambridge University Press.
9. Kłopotowski, Andrzej. (2016). „Zamenhof jak Hitler. Radny Wasilewski nie widzi różnicy?". *Gazeta Wyborcza. Białystok*, April 27, 2016. https://bialystok.wyborcza.pl/bialystok/1,35241,19981665,zamenhof-jak-hitler-radny-wasilewski-nie-widzi-roznicy.html
10. Kubicki, Paweł. (2012). "Pomiędzy pamięcią a historią. Polskie miasta wobec wielokulturowego dziedzictwa". *Pogranicze. Studia społeczne*, vol. 20: 53-66.
11. Sadowski, Andrzej. (1998). „Mniejszość białoruska w Polsce po zmianie granic w 1944 roku". *Studia podlaskie*, vol. 8: 97-112.
12. Sadowski, Andrzej. (2011). „Socjologia wielokulturowości jako nowa subdyscyplina socjologiczna". *Pogranicze. Studia społeczne,* vol. 18: 5-25.
13. Skowrońska, Małgorzata, Maciej Białous, Katarzyna Sztop-Rutkowska, Radosław Poniat, Karolina Frąckiewicz. (2014). *Spacer po utartych ścieżkach. O spotkaniach białostoczan z kulturą.* Białystok: Fundacja SocLab.
14. Strauchold, Grzegorz. (2012). „Jest dobrze, będzie jeszcze lepiej. Nowe granice zachodnie Polski w dyskursie publicystyczno-naukowym lat 40. XX wieku". *Rocznik lubuski,* vol. 38, issue 1: 39-59.

15. Sztop-Rutkowska, Katarzyna, Maciej Białous. (2014). „Processes of collective memory in culturally heterogeneous cities on the examples of Białystok and Lublin". *Creativity studies,* vol. 7, issue 1: 11-25.
16. Traba, Robert. (2011). „Otwarty regionalizm. Praktyczna filozofia obywatelska". In *50/20 Szkice i eseje na dwudziestolecie Międzynarodowego Centrum Kultury,* edited by Jacek Purchla, 378-386. Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury
17. Vertovec, Steven. (2010). "Towards post-multiculturalism? Changing communities, conditions and contexts of diversity". *International Social Science Journal*, vol. 61, issue 199: 83-95. https://doi.org/10.1111/j.1468-2451.2010.01749.x
18. Zduniak-Wiktorowicz, Małgorzata. (2018). "Ziemie utracone – na nowo". In *„Ziemie odzyskane". W poszukiwaniu nowych narracji,* edited by Emilia Kledzik, Maciej Michalski, Małgorzata Praczyk, 31-62. Poznań: Instytut Historii UAM.

Internet sources

1. „Pilsen, oPen uP! Application of the City of Pilsen for the Title of european Capital of Culture 2015". Accessed January 28, 2021. http://www.plzen2015.cz/en/o-projektu/informacni-brozury
2. „Plovdiv 2019 Application Form – Selection Phase". Accessed January 28, 2021. https://issuu.com/plovdiv2019/docs/plovdiv2019app
3. Sztop-Rutkowska, Katarzyna. 2013. „Folderowa wielokulturowość. Wykopmy rasizm z Białegostoku". Accessed January 28, 2021.
4. https://www.academia.edu/3717186/Folderowa_wielokulturowo%C5%9B%C4%87

KULTURNE POLITIKE USMJERENE PREMA MULTIKULTURALNOJ BAŠTINI U GRADOVIMA POLJSKE I SREDNJOEUROPSKIH ZEMALJA

Sažetak

Suvremena Poljska etnički je i kulturno homogena zemlja. Međutim, tijekom posljednjih desetljeća – prije svega od pristupanja Europskoj uniji – mnogi gradovi pokušavaju se prisjetiti i oživjeti tradicije nekadašnjeg multikulturalizma. Danas se mogu pronaći razni događaji organizirani radi obilježavanja multikulturalne prošlosti, veliki kulturni festivali koji slave multikulturalnu baštinu, opipljivi spomenici koji to potvrđuju i tako dalje. Glavni ciljevi tako orijentirane kulturne politike uključuju razvoj kulturnog turizma ili rast kreativnog sektora – zajednički smjer gradova koji se pokušavaju pozicionirati u globalnom sustavu kapitalizma. Drugim riječima, usko su povezani s ekonomskim razlozima. Čini se da rjeđe služe stvarnoj interkulturalnoj komunikaciji ili socijalnoj integraciji. Rad će pokazati najkarakterističnije smjerove javnih politika lokalne uprave u Poljskoj kojima je cilj uključivanje multikulturalne baštine u identitete suvremenih gradova. Usporedit će se s odabranim primjerima sličnih politika i aktivnosti u drugim zemljama srednje i istočne Europe, posebno onima koje su multikulturalna društva u većoj mjeri od Poljske.

Ključne riječi: kulturna različitost, baština, Poljska, multikulturalizam

Marta Borić Cvenić

UTJECAJ KREATIVNIH INDUSTRIJA NA DRUŠTVO, EKONOMSKI I REGIONALNI RAZVOJ – USPOREDBA EUROPSKE UNIJE I REPUBLIKE HRVATSKE

Sažetak

Kreativne industrije već su se nekoliko puta pokazale kao iznimno uspješne i otporne na gospodarsku krizu. Zasigurno je jedan od razloga i taj što obuhvaćaju široku lepezu sektora od arhitekture, dizajna pa sve do baštine te glazbenih i izvedbenih umjetnosti. Obuhvat sektora ovisi ne samo od države do države već i od grada do grada. Brojni su pozitivni učinci kreativnih industrija, no u ovome će radu naglasak biti na urbanoj regeneraciji prostora, odnosno na tome na koji način pojedini sektori kreativnih industrija mogu doprinijeti potpunoj revitalizaciji i urbanoj regeneraciji prostora posebice napuštenih kompleksa tvornica, zgrada ili dijelova grada te na koji se način to odražava na regionalni i ekonomski razvoj. U radu će se analizirati odabrane studije slučaja iz Europske unije i Republike Hrvatske te pokazati na koji su način doprinijeli regionalnom razvoju te kako se to odrazilo na ekonomski prosperitet regije. Cilj je rada ukazati na pozitivne učinke kreativnih industrija na društvo, s posebnim osvrtom na urbanu regeneraciju prostora.

Ključne riječi: ekonomski prosperitet, Europska unija i Republika Hrvatska, kreativne industrije, regionalni razvoj, urbana regeneracija

1. UVOD

Kulturne i kreativne industrije iznimno su popularne i u svijetu i u Europskoj uniji jer predstavljaju jednu od ključnih industrija svjetske ekonomije. Jedan je od ključnih razloga taj što u svijetu zapošljavaju velik broj ljudi – preko 29,5 milijuna – pri čemu pojedini sektori generiraju prihode veće oko 2250 milijardi američkih dolara, što čini 3 % svjetskog BDP-a. Što se tiče stanja kulturnih i kreativnih industrija u Europskoj uniji, istraživanja su pokazala da ostvaruju prihod od 709 milijardi američkih dolara, što čini

3 % europskog BDP-a te zapošljavaju oko 7,7 milijuna ljudi (Cultural times – The first global map of cultural and creative industries 2015, 17).

Kulturne i kreativne industrije u Republici Hrvatskoj u posljednjih nekoliko godina postaju sve popularnije o čemu svjedoči niz pozitivnih promjena koje su se dogodile na tome planu. Neke su od najznačajnijih promjena: osnivanje prvog Hrvatskog klastera konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija 2013. godine koji predstavlja krovnu instituciju kada je riječ o kulturnim i kreativnim industrijama. „Klaster je osnovan na inicijativu Ministarstva gospodarstva po principu *Triple helixa*, tj. trostruke zavojnice jer obuhvaća gospodarstvo, javnu upravu i znanstveno-istraživački sektor. Do današnjeg dana broj članica klastera znatno se povećao te sada klaster broji 93 članice i organiziran je po modelu *Quadriple helixa*, tj. četverostruke zavojnice te obuhvaća privatni sektor i poslovne klastere, javni sektor, profesionalne organizacije i udruge te znanstveno-istraživački sektor." (Borić Cvenić i Šain 2020, 23) Izrađena je prva i opsežna studija mapiranja kulturnih i kreativnih industrija iz 2015. pod nazivom Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj te potpisivanje Izjave o namjeri poticanja razvoja kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj od strane čak sedam relevantnih ministarstava (Ministarstvo vanjskih i europskih poslova, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Ministarstvo turizma, Ministarstvo regionalnog razvoja, Ministarstvo gospodarstva, Ministarstvo znanosti i Ministarstvo kulture), što predstavlja osnovu za izradu i provođenje konkretnih mjera za razvoj kulturnih i kreativnih industrija te jačanje institucionalne i infrastrukturne podrške u razdoblju 2016. – 2020. Time su položeni temelji za izradu nacionalne strategije za poticanje razvoja kulturnih i kreativnih industrija.

Kulturne i kreativne industrije postaju sve popularnije u zadnje vrijeme zbog niza pozitivnih trendova koje stvaraju, kao što su iznimna otpornost na gospodarsku krizu, imaju izuzetno pozitivne učinke na gospodarstvo, izazivaju *spillover* efekte (efekte prelijevanja) na gospodarstvo i društvo u cjelini – posebice turizam te utječu na urbanu regeneraciju i revitalizaciju prostora što će biti posebno naglašeno i obrađeno u ovome radu na nekoliko primjera iz Europske unije i Republike Hrvatske.

Glavni je cilj rada ukazati na pozitivne efekte kulturnih i kreativnih industrija u Europskoj uniji i Republici Hrvatskoj te njihov utjecaj na društvo, ekonomski i regionalni razvoj, s posebnim naglaskom na urbanu regeneraciju prostora.

2. KULTURNE VS. KREATIVNE INDUSTRIJE

Postoje brojne definicije kulturnih i kreativnih industrija, no najčešća je ona britanskog Odjela za kulturu, medije i sport koja definira kreativne industrije kao „aktivnosti

koje imaju svoj korijen u individualnoj kreativnosti, vještini i talentu, i koje imaju potencijal za bogatstvo i kreiranje radnih mjesta kroz generiranje i eksploataciju intelektualnog vlasništva. Pod ovim se aktivnostima podrazumijevaju sljedeći sektori: reklame, arhitektura, umjetnosti i starine, zanati, dizajn, visoka moda, film, interaktivni *software* za zabavu, glazba, scenske umjetnosti, izdavaštvo, *software*, televizija i radio" (Goldstein 2016, 19). Kreativne su industrije one koje se koriste kulturom kao polazišnom vrijednosti i posjeduju kulturnu i kreativnu dimenziju te intenzivno primjenjuju ICT tehnologiju, a njihovi su rezultati uglavnom funkcionalni i uključuju arhitekturu i dizajn, grafički dizajn, modni dizajn i oglašavanje.

Kulturne su industrije one industrije koje se bave proizvodnjom i distribucijom robe i usluga za koje u trenutku njihova nastanka smatramo da posjeduju određene značajke, uporabu ili svrhu koji utjelovljuju ili prenose kulturni izraz, bez obzira na svoju komercijalnu vrijednost (UNESCO 2015, 14). Osim tradicionalnih umjetničkih sektora (izvedbene umjetnosti, vizualne umjetnosti, kulturne baštine – zajedno s javnim sektorom), uključuju film, DVD i video, televiziju i radio, videoigre, nove medije, glazbu, knjige, tisak.

John Hartly (2007, 6) u svojoj knjizi *Kreativne industrije* smatra da su kreativne industrije važne ne samo zbog svog obima poslovanja i razvoja, već i zbog toga što, kako se za njih tvrdi, pokreću ekonomiju znanja i omogućavaju rad drugih privrednih grana i službi – na primjer time što osiguravaju digitalne sadržaje koji se „direktno pretvaraju u prednost na tržištu i sposobnost inovacije u drugim oblastima privrede" (NOIE), kao i time što doprinose rastu kreativnog kapitala i razvoju radnika u kreativnim industrijama.

3. REGENERACIJA VS. URBANA REGENERACIJA

Riječ regeneracija u svom izvornom značenju podrazumijeva funkcionalno obnavljanje nekog oštećenog tkiva, a prema Hrvatskom leksikonu regeneracija označava „obnavljanje dijelova organa ili tkiva u nekom organizmu zbog istrošenosti (fiziološka regeneracija) ili ozljeda (reparativna ili traumatska regeneracija)" (Jukić 2016, 52). Taj pojam može se primijeniti i na izgrađeni i neizgrađeni urbani prostor čime se dolazi do pojma urbane regeneracije prostora. „Urbana regeneracija obično se definira kao strukturna i funkcionalna izmjena određenih dijelova grada koju financiraju privatni (korporativni), a nekada i državni akteri. Pojam urbane regeneracije često se povezuje i s procesima koji se odvijaju u društvu, a posebno s procesima u društvu tranzicije. Uzroke toga treba tražiti u djelovanju novih urbanih aktera koji su počeli zamjenjivati ranije oblike društvenoga i državnoga vlasništva, kao i u promjenama nastalim uslijed političkih i državnih intere-

sa." (Jukić 2016, 52) Cilj je urbane regeneracije vraćanje aktivnosti i života u napuštena područja, kao i podizanje kvalitete života u tim devastiranim područjima. „Kako joj i sam naziv govori, urbana regeneracija predstavlja javne i privatne inicijative usmjerene prema obnovi gradskih područja, u gospodarskom, društvenom i drugim oblicima, korištenjem financijskih sredstava, kao i jačanjem društvene svijesti, kako u lokalnom stanovništvu, tako i kod potencijalnih investitora." (Lamza Maronić, Glavaš i Mavrin 2015, 63) U kontekstu ovoga rada pod pojmom urbane regeneracije prostora ponajprije se misli na ponovnu uporabu zgrada ili nekoga područja za koje se vidi da su devastirana ili na neki način propadaju zbog napuštenosti uvođenjem novih aktivnosti i prenamjene prostora koje često donose određene ekonomske, ali i društvene koristi.

4. KULTURNE I KREATIVNE INDUSTRIJE – KATALIZATOR ZA POTICANJE URBANE REGENERACIJE I EKONOMSKOG PROSPERITETA

Kultura i kreativnost, kao srž kulturnih i kreativnih industrija, mogu biti katalizatori procesa urbane revitalizacije, ali mogu imati i različite uloge. Mogu biti dio već nekog postojećeg projekta (kultura i regeneracija) ili mogu biti potpuno integrirani (kulturna regeneracija) ili mogu biti glavni pokretači nekoga projekta (regeneracija vođena kulturom). No treba uzeti u obzir i da „kreativnost i inovacija imaju snažnu i razlikovnu regionalnu dimenziju" (Sixth Progress Report on Economic and Social Cohesion, 2009).

Kada se govori o urbanoj regeneraciji postoje tri tipa strategije regeneracije u kojima kulturne i kreativne industrije igraju ključnu ulogu, a to su:

a) **Regeneracija vođena kulturom** – u ovoj strategiji na kulturu se gleda kao katalizator i pokretač regeneracije
b) **Kulturna regeneracija** – u ovom su tipu strategije kulturne aktivnosti više integrirane u postojeća područja strategije kao što su okoliš, ili pak društvena ili ekonomska sfera
c) **Kultura i regeneracija** – u ovom tipu strategije kulturne aktivnosti nisu integrirane u strategiju već se javljaju u određenim segmentima ili fazama projekta i predstavljaju uglavnom manje intervencije (Evans 2005, 967–969).

Jaka Primorac (2008, 94–95) razlikuje tri ključna aspekta koji obilježavaju i uvjetuju rad kulturnih i kreativnih industrija, a to su nove tehnologije kao jedan od ključnih faktora koji djeluju na razvoj kreativnih industrija, zatim problemi intelektualnog vlas-

ništva u digitalnoj eri i odnos globalne i lokalne produkcije u Republici Hrvatskoj prema sektorima kulturnih i kreativnih industrija. Biserka Cvjetičanin (2014, 451) smatra da će se kao dio vodeće inicijative Unija inovacija, u sklopu Europa 2020, poduzeti aktivnosti na jačanju uloga kulturnih i kreativnih industrija kao katalizatora inovacije i strukturnih promjena, ali i kulturu promatra kao katalizator kreativnosti i inovacije (Cvjetičanin 2014, 459). Nada Švob Đokić (2008, 56) smatra da se iz perspektive ekonomskog analitičara može govoriti o „kulturalizaciji" ekonomije, a iz perspektive analitičara kulturnog razvoja i kulturnih procesa o interpretaciji kulture kao ekonomski relevantne proizvodnje i potrošnje (Švob-Đokić, Primorac i Jurlin 2008, 56).

Napuštena područja u kojima se nastanjuju umjetnici vrlo brzo postaju zanimljiva i ostalim pripadnicima kreativne klase, čime se ubrzavaju procesi revitalizacije i urbane regeneracije tih napuštenih područja (Peterlin 2011, 12). Obično su ti procesi samoorganizirani od strane lokalnoga stanovništva prema načelu odozdo prema gore što predstavlja tzv. *bottom up* inicijativu. U slučaju kada je ta *bottom up* inicijativa podržana od strane pogodne *top down* urbane politike, odnosno odozgo prema dolje politike, to može biti učinkovit alat za poticanje urbane regeneracije. Britanska vlada među prvima je prepoznala potencijale kreativnog sektora, odnosno kulturnih i kreativnih industrija. Osigurali su gradovima tzv. „meke (*soft*)" i „tvrde (*hard*)" elemente infrastrukture čime su mnogi britanski gradovi ubrzali stvaranje kreativnih klastera u područjima koja su među prvima započeli proces urbane regeneracije. U prošlosti, glavna politika urbane regeneracije odnosila se na poticanje kulturne potrošnje, a današnje se politike odnose na kulturnu i kreativnu produkciju i njihov utjecaj na lokalnu ekonomiju, što se najbolje može vidjeti u otvaranju kreativnih četvrti.

Uspješne urbane regeneracije vođene kulturnim i kreativnim industrijama bave se problemima koji utječu na same gradove, četvrti ili pak zajednice, a obuhvaćaju izazove povezane s fizičkim okruženjem, gospodarstvom ili društvom. Kulturne i kreativne industrije u mogućnosti su dati svoj doprinos u svim različitim dimenzijama jer su ključni element suvremenog društveno-ekonomskog razvoja (Creative and cultural industries in urban revitalization 2019).

Kako navodi Nives Tomašević (2015, 30), kulturni i kreativni sektori značajan su pokretač rasta i poslova u Europi, ključni izvor kreativnosti i inovacije, a intenzivno pridonose i društvenoj koheziji i boljitku. O važnosti kulturnih i kreativnih industrija svjedoči i tablica 1, koja prikazuje ekonomski prosperitet, i to u odnosu na prihode po pojedinom sektoru kulturnih i kreativnih industrija, ali i po broju zaposlenih u svijetu.

Tablica 1. Prihodi i zaposlenost po sektorima kulturnih i kreativnih industrija u svijetu

SEKTORI KULTURNIH I KREATIVNIH INDUSTRIJA	PRIHODI u mlrd US 2013.	ZAPOSLENOST 2013., broj zaposlenika
Televizija	477	3.527,000
Vizualne umjetnosti	391	**6.732,000**
Novine i časopisi	354	2.865,000
Oglašavanje	285	1.953,000
Arhitektura	222	1.668,000
Knjige i nakladništvo	143	**3.670,000**
Izvedbene umjetnosti	127	**3.538,000**
Software i gaming industrija	99	605,000
Filmska industrija	77	2.484,000
Glazbena industrija	65	**3.979,000**
Radio	46	502,000
Ukupno	2 253	**29.507,000**

Izvor: prilagođeno prema Cultural times – The first global map of cultural and creative industries, 2015, dostupno na: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times._the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf, pristupljeno 29. 1. 2021., str. 15.

Iz tablice 1 jasno se može vidjeti da je najveći broj zaposlenih u sektoru vizualnih umjetnosti, zatim u glazbenoj industriji, potom u sektoru knjiga i nakladništva te u sektoru *softwarea* i *gaming* industrije, koji je iz godine u godinu jedan od najbrže rastućih sektora kreativnih industrija i u svijetu i u Europskoj uniji i Republici Hrvatskoj. Sektori kulturnih i kreativnih industrija zapošljavaju preko 29 milijuna ljudi u cijelome svijetu, što je doista impozantna brojka. Po veličini prihoda najznačajniji je sektor televizija, zatim vizualne umjetnosti, novine i časopisi te oglašavanje.

4.1. Kreativne četvrti – najčešći oblik urbane regeneracije prostora

Najčešći su oblik urbane regeneracije prostora kreativne četvrti koje obično nastaju u napuštenim kompleksima tvornica koje se urbano regeneriraju i na taj način revitaliziraju. Glavni su uvjeti za razvoj kreativnih četvrti pristupačan stan, život u društvenoj zajednici, životopisna kulturna događanja, nejasne granice između mjesta rada i slobodnog vremena, 24/7 način života, neformalne mreže i sl.

- Glavni su uvjeti za razvoj kreativnih četvrti (Regional development agency of the Ljubljana Urban Region 2011, 12):
- Prostor – koji se odnosi na primjere kreativnih gradova
- Ekonomija – odnosi se na kreativne industrije slijedeći specijalizirane načine razmjene, interakcije i komunikacije

- Ljudi – pripadnici kreativne klase, društveni i kulturni kapital, društvene mreže, kreativni gradovi.

Kreativni gradovi oni su gradovi koji potiču razvoj umjetnosti, razvoj kulturnih i kreativnih industrija te samim time nude mogućnosti za zapošljavanje kreativaca i kreativne klase. Svaki grad, osviješten o svom imidžu u svijetu, želi postati kreativan grad jer su kreativni gradovi – gradovi budućnosti koji uključuju pametan, održiv i uključiv rast (Borić Cvenić i Mesić 2019, 271). U širem smislu ideja o 'kreativnim gradovima' govori o tome kako se „lokalni urbani prostori mogu nanovo zamisliti, podmladiti i dobiti nove namjene unutar konkurentnog globalnog okvira" (Crewe i Beaverstock 1998, 289).

Kreativni gradovi Hrvatske relativno su nova i inovativna mreža koja okuplja predstavnike lokalnih samouprava i zajednica i stručnjake iz kreativnih i kulturnih industrija kako bi zajedno osmislili modele upravljanja kulturnim i kreativnim resursima gradova radi pokretanja lokalnih ekonomija i stvaranja novih prilika za ulaganja. „Izrada modela upravljanja uključuje identificiranje potencijala i prilika u gradovima uz participaciju građana kao predstavnika različitih interesnih sfera koji imaju koristi i sudjeluju u stvaranju lokalne ekonomije, a u cilju kreiranja jedinstvenog identiteta gradova na temelju kojeg će se vršiti fokusirana ulaganja u razvoj za rast i radna mjesta." (Kreativnigradovi 2017)

Prema Landryju (2007, 352) kreativni gradovi često imaju brojne osobine koje određuju vrstu mogućnosti za umjetnosti u užem smislu kao što su:

- Razvijanje jasne svrhe i ambicije
- Podržavanje vizionarskih organizacija i pojedinaca
- Otvorenost i spremnost na rizike
- Strateška principijelnost i taktička fleksibilnost
- Odlučnost u planiranju umjesto determinizma, tj. biti korak ispred
- Spremnost da se prepozna i radi s lokalnim kulturnim izvorima i lokalnom različitosti
- Provjeravanje da je vodstvo rasprostranjeno
- Prijelaz s visoke kulture na popularnu.

Sve u svemu, kreativni gradovi imaju puno potencijala za inkorporiranje kulturnih i kreativnih industrija u svoje razvojne strategije. Treba imati na umu da su gradovi nositelji razvoja županija i regija, a planiranje njihova razvoja odvija se u sve složenijim kulturno-društvenim uvjetima nove ekonomije 21. stoljeća temeljene na znanju i tzv. „čistim industrijama" koji mogu gradovima osigurati održivi razvoj. „Jednako tako, održivi razvoj temelji se na lokalno dostupnim resursima i razvoju modela njihova upravljanja kroz stvaranje uvjeta za poticanje *spill-over effecta* kulturnih i kreativnih industrija na ostale sektore gospodarstva, kako bi se stvorila lokalna radna mjesta s dodanom vrijednošću u

turizmu, proizvodnim i uslužnim industrijama. Identifikacija, pokretanje i komunikacija svojih resursa iznimno je važan proces koji se odvija razvojem i implementacijom politika. Za to je potrebno pronaći zajednički jezik između dionika privatnog, javnog i civilnog sektora kako bi osvijestili i utvrdili što pojedinu destinaciju čini jedinstvenom i atraktivnom i kako bi osigurale to da institucije, tvrtke, udruge, ali i građani žive za svoj grad." (Kreativnigradovi 2017)

5. OBILJEŽJA URBANE REGENERACIJE PROSTORA

Prema Jukiću (2016, 53–54) ciljevi urbane regeneracije mogu biti različiti i višestruki kao što su primjerice:

- Ponovno oblikovanje gradskih središta
- Obnova zapuštenih područja
- Poboljšanje uvjeta postojećeg stanovanja
- Raščišćavanje *sluma*
- Očuvanje kvalitetnog gradskog fonda
- Rješavanje prometnih problema
- Izgradnja novih javnih sadržaja
- Povratak izgubljenog identiteta
- Afirmiranje postojećih i planiranje novih javnih prostora
- Podizanje novih javnih parkovnih površina
- Trend gentrifikacije koji se odnosi na uređenje atraktivnih središnjih dijelova grada uz procese urbanizacije i modernizacije.

Gentrifikacija dolazi od engleske riječi *gentry*, koja označava niže plemstvo, a predstavlja postupak u kojem se starije jeftinije građevine (uglavnom stambene zgrade) ili čitavi dijelovi grada (najčešće radnička naselja) pretvaraju u skuplje luksuzne građevine za pripadnike srednjeg sloja koji se najčešće doseljava na mjesto autohtonog stanovništva, istisnutog iz tih građevina zbog povišenih troškova života. Povezana je često s procesima deindustrijalizacije, urbanizacije i osuvremenja (modernizacije) povijesnih jezgri i užih gradskih središta nauštrb autohtonog stanovništva koje se seli u predgrađa ili čak i izvan matičnih gradova.

Nerijetko se zahvaljujući urbanoj regeneraciji mnogi gradovi transformiraju u kreativne gradove, pri čemu moraju biti zadovoljeni određeni uvjeti kako bi urbana transformacija bila uspješna kao što su:

- lokalni kulturni identitet i ponos esencijalni su preduvjeti za postizanje ekonomske, društvene i okolišne regeneracije
- mašta i kreativnost ključni su elementi u postizanju lokalnog identiteta i osobnog razvoja
- raznolikost životnih stilova, životnosti, kultura i prebivališta iznimno su važni, a tolerantno društvo može se razvijati njegovim razumijevanjem i slavljenjem
- lokalnoj svojstvenosti potrebna su stoljeća za razvoj, no može brzo nestati, te ju se mora braniti i njegovati
- lokalna je kultura dinamična, a ne statična, te su promjena i razvoj osnovni partner u očuvanju i zaštiti
- ulaganjem, osnaživanjem i edukacijom, postojeće kreativne sposobnosti u svim građanima mogu se osloboditi za dobrobit pojedinaca, zajednice i gospodarstva (Landry 2008, 86–87).

Urbana regeneracija nije nimalo jednostavan i univerzalan proces, no postoje određena načela prema kojima bi se trebala voditi kao što su:

1. utemeljenost na detaljnoj analizi uvjeta u urbanim područjima
2. usmjerenost na usklađenu prilagodbu fizičkih elemenata, socijalne strukture, ekonomskih temelja i uvjeta okruženja urbanog područja
3. pokušaj postizanja zadataka usklađene prilagodbe pomoću razvoja i implementacije sveobuhvatne i integrativne strategije, koja se bavi rješavanjem problema na uravnotežen, uređen i pozitivan način
4. osiguravanje da strategija i rezultirajući programi implementacije budu razvijeni u skladu s ciljevima održivog razvoja
5. postavljanje jasnih operativnih ciljeva koji bi trebali, kada je moguće, biti kvantificirani
6. na najbolji mogući način iskoristiti prirodne, ekonomske, ljudske i druge resurse, uključujući zemlju i postojeće sadržaje u izgrađenom okruženju
7. pokušati osigurati konsenzus kroz najpotpuniju moguću participaciju i kooperaciju svih *stakeholdera* s legitimnim interesom za regeneraciju urbanih područja što se može postići kroz partnerstva i druge modele rada
8. prepoznavanje značaja mjerenja napretka strategije prema postizanju specifičnih ciljeva i promatranje promjene prirode i utjecaja internih i eksternih sila koje djeluju u urbanim područjima
9. prihvaćanje mogućnosti da će inicijalne programe implementacije trebati revidirati u skladu s mogućim promjenama

10. prepoznavanje stvarnosti da različiti elementi strategije napreduju različitom brzinom što može zahtijevati preusmjeravanje resursa ili opskrbu dodatnim sredstvima u cilju zadržavanja sveukupne ravnoteže između ciljeva određenih u planu urbane regeneracije, te ostvarivanje svih strateških ciljeva (Roberts & Sykes 2005, 18–19).

Cijeli proces urbane regeneracije može biti itekako potaknut kulturnim i kreativnim industrijama, što će biti detaljnije pojašnjeno u idućem poglavlju na primjerima iz Europske unije i Republike Hrvatske.

6. PRIMJERI URBANE REGENERACIJE PROSTORA U EUROPSKOJ UNIJI

Jedan su od najboljih primjera urbane regeneracije prostora tzv. Europske prijestolnice kulture. Naime, to je projekt Europske komisije koji je pokrenut još davne 1985. godine na inicijativu grčke ministrice kulture Meline Mercouri. Svake se godine određenim gradovima dodjeljuje ta prestižna titula uz određeni novčani iznos koji tom gradu stoji na raspolaganju za realizaciju raznih kulturno-umjetničkih projekata. Grad postaje domaćin širokog spektra kulturnih događanja, priredbi, aktivnosti, a sve s ciljem očuvanja kulture, kulturne baštine, ali i kulturnih i kreativnih industrija s naglašenom europskom dimenzijom.

Glavni su ciljevi te inicijative (Eurostat 2019, 32):

- istaknuti bogatstvo i raznolikost kulture prisutne u Europi
- slaviti aspekte kulturnog identiteta koji dijele svi Europljani
- povećati osjećaj pripadnosti europskih građana prema zajedničkom kulturnom području
- poticati doprinos kulture razvoju gradova.

Isto tako, gradovi koji dobiju tu prestižnu titulu imaju priliku:

- regenerirati svoj grad – često taj novac koji dobiju preusmjere na regeneraciju nekih napuštenih dijelova grada ili kompleksa tvornica gdje je najvidljivija urbana regeneracija prostora
- podići svoj međunarodni profil
- poboljšati sliku vlastitoga grada u očima njegovih stanovnika
- udahnuti novi život gradskoj kulturi i kulturnim projektima što indirektno rezultira povećanjem broja turista.

Jedan je od primjera Pečuh, Europska prijestolnice kulture iz 2010. godine, koji je obrađen u nastavku. On je izdvojen kao izvrstan primjer urbane regeneracije prostora jer su na temelju dobivene titule i novčanih sredstava u potpunosti urbano revitalizirali i prenamijenili napušteni kompleks tvornice keramike Zsolnay u prekrasnu kulturno-turističku četvrt s nizom novih kulturnih objekata i sadržaja, koji je postao nezaobilazna kulturno-turistička atrakcija Pečuha. Također je obrađen i primjer grada Gdanjska u Poljskoj koji nije imao titulu Europske prijestolnice kulture, što ne znači da može biti uspješno urbano revitaliziran.

6.1. Pečuh – primjer urbane regeneracije u Zsolnayevoj kulturnoj četvrti

Pečuh je dobio titulu Europske prijestolnice kulture 2010. godine te se zahvaljujući upravo toj tituli značajno uspio urbano revitalizirati i regenerirati i to na temelju obnovljene Zsolnayeve napuštene tvornice keramike. „Kulturna četvrt Zsolnay bila je najveća investicija projekta Pečuh Europska prijestolnica kulture 2010. Trajala je dvije godine, a zauzela je veliki dio tvornice Zsolnay. Zahvaljujući investiciji od više od 11 milijardi forinti udahnut je novi život površini od pet hektara nekadašnje svjetski poznate manufakture porculana. Kulturna se četvrt izgrađena tijekom rehabilitacije jednog od najvećih srednjoeuropskih tvorničkih kompleksa po sadržaju može podijeliti na četiri dijela: Četvrt umjetničkih rukotvorina, Stvaralačka četvrt, Dječja i obiteljska četvrt te Sveučilišna četvrt.“ (Panonatours 2014)

Najznačajniji segment Četvrti umjetničkih rukotvorina izložba je vezana za obitelj Zsolnay i njihovu povijest, u svijetu jedinstvena Ružičasta izložba Zsolnay, kao i Zbirka Gyugyi. Uz to se veže obnovljeni mauzolej Zsolnay, Stvaralačka i inkubatorska kuća, kao i niz prodavaonica u Ulici rukotvorina. U Stvaralačkoj su četvrti smještene kulturne ustanove, ugostiteljski objekti, a tu se održavaju i razni događaji. Dječju i obiteljsku četvrt čine Planetarij, Galerija Pečuh (koja može ugostiti velike i važne međunarodne izložbe), kao i obnovljeno Kazalište lutaka Bóbita. U Sveučilišnoj se četvrti nalazi veći broj fakulteta i novoosnovanih katedri, poput katedre umjetnosti. U Zsolnayevoj kulturnoj četvrti također se nalazi i turistički ured i prekrasno uređeni trg na kojemu se tijekom godine održavaju razna događanja.

Najznačajniji su sektori kreativnih industrija koji su zastupljeni u Pečuhu: arhitektura, oglašavanje, dizajn, *softwarei* i kompjutorske igre, glazbena industrija, zaštita baštine, izvedbene i vizualne umjetnosti, filmska industrija, novinarstvo, muzeji i trgovina kulturnim dobrima i upravo su gotovo svi ti sektori uključeni u urbano regeneriranu Zsolnayevu kulturnu četvrt (Regional development agency of the Ljubljana Urban Region 2011, 63).

6.2. Gdanjsk – Europski centar solidarnosti

Brodogradilište u Gdanjsku, u kojemu je 1980. osnovan sindikat Solidarnost, a što označava početak demokratskih procesa u istočnoj Europi, predstavlja industrijsku baštinu u kojoj je dio brodogradilišta restrukturiran i u funkciji, a dio je napušten i bez funkcije. Ubrzo slijedi revitalizacija napuštenog industrijskog dijela izgradnjom Europskog centra Solidarnost. Time je obnovljena i promovirana materijalna i nematerijalna baština (spomen na sindikat Solidarnost). Ukupan iznos projekta bio je 66 milijuna eura, a od toga je iz Europskog fonda za regionalni razvoj financirano 38 milijuna eura. U centru se očekuje oko 250 000 posjetitelja godišnje. Sadržaji centra obuhvaćaju izložbeni prostor sa stalnim i povremenim izložbama, istraživačko-znanstveni centar, biblioteku i mediateku i laboratorij kreativnih radionica za mlade (Perišić 2014).

U Gdanjsku je provedeno istraživanje 2011. godine koje se odnosilo na sve tvrtke koje se bave nekim od sektora kreativnih industrija. Za potrebe toga istraživanja, utvrđeno je da se u Gdanjsku nalazi 12 sektora kreativnih industrija i to: arhitektura, *software*, oglašavanje, jantar/nakit, maloprodaja u specijaliziranim trgovinama, video/film/fotografija, dizajn, umjetničke aktivnosti, kulturne institucije, literarne aktivnosti, radio/televizija (Regional development agency of the Ljubljana Urban Region 2011, 54). Također, za potrebe istraživanja projekta Kreativni gradovi, u Gdanjsku su analizirana nerazvijena gradska područja kao i napušteni gradski prostori u smislu njihove prenamjene za pojedine sektore kreativnih industrija. Identificirano je pet gradskih područja pri čemu su se uzimali u obzir zahtjevi koje postavljaju kreativne industrije, karakter akcija provedenih u napuštenim i devastiranim područjima kao i rezultati anketnoga istraživanja kojim su se istraživali potencijali urbanih područja u Gdanjsku. Definirana su dva okruga s najznačajnijim razvojnim potencijalom, a to su Nowy Port i Dolne Miasto (Donji grad). U obje četvrti, pronađene su odgovarajuće zgrade koje su dostupne i potencijalno se mogu urbano regenerirati i pretvoriti u mjesta pogodna za kreativne industrije, tzv. kreativne četvrti.

I na primjeru Gdanjska jasno se može vidjeti kako su kulturne i kreativne industrije odigrale ključne uloge u prenamjeni zapuštenih prostora, tj. u urbanoj regeneraciji prostora, te je zahvaljujući njima, stvoren Europski centar solidarnosti sa svim kulturno-kreativnim popratnim sadržajima. Plan je još i stvoriti kreativne četvrti u dijelovima Nowy Port i Dolne Miasto (Donji grad) čim budu dobivena sredstva iz europskih fondova.

7. PRIMJERI URBANE REGENERACIJE PROSTORA U REPUBLICI HRVATSKOJ

U nastavku ovoga poglavlja bit će detaljno obrađena dva projekta urbane regeneracije prostora. Jedan koji još uvijek nije zaživio – Zagrebački kreativni klaster Gredelj – te

jedan koji je u potpunosti realiziran, a nalazi se u gradu Osijeku, točnije u Tvrđi, pod nazivom „Edukativni i informativni turistički centar mladih Stara pekara s Trgom Vatroslava Lisinskog, Tvrđa".

7.1. Grad Zagreb – Zagrebački kreativni klaster Gredelj

Na službenim stranicama grada Zagreba prvi puta 2012. godine predstavljen je projekt Zagrebački kreativni klaster Gredelj. Naime, riječ je o idealnoj lokaciji u središtu Zagreba gdje se nekada nalazila radionica željeznice. Tim projektom planirana je rekonstrukcija i prenamjena dvije postojeće građevine koje su zaštićene na nacionalnoj razini kao industrijska baština. Prvotna vrijednost projekta procijenjena je na 16,5 milijuna eura te se dio novca planira iskoristiti iz EU fondova. Nositelji su projekta grad Zagreb i Holding. „Cilj je privući profesionalce iz kreativnih industrija u neiskorištene prostore na lokaciji Gredelj, omogućiti im zajedničku infrastrukturu, međusobno umrežavanje i povezivanje s naručiteljima i modelima implementacije kreativnih zamisli." (Zagreb 2012) Pod terminom kreativni klaster podrazumijeva se geografska koncentracija pojedinih sektora kreativnih industrija na nekom prostoru. „Međunarodno iskustvo pokazuje da kreativne industrije (arhitektura, dizajn, *software* & multimedija, oglašavanje, filmska i glazbena produkcija, moda, izdavaštvo itd.) profitiraju kad su međusobno prostorno povezane i umrežene. Takvi prostori, osim dodane vrijednosti koju stvaraju i svoje uloge u poticanju razvoja gospodarstva temeljenog na kreativnim idejama, snažno doprinose ukupnom imidžu grada i najčešće su pokretači urbane obnove zanemarenih i podiskorištenih gradskih prostora" (Zagreb 2012).

Koristi su toga projekta višestruke jer Zagrebački kreativni klaster predstavlja razvojni potencijal, ne samo za značajniju gospodarsku korist već i za kulturnu identifikaciju grada, turističku privlačnost i njegovu međunarodnu prepoznatljivost. Također, kreativni klasteri mogu odigrati ključnu ulogu u regeneraciji gradskih područja i prema uzoru na brojne europske primjere cilj je ovoga projekta da postane kulturna i kreativna identifikacija grada (Golemac 2012).

Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj Grada u sklopu projektnog prijedloga „Stvaranje preduvjeta za održivu podršku razvoju konkurentnosti gospodarstva i za daljini razvoj tehnološke infrastrukture u Sjeverozapadnoj Hrvatskoj" odlučio je istaknuti neiskorištene prostorne potencijale, posebice nasljeđe stare industrije, te je kao zagrebačku komponentu predvidio projekt Zagrebačkog kreativnog klastera Gredelj, u sklopu kojeg se planira sanacija i obnova jednog dijela građevnog fonda kompleksa Gredelj te njegova prenamjena u prostor za rad, umrežavanje i prezentiranje rada profesionalaca čija se produkcija ubraja u kulturne i kreativne industrije. Projekt Zagrebačkog kreativnog klastera Gredelj dio je regionalnog projekta regije Sjeverozapadna Hrvatska odabran od strane Ministarstva regionalnog razvoja i fondova EU za financiranje tehničke pomoći

u pripremi projekta i projektne dokumentacije. Riječ je o zajedničkim projektima u čijoj su pripremi sudjelovali predstavnici regionalnih koordinatora županija Sjeverozapadne Hrvatske: Zagorske razvojne agencije (ZARA), Razvojne agencije Podravine i Prigorja (PORA), Regionalne razvojne agencije Zagrebačke županije (ZACORDA), Regionalne razvojne agencija Međimurje (REDEA) te Ureda za strategijsko planiranje i razvoj Grada Zagreba (Magdić 2015).

Iako je ovaj projekt zapravo idealno zamišljen, do 2021. godine nije se ništa pokrenulo u tome pogledu. Za nadati je se da će u budućnosti taj projekt ipak zaživjeti jer je izvrsno osmišljen i predstavljao bi pravu kreativnu četvrt i oazu za sve umjetnike, kreativce i poslovne ljude, a i samim time izvrsno osmišljenu urbanu regeneraciju prostora u samom središtu Zagreba koja bi itekako doprinijela kulturno-kreativnoj slici naše metropole.

7.2. Grad Osijek – Projekt „Edukativni i informativni turistički centar mladih Stara pekara s Trgom Vatroslava Lisinskog, Tvrđa“

Bivša vojna zgrada pod nazivom Stara Pekara, koju je upotrebljavala austro-ugarska vojska pretvorena je, zahvaljujući urbanoj regeneraciji prostora, u moderan „Edukativni i informativan turistički centar mladih Stara Pekara s Trgom Vatroslava Lisinskog, Tvrđa“. Taj je projekt uključio i rekonstrukciju i revitalizaciju obližnjeg trga Vatroslava Lisinskog. „Partneri Grada Osijeka na ovome su projektu Agencija za obnovu osječke Tvrđe, Turistička zajednica grada Osijeka, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Regionalna razvojna agencija Slavonije i Baranje d.o.o. i Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku. Svaki je partner zadužen za neku od komponenti i određene aktivnosti u projektu sukladno stručnim znanjima i iskustvima. Ukupna je vrijednost projekta 66.054.649.11 kn. Ukupni su prihvatljivi troškovi tog projekta 62.570.187,78 kuna, od kojih će se sredstvima EU sufinancirati iznos od 52.617.194,49 kuna, tj. ukupno 84,09 %“ (Starapekara, n. d.).

Stara Pekara tim se projektom pretvorila u višenamjenski centar u kojem se nalaze sljedeći sadržaji: hostel za mlade, opremanje prostora za zajednički rad tzv. *co-working* prostor koji će djelovati kao „laboratorij“ i ured za upravljanje kulturnim i turističkim inicijativama, konferencijska dvorana, ugostiteljski objekt i sl. Koristi ovoga projekta bit će vidljive i u zapošljavanju. „Cilj je u centru zaposliti 28 osoba kao izravan rezultat projekta. Nadalje, očekuje se dodatnih 13 radnih mjesta u lokalnom turističkom sektoru kao neizravan rezultat učinka projekta. Sve u svemu, očekuje se da će se zahvaljujući novom centru i novom paketu za turiste svake godine ostvariti 10 % više noćenja.“ (Safu, n. d.)

Taj je projekt idealan primjer uspješno provedene urbane regeneracije prostora te predstavlja svojevrsno mjesto okupljanja brojnih udruga, kreativaca i svih onih koji se bave nekim od sektora kulturnih i kreativnih industrija. Nadam se da će takvih projekta

u budućnosti biti i više jer Osijek za to ima mnogo potencijala, mnogo napuštenih dijelova grada koji bi se procesom urbane regeneracije mogli pretvoriti u kulturno-kreativne četvrti, a samim time i grad Osijek u kreativan grad.

8. ZAKLJUČAK

Na temelju svega može se zaključiti da su kulturne i kreativne industrije itekako važni katalizatori i jedan od glavnih i ključnih poticaja urbane regeneracije prostora. Proces urbane regeneracije nije nimalo jednostavan, moraju se zadovoljiti određeni uvjeti kako bi taj proces mogao neometano ići svojim tokom. Pri tome je financijska potpora itekako bitna posebice iz EU fondova. Jedan je od značajnih projekata kojim se potiče urbana regeneracija prostora i projekt Europske prijestolnice kulture u okviru kojeg mnogi gradovi koji dobiju tu prestižnu titulu i financijska sredstva upravo iskoriste za urbanu regeneraciju prostora, što je i predstavljeno na primjeru Pečuha i Zsolnayeve kulturne četvrti. Isto tako i brojni gradovi, koji nisu bili Europske prijestolnice kulture, predstavljaju uspješne primjere urbane regeneracije prostora kao što su Gdanjsk ili Osijek. Zagreb, kao središte s najvećim obuhvatom kulturnih i kreativnih industrija i umjetnika u Republici Hrvatskoj, ima izvrsno osmišljen projekt za Kreativnu četvrt Gredelj, te se vjeruje da će u skoroj budućnosti i taj projekt zaživjeti te našu metropolu staviti na kartu kreativnih gradova s uspješnom i inovativnom regeneracijom prostora. Na temelju svih navedenih primjera, vidljivo je da kulturne i kreativne industrije imaju pozitivne utjecaje na društvo zapošljavanjem velikog broja ljudi, i kreativaca i nekreativaca. Potiče se i regionalni razvoj, što je posebno vidljivo u prenamjenama prostora koji postaju značajna kreativna središta, a ponekad i nezaobilazne kulturno-turističke atrakcije (primjer Zsolnayeve kulturne četvrti). Sve u svemu, mnogo je primjera koji pokazuju da kulturne i kreativne industrije imaju značajan utjecaj na društvo, ekonomski i regionalni razvoj, no ovdje su izdvojeni samo neki koji su se učinili najzanimljivijima. Preporuka za buduća istraživanja jest da se proba fokusirati samo na jednu državu, grad ili regiju kako bi se detaljnije moglo pristupiti analizi urbane regeneracije prostora i njihova utjecaja na ekonomski, društveni i regionalni razvoj.

Literatura

1. Borić Cvenić Marta i Marija Šain. (2020). „Kulturne i kreativne industrije – izazov i/ili budućnost 21. stoljeća". *Suvremena trgovina*, vol 45, br.1, 20–24, ISSN 1330-0180.
2. Borić Cvenić, Marta i Hrvoje Mesić. (2019). „Uloga kreativnih industrija u brendiranju i oblikovanju slike grada". Lingua Montenegrina – časopis za jezikoslovna, književna i kulturna pitanja, god. XII./1, / br. 23, 257–282.

3. Crewe, L., Beaverstock, J. (1998). Fashionning the City: Cultures of Consumption in Contemporary Urban Spaces, u: Geoforum, god. 29, br. 3, str. 287–308.
4. Cvjetičanin, Biserka. (2014). *Kultura u doba mreža:ogledi o kulturnoj politici*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
5. Goldstein, Simona. (2016). *Poduzetništvo u kreativnim industrijama*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
6. Hartly, John. (2007). *Kreativne industrije*. Beograd: Clio.
7. Jukić, Tihomir. (2016). „Urbana regeneracija – posljedica ili preventiva" u: *Strategije urbane regeneracije – zbornik radova*, Zagreb: Hrvatski zavod za prostorni razvoj, str. 50–57, ISBN 978-953-59089-0-6 (tiskano izdanje).
8. Lamza Maronić, Maja, Jerko Glavš i Igor Mavrin. (2015). *Urbani management: Izazovi, upravljački trendovi i regeneracijske prakse za gradove*. Osijek: Ekonomski fakultet.
9. Landry, Charles. (2006). *The art of city-making*; Earthscan, London; ISBN: 978-1- 84407-245-3.
10. Landry, Charles. *London kao kreativni grad* u knjizi Hartly, John. 2007. *Kreativne industrije*. Beograd: Clio.
11. Primorac, Jaka. (2008). Uvjeti *razvoja kulturnih/kreativnih industrija* u Švob-Đokić, Nada; Primorac Jaka; Jurlin Krešimir. *Kultura zaborava – Industrijalizacija kulturnih djelatnosti*, Zagreb: Jesenski i Turk, str. 94–108.
12. Roberts, P. i Sykes, H. (2005). *Urban regeneration: A handbook*; SAGE; ISBN: 0-7619-6716-8.
13. Švob- Đokić, Nada. (2008). Što su kulturne/kreativne industrije u Švob-Đokić, Nada; Primorac Jaka; Jurlin Krešimir. *Kultura zaborava- Industrijalizacija kulturnih djelatnosti*, Zagreb: Jesenski i Turk, str. 55–57.
14. Švob-Đokić, Nada; Primorac Jaka i Jurlin Krešimir. (2008). *Kultura zaborava – Industrijalizacija kulturnih djelatnosti*, Zagreb: Jesenski i Turk.
15. Tomašević, Nives. (2015). *Kreativna industrija i naladništvo*. Zagreb: Naklada Ljevak.

Internetski izvori:

1. *Creative and cultural industries in urban revitalization – A practice based handbook*. 2019. Dostupno na https://publications.iadb.org/publications/english/document/Creative_and_Cultural_Industries_in_Urban_Revitalization_A_Practice_Based_Handbook.pdf, pristupljeno 27. siječnja 2021.
2. *Cultural times – The first global map of cultural and creative industries*. 2015. Dostupno na https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times._the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf, pristupljeno 29. siječnja 2021.
3. *Culture and urban regeneration – The role of cultural activities & creative industries* .2006. https://urbact.eu/sites/default/files/conclusionsuc-english.pdf, pristupljeno 27. siječnja 2021.

4. Eurostat. 2019.*"Culture statistics" – pdf document*. Print: ISBN 978-92-76-09703-7, doi:10.2785/824495 doi:10.2785/118217, PDF: ISBN 978-92-76-09702-0, doi:10.2785/118217 dostupno na https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/10177894/KS-01-19-712-EN-N.pdf/915f828b-daae-1cca-ba54-a87e90d6b68b, pristupljeno 28. siječnja 2021.
5. Golemac, Sandra. 2012. „Projekt Gredelj – novo središte grada vrijedno 16,5 milijuna eura" dostupno na https://www.vecernji.hr/zagreb/projekt-gredelj-novo-srediste-grada-vrijedno-165-milijuna-475321, pristupljeno 30. siječnja 2021.
6. ISBN 978-953-59089-1-3 (e-knjiga PDF) dostupno na: https://mgipu.gov.hr/UserDocsImages/Zavod/Publikacije/SUR_zbornik_e-knjiga.pdf, pristupljeno 24. siječnja 2021.
7. Jukić, Tihomir. 2016. „*Urbana regeneracija – posljedica ili preventiv*a" u Zbornik radova: Strategije urbane regeneracije urednik Ariana Korlaet, 50–57. Zagreb: Hrvatski zavod za prostorni razvoj, dostupno na: https://mgipu.gov.hr/UserDocsImages/Zavod/Publikacije/SUR_zbornik_e-knjiga.pdf, pristupljeno 24. siječnja 2021.
8. Kreativnigradovi.net. 2017. *„Kreativni gradovi: O projektu"* https://kreativnigradovi.net/kreativni-gradovi-hrvatske/, pristupljeno 28. 1. 2021.
9. Magdić, Dijana. 2015. „Kreativni klaster Gredelj – veliki potencijal ili teško izvediv propagandni spam?", 21. travnja 2015., dostupno na http://pogledaj.to/arhitektura/kreativni-klaster-gredelj-veliki-potencijal-ili-tesko-izvediv-propagandni-spam/, pristupljeno 15. siječnja 2021.
10. Panonatours. 2014. „Pečuh – Europska prijestolnica kulture" dostupno na http://www.panonatours.com/hr/tekstovi/destinacije/pecuh-europska-prijestolnica-kulture-50/, pristupljeno 30. siječnja 2021.
11. Perišić Tamara. 2014. *Održiva urbana obnova kreativni gradovi – radni materijal*. Zagreb: Ministarstvo kulture, dostupno na https://mgipu.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Prostorno/URBACT/URBACT_INFODAY_24112014_9.pdf, pristupljeno 24. siječnja 2021.
12. Peterlin, Marko. 2011. Potentials of creative urban regenration.Ljubljana:Institute for spatial policies dostupno na https://rralur.si/wp-content/uploads/2020/03/Potentials_of_creative_urban_regeneration1_0.pdf, pristupljeno 27. siječnja 2021.
13. Regional development agency of the Ljubljana Urban Region.2011.*„Potentials of creative urban regenerations – pdf study"*.Ljubljana:Institute for spatial policies. Dostupno na https://rralur.si/wp-content/uploads/2020/03/Potentials_of_creative_urban_regeneration1_0.pdf, pristupljeno 20. siječnja 2021.
14. Safu. n. d. „Primjeri EU projekata u RH. Operativni program konkurentnost i kohezija. Edukativni i informativni turistički centar mladih Stara Pekara s trgom Vatroslava Lisinskog, Tvrđa. Dostupno na https://www.safu.hr/hr/o-safu/primjeri-eu-projekata-u-rh/operativni-program-konkurentnost-i-kohezija/list/edukativni-i-informativni-turisticki-centar-mladih-stara-pekara-s-trgom-vatroslava-lisinskog-tvrda, pristupljeno 30. siječnja 2021.

15. Sixth Progress Report on Economic and Social Cohesion, 2009., dostupno na https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/reports/cohesion6/6cr_en.pdf, pristupljeno 24. siječnja 2021.
16. Starapekara. n. d. „O projektu Stara Pekara.“ http://starapekara.eu/, pristupljeno 28. siječnja 2021.
17. *Strategije urbane regeneracije-Zbornik radova.* 2016. Zagreb: Hrvatski zavod za prostorni razvoj, dostupno na https://mgipu.gov.hr/UserDocsImages/Zavod/Publikacije/SUR_zbornik_e-knjiga.pdf, pristupljeno 20. siječnja 2021.
18. UNESCO. 2015.*Convention on the protection and promotion of the diversity of cultural expressions*. Paris: UNESCO dostupno na https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/passeport-convention2005-web2.pdf, pristupljeno 29. siječnja 2021.
19. Zagreb. 2021. „Projekt Zagrebački kreativni klaster Gredelj“ dostupno na https://www.zagreb.hr/projekt-zagrebacki-kreativni-klaster-gredelj/45649, pristupljeno 30. siječnja 2021.

THE IMPACT OF CREATIVE INDUSTRIES ON SOCIETY, ECONOMIC AND REGIONAL DEVELOPMENT – COMPARISON OF THE EUROPEAN UNION AND THE REPUBLIC OF CROATIA

Abstract

Creative industries have been proven, for a couple of times, to be extremely successful and resilient to the economic crisis. Certainly, one of the reasons is that they cover a really wide range of sectors from architecture, design to heritage and music and performing arts. The coverage of the sector depends not only from state to state but also from city to city. There are numerous positive effects of the creative industries, but in this paper the emphasis will be on urban regeneration, in example how certain sectors of the creative industries can contribute to the complete revitalization and urban regeneration of space, especially abandoned complexes of factories or buildings, and how this affects regional development. The paper will analyze selected case studies from the European Union and the Republic of Croatia and show how they have contributed to regional development and how this has affected the economic prosperity of the region. The main aim of the paper is to point out the positive effects of the creative industries on society with a special focus on urban regeneration of space. The methodology for writing this paper will be: analysis, synthesis, comparisons, desk research, and analysis of existing documents and policy papers.

Keywords: economic prosperity, European Union and Republic of Croatia, creative industries, regional development, urban regeneration.

Jasmina Božić
Armano Srbljinović
Tijana Trako Poljak

ULOGA LOKALNE SAMOUPRAVE U RAZVOJU ZADRUŽNOG PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ

Sažetak

U ranijim radovima, na osnovu rezultata našeg istraživačkog projekta posvećenog zadružnom poduzetništvu u Hrvatskoj, iscrtali smo vanjske i unutarnje prepreke razvoju zadružnog poduzetništva. U ovom radu, na osnovu rezultata našeg narednog istraživanja, posvećenog ulozi jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave u razvoju zadrugarstva, analiziramo djelovanje kao i mogućnosti lokalne samouprave u nadilaženju ranije specificiranih prepreka razvoju zadruga. Dok na nacionalnoj razini postoje edukativni, stručni i savjetodavni programi, na lokalnoj i područnoj (regionalnoj) razini zadruge su, prema nalazima našeg istraživanja, većinom prepuštene same sebi. Međutim, upravo je to razina na kojoj se može osigurati plasman i otkup zadružnih proizvoda te korištenje usluga zadruga od strane javnih ustanova u nadležnosti jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave (JL(R)S) i trgovačkih društava u vlasništvu JL(R)S-a, a također i potpora u distribuciji zadružnih proizvoda i usluga, izradi prijedloga projekata za lokalne, nacionalne i europske fondove, dijeljenju menadžerskih kapaciteta, unapređivanju promidžbenih mogućnosti itd. Premda inicijativa za razvoj zadružnog poduzetništva u pravilu dolazi „odozdo" – od zadružnih poduzetnika – potrebna je i regulatorna potpora na nacionalnoj razini, kao i s njom koordinirana operativna potpora na razini lokalne samouprave, koja vodi računa o specifičnostima lokalne zajednice.

Ključne riječi: zadruge, Hrvatska, lokalna samouprava, malo i srednje poduzetništvo, kvalitativno istraživanje

1. UVOD

Zadrugarstvo u Hrvatskoj ima dugu povijest. Prve su zadruge osnovane još 1860-ih godina, a 1905. godine počeo je izlaziti *Hrvatski udrugar – list za udrugarstvo i narodno gospodarstvo*, s ciljem da „širi u hrvatskom narodu poznavanje i duh udrugarstva"

(Uredništvo 1905, 1). Tijekom povijesti hrvatske su zadruge prošle više razdoblja uspona i padova (Mataga 2009), a premda se s ostvarenjem državne neovisnosti, početkom 1990-ih, otvorilo mnoštvo mogućnosti razvoja, danas postoji gotovo opći konsenzus da te mogućnosti nisu dovoljno iskorištene (Mataga 2009; Novkovic i Golja 2015; Broz i Švaljek 2019). Godine 2020. u Hrvatskoj je djelovalo 3559 zadruga, od kojih je svega 861 bilo aktivnih (DZS 2020). Nešto stariji podaci iz 2015. godine također svjedoče o fragmentiranosti sektora: s jedne strane, 19 % zadruga ostvarivalo je 96 % ukupnog zadružno-sektorskog prihoda: s druge strane, 67 % zadruga bilo je bez stalno zaposlenih i te su zadruge ostvarivale svega 5 % ukupnog sektorskog prihoda (Božić, Šprajc i Srbljinović 2019).

U svijetu je, pak, interes za zadrugarstvo naročito porastao nakon velike gospodarske krize 2008. godine jer su se zadruge u toj krizi pokazale iznimno otpornima (Birchall i Hammond Ketilson 2009). Zadrugarstvo naročito privlači poduzetnike koji su zainteresirani za održivi razvoj i demokratsko upravljanje poslovnim poduhvatima (Stiglitz 2009; Restakis 2010; Cheney i sur. 2014). Procjenjuje se da zadruge danas zapošljavaju oko 10 % ukupnog broja zaposlenih u svijetu, a 300 najvećih zadruga ostvaruje godišnji promet od preko 2000 milijardi američkih dolara (ICA 2020).

Na Odsjeku za sociologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu provedena su dva znanstvenoistraživačka projekta: „Čimbenici uspješnosti i modeli suradnje zadruga u Hrvatskoj“, od rujna 2017. do ožujka 2018. godine, te „Uloga jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave u razvoju zadrugarstva“, od listopada do prosinca 2018. godine, pod vodstvom Jasmine Božić. Projekti su pružili pregled stanja u hrvatskom zadružnom sektoru, identificirali glavne prepreke snažnijem razvoju toga sektora, te omogućili donošenje preporuka o načinima na koje bi se uočene prepreke mogle svladati.

Premda o hrvatskom zadružnom sektoru postoji već dosta obimna literatura (Cvetko 1908; Puljiz 1992; Mataga 1995, 2005; Borbaš i Mikšić 2003; Petak 2005; Defilippis 2005; Matijašević 2005; Tratnik, Radinović i Žutinić 2007; Babić i Račić 2011; Golja i Novkovic 2014; Novkovic i Golja 2015; Stanojević 2015; Pejnović, Radeljak Kaufmann i Lukić 2016; Vidović i Rakin 2017; Nedanov i Žutinić 2018; Đurkin Badurina i Kljaić Šebrek 2018; Žažar 2020), uključujući i nekoliko sveobuhvatnih pregleda (Mataga 2009, 2014; Pavličević 2010; Broz i Švaljek 2019), u sklopu naših projekata provedeno je prvo sustavno empirijsko kvalitativno istraživanje hrvatskog zadružnog sektora, temeljeno na intervjuiranju sâmih članova i upravitelja zadruga. Na taj je način omogućeno čuti glas sâmih zadrugara, što je u skladu s jednim od temeljnih zadružnih načela – načelom demokratskog upravljanja (ICA 1995; Jussila 2013).

Dosadašnja projektna istraživanja rezultirala su znanstvenim radovima u kojima smo identificirali veći broj vanjskih i unutarnjih prepreka razvoju zadružnog poduzetništva u Hrvatskoj. Od vanjskih prepreka valja naročito istaknuti nedostatnu institucio-

nalnu potporu na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini; neodgovarajuće mehanizme financiranja, među kojima se ističu nepovoljni uvjeti kreditiranja zadruga te manjkavosti regulativnog okvira, u rasponu od suviše učestalih promjena relevantnih zakona, preko nedostataka uočenih u Zakonu o zadrugama kao i u sustavu oporezivanja zadružnog poduzetništva, do problema u vezi s regulacijom postupaka javne nabave (Božić, Šprajc i Srbljinović 2019). Što se, pak, tiče unutarnjih prepreka, uočili smo prepreke koje proizlaze iz tzv. „dvojne naravi" (Draheim 1955) zadruga kao gospodarskih i socijalnih oblika udruživanja; problem tzv. „slobodnog jahanja" (*free riding*) koji se ogleda u činjenici da pojedini zadrugari djeluju kao članovi zadruge samo kad im zadruga treba, a inače postupaju kao samostalni poduzetnici; nedostatak inovativnosti u upravljanju zadrugama; nedostatnu vertikalnu i horizontalnu suradnju među zadrugama[1] te nedovoljno razvijene protokole suradnje i kataloge dobrih praksi (Božić, Srbljinović i Lučan 2020).

U ovom ćemo se radu osvrnuti na ulogu lokalne samouprave u razvoju zadružnog poduzetništva u Hrvatskoj. Najprije ćemo prikazati metode kojima smo se koristili u prikupljanju, obradi, analizi i interpretaciji podataka. Nakon toga ćemo prodiskutirati nekoliko tematskih cjelina koje smo identificirali u iskazima sudionika istraživanja, a koji su povezani s glavnim tematskim sklopom – ulogom lokalne samouprave u razvoju zadružnog poduzetništva: osvrnut ćemo se na razloge relativne zanemarenosti hrvatskog zadružnog sektora; diskutirat ćemo dva glavna smjera razvoja sektora – „odozdo" i „odozgo"; izložit ćemo zapažanja o vrstama zadružnih aktivnosti koje su sudionici istraživanja najčešće navodili kao one u kojima je potrebna pomoć lokalne samouprave; te ćemo razmotriti načine na koje se zadruge uklapaju u modele razvoja zajednice poznate iz literature. Na temelju provedene analize, u zaključnom ćemo dijelu navesti preporuke tijelima lokalne i područne (regionalne) samouprave, kao i sâmim zadrugarima, za koje smatramo da bi mogle unaprijediti sinergijski razvoj zadružnog sektora i lokalnih zajednica u Hrvatskoj.

2. METODE ISTRAŽIVANJA

U sklopu projekta „Čimbenici uspješnosti i modeli suradnje zadruga u Hrvatskoj" provedeno je 49 polustrukturiranih intervjua s upraviteljima ili članovima 45 zadruga

[1] Pod vertikalnom suradnjom podrazumijevamo povezivanje zadruga u veće cjeline, kao što su zadružni savezi, veće zadruge u čijem članstvu mogu biti druge zadruge, europska zadružna društva (*European Cooperative Societies*) kao transnacionalni oblici zadružnog poduzetništva unutar EU-a i sl. Pod horizontalnom suradnjom podrazumijevamo suradnju među zadrugama u okvirima lanaca opskrbe, konzorcijskih i drugih tipova suradnje temeljenih na komplementarnosti. Horizontalna suradnja uglavnom je usredotočena na poslovne aranžmane dok je vertikalna suradnja u pravilu pogodnija za zagovaračke i lobističke aktivnosti, povezivanje s međunarodnim asocijacijama i sl. (Božić, Srbljinović i Lučan 2020).

iz svih povijesnih hrvatskih regija: četiri zadruge iz Slavonije, sedam iz Hrvatskog primorja i Like, devet iz Sjeverozapadne Hrvatske, 19 iz Središnje Hrvatske, te šest zadruga s područja Srednjeg i Južnog Jadrana. S obzirom na područja djelatnosti, uzorkom smo obuhvatili 23 poljoprivredne zadruge, šest socijalnih, dvije zadruge koje su istodobno i poljoprivredne i socijalne, dvije arhitektonske, dvije obrtničke te po jednu studentsku, izdavačku, drvoprerađivačku, stambenu, financijsku, energetsku, ribarsku, i tehnozadrugu, jednu s područja medija te jednu zadrugu za proizvodnju prehrambenih proizvoda. Među navedenim zadrugama, 17 ih je bilo braniteljskih, a većina njih, prema području djelatnosti, pripadala je poljoprivrednim zadrugama.

U okviru projekta „Uloga jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave u razvoju zadrugarstva" provedene su dvije studije slučaja putem 11 polustrukturiranih intervjua s predstavnicima jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, njihovih razvojnih agencija te lokalnih zadruga, iz Međimurske i Sisačko-moslavačke županije. Županije su za studije slučaja odabrane kao predstavnica gospodarski razvijenih županija (Međimurska županija) i predstavnica gospodarski podrazvijenih županija (Sisačko-moslavačka županija).

Pitanja u intervjuima, za oba projekta, obuhvatila su različite aspekte zadružne djelatnosti, kao što su: osnivanje, članstvo, upravljanje, zaposlenici, skupština, podrška iz različitih izvora, uključujući napose tijela lokalne i područne (regionalne) samouprave, suradnja, rješavanje sukoba, aktivnosti, tržišni uspjesi i neuspjesi, regulativni okvir, uvjeti poslovanja u Hrvatskoj, usporedba zadružnog poslovanja s poslovanjem tvrtki, zadružni savezi, održivost, te planovi za budućnost. U drugom su projektu pitanja predstavnicima jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave te njihovih razvojnih agencija, bila usredotočena na odnos tih tijela prema lokalnim zadrugama.

U oba su projekta, za provedbu istraživanja, pribavljene dopusnice Povjerenstva za prosudbu etičnosti istraživanja Odsjeka za sociologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu. Intervjui su prosječno trajali oko 45 minuta. Razgovori su snimani, osim u vrlo malom broju slučajeva u kojima su sugovornici uskratili dozvolu za snimanje i tada su tijekom intervjua vođene bilješke. Snimljeni su intervjui transkribirani. U jednom slučaju, u drugom projektu, intervju je obavljen elektroničkom poštom.

Transkripti intervjua obrađeni su računalnim programom za obradu kvalitativnih podataka MAXQDA 12, te analizirani metodom tematske analize (Guest, MacQueen i Namey 2011). Inicijalni kodovi generirani su međusobnom usporedbom podatkovnih segmenata i združivani u teme. Početno prepoznate teme profinjavane su iterativnim postupkom tijekom kojega je provjeravano podupire li svaku temu dovoljno podataka te jesu li teme međusobno dovoljno distinktivne ili se preklapaju (Braun i Clarke 2006).

3. REZULTATI

U ovom se radu usredotočujemo na tematski sklop povezan s ulogom lokalne samouprave u razvoju zadružnog poduzetništva, u okviru kojega smo identificirali četiri tematske cjeline: (1) razloge zanemarenosti hrvatskog zadružnog sektora, (2) smjerove inicijativa za razvoj i potporu zadrugarstvu – „odozdo" *vs.* „odozgo", (3) zadružne aktivnosti u kojima je potrebna pomoć lokalne samouprave te (4) uklapanje zadruga u modele razvoja zajednice.

Razlozi zanemarenosti hrvatskog zadružnog sektora

Zeuli i Radel (2005) navode kao dva glavna razloga zbog kojih su zadruge često zanemarene u teorijama i praksi lokalnog razvoja nepoznavanje zadružnih organizacijskih načela i strukture te stav da su razlike između načela organizacije zadruga i ostalih poslovnih subjekata naprosto trivijalne. Oba problema prisutna su i u Hrvatskoj. Primjerice, Žažar (2020, 376) primjećuje da „nemali broj poslovnih subjekata uopće nije informiran o potencijalnim prednostima zadružnog organiziranja", što pokazuje i sljedeći primjer:

> E i sad u stvari imamo tu unutra dvadeset i nešto OPG-ova, koji su od prvog dana bili ono „ni čut za zadruge". E a sad kad i to postepeno im objašnjavamo, ja sam tamo potpredsjednik i predsjednica, znači postepeno objašnjavamo te stvari, zadruga bi nam tu puno bolja bila. Sad se recimo počelo mijenjat mišljenje, u samo tri, četiri mjeseca razmaka. Znači da u stvari tu samo postoji veliko neznanje koje su prednosti zadrugarstva. (2:3)[2]

Što se, pak, tiče razlika u organizacijskim načelima između zadruga i drugih poslovnih subjekata, one se često zanemaruju:

> P: Postoji li na razini županije nekakav organizirani, sustavan oblik praćenja i prikupljanja informacija o radu zadruga?
> O: Znači u tom smislu ne. Ne mogu vam reći da ih specijalno na neki način izdvajamo od drugih oblika, organizacijskih oblika koji postoje. Velim, prepoznati su u tom smislu da, da radimo distinkciju, da znamo da malo drugačije funkcioniraju, ali ne u tom smislu da ih izdvajamo u smislu i od nekakvih potpora ili ne znam čega, znači da je striktno to niša nam za razvoj možda. (…) Tako da striktno znači ne, ne u tom smislu da baš ih posebno jel evidentiramo, vodimo, radimo programe za njih, ne, to ne… (2:2)

U praksi, to „ne znači samo da zadružni pravni oblik nije favoriziran u odnosu na druge pravne oblike. Naprotiv, on je diskriminiran budući da su zadruge isključene iz

[2] U nastavku rada, kad god se pozivamo na iskaze sudionika istraživanja, prvi broj u zagradi označava je li riječ o uzorku iz prvog (1) ili drugog (2) projekta. Drugi broj u zagradi označava redni broj sudionika u uzorku iz predmetnog projekta.

kruga korisnika mjera državnih potpora za male i srednje poduzetnike, koje se uglavnom odnose na trgovačka društva i obrte" (Broz i Švaljek 2019, 134).[3]

U hrvatskom kontekstu, već spomenutim problemima možemo dodati i treći – to „što se sam pojam zadruga poistovjećuje s prošlim sustavom te se doživljava kao relikt prošlosti, a ne kao potencijalno uspješan model poslovnog udruživanja" (Broz i Švaljek 2019, 108). Naši su sudionici najčešće navodili upravo taj treći razlog kao ključan:

> O: Ne, ne, nismo baš vezani za neku određenu zadrugu. U principu je u našoj regiji malo... Samo naziv zadruga... nisu baš, ljudi bježe od tog naziva zadruga.
> P: Zanimljivo, zašto?
> O: Pa zbog ono, prijašnjih iskustava, nisu bila baš neka dobra iskustva u... prošlosti (smijeh).
> P: Mislite vezano zbog asocijacija uz socijalizam?
> O: Tako je, tako je, da, da. Još uvijek je, ono, zadrugarstvo...
> P: Prva asocijacija.
> O: Tako je. (2:1)

Premda je u literaturi to već mnogo puta objašnjeno (npr. Mataga 2009), valja još jednom podsjetiti da je takvo gledište pogrešno. Prvo, zadruge su se u Hrvatskoj pojavile gotovo cijelo stoljeće ranije od socijalističkog sustava i uspješno su djelovale, primjerice, još u međuratnom razdoblju. Drugo, zadrugarstvo ni u bivšem sustavu nije uvijek nailazilo na odobravanje i sustavnije se razvijalo zapravo tek od sredine 1970-ih. Treće, mnoge visoko razvijene kapitalističke države, poput skandinavskih zemalja, Španjolske, Francuske, Italije, Kanade, Australije i mnogih drugih, imaju i vrlo razvijene zadružne sektore (npr. Stiglitz 2009; Jussila 2013; Cheney i sur. 2014). Četvrto, zadružna su organizacijska načela tijekom povijesti simpatizirali mislioci vrlo različitih ideoloških orijentacija: od socijalista poput Roberta Owena (Tsuzuki 1992), preko liberala poput Johna Stewarta Milla (Gillig i Légé 2017), do konzervativaca poput Gilberta Keitha Chestertona (Mathews 2015).[4] Sve to znači da vezivanje zadrugarstva uz isključivo socijalističke sustave jednostavno ne stoji.

U našem smo se ranijem radu (Božić, Šprajc i Srbljinović 2019) osvrnuli na još dva razloga slabosti hrvatskog zadružnog sektora. Prvo, Hrvatska je tek relativno nedavno stekla državnu samostalnost te je njezin institucionalni sustav još uvijek nedovoljno razvijen i uhodan. Drugo, stihijska privatizacija pospješila je razvoj klijentelističkih struk-

[3] Iznimku donekle predstavlja program „Razvoj zadružnog poduzetništva" Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta (MINGO 2020), o kojemu će još biti riječi nešto kasnije.

[4] Chesterton sebe, doduše, nije smatrao konzervativcem, no obično ga se svrstava u okvire konzervativne tradicije (Harrison 2017). Chesterton je bio protivnik koncentracije kapitala i zalagao se za tzv. „distributizam" u ekonomskoj sferi, a upravo „[z]adruge su esencijalne za distributistički ideal" (Quinn 1995, 464).

tura tzv. „ortačkog kapitalizma“ (Franičević i Bićanić 2007; Stubbs i Zrinščak 2015; Švarc i Lažnjak 2017; Ivanković 2018; Kotarski i Petak 2019), koje su više zainteresirane za trgovinu utjecajem i ekstrakciju resursa iz velikih poduzeća, pogotovo onih u državnom vlasništvu, nego za malo zadružno poduzetništvo, koje je, k tome, odano načelima zajedničkog vlasništva i demokratskog upravljanja, a koja su sama po sebi suprotstavljena rentijerskim težnjama klijentelističkih struktura.

Smjerovi inicijativa za razvoj i potporu zadrugarstvu – „odozdo“ *vs.* „odozgo“

Razvoj zadruge može biti iniciran (1) „odozdo“ – od grupe ljudi, tj. zadružnih poduzetnika, iz lokalne zajednice u kojoj će zadruga djelovati, (2) „odozgo“ – od nekog agenta iz državne ili lokalne vlasti zainteresiranog za razvoj zadrugarstva u ciljanoj zajednici, primjerice od neke razvojne agencije, ili (3) „periferno“ – od nekog vanjskog agenta koji u ciljanoj zajednici vidi dobru poslovnu priliku (Zeuli i Radel 2005). Najveći potencijal za razvoj zajednice pritom imaju inicijative „odozdo“, zato što u tim slučajevima postoji najveći potencijal za lokalno učenje razvojnog procesa i njegovu kasniju replikaciju po potrebi. Inicijativa „odozgo“ može također pozitivno utjecati na razvoj zajednice ako vanjski agent ne preuzima na sebe sve organizacijske aktivnosti, nego djeluje više kao moderator aktivnosti koje provode, u prvom redu, lokalni akteri. „Periferne“ inicijative imaju, u pravilu, najmanji potencijal za razvoj zajednice, jer se često svode na iskorištavanje lokalnih resursa, bez naročitog obzira prema mogućnostima i potrebama lokalne zajednice (Zeuli i Radel 2005).[5]

Velika većina zadruga obuhvaćenih našim istraživanjem inicirana je „odozdo“. Time je ispunjen prvi preduvjet pozitivnog utjecaja razvoja zadruga na razvoj lokalnih zajednica. Međutim, većina tih inicijativa ostaje relativno izolirana jer nema dovoljno suradnje među zadrugama (zadružno načelo br. 6, ICA 1995), kao ni suradnje između zadruga i lokalne samouprave. Inicijative „odozdo“ najčešće ostaju unutar okvira pojedinih zadruga, nema dovoljno međusobnog umrežavanja te zadružni sektor ostaje fragmentiran i relativno slab (Božić, Srbljinović i Lučan 2020). Primjeri podrške lokalne samouprave postoje, ali je opet češće riječ o pojedinačnim i jednokratnim akcijama, nego o trajnoj, promišljenoj i ciljanoj politici (Božić, Šprajc i Srbljinović 2019).[6] Potpore s nacionalne razine također su nedostatne. Pritom ne podrazumijevamo izravno subvencioniranje pojedinih tipova zadruga, poput recimo braniteljskih, nego više natječaja poput onih Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta za program „Razvoj zadružnog poduzetništva“ (MI-

[5] Ilustrativan primjer periferne razvojne inicijative, ne doduše iz zadružnog sektora, jesu vjetroelektrane u općini Gračac, od kojih lokalna zajednica ubire samo rentu od proizvedenih količina električne energije, i to u iznosu od svega jedne lipe po kilovatsatu (Pušić 2020).

[6] Pojedine jedinice lokalne samouprave, primjerice, pomogle su zadrugama plasirati proizvode putem velikih trgovačkih lanaca (Božić, Šprajc i Srbljinović 2019).

NGO 2020). Natječaje tog tipa trebalo bi proširiti te omogućiti da se njima financiraju još neke važne aktivnosti poput razvoja međuzadružne suradnje, kao i suradnje između zadružnog sektora i akademskih ustanova na zajedničkim istraživačko-razvojnim projektima (Božić, Srbljinović i Lučan 2020). U pozadini poticajnih mjera treba biti uloga državnih tijela i/ili tijela lokalne samouprave kao usmjerivača poticajnih sredstava u one tipove zadružnih aktivnosti koji će najviše pridonijeti lokalnom razvoju, dok neposredna organizacija i provedba tih aktivnosti treba ostati na sâmim zadrugama i njihovim lokalnim suradnicima, u skladu s ranije navedenim načelom o pozitivnom moderatorskom utjecaju „odozgo" na razvoj zajednica.

Na sličnim se načelima temelji i europski pristup „lokalnom razvoju pod vodstvom zajednice" (*Community-Led Local Development* – CLLD), gdje se tzv. „lokalnim akcijskim skupinama" (LAG) nastoji poticati „jačanje kapaciteta lokalnih sudionika za izradu i provedbu operacija uključujući poticanje njihovih sposobnosti upravljanja projektima" (EK 2014, 40).[7] LAG-ovi okupljaju različite dionike: od predstavnika lokalne samouprave, preko gospodarskih subjekata, među kojima su i zadruge, do udruga i drugih predstavnika civilnog sektora. LAG-ovi također uživaju prilično slobodu u preusmjeravanju sredstava koja povuku s nacionalne razine prema lokalnim dionicima, a u skladu s vlastitom lokalnom razvojnom strategijom. Kritičari pristupa, doduše, primjećuju da je upravljanje „odozgo" još uvijek prenaglašeno zbog velike uloge nacionalnih vlada u određivanju pravila za nacionalne programe (Granberg, Andersson i Kovách 2015), te da u praktičnoj provedbi CLLD-programa kratkoročna nastojanja da se iskoristi što više raspoloživih sredstava često imaju prioritet nad dugoročnom vizijom održivog razvoja lokalnih zajednica (Martinos, godina nepoznata). CLLD se u Hrvatskoj provodi dvama programima, od kojih jedan koristi sredstva Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj, a drugi sredstva Europskog fonda za pomorstvo i ribarstvo (LMH, godina nepoznata).[8] U praksi to znači da najviše koristi od CLLD-programa mogu imati ruralne, priobalne i otočne zajednice, a ako se ograničimo na zadružni sektor – poljoprivredne i ribarske zadruge.

U programskom razdoblju 2014. ‑ 2020. u Hrvatskoj su odobrena ukupno 54 LAG-a (LMH 2018), od kojih za 33 na njihovim mrežnim stranicama postoji popis članova.[9] Od ta 33 LAG-a, 18 ih u svom članstvu ima i zadruge i ukupno smo identificirali 43 zadruge koje su članovi nekog od LAG-ova. S obzirom na ukupan broj zadruga u Hrvatskoj, to

[7] CLLD predstavlja proširenje otprije postojećeg LEADER-pristupa.

[8] Inače je u okviru CLLD-a zemljama-članicama dopuštena upotreba sredstava još i iz Europskog fonda za regionalni razvoj te Europskog socijalnog fonda (Budzich-Tabor 2015).

[9] Snažno bismo preporučili svim LAG-ovima da objave popise svojih članova. Osim veće transparentnosti, to bi također pridonijelo promidžbi članova.

nije mnogo, a rezultati našeg istraživanja također pokazuju da suradnja hrvatskih zadruga s LAG-ovima nije dovoljno razvijena. Vrlo je mali broj zadrugara koji su u intervjuima uopće spomenuli LAG-ove, a još manji broj onih koji su naveli primjere uspješne suradnje:

> Mi smo osnivači LAG-a, lokalne akcijske grupe koja je u biti europska mreža u Hrvatskoj gdje razvijamo ruralni razvoj i napravili smo sad lokalnu razvojnu strategiju našega LAG-a (…). Tako imate u cijeloj Hrvatskoj 60-ak LAG-ova koji razvijaju lokalnu priču. To je prvi put da se nešto u Hrvatskoj ujedinjuje. Jer to je europska direktiva. I mi dobivamo novce iz EU i mi… Ja sam dopredsjednik LAG-a i voditelj LAG-a. Mi sada raspisujemo na našem lokalnom području 5 milijuna kuna sredstava za poljoprivrednike na našem području. A osim toga, mi kao zadruga, kao LAG i kao udruga… imamo Centar za lokalni razvoj gdje smo ujedinili 70-ak zadruga, udruga, OPG-ova, branitelja, inženjera, svih koji tu žele raditi i pridonositi. I mi smo kroz tu priču napravili dosta tih projekata. I sad mi razvijamo edukaciju da ljudi znaju šta su to EU fondovi (…). Na lokalnom području vi nemate subjekt koji može nešto podignuti ljudima. Zadruga je idealna priča u našem primjeru (…). Imamo zadrugu, imamo udrugu koja je Centar za ruralni razvoj. To je, rekao sam, udruživanje raznih ljudi. I treća nam je stvar LAG kao institucija koja postoji u cijeloj Hrvatskoj, na ruralnom području. Ako mi tu sinergiju ne postignemo, a uz promjenu zakonodavnog okvira, ovoj Hrvatskoj se dobro ne piše (1:7).

Takvi su primjeri sudjelovanja zadruga u razgranatim multisektorskim suradničkim mrežama za sada relativno usamljeni i češće su rezultat pojedinačnih napora, nego dugoročnih i promišljenih lokalnih razvojnih politika.

Na nacionalnoj razini treba spomenuti i „Program ulaganja u zajednicu" Ministarstva regionalnog razvoja i fondova EU-a (MRRFEU 2020). Premda naziv tog programa daje naslutiti da je riječ o sveobuhvatnim potporama razvoju lokalnih zajednica, programom se zapravo financiraju samo infrastrukturna ulaganja, a u praksi se velika većina sredstava dodjeljuje za izgradnju, obnovu i rekonstrukciju sakralnih objekata (Dimitrijević 2020a, 2020b). Premda zadovoljavanje vjerskih potreba građana predstavlja jednu od potreba lokalnih zajednica, „ulaganja u zajednicu" ne mogu se svesti na gotovo isključivo građevinske projekte uređenja prostora za zadovoljavanje vjerskih potreba. Stoga je nužna rekonceptualizacija tog programa kojom bi se omogućilo financiranje šireg spektra razvojnih ulaganja u zajednicu, uključujući i projekte sa sudionicima iz zadružnog sektora.

Zadružne aktivnosti u kojima je potrebna pomoć lokalne samouprave

Hrvatsko je tržište relativno maleno, što znači da su pozitivni učinci tzv. „ekonomije razmjera", tj. smanjenja troškova s povećanjem obujma proizvodnje, vrlo ograničeni. U takvim je uvjetima zadružnom sektoru, u pravilu, potrebna šira institucionalna podrška

(Bijman 2018). S obzirom na to da su i teritorijalno, i organizacijski, i psihološki, građanima najbliži dijelovi javne administracije, respektivnim redoslijedom, mjesna, lokalna i područna (regionalna) samouprava (Rešetar 2012), logično je očekivati da i zadrugari podršku najprije zatraže na tim razinama. Međutim, prema nalazima našeg istraživanja, upravo na tim razinama hrvatske su zadruge većinom prepuštene same sebi.

Naši su sudionici kazivali da im je veća podrška lokalne samouprave napose potrebna u područjima (1) distribucije i prodaje zadružnih proizvoda, (2) korištenja usluga zadruga od strane javnih ustanova i/ili poduzeća pod ingerencijom jedinica lokalne samouprave, (3) izrade natječajnih prijava i (4) marketinga.

Distribucija i prodaja zadružnih proizvoda. Iz iskaza zadrugara poljoprivrednih zadruga proizlazi da oni smatraju da bi se u kriterije odabira ponuda u postupcima javne nabave trebali uključiti kriteriji koji uzimaju u obzir kvalitetu te podrijetlo poljoprivrednih proizvoda, misleći pri tome na proizvode njihovih zadruga, a osobito to očekuju od jedinica lokalne samouprave kada one djeluju kao naručitelji. Očito je da zadrugari smatraju da bi natječajne propozicije u postupcima javne nabave – osobito onima koje provode lokalne vlasti ili odgovarajuće javne ustanove – trebale biti postavljene tako da pruže veću prigodu zadrugama kako bi osvojile ugovore s lokalnim vlastima, odnosno javnim ustanovama koje djeluju na lokalnom području.

Valja, međutim, primijetiti da je od 2017. godine na snazi Zakon o javnoj nabavi, koji predviđa (čl. 283) korištenje kriterija ekonomski najpovoljnije ponude. Odredba čl. 284, st. 7. Zakona izravno se odnosi na kriterije prema kojima se odabire ekonomski najpovoljnija ponuda kada su predmet nabave poljoprivredno-prehrambeni proizvodi i hrana. Iz spomenute odredbe proizlazi obveza svih naručitelja, pa i jedinica lokalne samouprave, da među kriterije za odabir najpovoljnije ponude uključe kriterije koji otvaraju mogućnosti za veću konkurentnost domaćih proizvođača hrane i poljoprivrednih proizvoda, kao što su kriteriji „kojima se vrednuju proizvodi koji su proizvedeni u sustavima kvalitete poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (sezonski, ekološki, integrirani proizvodi i dr.), hrana proizvedena po standardima kvalitete za hranu utvrđenim u nacionalnim propisima o poljoprivredi i hrani, te hrana koja je održivo proizvedena i prerađena, čime je stvorena hrana više vrijednosti u pogledu veće svježine ili nižeg opterećenja okoliša (kraćeg prijevoza, manje transporta, manje opterećena materijalima za pakiranje te u pakiranjima koja su izrađena od okolišu prihvatljivih i/ili recikliranih materijala i dr.)“ (Narodne novine 2016). To je ujedno i velika prigoda za intenzivnije te uspješnije uključivanje ponajprije poljoprivrednih, ali i drugih zadruga u postupke javne nabave.

U primjeni zakonodavstva, pa tako i zakonodavstva o javnoj nabavi, osobito je važno da se nositelji svih tangiranih interesa u što većoj mjeri aktiviraju radi zakonite primjene relevantnih odredbi. Izdavanje natječajnih propozicija (Dokumentacija o nabavi) u po-

stupku nabave hrane i poljoprivredno-prehrambenih proizvoda koje ne sadrže kriterije iz čl. 284, st. 7. Zakona o javnoj nabavi, ili usporedive kriterije, svakako jest opravdani razlog za žalbu. Međutim, ako na vrijeme ne uloži žalbu te tako pokuša utjecati na kriterije temeljem kojih se donosi odluka u konkretnom postupku javne nabave, zadruga teško može računati na uspjeh u istom postupku. U tom smislu rimska maksima *Vigilantibus jura (scriptasunt)!* (Prava treba priznati budnima!) najbolje opisuje normativnu situaciju u kojoj se nalaze zadruge zainteresirane za primjenu citirane odredbe Zakona o javnoj nabavi. Svakako bi suradnja s nadležnim tijelima državne uprave, kao što je Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, kao i drugim zainteresiranim subjektima mogla poboljšati poznavanje te primjenu propisa o javnoj nabavi pa, shodno tome, i pravnu poziciju zadruga u postupcima javne nabave.

Što se tiče pomoći jedinica lokalne i regionalne samouprave u distribuciji zadružnih proizvoda, naišli smo na primjer dobre prakse u Virovitičko-podravskoj županiji, koja je pomogla jednoj zadruzi uspostaviti kontakt, a onda i poslovnu suradnju, s jednim velikim hrvatskim trgovačkim lancem, tako da su se proizvodi te zadruge naposljetku našli na policama njihovih trgovina diljem Hrvatske.

Korištenje uslugama zadruga od strane javnih ustanova i/ili poduzeća pod ingerencijom jedinica lokalne samouprave. Zadruge bi, primjerice, mogle obavljati dio komunalnih djelatnosti za jedinice lokalne samouprave. Doista, jedna je zadruga bila ugovorila provedbu usluga čišćenja snijega za jedinicu lokalne samouprave, no ugovor nije dugo potrajao:

> Kažem, to nešto malo uslužnih djelatnosti što napravimo, kupili smo profesionalnu ralicu za čistiti snijeg, dvije godine čistio sam općinske ceste. Kasnije je Komunalno poduzeće kupilo samo strojeve, oni sad sami čiste (1:2).

Zanimljiv je i slučaj socijalne zadruge „Humana nova" iz Čakovca, koja se bavi skupljanjem i reciklažom otpadnog tekstila, a omogućeno joj je skupljati samo tekstil koji ne prikupe komunalne službe. Nasuprot takvoj praksi, u Belgiji je, na primjer, uobičajeno da lokalne vlasti ugovaraju skupljanje otpada s lokalnim poduzetnicima, među kojima socijalna poduzeća uživaju prednost (Posavec 2018, 232–33).

U svakom slučaju, u Hrvatskoj postoji još mnogo prostora za povećanje obima u kojemu se javne ustanove i/ili poduzeća pod ingerencijom jedinica lokalne samouprave koriste uslugama zadruga.

Izrada natječajnih prijava. Više je zadrugara istaknulo potrebu za pomoći pri izradi natječajnih prijava. Naime, zbog zauzetosti aktivnostima u okvirima vlastite primarne djelatnosti, kao i nedovoljne informiranosti, mnoge zadruge jednostavno ne uspijevaju pratiti natječaje na koje bi se mogle prijaviti, a mnogi zadrugari osjećaju da im nedostaje iskustva u izradi natječajnih prijava.

Jedan je sudionik istraživanja iznio zanimljiv prijedlog:

> … da se kod nas formira jedan odjel koji bi pružao usluge izrade elaborata za aplikacije na natječaje za sredstva Europske unije (…) i onda oni, naprave prijavu za ta sredstva, i kada se nešto odobri, za njihove plaće se izdvaja taj dio. I vi stalno idete dalje. I ostali ste u tom svome. Shvaćam da ne možete unutar Ministarstva imati sektor koji će se baviti tim, za novce, jer je ono u Ministarstvu, ali to ništa ne sprječava da se oformi, da li kroz neku zadrugu ili kroz neki d.o.o., ili ne znam, da odškolujete ljude i to napravite. I srezali ste si troškove, nastupili ste s 10 projekata, a ne s jednim. Šanse da prođete su dva, a ne nula. I tu ima strašno velikih mogućnosti, ako vi hoćete raditi, ima mogućnosti do besvijesti (1:12).

Kao što naš sugovornik i sâm primjećuje, zamisao najvjerojatnije ne bi bilo moguće realizirati na razini ministarstva, ali bi vrijedilo razmisliti o mogućnostima njezine realizacije putem nekog organizacijskog oblika koji bi se moglo uspostaviti uz pomoć lokalne samouprave.

Valja istaknuti da pojedine jedinice regionalne samouprave pružaju određene oblike podrške zadrugama pri izradi natječajnih prijava, kao što pokazuje sljedeći primjer iz jedne razvojne agencije:

> ... poduzetnik sam priprema nekakvu projektnu prijavu, mi tu služimo kao *support* i to je sve besplatno. Znači mogu doći kod nas, mi možemo pogledati prijavu, komentirati, dati sugestije na koje načine bi trebalo eventualno poboljšati prijavu (2:1).

Međutim, iz našeg istraživanja proizlazi da mnoge zadruge još nisu razvile sposobnosti izrade natječajnih prijava, te su im potrebni snažniji oblici podrške, koji prelaze okvire „prijateljskih recenzija" natječajnih prijava.

Marketing. Prilike za pomoć jedinica lokalne samouprave postoje i na području marketinga. Naišli smo na zanimljiv primjer inicijative koja je potekla „odozdo", tj. iz zadruge, naišla na razumijevanje tijela lokalne samouprave, te završila *win-win* aranžmanom, pri kojemu je zadruga dobila priliku za promociju svojih proizvoda, a jedinice lokalne samouprave priliku za obogaćivanje ponude u vrijeme turističke sezone:

> …mi smo dali u startu pismenu obavijest svim lokalnim jedinicama samouprave, od općina do gradova i turističkih zajednica da postojimo. Dali smo jednu specifikaciju slikovni i CD smo izradili, sve smo to slali na njihove adrese, preko 200 takvih pošiljki sam ja poslao po cijeloj Hrvatskoj. Dobro, neki nisu odgovorili, a neki su odmah u roku od mjesec dana slali nam pozivnice da imamo besplatan štand, ne znam u Dubrovniku, u Cavtatu, u Splitu, Baškoj Vodi, Trogiru i tako dalje, da dođemo tamo nastupit. Naši su bili troškovi puta, a sve ostalo smo dobili od lokalne samouprave što se tiče prodaje, znači štand nismo morali plaćat samo da izložimo te slavonske proizvode (1:11).

Uklapanje zadruga u modele razvoja zajednice

Zeuli i Radel (2005) razlikuju tri modela razvoja zajednice: samopomoć (*self-help*), model temeljen na resursima (*asset-based*) i samorazvoj (*self-development*). U svaki od tih modela uklapa se i odgovarajući model razvoja zadrugarstva. Model samopomoći usredotočen je na članove zajednice i njihove potrebe, koje postaju osnova razvoja (Birchall 2003). U svijetu zadruga model samopomoći otjelovljuju stambene zadruge, u kojima jedna od temeljnih ljudskih potreba – potreba za stanom – postaje temelj razvoja zadruge, a zadružna stanogradnja doprinosi razvoju materijalnog, ljudskog i raznog drugog kapitala lokalne zajednice (Zeuli i Radel 2005). Model samopomoći također se nalazi u pozadini velikih zadružnih sustava, poput španjolskog Mondragona, izraelskih kibuca, velikih kanadskih zadruga u regiji Evangeline i u Chéticampu, talijanskih zadruga u regiji Emilia Romagna i mnogih drugih (Zeuli i Radel 2005). Jedna od najvećih hrvatskih zadruga – Zadruga za etično financiranje – pokrenuta je radi osnivanja etične banke, a iz potrebe da zadrugarima omogući povoljnije kreditiranje poslovnih poduhvata.

Model temeljen na resursima usredotočen je na neki lokalni resurs, bilo materijalan – primjerice, kvalitetnu lokalnu sortu voća ili povrća – ili nematerijalan – primjerice, lokalni tradicijski obrt – koji postaje okosnica razvoja. U idealnom slučaju, iskorištavanje tog resursa omogućuje izgradnju novih resursa – materijalnog, društvenog i financijskog kapitala koji doprinose daljnjem razvoju zajednice. Mnoštvo hrvatskih zadruga oslanja se na lokalne resurse: od ribarskih zadruga, preko pčelara, maslinara, voćara i vinogradara, do zadruga koje se bave uzgojem, primjerice, ličkog krumpira:

> Lički krumpir, ako bismo se baš držali pravila da se ne stavljaju umjetna gnojiva, ne može se očekivati velik prinos, ali se može, svakako je zdraviji. Zahtjevan je, naši stari didovi, roditelji, tretirali su ga samo stajskim gnojivom. Tu ima malo posla i oko okapanja, da ne zaraste, ali ništa od toga nije problem, sad ima strojeva koji to mogu obrađivati, da se ne morate slomiti s tim (1:2).

Nažalost, većina takvih zadruga ne uspijeva se proširiti do te razine da postanu motori razvoja zajednice. Izraz kojim zadrugari često opisuju vlastite poslovne rezultate jest „preživljavanje“:

> P: Što biste vi rekli da je najuspješniji aspekt, po vašem mišljenju?
> O: Pa, baš gradnja internog kapaciteta, znači ne ono, poslovni uspjeh, ne bi ovo zvao poslovnim uspjehom – preživljavanjem (1:37).

Model samorazvoja usredotočen je na što sveobuhvatniju aktivaciju lokalnih resursa radi samoodrživog razvoja lokalne zajednice.[10] Takav je model najčešći u udaljenim,

[10] Modelu samorazvoja vrlo su slični koncepti endogenog, odnosno neoendogenog ruralnog razvoja (Ray 2006; Bokan i Obad 2018; Gkartzios i Lowe 2019; De Rubertis 2020). Pritom zagovornici neoendogenog koncepta uo-

izoliranim, zabačenim područjima, u koja velike kompanije često nemaju ekonomske računice ulagati pa je zajednica prisiljena aktivirati vlastite resurse. Primjerice, upravo su lokalni zadrugari doveli električnu struju i telefonske linije u neke zabačene i rijetko naseljene dijelove SAD-a, u koje veliki nacionalni pružatelji usluga nisu imali interesa ulagati (Zeuli i Radel 2005). Model samorazvoja također postaje sve popularniji s razvojem ekološke svijesti i gubljenjem iluzija o neograničenom rastu, pri čemu se samoodrživi lokalni razvoj javlja kao privlačna alternativa. Konačno, model samorazvoja postaje aktualan u kriznim razdobljima, poput pandemije virusa SARS-CoV-2, kada dolazi do poremećaja u globalnim lancima opskrbe te se aktualizira pitanje samoodrživosti oslanjanjem na vlastite resurse. Primjer samorazvojno orijentirane hrvatske zadruge predstavlja Zelena energetska zadruga koja implementira lokalno održiva rješenja za razvoj obnovljivih izvora energije.

Kao što smo već spomenuli, većina hrvatskih zadruga, pogotovo onih poljoprivrednih, snažno je orijentirana na lokalne resurse, no samo je mali broj onih koje uspijevaju nadići puko iskorištavanje prirodnih resursa i okrenuti se istinski samoodrživom razvoju. Jedna od temeljnih zamisli CLLD-pristupa jest upravo ta da bi kratkoročna samopomoć, s osloncem na lokalne resurse, aktivacijom svih lokalnih potencijala putem LAG-ova, vodila lokalne zajednice prema samoodrživom razvoju. Barem deklarativno, ta zamisao predstavlja i vodilju mnogih lokalnih razvojnih strategija LAG-ova. Preostaje raditi na tome da se ta vizija ostvari i u praksi, a u tom smjeru potrebna je još snažnija inicijativa i zadruga, i LAG-ova, i jedinica lokalne samouprave, kako bi se više hrvatskih zadruga uključilo u rad LAG-ova.

Već smo također primijetili da je CLLD-pristup u prvom redu, barem u Hrvatskoj, usmjeren prema razvoju ruralnih, priobalnih i otočnih zajednica, pa od njega najviše potencijalnih koristi mogu ostvariti poljoprivredne i ribarske zadruge. Međutim, u hrvatskim urbanim središtima postoji još mnoštvo zadruga – od arhitektonskih i energetskih, preko stambenih i socijalnih, izdavačkih i medijskih, do financijskih i tehnozadruga – čiji potencijal za razvoj lokalnih urbanih zajednica nije dovoljno iskorišten. Za razliku od poljoprivrednih, ribarskih i njima srodnih zadruga, ove urbane zadruge ne mogu svoj doprinos zajednici pružiti putem LAG-ova, nego umrežavanjem u potpori strategijama razvoja urbanih područja. Premda su, „u metodološkom smislu, sličnosti u strukturi i sadržaju strategija razvoja urbanih područja te strategija razvoja LAG-ova velike“ (Sumpor i Đokić 2017, 122), autorima ovog teksta nisu poznati oblici iniciranja partnerstva među dionicima lokalnog razvoja urbanih područja koji bi odgovarali LAG-ovima u ruralnim područjima.

čavaju da potpuna endogenost razvoja nije realna te se usredotočuju i na dinamiku interakcija lokalne zajednice sa širom okolinom (Gkartzios i Lowe 2019).

4. ZAKLJUČCI

Prirodno je na kraju zapitati se koje se preporuke na temelju rezultata ovog rada mogu uputiti relevantnim dionicima. Što se tiče jedinica lokalne samouprave, njihova bi tijela trebala sustavnije prikupljati informacije i pratiti aktivnosti zadruga na svom području. Jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave također bi trebale javnim politikama poticati javne ustanove i/ili poduzeća u svojoj nadležnosti da se za svoje potrebe, barem u određenom udjelu, opskrbljuju od lokalnih zadruga. Dio komunalnih usluga u jedinicama lokalne samouprave mogao bi se prepustiti zainteresiranim lokalnim zadrugama. Jedinice lokalne samouprave mogle bi, također, pomoći zadrugama na područjima izrade natječajnih prijava i marketinga.

Što se tiče zadruga samih, potrebna je njihova veća agilnost u praćenju postupaka javne nabave, kako bi mogle na vrijeme udovoljiti zahtjevima natječaja ili, pak, ulagati žalbe u slučajevima kad natječajne propozicije u postupcima nabave ne sadrže kriterije iz čl. 284, st. 7. Zakona o javnoj nabavi. Veća agilnost zadruga potrebna je i u njihovu uključivanju u LAG-ove, kojima bi zadruge mogle pružati još veći doprinos lokalnom razvoju, a povezivanjem i suradnjom s ostalim članovima LAG-ova ujedno osnaživati vlastite potencijale.

I zadruge i jedinice lokalne samouprave trebale bi poticati razvojne trajektorije u smjeru od modela temeljenog na resursima i/ili samopomoći prema samorazvoju. Zajedničkim snagama trebali bi tražiti više natječaja na nacionalnoj razini, specifično ciljanih prema zadrugama, te razvoju lokalnih zajednica. Naposljetku, ali ne manje važno, i zadruge i jedinice lokalne samouprave trebale bi jačati suradnju na istraživačko-razvojnim projektima s akademskim ustanovama.

Zahvala

Zahvaljujući sredstvima Sveučilišta u Zagrebu, dodijeljenima putem Filozofskog fakulteta, financirani su priprema istraživanja, prikupljanje, obrada, analiza i interpretacija podataka u sklopu projekata „Čimbenici uspješnosti i modeli suradnje zadruga u Hrvatskoj“, te „Uloga jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave u razvoju zadrugarstva“. Kolegi i članu istraživačkog tima Ivanu Šprajcu zahvalni smo na pravnom tumačenju u radu citiranih odredbi Zakona o javnoj nabavi. Zahvalnost upućujemo profesorima, diplomantima i studentima Odsjeka za sociologiju koji su provodili intervjue sa zadružnim poduzetnicima: Davorki Matić, Antonu Vukeliću, Ivi Mariji Ilić, Krešimiru Žažaru i Karlu Kariji, te osobito studentima kolegija Civilno društvo u Hrvatskoj (ak. god. 2017./2018.).

Literatura

1. Babić, Zdenko i Domagoj Račić. 2011. „Zadrugarstvo u Hrvatskoj: trendovi, pokazatelji i perspektiva u europskom kontekstu." *Sociologija i prostor* 49, br. 3 (191): 287–311. https://doi.org/10.5673/sip.49.3.2.
2. Bijman, Jos. 2018. "Exploring the Sustainability of the Cooperative Model in Dairy: The Case of the Netherlands." *Sustainability* 10, br. 7: članak 2498. https://doi.org/10.3390/su10072498.
3. Birchall, Johnston. 2003. *Rediscovering the Cooperative Advantage: Poverty Reduction through Self-Help*. Geneva: International Labour Organization. http://base.socioeco.org/docs/jb1.pdf.
4. Birchall, Johnston i Lou Hammond Ketilson. 2009. *Resilience of the Cooperative Business Model in Times of Crisis*. Geneva: International Labour Organization. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_108416.pdf.
5. Bokan, Nataša i Orlanda Obad. 2018. „Nevidljivi Dubrovnik – Istraživanje razvojnih perspektiva u ruralnoj lokalnoj zajednici." *Etnološka tribina* 48, br. 41: 213–37. https://doi.org/10.15378/1848-9540.2018.41.08.
6. Borbaš, Tatjana i Marina Mikšić. 2003. *Poljoprivredne marketinške zadruge*. Zagreb: Hrvatski zavod za poljoprivrednu savjetodavnu službu. https://www.savjetodavna.hr/wp-content/uploads/publikacije/poljoprivredne_marketinske_zadruge_-_slozeno.pdf.
7. Božić, Jasmina, Ivan Šprajc i Armano Srbljinović. 2019. „Croatian Co-operatives' Story of Revival: Overcoming External Obstacles." *Journal of Co-operative Organization and Management* 7, br. 2: članak 100090. https://doi.org/10.1016/j.jcom.2019.100090.
8. Božić, Jasmina, Armano Srbljinović i Lucija Lučan. 2020. „Croatian Co-operatives' Story of Revival: Overcoming Internal Obstacles." *Socijalna ekologija* 29, br. 3: 335–61. https://doi.org/10.17234/SocEkol.29.3.1.
9. Braun, Virginia i Victoria Clarke. 2006. „Using Thematic Analysis in Psychology." *Qualitative Research in Psychology* 3, br. 2: 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa.
10. Broz, Tanja i Sandra Švaljek. 2019. „Mikrokozmos zadružnog gospodarstva: gdje i kako posluju hrvatske zadruge?" *Sociologija i prostor* 57, br. 2 (214): 107–38. https://doi.org/10.5673/sip.57.2.1.
11. Budzich-Tabor, Urszula. 2015. „Community-Led Local Development: How are EU Member States Planning to Use It?" LDnet publication. https://ldnet.eu/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/Lead_Story_CLLD-overview-for-LDnet_UBT_v3_10.pdf.
12. Cheney, George, Iñaki Santa Cruz, Ana Maria Peredo i Elías Nazareno. 2014. „Worker Cooperatives as an Organizational Alternative: Challenges, Achievements and Promise in Business Governance and Ownership." *Organization* 21, br. 5: 591–603. https://doi.org/10.1177/1350508414539784.
13. Cvetko, Josip. 1908. *Što je Hrvatska seljačka zadruga i kako se osniva.* Zagreb: Tisak Dioničke tiskare.

14. Defilippis, Josip. 2005. „Razvoj obiteljskih gospodarstava Hrvatske i zadrugarstvo." *Sociologija sela* 43, br. 1 (167): 43–59.
15. De Rubertis, Stefano. 2020. „Foreword." U *Neoendogenous Development in European Rural Areas: Results and Lessons*, uredili Eugenio Cejudo i Francisco Navarro, *v-x*. Cham: Springer.
16. Draheim, Georg. 1955. *Die Genossenschaft als Unternehmungstyp*, 2. izdanje. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
17. DZS. 2020. „Broj i struktura poslovnih subjekata u rujnu 2020." Priopćenje, 57(11.1.1/3). https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/11-01-01_03_2020.htm.
18. Đurkin Badurina, Jelena i Jelena Kljaić Šebrek. 2018. „Zadruge kao organizacijski oblici za održivi razvoj turizma u ruralnim područjima." *Notitia – časopis za ekonomske, poslovne i društvene teme* 4, br. 1: 29–38. https://doi.org/10.32676/n.4.4.
19. EK. 2014. *Smjernice za lokalni razvoj pod vodstvom zajednice namijenjene lokalnim sudionicima*. Bruxelles: Europska komisija. https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/2014/guidance_clld_local_actors_hr.pdf.
20. Franičević, Vojmir i Ivo Bićanić. 2007. „EU Accession and Croatia's Two Economic Goals: Modern Economic Growth and Modern Regulated Capitalism." *Southeast European and Black Sea Studies* 7, br. 4: 637–63. https://doi.org/10.1080/14683850701726104.
21. Gillig, Philippe i Philippe Légé. 2017. „J. S. Mill on Cooperatives: From Mistrust to Praise – The Constitution of a Liberal Thought in the First Half of the 19th Century." *Cahiers d'économie Politique/Papers in Political Economy* 73, br. 2: 197–221.
22. Gkartzios, Menelaos i Philip Lowe. 2019. „Revisiting Neo-Endogenous Rural Development." U *The Routledge Companion to Rural Planning*, uredili Mark Scott, Nick Gallent i Menelaos Gkartzios, 159–69. Abingdon: Routledge.
23. Golja, Tea i Sonja Novkovic. 2014. „Determinants of Cooperative Development in Croatia." U *Cooperatives' Power of Innovation: Texts Selected from the International Call for Papers*, uredili Lou Hammond Ketilson i Marie-Paule Robichaud Villettaz, 15–26. Lévis: International Summit of Cooperatives.
24. Granberg, Leo, Kjell Andersson i Imre Kovách. 2015. „Introduction: LEADER as an Experiment in Grass-Roots Democracy." U *Evaluating the European Approach to Rural Development: Grass-Roots Experiences of the LEADER Programme*, uredili Lou Granberg, Kjell Andersson i Imre Kovách, 1–12. Farnham: Ashgate.
25. Guest, Greg, Kathleen M. MacQueen, K. M. i Emily E. Namey. 2011. *Applied Thematic Analysis*. Thousand Oaks: SAGE.
26. Harrison, Jack. 2017. „G. K. Chesterton: A Politics of Virtue." *Medium*, 2. kolovoza 2017. https://medium.com/s/conservative-roots/g-k-chesterton-a-politics-of-virtue-f93f7ddc2a89.
27. ICA. 1995. „International Cooperative Alliance Statement on the Cooperative Identity, Values & Principles." https://www.ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity.

28. ICA. 2020. „International Cooperative Alliance – Facts and Figures.“ https://www.ica.coop/en/cooperatives/facts-and-figures.
29. Ivanković, Željko. 2018. *Slučaj Agrokor: Privatizacija i crony kapitalizam*. Zagreb: Jesenski i Turk.
30. Jussila, Iiro. 2013. „Inaugural Editorial.“ *Journal of Co-operative Organization and Management* 1, br. 1: 1–5. https://doi.org/10.1016/j.jcom.2012.11.001.
31. Kotarski, Kristijan i Zdravko Petak. 2019. „Croatia's Post-Communist Transition Experience: The Paradox of Initial Advantage Turning into a Middle-Income Trap.“ U *Policy-Making at the European Periphery: The Case of Croatia*, uredili Zdravko Petak i Kristijan Kotarski, 1–25. Cham: Palgrave Macmillan.
32. LMH. Godina nepoznata. „CLLD (Community Led Local Development).“ Ozalj: LEADER mreža Hrvatske. http://www.lmh.hr/leader-clld/clld.
33. LMH. 2018. *Katalog LAG-ova – odobrene lokalne akcijske grupe (LAG-ovi) u Republici Hrvatskoj*. Ozalj: LEADER mreža Hrvatske. http://www.lmh.hr/images/lhm_katalog_v8b-min.pdf.
34. Martinos, Haris. Godina nepoznata. „Community-Led Local Development: Challenges and opportunities.“ RSA Blog. Falmer Brighton: Regional Studies Association. https://www.regionalstudies.org/news/community-led-local-development-challenges-and-opportunities/.
35. Mataga, Željko. 1995. *Seljak i zadruga*. Bjelovar: Prosvjeta.
36. Mataga, Željko. 2005. „Poljoprivredno zadrugarstvo u Hrvatskoj: razvoj i temeljni problemi.“ *Sociologija sela* 43, br. 1 (167): 17–42.
37. Mataga, Željko. 2009. *Etičke vrijednosti i gospodarski značaj zadrugarstva*. Zagreb: Vlastita naklada.
38. Mataga, Željko, ur. 2014. *150 godina poljoprivrednog zadrugarstva Hrvatske (1864.–2014.)*. Zagreb: Hrvatski poljoprivredni zadružni savez.
39. Mathews, Race. 1995. „Distributism & Mutualism: The Convergence.“ U *The Hound of Distributism: A Solution for Our Social and Economic Crisis*, uredio Richard Aleman, 143–52. Charlotte: The American Chesterton Society Books.
40. Matijašević, Anton. 2005. „Zadružno zakonodavstvo u Hrvatskoj: razvoj i problemi legislative poljoprivrednog zadrugarstva.“ *Sociologija sela* 43, br. 1 (167): 153–70.
41. MINGO. 2020. „Objava javnog poziva za Program „Razvoj zadružnog poduzetništva“ za 2020. godinu.“ Zagreb: Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta. https://gospodarstvo.gov.hr/aktualno/objava-javnog-poziva-za-program-razvoj-zadruznog-poduzetnistva-za-2020-godinu/12688.
42. MRRFEU. 2020. „Program ulaganja u zajednicu.“ Zagreb: Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije. https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/nacionalni-programi-417/program-ulaganja-u-zajednicu/4202.

43. Nedanov, Aleksandar i Đurđica Žutinić. 2018. „A Correspondence Analysis of Motivational Factors for Joining Agricultural Cooperatives in Croatia." *New Medit* 17, br. 3: 79–92. https://doi.org/10.30682/nm1803g.
44. Novkovic, Sonja i Tea Golja. 2015. „Cooperatives and Civil Society: Potential for Local Cooperative Development in Croatia." *Journal of Entrepreneurial and Organizational Diversity* 4, br. 1: 153–69. http://dx.doi.org/10.5947/jeod.2015.008.
45. Pavličević, Dragutin. 2010. *Hrvatske kućne/obiteljske zadruge*, svesci I i II. Zagreb: Golden Marketing – Tehnička knjiga.
46. Pejnović, Dane, Petra Radeljak Kaufmann i Aleksandar Lukić. 2016. „Razvoj i suvremena obilježja poljoprivrednoga zadrugarstva na prostoru Hrvatske." *Hrvatski geografski glasnik* 78, br. 2: 5–48. https://doi.org/10.21861/HGG.2016.78.02.01.
47. Petak, Antun. 2005. „Izazovi poljoprivrednog zadrugarstva – izazovi Hrvatske." *Sociologija sela* 43, br. 1 (167): 5–16.
48. Puljiz, Vlado. 1992. „Porodične zadruge i procesi modernizacije hrvatskog društva." *Sociologija sela* 30, br. 115–116: 147–54.
49. Quinn, Dermot. 1995. „The Historical Foundations of Modern Distributism." *The Chesterton Review* 21, br. 4: 451–71.
50. Ray, Christopher. 2006. „Neo-Endogenous Rural Development in the EU." U *The Handbook of Rural Studies*, uredili Paul Cloke, Terry Marsden i Patrick Mooney, 278-91. Thousand Oaks: SAGE.
51. Restakis, John. 2010. *Humanizing the Economy: Co-operatives in the Age of Capital*. Gabriola Island: New Society Publishers.
52. Rešetar, Vojko. 2012. „Mjesna i lokalna samouprava – isto ili različito." *Hrvatska i komparativna javna uprava: časopis za teoriju i praksu javne uprave* 12, br. 3: 787–802.
53. Stanojević, Ilda. 2015. „Analiza zadružnog sustava u 2014. godini." *Agroeconomia Croatica* 5, br. 1: 51–7.
54. Stiglitz, D. Joseph. 2009. „Moving beyond Market Fundamentalism to a More Balanced Economy." *Annals of Public and Cooperative Economics* 80, br. 3: 345–60. https://doi.org/10.1111/j.1467-8292.2009.00389.x.
55. Stubbs, Paul i Siniša Zrinščak. 2015. „Citizenship and Social Welfare in Croatia: Clientelism and the Limits of 'Europeanisation'." *European Politics and Society* 16, br. 3: 395–410. https://doi.org/10.1080/23745118.2015.1061798.
56. Sumpor, Marijana i Irena Đokić. 2017. „Kapacitet hrvatskog prostora za provedbu strategija razvoja urbanih i LAG područja." U *Zbornik radova Stručnog skupa Urbano-ruralne veze, Sveti Martin na Muri, 19. i 20. rujna 2017.*, uredila Ariana Korlaet, 116–23. Zagreb: Hrvatski zavod za prostorni razvoj.
57. Švarc, Jadranka i Jasminka Lažnjak. 2017. *Innovation Culture in Crony Capitalism. Does Hofstede's Model Matter?* Zagreb: Ivo Pilar Institute of Social Sciences.
58. Tratnik, Miroslav, Stipe Radinović i Đurđica Žutinić. 2007. „Zadrugarstvo Hrvatske: izazovi stabilnosti poljoprivrednih gospodarstava." *Agronomski glasnik* 69, br. 1: 63–76.

59. Tsuzuki, Chūshichi, ur. 1992. *Robert Owen and the World of Co-operation*. Tokyo: Robert Owen Association of Japan.
60. Uredništvo. 1905. „Što hoćemo?“ *Hrvatski udrugar* 1, br. 1:1–2.
61. Vidović, Davorka i Dina Rakin. 2017. „Social Entrepreneurship and the Revitalization of the Cooperative Sector: Emergence of Social Cooperatives in Croatia and Serbia.“ U *Social Enterprise Developments in the Balkans* uredili Simone Baglioni, Michael Roy, Micaela Mazzei, Jana K. Srbijanko i Marija Bashevska, 7–22. Skopje: Reactor – Research in Action.
62. Zeuli, Kimberly i Jamie Radel. 2005. „Cooperatives as a Community Development Strategy: Linking Theory and Practice.“ *The Journal of Regional Analysis & Policy* 35, br. 1: 43–54.
63. Žažar, Krešimir. 2020. „Zadruge u Hrvatskoj – neučinkovit, nepoželjan ili neprepoznat organizacijski oblik?“ *Socijalna ekologija* 29, br. 3: 363–88. https://doi.org/10.17234/SocEkol.29.3.2.

Internetski izvori

1. Dimitrijević, Andrej. 2020a. „Ekskluziv: Vlada je raspisala natječaj za razvoj lokalnih zajednica. Od 20 milijuna kuna, 17 i pol dobila je Crkva.“ *Telegram – portal za društvena i kulturna pitanja*, 22. svibnja 2020. https://www.telegram.hr/politika-kriminal/ekskluziv-vlada-je-raspisala-natjecaj-za-razvoj-lokalnih-zajednica-od-20-milijuna-kuna-17-i-pol-dobila-je-crkva/.
2. Dimitrijević, Andrej. 2020b. „Otkrivamo nove subvencije za crkve: jedno ministarstvo plati obnovu zvonika, pa drugo opet da novac za to.“ *Telegram – portal za društvena i kulturna pitanja*, 6. rujna 2020. https://www.telegram.hr/politika-kriminal/otkrivamo-nove-subvencije-za-crkve-jedno-ministarstvo-plati-obnovu-zvonika-pa-drugo-opet-da-novac-za-to/.
3. Narodne novine. 2016. „Zakon o javnoj nabavi.“ *Narodne novine* 120. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_12_120_2607.html.
4. Pušić, Mario. 2020. „S našeg krša izvlače milijune, a nama ostavljaju mrvice.“ *Jutarnji list*, 13. lipnja 2020. https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/s-naseg-krsa-izvlace-milijune-a-nama-ostavljaju-mrvice-reporter-magazina-u-najvecoj-opcini-u-hrvatskoj-koja-ima-najvise-vjetroelektrana-u-zemlji/10398742/.

THE ROLE OF LOCAL SELF-GOVERNMENT IN THE DEVELOPMENT OF COOPERATIVE ENTREPRENEURSHIP IN CROATIA

Abstract

In previous work, based on the results of our research project dedicated to cooperative entrepreneurship in Croatia, we have outlined external and internal obstacles to the development of cooperative entrepreneurship. In this paper, based on the results of our subsequent research dedicated to the role of local and regional self-government units in the development of cooperatives, we analyze the activities and opportunities of local self-government in overcoming previously specified obstacles to cooperative development. While at the national level there are educational, professional and advisory programs, at the local and regional level, according to the findings of our research, cooperatives are mostly left to themselves. However, this is precisely the level at which it can be ensured that there is the placement and purchase of cooperative products and the use of cooperative services by public institutions under the jurisdiction of local and regional self-government units and companies owned by them. Additionally, the support in the distribution of cooperative products and services, drafting project proposals for local, national and European funds, sharing managerial capacity, improving promotional opportunities, and other services, can also be ensured. Although the initiative for the development of cooperative entrepreneurship usually comes "from below" – i.e. from cooperative entrepreneurs − regulatory support at the national level is also needed, as well as coordinated operational support at the level of local self-government, which takes into account the specifics of local communities.

Keywords: cooperatives, Croatia, local self-government, small and medium entrepreneurship, qualitative research

Iva Buljubašić
Krešimir Vidačković
Ivana Ageljić

STORYTELLING KAO MARKETINŠKI ALAT U AUTOMOBILSKOJ INDUSTRIJI – STUDIJA SLUČAJA: MERCEDES-BENZ

Sažetak

Cilj je rada prikazati pojam i ulogu *storytellinga* u marketingu s naglaskom na automobilskoj industriji. U teorijskom dijelu, koji je ključan za shvaćanje važnosti *storytellinga*, objašnjava se kako on nije pomodni novokreirani pojam bez ikakvog konkretno definiranog značenja, već alat kojim se čovječanstvo služi od davnina. Preko teorijske podloge i kriterija rad se proteže na konkretne primjere unutar automobilske industrije stavljajući fokus na primjere iz prakse jedne od najpoznatijih i najuspješnijih automobilskih kompanija današnjice – Mercedes-Benza. Komparativnom analizom te metodom dubinskoga intervjua u radu se donosi jasan zaključak kako danas, kada se prodaju iskustva, a ne proizvodi, ništa ne može proći bez izvrsne marketinške komunikacije, a dio te komunikacije jest i marketinški alat *storytelling*.

Ključne riječi: marketing, Mercedes-Benz, reklama, storytelling, YouTube

1. UVOD

Rad objašnjava i predstavlja pojam *storytelling* kao jedan od najvažnijih marketinških alata te ga konkretizira na primjeru Mercedes-Benza i njegovih najuspješnijih *storytelling* reklama. Pojedine su reklame prikazane na malim ekranima, a druge su se zadržale na jednoj od najvažnijih društvenih mreža današnjice – YouTubeu. Rad će nastojati dokazati neospornu važnost *storytellinga* u marketingu, ne samo u automobilskoj industriji već općenito.

Uvod rada pruža teorijsku podlogu koja je nužna za razumijevanje i primjenu *storytellinga* u praksi, od općenitih činjenica do najčešće korištenih praksi. Nakon teori-

je, isti elementi mogu se pronaći u konkretnim primjerima. Dakako, teorijski elementi uvijek izgledaju drugačije primijenjeni u praksi i bitno ih je prilagoditi tržištu, ciljanoj publici i kanalima kojima se određeni brend koristi.

Drugi dio rada fokusirat će se na kratak pregled *storytellinga* u, uglavnom, automobilskoj industriji i najuspješnije primjere iz nje.

Nakon teorijske podloge i analize određenih primjera, posljednji dio rada bavit će se konkretnim primjerom jedne od najuglednijih automobilskih tvrtki u svijetu, Mercedes-Benzom te kako se ona koristi *storytellingom* u svojim marketinškim pothvatima. Uvid u konkretne primjere omogućen je dubinskim intervjuom s voditeljem međunarodnih kampanja, oglašavanja i marketinga u Mercedes-Benzu.

2. PRIČA O PRIČANJU PRIČE

Priča je čovjeku prirodan alat, duboko ukorijenjen u ljudsku podsvijest, stoga ne čudi da upravo *storytelling* danas, tisućama i tisućama godina kasnije, i dalje daje najbolje rezultate na brojnim komunikacijskim područjima. Kreiranje i pričanje priča, u konačnici je ono što ljude razlikuje od životinja (Booker 2004, 543). *Storytelling* je tijekom povijesti bio prisutan svugdje i očitovao se u sličnim oblicima bez obzira na fizičku udaljenost naroda. Od Grčke do Indije, prije nekoliko su stoljeća narodi uz priču i sjene prepričavali legende o svojim bogovima, a takav se način animiranja publike zadržao sve do danas (Lockett 2007, 2).

Svakodnevno je društvo u tolikoj mjeri okruženo raznim pričama da se na njih i ne gleda kao na priče. Upravo je to velika prednost *storytellinga*, on se nameće kao prirodan alat na brojnim komunikacijskim područjima jer nije napadan ni stran, već dolazi kao nešto prirodno. Stoga ne treba sumnjati u njegovu uspješnost kada je riječ o njegovoj marketinškoj svrsi. *Storytelling* je moćan oblik umjetnosti. Priče zabavljaju, educiraju i prosvjećuju. One imaju mogućnost transportiranja slušatelja na potpuno nepoznatu lokaciju. Pričama pojedinac odlazi na mjesta i u vremena koja su mu fizički nemoguća, a pružaju mu neprocjenjiva iskustva i emocije koje ostaju još dugo vremena kao dokaz koliko moćne priče uistinu jesu (Ramsdell 2010, 282).

Fiktivne priče igraju veliku ulogu u ljudskim životima, poput novela ili predstava, filmova ili opera, stripova ili tv sapunica. U novinama ili na televiziji i vijesti su prezentirane u obliku priča. Povijesne knjige uglavnom su sačinjene od priča. Čak su i razgovori o svakodnevnim životnim događajima u obliku priča. To je najprirodniji način koji ljudski rod poznaje kako bi opisao gotovo sve što se događa u ljudskim životima (Walsh 2003).

Iako su priče nešto prirodno i svi „znaju" ispričati priču, poznati američki redatelj Steven Spielberg jednom je prilikom izjavio: „Ljudi su zaboravili kako ispričati priču. Priče više nemaju sredinu ni kraj. Samo početak koji nikada ne prestaje."

Tajna je *storytellinga* u njegovoj moći i utjecaju koji ima na samu publiku. Priča je utkana u ljudski DNK, a njezina je moć na pojedinca dokazana jednim istraživanjem koje je pokazalo da „mozak ne izgleda kao gledatelj, već više kao sudionik u akciji. Kad se Clint Eastwood ljuti na ekranu, mozak gledatelja također izgleda ljutito; kad je scena na ekranu tužna, mozak gledatelja također izgleda tužno" (Fastcompany.com). Kvalitetna priča omogućuje utjecaj na interpretaciju činjenica. Činjenice nisu utjecajne dok pojedincu nešto ne znače. Priča pruža kontekst pomoću kojeg te činjenice pronalaze novi put do ciljane publike. Činjenice su neutralne dok im ljudsko biće ne pridoda vlastito značenje. Ljudi donose odluke na temelju toga što činjenice za njih znače, a ne na temelju samih činjenica (Simmons 2006, 5).

Storytelling se sve više upotrebljava u poslovanju kao odličan način prezentiranja novih ideja sve skeptičnijoj publici. Adekvatno ispričana priča ima moć učiniti ono što rigorozna analiza ne može, lako i prirodno prenijeti novu ideju te instantno motivirati ljude na entuzijastično pozitivne akcije (Denning 2011, 2). Jer u konačnici „najkraća udaljenost između dvoje ljudi je priča" (Gargulio 2007, 15).

3. ŠTO RADI *STORYTELLING* U MARKETINGU?

Storytelling postaje neizostavan dio marketinga svih brendova koji žele držati korak s vremenom. Svijet nikada nije bio toliko (pre)zasićen informacijama, proizvodima i ponudama. Teško je stoga ponekad razlučiti kome i na temelju čega vjerovati. Dok činjenice dakako igraju neospornu ulogu u kreiranju povjerenja od strane ciljane publike, priče nude jedinstvenu priliku komunikacije tih činjenica. One povećavaju kredibilitet, hvataju pozornost i zaokupljaju um. Nevjerojatno je koliko vjerujemo pričama. One dopuštaju slušatelju interpretaciju poruke priče po njegovim uvjetima (Chiat 2009, 3).

Grupa neuroznanstvenika sa Sveučilišta Princeton 2010. je godine priključila pripovjedače i njihove slušatelje na uređaj magnetske rezonancije. Bili su zaprepašteni kada su otkrili činjenicu da kada jedna osoba ispriča priču drugoj osobi, oba njihova mozga pokazuju gotovo identičnu aktivnost u većini područja. Njihovi se mozgovi međusobno učinkovito „sinkroniziraju" u pojavu poznatu kao neuronsko spajanje. To je način na koji se može povezati sa svojom publikom putem priča (Ffion 2015, 11).

Danas, kada je konkurencija veća no ikad, kada fizičkih granica zahvaljujući *online* kupnji više ni nema, brendovi moraju posegnuti za oglašavanjem koje se ne svodi isključivo na prezentiranje činjenica. Nisu same informacije važne, već emotivni utjecaj tih informacija. To ne znači da se treba u potpunosti odreći činjenica. Poželjno je koristiti se obiljem činjenica, ali i popratiti ih emocionalnom privlačnošću (Duarte 2010, 15).

Jedno je istraživanje pokazalo da 92 % ispitanih korisnika želi i apelira na brendove da kreiraju reklame u obliku priča (Bigthink.com). Upravo je to razlog zašto brendovi danas sve više i više upotrebljavaju *storytelling* u svojim marketinškim kampanjama. Publika je jasno dala do znanja što želi, a marketinški stručnjaci diljem svijeta samo odgovaraju na tu opću želju publike. Cilj je „prodati" iskustvo, izazvati emociju, a ne nužno reklamirati konkretni proizvod. Umjesto fokusa na sam proizvod, fokus se prebacuje na iskustvo i na emocije koje u korisnicima izaziva taj proizvod (Ffion 2015, 13). Emocije se postižu pričom, rijetko pukim činjenicama, stoga je neosporiva važnost *storytellinga* u današnjem marketingu.

4. MERCEDES-BENZ STUDIJA SLUČAJA

Mercedes-Benz službeni Instagram profil prati 23 milijuna ljudi. Svakom od njih svakodnevno „iskaču" objave i među tih 23 milijuna nekoliko je milijuna sigurnih te nekoliko milijuna potencijalnih kupaca. Preko milijun pretplatnika Mercedes-Benz ima na YouTubeu. Reklame se sve manje gledaju na televiziji, ali se gledaju na različitim društvenim mrežama. Brend komunikaciju mora prilagoditi svakoj od tih društvenih mreža kako bi postigao, ili u ovom slučaju zadržao, zavidnu poziciju na tržištu. *Storytelling* reklame, koje se mogu nazvati i mini filmovima, sada su fokusirane na publiku velikih društvenih mreža te potrebe i želje te publike. Mercedes-Benz kao brend uglavnom kreira marketinške alate poput reklama kojima u samom fokusu nije automobil već priča. Upravo je iz tog razloga Mercedes-Benz idealan *case-study* kandidat za temu ovoga rada.

Ostatak rada donosi analizu triju reprezentativnih *storytelling* primjera tog brenda. U svakoj od tih reklama fokus je na osobi, na osjećaju, na priči. Sve te reklame, tj. priče, kao svrhu imaju podizanje morala samog branda, ciljaju na emocije publike i donose upravo onakve reklame kakve publika najviše cijeni i želi. Pojedine su među njima istinite, druge su fiktivne naravi, ali svaka priča nosi emocionalnu vrijednost i sjećanja vrijedno iskustvo koje će većini ostati još dugo u glavi. O tim se reklamama dalje priča na različitim društvenim mrežama, publika ih sama dijeli, komentira, te stavlja oznaku „sviđa mi se". Sve je to besplatna promocija brenda kojemu se cijela politika vrti oko prodaje iskustva, ne prodaje automobila.

4.1. Bertha Benz – *The Journey that changed everything*

Mercedes-Benz jedna je od najpoznatijih svjetskih automobilskih kompanija. Ipak brojni ne znaju što i tko se krije iza druge polovice imena ovog luksuznog automobila. Carl Benz smatra se ocem automobilske industrije jer je upravo on kreirao prvi automobil na svijetu. Međutim, tko zna kako bi se sve odvilo bez potpore i odvažnosti njegove supruge Berthe. Ovaj je kratki film na službenom YouTube kanalu Mercedes-Benza objavljen 6. ožujka 2019. godine i trenutačno (21. listopada 2019) broji pet milijuna i 650 tisuća pregleda. Kratki film u središte radnje stavlja prvu vožnju automobila u svijetu i priča iza same vožnje jednako je fascinantna. Iako je Carl Benz smatrao da njegov izum još uvijek nije spreman za javnost, njegova supruga je, bez njegova znanja, uz pomoć dvojice sinova, uzela prvi automobil i uputila se iz Mannheima do Pforzheima na pustolovinu dugu 106 kilometara. Za taj joj je put bilo potrebno punih 12 sati, tijekom puta naišla je na brojne prepreke i probleme. Od „ceste" kojom su do tada kročili samo konji, preko potpunog nestanka goriva do uplašenog i ogorčenog društva koje ju je gledalo kao vješticu. Ipak, Bertha je vjerovala u svog muža, u njegov izum i u sebe te cijelom svijetu odličnom PR izvedbom predstavila novi izum koji je zauvijek promijenio svijet.

Taj kratki film ne reklamira najnoviji model Mercedes-Benz automobila. Taj kratki film ne reklamira ni najstariji model Mercedes-Benz automobila. Taj film predstavlja isječak iz povijesti koju je ispisao otac automobila čije prezime još uvijek stoji u samom imenu firme. Svrha te reklame nije prodaja ni predstavljanje najnovijeg proizvoda. Svrha je tog kratkog filma izazivanje poštovanja i povjerenja kod ciljane publike. Ako je Benz mogao kreirati automobil kada riječ automobil nije ni postojala, kako itko danas može sumnjati u kvalitetu automobila marke Mercedes-Benz? Osim toga, jedno istraživanje provedeno od strane She's Mercedes odjela, pokazalo je da se 75 % ispitanih žena ne osjeća kao ciljana publika različitim automobilskim firmama načinom njihove komunikacije, reklamama i slično. Još je veći apsurd kada u obzir uzmemo podatak da je 80 % svih kupnja automobila izvršeno pod utjecajem žena. Gledajući iz te perspektive, ta reklama može se smatrati i jednom od rijetkih koje ciljaju na žene kao potencijalne kupce (Daimler.com).

Reklama koja slavi ženu, njezinu hrabrost, odvažnost i samopouzdanje da se sama uputi na prvu automobilsku vožnju slavi i današnje žene, koje se i nakon jednog stoljeća i dalje nerijetko smatraju lošijim vozačima. Stoga umjesto muškarca koji se vozi urbanim cestama u najnovijem automobilu, ta reklama, taj kratki film vraća gledatelja u prošlost, istinitom pričom o tome kako je sve zapravo započelo. Ta je reklama također odličan primjer za *storytelling* analizu. Bertha Benz dakako predstavlja protagonista ove priče, a odmah u prvim scenama vidimo i antagoniste. Cjelokupno društvo koje ju naziva vješticom, koje se zaprepaštava i zgražava nad njezinom pojavom. Pomoćnik je utjelovljen u liku malene djevojčice prikazane i na donjoj slici koja Berthi pomaže pronaći farmaceuta koji

joj daje prijeko potrebno „gorivo" za nastavak putovanja. Putovanje u ovoj priči doslovno je putovanje od točke A do točke B, koje su u tom slučaju udaljene ukupno 106 km. Svrha je samog putovanja prezentirati lokalnom stanovništvu, ali i cijelom svijetu, najnoviji izum njezina supruga. A trofej je vidljiv i danas. Bertha je ispunila svrhu svog putovanja, cijeli je svijet saznao za nju, njezina supruga i prvi automobil u svijetu te i dan danas njihovo prezime stoji u imenu jedne od najuspješnijih automobilskih tvrtki u svijetu.

4.2. *My Father's Dream*

San mog oca kratki je film/reklama koji je na službenom YouTube profilu objavljen 13. veljače 2019. godine i trenutačno broji 3 milijuna i 200 tisuća pregleda. Mjesto radnje je Oregon (SAD), glavni je lik voljeni otac i slijepi automehaničar kojemu je životni san samostalno voziti automobil. Sin koji je mjesecima slao pisma brojnim automobilskim kompanijama konačno dobije odgovor od Mercedes-Benz tvrtke koja je sretna što može sudjelovati u ostvarenju sna njegovu ocu. Na početku reklame publika doznaje da je Bart slijep od rođenja, ali da je od svog oca naslijedio ljubav i strast prema automobilima i da se time bavi cijeli život. Bart potom otvara poruku na Brailleovom pismu i doznaje da će se njegov san uz pomoć Mercedes-Benz ekipe konačno ostvariti. U beskrajnoj pustinji i pod kontroliranim uvjetima, slijepi automehaničar Bart konačno ostvaruje svoj životni san. U kontrastu sa smeđim pijeskom dron prati zeleni automobil koji juri beskrajem te prikazuje iskreni i topli osmijeh osobe kojoj je ispunjen životni san. Reklama je jedna od najdirljivijih reklama ikad snimljenih, ponajviše jer je riječ o istinitoj priči – priči o ljubavi i vezi oca i sina, priči o ljubavi i strasti prema automobilima. Za mnoge automobil nije samo prijevozno sredstvo već puno više od toga. Stavljajući u centar svoje priče osobu, njezine osjećaje, želje i najveći san, Mercedes-Benz priča prekrasnu priču koja je izazvala pozitivne reakcije i poštovanje svih koji su ju pogledali. Ovom reklamom Mercedes-Benz ponovno radi isto. Da, u reklami se pojavljuje, vrlo upečatljive zelene boje, novi AMG GT R automobil, ali sâm automobil nije u centru priče. Priča se vrti oko sna jedne obične osobe. Reklama prikazuje što za mnoge predstavlja jedan automobil. Svaki ljubitelj automobila mora biti oduševljen ovim pristupom bez obzira na to koju automobilsku marku simpatizirao. Ponovno, nije riječ o prodaji proizvoda, već o buđenju emocija te stjecanju poštovanja publike diljem svijeta.

Protagonist je te priče slijepi automehaničar koji uz svog sina (koji predstavlja jednog od pomoćnika) ostvaruje vlastiti životni san te konačno proživljava ono o čemu je cijeli život sanjao. Antagonistom priče može se smatrati njegova bolest, tj. sljepoća koja ga cijeli život koči u onome što najviše želi. Njegov je dosadašnji život putovanje k tom cilju, toj svrsi. Dakako, kao pomoćnik u priči pojavljuje se i MB tim koji mu je sve to omogućio. Trofej, tj. konačni uspjeh, upravo je taj osjećaj i njegov iskren i emotivan osmijeh prikazan i na ekranu jer mu se konačno ostvarila životna želja.

4.3. *No Limits*

Mercedes-Benz USA službeni YouTube profil u svibnju je objavio video pod nazivom *No Limits*. Mjesto radnje je vrtić, reklama prikazuje nekoliko djevojčica gdje je svakoj od njih ponuđen izbor igračke. Isprva, sve biraju „ženske" stvari poput barbie lutke, plišane životinje ili seta za čaj. Potom ih ekipa iza kamere upita zašto nijedna od njih nije izabrala autić sa stola gdje djevojčice kao iz stopa odgovaraju da su auti namijenjeni dječacima. Mišljenje im se ubrzo mijenja nakon što na tabletu odgledaju kratki film o Ewy Rosqvist, prvoj ženi koja je pobijedila na Grand Prix utrci. Svojim citatom: „Rekli su mi da nikad neću završiti utrku, zato sam ju završila prva" izmamila je osmijeh na lice svim djevojčicama koje su potom prepoznale da je autić sa stola zapravo maketa Ewynog automobila.

Mercedes-Benz ponovno prikazuje reklamu kojoj primarna svrha nije prodaja ni predstavljanje proizvoda. Mercedes-Benz je brend koji je uistinu kreirao automobilsku povijest i s ponosom to često predstavljaju svijetu. Prvi vozač u povijesti bila je žena, Bertha Benz, u prvom Mercedes-Benzu. Prva žena koja je odnijela pobjedu na automobilskoj utrci vozila je Mercedes-Benz. Reklamama poput ove brend izaziva poštovanje kod gledatelja. Istovremeno reklamom ponovno ciljaju na žene koje uglavnom nisu primarna ciljna skupina većine automobilskih brendova. Reklama ponovno donosi istinitu, inspirativnu priču o prvoj ženi koja je u svom Mercedesu uspjela u svom naumu i ispisala povijest. Osim toga, reklama priča vječnu priču o rodnim stereotipima i kako nas oni oblikuju od najranijih dana. Ponovno, ciljajući na emocije Mercedes-Benz predstavlja još jednu izvrsnu reklamu koja je bazirana na *storytellingu* te u fokus stavlja osobu umjesto konkretnog proizvoda. Protagonist je reklame Ewy Rosqvist koja svojim primjerom, svojom utrkom inspirira generacije pa tako i prikazane djevojčice u reklami. Antagonist je priče cjelokupno društvo koje i tada, ali i danas na žene gleda kao na loše vozače, koje danas, kao i tada, dijeli poslove, uloge pa i igračke s obzirom na rod, na ženske i na muške. Putovanje je zapravo sve što je prethodilo utrci o čemu u samom videozapisu nema puno riječi, ali jasna je svrha. Poput Berthe i ona je vjerovala u sebe i zato je i ispisala povijest kao prva žena koja je ikada pobijedila na automobilskoj utrci. A trofej je doslovni trofej, ali i reputacija koju je uživala nakon što je svima dokazala što se postiže vjerom, radom, samopouzdanjem i upornošću.

5. METODOLGIJA

Analizirane hipoteze na kojima se rad temelji su sljedeće:

H1: Sve priče svijeta su zapravo varijante osnovnih sedam tipova priča.

H2: Publika preferira reklame u obliku priča.

H3: *Facts tell, story sells* istinita je fraza kako upravo priča prodaje proizvod.

H4: *Facts tell, story sells* ne vrijedi u automobilskoj industriji.

H5: *Storytelling* sve više dobiva na važnosti u automobilsko industriji i marketingu općenito.

U radu upotrebljavamo sljedeće metode:

1. metoda analize – raščlanjivanje složenih pojmova, mišljenja i zaključaka na njihove jednostavnije dijelove i elemente
2. metoda komparacije – metoda usporedbe
3. metoda deskripcije – metoda preuzimanja rezultata znanstvenoistraživačkog rada drugih autora.

Također, napravljen je polustrukturirani dubinski intervju s gospodinom Damirom Marićem koji je zadužen za globalne kampanje, marketing komunikaciju, CRM, oglašavanje te print i digitalne medije u Mercedes-Benzu. Ispitanik je stručnjak na području marketinga i *storytellinga* te je njegov rad ugrađen u sve gore navedene i analizirane reklame.

5.1. Prikaz pitanja i odgovora intervjua

1. Kolika je, po Vama, važnost *storytellinga* u današnjem marketingu?

Smatram da je *storytelling* jedan od ključnih alata današnjeg marketinga. Pogotovo ako brend ima dobru priču za ispričati. *Storytelling* u komunikaciji Mercedes-Benza ima dugu tradiciju. Ako pogledate reklamne filmove koje smo snimili prije 20 godina i oni pričaju priče o različitim socijalnim temama, čak i socijalno osjetljivim temama kao što su razvod, prevara i slično. Mercedes-Benz ima dugu *storytelling* tradiciju, snimali smo takve reklame i ranije dok smo još bili limitirani sekundama na malim ekranima. Danas, kada tog vremenskog ograničenja više nema, danas kada na YouTubeu imamo mnogo više vremena na raspolaganju, logično je nastaviti s takvim *storytelling* reklamnim filmovima. Ako pogledate reklame poput *My Father's Dream* ili *Bertha Benz*, one traju oko 4 i pol minute, *In the long run* traje 5 minuta. Upravo zbog toga, *storytelling* je iznimno važan u marketingu, posebice danas jer imamo veću slobodu za ispričati priče koje želimo ispričati. Zašto je *storytelling* važan? Ljudi se, posebice kada su u pitanju luksuzni brendovi, najprije odlučuju za brend, a potom za sam proizvod. Upravo su zbog toga iznimno važne gore spomenute reklame. Na njima se gradi emocionalna povezanost s ciljnom skupinom. Na temelju te emocionalne povezanosti (potencijalni) će kupac izabrati određeni brend, a potom u ponudi tog brenda bira konkretni proizvod. Brand sâm imidž gradi upravo takvim reklamama i zato je danas *storytelling* u tolikoj mjeri značajan za sâm marketing i u automobilskoj industriji i općenito.

2. Koliko se i na koji način promijenilo oglašavanje u proteklih 10 godina?

Sâmo oglašavanje postalo je šarenije, raznovrsnije, ponajprije zbog različitosti formata koji su danas prisutni. Prije se proces oglašavanja svodio na kreiranje 30 sekundi duge reklame za televiziju i kreiranje print kampanje, i to je to. Danas pak morate osmisliti priču za dugi format, za različite kratke formate, svi moraju prenijeti istu poruku, ali u drugačijem formatu. Jer danas istovremeno i jednako uspješno egzistiraju i duži formati kao što su videi na YouTubeu, ali se ne može zanemariti eksplozija kratkih formata koji su preplavili društvene mreže, od Instagrama, Snapchata do trenutačno rastućeg Tik-Toka. Ljudi će danas rado pogledati pet, deset, petnaest pa i dvadeset minuta dug sadržaj ako je kvalitetan. Tako da se danas najprije kreira krovna tema, općenita ideja po kojoj se potom kreiraju formati različitog trajanja s obzirom na potrebe i mogućnosti određene platforme. Taj proces već sada je kompliciran, a postat će još kompliciraniji jer svaka platforma zahtijeva drugačiji format i sve se mijenja neviđenom brzinom. Uz sve to, danas postoje različita ograničenja koja prije nisu bila toliko istaknuta. U različitim se državama ne smije prikazati to, ne smije se pričati o tome i sama je socijalna kritičnost porasla tako da je postalo prilično opasno igrati na kartu klišeja, stereotipa i slično. Reklamu koja je, primjerice, u 90-ima bila iznimno popularna, danas vjerojatno ne bismo snimili jer bi značila nepoštovanje samog gledatelja. Ako imate na raspolaganju duže vrijeme koje vam dopušta razvoj same priče i razvijanje protagonista još se i možete dotaći određenih tema. Međutim, kada ste ograničeni na svega 30 sekundi tada protagonist reklame mora biti brzo čitljiv. Primjerice, jedna reklama koju smo snimili 90-ih godina prikazuje ženu domaćicu koja kod kuće čeka supruga, s posluženom večerom, sređena..., danas tako nešto sigurno ne bismo snimili.

Što se novijih reklama tiče, imali smo dosta rasprava o reklami *King of city jungle*. Mnogi su naime mislili da je lavica na kraju reklame žena koja čeka svog supruga kod kuće. Međutim, to je kći. Cijela je reklama obavijena ironijom. Cilj reklame bio je prikazati da i najmoćniji, „najluđi" muškarci mogu biti smireni S klasom. Igrali smo upravo na klišej *macho* muškarca prikazujući ga likom lava. Na kraju reklame trebali smo zaokret, stoga smo odlučili ubaciti kćer koja ga čeka, a moćnom lavu, ocu, čak je pomalo neugodno što kasni. Tek smo se u samom procesu editiranja zapitali hoće li svima biti jasno da je riječ o kćeri, a ne o ženi. S obzirom na visinu i roza pidžamu kakvu žena inače ne bi nosila, nadali smo se da hoće, međutim dosta je publike pomislilo da je riječ o odrasloj ženi koja čeka vlastitog supruga. Upravo je tu jasna ta razlika, dok smo se prije otvoreno igrali s takvim klišejima, danas je potrebno puno više opreza jer želimo i odnosimo se prema svima s poštovanjem.

3. *Facts tell, stories sell*, biste li rekli da isto vrijedi i u automobilskoj industriji?

Definitivno. Kao što sam već rekao, prvi je korak zainteresirati potencijalnog kupca za sâm brend. Ta se zainteresiranost kreira i privlači dobrom pričom. Nakon toga sam će kupac obaviti potrebno istraživanje u potrazi za činjenicama. Kada korisnik otvori našu internetsku stranicu, ima dvije opcije, na brzinu preletjeti stranicu ili se zaista udubiti u priče koje ona nudi. Korisnik može iskusiti i saznati više o svakoj karakteristici, dizajnu, sigurnosti automobila i slično. Na samoj stranici možete provesti sate ako želite. Luksuz se prodaje na temelju emocije. Jer kada je riječ o luksuzu, ne postavlja se pitanje što ti treba već što želiš. A to što želiš, želiš zbog emocije koju vežeš za taj proizvod. Vremena su se promijenila, danas posjedovati nešto luksuzno nije isključivo statusni simbol. Voziti Mercedes danas ne znači isto što je značilo u prošlosti. U prošlosti se Mercedes u pojedinim zemljama čak negativno vezao za uspjeh ljudi koji su ga vozili. Danas, u mladenačkoj kulturi, Mercedes-Benz jedan je od najcitiranijih brendova i u glazbi i u filmovima. Mercedes-Benz danas je dio kulture, nije više riječ o autu već o brendu koji ljudi poštuju i vole i upravo je to put na kojem i želimo ostati.

4. Koje su, po Vama, glavne razlike u kreiranju sadržaja za televiziju i za današnje društvene mreže?

Glavna je razlika, dakako, vremenska ograničenost. Ranije se sadržaj uglavnom kreirao za 30 sekundi dugu televizijsku reklamu, dakako uz dovoljan novčani iznos postoji i mogućnost 60 sekundi, međutim uglavnom su to bile reklame u trajanju od 30 sekundi. Stoga je najveći izazov bio prenijeti kompleksnu priču u tih 30 sekundi.

Danas je ponajprije bitno razumjeti koja je ciljna skupina prisutna na određenoj platformi i s obzirom na želje i potrebe ciljne skupine prilagoditi i oblikovati sam sadržaj. Kada je riječ o društvenim mrežama, sve dakako ovisi i o samom kanalu. Na YouTubeu gledatelji su voljni i spremni gledati vremenski duži sadržaj. Na Instagramu, primjerice, taj sadržaj mora biti kratak, na Instagramu se publici nude kratke, dinamične doze dopamina po koje se dolazi na platformu kao što je Instagram. *Social doesn't equal social*. YouTube je potpuno druga priča tako da parametri pojedine platforme diktiraju što ćete, kako i kome ispričati. Međutim danas je iznimno važno biti prisutan na društvenim mrežama. Mercedes-Benz je jedan od najuspješnijih brendova između ostalog i na tome području jer pružamo kvalitetan sadržaj i idemo u korak sa svim promjenama koje se događaju.

5. Kada je riječ o vašim reklamama, ljudi se često pitaju, primjerice u slučaju *In the long run*, koja je poveznica između žene s hendikepom i automobila?

Mercedes-Benz je inkluzivan, međunarodan i raznolik brend koji ne kreira sadržaj isključivo za određenu skupinu ljudi. Ako pogledate naše reklame, primijetit ćete modele

i glumce različitih pozadina, koji dolaze iz različitih država, statusa i slično. Ne kreiramo reklame za specifičnu demografsku skupinu. Reklama *In the long run* nastala je jer nismo htjeli prikazati SUV kao klasičan SUV. Svi znamo takve reklame. Muškarac u 40-ima, tamne kose, ledeno-plavih očiju, putuje pustinjom, vjerojatno u konačnici spašava nekog i slično. Mi smo htjeli ići obrnutim pristupom. Zato je moto *all kinds of strengths*. Htjeli smo prikazati unutarnju snagu osobe. Nešto što pojedinac ima i nosi u sebi. Tražili smo nekog tko nije odustao, tko se borio za nešto i uz to imao pomoć i podršku obitelji. I pronašli smo ženu koja nas je inspirirala, koja nije odustala od svojih snova i od sebe bez obzira na nesreću. Mi smo samo posrednik koji priča njezinu priču. *Storytelling* je tu da uhvati pozornost gledatelja, da ispriča autentičnu priču u koju i sam narator vjeruje. I, dakako, povezati ju uz sâm proizvod.

Bili smo oprezni s kreiranjem te reklame, pričali smo s ljudima, izabrali smo nju jer je autentična. U samoj se reklami pojavljuje i njezino dvoje djece. Doživjela je sličnu nesreću i sličnu priču koju smo mi ekranizirali. Ona je odličan profil, htjeli smo prikazati nekoga tko stvarno to sve može postići i jednog takvog heroja povezati uz naš herojski automobil koji je, između ostalog, odličan pomoćnik u svakodnevnim situacijama osobama s hendikepom.

6. Kako izgledaju *storytelling* pravila u praksi? Držite li ih se kod snimanja reklama?

Postoji sustav u pričanju priče, međutim istu priču možete ispričati na različite načine. Ako pogledamo filmsku industriju i usporedimo njezina najveća postignuća u različitim vremenskim okvirima, sve je jasno. Primjerice, 50-ih i 60-ih godina snimani su filmovi odličnih narativa, predivnih scena, velikih priča koje su gledatelje tjerale na plač svojim završecima. Onda su se dogodile 70-e, 80-e, 90-e gdje se sve više film svodi na eksperimentizam. Momento, film čija se radnja odvija unatrag, Pulp Fiction, film s nepovezanim scenama i totalno drugačijim pristupom, od same radnje do načina snimanja.

Mercedes-Benz reklame uglavnom pričaju priču; ponekad po pravilima, ponekad na drugačiji način koji će iznenaditi gledatelja. Naš je stil samouvjeren, progresivan, provokativan, i ne odnosi se samo na humor, već u većini reklama donosi inteligentni zaokret kao efekt iznenađenja za gledatelja. Dakako, postoji struktura koju pratimo i koja donosi svakoj priči određenu napetost. Priča mora imati nekog ili nešto što donosi napetost i zadržava pozornost samog gledatelja. Tako da po tom pitanju svakako pazimo da svaka priča ima svoj uvod, zaplet i rasplet. Na primjeru *Bertha Benz* reklame, lik djevojčice koji se javlja na početku prvotno je trebao biti prikazan samo na kraju, međutim u konačnici ona je ta koja zadržava pozornost gledatelja dok se napetost i priča razvijaju. Ona je lik koji je najprije uplašen, a na kraju biva inspiriran pojavom Berthe. To je napetost koju stvara film. Priča mora imati nešto što je neugodno, nešto što predstavlja problem, neki sukob koji izaziva napetost u gledatelju što osigurava da gledatelj reklamu odgleda do kraja.

7. Koja je ciljana skupina Mercedes-Benz *storytelling* reklamama?

Mlađa publika ne želi dosadne reklame o samim činjenicama i s mladom publikom radimo na izgradnji povezanosti i našem pozicioniranju. Te reklame ne predstavljaju nužno konkretni proizvod već donose priču brenda, stavljaju gledatelja u svijet brenda, a ne proizvoda. Ponekad je to duhovita reklama, ponekad strašna, ponekad je dramatična. Tradicionalne reklame, koje su i dalje prisutne na televiziji stoga je jasno da i dalje pružaju određene rezultate, jednostavno nisu zanimljive mlađoj internacionalnoj publici. Njima je potrebno ponuditi nešto više od samih činjenica, potrebna im je priča s kojom će se poistovjetiti i povezati. Ljudi su postali svjesniji same vrijednosti i značenja brenda. Ali su isto tako postali puno opušteniji. Mladi danas kombiniraju Gucci cipele i H&M majicu. Kombiniraju nešto što prije nitko nije. Stoga i brendovi, u svom pristupu klijentima, moraju postati opušteniji i kreativniji.

Dakako, to dovodi u pitanje i lojalnost te mlađe publike. U pojedinim kategorijama Mercedes-Benz i dalje ima izrazito lojalne kupce. Ali danas postoji puno više opcija. Ljudi se ne vežu toliko jako za neki brend kao prije. Ljudi danas mijenjaju brendove češće nego ikad prije. Mladi će i dalje istražiti i brend i sam proizvod, ali fleksibilnost je puno veća nego prije. Ako su jednom kupili proizvod određenog brenda, ne znači da će se istom proizvodu vratiti ako u međuvremenu pronađu varijantu koja im više odgovara. To je samo još jedan od razloga zašto je *storytelling* bitan jer kupci se zadržavaju emocijama i izgrađenim odnosom koji se temelji na poštovanju i povjerenju.

Mercedes-Benz ima dugogodišnju tradiciju u kreiranju takvih *storytelling* reklama. Kad imate priču poput Berthe Benz, naravno da ju trebate i želite ispričati. Priča je utkana u DNK i društva i Mercedes-Benza. Cijela povijest automobilske industrije započela je našom autentičnom pričom. Upravo se iz tog razloga uvijek rado vraćamo pričanju naših priča. Izuzev toga, samo ime Mercedes je ime osobe, Mercedes-Benz posjeduje taj ljudski faktor već u samom imenu. Mi ne koristimo akronim. Samo ime automobila je ljudsko, posjeduje taj ženski dodir koji priča priču. A ljudima je priča najbliža.

8. *The Journey* reklama, je li uistinu svjetlo BMW-a prikazano na početku kada dječak odlazi od kuće?

The Journey je zapravo studentski projekt, cjelokupna ideja potekla je od studenata, mi kao Mercedes-Benz smo ju financirali. Nismo bili sigurni oko tog detalja, ali jednostavno se nismo htjeli miješati jer je sama ideja uistinu genijalna stoga smo jako suptilno, da, prikazali i taj detalj. Postoji čak i alternativni kraj gdje policajac želi uzeti drugi automobil kako bi vratio dječaka kući, ali dječak inzistira na Mercedesu. Bilo je tu i drugih pitanja, reklama je snimljena prije nekoliko godina. Nismo htjeli prikazati dječakov bijeg kao nešto pozitivno međutim s obzirom na cjelokupnu priču jednostavno smo

sve prepustili studentima da realiziraju ono što su i zamislili. Između Mercedes-Benza i BMW-a već godinama postoji zdravi prijateljski natjecateljski duh čemu svjedoči i nedavna *Halloween* reklama.

Poznatu BMW reklamu, gdje umirovljeni CEO Daimlera dolazi kući i u garaži ga čeka BMW kreirao je naš bivši šef koji je prešao u BMW i to mu je zapravo bio prvi projekt na novoj poziciji.

6. RASPRAVA

Rad je napisan sa svrhom da predstavi i objasni pojam *storytellinga* te ukaže na njegovu neospornu važnost u današnjem marketingu s naglaskom na automobilskoj industriji. Nekoliko je hipoteza navedeno u uvodu rada koje su potom istražene različitim metodama.

Metodom kompilacije – preuzimanjem rezultata znanstvenoistraživačkog rada drugih autora, prva je hipoteza **H1** (Sve priče svijeta su zapravo varijante na osnovnih sedam tipova priča) dokazana kao valjana. U nekoliko se izvora literature navodi da se sve priče svijeta zapravo temelje na nekoliko osnovnih oblika stoga je ta hipoteza dokazana i prihvaćena.

Istraživanje objavljeno na Bigthink.com samo je jedno u nizu istraživanja koja su dokazala da publika uistinu najviše cijeni i želi reklame kreirane poput priča. Forbesov članak pak donosi istraživanje koje je pokazalo da ljudi pamte priče do 22 puta bolje nego same činjenice. Stoga se nameće zaključak da je i druga hipoteza u uvodu rada **H2** (Publika preferira reklame u obliku priča) dokazana kao valjana.

Fraza iz **H3**, *Facts tell, story sells* govori da upravo priča prodaje proizvod. Metodom deskripcije pronađeni su, i u radu spomenuti, brojni izvori koji potvrđuju tu hipotezu kao valjanu. Nitko ne dovodi u pitanje važnost činjenica, no brojna su istraživanja pokazala da se, posebice kada je riječ o prodaji luksuza, prodaja temelji na prodaji emocije i iskustva, a ne na prodaji samih činjenica. Stoga je u marketingu neophodno suhoparne činjenice omotati u toplu priču koja će ih prodati.

Metodom polustrukturiranog, dubinskog intervjua te metodom analize hipoteza **H4** (*Facts tell, story sells* ne vrijedi u automobilskoj industriji) je opovrgnuta. Dakako, pri prodaji automobila nije dovoljno imati samo dobru priču, iako Honda primjer spomenut u radu govori suprotno. Uobičajeno je, pak, da kod investicije kao što je automobil treba ponuditi dakako više od priče. Podrazumijeva se da će potencijalni kupac prethodno obaviti samostalno istraživanje te istražiti njemu bitne i relevantne činjenice.

Danas se ta istraživanja uglavnom provode na društvenim mrežama, rijetko tko se zadrži isključivo na službenim stranicama određene autokuće. Upravo zbog tog istraživanja koje potencijalni kupac provodi, bitno je biti prisutan na društvenim mrežama. Bitno je ispričati priču brenda kako bi se on pozicionirao ili zadržao na tržištu te u svijesti ciljane publike. Intervju s gospodinom Maričem pokazao je da *storytelling* u automobilskoj industriji postoji već dugi niz godina. Njegova upotreba pak razlikuje se od brenda do brenda. Kada je riječ o Mercedes-Benzu, brend odavno temelji vlastitu marketinšku komunikaciju na *storytellingu* jer u konačnici cijela je povijest brenda jedna inspirativna priča.

Intervjuom, ali i analiziranim primjerima iz prakse hipoteza broj **H5** (*Storytelling* sve više dobiva na važnosti u automobilskoj industriji i marketingu općenito) ustanovljena je kao valjana. Brojni su izvori literature naveli da se danas, u moru konkurencije, brendovi ponajprije ističu vlastitim pričama. *Storytelling* alat omogućuje brendovima povezivanje s ciljanom publikom, kreiranje uzajamnog povjerenja na kojemu se temelji dugoročan i kvalitetan odnos pojedinca i brenda kojemu vjeruje.

7. ZAKLJUČAK

Storytelling je ključan marketinški alat u brojnim industrijama, pa tako i u automobilskoj. Postoji nekoliko osnovnih struktura koje su prisutne u gotovo svakoj priči i važno je paziti na tu strukturu. Međutim dopušteno je i poželjno igrati se različitim varijantama na tih pet, šest ili sedam osnovnih tipova priča. Izvrsno je što danas poplavom društvenih mreža svi imaju veće mogućnosti i puno veći doseg u pričanju vlastitih priča.

Iako na prvi pogled većinu Mercedes-Benz analiziranih reklama gledatelji ne bi na prvu povezali s automobilom, upravo je to jedan od omiljenih načina pričanja priča. Neočekivani obrat, poistovjećivanje protagonista i auta, tj. poistovjećivanje protagonista i životnog stila. Jer danas, kada je uistinu teško dosjetiti se inovativnog i nikad viđenog, isplati se vratiti dobrom starom *storytellingu* koji uvijek pokaže rezultate. Ljudski je život jedna priča, svaki je dan ispunjen različitim pričama, bio pojedinac protagonist, antagonist, pripovjedač ili pak slušatelj. Stoga ne čudi da je i sam marketing često ništa više od pričanja priče.

Cijela se godišnja razdoblja poistovjećuju s određenim brendom koji se odličnom pričom vezao uz to razdoblje. Toliki će ljudi pri spomenu Božića u prvih pet asocijacija ubaciti i Coca-Cola ili John Lewis reklamu. Jer ljudi vole dobre priče i ništa ih ne privlači više od toga. Dakako, za prodaju investicije kao što je automobil potrebno je puno više od dobre priče. Međutim, često upravo reklama, tj. priča, donosi presudnu odluku. Jer automobil danas predstavlja životni stil. Brend gradi svoju sliku na temelju projektiranog

životnog stila. Pomoću priče prodavale su se i puno veće stvari od automobila. Povijest se mijenjala pomoću priča i budućnost se gradi pomoću njih. Glavno je sredstvo osoba na visokim položajima upravo priča. Stoga je neupitna važnost *storytellinga* u cjelokupnoj kreativnoj industriji. U razgovoru sa *storytelling* i marketinškim stručnjakom jasno je da upotreba *storytellinga* u marketingu ovisi ponajprije o samoj politici pojedinog brenda. Mercedes-Benz od samog početka uz sebe veže jednu od najinspirativnijih i najljepših priča automobilske industrije. Ne čudi stoga da upravo u tom smjeru i idu svih ovih godina. Rad je također dokazao, i spomenutim istraživanjem i popularnošću svih navedenih primjera da publika uistinu želi i preferira *storytelling* reklame u odnosu na klasične reklame natrpane isključivo činjenicama.

Storytelling u navedenim primjerima uglavnom i nije služio prodaji određenog proizvoda. Ali *storytelling* pričama kreira se emocionalna povezanost s klijentima koja je danas neupitno važna. Razliku između dva identična proizvoda čini upravo priča koja stoji iza tih proizvoda, stoji upravo emocija i povezanost određenog brenda sa svojom ciljanom publikom.

Rad može poslužiti kao osnova ili inspiracija daljnjim istraživanjima na temu upotrebe *storytellinga* u marketingu. Za buduće istraživanje može se istražiti *storytelling* na primjeru drugog automobilskog brenda ili pak u drugim kreativnim industrijama. *Storytelling* će tijekom idućih godina još više rasti i dobiti na važnosti te će stoga zasigurno biti dovoljno materijala i zainteresiranih za daljnja istraživanja. Također, anketa provedena na velikom uzorku ispitanika omogućila bi razumijevanje druge strane *storytelling* komunikacije. Ovaj se rad bazirao na pripovjedačevoj ulozi no svakako je vrijedno istražiti i slušateljevu stranu u cijeloj priči jer u konačnici priče se i pričaju zbog slušatelja.

Literatura

1. Booker, Christopher. 2010. The Seven Basic Plots: Why We Tell Stories. New York: Continuum.
2. Lockett, Michael. 2008. History of storytelling: from the basics of storytelling. Taipei: CETC.
3. Ramsdell, Catherine. 2011. Storytelling, Narration, and the „Who I Am“ Story. Writing Spaces: Readings on Writing Volume 2.
4. Walsh, John D. 2003. The Art of Storytelling: Easy Steps to Presenting an Unforgettable Story. Chicago: Moody Publishers.
5. Simmons, Annette. 2006. The Story Factor: Inspiration, Influence, and Persuasion Through the Art of Storytelling. Cambridge: Basic Books.
6. Denning, Stephen. 2011. The Leader's Guide to Storytelling: Mastering the Art and Discipline of Business Narrative. San Francisco: Jossey-Bass.

7. Gargiulo, T. L. 2007. Once Upon a Time: Using Story-Based Activities to Develop Breakthrough Communication Skills. San Francisco: Pfeiffer.
8. Chiat, Bill, Storytelling and Other Strategies in the Art of Persuasion. Sacramento: The California State Association of Counties.
9. Ffion, Lindsay. 2015 The Seven Pillars of Storytelling. Bristol: Sparkol Books.
10. Fastcompany.com. The Science of Storytelling: how narrative cuts through distraction like nothing else, dostupno na: https://www.fastcompany.com/3020044/the-science-of-storytelling-how-narrative-cuts-through-distraction.
11. Bigthink.com. Study finds Brains Literally Sync Up in Conversation, dostupno na: https://bigthink.com/Mind-Matters/study-finds-brains-literally-sync-up-in-conversation.
12. Daimler.com. About She's Mercedes, dostupno na: https://social.intra.corpintra.net/groups/shes-mercedes/blog/2018/11/12/about-shes-mercedes.

STORYTELLING AS A MARKETING TOOL IN THE AUTOMOTIVE INDUSTRY- CASE STUDY: MERCEDES - BENZ

Abstract

The aim of the paper is to present the concept and role of storytelling in marketing with an emphasis on the automotive industry. The theoretical part, which is crucial for understanding the importance of storytelling, explains that it is not a fashionable newly created concept without any concretely defined meaning, but a tool that humanity has been using since ancient times. Through a theoretical background and criteria, the work extends to concrete examples within the automotive industry, focusing on examples from the practice of one of the most famous and most successful automotive companies of today, Mercedes-Benz. Comparative analysis and the method of an in-depth interview in the paper brings a clear conclusion that today, when experiences are sold, not products, nothing can pass without excellent marketing communication, and part of that communication is the marketing tool called storytelling.

Keywords: marketing, Mercedes – Benz, ad, storytelling, YouTube.

Jadranka Deže

PODUZETNIČKI POTENCIJALI LJUDSKIH RESURSA U POLJOPRIVREDI

Sažetak

Društveno-ekonomski razvoj povezan je s brojnim transformacijama činitelja proizvodnje koje su posebno izražene u poljoprivredi kao primarnoj, proizvodnoj gospodarskog grani. Ljudskim resursima, kao nematerijalnim činiteljima proizvodnje, raste značenje i u smislu fizičkog rada i kao segmentu intelektualnog kapitala, odnosno njegove nematerijalne vrijednosti. Značenje ljudskih resursa izravno se povezuje s razvojnim potencijalima u primjeni suvremenih biotehnologija, inovacija, inventivnosti, kreativnosti, a posebno poduzetničke aktivnosti. Kako bi gospodarski subjekti u poljoprivredi ostvarili poduzetnički potencijal svojih organizacija potrebno je primijeniti stratešku analizu ljudskih resursa. Cilj je ovog istraživanja utvrditi oblik i vrstu strateškog menadžmenta ljudskih resursa koji je aktualan u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima kako bi se ostvarili poduzetnički potencijali u razvoju poljoprivrede. Pilot istraživanjem prikupljeni su podaci za izradu matrice ljudskih resursa na osnovu koje je determinirano aktualno stanje te utvrđena strateška pozicija ljudskih resursa u poljoprivredi. Rezultatima istraživanja prepoznate su strateške opcije ljudskih resursa i identificirane one koje doprinose primjeni strategije poduzetničkog menadžmenta i realizaciji poduzetničkih potencijala u poljoprivredi.

Ključne riječi: agrarno poduzetništvo, ljudski resursi, strateški menadžment

1. UVOD

Značenje i uloga ljudskih resursa mijenjaju se i prilagođavaju u skladu s društveno-ekonomskim razvojem. Gospodarski subjekti u poljoprivredi značajno mijenjaju značenje ljudskih resursa koji se transformiraju iz primarnog fizičkog rada u intelektualni rad uz primjenu poduzetničkog poslovnog ponašanja. Razvojni potencijali poljoprivrednog gospodarstva tako postaju izravnije povezani s potencijalima ljudskih resursa, odnosno s vrijednošću ljudskog kapitala, a potpuno suprotno od onoga što se smatralo kapitalnom vrijednosti koja se odnosi na osnovna sredstva za proizvodnju: zemljište, objekti, poljoprivredna mehanizacija, višegodišnji nasadi i osnovno stado.

Bogdanović i Mateljak (2010, 49) naglašavaju da su ljudski resursi postali glavni ograničavajući činitelj ekonomskog razvoja Republike Hrvatske. Kao jedno od mogućih rješenja dijagnosticiranog problema vide uvođenje strateškog menadžmenta ljudskih resursa na svim razinama agregacije – makro, mezzo, mikro – kako bi se unaprijedile ekonomske performanse ljudskih resursa. Autori objašnjavaju razvojna rješenja u dva pravca: prvi je povezan s primjenom koncepcije makrofunkcijskog menadžmenta ljudskih resursa, odnosno jačanje povezanosti ekonomskih strategija i menadžmenta ljudskih resursa, koje bi trebale postati servis ekonomskim subjektima. Kao dodatni problem uočava se nedostatak stvaralačkih vrijednosti koje svoje temelje zasnivaju na vrednovanju rada, reda, poštenja i društvene solidarnosti. Drugi pravac pronalaze u promjenama institucionalnog funkcioniranja upravnih, lokalnih i centralnih državnih tijela u smislu povezanosti gospodarskog razvoja i zapošljavanja promovirajući učinkovitost, pravednost, sposobnost i etičnost menadžera. Zaključuju kako su za ekonomski razvoj potrebni ljudi bogati razvojnim karakteristikama, potpomognuti sinergijom institucija i razvojnim politikama lokalnih i centralnih vlasti.

Na osnovu objašnjenog ubrzao bi se ekonomski razvoj gospodarstva promovirajući strateški menadžment ljudskih resursa kao ključne djelatnosti. U poljoprivrednim gospodarstvima upravljanje ljudskim resursima u mnogome se razlikuje od ostalih gospodarskih subjekata zato što su prema veličini mali, imaju drugačije prioritete u poslovanju, uglavnom imaju neformalni oblik upravljanja ljudskim resursima i menadžerske strukture većinom nemaju poduzetnička znanja, vještine i sposobnosti.

Najvažnije specifičnosti upravljanja ljudskim resursima prepoznate su kroz sljedeće tvrdnje: (1) Većinom se radi o mikro subjektima, s do deset ljudi, koji se bave poljoprivredom. Funkciju upravljanja ljudskim resursima preuzima upravitelj koji je najčešće i vlasnik, a tu funkciju obavlja uz sve ostale funkcije. U poljoprivredi, ljudski resursi primarno su u funkciji primjene agrobiotehničkih znanja, ali nedostatak je u smislu i menadžerskih i poduzetničkih sposobnosti i vještina. Navedeno može biti ograničavajući činitelj napretku cjelokupnog poslovanja (Deže 2014, 302).

(2) U vezi s prioritetima u poslovanju, menadžerske strukture pod stalnim su pritiskom rasta poslovanja i stvarnosti poduzetničke situacije. Općenito je u poljoprivredi zbog agrotehničkih rokova, organizacijskih i proizvodnih faza učestalo pomanjkanje vremena, novca i stručnosti u proizvodnom procesu. U takvim uvjetima imperativ je menadžmenta funkcioniranje proizvodnje, zatim procesi nabave *inputa* za proizvodnju, postupci prodaje gotovih proizvoda uz marketing i financijsku funkciju. Pretpostavka je da funkcija upravljanja ljudskim resursima u poljoprivredi, iako postoji svijest da je važna, ipak u poslovnom smislu nije prioritet.

(3) Neformalnost u upravljanju ljudskim resursima primjenjuje se iz više razloga koji nisu samo povezani s nedostatkom vremena, stručnjaka i sredstava nego i s velikim brojem zahtjevnih aktivnosti usmjerenih na opstanak poslovanja u konkurentskim uvjetima tržišnog okruženja. Postupci upravljanja ljudskim resursima obavljaju se samo onda kada se već pojave problemi koji usporavaju proizvodnju, metodama osposobljavanja na licu mjesta s osobama koje su već ranije uspješno obavile zadatke. Umjesto formalnih upravljačkih postupaka koriste se neformalni i fleksibilni oblici.

(4) Posljednje je povezano s menadžerskim strukturama koje često nemaju poduzetnička znanja, vještine i sposobnosti. Iako brojni istraživači provjeravaju profil osobnosti poduzetnika zbog kompleksnosti i utjecaja vanjskog okruženja teško je utvrditi što bi on trebao sadržavati. Osim općih značajki poput samopouzdanja, visoke razine motivacije, energije, ustrajnosti, snalažljivosti, potrebe za samostalnosti mnogi načini poduzetničkog ponašanja mogu se usvojiti obrazovanjem. Prema Žutinić (2003), temeljni uvjeti oživljavanja i razvoja hrvatske poljoprivrede jesu ulaganje u znanje i ljudske potencijale. Upravo obrazovanje može omogućiti održivi razvitak obiteljskog gospodarstva i poduzetništva u ruralnim područjima. Pri tome se ne misli samo na formalno, institucionalizirano poljoprivredno obrazovanje nego i na cjeloživotno obrazovanje za potrebe razvoja ruralnih područja i poljoprivrede. U nastavku, Žutinić i Markovina (2009, 84) ljudske resurse prepoznaju kao središnjeg poticatelja ruralnog razvoja i poljoprivrede. Znanja doprinose rastu kapaciteta ljudskih potencijala, odnosno boljem korištenju prirodnih resursa, povećanju proizvodnosti, kompetitivnosti i konkurentnosti ruralnog gospodarstva, razvoju malog i srednjeg poduzetništva, osiguranju prihvatljive kvalitete života i razini socijalne sigurnosti u ruralnim zajednicama.

Kako bi poslovanje obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva opstalo i napredovalo, upravljanje ljudskim resursima posebno je značajno jer je važno koristiti poslovne prilike, umanjiti prijetnje iz poslovnog okruženja, iskoristiti sve prednosti koje imaju u ljudskima potencijalima i izravno utjecati na prepoznate slabosti. Takvo strateško planiranje upravljanja ljudskim resursima podrazumijeva proaktivno, poduzetničko ponašanje uz primjenu poduzetničkih znanja, vještina i sposobnosti. Cilj je istraživanja utvrditi oblik i vrstu strateškog menadžmenta ljudskih resursa koji je aktualan u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima kako bi se ostvarili poduzetnički potencijali u razvoju poljoprivrede.

2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Istraživački se proces metodološki sastojao od postupaka prikupljanja primarnih podataka obrascem anketnog upitnika koji je sastavljen kao osnovni instrument istraži-

vanja. Upitnik je sadržavao 24 pitanja zatvorenog oblika koja su grupirana u pet skupina: A) sociodemografska obilježja ispitanika, te B) determinacija i vrednovanje: a) poduzetničkih šansi; b) poduzetničkih prilika; c) prednosti u poslovanju u odnosu na ostale poljoprivrednike; d) slabosti u poslovanju.

Anketni upitnik ispunjavan je u obliku intervjua sa stručnom osobom. Ciljna skupina bili su poduzetnici obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava koji su sudjelovali na 3. sajmu obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava u organizaciji Fakulteta agrobiotehničkih znanosti Osijek, Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku koji je održan 23. 10. 2020. godine. Izravnom komunikacijom prikupljeni su podaci o lokacijama s kojih dolaze, životnoj dobi, iskustvu u poljoprivredi, razini obrazovanja te veličini poljoprivrednog gospodarstva čime je nastala baza podataka za analizu sociodemografskih obilježja poduzetnika.

Tablica 1. Sociodemografska obilježja agrarnih poduzetnika u istraživanom uzorku

Obilježja	**Opis**	**Udjel u uzorku, %**
Spol	Žensko	44,44
	Muško	55,56
Životna dob	Do 30 godina	16,67
	31-45 godina	22,22
	46-65 godina	55,56
	Više od 65 godina	5,56
Lokacija		14 mjesta
		3 županije
Iskustvo u poljoprivredi, godina	1-5 godina	11,11
	6-10 godina	27,78
	11-20 godina	38,89
	20 i više godina	22,22
Razina obrazovanja	Nezavršena osnovna škola	0
	Osnovna škola	0
	Srednja škola	66,67
	Preddiplomski/diplomski studij	27,78
	mr. sc./dr. sc.	5,56
Veličina poljoprivrednog gospodarstva	Mikro – do 10 zaposlenika	100,00
	Mala – od 11-49 zaposlenika	0
	Srednja – više od 50 zaposlenika	0

Uzorak je bio prigodan. Na sajmu su sudjelovala 34 izlagača, od kojih je bilo 28 poduzetnika u poljoprivredi, a u istraživanju je sudjelovalo njih 18 što čini 64,29 %. Prema dobnoj strukturi najzastupljenija je grupa od 46 do 64 godine. Uzorak je prikupljen od

poduzetnika iz tri županije: Osječko-baranjske (72,22 %), Vukovarsko-srijemske (22,22 %) i Dubrovačko-neretvanske (5,56 %), te ukupno 14 naselja. Prema tradiciji bavljenja poljoprivrednom, bilo je najviše poduzetnika (38,89 %) u skupini onih koji se bave tom djelatnošću od 11 do 20 godina. S obzirom na razinu obrazovanja, dominantna skupina u strukturi ispitanika bila je ona srednjoškolska (66,67 %).

Prema veličini, obiteljska poljoprivredna gospodarstva razvrstana su u tri kategorije:

- mikro do 10 zaposlenika,
- mala gospodarstva do 49 zaposlenika,
- te srednja s više od 50 zaposlenika.

Svi anketirani poduzetnici bili su iz kategorije mikro gospodarstava.

Pri istraživanju korištena je metoda sastavljanja SWOT matrice kao sredstva za analizu poslovne situacije prema Weihrichu i Koontzu (1994, 174–177). Matrica je konceptualni okvir za sustavnu analizu, a upotrebljava se kako bi se lakše usporedilo sastavne komponente: vanjske prijetnje i prilike s unutarnjim slabostima i snagama u poslovnim subjektima.

Prikupljeni podaci pri istraživanju obrađeni su prema metodi za stratešku analizu ljudskih resursa (Gutić i Rudelj 2012, 224–233). U prvom dijelu obrade podataka konstruirana je SWOT matrica ljudskih resursa: snage (engl. *Strenghts*), slabosti (engl. *Weakness*), prilike (engl. *Opportunities*), prijetnje (engl. *Threats*), koje čine komponente matrice. Matrica se upotrebljavala kao dijagnostički instrument strateškog planiranja i upravljanja ljudskim resursima kako bi se identificirale slabosti poslovanja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. Na osnovu postupka identifikacije obavljeno je planiranje strateških opcija za realizaciju poduzetničkih potencijala ljudskih resursa, a time i stabilnosti rasta te razvoja poljoprivrede. Takvim postupcima znanstvenog istraživanja i primjenom matrice ljudskih resursa omogućena je i detaljna vizualizacija sadržaja u komponentama matrice i definiranje misija, vizija i strateških ciljeva poslovanja.

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I RASPRAVA

Kao sastavnica činitelja proizvodnog procesa, u poljoprivredi su ljudski resursi, njihov značaj i nematerijalna vrijednost sadržani u pojmu ljudski kapital (engl. *Human Capital*). Prema Kolakoviću (2006, 107–173) ljudski kapital prvi je i temeljni element intelektualnog kapitala, a obuhvaća znanja, vještine, sposobnosti i iskustva poduzetnika kojima pridonose stvaranju vrijednosti. Suvremeno poduzetništvo postaje sve više znanjem-intenzivno, a sve manje kapitalno-intenzivno. Uspješnost u poslovanju ne ostvaruje

se samo na osnovi količine i vrijednosti imovine nego i na osnovi znanja, vještina i sposobnosti koje posjeduju ljudski resursi.

U dinamičnim uvjetima poslovnog okruženja ljudski resursi, kao oblik intelektualnog kapitala, osnova su za primjenu poduzetništva. Ponekad mogu predstavljati jedinu početnu imovinu, a u većini poslovnih situacija osnova su za opstanak, rast i razvoj poslovanja. Budući da su uvjeti poslovnog okruženja u izravnoj povezanosti s brojem i brzinom nastanka poduzetničkih prilika koje poduzetnici trebaju prepoznati i koristiti u poslovanju, provedeno je ispitivanje stavova u četiri parametra poslovnog okruženja. Svoje stavove ispitanici su izražavali koristeći se Likertovom ljestvicom od pet razina (*potpuno nevažno* do *izuzetno važno*).

Tablica 2. Struktura parametara poslovnog okruženja (%)

	Parametri poslovnog okruženja	**Potpuno nevažno**	**Nevažno**	**Važno**	**Vrlo važno**	**Izuzetno važno**
O	**Identificirane poduzetničke prilike (O)**					
	Ulazak na europsko tržište hrane	55,56	33,33	5,56	5,55	0
	Ekološka proizvodnja	0	0	0	5,56	94,44
	Rast životnog standarda potrošača/kupaca	0	0	5,56	11,11	83,33
	Primjena novih tehničkih i tehnoloških postupaka	0	0	5,56	11,11	83,33
T	**Identificirane prijetnje poduzetništvu (T)**					
	Konkurencija	22,22	0	27,78	22,22	27,78
	Nestašica potrebnih sirovina i materijala	22,22	16,67	22,22	27,78	11,11
	Gospodarska kriza uzrokovana COVID-om	5,56	16,67	33,33	33,33	11,11
	Preveliko porezno opterećenje	22,22	27,78	27,77	16,67	5,56

U prethodnoj je tablici uočljivo da su izuzetno važne poduzetničke prilike prepoznate u ekološkoj proizvodnji (94,44 %), zatim jednako je važan porast životnog standarda potrošača/kupaca (83,33 %) i primjena novih tehničkih i tehnoloških postupaka (83,33 %).

Kao najznačajniju prijetnju poduzetništvu ispitanici prepoznaju gospodarsku krizu uzrokovanu COVID-om (33,33 %), zatim konkurenciju (27,78 %) i zabrinutost za nestašicu potrebnih sirovina i materijala (27,78 %).

Tablica 3. Struktura parametara ljudskih resursa (%)

	Parametri ljudskih resursa	Potpuno se ne slažem	Samo se djelomično slažem	Slažem se	Uglavnom se slažem	U potpunosti se slažem
S	**Identificirane poduzetničke snage (S)**					
	Sposoban sam poduzetnik	0	0	5,56	11,11	83,33
	Znam motivirati na rad članove obitelji i zaposlenike	0	5,55	5,56	33,33	55,56
	Zapošljavam nove ljude, broj zaposlenika raste	44,44	33,33	5,56	0	16,67
	Imam iskustva u radu te dugoročne i kvalitetne dobavljače/kupce	5,56	5,56	5,56	16,66	66,66
	Koristim računala za istraživanje tržišta i poslovnu komunikaciju	0	0	0	5,56	94,44
W	**Identificirane poduzetničke slabosti (W)**					
	Nedostatak tehničkih sredstva i novih tehnologija	11,11	5,56	50,00	22,22	11,11
	Nema mogućnosti sudjelovanja na edukacijama i radionicama	83,33	0	11,11	0	5,56
	Nepravodobno informiranje o zakonskim promjenama	61,11	11,11	22,22	0	5,56
	Starosna dob članova obitelji i/ili zaposlenika, nedostatak radne snage	44,44	16,67	16,67	22,22	0
	Spora prilagodba strukture proizvodnje i načina poslovanja	22,22	27,78	27,78	16,67	5,56

Iz analize parametara ljudskih resursa uočljivo je da ispitanici kao najveće snage prepoznaju mogućnosti u primjeni ICT tehnologije u svrhu istraživanja tržišta i poslovne komunikacije (94,44 %). Snage prepoznaju i u vlastitim poduzetničkim sposobnostima (83,33 %) i iskustvu bavljenja poljoprivredom (66,66 %), što rezultira dugoročnim i kvalitetnim poslovnim kontaktima s dobavljačima i kupcima. Ispitanici su se složili da su najznačajnije slabosti u nedostatku tehničkih sredstava i novih tehnologija (50 %) te sporoj prilagodbi strukture proizvodnje i načina poslovanja (27,78 %).

Nakon identifikacije parametara poslovnog okruženja i ljudskih resursa proveden je postupak ponderiranja jer su pojedini odgovori ispitanika imali različite distribucije frekvencija po kojima se mjeri važnost svake pojedine vrijednosti varijable. Faktore važnosti ili pondere moguće je izračunati kao apsolutne ili relativne vrijednosti. Ponder važnosti izražen apsolutnom vrijednošću pokazuje koliko se puta pojavljuje određena komponenta koja sudjeluje u izračunavanju srednje vrijednosti, a relativni ponder pokazuje udio pojedine vrijednosti u ukupnoj strukturi[1].

Tablica 4. Identifikacija i kvantifikacija poduzetničkih prilika

Identificirane poduzetničke prilike (O)	**Ponder važnosti**	**Ocjene**	**Vrijednost**
Ulazak na europsko tržište hrane	0,10	1,61	0,16
Ekološka proizvodnja	0,31	4,94	1,52
Rast životnog standarda potrošača/kupaca	0,30	4,78	1,42
Primjena novih tehničkih i tehnoloških postupaka	0,30	4,78	1,42
Ukupna vrijednost ponderirane važnosti	1,00		4,51

Tablica 5. Identifikacija i kvantifikacija prijetnji

Identificirane prijetnje poduzetništvu (T)	**Ponder važnosti**	**Ocjene**	**Vrijednost**
Konkurencija	0,28	3,33	0,92
Nestašica potrebnih sirovina i materijala	0,24	2,89	0,69
Gospodarska kriza uzrokovana COVID-om	0,27	0,27	0,07
Preveliko porezno opterećenje	0,21	0,21	0,04
Ukupna vrijednost ponderirane važnosti	1,00		1,73

Tablica 6. Identifikacija i kvantifikacija snaga

Identificirane poduzetničke snage (S)	**Ponder važnosti**	**Ocjene**	**Vrijednost**
Sposoban sam poduzetnik	0,23	4,78	1,11
Znam motivirati na rad članove obitelji i zaposlenike	0,21	4,39	0,94
Zapošljavam nove ljude, broj zaposlenika raste	0,10	2,11	0,22
Imam iskustva u radu te dugoročne i kvalitetne dobavljače/kupce	0,21	4,33	0,91
Koristim računala za istraživanje tržišta i poslovnu komunikaciju	0,24	4,94	1,19
Ukupna vrijednost ponderirane važnosti	1,00		4,37

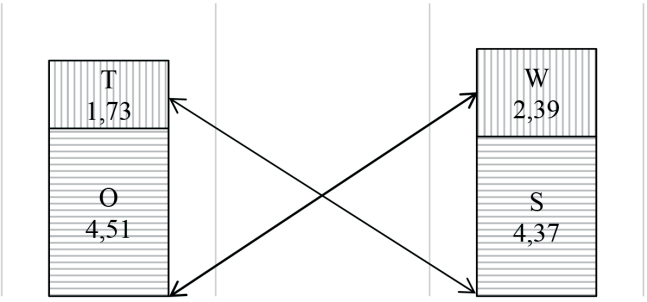
[1] Detaljnije pogledati: Hall-Lenguick M. L. i sur. (2009). *Strategic human resource management: The evolution of the field,* Human Resource Management Review, Vol.19. Issue 2, p. 64-85.

Tablica 7. Identifikacija i kvantifikacija slabosti

Identificirane poduzetničke slabosti (W)	**Ponder važnosti**	**Ocjene**	**Vrijednost**
Nedostatak tehničkih sredstva i novih tehnologija	0,29	3,17	0,90
Nema mogućnosti sudjelovanja na edukacijama i radionicama	0,13	1,44	0,19
Nepravodobno informiranje o zakonskim promjenama	0,16	1,78	0,28
Starosna dob članova obitelji i/ili zaposlenika, nedostatak radne snage	0,20	2,17	0,42
Spora prilagodba strukture proizvodnje i načina poslovanja	0,23	2,56	0,59
Ukupna vrijednost ponderirane važnosti	1,00		2,39

Izračunate ukupne vrijednosti koristile su se za izradu SWOT matrice identificiranih i kvantificiranih komponenti poslovnog okruženja i ljudskih resursa:

Grafikon 1. Identificirane i kvantificirane komponente SWOT matrice



Iz grafikona vizualno su uočljivije komponente u matrici koje imaju veće pokazatelje ukupne vrijednosti ponderirane važnosti. Osnovni je rezultat analize prepoznavanje strategije, ali i smjernica za izradu budućih strategija. Najveću vrijednost imaju snage (4,37) i prilike (4,51). Takva struktura vrijednosti upućuje na konstrukciju SWOT matrice ljudskih resursa:

Tablica 8. Matrica poduzetničkih potencijala ljudskih resursa

Poduzetnički potencijali ljudskih resursa	Slabosti, W	WO 2,39/4,51	WT 2,39/1,73
	Snage, S	SO 4,37/4,51	ST 4,37/1,73
		Prilike, O	Prijetnje, T
		Poslovno okruženje za primjenu poduzetništva	

Prema Weihrichu i Koontzu (1994, 176), od četiri alternativne strategije u matrici koje nastaju kao kombinacije unutarnjih i vanjskih činitelja najpovoljnija je situacija u kojoj poslovanje može upotrijebiti svoje snage kako bi iskoristilo prilike, a naziva se SO-strategija. Konkretnije, cilj je prijeći iz ostalih postojećih pozicija u matrici na upravo tu SO poziciju. Budući da je vanjsko poslovno okruženje vrlo dinamično, promjene mogu nastajati brže ili sporije u odnosu na promjene unutarnjih činitelja. Zbog toga je važno pratiti i planirati matrice u ovisnosti o razdoblju.

Kada menadžeri prepoznaju visoku razinu slabosti nastojat će raditi na njima kako bi razvili nove snage. U situaciji kada se suočavaju s prijetnjama kao vanjskim činiteljima poslovnog okruženja nastojat će takve prijetnje umanjiti i pretvoriti u nove poduzetničke prilike. S obzirom na prijelazna razdoblja i kombinacije u kvantifikaciji parametara poslovnog okruženja i potencijala ljudskih resursa za primjenu poduzetništva razlikuju se pozicije u mapi kako je prikazano sljedećom tablicom:

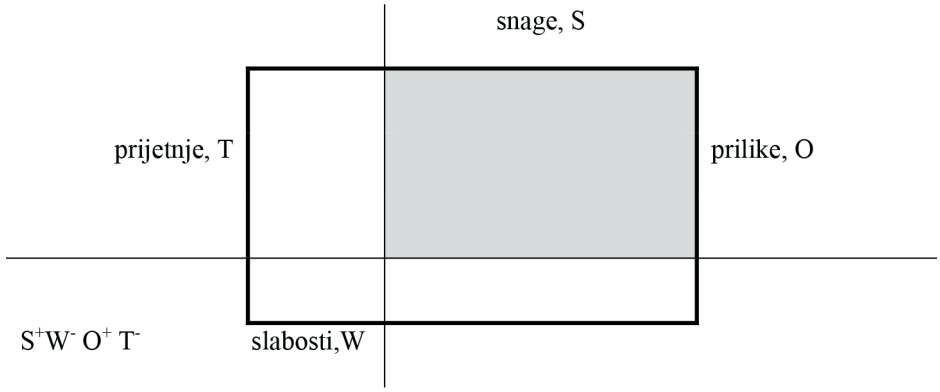
Tablica 9. Mapa pozicioniranja poduzetničkih potencijala ljudskih resursa

Pozicija	**Komponente poslovnog okruženja**		**Komponente ljudskih resursa**	
	Prilike, O	**Prijetnje, T**	**Snage, S**	**Slabosti, W**
A	velike; 4,51	male; 1,73	velike; 4,37	male; 2,39
B	velike	male	male	velike
C	male	velike	velike	male
D	male	male	male	velike
E	male	male	velike	male
F	velike	velike	velike	male
G	velike	velike	male	velike

Izvor: Gutić i Rudelj. 2012. *Menadžment ljudskih potencijala – primjeri, testovi, alati i modeli*. Grafika d.o.o. Osijek, 227.

Prema poziciji A identificirani su poduzetnički potencijali ljudskih resursa koji primjenjuju SO strategiju razvoja u poljoprivredi što znači da koriste snage poljoprivrednih gospodarstava kako bi iskoristili prilike u poslovnom okruženju. Takva pozicija u matrici podrazumijeva primjenu SO strategije kada se koriste snage kako bi se iskoristile prilike, a naziva se Maxi-Maxi (snage-prilike) pozicija.

Grafikon 2. Pozicija A ljudskih resursa u realizaciji poduzetničkih potencijala



S obzirom na poziciju moguće je prepoznati ciljeve, vizije i misije ljudskih resursa u primjeni poduzetništva.

Poslovne strategije u kojoj gospodarski subjekti najvećim dijelom svojih aktivnosti upotrebljavaju svoje snage kako bi iskoristili prilike nazivaju se i SO strategije, a Kolaković (2006, 109) takav oblik prepoznaje kao strateško poduzetništvo. Nadalje, isti autor objašnjava kako se u takvim situacijama integriraju poduzetničke aktivnosti traženja poslovnih prilika i strateških akcija pronalaženja i razvoja konkurentskih prednosti. Poduzetničke aktivnosti koncentriraju se na strateške perspektive. Upravo povezivanje poduzetničkih i strateških aktivnosti neophodno je kako bi mikro gospodarski subjekti ostvarili profitabilnosti i dalje se razvijali i rasli.

Prema Noi i sur. (2006, 66) strateški pristup upravljanju ljudskim potencijalima treba biti proaktivan kako bi stvorio konkurentsku prednost preko najvažnijeg resursa – ljudskih potencijala. U budućnosti upravljanje ljudskim potencijalima treba biti usmjereno na razvoj kompetencija ljudskih potencijala kroz razvoj profesionalnog i tehničkog znanja, poslovne sposobnosti, sposobnosti za integracije te sposobnosti upravljanja promjenama.

U vezi s primjenom strateškog poduzetništva u mikro gospodarskim subjektima važno je istaknuti da je njegov osnovni zadatak povećati dugoročnu i održivu učinkovitost poslovanja. Od poduzetnika se očekuje posjedovanje i korištenje sposobnosti kreiranja, imaginacije, vizije, te identifikacije postupaka koje on čini najbolje ili barem bolje od većine ostalih konkurenata. Značajno je da takve postupke, proizvode ili poslovanja potrošači i tržište prepoznaju kao dodanu vrijednost. Tako poduzetnici kreiraju konkurentsku prednost, fokusirajući se na ključne snage, identifikaciju i korištenje onih koje mikro gospodarstvo već posjeduje ili razvoj novih konkurentskih prednosti.

4. ZAKLJUČAK

Pregledom teoretskih spoznaja u vezi s ulogom i značajem ljudskih resursa koncipirana je metodologija istraživanja kako bi se u aplikativnom smislu prepoznale strateške opcije ljudskih resursa i identificirale one koje doprinose primjeni strategije poduzetničkog menadžmenta te realizaciji poduzetničkih potencijala u poljoprivredi. Prirodni resursi i tradicionalne tehnologije proizvodnje u poljoprivredi predstavljaju razvojne potencijale na koje je potrebno proaktivno djelovati primjenom strateškog menadžmenta ljudskih resursa. Istraživanjem su determinirani oblici i vrste strateškog menadžmenta ljudskih resursa aktualnih u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Temeljem njih moguće je ostvariti poduzetnički potencijal u razvoju poljoprivrede. Konkretnije, primijenjena je strateška analiza te su identificirane i kvantificirane prilike i prijetnje razvoju poduzetništva koje nastaju u vanjskom okruženju te snage i slabosti ljudskih resursa poljoprivrednih gospodarstva.

Prema podacima sociodemografskih obilježja ispitanika prevladavala je dobna skupina od 46 do 65 godina, onih koji imaju 11-20 godina iskustva bavljenja poljoprivredom sa srednjoškolskom razinom obrazovanja. Sva istraživana gospodarstva pripadala su skupini mikro gospodarskih subjekata.

Rezultati istraživanja nastali su primjenom metode sastavljanja SWOT matrice kao konceptualnog oblika za stratešku analizu ljudskih resursa. Matrica sadrži četiri komponente od kojih su dvije poslužile za analizu poslovnog okruženja – poduzetničke prilike i prijetnje poduzetništvu, te analizu ljudskih resursa – poduzetničke snage i slabosti, kao interni uvjeti poslovanja. Za svaku komponentu oblikovani su mjerni parametri koji su se u postupku analize vrednovali i kvantificirali. Identificirane su najznačajnije poduzetničke prilike koje su prepoznate u ekološkoj proizvodnji. Kao najznačajniju prijetnju poduzetništvu ispitanici prepoznaju gospodarsku krizu uzrokovanu COVID-om. Pri identifikaciji internih uvjeta, ljudskih resursa te njihovih snaga i slabosti, utvrđena je najveća snaga u mogućnostima primjene ICT tehnologije u svrhu istraživanja tržišta i poslovne komunikacije, a najznačajnija je slabost nedostatak tehničkih sredstava i novih tehnologija.

Identificirani parametri poslovnog okruženja i ljudskih resursa vrednovani su i kvantificirani prema važnosti. Rezultati vrednovanja izračunati su ponderima važnosti, ocjenama važnosti i sumarno iskazani ukupnom vrijednosti ponderirane važnosti. Tako izračunate ukupne vrijednosti koristile su se za izradu matrice poduzetničkih potencijala ljudskih resursa koja je prikazana grafički i tablično. Prema poziciji pojedinih komponenti u matrici zaključeno je da se primjenjuje SO strategija razvoja u poljoprivredi, odnosno snagama koriste prilike koje se pojavljuju u poslovnom okruženju. Takav nalaz zasnovan na rezultatima istraživanja teoretski se prepoznaje kao oblik strateškog podu-

zetništva koje povezuje poduzetničke potencijale ljudskih resursa s razvojnim strategijama. Povezanost poduzetničkih potencijala ljudskih resursa i strateških aktivnosti osnova su za kreiranje i održivost konkurentnosti, a time i opstanak, rast i razvoj proizvodnje i poslovanja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava.

Buduća istraživanja mogu se usmjeriti na prepoznavanje sposobnosti upravljanja ljudskim potencijalima, implementaciju biotehničkih spoznaja, poslovnih sposobnosti, sposobnosti za integracije te sposobnosti upravljanja promjenama što čini kompetencije ljudskih potencijala za postizanje održive konkurentnosti.

Literatura

1. Bogdanović, Mario, Mateljak, Željko. 2010. *Ekonomska kriza i ljudski resursi: studija slučaja za Hrvatsku*, Sarajevo Business and Economics Review (SBER) 30/2010., 486–502.
2. Deže, Jadranka, Ranogajec, Ljubica, Kristić, Jelena. 2014. *Ljudski kapital – pokretač agrarnog poduzetništva*, Zbornik radova 7. međunarodnog znanstveno-stručnog skupa, Poljoprivreda u zaštiti prirode i okoliša, Baban, Mirjana; Đurđević, Boris (ur.). Osijek, Glas Slavonije d.d., 302–307.
3. Gutić, Dragutin, Horvat, Đuro, Jurčević, Marinko. 2018. *Menadžment ljudskih potencijala u teoriji i primjeni*, EFFECTUS – studij financije i pravo, Visoko učilište, Zagreb.
4. Gutić, Dragutin, Rudelj, Siniša. 2012. *Menadžment ljudskih potencijala – primjeri, testovi, alati i modeli*. Grafika d.o.o. Osijek.
5. Hall-Lenguick L. Mark, Lenguic-Hall A. Cynthia, Andrade S. Leticia, Drake Brian. 2009. *Strategic human resource management: The evolution of the field*, Human Resource Management Review, Vol.19. Issue 2, 64–85.
6. Kolaković, Marko. 2006. *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*. Sinergija-nakladništvo d.o.o., Zagreb.
7. Noa, A. Raymond, Hollenbeck, R. John, Gerhart, Barry, Wright, M. Partick. 2006. *Menadžment ljudskih potencijala: postizanje konkurentske prednosti,* treće izdanje MATE, ZŠEM, Zagreb.
8. Žutinić, Đurđica. 2003. *Obrazovanje i ljudski potencijali – Nacionalni program za poljoprivredu i seoska područja – Pregled rezultata istraživanja*. XXXVIII. Znanstveni skup hrvatskih agronoma s međunarodnim sudjelovanjem, plenarno izlaganje, Opatija.
9. Žutinić, Đurđica, Markovina, Jerko. 2009. *Cjeloživotno obrazovanje za razvoj hrvatskog sela i poljoprivrede*. Sadašnjost i budućnost sela i poljoprivrede, Globalizacija i regionalni identitet 2009. (ur.) Petrač, Božidar; Šundalić, Antun; Zmaić, Krunoslav, Osijek: MIT d.o.o. Osijek, 73–86.
10. Weihrich, Heinz, Koontz, Harold. 1994. *Menedžment,* deseto izdanje, MATE, Zagreb.

ENTREPRENEURIAL POTENTIALS OF HUMAN RESOURCES IN AGRICULTURE

Abstract

Socio-economic development is connected with numerous transformations of production factors that are particularly pronounced in agriculture as the primary, productive branch of the economy. Human resources, as intangible factors of production, are growing in importance both in terms of physical labor and as a segment of intellectual capital, i.e. as its intangible value. The importance of human resources is directly related to development potentials in the application of modern biotechnologies, innovation, inventiveness, creativity, and especially entrepreneurial activity. In order for economic entities in agriculture to realize the entrepreneurial potential of their organizations, it is necessary to apply a strategic analysis of human resources. The aim of this research is to determine the form and type of strategic human resource management that is present in family farms in order to realize the entrepreneurial potential in agricultural development. The pilot research collected the data for the development of a matrix of human resources on the basis of which the current situation was determined and the strategic position of human resources in agriculture was determined. The results of the research identified strategic human resources options and identified those that contribute to the implementation of entrepreneurial management strategy and the realization of entrepreneurial potential in agriculture.

Keywords: agricultural entrepreneurship, human resources, strategic management.

Anita Dremel
Ljiljana Pintarić
Juraj Jurlina

GENDER EQUALITY AS SMART ECONOMICS: A CRITICAL VIEW

Abstract

The aim of this paper is to analyse smart economics argumentation of gender equality, with the data on gender equality index (GEI) in Croatia in mind, from the perspective of the most frequent critiques addressed at the so-called economic development theories of gender equality. The progress of Croatia towards achieving gender equality in the 21st century has been slow; according to GEI, Croatia has retained the same rank among the EU countries since 2005 and was in 2017 farther away from the European average than in 2005. The general level of economic development is strongly connected with values, religion, cultural roles, legislation, marital pattern of resource allocation, labour market access, education, fertility, political participation etc. Smart economics treats gender equality as an integral part of economic development, whereby the gap between men and women (in human capital, economic opportunities, voice) is the main obstacle to achieving efficient development. Gender equality is thereby seen as an investment return. The World bank, UN and International Labour Organisation have referred to the double dividend of gender equality: it is tied to both millennium development goals (to promote gender equality and the empowerment of women) and economic efficiency increase. The main critiques of this approach, numerous in the last fifteen years, which we will discuss in this paper, revolve around the subordination of the intrinsic value of equality, feminisation of responsibility, lack of knowledge about the need for systemic transformation, over-emphasized efficiency, opportune pragmatism, post-feminism etc.

Keywords: Croatia, development, gender equality, post-feminism, smart economics, women.

1. BACKGROUND AND CONTEXT

The way economic and cultural factors permeate each other is deep-rooted and omnipresent. In this paper, we analyse the economic approach to making gender equality and the measures taken towards it a strong case, with particular focus on the criticism

of the approach. The World Bank Group Gender Action Plan is actually entitled Gender Equality as Smart Economics (2006), there is an exemplary Goldman Sachs's initiative (2009) called the Power of the Purse, which promotes gender equality as a macroeconomic policy, numerous investment projects advocate the so-called "womenomics" (Prügl and True 2014), World Economic Forum's and UN Women's approach to gender equality is based on making it economically rational and desirable, and many governmental activities and corporate institutional agendas that promote social responsibility follow a similar narrative. Taking these examples into consideration, it can be stated that the economic narrative about the profitability of including women or the "business case" for women's empowerment has become widespread.

Many strategies, programmes, initiatives, policies, and agendas refer to Millenium Development Goals, the third of which is Promoting Gender Equality and Women's Empowerment (The Global Monitoring Report 2007). The reasons for making this into a goal are explained in the following way (p. xi):

> Gender equality and the empowerment of women are important for basic reasons— fairness, equality of opportunity, and economic well-being. Increasing efficiency and achieving the full potential of men and women alike is a precursor to prosperity.

It is noteworthy in this short quote that social and the human rights perspective is seen as something that needs to be justified by providing reasons for it. In addition to this, although two of the three reasons (fairness and equality of opportunity) are not explicitly economy-based, they are heavily discursively resonant within the economic framework. The argument supporting this thesis can be found on page 3 of the same Global Monitoring Report (2007), where a direct equation of gender equality and smart economics can be found:

> Investing in gender equality and empowerment of women is smart economics. Greater gender equality helps to create a fair society, raises economic productivity, and helps advance other development goals. (…) Better monitoring and mainstreaming of women's empowerment and equality into policy formulation and programs of international assistance are therefore vital to the development agenda.

The pervasiveness of the application of economic principles and a rationale to human rights is proven by many other citations that can be found in the documents (calling countries *clients*, addressing equality challenge in *key markets* etc.), but the aim of this paper is not to run a content or a discourse analysis of strategic or framework documents. Let it suffice to state for the purposes of outlining the background and context that this hug of economics and gender equality is no wonder or coincidence, considering among others the fact that economic and/or financial institutions authored the said documents.

The concept of smart economics is becoming more popular in the scientific and various strategic documents and in a wide range of contexts, especially economic development, but there is no single, generally accepted definition of smart economics. What is meant here is that gender equality is seen as an integral part of economic development, whereby the gap between men and women (in human capital, economic opportunities, voice) is the main obstacle to achieving more efficient development. Gender equality is seen as an investment return or as smart economics itself. World Bank, IMF, UN and ILO[1] have all referred in one way or the other to the double dividend of gender equality, because it is connected with the realisation of millennium development goals and simultaneously increases economic efficiency.

The aim of this paper is to evaluate some of the most frequent critiques addressed at the economic developmental justifications of gender equality goals and policies (or seeing and justifying gender equality as smart economics). Also, the objective is to analyse the most recent secondary data on gender equality in Croatia in the European context (data for 2020) available on web sites of the European Institute for Gender Equality (with focus on Gender Equality Index). Our main question is about the assumptions behind economic claims that gender equality is worthwhile and about the risks of unreservedly accepting them. Thus, we will offer an attempt at the deconstruction of underlying the tenets of gender equality as smart economics discourse, also wondering whether real experience of inequality is seen as relevant within this framework.

The structure of the paper follows this outline. Firstly, we look into data on the gender equality index in Croatia. Then we move on to give an overview of theoretical varieties in approaching the relationship between gender and development, from the so-called *women in development* to the *gender and development* paradigms. Finally, we analyse various critiques of treating gender equality as smart economics, including the subordination of the intrinsic value of equality, feminisation of responsibility, the lack of knowledge regarding the need for systemic transformations, over-accented efficiency, opportunistic pragmatism etc. One of the far-reaching questions overarching this paper is whether the revival and inclusion of (conditionally speaking) feminist voices and objectives by liberal feminists contributes to equality or merely uses this strategy in support of a broadly neoliberal agenda. The concept of post-feminism (McRobbie 2009) will also be introduced. In the conclusion we suggest that a relevant shift in gender relations can be detected, but we also invite future research to be careful about many possible misinterpretations and contradictions of gender mainstreaming within institutional framework.

[1] https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm, https://genderstats.un.org/#/home, https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2012/03/revenga.htm, http://documents1.worldbank.org/curated/en/309311468324011934/pdf/394730GMR02007.pdf

2. GENDER EQUALITY INDEX IN CROATIA

The Gender Equality Index measures the progress of gender equality in the EU over time.[2] Each year, it gives the EU and its Member States a score from 1 to 100, where 100 signifies full equality. The scores are measured on the basis of gaps between women and men and levels in six key areas: work, money, knowledge, time, power and health, and their sub-domains. The Index reveals where improvement is needed by providing an elaborate analysis at EU and member state level.

GEI also includes violence against women and intersecting inequalities, which shows the diverse realities that different groups of women and men face. Intersecting inequalities dimension shows how for instance disability, age, level of education, country of birth and family type intersect with gender and lead to different pathways in women's and men's lives.

GEI for Croatia according to the report by countries[3] is 57.9. This is precisely ten points below the European average. 67.9 out of 100 for the EU means that it will take the EU a minimum of 60 years to arrive at gender equality, at the present tempo. The latest Gender Equality Index from the European Institute for Gender Equality (EIGE) shows that the EU is climbing the GEI ladder by just half a point each year. Contextually, among the member states, Sweden, Denmark and France keep their top spots. The most improved scores have been achieved by Italy, Luxembourg and Malta, with each gaining around 10 points since 2010. Greece, Hungary and Romania are moving much more slowly compared to other EU countries.

The progress of Croatia towards gender equality in the 21st century can be described as slow. According to GEI, Croatia has kept its rank among EU countries since 2005, and in e.g. 2017 it was further away from the European average than in 2005. With 57.9 out of 100 points, Croatia ranks 20th in the EU regarding the Gender Equality Index. Croatia's score is 10.0 points below the EU's score. Since 2010, its GEI score has increased by 5.6 points. About half of the increase has been achieved since 2017. Croatia's ranking among EU member states has improved by five places since 2010. Croatia's scores are highest in the domains of health (83.7 points) and money (72.6 points). Gender inequalities are most pronounced in the domains of power (41.4 points) and time (51.0 points). A more detailed perspective can be obtained by examining data and line graphs in Table 1. It shows GEI scores for Croatia and EU average from 2010 to 2018, which enables insight into trends. The following domains are represented in Table 1: work, money, knowledge, time, power and health, which includes macro and micro perspectives.

---

[2] Definicije i podaci preuzeti s https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2020/HR

[3] https://eige.europa.eu/publications/gender-equality-index-2020-croatia#downloads-wrapper

Table 1. GEI scores for Croatia

Scores	2010	2012	2015	2017	2018	Trends in scores 2010-2018 Country and EU trends
	52.3	52.6	53.1	55.6	57.9	Croatia EU
Work	67.2	68.3	69.4	69.2	69.9	
Participation	75.0	75.5	78.5	78.9	79.6	
Segregation and quality of work	60.3	61.8	61.4	60.7	61.4	Croatia EU
Money	68.6	68.9	69.9	72.2	72.6	
Financial resources	56.2	55.7	57.1	60.1	60.6	
Economic situation	83.8	85.2	85.6	86.9	86.9	Croatia EU
Knowledge	49.9	48.5	49.8	50.4	51.6	
Attainment and participation	57.5	58.7	59.3	59.2	60.6	
Segregation	43.3	40.0	41.8	42.9	43.9	Croatia EU
Time	49.8	54.7	51.0	51.0	51.0	
Care activities	53.0	63.9	54.4	54.4	54.4	
Social activities	46.7	46.7	47.9	47.9	47.9	Croatia EU
Power	28.4	27.3	28.5	34.8	41.4	
Political	40.2	40.0	38.7	42.2	45.1	
Economic	24.8	22.2	19.0	19.8	28.6	
Social	22.9	22.9	31.6	50.2	55.1	Croatia EU
Health	81.5	82.8	83.3	83.7	83.7	
Status	85.1	85.7	86.4	87.5	87.4	
Behaviour	68.3	68.3	68.3	68.3	68.3	
Access	93.1	97.0	97.8	98.1	98.3	Croatia EU

Source: EIGE https://eige.europa.eu/publications/gender-equality-index-2020-croatia#downloads-wrapper p. 2 and p. 6 (Accessed 15 October, 2020)

As far as "counting women", or adding them to existing relations are concerned, together with the Croatian research context of achieving gender equality, it should be noted that counting the number of men and women in different areas provides us with an initial basis for social policy. However, without taking current perception and attitudes into account, together with qualitative insights into the ways of achieving true equality among people, we will not go far. Leinert Novosel (2003) did research on the attitudes of employers (sample around 500) and the results showed that there is declarative support for certain segments of gender equality (e.g. equal pay and job advancement), but that

male employers still see women as primarily oriented towards family and children. In the post-socialist context of Croatia, certain resistance to modernization was recognized by Tomić-Koludrović and Kunac (2000), with the risk imbued and triply burdened position of women (among other reasons due to retraditionalization, unemployment etc.). A more recent publication (Tomić-Koludrović 2015) speaks of a shift towards modernity, particularly in the private sphere, although the majority of housework and care still rests on women. Different types of households and male and female strategies related to housework (from resistance to change to proactive equality) have been recognized in another very recent paper (Derado, Petrić, and Tomić Koludrović 2020). These findings agree with GEI 2020 – that changes are taking place, notably in the private sphere, too, although at a slow pace.

It is clear that much research, founded in different theoretical backgrounds, including the perspective of gender equality as smart economics, leans against the discourse of development. It is therefore useful to outline, in the following chapter, the evolution of the theoretical narrative about the dynamics of women/gender and development.

3. VARIETIES IN GENDER AND DEVELOPMENT THEORY

Theoretical origins of economics-based approach to gender equality can be found in the 1970s within the so-called paradigm of Women in Development (WID) (Koczberski 1998). The WID rationale claimed that granting women access to education, labour market and assets significantly improves development and economic growth and it is seen as smart economics and a collective social interest to work towards gender equality for this reason. This reasoning has already been tackled in the introduction with the examples from the Global Monitoring Report (2007) and can be termed instrumental. On the contrary, there is an intrinsic approach, critical of exclusive efficiency arguments (e.g. Razavi 2017; Powell 2011). The WID approach rests on the observation that the way economic growth and development were taking place did not improve but even worsened the social position of women, especially in the Third World. Even though human rights of women and equality were advocated, this turned out to be declarative to a great extent, as the key discursive points emphasized economic efficiency.

The rights-based or intrinsic approach saw validly that economic activities alone cannot undo the centuries of cultural practice and patriarchal values and norms, because they are deep-rooted and persist in contemporary societies. Development can reduce inequality and empowering women may contribute to development, but it is hard to claim

that this beneficial mutual influence can be sustained by working from one side only: it is necessary to see the value of equality alone (Duflo 2012). Feminist economics is an umbrella term that gathers sound formulations of various critiques to solely economics-based arguments (Peterson and Lewis, 1999).

Revenga and Shetty (2012) point out that greater gender equality enhances economic efficiency and improves other development outcomes, because women now represent 40 percent of the global labour force and more than half the world's university students, so overall productivity will increase if their skills and talents are used more fully. Also, greater control over household resources by women can enhance countries' growth prospects by changing spending in ways that benefit children (more spending on food and education).

Calkin (2015) states that the WID paradigm sees the smart economics approach to gender equality as a 'win win' narrative (cf. Kabeer and Natali 2013) and promotes an economic efficiency perspective. The aim is to offer solutions regarding gender to a policy. The rationale focused on what economics can gain from women rather than what women's interests in development are. Policy makers have failed to differentiate between the categories of women and gender (Baden and Goetz 1997). In practice, gender policy was made less threatening to bureaucrats and policy- makers as it focused on the 'poorest of the poor' (rather than gender power relations in the household), productive employment (rather than basic needs) and an instrumental emphasis on women's role in providing for the family's basic needs (Razavi and Miller 1995). This approach made gender a widely acceptable policy and this was successful in making women visible in development, although transformative feminist influence in the process was diminished and appropriated (Kabeer 1994; Rai 2002, 2003).

Socialist and Third World feminists were the loudest critics of the WID approach: they criticised the liberal feminist focus on access, accentuating a structural critique of capitalist development and its reproduction of gender inequalities (Sen and Grown 1985). From these criticisms emerged the Gender and Development (GAD) framework which sought to shift focus from the category of 'women' to the concept of 'gender' and from issues of women's access to the labour market to an analysis of gendered power relations. GAD put a focus on the gendered housework division, differential access to work, unequal pay, control over resources, and the social status of men and women (Rai 2002). However, some have claimed that neoliberalism as an ideology or governing rationality reflects the expansion of market logic into all areas of political and social life, as well as governmental efforts to encourage individuals and institutions to act according to market norms (Larner 2000). This is where and why the transformative potential of GAD has been seen by some as diminished, boiling down to nothing more than policy language (re- labelling WID) or institutional gender mainstreaming approaches (Rai 2002). The

following chapter analyses strands of criticism of WID and of seeing gender equality as smart economics.

4. CRITICISM OF ECONOMICS-BASED ARGUMENTATION OF GENDER EQUALITY

The basic criticism of the economics-based approach to justifying and calling for gender equality, which has been quite vivid in the last fifteen years, tackles several dimensions: the subordination of the intrinsic value of equality, the feminisation of responsibility, the lack of knowledge regarding the need for systemic transformations, over-accented efficiency and opportunistic pragmatism etc. The common denominator is that the co-optation of gender equality by neoliberalism, seeing girls and women as untapped resources, is seen as problematic.

Concerning the position in WID and gender equality as smart economics which sees the empowerment of women as the booster of social upward mobility across generations together with many long-term social and economic benefits (the reason for referring to the approach as *smart* economics), there is compelling empirical evidence that can support it in a way, mostly in the Third World (e.g. Engle 1993). It seems that when women have control over household budget and better education, then the care for children is better regarding their education and nutrition (cf. Kabeer and Natali 2013; Owen, Knowles, and Lorgelly 2002). Still, assuming that mothers have altruistic instincts and developing policies on that basis is problematic. There are patriarchal constraints in cultural norms and implicit bias disfavouring girls and women, which makes their education less invested in (they are less frequently employed in high-skilled jobs). There are even contexts (India and China for instance) where abortions are practiced based on the sex of the baby as the status of mothers is connected to having sons (Kabeer 2016). There are traditional, mostly rural, regions in Croatia where such favouritism of having a son is present too, but not as intensely that it would lead to abortions of daughters. Also, there is a problem with the focus on women in development: it excludes men and reproduces binary stereotypes of egoistic and irresponsible men as opposed to altruistic and sacrificing caring women. If policy mainstreams gender in the form of providing money to women who stay at home and take care of the family, traditional gender roles are reinforced (e.g. the focus on children reinforces the role of women as primary caregivers and discourages their labour market inclusion, strengthening the male-breadwinner stereotype). Such an approach to the empowerment of women does not necessarily lead to economic growth for all. Ironically, it accentuates the reproductive over productive role of women.

Next, the criticism is called for regarding the idea that inclusion of women in the formal economy as active agents will contribute to overall growth due to its spillover effect (cf. Esteve-Volart 2000). However, this claim disregards the gender dimensions of human capital and labour contained in economic growth. In this context, the Global Gender Gap Report (2020) showed that seeing gender equality as smart economics becomes problematic once wages are considered as equality indicators. Women have increased their share in the formal labour markets, but dominantly in highly feminized, labour-intensive and low-paid labour markets (e.g. in textile industries). We can still find "feminized" and precarious occupations, and this is a threat to gender equality. This faces us with the need to be cautious about what gender equality actually means, because it can turn out that gender equality as smart economics approach reinforces rigid gender biases and fails to understand people's real experience. Giving priority to instrumental argument of gender equality over the intrinsic one dims the value of gender equality in itself, without the need to justify it from the perspective of benefits for economic growth.

There are motions in corporations, such as for example Nike Inc.[4], to mainstream gender and act towards the change, referred to as the corporatization of activism (Dauvergne and Lebaron 2014). There was in 2008 at the World Economic Forum meeting an initiative by the Nike Foundation called the 'Girl Effect' (Girl Effect n.d. 'About). It strove to raise awareness that investment in girls can stop poverty (Girl Effect n.d. 'Smart Economics'). The campaign includes a website, video campaign, and donation portal; it has become known for its viral video appeals to portray emotional narratives about the empowerment of women and girls. Feminist evaluation of the Girl Effect videos has been pervasively critical, warning about neo-colonial messages (Hickel 2014) implying that there is a need to transform "backwards" social norms. Koffman and Gill (2013) similarly warn that the view of girls as solutions to the underdeveloped global South includes transnational corporate investment priorities and biopolitical interventions to educate girls for market rationality. The prominence of women and girls in the discourse of economic growth and development on the one hand recognizes how important gender equality is for development and human wellbeing, making women agents and not victims. On the other hand, this discourse is very closely connected to neoliberal economic policy agenda, making some authors wonder whether liberal and global feminism actually do violence (Zalewski and Runyan 2013).

When it comes to feminism, Nancy Fraser (2009) suggests that the critiques of economism, androcentrism and etatism of the welfare state have been resignified to romanticise neoliberalism. Fraser's critique centres around the claim that feminist focus on the

[4] There are other initiatives too: Nike Foundation's partnership with the World Bank (the Adolescent Girl Initiative), the UN Women partnership with Coca Cola (the 5by20 Strategic Partnership), the United Nations Foundation's partnership with Exxon Mobile (the Roadmap for Women's Empowerment) and many others.

cultural politics of recognition of difference prevented adequate attention to the politics of redistribution, whereby feminism's uncanny double was created and neoliberal economic policies promoted in the name of individual freedom, agency, and difference. Including feminist concepts in the mainstream context has been also attributed to linguistic vagueness which allows for re-signification (Batliwala 2011; Cornwall and Brock 2005), then to technocratic renaming/omission of feminism in favour of 'gender mainstreaming' (McRobbie 2009) and the structural restrictions within institutions that limit the space for feminist action (Rai 2002; Kothari, 2005). Liberal feminism focused on women's careers in business, which overlaps with employers' interests and reinforces the neoliberal model (cf. Eisenstein 1993; McRobbie 2013; Prügl 2014). In the past few decades the "feminization" of employment has been noticeable (bigger share of women in employment and worse conditions of men's jobs) (Elson 2003; Standing 1989). The process has however not led to higher women's incomes or ability to exercise power, which is why the simultaneous feminization of poverty and anti-poverty testifies to persisting gender power gaps (Chant 2008; 2016).

Adrienne Roberts (2012; 2014a; 2014b; Roberts and Soederberg. 2012) introduces the notion of 'Transnational Business Feminism' (TBF), wishing to promote the "business case" for gender equality, claiming that investments made in women can (and should) be measured in terms of the cost savings to families and communities, augmenting corporate profitability and competitiveness. The concept of post-feminism has however also emerged, although with no unified meanings, similar to feminism itself. For Angela McRobbie (2009) 'post-feminism' denotes the inclusion of feminism into political and cultural life under patriarchal control, with no necessary appeal to engaged collective action. Juanita Elias (2013) uses the term to show how gendered discourses of efficiency, individualism, and self-care contribute to the production of neo-liberal compatible subjectivities. Elias understands the discourse of smart economics as a governing rationality and sees its effects in the appeal to transform women and other marginal groups into much more responsible and rational economic agents.

5. CONCLUSION

To conclude the argumentation and criticism of gender equality as smart economics, we can say that there is a "one size fits all" approach to diverse political, economic and social issues, which is not sensitive enough regarding cultural contexts when defining gender equality and designing collective formal ways to achieve it.

When conceived in a broader way, it becomes clear that it is hard to define precisely the notions and categories of women, gender, smart economics, neoliberalism etc. Also, there remains the problem of finding the subject position of women and their own voice in which appropriate policies could be formulated. Along postcolonial lines of critique, Gayatri Chakravorty Spivak's suggestion that feminists craft a "strategic use of positivist essentialism" for political ends (Spivak 1988) comes to mind, because neoliberal co-optation of feminist principles conflates much diversity and dissent. Imputations of co-opting feminism are also problematic for their use of a loss narrative that risks conjuring a nostalgic and naïve understanding of what feminism is, particularly in its second wave. Nancy Fraser has been particularly criticised along these lines for misrepresenting the unity of the feminist movement (Funk 2013; Gregoratti and Allison 2013; Prügl 2014). Such loss narratives regularly see contemporary feminism as not radical enough or as hegemonic (Hemmings 2011). This approach makes less visible the exclusions within that movement which have been repeatedly demonstrated by black, Third World, and queer feminists (cf. Mohanty 1988). Feminisms are diverse and dynamic, calling for reflection and warning against exclusionary nostalgia for a past era of ideological purity.

The claim that feminism has been appropriated and de-politicized deserves scrutiny in its radical form, because it remains unanswered who these neoliberal feminists are and where they get their power from. Particularly so because there are potential economic effects of women's empowerment. Some efforts of liberal feminists have been successful, even though within the neoliberal agenda, but it is still crucial to remain critical regarding the view of women as ideal neoliberal subjects. Feminist political economy literature is (rightly) deeply critical of transnational business initiatives that commodify gender equality and re-interpret it through neoliberal capitalism, but there is still the need to recognize significant successes of feminists working along the lines of gender equality as smart economics. Finally, we offer a recommendation: much more research in this area is needed, empirical, local and interested in the real experience of participants, particularly by or/and about those working within transnational business initiatives and navigating the contradictions that appear in the process. Mutual relationships between gender equality and development are most likely not strong enough to be self-sustaining, making the commitment to equality for its own sake a task ahead of us.

References

1. Baden, Sally, and Anne Marie Goetz. 1997. "Who Needs [Sex] When You Can Have [Gender]?: Conflicting Discourses on Gender at Beijing." *Feminist Review* 56, no 1: 3–25.
2. Batliwala, Srilatha. 2011. "Taking the Power Out of Empowerment - an Experiential Account. " *Development in Practice* 17, no. 4-5: 557–565.

3. Calkin, Sydney. 2015. "Feminism, interrupted? Gender and development in the era of 'Smart Economics.'" *Progress in Development Studies* 15, no. 4: 295–307.
4. Chant, Sylvia. 2008. "The 'Feminisation of Poverty' and the 'Feminisation' of Anti-Poverty Programmes: Room for Revision? " *The Journal of Development Studies* 44, no. 2: 165-197.
5. Chant, Sylvia. 2016. "Addressing world poverty through women and girls: a feminised solution." *Sight and Life Magazine* 30, no. 2: 58–62.
6. Cornwall, Andrea, and Karen Brock. 2005. "What do buzzwords do for development policy? a critical look at 'participation', 'empowerment' and 'poverty reduction'" *Third World Quarterly* 26, no. 7: 1043–1060.
7. Dauvergne, Peter, and Genevieve LeBaron. 2014. *Protest Inc.: The Corporatization of Activism*. Cambridge: Eisenstein.
8. Derado, Augustin, Mirko Petrić, and Inga Tomić-Koludrović. 2020. "Relacijske rodne strategije u podjeli kućanskih poslova. " *Revija za sociologiju* 50, no. 3: 231–251.
9. Owen, Dorian, Stephen Knowles, and Paula K. Lorgelly. 2002. "Are Educational Gender Gaps A Brake on Economic Development? Some Cross-Country Empirical Evidence." *Oxford Economic Papers* 54, no. 1: 118–149.
10. Duflo, Esther. 2012. "Women Empowerment and Economic Development." *Journal of Economic Literature* 50, no. 4: 1051–79.
11. Eisenstein, R. Zillah. 1993. *The radical future of liberal feminism*. Boston: Northeastern University Press.
12. Elias, Juanita. 2013. "Davos Woman to the Rescue of Global Capitalism: Postfeminist Politics and Competitiveness Promotion at the World Economic Forum." *International Political Sociology* 7, no. 2: 152–169.
13. Elson, Diane. 2003. "Gender Justice, Human Rights, and Neo-liberal Economic Policies." In *Gender Justice, Development, and Rights*, edited by Molyneux, Maxine and Shahra Razavi, 78-114. New York: University Press.
14. Esteve-Volart, Berta. 2000. "Sex Discrimination and Growth." *IMF Working Paper*.
15. European Institute for Gender Equality. 2018. "Index score for Croatia." Accessed January 20, 2021. https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2020/HR.
16. Fraser, Nancy. 2009. "Feminism, capitalism and the cunning of history." *New Left Review* 56, no. 1: 97–117.
17. Funk, Nanette. 2013. "Contra Fraser on Feminism and Neoliberalism." *Hypatia* 28, no. 1: 179–196.
18. Gregoratti, Catia, and Katherine Allison. 2013. Global Governance, (In)security and the Entrepreneurial Woman, in: Feminist Political Economy Section. Presented at the 8th Pan European Conference on International Relations. Warsaw.
19. Hemmings, Clare. 2011. *Why stories matter: The political grammar of feminist theory*. Duke University Press.

20. Hickel, Jason. 2014. "The "girl effect": liberalism, empowerment and the contradictions of development". *Third World Quarterly* 35: 1355–1373.
21. Kabeer, Naila, and Luisa Natali. 2013. "Gender Equality and Economic Growth: Is there a Win-Win?" *IDS Working Papers* (417): 1–58.
22. Kabeer, Naila. 2016. "Gender Equality, Economic Growth, and Women's Agency: the "Endless Variety" and "Monotonous Similarity" of Patriarchal Constraints." *Feminist Economics*, 22, no. 1: 295–321.
23. Koczberski, Gina. 1998. "Women in development: a critical analysis." *Third World Quarterly* 19, no. 3: 359–409. Academic Research Library.
24. Koffman, Ofra, and Rosalind Gill. 2013. "The revolution will be Led by a 12-Year-Old Girl: Girl Power and Global Biopolitics." *Feminist Review* 105, no. 1: 83–102.
25. Leinert Novosel, Smiljana. 2003. *Stavovi poslodavaca prema profesionalnoj i obiteljskoj angažiranosti žena*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži.
26. Larner, Wendy. 2000. "Neo-liberalism: Policy, Ideology, Governmentality." *Studies in Political Economy* 63, no. 1: 5–25.
27. McRobbie, Angela. 2009. *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*. London: Sage.
28. McRobbie, Angela. 2013. "Feminism, the Family and the New 'Mediated' Maternalism." *New formations: a journal of culture/theory/politics* 80: 119–137.
29. Mohanty, Chandra. 1988. "Under Western eyes: Feminist scholarship and colonial discourses." *Feminist Review* 30, no. 1: 61–88.
30. Peterson, Janice, and Margaret Lewis. 1999. "Introduction." In *The Elgar Companion to Feminist Economics*, edited by Janice Peterson and Margaret Lewis, xv-xvii. Edward Elgar Publishing.
31. Powell, Marie. 2011. "A Rights-Based Approach to Gender Equality and Women's Rights." *Canadian Journal of Development Studies* 26, no. 1: 605–617.
32. Prügl, Elisabeth, and Jacqui True. 2014. "Equality means business? Governing gender through transnational public-private partnerships." *Review of International Political Economy* 21, no. 6: 1137–1169.
33. Rai, M. Shirin. 2002. *Gender and the political economy of development: From nationalism to globalization*. Oxford: John Wiley & Sons.
34. Rai, M. Shirin. 2003. *Mainstreaming gender, democratizing the state?: Institutional mechanisms for the advancement of women*. Manchester: University Press.
35. Razavi, Shahra. 2017. "Revisiting equity and efficiency arguments for gender equality: a principled but pragmatic approach." *Canadian Journal of Development Studies* 38, no. 4: 558–563.
36. Razavi, Shahra and Carol Miller. 1995. *From WID to GAD: conceptual shifts in the women and development discourse (UNRISD's Contribution to the Fourth World Conference on Women)*. United Nations Research Institute for Social Development Geneva.

37. Roberts, Adrienne, and Susanne Soederberg. 2012. "Gender Equality as Smart Economics? A critique of the 2012 World Development Report." *World Quarterly*, 33, no. 5: 949–968.
38. Roberts, Adrienne, 2012. "Financial Crisis, Financial Firms… And Financial Feminism? The Rise of "Transnational Business Feminism" and the Necessity of Marxist-Feminist IPE." *Socialist Studies* 8, no. 2: 85–108.
39. Roberts, Adrienne. 2014a. "The Political Economy of "Transnational Business Feminism." *International Feminist Journal of Politics* (Ahead of print): 1–23.
40. Roberts, Adrienne. 2014b. "Gender, Financial Deepening and the Production of Embodied Finance: Towards a Critical Feminist Analysis." *Global Society (Ahead of print)*: 1– 21.
41. Sen, Gita, and Caren Grown. 1985. *Development, crises and alternative visions: Third World women's perspectives*. London: Earthscan.
42. Spivak, Gayatri Chakravorty. 1988. "Subaltern Studies: Deconstructing Historiography." *In Worlds: Essays in Cultural Politics*, edited by Gayatri Chakravorty Spivak, 197–221. Oxford: Oxford University Press.
43. Standing, Guy. 1989. "Global feminization through flexible labor." *World development* 17 (7): 1077–1095.
44. Tomić-Koludrović, Inga, and Suzana Kunac. 2000. *Rizici modernizacije: žene u Hrvatskoj devedesetih*. Split: Udruga građana "Stope nade".
45. Tomić-Koludrović, Inga. 2015. *Pomak prema modernosti: žene u Hrvatskoj u razdoblju „zrele" tranzicije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk; Hrvatsko sociološko društvo.
46. World Bank, and International Monetary Fund. 2007. "*Global monitoring report. Millennium Development Goals: Confronting the Challenges of Gender Equality and Fragile States*." Washington, DC: International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank.
47. Zalewski, Marysia, and Anne Sisson Runyan. 2013. "Taking Feminist Violence Seriously in Feminist International Relations." *International Feminist Journal of Politics* 15, no. 3: 293–313.

Internet sources

1. Girl Effect. n.d. "About." Accessed September 1, 2020. http://www.girleffect.org/about/.
2. Girl Effect. n.d. "Smarter Economics: Investing in Girls." Accessed September 1, 2020. www.girleffect.org/download?downloadType=a&id=2231.
3. International Labour Organization. n. d. "Statistics and databases." Accessed January 20, 2021. https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm.
4. Revenga, Ana, and Sudhir Shetty. 2012. "Empowering Women Is Smart Economics." Finance & Development 49 (1): 40-43. Accessed September 1, 2020. https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2012/03/pdf/revenga.pdf

5. Sachs, Goldman. 2009. Global Markets Institute. "The Power of the Purse: Gender Equality and Middle-Class Spending". Accessed September 30, 2020. https://www.goldmansachs.com/insights/investing-in-women/bios-pdfs/power-of-purse.pdf
6. United Nations Entity for Gender Equality and the empowerment of Women. n. d. „Concepts and definitions." Accessed January 31, 2020. https://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsandefinitions.htm#:~:text=Equality%20between%20women%20and%20men,men%20and%20girls%20and%20boys.
7. United Nations. 2019. "The United Nations Minimum Set of Gender Indicators." Last modified April 30, 2019. https://genderstats.un.org/#/home.
8. United Nations. n. d. "Goal 3: Promote gender equality and empower women." Accessed January 31, 2020. https://www.un.org/millenniumgoals/gender.shtml
9. World Bank, 2006. "Gender Equality as Smart Economics: A World Bank Group Gender Action Plan (Fiscal Years 2007-10)". Accessed August 10, 2020. https://unstats.un.org/unsd/demographic/meetings/wshops/India%20Aug07/Background_WB_ActionPlan.pdf
10. World Economic Forum. n. d. "Global Gender Gap Report 2020." Accessed January 15, 2021. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf.

RODNA JEDNAKOST KAO PAMETNA EKONOMIJA: KRITIČKI POGLED

Sažetak

Cilj je ovoga rada analizirati najnovije podatke (2019., EIGE, UN, ILO) o rodnoj jednakosti u Hrvatskoj s obzirom na europski kontekst iz perspektive najčešćih kritika upućivanih takozvanim ekonomskim razvojnim teorijama rodne jednakosti. Napredak je Hrvatske prema rodnoj jednakosti u 21. stoljeću spor; Hrvatska je prema indeksu rodne ravnopravnosti (GEI) od 2005. zadržala isti rang među zemljama EU-a te je primjerice 2017. bila čak udaljenija od europskog prosjeka, nego što je to bila 2005. (EIGE). Indeks rodne ravnopravnosti za 2019. godinu bio je usmjeren na ravnotežu rada i života. Literatura o rodu i razvoju otkriva tri glavna fokusa teorijskih varijeteta: na jednakost, na borbu protiv siromaštva i na učinkovitost ekonomije, i pokazuje da su s općenitim stupnjem ekonomskog razvoja najpovezanije vrijednosti, religija, kulturna ograničenja i uloge, zakoni i prakse nasljeđivanja, bračni uzorak alokacije resursa, pristup tržištu rada, obrazovanje, fertilitet, moć pri političkom odlučivanju itd. Zemlje u razvoju nerijetko su naglašavale pristup nastojanju oko postizanja rodne jednakosti utemeljen u ekonomskim interesima razvoja, od liberalnog feminizma do takozvane pametne ekonomije. Pametna ekonomija rodnu jednakost određuje kao integralni dio ekonomskog razvoja, pri čemu je jaz između muškaraca i žena (u ljudskom kapitalu, ekonomskim prilikama, glasu) glavna prepreka postizanju učinkovitija razvoja. Rodna jednakost pri tome se vidi kao veći povrat investicije, što znači da se sama rodna jednakost vidi kao pametna ekonomija. Svjetska banka, UN i Svjetska organizacija rada odreda su se referirali na dvostruku dividendu rodne jednakosti, jer se tiče ostvarenja milenijskih razvojnih ciljeva (promicati rodnu jednakost i osnaživanje žena) i istovremena povećanja ekonomske učinkovitosti. Osnovne kritike takvu pristupu, brojne unazad petnaestak godina, a koje ćemo raspraviti, tiču se podređivanja intrinzične vrijednosti jednakosti, feminizacije odgovornosti, neznanja oko potrebe za sistemskom transformacijom, prenaglašene učinkovitosti, oportunog pragmatizma itd.

Ključne riječi: rodna jednakost, feminizam, pametna ekonomija, razvoj, ekonomska učinkovitost

Marta B. Erdos

Roger Ellis

Rebeka Javor

EXPLORING HUNGARIAN SOCIAL WORKERS' IDENTITY BY EMPLOYING IDENTITY STRUCTURE ANALYSIS: A SOCIOCULTURAL APPROACH

Abstract

Social workers' professional identity is a decisive factor in the development of client-helper relations, largely determining the effectiveness of social work. Social workers' professional identity is greatly influenced by societal and cultural factors. The Global Definition of Social Work, in addition to defining a common ground for social work practice, emphasizes the relevance of local and indigenous knowledge. We relied on Weinreich's (2004a, 20) Identity Structure Analysis (ISA) to explore Hungarian social workers' professional identity. ISA, with its linked framework software, Ipseus, has been utilized in a large number of cross-cultural, clinical and societal investigations in a variety of cultures. The framework combines etic and emic approaches. While it is most sensitive to cultural and discursive traditions of the respondents, using their own central themes and speech codes, it also provides the researcher with a unique "algebra of investigation" (Hogard 2014, 15). In our presentation, we describe how to generate a tool to measure relevant aspects of social worker identity. Further, we reflect on some of the key findings of our study on a convenience sample of 59 respondents, e.g., on the discrepancies between perceptions on other-ascribed and own-group components of social worker professional identity.

Keywords: identity structure analysis, professional identity, social workers, sociocultural context

1. INTRODUCTION: IDENTITY FORMATION IN THE 21TH CENTURY

Identity is one of the four main pillars in the bridge connecting persons and societies. Another pillar, social positions, are the broad categories defining status and hierarchy, and the third pillar, social roles, are attached to social functions and norms. Unlike these functional elements, identity is a source of meaning, including persons' or groups' constructions of themselves. It provides the persons and groups with ever-renewing schemas to interpret their own experiences in a specific, changing social and cultural context. Identity is unique, but is not separable from the reflections of the persons' immediate and broad environment; it has its sensed continuity over time, but is also subject to deep transformations. Castells (2009, XVII) conceives identity *„as a fundamental lever of social change"*, pointing out the dynamics of *„the net and the self as an organizing principle of the new historical landscape"*. Recent societal processes, highlighting the importance of local identities and ethnic and religious diversities have disconfirmed former predictions on a „flat world", a homogenous, global society with the univocal dominance of Western cultures (Castells 2009, XXXIV). Cultural values prevail over global economic interests in determining the meaning of human action, and this is why identity has continued to be a focal issue in the globalized world.

2. THE CONCEPT OF PROFESSIONAL IDENTITY

A possible source of one's identity elements are internalized institutions: *"social actors…construct their meaning around this internalization"* (Castells 2009, 7). Social institutions bring about collective identities, predominantly determining the core contents of such identities. These collective identities provide the person with key symbols or metaphors that they rely on in their interpretations on themselves, as well as on the events and actors of the social world; and make part of their personal identities as discursive anchors (Wiggins, and Potter 2007, 74). The formation of such collective identities is a result of power relations within the society (Castells, 2009, 7).

By professional identity we mean one's professional self-concept by which a professional defines themselves in the specialized context of their occupations. Professional identity includes one's knowledge, skills, values, attitudes, memories, convictions, aspirations, and reflections that are unique to an individual (Hogard 2014, 2; Slay, and Smith 2010, 2; Ellis, and Hogard 2020, 2). Professional identity has both internal and external aspects: in addition to one's self-concept, other-ascribed identity components, as *meta-*

perspectives internalized by the professionals, play an important role in the development of professional identity. Such metaperspectives are connected to the above mentioned power relations, resulting in three possible variations for the given group:

- legitimizing identities that are related to, and serve as rationalizations for dominant positions and roles in the society;
- resistance (defensive) identities that are identity variants of persons living in marginal and stigmatized positions, possibly leading to *"the exclusion of the excluders by the excluded"* (Castells 2009, 9);
- project (emerging) identities that, relying on available discursive resources, transform the above mentioned defensive identities by changing the social structure (such as, for example, feminism did) (Castells 2009, XXIX; Navrátil, and Bajer, 2018, 51).

In the eras of fundamental transformations (Szakolczai 2009, 158) there might be a shift from legitimizing identities towards resistance and project identities.

Professional identity is often described as a specific *micro-identity* that is related to other micro-identities (such as, e.g., family, or ethnic micro-identities). A possible strategy is compartmentalization, keeping the different aspects of one's superordinate identity (*the* identity) separate. The other possibility is integration, merging these elements into an integrated whole and building the synergies between them. Both strategies are used to resolve emerging conflicts between the different micro-identities. The nature of employment as well as the specific culture of the given profession and of the organization largely determine these strategies, though individual preferences and perhaps limitations also have their impact on one's choice of a strategy (Shepherd, and Patzelt 2018, 145). With invasive professional roles, compartmentalization as an identity strategy is much more difficult e.g., a doctor is obliged to save someone's life using their professional knowledge and skills not only on duty but in private life as well. The use of present-day ICT-tools is conducive to integration – or perhaps simply to the enmeshment of previously existing boundaries between private and professional micro-identities. Professional – and, in many cases, even personal – identities are often perceived as an organizational resource in contemporary workplace settings, with its weaker emphasis on production and more focus on "soft skills" and human services.

The two strategies of integration and compartmentalization pose a challenge for social workers, who conceive their own personality as a "tool" in the helping process, and, at the same time, must be able to protect their professional boundaries by separating their professional and private lives. This is why Freud (cit. Fekete 2000, 181) asserted that helping professions in the area of mental health are "impossible" professions.

Social workers' professional identity as a socially and culturally embedded identity

Social workers' professional identity development is conducive to effectiveness of help and is greatly influenced by the societal and cultural context. Its professional values mirror those of *welfare states* and *civil societies*. Welfare states with their mixed economies comprising public and private sectors emphasize social solidarity and redistribution through the consolidation of social policies and the related service systems. Welfare societies, following similar ideologies, try to reconcile concepts of free market and principles of solidarity by decentralization and a much stronger market orientation. In any case, acute competition in a globalized market, as well as contemporary demographic changes, are a challenge for both the welfare state and the welfare society. This is why welfare ideologies and policies seem to lose their power, even if they do not lose their relevance (Berend 2003, 1273; Lane, and Maeland 1998, 145).

In this framework, the idea of *civil society* does not refer to the third sector, rather, to *"a well-functioning public domain"* (Evers 2013, 155). The civil society has a dual character as it reproduces social order via its established and deeply rooted institutions, serving as identity resources while facilitating democratic change. De-civilizing social life is possible through bureaucratization, predomination of economic interests (monetization) and misusing the media (Evers 2013, 157).

Contemporary conflicts and challenges concerning welfare ideologies and the concept of civil society have deeply influenced social workers' positions, roles and identities in different countries. In addition to these newly emerging questions, the development of social work in Hungary, a CEE country, has been significantly affected by the country's 20th-century history; and has continued to influence social workers' positions today. The 44-year Soviet domination over the country interrupted the organic development of the profession that used to follow usual European pathways, transforming early charity-based individual and group-level actions into settlement models and other systematic forms of social care (Pik 1998, 80). During the years of state socialism, the meaning of "social work" has been changed. Forms of social care were seen as an exclusive government responsibility and "social work" ("társadalmi munka", understood as volunteering in the era) was a centrally planned and, in some instances, *obligatory* volunteering (e.g., the system of communist Saturdays). When Hungary changed its social system in 1989, the public had hoped for a Western-type welfare system but did not recognize the importance of social solidarity and the potential role of social workers in such a system. Public recognition of the profession is still defective, establishing and maintaining a threatened identity position (Bugarszki 2014, 66–67; B. Erdos, Javor, and Vass 2020, 224).

The Global Definition of Social Work (IASSW 2014) is an international resource that is well-known among the professionals and is considered a key social work document in Hungary. It determines the common grounds for social work practice, such as social development, social justice and human rights, the empowerment and liberation of people, the notion of collective responsibility, and respect for diversities. It also emphasizes the relevance of local and indigenous knowledge: *„Underpinned by theories of social work, social sciences, humanities and indigenous knowledge, social work engages people and structures to address life challenges and enhance wellbeing"* (IASSW 2014, 1).

The few studies available on Hungarian social workers' values, identity and social positions identify several problem areas also determined in international works (Asquith, Clark, and Waterhouse, 2005; Bisman, 2004 109–123; Fargion 2008, 206–219; Navrátil, and Bajer, 2018, 51):

- *The double/triple mandate problem.* Double mandate – the demand to represent both the client' and the state's interests – is a source of repeated conflicts between empowerment and social control as main requirements (Bányai 2008, 1). The concept of triple mandate extends the idea and focusses on potential tensions between serving the state as main employer, direct client-helper interactions in the intersubjective domain, and fighting for human rights on broad societal levels. This tension comes from the specific person-in-environment focus of social work (IASSW 2014). Most professionals make a (perhaps subconscious) choice between interpersonal or societal level activities as their priorities (Darvas, and Hegyesi 2003, 135–138) Society-level conflicts are embedded in Castells' (2009, XXVI) legitimizing (state and social structures), resistance ("freedom fighters"), or project (social/community coalitions and recovery cultures) identities.
- *Gender issues*: female social workers' ethic of care orientation in contrast with male social workers' heroic struggles (Aczél 2016, 138)
- *Career choice and development* (Fónai, Patyán, and Szoboszlai 2001, 89–109; Németh 2014, 95–99)
- *Professional monopolies, public recognition, threatened/stigmatized/defensive identity positions.* A study on Hungarian social worker values has revealed that SW practitioners distance themselves from dominant, consumer society values (Pilinszki, Béres, Sipos, and Ittzés 2004, 87). Low prestige and vague professional monopolies (Who is entitled to do what and on what grounds?) is an acute problem for Hungarian social workers and is experienced in several other countries as well (Weiss-Gal, and Welbourne, 281–290). Stigmatization is related to low social positions, to contacting marginal groups, and to the "uneasy" nature of social problems. (Weiss 1993, 95). One's professional identity is *threatened* when there is a considerable and disadvantageous gap between own perceptions

and other-ascribed identity components. In the eyes of the public the social worker is sometimes perceived as a "professional kidnapper", taking the kids away from families (Evans, and Hobbs 2017, 20); or simply a "leftist", a "socialist" worker, following ideologies instead of professional principles. In Hungary, some even mistake social workers for their clients; e.g. unskilled persons employed in programmes for public utility (Szoboszlai 2014, 87).

- *Wounded helpers, co-dependence or compulsive help.* Many professionals report (or cover) mental health problems at the beginning of their careers. Initial problems may become an invaluable professional resource, provided the social worker student has the necessary resources for their personal development, namely, for improving interpersonal reflectivity and working through previous wounds. If they fail to do so, then they themselves will become a source of trauma and disempowerment for their clients as compulsive (help-addicted) or co-dependent (relationship-addicted) helpers, suffering from vicarious trauma (Straussner, Senreich, and Steen 2018, 125–127).

Concluding the above said, professional identity is a determining factor in social workers' career success. They, as other professionals in the caring professions, *"bring the instrument of themselves"* (Black, and Weinreich 2002, 339) into the interventions. Their professional identity, understood as the complexity of knowledge, skills, and values, expressed in specific symbols and narratives, is a resource not only for their own continuous professional development but for their clients' recovery as well. This is why studying the development of professional identity, exploring the conflicted areas and identity transformations have a direct relevance to social work practice.

3. IDENTITY STRUCTURE ANALYSIS (ISA)

Studies on professional identity are either nomothetic analyses focussing on group-level characteristics or ideographic descriptions for the purposes of career orientation, selection, continuing professional development and the resolution of work-related conflicts. In most cases, a resource-intensive methodological combination comprising questionnaires, interviews and observations is necessary. Even these combinations may fail to represent the many systems and their interrelations – the societal, cultural, community-level and family influences – that have an impact on one's identity formation.

Weinreich's (1997, 154–165) work, *Enculturation of a semi-alien* describes how a personal life-journey between the different cultures, societies and professional perspectives leads to the development of an innovative theory on identity. ISA is a creative synthesis

on classical and postmodern theories on self and identity. Main sources include Kelly's personal construct theory, Erikson's psychosocial development theory, Mead's symbolic interactionism, Festinger's theory on cognitive dissonance, and Harré's discursive self-theory (Weinreich 2004a, 20). In sum, one's identity develops in the social world through evaluations and identifications – a process involving possible conflicts between other-ascribed identity elements such as others' evaluations and expectations; and own self-representations rooted in one's personal experiences and aspirations. These tensions must be managed: resolved or suppressed ("not important"). According to Weinreich, *"A person's appraisal of the social world and its significance is an expression of his or her identity"* (Weinreich 2004b, 5). In this view, identity is the totality of one's constructs on one's self, with a continuity between past experiences and future aspirations. (Weinreich 2004a, 20).

Weinreich has also developed a framework software that combines qualitative and quantitative features and can be flexibly applied in a variety of settings where studying identity is fruitful. ISA/Ipseus is not a traditional psychometric tool but a software representing the cornerstones of the ISA theory. It provides the researcher with a unique "algebra of investigation" (Hogard 2014, 15), yielding an insight not only into identity states but fundamental identity processes as well. ISA is both internally and externally standardised, based on a Western European, „population" standards and on group-level results to enable comparisons. It has been used in more than 50 international research projects, including cross-cultural-studies on identities and attitudes, mentoring/coaching, education, programme evaluation, organisational development, and workplace selection (McNeill, Erskine, Ellis, and Traynor 2019, 61; Allen Erskine, and Roger Ellis, Workshop, August 27–28, 2017).

An ISA/Ipseus investigation informs the researcher about:

- respondents' preferences concerning the themes of the investigation (respondents' values);
- the emotional significance of the themes;
- how respondents evaluate themselves in a variety of contexts, benchmarked against their own preferences;
- what their relationship to other relevant entities (persons, groups and institutions) is like;
- what the conflicted areas are;
- how a person's or group's profile compares to another person or group.

The rich complexity of an ISA/Ipseus study with its many parameters and options requires a clear focus at the beginning of the study. Even if ISA/Ipseus is used for explorative purposes, the main questions of the study should be clear right from the beginnings.

In the current study, our main aim was to explore the impact of the specific social and cultural context on social worker professional identities. It was assumed that the crisis of the welfare state and traditionally weak position of social work in Hungary, manifested in weak professional monopolies, will be reflected in the identity variants and respondents' evaluation on key themes.

4. CONTENTS AND BUILD-UP OF AN ISA-IPSEUS INSTRUMENT

For an ISA-analysis, the researcher has to identify the domains and themes of the analysis first. The domains refer to the spatial and temporal contexts of the interactions, such as past experiences, future aspirations, role models, one's private life or work-based settings. These are translated into entities; anything that has some distinctive quality to be evaluated and has proven relevant for the study. Themes are general questions of the research, as for example reflectivity, professional education or professional ethics. These are transformed into bipolar constructs; entities and constructs together make up discourses that are to be appraised by the respondents. An ISA/Ipseus instrument is very flexible and is easy to use. Respondents are asked to evaluate the discourses as in Figure 1.

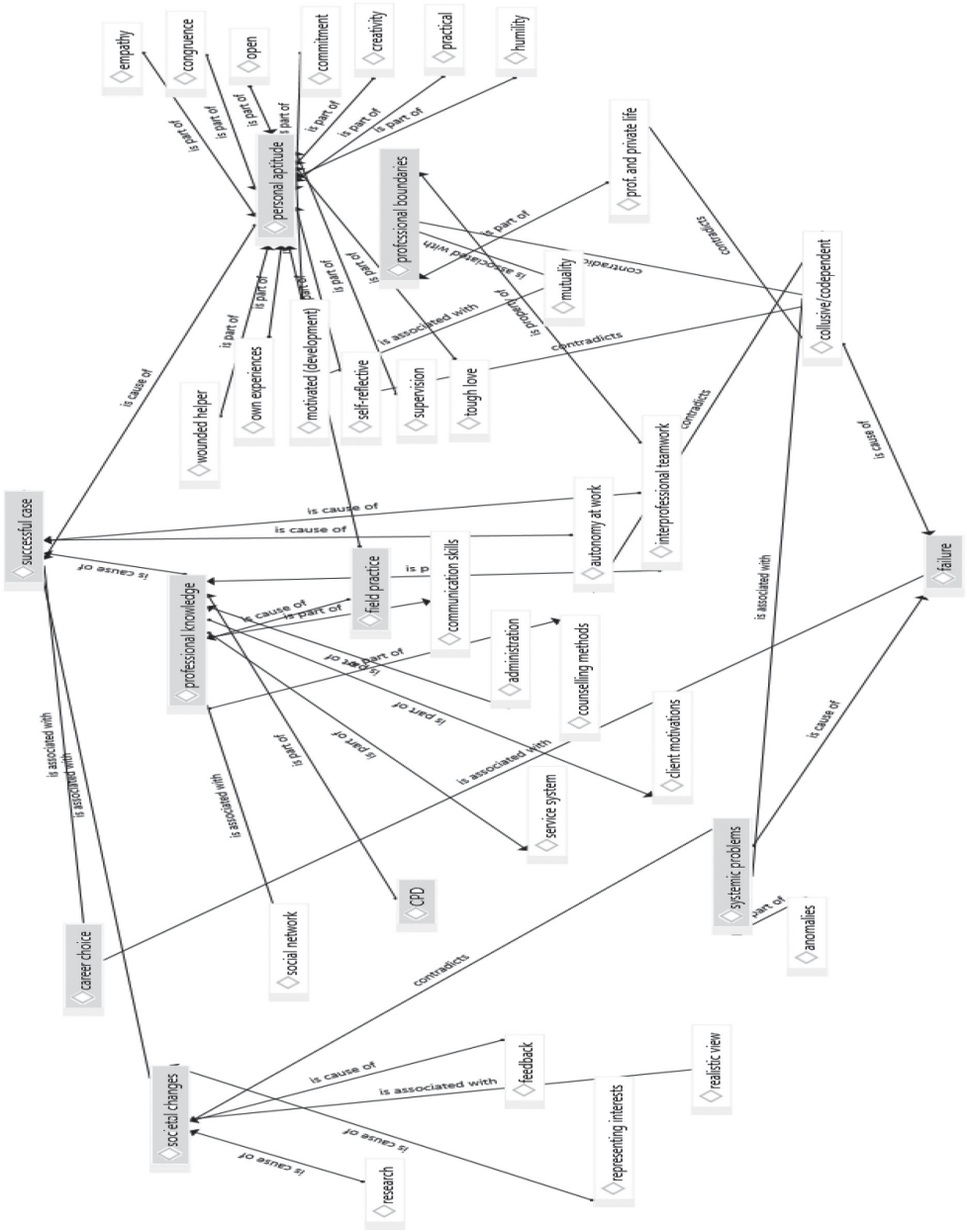
Figure 1.: ISA/IPSEUS Social Work Instrument (B. Erdos, Javor, and Vass 2020 in Javor, B. Erdos, and Ellis 2020, 47)



5. THE CONSTRUCTION OF THE SOCIAL WORK INSTRUMENT

Once the main goal of the investigation has been determined, a substantial literature review and qualitative research methods will follow to identify the main themes and possible domains of the study. We have analysed key professional documents, such as the Global Definition of Social Work (IASSW, 2014) and the Code of Ethics (2016) as well as transcripts of semi-structured interviews. Eight of the interviews focussed on social workers' key competencies and followed a rationale of critical incident analysis (Hogard 2007, 310–312). The results of the content analysis are summarized in Figure 2. We utilized former results of an analysis on student dropout as a crisis event when the core contents of the profession are first questioned (B. Erdős, and Vojtek 2019, 128). Further, Vass (manuscript) conducted a longitudinal study on social worker careers with 13 persons. The results of the qualitative analyses were complemented by the analysis of notes taken at a variety of professional events as workshops, discussions, or roundtables. As a next step, the team, comprising a practitioner, a cognitive psychologist and a lecturer in social work made some minor adjustments as a result of repeated team discussions and tried the instrument in a pilot with 5 practitioners who were not included in the final sample (Some further modifications seemed necessary and this is why these data were excluded).

Figure 2.: Key competencies as identified in the interviews with experts (Software: ATLAS.ti 8.00, Muhr, 2017)



A valid ISA/Ipseus analysis requires certain entities to make the instrument work. The Ideal Self serves as a benchmark for other entities. Self-development is measured in a temporal perspective set by past, present and future selves. The instrument should contain external entities, preferably about the number of self-entities and including at least

one Admired Person and one Disliked Person. Exploratory selves and meta-perspectives were introduced to measure the impact of work-based situations and other-ascribed identity components (see Table 1).

Table 1: Entities

	Label	:	Classification
01	When decided		Past Self
02	Currently I		Current Self
03	Private self		Exploratory Self
04	Disrespected colleague		Disliked Person
05	Solving a difficult problem		Exploratory Self
06	The government		
07	My best friend		
08	My boss		
09	Professional role model		Admired Person
10	People in Hungary		
11	in ten years		Future Self
12	I as a bad professional		Contra Ideal Self
13	Clients think I		Metaperspective
14	Close colleague thinks I		Metaperspective
15	Ideally I		Ideal Self

Source: Own instrument (B. Erdos, Javor, and Vass, 2020 204–205) based on the work of Weinreich (2010, 16–17)

Table 2: Constructs

	Label Left	:	Label Right
01	client as equal		patronizing and control
02	continuing education		finished education
03	flexible about rules		rigid about rules
04	favours self-reflection		refuses self-reflection
05	deserving clients only		chance for everyone
06	part of clients' lives		client autonomy
07	focus on interpersonal relations		focus on societal problems
08	refuses research		research in practice
09	externally formed frameworks		own responsibility for frameworks
10	respect boundaries		help at all price
11	natural skills & practice		degree in social work
12	free from own problems		wounded helper
13	wants perfect solution		tolerates insecurities
14	empathetic		objective

15	autonomous decisions	externally controlled
16	distance from own ideologies	teaches own ideologies
17	critical thinking	never questions guidelines
18	societal catch-up	societal changes
19	faith in clients' positive capacity	people cannot change
20	spiritual orientation	welfare and success
21	team player	counts only on oneself

Source: Own instrument (B. Erdos, Javor, and Vass 2020, 204) based on the work of Weinreich (2010, 13–14)

The combination of 21 constructs and 15 entities made up 315 discourses to be appraised by the respondents. This takes about an hour, which might seem a bit of a burden for the participants of the study. We asked for their written feedback and, contrary to our expectations, they felt fully comfortable with the instrument, presumably as it was about their own professional lives and was also adapted to their language use (B. Erdos, Javor, and Vass 2020, 204–206).

Sampling and data collection

It is telling about the current position of social work in Hungary that we could not even think in terms of a representative sample. In some cases, professionals are employed in social worker positions without having a degree in social work; those who graduate often leave the area; further, social carers (ISCED-3) and social workers (ISCED 6-7) appear as one group in the statistics (Horváth, and Lévai 1996, 81). There is no professional consensus on who the social workers are exactly, and how many social workers there are in the country. We used a convenience sample of 59 persons who were social worker practitioners at the time of data collection (employed as social workers with an academic degree in social work or in a related profession). Using a convenience sample is quite common with ISA/Ipseus projects (McNeill, Erskine, Ellis, and Traynor 2019, 62). The sample reflected the estimated gender rate, which is approximately 1:5 (male-female) – as it is usual in lower prestige vocations, including social work (Pilinszki, Béres, Sipos, and Ittzés 2004, 83).

6. MAIN RESULTS

ISA/Ipseus results are presented as statistical figures (Excell or Minitab) and as visual representations (Allen Erskine, and Roger Ellis, Workshop, August 27–28, 2017). The visual representations are structured in a way that makes not only the results but the

underlying theories very clear. In a comparative study, numbers are a better input for subsequent statistical analyses.

Authors have analysed the results concerning self-states and self-development in two previous papers (B. Erdos, Javor, and Vass 2020, 218–219; Javor, B. Erdos, and Ellis 2020, 48). Briefly summarizing the main results, there were very little differences between the different subgroups what indicates that the instrument successfully tackles common domains and themes of the profession. Those employed in administrative positions had a slightly more favourable opinion on the "state" as an entity, and women considered social work degree less important. We could not find any significant differences between the respondents with a social work degree and with another degree, probably because most members of the latter group were studying social work at the time of data collection (Javor, B. Erdos, and Ellis 2020, 48; B. Erdos, Javor, and Vass 2020, 218–219). The research has confirmed that the lack of public recognition may have a marked negative impact on social workers' identity development; still, about two third of the sample (37/59) could successfully overcome their vulnerability. In about one third of the sample (22/59) we could identify a developmental path towards defensive states, that is, towards rigidity, what is far from being optimal in a caring profession. The Current Self position was close to that of the exploratory self "When solving a difficult problem" that may refer to frequent workplace challenges (B. Erdos, Javor, and Vass 2020, 214).

Construct summary is a combination of structural pressure (SP, coherence) and emotional significance (ES, importance). Group-level results of the evaluation of themes (constructs) are shown in Table 3. and Figure 3.

Table 3. Preferences of our respondents as represented by Ipseus (B. Erdos, Javor, and Vass 2020, 238

	N	#	Polarity	Emotional Significance	Structural Pressure	+ve Component	-ve Component	N	
client as equal	55	01	-1	8,57	67,73	76,71	8,98	4	patronizing and control
continuing education	59	02	-1	9,01	78,32	84,23	5,91	0	finished education
flexible about rules	47	03	-1	6,13	26,07	43,68	17,62	12	rigid about rules
favours self-reflection	59	04	-1	8,82	82,30	85,27	2,96	0	refuses self-reflection
deserving clients only	3	05	1	8,76	76,27	81,92	5,65	56	a chance for everyone
part of clients' lives	1	06	1	8,89	76,66	82,77	6,11	58	client autonomy
interpersonal relations	46	07	-1	6,62	36,47	51,36	14,89	12	societal problems
refuses research	10	08	1	6,76	41,91	54,76	12,85	49	research in pactice
externally formed frameworks	5	09	1	7,61	58,93	67,53	8,60	54	own responsibility for frameworks
respect boundaries	52	10	-1	7,76	50,79	64,19	13,39	7	help at all price
natural skills & practice	20	11	1	7,42	26,39	50,30	23,90	39	a degree in social work
free from own problems	10	12	1	7,37	51,18	62,46	11,27	49	wounded helper
perfect solution	10	13	1	7,80	45,82	61,91	16,09	49	tolerates insecurities
emphathetic	29	14	1	6,14	-2,34	29,55	31,88	30	objective
autonomous decisions	53	15	-1	7,43	56,74	65,51	8,77	6	externally controlled
distance from own ideologies	42	16	-1	5,83	17,05	37,66	20,61	16	teaches own ideologies
critical thinking	47	17	-1	6,76	39,04	53,31	14,27	12	never questions guidelines
societal catch-up	27	18	1	6,47	-3,19	30,74	33,93	31	societal changes
faith in clients' capacity	56	19	-1	7,42	63,86	69,02	5,16	3	people cannot change
spiritual orientation	55	20	-1	7,74	63,96	70,70	6,74	4	welfare and success
team player	52	21	-1	7,17	50,17	60,93	10,76	7	can count only on oneself

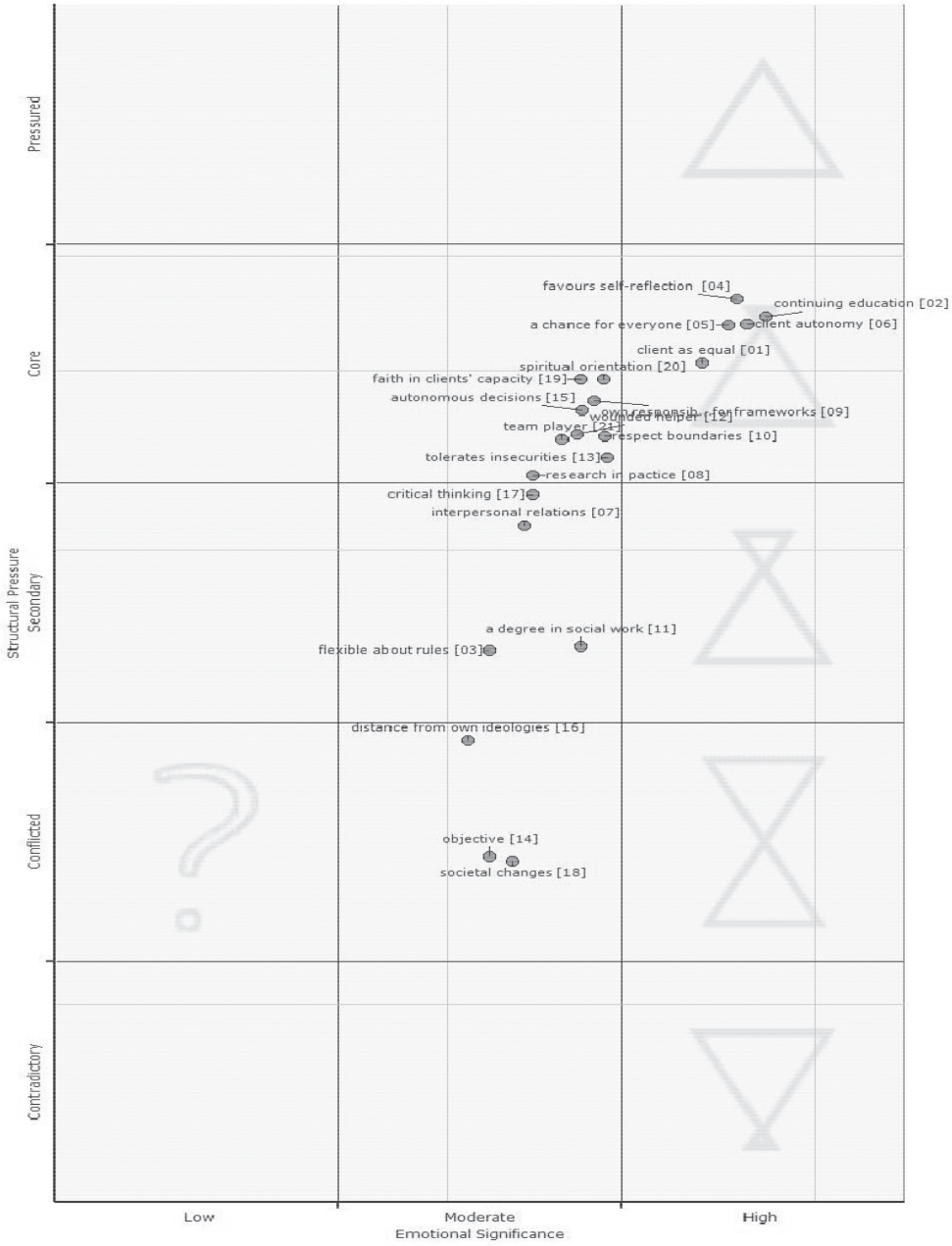
In Figure 2., the preferred poles serve as labels; black lines are the internal (built-in) standards of Ipseus, facilitating a comparison to a Western European general (theme independent) sample on identity elements; and the thin blue lines represent our group-level standards. Differences between these demarcation lines are interesting in themselves: the zone of conflicted constructs is extended while that of the core constructs is shrunk. In our sample, no constructs can be found in the contradictory or pressured zones, but there are a high number of secondary and a relatively low number (5) of core constructs. The zone for high emotional significance ("importance") is very narrow for this group and they find all the constructs only moderately significant, although core constructs are relatively close to the dividing line between high and moderate significance.

Interpreting the results in terms of the internal, group-level standards, *Client autonomy, Client as equal, A chance for everyone, Self-reflection,* and *Continuing education* were the core constructs – but all with moderate emotional significance (ES). The constructs are central ideas in the Global Definition of Social Work (IASSW 2014) and the two latter ones are related to practitioners' developmental needs. The majority were second-

ary constructs (*Faith in client's capacity, Eudaimonic/spiritual orientation*, emphasis on *Interpersonal relations* over *Societal problems, Research in practice, Critical thinking*, the *Wounded healer* concept, taking *Own responsibility for frameworks, Autonomous decisions, Respecting boundaries, Tolerating insecurities* and being a *Team player* may suggest a lower level commitment to these professional values. Presumably, stronger commitment could have its psychological risks in a non-supporting societal environment. A focus on spirituality reflects a relative distance from consumer society values in accordance with previous findings (Pilinszki, Béres, Sipos, and Ittzés 2004, 87) and with Castells' notions on resistance and project identities (Castells 2009, XXIX).

The respondents favoured *Societal change* over *Societal catch-up,* a frequent element of today's government rhetoric, and regarded the construct as conflicted. *Objectivity* vs. *Empathy* has also proved a conflicted construct that may refer to the Freudian impossible profession with its challenges to keep private and professional life separate but working with the "*instrument of themselves*", as in Black, and Weinreich (2002, 339) . This interpretation is underpinned by our previous findings on defensive self-development in about one third of the sample (B. Erdos, Javor, and Vass 2020, 214). This is an illuminating point on how ISA/Ipseus works: it is a highly complex measurement tool, and the interrelations between the individual findings strengthen and validate each other and contribute to building a coherent model on the area of investigation.

Figure 3. Construct summary on the respondents represented by Ipseus (B. Erdos, Javor, and Vass 2020, 217).



7. CONCLUDING REMARKS

This paper reports on a project to explore the professional identity of Hungarian Social Workers. We would suggest that the project is innovative both substantively and methodologically. The notion of professional identity in social work, as in other caring professions, is problematic conceptually, empirically, and socio-politically. The concept of professional identity seems important intuitively but proves difficult to measure.

This study used Weinreich's Identity Structure Analysis and its integrated method of investigation, Ipseus. The instrument developed for this study proved valid, reliable, and feasible. Use of the customised Ipseus revealed the problematic and contested nature of social work professional identity. Some of the core values captured in the Global Definition of Social Work (IASSW 2014, 1) were evaluated as secondary or conflicted by the Hungarian practitioners – this is probably the price they pay for sustaining an integrated identity and maintaining positive future aspirations. To proceed from technical/non-reflective identity towards compassionate and responsive identity seems a challenging task. With technical identity, the focus is on the technical arena: skills, guidelines, rules, and social diagnoses. The next stage, non-reflective identity is marked by subconscious value conflicts between the traditional professional values and one's own values. Compassionate and responsive identity is a professional developmental stage characterized by integration, internalized values and reflectivity in one's behaviour. (Coulehan, and Williams 2003 cit. Ellis, and Hogard 2020, 5). As we could observe, continuing professional education seems a priority as compared to a degree in social work. Practitioners are aware of their need for lifelong professional development towards less conflicted identity states. This is an important information for policy makers and for the Hungarian training institutions.

The instrument has great potential for further studies in demographic profiling; before and after measures; and in individual counselling and staff development. A comparative study conducted internationally could clarify the role of cultural differences in the development of social worker identities.

Acknowledgements: Research was supported by the European Social Fund/Hungarian Government, Széchenyi 2020. Project no. EFOP-3.5.2.-17-2017-00002

References

1. A szociális munka etikai kódexe (Code of Ethics). 2016. Szociális Szakmai Szövetség. http://3sz.hu/sites/default/files/Etikai.pdf
2. Aczél, Zsófia. 2016. „*Egy gender-olvasat a szociális munkáról.*" PhD Dissertation. Budapest: Eötvös Lóránd University.

3. Asquith, Stewart, Clark, Chris, and Lorraine Waterhouse. 2005. „*The role of the social worker in the 21st century: A literature review.*" Edinburgh: Scottish Executive Education Department.
4. Bisman, Cynthia. 2004. „Social work values: the moral core of the profession." *British Journal of Social Work,* 34: 109–123.
5. B. Erdos, Marta, Javor, Rebeka, and Balazs Akos Vass. 2020. „Identity Structure Analysis as a Means to Explore Social Worker Professional Identity." In *Professional Identity in the Caring Professions: Meaning, Measurement and Mastery,* edited by Roger Ellis, and Elaine Hogard, 194–238. Abingdon: Routledge – Taylor & Francis Group.
6. Bass, László, and Izabella Márton. 2005. „*A szociális munkások helyzete ma.*" Szociális Szakmai Szövetség. http://www.3sz.hu/sites/all/modules/pubdlcnt/pubdlcnt.php?file=http://www.3sz.hu/sites/default/files/uploaded/a_szocialis_munkasok_helyzete_ma_-_bass_laszlo_elte_tatk_szocialis_munkas-kepzo_tanszek_es_marton_izabella_szocialis_szakmai_szovetseg.pdf&nid=14
7. Bányai, Emőke. 2008. „A sztenderdizáció árnyoldalai." *Kapocs* 7 (2). http://www.ncsszi.hu/kiadvanyok/kapocs-letoltheto--lapszamai/kapocs-2008/85/news
8. Berend T., Iván. 2003. „A jóléti állam: Válság és kiutak." *Magyar Tudomány* 10: 1273–1278.
9. Black, Selwyn, and Peter Weinreich. 2002. „An Exploration of Counselling Identity in Counsellors Who Deal With Trauma." In *Analysing Identity: Cross-cultural, Societal and Clinical Contexts,* edited by Peter Weinreich, and Wendy Saunderson, 339–360. London: Routledge.
10. Budai, István. 2004. "…szakmai identitásában megerősödve lépjen ki a gyakorlatba…". *Esély,* 1: 61–79.
11. Castells, Manuel. 2009. "*The Power of Identity.*" Hoboken: Wiley and Blackwell.
12. Darvas, Ágnes, and Gábor Hegyesi. 2003. „Hungary: The historical, social, and demographic context." In: *Professional ideologies and preferences in social work: A global study,* edited by Idit Weiss, John Gal, and John Dixon, 125–141: Westport: Praeger Publishers.
13. Ellis, Roger, and Elaine Hogard. 2020. "Professional Identity: Issues and Approaches." *Professional Identity in the Caring Professions: Meaning, Measurement and Mastery,* edited by Roger Ellis, and Elaine Hogard, 1–16. Abingdon: Routledge – Taylor & Francis Group.
14. Erskine, Allen, and Roger Ellis. 2017. „An Introduction to Identity Exploration and our Ipseus™ Software." Workshop, University of Pécs, Hungary, August 27–28.
15. Evers, Adalbert. 2013. „The Concept of 'Civil Society' – Different Understandings and Their Implications for Third-Sector Policies." *Voluntary Sector Review* 4, no. 2: 149–164.
16. Fargion, Silvia. 2008. „Reflections on social work's identity. International themes in Italian practitioners' representation of social work". International Social Work 51, no. 2: 206–219.

17. Fekete, Sándor. 2000. „Segítő foglalkozások kockázatai – Helfer szindróma és burnout jelenség." In *Tele-dialógus,* edited by Gábor Kelemen, 179–191. Pécs: Pro Pannónia.
18. Fónai, Mihály, Patyán, László, and Katalin Szoboszlai. 2001. „Szociális munkások pályaképének néhány eleme." *Esély* 6: 89–109.
19. Hobbs, Elizabeth, and Nikki Evans. 2017. "Social work perceptions and identity: How social workers perceive public and professional attitudes towards their vocation and discipline." *Aotearoa New Zealand Social Work* 29, no. 4: 19–31.
20. Horváth, Ágota, and Katalin Lévai. 1996. „Szociális munkások (I. rész) (Social workers. Part I.)." *Esély* 4: 71–87.
21. Hogard, Elaine. 2007. "Using consultative methods to investigate professional-client interaction as an aspect of process evaluation". *American Journal of Evaluation* 28, no. 3: 304–317.
22. Hogard, Elaine. 2014. "Evaluating the Identity of Program Recipients Using an Identity Exploration Instrument." *Canadian Journal of Program Evaluation* 29, no. 1: 1–35.
23. IASSW General Assembly and IFSW General Meeting. 2014. „Global Definiton of Social Work." https://www.iassw-aiets.org/global-definition-of-social-work-review-of-the-global-definition/
24. Javor, Rebeka, B. Erdos, Marta, and Roger Ellis. 2020. „Social Work Education and Professional Identity. Identity Structure Analysis of Hungarian Social Workers." *Proceedings of RESEARCH WORLD INTERNATIONAL CONFERENCE Barcelona, Spain,* 46–50. Bhubaneswar: Institute for Technology and Research (ITRESEARCH).
25. Lane, Jan-Erik, and Reinert Maeland. 1998. "Welfare States or Welfare Societies?" *Statsvetenskaplig Tidskrift* 101, no. 2: 145–165.
26. McNeill, Colin, Erskine, Allen, Ellis, Roger, and Marian Traynor. 2019. "Developing Nurse Match: A Selection Tool for Evoking and Scoring an Applicant's Nursing Values and Attributes." *Nursing Open* 6, no. 1: 59–71.
27. Navrátil, Pavel, and Pavel, Bajer. 2018. "Social Construction of Social Work Identity in the Processes of its Institutionalisation." *Annals of Social Sciences & Management Studies* 1, no. 3: 51–53.
28. Németh, Lajos. 2014. "Hova jutott a szociális szakma a rendszerváltástól napjainkig?" *Esély* 3: 95–99.
29. Payne, Malcolm. 2014. „European social works and their identities." *ERIS Web Journal* 2: 2–14.
30. Pik, Katalin. 1998. „A szociális munka története Magyarországon. A pesti és budai Jóltévő Asszonyi Egyesület. (The history of social work in Hungary. The Pest and Buda Women's Charitiy Association)." *Esély* 2: 80–90.
31. Pilinszki, Attila, Béres, Orsolya, Sipos B., Bernadett, and Gábor Ittzés. 2004. "Mit értékelnek a szociális munkások? Mesterképzésben részt vevő szociális munkások értékrendjének sajátosságai. (What are the values of social workers? Characteristics of the value system of social workers in postgraduate training)." *Esély* 5: 79–94.

32. Shepherd, Dean A., and Holger Patzelt. 2018. „Entrepreneurial Identity". In *Entrepreneurial Cognition*, edited by Dean A. Shepherd, and Holger Patzelt, 137–200. London: Palgrave Macmillan.
33. Slay, Holy S., and Delmonize A. Smith. 2010. "Professional Identity Construction: Using Narrative to Understand the Negotiation of Professional and Stigmatized Cultural Identities." *Human Relations* 10: 1–23.
34. Straussner, Shulamith L. A., Senreich, Evan, and Jeffrey T. Steen. 2018. "Wounded Healers: A Multistate Study of Licensed Social Workers' Behavioral Health Problems." *Social Work* 63, no. 2: 125–133.
35. Szakolczai, Árpád (2009) "Liminality and Experience: Structuring transitory situations and transformative events." *International Political Anthropology* 1: 141-172.
36. Szoboszlai, Katalin. 2014. "A szociális munka a változások tükrében: kik vagyunk, hol tartunk, és mit kellene tennünk?" (Social work in the light of transformations. Who are we, where are we and what should we do?). *Esély* 3: 87-94.
37. Weinreich, Peter. 1997. "Enculturation of A Semi-alien Journeyings in the Construction and Reconstruction of Identity." *Working at The Interface of Cultures: Eighteen Lives in Social Science,* edited by Michael Harris Bond, 154–165. London: Routledge.
38. Weinreich, Peter. 2004a. "Identity Structure Analysis." In *Analysing Identity: Cross-cultural, Societal and Clinical Contexts,* edited by Peter Weinreich, and Wendy Saunderson, 7–76. London: Routledge.
39. Weinreich, Peter. 2004b. "Introduction: Theory and Practice." In *Analysing Identity: Cross-cultural, Societal and Clinical Contexts,* edited by Peter Weinreich, and Wendy Saunderson, 1–5. London: Routledge.
40. Weinreich, Peter. 2010. "*A Guide to The Generation of a Well-constructed ISA Instrument. Guidance for Usage of The IPSEUS Software*." Dromore: Identity Exploration Ltd.
41. Weiss, Carol H. 1993. "Where politics and evaluation research meet." *Evaluation Practice* 14, no. 1: 93–106.
42. Weiss-Gal, Idit, and Penelope Welbourne. 2008. "The professionalisation of social work: a cross-national exploration." *International Journal of Social Welfare* 17: 281–290.
43. Wiggins, Sally, and Jonathan Potter. 2013. "Discursive Psychology." In *Handbook of qualitative research in psychology,* edited by Carla Willig, and Wendy Stainton-Rogers, 73–90. London: Sage.

ISTRAŽIVANJE IDENTITETA MAĐARSKIH SOCIJALNIH RADNIKA UPOTREBOM ANALIZE STRUKTURE IDENTITETA

Sažetak

Profesionalni identitet socijalnih radnika odlučujući je čimbenik u razvoju odnosa klijent-pružatelj pomoći, koji u velikoj mjeri određuje učinkovitost socijalnog rada. Na profesionalni identitet socijalnih radnika uvelike utječu društveni i kulturni čimbenici. Globalna definicija socijalnog rada, osim što definira zajedničku osnovu za praksu socijalnog rada, naglašava važnost lokalnih i autohtonih znanja.

Oslonili smo se na Weinreichovu (2004) analizu strukture identiteta (ISA) za istraživanje profesionalnog identiteta mađarskih socijalnih radnika. ISA, sa svojim povezanim okvirnim softverom koji se naziva Ipseus, korišten je u velikom broju međukulturnih, kliničkih i društvenih istraživanja u raznim kulturama. Okvir kombinira etički i emički pristup. Iako je najosjetljiviji na kulturne i diskurzivne tradicije ispitanika, koristeći vlastite središnje teme i govorne kodove, istraživaču također pruža jedinstvenu „algebru istrage" (Hogard, 2004: 15). U našoj prezentaciji opisujemo kako stvoriti alat za mjerenje relevantnih aspekata identiteta socijalnog radnika. Nadalje, interpretiramo neke od ključnih nalaza naše studije provedene na prigodnom uzorku od 59 ispitanika. Primjerice, analiziramo nesklad između od strane drugih osoba pripisane percepcije i komponenata vlastite grupe koje se odnose na profesionalni identitet socijalnih radnika.

Ključne riječi: socijalni radnici, profesionalni identitet, Mađarska, strukturna analiza

Maja Haršanji

VAŽNOST PROJEKTNOG FINANCIRANJA DJELATNOSTI NEPROFITNIH ORGANIZACIJA ZA RAZVOJ KULTURE I UMJETNOSTI

Sažetak

Budući da je neprofitni sektor postao sve konkurentniji, neprofitne organizacije, posebice udruge, primarno osnovane bez cilja stjecanja dobiti, sve češće prikupljaju sredstva iz različitih izvora kako bi financirale projektne aktivnosti. Premda je velik broj udruga i dalje dominantno usmjeren na financijske potpore iz javnih izvora, za udruge je neophodno diversificirati izvore financiranja kako bi, između ostaloga, ostvarile uvjete za dugoročnu održivost. Cilj je ovoga rada utvrditi u kojoj mjeri i iz kojih izvora udruge registrirane na području grada Osijeka s područjem djelovanja „Kultura i umjetnost" financiraju svoje projektne aktivnosti. Kako bi se ostvario cilj ovoga rada, analiziraju se projekti, programi i aktivnosti, odnosno potpore udrugama iz lokalnog proračuna te dostupni javni financijski izvještaji udruga. Rezultati analize potvrđuju da se aktivnosti promatranih udruga najvećim dijelom financiraju iz javnih, proračunskih izvora te se predlaže na koji bi način u budućnosti udruge trebale povećati angažman u prikupljanju sredstava iz različitih izvora kako bi bile uspješnije u poticanju razvoja kulture i umjetnosti. U vezi s tim, nameće se i nužnost dodatnih ulaganja udruga u ljudske resurse s potrebnim znanjem i vještinama, odnosno sposobnostima privlačenja sredstava i upravljanja projektima kao i korištenja informacijsko-komunikacijskih tehnologija.

Ključne riječi: ICT, kultura, neprofitne organizacije, projektno financiranje, udruge, umjetnost

1. UVOD

„Neprofitne organizacije igraju različite uloge u zajednici" (Kim 2018, 4), a neke su od njih civilno angažiranije od drugih. Prema Žugaj, Šehanović i Cingula (2004), organizacije su orijentirane prema ostvarivanju postavljenih ciljeva. Budući da se organizacije osnivaju na način da se više ljudi povezuje, oni zajednički pokušavaju ostvariti te ciljeve, ali i misiju i viziju organizacije. Frumkin (2005) tvrdi da neprofitne organizacije potiču

građanski i politički angažman, pružaju potrebne javne usluge i funkcioniraju kao mehanizam za osobne vrijednosti i uvjerenja te pružaju prostor za testiranje inovativnih ideja koje koriste komercijalne i dobrotvorne svrhe za rješavanje društvenih problema. Primjerice, neka neprofitna umjetnička organizacija koja predstavlja izvedbene umjetnosti nacionalne manjine u nekoj zemlji doprinosi građanskom životu služeći kao mjesto za dijalog u zajednici o određenoj, specifičnoj kulturi.

U Republici Hrvatskoj pod pojmom neprofitnih organizacija podrazumijevaju se „domaće i strane udruge i njihovi savezi, zaklade, fondacije, ustanove, umjetničke organizacije, komore, sindikati, udruge poslodavaca, sve druge pravne osobe kojima temeljni cilj osnivanja i djelovanja nije stjecanje dobiti, za koje iz posebnih propisa proizlazi da su neprofitnog karaktera" (Ministarstvo financija 2020). U radu se stavlja naglasak na udruge koje su osnovane kao neprofitne organizacije te predstavljaju „svaki oblik slobodnog i dobrovoljnog udruživanja više fizičkih, odnosno pravnih osoba koje se, radi zaštite njihovih probitaka ili zauzimanja za zaštitu ljudskih prava i sloboda, zaštitu okoliša i prirode i održivi razvoj, te za humanitarna, socijalna, kulturna, odgojno-obrazovna, znanstvena, sportska, zdravstvena, tehnička, informacijska, strukovna ili druga uvjerenja i ciljeve koji nisu u suprotnosti s Ustavom i zakonom, a bez namjere stjecanja dobiti ili drugih gospodarski procjenjivih koristi" (Hrvatski Sabor 2014a).

Udruge mogu odabrati ciljeve, organizacijsku strukturu i ustrojstvo te područje djelovanja i djelatnost koju će samostalno obavljati, a koja je u skladu s Ustavom i zakonom. Međutim, uz primarnu djelatnost, udruge mogu provoditi i gospodarsku djelatnost, koja se ne smije obavljati radi stjecanja dobiti[1] za članove udruge ili neke treće osobe, nego isključivo za ostvarenje ciljeva udruge (Hrvatski Sabor 2014a). Bez obzira na profil svojih aktivnosti, udruge moraju djelovati isključivo za postizanje javnog dobra te se sve njihove aktivnosti trebaju provoditi u skladu s tim. Sukladno Klasifikaciji djelatnosti udruga (Ministarstvo uprave 2020), u Republici Hrvatskoj udruge se razvrstavaju prema području djelovanja kao i djelatnosti koje obavljaju.

Neprofitne organizacije, pa tako i udruge, prikupljaju sredstva za vlastito djelovanje te se „oslanjaju na ostvareni prihod, javno financiranje, dobrotvorne donacije i prihod od ulaganja kako bi podržale brojne programe" (Johnson, Rauhaus i Webb-Farley 2020, 33) i projekte koje namjenjuju svojim korisnicima, kao i za potrebe društva u cjelini. Projekti podrazumijevaju pojedinačno izvedene pothvate određenog opsega, kvalitete i financijskog okvira, s početkom i krajem te imaju svoju jedinstvenost. Oni se mogu koristiti kao pokretač promjena u neprofitnim organizacijama jer su često zbog nedostatka financijskih resursa projekti jedini način na koji organizacija može postići nešto značajno. Budući da

[1] Iako se udruge ne osnivaju radi stjecanja dobiti, one mogu ostvariti višak prihoda nad rashodima, odnosno višak primitaka nad izdacima.

je neprofitni sektor postao sve konkurentniji, predstavnici neprofitnih organizacija trebaju pronaći način kako doći do financiranja kroz više izvora prihoda kao i iskoristiti ograničene resurse koje trenutačno imaju (Charles i Kim 2016). Prikupljanje sredstava (engl. *Fundraising*), stoga, podrazumijeva „skup vještina i tehnika koje se koriste u procesu dobivanja sredstava iz vanjskih izvora za financiranje (…) neprofitnih organizacija" (Mcllroy 2001 u Šain, Haršanji i Borić 2020, 72–73). S obzirom na potrebna znanja i vještine za prikupljanje sredstava, Salomon (2010) smatra da se neprofitne organizacije u sve većem broju oslanjaju na plaćenu radnu snagu sa specijaliziranim i predmetnim znanjem stečenim formalnim obrazovanjem. U vezi s tim, kako bi ostvarile svoju misiju i viziju, udruge najčešće osmišljavaju projekte i za te potrebe prikupljaju sredstva te smo „svjedoci širenja projekata i razvoja programa za potporu naporima civilnog društva u različitim poljima djelovanja za društveni razvoj" (Souaf, El Wazani i Mouadili 2015, 63). Iako pojedinac može imati ideju za neki projekt, najčešće ju može realizirati isključivo unutar neke organizacije koja postaje službeni nositelj projekta. Općenito, prema Dragićević Šešić i Stojković (2013, 147) projekti u kulturi mogu se „realizirati unutar institucija, organizacija, neformalnih grupa umjetnika i individualno", a klasificiraju se u tri grupe:

- Osnovni oblici: „izložba, koncert, predstava, tribina, događaj, priredba, tečajevi, filmska ili video produkcija
- Kompleksni oblici: manifestacije, proslave, akcije, radionice, animacijske forme
- Masmedijski projekti: radijske emisije, televizijske emisije, rubrike u tisku" (Dragićević Šešić i Stojković 2013, 147–148).

Pri odabiru projekta udruge trebala bi se ipak gledati i njegova ekonomska komponenta, a ne samo umjetnička i društvena vrijednost.

Prema Kim (2015), primarni je cilj većine organizacija u kulturi i umjetnosti predstavljanje umjetničkih i kulturnih programa. Takve organizacije primarno ne bi trebale ostvarivati dobit, a i osnovane su u korist društva. Međutim, budući da je kultura primarno vezana za društvo, trebale bi razmisliti kako što bolje ponuditi svoje kulturne i umjetničke usluge i programe koji mogu postati potencijalni izvor prihoda.

S obzirom na to da su javna sredstva za financiranje projekata i programa udruga ograničena te, nerijetko, i nedostatna za njihovo provođenje, održivost udruga predstavlja izazov njihovim predstavnicima. Zbog toga udruge su pod sve većim pritiskom orijentirati se i na komercijalne izvore prihoda (Ebrahim, Battilana i Mair 2014; Svidroňová i Vaceková 2012; Vaceková i Svidroňová 2014; Svidroňová 2013) kroz gospodarsku djelatnost te korištenje alternativnih izvora financiranja za opstanak svoje organizacije. Osim toga, trebale bi sve više tražiti partnerstva i privatnih profitnih tvrtki (Mikušová Meričková, Nemec, i Svidroňová 2015).

Sve prethodno navedeno odnosi se na diversifikaciju izvora financiranja. Kod profitnih organizacija, tradicionalno značenje diversifikacije portfelja podrazumijeva stjecanje imovine, vrijednosnih papira i drugih mogućnosti ulaganja radi poboljšanja ukupnog stvaranja bogatstva ili maksimiziranja dobiti (Hinton i Maclurcan 2017). Međutim, u neprofitnom sektoru ono ima drugačije značenje. Unutar neprofitnog sektora, diversifikacija portfelja znači aktivno traženje različitih i nepovezanih izvora prihoda kako bi se zaštitio rizik od nepredviđene ekonomske neizvjesnosti i stvorila odgovarajuća operativna rezerva (Grizzle, Sloan i Kim 2015) te kako bi se stekla dugoročna održivost organizacije. Upravo zato, cilj je ovoga istraživanja bio doprinijeti tekućoj raspravi i utvrditi u kojoj mjeri i iz kojih izvora aktivne[2] udruge s područjem djelovanja „Kultura i umjetnost" financiraju svoje projektne aktivnosti, prikazati njihovu strukturu financiranja te ukazati na važnost diversificiranja izvora financiranja za postizanje njihove dugoročne održivosti.

Nakon pregleda literature postavljaju se sljedeća istraživačka pitanja: Oslanjaju li se udruge s područjem djelovanja „Kultura i umjetnost" u većoj mjeri na javne izvore financiranja? Koje su karakteristike bitne za udruge s tim područjem djelovanja kako bi bile što uspješnije u prikupljanju financijskih sredstava za provođenje projekata? Može li i na koji način projektno financiranje djelatnosti udruga utjecati na razvoj kulture i umjetnosti?

U prvome se dijelu rada daje kratki pregled (novije) literature, a istraživanje je provedeno na uzorku od 308 udruga (od kojih je 188 uključeno u daljnju analizu) s područjem djelovanja „Kultura i umjetnost" koje su registrirane na području grada Osijeka. Budući da je financiranje poslovanja i provođenje aktivnosti udruga velik izazov, analiziraju se njihova dostupna financijska izvješća za 2018. i 2019. godinu kao i potpore udrugama za projekte, programe i aktivnosti iz javnih izvora, s posebnim naglaskom na lokalni javni proračun, kako bi se ukazalo na uspješnost tih udruga u njihovom području djelovanja.

Sljedeće poglavlje odnosi se na metodologiju istraživanja te rezultate provedene analize. Posljednja poglavlja ovoga rada uključuju raspravu o nalazima istraživanja, zaključak u okviru kojega su navedena ograničenja i dane preporuke za buduća istraživanja.

2. PREGLED LITERATURE

Uz javni i privatni sektor, neprofitni sektor (Billis 2010) određuje se kao značajan sustav i glavna ekonomska snaga u modernom društvu. Međutim, unatoč velikom šire-

[2] Ukupan broj registriranih udruga odnosi se na: a) udruge koje su uskladile svoje statute sukladno Zakonu o udrugama (aktivne udruge), b) udruge koje su u postupku prestanka djelovanja, c) „pasivne udruge" koje više od 8 godina nisu održale Skupštinu. Osim broja registriranih udruga, u Registru udruga vodi se i evidencija udruga koje su brisane. https://mpu.gov.hr/statisticki-prikaz/22205 i https://registri.uprava.hr/#!udruge (26. 1. 2021.)

nju neprofitnog sektora i njihovu doprinosu društvu, broj detaljnih ekonomskih analiza učinkovitosti neprofitnih organizacija ostaje relativno ograničen (Bishop i Brand 2003).

Glavni cilj neprofitne organizacije nije maksimiziranje vrijednosti organizacije, nego ostvarenje njezine misije (Zietlow, Hankin i Seidner 2007, 6–7). Još je davno James (1983) tvrdio da je misija, a ne ekonomski interes, glavni pokretač rasta neprofitnih organizacija. Kako bi ispunili misiju organizacije, neprofitni menadžeri odabiru ciljeve, a zatim određuju aktivnosti koje je potrebno provesti. Sukladno tome, za provođenje aktivnosti prikupljaju onoliko financijskih sredstava koliko im je potrebno. Stoga neprofitne organizacije rastu s povećanjem resursa i širenjem aktivnosti za postizanje dobrotvorne misije (Steinberg 1993; Galaskiewicz, Bielefeld i Dowell 2006). Može se reći da se okruženja za financiranje neprofitnih organizacija razlikuju prema području djelovanja i poslu koji oni obavljaju. Tako se, primjerice, neke aktivnosti lakše financiraju iz više izvora (Chang i Tuckman 1994), a Calabrese (2012) i Carroll i Stater (2009) tvrde da je uspjeh neprofitnih organizacija koje djeluju u području kulture i umjetnosti te njihovih kulturnih i umjetničkih programa u velikoj mjeri ovisan o financijskim mogućnostima i raspoloživim resursima. Zbog nedostatka (financijskih) resursa, projekti i programi često su jedini način na koji neprofitne organizacije mogu postići nešto značajno te se većina njihovih aktivnosti temelji upravo na njima (Anderson i Lannon 2019; Souaf, El Wazani i Mouadili 2015). Kako bi proveli svoje projekte ili programe one postaju ovisne o različitim izvorima prihoda te ponekad imaju diversificiranu strukturu prihoda koja podrazumijeva oslanjanje na sredstva generirana od donacija iz privatnih izvora, javnih potpora i ostalih vlastitih prihoda (Tuckman i Chang 1991; Nik Azman, Arshadi i Abu Bakar 2015) te su odgovorne mnogim dionicima. Prikupljena sredstva iz donacija trebala bi biti namjenski utrošena. Naime, „usmjeravanje visokog postotka donacija projektima, promicanje imidža organizacije kroz aktivnosti prikupljanja sredstava i posjedovanje velike količine imovine osigurava održivu financijsku strukturu neprofitne organizacije“ (Leardini, Rossi i Landi 2020, 8). Istraživanja pokazuju (American for the Arts, 2013) da neprofitne umjetničke organizacije uglavnom dobivaju polovicu prihoda iz javnih i tuđih izvora prihoda, a drugu polovicu od vlastitih prihoda, primjerice prodaje ulaznica. S druge strane, s obzirom na privatne donacije, Kressner Cobb (2002, 130) smatra da je podrška umjetnosti i kulturi „dodatno ograničena općom percepcijom da oni ne igraju važnu ulogu u društvenim promjenama“. Iako je ekonomski učinak od ulaganja u kulturu i umjetnost često teško mjeriti, u smislu neprofitnih organizacija to se može odnositi primjerice na ostvarene vlastite prihode od prodanih ulaznica za predstave, projektno financiranje aktivnosti iz javnih izvora (lokalni, regionalni, nacionalni ili čak međunarodni izvori) te iz drugih privatnih izvora koji proizlaze iz donacija i sponzorstava. Sve to udrugama u području „Kulture i umjetnosti“ može biti značajan izvor prihoda koji pridonosi njihovu dohotku te utječe na njihov opstanak. Neki autori smatraju (Mayer et

al. 2012) da upravo različiti izvori financiranja mogu povećati troškove prikupljanja sredstava. Odnosno, kako bi se razvila sposobnost privlačenja i traženja financijskih sredstava te se upravljalo višestrukim izvorima financiranja, od organizacije se zahtijevaju i znatna ulaganja vremena, truda i ljudskih resursa jer se povećava i administrativno praćenje te troškovi izvještavanja donatorima (Frumkin i Keating 2011).

S obzirom na sve prethodno navedeno, bit će zanimljivo u nastavku ovoga rada prikazati u kojoj je mjeri struktura financiranja neprofitnih organizacija, odnosno aktivnih udruga registriranih u gradu Osijeku u području djelovanja „Kultura i umjetnost" diversificirana te što je udrugama potrebno da bi uspješno prikupile sredstva za provođenje aktivnosti, postigle dugoročnu održivost i utjecale na razvoj kulture i umjetnosti.

3. METODOLOGIJA I REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U radu se koriste i analiziraju sekundarni podaci Vlade Republike Hrvatske, odnosno Ureda za udruge[3], Ministarstva pravosuđa i uprave[4], Grada Osijeka[5], Registar udruga[6], kao i podaci iz financijskih izvještaja udruga iz Registra neprofitnih organizacija[7].

Udruge u Republici Hrvatskoj imaju obvezu upisa u Registar udruga te u Registar neprofitnih organizacija (Ministarstvo uprave, 2015, Hrvatski sabor, 2014b) najkasnije 60 dana od upisa u Registar udruga. Registar udruga posebno je sadržajan te se vodi u elektroničkom obliku objedinjeno za sve udruge u Republici Hrvatskoj, a u njemu se udruge razvrstavaju prema obliku udruživanja, ciljanim skupinama, području djelovanja i prema djelatnostima kojima se ostvaruju ciljevi propisani statutom udruge. Također, „udruge se samostalno razvrstavaju u registru udruga u jednom ili više područja djelovanja i djelatnostima kojima se ostvaruju ciljevi propisanim statutom prema Klasifikaciji djelatnosti udruga" (Hrvatski sabor, 2014b). S obzirom na tu klasifikaciju, u radu se promatraju aktivne udruge registrirane u području djelovanja „Kultura i umjetnost" u gradu Osijeku na dan 31. listopada 2020. godine sukladno podacima iz Registra udruga te njihovo (projektno) financiranje na temelju dostupnih izvještaja Grada Osijeka o odobrenim financijskim sredstvima udrugama u 2018. i 2019. godinu kao i njihovi financijski izvještaji koji su javno dostupni u Registru neprofitnih organizacija. Na sljedećem grafikonu prikazuje se ukupan broj svih aktivnih udruga u gradu Osijeku u području djelovanja „Kultura i umjetnost".

---

[3] https://udruge.gov.hr/

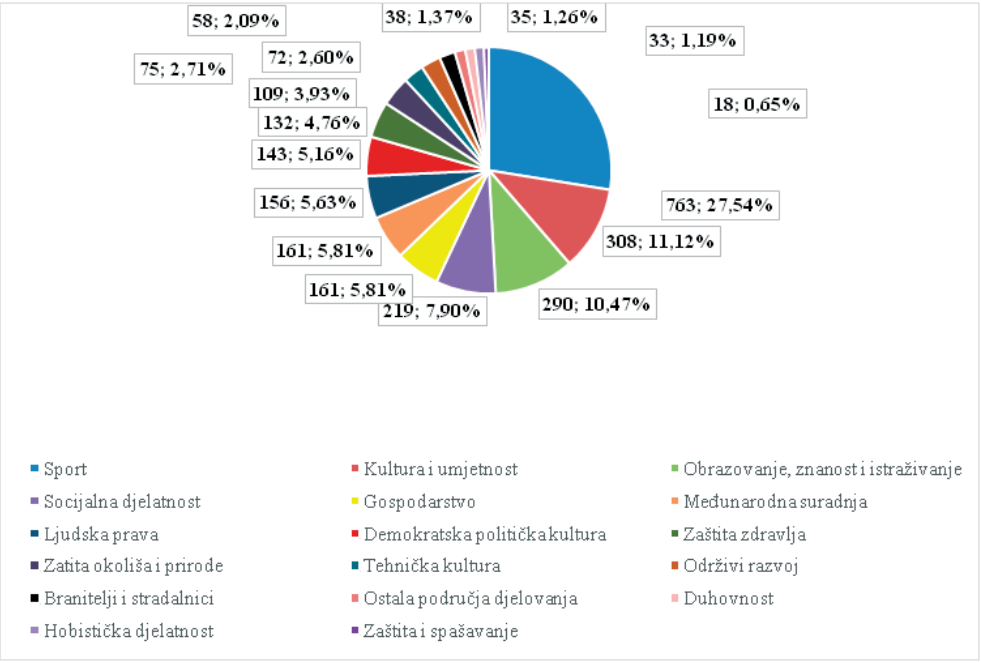
[4] https://mpu.gov.hr/

[5] https://www.osijek.hr/

[6] https://registri.uprava.hr/#!udruge

[7] https://banovac.mfin.hr/rnoprt/Index

Grafikon 1. Aktivne udruge u gradu Osijeku prema području djelovanja



Izvor: vlastita izrada autora prema podacima iz Registra udruga RH https://registri.uprava.hr/#!udruge (31. 10. 2020.)

Iz prethodnog grafičkog prikaza uočava se da je najviše udruga u Osijeku registrirano u području djelovanja „Sport“ (27,5 %), zatim „Kultura i umjetnost“ (11,1 %), odnosno 308 udruga, a najmanje u području „Duhovnost“ (0,7 %).

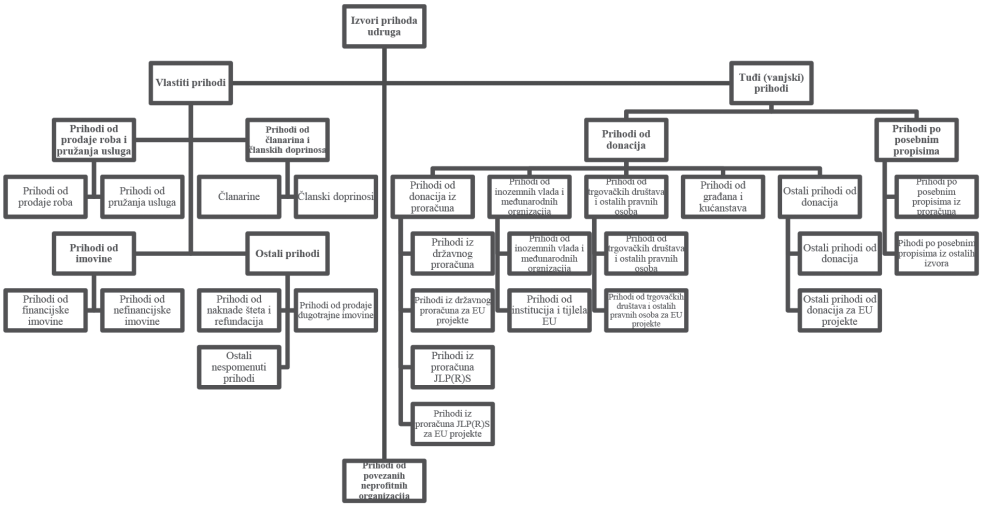
Uspoređujući te podatke s podacima na nacionalnoj razini (Vlada Republike Hrvatske, Ured za udruge 2020), područja s najviše prijavljenih udruga također su „Sport“ (20,3 %) i „Kultura i umjetnost“ (14,0 %). Međutim, podatke iz grafikona treba uzeti kao okvirne jer se, kako je već i spomenuto, udruge mogu registrirati za jedno ili više područja djelovanja i djelatnosti.

U Registru neprofitnih organizacija dostupni su, između ostalih podataka, i financijski izvještaji udruga koji se u ovome radu koriste za financijsku analizu, odnosno prikaz strukture financiranja udruga. Iako je ukupan broj aktivnih udruga 308, analizom je obuhvaćeno samo 188 udruga koje su predale financijske izvještaje za 2018. i 2019. godinu. Za 120 aktivnih udruga, 38,96 %, registriranih u području djelovanja „Kultura i umjetnost“ u gradu Osijeku na dan 31. listopada 2020., u Registru neprofitnih organizacija nisu dostupni financijski izvještaji za promatrane godine. Neki od mogućih razloga za to mogu biti:

- udruge nisu predale financijske izvještaje za promatrane godine
- udruge su bile neaktivne
- udruge još nisu upisane u Registar neprofitnih organizacija (iako je prošao zakonski rok upisa)
- udruge su osnovane tek 2020. godine te nisu ni mogle predavati financijske izvještaje za promatrane godine.

Međutim, budući da za 188 udruga, 61,03 %, ipak postoje dostupni financijski izvještaji, uzorak istraživanja može se smatrati značajnim. Nadalje, za potrebe analize u radu se, kako je ranije i spomenuto, koriste i podaci Grada Osijeka – izvješća o financiranju udruga u 2018. i 2019. godini kao i službeni dokumenti koji se odnose na izvršenje proračuna za promatrane godine. Kako bi se ostvarili cilj i svrha ovoga rada, u nastavku se utvrđuje u kojoj mjeri i iz kojih se izvora financiraju aktivne udruge registrirane na području grada Osijeka s područjem djelovanja „Kultura i umjetnost" te u kojoj mjeri financiraju svoje projektne aktivnosti. U vezi s tim, naglasak se stavlja na analizu projektnog financiranja udruga iz lokalnog javnog proračuna te dostupnih javnih financijskih izvještaja udruga. Radi lakšeg razumijevanja rezultata analize izvora financiranja udruga, najprije se u sljedećem organizacijskom grafikonu prikazuje pojednostavljena struktura financiranja udruga, odnosno izvori prihoda[8] udruga.

Grafikon 2. Strukturni prikaz financiranja udruga



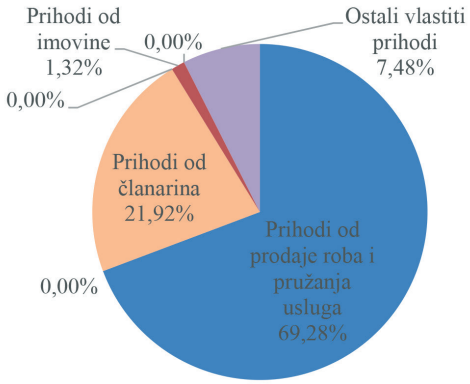
Izvor: vlastita izrada autora prema propisanom obrascu financijskih izvještaja neprofitnih organizacija – Izvještaj o prihodima i rashodima https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/neprofitne-organizacije/financijsko-izvjestavanje/116 (25. 1. 2021.)

[8] Ili primitaka. Neke udruge ostvaruju primitke te imaju izdatke, a neke prihode te imaju rashode, ovisno o tome jesu li u sustavu jednostavnog ili dvojnog knjigovodstva. Sukladno tome predaju i različite financijske izvještaje.

S obzirom na razlike u financijskim izvještajima, radi jednostavnosti te lakšeg razumijevanja i interpretacije podataka, svi primici udruga koje vode jednostavno knjigovodstvo razvrstavaju se prema vrstama prihoda udruga koje vode dvojno knjigovodstvo. Primjerice, primici od prodaje roba i pružanja usluga prikazani su kao prihodi od prodaje roba i pružanja usluga, primici od donacija prikazani su kao prihodi od donacija i sl. Sukladno prethodnom grafikonu, u nastavku su analizirani izvori financiranja promatranih udruga. Prema tome, analiza pokazuje da se promatrane udruge najvećim dijelom financiraju kombinacijom vlastitih i tuđih (vanjskih) prihoda[9] – 167 (88,83 %) udruga, dok se njih 21 (11,17 %) financira isključivo iz vlastitih prihoda. Uspoređujući ukupno ostvarene prihode promatranih udruga, u 2019. u odnosu na 2018. godinu povećali su se za oko 17 %. Nadalje, u ukupno ostvarenim prosječnim prihodima u promatranim godinama udio je vlastitih prihoda 26,04 %, dok je udio tuđih (vanjskih) prihoda 73,96 %. Vlastiti prihodi promatranih udruga u 2019. u odnosu na 2018. godinu povećali su se za oko 22 %, dok su se tuđi (vanjski) prihodi povećali za 15 %.

U nastavku se grafički prikazuje struktura prosječno ostvarenih vlastitih prihoda (Grafikon 3).

Grafikon 3. Struktura prosječno ostvarenih vlastitih prihoda udruga u 2018. i 2019. godini



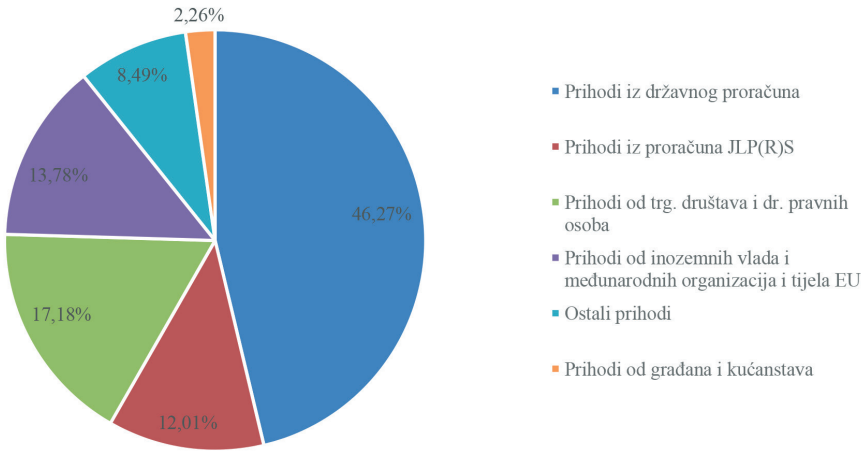
Izvor: vlastita izrada autora

Iz prethodnog se grafikona uočava da vlastite prihode u udrugama najviše čine prihodi od prodaje roba i pružanja usluga, prosječno 69,28 %, prihodi od članarina, prosječno 21,92 %, prihodi od imovine, prosječno 1,32 % te ostali vlastiti prihodi, prosječno 7,48 %.

[9] Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija mogu katkada biti vlastiti, a ponekad i tuđi (vanjski), ovisno o tome za što su namijenjeni. Budući da kod promatranih udruga oni čine samo 0,72 % ukupnih prihoda te se iz dostupnih financijskih izvještaja ne može točno odrediti iz kojega su izvora, oni su zanemarivi i u analizi prihoda u ovome istraživanju nisu razvrstani ni u jednu od te dvije vrste prihoda.

S druge strane, tuđe (vanjske) prihode u prosječnom iznosu od 84,33 % udruge ostvaruju od prihoda od donacija, a 15,67 % od prihoda po posebnim propisima.[10] Pritom se tuđi (vanjski) prihodi mogu podijeliti na javne i privatne. Analizirajući ukupne prihode od donacija, udio je prihoda iz javnih izvora, odnosno iz proračuna prosječno 63,46 % (od toga je iz državnog proračuna uključujući i EU projekte prosječno 46,27 %, a iz proračuna JLP(R)S-a[11] uključujući i projekte EU-a 12,01 %), od trgovačkih društava i drugih pravnih osoba uključujući i projekte EU-a 17,18 %, od inozemnih vlada, međunarodnih organizacija i tijela EU-a 13,78 %, prihoda od građana i kućanstava 2,26 % te ostalih prihoda prosječno 8,49 %.

Grafikon 4. Struktura prosječno ostvarenih prihoda od donacija udruga u 2018. i 2019. godini



Izvor: vlastita izrada autora

Sukladno prethodnim podacima, u Tablici 1. prikazana je struktura prihoda od donacija za svaku promatranu godinu te njihovo postotno povećanje, odnosno smanjenje.

[10] Iznosi su tih prihoda iznimno veliki, ali ih ostvaruje samo nekoliko udruga. Više o tome na: Vranar, Krešimir. 2018. „Prihodi po posebnim propisima". Računovodstvo udruga i drugih neprofitnih organizacija, Verlag Dashöfer, Last modified January 30, 2021. http://onbno.dashofer.hr/onb/33/prihodi-po-posebnim-propisima-uniqueidmRRWSbk196E4DjKFq6pChJUTCLJwwDCjqlZ3nlV8CI8/.

[11] JLP(R)S – Jedinice lokalne, područne (regionalne) samouprave odnose se na gradove, općine i županije. U radu se analiziraju sredstva, odnosno prihodi dodijeljeni udrugama iz proračuna Grada Osijeka.

Tablica 1. Prihodi od donacija udruga

Prihodi od donacija	**2018.**	**2019.**	**Prosječno 2018./2019.**	**Smanjenje/ Povećanje**
Prihodi iz proračuna JLP(R)S-a (uključujući prihode za EU projekte)	13,27 %	10,76 %	12,01 %	-18,91 %
Prihodi iz državnog proračuna (uključujući i prihode za EU projekte)	48,59 %	43,96 %	46,27 %	-9,53 %
Prihodi od trg. društava i dr. pravnih osoba (uključujući i prihode za EU projekte)	15,79 %	18,58 %	17.19 %	17,67 %
Prihodi od inozemnih vlada i međunarodnih organizacija i tijela EU-a	14,61 %	12,96 %	13,78 %	-11,28 %
Prihodi od građana i kućanstava	2,10 %	2,41	2,26 %	14,76 %
Ostali prihodi	5,65 %	11,33 %	8,49 %	100,53 %

Izvor: vlastita izrada autora

Iz tablice se uočava da su prihodi promatranih udruga iz javih izvora, odnosno prihodi od donacija iz proračuna JLP(R)S-a i državnog proračuna te prihoda od inozemnih vlada i međunarodnih organizacija i tijela EU-a u 2019. godini u odnosu na 2018. godinu smanjeni, dok su prihodi iz privatnih izvora, odnosno prihodi od trg. društava i dr. pravnih osoba, prihodi od građana i kućanstava te ostali prihodi povećani.

U nastavku su dani usporedni nacionalni podaci o primljenim donacijama za 2018. godinu[12] svih udruga u Republici Hrvatskoj (Vlada Republike Hrvatske, Ured za udruge, 2020). U 2018. godini ukupan iznos donacija u odnosu na 2017. povećan je, blago su povećana izdvajanja iz javnih izvora, dok su prihodi od inozemnih vlada i međunarodnih organizacija kao i od trgovačkih društava i ostalih pravnih osoba ostala na gotovo identičnoj razini. Odnosno, oko 65 % prihoda od donacija udruga činila su sredstva dodijeljena iz javnih izvora, oko 15% od inozemnih vlada i međunarodnih organizacija te oko 14 % prihodi od trgovačkih društava i drugih pravnih osoba, ostali prihodi oko 3,5 %, dok su prihodi od građana i kućanstava bili oko 2,5 %. Značajno povećanje prihoda udruga u 2018. u odnosu na 2017. godinu odnosilo se na prihode od građana i kućanstava, koji su povećani za više od pet milijuna kuna.

Treba reći da se donacije najčešće koriste za provođenje projekata ili programa, ali one ponekad mogu biti i samo pomoć u svakodnevnom radu udruga. Međutim, sredstva iz javnih izvora, uključujući i sredstva iz EU-a, isključivo se dodjeljuju na temelju prethodno objavljenih natječaja, javnih poziva ili programa javnih potreba te ih udruge koriste za provođenje prijavljenih projekata, programa ili projektnih aktivnosti. Prema tome,

[12] Podaci za 2019. godinu još nisu objavljeni.

istraživanje pokazuje da se od ukupnog broja promatranih aktivnih udruga u području djelovanja „Kultura i umjetnost" registriranih u gradu Osijeku njih čak 70,74 % financira iz javnih izvora, odnosno da im je odobren najmanje jedan projekt, program, odnosno aktivnost. Pritom se uočava da samo oko 10 % promatranih udruga provodi jedan ili više EU projekt.

Kako je ranije već i spomenuto, a vidljivo je i iz prethodnih grafičkih prikaza, značajan broj promatranih udruga svoje projektne aktivnosti financira najvećim dijelom iz sredstava javnih proračuna. U nastavku se, stoga, daje pregled dostupnih i odobrenih financijskih potpora udrugama iz proračuna Grada Osijeka u 2018. i 2019. godini koje su mogle ostvariti, između ostalih, udruge registrirane u području djelovanja „Kultura i umjetnost".

Tablica 2. Pregled javnih natječaja i javnih poziva za financiranje udruga iz Proračuna Grada Osijeka u 2018. i 2019. godini

	2018.			**2019.**		
	Natječaj/poziv	**Odobreno (u kn)**		**Natječaj/poziv**	**Odobreno (u kn)**	
1	Javni natječaj za financiranje projekata i programa udruga građana	88 projekata	1.035.240,00	Javni natječaj za financiranje projekata i programa udruga	91 projekt	1.026.578,28
2	Javni poziv za financiranje jednokratnih aktivnosti udruga iz područja kulture	39 aktivnosti	222.000,00	Javni poziv za financiranje jednokratnih aktivnosti u kulturi	17 aktivnosti	208.000,00
3	Javni poziv za financiranje jednokratnih aktivnosti udruga iz područja gospodarstva	4 aktivnosti	27.000,00	Javni poziv za financiranje jednokratnih aktivnosti udruga u području gospodarstva	3 aktivnosti	16.238,50
4	Javni poziv za financiranje jednokratnih aktivnosti udruga u području socijalne djelatnosti i zaštite zdravlja	23 aktivnosti	77.352,08	Javni poziv za financiranje jednokratnih aktivnosti udruga u području socijalne djelatnosti i zaštite zdravlja	17 aktivnosti	62.169,29
5	Javni poziv za financiranje jednokratnih aktivnosti udruga u području promicanja vrijednosti Domovinskog rata	10 aktivnosti	29.600,00	Javni poziv za financiranje jednokratnih aktivnosti udruga u području promicanja vrijednosti Domovinskog rata	9 aktivnosti	37.000,00

6	-			Javni poziv za financiranje aktivnosti udruga u području izvaninstitucionalnog obrazovanja	1 aktivnost	85.000,00
7	Programi javnih potreba u kulturi	19 udruga	304.000,00	Poziv za predlaganje Programa javnih potreba u kulturi	20 udruga	238.000,00
	Ukupno	**183**	**1.695.192,08**	**Ukupno**	**158**	**1.672.986,07**

Izvor: izrada autora prema Izvješću o financiranju udruga iz proračuna Grada Osijeka za 2018. i 2019. godinu https://www.osijek.hr/

Općenito, za potporu projekata, programa i aktivnosti udruga iz javnih izvora postoji više načina dodjele sredstava, a to su javni natječaji, javni pozivi te programi javnih potreba koji imaju najveći udio u ukupnim dodijeljenim iznosima sredstava. Iz prethodne je tablice vidljivo da se ukupan broj odobrenih projekata, programa ili aktivnosti udruga u okviru gore navedenih natječaja, javnih poziva i programa javnih potreba u 2019. u odnosu na 2018. godinu smanjio, a manja su i ukupno odobrena financijska sredstava. Međutim, osim gore navedenih natječaja, Grad Osijek raspisuje i još neke javne pozive na koje se mogu prijaviti udruge koje nisu registrirane u analiziranom području djelovanja. U tom slučaju, ako bi se promatrala ukupno odobrena financijska sredstva svim udrugama u gradu Osijeku, u ukupnom iznosu potpore su se u 2019. u odnosu na 2018. godinu[13] povećale. Iako Grad Osijek ne objavljuje javne izvještaje o financiranju udruga prema području djelovanja, postoje podaci na nacionalnoj razini koji su prikupljeni u Uredu za udruge na temelju izvještaja o financiranju projekata i programa udruga iz javnih izvora koje su u obvezi predati sva tijela državne uprave, Vladini uredi i tijela, druge javne institucije, JLP(R)S-i, trgovačka društva u vlasništvu Republike Hrvatske, odnosno jednog ili više JLP(R)S-a te druge pravne osobe koje dodjeljuju sredstva iz javnih izvora za projekte i programe udruga (Vlada Republike Hrvatske, Ured za udruge, 2020). Analizom tih podataka, iz proračuna gradova prema području financiranja u 2018. godini za projekte u području sporta dodijeljeno je više od polovice ukupnog iznosa (53 %), dok su projekti u području kulture i umjetnosti financirani u postotnom iznosu od oko 10 % u odnosu na sva financijska sredstva odobrena udrugama prema područjima djelovanja. U usporedbi s 2017. godinom, primjećuje se povećanje odobrenih financijskih sredstava za projekte udruga u kulturi i umjetnosti u iznosu od oko 17 %. Osim natječaja, poziva i programa javnih potreba u okviru kojih je Grad Osijek odobrio financijska sredstva udrugama za projekte, programe ili aktivnosti u 2018. i 2019. godini, dodatno se analiziraju još

[13] U 2018. godini ukupno je odobreno 23.945.416,39 kuna za 464 financijske potpore, a u 2019. odobreno je 26.853.857,30 kuna za 395 financijskih potpora svih udruga registriranih u gradu Osijeku.

neki dostupni izvještaji.[14] Grad Osijek izdvojio je 414.000,00 u 2018., odnosno 355.000,00 kuna u 2019. godini isključivo za potpore djelatnosti udruga i ostalih korisnika u kulturi. Prema tome, uočava se da su se sredstva u 2019. godini u odnosu na 2018. godinu smanjila za oko 15 %, a razlog tomu, između ostaloga, može biti taj što se broj registriranih udruga u Republici Hrvatskoj, ali i u Osječko-baranjskoj županiji, pa tako i u Osijeku, od 2018. godine smanjuje, dok je broj udruga u razdoblju od 1994. do 2018. imao trend rasta (Božac 2020), što je prikazano u sljedećoj tablici.

Tablica 3. Udruge u Osječko-baranjskoj županiji na dan 31.12. 2019.

Broj udruga	**Godina**		
	2017.	**2018.**	**2019.**
Ukupan broj registriranih udruga	3911	3905	3763
Ukupan broj brisanih udruga	718	832	1065
% brisanih udruga u odnosu na registrirane udruge	18,36 %	21,31 %	28,30 %
Smanjenje/povećanje broja registriranih udruga u odnosu na prethodnu godinu	-	-0,15 %	-3,64 %

Izvor: izrada autora prema podacima Ministarstva pravosuđa i uprave Republike Hrvatske – Statistički prikaz 9, 13 i 17 Ministarstvo pravosuđa i uprave Republike Hrvatske - Statistički prikaz (gov.hr)

Nadalje, Grad Osijek je u proračunu za 2018. godinu izdvojio 4,9 % za programe i projekte udruga, dok je u 2017. izdvojio 5,4 %, a podaci za 2019. godinu još nisu dostupni (Vlada Republike Hrvatske, Ured za Udruge, 2020).

Treba reći da odobreni projekti, programi ili aktivnosti udruga u 99 % slučajeva traju do 12 mjeseci, a po njihovu završetku udruge su obvezne podnijeti programsko i financijsko izvješće o provedbi.

4. RASPRAVA

U skladu s pregledom literature i analizom strukture financiranja promatranih udruga, rezultati ovoga istraživanja potvrđuju da se udruge najvećim dijelom financiraju iz javnih izvora. Uz to, istraživanje pokazuje da su unatoč smanjenju broja svih registriranih udruga u Osječko-baranjskoj županiji u 2019. u odnosu na 2018. godinu, smanjenju dostupnih sredstava iz proračuna JLP(R)S-a za promatrane udruge te smanjenju

[14] Prijedlog Proračuna Grada Osijeka za 2018. i Projekcije za razdoblje 2019. – 2020., Prijedlog Izmjena i dopuna Proračuna Grada Osijeka za 2018. godinu, Prijedlog Proračuna Grada Osijeka za 2019. i Projekcije za razdoblje 2020. – 2021. i Prijedlog Izmjena i dopuna Proračuna Grada Osijeka za 2018. godinu, dostupno na: https://www.osijek.hr/ (pristupljeno 25. 1. 2021.).

ostvarenih prihoda udruga od donacija iz javnih izvora, udruge ipak povećale ukupno ostvarene prihode za oko 17 %. Razlog tomu jest povećanje prihoda iz tuđih (vanjskih) privatnih izvora u 2019. godini. To govori da promatrane udruge uspješno diversificiraju izvore financiranja jer, iako su i dalje ovisne u većoj mjeri o javnim prihodima, uspješno prikupljaju sredstva i iz tuđih, odnosno privatnih izvora.

Analizom financijskih izvještaja promatranih udruga nemoguće je utvrditi točan broj udruga s područjem „Kultura i umjetnost" registriranih u gradu Osijeku koje provode projekte, a ne postoje ni drugi javno dostupni podaci o tome. Naime, to se smatra jednim od ograničenja ovoga istraživanja jer je nemoguće sa sigurnošću tvrditi je li neka aktivna udruga s područjem djelovanja „Kultura i umjetnost" sredstva za projekte iz javnih izvora ostvarila isključivo za projekte u tom području ili su im odobrena financijska sredstva za projekte/programe u okviru nekog drugog područja djelovanja udruge. Međutim, prema prihodima ostvarenima iz javnih izvora, ipak se može potvrditi da su tim sredstvima udruge financirale projekte, programe ili aktivnosti jer se za dobivanje javnih potpora raspisuju natječaji, pozivi ili programi javnih potreba te udruge prijavljuju neku projektnu aktivnost. Sukladno rezultatima istraživanja, 71 % promatranih udruga projektno se financira jer ostvaruje donacije iz javnih izvora. Pretpostavlja se da je taj broj udruga i veći jer udruge i dijelom ostvarenih prihoda iz vlastitih, ali i tuđih (vanjskih) izvora financiraju pojedine projekte, međutim u ovome istraživanju to nije moguće izmjeriti. Nadalje, iznenađuje podatak da za gotovo 40 % registriranih aktivnih udruga u području „Kulture i umjetnosti" u gradu Osijeku nema objavljenih financijskih izvještaja za 2018. i 2019. godinu. Iako je opravdano nepostojanje tih izvještaja za udruge koje su registrirane tek u 2020. godini, većina ostalih udruga koja nije predala financijske izvještaje može biti kažnjena sukladno zakonu. Ako udruga u poslovnoj godini i nema poslovnih događaja ni podataka o imovini i obvezama, obvezna je predati Izjavu o neaktivnosti. Udruge bi, stoga, trebale, kao i svi ostali poslovni subjekti, ispunjavati zakonske obveze i redovito predavati financijske izvještaje jer to pridonosi, između ostaloga, njihovu transparentnom poslovanju. Promjena koja je iznimno utjecala na udruge, odnosno cjelokupni neprofitni sektor u Republici Hrvatskoj bila je donošenje „novog" Zakona o udrugama (NN 74/14, 70/17, 98/19). Od tada je neprofitnim organizacijama omogućeno obavljanje i druge, profitno orijentirane djelatnosti, odnosno gospodarske djelatnosti te je udrugama omogućeno tržišno djelovanje u smislu pružanja dodatnih usluga svojim korisnicima kako bi se ostvarili propisani ciljevi udruge koji su propisani statutom udruge. Ostvarivanjem prihoda na temelju te djelatnosti udruge povećavaju svoju financijsku stabilnost.

Iako se u istraživanju primjećuje da se broj udruga unazad nekoliko godina smanjuje pa se može reći i da se smanjuje konkurencija za ograničena javno dostupna financijska sredstva, udruge se ne bi trebale u većoj mjeri oslanjati na te izvore, nego bi ih trebale

diversificirati kako bi smanjile prekomjernu ovisnost, odnosno kako bi povećale stabilnost pri eventualnim nepredviđenim promjenama na tržištu i proširile mrežu povezanu s donatorima kojom se povećava socijalni utjecaj i ukupni potencijal. Zbog toga udruge trebaju, između ostaloga, uložiti i dodatne napore da bi što uspješnije prikupljale sredstva. Neke od važnih karakteristika uspješnih aktivnosti prikupljanja sredstava za potrebe provođenja projekata Pavičić, Alfirević i Aleksić (2006, 260) podrazumijevaju „jasno i pravodobno definiranje ciljeva koji se žele ostvariti, dobar odabir partnera, jasna poruka partnerima što se od njih očekuje, jasno definirane procedure i načini uključivanja partnera te prepoznavanje interesa partnera za suradnju". U vezi s tim, za prikupljanje sredstava nameće se nužnost korištenja mogućnosti ICT tehnologija, primjerice internetskih stranica, komunikacija e-poštom, društvenim medijima kao i nekih od novih oblika financiranja koji se, između ostaloga, odnosi na organiziranje kampanja za skupno financiranje (engl. *Crowdfuning*) na međumrežnim platformama i sl., a sve to da bi se predstavile potencijalnim donatorima i zainteresirale ih za podršku u provođenju njihove misije i projekata, odnosno predstavljanja kulturnih i umjetničkih programa. Istraživanje je pokazalo da većina promatranih udruga provodi projekte, ali za njihov daljnji rast i razvoj, ali i razvoj kulture i umjetnosti, neophodno je stjecati i dodatna znanja i vještine u upravljanju projektima kako bi bile što efikasnije i u većoj mjeri koristile i druge izvore financiranja, posebice EU izvore te ostvarivale i međunarodne suradnje. Neprofitne organizacije često se smatra pokretačima promjena pa bi se udruge s područjem djelovanja „Kultura i umjetnost" trebale više međusobno umrežavati s drugim vrstama organizacija kako bi jačale i svoj građanski angažman te rješavale neke probleme u društvu. Slikovito rečeno, udruga koja se bavi umjetnošću može ostvariti suradnju s nekom školom te uočiti ozbiljne posljedice školskog uznemiravanja pa na temelju toga udruga može stvoriti predstavu kako bi potaknula na razmišljanje članove zajednice. Organizacije koje aktivno surađuju s drugima mogu proširiti i produbiti svijest o važnim društvenim pitanjima (Larson 1992).

5. ZAKLJUČAK

Kako bi ispunile svoju ulogu i ciljeve zbog kojih su osnovane, udruge kao neprofitne organizacije služe članovima koji su u njih uključeni, ali su isto tako i na usluzi zainteresiranoj javnosti. Primarni im cilj nije ostvarivanje dobiti, ali im za provođenje djelatnosti treba dovoljno financijskih, ali i ljudskih resursa. Naime, financijsko upravljanje ključno je za njihovu dugoročnu održivost te je to jedno od najizazovnijih područja s kojima se predstavnici udruga moraju suočavati. Literatura pokazuje da autori smatraju kako veća diversifikacija izvora financiranja ima pozitivan utjecaj na financijsku stabilnost i rast ne-

profitnih organizacija. Međutim, iako postoje različiti mogući izvori financiranja udruga poput privatnih donacija, donacija iz proračuna, vlastitih prihoda i sl., provedenim istraživanjem potvrđuje se da su udruge i dalje u velikoj mjeri ovisne o proračunskim sredstvima, odnosno javnim izvorima financiranja. Također, neke od njih previše su naviknute na dugogodišnju relativnu sigurnost primanja tih sredstava te se rijetko odlučuju na prikupljanje sredstava iz drugih izvora, odnosno ne poduzimaju dodatne poduzetničke aktivnosti". U vezi s tim, za prikupljanje sredstava nameće se nužnost korištenja mogućnosti ICT tehnologija i novih oblika financiranja kako bi se predstavile potencijalnim donatorima i zainteresirale ih za podršku u provođenju njihove misije i projekata, odnosno predstavljanja kulturnih i umjetničkih programa. Pritom, udruge trebaju imati cilj osigurati da se prikupljena sredstva koriste na najučinkovitiji mogući način. Iako se predstavnici udruga moraju brinuti o financijskoj stabilnosti, ne mogu si dopustiti da se samo na to usredotoče, već moraju ispuniti društvenu misiju organizacije te postizanje dugoročne održivosti. Osim toga, udruge u području „Kulture i umjetnosti" trebaju dokazati da umjetnost i kultura mijenjaju živote, uložiti posebne napore kako bi uspješno prikupljali sredstva za predstavljanje svojih programa i projekata te poboljšati dostupnost umjetnosti povezujući ih sa zajednicom".

U okviru istraživanja uočena su neka ograničenja koja se odnose se na sljedeće:

- udruge mogu biti registrirane u nekoliko različitih područja djelovanja te je nemoguće odrediti odnose li se njihova dobivena sredstva iz javnih izvora upravo na projekte u okviru područja djelovanja „Kultura i umjetnost" ili na projekte u okviru nekog drugog područja
- ne postoje javno dostupni podaci o odobrenim sredstvima udruga po pojedinom području djelovanja
- iz financijskih izvještaja nemoguće je odrediti jesu li dobivena sredstva iz privatnih izvora namijenjena za projekte ili se ta sredstva odnose samo na potpore radu udrugama.

Prethodno spomenuta ograničenja nameću preporuke za daljnja istraživanja. Zbog nepostojanja javno dostupnih izvještaja o odobrenim financijskim sredstvima udrugama za projekte i programe po pojedinom području djelovanja udruga, za te bi potrebe trebalo provesti anketni upitnik ili dubinski intervju s udrugama kojima su odobrena financijska sredstva kako bi se saznalo jesu li ta sredstva namijenjena za projekt ili program udruge u okviru područja kulture i umjetnosti ili nekog drugog područja te utječe li on na razvoj kulture i umjetnosti. Isto tako, budući da ne postoje podaci o svim projektima udruga u Republici Hrvatskoj na jednome mjestu, predlaže se i stvaranje baze, odnosno zajedničke platforme u okviru koje bi udruge mogle kreirati svoj „profil" te objavljivati projekte koje provode ili u budućnosti planiraju provoditi. Na taj bi se način udruge lakše

mogle umrežavati te stvarati partnerstva za provođenje zajedničkih projekata, ali i povezivati s privatnim tvrtkama ili građanstvom koje je spremno podržati njihove projekte i donirati im sredstva. Osim toga, u budućnosti bi se moglo i istražiti zašto se neki privatni donatori odlučuju na potpore udrugama u kulturi i umjetnosti te u kojoj mjeri udruge koriste mogućnosti ICT tehnologija i nove oblike financiranja za provođenje svojih projekata te organizacijsku održivost.

Literatura

1. Anderson, Katherine, and Lannon, John. 2019. „Project Management Performance Assessment in the Non-Profit Sector". *Project Management Research and Practice*, no. 1 (January). https://doi.org/10.5130/pmrp.v5i0.5910.
2. Billis, David. 2010. *Hybrid Organizations and the Third Sector: Challenges for Practice, Theory and Policy*. UK: Palgrawe Macmilian.
3. Bishop, Paul i Brand Steven. 2003. „The efficiency of museums: A stochasticfrontier production function approach." *Applied Economics*, no. 1 (June): 1853–1858. https://doi.org/10.1080/0003684032000158064.
4. Calabrese, Thad D. 2012. „The accumulation of nonprofit profits: A dynamic analysis." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, no. 2 (April): 300–324. https://doi.org/10.1177/0899764011404080.
5. Carroll, A. Deborah, and Keely Jones Stater. 2009. „Revenue diversification in nonprofit organizations: does it lead to financial stability?." *Journal of Public Administration Research and Theory*, no. 4 (October): 947–966. https://doi.org/10.1093/jopart/mun025.
6. Chang Cyril F. i Howard P Tuckman. 1994. „Revenue diversification among non-profits." *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, no. 3 (October): 273–290. https://www.jstor.org/stable/27927443.
7. Charles, Cleopatra, and Kim, Mirae. 2016. „Do donors care about results? An analysis of nonprofit arts and cultural organizations." *Public Performance & Management Review*, no. 4 (May): 864–884. https://doi.org/10.1080/15309576.2015.1137775.
8. Ebrahim, Alnoor, Julie Battilana i Johanna Mair. 2014. „The governance of social enterprises: Mission drift and accountability challenges in hybrid organizations." *Research in Organizational Behavior*, no. 1(34): 81–100. https://doi.org/10.1016/j.riob.2014.09.001.
9. Frumkin, Peter i Elizabeth K. Keating. 2011. „Diversification Reconsidered: The Risks and Rewards of Revenue Concentration." *Journal of Social Entrepreneurship*, no. 2 (October): 151–164. 10.1080/19420676.2011.614630.
10. Frumkin, Peter. 2005. *On Being Nonprofit: A Conceptual and Policy Primer.* Cambridge, MA: Harvard University Press.
11. Galaskiewicz, Joseph, Wolfgang Bielefeld i Myron Dowell. 2006. „Networks and Organizational Growth: A Study of Community Based Nonprofits." *Administrative Science Quarterly (ASQ),* no 3 (September): 292–316. https://doi.org/10.2189/asqu.51.3.337.

12. Grizzle, Cleopatra, Margaret Sloan, F. i Mirae Kim. 2015. „Financial factors that influence the size of nonprofit operating reserves." *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, no. 1 (March): 67–97. https://doi.org/10.1108/JPBAFM-27-01-2015-B003.
13. Hinton, Jennifer i Donnie Maclurcan. 2017. „A not-for-profit world beyond capitalism and economic growth?." *Ephemere theory & politics in organization*, no 1 (January): 147–166. https://www.researchgate.net/publication/315788704_A_not-for-profit_world_beyond_capitalism_and_economic_growth.
14. James, Estelle. 1983. „How nonprofits grow: A model." *Journal of Policy Analysis and Management*, no. 3 (Spring): 350–365.https://doi.org/10.2307/3324446.
15. Johnson, F. Andrew, Beth M. Rauhaus i Kathryn Webb-Farley. 2020. „The COVID-19 pandemic: a challenge for US nonprofits' financial stability." *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, no. 6 (November): 33–46. https://doi.org/10.1108/JPBAFM-06-2020-0076.
16. Kim, Mirae. 2015. *What Makes Nonprofit Service Organizations More Active in their Civic Roles?*. The National Survey of Nonprofit Arts Organizations, Bloomington: Indiana University SPEA Nonprofit Management Conference.
17. Kressner Cobb, Nina. 2002. „The New filantrophy: Its Impact on Funding Arts and Culture." *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, no. 2 (Summer): 125–143. https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/Cobb.pdf.
18. Larson, Andrea. 1992. „Network dyads in entrepreneurial settings: A study of the governance of exchange relationships". *Administrative Science Quarterly*, no. 1 (March): 76–104. https://doi.org/10.2307/2393534.
19. Leardini, Chiara, Rossi, Gina, and Landi, Stefano. 2020. „Organizational Factors Affecting Charitable Giving in the Environmental Nonprofit Context". Sustainability, no. (October). https://www.mdpi.com/2071-1050/12/21/8947.
20. Mayer, Walter J., Hui-chen, Wang, Jared F. Egginton i Hannah Flint. 2012. „The Impact of Revenue Diversification on Expected Revenue and Volatility for Nonprofit Organizations." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly,* no. 2 (November): 374–392. https://doi.org/10.1177/0899764012464696.
21. Mikušová Meričková, Beáta, Juraj Nemec i Mária Svidroňová. 2015. „Co-creation in local public services delivery innovation: Slovak experience." *Lex localis - journal of local self-government*, no. 3 (July): 521–535. https://www.researchgate.net/publication/279953162_Co-creation_in_Local_Public_Services_Delivery_Innovation_Slovak_Experience.
22. Nik Azman, Amalena Nik, Arshad Roshayani Najebah i Noorbijan Abu Bakar. 2015. „Do funding resources affect the accountability disclosure of non-profit organizations?." *Asian Journal ofAccounting Perspectives,* no. 1 (December): 35–45. https://doi.org/10.22452/AJAP.vol8no1.3.
23. Pavić, Jurica, Nikša Alfirević i Ljiljana Aleksić. 2006. *Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti*. Zagreb: Masmedia.

24. Salamon M., Lester. 2012. „The resilient sector: The future of nonprofit America." In Salamon LM(ed) The State of Nonprofit America. Washington, DC: Brookings Institution Press, pp. 3–86.
25. Salamon, Lester. M. 2010. „Putting the civil society sector on the economic map of the world." *Annals of Public and Cooperative Economics*, no. 2 (June): 167–210. http://ccss.jhu.edu/wp-content/uploads/downloads/2011/10/Annals-June-2010.pdf.
26. Souaf, Malika, El Wazani, Youssef, and Mouadili, Mohammed. 2015. „Measuring Performance of Nonprofit Organizations by Evaluating Integration of Their Values in the Project Management Process." *Universal Journal of Management*, no. 2(3): 63 – 72. https://www.hrpub.org/journals/article_info.php?aid=2318.
27. Steinberg, Richard. 1993. „Public Policy and the Performance of Nonprofit Organizations: A General Framework." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly (NVSQ),* no. 1 (March): 13–31. https://doi.org/10.1177/089976409302200103.
28. Svidroňová, Maria i Gabriela Vaceková,. 2012. „Current state of self-financing of private non-profit organizations in the conditions of the Slovak Republic." *TEDE - Technological and Economic Development of Economy*. no. 3 (September): 438–451. https://www.researchgate.net/publication/248490965_Current_state_of_self-financing_of_private_non-profit_organizations_in_the_conditions_of_the_Slovak_Republic.
29. Svidroňová, Maria. 2013. „Sustainability strategy of non-government organisations in Slovakia." *E+M Ekonomie a management*. no. 3(16): 85–100. https://core.ac.uk/download/pdf/295572065.pdf.
30. Šain, Marija, Maja Haršanji i Marta Borić Cvenić. 2020. „Fundraising within the cycle model for successful business in arts and cultural organizations". *Interdiciplinary Management Research XVI. Conference Proceedings* ur. Dražen Barković et al., 71–87. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.
31. Šešić Dragićević, Milena i Branimir Stojković. 2013. *Kultura/menadžment/animacija/marketing, I. izdanje*, Zagreb: Kulturno informativni centar.
32. Tuckman, Howard i Cyril F Chang. 1991. „A Methodology for Measuring the Financial Vulnerability of Charitable Nonprofit Organizations." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly,* no. 4 (December): 445–460. https://doi.org/10.1177/089976409102000407.
33. Vaceková, Gabriela i Maria Svidroňová. 2014. „Benefits and Risks of Self-Financing of NGOs - Empirical Evidence from the Czech Republic, Slovakia and Austria." *E+M Ekonomie a management*, no. 2 (June): 120–130. https://www.researchgate.net/publication/259828506_Benefits_and_Risks_of_Self-Financing_of_NGOs_-_Empirical_Evidence_from_the_Czech_Republic_Slovakia_and_Austria.
34. Zietlow, John, JoAnn Hankin i Alan Seidner. 2007. *Financial Management for Nonprofit Organizations*. Hoboken, New Yersey: Wiley.
35. Žugaj, Miroslav, Jusuf Šehanović i Marijan Cingula. 2004. *Organizacija*. Varaždin: Fakultet organizacije i informatike.

Internetski izvori

1. Americans for the Arts Announces 2013 National Arts Awards. 2013. Pristupljeno 30. siječnja 2021. https://www.americansforthearts.org/news-room/press-releases/americans-for-the-arts-announces-2013-national-arts-awards.
2. Božac, Marko. 2020. „Udruge u Hrvatskoj sazrijevaju: rast usporava, prihodi rastu, ali uz nejednakosti.“. Pristupljeno 12. siječnja 2021. https://markobozac.com/analiza/udruge-hrvatska-analiza-civilno-drustvo/.
3. Hrvatski sabor. 2014a. Zakon o udrugama (NN 74/14, 70/17, 98/19). Pristupljeno 20. siječnja 2021. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_06_74_1390.html.
4. Hrvatski sabor. 2014b. Zakon o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija (NN 121/2014). Pristupljeno 20. siječnja 2021. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_10_121_2300.html.
5. Ministarstvo financija. 2020. Neprofitne organizacije. Pristupljeno https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/neprofitne-organizacije/106.
6. Ministarstvo uprave. 2015. Pravilniku o sadržaju i načinu vođenja Registra udruga Republike Hrvatske i Registra stranih udruga u Republici Hrvatskoj (NN 4/15, 14/2020). Pristupljeno 15. siječnja 2021. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_01_4_76.html.
7. Ministarstvo uprave. 2020. Klasifikacija djelatnosti udruga. Pristupljeno 15. siječnja 2021. https://mpu.gov.hr/.
8. Ministarstvo uprave. 2020. Registar udruga. Pristupljeno 20. siječnja 2021. https://uprava.gov.hr/uvid-u-registre-14567/registar-udruga/826.
9. Vlada Republike Hrvatske, Ured za udruge. 2020. Izvješće o financiranju projekata i programa organizacija civilnoga društva iz javnih izvora u 2018. godini. Pristupljeno 15. siječnja 2020. https://udruge.gov.hr/istaknute-teme/financiranje-programa-i-projekata-udruga-iz-javnih-izvora/godisnja-izvjesca-o-financiranju-projekata-i-programa-organizacija-civilnog-drustva/4285.
10. Vranar, Krešimir. 2018. „Prihodi po posebnim propisima.“ Računovodstvo udruga i drugih neprofitnih organizacija, Verlag Dashöfer. Pristupljeno 30. siječnja, 2021. http://onbno.dashofer.hr/onb/33/prihodi-po-posebnim-propisima-uniqueidmRRWSbk196E4DjKFq6pChJUTCLJwwDCjqlZ3nlV8CI8/.

THE IMPORTANCE OF PROJECT FINANCING OF ACTIVITIES BY NON-PROFIT ORGANIZATIONS FOR THE DEVELOPMENT OF CULTURE AND ARTS

Abstract

Non-profit organizations, primarily established without the goal of making a profit, are increasingly engaged in economic activity with the aim of diversifying sources of funding and achieving the conditions for achieving long-term sustainability. However, a significant number of non-profit organizations still finance their activities primarily from the public budget. The aim of this paper is to determine to what extent and from which sources associations registered in the area of the city of Osijek with the area of activity "Culture and Art" finance their project activities. In order to achieve the goal of this paper, the projects and support activities of associations from the local and county public budgets and the available public financial reports of associations are analyzed. The results of the analysis confirm that the activities of the observed associations are mostly financed from public, budgetary sources and suggest that in the future associations should increase their involvement in fundraising from other sources to be more successful in encouraging the development of culture and arts. In this regard, there is a need to use digital technologies in organisations to increase the level of their visibility and competitiveness. Emphasis is also placed on the need to apply for joint international projects with partners from abroad so that the joint capacities of the association can achieve more easily the set goals and promote culture and art, not only nationally but also internationally.

Keywords: project financing, non-profit organizations, associations, culture, digital technologies

Ružica Lončarić

UTJECAJ GLOBALIZACIJE NA RAZVOJ LOKALNOG TRŽIŠTA HRANE

Sažetak

Globalizacija predstavlja izazov za nacionalni suverenitet država u smislu da se međunarodne transakcije ne odvijaju više na granicama ili preko granica, već unutar transnacionalnih mreža, a međunarodni sporazumi i institucije poput WTO-a ograničuju nacionalni ekonomski suverenitet. Govoreći o budućnosti malih zemalja u kontekstu suprotstavljenih tendencija globalizacije i polarizacije, kako svjetska ekonomija postaje povezanija, tako vjerojatnost njezine nestabilnosti raste, umjesto da se smanjuje. Hrvatska je globalizacijske institucionalne procese pokrenula nakon osamostaljenja, a oni se danas ogledaju kroz članstvo u WTO-u i EU-u. Potpisivanje Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju 2001. godine iniciralo je nesmetan uvoz stranih proizvoda koji su kod potrošača naišli na zanimanje zbog izgleda, inovativnosti, cijene, porijekla, pakiranja i drugih atributa. Nekonkurentnost i nesnalaženje u novim uvjetima najvažniji su razlozi propadanja brojnih domaćih tvrtki. Međutim, svijest potrošača promijenila se u velikoj mjeri od tada. Tu promjenu uzrokovalo je povećanje svijesti o ekološkim problemima, nepovoljnom utjecaju multinacionalnih kompanija na nacionalnu i lokalnu ekonomiju te o kvaliteti i sigurnosti hrane. Danas svjedočimo povećanom interesu potrošača za lokalnom hranom, tradicijskim proizvodima, etnocentrizmu, kratkim opskrbnim lancima i općenito o značaju osobnog izbora na razvoj lokalnog tržišta.

Ključne riječi: globalizacija, hrana, lokalno tržište, kratki lanci opskrbe

1. UVOD

Globalizacija je izraz koji se koristi vrlo često i u različitim kontekstima. Još uvijek ne postoji konsenzus o globalizaciji i njezinoj definiciji. Gilpin (2001) tvrdi da globalizacija predstavlja integraciju svjetske ekonomije, a Avinash (2000) ju definira kao integraciju nacionalnih gospodarstava koja vode do pojma globalne ekonomije bez granica. Sukladno tome, globalizacija je višedimenzionalni postupak; on ima ne samo ekonomsku komponentu već uključuje politička, socijalna i mnoga druga pitanja. Globalizacija, kao proces integracije svjetskog tržišta, pruža mogućnost gospodarskog rasta. Povećanje gospodarskih

djelatnosti koje nadilaze nacionalne granice dovodi do porasta međunarodne trgovine i porasta izravnih stranih ulaganja (FDI) te do porasta kapitala tržišnih tokova. Globalizacija potiče jaču međunarodnu podjelu rada i učinkovitu raspodjelu uštede, povećavajući produktivnost rada te utječe na životni standard građana (Dimitrijević 2016).

Najvažnija je značajka procesa globalizacije međuovisnost gospodarstava nacionalnih država i svjetske ekonomije. Zemlje su povezane višedimenzionalnim sustavom ekonomskih, socijalnih i političkih odnosa. Ovisno o značaju i razini složenosti veza, određeno nacionalno gospodarstvo trpi pozitivne i negativne učinke općih trendova u svjetskoj ekonomiji (Radulović i Kostić 2020).

Veća globalna povezanost donosi nove mogućnosti. Ljudi danas putuju, rade, žive i obrazuju se u različitim zemljama. Zemlje mogu više proizvoditi uz manji trošak ako se specijaliziraju i iskoriste ekonomiju razmjera na globalnim tržištima. Međunarodna konkurencija, globalno djelovanje u području klime, znanstvena suradnja i razmjena ideja poticaji su kreativnosti i ubrzane inovativnosti. Poduzeća koja posluju na međunarodnim tržištima zadržavaju konkurentnost jer brže uče i prilagođuju se (European Commission 2010).

Poduzeća su konkurentnija zahvaljujući jeftinijim proizvodnim faktorima i novim tehnologijama uvezenima iz inozemstva, što pridonosi očuvanju radnih mjesta u EU-u. Sirovine, kapitalna dobra i komponente potrebne za funkcioniranje europskoga gospodarstva čine 80 % uvoza u EU-u. Sve veći troškovi i smanjena raspoloživost prirodnih resursa, porast broja stanovnika i zagađenje poticaj su gospodarstvima u usponu da se od fosilnih goriva okrenu prema razvoju energetski čistih i resursno učinkovitijih tehnologija, što pridonosi poboljšanju standarda za zaštitu okoliša. Zahvaljujući otvorenosti svjetske trgovine pojačan je gospodarski rast u EU-u, što je pridonijelo povećanju blagostanja i održavanju konkurentnosti (Svjetska banka 2017).

Globalizacija ima slične pozitivne učinke diljem svijeta. Stotine milijuna ljudi uspjele su se izdići iz siromaštva, a siromašnije zemlje uspjele su smanjiti svoj zaostatak. Doprinos je ostvaren i u jačanju stabilnosti, demokracije i mira.

Istodobno globalizacija donosi i izazove. Njezine su koristi neravnomjerno raspoređene među ljudima i regijama, od kojih se neke teže prilagođuju promjenama i tržišnom natjecanju. Zadnjih se desetljeća mnoge zemlje, katkad s nižim primanjima, standardima zaštite okoliša ili porezima, u sve većoj mjeri natječu s Europom u segmentima niskokvalificiranih poslova ili niske dodane vrijednosti. Neka inozemna poduzeća i vlade uključeni su u nepoštene trgovinske prakse. Druge zemlje uživaju koristi od međunarodne otvorenosti zahvaljujući povećanom izvozu, ali odnos nije uzajaman jer su domaće gospodarstvo zatvorile stranim ulagateljima. Velike korporacije mogu osim toga iskoristiti praznine u međunarodnim propisima te prenositi svoju dobit u jurisdikcije s niskim poreznim stopama umjesto da porez plaćaju ondje gdje proizvode ili prodaju svoje proizvode.

Kombinacija globalizacije i tehnoloških promjena pridonijela je povećanju potražnje za kvalificiranom radnom snagom, smanjivši istodobno broj poslova za niskokvalificirane radnike, osobito u proizvodnji. Ako se ne nastave poduzimati aktivne mjere, postoji rizik da globalizacija kombiniranjem učinaka tehnološkog napretka i nedavne ekonomske krize pridonese daljnjem širenju nejednakosti i socijalne polarizacije.

Mnogi građani drže da globalizacija izravno prijeti njihovu identitetu i tradiciji narušujući kulturnu raznolikost i njihov način života. Građani su zabrinuti zbog nedostatka kontrole nad vlastitom budućnošću i osjećaju da će mogućnosti njihove djece biti ograničenije nego što su bile njihove. Razlog za to je stajalište da su nacionalne vlade izgubile kontrolu, sposobnost ili volju za to da oblikuju globalizaciju i upravljaju njezinim učincima na korist svih (Europska komisija 2017). Opći je stav da se Republika Hrvatska u globalizacijskim procesima nije najbolje snašla, čemu u prilog ide činjenica da propada sve veći broj domaćih tvrtki. Međutim, svijest hrvatskih potrošača promijenila se u velikoj mjeri od tada. Tu promjenu uzrokovalo je povećanje svijesti o ekološkim problemima, etnocentrizmu, utjecaju multinacionalnih kompanija na nacionalnu i lokalnu ekonomiju te o kvaliteti i sigurnosti hrane.

Cilj je ovoga istraživanja dati pregled literature o trendovima u globalizaciji svjetskog poslovanja, njegovih pozitivnih i negativnih efekata, povezati to s potrošačkim etnocentrizmom i utjecajem povećanja svijesti potrošača o značaju kupnje lokalnih proizvoda čija je posljedica razvoj kratkih opskrbih lanaca i na nacionalnom i međunarodnom planu.

2. EFEKTI GLOBALIZACIJE SVJETSKOG POSLOVANJA

Ekonomska globalizacija nudi zemljama širom svijeta mnoge mogućnosti. Upravo zahvaljujući tim mogućnostima mnoge su zemlje napredovale od svjetske periferije do vrlo razvijenih jezgara te mogu poslužiti kao dobar primjer drugim zemljama koje tek kreću u osvajanje tržišta (Lončar 2005). Krajem 20. stoljeća nastale su velike i značajne društvene, ekonomske i političke promjene u svijetu, a posebno u Europi i zemljama tranzicije. Uspostavljen je neoliberalni kapitalistički sustav globalnih razmjera, pa se tržišno-profitna matrica počela širiti i na ona područja ljudskog djelovanja koja ranije nisu bila primarno u fokusu njezina interesa. Razdoblje je obilježeno povećanom trgovačkom razmjenom, nemilosrdnom konkurencijom, povećanim i ubrzanim tijekom kapitala, snažnim razvojem informacijskih tehnologija, prilagođenim proizvodnim sustavima, utrkom i borbom za stalni rast i širenjem tržišta, ubrzanim rastom međunarodnog marketinga, te jačanjem uloge nadnacionalnih institucija i organizacija. Jedno od najvidljivijih obilježja promjena svakako je dominacija multinacionalnih kompanija i najmoćni-

jih financijskih institucija. Takva situacija i trendovi temeljito su promijenili društvene sustave, načine života, uzore ponašanja i vladanja (Jagić i Vučetić 2012).

Povezano s tim, Jošt (2000) potvrđuje da su institucionalni subjekti procesa globalizacije transnacionalne korporacije, a institucionalne mehanizme postizanja interesa tih kompanija čine Svjetska trgovinska organizacija (WTO) i Međunarodni monetarni fond (IMF). Smatra, nadalje, da je to rezultat promašaja neoliberalnog pokusa čije se posljedice ogledaju u tome što globalizacija dovodi do ubrzanog uništenja okoliša, povećavanja siromaštva, destabilizacije društva, rušenja financijskog sustava nacionalnih država i ugrožavanja demokracije.

Tapscott (1999) kaže da se suvremeno društvo razlikuje od staroga u dvanaest međusobno povezanih gledišta. To su znanje, digitalizacija, virtualizacija, molekularizacija, integracija/umrežavanje internetom, disintermedijacija, konvergencija, inovacija, prozumacija, trenutačnost, globalizacija i nesklad.

Kronološki prikaz faza globalizacije na svjetskoj i osobnoj razini prikazan je u tablici 1.

Tablica 1. Faze globalizacije na svjetskoj i osobnoj razini

Godina	**Događaj**
1914.	Otvaranje Panamskog kanala
1923.	Prvi interkontinentalni let bez zaustavljanja
1944.	Konferencija u Bretton Woodsu
1947.	Opći sporazum o carinama i trgovini (GATT)
1950.	Prvi kućni televizijski uređaji
1951.	Prvi kontejnerski brodovi
1961.	Organizacija za gospodarsku suradnju i razvoj
1961.	Prvi industrijski robot za proizvodnju automobila
1967.	Udruženje država jugoistočne Azije (ASEAN)
1973.	Naftni embargo Organizacije arapskih država izvoznica nafte (OAPEC)
1974.	Prvo osobno računalo
1988.	Prva oznaka za potvrdu pravedne trgovine (Fairtrade)
1991.	World Wide Web
1992.	Poslan prvi SMS
1994.	Sjevernoamerički sporazum o slobodnoj trgovini (NAFTA)
1995.	Svjetska trgovinska organizacija (WTO)
1999.	Prosvjedi protiv WTO-a u Seattleu
2000.	Milenijski razvojni ciljevi
2001.	Kina postaje članica WTO-a
2006.	Wikileaks / Twitter
2007.	Prvi pametni telefon
2015.	Ciljevi održivog razvoja / Prva komercijalna upotreba dronova

Izvor: Europska komisija (2016.), Klasing/Milionis (2014.), Svjetska banka (2017.), prilagođeno prema NBER Macrohistory Database.

Analiza znanstvenih članaka provedena je naprednim opcijama pretraživanja Hrčak baze, središnjeg portala „koji na jednom mjestu okuplja hrvatske znanstvene i stručne časopise koji nude otvoreni pristup svojim radovima", upisivanjem ključne riječi globalizacija, u razdoblju od 1991. do 2021. godine (tablica 2). Pretraživanje je provedeno na svim u bazi ponuđenim člancima iz svih područja znanosti i to sljedećih vrsta radova: izvorni znanstveni članak, pregledni rad, prethodno priopćenje i stručni rad. Ukupno je istraživanjem obuhvaćen 291 članak. Vremenski gledano, globalizacija kao pojam najviše se istraživala u vremenu prije ulaska u Europsku uniju, iako je još uvijek aktualna tema.

Mnogi članci i knjige koji obrađuju fenomene globalizacije, obrađuju i druge povezane pojmove: migracije, obrazovanje, demokracija, etika, trgovina, liberalizacija, transnacionalizam, identitet, integracija, poduzetništvo, trgovina, kultura, okoliš, politika, tranzicija, tradicija itd. Ovo istraživanje ukazuje na nužnost interdisciplinarnih istraživanja kao pristupa kojim se može napraviti pozitivan zaokret nužan za cjelovito/holističko sagledavanje društva, što je zaključila i Holy (2018).

Tablica 2: Kvantitativni rezultati pretraživanja članaka prema ključnoj riječi globalizacija (2001. – 2021.)

Broj članaka	**291**	
Podjela radova prema vrsti radova	Izvorni znanstveni članak (123) Prethodno priopćenje (33) Pregledni rad (104) Stručni rad (31)	
Podjela radova prema godini objave	2009 (39) 2008 (21) 2012 (19) 2006 (18) 2005 (17) 2010 (15)	2011 (15) 2005 (22) 2004 (14) 2007 (14) 2013 (13)
Podjela radova prema jeziku	hrvatski (232) engleski (70) njemački (13)	srpski (3) francuski (2) talijanski (1)
Podjela radova prema polju znanosti	ekonomija (133) sociologija (119) filozofija (99) politologija (84) pravo (79)	inf. i kom. znanosti (72) povijest (60) psihologija (55) interd. hum. znanosti (49) teologija (48)

Međutim, brojni znanstvenici upozoravaju na dvojake efekte globalizacije. Tako Mihelj (2001) kaže da bi se moglo tvrditi da je globalizacija u osnovi fenomen s pozitivnim učincima jer približava ljude i omogućava im da komuniciraju neovisno o vremenu i prostoru. S druge strane, mogu se naći suprotni stavovi o globalizaciji kao prijetnji svemu što je lokalno, tradicionalno, autohtono jer ona teži brisanju razlika i stvaranju neke

vrste globalne kulture povezane s globaliziranom ekonomijom. Globalizacija se može prepoznati kao proturječan proces (ili proces koji se opisuje i interpretira na proturječne načine) koji se sastoji od dvaju elemenata koji vuku u suprotnim smjerovima: kulturne/religijske/nacionalne itd. homogenizacije – ili bi možda bilo bolje reći konvergiranja – i kulturnog/religijskog/nacionalnog itd. divergiranja. Ili, poslužimo li se često upotrebljavanim (i možda čak zloupotrebljavanim) pojmovnim parom lokalno i globalno: globalizacija je dvojak proces koji istodobno predstavlja izazov lokalnomu i jača ga (Hall 1997). Također, Khoma i Vdovychyn (2020) tvrde da je ekonomska globalizacija smanjila sposobnost nacionalnih država da samostalno razvijaju i provode domaće socijalne politike, a prioritet je institucija socijalne skrbi osiguranje maksimalno povoljnih uvjeta za samoispunjavanje svih u svrhu smanjenja djelomičnog pritiska na državu uz osiguravanje dobrobiti pojedinca. Štoviše, po našem mišljenju, globalizacija je poticaj za daljnji razvoj institucije socijalne države. Prema tome, prema našoj procjeni globalizacija je i izazov i prilika, perspektiva za instituciju socijalne države.

Nadalje, Kursar (2008) smatra da su se promijenili naglasci u teorijskoj literaturi o globalizaciji. Više se ne ističe ireverzibilnost globalizacije što je bio čest naglasak u entuzijastičkoj literaturi o globalizaciji tijekom devedesetih godina. Ne samo da globalizacija više nije neka nedodirljiva struktura nego se već desetak godina pojavljuju istraživanja koja osporavaju globalizaciju kao takvu. Slijedom toga, autor posebnu pozornost posvećuje radovima Justina Rosenberga, koji tvrdi da je doba globalizacije završeno. Naime, za Rosenberga je globalizacija bila samo ideološka konstrukcija podržana od tzv. globalizacijske teorije, koja nije uspjela ni u jednom svom aspektu: kao opća socijalna teorija, historijski sociološki argument te kao osnova za interpretaciju empirijskih događaja.

Postoje mišljenja o globalizaciji po kojima ona u vrijednosnom smislu nije *a priori* ni dobra ni loša. Oni teoretičari globalizacije koji joj pridaju vrijednosne ocjene, kreću se u rasponu od glorificiranja tog procesa do ocjene da je riječ o svojevrsnom mitu, te da se radi samo o tome kada će ona doživjeti svoj slom. Podjednako je razloga da povjerujemo u argumentaciju proponenata globalizacije koliko i njezinih oponenata (Lozina 2006).

Govoreći o budućnosti malih zemalja u kontekstu suprotstavljenih tendencija globalizacije i polarizacije, Niznik (1995) citira Burnsteina (1991) koji tvrdi da, kako svjetska ekonomija postaje povezanija, tako vjerojatnost njezine nestabilnosti raste, umjesto da se smanjuje. Ulaganje u stjecanje i širenje znanja na općoj društvenoj razini jednako kao i na razini poduzeća mogu Hrvatskoj omogućiti brži razvitak u trenutku moguće, iako neizvjesne, promjene globalnih ograničenja. Danas, međutim, ni znanost i obrazovanje, ni ulaganja u istraživanje i razvitak u industriji nemaju nužnih poticaja kreatora ekonomske politike (Matutinović 2000).

Huška (2017) je sažeo pozitivne i negativne efekte globalizacija na primjeru trgovine na malo u Republici Hrvatskoj.

Pozitivni učinci:

- razvija se suvremena trgovačka mreža stranih i domaćih trgovaca
- širi se asortiman i kvaliteta ponude roba i usluga
- domaći trgovci i cijenama ravnopravno konkuriraju stranim trgovačkim lancima, zahvaljujući okrupnjavanju, povećanju prometa i snižavanju troškova poslovanja
- snažnije se povezuje domaća proizvodnja i trgovina s ciljem smanjenja troškova
- povećava se kvadratura prodajnih površina po stanovniku
- domaća trgovina, u velikoj mjeri ponukana stranom konkurencijom, učinkovitije i uspješnije odgovara na želje i potrebe kupaca
- otvara se mogućnost kupovine elektroničkim putem i zauzima sve veći udio u ukupnom prometu.

Negativne su strane:

- u ponudi, posebice u nekim stranim trgovačkim lancima, dominira roba stranog porijekla, u pravilu niže cijene koju nerijetko prati i niža kvaliteta
- pojedine male lokalne (kvartovske) trgovine, uglavnom osnovane kao obrti, nisu u mogućnosti konkurirati, uglavnom cjenovno, ali i asortimanom većim trgovačkim kućama i nerijetko dolazi ili do njihova zatvaranja ili preuzimanja od strane većih trgovačkih kuća, za sada u pravilu domicilno osnovanih od hrvatskih poduzetnika.

3. POTROŠAČKI ETNOCENTRIZAM – REAKCIJA NA GLOBALIZACIJU

Integracija tržišta dovela je do potrebe za razumijevanjem ponašanja potrošača koje varira ovisno o kulturnim, sociološkim, zemljopisnim i demografskim čimbenicima. Učinci globalizacije svjesno ili nesvjesno dovode do negativnih stavova unutar društava. Uzrok suprotnim stavovima leži u reakciji pojedinaca usredotočenih na očuvanje svoje kulture, običaja, tradicije, koji su zaštitni znak svake zemlje i regije. U takvim situacijama, etnocentrične tendencije pojavile su se u odlukama o kupnji, koje uključuju uvjerenja da je kupnja stranih proizvoda nepatriotska i nemoralna jer bi to moglo prouzročiti gubitak posla i općenito naštetiti cjelokupnom razvoju domaće ekonomije (Matić 2013).

U novije vrijeme kupovanje je mnogo više od pukoga civilizacijskog iskustva (Horvat 2005). Ono je izvor osobnosti kupaca u društvu na temelju kojega se kupci identificiraju po načinu akumuliranja materijalnih dobara. Osnovne značajke postmodernih kupaca valoriziraju se odgovorima na sljedeća pitanja: gdje kupuju i što kupuju, tko su, što su, odakle dolaze i kamo idu. Poznato je da su se razvili globalni i regionalni segmenti potrošača kao što su „Euro-teenageri", zreli potrošači, ekološki osviješteni potrošači itd. Istovremeno, ponovno buđenje etničkoga i nacionalnog identiteta rezultiralo je većom fragmentacijom tržišta te je postalo značajnim čimbenikom koji utječe na svojstva i ponašanje specifičnih kulturoloških grupiranja i segmenata potrošača unutar zemalja (Douglas i Craig 1997). Nadalje, potrošački etnocentrizam igra i svojevrsnu ulogu posrednika (Taewon i Kwon 2002) između globalne otvorenosti i nesklonosti kupnji, iako je njegova uloga padajuća kod rastuće razine globalne otvorenosti. Potrošački je etnocentrizam još uvijek važan čimbenik u određivanju intenziteta protivljenja kupnji stranog/domaćeg proizvoda.

Globalizacija svjetskog tržišta utjecala je na potrebu očuvanja nacionalnog gospodarstva, a aspiracije prema etnocentrizmu rastu. Potrošači s jakim etnocentrizmom sigurni su u ispravnost i moralnost kupnje domaćih proizvoda te u isto vrijeme odbijaju kupiti strane proizvode jer smatraju da to šteti nacionalnoj ekonomiji i uzrokuje nezaposlenost. Veliki trgovački lanci u Hrvatskoj u svojem konkurentskom nastojanju rasta i razvoja prodaju u velikoj mjeri uvozne proizvode niske cijene/kvalitete pa su hrvatski potrošači izloženi stranim proizvodima u velikoj mjeri. Domaći proizvodi više su zastupljeni u hrvatskim trgovačkim lancima.

U prvim fazama tranzicije, potrošači preferiraju multinacionalne tržišne brandove zbog visoke kvalitete i stoga što su ti proizvodi novi na tržištu, ali intenzivna konkurencija na domaćem tržištu jača nacionalne motive kad je u pitanju kupnja i konzumiranje proizvoda. Neke tranzicijske zemlje (Poljska i Češka) imaju jak osjećaj nacionalnog ponosa pa etnocentrizam pozitivno utječe na kupnju domaćih proizvoda, posebno u uvjetima ekonomske krize.

Identificirano je nekoliko čimbenika koji određuju ili su u uskoj vezi s potrošačkim etnocentrizmom, a mogu se svrstati u četiri kategorije; sociopsihološki, ekonomski, politički i demografski faktori (Lončarić i sur. 2018).

- Sociopsihološki faktori: kulturna otvorenost, patriotizam, konzervativizam, animozitet ili antipatija, dogmatizam. Altintaş i Tokol (2007) determiniraju kulturnu otvorenost kao spremnost na interakciju s ljudima iz drugih zemalja i drugih kultura. Patriotizam je također jedan od pokretača stvarnog kupovnog ponašanja. Koncept patriotizma demonstriran je u politologiji, književnosti i međunarodnom poslovanju. Taj koncept zaključuje da je patriotizam emocio-

nalni osjećaj koji ljudi imaju prema vlastitoj zemlji, ali to ne znači da ignoriraju druge zemlje. Istraživanje Vasella i sur. (2010) i Rezvani i sur. (2012) pokazalo je pozitivnu korelaciju između etnocentrizma i patriotizma koji se razlikuje od kulture do kulture. Konzervativni ljudi njeguju tradiciju i društvene institucije, a promjene prihvaćaju samo povremeno. U svom ekstremnom obliku, konzervativizam se može očitovati kroz vjersku netrpeljivost, inzistiranje na strogim pravilima i kaznama i antihedonistički pogled na svijet. Istraživanje pronalazi pozitivnu korelaciju između konzervativizma i potrošačkog etnocentrizma. Animozitet ili antipatija povezana s prethodnim ili trenutačnim vojnim, političkim ili ekonomskim također utječu na potrošački etnocentrizam. Animozitet, za razliku od potrošačkog etnocentrizma, ne odnosi se na sve strane države, već samo na pojedine zemlje prema kojima potrošači osjećaju odbojnost (Klein i Ettenson 1999; Klein i sur. 1987; Ishii 2009). Dogmatizam se definira kao obilježje osobe koja ima crno-bijeli pogled na svijet. Shimp i Sharma (1987) u svojim istraživanjima pronalaze pozitivan odnos između dogmatizma i potrošačkog etnocentrizma.

- Ekonomski čimbenici: Različite zemlje imaju različite sklonosti potrošača prema uvoznim proizvodima. Tako će se u tranzicijskim zemljama, zapadni proizvodi smatrati poželjnima po pitanju kvalitete i inovativnosti. Međutim, kako se gospodarstvo zemlje razvija, nacionalistički motivi postaju sve dominantniji i potrošači usvajaju oblik etnocentrične kupnje. Bogatiji potrošači imaju tendenciju biti manje etnocentrični od manje bogatih potrošača (Shoham i Brenčič 2003; Sharma i sur. 1994; Keillor i sur. 2001).
- Politički čimbenici: Politička propaganda prethodnik je etnocentrizma. Društveni čelnici mogu povećati etnocentrizam referentne skupine tako što će povećati prijetnju izvan grupe. Potrošači u demokratskim zemljama rjeđe će biti pokolebani političkom propagandom od onih koji žive u autoritarnim okruženjima. Također, politička povijest različitih zemalja određuje razinu potrošačkog etnocentrizma u društvu – države koje su u povijesti bile ugnjetavane jače su etnocentrične od zemalja koje imaju osvajačku povijest (Good i Huddleston (1995).
- Demografski čimbenici: Potrošačka demografija određuje potrošački etnocentrizam (Shimp 1984). Po pitanju spola (Han 1988; Sharma i sur. 1994; Bawa 2004), žene su obično konzervativnije, konformističnije, domoljubnije, manje individualističke, više se brinu za očuvanje društvene harmonije, pa su više potrošački etnocentrične od muškaraca. Kada je u pitanju dob, rezultati su različiti, ali brojniji su oni u korist zaključka da stariji ljudi imaju više etnocentričnih tendencija od mlađih (Shimp 1984; Bawa 2004; Imbert et al. 2003). Po pitanju

obrazovanosti, ljudi s višim stupnjem obrazovanja imaju tendenciju biti manje konzervativni i manje etnocentrični (Ray 1990; Sharma i sur. 1994).

4. KRATKI OPSKRBNI LANCI I GLOBALIZACIJA

Hrvatska je započela globalizacijske institucionalne procese nakon proglašenja neovisnosti, a danas se to ponajviše odražava članstvom u Svjetskoj trgovinskoj organizaciji i Europskoj uniji. Potpisivanje Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju 2001. godine iniciralo je nesmetan uvoz stranih proizvoda, koji su u početku potrošačima bili zanimljivi zbog izgleda, inovativnosti, cijene, podrijetla, pakiranja i drugih svojstava. Od srpnja 2013. Hrvatska je članica EU-a što je utjecalo na to da se više trgovine preusmjerava na zemlje EU-a te općenito na povećanje vanjskotrgovinske aktivnosti. Ta izloženost stranim proizvodima utječe na potrošače i njihov odnos prema stranim proizvodima. Treba imati na umu da je Hrvatska tranzicijska zemlja na začelju razvoja EU-a.

Pod utjecajem pogotovo negativnih strana globalizacije i multinacionalnih kompanija, potrošači sve više pokazuju povećanu svijest o pitanjima kao što je prijetnja klimatskih promjena, održivost ruralnog razvoja, zaštita okoliša. Pod utjecajem takvih težnji raste interes za razvoj lokalnog tržišta hrane i kratke opskrbne lance.

„Lokalno" je najmanja jedinica za opisivanje podrijetla nekog prehrambenog proizvoda, a obično podrazumijeva izravnu vezu između kupca i proizvođača, ili barem to da kupac osobno poznaje mjesto gdje se hrana proizvodi. Kupci u većini slučajeva razlikuju pojmove „lokalno" i „regionalno". Potonji se češće koristi za promociju prehrambenih proizvoda kupcima iz drugih područja ili posjetiteljima i turistima koji u tom području borave, ali izraz „lokalno", posebice u manjim državama članicama, često se odnosi na bilo koji prehrambeni proizvod proizveden u određenoj državi. Kratki lanac opskrbe znači smanjenje broja posrednika potrebnih da bi se krajnjem kupcu isporučio konačni proizvod. Što je lanac opskrbe kraći, lakše je zadržati i istaknuti autentičnost i izvornost prehrambenih proizvoda u pogledu njihove kulturne prepoznatljivosti, tradicionalnih načina proizvodnje i podrijetla sastojaka.

Osnovna načela kratkih lanaca opskrbe jesu: što kraća udaljenost, što manji broj posrednika i što jača komunikacija između proizvođača i potrošača, jer tzv. priča podiže vrijednost proizvoda.

Sektor lokalne proizvodnje hrane postaje izuzetno važan jer razvoj tog sektora donosi mnoge ekonomske, ekološke i socijalne koristi: poljoprivrednicima omogućuje veći udio dodane vrijednosti u cijeni njihovih proizvoda, jača lokalno gospodarstvo, smanju-

je emisiju stakleničkih plinova nastalih transportom hrane na velike udaljenosti, razvija sustav sigurnosti i povjerenja prema prehrambenim proizvodima proizvedenim na seoskim domaćinstvima, stanovnicima s niskim primanjima omogućuje pristup kvalitetnoj i zdravoj prehrani te pomaže održivost malih poduzeća i gospodarstava itd.

Istraživanje provedeno u Velikoj Britaniji pokazalo je da lokalni sustavi proizvodnje hrane imaju velik potencijal za stvaranje novih radnih mjesta. Lokalni prehrambeni sektor u okrugu Devon u 2001. godini činilo je 550 prehrambenih tvrtki (uključujući prerađivače, veletrgovce, maloprodajne trgovce i ugostitelje). Uz potporu lokalne organizacije koja djeluje na razini okruga te su tvrtke pokrenule 15 poljoprivrednih tržnica, 18 sustava dostave naručenih košarica, povezale su se s 19 lokalnih dućana, prenamijenile su 150 hektara poljoprivrednih zemljišta u obradive površine za ekološki uzgoj, a rezultat je bilo otvaranje 113 novih radnih mjesta. Također se povećao i opseg posla na lokalnim gospodarstvima. Proizvođači uključeni u prehrambeni sektor zapošljavali su u prosjeku 3,4 EPRV-a (ekvivalent punog radnog vremena, predstavlja vrijeme koje je zaposleni radio kao udio punog radnog vremena), za razliku od prosjeka regije koji je iznosio 2,34 EPRV-a po gospodarstvu (Pretty 2001).

Postoje brojne koristi kratkih lanaca opskrbe. Lokalni sustavi proizvodnje hrane diversificiraju ruralno gospodarstvo čineći ga otpornijim i prilagodljivijim na promjene. Osnažujući kulturni identitet povezan s lokalnim proizvodima, jak prehrambeni sektor može potaknuti razvoj turističke ponude. U svakom konvencionalnom lancu proizvodnje hrane veliki je udio tržišne vrijednosti nekog proizvoda. Zatim, poljoprivrednici prodaju svoje proizvode po niskim cijenama, dok drugi ostvaraju prihod dodajući vrijednost kupljenim proizvodima. I konačno, svođenje broja posrednika između proizvođača i kupaca na minimum osigurava da poljoprivrednici dobiju veći postotak od ukupnog iznosa koji lokalni potrošači potroše na domaću hranu što je jasan poticaj za izravnu prodaju. Velika društvena korist koju donose kratki lanci opskrbe jest da oni donose i dugoročnu društvenu korist: vertikalna i horizontalna suradnja u opskrbnom lancu, nova radna mjesta, ekologija, manji transport, manje zamrzavanja, uzgoj tradicionalnih pasmina i sorata – biološka raznolikost i očuvanje tradicije.

Međutim, postoje i mnogobrojne prepreke. Prema istraživanju Eurobarometra (Europska Komisija 2011), devet od deset ispitanika složilo se da se lokalne proizvode isplati kupovati te da bi Europska unija trebala poticati njihovu promociju i plasman. Istodobno, gotovo polovica ispitanika izjavila je da je lokalne prehrambene proizvode teško pronaći i razlikovati od ostalih prehrambenih artikala. Činjenica je da potražnja postoji, ali da bi se taj potencijal iskoristio potrebno se suprotstaviti dobro uhodanim dužim lancima opskrbe moderne proizvodnje i distribucije. Ne iznenađuje stoga što je taj sektor pun inovativnih rješenja. Postoje brojni primjeri iz prakse koji pokazuju kako su poduzetnici, ili mreže dionika, nadilazili različite izazove s kojima su se susretali. Na različite načine

pokušavalo se olakšati pristup zemljištu, zakone prilagoditi malim proizvođačima orijentiranim na lokalna tržišta, širiti znanje, stvoriti nove strukture, privući potrošače, a sve u cilju pokretanja sektora. Srećom, u Europskoj se uniji sve više prepoznaje strateška važnost potpore lokalnim prehrambenim proizvodima i kratkim lancima opskrbe, i na nacionalnoj i na regionalnoj razini.

Nadalje, izazove koji predstoje kratkim opskrbnim lancima možemo podijeliti na nekoliko razina. Za proizvođače izazove predstavljaju pristupanje tržištu lokalne proizvodnje hrane koje zahtijeva poduzetnički duh i razvoj mnogih novih vještina (problem motiviranja starijih proizvođača za promjene u poslovanju, problem mlađih pri nabavi poljoprivrednog zemljišta u blizini velikog broja potrošača, problem urbanizacije i zagađenja, nepovjerenje u udruživanje s donedavnom konkurencijom). Nadalje, za javni sektor izazov je pronaći odgovarajuće načine poticanja, zakone prilagoditi stanju na terenu dok je za potrošače izazov to što je na tržištu pretrpanom robnim markama, deklaracijama i ovlaštenim dobavljačima, potrebno uložiti mnogo truda i vremena za osiguravanje prepoznatljivosti lokalnih proizvoda među konkurentskim artiklima.

5. ZAKLJUČAK

Liberalizacija tržišta, ukidanje carinskih barijera i pretvaranje svjetskog tržišta u jedinstveno i cjelovito, svima dostupno tržište, globalizira i trgovinu kao svojevrsno ogledalo svjetskog gospodarstva i otvara put širenja svjetskih multinacionalnih trgovačkih kompanija cijelim svijetom. U takvom trenutku, početkom devedesetih godina prošloga stoljeća, nastaje i Hrvatska kao samostalna država, mlado nacionalno gospodarstvo, koje se bori na tom brutalnom i nemilosrdnom globalnom ekonomskom tržištu, s obzirom na svoju veličinu i ekonomsku snagu. Problemi u prilagodbi globalnoj konkurenciji, ali i evidentnim nedorečenostima koje postoje na području zakonodavstva u Hrvatskoj postoje i danas. Globalizacija je danas neminovnost i treba iskoristiti njezine pozitivne procese, a istovremeno negativne učinke minimalizirati i kontrolirati. Svijest potrošača posljednjih tridesetak godina značajno se promijenila pa danas potrošači vode računa o pitanjima zaštite okoliša, negativnom utjecaju multinacionalnih tvrtki na nacionalno i lokalno gospodarstvo te o kvaliteti i sigurnosti hrane. Danas svjedočimo povećanom interesu potrošača za lokalnu hranu, tradicionalne proizvode, etnocentrizam, kratke opskrbne lance i općenito važnost osobnog izbora za razvoj lokalnog tržišta. Stoga imamo trend povratka od tradicionalnog lokalnog tržišta u daljoj povijesti, preko planski centraliziranog socijalističkog tržišta (od sredine do 90-ih godina prošlog stoljeća), zatim preko globalizacijskih procesa i negativnih učinaka multinacionalnih kompanija pa sve do ponovnog značaja kratkih opskrbnih lanaca i lokalnog tržišta hrane.

Literatura

1. Altintaş M. H., Tokol T. 2007. „Cultural openness and consumer ethnocentrism: an empirical analysis of Turkish consumers." *Marketing Intelligence & Planning*, 25, no. 4: 308–325.
2. Avinash, J. 2000. *Background to globalization*. Mumbai: Center for Education and Documentation.
3. Bawa, A. 2004. „Consumer Ethnocentrism: CETSCALE validation and measurement of extent". *VIKALPA* 29, no. 3:43–57.
4. Burnstein, D. 1991. *Euroqake*. New York: Simon and Schuster.
5. Dimitrijević, M. M. 2016. *Strane direktne investicije kao nosioci procesa globalizacije*. Doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu.
6. Douglas, S. P. and Craig, C. S. 1997. „The Changing Dynamic of Consumer Comparison of Consumer Ethnocentrism in the United Stated and Russia". *Journal of International Consumer Marketing* 9, no. 4: 73–93.
7. European Commission. 2010. *Report Internationalisation of SMEs*. dostupno na: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_368_en.pdf.
8. European Commission. 2016. *EU exports to the world: effects on employment and income*.
9. Europska komisija. 2011. *Zajednička poljoprivredna politika. Posebno izvješće Eurobarometra (rujan, 2011.)*, dostupno na: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_368_en.pdf.
10. Europska komisija. 2017. *Dokument za razmatranje o svladavanju globalizacije*.
11. Gilpin, R. 2001. *Global Political Economy: Understanding the international economic order*, Princeton: Princeton University Press.
12. Good, L. K., Huddleston, P. 1995. „Ethnocentrism of Polish and Russian consumers: are feelings and intentions related?" *International Marketing Review* 12, no. 5: 35–48.
13. Han, C. M. 1988. „The Role of Consumer Patriotism in the Choice Domestic versus Foreign Products." *Journal of Advertising Research*, 28: 25–32.
14. Horvat, J., Orešković, B., Forjan, J. 2005. „Segmentiranje tržišta temeljeno na etnocentričnim stavovima." *Ekonomski vjesnik* 18, no. 1–2: 59– 66.
15. Imbert, G., Jiddou, K., Kumar, S., Murillo, A., Zhao, P. 2003. *Analysis of Russian values. a directed study at Wayne State Univerity* [dostupno na: http://www.gerardimbert.com/files/mkt7995_research.pdf, pristupljeno u ožujku 2018.
16. Ishii K. 2009. „Nationalistic Sentiments of Chinese Consumers: The Effects and Determinants of Animosity and Consumer Ethnocentrism." *Journal of International Consumer Marketing* 21, no. 4: 299–308.
17. Jagić, S., Vučetić, M. 2012. „Globalizacijski procesi i kultura." *Acta Iadertina* 9: 15–24.
18. Jošt, N. 2000. „Globalizadja: ekonomski problemi i patenti za život." *Sociologija sela* 38, no. 3–4: 407–417.

19. Hall, Stuart. 1997. *The local and the global*, u: A. McClintock et al. /ur./ Dangerous liaisons: gender, nation and postcolonial perspectives. Minneapolis: University of Minnesota.
20. Holy, M. 2018. „Globalizacija, integracija i multikulturalizam: interdisciplinarni pristup." *Suvremene teme* 9, no. 1: 11-29.
21. Huška, D. 2017. Utjecaj globalizacije na području trgovine na malo u Hrvatskoj 1997. – 2016. godine. *Zbornik sveu*čilišta Libertas 1-2: 125-136.
22. Ishii K. 2009. „Nationalistic Sentiments of Chinese Consumers: The Effects and Determinants of Animosity and Consumer Ethnocentrism." *Journal of International Consumer Marketing* 21, no. 4: 299-308.
23. Khoma, N., Vdovychyn, I. 2020. „Deconstruction of the Welfare State: The Impact of Globalization and Technological Factors." *Revija za socijalnu politiku* 27, no. 3: 269-285.
24. Keillor, B. D., D' Amico, M., Horton, V. 2001). „Global consumer tendencies." *Psychology and Marketing* 18, no. 1: 1–19.
25. Klasing, M., Milionis, P. 2014. „Quantifying the evolution of world trade, 1870–1949." *Journal of International Economics*, Elsevier 92, no. 1: 185-197.
26. Klein, J. G., Ettenson, R., 1999. Consumer Animosity and Consumer Ethnocentrism: An Analysis of Unique Antecedents. *Journal of International Consumer Marketing* 11,: 5-24.
27. Klein, J. G., Ettenson R., Morris M. D. 1998. „The Animosity Model of Foreign Product Purchase: An Empirical Test in the People's Republic of China." *Journal of Marketing* 62, no. 1: 89-100.
28. Kursar, T. 2008. „Smrt 'globalizacijske teorije' ili kraj još jedne revolucije?" *Politička misao* 45, no. 1: 3–28.
29. Lončar, J. 2005. „Globalizacija pojam, nastanak i trendovi razvoja." *Geoadria* 10, no. 1: 91-104.
30. Lončarić, R., Sudarić, T., Deže, J. 2018. Consumer entnocentrism on global food market // Interdisciplinary Management Research XIV / Barković, D., Crnković, B., Dernoscheg, K. H., Pap, N., Runzheimer, B., Wentzel, D. (ur.). Osijek: Josip Juraj Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics in Osijek; Postgraduate Doctoral Study Program in Management; Hochschule Pforzheim University; Croatian Academy of Sciences and Arts: 618-635.
31. Matutinović, I. 2000. „Održivi razvitak hrvatskoga gospodarstva u uvjetima globalizacije." *Ekonomski pregled* 51: 1194-1209.
32. Mihelj, S. 2001. Identiteti i globalizacija: mitovi i realnost. *Revija za sociologiju* 25, no. 3-4: 147-154.
33. Niznik, J. 1995. „The future of small countries: coopearation is imperative." *Futures*: 890-895.
34. Lozina, D. 2006. „Globalizacija i suverenitet nacionalne države." *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu* 43, no. 1: 17-41.

35. Pretty, J. 2001. Some Benefits and Drawbacks of Local Food Systems. Briefing Note for TVU/Sustain AgriFood Network, November 2nd 2001 – dostupno na: http://www.sustainweb.org/pdf/afn_m1_p2.pdf.
36. Radulović, M., Kostić, M. 2020. „Globalization and economic growth of Eurozone." *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta Rijeka* 38, no. 1: 183-214.
37. Ray, J. J. 1990. „Racism, Conservatism and Social Class in Australia: With German, Californian and South African Comparisons." *Personality and Individual Differences* 11, no. 2: 187-189.
38. Rezvani, S., Dehkordi G. J., Rahman M. S., Fouladivanda F., Habibi M. & Eghtebasi S. 2012. „A Conceptual Study on the Country of Origin Effect on Consumer Purchase Intention." *Asian Social Science* 8, no. 12: 205-215.
39. Sharma, S., Shimp, T., Shin, J. 1994. „Consumer ethnocentrism, a test of antecedents and moderators." *Journal of the Academy of Marketing Science* 23, no. 1: 26–37.
40. Shimp, T. A. 1984. „Consumer ethnocentrism: the concept and a preliminary empirical test." in T. C. Kinnear. Advances in Consumer Research, Provo, UT, Association for Consumer Research 11: 285–290.
41. Shimp, T. A., Sharma S. 1987. „Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE." *Journal of Marketing Research* 24, no. 3: 280-289.
42. Shoham, A., Brenčič, M. 2003. „Consumer Ethnocentrism, Attitudes, and Purchase Behavior." *Journal of International Consumer Marketing* 15, no. 4: 67-86.
43. Tapscott, D. 1999. Dvanaest tema nove ekonomije. U Milardović, A. (pr.), Globalizacija, Osijek–Zagreb–Split. Pan liber.
44. Taewon, S.; Kwon, LG. 2002. „Globalization and reluctant buyers." *International Marketing Review* 19, no. 6: 663–680.
45. Vassella, M. C., Fountain P. D., Fountain U. K. 2010. „Consumer Ethnocentrism, Patriotism, Global Openness And Country Of Origin Effect: A Literature Review." *Proceedings of American Society of Business and Behavioral Science* (ASBBS) 17, no. 1: 362-363.
46. World Bank, WTO. 2017. *Making Trade an Engine of Growth for All. The Case for Trade and for Policies to Facilitate adjustments*.
47. World Bank. 2017. *Doing business*.

THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON THE DEVELOPMENT OF THE LOCAL FOOD MARKET

Abstract

Globalization presents a challenge to the national sovereignty in the sense that international transactions no longer take place at or across borders, but within transnational networks, and international agreements and institutions. One of those institutions is WTO which limits national economic sovereignty. Speaking of the future of small countries in the context of opposing tendencies of globalization and polarization, as the world economy becomes more interconnected, so the probability of its instability increases, rather than decreases. Croatia started the globalization institutional processes after the proclaimation of independence, and today they are reflected through its membership in the WTO and the EU. The signing of the Stabilization and Association Agreement in 2001 initiated an unhindered import of foreign products that were of interest to consumers due to their appearance, innovation, price, origin, packaging and other attributes. The lack of competitiveness and incompetence in the new trade conditions are the most important reasons for the collapse of many domestic companies. However, consumer awareness has changed greatly since then. This change has been caused by an increase in awareness of environmental issues, the negative impact of multinational companies on the national and local economy and food quality and safety. Today we are witnessing an increased consumer interest in local food, traditional products, ethnocentrism, short supply chains and in general the importance of personal choice for the development of the local market.

Keywords: globalization, food, local market, short supply chains.

Vladimir Mentus
Mirko Blagojević

CONFORMITY AND RELIGIOSITY ACROSS EUROPE – A MULTILEVEL APPROACH

Abstract

In this paper we examined the association between conformity as a value orientation and religiosity across Europe. Given that in less religious societies the impact of religion weakens, including in terms of the effect on value orientations, we hypothesize that less religious societies are characterized by a weaker association between conformity and religiosity. We used the data from the ninth round of the European Social Survey (2018), with 39,804 respondents from 29 countries. The data indicated a non-significant moderating effect of country level religiosity on a individual religiosity–conformity association. Furthermore, the association between conformity and religiosity is significant but very weak. The results generally indicate that European societies are characterized by a weak influence of religiosity on value orientations such as conformism, both in less and more religious societies.

Keywords: conformity, European Social Survey, multilevel analysis, religiosity.

1. INTRODUCTION – CONFORMIST VALUES AND RELIGIOSITY

Conformity presents one of the essential value orientations. According to Schwartz's widely accepted typology of value orientations (Schwartz 2012), conformity is (along with power, achievement, hedonism, stimulation, self-direction, universalism, benevolence tradition, and security) one of the ten basic value orientations. It may be defined as the restraint of actions and impulses that may upset or hurt the group or society and that violate the social rules and social expectations (Schwartz et al. 2012). This conceptual definition suggests two potential conformity subtypes. The first is conformity in terms of rules (complying with expectations), which is most commonly measured through questions like „How much each person is or is not like you" and items such as „He believes

he should always do what people in authority say", „It is important to him to follow rules even when no-one is watching", and „Obeying all the laws is important to him". The second is interpersonal conformity (avoiding upsetting others), and it is measured using items such as „It is important to him to avoid upsetting other people", „He thinks it is important never to be annoying to anyone", and „He always tries to be tactful and avoid irritating people" (Schwartz 1992).

Conformity is, thus, most commonly indicated by self-discipline/resist temptation, obedient/meet obligations, politeness/courtesy, honor parents/show respect, do what told/follow the rules, behave properly/avoid doing anything people says wrong, polite/never disturb, respect parents/obey. The social structure and moral systems of each society are engraved by such self-restriction demands and, therefore, consciously or unconsciously absorbed by individuals (Castaño and Lino 2013).

In order to consider the association of conformity with religiosity, it is essential to describe its relationship with other similar and distinctive values. Conformity could be considered opposite to self-direction as it implicates some degree of commitment and dedication to the group, while self-direction concerns a higher trust in one's own judgment and independence of actions without external opinions (Castaño and Lino 2013). The presence of these two values at the same time would likely lead to an internal conflict of values. Self-direction emphasizes one's own independent thought and action, and favoring change is the opposite of submissive self-restriction, as well as the preservation of traditional beliefs and practices, and protection of stability (Schwartz and Huisman 1995). Conformity is distinctive to hedonism also as restraint of one's impulses and acceptance of externally imposed limits conflict indulgence of one's desires (ibid.).

Benevolence and conformity share promoting devotion to one's in-group and emphasizing its well-being; conformity can go with tradition as well, as they both share a subordination of the self in favor of the social expectations; security is also similar to conformity, as it concerns with maintaining order and harmony in relationships (Castaño and Lino 2013). Finally, conformity and security both emphasize the protection of order and harmony in relations (Schwartz and Huisman 1995).

Prior research indicates large and stable conformity differences among cultural groups (Kim and Markus 1999; Bond and Smith 1996). As some authors note (Castaño and Lino 2013), this makes conformity values the right candidates for examining culture as a shared meaning system, which is essential for their relation with religiosity. Also, according to Schwartz and Huisman (1995), some research indicates the role of mainstream religions in symbolizing, preserving, and justifying the prevailing norms and social structure. They add that, although religions sometimes oppose the ruling political regimes, over the long run it has rather supportive function. Also, religion provides

a sacred basis for prevailing social structure and normative system, which encourages religious individuals to accept the social order and status-quo (Schwartz and Huisman 1995). For this reason, religiosity should be positively related to conformity. These variables should be related positively also because both of them emphasize attaining and maintaining certainty for the individual, and reducing uncertainty in life (ibid.). They may relieve anxiety regarding unwanted things and uncertainty, and may enable individuals to accept and make peace with their situation in life, thus providing answers for life's most essential existential issues. Finally, the function of religion is the search for meaning beyond the immediate through belief and worship (Russell 1999).

Similarly, some other authors (e.g. Welch et al. 2006) argue that religious individuals are more conformist because of fear of the supernatural, whether that might be experienced during life or anticipated for the afterlife. Further, religion makes individuals internalize moral restraints, which motivate regulation of their own behavior to avoid feelings of guilt (ibid.). Community effect of religious experience is also crucial in the context of conformity: religion makes networks of believers who mutually exercise informal social control and reduce the misbehavior probability (ibid., Thiruchselvam et al. 2017).

The association between religiosity and conformity as a value orientation is indicated in many previous studies. Sarglou, Delpierre, and Dernelle (2004) carried out a meta-analysis of studies on twenty-one samples from fifteen countries. All the studies are based on Schwartz's theoretical model. The authors concluded that religiosity is associated with conformity, security, and tradition - values that promote conservation of social and individual order. Also, these patterns are constant across different religious denominations and cultures. Schwartz and Huismans's (1995) also showed that religiosity is positively related to conformity as well as security and tradition, on several different samples - Israeli Jews, Spanish Roman Catholics, Dutch Calvinist Protestants, Greek Orthodox, and West Germans, and sub-samples divided by age, gender, education, and income. Also, several different measures of religiosity and values were used. Roccas and Schwartz (1997) extended that research indicating that that opposition between church and state modifies the associations of values with religiosity. More concretely, authors showed that in countries where church and state have oppositional relations, religiosity correlates less positively with conformity and security values, compared to countries with a weak divide between church and state. The strength of the relationship between conformity and religiosity varies in prior research. Besides that, the association tends to be reciprocal – religiosity affects value orientations and is affected by them (Russell 1999).

While the association between conformity and religiosity is well-established, no study, to the best of our knowledge, examined differences in its strength in relation to religiosity on a societal level. We test these differences across European countries. European societies are still relatively heterogeneous in terms of religiosity (Van der Noll et

al. 2018; Storm 2017). In less religious societies, religion should have a weaker role in an individual's behavior, attitudes, everyday life etc. Given that in these societies, the impact of religion weakens in terms of the effect on value orientations, we hypothesize that less religious societies are characterized by a weaker association between conformity and religiosity.

2. METHOD

We used the data from the ninth round of the European Social Survey (ESS), from 2018. ESS is a nationally-representative, repeated, cross-sectional survey on the population from fifteen year olds and above in more than thirteen countries and has been carried out every two years since 2002. The typical response rates are between 50 and 70 percentages in each country and wave (Storm 2017). The ninth ESS round contains the data from 29 European countries and a total of 49,519 respondents (51.4% of females, M_{age} = 48.42, SD_{age} = 19.02), all of which are included in our analysis.

We measured religiosity using a single eleven-item subjective scale, where 0 means „Not at all religious", and 10 „Very religious". ESS contains other dimensions of religiosity also, but we decided not to include them in our analysis. The unidimensional approach makes multilevel analysis much more simplified. Besides that, as Schwartz and Huismans (1995) suggest, in the research of this kind unidimensional approach in measuring religiosity has some other advantages. First, when the primary interest is in relating religiosity to general cultural attitudes and not in unraveling relations among the various components of religion, a unidimensional approach could be more appropriate. Second, when the sample consists of relatively heterogeneous groups in terms of a country residence and religious affiliation, there is a need for a conception and operationalization of religious commitment that emphasizes the common denominator of religiosity rather than its discrete dimensions (ibid.). Third, the authors add, it is shown that nationally representative samples typically yield a single religious factor in the research.

Conformity in ESS is measured on a scale through two items. Respondents are asked to rate „How much each person is or is not like you" and items are „He believes that people should do what they're told", „He thinks people should follow rules at all times, even when no-one is watching", „It is important to him always to behave properly", and „He wants to avoid doing anything people would say is wrong". Internal consistency of the scale is not high (Cronbach's alpha = .496), but that is due to the small number of items indexing each value and the fact that each value encompasses different sub-constructs (Schwartz 2003).

We also included control variables in our model – age, gender (transformed into a dummy variable with females as the reference category), and income (from 1 – first decile, to 10 – tenth decile).

3. RESULTS

As it may be seen from Table 1, nearly 50,000 respondents (from 29 European countries) rated their importance of conformity as 4.03 out of 6 on average, which indicates a slightly above-neutral score. Also, their average self-rated religiosity score is slightly below neutral – 4.49 on a ten-point scale. Country-level religiosity score is approximately similar (4.40) and it was calculated as an average level of religiosity in all studied countries.

Table 1. Descriptive statistics

	n	Mean	SD	Min	Max
Gender	49519	1.51	0.50	1	2
Age	49286	47.84	18.89	15	90
Income	39043	5.48	2.76	1	10
Conformity	48828	4.03	1.08	1	6
Religiosity	48989	4.49	3.13	0	10
Country-level religiosity	49519	4.40	0.93	2.4	6.71

As already noted, in order to test whether in more religious societies the effect of religiosity on conformity is stronger than in less religious ones, we run several multilevel regression models. We run a total of four models, first of which included only control variables, the second additionally included individual religiosity, the third included religiosity on a country-level, and in the fourth one we added an interaction effect of religiosity at a country-level and religiosity at the individual level on our dependent variable. The results are presented in Table 2.

In the null model, the Intra-Class Correlation Coefficient (ICC) is about 0.06, which means that proportion in variation in conformity that lies between countries is approximately 6%. This indicates a clustering of observations within countries to some extent; hence there was a need to employ multilevel models. Most of our independent variables have a significant although weak effect on conformity. When it comes to our control variables, gender has a statistically significant effect in the sense woman are more prone to conformity compared to men. Age is also shown to be positively related to conformity. Finally, household income is negatively associated to individual conformity.

Moving to our main independent variables our results indicate a significant and positive association between individual religiosity and conformity (Model 2). However, this effect is not particularly strong (β = .045), so it may be claimed that religiosity on a societal level is not associated with conformity (Model 3).

Additionally, in order to investigate our main research question, we run a multilevel model on conformity with an interaction effect between religiosity on an individual level, and religiosity on a country level. In other words, we tested whether religiosity on a country level moderates the relationship between religiosity on an individual level and conformity as a value orientation. The results (Model 4) indicate that religiosity on a country level does not moderate this relationship. Moreover, goodness of fit measures (both AIC and BIC) show that this model does not explain a higher amount of variance compared to previous models. More precisely, the model which explains the highest amount of variance is Model 2 that includes only religiosity on an individual level.

Table 2. Multilevel modeling results

	Model 1	**Model 2**	**Model 3**	**Model 4**
Intercept	3.726***	3.631***	3.586***	3.644***
	(.056)	(.055)	(.230)	(.235)
Female	.022*	.060***	.060***	.060***
	(.010)	(.010)	(.010)	(.010)
Age	.008***	.007***	.007***	.007***
	(.0003)	(.0003)	(.0002)	(.0003)
Income	-.012***	-.010***	-.010***	-.010***
	(.002)	(.002)	(.002)	(.002)
Religiosity (individual level)		.045***	.045***	.032***
		(.002)	(.002)	(.009)
Religiosity (country level)			-.001	.004
			(.050)	(.051)
Religiosity (individual level)* Religiosity (country level)				-.003
				(.002)
Observations	39,804	38,888	38,888	38,888
Log Likelihood	114099.006	112866.257	112866.482	112864.255
AIC	114111.006	112880.257	112882.482	112882.255
BIC	114162.447	112940.236	112951.029	112959.371

Note: Effects and standard errors (between brackets) of a multi-level linear regression.
*p<0.5, **p<0.01, ***p<0.001

4. CONCLUSIONS

In this paper, we tested whether in more religious societies across Europe the effect of religiosity on conformity is stronger than in less religious ones. With that aim, we assessed the interaction effect of mean religiosity at a country-level and religiosity at the individual level on conformity. The results indicated that there is a non-significant interaction effect. In other words, the level of religiosity on a country level does not moderate the association between individual religiosity and conformity. Our results also indicate a relatively weak association between religiosity and conformity on an individual level, so a non-existent moderating effect is not surprising. We also confirmed a significant, but weak effects of gender, age, and income level on individual religiosity. Although we hypothesized that less religious societies are characterized by a weaker association between conformity and religiosity, our results indicate a different picture. In sum, religiosity is indeed important on an individual level when it comes to conformity, but not on a societal level. Future studies should examine a moderating effect of country-level religiosity in non-European countries, in the first place the more religious ones.

References

1. Bond, R., and Smith, P. B. 199). „Culture and conformity: A meta-analysis of studies using Asch's (1952b, 1956) line judgment task." *Psychological Bulletin* 119, no. 1:1–137.
2. Castaño, G., and Lino, L. 2013. „Values (Shalom H. Schwartz) – Conformity." *The Encyclopedia of Cross-Cultural Psychology*, 1322–1323.
3. Kim, H., and Markus, H. R. 1999. „Deviance or uniqueness, harmony or conformity? A cultural analysis." *Journal of Personality and Social Psychology* 77: 785–800.
4. Russell, P. F. 1999. „The Relationship Between Values and Religiosity in Adolescents." https://ro.ecu.edu.au/theses_hons/813
5. Saroglou, V., Delpierre, V., and Dernelle, R. 2004. „Values and religiosity: a meta-analysis of studies using Schwartz's model." *Personality and Individual Differences* 37, no. 4: 721–734.
6. Schwartz, S. H. 1992. „Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries." *Advances in Experimental Social Psychology* 25: 1–65.
7. Schwartz, S. H. 2003. „Proposal for measuring value orientations across nations". In Questionnaire development report of the European Social Survey (chap. 7)." Retrieved from http:// naticent02.uuhost.uk.uu.net/questionnaire/chapter_07.doc
8. Schwartz, S. H. 2012. „An overview of the Schwartz theory of basic values." *Online Readings in Psychology and Culture* 2, no. 1. https://doi.org/10.9707/2307-0919.1116
9. Schwartz, S. H., and Huisman's, S. (1995). „Value Priorities and Religiosity in Four Western Religions." *Social Psychology Quarterly* 58, no. 2: 88–107.

10. Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., … Konty, M. 2012. „Refining the theory of basic individual values." *Journal of Personality and Social Psychology* 103, no. 4: 663–688.
11. Storm, I. 2017. „Does Economic Insecurity Predict Religiosity? Evidence from the European Social Survey 2002–2014." *Sociology of Religion* 78, no. 2: 146–172.
12. Thiruchselvam, R., Gopi, Y., Kilekwang, L., Harper, J., and Gross, J. J. 2017. „In God we trust? Neural measures reveal lower social conformity among non-religious individuals." *Social Cognitive and Affective Neuroscience* 12, no.6: 956–964.
13. Van der Noll, J., Rohmann, A., and Saroglou, V. 2018. „Societal Level of Religiosity and Religious Identity Expression in Europe." *Journal of Cross-Cultural Psychology* 49, no. 6: 959–975.

KONFORMIZAM I RELIGIOZNOST U EUROPI – VIŠERAZINSKI PRISTUP

Sažetak

U ovom smo radu ispitivali povezanost konformizma kao vrijednosne orijentacije i religioznosti diljem Europe. S obzirom na to da u manje religioznim društvima utjecaj religije slabi, uključujući i u smislu učinka na vrijednosne orijentacije, pretpostavljamo da manje religiozna društva karakterizira slabija povezanost između konformizma i religioznosti. Koristili smo se podacima iz devetog kruga Europskog društvenog istraživanja (2018.), s 39 804 ispitanika iz 29 zemalja. Podaci su pokazali da ne postoji moderirajući učinak religioznosti, na razini zemlje, na vezu između religioznosti i konformizma. Nadalje, povezanost konformizma i religioznosti značajna je, ali vrlo slaba. Rezultati općenito ukazuju na to da europska društva karakterizira slab utjecaj religioznosti na vrijednosne orijentacije poput konformizma, i u manje i u više religioznim društvima.

Ključne riječi: konformizam, European Social Survey, višerazinska analiza, religioznost

Vlad Zeno Millea

FACTORS ASSOCIATED WITH THE FAMILY ENVIRONMENT THAT INFLUENCE THE OCCUPATIONAL EXPECTATIONS OF TEENAGERS

Abstract

In this study we wanted to identify the relative importance of certain characteristics of the family environment on the occupational expectations of young people because these expectations are considered as mediators of the relationship between parental status and children educational and career achievements. Based on the secondary analysis of the data collected from the Romanian students in the PISA 2015 study, we set out to reveal the association between the independent variables (the characteristics of family environment consisting in the wealth, the educational support offered by home resources, the occupation and study level of the parents, as well as the size of the area where school is located), and the dependent variable - the occupational expectations of the students.We also tested the direct influence on the occupational expectations of each independent variable when the others are kept constant. The data processing involved the association of the dependent variable with each of the independent variables and then the construction of a multiple hierarchical regression having as dependent variable the ISEI score of the occupations expected by each of the students. All independent variables, except for one, are associated with the dependent one and, in the hierarchical multiple regression, each new set of variables introduced has increased the explanatory power of the model. By controlling the independent variables, most of those designating the educational support of the home endowments, kept their direct statistically significant influence. The data suggest the opportunity of a social policy aimed at reducing the dependence between the family environment and career expectations by improving the existing educational endowments in disadvantaged households.

Keywords: home educational resources, unequal chances, occupational expectation.

1. INTRODUCTION

The occupational expectations and aspirations of adolescents are considered, in various specialized studies, as a significant determinant for short-term academic choices, for

long-term career choices (Patton and Creed 2007b) and as a reflection of future social mobility. The same authors point out that these expectations and aspirations were considered as important motivational variables in the career, with predictive power for the levels reached later in the socio-professional hierarchy.

Considering that the results presented above are in line with other speciality works (Mau and Bikos 2000; Schoon and Parsons 2002; Chung, Loeb, and Gonzo 1996; Patton and Creed, 2007b), we can start from the assumption that occupational aspirations / expectations are related both to the social success of each individual and to the probability of achieving the global educational objectives formulated by our country in the Europe 2020 Strategy (reducing school dropout and increasing participation in education - especially in higher education).

According to the same assumptions, we can formulate hypotheses according to which high expectations / aspirations regarding the job are inversely associated with school dropout (or with the option for short school career) and directly related with the participation in university education and, also, with the gain of high social status. The aspects that we concern are, obviously, the factors that influence occupational expectations, both those that can be directly influenced by social policies and structural aspects, difficult to change, which could possibly be the subject of global efforts, carried out on many decades (eg, reducing socio-economic inequalities between individuals).

Given that our study consisted in a secondary analysis of the statistical data resulting from the PISA Study 2015, the independent variables could not be other than those existing in this research (more precisely, the minimum set of data that Romania agreed to provide when participated in the PISA study 2015). This was obviously an important constraint for the perspectives on occupational expectations, but nevertheless allowed a pertinent analysis of the issue from the perspective of parental socio-economic status and household characteristics that are relevant for family well-being and for the home educational facilities.

As we have already shown, our study aimed to highlight the relationship between certain aspects of the family environment and the occupational expectations of young people who were, for the most part, students in grades VIII, IX and X, born in 1999 and who were 15 or 16 years old in 2015, when they were administered the questionnaires.

We believe that such an approach is important given that an essential goal of a democratic society is that the success of individuals depends on their native characteristics, their efforts and perseverance and not on the particularities of the family environment in which they were born and lived. On the other hand, the analysis of disparities regarding occupational expectations is related to the issue of social (i)mobility: the more intense the relationship between occupations expected by students and parents' jobs, the more likely is the reproduction of parental status by children.

Our study was not limited, however, to the analysis of the link between parental status and that expected in children, but took into account variables located at different levels from the perspective of influencing young people's choices.

The consideration of the most general aspect, e.g. the size of the locality where students study, only had the role of testing the opportunity to introduce such a control variable (it was shown, in fact, that, statistically, students' expectations increase with studying in a school from a larger locality).

The next level of the independent variables was the education and occupational category of parents, both being characteristic aspects of social status, likely to be used as a benchmark for unequal positions in which students are located in terms of the probability of access to higher levels in the social hierarchy. Even at this influence level of independent variables, obviously, we can not imagine mechanisms for direct transfer of social advantages or disadvantages (parents education or their jobs can not be directly translated into occupational expectations of young people).

The third level of independent variables that has been taken into account consists in those resources of the household that reveal the well-being of the family.

Although well-being is positively associated with career aspirations, intermediate variables should be sought in order to identify possible explanatory factors (even if the level of home comfort might seem easier to integrate into an explanatory model of young people's occupational expectations than the size of the locality where the school is located, for example).

The last level of the characteristics under analysis, the educational facilities of the household is the most likely to justify the difference between career aspirations (educational facilities that are probably closely related to school success).

In the first part of the data processing we performed an analysis, at item level, of the relationships between the independent variables taken into account at each level described above and the occupational expectations of students. Although without direct explanatory power, the results of this analysis reveal risk factors for a low level of occupational expectations and, most likely, for a modest future career.

Among the independent variables discussed, the most likely to be manipulated in order to influence students' occupational expectations are those that highlight the educational endowments of the household (although it is quite problematic to distinguish between endowments that express wealth and those that indicate the educational support from home).

In order to evaluate the specific influence exerted by each variable (with special interest on those representing the educational support from the household), we performed a multiple hierarchical regression, in which the dependent variable was the International

Socio-Economic Index (ISEI score) of the occupations chosen by young people and the independent variables, the 4 sets of characteristics that were described previously. Thus, we had the opportunity to estimate the contribution of each new set of variables at the increase of the explanatory power for the regression model.

The final version of the regression model (containing all the variables under analysis) allowed us to estimate the extent to which, under the control of all other variables, those expressing the educational resources of the household continue or not to exert an influence on occupational expectations.

The study we conducted is structured in three parts, the first aiming to review the literature focused on ways to address the issue of occupational expectations (but also career goals / decisions) and revealing some useful concepts for the analysis of that issue.

The second part of our paper describes how the data were analyzed as well as the results obtained and the third part is dedicated to reviewing the results and formulating conclusions.

2. LITERATURE OVERVIEW: SOCIAL ENVIRONMENT, OCCUPATIONAL EXPECTATIONS AND CAREER GOALS

In our analysis of the scientific literature regarding the chosen topic we will first try to identify what were the main ways in which the issue of occupational expectations was addressed (and career expectations, generally).

The family environment is a decisive aspect for sustaining confidence and expectations regarding school performance and success in life (Kim 2014). In addition, many studies have shown that the decisions of young adults depend on their social backgrounds, which leads to differences in educational careers and professional success (Weiss and Steininger 2013). Other research has shown that the idealistic and realistic aspirations of young people substantially mediate the relationship between the family environment, the characteristics of individuals and the social status they acquire in adulthood (Marjorybanks 1998).

According to the theory of social achievement, the mediating process supposed to explain the differences in educational success consists in the development of idealistic-value orientations in the form of educational aspirations. On the other hand, in resource constraint theory, the significant variables that mediate the relationships between the family environment and the acquisition of social status are the formation of realistic aspirations (Marjorybanks 1998). Academic aspirations and those aimed at occupation

(Chung, et al. 1996) are two important variables of motivation in career development because they have generally proved to be consistent predictors of further educational and professional achievements. Other authors (Sawitri, et al. 2013) highlight, in turn, the multitude of research that prove the important influence that the family has on the career development of their adolescent children.

Parents, in particular, play a central role in developing their children's career aspirations and in stimulating the exploration of alternatives throughout their educational and professional careers.

There are studies that refer to parents' expectations regarding their children's careers suggesting the role of the family in generating inequalities between them. These studies claim that parental social status is directly related to the level of educational aspirations of young people, aspirations that will be reflected, later, in the social position they acquire (Yang 2007).

It should be noted that McMahon and Watson (2005) highlight the small number of researches aimed at developing young people's careers and their predominantly descriptive character. They also show that there was an overemphasis on professional aspirations and that other aspects have been underestimated that are essential for the development of young people's careers, such as the knowledge they have about their future occupation (and which prove to be essential for the decisions they make later in their careers).

Powell and Peet, (1996) studied mothers' beliefs regarding the educational and occupational future of their children, relating those beliefs to the academic success of young people. The same beliefs of mothers were also associated with their perceptions of parental responsibilities.

From another perspective, some authors (Patton and Creed 2007) point out that, despite frequent approaches to the issue, no consensus has been reached on defining occupational aspirations and expectations. Some researchers defined them as the goals or career choices of the individuals; others considered them as motivational variables in careers, with an important predictive role of professional success.

Broadening the sphere of the discussion a little, in the literature there are analyzes of the relationship between the characteristics of the family environment and the educational and professional objectives that young people aim to achieve (Berger and Archer 2016). On the other hand, Dawes (2017) studies the social objectives formulated by students in early adolescence and relates them to school adaptation.

In order to successfully adapt to school, young people must cope with the changing of peer group and educational environment and the way they adapt to the school context will be influenced by the social objectives they pursue (social status objectives, collective objectives and objectives aimed at social achievement).

Khattab (2002) analyzes the effect that the local labor market and ethnic / religious segregation at the local level has on the occupational expectations of students (in this case, the high percentage of Muslims has a negative influence on occupational expectations, perpetuating social inequalities).

As can be seen, studies that directly analyze the link between family socio-cultural status and occupational expectations are very few and those targeting the influence the physical characteristics of the family environment are completely missing. Under these conditions, we will present some conceptualizations of parental influences on occupational expectations / career goals seen as possible mediations of the relationship between parental status and children's expectations.

First of all, a conceptual clarification is required: according to Patton and Creed (2007), occupational expectations would represent those occupations that the individual believe he could actually acquire.

Occupational expectations are closely related to the achievement objectives (academic and social) and represent an important theoretical perspective for student motivation (Berger and Archer 2016). The objectives were conceptualized as goals formulated by students to meet some educational requirements, goals that guide their behavior, cognition and emotions. A distinction has been made between students who set goals for „mastery", assuming a high level of competence in relation to the task and those who set „performance" goals, through which young people want to demonstrate competence in relation to others (Berger and Archer 2016). The „mastery" objectives were related to deep information processing, greater enjoyment of tasks and perseverance despite failure, while „performance" objectives were related to non-adaptive strategies, such as: superficial learning, fraud, delay, disruption and negative feelings regarding school.

For our study, it is important the existence of researches that shows that parental support for school perceived by students is associated with the choice, by young people, of the "mastery"objectives. On the other hand, the children of parents who support „mastery" goals have, on average, higher grades than other children. Last but not least, students' perception of the goals set by their parents is a strong predictor of the goals they set for themselves (Berger and Archer 2016). The authors also point out that socio-economic status influences the adoption of academic achievement goals (students from disadvantaged backgrounds are less likely to assume adaptive combinations of „mastery" and school performance goals).

Some studies show that both family interactions and parental behaviors directly related to the adolescent's career influence its development (Sawitri et al. 2014). Intra-family interaction variables (parental expectations and encouragement) influence the career development of young people even if structural variables of the family are controlled

(socio-economic level or number of children). The variables designating family interaction that influence career development are the following: the emotional climate in the family, vocational identity and self-efficacy regarding career decision-making. It has also been found that family support is associated with self-efficacy in career prospecting and decision making. Parental behaviors directly related to adolescents' careers influence its development; career support from parents increases career confidence and improves career planning. In addition, it has been shown that parental feedback on career aspirations is associated with a number of actions that may facilitate the confirmation of those aspirations (Sawitri et al. 2014). A possible operationalization of the concept of career aspirations (the foundation of future choices and achievements in this field) would be the following: individual career goals that subsume the areas of leadership roles, ambition to lead and prepare others and interest in advanced education .

Finally, we will refer more specifically to the relationship between career expectations and the characteristics of the family environment that we have identified in the scientific literature.

Because the family environment influences students' motivation, it is likely that young people have different achievement goals (academic and social) or give different importance to the same goals depending on parental socio-economic status (SES) (Berger and Archer 2016). The same authors reveal the existence of studies indicating the association between SES and intrinsic and extrinsic motivation. In addition, there is research showing that teachers rate students from disadvantaged backgrounds as less intrinsically motivated than their peers with parents with high SES (Berger and Archer 2016). On the other hand, specialized studies show that low SES is associated with poor academic performance given that achievement goals (academic / social) are predictors of school results (and possible mediators of the relationship between SES and those results).

According to the same bibliographic source, students from backgrounds with low SES assume less academic achievement goals than others; young people from families with low SES are more likely to support goals which avoid academic performance (eg, superficial learning, cheating). Consequently, students with high SES may have higher "mastery" goals (and involvement in academic tasks) than those with low SES (Berger and Archer 2016). Adopting, by students with high SES, of adaptive achievement goals, and, on the other hand, assuming non-adaptive goals by young people with low SES in order to avoid involvement, could help explain the gap between the two groups' achievements.

Syntheses of specialized works (Berger and Archer 2016) reveal the association between low SES and poor educational attainment, measured by several indicators. SES has been shown to influence cognitive development and performance, language acquisition

and competence, study participation and completion rates. In general, low levels of SES have been associated with lower levels of student achievement. Berger and Archer (2016), in their study of high school students, find that achievement goals (academic and social) differ depending on socioeconomic status.

The qualities and characteristics of the family influence the way adolescents think about their future, relate emotionally and prepare for it (Sharp et al 2019). Adolescents who grew up in families with high SES generally have higher educational and occupational expectations and higher occupational aspirations. The positive association between socio-economic status and future orientation is partly due to the fact that young people living in households with more important socio-economic resources have access to forms of social capital that increase both real and perceived opportunities for young people. According to the same authors, there is a close association between the expectations and aspirations of parents regarding the future of their own children and the expectations / aspirations assumed by young people.

Although we revealed to a small extent the relationship between the characteristics of the family environment and the occupational expectations of young people, we still managed to highlight the importance of the family environment, especially the socio-economic status, for educational and professional expectations.

Next we will refer to the results of our study on the relationship between socio-economic status and the physical characteristics of the family environment and the expectations expressed by students.

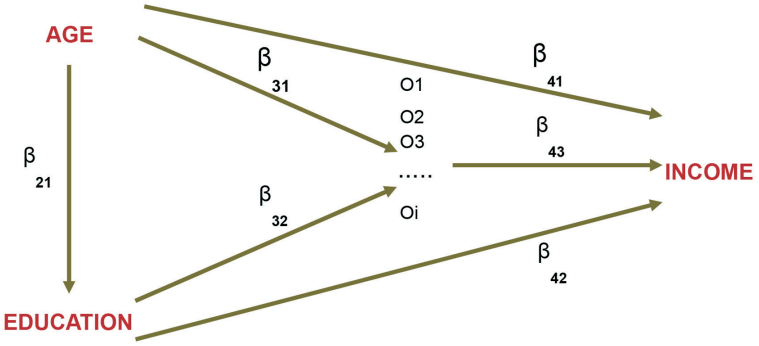
We will start with the short presentation of the analysis at item level in which we associated the dependent variable, the occupational category that the student expects to reach, with each of the dependent variables consisting in certain characteristics of the family environment.

3. METHODOLOGICAL CLARIFICATIONS

In the analysis we performed we treated the dependent variable, the occupational expectations of students, as an ordinal qualitative characteristic, although the international nomenclature of occupations ISCO-08 (International Standard Classification of Occupations) does not justify such an interpretation of socio-professional categories. To establish the hierarchy of those categories we used the average values of the International Socio-Economic Index (ISEI), defined by Ganzeboom (1992). We briefly present the construction of the indicator to facilitate the understanding of its significance.

The operational procedure derives from the concept of occupation seen as the engine that converts education into income. The occupation was scaled so as to capture as much as possible from the indirect influence of education on income. Thus, ISEI is defined as an intermediate variable between education and income that maximizes the indirect effect of education on income and minimizes the direct effect (Figure no. 1).

Figure no. 1. ISEI average score. Significance of the indicator Reproduced from Gazeboom, H., B., G., 1992



Technically, the problem can be expressed by the elementary status achievement model shown in Fig.no. 1. Education influences occupation (β32), occupation influences income (β43) and there is also a direct effect of education on income (β42).

Occupations enter this system in the form of a large set of dummy variables, designate as O1, ... Oi, which represent detailed professional categories.

The ISEI score is then derived by assigning scores to detailed occupational categories, scores that, we emphasize, minimize the direct effect of education on income (β42) and maximize the indirect effect of education on income by occupation (β32 * β43).

The system is more complicated, because age is a puzzling variable in all these relationships. Older people tend to have:

- less education (β21) (cohort effect),
- higher income (β41) and
- higher occupational status (β31) (life cycle effect).

Mainly, age eliminates the relationship between education, on the one hand, and professional status and income, on the other. For example, the correlation between education and income may be 0.39, but the total effect of education on income, controlled by age, may be 0.43. Therefore, age must be controlled to properly specify the effect of education on income (Gazeboom, H., B., G. 1992).

Calculating the ISEI score within the occupational categories of parents, we found that the rankings obtained for students' mother and father are very close but differ from

the sequence of their presentation in the international nomenclature of occupations ISCO-08 in the 9 major groups: „Members of the legislature, executive, senior government officials, leaders and senior officials" is, according to the ISEI average, in second place (compared to the first for ISCO-08), while „Specialists in various fields of activity" are the ones who occupy the first place. On the other hand, "Skilled workers in agriculture, forestry and fishing" ranked 6th in the ISCO-08 classification appear in the eighth position (as an ISEI average), followed only by unskilled workers.

We would like to point out that although the age of the parents was not used as a control variable (not existing in the analyzed database), we can assume that its influence is low given that we are dealing with adult population with children of 15 -16 years, so, most likely, relatively close as generation.

In the definition of parents' occupation as an ordinal variable we used the hierarchy obtained using ISEI averages within the occupational categories of men given that in their case each group contained a relatively high number of subjects (minimum 58 for men compared to a minimum of only 7, for women).

Below we present the results of our study, starting with the relationships identified between independent variables and students' occupational expectations. At the end of the analysis we will use the hierarchical multiple regression containing all the sets of independent variables established within the item level analysis. The succession of those sets of variables depends on the extent to which it is likely to have a direct influence on students' occupational expectations (according to our assumptions). Our interest will focus on identifying those independent variables that maintain their influence on students' occupational expectations, when all other statistical characteristics are considered constant. In addition, obviously, we will try to determine if there are intervention guidelines that could reduce inequality of opportunities between students regarding their expected occupational status.

4. RESULTS

In order to keep the coherence of our study, we will highlight the association between the independent variables and the occupational expectations of the students in the same succession that we proposed in the introductory part of the paper.

The association between the occupational expectations of students and the size of their school locality is positive, in the sense that those expectations are at a maximum if the educational institutions are in cities with over 30,000 inhabitants and are at a minimum for rural schools. Given that we are dealing with students aged between 15.33 and 16.25, the vast majority (98.6%) are in the eighth, ninth and tenth grades.

Students who study in rural schools live, almost certainly, in villages, their parents offering, most likely, a lower educational support compared to urban families. We rely on the disadvantages, from the socio-economic and cultural point of view, that adults living in the village have by comparison to those from cities, especially from large and very large ones. In addition, it is plausible that the schools facilities and the competence level of the teachers depend on the size of the locality (the disadvantage manifested, again, in villages and very small towns). Obviously, the above observations are relevant if students with poor school results (due to poor educational support provided by the school and parents) tend to have lower occupational expectations than those with good or very good school results.

We have to make a few observations: students' perceptions of their own school skills depend on both teachers' assessments and the relative position of their school performance within classroom or educational institution. In addition, teachers' requirements may be higher or lower depending on the general training level of students within the class, school or locality in which they carry out their educational activity. Last but not least, parents in rural areas, with a lower socio-economic and cultural level than those living in cities, could have lower aspirations for their children's occupations (for ascending social mobility there is no need to reach the top of the social hierarchy, it is enough to overcome the position held by mothers or fathers).We assumed, implicitly, that parents aspirations aim at an ascending social mobility and that their children's expectations regarding the future occupation are positively associated with the parental aspirations.

We are dealing with a multitude of variables that can mediate the relationship between the size / type of the locality where students' school is located and their occupational expectations. The PISA 2015 database regarding students from Romania does not offer the possibility of a more detailed analysis (first of all, because there is no information about the size of the locality where the student actually lives). Deepening the issue involves a research topic in its own right, due to the complexity of the interactions between the variables. We will simply state that the sum of the direct and indirect effects of the variables related to the size of the locality where students students' school lies indicates, overall, a clear advantage for those in (very) large cities and disadvantages for villages and small towns.

We will further present the relationships between parents' studies and the profession they actually practice, respectively, and the students' occupational expectations, relationships that were considered at the second level of the multiple hierarchical regression. Although it would be difficult to imagine how parents' education or occupation could directly influence students' occupational expectations, the data are relevant to describe the inequality of opportunity between adolescents from the perspective of the professional career they aim at achieving. It is very likely that young people targeting occupations at the top of the social hierarchy will be more strongly involved in school / professional training and will later pay more attention to career development.

The mother's occupation is positively associated with the students' occupational expectations ($\gamma = 0.339$, $p = 0.000$) and the intensity of the relationship is higher than for fathers ($\gamma = 0.258$, $p = 0.000$). For both parents there is a clear tendency that occupations expected by children to be higher in the social hierarchy as higher is the parental professional status. The observation is valid, first of all, for the options aiming at "Specialists in various fields of activity", an occupation expected of 83.5% of young people whose fathers belong to the same socio-professional category (regarding mothers, the same share is 82,9%).

As for fathers who are unskilled workers, only 41% of their children expect to become „Specialists in various fields of activity" and only 37% of children whose mothers are unskilled workers. Regarding the other socio-professional categories, the statistical relationships are less obvious. We can note, however, that as parents' occupational status decreases, young people increasingly tend to opt for „service worker" and „skilled worker". It should be noted that the children's expectations are extremely optimistic from the perspective of accessing the top of the social hierarchy – „Specialists in various fields of activity". Among all students, 54.3% target this occupation, while only 10.8% of fathers and 20.6% of mothers have such a job. However, the assumption that there are inequalities of opportunity in terms of students' career expectations in relation to the socio-professional category of parents is supported by statistic data.

Assessing the relationship between parents' studies and their children's occupational expectations reveals an image close to that obtained by referring to their socio-professional category, but the association coefficients are slightly lower and closer to each other ($\gamma = 0.263$ for mothers and 0.250 for fathers, with the same $p = 0.000$). We highlight the fact that only 25% of children whose mothers have no school at all want to become „Specialists in various fields of activity" while the share is 71.8% for those whose mothers have higher education (if we are reporting at fathers' studies, the same proportions are 15.8% and 69.8%, respectively). Regarding the other socio-professional categories, we can observe again that only in the case of service workers and skilled workers, students' options are more frequent when their parents' studies has lower level.

We can conclude that parental education is also a significant benchmark in assessing inequalities regarding career expectations (but the intensity of the relationship is reduced due to the very large share of young people who want to reach the highest level of social hierarchy).

The next set of variables we will refer to is the one regarding the resources in the household, considered as an indicator of the wealth of the family. We had to make a distinction between those resources that reflect well-being and those that reveal the educational support offered to young people, without a clear substantiation. To describe the well-being of the family, we selected only the characteristics of the household that did

not seem to be directly related to the educational process (but who reflected the family wealth). The wealth of the family is, in large part, a result of the education levels of family members reflected in the remuneration of the occupations they were able to access (due to their levels of education). Unfortunately, in the PISA 2015 database there were no data on family income which, most likely, would have been more relevant for well-being.

However, the material standard, as we mention before, is largely a result of the education and occupation held and that is why it was introduced in the third stage of the hierarchical regression analysis.

The existence of a digital video camera, air conditioning or a "Home cinema" system in the household are characteristics of the household associated rather weakly positively with the occupational expectations of young people (with values of φ between 0.103 and 0.159), meaning that the affirmative answers tend to have higher share as the socio-professional category is positioned higher in the social hierarchy.

The occupational expectations of adolescents are positively associated with the number of TVs owned by the family ($\gamma = 0.158$, $p = 0.000$) and with the number of cars ($\gamma = 0.228$, $p = 0.000$). We find the same positive associations in relation to the total number of bathrooms (with bath / shower) in the house ($\gamma = 0.253$, $p = 0.000$) and to the number of mobile phones ($\gamma = 0.190$, $p = 0.000$). There are also positive relationships between the future professional career and the number of computers / laptops / notebooks ($\gamma = 0.267$, $p = 0.000$) and tablets ($\gamma = 0.140$, $p = 0.000$). Ebook readers are not associated with students' occupational expectations but the number of musical instruments correlates positively with those expectations ($\gamma = 0.158$, $p = 0.000$).

We will further present the association between students' occupational expectations and the variables that we considered to be the most direct support for the education / development of their intellectual potential. All 13 independent variables that were considered (1 indicating the presence of educational support and 0 its lack) are positively associated with students' occupational expectations, showing that for occupations in the upper part of the social hierarchy the share of educational support is higher). The weakest associations are registered for the existence of the student's own room ($\varphi = 0.083$ $P = 0.001$), of a quiet place to learn ($\varphi = 0.104$ $P = 0.000$), following, on the 3rd place (from the last part of the "ranking") possession of a desk where the student can study ($\varphi = 0.152$, $P = 0.000$).

These 3 aspects are probably more relevant to the wealth of the family and less to the support of education or intellectual development. The presence of works of art in houses is something stronger associated with the occupational expectations of students ($\varphi = 0.157$, $P = 0.000$) than is the case of the variables mentioned above. Following, in ascending order of intensity of association, is the presence of a dictionary ($\varphi = 0.175$, $P = 0.000$), educational software ($\varphi = 0.187$, $P = 0.000$) and a computer available for school ($\varphi = .188$,

P = 0.000). At home, the existence of works of art most likely reflects the cultural level of the family, in direct relation to parental education (although the item can be confusing: students are the ones who evaluate whether it is really art or just kitsch).

The following two relationships between independent variables and the depended one indicate the importance of computer use for the educational development of young people, with an emphasis on the use of programs dedicated to this purpose. Analyzing further, the increase of the intensity of the association between the occupational expectations of the students and the variables designating the educational support, we discover that books have the greatest importance: those from the technical domain ($\varphi = 0.191$, $P = 0.000$), books about art, music or design ($\varphi = 0.198$, $P = 0.000$), poetry ($\varphi = 0.199$, $P = 0.000$), those intended in particular for educational purposes ($\varphi = 0.205$, $P = 0.000$) and, having the highest intensity of the relationship, classical literature - Shakespeare, for example ($\varphi = 0.287$, $P = 0.000$).

We assume that the presence of books indicating interest in culture (artistic but also scientific), presence probably related to high parental education but, also, the presence of books specifically dedicated to school work (showing the importance given to education / training of students). It is a strong indicator of appreciation, within family, of intellectual activities that aim to expand their field of knowledge in all its spheres.

The parental model of appreciation of culture is probably reflected in children's attitudes towards school education and in its role in prefiguring a successful professional career. The penultimate of the variables, as the intensity of the association, is the internet connection at home ($\varphi = 0.210$, $P = 0.000$). We assume that the presence of this facility reflects the importance of access to information that can enrich the general culture or be useful in the development of formal education (solving homework, for example). Obviously, the Internet is often used for recreational purposes, but its lack implies the impossibility of quickly accessing information necessary for the educational process or, simply, to satisfy some curiosities in the field of science, art, technology, etc.

In the last part of our analysis we aimed to find out which characteristics of the social or family environment (among those considered) are more relevant to the level of occupational expectations of young people and to assess the extent to which an intervention from outside (by social policies, e.g.) would be plausible in order to reduce the inequalities of opportunity between young people.

In the first step of the multiple hierarchical regression there was introduced, as a dependent variable, the International Socio-Economic Index (ISEI) of the occupation expected by the student and as an independent variable, the size of the locality. The following groups of independent variables that were introduced successively in the multiple hierarchical regression analysis were:

The highest number of school years, the maximum ISEI of one of the two parents, respectively.

The home facilities and resources relevant to the family's wealth.

Educational support at home (books for school work, educational software, etc.).

In the first step of the analysis, the size of the locality "explains" only 4% from the variance of the international socio-economic index of the occupation expected by students (the value is statistically significant at p <0.001).

By introducing the new set of variables (maximum values for the number of school years respectively for parents' ISEI), the variance explained by the model reaches 11.1%, so there is an increase of 7.3%, which is statistically significant with a probability greater than 0.999. All three independent variables have a statistically significant positive influence on the dependent one. Controlling the other two variables, the parental maximum ISEI has the greatest influence on the ISEI of expected students' occupation (followed by the size of the locality and the maximum number of parents' school years).

Table 1 Multiple hierarchical regression in 4 steps with the dependent variable students' ISEI

Model		Coefficients			t	Sig.
		Unstandardized		Standard.		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	46,79	1,01		46,12	,000
	The size of the locality	3,70	,32	,199	11,51	,000
2	(Constant)	37,14	2,19		16,97	,000
	The size of the locality	2,31	,32	,124	7,21	,000
	Index highest parental occupational status(ISEI)	,22	,02	,259	13,53	,000
	Index highest parental education in years of schooling	,34	,17	,039	2,07	,039
3	(Constant)	31,27	2,57		12,17	,000
	The size of the locality	1,79	,32	,096	5,50	,000
	Index highest parental occupational status (ISEI)	,19	,02	,222	11,33	,000
	Index highest parental education in years of schooling	,14	,17	,016	,82	,412
	In your home: <Home cinema system 3>	1,74	,69	,045	2,50	,012
	How many in your home: <Cell phones> with Internet	,70	,35	,037	1,98	,048
	How many in your home: Cars	1,11	,41	,051	2,70	,007
	How many at home: Computers (desktop, laptop)	1,46	,41	,069	3,54	,000

	How many at home: Rooms with a bath or shower	1,17	,48	,045	2,44	,015
	Howmany at home: E-bookreaders	-,49	,51	-,017	-,96	,338
	Howmany at home: <Tabletcomputers>	-,41	,41	-,018	-1,00	,318
	Howmany at home: Musical instruments (guitar, piano)	-,18	,36	-,009	-,49	,625
	Howmany in yourhome: Televisions	,01	,38	,001	,03	,973
	In yourhome: <Digital video camera 1>	1,13	,96	,020	1,18	,240
	In yourhome: <Air conditioner 2>	,71	1,04	,012	,68	,496
4	(Constant)	19,64	3,17		6,20	,000
	The size of the locality	1,41	,32	,076	4,42	,000
	Index highest parental occupational status (ISEI)	,17	,02	,194	10,05	,000
	Index highest parental education in years of schooling	,07	,17	,008	,43	,667
	How many in your home: Cars	,96	,40	,044	2,38	,017
	How many at home: Computers (desktop, laptop)	,94	,41	,045	2,30	,022
	How many in your home: <Cell phones> with Internet	,25	,35	,013	,72	,470
	How many at home: <Tablet computers>	-,33	,40	-,015	-,83	,404
	How many at home: Rooms with a bath or shower	,84	,47	,033	1,78	,075
	How many at home: E-book readers	-,25	,50	-,009	-,50	,617
	How many at home: Musical instruments (guitar, piano)	-,43	,36	-,021	-1,20	,229
	How many in your home: TV sets	-,25	,38	-,012	-,66	,510
	In your home: <Digital video camera 1>	,86	,94	,016	,92	,359
	In your home: <Air conditioner 2>	-,76	1,02	-,013	-,75	,456
	In your home: <Home cinema system 3>	,37	,70	,010	,53	,595
	In your home: Classic literature (e.g. <Shakespeare>)	4,73	,89	,099	5,32	,000
	In your home: Books of poetry	2,67	,89	,056	3,01	,003
	In your home: A desk to study at	5,87	1,99	,049	2,95	,003
	In your home: A link to the Internet	2,60	1,09	,044	2,37	,018
	In your home: Books to help with your school work	2,45	,99	,044	2,47	,014
	In your home: Educational software	1,55	,67	,041	2,30	,022
	In your home: A computer you can use for school work	2,28	1,12	,038	2,04	,041

	In your home: <Technical reference books>	1,47	,79	,033	1,85	,064
	In your home: A dictionary	,73	1,05	,012	,70	,484
	In your home: A quiet place to study	,53	1,33	,007	,39	,693
	In your home: A room of your own	-,35	,89	-,007	-,39	,696
	In your home: Books on art, music, or design	-,33	,72	-,008	-,45	,653
	In your home: Works of art (e.g. paintings)	1,00	,695	,026	1,44	,149

a. Dependent Variable: Students' expected occupational status (SEI)

The following set of variables, which highlight the economic level of the family, leads to the explanation of 12.9% of the dependent variable variance (students' ISEI). The third regression model brings, therefore, an increase in the explained variance of only 1.8% (which is, however, statistically significant). By controlling the others independent variables, the index of the highest parental occupational status continues to have the most important direct influence on the dependent variable. The size of the locality follows, while the maximum level of parents' education no longer has a statistically significant influence. From the newly introduced variables, those who have a direct influence on the ISEI specific to students' occupational expectations (the other variables being controlled) are: the number of computers in the house ($\beta = 0.069$), the number of cars ($\beta = 0.051$), the existence of a „home system cinema" ($\beta = 0.045$), the number of bathrooms ($\beta = 0.045$) and the number of telephones with internet connection ($\beta = 0.037$). The other six variables designating household wealth have no statistically significant influence.

The last set of independent variables that was included in the hierarchical regression model, the resources of the household that provides educational support, led to a value for the "explained" variance of the dependent variable of 16.9%, which means an increase of 4% (statistically significant with a probability greater than 0.999). Among the variables previously introduced in the model, the following kept their statistical relevance of their influence on the dependent variable: the size of the locality ($\beta = 0.076$), the index of the highest parental occupational status ($\beta = 0.194$), the number of computers in the household ($\beta = 0.045$) and number of cars ($\beta = 0.044$).

Of the 13 newly introduced variables designating the resources of the household that provide educational support, seven have a statistically significant direct influence on the dependent variable: the existence, at home, of classical literature ($\beta = 0.099$), the presence of poetry books ($\beta = 0.056$), the existence of a desk where the student can study ($\beta = 0.049$), Internet access ($\beta = 0.044$), books which help with homework ($\beta = 0.044$), educational software ($\beta = 0.041$) and the existence of a computer available for school work ($\beta = 0.038$).

5. SYNTHESIS OF THE RESULTS

The first part of our analysis, in which we made simple associations between the independent variables and the dependent one, the occupation expected by students, allowed us a series of observations. First of all, the fact that the size of the school locality is positively correlated with their occupational expectations. On the other hand, those expectations are higher as higher is the parental educational and occupational status. The importance of the mother educational and occupational status seems to be somewhat higher. We also saw that the wealth of the family, operationalized through the household resources, is associated with young people's career expectation. Last but not least, we found that home educational support is reflected in the level of young people's occupational expectations.

In the second part of our analysis we tried to find out what is the effect of the independent variables we took into account on the dependent variable (the International Socio-Economic Index - ISEI specific to the occupations expected by students), under the conditions of controlling variables within a multiple hierarchical regression analysis. We also highlighted which sets of considered variables have a higher relevance for the dependent variable (characteristic ISEI for students' occupational expectations). We used the four categories of variables previously discussed in the hierarchical model of multiple regression.

The largest increase in the variance indicated that the dependent variable was recorded for the variables designating parental social and educational status, while the household resources providing educational support were placed on the second position. Following in descending order, there was the size of the locality where the students' school is located and, finally, the the household resources that reveal the wealth of the family.

6. CONCLUSIONS

We believe that the hierarchical regression model we obtained in the end highlights the importance of parental occupational status (operationalized by the value of ISEI) and the size of the locality where the students' school is situated but, on the other hand, it indicates the relevance of the household resources offering educational support relative to the occupational expectations of young people. In the conditions of controlling all the independent variables, we find that the variables describing the educational support in the household maintain their direct influence (statistically significant) for seven variables from the total of thirteen.

What we think is important is that a possible intervention to reduce chance inequalities regarding employment expectations (by reference to parental status or the size of the locality) can be achieved through social policies that do not address structural issues (such as parent's education, occupation or wealth), but rather the aspects promoting parental counseling and minimal financial interventions to support the purchase, for example, of a computer with access to the Internet and educational software, poetry books, classical literature or books necessary for school work.

Obviously, in addition to the educational support, it is also necessary to have a good parental attitude towards the education of one's own child that is in line with the appropriate use of that support. We believe, however, that the counseling by professionals in educational psychology can substantially increase parents' pedagogical competence and thus reduce the inequality of young people's opportunities to access occupations at the top of the social hierarchy (starting, first, with the issue of the inequality regarding occupational expectations).

We think that our approach to the family environment must be complemented by a study of parents' educational practices, which should highlight the role of household resources in the educational support of students. The general attitude of family members towards the intellectual stimulation of their own children is reflected in the nature of the interactions with them, including the objects that mediate these interactions (computers, tablets, books, educational software, etc.). We think it is important to discover those patterns of parent-child interaction that transmit the need for knowledge and motivate young people in intellectual activities that lead to their personal development, including the high career expectation.

References

1. Berger, N., Archer, J.. 2016. „School socio-economic status and student socio-academic achievement goals in upper secondary contexts." *Social Psychology of Education* 19, no. 1: 175-194,
2. Chung, Y., B., Loeb, J., W., Gonzo, S., T. 1996. „Factors Predicting the Educational and Career Aspirations of Black College Freshmen." *Journal of Career Development* 23, no. 2.
3. Dawes, M. 2017. „Early adolescents' social goals and school adjustment." *Social Psychology of Education* 20, no. 2: 299–328.
4. Gazenboom, B., G., De Graff P., M., Trieman, D., J. 1992. „A Standard International Socio-Economic Index (ISEI) of Occupational Status." *Social Science Research* 21: 1–56, , http://harryganzeboom.nl/ismf/..%5CPdf%5C1992-Ganzeboom-DeGraaf-Treiman-ISEI68-(SSR).pdf

5. Yang, C. 2007. „Social class differences in parent educational expectations: The relationship between parents'social status and their expectations for children's education." *International Journal for Educational and Vocational Guidance* 2, no.4: 568–578.
6. Khattab, N. 2002. „Segregation, Ethnic Labor Market and the Occupational Expectations of Palestinian Students in Israel." *Social Stratification and Mobility* 54, no. 2: 259–285.
7. Kim, M. 2014. „Family Background, Students' Academic Self-Efficacy, and Students' Career and Life Success Expectations." International Journal for the Advancement of Counseling 36, no. 4: 395–407.
8. Marjorybanks, K. 1998. „Family Background, Social and Academic Capital, and Adolescents' Aspirations: A Mediational Analysis." Social Psychology of Education 2: 177–197
9. McMahon, M., Watson, M. 2005. „Occupational Information: What Children Want to Know." Journal of Career Development 31, no. 4.
10. Patton, W., A., Creed, P. 2007. „Occupational aspirations and expectations of Australian adolescents." Australian Journal of Career Development 16, no. 1: 46–59
11. Patton, W., A., Creed, P. 2007b. „The relationship between career variables and occupational aspirations/expectations for Australian high school adolescents." Journal of Career Development 34, no. 2: 127–148
12. Patton, W., A., Bartrum, D., A., Creed, P. 2004. „Gender Differences for Optimism, Self-esteem, Expectations and Goals in Predicting Career Planning and Exploration in Adolescents." International Journal for Educational and Vocational Guidance 4: 193–209.
13. Powell, D., R.; Peet, S., H. 1996. „Educational/Occupational Expectations and Aspirations: Mothers' Views of their Children's Futures.", presented at American Educational Research Association annual meeting in New York City, April 8–12.
14. Sawitri D., R., Creed P., A., Zimmer-Gembeck M., J. 2014. „Parental influences and adolescent career behavioursin a collectivist cultural setting." International Journal for Educational and Vocational Guidance 14, no. 2: 161–180.
15. Sharp, E., H., Seaman, J., Jenkins Tucker, C., Van Gundy, K., T., Rebellon, C., J., 2019. „Adolescents' Future Aspirations and Expectations in the Context of a Shifting Rural Economy." Journal of Youth and Adolescence 49: 534–548.
16. Weiss, F., Steininger, H., M. 2013. „Educational family background and the realisation of educational career intentions: participation of German upper secondary graduates in higher education over time." Higher Education 66, no. 2: 189–202.
17. International Standard Classification of Occupations ISCO-08, Structure, group definitions and correspondence tables, Volume 1, https://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/isco/docs/publication08.pdf
18. Semestrul european – fișă tematică combaterea inegalităților, https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/file_import/european-semester_thematic-factsheet_addressing-inequalities_ro.pdf, last accessed on 22 september 2020.

ČIMBENICI POVEZANI S OBITELJSKIM OKRUŽENJEM KOJI UTJEČU NA PROFESIONALNA OČEKIVANJA TINEJDŽERA

Sažetak

U ovom smo istraživanju željeli identificirati relativnu važnost određenih karakteristika obiteljskog okruženja za profesionalna očekivanja mladih jer se ta očekivanja smatraju posrednicima odnosa između roditeljskog statusa i njihovih obrazovnih i karijernih postignuća. Vjerujemo da je analiza važna jer otkriva genezu nejednakosti među pojedincima neovisno o njihovim karakteristikama/ponašanju. Na temelju sekundarne analize podataka prikupljenih od rumunjskih učenika u studiji PISA 2015, nastojali smo utvrditi koja je povezanost između neovisnih varijabli (obilježja obiteljskog okruženja, dohodak, obrazovna potpora kod kuće, zanimanje roditelja kao i veličina mjesta stanovanja) i profesionalnih očekivanja učenika (zavisna varijabla). Također smo testirali izravan utjecaj na profesionalna očekivanja svake neovisne varijable kada se ostale održavaju konstantnima.

Obrada podataka uključivala je povezivanje zavisne varijable sa svakom od neovisnih varijabli, a zatim konstrukciju višestruke hijerarhijske regresije koja je kao zavisnu varijablu imala ukupni ISEI rezultat zanimanja koja očekuju adolescenti. U regresijsku analizu prvo su kao nezavisne varijable unesene veličina mjesta stanovanja, zatim zanimanje i obrazovanje roditelja. Slijedile su varijable koje se tiču dohotka kućanstva te obrazovna podrška obitelji.

Nezavisne varijable, osim jedne, povezane su sa zavisnom i, u hijerarhijskoj višestrukoj regresiji, svaki novi skup uvedenih varijabli povećao je moć objašnjenja modela. Kontrolom neovisnih varijabli, većina onih koji su od kuće određivali obrazovnu potporu zadržala je svoj izravni statistički značajan utjecaj. Podaci sugeriraju mogućnost socijalne politike usmjerene na smanjenje ovisnosti između obiteljskog okruženja i težnji za karijerom poboljšanjem postojeće obrazovne podrške u siromašnim kućanstvima.

Ključne riječi: obiteljski obrazovni resursi, nejednake mogućnosti, profesionalna očekivanja

Željko Pavić

Nataša Krivokapić

Emma Kovačević

CULTURAL CAPITAL, EDUCATION AND HUMOUR USE

Abstract

Cultural capital is a construct with widespread use in different fields of sociological inquiry. In recent times, cultural capital has been invoked in explanations of humour tastes and preferences, with highbrow and lowbrow humour as the most common explanatory framework. In most cases, the research employed qualitative methods aimed at explaining the content and functions of the humour tastes. In this study, the authors aimed to test two interconnected research questions: (1) whether there are cross-national differences in lowbrow and highbrow humour preferences, and (2) whether lowbrow and highbrow humour preferences can explain humour stereotyping between the selected ex-Yugoslav nations. The data were collected by means of a field survey, while the research sample consisted of 611 respondents/undergraduate and graduate students from Bosnia and Herzegovina, Croatia, Montenegro and Serbia. With regard to the first research question, the results confirmed the existence of the cross-national differences in highbrow humour preference. When it comes to the second research question, highbrow humour preference was not related with the humour stereotyping. Additionally, it is determined that people with highbrow taste see humour as a way of adaptation and interpretation of the world, and do not value humour as such. In addition, the results confirm the need for the research of cross-national humour differences by employing cultural capital theoretical framework.

Keywords: Humour, cross-national-differences, cultural capital, highbrow humour, Multidimensional Sense of Humour Scale

1. INTRODUCTION

The question of humour and cross-cultural differences, such as ethnic differences, can be related to two separate situations. In the first case, there exist so-called ethnic jokes directed at specific ethnic groups. In this sense, it is possible to find certain reg-

ularities, for example, jokes that refer to lower intelligence and laziness will generally refer to groups at a lower level of economic development. On the other hand, stereotypes regarding humor are a completely different matter. One might theoretically expect that the subject/object of ethnic jokes will not be positively stereotyped when it comes to humour. But in the case of a part of the people of the former Yugoslavia this is indeed the case, as established in our previous research (Pavić and Krivokapić 2020). Namely, the results of our research revealed that some ex-Yugoslav nations, especially Bosnians, were positively stereotyped as people who are humorous, hedonistic, relaxed and essentially know how to enjoy life. On the other hand, Croats and Slovenes are widely stereotyped as non-humourous, i.e. as nations whose members do not appreciate and are not able to produce the humour of high quality. Morevoer, in Croatia (and also in Slovenia), Serbian and Bosnian humour was, and still is, often perceived as better and more successful than Croatian/Slovene, especially in the field of television and film comedy. In consequence, in our previous paper (Pavić and Krivokapić 2020) we tentatively proposed some possible theoretical explanations of the above mentioned findings, having in mind that our results did not reveal real differences in humour production and use. In other words, the discrepancy between the stereotypes and reality requires an explanation. The first explanation that we proposed relates to the possible real differences in the quality of television and film humour production, which might have an impact on the stereotypes creation. The second one is related to the discourse of the so-called Balkanism, i.e. the positive stereotyping of the Balkans as a cultural area characterized by hedonism, emotionality and *joie de vivre*. The third explanation, which is primarily tested in this paper, is related to the possible differences in the *type* of humour that is enjoyed in these countries. Namely, as shown later, the differences in preference towards highbrow/lowbrow cultural capital might be able to explain the existing stereotypes.

2. HUMOR AND CULTURAL CAPITAL

Cultural capital is a concept widely employed in various sociological fields, mostly in education (for instance, see Pavić and Vukelić 2009; Pavić and Đukić 2016). In essence, its basic proposition is that there is a hierarchical ordering of cultural forms that can be connected to the class differences, with class differences and cultural differences reinforcing and confirming each other (Bourdieu and Passeron 1977; Bourdieu 1979). However, the concept has widened its theoretical scope, and the idea emerged that cultural capital can be employed to explain the differences in social production, use and understanding of humour, and, as we aim to explain, their social consequences. As shown by Friedman (2014) on an example of earlier (up to 1980s) cultural status of comedy in the British

society, comedy is traditionally considered as an inferior cultural form, i.e. it formed a part of mass culture due to its alleged stereotypical character and obscenity. According to this perception, which stems from Aristotle's poetics, comedy does not consider deep philosophical questions and the questions of human destiny and its place in the world, but is engaged with shallow ridicule aimed at suitable persons (weak, ugly, etc.). At times, there were philosophical efforts to distinguish between unworthy humour, which is derisive and aggressive, from the humour that has higher moral and intellectual underpinnings and therefore is worthy of pursuing. For instance, so-called incongruity theory of humor had been formulated in the eighteenth century in order to delineate humor that is superior and thus suited for gentlemanly conversations, as opposed to the carnivalesque humor of the lower classes that is based of the mere ridicule and mockery (Billig 2005). Following this line of thought, Sam Friedman and Giselinde Kuipers in several papers (Kuipers 2006; 2010; 2011; Friedman and Kuipers 2013), drawing on Bourdieu's notion of cultural capital (1979), posited the existence of highbrow and lowbrow comedy taste which is class-based and patterned. In their view, highbrow comedy is more sarcastic and ironic, intertextual, and often contains social commentary and black comedy undertones. Highbrow comedy is thus enjoyed for the reasons that surpass humor, it has to be multilayered, intellectually challenging and socially important. On the other hand, lowbrow comedy is straightforward, predictable, and enjoyed for the pure humor and relaxation. Kuipers also noted that less-educated persons do not understand highbrow comedy, while high-educated persons do understand lowbrow comedy, but dismiss it on the grounds of its low quality. Claessens and Dhoest (2010) confirmed Kuipers' notions by means of interviews on a small sample of respondents from Flanders (Belgium). However, they also note that respondents with higher education have an omnivorous taste (Peterson and Kern 1996) in comedy, appreciating highbrow, middlebrow and lowbrow comedy for different reasons. This classification is similar with an empirically-driven classification of humor (jokes and cartoons) delineated by Ruch (1992) and Ruch and Forabosco (1996) that shows that both structure and content of humor are important when considering humor types. With regard to structure, humor can be classified into incongruity-resolution humor and nonsense humor, which bears a strong similarity to highbrow-lowbrow classification.

Bearing in mind aforementioned stereotypes and self-stereotypes about humour and comedy between ex-Yu nations, our starting point was an idea that was posited on several occasions by several Croatian film and television critics, writers and actors in newspapers articles and interviews.[1] In essence they suggested that humor stereotypes

[1] For example, see Nenad Polimac: Where the Croatian humor gone? Jutarnji list, 5th of March 2012.; Zrinka Pavlić, Ilinčić's guests diagnozed Croatian humor, https://www.tportal.hr/magazin/clanak/ilincicevi-gosti-postavili-dijagnozu-hrvatskom-humoru-20150207 (accessed on 13 of April 2020).

might be attributed to the differences in the humor quality, especially when it comes to television and film comedy. Namely, in their view, Serbian and Bosnian comedy might be more successful precisely because it has lower quality, and not otherwise. Therefore, the stereotyping might be the result of the mainstream appreciation of comedy, which might be dominated by lower-class tastes. If this should be the case, then the stereotypes should be more often held by persons with the less sophisticated sense of humor, while the persons with higher level of humor cultural capital would not demonstrate such stereotypes.

With that in mind, we aimed to explore the following research questions:

1. Are there any differences between ex-Yu nations regarding preferences towards highbrow / lowbrow humour?
2. Are the preferences for highbrow/lowbrow humour connected with humour stereotyping with regard to other nations?

3. METHODS AND SAMPLING

In trying to explain the functions of humour and laughter, Vaid (2002) distinguishes between psychological, social/anthropological, metaphysical and evolutionary theories. Psychological theories try to explain psychological benefits of humour. For example, Freud posited that humour serves as a mechanism for expressing socially undesirable impulses and behaviors. Social/anthropological theories emphasize its benefits for maintainingg group cohesion or its subversive manifestations in case when humour is challenging the existing social order. Metaphysical theories usually put humour in the context of mastering human suffering. Evolutionary theories analyze evolutionary benefits of humour, such as temporary disabling in order to consider behavioral alternatives, social learning, status manipulation (resource control), vocal grooming, or mating selection that follows from an association of humor with intelligence and creativity.

With that in mind, we can conclude that humour is a very complex phenomenon, with various potential approaches to its measurement. Some of the validated measurement scales used in hitherto research are Sense of Humor Questionnaire – SHQ (SVEBAK 1974; Svebak 1996; 2010), Situational Humor Response Questionnaire and Humor Styles Questionnaire – HSQ (Martin et al., 2003). In our research, we used the so-called Multidimensional Sense of Humor Scale – MSHS, created by Thorson and Powell (1993). The scale comprises four sub-scales, validated in previous similar studies in culturally diverse countries (Thorson and Powell 1993; Alonso-Rodriguez et al. 2006; Ho, Chik, and Thorson 2008; Boyle and Joss-Reid 2004; Sousa et al. 2017). In the current study, the scale also had four sub-scales which are highly reliable (Cronbach's alpha range from 0.77 to 0.91).

Highbrow humour preference was measured by using an ad-hoc scale that consists of six Likert-type statements with five levels of agreement. Examples of statements are „I enjoy black humour" and „First and foremost I expect that humour relaxes me" (reversed). All items are added to form a summative scale (min = 7, max = 28, mean = 15,47). The scale has an acceptable realiability (Cronbach's alpha = 0.70). Humour stereotypes were also measured using ad-hoc questions.

The sample used in the research consists of university students from four faculties of humanities and social sciences in Bosnia and Herzegovina (University of Tuzla), Croatia (Josip Juraj Strossmayer University of Osijek), Montenegro (University of Montenegro) and Serbia (University of Niš). The sample consists of 611 respondents with valid answers, with almost the same number from all four countries. A detailed description of the sample and the data collection methods can be found in Pavić and Krivokapić (2020).

4. RESULTS

First, we have tried to establish which of the predictor variables – gender, country of residence, and MSHS sub-scales – are related to the appreciation of highbrow humour. The results of the first model (gender and country of residence) are presented in the following table. We can conclude that respondents from all three countries prefer highbrow humor less than the Croatian respondents. For instance, respondents from Bosnia and Herzegovina have on average 0.82 points lower result on the highbrow scale than respondents from Croatia (the standardized coefficient amounts to 0.10). We can also observe that women had on average 2.10 points lower result than men.

Table 1. Linear regression – appreciation of highbrow humour as the criterion variable (model 1)

Model	**B**	**St. error**	**β**	**t**	**Sig.**
Constant	19.99	0.68		29.46	0.00
Gender*	-2.10	0.34	-0.25	-6.27	0.00
Bosnia and Herzegovina**	-0.82	0.41	-0.10	-1.97	0.04
Montenegro**	-1.60	0.42	-0.18	-3.78	0.00
Serbia**	-1.01	0.42	-0.12	-2.41	0.02

R2= 0.07; * - male as the reference category; ** Croats as the reference category.

In the second model, the additional predictors, i.e. sub-scales of the MSHS are added. We can note that adaptive humour and humour appreciation are significant predic-

tors, i.e. the persons who use humour for adaptive purposes more often enjoy highbrow humour. On the other hand, persons who enjoy humour as such (for instance, like telling and hearing jokes) are less prone to prefer highbrow humour. The coefficients of other predictors remain very similar as in the first model.

Table 2. Linear regression – appreciation of highbrow humour as the criterion variable (model 2)

Model	**B**	**St. error**	**β**	**t**	**Sig.**
Constant	19.97	0.68		29.46	0.00
Gender*	-2.06	0.33	-0.24	-6.25	0.00
Bosnia and Herzegovina**	-0.91	0.42	-0.11	-2.22	0.03
Montenegro**	-1.71	0.43	-0.20	-3.99	0.00
Serbia**	-1.06	0.41	-0.12	-2.57	0.01
Social production and use of humour	0.01	0.02	0.02	0.39	0.70
Adaptive humour	0.18	0.04	0.22	4.11	0.00
Humour appreciation	-0.36	0.11	-0.16	-3.24	0.00
Negative attitudes towards humour	0.12	0.06	0.08	2.01	0.05

R2= 0.10; * - male as the reference category; ** Croats as the reference category.

In the following table the results of the linear regression with the perception of humour production of Croats as the criterion variable are presented. It can be noted that all nations rate the level of humour production in Croatia much lower than the Croats themselves, which is not very surprising.

Table 3. Linear regression – perception of the humouresness of Croats as the criterion variable (model 1)

Model	**B**	**St. error**	**β**	**t**	**Sig.**
Constant	3.78	0.21	-	18.19	0.00
Gender*	-0.04	0.10	-0.02	-0.39	0.70
Bosnia and Herzegovina**	-0.58	0.13	-0.22	-4.56	0.00
Montenegro**	-0.93	0.13	-0.35	-7.18	0.00
Serbia**	-0.76	0.13	-0.28	-5.97	0.00

R2= 0.08; * - male as the reference category; ** Croats as the reference category.

In the second model possible causal factors that explain the perception of humoursness of Croats, the dimensions from the MSHS, as well as preference towards highbrow humour, are added as the predictor variables. We can see that none of the additional predictors is related to the perception of humouresness of Croats.

Table 4. Linear regression – perception of the humouresness of Croats as the criterion variable (model 2)

Model	B	St. error	β	t	Sig.
Constant	3.64	0.56	-	6.47	0.00
Gender*	-0.08	0.11	-0.03	-0.72	0.48
Bosnia and Herzegovina**	-0.62	0.13	-0.23	-4.78	0.00
Montenegro**	-0.96	0.14	-0.36	-7.06	0.00
Serbia**	-0.79	0.13	-0.29	-6.08	0.00
Social production and use of humour	0.00	0.01	0.01	0.49	0.62
Adaptive humour	0.02	0.01	0.07	1.27	0.24
Humour appreciation	-0.00	0.02	-0.00	-0.15	0.88
Negative attitudes towards humour	-0.01	0.02	-0.01	-0.28	0.78
Preference of highbrow humour	-0.02	0.01	-0.06	-1.42	0.16

R2= 0.09; * - male as the reference category; ** Croats as the reference category.

5. CONCLUSIONS AND LIMITATIONS

As outlined in the introductory section, in this paper we set out to explore the so-called cultural capital hypothesis that might be an explanation of the established humour stereotypes between some ex-Yugoslav nations. In other words, the hypothesis states that the stereotypes have some grounding in the reality, i.e. that they stem from the differences in humour preferences. Consequently, preferences towards highbrow humour might explain why the participants from other countries show pronounced negative stereotypes towards Croats. The first part of our analysis showed that indeed there are some differences between the countries with regard to highbrow humour preferences. Namely, it can be tentatively concluded that there might be some differences in humour taste which lead to a case of cultural misunderstanding and the stereotypes in the cultural field of humor. However, the other part of our analysis revealed that none of the sub-scales of the Multidimensional Sense of Humor Scale, as well as highbrow humour preference, are not significant predictors of humour stereotyping towards Croats. Therefore, the second part of the analysis does not support the aforementioned cultural capital hypothesis.

Bearing in mind the results, as well as results present in our previous paper (Pavić and Krivokapić 2020), we can conclude that there exist significant humour stereotyping between ex-Yugoslav nations, with Croats and Slovenes mainly being stereotyped

as non-humourous (that is, not being able to produce humour of high quality), and Bosnians stereotyped as very humourous. These stereotypes are not founded in reality, bearing in mind that we did not establish any differences in humour appreciation and production between the countries from our sample. As for the stereotypes, we proposed several hypothesis and tried to test one of them, the so-called cultural capital hypothesis, in this paper. The results lend only partial support to the hypothesis, thus calling for further studies of this interesting phenomenon. More generally, the future research is needed which should be aimed to explain humour stereotyping between the nations, and to propose more general theoretical explanations of the stereotypes.

References

1. Alonso-Rodriguez, M. C., B. Carbelo-Baquero, James A. Thorson, and C. Valero-Garces. 2006. "A Study of Sense of Humor in Spanish and American Samples." North American Journal of Psychology 8, no. 3: 447–54. http://www.freepatentsonline.com/article/North-American-Journal-Psychology/159922585.html.
2. Billig, Michael. 2005. Laughter and Ridicule: Towards a Social Critique of Humour. Laughter and Ridicule: Towards a Social Critique of Humour. London: Sage Publications. https://doi.org/10.4135/9781446211779.
3. Bourdieu, Pierre; Passeron, Jean-Claude. 1977. «Reproduction in Education, Society and Culture.» Comparative Education. Vol. 14. Beverly Hills: Sage Publications. https://doi.org/10.1080/0305006780140109.
4. Bourdieu, Pierre. 1979. La Distinction: Critique Sociale Du Judgement. SubStance. Vol. 12. Paris: Editions de minuit. https://doi.org/10.2307/3684493.
5. Boyle, Gregory J., and Jeanne M. Joss-Reid. 2004. "Relationship of Humour to Health: A Psychometric Investigation." British Journal of Health Psychology 9, no. 1: 51–66. https://doi.org/10.1348/135910704322778722.
6. Claessens, Nathalie; Dhoest, Alexander. 2010. "Comedy Taste: Highbrow/Lowbrow Comedy and Cultural Capital." Participations: Journal of Audience & Reception Studies 7, no. 1: 49–72.
7. Friedman, Sam. 2014. "The Hidden Tastemakers: Comedy Scouts as Cultural Brokers at the Edinburgh Festival Fringe." Poetics 44: 22–41. https://doi.org/10.1016/j.poetic.2014.04.002.
8. Friedman, Sam, and Giselinde Kuipers. 2013. "The Divisive Power of Humour: Comedy, Taste and Symbolic Boundaries." Cultural Sociology 7, no. 2: 179–95. https://doi.org/10.1177/1749975513477405.
9. Ho, Sammy K., Maria P.Y. Chik, and James A. Thorson. 2008. "Psychometric Study of a Chinese Version of the Multidimensional Sense of Humor Scale." North American Journal of Psychology 10, no. 2: 425–34.

10. Kuipers, Giselinde. 2006. "Television and Taste Hierarchy: The Case of Dutch Television Comedy." Media, Culture and Society 28, no. 3: 359–78. https://doi.org/10.1177/0163443706062884.
11. Kuipers, Giselinde. 2010. "Humor Styles and Symbolic Boundaries." Journal of Literary Theory 3, no. 2: https://doi.org/10.1515/jlt.2009.013.
12. Kuipers, Giselinde. 2011. Good Humor, Bad Taste: A Sociology of the Joke. Good Humor, Bad Taste: A Sociology of the Joke. Berlin: Mouton de Gruyter. https://doi.org/10.2307/20487670.
13. Pavić, Željko, and Krunoslav Vukelić. 2009. "Socijalno podrijetlo i obrazovne nejednakosti: istraživanje na primjeru osječkih studenata i srednjoškolaca." Revija za sociologiju 39–40, no. 1–2: 53–70.
14. Pavić, Željko, and Marina Đukić. 2016. "Cultural Capital and Educational Outcomes in Croatia: A Contextual Approach." Sociologia (Slovakia) 48, no. 6: 601–21.
15. Pavić, Željko, and Nataša Krivokapić. 2020. "Humour and Ex-Yugoslav Nations: Is There Any Truth in the Stereotypes?" European Journal of Humour Research 8, no. 1: 112–29. https://doi.org/10.7592/EJHR2020.8.1.PAVIC.
16. Peterson, Richard A., and Roger M. Kern. 1996. "Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore." American Sociological Review 61, no. 5: 900–907. https://doi.org/10.2307/2096460.
17. Ruch, Willibald. 1992. "Assessment of Appreciation of Humor: Studies with the 3 WD Humor Test." Advances in Personality Assessment 9:27–75.
18. Ruch, Willibald, and Giovannantonio Forabosco. 1996. "A Cross-Cultural Study of Humor Appreciation: Italy and Germany." Humor 9, no. 1: 1–18. https://doi.org/10.1515/humr.1996.9.1.1.
19. Sousa, Luis M.M., Cristina M.A. Marques-Vieira, Sandy S.P. Severino, Juan L. Pozo-Rosado, Ana Vanessa Antunes, and Helena M.G. José. 2017. "Validation of the Multidimensional Sense of Humor Scale in People with Chronic Kidney Disease." Journal of Nursing Education and Practice 8, no. 3. https://doi.org/10.5430/jnep.v8n3p72.
20. Svebak, Sven. 1974. "A Theory of Sense of Humor." Scandinavian Journal of Psychology 15, no. 1: 99–107. https://doi.org/10.1111/j.1467-9450.1974.tb00561.x.
21. Svebak, Sven. 1996. "The Development of the Sense of Humor Questionnaire: From SHQ to SHQ-6." Humor 9, no. 3: 341–61. https://doi.org/10.1515/humr.1996.9.3-4.341.
22. Svebak, Sven.. 2010. "The Sense of Humor Questionnaire: Conceptualization and Review of 40 Years of Findings in Empirical Research." Europe's Journal of Psychology 6, no. 3. https://doi.org/10.5964/ejop.v6i3.218.
23. Thorson, James A., and F. C. Powell. 1993. "Development and Validation of a Multidimensional Sense of Humor Scale." Journal of Clinical Psychology 49, no. 1: 13–23. https://doi.org/10.1002/1097-4679(199301)49:1<13::AID-JCLP2270490103>3.0.CO;2-S.
24. Vaid, Jyotsna. 2002. "Humor and Laughter." In: Encyclopedia of the Human Brain, 505–16.

KULTURNI KAPITAL, OBRAZOVANJE I UPOTREBA HUMORA: ISTRAŽIVANJE MEĐUNACIONALNIH POSLJEDICA PREFERENCIJA *HIGHBROW* I *LOWBROW* HUMORA

Sažetak

Kulturni kapital konstrukt je sa širokom primjenom u različitim poljima sociooloških istraživanja. U novije se vrijeme kulturni kapital upotrebljavao pri objašnjenju ukusa i preferencija humora, s *highbrow* i *lowbrow* humorom kao najčešćim okvirom objašnjenja. U većini slučajeva u istraživanjima se upotrebljavalo kvalitativne metode usmjerene na objašnjavanje sadržaja i funkcija ukusa kada je humor u pitanju. U ovom istraživanju autori testiraju dva međusobno povezana istraživačka pitanja: (1) postoje li rodne i međunacionalne razlike u preferencijama vrsta humora i (2) jesu li preferencije vrste humora povezane s dimenzijama takozvane Multidimenzionalne ljestvice smisla za humor (MSHS), tj. s društvenom produkcijom i uporabom humora, adaptivnim humorom, uvažavanjem humora i stavovima prema humoru. Podaci su prikupljeni terenskim istraživanjem, a istraživački uzorak istraživanja činilo je 611 ispitanika/studenata preddiplomskih i diplomskih studija iz Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Crne Gore i Srbije. Što se tiče prvog istraživačkog pitanja, rezultati su potvrdili postojanje rodnih i međunacionalnih razlika. Kada je riječ o drugom istraživačkom pitanju, preferencije *highbrow* humora bile su povezane s adaptivnim humorom, dok su sklonosti prema *lowbrow* humoru bile povezane s uvažavanjem humora. Opći je zaključak da ljudi sa sofisticiranim ukusom vide humor kao način prilagodbe i interpretacije svijeta i ne cijene humor kao takav. Osim toga, rezultati potvrđuju potrebu za istraživanjem transnacionalnih razlika u humoru koristeći se teorijskim okvirom kulturnog kapitala.

Ključne riječi: humor, međunacionalne razlike, kulturni kapital, *highbrow* humor, Multidimenzionalna ljestvica smisla za humor

Marica Petrović
Dejan Janković
Marina Novakov

IDENTITETI RURALNOSTI U SAMO/ PERCEPCIJI MLADIH

Sažetak

Socijalni i prostorni identiteti formiraju se odrastanjem i životom u jednoj zajednici. Prostorni samo/identiteti mladih ljudi u velikoj meri povezani su sa njihovim migracionim preferencijama. U svetlu postmodernih koncepcija individualnosti, u radu se posmatra uticaj i jačina kolektivnih prostornih identiteta. Percepcija objektivnih karakteristika ruralnih oblasti u kojima mladi žive, zavisi sa jedne strane od njihovih individualnih karakteristika a delom su determinisane politikama koje se sprovode na nacionalnom i/ili lokalnom nivou i stepenom razvijenosti tih oblasti. Analiza percepcije atraktivnosti područja u kojima mladi ljudi žive, u radu se vrši na osnovu rezultata polustandardizovanih intervjua sa 500 mladih ljudi iz ruralnih zajednica R. Srbije. Rezultati sprovedenog istraživanja pokazuju da kvalitet međuljudskih odnosa, ukorenjenost u lokalnu zajednicu, sigurnost koju pruža dom i porodica, bliski prijatelji iz detinjstva kao i identitet koji je povezan sa poreklom, imaju znatno veći uticaj u kreiranju identiteta ruralnosti u odnosu na ostale parametre kvaliteta života u zajednici.

Ključne reči: ruralnost, identiteti, percepcija atraktivnosti, mladi iz ruralnih zajednica, migracione preferencije

1. UVOD

Pecipirajući svoju sredinu i zajednicu kao manje ili više atraktivnu u ekonomskom, socijalnom i/ili ekološkom smislu, mladi ljudi je ocenjuju kao manje ili više pogodnu za život. U tom smislu prostorni samo/identiteti mladih ljudi u velikoj meri povezani su sa njihovim migracionim preferencijama bilo da se radi o urbanoj ili ruralnoj sredini.

Uticaj i jačina kolektivnih prostornih identiteta u radu se posmatra u svetlu postmodernih koncepcija individualnosti. Savremeno društvo preživljava strukturalne promene koje su očigledne u sferi prostornih i vremenskih dimenzija, u smislu da se prostor percipira širim a vreme kraćim, pa tako prostorne granice sve manje imaju značaja u mogućc-

nostima i intenzitetu komunikacije, naročito kod mlađih ljudi koji su se rodili i odrastali u novim i promenjenim društvenim okolnostima. Prostorni identiteti u tom smislu gube na značaju samoodređenja i identiteta, kao što gube na jačini kolektivni naspram individualnih identiteta. Ruralna područja su specifična u tome što se pretpostavlja da su u njoj snažniji prostorni identiteti i percepcije pogotovu kod mladih ljudi koji se bave poljoprivrednom proizvodnjom. Ali i pored toga, svedoci smo velikih migracija na relaciji selo grad koje traju decenijama nepromenjenim intenzitetom.

Migracije mladih ljudi generalno su jedan od najvećih problema ruralnih područja svuda u svetu. I bogatije zemlje koje ulažu više od Srbije u kreiranje raznih programa podrške za mlade i politike koja bi bila u funkciji ostanka mladih u selima ne dobijaju adekvatne rezultate. Dženš, (Jentsch 2006), smatra da je prilikom kreiranja takvih programa velika greška posmatrati mlade kao ranjive i bespomoćne, već radije kao kompetentne građane koji bi trebalo da preuzmu bilo kakve odgovornosti u svojim zajednicama. Prema ovoj autorki neophodna je participacija mladih u lokalnoj vlasti sa kojom treba da se identifikuje (Jentsch 2006, 237). Određena istraživanja ruralne omladine Evrope pokazala su da su mladi ljudi nezadovoljni institucionalnim okvirom koji sprovodi participaciju mladih. Omladinske organizacije nisu dobro prihvaćene jer ne odgovaraju aspiracijama i kulturi mladih. Dok sa jedne strane politički analitičari upozoravaju da mladi nisu dovoljno politički svesni i aktivni, da su politički apatični i nezainteresovani za participaciju, mladi ljudi ispoljavaju određeni cinizam prema politici i smatraju je „izlizanom" (Jentsch, Shucksmith 2004, 272).

2. MATERIJAL I METODE

Analiza percepcije atraktivnosti područja u kojima mladi ljudi žive, u radu se vrši na osnovu empirijskih podataka prikupljenih u istraživanju: „Mladi u selu – potrebe, aspiracije i problemi". Istraživanje je obavljeno u deset seoskih naselja Republike Srbije, sa područja AP Vojvodine, koja su uzorkovana s obzirom na teritorijalni raspored i razvijenost opština kojima pripadaju, kao i prema broju stanovnika. Uzorkom je obuhvaćeno 50 ispitanika starosti od 18 do 29 godina iz svakog odabranog seoskog naselja, ukupno 500 ispitanika. Podaci su prikupljeni polustandardizovanim intervjuom čija osnova sadrži ukupno 107 pitanja.[1] Prikupljeni podaci analiziraju se primenom odgovarajućih statističkih metoda.

[1] Autor istraživanja je Marica Petrović.

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Rezultati sprovedenog empirijskog istraživanja pokazuju da mladi ljudi u najvećem broju slučajeva od rođenja žive u svom selu (njih 385, odnosno, 77%). Utvrđeno je postojanje statistički značajne veze života u seoskom naselju od samog rođenja sa polom (p=.001, C=.154), i godinom starosti (p=.030, C=.133). Rodno posmatrano, ispitanici koji od rođenja žive u uzorkom obuhvaćenim selima su u 83% slučajeva muškarci, odnosno 60% onih koji ne žive od rođenja u datim naseljima su žene. To nam ukazuje da su imigracije velikim delom zasluga udaje i promene mesta prebivališta. Posmatrano prema godinama starosti, gotovo ½ doseljenih ispitanika nalazi se u starosnoj kategoriji 27-29 godina, (47%), što opet sa jedne strane upućuje na doseljavanje zbog udaje ali i na doseljavanje prouzrokovano ratovima na prostorima bivše Jugoslavije.

Među *razlozima doseljavanja* u seoska naselja obuhvaćena uzorkom, dominiraju dva razloga. Pre svega, doseljavanja zbog ratnih dešavanja na prostorima bivše SFRJ, u 37.7% slučajeva i na drugom mestu po učestalosti je udaja/ženidba u 21.8% slučajeva. Osim ovih izdvojila su se još dva razloga podjednako zastupljena. To su doseljavanja sa porodicom iz finansijskih razloga i doseljavanje sa roditeljima zbog njihovog posla u 12.2% slučajeva. Pored ovih javili su se i sledeći razlozi imigriranja: doseljavanje sa roditeljima zbog stambenih razloga, povratak sa roditeljima iz inostranstva, zaposlenje, smrt roditelja, razvod roditelja. I kod razloga imigriranja utvrđena je statistički značajna veza sa polom (p=.000, C=.284), pre svega zbog udaje, zatim sa godinama starosti (p=.005, C=.300), gde je kao i malopre, najveće učešće starosne kategorije 27-29.

Mladi sa kojima je obavljeno istraživanje u najvećem broju slučajeva doselili su se iz nekog grada, (opštinskog centra) u APV, (34.2%), zatim iz Hrvatske (25.4%), nekog drugog sela u Vojvodini (17.5%), kao i Bosne i Hercegovine (11.4%). Od ostalih područja javili su se i grad (opštinski centar) u Centralnoj Srbiji kod osmoro ispitanika, inostranstvo kod četvoro i jedan ispitanik je naveo da se sa porodicom doselio sa Kosova i Metohije. I ovde je ustanovljena statistički značajna veza sa polom (p=.006, C=.195), godinama starosti (p=.013, C=.266), kao i seoskim naseljem (p=.000, C=.469). Posmatrano prema polu žene su zastupljenije u imigracijama iz nekog drugog mesta Vojvodine, što implicira na doseljenje zbog udaje. Takođe, oni ispitanici koji su u najvećem broju doseljeni sa područja Vojvodine pripadaju starosnoj kategoriji 27-29, što opet upućuje na doseljavanje zbog udaje.

Dakle, ispitanici u najvećem broju slučajeva od rođenja žive u ispitivanim seoskim naseljima. Imigracije su izraženije kod ženskog pola uzrasne kategorije 27-29 godina, što ukazuje na doseljavanje radi udaje.

Na pitanje *da li bi se preselili iz sela u kome sada žive u grad*, ukoliko bi za to imali mogućnosti, nešto više od ½ ispitanika, (262, odnosno 52.4%), je odgovorilo potvrdno, a 191, odnosno 38.2% to ne bi učinilo.

Ispitana je statistička povezanost sa polom i godinama i utvrđeno je da ne postoji statistički značajna veza emigracionih preferencija i godina starosti. Ova veza je utvrđena jedino sa polom (p=.000, C=.214), gde su se žene pokazale sklonije emigracijama (što je korespondentno sa podacima zvanične statistike). Od ukupnog broja ispitanika koji su naveli da bi se odselili u grad ukoliko bi za to imali mogućnosti, 56% je ženskog pola.

U odgovorima ispitanika na pitanje o emigracionim preferencijama, kod ispitanika koji bi se odselili u grad, vidimo da se grad percipira kao prostran, mesto većih mogućnosti, čak i kao mesto ostvarenje snova, kako navodi jedna ispitanica, a selo kao usko, klaustrofobično, skučeno:

> *Preselio bih se u grad radi više mogućnosti za edukaciju, napredovanje, bavljenje sportom, dostupnosti kulturnih i komercijalnih objekata, itd. (m., 21-23, policajac).*
>
> *Da, smatram da u gradu ima mnogo više mogućnosti i da se mogu ostvariti svoji snovi (ž., 18-20, studentkinja).*
>
> *Da, naravno. Najviše zbog kulturnih dešavanja, cirkulisanja, upoznavanja novih ljudi, (i mogućih poslovnih kontakata), zbog „širine", postojanja više mogućnosti (ž., 24-26, student).*

Brojni su faktori koji iz grada privlače populaciju iz seoskih naselja (tzv. *pull* faktori): bolji izgledi za egzistenciju, veća ponuda radnih mesta, raznovrsnije mogućnosti za rad, viši nivo zarade, bolje prilike za uspeh, ponuda lakšeg rada, bolji izgledi za karijeru, anonimnost, pluralizam obrazaca ponašanja, mogućnosti zarade za žene, bolje obrazovne institucije, stimulativna duhovna/intelektualna atmosfera, raznovrsnost ponašanja, bolji uslovi za stanovanje, raznovrsna ponuda roba i usluga, zadovoljavajuće javne usluge, mogućnost participacije u političkom životu, viši društveni status (Planck und Ziche 1979, prema: Janković, Novakov, 2012).

Odbijajući strukturalni faktori koji se nalaze u selu (tzv. *push* faktori) su: manjak (obradivog) zemljišta, (prikrivena) nezaposlenost, manjak kvalifikovanih radnih mesta, niski prihodi i nivo zarade, loši uslovi rada, nemogućnost napredovanja, socijalna kontrola i zavisnost, ograničene mogućnosti zasnivanja porodice, ograničene mogućnosti obrazovanja, nezadovoljavajuća kulturna ponuda, monotonija i dosada, nedovoljno bogata ponuda roba i usluga, neadekvatne javne usluge, politička izolacija, nizak društveni status (Isto).

Sa druge strane oni koji nisu za preseljenje selo doživljavaju kao mesto veće slobode, čistije i mirnije:

Ne, ne želim da odgajam decu u gradu gde ne mogu da se igraju napolju na miru, ne smeju da idu sami nigde, zagađen je vazduh... (ž., 27-29, domaćica).

Ne, nikad se ne bih preselio u grad. Zato što u selu imam bolje uslove za život, ja sam svoj gazda (m., 21-23, poljoprivrednik).

Ne verujem. Grad mi je i onako blizu. Imam trenutno sve prednosti grada i sela zajedno u isto vreme (m., 27-29, radnik).

Život u manjoj sredini je manje stresan i jeftiniji, tako da bih u slučaju da dođem u situaciju da biram, dobro razmislila šta da uradim. Trenutno ne razmišljam o tome (ž., 21-23, studentkinja).

Dilić je u istraživanju migracionih preferencija mladih još 1975. godine, kao osnovni motiv prostorne stabilizacije takođe navodio psihološku privrženost mladih svome selu, vezanost za porodicu i prijatelje. Sa druge strane, osnovni motivi planiranih migracija bili su povezani sa traženjem radnih mesta, promenom zanimanja i školovanjem (Dilić, 1975).

Pitanje emigracionih preferencija mladih veoma je značajno razvojno pitanje, bilo da posmatramo relacije selo-grad ili odlazak u inostranstvo koje je sve češća pojava kod mladih (Mojić, Petrović, 2013). Ovi autori istraživali su emigracije u inostranstvo i njihovi rezultati pokazuju da je emigraciono razmišljanje i delanje izraz nepoverenja mladih u legitimnost društvenog poretka i njihovu neuspešnu integraciju u društvo. Najjači prediktor razmišljanju o emigracijama predstavlja prethodno iskustvo sa migracijama. Zatim bračni status, gde oni koji su u braku ređe razmišljaju o odlasku, kao i mesto stalnog boravka, gde su se mladi iz grada pokazali skloniji emigraciji od mladih iz sela. Pored ovih faktora bitni su i ukupno socijalno zadovoljstvo, radni i porodični status. Zanimljivo je da nema razlike u migracionim preferencijama prema obrazovanju, polu i starosti (Mojić, Petrović 2013, 241–242).

Janković i Novakov (2012) naglašavaju da je veoma važno da se kao mogući uticaji na donošenje odluka o migracijama, pored određenih push i pull faktora, uzmu u obzir i razumevanje njihovih međusobnih odnosa kao i specifičan kontekst određene geografske sredine (lokalne zajednice, regiona) i individua (ali i njihovog domaćinstva).

Janković i Novakov polazeći od drugih istraživanja i teorijskih pristupa, takođe, navode dva moguća pristupa u proučavanju migracija mladih sa sela. Jedan polazi od pretpostavke da se o mladima iz ruralnih sredina može govoriti kao o specifičnoj društvenoj grupi koja se suočava sa strukturalnim faktorima, mnogo više nego mladi u gradovima. Prema drugom stanovištu mladi iz ruralnih i urbanih sredina imaju slične potrebe pa ne treba stavljati naglasak na mlade, već na lokalne seoske zajednice iz kojih oni dolaze, koje uglavnom imaju ograničavajuće strukturalne faktore koji utiču na individualno motivacione faktore za migracijom. Važno je obratiti pažnju na socijalni i prostorni identitet koji se formira životom u lokalnim seoskim zajednicama, s obzirom na to da se mladim

ljudima identitet ili pripisuje/izvodi iz porodica iz kojih potiču, ili je rezultat pregovora između njih i drugih (Janković, Novakov 2012, 218–219).

Na pitanje šta u svom selu najviše vole, mladi iz uzorkom obuhvaćenih sela u najvećem broju slučajeva (132, tj. 26.4% ispitanika) navode da vole svoje prijatelje i rodbinu, odnosno, ljude koji tu žive. Po učestalosti zatim sledi čist vazduh i miran život (84, odnosno 16.8%), a na trećem mestu su porodica i kuća (67, odnosno 13.4%). Četvrti odgovor ispitanika po učestalosti je da u svom selu ne vole ništa, kako navodi 46, tj. 9.2% mladih. Na petom mestu je reka, kako smatra 44, odnosno 8.8%. Ostali odgovori, navedeni prema učestalosti: tišina, priroda, sve, kafana, sportski klubovi/tereni, tradicija/istorija, sloboda, zemlja/zemljoradnja, blizina grada, jeftin život, dobre saobraćajne veze. Primenom χ^2 testa utvrđena je statistički značajna veza ovog pitanja sa seoskim naseljima ispitanika p=.000, a koeficijent kontingencija ukazuje na to da je reč o jakoj vezi C=.634. Navodimo neke od odgovora ispitanika:

> *Mir. Sloboda. Miris lipe. Obala reke. Ljudi iz okruženja (m., 24-26, student).*
>
> *Mir, tišina, zelenilo, priroda, slobodan prostor (m., 21-23, policajac).*
> *Moje prijatelje, ambicioznost sela i želju ljudi za napredak sela (m., 21-23, privatni preduzetnik).*
> *Što je dobro povezan sa velikim centrima, što ima vrtić, a ima i gde da se izađe (ž., 27-29, frizerka).*
> *Tisu i stil života. (ž., 21-23, studentkinja).*
> *Najviše volim svoju porodicu i svoje prijatelje i svoje selo (m., 21-23, poljoprivrednik (srednja poljoprivredna).*
> *Volim sve, čak i vazduh koji udišem (ž., 24-26, domaćica).*
> *Ognjište (m., 27-29, alatničar).*
> *Volim zemljoradnju (m., 18-20, učenik-poljoprivrednik).*
>
> *Volim most i reku pored sela, par seoskih napuštenih pasa lutalica.... (m. 27-29, nezaposlen).*

Najviše ih vezuje za selo porodica i kuća, kako je odgovorilo 136, odnosno 27.2% ispitanika, zatim porodica i prijatelji (111, tj. 22.2%). Na trećem mestu po učestalosti sledi odgovor da su to ljudi koji u njemu žive kako navodi ⅕ ispitanika (20%).

Prva tri mesta po učestalosti dominiraju nad ostalim odgovorima, pa se tako može zaključiti da mlade za njihovo selo vezuju u 69.4% slučajeva bliski ljudi, kako članovi porodice, tako i prijatelji, rodbina, komšije, što implicira na zaključak da kvalitet međuljudskih odnosa, ukorenjenost u lokalnu zajednicu, sigurnost koju pruža dom i porodica, bliski prijatelji iz detinjstva kao i identitet koji je povezan sa poreklom, imaju znatno veći uticaj u odnosu na ostale parametre kvaliteta života u čemu možda leži odgovor na pitanje zbog čega neki ljudi nemaju potrebe za odlaskom iz sela.

U prilog ovome ide podatak da se na četvrtom mestu po učestalosti nalazi detinjstvo, kako navodi 37 ispitanika (7.4%). Na petom mestu po učestalosti nalazi se odgovor da ih za njihovo selo ništa ne vezuje kako navodi 33 mladih tj. 6.6%. Od ostalih odgovora zastupljeni su i: da ih vezuje sve, imanje, priroda, tradicija/istorija, posao, posao i porodica, sportski tereni/klubovi, grobovi roditelja.

Utvrđena je statistički značajna veza sa polom (p=.000, C=.252), gde se pokazalo da žene u većem broju slučajeva za selo vezuju porodica i kuća, kao i da ih u većem broju slučajeva u odnosu na muškarce, za selo u kojem žive ne vezuje ništa. Navodimo odgovore ispitanike na ovo pitanje:

Prijateljski odnos sa ljudima, sigurnost, bezbrižnost (m., 21-23, policajac);

Rodbina, prijatelji i navika života u istom (m., 21-23, privatni preduzetnik);
Količina vremena provedena u tom okruženju: stečena prijateljstva, priroda (reka, polja, nebo, sunce) (m., 24-26, student);
Spomenik od pokojnih roditelja (m., 24-26, bravar);
Prijatelji, prostranstvo, mir, priroda.. (m., 27-29, poljoprivrednik sa završenom gimnazijom);
Reka, moja kućica, moja slobodica (ž., 27-29, domaćica);
Vezuje me porodica, rodbina, prijatelji... Inače sam veoma vezana za selo, u njemu živim od rođenja (ž., 18-20, studentkinja);
Tu sam rođena i osećam se sigurnije, može slobodno da se šeta ulicama (ž., 21-23, trgovac);
To što bih želeo da učinim i promenim nešto u njemu (m., 27-29, student);
Moj posed i moje poreklo, koje je od davnina iz ovog sela (m., 21-23, poljoprivrednik, srednja poljoprivredna);
Moj posed (m., 24-26, poljoprivrednik, srednja poljoprivredna);
Koreni, porodična kuća i ljudi (m., 24-26, prosvetni radnik);
Moranje bitisanja i života u njemu, ništa više!!! (m., 27-29, nezaposlen);

Ništa. Vezuje me loša finansijska situacija (ž., 24-26, student).

U odgovorima na pitanje šta im najviše smeta u njihovom selu ispitanici su navodili da je to: malograđanština, primitivizam i mentalitet ljudi, u 21.2% slučajeva. Drugi po učestalosti je da im ne smeta ništa (97, tj.,19.4%), zatim da su to pojedinci, kako navodi 67 ispitanika, odnosno, 12.8%. Na četvrtom mestu sledi da je to nedostatak radnih mesta (40, 8.2%), a na petom to što nema uslova za društveni život (40, 8%). Ispitanici su navodili veliki broj razloga koji im smetaju u njihovom selu. To su, prema učestalosti: infrastrukturni problemi, sve, nedostatak nekih institucija neophodnih za normalan život, ekološki problemi, veličina sela, loša lokalna vlast, loše saobraćajne veze sa gradskim centrima, nedostatak kadra koji bi preuzeo liderstvo u selu, neslaganje/razdvajanje po nacionalnoj osnovi, narkomani, alkoholičari, besposličari, manjak nadležnosti i nasilje.

Istraživanje mladih u ruralnim područjima Evrope početkom 2000-ih, u ispitivanju percepcije atraktivnosti područja u kojima žive, dolazi do sličnih rezultata. Bez obzira na nacionalne i kulturološke razlike mladi slično percipiraju atraktivnost ruralnih područja u kojima žive. Kao ključni problem mladi su naveli nedostatak izbora (na tržištu rada, u dokolici i javnom prevozu). Percepcija objektivnih karakteristika ruralnih oblasti u kojima žive, u zavisnosti je od njihovih individualnih karakteristika koje su delom determinisane politikama koje se sprovode na evropskom, nacionalnom ili lokalnom nivou. Često se kao pozitivne ističu karakteristike koje se tiču prirode, predela, uloge porodice, detinjstva i privrženosti toj oblasti (Auclair, Vavoni, 2004). Prema skorijim empirijskim istraživanjima u zemljama okruženja, glavni prediktori migracijskih namera su ekonomske prirode, kao i nesrazmera između ponude radnih mesta i zanimanja za koja se mladi ljudi školuju (prema: Žutinić et al. 2010). Sa druge strane kao pozitivne strane ruralnih područja uglavnom se vide porodična podrška, privrženost i jača integrisanost u zajednicu, visoko vrednovanje socijalnih atributa zajednice (Isto).

Rezultati našeg istraživanja pokazuju da je u percepciji atraktivnosti utvrđena statistički značajna veza sa polom (p=.000, C=.300) i ona je srednje jačine. Rodno posmatrano, ženama više smeta malograđanština i mentalitet ljudi, a isto tako od ispitanika koji su naveli da im u njihovom selu sve smeta 70.8% je ženskog pola. Sa druge strane 61.9% je muškaraca među onima kojima ništa ne smeta u njihovom selu. Navodimo neke od odgovora ispitanika:

> *Mentalitet ljudi, zaostalost, staromodnost, odsustvo želje za promenom na bolje, za unapređenjem.. (ž., 21-23, studentkinja).*
>
> *Ljudska glupost koja je neuništiva i koja se ne može izmeriti, kao i ljudska zavist i nedostatak bogatijeg društvenog života. U poslednje vreme mi smetaju i pojedinci koji sami ne znaju šta će sa svojim životom (m. 27-29, nezaposlen za završenim fakultetom).*
>
> *Govorkanja, ogovaranja, vođenje tuđih života, previše pažnje usmereno tamo gde nije potrebno (ž., 18-20, učenica).*
>
> *Mentalitet većine, ograničenost ljudi i sveopšta lenjost, mrzovolja. Dosada. Bezobrazluk, nedostatak vaspitanja (ž., 24-26, studentkinja).*
>
> *Najkraće rečeno: SVE! (m. 27-29, nezaposlen)*
>
> *Učmalost (te jedno, te isto), nema bitnijih promena. Brojne mogućnosti za poboljšanje uslova života, ali zbog političke nevolje ostaju neostvarene. Loši ljudi se uvek skrljaju u nekoj organizaciji (zapate poziciju), i kvare je u biti. Zaludna omladina na koju niko ne obraća pažnju. Slaba mogućnost zaposlenja. Slaba volja za inovacijama koju uzrokuju neobrazovanost i nepoverenje a i loše ekonomske prilike. Malo kvalitetnih, iskrenih ljudi (m., 24-26, student).*
>
> *Seoski mentalitet (ž., 21-23, studentkinja).*

To što su ljudi izuzetno nezainteresovani da i malo promene stvari oko sebe (m., 27-29, student).
Zajedljivost ljudi, nesloga, netrpeljivost prema nekome ko je uspeo u nekoj sferi života, lopovluk (m., 27-29, poljoprivrednik sa završenom gimnazijom).
Ljudi koji ne žive u mom selu a negativno i kritički govore o njemu (m., 21-23, poljoprivrednik (srednja poljoprivredna)).
Seljaci (m., 24-26, zanatlija).

4. ZAKLJUČAK

Iz rezultata obavljenog empirijskog istraživanja vidimo da za mlade ljude iz ruralnih područja ukorenjenost u lokalnu zajednicu, kvalitet međuljudskih odnosa, kao i identitet koji je povezan sa poreklom, uloga porodice i detinjstva imaju znatno veći uticaj u odnosu na ostale parametre kvaliteta života. Često se privrženost nekoj oblasti vidi kroz isticanje pozitivnih karakteristika koje se tiču prirode, predela ali i zemlje koju obrađuju. U tom smislu pozitivniju ocenu atraktivnosti ruralnih prostora imaju mladi ljudi koji se bave poljoprivredom.

Pokazalo se takođe da su percepcije ruralnih identiteta rodno obojene. Kod žena su razvijenije emigracione preferencije, ženama više smetaju mentalitet i primitivizam sredine u kojoj žive, a kao ključne probleme svoje okoline vide nemogućnost zaposlenja, adekvatnog školovanja i realizacije društvenog života. Pretpostavka je da je to u vezi sa tradicionalnim i/ili patrijarhalnim obrascima, stereotipima i ulogama koje se od njih očekuju ili koje im se pripisuju.

Percepcije atraktivnosti ruralnih područja u velikoj meri određuju migracione preferencije i rezultati do kojih smo došli pokazuju da bi više od polovine ispitanika emigriralo ukoliko bi imali takve mogućnosti.

Literatura

1. Anclair, E., Vavoni D. 2004. „The Attractiveness of Rural Areas for Young People.“ u: *Young people in Rural Areas of Europe*, Jentsch, B., Shucksmith, M., (ur.). Burlington: Ashgate Publishing Company.
2. Dilić, E. 1975. „Migracijske tendencije seoske omladine.“ *Sociologija sela* 13, no. 1: 49–50.
3. Janković, D. and Novakov, M. 2012. *Employment in Agriculture and Life in Rural Areas? Migration Preferences of Agricultural Students*. Thematic proceedings International scientific meeting „Sustainable agriculture and rural development in terms of the Republic of Serbia strategic goals' implementation within the Danube region – the preserva-

tion of rural values". Institute of Agricultural Economics, Belgrade. 6–8 December 2012, Tara. P. 206–224.

4. Jentsch, B., Shucksmith, M., (ed.). 2004. *Young people in Rural Areas of Europe*, Burington: Ashgate Publishing Company, Burlington.
5. Jentsch, B. 2006. „Youth Migration from Rural Areas: Moral Principles to Support Youth and Rural Communities in Policy Debates." *Sociologia Ruralis* 46, no. 3: 229–240, https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2006.00412.x.
6. Mojić, D., Petrović, I. 2013. „Mladi i legitimnost društvenog poretka u Srbiji: razmišljanja i delanja u pravcu emigracije." *Sociologija* 55, no. 2: 229–244.
7. Žutinić, Đ., Kovačić, D., Grgić, I., Markovina, J. 2010. „Percepcija kvalitete življenja i namjere o odlasku iz ruralnih sredina." *Društvena istraživanja* 19, no. 1–2: 137–159.

IDENTITIES OF RURALITY IN YOUTH SELF/ PERCEPTION

Abstract

Social and spatial identities are formed by growing up and living in one's community. Spatial self/identities of young people are largely related to their migration preferences. In the light of postmodern conceptions of individuality, the paper observes the influence and strength of collective spatial identities. The perception of the objective characteristics of rural areas in which young people live depends on the one hand on their individual characteristics and are partly determined by the policies implemented at the national and/or local level and the degree of development of these areas. The analysis of the perception of the attractiveness of the areas in which young people live is based on the results of semi-standardized interviews with 500 young people from rural communities of the Republic of Serbia. The results of the research show that the quality of interpersonal relationships, rootedness in the local community, security provided by home and family, close childhood friends and an identity associated with origin, have a significantly greater impact in creating rural identity than other parameters of quality of life in community.

Keywords: rurality, identities, perception of attractiveness, young people from rural communities, migration preferences.

Mihnea Preotesi

CONTEXTUAL FACTORS OF SOCIAL UNDERDEVELOPMENT IN ROMANIA. CASE STUDY: ALBA COUNTY

Abstract

In present day Romania there are significant inequalities in economic development, as well as in social development between rural and urban areas, between large and small towns, between developmental regions and between the counties of the country. There are also inequalities between the counties of each region and between the localities of the same county. In addition to structural development factors such as human capital and infrastructure, certain characteristics describing the local context enhance local development, both from the perspective of dynamics and the development model and impact on some categories of population. Vulnerabilities and vulnerable people also exist in poor localities in poor areas, in under-developed localities in relatively developed areas, but also in localities with a medium or high degree of development. The presentation I propose shows the preliminary results of an ongoing research project within a research grant funded by the Romanian Academy. Building on the measurement models integrating structural factors of local development, the project proposes to refine them by integrating into the explanatory model some contextual factors of local development. The proposed presentation concerns the preliminary results of a case study carried out in Alba County in the above mentioned research context.

Key-words: social underdevelopment, local development, social marginalisation.

1. SHORT DESCRIPTION OF THE PROJECT

This project is included in the strategic plan of the Romanian Academy with regards to supporting multi-disciplinary research on important subjects for the Romanian society. The project is funded by a research grant from the Romanian Academy, with the financial backing of the Recurrent Donor Fund, under the management of the Romanian Academy, and managed through the "PATRIMONIU" foundation GAR-UM-2019.

Starting with the structural factors of development, and the typologies based on these factors, and operationalized in social measuring models, like the one proposed by Dumitru Sandu(Sandu,2009,2011) and operationalized in an indicator of local development, the added value of the proposed project resides in refining the analysis by superimposing this typology over a typology of local contexts and deciphering the factors and mechanisms of underdevelopment on a local level.

We aim to achieve the construction of an explicative model of the way in which contextual factors can influence the action of the structural factors of development.

The experience afforded by a series of previous projects on which several members of the team have worked (like those synthesized in Preotesi, 2014) leads to revealing the importance of these contextual factors in configuring a development model on a local level.

The first category of factors focuses on the recent history of the towns and the nearest important city, from the perspective of the de-industrialization and re-agrarization.

The second category of factors focuses on the ways in which the inhabitants of these towns respond to these social changes- either passively, like accessing social benefits, or actively, like professional reorientation, or in other ways, like migration.

In this project, we aim for an in-depth analysis of the mechanisms and factors which configure the architecture of these choices at an individual or familial level, and the impact of these choices at the community level.

The proposed study has an exploratory character. Within this research framework, we don't aim to test of validate any hypotheses, the approach being predominantly qualitative. We aim to fundamentlize several hypotheses which will be tested and validated in subsequent studies.

This article presents the preliminary results of the project, and is focused on the case study carried out in the Alba county.

2. CONTEXT OF THE ANALYSIS

In present day Romania, significant inequalities in terms of socio-economic development occur between the rural and urban environments, and likewise between smaller and larger towns, between development regions and between counties. There are inequalities between the counties in the same regions, as well as the towns in the same county.

The main means through which individuals obtain the resources that ensure their welfare is the formal work market, and the risk of poverty increases in the case of individuals that are unemployed or have an unstable work situation. On an individual level, the probability of being employed is directly correlated to the education level. The education stock represents one of the most important factors when it comes to the relationship between poverty and workforce occupation, both at an individual and community and society level.

In Romania, in 2018, approximately 88% of the population with higher education, and 70% of those with a secondary education (high school and vocational schools), and 55% of those with at least finished primary education were part of the workforce (The Ministry Labour and Social Protection, 2019). While the economic growth from the last few years has led to an increased employment rate, the percentage of the employed population with a low education level has constantly remained low, compared with those with a secondary or tertiary education level.

On a community level, precarious employment and low education level, a symptom of rural settlements and small towns in particular, generate poverty and social underdevelopment. In rural settlements, the proportion of the population aged 15-64 who have at least an 8 grade education level is 47%, or up to 80% in marginalized rural areas. (Stănculescu, e.a. 2016)

The percentage of people aged 15-64 who are not taking part in any education, nor have ever been formally part of the workforce (as employees, employers or pensioners) is 54% in rural areas, and up to 83% in marginalized rural areas, according to the same sources.

The main elements of Romania's unique profile among the European countries is the large percentage of rural population, the significant presence of agriculture in the workforce, and the dependence of many rural communities on agricultural activities. (Aligică, Dabu 2003; Ciutacu et al. 2015; Feher et al. 2017; Fredriksson et al. 2017; Mathi, Noev 2004, Mihalache, 2020).

Romania continues to maintain a very large percentage of the employed population in the agricultural sector. While the EU average is under 5%, in Romania, one quarter of the employed population works in agriculture.

Even though a positive dynamic of modernisation has been formed in the last few years in terms of rural infrastructure and agricultural development, the pace of these changes has not been sufficient to catch up on the states such as the Czech Republic, Hungary and Poland, much less even to come close to the rural situation of the western nations. (Mihalache, 2020, p.71).

The positive developments identified by the authors cited above aim at halving the number of unpaid family workers, created between 2002 and 2017 and reducing the number of people registered in the category of self-employed workers by 30%;

The increase in the number of employees in rural areas by 430 thousand people, which occurred between 2009 and 2018, although significant, can be explained by the contribution brought by the sectors that require routine and low-skilled workers. Thus, "we have witnessed the replacement over time of a type of precariousness of rural employment, the agricultural one, with another form, less obvious and not as harsh, outlined on the size of wage labour in basic sectors, poorly paid" (ibid., p.79).

Regarding the population employed in agriculture, however, the share of employees in the total employed population remains very modest. As the quoted author remarks, out of the 1.78 million people employed in agriculture in 2017, only 7% were employees, while almost 90% were self-employed (894000) and unpaid family workers (708000).

The category of self-employed workers is heterogeneous. In addition to the people who practice traditional agriculture (subsistence and semi-subsistence), this category also includes small time farmers who produce mainly for the market (but who are not organized as economic agents), as well as people who are employed as day labourers and employees without a legal status.

The lack of employment is compensated in some rural areas, but also in some small towns, by practicing subsistence and semi-subsistence agriculture and infrequent activities, however, these types of precarious employment generate working poverty.

3. THE CORRELATION BETWEEN POVERTY, WORKING POVERTY AND LOCAL DEVELOPMENT

The analysis of the data collected in all towns in Romania in 2017 in a project of the Ministry of Labour (Ministry of Labour and Social Justice-National Institute for Economic Research, 2016-2018), reveals that the relative poverty rate correlates positively with that of labour poverty and correlates negatively with the share of the employed population in the working age population. While the positive correlation between relative poverty and work poverty is enhanced by the quality of employment, the negative correlation between relative poverty and the employment rate of the working age population is enhanced by the quantitative aspects of employment (Preotesi, 2019).

While both indicators have values that are significantly above the national average, the share of the employed working age population is relatively high, but a large share of the employed population is involved in activities that do not bring well-being.

The relationship between poverty, marginalization and local development is a complex one. Although there are also overlapping areas, the maps of marginalized areas do not overlap with those of poverty (cf. Stănculescu, etc. 2016). In addition, from the data presented in this Report, the very benchmark to which marginalization refers is an indicator of the underdevelopment of the rural environment as a whole.

Local underdevelopment overlaps, to some extent, with community poverty. In rural areas where neither the environmental conditions, nor the geographical conditions, nor the local economic characteristics offer favourable premises for a successful agricultural activity, and the work in one's own household fails to ensure the necessities of daily family living, in the absence of an adequate supply of jobs at the local level, the alternatives are day work and access to social benefits.

The prevalence of such situations is specific to very poor communities, which present various characteristics of underdevelopment, such as:

- a lack of sufficient jobs locally and in adjacent areas;
- a majority of the population which is dependent on social benefits;
- a lack of attractiveness for investors

The ideal situation, in which both the poverty rate and the working poverty rate are significantly below the national average, is conditioned by the existence of a large share of the employed working age population, but also by the employment efficiency.

The simultaneous fulfilment of the two conditions is a premise of social development, but social development also depends on the type of employment. Only in certain contexts is individual employment efficiency transferred to the high level of local development.

However, elements such as the low stock of education, the low share of employees and the prevalence of agricultural activity are also characteristics of some towns where the standard of living is average or above average, income-wise.

The proposed analysis will focus on such a variant of local underdevelopment, specific to some of the mountainous and sub-mountainous areas, where animal husbandry is one of the main sources of income. The analysis of the mechanisms of transfer of well-being from individual to community level reveals local factors and contexts in which this transfer is difficult and does not favour local development. One of these factors is the subsidization of agricultural activity which can produce ambivalent and opposite effects, from the perspective of farmers and that of local development (Preotesi, 2020).

4. THEORETICAL AND CONCEPTUAL FRAMEWORK

Conceptual delimitations

Authors such as Deavers (1992), Perlín (2010), Ratcliffe et al. (2016), analyse the aspects that make it difficult to clearly define the concept of rural environment.

There are two main approaches when it comes to the definition of the rural environment. The first approach presupposes a dichotomous rural-urban approach and emphasizes the elements considered to be mutually exclusive.

The competing approach is that which considers that all human settlements can be positioned in a rural-urban continuum. Authors such as Bell (1992) or Helfacree (2009) start from the premise that there are no eminently urban or rural localities, but all these can be ordered and ranked, depending on the values recorded by a set of socio-economic indicators. From this perspective, we cannot talk about a clear delimitation of urban and rural characteristics, but about various forms of manifestation of the same common framework (Mihalache, 2020).

The Romanian countryside has important territorial differences. Economic heterogeneity is doubled by a proposed demographic heterogeneity, at a regional and local level (Dachin 2008; Kerekes et al. 2010; Sandu 2011).

From this perspective, Flavius Mihalache proposes an approach to the concept of rural environment, rather as a sum of various social and economic contexts, "outlined in terms of regional specificities and the different economic orbit of rural ATUs around important cities. (…) The generic term of rural environment is not based on common characteristics for different areas, but represents a cumulus of quite varied local coordinates" (Mihalache, 2020, p.70).

The quoted author identifies the existence of major profiles of rural localities, located at different stages of socio-economic development.

While for towns with a high level of development, the local economic specificity is no longer based on agricultural activities, but takes various forms, underdeveloped towns continue to be dependent on agricultural activities.

The option that I propose is a mix between the classic "administrative-territorial" approach, and the one that proposes the positioning of towns on a rural-urban continuum. On this continuum, we considered that, along with the towns formally included in the category of rural ones, some small cities can be positioned similarly, having characteristics similar to the first ones.

One of these common characteristics is the practice of subsistence and semi-subsistence agriculture.

At the theoretical level, there is no unanimously accepted definition of the concepts of subsistence agriculture and semi-subsistence agriculture. Most often, the demarcation between these two types of practices is made based on the share of self-consumption in total production. While subsistence farming is linked to the use of all production to meet the needs of household members, semi-subsistence agriculture involves the use of part of the production for self-consumption, while a surplus is capitalized on the market (Davidova 2011).

The common elements of these two types of practices are given by the use of small areas of agricultural land, the use of traditional methods and the involvement of household members in specialized activities "(Mihalache, 2020, p.71).

Authors such as Davidova (2011), Preotesi (2016), Aligică and Dabu (2003) analyse the post-communist transition and the economic contexts that generated the perpetuation and revitalization of traditional agricultural practices. While in developed economies the adoption of these strategies is given, in particular, by the value choices and lifestyles of individuals (Davidova 2011), in the post-communist transition, they were a strategy to adapt to the challenges of an economic environment perceived as hostile.

The analysis I propose concerns rural localities and small towns where this type of semi-subsistence agricultural activity has a significant share in the economy of income sources, the main activity being animal husbandry.

The analysis will focus on the cases that can be considered successful, in which the share of production destined for capitalization is a consistent one and brings benefits for farmers and their families.

Some recent research experiences, including the project funded by the Romanian Academy Grant mentioned above, confirm previous observations made in various research contexts. These observations reveal factors and mechanisms that can function as inhibitors of the transfer of well-being from individual to individual level. The traditional and low economic efficiency in which these agricultural activities are practiced, the low degree of processing of the products and the informal and quasi-taxed ways in which they are capitalized, can represent such limiting factors of the transfer of welfare from the individual to the family level. (Preotesi, 2020).

5. THEORIES OF SOCIAL DEVELOPMENT

The theoretical approach is comparable to the paradigm of social development. There are two main directions of development of this paradigm:

- the paradigm of development as modernization, according to an evolutionary model, the best known being the one proposed by Rostow (1959);
- development paradigm under the impact of external development factors / agents-theories of dependence (AG Frank, 1996, 1975; FH Cardosso, 1975)

Rostow identifies six stages of societal growth, from the stage of traditional societies to that of the post-consumer society.

The development model proposed by Rostow may have a certain degree of relevance in approaching the complex typology of local communities in Romania, which are in various stages of development, according to the model proposed by Rostow.

While in large cities mass consumption and increasing consumption of intangible goods reveal characteristics of the post-consumer phase, a large part of rural localities and small towns have rather characteristics of traditional society. These gaps have a historical determination but are, for the most part, also the product of involutionary phenomena, incompatible with the evolutionary approach of the author quoted above. Phenomena such as deindustrialization, re-agrarianization and re-ruralization of some localities are phenomena typical of the post-communist transition, which took specific forms in the Romanian transition.

The analysis I propose focuses on such phenomena, with an impact on a significant share of rural localities and small towns in Romania.

6. INDICATORS OF UNDERDEVELOPMENT

Emery & Flora (2006) identify seven types of capital that contribute to community transformation: natural capital; cultural capital; human capital; social capital; political capital; financial capital; built capital - infrastructure.

The approach of the mentioned authors is a functionalist-systemic one. The community is seen as a system in which any segment is related to another. The interaction of the seven types of capital generates either a spiral of development or one of underdevelopment. A certain level and a certain structure of capital are conditions conducive to increasing local development opportunities - the key elements that favour development aim at the high level of human capital and share capital.

The current approaches to the phenomenon of underdevelopment, give an increased importance both to the stock of social capital and to that of human capital, either as indicators and as predictors of social development.

Community development is a particular case of social development. The model for measuring local / community development proposed by Dumitru Sandu identifies two types of structural factors of community development: human capital and infrastructure, at a community level.

The conclusions of the analysis presented by the cited author (D.Sandu, 2011), show that life chances are strongly differentiated in Romania depending on where you live, and disparities are structured on four main dimensions: residential environment, residential concentration, access to services and infrastructure, field / sector of employment.

These dimensions analysed in relation to the fields of education, health, consumption, social relations form the framework for the analysis of social development inequality manifested at regional and local level.

The residence environment, the positioning in relation to the big cities / county residence, on the one hand, both the size of the town and the degree and type of occupation, represent the main elements that configure differentiated profiles of local development.

Small localities differ from each other not only in the level but also in the type of development. The World Bank proposes a local human development index (LHDI), built on six indicators. This index is used in order to position and differentiate the villages and small towns in Romania, from the perspective of local human development, on a 5-step scale.

Comprehensive development involves "high stocks on all five dimensions of community capital (education, housing, employment, working age and mobility experience), in a national context" (Teșliuc, Grigoraș, Stănculescu, coord. 2016, p. 159)

The approach proposed in the research project whose preliminary results are presented here follows the logic of measurement models based on the categories of indicators defined above.

By crossing the criteria that configure the two categories of indicators of underdevelopment, we identified a list of indicators that characterize in various combinations, types of localities. The specific ways in which various combinations of indicators are realized, at local level, generate typologies of underdevelopment.

The secondary analysis of the data collected within the SIPOCA 4 project, mentioned above (MMJS / INCE, 2016-2018) focused on the dimensions of socialized development operationalized in the indicators regarding the local infrastructure, positioning

in relation to the nearest big city / county capital, human capital, local infrastructure, employment, vulnerable groups. For the "piloting" of the proposed typology model, six counties were selected. In order to be able to select localities from various typologies we performed a cluster analysis of localities from the six counties (indicators used and methodology research are presented in detail in Preotesi, Tomescu, Anghel, 2020 and summarized in Preotesi, Tomescu, 2020, p.15-16) .

We used the Two Steps cluster analysis, the result being a number of three clusters, which combine indicators of underdevelopment with those of poverty and marginalization. From the 3 clusters we selected a list of 51 localities, from which we chose 3 for the exploratory phase of the project.

In the data analysis I will start from the results of this exploratory phase, summarized in the Preliminary Research Report (Preotesi, Tomescu, Anghel, 2020; Preotesi, Tomescu, 2020).

Additionally, a second source of data is the one offered by the case study we conducted in the commune of Șugag in Alba County, in a summer school, organized by the December 1, 1918 University in Alba Iulia, in September 2019.

Therefore, the Șugag commune, from the area adjacent to the Sibiu Border and the two localities from the Apuseni Mountains area, the city of Abrud, and the commune of Albac will be selected for this analysis.

7. DATA ANALYSIS

Albac is a town in the Apuseni Mountains, located over 100 km. from the county seat, Alba Iulia and 17 km from the city of Câmpeni, on the national road DN75.

The Albac commune has 16 villages. It is a small commune, with a population of around 2,000 inhabitants.

The infrastructure is quite precarious, both in terms of the quality of communal roads and in terms of access to public utilities - the local population is not connected to the gas network and one-fifth of households are not connected to the water network.

The employment in the locality is low (less than 10% of the population, according to SIPOCA data 4), and the share of GVA beneficiaries in the total population is 12%, a percentage close to the average of clustered localities.

The share of people employed in agriculture is almost 50%. Because of the high share of GVA beneficiaries and people employed in agriculture (subsistence and semi-subsistence), the poverty rate is almost twice as high as the county average.

The qualitative data collected in Albac outlines a certain socioeconomic evolution influenced by the dynamics of some extra-economic factors. Although there was some tradition in mining before the post-communist mining reform, one of the main sources of income was mainly wood exploitation, at the limit and (according to some of the interviewees), beyond the limits of legality. Having a so-called "moat certificate" was a favourable premise for such a "wood business". Although the interviewees did not provide too many details, the work scheme seems to have been quite simple, being based on subsidizing the price of firewood, where, through relationships and schemes, it was possible to sell much larger quantities than expected.

Given that the "timber business" provided a fairly high income for a good percentage of the inhabitants of Albac, "no Albac resident thought to go abroad", either before or after joining the EU. Migration, even temporary, was considered not only inadequate, but also somewhat shameful for the locals.

However, when the wood business stopped being profitable, labour migration to other EU countries had become a necessity.

Some of those who managed to return home with larger sums of money have invested in agro-tourism resorts, currently, their number exceeds a few dozen, which operate formally and, about as many, which operate informally or semi-formally.

Some of the locals turned to consulting companies and managed to access European funds with which they built or modernized their agro-tourism resorts.

The increase in local demand for traditional food has boosted animal husbandry, in convergence with the increasing attractiveness of accessing agricultural subsidies - the amounts have increased and the award criteria have remained low. From the data collected locally in Albac (but also from those in Abrud) it appears that these criteria are rather formal, the foremost being the number of subsidized animals / land areas, rather than the economic efficiency of these activities. In this context, people tend to raise more animals than the optimal number related to environmental conditions and economic efficiency.

Leveraging in such ways the opportunities offered by subsidies received from the EU and the Government leads, in some cases, to situations such as those described by one of the interviewees, in which people "have hay for 5 cows and raise 10, weak, horses woe to them, you can't even say that they are cows, you say that they are goats", who give milk as much as 5 cows, but collect the subsidy for 10. In addition, the hay is not of the best quality and, often, "Because the grass is bad, the milk is bitter, it's not always good to drink."

Geographical isolation from important urban areas, low population density, houses scattered on steep slopes difficult to access, large percentage of the population employed in agriculture and low share of employees are causes of local underdevelopment.

The presence of a high school in the locality, the tourist potential, having an accentuated positive tendency of capitalization and development of associated services, the experience and resources generated by working abroad and the experience of accessing European funds for building and developing agro-tourism resorts represent elements that can support a process of sustainable local development. However, it depends on the way in which they capitalize on local resources, and on the concrete ways in which tourism can have a significant positive impact at the local level, through the effect of multiplication in the local economy. The diversification of the tourist services and the professionalization of this activity will be able to increase the number of employees in the commune and to increase the efficiency of agricultural activities. However, the balanced exploitation of local resources and the protection of the environment will be very important, subject to an intensive exploitation of wood and other aggressions, such as intensive grazing. This phenomenon, less present here, is not serious, as long as subsidies are seen as an end in and of themselves and not as a means of increasing the economic efficiency of the activity .(Preotesi, Tomescu, 2020, p.18).

The city of Abrud consists of the component localities Abrud (seat), Abrud-Sat, Gura Cornei and Soharu and is located 65 km from the county seat, Alba Iulia. The city's population is around 5,000 inhabitants, down from the one registered in the RPL in 2011. Romanians represent over 97% of the total, while the proportion of ethnic Roma does not exceed 1%.

The share of households connected to the gas network is 0%, and 80% of households are connected to the public water network in homes. The share of the employed population is among the highest in the localities proposed to be selected and the share of people benefiting from GVD in the total population is among the lowest (1%).

The high share of employees in the population, the relatively high stock of education and the quasi-existence of some areas considered marginalized according to the Atlas of Marginalized Rural Areas methodology, as well as the low share of GVA beneficiaries are arguments that support the position of this city in the category of comprehensively developed localities according to the source quoted above.

However, the secondary data analysis and the analysis of the data collected at local level offer a complementary perspective on the degree of local development.

The city of Abrud is part of the category of very small cities (less than 10,000 inhabitants) and has a dual economic profile. The city is located in a former mono-industrial area, where mining has traditionally been one of the main activities of the population.

On the other hand, although Abrud has the status of a city, the local authorities estimate that about a fifth of the inhabitants are employed in agriculture, this being an important source of income for a large part of them (20-50%). continues to represent one of the basic activities of this urban locality. Favourable environmental conditions and the experience of the population in raising animals result in a local context that favours the perpetuation of this type of income-generating economic activity.

Interesting from the perspective of the approach proposed in this project is the impact generated by the support measures addressed to farmers. As in the case of Albac, for livestock farmers in Abrud, the subsidy seems to be a goal in itself, rather than a means to increase the efficiency of their work.

Although the cows here give less milk, "not like the cows above, from the mountains", more than a quarter of households raise more than 3 cows, or more than 50 sheep and get a subsidy from APIA, some only for pasture land (200 euro subsidy for every 1 ha of pasture). "Some don't have enough hay while others have too much hay and too few animals, or none at all"

One of the local farmers explains how the activity becomes profitable, only due to the subsidy, in the context in which: "for 100 or so sheep, we do not milk them, we sell lambs. We set fire to the wool, because we have nothing to do with it ".

The local farms are small. The farmer with the most cows owns only 27 cattle. The farmer predicts a wider range of activities, sells milk and cheese, but also sells wheat. They are not formally employed.

The production of wool as well as the more profitable production of milk would require investments in processing capacity and access to European funds. But, "for a peasant who works with animals, it's difficult to access funds, there should be people here to help them, to guide them".

Although there is a high school in the city, the authorities estimate (according to the data collected in the Sipoca 4 project) that only 67% of students who finish primary school reach high school. The estimate made by the institutional representatives interviewed in this project indicates a slightly lower percentage of early school leaving and provides a nuanced perspective of the educational phenomenon at the local level.

Those who manage to finish high school and enter university seldom return to practice locally and remain in larger and more developed cities where they studied. Those who fail to finish high school and take the Baccalaureate exam have little chance of get-

ting a job in the area, the job offer being quite precarious and conditioned by a certain technical training that these young people do not possess. In fact, the perception of the institutional representatives interviewed on the most vulnerable groups in the city and in the area is that they are "young people who do not have a job, even those who go to college in vain and work as waiters ..."

A specific category that is also considered very vulnerable is that of institutionalized young people who turn 18 years old. In Abrud there are 20 such young people, who live in 3 family-type houses, being considered "sons of the rain". These are, in fact, those who are identified as the main cases of school dropout.

On the other hand, the number of children decreases every year, and the population of Abrud is getting older: "In the 70s we had 5 5th grade classes. Now we have only one 5th grade class, 320 students total in kindergarten and primary school and 650 in high school, but they also come from the villages. Now, there are twice as many retirees as children".

Although half of Abrud's population lives "in blocks of flats", even here the living conditions are not very compatible with the profile of an urban dwelling, those in the blocks of flats raise animals, especially pigs. , but also chickens - in fact, from those reported by some of the institutional representatives interviewed, at each block of flats there are cages of chickens and, especially, cages of pigs.

The data collected through the focus group with inhabitants of Abrud details some characteristics of the block of flats in Abrud: "There is a certain social stratification in each block, 2-3 wealthier families and the others, somewhere on the verge of survival" (institutional representative, Abrud). Even for the wealthiest, living conditions do not meet some minimum living standards. In addition to the vicinity of pig pens, a problem for all these tenants is the heating system, based on individual stoves with wood.

Heating costs are much higher than those of the centralized system, given that most residents have low incomes and live on the brink of survival.

Another problem for some of these homes is the very small area. There are also studios that have an area of 17 square meters, where the kitchenette that serves as a kitchen "can't fit 2 people at the same time" (focus group participant).

Lack of jobs has been identified as the main problem of the locality. Besides the fact that the job offer is precarious, there is the perception, quite widely shared, that the selection of employees at one of the main employers - the Cuprumin plant, is not done correctly, on criteria of competence, but "based on relationships and skills".

Private employers pay low wages, a minimum wage in the economy being considered totally insufficient for the survival of a family with children (a peculiarity regarding the profile of the focus group respondents is the large number of children -between 3-7

for most of the women participating in this interview). Whether they have two children or 7, there was a consensus among respondents regarding the minimum and acceptable level of a salary, somewhere at the level of 4000 lei. Given that the supply of jobs in Abrud targets wages around the minimum wage level, these expectations may seem quite unrealistic. However, the explanations given by the respondents have their own logic. The 4000 lei are not only seen as a salary, but as the total income of the family, given that only the man is the one who brings money into the house, women with children not having adequate alternatives for caring for children at home, during the period when they would go to work - nurseries and kindergartens have insufficient places and the few private alternatives have prohibitive prices for these people.

Of the 10 women participating in the focus group, 7 had personal, or through a close relative, work experience abroad.

Although working abroad has been and is a means of survival in the precarious conditions of the local job offer, the only alternative considered viable is considered the restart of mining in Roșia Montană.

After the closure of the Roșia Montană mine, in 2006, the number of employees in mining decreased significantly, currently 500 employees work at the Cuprumin Combine, in Roșia Poieni. Of these, only about a third are from Abrud.

The only major local investment is a subsidiary of the car component factory Autolive. Since 2015, 500 people from all over the area have been employed here. Less than half of the employees are from Abrud.

Given that the salary offer is around the minimum wage, "many from Abrud want higher salaries, they go abroad - Germany, Italy, Spain" (representative of a local public authority).

The estimate of the institutional representatives is that out of the approximately 2000 people of working age in Abrud, a half are employees and in each household with people of working age, there is at least one person employed.

Some of the 2,300 retirees, those who worked in mining and, especially, underground, have pensions at a significantly higher level than the average pension, but also compared to the average salary in the area.

Although, compared to rural localities and small towns in Romania, both the share of employees in the employed population and the education stock are at a relatively high level, the differences compared to developed urban areas are significant.

It is interesting to note that the city of Abrud is positioned in the World Bank Report, mentioned above, in the category of localities with comprehensive local human development. Without proposing to challenge the model of measuring local human de-

velopment, refining such a diagnosis of local development requires complementary use of alternative approaches.

The positioning of Abrud between the developed small towns is dependent on the landmark used, which reflects the low average degree of development of the villages and small towns in Romania.

Elements, such as the long distance from the county seat, the large share in the economy of income sources of a poorly efficient agriculture, carried out in small and very small individual farms, mining restructuring, significant migration of young people to large cities and lack of employment alternatives remaining here, the inadequate existence of local social services, represent rather unfavourable premises for local development (Preotesi, Tomescu, 2020, p.18).

Șugag commune, from Alba county, is a commune with a population of 3000 inhabitants and has 7 villages, spread over a length of over 70 km .: Șugag, Dobra, Jidoștina, Tău Bistra, Art, Bârsana and Mărtinie . The commune has an area of over 250 square km, the largest commune in Alba County.

The commune, at a distance of 45 km. from Alba Iulia and 30 km. from Sebeș is a heterogeneous one, due to the big differences between the isolated villages "from the mountain", such as Bârsana and the villages close to the central village of the commune, Șugag.

The basic economic activity of inhabitants is raising animals, especially sheep. According to the data obtained from the institutional representatives of ATU Șugag, 60% of the employed population of the commune work in the agricultural sector, most of the activity being concentrated in the livestock sector.

According to the data collected within the SIPOCA 4 project (MMJS-INCE, 2016-2018), the percentage of employees in the total population is low, only 8.3%.

From the analysis of the mentioned database, in Șugag, as in many other rural localities the lack of jobs is the main problem of the locality.

The main sources of income identified by respondents are animal husbandry, trade and tourism.

One field of activity that has a certain tradition in the locality is that of the energy industry. There are 3 hydropower plants in Șugag commune. Both during their construction and later, during the exploitation period, they were found among the local job providers. It is interesting to note, in the context of the analysis I propose here, one of the aspects detailed by one the institutional representatives interviewed in Șugag. In the context in which, according to this respondent, most employees in the local energy field have retired

or are about to retire, the same respondent identifies as a major problem the lack of jobs for young people, but also the precariousness of available jobs (in Sebeș, paid with the minimum wage). The respondent considers that, although there would be jobs available or soon to become available in such relatively well-paid jobs, young people in the locality do not have an adequate level of training and education to access them. The implicit conclusion is that of a perception of a descending intergenerational social and educational mobility, which represents a premise not very favourable to the local development.

In recent years, several dozen touristic complexes have been opened in the area, which has generated an additional moderate supply of jobs in tourism.

The job offer is completed by the jobs in Sebeș, the traditional shuttle destination for employees in Șugag.

The qualitative data reveals the collective assumption of a local identity profile, configured by cultural and moral-volitional qualities-people's diligence, attachment to local traditions- but also the presence of a frequently mentioned attribute, that of "determined people ".

A quality of the commune is considered to be the total lack of Roma in the locality, a fact underlined as positive, even in the short monograph of the commune, accessible right on the mayor's office website. Most of the references to the quality of "determined people" refer to the reaction to any attempts of some Roma ethnics to settle in the area. They are accepted only as seasonal workers, when picking berries, after which they are forced to leave the area and preserve the ethnic purity of the locality.

In addition to traditions capitalized on from an artistic perspective, such as valuable elements of local folklore (promoted by the local team of "whistlers"), another category of "traditions" aims at very rigid respect for gender roles that, in fact, validate discriminatory behaviours and attitudes addressed to women and the collective sanctioning of natural behaviours in a modern society. Some of the women interviewed in a focus group said that if they wanted to meet their friends they would have to go to the terrace of an isolated resort, located "away from the eyes of the locals", to drink, either a coffee or a juice, with their friends, this being considered an unacceptable behaviour for a married woman.

Another interpretation of the attribute of "assertive people" associated with the locals concerns the way of managing and resolving conflicts, a way considered, as efficient as it is, as primitive and often involving physical violence. This type of reactive behaviour is considered by some of the men interviewed in a focus group, specific to shepherds and a locality where most people are shepherds, or "shepherd family". The vicissitudes of hard life, in the mountains, harden the characters and shape the behaviours of "assertive people". Undoubtedly, no generalizations can be made, and this human type is not necessarily

the dominant one in the locality, but is identified as representative from the perspective of an assumed local identity.

Although predicted, this local identity is valued differently, and the different ways of reporting are indicators of cultural cleavages, generated by educational cleavages. While respondents to interviews and focus groups with tertiary education had a moderately critical reporting on some of the issues regarding the inadequacy of some of the traditional norms to the norms of modern, European society, the assumption of local identity was a plenary and total one, in the case of the majority of respondents with secondary education.

Șugag illustrates the situation analysed in this research approach, characterized by the discrepancy between the dynamics of individual well-being and that of local development.

The relative well-being of families who own thousands of sheep and sell tons of cheese, perpetuates through the self-sufficiency it generates, an archaic way of life and production, inefficient economically, but bringing relative well-being, through the mechanism of direct subsidy granted to livestock farmers. Discussions with relevant institutional representatives and social actors at the local level highlighted some interesting aspects regarding the activity considered to be still the main source of income, sheep breeding.

The number of sheep, although still important, has decreased significantly in recent years, and the actual number of sheep that physically exist in the locality would, in fact, be significantly lower than that declared and for which the agricultural subsidy is granted. The explanation for this is that the traditional transhumance to the western plain has turned, in some cases, into a quasi-permanent migration of a large number of sheep that no longer have enough food on the mountains.

However, the sheep continue to be registered in Șugag, but they are fed on the plains around Timișoara, and the cheese is capitalized in small traditional shops, in Bucharest, under the much better known brand of Mărginimiea Sibiului. (Șugag is the only locality in Alba that is part of the Mărginimea Sibiului Local Action Group).

In the spring, the sheep return to Șugag, they are counted, in order to obtain the subsidy, together with the related lambs, which are then sold, and most of the sheep are taken back to Timiș. Subsidies and the capitalization of lambs are at least as important as milk or wool processing. Although wool processing and obtaining lanolin, necessary for the cosmetics industry, is a very economically efficient activity, there is no such factory in the area.

Sheep owners work, as in other areas and localities of the country, with their families and, when necessary, with 1-2 helpers, generally employed informally. The perception of one of these "employers", consistent with that of others with a similar profile that we talked about in research contexts such as those mentioned, is that people do not want to work, but would like to stay and take money for nothing. For a salary above the minimum wage, but which does not provide any form of social security, such an employer expects the employee to perform continuous work, the days and hours off being granted, exceptionally, not as a result of observance of some rights of the worker, but as gestures of generosity of the employer.

8. CONCLUSIONS

Without generalizing, practices and attitudes such as those described above were encountered in all three localities included in the analysis.

Data from rural communities and small towns where livestock farming is an important source of income reveals very similar production patterns in households producing only for their own consumption, in very small farms, which practice semi-subsistence farming, and in some of the farms with hundreds, or even thousands of animals. In all cases, the use of quasi-unskilled labour, informal employment and lack of social security for employees is practiced. The products are capitalized through the same informal and quasi-taxed mechanisms, both on family farms, which have 3-4 cows, or 10-15 goats, and on large farms, with thousands of animals. The difference is that the subsidies received by the latter, are granted for the large number of animals, not for the economic result of their activity.

Such "traditional" agricultural activities do not generate jobs, and taxes and fees collected from the local budget are rather modest.

Thus, even in the not very numerous cases in which the activity brings a significant income, the surplus value at individual-family level is reflected to a small extent in the well-being of the community.

As long as more animals do not mean more employees in the locality, but more work and less school for the children of farming families, and the subsidy encourages the increase of the number of animals and not the efficiency and modernization of the activity, the effects at local level cannot be positive. From the informal interviews and discussions with the inhabitants of some localities where the breeding of animals in semi-subsistence farms is widely practiced, it is hypothesized that this activity tends to be oriented, rather

to maximize the subsidy received, than to streamline and modernize economic activity. The sheep are not milked, the wool is burned, the number of cows increases, but the food for them becomes insufficient and they produce little milk, these are just some of the aspects revealed in the interviews we conducted in research contexts such as those detailed above.

The collected data reveal common inhibitory mechanisms of local development and reinforce the research questions in hypotheses to be validated in the continuation of this research approach.

In this material we presented the exploratory results of the first type of local underdevelopment, that of mountain and sub-mountain areas. The research approach will continue, within the project funded by the Romanian Academy Grant, with the approach of other types of local underdevelopment, starting with the clusters of towns that we have created.

References

1. Aligică, Paul Dragoș and Adina Dabu. 2003. „Land Reform and Agricultural Reform Policies in Romania's Transition to the Market Economy: Overview and Assessment". Eastern European Economics 41, no. 5:49–69.
2. Bell, Michael M. 1992. „The Fruit of Difference: The Rural-Urban Continuum as a System of Identity1". Rural Sociology 57, no. 1:65–82.
3. Dachin, Anca. 2008. „Rural Development - A basic condition for narrowing regional disparities in Romania". Romanian Journal of Regional Science 2, no. 2: 106–117.
4. Cardoso, Fernando, H. 1972. „Dependency and development in Latin America." New York Left Review 74.
5. Davidova, Sophia. 2011. „Semi-Subsistence Farming: An Elusive Concept Posing Thorny Policy Questions". Journal of Agricultural Economics 62, no. 3: 503–524.
6. Deavers, Ken. 1992. „What is Rural?" Policy Studies Journal 20, no. 2: 184–89.
7. Emery Mary and Flora Cornelia, 2006. Spiraling up: mapping community transformation with community capitals framework, available at https://www.researchgate.net/publication/254909093_Spiraling-Up_Mapping_Community_Transformation_with_Community_Capitals_Framework
8. Franck, Andre Gunder. 1966. *The underdevelopment of* development, London: Sage Publications.
9. Franck, Andre Gunder. 1975. „Development and underdevelopment in the New World-Smith and Marx vs. the Weberians." *Theory and Society* 2, no.4: 431-466.
10. Inkeles, A., & Smith, D. H. (1974). *Becoming modern: Individual change in six developing countries.* Harvard: Harvard University Press.

11. Halfacree, Kieth. 2009. „Urban-rural continuum". Pp. 119–24 în International Enciclopedia of Human Geography, ediție de R. Kitchin și N. Thrift. Elsevier Sicence.
12. Kerekes, Kinga, Bernadett Pakucs, Emerse Szöcs, Enikö Veres, și Máaria Vincze. 2010. Dezvoltare rurală. Ocuparea forței de muncă în mediul rural. Cluj-Napoca: Accent.
13. Ministry of Labor and Social Justice, 2019, Analiza-diagnostic privind incluziunea socială și situaţia grupurilor vulnerabile în România, p.145, available at
14. http://mmuncii.ro/j33/images/Documente/MMJS/2019Analiza_diagnostic_privind_incluziunea_social.pdf
15. Ministry of Labor and Social Justice, 2018. Implementation of a public policy-making system in the field of social inclusion at Ministry of Labor and Social Justice (code SIPOCA 4), available at https://mmuncii.ro/j33/index.php/ro/proiecte-programe/finalizate/fs-sipoca4
16. Pascaru, Mihai, 2011, Cercetare participativă și științe sociale aplicate, Cluj Napoca: Presa Universitară Clujeană
17. Perlín, Radim. 2010. „Theoretical Approaches of Methods to Delimitate Rural and Urban Areas". European Countryside 2, no.4: 182–200.
18. Preotesi, Mihnea,Tomescu,Cristina and Anghel Ionuț. 2020. Tipologii ale subdezvoltării și marginalizării în localităţile rurale și orașele mici din România, Preliminary research report, Romanian Academy.
19. Preotesi,Mihnea and Tomescu Cristina, 2020. „A preliminary analysis of the results in the project 'Typologies of underdevelopment and marginalization in rural localities and small towns in Romania." Journal of Community Positive Practices 20, no. 3: 3–20.
20. Preotesi, Mihnea. Subdevelopment concept (conceptul de subdezvoltare) in Zamfir, C, Stănescu,S (2007). Enciclopedia dezvoltării sociale, Polirom.
21. Preotesi, Mihnea. 2013. „Mecanisme și factori ai sub-dezvoltării comunităților. O analiză în mediul rural românesc." *Revista Sociologie Românească* no. 4: 75–89.
22. Preotesi, Mihnea, 2018. *Precarious employment-poverty-in work poverty in local contexts of social underdevelopment,* in Chivu L., Franc V, Georgescu G, Andrei Jv. (ed.). (2018) *The Romanian Economy. A Century of Tranformation (1918-2018),* Proceedings of ESPERA, Peter Lang., vol.2, 1023–1031.
23. Preotesi Mihnea, 2020. Analysis of the differentiated impact of the dynamics of individual well-being on the local development in the Romanian countryside. An analysis in the mountainous and submontane rural areas, in the volume Zamfir C., Stănescu I. (coord.) (2020) Romania 1989-2019: social policies and strategic options, manuscript.
24. Ratcliffe, Michael, Charlynn Burd, Kelly Holder, and Allison Fields. 2016. „Defining Rural at the U.S. Census Bureau". U.S. Census Bureau.
25. Rostow Walt W. 1959. „The Stages of Economic Growth." The Economic History Review 12, no. 1: 1–16. ,available at https://www.ufjf.br/oliveira_junior/files/2009/06/rostow.pdf
26. Sandu D. (1999a). „Dezvoltare și sărăcie în satele României." Revista Sociologie Românească 4: 117–138.

27. Sandu D. (1999b). Spațiul social al tranziției, Iasi: Polirom.
28. Sandu D. 2011. „Disparități sociale în dezvoltarea și în politica regională din România." International Review of Social Research 1, available at http://archive.sciendo.com/IRSR/irsr.2011.1.issue-1/irsr-2011-0001/irsr-2011-0001.pdf
29. Tesliuc, Grigoras, Stanculescu. 2016. Atlasul Zonelor Rurale Marginalizate și al Dezvoltării Umane Locale din România, World Bank, available at http://www.mmuncii.ro/j33/images/Documente/Minister/F6_Atlas_Rural_RO_23Mar2016.pdf http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table

KONTEKSTUALNI ČIMBENICI SOCIJALNE NERAZVIJENOSTI U RUMUNJSKOJ. STUDIJA SLUČAJA: ŽUPANIJA ALBA

Sažetak

U današnjoj Rumunjskoj postoje značajne nejednakosti u gospodarskom razvoju, kao i u socijalnom razvoju između ruralnih i urbanih područja, između velikih i malih gradova, između razvijenih regija i između županija. Također postoje nejednakosti između županija svake regije i između mjesta unutar iste županije. Uz strukturne čimbenike razvoja kao što su ljudski kapital i infrastruktura, određene značajke koje opisuju lokalni kontekst pojačavaju lokalni razvoj, i iz perspektive dinamike i iz razvojnog modela i utjecaja na neke kategorije stanovništva. Postoje ranjivosti i ranjivi ljudi i na siromašnim lokalitetima u siromašnim područjima, na nerazvijenim lokalitetima u relativno razvijenim područjima, ali i na lokalitetima sa srednjim ili visokim stupnjem razvijenosti. U radu se prikazuje preliminarne rezultate istraživačkog projekta koji je u tijeku, u okviru istraživačke potpore koju financira Rumunjska akademija. Nadovezujući se na mjerne modele koji integriraju strukturne čimbenike lokalnog razvoja, projekt predlaže da se oni pročiste pomoću integracije u model objašnjenja nekih kontekstualnih čimbenika lokalnog razvoja. U radu se izlažu preliminarni rezultati studije slučaja provedene u županiji Alba, u spomenutom kontekstu istraživanja.

Ključne riječi: socijalna nerazvijenost, lokalni razvoj, socijalna marginalizacija

Claudiu Sebastian Ștefani
Ovidiu Boc

STRATEGIES FOR SELF-MANAGEMENT OF THE PROBLEMS OF EXCESSIVE GAMBLING

Abstract

Problem gambling is a serious public social concern that disproportionately affects people experiencing poverty, homelessness, and multimorbidity including mental health and substance use concerns. Little research has focused on self-help and self-management in gambling recovery, despite evidence that most of those who gamble do not seek formal treatment or do not have access to recovery services. This study explored the self-management strategies used by problem gamblers in Alba Iulia to cope with the negative consequences of the excessive use of gambling. For this, a number of 21 interviews were conducted with people from Alba Iulia who play excessively. The results show us that the most common strategies used are money and time limiting, social experience, self-exclusion, avoidance and alternative activity scheduling. The financial difficulty was the most cited reason for self-exclusion, especially in the case of middle-aged individuals males.

Key words: gambling, self-management.

1. INTRODUCTION

Gambling is a very serious public health problem in the world and in Romania. It has a long history and is practiced in various forms in all human cultures. Practicing these games can be addictive. In Romania, according to the Association for the Prevention and Treatment of Addiction (Naghi, 2012) over 1 500 000 Romanians participate in various types of gambling such as poker, bingo, sports betting, roulette, slot machines and others and about 150,000 of them developed addiction. A study conducted in Romania by GFK (2019), shows an average of 0.6% of gambling practitioners, a percentage located at the lower limit of the European average which is 0.5-2%. According to the same study, 15% of Romanians over the age of 18 have played at least once in their lives. The profile of the player who plays weekly and whose game has crossed the line of entertainment

according to the results of the study conducted by GFK (2019) is: man aged 18-24, single and with secondary education (71%) mainly from urban areas.

Slot machine games are the most popular games of chance in Romania and provide 70% of the profits of this industry. Excessive gambling affects different categories of the population differently, being more present among those who live in poverty, those who belong to marginal groups or who have other problems of a social nature or other dependencies.

The problem of gambling addiction, its social costs, has been the subject of much research in the world but very few have addressed the issue of self-recovery despite the fact that more and more evidence has been gathered that shows that it is the path followed by most people who overcome the addiction and not the help by specialists. In this context, the present research also aims to identify the management strategies of the problems caused by excessive slot machine gambling. Identifying successful strategies is important from the perspective of the need to improve gambling treatment. A significant detail in the case of gambling addicts is that only one in 10 addicted gamblers asks for help compared to one in five in the case of alcohol addicts (Suurvali, 2008). This has been explained by the barriers that arise in the case of game addicts:

1. Denying the problem (Rockloff et al. 2004, 33; Suurvali et al. 2009, 24);
2. Fear of stigma (Goslar et al. 2017, 62; Rockloff et al. 2004);
3. Faith in normalizing the game (Dąbrowska, Moskalewics and Wieckzorek 2017, 487; Rockloff et al. 2004);
4. The belief that excessive gambling is not a problem (Gainsbury et al. 2014, 76; Dąbrowska, Moskalewics and Wieckzorek 2017, 487);
5. Emotions like pride or shame (Hodgins, and El-Guebaly 2000, 777; Tavares et al. 2002, 9; Pulford et al. 2009, 19).

Given the small number of players seeking help for gambling addiction, self-management is seen by some authors as a support or even an alternative to the formalized treatment of gambling addiction (Gainsbury et al. 2014, 76; Cunningham and Breslin 2004, 3).

2. LITERATURE REVIEW

The analysis of how gamblers deal with the problems caused by their excessive gambling is a relatively recent research topic and literature, although it records a significant

number of papers, does not provide conclusive results. Most of the studies conducted evaluated the effectiveness of gambler recovery programs conducted by various organizations that offered their treatment.

Although there is great concern about the effectiveness of gambler recovery programs to find the most appropriate model, most of those who recover do so on their own without the help of specialists. Thus, Stanton Peele (Peele 1992, 78), in his paper "*The truth about addiction and recovery*" citing a survey conducted by Gallup on the population of the United States shows that: "people are about ten times as likely to change on their own as with the help of doctors, therapists or self-help groups ". According to the author, the help of a professional is present to a much lesser extent than is believed in achieving important changes in life. Thus, doctors were mentioned in 3% of the answers as having a role in making important changes in their lives and psychologists, psychiatrists, self-help groups and religious counselors even less than that. Support came from a spouse (29%), parents or siblings (21%) or friends (14%).

From this perspective, the strategies that players who have exceeded the limit of entertainment use to limit the time spent in the game and regain control and especially their effectiveness becomes important to understand how they can be helped to overcome addiction.

Studies of participants in various games of chance have shown the use of different categories of limiting gambling damage and regaining control. Among the most used, according to the identified studies are: *self-exclusion*, *limiting the amounts of money played* and *avoiding gambling halls.*

The study performed by Rodda and his collaborators (Rodda et al. 2019, 187) showed that the most used strategy is to set a limit amount for the game, bringing an exact amount of cash, and not bringing credit cards. Another study by Bagot and colleagues (Bagot et al. 2020, 177) identified several self-control strategies used by players: (1) *planning an alternative activity* (exercising instead of playing), (2) *avoiding game rooms* (stimulus control), (3) *managing financial* (limiting access to cash), (4) *seeking social support* (asking for help from others to support behavior change) and (5) *urge management* (postponing gambling).

An online study of 577 people in Canada, Alberta (Hing et al. 2019, 87) identified 9 self-management strategies that play an important role in maintaining a damage-limiting style of play: (1) *stop if not having fun*; (2) *avoid using money from the household budget*; (3) *keep a dedicated gambling budget*; (4) *have a fixed amount that can be spent*; (5) *engage in other leisure activities*; (6) *avoid gambling when upset or depressed*; (7) *not use credit for gambling*; (8) *avoid gambling to make money,* and; (9) *not think that strategies can help you win*.

Some studies (Rash and Petry 2014, 95; Matheson et al. 2018, 6) have investigated the role of social relations in the management of problematic situations caused by excessive gambling. Thus, a study conducted by Matheson and colleagues (Matheson et al. 2018, 8) showed that social relationships play a significant role in facilitating behavioral change. These findings suggest that we need a better understanding of the role that networks / circles play, and the support of colleagues outside the formal treatment environment may play, a role in self-management of excessive gambling.

Another study aimed at evaluating the effectiveness of playing time control strategies, conducted on a large sample of respondents in the United States, showed that 55% of players managed to keep playing within certain time limits and reported less negative effects of the game (Currie et al. 2019, 685). The results of this study supported the recommendations of programs aimed at preventing the negative effects of excessive gambling focused on limiting the playing time of the frequency and the amounts of money played.

So far, few studies have been done on self-management in the case of gambling addicts, although records show that few addicts seek help from specialists and rather try to cope on their own. Studies on excessive gambling management use different categories which make it difficult to compare results. Standardization of the categories used would be useful and would benefit for future studies.

In this context is the present research that aimed to identify self-management strategies employed by abusive players and addicted to slot machines in Alba Iulia that aimed to limit the damage caused by excessive gambling and overcoming addiction.

3. WHAT IS GAMBLING?

Gambling is the wagering of money or something of material value on an event with an uncertain outcome with the primary intent of winning additional money or material goods.

We can have three types of gambling: 1) *recreational gambling,* 2) *problem gambling* and 3) *compulsive gambling*.

1. Recreational gambling: Only for fun and does not have a negative impact on the individual or on family;
2. Problem gambling: Gambling has a negative impact on the individual, family and work but the individual is still able to function at a minimal level;
3. Compulsive gambling: is being unable to resist impulse for gamble which can lead to severe personal or social consequences.

4. WHAT IS SELF-MANAGEMENT?

Self-management is defined as "an individual's ability to manage the symptoms, treatment, physical and psychosocial consequences and lifestyle changes inherent in living with a chronic condition. Effective self-management encompasses the ability to monitor one's condition and to affect the cognitive, behavioral and emotional responses necessary to maintain a satisfactory quality of life "(Barlow et al. 2002, 87).

5. BENEFITS AND COSTS OF THE GAME

Participating in the game can have beneficial effects for certain categories of people (Anoop 2013, 56), Thus:

- Gambling has been shown to help older people and retirees to reduce drastically their health problems;
- Older people who gamble are much less likely to develop depression, alcoholism or bankruptcy than those who do not.

Gambling can have serious costs for players, especially if the game goes beyond the line of entertainment and leads to abuse and addiction. According to Langham and his colleagues, (Langham et al. 2016, 165) a gambling damage is defined as „any initial or exacerbated adverse consequence due to an involvement in gambling that leads to a decrease in the health or well-being of any person, family unit, community or population." Experts have classified the damage caused by excessive gambling into seven areas of life: financial difficulties, relationship interruptions, emotional or psychological distress, physical health problems, cultural damage, poor performance at work, school and involvement in criminal activities.

6. PURPOSE OF THE STUDY

The main objective of this research was to determine the self-management strategies adopted by problem players to deal with the problems caused by excessive slot machine play. The research was conducted on slot machine users in Alba Iulia. Players who identified themselves as excessive players and tried to reduce or completely give up playing time were considered eligible for the study.

Research questions

The present research aimed to answer the following questions:

1. What was the context in which the player started playing slot machines?
2. What were the benefits of the game?
3. What were the costs of the game?
4. What were the strategies used to deal with the problems caused by excessive or addictive gambling?

According to the literature, the most common behavioral strategies used by gambling players to deal with problems caused by excessive gambling are:

1. *Self-exclusion*: the person moves or self-excludes from participating in such games for a certain period of time. (Avery and Davis 2008, 91; Hayer and Meyer, 2011, 685; Hing and , Russell 2015, 77; Gainsbury et al. 2015; Tolchard et al. 2015; Ladouceur, Sylvain and Gosselin 2007, 85; Townshend 2007, 5) .
2. *Money limiting*: the person plays smaller amounts and stops the game as soon as he has run out of money. He also does not carry a card with him. (Hing and Russell 2015, 77; Hing, Lalande and Ladouceur 2011, 52; Subramaniam et al. 2017, 124).
3. *Time limiting*: the person limits the time spent playing the game and leaves the game room when time runs out. Usually with the end of the money allocated for the game. (Hing and Russell 2015, 77, Moore et al. 2012, 20; Subramaniam et al. 2017, 124).
4. *Alternative activity scheduling*: the person plans another activity instead of participating in the game. (Avery and Davis 2008, 91).
5. *Avoidance*: the person avoids the gambling halls and imposes restrictions on the money he has with him and the routes he walks through the locality. (Moore et al. 2012, 20).
6. *Direct action:* the person uses strategies such as cutting credit cards, changing the entourage and others to exclude gambling from their activities. (Moore et al. 2012, 20).
7. *Social experience*: the person tries to turn the time spent in the game room into an opportunity to socialize rather than actually play. (Moore et al. 2012, 20).
8. *Delayed gratification*: the person strives to free himself from the need for immediate results. (Subramaniam et al. 2017, 124).
9. *Maintenance and balance*: the person tries to maintain a balance in terms of time spent and money spent on gambling and other important activities. (Subramaniam et al. 2017, 124).

7. STUDY METHODOLOGY

The method used was the qualitative interview focused on the problem. Thus, 18 semi-structured interviews were conducted with players who tried to moderate or stop the game at the slot machine completely. The criterion for inclusion in the investigated group was self-declaration as an abusive or addicted player. The selection of the respondents was made using the snowball technique. We started from two cases of known abusive players and then using the information provided by them new cases were identified. The search for new cases stopped when we did not obtain any new information. The interviews were conducted between July and August 2020.

8. RESULTS

The interviewed respondents were between 20 and 56 years old with an average age of 28.5 years. Most of them were men (62.5%) and only 37.5% women. The profile of the respondents is close to the one identified by the GfK research (2019). All respondents play primarily at slot machines but occasionally participate in sports betting, casino games and online games.

The context of the gambling initiation

The first objective of the study was to determine the social context of the initiation of slot machine games and the factors that support the game on such devices. Playing is a social activity and the initiation of the game is done in the context of social interactions (Reith and Dobbie 2011, 483). The context in which the game was initiated is important for understanding the motivation and factors that support the game and the changes that are needed to change the abusive or addictive game model. The results obtained in the interviews show the following:

Table 1. The context of gambling initiation

Social context of gambling initiation	Illustrative quotes
1. Socializing in networks of friends	*Well, to be honest, five years ago I heard about slot machines, but they did not hold any attraction. It all started as a joke between friends who used to play something like that. It wasn't always about money; it was more a desire to win that caught me very quickly* (male, 56 years old, retired)
2. Spatial proximity of gaming rooms to the respondents' living, working or shopping area	*They have always existed, near the block where I lived. Immediately after the revolution, several barracks appeared where there were games like this. I think that, after you start playing, you never stop, you find them everywhere and everywhere there is a temptation, for a beer, a cigarette, like here, for you* (man, 46 years old, small businessman).
3. Chance and curiosity	*I was with my grandparents for 3 weeks in Moneasa and next to our hotel was a hotel with poker machines. I wanted to see what it was like. I played and I won. Then I lost. But the desire to "want more" had been born in me* (man, 40 years old).
4. The influence of the family	*I liked games, I had all kinds of games at home as a child, Nintendo, Box and others I don't remember. My parents bought them for me. I wanted to try something new. I thought I would win* (man, 50, employee).

As the results of the interviews show, most respondents started playing slot machines in the context of interactions with friends in which they discovered the game and the pleasure of playing. The group of friends encouraged and supported the participation in the game, facilitated the learning of the necessary techniques. For study participants, playing on these devices is a normal way to spend free time and have fun.

The proximity of the game rooms to the living and shopping areas was mentioned as a factor that contributed to their involvement in the game. In all cities in Romania, game rooms are located in the vicinity of such areas which makes them difficult to avoid. Such places have become meeting and socializing places for local residents.

Coincidence and curiosity were also mentioned as factors that played an important role in initiating the game. The attractive design of the slot machine catches the eye when they are discovered by chance and arouse the need for new experiences.

In some cases, as evidenced by the answers in an interview, the family contributes to the development of the appetite for play by offering different play devices as children's play objects.

Benefits of the game

Despite the common perception that gambling and especially addiction to them can not have any benefits, from the perspective of players the game can bring some benefits that can not get elsewhere.

Table 2. Benefits of the gambling

Perceived benefits of the game	**Illustrative quotes**
Relaxation and pleasure of the game	*It's a thing that relaxes me after a day of work and there are days when I have beautiful gains*", man 23 years old. "*The truth is, I really enjoy playing. But I don't have that much money and I prefer to look at others*", man 56 years old.
Socialization	*I went to play when I felt alone. At the game room I felt good, I made friends; I had fun. It was good that I had someone to talk to there*, women, 21 years old.
Adrenaline and thrills	I like it, it's this adrenaline you can't escape. You play because you like or are troubled by waiting, tension. Look right now I have this winning ticket, take my money too!, man 36 years old.
Escaping from the annoying reality	"*The reason I started playing slot machines and became addicted to games is very simple. Escape from reality and flight from responsibility. In my flight to be a free man, who does not have to account to anyone, I chose the virtual world to express myself*" man, 36 years old. "*The escape from reality was caused by many things. Poverty and material deprivation, lack of a social life, lack of motivation to do something in life (I had not discovered my vocation.), lack of a girlfriend and the list is long. In the game, I was able to build an alternative personality that has achievements, and this is why this game in particular is addictive. In this game you can evolve continuously and there is no end. Just like in life.*" man 32 years old.

The interviewed players appreciate participating in the slot machine as a way to spend free time, relax and fight the stress associated with work. This is also reflected in the criteria for choosing the game rooms mentioned by the respondents: proximity to the house, pleasant atmosphere, recommendation of friends, habit, the possibility to participate in several types of games, but also jackpot prizes. They generally come with friends or relatives to the game or come alone but in this case they socialize with the other participants in the game. Adolescents, young people, women and the unmarried come to play while married people come alone.

Adrenaline and thrills seem to be less associated with participating in the slot machine in the case of the interviewed players.

Escaping from the annoying reality, forgetting the problems they face, and the fear of taking on responsibilities was also mentioned by the respondents as benefits / reasons for participating in the game.

Costs of the game

Excessive gambling and the development of addiction have obviously caused problems for players. From the perspective of the interviewed players, they were:

Table 3. Costs of the gambling

Perceived costs of the game	**Illustrative quotes**
Financial losses	*I have the same problem. I've lost tens of thousands so far. And we almost reached the edge of the abyss. I do not know what to do anymore. If I didn't have debts, I wouldn't want to go to the game room. But because the debts per month that are higher than my income I started to despair and lose even more money,* man 27 years old.
Affecting the relationship with the life partner, family or friends	*"Well, my children are big, only my wife judges me, especially for the financial part, but also for the lost nights. Alcohol, stress. It's as clear to me as the aghiasma ... this shit is getting you down!", man 49 years old.* *"I had problems with my wife, in the sense that she kept reproaching me for losing money on slot machines in vain and for not bringing any gain (money) home",* man 30 years old.
Personal degradation	We do this not because we are addicted but because we are not smart enough to realize that playing every day makes us even worse off. And the worst thing is that with the debts that comes we lose our dignity and the normal thinking that a person must have. We degrade our brains just like a drug like heroin or cocaine, man 29 years old.
Fatigue, exhaustion, stress	*Being constantly with my mind at play, with hundreds of options, I was drained of all energy and could no longer write or create anything for days and weeks. Playing took all the best I could,* man, 28 years old.

Most players mentioned costs due to excessive slot machine gambling. The most important costs seemed to be the financial ones related to the loss of money and the accumulated debts that they could no longer cope with. Another cost of participating in the game was that of affecting relationships with the life partner, family or in some cases with friends. This cost has been partially hidden by the practice of concealment adopted by many players, especially those who are married or employed who tended to hide the extent of their participation in the game and the financial losses they incurred. Some of the interviewed players revealed different forms of physical, cognitive and moral damage suffered in the context of continuing the addictive model of gambling and the inability to overcome addiction. The players also mentioned the states of fatigue, exhaustion and stress caused by the long periods of time in which they played and the obsessive preoccupation with it.

Self control strategies

Subjects were asked what strategies were used to limit and control the game and whether they helped them overcome the addictive or abusive pattern of play. The analysis of the obtained answers showed that the players used the following strategies with the predilection:

Table 4. Self strategies used

Strategies used	**Illustrative quotes**
Money limiting	*I don't play that much. Until I put a few betting tickets, I put 50-100 lei in the pecans. If something comes out fast, well, if not, I'm gone. Let's say it's the money I get from benevolent customers every day*, man, 36 years old.
Social experience	*I didn't play a lot of money, I didn't have a lot, I went more to socialize with the boys, that's how I spent my time*, woman, 26 years.
Self-exclusion	*I left the gang, I thought I didn't want to end up like those losers ... so I started not going out with them anymore. They would call me and send me messages. I didn't answer anymore, I knew they were calling me to go out with them ...*, woman, 21 years old.
Alternative activity scheduling	*But since I fell, I think I have gained the strength not to enter the casino. All I have to do is work harder to pay off the debts I have*, man, 23 years old. *I started doing physical work, that kills the thought of playing. I worked, I didn't play and I also made money. This is the best method ..,* man, 52 years old.
Avoidance	*I don't want to see any slot machine rooms anymore ... I'm sick and now I avoid going to the halls where I used to go. I don't even go out in the city that much*, man, 26 years old.
Time limitting	*I said stop; I'll stay for a maximum of an hour and go home. Otherwise, I get in trouble and anyway when it's a bad day it's not worth continuing, there are only certain moments when you can win. That way I limit the damage*, man, 50 years.
Damage reduction	*If I went out in the city, everything I did would end up on the machines, alone or with friends. That's how I started smoking marijuana and got rid of the appliances. I sit for hours on end smoking a cigarette and listening to music. You don't need anything anymore; it costs me a lot less. I lost a lot more money on slot machines*, man, 20 years old.
Concealing	*The strategy when you are in the maximum crisis of addiction is to disguise and try to keep up appearances. Education and concealment skills help you. I said above, no one in Romania helps you,* man, 52 years old.

The most used strategy by slot machine players is to limit the amount to play. It often occurs in the context of limited financial resources and the inability to obtain loans

to play. These financial constraints seem to play an important role in curbing gambling participation and the development of an addiction. Socialization as a self-management strategy was identified from the information given by some participants in the game. For them, participating in the game was mainly an opportunity to socialize with friends. The motivation invoked was the loneliness that forced them to come to the gambling halls and the limits of financial resources that prevented them from playing large sums. Given that gambling halls were community hubs, they simply functioned as social gathering centers for many of the participants in the game. The pleasure of the game was according to their statements satisfied by watching the participants in the game who played large sums. Other participants in the game used to avoid excessive game rooms as a strategy to control the game. This was especially the case for those who initiated the game due to the proximity of gambling in the area where they live. In some cases, the change of address and place of employment complemented this strategy. Limiting playing time was the strategy used by some players. This strategy was and is supported by the limitation of the amounts of money available for the game and the attempt to satisfy other social obligations. Self-exclusion was another strategy adopted by some interviewed players in their attempt to limit the damage caused by gambling and overcome addiction. In some cases it was a voluntary action in others it happened by chance due to the "natural" mobility of the players. This was the case, for example, of going to college and abandoning the group of friends from high school when moving to another locality in the case of young people. At the same time with this move, the player left the group that was going to play the slot machine.

In other cases, planning an alternative activity was the solution to coping with the consequences of excessive gambling. Carrying out demanding physical activities (working in the garden), going out with his wife or girlfriend or going on a trip outside the locality were mentioned by the respondents. These activities changed the preoccupation from the game to a pleasant and relaxing alternative activity.

Other strategies used by players were damage reduction and concealing. In the first case it was about replacing the slot machine game with the use of light drugs (marijuana). The explanation given was that marijuana involves much lower financial costs, fulfilling for the individual the same function of escaping from reality. The burden of debts that keep accumulating due to the inability to control the game was an impulse to reduce the damage even if it does not help to overcome addiction but only replaces one addiction with another. Concealment is a false strategy for managing the damage caused by excessive gambling on devices. Keeping up appearances, however, means a symbolic form of damage reduction. For some of the players, socializing was the way to control damage. This was the case of the players who used the game as a way to relax and socialize with friends. They managed to avoid the accumulation of debts and supported participation

in the game with limited financial resources. Although they considered themselves abusive players, in fact, they only spent a lot of time in the game rooms without developing a game addiction.

9. CONCLUSIONS

Interviews with abusive and addicted slot machine players in Alba Iulia showed a series of strategies used by them to limit damage and overcome addiction. In order to better understand the motivations for adopting certain strategies by the players trapped in the game, we explored the context of the game's initiation, the perceived benefits and its costs. Thus, knowing the whole life story of the players helps us to understand the context in which this habit developed, the factors that sustained it and at the same time the damages suffered that motivated them to adopt certain strategies to limit them and regain control over one's own behavior.

An important role in initiating the game played, according to the answers received, was socialization in the context of friendships, in which players discovered slot machines and learned to play. Related to this, the spatial proximity has made the game rooms real social hubs in the city's neighborhoods. Coincidentally, the family background seems to have played a less important role in the involvement in the game and the development of addiction, although there are also some of the factors that played a role in initiating the game.

The perceived benefits of the game indirectly showed the needs that the game met and at the same time supported this behavior. For slot machine participants, participating in the game is a way to relax and entertain, socialize and escape from an annoying reality. Some players have sought to demonstrate a range of skills and competencies that will nurture their high self-esteem.

Over time, the benefits began to be overwhelmed by the increasingly obvious costs: financial losses, debt accumulation, wasted time, deteriorating relationships with family and friends, but also exhaustion and stress.

To deal with these problems, players have tried to adopt a series of strategies to reduce damage and overcome addiction. For the most part, they were centered around the financial losses suffered in the game. Thus, the most used method of self-management was to limit money. This was imposed by the dramatic accumulation of debts that the players faced. In some cases, players have adopted direct confrontational strategies with addictive gambling that aimed more than reducing damage rather overcoming addiction.

Such strategies were: avoiding, self-excluding or replacing the gambling with another activity.

In other cases, the goals were more modest. Players sought to reduce damage by replacing gambling with another unhealthy behavior that causes less harm to the individual. An even weaker form of managing the damage caused by excessive gambling was keeping up appearances. In this way, the abusive behavior is not changed, but an easy control is gained over the game behavior to keep the appearance.

The results obtained in this research show a series of strategies adopted by players that can be grouped into several categories depending on the intensity of the change sought: *keeping the game in the area of relaxation and fun and as an opportunity to socialize*, *overcome addiction*, *significantly, reduce damages* and *limitation of damages*.

Also, the self-control strategies adopted by the players seem to be linked to the particular route of initiating and supporting the game and to the damages suffered by the excessive game. This, like many other issues related to gambling, needs to be clarified by future research on specific categories and specific cultural contexts. This is important because it can help improve the support provided for the rehabilitation of gamblers.

References

1. Anoop, George Muttath. 2013. „Gambling should legalized or not?“ Education Health and Medicine 26, no. 11.
2. Auer, M.; Schneeberger, A.; Griffiths, M. 2012. „Theoretical Loss and Gambling Intensity: A Simulation Study.“ Gaming Law Rev. Econ. 16: 269–273.
3. Avery L, Davis DR. 2008. „Women's recovery from compulsive gambling: formal and informal supports.“ J Soc Work Pract Addict. 8, no. 2: 171–191.
4. Bagot, K.L.; Cheetham, A.; Lubman, D.I.; Rodda, S.N. 2020. „Predictors of Strategy Engagement for the Prevention and Reduction of Gambling Harm: A Prospective Application of the Theory of Planned Behaviour.“ Int. J. Ment. Health Addict. 2: 177–184.
5. Barlow J, Wright C, Sheasby J, Turner A, Hainsworth J. 2002. „Self-management approaches for people with chronic conditions.“ Patient Educ Couns 48, no. 2: 177–87.
6. Cunningham JA, Breslin FC. 2004. „Only one in three people with alcohol abuse or dependence ever seek treatment.“ Addict Behav. 29, no. 1: 221–223.
7. Currie, S.R., Brunelle, N., Dufour, M. et al. 2019. „Use of Self-control Strategies for Managing Gambling Habits Leads to Less Harm in Regular Gamblers.“ J Gambl Stud 36: 685–698 (2020). https://doi.org/10.1007/s10899-019-09918-0.
8. Dąbrowska K, Moskalewicz J, Wieczorek Ł. 2017. „Barriers in access to the treatment for people with gambling disorders. Are they different from those experienced by people with alcohol and/or drug dependence?“ J Gambl Stud 33, no. 2: 487–503.

9. Gainsbury, S.M.; Abarbanel, B.L.L.; Philander, K.S.; Butler, J.V. 2018. „Strategies to customize responsible gambling messages: A review and focus group study." BMC Public Health 18, 1381.
10. Goslar M, Leibetseder M, Muench HM, Hofmann SG, Laireiter A-R. 2017. „Efficacy of face-to-face versus self-guided treatments for disordered gambling: a metaanalysis." J Behav Addict 6, no. 2: 142–62.
11. Hayer T, Meyer G. 2011. „Self-exclusion as a harm minimization strategy: evidence for the casino sector from selected European countries." J Gambl Stud. v27(4):685–700.
12. Hing N, Russell AMT, Gainsbury SM, Blaszczynski A. 2015. „Characteristics and help-seeking behaviors of internet gamblers based on most problematic mode of gambling." J Med Internet Res 17, no. 1.
13. Hing N, Sproston K, Tran K, Russell AM. 2017. „Gambling responsibly: who does it and to what end?" J Gambl Stu 33, no. 1: 149–165.
14. Hing, N.; Browne, M.; Russell, A.M.T.; Rockloff, M.; Rawat, V.; Nicoll, F.; Smith, G. 2019. „Avoiding gambling harm: An evidence-based set of safe gambling practices for consumers." Plos One 14, E. 0224-083.
15. Hodgins, D., & El-Guebaly, N. 2000. „Natural and treatment-assisted recovery from gambling problems: A comparison of resolved and active gamblers." Addiction 95, 777–789.
16. Ladouceur R, Sylvain C, Gosselin P. 2007. „Self-exclusion program: a longitudinal evaluation study." J Gambl Stud 23, no. 1: 85–94.
17. Langham, E.; Thorne, H.; Browne, M.; Donaldson, P.; Rose, J.; Rockloff, M. 2016. Understanding gambling related harm: A proposed definition, conceptual framework, and taxonomy of harms. BMC Public Health.
18. Lalande DR, Ladouceur R. 2011. „Can cybernetics inspire gambling research? A limit-based conceptualization of self-control." Int Gambl Stud 11, no. 2: 237–252.
19. Matheson FI, Sztainert T, Lakman Y, Steele SJ, Ziegler CP, Ferentzy P. 2018. „Prevention and Treatment of Problem Gambling Among Older Adults: a scoping review." J G Ambl Issues 39:6–66.)
20. Moore S, Thomas AC, Kyrios M, Bates G. 2012. „The self-regulation of gambling." J. Gambl Stud 28, no. 3: 405–420.
21. Noaghi Cristian. 2012. Peste un milion şi jumătate de români participă la jocuri de noroc, interviu, Mediafax, https://www.economica.net/peste-un-milion-si-jumatate-de-romani-participa-la-jocuri-de-noroc_27099.html.
22. Nelson, SE, Kleschinsky JH, LaBrie RA, Kaplan S, Shaffer HJ. 2010. „One decade of self exclusion: Missouri casino self-excluders four to ten years after enrollment." J Gambl Stud 26, no. 1: 129–144.
23. Peele, Stanton. 2004. 7 Tools to beat addiction. New York: Three River Press.
24. Pulford, J., Bellringer, M., Abbott, M., Clarke, D., Hodgins, D., & Williams, J. 2009. „Barriers to help-seeking for a gambling problem: The experiences of gamblers who have

sought specialist assistance and the perceptions of those who have not.“ Journal of Gambling Studies 25, no. 1: 19–32.

25. Reith, Gerda & Fiona Dobbie. 2011. „Beginning gambling: The role of social networks and environment.“ Addiction Research and Theory 19, no. 6: 483–493.
26. Rockloff, M. J., Browne, M., Li, E., & O'Shea, T. 2014. „It's a sure bet you're going to die: Existential terror promotes gambling urges in problem players.“ Gambling Research 26, no. 1: 3–43.
27. Rockloff MJ, Schofield G. 2004. „Factor analysis of barriers to treatment for problem gambling.“ J Gambl Stud 20, no. 2: 121–126.
28. Rash, CJ, Petry N. M. 2014. „Psychological treatments for gambling disorder.“ Psychol Res Behav Manag 7: 285–95.)
29. Rodda, S.N.; Bagot, K.L.; Manning, V.; Lubman, D.I. 2019. „Only take the money you want to lose' strategies for sticking to limits in electronic gaming machine venues.“ Int. Gambl. Stud. 19: 489–507.
30. Rodda, SN, Bagot KL, CheethamA, Hodgins DC, Hing N, Lubman DI. 2018. „Types of change strategies for limiting or reducing gambling behaviors and their perceived helpfulness: a factor analysis.“ Psychol Addict Behav 32, no. 6: 679–688.
31. Rockloff, M. J., Browne, M., Li, E., & O'Shea, T. 2014. „It's a sure bet you're going to die: Existential terror promotes gambling urges in problem players.“ Gambling Research 26, no. 1: 33–43.
32. Subramaniam M, Satghare P, Vaingankar JA, Picco L, Browning CJ, Chong S, Thomas SA. 2017. „Responsible gambling among older adults: a qualitative exploration.“ BMC Psychiatry 17, no. 1.
33. Suurvali, H., Cordingley, J., Hodgins, D. C., & Cunningham, J. 2009. „Barriers to seeking help for gambling problems: A review of the empirical literature.“ Journal of Gambling Studies 25, no. 3: 407–424. doi: 10.1007/s10899-009-9129-9.
34. Tavares H, Martins S.S., Zilberman M.L., El-Guebaly N. 2002. „Gamblers seeking treatment: why haven't they come earlier?“ Addict Disord Treat 1, no. 2: 65–69.
35. Townshend P. 2007. Self-exclusion in a public health environment: an effective treatment option in New Zealand. Int J Ment Heal Addict 5, no. 4:390–395.
36. Walker, D.M.; Litvin, S.W.; Sobel, R.S.; St-Pierre, R.A. 2015. „Setting Win Limits: An Alternative Approach to 'Responsible Gambling'?“ J. Gambl. Stud 31: 965–986.
37. Wiebe, J.; Mun, P.; Kauffman, N. 2006. Gambling and Problem Gambling in Ontario. Responsible Gambling Council: Toronto: ON, Canada. Available online: https://prism.ucalgary.ca/handle/1880/48245.

STRATEGIJE UPRAVLJANJA VLASTITIM PROBLEMIMA PRETJERANOG KOCKANJA

Sažetak

Problematično kockanje ozbiljan je društveni problem koji nerazmjerno utječe na ljude koji se suočavaju sa siromaštvom, beskućništvom i multimorbiditetom, uključujući probleme s mentalnim zdravljem i upotrebu droga. Malo je istraživanja usredotočeno na samopomoć i samoupravljanje u oporavku od kockanja, unatoč dokazima da većina onih koji kockaju ne traže formalnu pomoć ili nemaju pristup pratećim uslugama liječenja. Ova studija istraživala je strategije samoupravljanja koje osobe s problemom s kockanjem u Alba Iuliji upotrebljavaju za suočavanje s negativnim posljedicama pretjerane upotrebe kockanja. S tim je ciljem proveden 21 intervju s ljudima iz Alba Iulije koji pretjerano kockaju. Rezultati nam pokazuju da su najčešće korištene strategije samoisključivanje, ograničavanje količine novca i vremena posvećenih kockanju, zakazivanje alternativnih aktivnosti, izravno djelovanje, socijalno iskustvo, odgođeno zadovoljenje i održavanje ravnoteže. Financijske poteškoće najviše su se navodile kao razlog za samoisključivanje, posebno u slučaju muškaraca srednjih godina. Odgođeno zadovoljenje (tj. zatomljivanje potrebe za neposrednim rezultatima kockanja) i održavanje ravnoteže (tj. izbjegavanje ekscesa u ponašanju) bile su strategije samoupravljanja koje su navodile starije odrasle osobe (60+) s problemima kockanja ili vjerojatnim patološkim kockanjem.

Ključne riječi: kockanje, samoupravljanje, samoisključivanje, odgođeno zadovoljenje, ograničenje novca i vremena

Tihana Sudarić

Krunoslav Zmaić

Ivan Janić

ODRŽIVI RAZVOJ LOKALNE ZAJEDNICE

Sažetak

Lokalne zajednice suočavaju se s problemima održivog, socioekonomskog i demografskog razvoja. Razvoj lokalnih zajednica treba se temeljiti na iskorištavanju sadašnjih i budućih resursa, ne samo kapitalnih investicija i prirodnih obilježja već ponajprije osnaživanjem demografske strukture stanovništva. U radu su analizirana kvalitativna i kvantitativna demografska obilježja pet jedinica lokalne samouprave: Beli Manastir, Bilje, Darda, Kneževi Vinogradi i Jagodnjak koje se nalaze u Baranji (dio Osječko-baranjske županije). Geografski, te se općine nalaze u izrazito ruralnom području, pogodnom za razvoj poljoprivrede, prerade poljoprivrednih proizvoda te razvoja ruralnog turizma koji je proteklih desetak godina prepoznat kao atraktivna destinacija. Cilj je rada bio identificirati načine, mjere i smjernice k poticanju razvoja turizma u lokalnoj zajednici. Primijenjena je komparativna analiza općeg stanja lokalnih zajednica koja prikazuje makroekonomske demografske pokazatelje, odnosno migracijski saldo, prirodni prirast, tržište rada, proračunski prihod po stanovniku, dolaske i noćenja turista u razdoblju od 2015. do 2018. godine, kao i indeks razvijenosti koji je bitan kod planiranja strateškog razvoja područja. Analizirane jedinice lokalne samouprave pripadaju u skupinu potpomognutih područja čiji je indeks razvijenosti manji od 75 % od prosjeka Republike Hrvatske (42,9 – 74,29 %). Potrebno je učiniti dodatne napore kako bi se indeks razvijenosti podigao na višu razinu i dosegao cilj kohezijske politike Europske unije.

Ključne riječi: održivost, lokalna zajednica, turizam, razvoj, Baranja

1. UVOD

Upravljanje lokalnom zajednicom i prepoznavanje regionalnih specifičnosti ogleda se u partnerstvu civilnog, javnog i gospodarskog sektora. Osim teritorijalnih, lokalna zajednica podrazumijeva i socijalna obilježja, odnosno funkcionalne i psihološke veze među ljudima u jednoj zajednici. Takve se veze temelje na zadovoljavanju socijalnih po-

treba kao što su temeljne vrijednosti kojima se vode pripadnici određene zajednice, norme ponašanja, zajednički interesi te osjećaj pripadnosti zajednici (Sablić 2016). Glavni su ciljevi razvoja turizma u lokalnim zajednicama stvaranje i održavanje gospodarskih prilika, poboljšanje kvalitete života te zaštita kulturno-povijesne i prirodne baštine (Golub i Jaković 2019). Prema istraživanjima Zmaić et al. (2011) iskustvo velikog broja zemalja pokazuje da glavni oslonac ruralnoj ekonomiji više ne može biti poljoprivreda, već širok spektar aktivnosti zasnovanih upravo na neaktiviranim potencijalima ruralnih područja. Naime, povezivanjem posjetitelja s prirodnom i kulturnom baštinom prostora ostvaruju se brojne koristi za lokalnu zajednicu.

Uključenost lokalne zajednice u razvoj turizma je važna, ali i nužna. Lokalnom se kulturom, načinom života i tradicijom mogu privući posjetitelji, no kod takvog je razvoja potrebno podržavati želje i težnje stanovništva. Lokalne zajednice trebaju biti u potpunosti uključene u donošenje važnih odluka vezanih uz turistički razvoj jer žive unutar zaštićenog područja prirode ili oko njega, usko su povezane s prirodnim resursima, ali su i vlasnici zemlje na kojoj se planira razvoj turizma. Izrazito je važna i priprema stanovništva na povećan priljev posjetitelja u destinaciju kako bi se smanjili negativni utjecaji (Golub i Jaković 2019).

O lokalnim zajednicama (gradovima i selima) i o gubitku vlastitog regionalnog identiteta govore autori Deže i sur. (2017). Autori naglašavaju veliki izazov za lokalne zajednice kako da sačuvaju regionalni identitet u povijesnim, tradicionalnim, kulturnim i društvenim vrijednostima. Oni imaju važnu ulogu u očuvanju vrijednosti lokalnog prepoznavanja na kojem je moguće izgraditi dugoročni lokalni razvoj. Snage i komparativne prednosti regije autori pronalaze u razvoju prepoznatih proizvoda lokalnog prostora. Nakon identificiranja lokalnih regionalnih proizvoda, važno je ohrabriti primarnu proizvodnju, preradu i sve to povezati gastronomskim putem.

2. MATERIJALI I METODE

Cilja rada bio je identificirati i analizirati načine i smjernice različitih aktivnosti u funkciji poticanja razvoja turizma kroz doprinos lokalnog stanovništva koji treba biti osnovni pokretač razvoja lokalne zajednice. Lokalna samouprava stjecište je različitih pojava i utjecaja. Shvaćanje o tome što je, čemu služi i kojim bi se okolnostima trebala rukovoditi lokalna samouprava kao od središnjih državnih vlasti prepoznata i pravno priznata institucionalno-organizacijska forma autonomije lokalnih zajednica mijenjalo se tijekom razvoja. Ono nije ni u jednoj te istoj zemlji u svakom trenutku među svim akterima jednoznačno određeno, a postoje i značajne razlike u načinu shvaćanja te institucije među različitim zemljama (Koprić 2018).

U radu su analizirana kvalitativna i kvantitativna demografska obilježja pet općina: Beli Manastir, Bilje, Darda, Kneževi Vinogradi i Jagodnjak koja se nalaze u Baranji (dio Osječko-baranjske županije). Geografski, te se općine nalaze u izrazito ruralnom području, pogodnom za razvoj poljoprivrede, prerade poljoprivrednih proizvoda te razvoja ruralnog turizma. U svrhu prikupljanja svih relevantnih istraživanja u području upravljanja lokalnom zajednicom u razdoblju od 2015. do 2018. pretraženi su i analizirani Državni statistički ljetopisi (DZS), Strategije lokalnih akcijskih grupa, relevantne baze podataka Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, dokumenti o izvorima o financijskom poslovanju JLS-a na području Osječko-baranjske županije, kao i znanstveni i stručni radovi koji su doprinijeli analizi i sintezi rezultata istraživanja. U radu je korištena komparativna analiza koja uspoređuje sličnosti i različitosti resursa u upravljanju pojedinim općinama.

3. REZULTATI I RASPRAVA

Baranja je dio panonskog prostora koji ima potencijal za razvoj različitih grana poljoprivrede, prerade i finalizacije poljoprivrednih proizvoda, ali je isto tako u proteklih desetak godina prepoznata kao destinacija ruralnog ili kontinentalnog turizma. Na području Baranje nalaze se značajni zaštićeni sakralni i svjetovni spomenici, arheološka nalazišta iz prapovijesnog, antičkog, ranosrednjovjekovnog i srednjovjekovnog razdoblja te kulturna dobra lokalnog karaktera koja su značajna ne samo za održavanje kulturnog identiteta područja nego se mogu aktivirati u gospodarske svrhe kao značajni turistički objekti (Lokalna razvojna strategija LAG Baranja 2019). Kulturna, povijesna i prirodna baština dio su identiteta određenog područja, te su neobnovljivi i ograničen resurs koji zahtijeva očuvanje, skrb, vrednovanje i korištenje prema načelima održivosti. Prema Cifrić (2014) očuvanje prirodne i kulturne baštine dio je nacionalne svijesti o svojoj identitetskoj prošlosti i sadašnjosti, ali i dio nasljeđa koje pripada globalnim pokretima za zaštitu prirodne i kulturne raznolikosti. Baština je ono što nasljeđujemo (lokalno, nacionalno, globalno) od prošle i niza prethodnih generacija. Naime, jedan dio baranjskog područja nalazi se u mreži NATURA 2000 što je važno područje za očuvanje ugroženih europskih vrsta i staništa.

Indeks razvijenosti predstavlja pokazatelj ukupnog komparativnog razvoja lokalnog područja i bitan je kod planiranja strateškog razvoja područja. Na području Baranje prema indeksu razvijenosti (2013.) sve analizirane jedinice lokalne samouprave pripadaju skupini potpomognutih područja čiji je indeks razvijenosti manji od 75 % od prosjeka Republike Hrvatske. Najniži indeks na području Baranje ima općina Jagodnjak (42,90 %), slijede ju Kneževi Vinogradi (61,60 %), Darda (62,16 %) i Bilje (73,79 %). Najrazvijeniji je grad Beli Manastir sa 74,29 % po indeksu razvijenosti. Potrebno je učiniti dodatne

napore da bi se indeks razvijenosti podigao na višu razinu i dosegao cilj kohezijske politike Europske unije. Prosječna gustoća naseljenosti u Baranji je 35 stanovnika/km^2 što ukazuje na to da je riječ o izrazito ruralnoj sredini.

Analiza općeg stanja lokalnih zajednica ogledala se u makroekonomskim demografskim pokazateljima, odnosno migracijskom saldu, prirodnom prirastu, tržištu rada, proračunskom prihodu po stanovniku, dolascima i noćenju turista, kao i popisu stanovništva u razdoblju od 2015. do 2018. godine.

Tablica 1. Stanovništvo po JLS-u 2015. – 2018.

	2015.	**2016.**	**2017.**	**2018.**
Beli Manastir	9570	9359	8998	8895
Bilje	5597	5499	5266	5201
Darda	6661	6492	6238	6140
Kneževi Vinogradi	4333	4219	4018	3974
Jagodnjak	1902	1888	1812	1792

Izvor; DZS za pripadajuće godine

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku može se vidjeti da sve analizirane jedinice lokalne samouprave imaju trend opadanja broja stanovnika (tablica 1). Tendencija pada broja stanovništva započinje u 2015. godini, a vrhunac je u 2017. godini, nakon koje se u 2018. godini vidi blagi pad u brojnoj strukturi stanovništva. Najznačajniji pad broja stanovnika za sve jedinice lokalne samouprave dogodio se na prijelazu iz 2016. u 2017. godinu. U tom razdoblju dogodio se najveći broj migracija stanovništva, ali i negativna stopa nataliteta. Za razliku od prethodnog razdoblja, u 2018. godini dogodio se najmanji pad broja stanovnika za analizirane općine. Općina Kneževi Vinogradi specifična je jer jedina ima ravnomjeran i proporcionalan pad broja stanovnika u odnosu na ostale jedinice lokalne samouprave.

Prema intenzitetu međupopisne promjene ukupnog stanovništva, Osječko-baranjsku županiju karakterizira tip „jaka depopulacija", odnosno karakterizira ju padajuća reprodukcija stanovništva u ukupnom, prirodnom i emigracijskom kretanju. U kontekstu izostanka značajnih i dugoročnih društvenih utjecaja na područje nataliteta i izostanka snažnijeg gospodarskog rasta koji bi značajnije utjecao na proces iseljavanja, indicira se nastavak nepovoljnih strukturno-demografskih trendova. Prema tim pokazateljima, dostupne projekcije za Osječko-baranjsku županiju prognoziraju pad stanovništva toga prostora za gotovo 76 000 stanovnika u razdoblju od 2011. do 2051. godine (Živić 2018). U tablici 2 prikazan je migracijski saldo na analiziranom uzorku općina u Baranji u razdoblju od 2015. do 2018. godine.

Tablica 2. Migracijski saldo: doseljeno i odseljeno stanovništvo u razdoblju 2015. – 2018.

	Migracijski saldo			
	2015.	2016.	2017.	2018.
Beli Manastir	-136	-211	-361	-103
Bilje	-60	-98	-233	-65
Darda	-87	-169	-254	-98
Kneževi Vinogradi	-179	-114	-201	-44
Jagodnjak	-43	-14	-76	-20

Izvor; DZS za pripadajuće godine

Prema podacima navedenim u tablici 2 vidljivo je da broj stanovnika ima izrazitu tendenciju pada. Iz podataka možemo vidjeti da je vrhunac negativnog migracijskog salda bio u 2017. godini s tendencijom smanjenja u sljedećoj godini. Iz podataka koje analiziramo može se reći da općine Kneževi Vinogradi i Jagodnjak imaju neravnomjeran migracijski saldo pri čemu se negativan omjer posebno ističe u 2015. i 2017. godini dok u 2016. i 2018. godini negativan migracijski saldo ima tendenciju pada. Prema Popisu stanovništva (2011.) može se reći da je negativni migracijski saldo izraženiji u manjim jedinicama lokalne samouprave (promatrano prema podacima za 2011. godinu općina Darda ima najviši postotak migracije u odnosu na broj stanovnika 1,7 %, dok općina Kneževi Vinogradi ima 1,1 % migracije u odnosu na broj stanovnika). Prema podacima iz DZS-a može se vidjeti da općina Kneževi Vinogradi ima najizraženiji negativni migracijski saldo (promatrano prema godinama 2015. i 2017. općina Kneževi Vinogradi ima najviši postotak migracije u odnosu na broj stanovnika 2015. 4,1 %, 2017. 5%). Ekspanzija negativnog migracijskog salda povezana je s lošijom gospodarskom situacijom, nezadovoljstvom građana, ali i olakšanim mogućnostima na tržištu rada Europske unije.

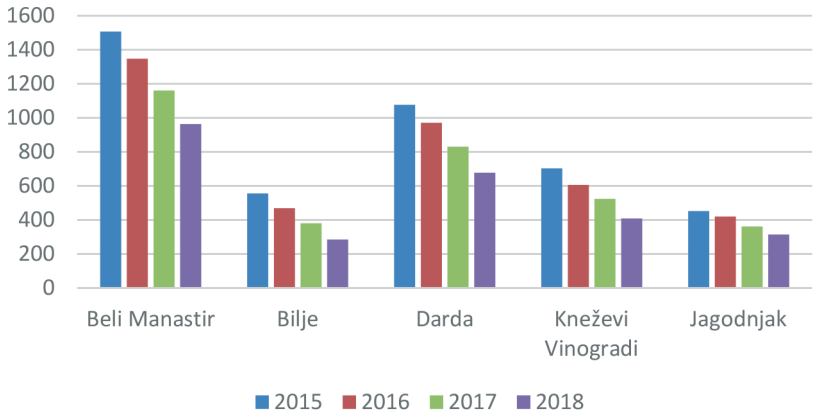
Tablica 3. Prirodni prirast po JLS-u 2015. – 2018.

	2015.			**2016.**			**2017.**			**2018.**		
	Rođeni	**Umrli**	**Prirodni prirast**	**Rođeni**	**Umrli**	**Prirodni prirast**	**Rođeni**	**Umrli**	**Prirodni prirast**	**Rođeni**	**Umrli**	**Prirodni prirast**
Beli Manastir	66	138	-72	61	111	-50	79	139	-60	56	128	-72
Bilje	34	69	-35	40	59	-19	38	64	-26	33	77	-44
Darda	61	76	-15	65	97	-32	53	69	-16	49	88	-39
Kneževi Vinogradi	34	80	-46	27	63	-36	34	76	-42	29	51	-22
Jagodnjak	19	40	-21	13	42	-29	13	36	-23	19	30	-11

Izvor; DZS za pripadajuće godine

Kod prirodnog prirasta stanovništva u pripadajućim općinama može se vidjeti da sve jedinice lokalne samouprave imaju negativan trend prirodnog prirasta stanovništva (tablica 3). Prema statističkim podacima Općina Jagodnjak ima najizraženiji omjer prirodnog prirasta (Općina Jagodnjak ima u 2016. godini najizraženiji postotak prirodnog prirasta u odnosu na broj stanovnika u iznosu od 1,5 %). Što se tiče negativnog prirasta krivulja pokazuje neravnomjeran odnos umrlih i rođenih za pripadajuće godine. Općina Jagodnjak u odnosu na ostale općine u odnosu na broj stanovništva ima najveći porast broja umrlih za 2015. godinu. Na temelju tablice 3 koja analizira stanje prirodnog prirasta može se zaključiti da je u 2015. godini od ukupnog broja stanovnika u općini Jagodnjak 2,10 % umrlih, dok Kneževi Vinogradi imaju 1,8 % umrlih, Beli Manastir ima 1,4 % umrlih, Bilje 1,2 % umrlih, Darda 1,10 % umrlih. Što se tiče negativnog prirasta po godinama, može se vidjeti da je 2018. godina izvan prosjeka u okviru analiziranih godina. Također, može se zaključiti da je u analiziranim godinama broj rođenih duplo manji od broja umrlih za sve jedinice lokalne samouprave.

Grafikon 1. Broj nezaposlenih po JLS-u 2015. – 2018.



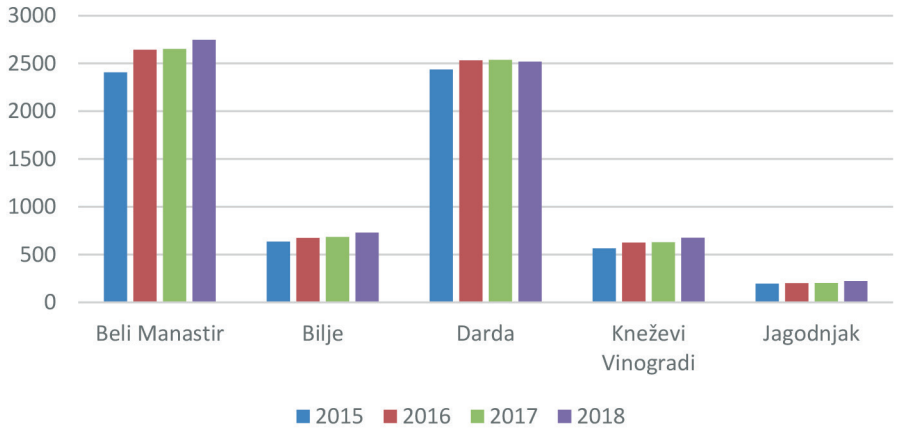
Izvor: HZZ, Regionalni ured Osijek

Prema broju nezaposlenih stanovnika za analizirano razdoblje može se vidjeti da sve jedinice lokalne samouprave imaju opadajući trend broja nezaposlenih po jedinicama lokalne samouprave (grafikon 1). Najveći broj nezaposlenih u svim jedinicama lokalne samouprave bio je 2015. godine. Tendencija pada broja nezaposlenih započinje u 2016. godini, a najmanji broj nezaposlenih bio je u 2018. godini.

Najznačajniji pad broja nezaposlenih stanovnika za sve jedinice lokalne samouprave dogodio se na prijelazu iz 2017. u 2018. godinu. Tako je primjerice u općini Bilje pad broja nezaposlenih u 2018. u odnosu na 2017. iznosio 7,6 %, dok je u općini Darda broj

nezaposlenih u 2018. u odnosu na 2017. iznosio 3,5 %. Najveći pad broja nezaposlenih osoba dogodio se u općini Kneževi Vinogradi s prijelaza iz 2017. u 2018. godinu. Može se primijetiti pad broja nezaposlenih u 2018. u odnosu na 2017. u iznosu od 7,8 %. Općine Kneževi Vinogradi i Bilje imaju ravnomjeran i proporcionalan pad broja nezaposlenih stanovnika u odnosu na ostale jedinice lokalne samouprave za pripadajuće razdoblje. Iz promatranog razdoblja vidi se da općina Bilje ima najperspektivniji kontinuitet pada broja nezaposlenih u odnosu na broj stanovnika prema promatranim jedinicama lokalne samouprave. Promatrano razdoblje daje nam pokazatelje u kojem smjeru idu općine i gradovi s područja Baranje. Ako se trend nastavi u tom smjeru, rezultati bi mogli biti uspješni uz kontinuirano provođenje mjera razvoja gospodarskih djelatnosti.

Grafikon 2. Broj zaposlenih po JLS-u 2015. – 2018.

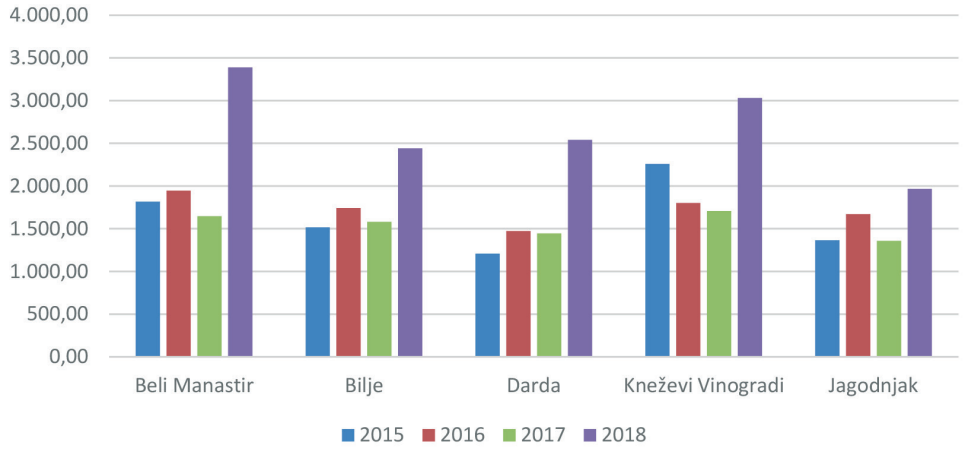


Izvor: HZZ, Regionalni ured Osijek

Prema broju zaposlenih stanovnika za pripadajuće razdoblje može se vidjeti da sve jedinice lokalne samouprave imaju rastući trend broja zaposlenih (grafikon 2). Najveći broj zaposlenih u svim jedinicama lokalne samouprave bio je u 2018. godini. Najmanji broj zaposlenih u svim analiziranim naseljima u Baranji bio je u 2015. godini. Najznačajniji rast broja zaposlenih stanovnika za sve jedinice lokalne samouprave dogodio se na prijelazu iz 2015. u 2016. godinu. Najmanji rast broja zaposlenih osoba dogodio se na prijelazu iz 2016. u 2017. godinu. Općine Kneževi Vinogradi, Bilje i Jagodnjak imaju ravnomjeran i proporcionalan rast broja zaposlenih stanovnika u odnosu na ostale jedinice lokalne samouprave za pripadajuće razdoblje. Najznačajniji broj rasta zaposlenih u odnosu na broj stanovnika sve jedinice lokalne samouprave imaju u 2016. godini. Podatak je zanimljiv jer ta je godina najznačajnija za većinu statističkih analiza koje se pojavljuju za određene parametre koje smo promatrali u analiziranom razdoblju. Analiza nam daje

pokazatelje u kojem smjeru idu općine i gradovi s područja Baranje. Ako se trend nastavi u tom smjeru, rezultati bi mogli biti uspješni uz kontinuirano provođenje mjera razvoja gospodarskih djelatnosti.

Grafikon 3. Proračunski prihod po stanovniku po JLS-u 2015. – 2018.



Izvor: Grad Osijek, Informacije o financijskom poslovanju JLS-a na području OBŽ-a

Prema podacima za proračunski prihod po stanovniku za analizirano razdoblje može se vidjeti da jedinice lokalne samouprave imaju većim dijelom razdoblja pozitivan rast prihoda (grafikon 3). Izuzetak su od toga Općina Kneževi Vinogradi jer ima značajan pad u 2016. i 2017. godini i Općina Jagodnjak koja ima značajan pad u 2017. godini (Kneževi Vinogradi 2016. -9,44 % i 2017. - 0,18 %; Jagodnjak 2017. -20,46 %). Specifična je godina 2018. u kojoj sve općine imaju progresivan rast prihoda po stanovniku za analizirano razdoblje (Beli Manastir +1.743,02 kn/pc, Bilje +861,30 kn/pc, Darda +1.096,46 kn/pc, Kneževi Vinogradi +1.322,04 kn/pc, Jagodnjak +607,57 kn/pc). Općina Kneževi Vinogradi ističe se prihodom po stanovniku za 2015. i 2018. godinu u odnosu na broj stanovnika (2.259,21 kn/pc u 2015. i 3.389,69 kn/pc u 2018.). Sva naselja imaju specifičan pad prihoda za 2017. godinu u odnosu na prethodnu 2016. godinu (pad prihoda za 2017. iznosio je za Beli Manastir 2 %, Bilje 1,7 %, Dardu 0,5%, Kneževe Vinograde 0,1 %, Jagodnjak 13,5 %). Općine Darda i Bilje imaju rast prihoda za promatrano razdoblje (Darda u 2015. – 2016. - 4,5 % i 2017. – 2018. - 18,2 %; Bilje 2015. – 2016. -4,6 % i 2017. – 2018. -16,9 %). Općenito se iz statističkih podataka može vidjeti blagi rast prihoda dok je provedba fiskalnih politika na razini države u 2017. godini doprinijela značajnom rastu prihoda po stanovniku za sva naselja u 2018. godini. Trend povećanja prihoda u odnosu na broj stanovnika u blagom je porastu te ima dobar smjer kretanja. Sve jedinice lokalne

samouprave trebaju imati za cilj kontinuirani rast razvoja svih činitelja koji su neophodni za razvoj lokalne zajednice.

Prema podacima iz popisa stanovništva za 2011. godinu od ukupno 40 355 stanovnika na području Baranje 25,02 % stanovnika ima prihode od stalnog rada. Drugi najveći izvor stalnih sredstava za život čine mirovine (23,32 %), socijalnu naknadu prima 9,27 %, stanovnika. Bez prihoda je čak 33,32 % stanovnika. Iako je jedan od najznačajnijih potencijala u Baranji poljoprivredno zemljište (115.454 ha) te je ratarstvo dominantna poljoprivredna djelatnost, prihode od poljoprivrede ostvaruje samo 1,93 % stanovništva (777 osoba). Na području Baranje registrirana su 1602 poljoprivredna gospodarstva čija prosječna površina iznosi 32,81 ha što je više od prosječne površine poljoprivrednih gospodarstva u Osječko-baranjskoj županiji (16,66 ha). Posljednjih se godina intenzivno razvija sektor vinogradarstva i voćarstva.

Tablica 4. Dolasci i noćenja u JLS-u za razdoblje od 2015. do 2018. godine

	2015.		**2016.**		**2017.**		**2018.**	
	dolasci	**noćenja**	**dolasci**	**noćenja**	**dolasci**	**noćenja**	**dolasci**	**noćenja**
Beli Manastir	3952	7677	3666	5600	4452	7218	4530	8221
Bilje	4733	10656	6143	12415	7540	13121	8513	16070
Darda	0	0	0	0	0	0	0	0
Kneževi Vinogradi	4040	6081	5485	8682	5660	8312	6166	9186
Jagodnjak	0	0	0	0	0	0	0	0

Izvor; DZS za pripadajuće godine

Prema podacima navedenima u istraživanjima, jedinice lokalne samouprave u Baranji imaju eksponencijalni rast u segmentu ruralnog turizma. Temeljem istraživanja podataka za dolaske i noćenja za analizirane godine prema podacima Državnog zavoda za statistiku Općine Darda i Jagodnjak nemaju prijavljenih dolazaka i noćenja. Prema tim podacima u navedenim općinama postoji prostor za napredak te poticanje razvoja oblika turizma. Općina Bilje u odnosu na grad Beli Manastir i Općinu Kneževi Vinogradi ima veći broj dolazaka i noćenja za analizirane godine te pokazuje tendenciju rasta statističkih podataka. Na temelju tablice može se ustvrditi povećanje broja dolazaka u Belom Manastiru od 2015. do 2018. za 6,8 %, Općina Kneževi Vinogradi ima povećanje za 20,8 %, a Općina Bilje ima najveći rast u dolascima od 28,1 %. Zanimljivo je da u odnosu prema broju stanovnika Općina Bilje ima najveći rast prema broju dolazaka i noćenja u odnosu na ostale općine i gradove. Analizom podataka može se vidjeti da je 2016. bila specifična za Grad Beli Manastir u trendu smanjenja broja dolazaka i noćenja, a nakon toga slijedi oporavak. Općina Bilje ima progresivni porast u obama pokazateljima za analizirane

godine. Bitno je naglasiti da prema službenim podacima DZS-a Općina Bilje čini 50 % turističkog kapaciteta na razini cijele Osječko-baranjske županije. U odnosu na broj stanovnika ima proporcionalni i ravnomjeran rast u obama parametrima. Tome pogoduje i blizina grada Osijeka.

Prema *Programu održivog razvoja lokalne zajednice* (MRRFEU 2020) cilj je upravljanja lokalnim razvojem pridonijeti njihovu gospodarskom i svekolikom razvoju, osigurati pretpostavke za jačanje konkurentnosti i ostvarenje vlastitih razvojnih potencijala te potaknuti aktivaciju svih dionika na zajedničkom radu za dobrobit potpomognutih područja i njihov gospodarski oporavak što je preduvjet za sprječavanje iseljavanja stanovništva, smanjenje negativnog demografskog trenda i održivi razvoj tih područja.

JLS Beli Manastir

Glavni su izazovi Grada Belog Manastira demografski problemi povezani s iseljavanjem, natalitetom i aktiviranjem radne snage. Financijska sredstva iz EU fondova jedan su od najznačajnijih pokazatelja razvoja jedinica lokalne samouprave. Predmet su financiranja iz EU fondova u Belom Manastiru poduzetnički inkubator kao mjesto za razvoj poduzetništva i samozapošljavanja te omogućavanja pristupa infrastrukturi svim društvenim skupinama za njihovo korištenje. Dio sredstava EU-a investiran je u obnovu prometnica, provedbu intervencijskog plana, ulaganja u kuću baranjskog kulena, etnološki centar baranjske baštine i slično. Grad Beli Manastir najviše je usmjerio ulaganje u razvoj infrastrukturnih projekata koji su multifunkcionalni te se mogu koristiti za sve društvene skupine. Financijska sredstva usmjerena su u revitalizaciju infrastrukture. Prema podacima iz istraživanja u razdoblju od 2015. do 2018. vidljiv je pad broja stanovništva kao i pad nezaposlenosti i povećanje zaposlenosti. Rezultat je to provođenja projekata na području Grada koji u svojim aktivnostima uključuju zapošljavanje novih te usavršavanje postojećih zaposlenika. Grad Beli Manastir jedinica je lokalne samouprave koja je najviše koristila sredstva iz proračuna EU fondova od analiziranih općina, a s time je preuzela i vodeću ulogu razvoja na području Baranje u sektorima gospodarskog razvoja. Potencijali i resursi Belog Manastira upućuju na razvoj ruralnog turizma koji je neznačajno razvijen u komparaciji s analiziranim općinama te je potrebna bolja organiziranost i povezanost s turističkom zajednicom. Zaključno se može tvrditi da su EU fondovi jedna od važnijih poluga za oživljavanje rasta i razvoja jedinica lokalne samouprave.

JLS Bilje

Općina Bilje nalazi se na području paneuropske mreže Natura 2000 kojoj je cilj doprinijeti očuvanju povoljnog stanja prirodne ravnoteže i bioraznolikosti. Primarna gospodarska djelatnost usmjerava se na očuvanje prirode očuvanjem ekološke mreže s elementima razvoja ruralnog razvoja. Specifična ulaganja iz EU fondova odnose se na

područja parka prirode Kopački rit, Regionalnog parka Mura, zoološkog rezervata Kopački rit te spomenik parkovne arhitekture Bilje-park. Također, financijska se sredstva najviše koriste za poticanje ruralnog turizma. Sredstva se koriste iz programa ruralnog razvoja, a usmjeravaju se na rast i razvoj ruralnog turizma na području Općine Bilje. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva kojima su vlasnice žene najzastupljenija su na području općine. Ruralni turizam zapošljava velik broj stanovnika s područja općine te doprinosi rastu broja noćenja i dolazaka na području općine. Na temelju pokazatelja koji su istraživani za pripadajuće razdoblje može se zaključiti da ruralni turizam najviše doprinosi gospodarskom razvoju Općine Bilje kroz pokazatelje porasta broja noćenja i dolazaka. Tako su se, primjerice, dolasci u razdoblju od 2015. do 2018. povećali za 28,1 %, a noćenja za 20,1 %. Sukladno tome, pokazatelji razvoja te pametnog upravljanja sredstvima iz proračuna EU fondova mogu se vidjeti u porastu proračunskog prihoda za razdoblje od 2015. do 2018. koji iznosi 19,8 %.

JLS Darda

Općina Darda svoj je rast i razvoj usmjerila na korištenje financijskih sredstava u dva smjera: izgradnja poslovne infrastrukture (Poslovna zona Darda) te razvijanje društvenih infrastruktura koje omogućavaju društveni rast i razvoj stanovnika (izgradnja vrtića, uređenje centra Darde, strategija razvoja turizma, biciklističke staze i slično). Također, financijska sredstva iz EU-a koristila su se za očuvanje kulturne, umjetničke i povijesne baštine na području Općine (zaštićena kulturna dobra, spomenici kulture, prapovijesno nalazište, kulturno-umjetnička društva i slično). Sredstva iz EU fondova koriste se za provedbu intervencijskog plana u suradnji s Gradom Belim Manastirom koji se odnosi na stvaranje oaze obiteljskih vrijednosti temeljene na obrazovanju, poduzetništvu, očuvanju prirode te poboljšanju kvalitete života za građane (rezervat biosfere, regionalni park Mura – Drava, cikloturizam, agroturizam, lovni turizam i slično). Prema rezultatima istraživanja u razdoblju od 2015. do 2018. Općina Darda pokazuju smanjenje negativnog migracijskog salda te se u isto vrijeme smanjuje broj nezaposlenih. Također, u analiziranom razdoblju može se vidjeti da nema statističkih podataka za sektor turizma što predstavlja potencijal za rast i razvoj te gospodarske djelatnosti. Dobar početak u tom smjeru napravile su i općinske vlasti koje su pripremile projekt strategije razvoja turizma kroz natječaj Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj. U Općini Darda razvijena je poljoprivredna proizvodnja te je vinogradarstvo specifična djelatnost, što predstavlja potencijal za razvoj ruralnog turizma, odnosno stvaranje bolje poticajne klime za očuvanje kulturne i povijesne baštine.

JLS Kneževi Vinogradi

Općina Kneževi Vinogradi pokazuje specifičan rast gospodarske djelatnosti u segmentu poljoprivrede, vinogradarstva i ruralnog turizma. Najznačajnija financijska sredstva korištena su za očuvanje bogate kulturne i povijesne baštine iz antičkih vremena. Upravo su ulaganje u razvoj ruralnog turizma i cikloturizma glavni smjerovi korištenja sredstava iz EU fondova. Ruralni turizam prepoznat je kao lider gospodarskog razvoja Općine Kneževi Vinogradi. Eko etno selo Karanac specifično je po svojoj autohtonosti te privlači značajan broj posjetitelja. Porast noćenja i dolazaka u razdoblju od 2015. do 2018. čini povećanje dolazaka za 20,8 % dok je povećanje u broju noćenja za 20,3 %.

Možemo zaključiti da se financijska sredstva najviše usmjeravaju u razvoj različitih turističkih djelatnosti. Općina Kneževi Vinogradi ima potencijal za korištenje EU sredstava u ostalim gospodarskim segmentima (poslovna infrastruktura) te ulaganje u kvalitetu života stanovništva kroz demografske mjere (izgradnja vrtića te ostalih višenamjenskih prostora za sve društvene skupine). Usmjeravanjem dostupnih financijskih sredstava u društvene sektore može se stvoriti prilika za poboljšanje kvalitete života i smanjenje broja iseljenih stanovnika s područja Općine.

JLS Jagodnjak

Općina Jagodnjak koristi financijska sredstva iz EU fondova isključivo za poboljšanje infrastrukture koja osigurava bolju kvalitetu života za stanovnike. Sredstva su korištena i za poboljšanje informatičke infrastrukture, asfaltiranje nerazvrstanih cesta, rekonstruiranje dječjeg vrtića, izgradnju komunalne infrastrukture, projekt Zaželi, izgradnju nove rasvjete te sanaciju odlagališta otpada. Uz postojeća ulaganja, glavni je smjer razvoja poljoprivredna djelatnost, odnosno omogućavanje obrade oranica na području cijele Općine. Općina Jagodnjak član je Lokalne akcijske grupe Baranja gdje su kroz natječaje korištena sredstva za razvoj poljoprivrednog sektora. Sredstva iz EU proračuna ulažu se u razvoj društvenih djelatnosti koje poboljšavaju kvalitetu života stanovnika. Prema rezultatima istraživanja u razdoblju od 2015. do 2018. pokazatelji iskorištenih sredstava mogu se vidjeti iz statističkih podataka o blagom porastu zaposlenih dok se ulaganje u osnovnu infrastrukturu potrebnu za poboljšanje kvalitete života može vidjeti iz podataka o blagom porastu proračunskih prihoda po stanovniku. Općina Jagodnjak najmanje je iskoristila sredstva u odnosu na ostale jedinice lokalne samouprave. Potencijal su Općine u korištenju sredstava socijalni programi gdje su sredstva usmjerena na povećanje broja zaposlenih i poboljšanje životnih standarda. Također, postoji potencijal za razvoj i očuvanje povijesno-kulturne baštine koja može biti temelj za poticanje stvaranja novih oblika ruralnog turizma.

4. ZAKLJUČAK

Rezultati ranijih istraživanja pokazuju da lokalne zajednice imaju najveći doprinos regionalnom razvoju. Identificiranjem i razvijanjem specifičnih proizvoda i usluga odvojit će se od ostalih i tako utjecati na vlastiti ekonomski razvoj, odnosno razvoj vlastitog regionalnog identiteta.

Može se zaključiti da područje Baranje ima najveći turistički potencijal i u Osječko-baranjskoj županiji i na širem području istočne Hrvatske. Općina Bilje ističe se progresivnim rastom broja noćenja i dolazaka. To je pokazatelj da je ta Općina nositelj ruralnog turizma u Osječko-baranjskoj županiji. Baranja s pripadajućim pokazateljima ima priliku razviti ruralni oblik turizma kao glavnu gospodarsku djelatnost za vlastiti rast i razvoj. Također, postoje općine koje imaju prirodna, geografska i povijesna bogatstva koja nisu dovoljno iskorištena u turističkom smislu. Općina Bilje, kao pozitivni primjer, ima priliku biti lider ruralnog turizma tog dijela Hrvatske. Područje Baranje, odnosno sve analizirane općine imaju prirodni potencijal, a uz podršku lokalne vlasti imaju priliku stvoriti sinergiju poljoprivredne i uslužne djelatnosti u sektoru turizma kao pokretača vlastite lokalne zajednice.

Jedan od ključnih razvojnih resursa Baranje raznovrstan je i dobro razvijen civilni sektor. U Registru udruga RH na području Baranje registrirano je ukupno 563 aktivnih organizacija civilnoga društva. U odnosu na broj stanovnika, na svaku udrugu na području Baranje dolazi u prosjeku 72 stanovnika što govori u prilog građanskom aktivizmu u raznim područjima društvenog života. Značajno je iznad baranjskog prosjeka Beli Manastir u kojem djeluju 162 udruge, a prema djelatnostima prednjače udruge žena, mladih te sportski klubovi. Općine Bilje i Darda imaju dugu tradiciju građanskog aktivizma te vrlo raznolike oblike djelovanja (sport, rekreacija, kulturna društva, razvoj civilnoga društva, zaštita okoliša).

Povezivanje, obrazovanost i proaktivnost ključni su čimbenici u stvaranju i održavanju dinamičkog poduzetničkog okruženja u funkciji izgradnje lokalne konkurentnosti. Prema podacima o obrazovanoj strukturi stanovništva na području Baranje (2011.) od ukupno 33 472 osobe (starije od 15 godina) čak 2,8 % nema nikakvo obrazovanje, dok je 40,8 % završilo samo osnovnu školu. Najveći udio u obrazovnoj strukturi zauzima kategorija stanovnika sa završenom srednjom školom (48,3 %) dok je udio stanovnika sa završenim višim i visokim obrazovanjem 7,9 % (Lokalna razvojna strategija LAG Baranja 2019).

Lokalne zajednice suočavaju se s problemima održivog, socioekonomskog i demografskog razvoja. Multikulturalnost Baranje stvorila je prostor za raznoliko djelovanje kulturnih i zavičajnih skupina koje su ujedno i pokretači i nositelji brojnih kulturnih

događanja te doprinose obogaćivanju turističke ponude područja (Lokalna razvojna strategija LAG Baranja 2019). Razvoj lokalnih zajednica treba se temeljiti na iskorištavanju sadašnjih i budućih resursa, a u funkciji očuvanja vlastitog regionalnog identiteta i autentičnosti.

Literatura

1. Cifrić, I. 2014. „Očuvanje baštine u kontekstu Europske unije." *Adris: zbornik radova Zavoda za znanstveni i umjetnički rad Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti u Splitu* 20: 9–19.
2. Golub, B., Jaković, B. 2019. „Stavovi turističkih zajednica o uključivanju lokalnog stanovništva u razvoj turizma u zaštićenim područjima prirode: primjer Regionalnog parka Mura-Drava." *Oeconomica Jadertina* 9, no. 2: 3–20.
3. Koprić, I. 2018. „Suvremeni trendovi u razvoju lokalne samouprave i hrvatska lokalna i regionalna samouprava, Europeizacija hrvatske lokalne samouprave." U: Koprić, Ivan (ur.). *Europeizacija hrvatske lokalne samouprave*, Zagreb: Institut za javnu upravu, str. 1–56.
4. Sablić, M. 2016. „Uloga lokalne zajednice u turističkom razvoju: studija slučaja otok Vis.", diplomski rad, Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet.
5. Deže, J., Rangoajec, LJ., Sudarić, T. 2017. „Development of local communities through the production of regional indigenous products/", *Interdisciplinary Management Research* 13: 1149–1164.
6. Zmaić, K., Sudarić, T., Tolić, S. 2011. „Održivost i diverzifikacija ruralne ekonomije." *46th Croatian and 6th International Symposium on Agriculture*, Opatija, Hrvatska, str. 341–345.
7. Živić, D. 2018. „Depopulacija i starenje u Istočnoj Hrvatskoj." Diacovensia: teološki prilozi 26, no. 4: 657–679.

Internetski izvori

1. Lokalna razvojna strategija LAG-a Baranja 2014. – 2020., (2018): http://lagbaranja.hr/lag/dokumenti/analize-strategije (pristupljeno 17. siječnja 2020.).
2. Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije. 2020. Program održivog razvoja lokalne zajednice. https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//O%20ministarstvu/Programi/Programu%20odr%C5%BEivog%20razvoja%20lokalne%20zajednice%20za%202020%20godinu//PROGRAM%20ODR%C5%BDIVOG%20RAZVOJA%20LOKALNE%20ZAJEDNICE%202020._17.02.2020..pdf (pristupljeno 4. svibnja 2020.).

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF LOCAL COMMUNITY

Abstract

Local communities are facing with the problems of sustainable, socio-economic and demographic development. The development of local communities should be based on the use of present and future resources, not only capital investments and natural features but primarily strengthening the demographic structure of the population. The paper analyzed the qualitative and quantitative demographic labels of 5 local governments: Beli Manastir, Bilje, Darda Kneževi Vinogradi and Jagodnjak located in Baranja (part of Osijek-Baranja County). The geographical features of these municipalities are that they are located in a significante rural area, appropiate for the development of agriculture, processing of agricultural products and the development of rural tourism, which has been recognized as an attractive destination for the past ten years. The aim of this paper was to identify ways, measures and guidelines to stimulate the development of tourism in the local community. It was applied a comparative analysis of the general situation of local communities, which shows macroeconomics demographics indicators, respectively migration balance, natural growth, labor market, budget revenue per capita, tourist arrivals and overnight stays in the period 2015-2018. year, as well as the development indicator, which is important when planning the strategic development of the area.

The analyzed local governments belongs to the group of assisted areas whose development indicator is less than 75% of the average of the Republic of Croatia (42.9-74.29%). It is necessary to make additional efforts to development indicator raise up to a higher level and reach the goal of cohesion politics of the European Union.

Keywords: sustainability, local communities, tourism, development, Baranja.

Marija Šain

ANALIZA TRENDOVA I PRAKSI U RAZVOJU KREATIVNOG PARTNERSTVA

Sažetak

Kreativno partnerstvo odnosi se na povezivanje umjetnika, umjetničkih ili kulturnih institucija sa sektorima koji su tradicionalno nepovezani (poput obrazovanja, poljoprivrede, javnog sektora, poslovnog sektora, menadžmenta itd.), a čiji je cilj prenošenje znanja iz jednog sektora u drugi. U radu se naglasak stavlja na partnerstvo između kulturnog i poslovnog sektora koji se suočavaju s promjenama: s jedne strane, u kulturnom se sektoru očituje smanjenje (javnih) financijskih sredstava te im je neophodna primjena poduzetničkog načina razmišljanja i djelovanja; dok s druge strane, poslovni sektor mora biti inovativan, drugačiji i izboriti se za svoju poziciju na sve konkurentnijem tržištu. Istraživanja pokazuju da sinergija navedenih sektora ostvaruje obostranu korist, ali i korist za cjelokupnu ekonomiju. Bez obzira na to, nije jednostavno uspostaviti i upravljati kreativnim partnerstvom jer je ono sklopljeno od strane predstavnika različitih osobnosti (vještina, vrijednosti i percepcija) koje su, unatoč navedenom, bitne za postizanje inovativnosti i konkurentnosti. Kako bi se olakšalo ostvarivanje takvih suradnji, države su uspostavile određene poticaje i programe.

U radu se analizira koncept kreativnog partnerstva te se obrađuju koristi i promjene koje proizlaze iz tih suradnji. Na temelju sekundarnih izvora podataka, prikazuje se na koji način države pokreću, podržavaju ili utječu na takav oblik suradnji. Cilj je rada identificirati postojeće stanje u Republici Hrvatskoj te na temelju dobivenih rezultata dati preporuku za poboljšanje predmetnog područja. Analizirani rezultati utvrđuju da su trendovi i prakse drugih zemalja u području kreativnog partnerstva potencijal za ostvarivanje i razvoj takve suradnje u Republici Hrvatskoj.

Ključne riječi: kulturni sektor, kreativno partnerstvo, nacionalni poticaji i programi, poslovni sektor, Republika Hrvatska

1. UVOD

Europska komisija navodi da se „kreativno partnerstvo odnosi na povezivanje svijeta umjetnosti, umjetnika, stvaralaca i umjetničkih ili kulturnih institucija sa sektorima koji su tradicionalno nepovezani, poput zdravstva, industrije, obrazovanja, poljoprivre-

de, privatnog sektora, javnog sektora i dr., koji izričito imaju za cilj prijenos kreativnih vještina spajanjem novih percepcija i resursa te uvođenjem novog načina rada" (OMC 2014, 5). Sukladno navedenom, sva partnerstva koja se ostvaruju s kulturnim, odnosno umjetničkim sektorom nazivaju se kreativna partnerstva, odnosno kreativno partnerstvo podrazumijeva suradnju najmanje dvaju sektora od kojih je jedan kulturni, odnosno umjetnički sektor. U radu se naglasak stavlja na suradnju kulturnog i poslovnog sektora.

Potrebu za kreativnim partnerstvom donijele su sve veće promjene i u poslovnom i u kulturnom sektoru. Konkurentno okruženje utjecalo je na to da poslovni sektor za uspjeh na tržištu treba biti inovativan i prepoznatljiv, a smanjenje financijskih sredstava za kulturu nameće kulturnom sektoru „potrebu tržišnog prilagođavanja i pronalaska novih izvora financiranja pri čemu su im neophodna menadžerska znanja" (Bestvina Bukvić, Mihaljević i Tokić 2016, 137). Tradicionalno, odnos između kulturnog i poslovnog sektora ostvaruje se u obliku donacija i sponzorstava, pri čemu je kulturni sektor ponajprije bio primatelj, a poslovni sektor davatelj sredstava najčešće u zamjenu za promociju svog imena. Za razliku od takvog odnosa, gdje se, u većini slučajeva, događa prijenos financijskih sredstava, „kreativno partnerstvo podrazumijeva kombinaciju resursa koja pomažu u transferima novih znanja i vještina radi učinkovitijeg upravljanja, postizanja maksimalnih rezultata te razvoj kompetencija i inovativnijih načina rada" (Fonfara 1999, navedeno u Lewandowska 2015, 37). Sukladno navedenom, u kreativnom partnerstvu ostvaruje se prijenos znanja i vještina iz jednog sektora u drugi. S obzirom na to da inovacija i kreativnost postaju izuzetno važni za uspjeh na tržištu, poslovni, ali i drugi sektori okreću se sektoru kulture i umjetnosti (kao izvorima inovativnosti i kreativnosti) kako bi im pomogli u rješavanju problema s kojima se suočavaju njihove organizacije.

„Od kraja devedesetih menadžeri u privatnom i javnom sektoru otkrili su potencijal uvođenja ljudi, proizvoda ili praksi iz svijeta umjetnosti kako bi potaknuli učenje i promjene u organizaciji." (Berthoin Antal 2012, 45) Potičući stvaranje partnerstva između umjetnosti i poslovanja, prema Schiuma (2009), ostvaruje se dvostruki cilj: s jedne strane prenosi se način poslovanja na umjetnost kako bi se održao razvoj kulturnih i umjetničkih organizacija primjenom poslovnih načela; s druge strane, zagovara se i olakšava usvajanje umjetnosti u poslovanju kao alata koji pomaže organizacijama da se suoče s izazovima s kojima se susreću. Iako takvo partnerstvo donosi obostranu korist, njegova uspostava nije jednostavna jer je riječ o različitim, često nepovezanim sektorima, stoga je potrebno utjecati na pokretanje i podražavanje takvog vida suradnje.

S obzirom na to da istraživanja navode izuzetne koristi od kreativnog partnerstva, i za oba sektora (Michel i Willing 2020; Biehl-Missal i Berthoin 2011; Berthoin Antal 2009; Eriksson 2009) i za nacionalnu ekonomiju (Totterdill i Extonn 2014; Robbins 2020; Mikić 2016; Laarkonsen 2012; Comunian 2009), cilj je rada istražiti na koji način države podržavaju takav vid suradnje. U tom segmentu ističu se tri prakse u razvoju kreativ-

nog partnerstva: posredničke organizacije, nagrade za partnerstvo kulturnog i poslovnog sektora te uključivanje umjetničkog (kreativnog) učenja u studijske programe društvenih znanosti. Svrha je rada analizirati stanje u Republici Hrvatskoj u svezi s kreativnim partnerstvom, pri čemu se proučavaju nacionalni i lokalni dokumenti i izvješća, kulturne strategije gradova koji su bili gradovi kandidati za dobivanje titule Europska prijestolnica kulture te postojeći, javni studijski programi visokoobrazovnih institucija. Iako postoje određeni pozitivni primjeri u poticanju kreativnog partnerstva, uočava se da ono nije dovoljno prepoznato, ponajviše u javnim dokumentima i izvješćima.

Budući da se financiranje kulture u Republici Hrvatskoj ponajprije temelji na javnim sredstvima koja bilježe trend smanjenja te je slabo razvijena filantropska kultura, odnosno financiranje kulture iz privatnih izvora (Mihaljević 2015), svrha je rada doprinijeti podizanju svijesti i razvoju kreativnog partnerstva jer ono može biti značajan segment razvoja kulture, ali i poslovnog sektora u Republici Hrvatskoj, s obzirom na to da se unutar te suradnje događa prijenos znanja i vještina pri čemu se može postići konkurentska prednost obaju sektora.

2. KREATIVNO PARTNERSTVO – TEORIJSKE POSTAVKE I ZNAČAJ

Specifičnost je kreativnog partnerstva ta da su kulturni i poslovni sektor ujedno i davatelji i primatelji znanja i vještina. Temeljna je pretpostavka kreativnog partnerstva da „dovođenje ljudi, procesa i proizvoda iz „strane kulture" na radno mjesto pomaže u poticanju novih načina razmišljanja i razvijanju novih vještina i kompetencija naspram ustaljenih načina razmišljanja i rutina" (Darsø 2004; Styhre i Eriksson 2008, navedeno u Berthoin Antal 2009, 4). S obzirom na to da kultura i umjetnost, odnosno umjetnici ulaze u poslovni prostor te ih poslovni sektor uključuje u procese organizacijskih promjena, kreativna partnerstva najčešće se znaju nazivati i „umjetničkim intervencijama" ili „intervencijama utemeljenima na umjetnosti" (Berthoin Antal 2015; Schnugg 2014; Berthoin Antal i Strauß 2013; Laaksonen 2012; Berthoin Antal 2009), „umjetničkim inicijativama" ili „inicijativama utemeljenima na umjetnosti" (Robbins 2020; Maleško i Tjurdju 2016; Biehl-Missal i Berthoin Antal 2011; Schiuma 2009), „umjetničkim učenjem" ili „učenjem utemeljenim na umjetnosti" (Wilson 2012; Nissley 2010; Comunian 2009; Boyle i Ottensmeyer 2005; Darso 2004; Eriksson 2009). Svim tim oblicima kreativnog partnerstva[1] zajedničko je da žele postići određene koristi za obje uključene strane.

[1] Oblici kreativnih partnerstava mogu se također i vremenski razlikovati; od radionice od nekoliko sati do smještaja ili prebivališta umjetnika raspoređenog tijekom nekoliko mjeseci ili čak nekoliko godina unutar organizacije kako bi joj pomogao (Berthoin Antal i Nussbaum Bitran 2015).

„Kreativno partnerstvo ima za cilj:

- poboljšati inovacije
- ponuditi nova gledišta
- stvoriti kontekst u kojem se mogu rješavati problemi
- poticati i izražavati kreativnost
- razviti profesionalne i osobne vještine
- rušiti barijere između različitih zajednica ili polja
- postići međusobni 'unakrsni razvoj' između sektora." (OMC 2014, 13)

Istraživanja pokazuju da se prednosti kreativnog partnerstva očituju na nekoliko razina u poslovnom subjektu (na razini zaposlenika, organizacijskoj razini), ali i na nacionalnoj razini. Prednosti kreativnog partnerstva na razini zaposlenika obuhvaćaju razvoj tehničkih vještina (komunikacija, samoprezentacija, pisanje), bolje razumijevanje sebe i kolega, poboljšanje unutarnje motivacije i predanosti, veća „strast", više energije, razvoj kreativnosti i inovacije, te podizanje samopoštovanja (Eriksson 2009; Nissley 2010; Biehl-Missal i Berthoin Antal 2011; Schiuma 2009). Također, kreativno partnerstvo mijenja socijalne interakcije u poduzećima, omogućavajući ljudima da se povežu na svojim radnim mjestima te tako poboljšaju komunikaciju unutar tvrtke i izvan nje, poboljšavaju razumijevanje i povezanost između različitih radnih mjesta i odjela, što utječe na izgradnju tima te poboljšani identitet grupe (Biehl-Missal i Berthoin Antal 2011).

U suradnji s umjetnicima u okviru kreativnog partnerstva, prednosti tvrtke na organizacijskoj razini očituju se u povećanju materijalne (kroz nove proizvode, inovativne oblike kontrole kvalitete poslovnih procesa i proizvoda, nove organizacijske oblike proizvodnje, kroz nove suvremene oblike plasmana i naplate proizvoda, novi dizajn proizvoda i/ili inovativnu ambalažu, nove načine distribucije, kreativne načine tržišne komunikacije i promocije svojih proizvoda ili usluga) i nematerijalne vrijednosti poduzeća (povećanje reputacijskog kapitala poduzeća, uvećanje vrijednosti njezinih nematerijalnih sredstava, intelektualnog kapitala, jačanje organizacijske kulture i identiteta vlastitih proizvoda i usluga) (Michel i Willing 2020; Robbins 2020; Smagina i Lindemanis 2012; Biehl-Missal i Berthoin Antal 2011; Schiuma 2009, Rikalović i Mikić 2014).

Osim na uspješnost poduzeća, kreativno partnerstvo utječe i na nacionalnu ekonomsku konkurentnost. Konkretno, Totterdill i Extonn (2014) tvrde da inovacije na radnom mjestu imaju veliki utjecaj i na uspješnost poduzeća i na nacionalnu ekonomsku konkurentnost. Kreativna partnerstva mogu pomoći u rješavanju nekih važnih društvenih pitanja s kojima se države članice Europske unije trenutačno suočavaju, od obnavljanja obrazovanja do povećanja inovacijske sposobnosti poduzeća ili do rješavanja problema zaštite okoliša (OMC 2014, 5). Robbins (2020) i Mikić (2016) to nazivaju „efektom pre-

lijevanja" gdje inovacije i znanje pojedinaca pridonose novim poslovnim modelima, pokreću društvene promjene i postaju izvor novih ideja, povećavajući tako inovacijski kapital zemalja i omogućujući sekundarno širenje u ostale industrije. Stoga bi „zemlje trebale usvojiti tu ekonomsku dodanu vrijednost koja proizlazi iz kulture i kreativnosti jer je ona postala važan sastojak gospodarskog uspjeha i konkurentnosti" (Comunian 2009, 202).

Iako se većina istraživanja fokusira na prednosti koje poslovni sektor ostvaruje iz kreativnog partnerstva, umjetničke organizacije i umjetnici također mogu puno toga dobiti. Umjetnici najčešće očekuju financijsku korist (naknadu; novi izvori financiranja), kao i umjetničke koristi i inspiraciju; „otkrivaju organizacije kao mjesto vlastite kreativne produkcije, kao i priliku da utječu na društvo i zarade za život" (Berthoin Antal 2009). Također, „interakcija s poslovnim ljudima donosi 'komercijalni' okus u umjetničkoj organizaciji, te na taj način oni dobivaju dublji uvid u poslovanje i nauče mnoge nove poslovne vještine koje bi im mogle koristiti u budućnosti. Poslovni sektor može pomoći umjetnicima da uravnoteži tržišna očekivanja s onima umjetničkih namjera, jer često njihov rad nije u skladu sa zahtjevima tržišta jer im nedostaje poslovne strategije, a suradnja s poslovnim organizacijama može im pomoći u izradi novih strategija, osiguravanju novih prihoda i poboljšavaju učinkovitosti kako bi na taj način kulturni i umjetnički sektor stekao bolju neovisnost i razvijao se u pravom smjeru" (Smagina i Lindemanis 2012, 3284). S tim se slaže i Mikić (2014) koja kaže da „inkluzivna i održiva partnerstva s korporativnim sektorom mogu otvoriti nove perspektive za razvoj publike, unaprjeđenje poslovnih performansi i ekonomske održivosti institucija u području kulture i jačanje digniteta kulturnog sektora". (Mikić 2014, 9)

S obzirom na to da su prednosti kreativnog partnerstva brojne i raznolike, navedena su istraživanja potpora kreatorima politika da se zainteresiraju za takav inovativan način suradnje. Naime, ostvariti i koordinirati suradnju dvaju potpuno različitih sektora nije jednostavno. Suradnja između „predstavnika različitih vještina, vrijednosti, percepcija, osobnosti" (Smagina i Lindemanis 2012, 3284), prije svega zahtijeva „međusobno priznavanje, profesionalno poštovanje i puno samopouzdanja za konstruiranje procesa i rezultat zasnovan na zajedničkom cilju" (Laaksonen 2012, 35). Isto tako, s obzirom na to da je u tom odnosu prisutan pristup dvostrukog učenja, bitno je da se ono temelji na pretpostavci da svi suradnici u partnerstvu zamišljaju sebe kao polaznike (Bauer i sur. 2013; Bogerts 2014 u Berthoin Antal i Strauß 2013), ali i da imaju povjerenje jedno u drugo što je, prema Kohnovoj i Papuli (2019) izuzetno bitan čimbenik u tom procesu. Svakako treba napomenuti da su upravo razlike koje obilježavaju kulturni i poslovni sektor ključne za postizanje inovativnosti.

Sukladno navedenom, najprije je potrebno nadvladati određene predrasude koje su jednako prisutne i u umjetničkom i u poslovnom okruženju, kao i u samom društvu kako bi ti sektori mogli surađivati i ostvariti nova znanja i vještine te inovativna rješenja. Uvi-

đajući važnu ulogu koju navedena suradnja može ostvariti, mnoge su države uspostavile određene inicijative kako bi utjecale i podržale razvoj kreativnog partnerstva.

3. TRENDOVI I PRAKSE U RAZVOJU KREATIVNOG PARTNERSTVA

Razvijene zemlje, u kojima kultura ima važnu ulogu, shvaćaju potencijal kreativnog partnerstva te su razvile načine na koje mogu podržati takvu suradnju. Pregledom literature uočava se da su trendovi i prakse u razvoju kreativnog partnerstva:

- Posredničke organizacije
- Nagrade za suradnju
- Uključivanje umjetnosti u studijske programe - poslovne studije.

Zbog različitih obilježja kulturnog i poslovnog sektora najteži je prvi korak, a to je poduzimanje inicijative za uspostavu partnerstva. Postoje različiti primjeri o tome kako se partnerstva pokreću, odnosno nekad inicijativa dođe od jedne strane, nekad od druge, pri čemu su se „češćima pokazale inicijative od strane kulturnog sektora" (OMC 2014, 18). Međutim, najčešće uspostavu suradnje preuzima treća strana, odnosno posrednička organizacija što dokazuje i podatak da je za više od polovice sklopljenih partnerstava (56 %) posredovala organizacija (Laaksonen 2012, 17).

Posredničke organizacije osnovane su u nekoliko europskih zemalja (u nastavku prikazane), a njihova je uloga da pomognu u „prevladavanju razlika između različitih svjetova: identificiraju potrebe i partnere, pripremaju partnere za projekte, pružaju metodologiju koja će ih pratiti tijekom procesa, praćenje, ocjenjivanje i komuniciranje o projektima" (Berthoin Antal i Nussbaum Ilana 2015, 16). Jednostavno, posrednička organizacija gradi most između kulturnog i poslovnog sektora, usklađuje ponudu i potražnju i provodi analizu potreba jednog i drugog sektora te su izuzetno važne u svim fazama suradnje - od pripremne faze do evaluacije i praćenja. Prema tome, osim što služi za uspostavu suradnje, posrednička organizacija često je presudna za osiguravanje dugoročnog kontinuiteta projekta, ali i razvijanje novog alternativnog načina financiranja kulturnog sektora, pri čemu se ističe njezina višestruka uloga. Primjerice, jedna od najstarijih posredničkih organizacija, Arts&Business organizacija (A&B), osnovana je 1976. te radi na poticanju i promicanju jačeg partnerstva između poslovnih subjekata i umjetnosti. Povezuje tvrtke, zajednice i pojedince s kulturnim organizacijama, čime osigurava prijenos znanja i vještina, stručnost i povećava uvid u njihov odnos kako bi on rastao na obostranu korist i korist šire društvene zajednice. A&B vodi visoko profesionalne razvojne

programe koji promoviraju razmjenu i razvoj vještina između poslovnih i umjetničkih organizacija, kao što nudi i usluge savjetovanja, obuke i umrežavanja poslovnog i kulturnog sektora. Na osnovi takva sustava, velik broj poduzeća sudjeluje u financiranju kulture, što predstavlja značajan izvor financiranja u Velikoj Britaniji.[2]

U sljedećoj tablici prikazane su europske zemlje i njihove posredničke organizacije.

Tablica 1. Europske zemlje i njihove posredničke organizacije

Zemlja	**Naziv organizacije**
Austrija	KulturKontakt
Francuska	New Patrons
Velika Britanija	Arts&Business, INTERACT
Belgija	Arteconomy
Španjolska	Improbable Connections, Disonancias
Švedska	Airis, TILLT, CreativeClash,
Švicarska	Artist in Labs (Artsinlab)
Nizozemska	Culture Enterpreneusrhip

Izvor: izrada autora prema podacima Berthoin Antal 2012.

Ono što je bitno za posredničke organizacije jest da nisu usko vezane za uspostavu partnerstva između kulturnog i poslovnog sektora, neke organizacije uključuju i ostvarivanje suradnje kulturnog sektora s nekim drugim sektorima (poput primjerice obrazovanja - KultKontakt, Austrija).

Neke posredničke organizacije osnivaju se na raznim razinama vlasti (lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj) u različitim pravnim oblicima, neke se nalaze u okviru sveučilišta, a neke su organizacije privatne. Ovisno o veličini i cilju organizacije, one se financiraju iz različitih izvora – javno financiranje (europski, nacionalni, regionalni i lokalni izvori sredstava), privatno financiranje i mješoviti model (kombinacija prethodno navedenih izvora sredstava). „Što se tiče veličine i financijskog prometa, neke organizacije koje podržavaju kreativna partnerstva djeluju kao vrlo male mikroorganizacije, ovisne o nekolicini volontera, a druge se mogu smatrati srednjim tvrtkama sa znatnim prometom i financijskim povratom ulaganja." (OMC 2014, 21)[3]

Osim posredničkih organizacija, neke države koriste i razvijaju druge načine potpore i promocije kreativnog partnerstva. Tako su neke države osnovale različite programe i nagrade za promoviranje partnerstava između kulture i gospodarstva. Države poput Ita-

[2] Arts&Business. https://www.artsandbusinessni.org.uk/.

[3] Više o razlikama u strukturi, financiranju i ciljevima posredničkih organizacija u: Berthoin Antal 2012.

lije, Srbije i Velike Britanije osnovale su godišnje nagrade (Cultura Impresa; Zlatni venac; Arts & Business Awards) kako bi se nagradilo povezivanje kulture i gospodarstva. „Nagrada predstavlja potvrdu za tvrtke koje ne samo da podržavaju kulturu povremeno nego smatraju ulaganje u kulturu dijelom svoje strategije čime se promiče važnost društveno odgovornog poduzeća" (Mikić 2014, 17), ali i „poticanje odnosa koji osigurava strateški doprinos kulturnom, socijalnom i ekonomskom razvoju zemlje. Nagrada Cultura Impresa dio je 'Projekta Cultura Impresa', koji je u Italiji stvorio platformu za informiranje, osposobljavanje, relaciju i mjerenje performansi kako bi se intenzivirali i učinili učinkovitijima odnosi između javnih i privatnih kulturnih institucija s jedne strane i tvrtki s druge strane."[4] Nagrađivanje suradnje između kulturnog i poslovnog sektora također je dobar primjer prakse u razvoju kreativnog partnerstva čime se daje (javna) potvrda dobrog i uspješnog rada organizacija.

Uključivanje umjetnosti u studijske programe poslovnih studija, odnosno studija društvenih znanosti također je jedan način razvoja kreativnog partnerstva. Naime, Economist je već 2014. godine naveo da najistaknutiji akademski centri uključuju umjetnike da obučavaju buduće vođe, npr. MIT, Oxford University i Sveučilište Stanford gdje su svi studenti prve godine dužni studirati i umjetnost (Economist 2014 u Lewandowska 2015) te se na taj način, uvođenjem umjetničkog učenja u obrazovanje društvenih znanosti, razvijaju različite kompetencije, šire razmišljanje i vidici sadašnjih i budućih menadžera (Berthol Antal 2012, 25). S prethodnim se slaže i Nissley (2010) te dodaje da su inovacije i vještine koje su dio umjetničkog i kulturnog sektora izuzetno važne za poslovni napredak u okolnostima globalizacije te da bi kreativne vještine trebale biti uključene u programe poslovnih škola.

Takvi suvremeni trendovi i prakse dobri su primjeri u razvoju kreativnog partnerstva, ali i povećanju razine svijesti o značaju uključivanja umjetnosti i kreativnosti u poslovanju te dobrobiti koje takva suradnja donosi za sve uključene strane, ali i šire.

4. ISTRAŽIVANJE TRENDOVA I PRAKSI U RAZVOJU KREATIVNOG PARTNERSTVA NA PODRUČJU REPUBLIKE HRVATSKE

Cilj je istraživanja identificirati postojeću situaciju u Republici Hrvatskoj u vezi s razvojem kreativnog partnerstva u kontekstu suvremenih trendova i praksi prisutnih u drugim europskim zemljama. U tom segmentu ističu se tri prakse u razvoju kreativnog partnerstva: posredničke organizacije, nagrade za partnerstvo kulturnog i poslovnog sek-

[4] www.culturapiuimpresa.it.

tora te uključivanje umjetnosti u studijske programe društvenih znanosti. Povezano s tim, istraživanje obuhvaća analizu primjene navedenih suvremenih trendova i praksi na prostoru Republike Hrvatske.

Metodologija istraživanja temelji se na sekundarnim izvorima podataka, analizi sadržaja nacionalnih i lokalnih dokumenata i izvješća, kulturnih strategija i mrežnih stranica devet gradova koji su bili gradovi kandidati za dobivanje titule Europska prijestolnica kulture (EPK) 2020. godine (Dubrovnik, Đakovo, Osijek, Pula, Rijeka, Split, Varaždin, Zadar i Zagreb), kao i *online* istraživanje javnih studijskih programa visokoobrazovnih institucija. S obzirom na to da su se navedeni gradovi natjecali za dobivanje prestižne titule, cilj je identificirati koliko je kreativno partnerstvo bilo prepoznato u njihovim strategijama za razvoj kulture. Isto tako, cilj je proučiti koristi li se pojam kreativnog partnerstva i na koji način se on podržava u javnim dokumentima i izvješćima, kao i na visokoobrazovnim institucijama.

5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U području trendova i praksi drugih zemalja u usporedbi s Republikom Hrvatskom, uočava se da u Republici Hrvatskoj kreativno partnerstvo nije prepoznato ni izrijekom navedeno u nacionalnim dokumentima i izvješćima, kao ni u kulturnim strategijama devet analiziranih gradova kandidata za dobivanje titule „Europska prijestolnica kulture". Naime, ne postoji nijedan dokument ili izvještaj na razini Republike Hrvatske koji se bavi područjem kreativnog partnerstva. U okviru toga podrazumijeva se osnivanje posredničke organizacije na bilo kojoj razini vlasti (nacionalnoj, regionalnoj ili lokalnoj) te uspostava nagrade za uspješnu suradnju kulturnog i poslovnog sektora. Proučavanjem kulturnih strategija gradova kreativno se partnerstvo kao takvo izrijekom nigdje ne spominje. Pojam partnerstva ponajprije se spominje na način da kulturne djelatnosti međusobno surađuju (Zagreb, Varaždin), a poslovni se sektor najčešće spominje u okviru (inovativnih) izvora financiranja u obliku donacije i sponzorstva (Dubrovnik). Iako se pojam kreativnog partnerstva izrijekom nigdje ne spominje, u nekoliko kulturnih strategija prepoznaje se važnost suradnje i partnerskog odnosa poslovnog i kulturnog sektora. Tako se primjerice u kulturnoj strategiji Grada Osijeka navodi da je jedan od ciljeva „osnažiti veze i modele suradnje među razvojnim dionicima različitih sektora (gospodarstvo, uprava, akademska zajednica, civilno društvo) radi stvaranja dinamične i perspektivne sredine atraktivne za život i ostanak mladih ljudi"[5]. U okviru toga, planirano je osnovati

[5] Kulturna strategija Grada Osijeka, str. 28. Dostupno na: https://www.osijek.hr/dokumenti/strategija-kulturnog-razvitka-grada-osijeka-2014-2020/.

agenciju za operativno provođenje projekta EPK, a s obzirom na to da Osijek nije postao EPK, pitanje je koje bi to sve poslove obuhvaćao rad agencije. U kulturnoj strategiji grada Đakova navodi se: „spregom kulture, turizma i poduzetništva cilj je kreirati platformu na kojoj bi iznimno bogata kulturna baština djelovala kao razvojni resurs. U skladu s tim postavkama državne kulturne strategije planirana je izgradnja infrastrukturnih potencijala u Gradu Đakovu. Grad Đakovo će u procesu kandidature imenovati sva potrebna tijela EPK, počevši od umjetničkog i poslovnog ravnatelja, Organizacijskog i Umjetničkog odbora kao i niza drugih tijela potrebnih za uspješnu kandidaturu."[6] Nešto slično navodi se i u kulturnoj strategiji Grada Pule gdje je jedna od ključnih aktivnosti „organizirati burzu projekata – međusobno upoznavanje kulturnog i poslovnog sektora radi moguće suradnje te dati poticaj stvaranju i provedbi suradničkih projekata gdje bi glavni nositelj tih aktivnosti bio Grad Pula"[7]. U analiziranim navedenim strategijama prepoznaje se značaj suradnje između kulturnog i poslovnog sektora te potrebe uspostavljanja određene platforme gdje bi se oni mogli povezati. Grad Zadar u svojoj kulturnoj strategiji također prepoznaje da „ne postoje snažno razvijene veze ili partnerski odnosi koji bi povezivali kulturni i gospodarski sektor kako bi značajnije pomogli u razvoju obaju sektora i u uspostavljanju dugoročnih partnerstava da se osigura stalnost i ostvarenje zajedničke razvojne vizije. Kroz razvijanje partnerstva s privatnim sektorom, može se osigurati financijska sposobnost i podići svijest o važnosti uključivanja naših građana i poduzetnika u kulturni život grada."[8] Iako su prepoznali potrebu suradnje kulturnog i poslovnog sektora, u strategiji nije navedeno na koji bi se način ona mogla uspostaviti i razvijati (većinom se ona bazira na donacijama i sponzorstvu poslovnog sektora kulturnim projektima). U kulturnoj strategiji Grada Splita naglasak je na „jačanju partnerstva i suradnje te uspostavljanju trajnih partnerskih odnosa između kulturnih i obrazovnih institucija, ponajprije osnovnih i srednjih škola, te između Grada, UMAS-a i Filozofskoga fakulteta"[9]. Prema tome, naglasak se stavlja na suradnju s obrazovnim institucijama, a partnerstvo, odnosno suradnja s poslovnim sektorom, u okviru se te strategije nigdje ne spominje. Također, u okviru kulturne strategije Grada Rijeke ne spominje se pojam partnerstva i sponzorstva. Međutim, s obzirom na to da je Rijeka ponijela titulu Europske prijestolnice kulture 2020. godine, pregledom mrežnih službenih stranica uočava se da je Rijeka osnovala Udrugu Poslovni klub PartneRI koja povezuje kulturni i poslovni sektor što predstavlja jedinstve-

[6] Kulturna strategija Grada Đakova, str. 66, 95. Dostupno na: https://www.djakovo.hr/index.php/dokumenti/category/78-strateski-dokumenti-grada-dakova.html

[7] Kulturna strategija Grada Pule, str. 43. Dostupno na: https://www.pula.hr/hr/uprava/upravni-odjeli-i-sluzbe/upravni-odjel-za-kulturu/dokumenti-i-izvjesca/strategija-razvoja-kulture-grada-pule-20142020-godina/.

[8] Kulturna strategija Grada Zadra, str. 40. Dostupno na: https://www.zadra.hr/hr/stratesko-planiranje/izra%C4%91eni-strate%C5%A1ki-dokumenti.

[9] Kulturna strategija Grada Splita, str. 36. Dostupno na: https://www.split.hr/o-splitu/kultura/opce-informacije.

nu i za hrvatske prilike inovativnu inicijativu koja može imati dugoročan utjecaj na razvoj zajednice. Naime, poslovni klub PartneRI ima za cilj aktivnije sudjelovanje gospodarstvenika u programima grada Rijeke kao što je EPK, a koji se odnosi na projekte koji se realiziraju isključivo na regionalnom području (Primorsko-goranska županija). Udruga je zamišljena tako da „poslovni subjekti svojim članstvom u Udruzi doprinesu razvoju kulture financirajući između ostalog, odabrane programe Europske prijestolnice kulture, no naš je dugoročni cilj bio potaknuti filantropsko ulaganje u projekte u kulturi te stvoriti platformu za razvoj partnerskog odnosa između poslovnog i kulturnog sektora“[10]. Iako je takva inicijativa osnovana ponajprije zbog realizacije projekata programa Europske prijestolnice kulture, cilj je da se ono nastavi i nakon završetka programa. Prema tome, Rijeka prepoznaje da kulturni projekti nisu samo jednogodišnji, već je potrebno dugoročno razvijati i graditi filantropsku kulturu, ali i kulturu partnerstva između kulturnog i poslovnog sektora jer se shvaća važnost potpore poslovne zajednice. Smatraju da je „filantropija u Hrvatskoj nedovoljno razvijena te imaju želju razviti svijest u zajednici o tome da je ulaganje u kulturu itekako pozitivno, da kultura pokreće poželjne društvene promjene i unapređuje ostale gospodarske sektore“[11]. Sukladno prikazanom, uočava se da je Rijeka primijenila suvremenu praksu drugih zemalja i osnovala posredničku organizaciju između kulturnog i poslovnog sektora koja može doprinijeti cjelokupnom razvoju njihove (regionalne) zajednice.

Analizom dokumenta uočava se da na području Republike Hrvatske ne postoji nagrada za uspješnu suradnju poslovnog i kulturnog sektora, kao što je slučaj u drugim državama koje su to ustanovile. Postoje, primjerice, određene nagrade u području društveno odgovornog poslovanja, nagrade za filantropiju (ponajprije organizirane od strane privatnih organizacija) i sl., što bi jednim dijelom i moglo uključivati nagrađivanje partnerstva kulturnog i poslovnog sektora, međutim ne postoje uspostavljene nagrade od javnih vlasti za konkretno kreativno partnerstvo, odnosno suradnju kulturnog i poslovnog sektora što bi zasigurno predstavljao i veći značaj i potvrdu uspješnog rada i suradnje za oba sektora.

Što se tiče prakse da se umjetnost uključi u studijske programe društvenih znanosti, analizom javno dostupnih programa visokoobrazovnih institucija uočava se da takva praksa postoji na jednoj visokoobrazovnoj ustanovi koja je jedina umjetničko-znanstvena institucija na prostoru Republike Hrvatske[12] te nudi mogućnost dvopredmetnog studiranja koje kombinira umjetnost i, između ostalih, društvene znanosti. Na taj način

---

10 Poslovni klub PartneRi. http://partneri.hr/o-klubu/.

11 Poslovni klub PartneRi. https://partneri.hr/o-klubu/.

12 Riječ je o Akademiji za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku. Više o navedenoj instituciji na: http://www.uaos.unios.hr/.

omogućava se princip obostranog učenja i prijenosa znanja između „poslovnog svijeta" i „umjetničke kreativnosti", odnosno studenti koji su umjetničkog usmjerenja imaju mogućnost pohađanja kolegija iz društvenih znanosti i usvajanja vještina poslovanja, dok studenti koji su odlučili studirati društveno-humanistički studij imaju mogućnost izbora i kolegija iz umjetničkog područja te na taj način mogu razvijati kreativne vještine.

6. RASPRAVA

Iako Republika Hrvatska u dokumentima izrijekom nije prepoznala pojam kreativnog partnerstva, kroz nekoliko se segmenata u pojedinim dokumentima navedena suradnja proteže. Ona se prepoznaje ponajprije kroz aktivnosti i ciljeve prikazane u kulturnim strategijama gradova kandidata za Europsku prijestolnicu kulture. Najdalje je otišla Rijeka koja je kao grad i ponijela tu titulu za 2020. godinu.[13] Grad Rijeka osnovao je Udrugu koja je platforma za suradnju kulturnog i poslovnog sektora te je to jedinstvena inicijativa na prostoru Republike Hrvatske. Navedeno je u skladu sa suvremenim trendovima i praksom koja postoji u razvijenim europskim zemljama koje su osnovale posredničke organizacije i olakšavaju uspostavu i tijek suradnje kulturnog i poslovnog sektora. Riječ je o donekle novijoj inicijativi (osnovano 2018. godine) koja već sada pokazuje važnost potpore poslovnog sektora u realizaciji kulturnih projekata. Poduzetnici u Klubu PartneRi pomažu „na način da se uključe sa svojim idejama, energijom, znanjima, iskustvima, a i da nešto doniraju kako bi se prikupili dodatni resursi koji bi pomogli da se projekt ubrza" (Dragojević Mijatović 2018). Zanimljivo je da se ta organizacija orijentira isključivo na projekte na području Primorsko-goranske županije, tj. županije u kojoj se nalazi grad Rijeka. Isto tako, poduzetnici su koji su se uključili u tu inicijativu iz Primorsko-goranske županije što pokazuje regionalnu orijentiranost razvoju zajednice. Navedeno je također u skladu sa suvremenim trendovima i praksom da se takve organizacije osnivaju na lokalnim, odnosno regionalnim razinama i utječu na razvoj u svom okruženju. To je pozitivan primjer i dobra inicijativa kako cijela regija, odnosno županija funkcionira, okupljajući lokalne i regionalne poduzetnike koji pomažu projektima važnima za njihovu zajednicu i okruženje. Pozitivno je što poduzetnici prepoznaju važnost kulture i ulogu koju ona ima u društvu. Naime, i sama titula Europske prijestolnice kulture ima izniman značaj za pojedini grad, njegov turizam i gospodarstvo, stoga je takva inicijativa i „prilika za poduzetnike da prije svega, osim u kreiranju kulturnog programa, participiraju i u kreiranju poslovne infrastrukture i novih industrija. A sigurno je interes poduzetnika i da što više

[13] Riječ je o tituli koja se godišnje dodjeljuje barem jednom europskom gradu koji Europska unija odredi na razdoblje od jedne godine, tijekom koje taj grad prikazuje razne kulturne sadržaje čime promovira svoju kulturno-povijesnu baštinu.

ljudi dođe u Rijeku i u njoj i ostane." Navedeno potvrđuje da poslovni sektor grada Rijeke prepoznaje snagu kulturnog sektora i što on znači za grad i okruženje te da je neophodna suradnja i sinergija tih dvaju sektora za što bolji razvoj i konkurentnost. Također, takve inicijative potiču i širu kulturu filantropije koja je u Hrvatskoj slabo razvijena (Šain, Haršanji i Borić Cvenić 2020; Bestvina Bukvić, Šain i Maršić 2018; Mihaljević 2015; Bežovan 2002), a onda i kulturu partnerstva, odnosno kreativnog partnerstva koje se najčešće i razvija iz filantropskih suradnji (Preece 2010). Zbog toga je želja inicijatora da se rad Kluba nastavi i nakon što prođe program Europske prijestolnice kulture, da on nije osnovan samo zbog jednogodišnje titule koju je Grad Rijeka dobio nego da bude osnova i za daljnju suradnju i projekte u budućnosti. S obzirom na navedeno, preporuka je da i ostale županije, odnosno gradovi prepoznaju važnost sinergije kulturnog i poslovnog sektora te pokrenu takvu inicijativu koja će im omogućiti još bolji napredak i prepoznatljivost.

Iako su se takve posredničke organizacije pokazale kao najbolja platforma za uspostavu kreativnog partnerstva, potrebno je prepoznati i značaj drugih suvremenih trendova i praksi u razvoju kreativnog partnerstva. Nagrade su također jedan oblik promicanja partnerstva kulturnog i poslovnog sektora. Primjerice, dodjelom nagrada od strane javnih vlasti daje se značaj takvoj suradnji čime bi se ujedno kulturnom i poslovnom sektoru dala potvrda da rade dobro, omogućila bi im se bolja vidljivost, doprinosi se stvaranju boljeg imidža te se promiče društveno odgovorno poslovanje. Također, dobri primjeri suradnje tih dvaju sektora potaknuli bi i ostale na suradnju, čime se utječe i na povećanje svijesti o prednostima takve suradnje. Nažalost, Republika Hrvatska nije uspostavila nagradu za takvu suradnju što bi zasigurno, da ona postoji, utjecalo na veći broj suradnji tih dvaju sektora jer je ono dokaz određenog priznanja uspješnog rada.

Kao suvremena praksa, u radu se navodi i uključivanje umjetnosti u obrazovni proces kako bi se potaknula kreativnost pojedinca. Osim uključivanja umjetnosti za razvoj kreativnosti, potrebno je djelovati i obrnuto, a to je uključivanje učenja o poslovnim vještinama na umjetničkim studijima kako bi i kulturni i umjetnički sektor znao tržišno razmišljati i djelovati. U tom segmentu značajna je uloga države i sveučilišta koji bi trebali raditi na predviđanju stjecanja takvih vještina. U Republici Hrvatskoj zasad je jedan studij koji omogućuje kombiniranje umjetničkih i društvenih, odnosno ekonomskih znanja, tj. nudi se mogućnost dvopredmetnog studiranja koje kombinira umjetnost i, između ostalog, društvene znanosti. Na taj način omogućava se princip obostranog učenja i prijenosa znanja između „poslovnog svijeta" i „umjetničke kreativnosti", odnosno studenti koji su umjetničkog usmjerenja imaju mogućnost pohađanja kolegija iz društvenih znanosti i usvajanja vještina poslovanja, dok studenti koji su odlučili studirati društveno-humanistički studij imaju mogućnost izbora i kolegija iz umjetničkog područja te na taj način razvijati svoje kreativne vještine.

S obzirom na koristi i prepoznatost kreativnog partnerstva i od strane Europske komisije te europskih, razvijenih zemalja, ali i jednog hrvatskog grada, preporuka je da nacionalne, regionalne i lokalne vlasti istraže načine poticanja kreativnih partnerstava koristeći se raspoloživim sredstvima i znanjima. Kako bi se povećala važnost i prepoznatljivost kreativnih partnerstava, potrebno je raditi na podizanju svijesti o tome kroz prethodno prikazane suvremene trendove i prakse, ali i kroz različite druge aktivnosti kao što su primjerice međunarodne konferencije, rasprave, edukacije i seminari, znanstvena istraživanja, primjeri dobre prakse i sl. uključujući ljude iz poslovnog i kulturnog sektora kako bi se upoznali s mogućnostima koje im takva suradnja donosi. Upravo takvim aktivnostima utječe se na podizanje javne svijesti o koristima navedene suradnje kao i njihovoj lakšoj i boljoj uspostavi što u konačnici treba rezultirati boljim razvojem obaju sektora, ali i unaprjeđenjem razvoja cjelokupne zajednice.

7. ZAKLJUČAK

Kreativno partnerstvo predstavlja dobar primjer kako kulturni i poslovni sektor može djelovati izvan svojih (tradicionalnih) okvira te se njihovom suradnjom i sinergijom može pridonijeti i obostranom društveno-gospodarskom napretku. S obzirom na potencijal koji kreativno partnerstvo generira, važno je određivanje načina kako povezati kulturni i poslovni sektor, kako to podržati i uspostaviti. Suvremeni trendovi i prakse upućuju na tri najčešća oblika podrške razvoju kreativnog partnerstva: posredničke organizacije, nagrade za suradnju te uključivanje umjetnosti u studijske programe – poslovne studije. Posredničke organizacije pokazale su se najboljim rješenjem za uspostavu i razvoj kreativnog partnerstva s obzirom na to da je riječ o organizaciji koja usklađuje ponudu i potražnju te provodi analizu potreba jednog i drugog sektora. Osim toga, navedene organizacije prate cijeli proces suradnje, savjetuju, koordiniraju, evaluiraju što znači da su bitne u svim fazama suradnje.

U Republici Hrvatskoj kreativno partnerstvo izrijekom nije prepoznato ni u jednom dokumentu. Primjena suvremenih trendova i praksi očituje se u uspostavi jedne udruge na području Grada Rijeke koji je 2020. godine bio Europska prijestolnica kulture (EPK). Riječ je o udruzi Poslovni klub PartneRi koja povezuje kulturni i poslovni sektor s ciljem aktivnijeg sudjelovanja poslovnih subjekata u programima grada Rijeke kao EPK-a. Riječ je o jedinstvenoj inicijativi na području Republike Hrvatske čiji je dugoročni cilj potaknuti filantropsko ulaganje u projekte u kulturi te stvoriti platformu za razvoj partnerskog odnosa između poslovnog i kulturnog sektora. Osim toga, na području Republike Hrvatske postoji jedna visokoobrazovna institucija koja omogućuje kombiniranje studiranja umjetničkih i društvenih, odnosno ekonomskih smjerova, tj. nudi se mogući-

nost dvopredmetnog studiranja koje kombinira umjetnost i, između ostalog, društvene znanosti. Na taj se način omogućava načelo obostranog učenja i prijenosa znanja između „poslovnog svijeta" i „umjetničke kreativnosti", odnosno studenti koji su umjetničkog usmjerenja imaju mogućnost pohađanja kolegija iz društvenih znanosti i usvajanja vještina poslovanja, dok studenti koji su odlučili studirati društveno-humanistički studij imaju mogućnost izbora i kolegija iz umjetničkog područja te na taj način razvijati svoje kreativne vještine.

Navedeno je u skladu sa suvremenim trendovima i praksama što je pozitivan primjer prepoznavanja potencijala sinergije kulturnog i poslovnog sektora. Nagrada za priznanje uspješne suradnje kreativnog partnerstva, kao još jedan način njegova poticanja, na području Republike Hrvatske nije uspostavljena što daje prostor za poboljšanje razvoja tog područja.

Osim prikazanih suvremenih trendova i praksi, moguće je primijeniti i različite druge aktivnosti koje mogu utjecati na promociju i razvoj, tj. povećanje svijesti o potencijalu kreativnog partnerstva, a kao što su edukacija, seminari, konferencije, prikazi primjera dobrih praksi i sl. gdje se trebaju uključiti ljudi iz poslovnog i kulturnog sektora kako bi se upoznali s mogućnostima koje im takva suradnja donosi. Stoga se preporučuje da nositelji politikâ na nacionalnoj, regionalnoj i/ili lokalnoj razini sagledaju potencijal takvih partnerstava i razmotre načine kako ih podržati, shvaćajući ih kao strateško sredstvo za razvoj njihove zajednice.

Literatura

1. Berthoin Antal, Ariane i Anke Strauß. 2013. *Artistic interventions in organisations: Finding evidence of values-added*. *Creative Clash Report*, Berlin: WZB.
2. Berthoin Antal, Ariane. 2009. *Research Framework for Evaluating the Effects of Artistic Interventions in Organizations, Transforming organisations with the arts*. Research Report TILLT Europe PROJECT.
3. Berthoin Antal, Ariane i Ilana Nussbaum Bitran. 2015. *Artistic interventions in organizations: Data reports from multi-stakeholder surveys in Spain 2011-2014, WZB Discussion Paper, No. SP III 2015-603*, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Berlin: WZB.
4. Berthoin Antal, Ariane. 2012. „Artistic Intervention Residencies And Their Intermediaries: A Comparative Analysis", *Organizational Aesthetics* 1, no. 1: 44–67. https://digitalcommons.wpi.edu/oa/vol1/iss1/5.
5. Biehl-Missal, Brigitte i Ariane Berthoin Antal. 2011. „The impact of arts-based initiatives on people and organizations: research findings, challenges for evaluation and research, and caveats", In Creative Partnerships – Culture in Business and Business in Culture. Warsaw, Poland: Narodowe Centrum Kultury, KEA – European Affairs, in Partnership with British Council: Giełda Papierów Wartościowych Warsaw Stock Exchange.

6. Bestvina Bukvić, Ivana, Marija Mihaljević i Ivana Tokić. 2016. „Financing the Theatre: The role of management and the state". *ECONVIEWS, Review of contemporary business, entrepreneurship and economic issues* 29, no. 1: 125–142.
7. Bestvina Bukvić, Ivana, Marija Šain i Ivona Maršić, „Alternative sources of funding in culture: Case of eastern Croatia", *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues* 31, no. 2: 427–440.
8. Bežovan, Gojko. 2002. „Socijalna odgovornost gospodarstva i iskustva u Hrvatskoj". *Revija za sociologiju* 33, no. 1–2: 17–32.
9. Boyle, Mary-Ellen i Edward Ottensmeyer. 2005. „Solving business problems through the creative power of the arts: catalyzing change at Unilever". *Journal of business strategy* 26, no.5 (October): 14–21.
10. Comunian, Roberta. 2009. „Toward a New Conceptual Framework for Business Investments in the Arts: Some Examples from Italy." *The Journal of Arts Management, Law, and Society* 39, no. 3: 200–220, DOI: 10.1080/10632920903218521.
11. Darso, Lotte. 2004. *Artful Creation. Learning-Tales of Arts-In-Business*. UK: Samfundslitteratur.
12. Dragojević Mijatović, Aneli. 2018. „'EPK je projekt generacije': Uspješni riječki poduzetnik otkriva zašto su se poslovnjaci odlučili uključiti u ‚Rijeka 2020'". Intervju sa Borisom Popovićem. *Novi list*, ožujak 20, 2018. https://www.novilist.hr/rijeka-regija/rijeka/epk-je-projekt-generacije-uspjesni-rijecki-poduzetnik-otkriva-zasto-su-se-poslovnjaci-odlucili-ukljuciti-u-rijeka-2020/.
13. Eriksson, Michael. 2009. *Expanding your Comfort Zone - The Effects of Artistic and Cultural Intervention on the Workplace*. Göteborg: Institute for Management of Innovation and Technology.
14. Kohnová, Lucia i Jan Papula, 2019. „Trust in Business Partnerships and its Effect on Mutual Benefits of Cooperation". *Proceedings of the 10th European Conference on Intangibles and Intellectual Capital*. Pescara: Academic Conferences and Publishing International Limited. ISBN:978-1-912764-18-1, 154–162.
15. Laaksonen, Annamari. 2012. *Creative Intersections: Partnerships between the arts, culture and other sectors.* Sydney: International Federation of Arts Councils and Culture Agencies.
16. Lewandowska, Kamila. 2015. „From sponsorship to partnership in arts and business relations". *The Journal of Arts Management, Law, and Society* 45, no.1 (March): 33–50. DOI: 10.1080/10632921.2014.964818.
17. Maleško, Jelena i Olga Tjurdju. 2016. „Arts based initiatives as a holistic solution in business education". *CBU International Conference on innovations in science and education* 4: 346–359. DOI: 10.12955/cbup.v4.779.
18. Michel, Géraldine i Reine Willing. 2020. *The Art of Successful Brand Collaborations: Partnerships with Artists, Designers, Museums, Territories, Sports, Celebrities, Science, Good Causes… and More.* New York: Routledge.

19. Mihaljević, Marija. 2015. „Pokroviteljstvo u kulturi – od pojedinca do poduzeća (nekad i danas)". *Znanstvene, Kulturne, Obrazovne i Umjetničke politike - Europski realiteti (200. obljetnica rođenja Josipa Jurja Strossmayera)* Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Odjel za kulturologiju, 318-333.
20. Mikić, Hristina. 2016. Biz&ART2: priručnik za finansiranje kulturnog nasleđa iz korporacijskih izvora. Beograd: Grupa za kreativnu ekonomiju.
21. Nissley, Nick. 2010. „Arts-based learning at work: economic downturns, innovation upturns, and the eminent practicality of arts in business". *Journal of business strategy* 31, no. 4 (July): 8-20.
22. Open Method Of Coordination (OMC). 2014. *Policy Handbook On Promotion of Creative Partnerships*, European Agenda For Culture, Work Plan For Culture 2011-2014.
23. Preece, Stephen. B. 2010. „Building an Arts-Business Partnership: The Case of Aeroplan and Tapestry New Opera". *International Journal of Arts Management* 12, no. 2 (December): 49-58.
24. Rikalović, Gojko i Hristina Mikić. 2014. *Biz&ART: ka održivim partnerstvima privrede i kulture*. Beograd: Grupa za kreativnu ekonomiju.
25. Robbins, Peter. 2020. „How Businesses Can Benefit from Collaborating with the Arts". *Innovation and the Arts: The Value of Humanities Studies for Business*, 163-186. USA: Emerald Publishing Limited. https://doi.org/10.1108/978-1-78973-885-820201009.
26. Schnugg, Claudia. 2014. „The organisation as artist's palette: arts-based interventions". *Journal of business strategy* 35, no. 5 (September), 31-37.
27. Schiuma, Giovanni. 2009. *The Value of Arts-Based Initiatives, Mapping Arts-Based Initiatives*. London: Arts & Business.
28. Smagina, A. i Lindemanis, A. 2012. „What Creative Industries Have to Offer to Business? Creative Partnerships and Mutual Benefits". *International Journal of Industrial and Systems Engineering*, 6 no. 11 (January): 3280-3285.
29. Šain, Marija, Maja Haršanji i Marta Borić Cvenić. 2020. Fundraising within the Cycle model for successful business in arts and cultural organization, INTERDISCIPLINARY MANAGEMENT RESEARCH XVI, The Josip Juraj Strossmayer University Of Osijek Faculty of Economics in Osijek - Croatia Postgraduate Doctoral Study Program in Management; Hochschule Pforzheim University – Germany; Croatian Academy of Sciences and arts, 71-88.
30. Totterdill, Peter. i Rosemary Extonn. 2014. „Work and organisations in 2020, The future we want?". *Strategic direction* 30 no. 9 (August): 4-7.
31. Wilson, James. 2012. „Arts based learning within an arts organization". *STRATEGIC HR REVIEW* 11. no. 5 (August): 259-264.

Internetski izvori

1. Arts&Business, https://www.artsandbusinessni.org.uk/
2. www.culturapiuimpresa.it

3. Kulturna strategija Grada Osijeka, dostupno na: https://www.osijek.hr/dokumenti/strategija-kulturnog-razvitka-grada-osijeka-2014-2020/
4. Kulturna strategija Grada Đakova, dostupno na: https://www.djakovo.hr/index.php/dokumenti/category/78-strateski-dokumenti-grada-dakova.html
5. Kulturna strategija Grada Pule, dostupno na: https://www.pula.hr/hr/uprava/upravni-odjeli-i-sluzbe/upravni-odjel-za-kulturu/dokumenti-i-izvjesca/strategija-razvoja-kulture-grada-pule-20142020-godina/
6. Kulturna strategija Grada Splita, dostupno na: https://www.split.hr/o-splitu/kultura/opce-informacije
7. Kulturna strategija Grada Varaždina, https://varazdin.hr/strategije-grada-varazdina/
8. Kulturna strategija Grada Dubrovnika, https://www.dubrovnik.hr/vijesti/strategija-razvoja-kulture-8027?documents=true
9. Kulturna strategija Grada Rijeke, https://www.rijeka.hr/teme-za-gradane/kultura-2/strategija-kulturnog-razvitka-grada-rijeke-2013-2020/
10. Kulturna strategija Grada Zadra, str. https://www.zadra.hr/hr/stratesko-planiranje/izra%C4%91eni-strate%C5%A1ki-dokumenti
11. Kulturna strategija Grada Zagreba, https://zagreb.hr/strategija-kulturnog-i-kreativnog-razvitka-grada-z/75529
12. Poslovni klub PartneRi. http://partneri.hr/o-klubu/

ANALYSIS OF TRENDS AND PRACTICES IN THE DEVELOPMENT OF CREATIVE PARTNERSHIP

Abstract

Creative partnership refers to connecting artists, artistic or cultural institutions with sectors that are traditionally unrelated, such as education, agriculture, public sector, business sector, management, etc., with the aim of transferring creative skills from culture to other sectors. Therefore, partnerships that include culture and art in their processes of organizational change are called creative partnerships. This is a growing trend because research has shown that the synergy of these sectors achieves both mutual benefit and benefit to society as a whole. The paper primarily emphasizes the partnership between the cultural and business sectors. Achieving and managing a creative partnership is not easy because it is formed by representatives with a variety of skills, personalities, values and perceptions. Nevertheless, these differences are ideal for innovation, which is so critical to the business success of the 21st century. To facilitate such cooperation, states have established certain incentives and programs.

The paper analyzes the concept of creative partnership and presents the benefits and changes that result from these collaborations. Also, the analysis of secondary data sources shows how countries initiate, support or influence this form of cooperation. The aim of this paper is to determine the current situation in the Republic of Croatia and based on the presented results to give a recommendation for the improvement of the subject area in the Republic of Croatia. From the results of the analysis follows that modern trends and practices of creative partnership are the potential for realization and development of such cooperation in the Republic of Croatia.

Keywords: creative partnership, business sector, cultural sector, national incentives and programs, Republic of Croatia.

Antun Šundalić

TRI DESETLJEĆA HRVATSKOG KAPITALIZMA

Sažetak

Hrvatsko je društvo u nepuna tri desetljeća razvijanja kapitalizma trebalo proći tranziciju na područjima gospodarstva (uvesti tržišna pravila i privatno vlasništvo), političke vlasti (demokratizacija kroz višestranačje i trodiobu vlasti) i kulture (okretanje građanskim vrednotama, pluralizmu i individualnoj autonomiji). Za to je bilo potrebno promijeniti stare obrasce života u socijalizmu, a što se trebalo dogoditi kroz modernizaciju na simboličkoj razini (svijesti građana), kao i na institucionalnoj i tehnološkoj razini. Koliko se u tome uspjelo, prepoznaje se u aktualnim pokazateljima stanja hrvatskog društva: od konkurentnosti gospodarstva do kupovne moći stanovništva, nezaposlenosti i socijalne skrbi.

Kako građani percipiraju stanje u društvu te vide li promjene koje donose boljitak, pitanje je na koje ćemo odgovor dobiti anketnim istraživanjem. U tu svrhu provedeno je empirijsko istraživanje kojemu je cilj saznati što građani misle o aktualnom stanju i procesima u hrvatskom društvu. Analizirat će se stavovi građana o: (1) stanju gospodarstva i razvijenost društva, (2) stanju demokracije i političke svijesti građana, (3) stanju vrednota – tradicijskih i građanskih, (4) stanju socijalne osjetljivosti i građanske solidarnosti.

Ključne riječi: hrvatsko društvo, tranzicija, demokracija, ekonomija, solidarnost

1. UVOD

Tijekom dvadesetog stoljeća hrvatsko je društvo promijenilo više političkih vlasti koje nisu bile demokratske, a ni usmjerene gospodarskom razvoju hrvatskih krajeva. Ni stoljeća prije hrvatski narod ne pamti kao vrijeme samostalnosti političkog i ekonomskog života. Modernizacijski procesi zaobilazili su hrvatske krajeve jer nije bilo prirodnih nositelja modernizacije[1]. No, iznevjerena su bila i očekivanja od zajedničke države sa Srbima

[1] Rogić ukazuje na nestanak elite aristokratskog porijekla. Prava je elita aristokratskog porijekla izumrla, bilo na ratištu, iseljavanjem ili periferijskom pozicijom na „predziđu kršćanstva". Tako je nestala „prirodna" avangarda koja je trebala biti jamac i politički tumač integracijskih ponuda i mogućnosti hrvatskog kraljevstva. Politička nesloga i nesamostalnost učinili su da je modernizacija uzela svoj danak u siromašenju naroda i nebrizi za njegovu ekonomiju i kulturu. Skupine od Carstva privilegiranih rentijera nisu preuzele integracijsku ulogu nestalog plemstva te nisu predstavljale oslonac stvarne modernizacije (Rogić 2000, 326-331).

i Slovencima. Poslije Prvog svjetskog rata Hrvatska ulazi u zajedničku državu u kojoj je njezina modernizacija usporena jer nema nositelja modernizacije doraslih njezinim europskim izazovima[2]. Prvu je modernizaciju proveo *hrvatski seljački narod* (kako su ga zvala braća Radić) u vrijeme Kraljevine Jugoslavije te je i tu nedostajala vizija individualne autonomije. Zagovarane su skupne vrijednosti: kršćanske, općehrvatske, zavičajne i obiteljske (Rogić 2000, 392–393, 414–415).

U takvim je predmodernim socijalnim i gospodarskim okolnostima dočekan Drugi svjetski rat iz kojega se izišlo s novim razvojnim konceptom, jednako neperspektivnim za Hrvatsku kao i prije rata. Socijalistička je stvarnost još više udaljila društvo od mogućnosti oblikovanja građanskog srednjeg sloja i tržišne orijentacije[3]. Za Hrvatsku je također daljnji modernizacijski proces dobio antihrvatski smjer, naglašeno jugoslavenski (prosrpski). No, usprkos koncepciji izgradnje anacionalnog društva, kroz tzv. drugu modernizaciju, pseudomodernizaciju[4] (Rogić 2000, 413–433), u okrilju socijalističke države stvorena je mogućnost širenja obrazovanja, a što je rezultiralo osvješćivanjem novih generacija koje su se oglasile kroz studentske nemire i Hrvatsko proljeće.[5]

Socijalistički režim nije otvarao prostor individualnoj autonomiji i pluralizmu. Egalitaristički konstrukt „jednakosti" oslanjao se na prosječnost te je svako iskakanje iz njega, u ideji ili praksi, bilo nepoželjno. Stvorena je socijalna distanca između postojećih skupina/orijentacija: komunista i nekomunista; ateista i vjernika; radničke klase i seljaka; jugoslavenstva i hrvatstva.

---

[2] Dok je Europa tehnološki ubrzano napredovala, hrvatski su krajevi bili izolirani samom činjenicom da nisu imali izgrađenu mrežu prometnica. Tridesetih godina prošlog stoljeća stanje je bilo ovakvo:

Banovina	Putevi km	Željeznica km	Mot. vozila
Vrbaska	12	2	2
Primorska	11	2	7
Savska	11	6	12
Dravska	27	6	22

Izvor: Bićanić 1996, 60–61

[3] Dogodilo se ono što M. Novak razlikuje kroz tri točke: 1. čudovišna državna vlast, 2. privredna stagnacija i 3. pogrešno tumačenje uzroka bogatstva naroda (Novak 1993, 251–252).

[4] Socijalističku je industrijalizaciju I. Rogić nazvao *drugom hrvatskom modernizacijom* koju su proveli komunisti, a ne nedostatni građanski sloj, što je bio slučaj Zapada (Rogić 2000, 413–433). Njezin je zadatak bio, između ostalog, i obračunavanje sa seljaštvom pretvarajući ga u besperspektivni sloj koji se ubrzano smanjuje, koji nije sposoban za nove razvojne strategije. Rogić to opisuje kao „suton seoskog svijeta" (Rogić 2002, 345–346).

[5] „Hrvatsko proljeće" pokreće više pitanja: zahtjev za reformom odnosa u federaciji (počinju 1966. nakon Brijunskoga plenuma i potpisivanja Protokola između SFRJ i Svete Stolice), bilanca SFRJ, međunacionalni odnosi u Hrvatskoj. Tu je i zahtjev za priznanjem *Deklaracije o nazivu i položaju hrvatskog književnog jezika* (1967). To ima za posljedicu trajno slabljenje projugoslavenske tendencije u hrvatskom društvu. Nositelji reformskog pokreta donijeli su nove ideje za budućnost: ideje socijaldemokracije (M. Tripalo), narodnjaštva (S. Dabčević-Kučar) i liberalizma (V. Gotovac).

U takvom ozračju dočekan je raspad Jugoslavije. Nacionalna svijest hranila se nacionalnom prošlošću. Kapitalizam nije prepoznat kroz tržišne slobode, već kroz nacionalnu slobodu. Takav izlazak iz socijalizma Županov vidi kao stanje koje se može opisati kao *polumodernizam*. Nova elita, koja se tek oblikuje, nije bila na visini povijesnog zadatka – *dovršenja procesa modernizacije*. Njezina je obilježja Županov prikazao kroz četiri orijentacije. Riječ je o eliti koja je dezindustrijalizirajuća, descijentizirajuća, retradicionalizirajuća i birokratska (Županov 2001, 11–36).

Slično razmišljanje nalazimo i kod V. Šonje i D. Polšeka (2019, 56) koji ističu da nove elite i interesne skupine koje su preuzele vlast nakon 1990. „(…) nisu imale ni interesa ni želja ni znanja aktivno razvijati moderne, inkluzivne političke i gospodarske institucije. Stoga, koliko im pripada zasluga za stvaranje države i obranu od agresije, toliko im na teret ide odgovornost zbog nesposobnosti u stvaranju moderne demokratske države i uređenog tržišnog gospodarstva. Stvorena je, ili bolje reći, nastavljena je partijska, klijentelistička država, u kojoj politička skupina – stranka, pokret, partija – koja u rukama drži uzde vlasti, ujedno operativno kontrolira vrlo širok spektar u teoriji neovisnih institucija.“[6]

Tranzicija u kapitalizam i kulturu građanskog društva bila je vrlo spora, a što je izazivalo sumnju u boljitak koji treba donijeti tržišna ekonomija i demokratski ustroj društva.[7] Rezultat je toga širenje nepovjerenja uslijed rastuće socijalne nejednakosti, obezvrjeđivanja rada i jagme za brzim bogaćenjem na temelju političkih (stranačkih), rodbinskih i zavičajnih veza. Sve to izaziva krizno stanje (rastakanje socijalnog kapitala) koje Županov prepoznaje kao „socijalnu bombu“ (podnošenje siromaštva) koju također prati i „moralna bomba“ (podnošenje nepravde) (Županov 1995, 112–126).

Takvo je stanje trebalo ubrzano mijenjati, a promjena se mogla tražiti u zaživljavanju meritokratskih vrijednosti. Društvo je trebalo promovirati vrijednosti rada i znanja, odgovornosti i ostvarenih rezultata, kao i „socijalnu hipoteku“ privatnog vlasništva. Na tome je trebalo temeljiti novu modernizaciju koja se morala graditi na tri razine da bi bila cjelovita i učinkovita, prema Rogiću. Riječ je o *simboličkoj* (promjene ideja, stavova, vrijednosnih sklopova), *institucionalnoj* (artikuliranje modernizacije institucionalno) i

[6] Na drugom mjestu autori navode zašto je hrvatska tranzicija bila spora i neuspješna: „Pretjerana visina poreznih i drugih opterećenja s obzirom na dostignuti stupanj gospodarskog razvitka; neefikasnost; korupcija i opća slabost u upravljanju javnim sustavima, naročito administracijom; kašnjenje u pristupu EU-u (zbog čega su predugo postojale prepreke za pristup najvažnijim izvoznim tržištima); Hrvatska uz to nije bila osobito zanimljiva za izravna strana ulaganja…; razgranata mreža državnih poduzeća primarno iskorištenih za zapošljavanje i kupnju proizvoda i usluga od stranačkih članova i njihovih klijenata… Sve te karakteristike ortačkog, državnog ili kakvog već kapitalizma još uvijek su prisutne u aktualnoj varijanti lokalnog društvenog uređenja.“ (Šonje i Polšek 2019, 164–165)

[7] Kapitalizam je danas bez alternative, ali on nije jedinstven. Svako društvo daje mu svoj pečat, već prema zatečenim okolnostima u kojima ga razvija (Berger 1995).

tehničkoj modernizaciji (od sposobnosti imitacije prijeći na sposobnost inovacije) (Rogić 1998, 44–50).

Primarna je modernizacija simboličke razine bez koje će se teško dogoditi institucionalna, ali i tehnička modernizacija. Kakvi su učinci aktualne modernizacije u protekla tri desetljeća tranzicije hrvatskog društva analizirat ćemo na područjima gospodarstva i razvijenosti društva, stanja demokracije i političke svijesti građana, stanja vrednota – tradicijskih i građanskih – te stanja socijalne osjetljivosti i građanske solidarnosti.

2. NEKI POKAZATELJI STANJA

Prema *Eurostatu* kvaliteta života u Hrvatskoj daleko je od one u razvijenim zemljama. Od 28 zemalja EU-a Hrvatska je na 26. mjestu prema standardu kupovne moći stanovnika (SKM)[8]. U tablici 1 prikazano je pet najviše rangiranih i tri najniže rangirane zemlje.

Tablica 1. Bruto domaći proizvod po stanovniku izražen u SKM-u

Zemlja	Standard kupovne moći
1. Luksemburg	266
2. Irska	134
3. Nizozemska	131
4. Austrija	129
5. Njemačka	126
6. Hrvatska	59
7. Rumunjska	55
8. Bugarska	47

Izvor: Eurostat (https://europa.eu)

Udio zaposlenih u radnom kontingentu jedan je od važnih pokazatelja stabilnosti i razvijenosti društva. Tablica 2 pokazuje stanje u odabranim zemljama. Hrvatska tu stoji najslabije kada je riječ o zaposlenosti muškaraca, a kada je riječ o zaposlenosti žena samo je Rumunjska lošija.

[8] Životni standard može se usporediti mjerenjem cijene određene robe i usluga u svakoj zemlji u odnosu na dohodak korištenjem zajedničke fiktivne valute koja se zove standard kupovne moći (SKM). Usporedbom BDP-a po stanovniku, izraženog u SKM-u, dobiva se pregled životnog standarda diljem EU-a.

Tablica 2. Stopa zaposlenosti prema spolu i dobi između 20 i 64 godine

Zemlja	Žene	Muškarci
1. Luksemburg	71,2%	79,7%
2. Irska	71,2%	84,9%
3. Nizozemska	76,5%	86,7%
4. Austrija	75,0%	84,3%
5. Njemačka	77,7%	86,7%
6. Hrvatska	65,9%	76,5%
7. Rumunjska	62,6%	81,8%
8. Bugarska	71,5%	80,3%

Izvor: Eurostat (https://europa.eu)

Stopa nezaposlenosti također je bitan pokazatelj stabilnosti društva koji se najviše pokazuje kroz socijalnu i ekonomsku dimenziju društvenog života. Od prikazanih zemalja Hrvatska ima najvišu stopu nezaposlenosti (tablica 3). U Europskoj uniji višu stopu nezaposlenosti imaju jedino Italija, Cipar, Španjolska i Grčka.

Tablica 3. Stopa nezaposlenosti

Zemlja	Stopa nezaposlenosti
1. Luksemburg	5,3%
2. Irska	6,4%
3. Nizozemska	4,4%
4. Austrija	5,3%
5. Njemačka	3,7%
6. Hrvatska	10,8%
7. Rumunjska	4,8%
8. Bugarska	6,1%

Izvor: Eurostat (https://europa.eu)

Razlika u plaćama između muškaraca i žena[9] jedna je od naslijeđenih predrasuda europske patrijarhalne tradicije. Očekivati je da će se ona smanjivati što je društvo razvijenije i bogatije. No, stvarnost je drugačija. Tablica 4 pokazuje da su bogate zemlje zadržale tu razliku vrlo visoko (Njemačka, Austrija, Nizozemska). Od promatranih zemalja Hrvatska je bolja samo od Rumunjske i Luksemburga.

[9] Neopravdana razlika u plaćama između muškaraca i žena definira se kao razlika njihovih prosječnih bruto satnica i izražava kao postotak prosječne bruto satnice muškaraca. Izračunava se za poduzeća s najmanje 10 zaposlenih. (Eurostat)

Tablica 4. Razlike u plaćama između muškaraca i žena

Zemlja	Razlika u plaćama između muškaraca i žena
1. Luksemburg	5,0%
2. Irska	Nema podatka
3. Nizozemska	15,2%
4. Austrija	19,9%
5. Njemačka	21%
6. Hrvatska	11,6%
7. Rumunjska	3,5%
8. Bugarska	13,6%

Izvor: Eurostat (https://europa.eu)

Za što potpuniju sliku stanja hrvatskog društva korisno je pogledati i stanje konkurentnosti hrvatskog gospodarstva. Na primjeru usporedbe konkurentnosti hrvatskog gospodarstva s prosjekom konkurentnosti gospodarstva deset zemalja EU-a[10] uočljivo je značajno zaostajanje (tablica 5). Konkurentnost hrvatskog gospodarstva mjerena je „globalnim indeksom konkurentnosti" u razdoblju od 10 godina (od 2008./2009. do 2017./2018.). Tijekom navedenih godišta uspoređivano je između 133 i 148 zemalja svijeta, a Hrvatska je smještena u donju polovinu zemalja, osim 2008./2009. kada je bila najbolje pozicionirana na 61. mjestu (HGK 2018, 7–8).

Tablica 5. Konkurentnost hrvatskog gospodarstva u odnosu na EU10

Godina / broj zemalja	Rang RH	Rang EU10	Zaostajanje ranga RH za rangom EU10
2018. (137 zemalja)	74	48	+ 26
2017. (138 zemalja)	74	48	+ 26
2016. (140 zemalja)	77	48	+ 29
2015. (144 zemlje)	77	51	+ 26
2014. (148 zemalja)	75	56	+ 19
2013. (144 zemlje)	81	54	+ 27
2012. (142 zemlje)	76	55	+ 21
2011. (139 zemalja)	77	52	+ 25
2010. (133 zemlje)	72	52	+ 20
2008./'09. (134 zemalja)	61	51	+ 10

Izvor: HGK 2018, 7.

[10] Riječ je o deset zemalja koje su ušle u EU 2004. (Slovenija, Estonija, Češka, Slovačka, Poljska, Latvija, Litva, Mađarska) i 2007. (Rumunjska, Bugarska).

Koliko se takav tijek razvoja hrvatskog društva može ocijeniti „jedinim mogućim" u okolnostima stvaranja samostalne države, a koliko mu se može naći slabih točaka, različito će biti ocijenjeno od političara različitih stranaka, različito od stručnjaka i znanstvenika. Građani će, pak, imati svoja mjerila koja se uglavnom kreću oko materijalnih pokazatelja životnog standarda. No, ne manje važni jesu i pokazatelji javnog mnijenja o stanju društva, bilo da je riječ o društvenoj svijesti o demokratizaciji društva, o ljudskim pravima i korupciji, bilo da je riječ o perspektivi gospodarskog razvoja i demografskim kretanjima. Sve zajedno uzevši dolazimo do nekih odgovora na pitanje o aktualnom stanju hrvatskog društva.

3. METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

Kako bi percepcija stanja hrvatskog društva nakon nepunih 30 godina tranzicije bila što realnija, provedeno je anketno istraživanje na uzorku od 299 ispitanika[11] s područja Slavonije i Baranje. Cilj je istraživanja bio saznati što građani misle o aktualnom stanju i procesima u hrvatskom društvu. Za to je sastavljen instrument od 21 tvrdnje na koje je primijenjena Likertova skala. Tvrdnjama je obuhvaćeno više aktualnih tematskih područja (tablica 6): stanje gospodarstva i razvijenost društva, stanje demokracije i političke svijesti građana, stanje vrednota – tradicijskih i građanskih, stanje socijalne osjetljivosti i građanske solidarnosti.

Tablica 6. Tematska područja istraživanja

Tematska područja	Tvrdnje
Stanje gospodarstva i razvijenost društva	2. Hrvatsko je društvo **razvijeno** (tehnološki je dostiglo europske razvijene zemlje). 3. Hrvatsko je društvo **bogato** (prirodna bogatstva i gospodarstvo omogućavaju svim građanima solidan život). 16. Hrvatsko je društvo **u rukama stranog kapitala** (banke, hoteli, trgovački lanci…). 20. Hrvatsko je društvo **neperspektivno** (neprivlačno je zbog niskog životnog standarda, zbog nezaposlenosti obrazovane mlade populacije, zbog egzistencijalne nesigurnosti uopće). 21. Hrvatsko je društvo **pred izumiranjem** (više umrlih nego rođenih, veliko iseljavanje mladih).

[11] Uzorak je neslučajni prigodni. Anketirani su studenti prisutni na seminaru koji su također preuzeli po tri anketna upitnika kojima su anketirali troje ispitanika u mjestu svoga boravišta/prebivališta. Podijeljeno je 350 anketnih upitnika, a valjanih je vraćeno 299. Istraživanje je provedeno u vremenu između 16. i 30. siječnja 2019. godine.

Stanje demokracije i političke svijesti građana	1. Hrvatsko je društvo **demokratsko** (višestranačje, trodioba vlasti, slobodni izbori). 4. Hrvatsko je društvo **politički osviješteno** (građani znaju svoja prava i na izborima biraju prave programe i ljude kako bi ta prava ostvarili). 6. Hrvatsko je društvo razvilo **visok stupanj povjerenja u institucije** (Sabor, vladu, pravosuđe i druge državne institucije).
Stanje vrednota – tradicijskih i građanskih	10. Hrvatsko je društvo **religijski orijentirano** (Katolička Crkva ima značajan utjecaj na politiku). 11. Hrvatsko je društvo **nacionalno orijentirano** (nacionalne se vrednote stavljaju na prvo mjesto). 12. Hrvatsko je društvo **tradicionalno** (ljudi se oslanjaju na postojeće običaje i ne žele ih mijenjati). 13. Hrvatsko je društvo **patrijarhalno** (postoji diskriminacija žena u obitelji, na poslu, u obrazovanju…). 19. Hrvatsko je društvo **homofobno** (ne prihvaća se pravo na homoseksualne brakove i netradicionalne oblike seksualnosti). 5. Hrvatsko je društvo **meritokratsko** (nagrađuju se rad, znanje i sposobnost pojedinca). 9. Hrvatsko je društvo **kozmopolitski orijentirano** (otvoreno je za sve kulture, prihvaća različitost). 8. Hrvatsko je društvo **ekološki osviješteno** (briga o okolišu, potrošnji energije, razvijanje ekološki prihvatljive tehnologije u industriji, uporaba neštetnih kemikalija…). 14. Hrvatsko je društvo **konzumerističko** (stanovništvo je orijentirano na potrošnju i materijalna dobra više nego na duhovna (kulturna, vjerska…) dobra). 15. Hrvatsko je društvo **vrlo korumpirano** (postoji visoka razina potkupljivosti i nemara javnih službenika, političara i poduzetnika).
Stanje socijalne osjetljivosti i solidarnosti	7. Hrvatsko je društvo razvilo **osjećaj solidarnosti** među građanima (briga za bližnjega u nevolji vrlo je izražena). 17. Hrvatsko je društvo **socijalno neosjetljivo** (neke socijalne skupine jedva preživljavaju, poput nezaposlenih, umirovljenika, bolesnih i invalidnih osoba…). 18. Hrvatsko je društvo **polarizirano** (sve je uočljiviji jaz između malobrojnog sloja bogatih i moćnih i sve brojnijeg sloja siromašnih).

Radna hipoteza ovoga istraživanja je sljedeća: U hrvatskom društvu, koje je percipirano kao nerazvijeno i neperspektivno, vrednote građanskog društva postoje samo načelno, dok stvarnost pokazuje da su i dalje vrlo prisutni korupcija, nepotizam, homofobija i slične orijentacije.

Provjera radne hipoteze analizom stavova ispitanika o ponuđenim tvrdnjama dala bi okvirni odgovor na pitanje kako građani ocjenjuju stanje hrvatskog društva te gdje treba tražiti uzroke stanja u hrvatskom društvu, bilo da to stanje ispitanici ocjenjuju progresivnim i perspektivnim, bilo da ga vide u regresivnim i disfunkcionalnim konotacijama.

4. OBILJEŽJA UZORKA

Od 299 ispitanika 135 (45,3 %) je muških i 163 (54,7 %) ženskih (jedan je upitnik ostao bez ovog odgovora). Prema mjestu stalnog boravka 101 (33,8 %) ispitanik je sa sela, a 198 (66,2 %) iz grada. Prema dobi ispitanici su razvrstani u četiri skupine: od 18 do 30 godina – 155 (51,8 %) ispitanika, od 31 do 50 godina – 72 (24,1 %) ispitanika, od 51 do 65 godina – 54 (18,1 %) ispitanika, stariji od 65 godina – 18 (6 %) ispitanika.

Obrazovna struktura ispitanika dana je u tablici 7, a radni status u tablici 8.

Tablica 7. Obrazovna struktura

Stupanj obrazovanja	**Frekvencija**	**%**
Osnovna škola	16	5,4
Trogodišnja srednja škola	16	5,4
Četverogodišnja srednja škola	106	35,5
Viša škola, preddiplomski studij	119	39,8
Diplomski studij	40	13,4
Poslijediplomski studij	2	0,7
Ukupno	299	100,0

Tablica 8. Radni status

Radni status	**Frekvencija**	**%**
Zaposlen	132	44,1
Nezaposlen	39	13,0
Umirovljenik	34	11,4
Domaćica	7	2,3
Student/učenik	87	29,1
Ukupno	299	100,0

Premda je hrvatsko društvo sekularno ustrojeno, većinska je populacija konfesionalno opredijeljena. Popis stanovništva iz 2011. to potvrđuje (tablica 9). Samo se 7,03 % stanovnika izjasnilo kao agnostici i skeptici, nevjernici i ateisti, neizjašnjeni i nepoznato. To je razlog da smo ispitanike pitali o njihovoj religioznosti. Pitanje je glasilo: Na ljestvici od 1 do 5 označite koliko ste religiozni, pri čemu 1 označava vrlo nisku, a 5 vrlo visoku razinu religioznosti. Prema odgovorima (tablica 10) vidimo da su znatno zastupljeniji ispitanici koji svoju religioznost označavaju brojevima 3 (28,8 %) i 4 (32,1 %), dok su oni s nisko izraženom religioznošću (1 i 2 zajedno 19,4 %) i oni s visoko izraženom religioznošću (19,7 % ih se izjašnjava za 5) ujednačeni.

Tablica 9. Stanovništvo RH prema vjerskoj pripadnosti

Stanovnici RH	**4 284 889**	**100 %**
Katolici	3 697 143	86,28 %
Pravoslavni	190 143	4,44 %
Protestanti	14 653	0,34 %
Ostali kršćani	12 961	0,30 %
Muslimani	62 977	1,47 %
Židovi	536	0,01 %
Istočne religije	2 550	0,06 %
Ostale religije, pokreti i svjetonazori	2 555	0,06 %
Agnostici i skeptici	32 518	0,76 %
Nevjernici i ateisti	163 375	3,81 %
Ne izjašnjavaju se	93 018	2,17 %
Nepoznato	12 460	0,29 %

Izvor: Popis stanovništva 2011., DZS RH

Tablica 10. Jačina religioznosti ispitanika

Jačina religioznosti	**Frekvencije**	**%**
1 (vrlo niska)	30	10,0
2	28	9,4
3	86	28,8
4	96	32,1
5 (vrlo visoka)	59	19,7
Ukupno	299	100,0

5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I RASPRAVA

Iz provedenog istraživanja frekvencije odgovora[12] pokazuju sljedeće: *Stanje gospodarstva i razvijenost društva* (tablica 11) građani prepoznaju u negativnim konotacijama. Tako ih samo 16 % vidi hrvatsko društvo razvijenim, a 29,8 % bogatim. Većina ih smatra (72,6 %) da je hrvatsko društvo u rukama stranog kapitala te je kao takvo neperspektivno (64,2 %). Zbog aktualne demografske slike ispitanici drže da je hrvatsko društvo pred izumiranjem (68,9 %).

[12] U upitniku je tvrdnjama bila pridružena skala od pet stupnjeva (1 = uopće se ne slažem, 2 = ne slažem se, 3 = i slažem se i ne slažem, 4 = slažem se, 5 = u potpunosti se slažem). Pri analizi odgovora u tablicama 11, 12, 13 i 14 spojeni su stupnjevi 1 i 2 (neslaganje) te 4 i 5 (slaganje).

Tablica 11. Stanje gospodarstva i razvijenost društva (%)

Tvrdnje	**1+2**	**3**	**4+5**
Hrvatsko je društvo **razvijeno** (tehnološki je dostiglo europske razvijene zemlje).	46,8	37,1	16,0
Hrvatsko je društvo **bogato** (prirodna bogatstva i gospodarstvo omogućavaju svim građanima solidan život).	38,9	31,1	29,8
Hrvatsko je društvo **u rukama stranog kapitala** (banke, hoteli, trgovački lanci…).	4,0	23,4	72,6
Hrvatsko je društvo **neperspektivno** (neprivlačno je zbog niskog životnog standarda, zbog nezaposlenosti obrazovane mlade populacije, zbog egzistencijalne nesigurnosti uopće).	9,0	26,8	64,2
Hrvatsko je društvo **pred izumiranjem** (više umrlih nego rođenih, veliko iseljavanje mladih).	10,0	21,1	68,9

Stanje demokracije i političke svijesti građana (tablica 12) ispitanici prepoznaju kao „formu bez sadržaja". Naime, većina ih smatra da je hrvatsko društvo demokratsko (52,9 %) jer ima višestranačje, trodiobu vlasti i slobodne izbore. No, ono je u isto vrijeme i politički neosviješteno. Samo ih 14,4 % drži da građani znaju svoja prava i na izborima biraju prave programe i ljude kako bi ta prava ostvarili. Još je lošije ocijenjeno povjerenje u ključne institucije koje trebaju biti jamci demokracije. Samo 5,4 % ispitanika smatra da postoji povjerenje građana u Sabor, vladu, pravosuđe i druge državne institucije.

Tablica 12. Stanje demokracije i političke svijesti građana (%)

Tvrdnje	**1+2**	**3**	**4+5**
Hrvatsko je društvo **demokratsko** (višestranačje, trodioba vlasti, slobodni izbori).	13,7	33,4	52,9
Hrvatsko je društvo **politički osviješteno** (građani znaju svoja prava i na izborima biraju prave programe i ljude kako bi ta prava ostvarili).	59,4	26,2	14,4
Hrvatsko je društvo razvilo visok stupanj **povjerenja u institucije** (Sabor, vladu, pravosuđe i druge državne institucije).	82,2	12,4	5,4

Koliko se hrvatsko društvo odmaklo od tradicijskog mentaliteta pokazuje nam (ne) slaganje ispitanika s ponuđenim tvrdnjama (tablica 13). *Stanje vrednota – tradicijskih i građanskih (liberalnih)* – ispitanici ocjenjuju u korist tradicijskih. Većina se slaže da je hrvatsko društvo religijski orijentirano, tj. da Katolička Crkva ima značajan utjecaj na politiku (62,5 %). Većina ih se slaže i s tvrdnjama da je hrvatsko društvo nacionalno (nacionalne vrednote stavljaju se na prvo mjesto misli njih 56,5 %) i tradicionalno (da se ljudi oslanjaju na postojeće običaje i ne žele ih mijenjati misli ih 66,2 %) orijentirano. No, samo ih 31,2 % drži da je društvo patrijarhalno (kada je riječ o dominaciji muškaraca i diskriminaciji žena). Ne ohrabruje mišljenje većine (63,5 %) da je hrvatsko društvo homofobno, tj. da se ne prihvaća pravo na homoseksualne brakove i netradicionalne oblike

seksualnosti. Tome u prilog ide i mala prihvaćenost (23,1 %) tvrdnje da je društvo kozmopolitski orijentirano, tj. otvoreno za sve kulture, prihvaća različitost.

Meritokratska orijentacija također nije prepoznata (samo 12,7 % ispitanika slaže se da je društvo meritokratsko), dok je dijametralno suprotna orijentacija na korupciju prepoznata kod njih čak 88,3 %. Ekološku osviještenost (briga o okolišu, potrošnji energije, razvijanje ekološki prihvatljive tehnologije u industriji, uporaba neštetnih kemikalija…) u društvu prepoznaje samo 17,7 %, a njoj suprotnu konzumerističku orijentaciju čak 64,2 % ispitanika.

Tablica 13. Stanje vrednota – tradicijskih i građanskih (%)

Tvrdnje	**1+2**	**3**	**4+5**
Hrvatsko je društvo **religijski orijentirano** (Katolička Crkva ima značajan utjecaj na politiku).	12,0	25,4	62,5
Hrvatsko je društvo **nacionalno orijentirano** (nacionalne vrednote stavljaju se na prvo mjesto).	12,4	31,1	56,5
Hrvatsko je društvo **tradicionalno** (ljudi se oslanjaju na postojeće običaje i ne žele ih mijenjati).	4,7	29,1	66,2
Hrvatsko je društvo **patrijarhalno** (postoji diskriminacija žena u obitelji, na poslu, u obrazovanju…).	28,9	39,9	31,2
Hrvatsko je društvo **homofobno** (ne prihvaća se pravo na homoseksualne brakove i netradicionalne oblike seksualnosti).	12,0	24,4	63,5
Hrvatsko je društvo **meritokratsko** (nagrađuju se rad, znanje i sposobnost pojedinca).	57,7	29,5	12,7
Hrvatsko je društvo **kozmopolitski orijentirano** (otvoreno je za sve kulture, prihvaća različitost).	34,4	42,5	23,1
Hrvatsko je društvo **ekološki osviješteno** (briga o okolišu, potrošnji energije, razvijanje ekološki prihvatljive tehnologije u industriji, uporaba neštetnih kemikalija…).	31,4	50,8	17,7
Hrvatsko je društvo **konzumerističko** (stanovništvo je orijentirano na potrošnju i materijalna dobra više nego na duhovna (kulturna, vjerska…) dobra).	8,0	27,8	64,2
Hrvatsko je društvo **vrlo korumpirano** (postoji visoka razina potkupljivosti i nemara javnih službenika, političara i poduzetnika).	3,0	8,7	88,3

Tržišna je ekonomija donijela egzistencijalnu nesigurnost za većinu u društvu. To je utjecalo na socijalno raslojavanje i krizu socijalnog kapitala. Pogledajmo kako građani vide *stanje socijalne osjetljivosti i solidarnosti* (tablica 14). Više od dvije trećine (72,7 %) ispitanika slaže se s tvrdnjom da je društvo polarizirano (sve je uočljiviji jaz između malobrojnog sloja bogatih i moćnih i sve brojnijeg sloja siromašnih). Većina ih misli (59,8 %) i da je društvo socijalno neosjetljivo na ugrožene socijalne skupine (nezaposlene, umirovljenike, bolesne i invalidne osobe…). Toj tvrdnji u prilog ide i niska prihvaćenost

(38,8 %) tvrdnje da je u društvu razvijen osjećaj solidarnosti među građanima (briga za bližnjega u nevolji).

Tablica 14. Stanje socijalne osjetljivosti i solidarnosti (%)

Tvrdnje	**1+2**	**3**	**4+5**
Hrvatsko je društvo razvilo **osjećaj solidarnosti** među građanima (briga za bližnjega u nevolji vrlo je izražena).	24,4	36,8	38,8
Hrvatsko je društvo **socijalno neosjetljivo** (neke socijalne skupine jedva preživljavaju, poput nezaposlenih, umirovljenika, bolesnih i invalidnih osoba…).	11,7	28,5	59,7
Hrvatsko je društvo **polarizirano** (sve je uočljiviji jaz između malobrojnog sloja bogatih i moćnih i sve brojnijeg sloja siromašnih).	5,4	21,9	72,7

Kako bi se utvrdila dimenzionalnost tih tvrdnji i napravile odgovarajuće mjerne ljestvice provedena je analiza glavnih komponenti s kriterijem ekstrakcije komponenti/faktora sa svojstvenim vrijednostima većim od 1. Prije provođenja analize utvrđeno je da KMO kriterij adekvatnosti uzorkovanja iznosi 0,78 te da je Bartlettov test statistički značajan, što znači da je opravdano provesti analizu (tj. da su uzorak i interkorelacije varijabli dovoljno veliki). Nakon inicijalne solucije provedena je ortogonalna (Varimax) rotacija dobivenih komponenti. Pri tome se ispostavilo da je nekoliko tvrdnji (tvrdnje br. 1, 3, 14 i 16) specifično, tj. imaju mali udio zajedničke varijance s ostalim tvrdnjama te su stoga izbačene iz daljnje analize. Iz tablice 15 vidi se da je dobiveno pet komponenti/faktora.

Prvi je faktor nazvan *RH kao razvojno perspektivna* zemlja. Sadrži tvrdnje kojima se naglašava tehnološka razvijenost, politička osviještenost građana, meritokratska orijentacija i povjerenje u državne institucije (Cronbach α = 0,75).

Drugi faktor – *RH kao razvojno neperspektivna i nepravedna zemlja* – čine tvrdnje koje naglašavaju korumpiranost, socijalnu neosjetljivost, polariziranost i neperspektivnost društva koje je time osuđeno na izumiranje (Cronbach α = 0,74).

Treći faktor – *RH kao tradicionalna zemlja* – sadrži tvrdnje koje ističu religijsku orijentiranost društva, njegovu tradicionalnost i naglašene nacionalne vrijednosti (Cronbach α = 0,60).

Četvrti faktor – *RH kao zemlja obilježena postmaterijalističkim vrijednostima* – suprotnog je značenja od prethodnog. U njemu se ističe razvijenost građanske solidarnosti, ekološke osviještenosti i kozmopolitske orijentacije građana (Cronbach α = 0,61).

Peti faktor – *RH kao spolno represivna zemlja* – čine dvije tvrdnje koje ističu prisutnost patrijarhalnih vrednota i homofobnosti (Cronbach α = 0,42).

Tablica 15. Faktorska struktura

Tvrdnje	F1	F2	F3	F4	F5
2. Hrvatsko je društvo razvijeno (tehnološki je dostiglo europske razvijene zemlje).	0,64				
4. Hrvatsko je društvo politički osviješteno (građani znaju svoja prava i na izborima biraju prave programe i ljude kako bi ta prava ostvarili).	0,74				
5. Hrvatsko je društvo meritokratsko (nagrađuju se rad, znanje i sposobnost pojedinca).	0,75				
6. Hrvatsko je društvo razvilo visok stupanj povjerenja u institucije (Sabor, vladu, pravosuđe i druge državne institucije).	0,73				
7. Hrvatsko je društvo razvilo osjećaj solidarnosti (briga za bližnjega u nevolji vrlo je izražena).				0,71	
8. Hrvatsko je društvo ekološki osviješteno (briga o okolišu, potrošnji energije, razvijanje ekološki prihvatljive tehnologije u industriji, uporaba neštetnih kemikalija…).				0,74	
9. Hrvatsko je društvo kozmopolitski orijentirano (otvoreno je za sve kulture, prihvaća različitost).				0,67	
10. Hrvatsko je društvo religijski orijentirano (Katolička Crkva ima značajan utjecaj na politiku).			0,61		
11. Hrvatsko je društvo nacionalno orijentirano (nacionalne vrednote stavljaju se na prvo mjesto).			0,86		
12. Hrvatsko je društvo tradicionalno (ljudi se oslanjaju na postojeće običaje i ne žele ih mijenjati).			0,67		
13. Hrvatsko je društvo patrijarhalno (postoji diskriminacija žena u obitelji, na poslu, u obrazovanju…).					0,72
15. Hrvatsko je društvo vrlo korumpirano (postoji visoka razina potkupljivosti i nemara javnih službenika, političara i poduzetnika).		0,56			
17. Hrvatsko je društvo socijalno neosjetljivo (neke socijalne skupine jedva preživljavaju, poput nezaposlenih, umirovljenika, bolesnih i invalidnih osoba…).		0,68			
18. Hrvatsko je društvo polarizirano (sve je uočljiviji jaz između malobrojnog sloja bogatih i moćnih i sve brojnijeg sloja siromašnih).		0,73			
19. Hrvatsko je društvo homofobno (ne prihvaća se pravo na homoseksualne brakove i netradicionalne oblike seksualnosti).					0,71
21. Hrvatsko je društvo pred izumiranjem (više umrlih nego rođenih, veliko iseljavanje mladih).		0,74			
20. Hrvatsko je društvo neperspektivno (neprivlačno je zbog niskog životnog standarda, zbog nezaposlenosti obrazovane mlade populacije, zbog egzistencijalne nesigurnosti uopće).		0,60			

Napomene: faktori tumače ukupno 59,42 % varijance; prikazana su samo faktorska opterećenja veća od 0,40.

Kako je prethodno opisano, frekvencije odgovora pokazuju (tablice 11, 12, 13 i 14) da građani više preferiraju pesimističke konotacije u opisu stanja društva kada je riječ o njegovom gospodarstvu i razvijenosti. Demokraciju prepoznaju u formalnom smislu, no ne i u stvarnoj praksi. Građani su politički neosviješteni i niska je razina povjerenja u institucije sustava. Glede vrednota ispitanici potvrđuju prevladavajuću prisutnost tradicijskih, nacionalnih i religijskih vrednota. Prisutnost homofobije i nezaživljenost kozmopolitske svijesti to dodatno potvrđuje. Socijalna osjetljivost i građanska solidarnost kod većine nije prepoznata u društvu koje je, prema stavovima većine, polarizirano i socijalno neosjetljivo.

Faktorska struktura (tablica 15) pokazuje da se kod ispitanika približavaju tvrdnje koje objedinjuju pozitivne stavove o ekonomiji i politici (F 1), kao i negativne (F 2). Zasebni faktori povezuju religijsku, tradicijsku i nacionalnu orijentiranost kao obilježja hrvatskog društva (F 3), potom solidarnost, ekološku svijest i kozmopolitizam (F 4). Patrijarhalnost i homofobiju ispitanici su spojili u zasebni faktor (F 5).

Koliko razlike u spolu, socijalnom porijeklu, obrazovanju i religioznosti mogu utjecati na stavove ispitanika, pokazuju nam sljedeće tablice u kojima su rezultati križanja tih varijabli s faktorima.

Utjecaj spola uočljiv je na drugom faktoru (F2, p=0,00), tj. žene su sklonije društvo vidjeti u pesimističkom ozračju kao neperspektivno i korumpirano. Na granici je statističke značajnosti razlika na prvom i trećem faktoru, dok na četvrtom nema razlike (tablica 16).

Tablica 16. Spolne razlike na faktorima – T-test

Faktori	**Muškarci**	**Žene**	**t**	**p**
F1	8,93	9,49	-1,84	0,07
F2	19,35	20,42	-3,06	0,00
F3	10,75	11,17	-1,95	0,05
F4	8,71	8,76	-0,24	0,81

Utjecaj socijalnog porijekla uočljiv je samo na četvrtom faktoru (F4, p=0,02). Možemo reći da su gradski ispitanici skloniji prepoznavanju građanske solidarnosti, ekološke osviještenosti i kozmopolitske orijentacije u društvu. Na drugom faktoru ta je razlika na granici statističke značajnosti (tablica 17).

Tablica 17. Mjesto prebivanja i razlike na faktorima – T-test

	Selo	**Grad**	**t**	**p**
F1	9,23	9,26	-0,14	0,88
F2	20,39	19,70	1,86	0,06
F3	10,93	11,03	-0,42	0.67
F4	8,40	8,94	-2,29	0,02

Razlika u obrazovanju ispitanika nije utjecala na razlike u stavovima (statistički značajne) kod ocjenjivanja ispitanika o ponuđenim tvrdnjama.

Za razliku od obrazovanja, analiza varijance (ANOVA, tablica 18) pokazuje da je radni status ispitanika u jednom faktoru utjecao na razliku u ocjenjivanju tvrdnji. Umirovljenici su skloniji od drugih prvom faktoru (F1, p=0,00), tj. ocjeni[13] društva kao perspektivnog, razvijenog, meritokratski orijentiranog i s povjerenjem u institucije. Razlog tome može biti u njihovom negativnom iskustvu iz socijalizma i prihvaćanju prijelaznog razdoblja koje ne može izbjeći pogreške.

Tablica 18. Razlike na faktorima prema radnom statusu – ANOVA

		Srednji kvadrat	**F**	**p**
F1	Između grupa	113,41	4,85	0,00
	Unutar grupa	2642,66		
F2	Između grupa	18,33	0,57	0,64
	Unutar grupa	3645,48		
F3	Između grupa	18,41	1,53	0,21
	Unutar grupa	1360,57		
F4	Između grupa	6,80	0,51	0,68
	Unutar grupa	1524,602		

Kada je riječ o utjecaju religioznosti na stavove ispitanika, pokazala se pozitivna korelacija između intenziteta religioznosti i orijentacija prvog (r=0,208, p<0,01) i četvrtog (r=0,207, p<0,01) faktora. To se može tumačiti sklonošću vjernika prihvaćanju postojećeg stanja (F1: društvo kao tehnološki razvijeno, politički osviješteno, meritokratski orijentirano i s povjerenjem u državne institucije), kao i zagovaranju poželjnih orijentacija u društvu (F4: razvijenost građanske solidarnosti, ekološke osviještenosti i kozmopolitske orijentacije građana).

[13] Od maksimalne ocjene 20, njihova je ocjena 10,69, a ostale su skupine ispitanika dale ocjenu između 9,00 i 9,20.

6. ZAKLJUČNE TEZE

Prijelaz iz jednog sustava (ekonomskog i političkog) u drugi uvijek nosi neizvjesnost novog, stranog i nepoznatog. U prvo se vrijeme događaju „pogrešne interpretacije" novog sustava. One mogu biti namjerne, a ponekad su i posljedica okolnosti u kojima se tranzicija događa. Jednako su štetne „pogrešne interpretacije" u ekonomiji, politici i kulturi, a najčešće su serijski povezane. Tranzicija hrvatskog društva počela je u okolnostima Domovinskog rata koje su destabilizirale život u cijeloj Hrvatskoj. Uz to, iskustvo nasljeđa socijalističke ekonomske politike i socijalističke kulture kolektivizma i egalitarizma predstavljalo je nepovoljnu klimu za preuzimanje građanske kulture individualne autonomije i tržišne ekonomije. Nedovoljno educirani i bez menadžerskog iskustva pojedinci preuzimaju odgovorne dužnosti u privatizaciji i pretvorbi vlasništva. Klijentelizam, nepotizam, „amoralni familizam", koruptivne radnje i sl. involvirani su u „raspodjelu" društvenog bogatstva. Do jučer nezamijećeni pojedinci preko noći postaju vlasnici tvrtki te postaju kreatori sudbina tisuća radnika. Socijalna neosjetljivost i socijalna nepravda postaju svakodnevica. Tko su pojedinci koji se izdvajaju u gospodarsku i poduzetničku elitu česta je tema u medijima.

Hrvatskom se društvu dogodilo ono što je već opisao Dinko Tomašić tridesetih godina prošlog stoljeća. Tomašić piše kako su gradovi bili osvojeni od sela[14] čije je stanovništvo bitno utjecalo na uspostavljanje novih obrazaca života, kao i na promjenu socijalne strukture gradova. Nešto slično, ali u drugačijim okolnostima, dogodilo se hrvatskom društvu u prvim godinama samostalnosti. U hrvatske gradove pristizalo je brojno stanovništvo (uglavnom seosko) iz okupiranih dijelova Hrvatske, kao i iz ratom zahvaćene Bosne i Hercegovine te ugroženo hrvatsko stanovništvo iz Vojvodine. Nakon rata veliki se dio prognanika i izbjeglica nije vratio u svoje domove već je ostao većinom u gradovima u koje je izbjegao. Iz takve heterogene populacije regrutira se radna snaga, ali i novi menadžment tržišne ekonomije. Iz nje se regrutiraju i pripadnici nove političke elite. Rodbinske, zavičajne i stranačke veze čest su kriterij za preuzimanje rukovodećih dužnosti i funkcija. Profesionalno iskustvo i profesionalni rezultati uglavnom nisu bili kriterij odabira. Ubrzano bogaćenje pojedinaca praćeno sve brojnijom armijom nezaposlenih, postalo je česta medijska tema koju je uvijek prožimalo pitanje tko su ti novi bogataši i kako im to uspijeva. „Gradovi, kao administrativno-upravna središta, postaju stjecišta

[14] „Ako sada držimo u vidu, da je u našem društvenom razvitku često postojala i da još postoji mogućnost neposrednog prelaza iz seoske sredine u vodeće privrednike, intelektualce, političare i državnike uslijed slabe razvijenosti srednjeg i višeg staleža i uslijed demokratizacije prosvjete, onda nam je jasno, kako se mnoge kulturne i psihičke osobine iz zone plemenske kulture mogu prenijeti gotovo bez izmjena u gradove, gdje ih kratko razdoblje nauka u srednjim i višim školama nije u stanju preinačiti. To je tim više omogućeno tamo, gdje su i »gradovi« u stvari proširena sela, i tamo gdje su gradovi »osvojeni« od sela radi jake infiltracije seljačkog elementa, koji je bio u stanju, da mnoge svoje kulturne elemente nametne i samomu izvornom gradskom stanovništvu." (Tomašić 1997, 84)

homo novusa koji čine neprirodan spoj socijalno-odgovornih funkcija i socijalno-neosjetljivih karijerista. Sve se to potvrđuje u brojnim neplaniranim i neželjenim učincima tranzicijskog hoda prema tržišnim kriterijima društvene transformacije. Naglašavanje slobode poduzetništva donijelo je samovolju vlasnika prema radnicima, armiju nezaposlenih i niske nadnice onih koji rade." (Šundalić 2010, 54)

Početni je predatorski kapitalizam[15], kako ga naziva J. Kregar, pokazivao da hrvatsko društvo nije ni socijalna, a ni pravna država. Ubrzano socijalno raslojavanje generiralo je socijalno nezadovoljstvo i egzistencijalnu nesigurnost, a što se potvrđivalo i u rastu nepovjerenja u institucije. Iskustvo proteklih godina tranzicije izaziva skepsu među građanima i kada je riječ o stanju i perspektivi gospodarstva, demokracije, građanskih vrednota i slično[16]. Sve je uočljivija i u hrvatskom društvu „kriza etičkih temelja" društvenog života koju E. Morin vidi, između ostalog, u propadanju tradicionalne solidarnosti, u prekomjernom razvoju egocentričnog načela na štetu altruističkog načela, kao i u demoralizaciji koja kulminira u anonimnosti masovnog društva, medijskoj sveprisutnosti i precijenjenosti novca (Morin 2008, 24).

Takva liberalizacija normi društvenog života nije se pokazala jednako perspektivnom za sve hrvatske građane. Prikazani rezultati istraživanja to dijelom pokazuju. Pesimizam, nepovjerenje i neizvjesnost prisutniji su u stavovima ispitanika, od optimističnih i razvojno-perspektivnih orijentacija. Socioekonomska nesigurnost i demokratske institucije bez ostvarene kulture individualne autonomije i građanskog aktivizma mogu se prikazati, kako to čine Šonje i Polšek (2019, 22–23), kao neostvareni doseg pete Maslowljeve potrebe (samoaktualizacije) jer se nisu ostvarile niže razine potreba/motiva poput egzistencijalne i socijalne sigurnosti. U tom smislu autori se pitaju mogu li se pojedinci „samoaktualizirati" ako se samo društvo nije „samoaktualiziralo".

Hrvatsko je društvo i dalje opterećeno nasljeđem netransparentnosti i pogodovanja koji se prepoznaju kao koruptivne radnje ukorijenjene u sve pore društvenog života. Ako bi zaživjele nove vrednote građanskog predznaka, tada bi se stvorio temelj novog smjera razvoja. Nobelovac Amartya Sen (2012, 22) u tom duhu tvrdi: „Prevladavajuće vrijednosti i društveni običaji također utječu na prisustvo ili odsustvo korupcije te ulogu povjerenja u društvenim, političkim ili ekonomskim odnosima."

---

[15] Početni razvoj kapitalizma u Hrvatskoj, kakav se pokazao u prvim godinama privatizacije, Kregar uspoređuje s predatorskim kapitalizmom 19. stoljeća u SAD-u gdje je cilj bio nasilno stjecanje moći i bogatstva koje se u mirnim vremenima prenose na potomstvo i time dobivaju legitimitet (Kregar 1999, 17–40).

[16] Na razvoj kapitalizma u Hrvatskoj može se primijeniti stajalište jedne skupine teoretičara, prema A. Senu, koji tvrde da je razvoj kapitalizma „divlji" proces s puno „krvi, znoja i suza" – svijet u kojemu mudrost traži grubost, tj. zanemarivanje brojnih problema koji se smatraju „nerazumnima" (poput socijalne skrbi za siromašne, pružanja socijalnih usluga ukupnom stanovništvu, zanemarivanja političkih i građanskih prava kao „luksuza" demokracije). Potrebna je u početku „žilavost i disciplina" dok se ne postigne dovoljno razvojnih rezultata (Sen 2012, 47).

Hrvatsko je društvo, budimo realni, u proteklih trideset godina doživjelo značajan napredak na svim razinama društvenog i individualnog života građana. Realno je i pitati se je li se moglo više. Različite ćemo odgovore dobivati iz različitih slojeva društva, kao i od institucija koje su uvijek optimističnije. Upravo ta različitost viđenja stvarnosti predstavlja poticaj daljnjim promjenama, prihvatljivim za većinu.

Literatura

1. Berger, Peter. 1995. *Kapitalistička revolucija*. Zagreb: Naklada „Naprijed" d.d.
2. Bićanić, Rudolf. 1996. *Kako živi narod, Život u pasivnim krajevima*. Zagreb: Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu – Nakladni zavod Globus.
3. Eurostat. https://europa.eu) /pristup 5.3.2019./
4. Hrvatska gospodarska komora. 2018. *Odnos konkurentnosti Hrvatske i zemalja EU10*. Zagreb: HGK, Odjel za makroekonomske analize.
5. Kregar, Josip. 1999. *Nastanak predatorskog kapitalizma i korupcija*. Zagreb: RIFIN.
6. Morin, Edgar. 2008. *Etika*. Zagreb: MASMEDIA.
7. Novak, Michael. 1993. *Duh demokratskog kapitalizma*. Zagreb: Globus – Školska knjiga.
8. Popis stanovništva 2011. Zagreb: DZS RH.
9. Rogić, Ivan. 2002. „Razvojni sudionici hrvatskog sela i njihove strategije". U knjizi *Prostor iza* urednika M. Štambuk, I. Rogić, A. Mišetić, 289–304. Zagreb: Institut Ivo Pilar.
10. Rogić, Ivan. 2000. *Tehnika i samostalnost*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
11. Rogić, Ivan. 1998. „Tranzicija i modernizacija u Hrvatskoj: likovi i kontekst". U knjizi *Privatizacija i modernizacija* urednika I. Rogić, Z. Zeman, 35–75. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
12. Sen, Amartya. 2012. *Razvoj kao sloboda*. Zagreb: ALGORITAM.
13. Šonje, Velimir, Polšek, Darko. 2019. *Prešućeni trijumf liberalizma*. Zagreb: Arhivanalitika.
14. Šundalić, Antun. 2010. *Selo – iz autentičnosti u neprepoznatljivost*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera – Ekonomski fakultet.
15. Županov, Josip. 2001. „Industrijalizirajuća i dezindustrijalizirajuća elita u Hrvatskoj u drugoj polovici 20. stoljeća". U knjizi *Upravljačke elite i modernizacija* urednika D. Čengić, I. Rogić, 11–36. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
16. Županov, Josip. 1995. *Poslije potopa*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.

THREE DECADES OF CROATIAN CAPITALISM

Abstract

In less than three decades of developing capitalism, Croatian society has had to go through a transition in the areas of economy (introduce market rules and private property), political power (democratization through the multiparty system and division of power) and culture (turning to civic values, pluralism and individual autonomy). This required changing the old patterns of life in socialism, which was to happen through modernization on a symbolic level (citizen consciousness) as well as on an institutional and technological level. How successful it was can be recognized from the current indicators of the state of the Croatian society: from the competitiveness of the economy to the purchasing power of the population, unemployment and social welfare.

A survey was be conducted in order to find out how citizens perceive the situation in the society and whether they see changes that bring improvement. To this purpose, an empirical research was conducted with the aim of finding out what citizens think about the current situation and processes in Croatian society. Citizens' attitudes about: (1) the state of the economy and the development of society, (2) the state of democracy and political consciousness of citizens, (3) the state of values — traditional and civic, and (4) the state of social sensitivity and civic solidarity will be analyzed.

Keywords: Croatian society, transition, democracy, economy, solidarity.

Tijana Trako Poljak

Jasmina Božić

Armano Srbljinović

IZAZOVI SUVREMENOG POLJOPRIVREDNOG ZADRUGARSTVA U HRVATSKOJ

Sažetak

Zadrugarstvo u Hrvatskoj ima dugu i složenu povijest. Međutim, taj oblik ekonomsko-socijalnog udruživanja uspio je preživjeti tijekom posljednjih 150 godina te se prilagoditi nizu izazova koje su pred njega stavile tri modernizacije hrvatskih ruralnih područja. Zbog toga zaslužuje posebnu sociološku istraživačku pozornost. U teorijskom dijelu rada kontekstualizira se suvremeno poljoprivredno zadrugarstvo u Hrvatskoj koje je empirijski istraženo. U metodološkom dijelu rada predstavljeni su i analizirani rezultati provedenog kvalitativnog sociološkog empirijskog istraživanja metodom dubinskog intervjua s voditeljima 24 poljoprivredne zadruge u Hrvatskoj. Cilj je istraživanja, kroz analizu percepcije poljoprivrednih zadruga iz perspektive samih zadrugara (mikrosociološki pristup „odozdo prema gore"), bio utvrditi izazove s kojima se susreće suvremeno poljoprivredno zadrugarstvo u Hrvatskoj, kroz tematske cjeline o članstvu i djelatnosti zadruga, razlozima njihova osnivanja, samoprocjeni razloga (ne)uspješnosti, problemima i izazovima s kojima se susreću te planovima za budućnost. Dodatni sociološki cilj istraživanja bio je istražiti postoji li i danas socijalna uz ekonomsku dimenziju zadruga i u kojem obliku, a koja se pojavljuje u opisima hrvatskog zadrugarstva tijekom povijesti, kao i u samom Zakonu o zadrugama danas.

Ključne riječi: zadrugarstvo, poljoprivredne zadruge, Hrvatska, ruralni razvoj, ruralna sociologija

1. UVODNO[1]

Zakon o zadrugama Republike Hrvatske (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19) definira zadrugu kao „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" (čl. 1.). U čl. 2. istog zakona izrijekom su navedene zadružne vrednote „samopomoći, odgovornosti, demokratičnosti, ravnopravnosti, pravičnosti i solidarnosti" te moralne vrednote „poštenja, otvorenosti, društvene odgovornosti i skrbi za druge". Ostala su zadružna načela demokratska: dobrovoljno i otvoreno članstvo, nadzor poslovanja od strane članova (zadruga kao demokratsko društvo), raspodjela poslova među članovima zadruge, samostalnost i neovisnost; te socijalno-kohezivna: unaprjeđenje i obrazovanje članova, suradnja među zadrugama i briga za lokalnu zajednicu (čl. 2).

Zadrugarstvo u Hrvatskoj ima dugu i složenu povijest. Riječ je o obliku udruživanja koji se usprkos dramatičnim promjenama i hrvatskih ruralnih područja i samog sustava zadrugarstva ipak održao od 19. stoljeća do danas. Zbog toga smatramo da zaslužuje posebnu sociološku istraživačku pozornost koja je, kao i istraživanja u ruralnoj sociologiji uopće, uvelike zamrla od 1990-ih naovamo, da bi se posljednjih nekoliko godina pomalo ponovno probudila. Stoga ćemo u teorijskom dijelu rada predstaviti kratku povijest zadrugarstva u Hrvatskoj, njegov razvoj i sadašnje stanje oslanjajući se upravo na novije teorijske i empirijske doprinose, kako bismo kontekstualizirali suvremeno poljoprivredno zadrugarstvo koje smo empirijski istražili. U metodološkom dijelu rada predstavit ćemo i analizirati rezultate provedenog kvalitativnog sociološkog empirijskog istraživanja metodom dubinskog intervjua s voditeljima 24 poljoprivredne zadruge u Hrvatskoj. Cilj je istraživanja, analizom percepcije poljoprivrednih zadruga iz perspektive samih zadrugara (mikrosociološki pristup „odozdo prema gore"), utvrditi izazove s kojima se susreće suvremeno poljoprivredno zadrugarstvo u Hrvatskoj. Protokolom intervjua pokrivene su teme članstva i djelatnosti zadruga, razlozi njihova osnivanja, samoprocjena razloga (ne) uspješnosti, problemi i izazovi s kojima se susreću te planovi za budućnost. Dodatni cilj bio je istražiti postojanje socijalne uz ekonomsku dimenziju zadruga kroz razloge njihova osnivanja i postojanja, odnosno utvrditi je li kod suvremenih poljoprivrednih zadruga u Hrvatskoj riječ ponajprije o gospodarskim subjektima isključivo orijentiranim na kapital i tržište ili je, i u kojoj mjeri, (i dalje) uključena i nematerijalna socijalno-kohezivna

[1] Rad je nastao u okviru znanstvenog projekta „Čimbenici uspješnosti i modeli suradnje zadruga u Hrvatskoj", voditeljice dr. sc. Jasmine Božić (2017./2018.), koji je financiralo Sveučilište u Zagrebu putem institucijskih potpora Filozofskog fakulteta u Zagrebu.

komponenta koja se pojavljuje u opisima hrvatskog zadrugarstva tijekom povijest, ali i u samom Zakonu o zadrugama danas.

2. ZADRUGE U HRVATSKOJ – POVIJESNI RAZVOJ I SADAŠNJE STANJE

Zadrugarstvo se na našim prostorima počelo razvijati nakon raspada feudalnog sustava tijekom 19. st. kada je u Hrvatskoj djelovalo više od 1500 zadruga s oko 250 000 zadrugara (Tratnik i sur. 2007, 69; Pejnović i sur. 2016, 18–19) (prva štedno-kreditna zadruga osnovana je 1864. godine na otoku Korčuli; Mataga 2005, 21–22). Međutim, kako navodi Pejić (2017, 416) u analizi slavonskog seljaštva, već u kasnom 19. st. zbog društveno-političkih preobrazbi, agrarne i ekonomske krize i privatizacije zemljišnih posjeda dolazi do pritiska na stare zemljišne zadruge i njihova ukidanja (1874. godine Mažuranićeva vlada i zakonski regulira raspuštanje seoskih zadruga; Pejić 2017, 437). Pozivajući se na postojeće izvore, Pejić (2017, 417) dalje navodi da se „usitnjavanjem poljoprivrednih gospodarstava te raspuštanjem zadruga na području Slavonije javljaju sve brojniji bezemljaši, odnosno seoski proletarijat". Prodor kapitalizma tijekom prve modernizacije hrvatskih ruralnih područja predstavljao je, stoga, prvi jači udar na zadrugarstvo.

Međutim, zadruge kao oblik udruživanja nastavile su se osnivati sve do 2. svjetskog rata s kontinuiranim porastom broja zadruga i zadrugara (Pejnović i sur. 2016, 20–23). Nakon toga dolazi iznimno teško razdoblje za zadruge (od 1940. do 1990.) tijekom druge velike modernizacije hrvatskih ruralnih područja, kada su u socijalističkom sustavu bile potiskivane, a njihova se imovina i zemljište oduzimala, odnosno nacionalizirala (Baletić 1995, 986). Nakon mjera koje su dovele do raspada zadruga 1950-ih godina, politika se marginalizacije tog oblika udruživanja nastavlja. „Šezdesetih godina donose se političke i zakonske mjere kojima se ukidaju zadružni savezi, zadružni bankarski sustav, a zemljište, prehrambeni i drugi pogoni zadruga prenose se kombinatima društvenog sektora poljoprivrede, koji su proklamirano postali nositelji razvoja u poljoprivredi. Takvo stanje ostaje sve do 1990. godine kada u Hrvatskoj djeluje oko 290 poljoprivrednih zadruga s 14 734 zadrugara i 101 914 kooperanata zadruga. U zadrugama je tada bilo zaposleno 10 228 radnika" (Tratnik i sur. 2007, 69). Slamanje zadruga ostavilo je loše iskustvo takvog načina udruživanja, što spominju i neki sugovornici u našem istraživanju kada se prisjećaju zadrugarstva u kojem su sudjelovali njihovi roditelji, odnosno bake i djedovi. Mataga (2005, 29) upozorava i da je nakon sloma kolektivizacije i rasformiranja seljačkih zadruga došlo do „posvemašnjeg preokreta vrijednosnog sustava" koji je do tada obilježavao zadruge.

Do promjene dolazi 1970-ih godina pa se opet bilježi porast broja zadruga i zadrugara, uključujući poljoprivredne. Kako kaže Mataga (2005, 32–33), „djelomično se mijenja društvena klima spram zadrugarstva (…), zamjećuje slabost poljoprivrednih kombinata, njihovu tromost i nezainteresiranost za unaprjeđenje proizvodnje seljačkih gospodarstava." „Potkraj osamdesetih zadružni savezi bitno mijenjaju svoju strategiju djelovanja. Reafirmiraju izvorno demokratsko zadrugarstvo, te prihvaćaju međunarodna zadružna načela kao osnovu aktivnosti." (Mataga 2005, 33)

S promjenom sociopolitičkog sustava, dodatno usloženom ratnim razaranjima, u samostalnoj demokratskoj Hrvatskoj, 1990-ih se zadruge moraju prilagoditi trećoj modernizacijskoj fazi. Prije svega trebalo je izmijeniti negativnu percepciju zadrugarstva koje se promatralo kao neuspjela ostavština bivšeg sustava, iako poljoprivredne zadruge imaju u nas dugu i uspješnu povijest. „U Hrvatskoj je od 90-ih godina prošlog stoljeća zadružno poduzetništvo također stigmatizirano kao način obavljanja djelatnosti svojstven socijalističkom društvenom uređenju, iako takva kvalifikacija nije točna" (Broz i Švaljek 2019, 110; vidi i: Matijašević 2005; Tratnik, Stracenski i Radinović 2005). Također, zadruge su se sada nalazile pred novim izazovom prilagodbe „privatnom vlasništvu, poduzetničkoj i tržišnoj slobodi i demokratskim standardima" (Tratnik i sur. 2007, 64). Za poljoprivredne zadruge to je značilo da „s razvojem tržišnog gospodarstva i poljoprivrede, poljoprivredna gospodarstva postaju sve više tržišno (jedna od suvremenih tendencija u poljoprivredi), a sve manje naturalno orijentirana, s prodajom proizvoda na tržištu preko najčešće suvišnih tržišnih kanala" (Tratnik i sur. 2007, 66). Međutim, Tratnik i sur. (2007, 65) navode da se do 1995. percepcija države prema zadrugama promijenila, što je vidljivo i u donošenju Zakona o zadrugama.

Tranzicijsko razdoblje ne pomaže zadrugama te je „stanje poljoprivrednih zadruga u 2000. godini još nepovoljnije. Iako je broj zadruga neznatno veći, njihova je poslovna aktivnost manja. U toj godini bilo je 330 poljoprivrednih zadruga s oko 15 000 zadrugara, oko 60 000 kooperanata i 3000 zaposlenih radnika. Više većih zadruga završilo je u stečaju, a time je znatno smanjena kooperacija." (Tratnik i sur. 2007, 70; vidi i: Mataga 2000) Kako Defilippis (2005, 55) i drugi autori analiziraju, ratna razaranja, gospodarski oporavak, spor povrat poljoprivrednika na nekadašnje posjede i njihova revitalizacija, uz problematične agrarne mjere, dovode do smanjenja poljoprivredne proizvodnje, ruralnog stanovništva te povećanja uvoza (vidi i: Župančić 2000).

Međutim, u drugoj polovici 2000-ih broj poljoprivrednih zadruga počinje ponovno rasti (broj zadruga do 2013. povećao se tri puta, a broj poljoprivrednih do pet puta; Mataga 2014, 140). Tome uz izmjene i dopune Zakona o zadrugama pomažu i poticaji koji se preko zadruga ostvaruju poput jeftinijeg kreditiranja i mogućnosti zapošljavanja, iako autori kao i naši sugovornici ističu da s navedenim poticajima postoje određeni problemi. Autori s pravom upozoravaju da je nužno povećati i poslovnu snagu zadruga

(Tratnik i sur. 2007, 70), a ne samo njihov broj, odnosno da su mnoge zadruge osnovane iz interesnih razloga kako bi se dobile državne potpore (Nedanov i dr. 2012, 214). Pejnović i sur. (2016, 33) upozoravaju da je „takvom legislativom i instrumentima razvojne politike potaknut prividan razvoj hrvatskoga zadrugarstva (porast broja zadruga s malim brojem članova), dok je s druge strane osnažen proces njegova unutrašnjega urušavanja (smanjenje broja članova i imovine pojedinih zadruga)".

Do promjene ponovno dolazi 2011. godine novim Zakonom o zadrugama čime se njihov status nešto preciznije formalno-pravno regulirao. Međutim, nije se istodobno radilo i na poticanju njihova razvoja pa se uočava slabiji porast zadruga od 2012. Odnosno, nije se radilo na uklanjanju glavne prepreke daljnjem razvoju zadrugarstva u Hrvatskoj koje bi moglo parirati onome u Europskoj uniji, a to je kako ističu Pejnović i sur. (2016, 33) i naši sugovornici „diskriminacija zadruga u odnosu na udruge i trgovačka društva, zbog čega hrvatski zadrugari nisu ravnopravni sa zaposlenicima udruga i trgovačkih društava, a pogotovo ne sa zadrugarima u Europskoj uniji". Broz i Švaljek (2019, 111) u analizi današnjeg stanja zadruga navode da je prema Registru poslovnih subjekata, koji vodi Državni zavod za statistiku, broj aktivnih zadruga 2017. iznosio 973, iako Registar ima upisane 4482 zadruge, što znači da su tri četvrtine neaktivne. „U svijetu, a tako i u Hrvatskoj, prema ukupnom broju najznačajnije su poljoprivredne zadruge. Poljoprivredne zadruge u ukupnom broju zadruga u Hrvatskoj sudjeluju s udjelom od 41,7 posto, dok su idući najzastupljeniji sektori prerađivačka industrija, u kojoj posluje 16,6 posto svih zadruga u Hrvatskoj, te sektor usluga, u kojem se nalazi 16,2 posto svih zadruga, dok se najmanji broj zadruga nalazi se u ribarstvu i turizmu (slika 1). Međutim, većina zadruga koje posluju u sektoru prerađivačke industrije zapravo se bavi preradom poljoprivrednih proizvoda, tako da udio zadruga koje se bave poljoprivredom i preradom poljoprivrednih proizvoda prelazi 50 posto" (Broz i Švaljek 2019, 113–114). Također, u zadrugama je zaposleno 0,2 posto zaposlenika u Hrvatskoj, ukupno 2156, odnosno prosječan broj zaposlenih po zadruzi iznosi 2,4 (2,5 za poljoprivredne zadruge) (Broz i Švaljek, 2019, 114–115).

Slažemo se s autorima koji iskazuju oprezni optimizam oko opstanka hrvatskog (poljoprivrednog) zadrugarstva, ali i koji ističu da je nužno riješiti probleme s kojima se susreću (za detaljnu SWOT analizu vidi: Tratnik i sur. 2007, 72). To su prije svega neodgovarajuća postojeća zakonska regulativa (Stanojević 2015, 51; Pejnović i sur. 2016,5), ali i nužna „edukacija svih sudionika u tom procesu kako bi se zadružno poduzetništvo pokrenulo i prihvatilo kao socijalno i gospodarski održiv model" (Stanojević 2015, 51). Bokan i Obad (2018, 213) navode da je upravo poticanje razvoja zadrugarstva jedan od tri komplementarna razvojna smjera suvremenih hrvatskih ruralnih područja uz „diversifikaciju ruralnih djelatnosti koja je povezana s konkuriranjem za fondove Europske unije i prelazak na ekološku poljoprivrednu proizvodnju" (vidi i: Šundalić 2004; Bilić 2005).

Međutim, „kontinuirana kriza hrvatskoga zadrugarstva, koje je od početka tranzicijskoga razdoblja prošlo razvojni put od urušavanja, gotovo do razine opstojnosti, do blage revitalizacije posljednjih godina“ (Pejnović i sur. 2007, 6; vidi i preporuke na temelju kvantitativnih i kvalitativnih analiza zadrugarstva: Božić i sur. 2019; Sudarić i sur. 2010; Šimleša 2019), uz navedene zakonodavne pa i nastavljene percepcijske probleme vezane za zadrugarstvo kao oblik udruživanja, nastavlja predstavljati izazov razvoju i većem utjecaju takvog oblika udruživanja u ruralnom sustavu, uključujući poljoprivredni sektor.

Kroz analizu povijesti zadrugarstva u Hrvatskoj vidljivo je i da zadruge od svojih početaka nisu bile osnivane isključivo radi profita već je u ideji tog načina udruživanja u jednakoj pa možda i većoj mjeri utkana i socijalna dimenzija. Da je tome tako, vidljivo je i iz analize Zakona o zadrugarstvu koji, i onaj prvi iz doba Austro-Ugarske Monarhije, i onaj iz samostalne hrvatske države 1995., počiva na istoj ideji da „zadruga nije društvo kapitala, već društvo osoba koje na demokratskim načelima upravljaju zadružnim poslovima i imovinom“ (Matijašević 2005, 153). Kako kažu Đurkin Badurina i Kljaić Šerbek (2018, 46), „gledajući povijest zadruga, moguće je uočiti kako one vrlo često nisu osnivane s temeljnom namjerom stjecanja maksimalnog profita, već je često glavna motivacija zadružnog organiziranja bilo odgovaranje na potrebe zajednice. Primjerice, (…) poljoprivredne zadruge nastajale su da bi se ojačala slaba tržišna moć proizvođača“ (vidi i: Borzaga i Galera 2012, 10). One imaju ekonomski i socijalni potencijal jer mogu imati značajnu ulogu u povećanju zaposlenosti i životnog standarda skupina s niskim prihodima te jačanju obnove i razvoja zajednice (Babić i Račić 2011, 287; vidi i: Borzaga i Spear 2004). U tom smislu možemo tumačiti da upravo prodor i razvoj kapitalizma u hrvatska ruralna područja tijekom 20. stoljeća, dodatno pojačano pritiskom da se zadrugarstvo podčini suvremenim oblicima liberalnog kapitalizma i slobodnog tržišta od kraja 20. st. i na početku 21. zapravo ignoriraju, na štetu daljnjeg razvoja i bolje prilagodbe zadruga postojećem sociopolitičko-ekonomskom sustavu, ono što zadruge čini posebnima i zbog čega su i opstale usprkos svim izazovima – njihovu socijalnu dimenziju. U sociološkom smislu, to je, uz naravno potrebe boljeg zakonodavstva i pomoći u boljoj ekonomskoj prilagodbi, jednako bitna dimenzija koja zadrugarstvo čini posebnim oblikom udruživanja, zbog čega ga treba očuvati i što nipošto ne smije nestati, a što kao takvo prepoznaju i sugovornici u našem istraživanju.

3. METODOLOGIJA

Sociološko kvalitativno istraživanje metodom dubinskih polustrukturiranih intervjua provedeno je u okviru znanstvenog projekta „Čimbenici uspješnosti i modeli suradnje zadruga u Hrvatskoj“, voditeljice dr. sc. Jasmine Božić, uz financijsku potporu

Sveučilišta u Zagrebu kroz institucijske potpore Filozofskog fakulteta u Zagrebu. Dio je šireg istraživanja o zadrugama u Hrvatskoj te je za potrebe ovoga rada napravljena selekcija rezultata vezanih za poljoprivredne zadruge. Istraživanje je provedeno od studenoga 2017. do ožujka 2018. godine intervjuiranjem „lice u lice" diljem Hrvatske. Uzorak je bio prigodni te se sastojao od 25 intervjua (24 zadruge) s upraviteljima poljoprivrednih zadruga, uključujući i braniteljsko-poljoprivredne zadruge. Obuhvaćena područja bila su: istočna Hrvatska (Virovitičko-podravska, Osječko-baranjska, Vukovarsko-srijemska, Brodsko-posavska i Požeško-slavonska županija) (tri intervjua/zadruge); sjeverni Jadran i Lika (Primorsko-goranska, Istarska i Ličko-senjska županija) (šest intervjua, pet zadruga); sjeverozapadna Hrvatska (Krapinsko-zagorska, Koprivničko-križevačka, Varaždinska i Međimurska županija) (sedam intervjua/zadruga); središnja Hrvatska (Grad Zagreb, Zagrebačka, Karlovačka, Sisačko-moslavačka, Bjelovarsko-bilogorska) (pet zadruga/intervjua); srednji i južni Jadran (Zadarska, Šibensko-kninska, Splitsko-dalmatinska i Dubrovačko- neretvanska županija) (četiri zadruge/intervjua). Protokolom intervjua pokrivene su tematske cjeline članstva i djelatnosti zadruga, razlozi njihova osnivanja, samoprocjena razloga (ne)uspješnosti, problemi i izazovi s kojima se susreću te planovi za budućnost. Istraživanje je prethodno dobilo dozvolu Povjerenstva za prosudbu etičnosti istraživanja Odsjeka za sociologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu (br. Odluke: 2017-41.). Intervjui su nakon prikupljanja transkribirani te je provedena kvalitativna tematska analiza pomoću računalnog programa za obradu kvalitativnih podataka NVivo.

4. REZULTATI I DISKUSIJA

4.1. Članstvo

Istražene zadruge imaju od sedam do 64 zadrugara. Međutim, neke nemaju nijednog zaposlenog, a u onima koje imaju zaposlene u zadruzi prosjek je od dvoje do šestero zaposlenih. Najveća istražena zadruga ima 30 zadrugara i 47 zaposlenih. Postoje i tzv. „padobranci", kako ih nazivaju naši sugovornici, a riječ je o onima koji rade preko zadruga, ali nisu članovi. Zanimljivo je da članovi i osnivači zadruge mogu biti i gradovi pa je tako jedan grad osnivač i član jedne istražene poljoprivredne zadruge dok su ostale u vlasništvu privatnih osoba.

4.2. Djelatnosti

Istražene poljoprivredne i braniteljske-poljoprivredne zadruge bave se nizom različitih djelatnosti. Većina je povezana s proizvodnim i prerađivačkim djelatnostima te prema tome i u potpunosti odgovaraju poljoprivrednom području u kojem su registrirane.

Međutim, neke se zadruge bave i drugim djelatnostima poput turizma, ugostiteljstva, tiska i marketinga, te savjetovanja oko prijave projekata. Slijedi popis djelatnosti koje su zadrugari naveli kao primarne za istražene poljoprivredne zadruge:

- Uzgoj i proizvodnja prehrambenih proizvoda: povrće i voće, vinogradi/grožđe, kukuruz i žitarice, cvijeće, industrijsko i ljekovito bilje, začinsko bilje, uzgoj ovaca, s time da neki dodatno napominju da se bave isključivo ekološkom proizvodnjom voća i povrća
- Prerada vlastitih proizvoda ili otkup proizvoda za preradu (otkupne stanice): sušenje voća i povrća, proizvodnja vina, pekarski i slastičarski proizvodi, slatke i slane/kisele zimnice, džemovi i pekmezi, sokovi, klaonica i suho meso, energetske pločice, maslac, ulje, med, izrada suvenira i prirodne kozmetike
- Prodaja vlastitih proizvoda ili preprodaja otkupljenih: prodaja fritula, pečenih odojaka i janjaca, cvijeća, voća i povrća, na malo i na veliko u trgovačke centre, te izvoz u druge zemlje poput Slovenije
- Poljoprivredna opskrba: poljoprivredne ljekarne kojima opskrbljuju obiteljska gospodarstva potrebnim repromaterijalom
- Turizam: ruralni turizam, smještaj u turizmu
- Usluge: slaganje ograda, ugostiteljski objekti, usluge alternativne medicine, tiskanje propagandnih materijala, marketing
- Savjetovanje i pisanje projekata: za kredite za banke, za HBOR, za EU fondove, savjetovanje mladih za *start-upove* i zadruge, pomoć pri pokretanju poslovnih ideja i skupljanju sredstava, izdavanje poslovnih prostora.

4.3. Ciljevi/razlozi osnivanja zadruga

Kako smo najavili u teorijskom okviru rada, zadruge od svojih početaka nisu bile isključivo ekonomski orijentirane, te smo htjeli provjeriti javlja li se ta dodatna socijalna dimenzija kao neka vrsta ideala u Zakonu o zadrugama i njihovu povijesnu opisu ili ju doista praktično možemo pronaći u odrednicama zadruga i danas i u kojem obliku. Iz odgovora samih zadrugara vidljivo je da zadruge nastavljaju imati i važnu socijalnu dimenziju, koju u analizi rezultata dijelimo na socijalnu (socijalno-kohezivnu) i humanu dimenziju, a javlja se i opstanak tradicije zadrugarstva kao zasebna tema.

- Ekonomska dimenzija: okrupnjavanje parcijaliziranog zemljišta, organiziranje pojedinačnih poljoprivrednika kako bi se bolje plasirali na tržištu, zajednički nastup na tržištu i bolja dobit kroz zajedničko brendiranje, zajedničko sudjelovanje na sajmovima i smotrama radi sigurnosti otkupa ili plasmana proizvoda na tržištu, posebno ako bi se povezali s velikim lancima, radi povećanja proizvodnje, zbog povoljnije nabave materijala i sirovina

- Socijalna dimenzija: poticanje zapošljavanja, zapošljavanje nezaposlenih ljudi iz zajednice kao i članova obitelji, zaposlenje starijih kojima nedostaje radnog staža do mirovine, u braniteljsko-poljoprivrednim zadrugama pomoć braniteljima i njihovim obiteljima zapošljavanjem u zadruzi, zatim pomoć članovima zadruge kada propadnu usjevi ili podbaci prodaja proizvoda, davanje smještaja članovima zadruge ili njihovim bližnjima u stanu zadruge ako ostanu bez smještaja ili trebaju privremeni smještaj
- Socijalna dimenzija kod braniteljsko-poljoprivrednih zadruga: okupljanje branitelja u svrhu bavljenja različitim djelatnostima kako bi se lakše nosili s ratnim traumama, kako bi bili produktivni i društveno korisni, angažiranje djece branitelja koja također imaju naslijeđene traume
- Opstanak tradicije zadrugarstva i brige o zemlji: želja da se ostavi nešto za budućnost i buduće generacije, nastavak tradicije zadrugarstva, želja da se mladi uključe u zadruge i nasljeduju znanje o proizvodnji i samom zadrugarstvu, da zemljišta ne budu zapuštena:

  „Paralelno s time ja se bavim i poviješću, to mi je hobi, baš povijest poljoprivrede hrvatskog sela, to mi je dalo ideju, zašto ne bi mi danas to napravili, ak' je mogao taj Rudolf Bićanić, najveći hrvatski ekonomist u povijesti, genijalac, ako je on to mogao napraviti, ako je 1900. g. to mogao jedan Antun Bauer napraviti, zagrebački profesor na Teološkom fakultetu, kasnije je bio zagrebački nadbiskup. Mladić. Napravio je 274 poljoprivredne zadruge na području Banske Hrvatske, bez kompjutera. Zašto ne bi mi mogli?"

  „Ljudi su investirali novac u to u svrhu da nešto novo naprave da ostave nekakav trag iza sebe koji će danas sutra nešto moći vidjeti, prvenstveno njihova djeca, njihova obitelj."

  „Mi želimo ovo iza sebe ostaviti da to ne bude… kad bude naš kraj, da ne bude i naše zadruge. Tako da smo uključili dosta mladih u tu našu priču."

  „Jer ono što smo mi naučili, znali, to se ne treba sakrivati."

  „Kakav je to čovjek koji ne nastoji učiniti zemlju boljom nego što ju je našao?"

4.4. Samoprocjena razloga (ne)uspješnosti

Kada su pitani o samoprocjeni uspješnosti svoje zadruge i razlozima eventualne neuspješnosti, odnosno o tome što smatraju da dobro rade ili na čemu trebaju poraditi da bi povećali uspješnost, zadrugari su naveli različite ekonomske razloge. Međutim, zanimljivo je da se i ovdje javlja socijalna dimenzija, ljudski faktor, što zadrugari također smatraju ključnim za uspješnost.

- Tržište: potreba praćenja tržišta i prilagodbe tržištu, važnost racionalnosti u smislu spremnosti odustati od onoga što ima slab plasman na tržištu, osiguranje plasmana proizvoda
- Ispunjavanje zadanih ciljeva/obećanja: korektan odnos prema proizvođačima i kupcima, plaćanje na vrijeme
- Važnost marketinga: mrežnih stranica, čak i na engleskom jeziku
- Važnost inoviranja:

  „Imamo nešto što smo dobili nagradu na Histri u Puli (…) za inovaciju, znači dobili smo nagradu za inovaciju u Republici Hrvatskoj (…) [radi se o proizvodu] koji nema komercionalnu vrijednost, a kojoj smo mi uspjeli dići komercionalnu vrijednost, jer ona se inače ne može kupiti u prodavaonicama jer je vrlo jeftina (…). Mi smo [taj proizvod] počeli otkupljivat (…) i smislili jedan dobar proizvod."
- Traženje izvora financiranja, pisanje i prijavljivanje projekata
- Socijalna dimenzija, ljudski faktor: potreban veliki rad i aktivni angažman, predanost i odanost članova, ali i važnost samog članstva, ljudi kao najvećeg kapitala:

  „Najuspješniji aspekt djelovanja je pronalaženje dobrih ljudi i nastojeći ljudima pokazati na koji način se uvezuje dobro s dobrim. Tako da na prvo mjesto stavljam ljude."

  „Zadrugu čine uspješnom ljudi. Znači samo ljudi, ma, ma, ma možda i ništa bez ljudi, apsolutno."

  „Kako bi ljudima na neki način mogao pomoći, učiniti, dapače s njima se družiti, veselit, tugovat i sve ostalo, a normalno da bi i želio da ti isti ljudi zarade onaj, onaj mjesečni dohodak da dobiju faktički kao i ja. Jer mislim da moramo živit', prisiljeni smo na život i na taj način je sve uvjetovano novcom, a smatram da ta situacija dovodi nas u situaciju da mi moramo vladat njome. Hoću reć' blago se čovjeku koji vlada novcem, a jao ti se onome kojim novac vlada."

  „U svakom poslu moraš šta više suzit emocije. Al' zadrugarstvo ono je jedan specifičan način i oblik priređivanja, mislim da tu emocije moraju bit prisutne."

  „Da (…) svi ovisite jedni o drugima…"

  „Da, da… Ja san na primjer reka' da ću svu svoju imovinu ostavit zadruzi. Znači onaj moja ostavština će ić' zadruzu. Pa onda nek' se zadruga sa tin brče, pa nek' propadne, pa nek' se rasloji, baš me briga, ono. Ovaj, bez išta sam doša' na ovaj svijet i bez išta treban i otić'."

„(…) poznanstvo, povjerenje. To već imamo. Ove s kojima radimo znamo kao ljude i kao prijatelje i kao borce, bili smo zajedno i na ratištu (…)."

„Prednosti su da ljudi uče jedni od drugih, da zajedno dijele rizik, pa da zajedno onda dijele i profit. Da lakše podijele neki smisao, da lakše savladaju znači nešto. Znači da se ljudi druže, da izmjenjuju ideje, da uvažavaju jedni druge, da uče jedni od drugih. Nedostaci ja ih osobno ne vidim. Znači ako je dobro vođeno zadrugarstvo može samo nekome pomoći. Znači nedostatak u zadruzi je samo za onu osobu koja je previše egoistična, koja se želi razvijat i napredovat preko tuđih leđa."

4.5. Izazovi

Zadrugari navode niz izazova s kojima se susreću, a koji odgovaraju postojećoj literaturi o problemima suvremenih zadruga u Hrvatskoj predstavljenoj u teorijskom okviru rada. Detaljnije navode i neke dodatne izazove.

- Manjak potpore institucija i države, zakona i pravila:

  „(…) proizvodnja povrća, ali bez upotrebe pesticide, ekološka proizvodnja, ali ne mogu navest' ‚eko' zato što su premali i kad su tražili da dođu certificirati rekli su im da je neisplativo za 400 kvadrata."

  „Čak i u zakonu stoji da zadruge uživaju posebnu skrb države. Zakon o zadrugama. Međutim ta skrb se nigdje ne očituje, još kontra. Imamo neke situacije gdje nas ograničava u samom tom način odlučivanja i tako, tak da nema…"

  „Pa svojim zakonodavstvom, svojim izmjenama zakona baš i ne odveć. Nama konkretno osim tog poljoprivrednog dijela, znači tog dijela koji kao i sva ostala obiteljska gospodarstva dobivamo da nešto osobito ne vidim nikakvu pomoć. Nismo dobivali nikakve pomoći druge od države."

  „Pa imate jedno veliko sektaštvo u hrvatskoj državi. Vidjeli ste iz mog dosadašnjeg izlaganja – ne prepoznaju zadruge. Zakonodavac ne prepoznaje zadruge, razna ministarstva, jedinice lokalne samouprave, županije. To vam je jedna strašna stvar. Rekao sa, primjer Italije. Tu svi prepoznaju zadruge. Od one lokalne, regionalne, državne, Caritasa, crkve, institucija, ustanova… Svi prepoznaju zadruge. U Hrvatskoj to je… Imate ostatak taj iz komunizma, ali mi smo pratili tu priču, želimo demistificirati. Međutim, ako vlast odluči ukinuti Hrvatski savez zadruga… O čemu mi pričamo? To je poruka najbolja."

  „Izmjena ovih zakonskih propisa koji su katastrofalni. Buknut će zadrugarstvo u Hrvatskoj. Na takav način možete radit 2 sata preko zadruge, možete radit cijelo vrijeme, možete biti umirovljenik tu. Možete zaradit koju kunu, na to platit porez. Samo tražimo da možemo radit i plaćat porez. Mi smo tako domoljubi. To

je cijela priča. Drugo je sve nonsense. Europska unija ne poznaje ovu situaciju kao što je u Hrvatskoj. I problem blokirani. To je samo hrvatski izum. Mi puno komuniciramo i radimo s kolegama iz Europe. Oni ne mogu vjerovati da ovako nešto postoji. A mi smo kao europska zemlja."

- Borba na tržištu za plasman proizvoda:

  „Teško, teško. I sve teže i teže jer normalno konkurencija dolazi. Bilo je puno tu i nelojalne konkurencije koja je jednostavno… Uđe netko na tržište, ide s uvjetima koji su neprihvatljivi za nas. Onda taj ono ‚plesala je jedno ljeto'. Odradi, bude jedno godinu-dvije na tržištu, onda propadne, ali nas iscrpi, ošteti. I tako se malo-malo neko novi pojavljuje s kojim onda vodiš borbu, onda nakon nekog vremena taj nestane, ali nas iscrpljuje to. I nanosi štetu."
- Ne mogu računati na to da će uvijek biti osiguran otkup njihovih proizvoda, otkazivanje otkupa nakon što se već zasadi/ubere urod
- Nisu zaštićeni od prirodnih nepogoda koji utječu na urod
- Parcelizacija zemljišta
- Poljoprivreda i sela općenito propadaju u Hrvatskoj:

  „Pa trenutno dosta teška situacija u poslovanju inače u našoj branši poljoprivredi, a normalno da nismo pošteđeni niti mi kao zadruga tako da je dosta teško poslovati."

- Problem financiranja: skupoća održavanja hladnog pogona i proizvodnje, „velike rupe od projekta do projekta", problem postojeće zakonske regulative koja traži osobne garancije svih zadrugara prilikom podizanja kredita u bankama za zadrugu, banke teško daju zajmove s niskim kamatama; nepoticanje suradnje među zadrugama na natječajima, ne raspisuju se dovoljno često natječaji za EU potpore namijenjeni baš za zadruge, a kad se raspisuju nemaju podršku u pisanju projekata, a platiti tvrtkama koje se time bavi je skupo:

  „(…) jer smo svi povezani preko zadruge i onda ovdje ne bi smjeli surađivat', što je glupost koje je naša vlada napravila kad je raspisivala i stavila postulate za natječaje."

  „Ne možemo se prijaviti na neke natječaje socijalnoga fonda jer nismo u Registru neprofitnih organizacija."

  „Mi normalno konkuriramo na ovim mjerama koje država ili već koja institucija radi to. Tako smo recimo kad smo radili ovu hladnjaču našu, onda smo isto javili se na natječaj države gdje smo isto dobili ajde dva milijuna kuna što je bilo ajde dosta ajde možda 10 % od vrijednosti investicije jer je investicija bila preko 20 milijuna, ali i to je pomoć."

„Pa nešto se pokušalo kroz porezne zakone to riješiti s tim smanjenjem PDV-a na materijale koje mi trebamo. Znači za repromaterijal za poljoprivredu. To kod nas konkretno znači da su nam ulazno potrebna manja sredstva, ali PDV na naše proizvode, konkretno na vino mislim i na grožđe kad bi ga prodali, je ostao 25%. Tako da ništa nama Bog zna kaj to ne znači."

- Članstvo/ljudski faktor, povezan s ekonomskom dimenzijom: manjak zaposlenika pa se većina zadruga više bavi otkupom umjesto vlastitom proizvodnjom ili angažiranjem kooperanata, mnogo članova nisu aktivni članovi, ne ostanu dugo zainteresirani zbog manjka poticaja, dislocirani su jer ne žive u tom mjestu ili istodobno rade nešto drugo jer ovo nije dovoljno; članstvo od sedam ili osam članova je više da bi se zadovoljio zakon, a ne proizlazi iz stvarnih potreba zadruga, problem oko zapošljavanja jer se mora davati i za dohodak i doprinose državi, problem s odredbom da nezaposlene osobe koje su članovi zadruga ne mogu ostvarivati naknadu za nezaposlene.

4.6. Planovi za budućnost

U razmišljanjima o budućnosti zadrugari imaju različite želje i planove povezane s prevladavanjem postojećih izazova i povećanjem uspješnosti zadruge.

- Povećanje dobiti, smanjenje troškova, povećanje i širenje proizvodnje i prometa, povećanje vlastite proizvodnje ili broja kooperanata, povećanje broja zaposlenih
- Suvremenija oprema
- Financijska stabilnost
- Proboj na međunarodno tržište
- Daljnje inoviranje: ekotržnice, tjedni paketi hrane, proizvodnja prerađenih proizvoda umjesto prodaje sirovine, uvođenje usluge transporta, lanac trgovina, dodatno i uvoz poljoprivrednih proizvoda
- Bolje međusobno povezivanje i suradnja s drugim zadrugama i udrugama
- Socijalna dimenzija: pomoć ugroženim dijelovima populacije, korist za zajednicu, briga o zadrugarima kada odu u mirovinu:

  „Željeli bi više branitelja animirati na bavljenje poljoprivrednom proizvodnjom. S time bi im se, između ostalog, znamo da ljudi ako više rade da se tako rješavaju i nekih trauma koje su stekli u životu i tako."

  „[želja da se uspostavi] Staračk dom (…). Branitelji polako nestaju, odlaze, neće se tko moći brinuti za njih."

  „Mogla bi biti socijalna na način da se socijali omogući po povoljnijim cijenama prodavati roba."

„Htio bih da zaista posluje zadrugarski, da ima koristi za širu zajednicu, to su više želje, a očekivanja, ne znam. Vidjet ćemo. Volio bih da postoje ljudi koji će ideju zadrugarstva nositi sa mnom. Ne moraju nositi to poslom, čisto kao ideju."

„Ne da izvršavamo samo njihove naredbe i želje nego da zajedno prema njihovim potrebama, s našim znanjem i iskustvom gradimo bolji, bolje društvo i bolji prostor tako da u biti mi mislimo da bi arhitektura trebala imat puno više društvenog *impacta* nego što je danas što ima."

„Kao i svaki zadrugar, volio bi da moja zadruga vodi računa o meni kad ja više ne budem moga vodit računa o zadruzi."

5. ZAKLJUČAK

U postojećoj literaturi o suvremenom zadrugarstvu u Hrvatskoj, kako je prikazano u teorijskom okviru rada, autori kao najveće prepreke razvoju tog oblika socioekonomskog udruživanja prepoznaju postojeći zakonski okvir i pravila, negativnu percepciju zadrugarstva, nejednaku poziciju u društvu i na tržištu u usporedbi sa zadrugama u drugim zemljama Europske unije, te činjenicu da je ruralni razvoj i poljoprivreda u Hrvatskoj općenito u teškim problemima (deagrarizacija, parcijalizacija, zastarjelost infrastrukture i opreme, iseljavanje i starenje stanovništva). Upravo i naši sugovornici, voditelji 24 poljoprivredne zadruge diljem Hrvatske, govore o sličnim izazovima te kroz provedene dubinske intervjue detaljiziraju niz problema s kojima se susreću. Povezano sa zakonskim okvirom tu je: problem s određenim brojem članova i iznosom koji trebaju uplatiti članovi pri pristupanju, problem sa zapošljavanjem preko zadruge što priječi zapošljavanje igdje drugdje i pri čemu se moraju uplaćivati svi doprinosi, a zadruge posebno na početku nisu dovoljno financijski stabilne i ekonomski produktivne da bi to omogućile i sl. Kod financiranja problemi nastaju s prijavama projekata jer nemaju jednaki status kao udruge i slične organizacije, a i ne potiče se međusobna suradnja među zadrugama, problem s prijavama projekata jer nemaju pomoć pri pisanju i prevođenju na engleski jezik, problem s dizanjem kredita jer se svi članovi zadruge pri tome moraju navesti kao sudužnici. Konačno, navode problem nesigurnog tržišta rada na kojem teško konkuriraju: monopol većih zadruga ili trgovačkih društava, problem otkupa proizvoda, nekonkurentnost cijenom s uvoznim proizvodima, teško se probiti na međunarodno tržište.

Radi se, dakle, o začaranom krugu jer zadruge koje ne kotiraju visoko u javnoj i političkoj percepciji kao barem potencijalno uspješna udruženja teško privlače članstvo koje se pak teško odlučuje na ulaganje vlastitog novca i rada u zadruge, posebice ako nemaju mogućnosti rada i negdje drugdje dio svog vremena. Također, zakonski okviri koji

ne potiču međusobnu suradnju zadruga, njihovo konkuriranje za novac poput natječaja otvorenih udrugama, te manjak potpore oko pisanja projekata za natječaje, dovodi opet do manjka interesa članova, ali i nemogućnosti razvoja zadruga i njihova rada osuvremenjivanjem opreme, boljeg marketinga i sl. Iako su uvedene neke zakonske mjere koje bi stvari olakšale poput lakšeg dobivanja kredita za zadruge, to predstavlja problem ako se svi zadrugari moraju navesti kao sudužnici zbog istog problema nepovjerenja u uspjeh zadruge kao češće propalog nego uspješnog i profitabilnog načina udruživanja. Odnosno, mnoge su zadruge (prema podacima predstavljenima u teorijskom dijelu rada čak dvije trećine) pasivne, ili se snalaze tako da prijavljuju niz aktivnosti kako bi mogle ostaviti širinu da rade što žele, neke su primarno organizirane isključivo da se zaposle nezaposleni članovi obitelji ili zajednice, neke samo da bi dobile jeftinije kreditiranje. Dakle, umjesto dovođenja zadruga u položaj da se trebaju „snalaziti" u teškim uvjetima i ograničenjima, nužno je bolje organizirati sustav zadrugarstva kao i učiniti ih sastavnim i važnim dijelom strategije ruralnog razvoja. Upravo ovakve dubinske analize pristupom „odozdo prema gore" daju kvalitativne podatke o tome što sami zadrugari prepoznaju kao problem u našem hrvatskom kontekstu, odnosno što bi se s njima u suradnji trebalo što prije adresirati kako bi se zadrugarstvo učinilo privlačnijim i uspješnijim (vrijedi i obrnuto).

Iz odgovora naših sugovornika vidljivo je i da ne samo da su svjesni prepreka s kojima se suočavaju već u svojoj perspektivi budućnosti također imaju jasne vizije o tome kako bi to idealno trebalo izgledati, posebno u usporedbi s drugim zemljama Europske unije. Imaju i planove za povećanje uspješnosti zadruga na temelju *cost-benefit* argumenata koje su nam izložili, no istovremeno iskazuju i veliku nesigurnost da će te planove i uspjeti provesti. Da se ne radi o nekom zastarjelom obliku udruživanja koji je osuđen na neprofitabilnost pokazuju njihovi odgovori u kojima ističu da žele proizvoditi, prerađivati, prodavati i zaraditi, ali istodobno teže i inovirati, predstavljati se i uspjeti na tržištu, te se udruživati, što pokazuje entuzijazam za razvojem i uspjehom.

Kao dodatni cilj rada postavili smo pitanje jesu li zadruge u suvremenom kapitalističkom sustavu isključivo ekonomski orijentirane, odnosno htjeli smo provjeriti javlja li se i dodatna socijalna dimenzija koja postoji u Zakonu o zadrugama i njihovu povijesnu opisu. Je li to neki ideal definicije zadruge koji nastavljamo perpetuirati u literaturi ili ju doista praktično možemo pronaći u zadrugama danas i u kojem obliku? Iz odgovora samih zadrugara vidljivo je da zadruge nastavljaju imati i važnu socijalnu dimenziju, koju smo u analizi rezultata podijelili na socijalnu (socijalno-kohezivnu) i humanu dimenziju, a javlja se i opstanak tradicije zadrugarstva kao zasebna tema. Iz odgovora voditelja zadruga vidljivo je da su svjesni tradicije zadrugarstva na našim prostorima te važnosti domaće poljoprivrede i ruralnih područja. Kod većine zadruga želju za proizvodnjom, prodajom i, u konačnici, zaradom, odnosno uz materijalnu komponentu, javlja se i snažna socijalna komponenta kao temelj jačanju socijalne kohezije ne samo unutar zadruga nego

i u zajednicama u kojima djeluju. Tako ljude smatraju ključnim faktorom uspjeha, kao i vrijednosti poput oslanjanja jednih na druge, dijeljenje ne samo zarade već i teškog puta do zarade i padova „koji se onda zajednički lakše prebrode", uključivanje i zapošljavanje obitelji, pomoć građanima s nižim prihodima, pomoć braniteljskoj populaciji, ali i njihovu pomoć zajednici, poznanstvo, bliski odnosi, povjerenje, dijeljenje zajedničke sudbine, gradnja boljeg društva, briga za prirodu i okoliš da zemljište ne propada, briga za mlade kao buduće generacije koje trebaju naslijediti znanje o poljoprivredi i zadrugarstvu – sve su to temelji socijalne kohezije. Do sličnih rezultata dolaze i Božić i sur. (2019) u analizi cjelokupnih intervjua provedenih na ovom projektu. U tom smislu zaključujemo da se suvremena ideja zadrugarstva, posebice poljoprivrednog kao najraširenijeg i s najduljom poviješću, nastavlja temeljiti na socijalno-kohezivnim principima koji zanimljivo djeluju u skladu s postojećim kapitalističkim sustavom, prilagodljivi su ideologijama, kojega se ne odriču, dio su tržišta, ali ga humaniziraju. U tom smislu riječ je o principima koji mogu poslužiti kao model i ostalim oblicima udruživanja i življenja u našem društvu.

Literatura

1. Babić, Z. i Račić, D. 2011. „Zadrugarstvo u Hrvatskoj: trendovi, pokazatelji i perspektiva u europskom kontekstu." *Sociologija i prostor* 49, no. 3: 287–311.
2. Baletić, M. 1995. *Zadrugarstvo. Ekonomski leksikon*. Zagreb: Leksikografski zavod „Miroslav Krleža" i Masmedia.
3. Bilić, S. 2005. „Izazovi ulaska u EU za hrvatsku poljoprivredu: očekivani status seljaka, zadruga i poljoprivrednih poduzeća." *Sociologija sela* 43, no. 1: 109–127.
4. Bokan, N. i Obad, O. 2018. „Nevidljivi Dubrovnik. Istraživanje razvojnih perspektiva u ruralnoj lokalnoj zajednici." *Etnološka tribina* 41, no. 48: 213–237.
5. Borzaga C. i Spear R. 2004. *Trends and Challenges for Co-operatives and Social Enterprises in Developed and Transition Countries.* Trento: Fondazione Cariplo.
6. Borzaga, C. i Galera, G. 2012. *Promicanje razumijevanja zadruga u stvaranju boljeg svijeta*. Zagreb: EURICSE i ICA.
7. Božić, J., Srbljinović A., Lučan, L. 2019. *Najslabije karike hrvatskoga zadružnog poduzetništva.* VII. Nacionalni kongres Hrvatskog sociološkog društva, Zagreb.
8. Božić, J., Šprajc, I. i Srbljinović, A. 2019. „Croatian Co-operatives' Story of Revival: Overcoming External Obstacles." *Journal of Co-operative Organization and Management* 7, no. 2: doi:10.1016/j.jcom.2019.100090.
9. Broz, T. i Švaljek, S. 2019. „Mikrokozmos zadružnog gospodarstva: gdje i kako posluju hrvatske zadruge?" *Sociologija i prostor* 57, no. 2: 107–138.
10. Defilippis, J. 2005. „Razvoj obiteljskih gospodarstava Hrvatske i zadrugarstvo." *Sociologija sela* 43, no. 1: 43–59.
11. Đurkin Badurina, J. i Kljaić Šebrek, J. 2018. „Zadruge kao organizacijski oblici za održivi razvoj turizma u ruralnim područjima." *Notitia* – časopis za održivi razvoj 4: 39–48.

12. Mataga, Ž. 2000. *Povijest i strategija zadrugarstva u Hrvatskoj. Zbornik radova s međunarodnog zadružnog savjetovanja*, str. 21–52. Poreč: Hrvatski zadružni savez.
13. Mataga, Ž. 2005. „Poljoprivredno zadrugarstvo u Hrvatskoj: razvoj i temeljni problemi." *Sociologija sela* 43, no. 1: 17–42.
14. Mataga, Ž. 2009. *Etičke vrijednosti i gospodarski značaj zadrugarstva*. Hrvatsko zadrugarstvo na povijesnim razmeđima. Zagreb.
15. Matijašević, A. 2005. „Zadružno zakonodavstvo u Hrvatskoj: razvoj i problemi legislative poljoprivrednog zadrugarstva." *Sociologija sela* 43, no. 1: 153–170.
16. Nedanov, A., Franić, R., Gugić, J. 2012. *Analiza zadružnog zakonodavstva Republike Hrvatske.* Zbornik radova 47. hrvatskog i 7. međunarodnog Simpozija agronoma u Opatiji, str. 212–216. Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagreb.
17. NN – Narodne novine (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19). Zakon o zadrugama. https://www.zakon.hr/z/458/Zakon-o-zadrugama.
18. Pejić, L. 2017. „Odnos radničkog pokreta i seljaštva na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće u Osijeku i okolici." *Historijski zbornik* 2:411–438.
19. Pejnović, D., Radeljak Kaufmann, P. i Lukić, A. 2016. „Razvoj i suvremena obilježja poljoprivrednoga zadrugarstva na prostoru Hrvatske." *Hrvatski geografski glasnik* 78, no. 2: 5–48.
20. Stanojević, I. 2015. „Analiza zadružnog sustava u 2014. godini." *Agroeconomia Croatica* 5, no. 1: 51–57.
21. Sudarić, T., Zmaić, K., Štruglin, G. 2010. „Kvalitativna i kvantitativna obilježja poljoprivrednih zadruga u Osječko-baranjskoj županiji." Marić, S., Lončarić, Z. (ur.), *Zbornik radova 45. hrvatskog i 5. međunarodnog simpozija agronoma*, str. 318–322. Osijek: Poljoprivredni fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.
22. Šimleša, D. (ur.). 2019. *Social Entrepreneurship in South East Europe. Three Countries Analyses.* Zagreb: Institut društvenih znanosti „Ivo Pilar".
23. Šundalić, A. 2004. „Europejstvo kao identitet razvoja – pravo ili privilegij?" *Društvena istraživanja* 13, no. 6: 953–966.
24. Tratnik, M.; Radinović, S., Žutinić, Đ. 2007. „Zadrugarstvo Hrvatske: izazovi stabilnosti poljoprivrednih gospodarstava." *Agronomski glasnik* 1: 63–76.
25. Tratnik, M.; Stracenski, M. i Radinović, S. 2005. „Zadrugarstvo: čimbenik stabilnosti, kompetitivnosti i konkurentnosti malenih poljoprivrednih gospodarstava." *Sociologija sela* 43 no. 1: 195–213.
26. Župančić, M. 2000. „Tranzicija i modernizacijske perspektive hrvatskog sela." Sociologija sela 38, no. 1: 11–78.

CHALLENGES OF CONTEMPORARY AGRICULTURAL COOPERATIVES IN CROATIA

Abstract

Cooperatives in Croatia have a long and complex history. However, this form of economic and social association has managed to survive over the last 150 years and adapt to a number of challenges posed by three modernizations of Croatian rural areas. Therefore, it warrants the continued attention of sociological research. In the theoretical part of the paper, we contextualize contemporary agricultural cooperatives in Croatia, which we have researched empirically. In the methodological part of the paper, we present and analyse the results of our qualitative sociological empirical research conducted using the method of in-depth interviews with the heads of 24 agricultural cooperatives in Croatia. The aim of the research was the analysis of agricultural cooperatives from the cooperants' perspective (bottom-up micro-sociological approach) and identify the challenges faced by modern agricultural cooperatives in Croatia. Four thematic units were covered in the interviews: membership and activities of the cooperatives; assessment of the reasons for cooperative's success or failure; problems and challenges; and plans for the future. An additional sociological goal was to investigate whether the social dimension of cooperatives still exists alongside the economic one, and in what form, as the social aspect is prominent in the descriptions of Croatian cooperatives throughout history, as well as in contemporary Law on Cooperatives.

Keywords: cooperatives, agricultural cooperatives, Croatia, rural development, rural sociology

Mateo Žanić
Helena Pušak

ZNAČENJE MJESTA I PRIVRŽENOST MJESTU U KONTEKSTU GLOBALIZACIJSKIH PROCESA

Sažetak

Razvoj tehnologije omogućio je intenziviranje društvenih interakcija širom svijeta, a o značaju i dosegu tih globalnih promjena vode se brojne polemike. Jedna od važnih teza koja je pritom formulirana jest sve veći uspon paradigme mobilnosti. Terminima kao što su dijaspora, multikulturalnost ili transnacionalnost nastoji se objasniti različite faze društvenog pozicioniranja pojedinaca ili grupa, dok se istovremeno, eksplicitno ili implicitno, upućuje na transformiranje načina zamišljanja prostora/mjesta. U ovom će se radu stoga razmotriti različiti odnosi (između) mobilnosti i povezanosti s mjestom, o tome kakvu ulogu mjesto može imati u formiranju identiteta pojedinca te koji faktori utječu na to da se neki pojedinci osjećaju u manjoj mjeri, a drugi opet u većoj mjeri privrženi mjestu. Razmotrit ćemo, u tom kontekstu, one pristupe globalizacije koji analiziraju na različite načine položaj lokalnog u suvremenom svijetu. Potom ćemo se osvrnuti na značajne nalaze do kojih su došla istraživanja privrženosti mjestu te ukazati na važnost njihova snažnijeg inkorporiranja u globalizacijske teorije.

Ključne riječi: deteritorijalizacija, globalizacija, glokalizacija, privrženost mjestu, višestruke privrženosti

1. UVOD – GLOBALIZACIJA, PROSTORI I MJESTA

Bez obzira tumačilo se proces globalizacije konceptima globalnog sela ili globalnog grada neki od ključnih izazova u ovom konceptu tiču se objašnjenja odnosa između prostora i društva, između mjesta i zajednica, globalnog i lokalnog. Naime, o globalizaciji se piše ponajprije u kontekstu pomicanja i nadilaženja granica u prostoru i vremenu pa se primjerice tvrdi: „Jedna od najbitnijih posljedica globalizacije je sve manja ograničenost socijalnih veza prostornom lokacijom“ (Schurkens 2004, 522).

Brojne autore zaokupljalo je pitanje vodi li ta nova konfiguracija odnosa u kojima društvene veze bivaju sve manje prostorno ograničene prema stvaranju i multipliciranju bezmjesnosti. O toj je temi, primjerice, još sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća raspravljao jedan od važnih teoretičara mjesta, geograf Edward Relph. On je smatrao da bezmjesnost „opisuje istovremeno okružje bez značajnih mjesta i stav koji stoji u podlozi toga, a koji ne priznaje značajnost mjesta" (Mooney i Evans 2007, 189). Iz toga se razvila geografija bezmjesnosti koja se odnosi na homogenizaciju mjesta, kao što su aerodromi, hoteli ili tematski parkovi. Dakle, procesi koji se događaju s prostorom analogni su o onima koji se općenito događaju s kulturnim proizvodima pa se i o bezmjesnosti još piše i kao o McWorldu. Bez obzira na to što su te ideje imale snažnog odjeka i u fenomenološkom i marksističkom pristupu prostorima i mjestima, situacija, kada su u pitanju pristupi globalizaciji, nije posve jedinstvena. Tako primjerice Yan Wang kada je u pitanju odnos između teritorijalnih identiteta i globalizacije, razlikuje dvije pozicije koje naziva perspektiva oslabljivanja i perspektiva ojačavanja (Wang 2016). Prema tvrdnjama koje zastupaju autori, koje ubraja u perspektivu slabljenja, prostorna blizina nije više presudna ni za obavljanje ekonomskih aktivnosti ni za ostvarenje društvenih interakcija, što u doba globalizacije vodi slabljenju teritorijalnih identiteta. Pritom je, kod autora kao što je U. Beck, opadanje važnosti prostorne blizine povezano s jačanjem važnosti individualnog osjećaja sebstva.

Perspektiva ojačavanja pak naglašava potrebu za teritorijalnim identifikacijama u novim okolnostima, budući da pojačana nesigurnost koja prati ubrzavanje promjena vodi prema jačanju identificiranja s onima koji se nalaze unutar nekog teritorija.

Provodeći istraživanje na temelju rezultata istraživanja *World Values Survey* (WVS) iz 2010. godine, a služeći se KOF Indexom globalizacije, Wang je ustvrdio da rezultati idu u prilog poziciji oslabljivanja. Naime, u onim državama u kojima je prema KOF Indexu globalizacija bila razvijenija ispitanici su istovremeno pokazivali manju sklonost nacionalnoj državi, lokalnoj zajednici, pa čak i globalnom identitetu. S druge strane, u tim državama ispitanici su pokazivali veću sklonost individualnoj neovisnosti. Autor zaključuje da, u usporedbi s prošlošću, teritorijalni identiteti u doba globalizacije „igraju manje važnu ulogu u definiranju pojedinaca" (Wang 2016, 410). Smatramo da je to presnažan zaključak utemeljen na osnovu samo jednog provedenog istraživanja. Uz to, sam Wang priznaje da su brojna pitanja još uvijek otvorena, pri čemu je iznimno važna činjenica da se ljudi širom svijeta u velikoj mjeri identificiraju s nacionalnom državom te, u kontekstu ovog rada još važnije, da se ljudi u velikoj mjeri smatraju dijelom lokalne zajednice. Političko formiranje Europske unije indikativno je u tome smislu. Naime, premda se određen broj građana identificira s tom nadnacionalnom tvorevinom, još uvijek je znatno veći broj građana u većoj mjeri povezan s državom u kojoj živi kao i s naseljem u kojem živi (Laczko 2005; Gustafson 2009).

Smatramo da sve to ukazuje na važnost kontinuiranog praćenja sličnosti i razlika koje postoje u prihvaćanju i odnošenju spram globalizacijskih procesa na različitim lokalnim razinama. U tom smislu držimo da je i istraživanje privrženosti mjestu od velikog značaja budući da bi moglo omogućiti složenija, ali i sadržajno bogatija teorijska ukrštanja globalnog i lokalnog.

Stoga nam je u ovom radu cilj, kao prvo, izdvojiti one pristupe globalizaciji koji su ponudili obećavajuće i utjecajne konceptualne sheme u kojima se nastoji zahvatiti odnos društvenih procesa i koncepata prostora, teritorija i mjesta. U tom kontekstu, u prvom dijelu rada, obradit će se koncepti prostora tokova/prostora mjesta koji imaju važno mjesto u Castellsovoj teoriji umreženog društva, koncepti glokalizacije te na koncu koncepti deteritorijalizacije i re-teritorijalizacije.

U drugom dijelu rada prikazat će se najznačajniji uvidi u istraživanja koja se bave privrženosti mjestu i značenjem mjesta. Osobito će se skrenuti pozornost konceptima višestrukih vezanosti te tipologijama pripadanja, odnosno nepripadanja mjestu.

U zaključku ćemo naznačiti mogućnost daljnjeg uključivanja spoznaja iz studija privrženosti mjestu u globalizacijske studije tvrdeći da dodatno premrežavanje tih područja može pomoći u boljem razumijevanju suvremenih društveno-prostorno/mjesnih odnosa.

Osvrt na lokalno i mjesta u globalizacijskim teorijama

Kao i kod tumačenja modernosti, za transformacije koje se analiziraju u teorijama globalizacije tvrdi se da nude brojne pogodnosti, ali i nove razloge za strah. Primjerice, medijska produkcija ubrzavanja tijeka događaja, praćena ubrzavanjem mobilnost vodi stvaranju dojma određene nepreglednosti koja, s jedne strane, vodi k naglašavanju teškoća društvenog usmjeravanja, a s druge strane, vodi teškoćama teorijskih analiza navedenih procesa (Urry 2009).

Ne čudi stoga da se nailazi na brojne teškoće kada se u analizama globalizacije pokuša ozbiljno postaviti pitanje transformacija prostora i mjesta. U ovom ćemo poglavlju razmotriti tri pristupa globalizaciji koja se bave baš tim pitanjem.

Prvo, Castellsov pristup u kojem se razlikuju prostori tokova i prostori mjesta. Prema Castellsu svijet od 70-ih godina dvadesetog stoljeća doživljava značajnu promjenu u načinu razvoja. Industrijsko se društvo od tada mijenja pojavom nove tehnološke paradigme. Informacijsko-komunikacijske tehnologije (ICT) dovode do informacijsko-komunikacijske revolucije koja vodi promjenama koje utječu na društveni život ljudi širom svijeta (Coleman i Sajed 2013).

Castells smatra da nacionalna država nije dobar okvir koji bi omogućavao razumijevanje događanja u suvremenom svijetu. Umjesto da se počinje s traženjem teritorijalnih

granica valja poći putem identificiranja prostorno-vremenskih mreža moći koje oblikuju suvremena društva. Dakle, treba misliti o više mreža, kao što su ekonomska, kulturalna, politička, tehnološka ili vojna, od kojih svaka „ima posebnu prostorno-vremensku i organizacijsku konfiguraciju, pa su njihova sjecišta izložena neprestanoj promjeni" (Castells 2012, 499). Stoga Castells govori o pojavi novog tipa društva koje zove umreženo društvo, a koje je formirano „od specifičnih konfiguracija globalnih, nacionalnih i lokalnih mreža u višedimenzionalnom prostoru društvene interakcije" (Castells 2012, 499). Sve te promjene povezane su i s transformacijama koje se događaju s prostorom i vremenom. Informacijsko društvo snažno polarizira društvene grupe što može dovesti do formiranja dualnog grada. Različite društvene grupe, naime, ne uspijevaju na isti način odgovoriti na izazove koje donosi informacijska tehnologija tim prije što je obilježje novog poretka to da vodi polarizaciji strukture zanimanja. Ključni dualizam nastaje iz suprotstavljanja globalne elite svakodnevno povezane s cijelim svijetom i tribaliziranih lokalnih zajednica koje nastoje obraniti prostore u kojima borave „kao posljednje uporište u borbi protiv makro sila koje oblikuju njihove živote bez njihovog utjecaja" (Castells 2005, 193). U taj kontekst može se staviti i Castellsovo razlikovanje prostora tokova i prostora mjesta. Prostore tokova karakterizira to da su konstruirani pomoću mreže razmjene kapitala, informacija i odluka. Upravo na taj način oni omogućavaju brže i efikasnije povezivanje globalnih elita. No, kako bi se upravljanje i razmjena putem njih mogli organizirati, prostori tokova zahtijevaju i središnje točke, ali uključuju i prostornu materijalnost koja se sastoji od upravljačkih centara, telekomunikacijskih sustava, sigurnosnih sustava kao i određenih simboličkih obilježavanja takvih prostora.

Nasuprot tome, prostori mjesta zasnovani su na kontinuitetu prakse, što znači da su značenja, funkcija i smještenost usko povezani. O konfliktu tih dvaju principa autor piše: „Zajednice diljem svijeta bore se za očuvanje značenja lokalnog, da prostor mjesta, zasnovan na iskustvu, bude važniji od logike prostora tokova, zasnovanog na instrumentalnosti" (Castells 2012, 515). Budući da je Castells pisao o dominaciji prostora tokova u suvremenom svijetu neki tumači njegova djela išli su toliko daleko pa su tvrdili da prema njemu „globalizacija tako signalizira kraj mjesta" (Castree 2003, 154). Istovremeno pokazalo se da Castellsovi koncepti mogu predstavljati osnovu za promišljanje teritorijalnog identiteta i regionalnog razvoja (Roca i Oliveir Roca 2005).

Kao drugi način na koji se nastoji protumačiti složene prostorne odnose u suvremenom svijetu navodimo pristup glokalizacije. Termin glokalizacije doživio je veliki odjek u društveno-humanističkim znanostima, a značajne poticaje za njegovo teorijsko artikuliranje nalazimo kod Rolanda Robertsona. Taj koncept načelno se suprotstavlja onim pristupima koji lokalnom prilaze kao suprotnom od globalnog. Kako u tekstu pisanom s K. E. White kaže Robertson: „Radije nego da govorimo o neizbježnoj tenziji između lokalnog i globalnog moguće je o njima govoriti ne kao o suprotnostima, nego kao o

dvije strane istog novčića" (Robertson i White 2007, 62). Premda globalizacija predstavlja snažan pomak prema jedinstvenosti svijeta kao jednog mjesta, pogrešno je govoriti o globaliziranom svijetu. Uzimajući ozbiljno u obzir glokalizacijske aspekte difuzije, može se reći da je globalizacija nužno "*samoograničavajući* proces" (Robertson i White 2007, 63).

To da globalizacija nije nešto što se nameće lokalnom, već prije nešto što se njemu prilagođava, znači da u samoj globalizaciji dolazi do reprodukcije heterogenosti. Prema Kate Nash u različitim studijama globalizacije primjenjiv je koncept glokalizacije, a posebno je koristan za razumijevanje sljedećih procesa (Nash 2006). Kao prvo, sami proizvodi, kao primjerice Coca Cola, prilagođavaju se lokalnim tržištima kako bi postigli bolju prodaju. Kao drugo, lokalno je heterogeno jer iste kulturne proizvode različito tumače recipijenti iz različitih područja. Kao treće, stanovnici različitih lokalnih kultura počinju koristiti svoje tradicije i jezik kao kulturne resurse kojima se nastoje prezentirati na svjetskom tržištu. Napokon, kao četvrto, lokalna kultura može se mobilizirati protiv same globalizacije ukoliko se ona percipira kao vesternizacija ili kao nešto što ugrožava lokalni identitet. U tom kontekstu dolazi do jačanja etničkih i religijskih pokreta.

Ovome svakako treba dodati da i sami antiglobalizacijski pokreti mogu poprimiti različite oblike i biti motivirani različitim poticajima. Ponekad se razlikuju tri modusa antiglobalizacije; radikalni reformistički pokreti, pokreti „narodne globalizacije" ili „globalizacije odozdo" te autonomni lokalni pokreti (Škorić i Kišjuhas 2012). U kontekstu analize tih pokreta provlači se teza prema kojoj se lokalno „tumači kao neophodno 'mjesto', nasuprot apstraktnom prostoru" (Škorić i Kišjuhas 2012, 73). No, isto tako, mnoge stvari indiciraju da se u suvremenim okolnostima lokalno ne može potpuno odvojiti od globalnog. Uspjeh koncepta glokalizacije upravo je u tome što ukazuje na prožimanja lokalnog i globalnog, na usložnjavanje svijeta koji postaje sve više umrežen i u kojemu se lokalni učinci globalnih procesa različito manifestiraju.

Posljednje, važno je razmotriti pristupe koji se temelje na konceptima deteritorijalizacije i reteritorijalizacije. Polazna je ideja tih koncepata da u procesu dinamike globalizacije važnu ulogu ima „ideja skala i njihovih društvenih konstrukcija" (Mooney i Evans 2007, 229). Različiti nivoi teritorija predstavljaju različite skale kojima se nastoji upravljati i koje se nastoji iznova osmisliti. Shodno tome: „deteritorijalizacija/reteritorijalizacija se koriste kako bi se ukazalo na proces gdje su postojeće prostorne skale (kao nacionalne države) razbijene i pojavljuju se konfiguracije novih skala" (Mooney i Evans 2007, 230). Osim što su se pokazali značajnima u tumačenju političkih i ekonomskih procesa, koncepti deteritorijalizacije i reteritorijalizacije značajni su i pri istraživanju teritorijalne pripadnosti na različitim razinama, od nadnacionalne, preko nacionalne do regionalnih i lokalnih (Gustafson 2009). Na taj način formiran je dobar okvir za uklapanje podataka o privrženosti mjestu koji bi dodatno mogli obogatiti spoznaje o lokalnoj privrženosti.

Mnogi su se teoretičari i interpretatori globalizacije koristili terminima deteritorijalizacije i reteritorijalizacije. Tako je i sociolog Z. Mlinar dao važan doprinos tumačenju tih procesa. On se pritom dotiče procesa homogenizacije i diferencijacije koji se događaju paralelno i zbunjuju svojim učincima. Mlinar smatra da se radi o tome da postojeće teritorijalne zajednice postaju međusobno sve sličnije dok se istovremeno unutar njih pojavljuju povećane raznolikosti „koje će biti sve važnije za oblikovanje unikatnih identiteta pojedinaca i podgrupa" (Mlinar 1994, 150). U tom kontekstu dolazi i do deteritorijalizacije i do reteritorijalizacije koje istovremeno vode, ne homogenizaciji, nego jačoj diversifikaciji prostora.

Svi navedeni koncepti razmotreni u ovom poglavlju pokazuju da, bilo da se radi o ekonomskim, političkim ili kulturnim aspektima, u društvenim odnosima koji se formiraju u vremenu intenzifikacije globalizacijskih procesa i dalje treba razmatrati ulogu koju igra teritorij, bilo stvarni ili zamišljeni.

Razmotrimo stoga neke važne elemente privrženosti mjestu kao i njihov značaj za razumijevanje globalizacije.

2. PRIVRŽENOST MJESTIMA: IZMEĐU BEZMJESNOSTI I BOGATSTVA ZNAČENJA

Jedna od važnih teza koja se provlači u društveno-humanističkim znanostima jest da su mjesta u suvremenom svijetu ugrožena. Proučavajući socijalne odnose mjesta i pojedinaca, dio autora tvrdi da globalizacija uistinu utječe na slabljenje veza s lokalnim, razvija jednoličnost i heterogenost. U postmodernom diskursu govori se primjerice o estetizaciji prostora kao procesu koji na dvosmislen način obrađuje specifične lokalne karakteristike (Žanić 2019). Mnogi autori smatraju da mjesto postaje lokacija te da se pojedinci više ne usmjeravaju prema zajednici, već prema interesima (Ursić 2009). Na pitanje čime su mjesta ugrožena može se dati jednostavan odgovor, širenjem nemjesta. Marc Auge upravo nemjesta smatra rezultatom postindustrijskog doba jer na takvim mjestima prevladavaju ugovorni odnosi, pojedinac je većinom osamljen i obavlja automatizirane radnje. Nemjesta, iako olakšavaju svakodnevni život pojedinca, čine urbani okoliš siromašnim (Ursić 2009).

Međutim, dok jedan dio autora važnost mjesta smatra izgubljenom, još uvijek se javlja niz istraživanja koja pokazuju važnost mjesta za ljude širom svijeta. Prema Gustafsonu, same rasprave o globalizaciji dovele su do velikih pomaka u razumijevanju mjesta. Kao prvo, sve se veća pozornost posvećuje povezanosti mjesta s njihovom okolinom budući da upravo veza s drugim mjestima i može utjecati na označavanje pojedinog mjesta. Kao drugo, na mjesta se više ne gleda kao na statična već kao na procese, ili čak projekte.

Upravo se prema novim društvenim teorijama smatra da prostor proizlazi iz aktivnosti društva koje ga stvara i transformira. Treća je važna stvar da mjesta mogu imati različita značenja pa ih stoga različite grupe mogu na različite načine tumačiti. Napokon, ostaje upitno ograničavanje mjesta unutar jasnih fizičkih granica, budući da se ona mogu konstituirati u različitim formama i značiti različite stvari. Mjesta tako mogu biti zamišljena kao fotelje, kontinenti, ali i mjesto kao čitav svijet (Gustafson 2006).

Zanimljivo je da je koncept privrženosti mjestu pobudio značajan interes znanstvenika upravo posljednjih desetljeća, dakle, u vrijeme uspona globalizacijskih teorija. Sukladno tome, intenziviranje istraživanja utjecalo je na umanjenje nejasnoće samoga pojma privrženosti mjestu (Gustafson 2006).

Kako bi naznačili glavne obrise, a vodeći računa da se referiramo i na globalizacijske procese, nastojat ćemo odgovoriti na tri pitanja: što utječe na privrženosti mjestu, zašto je privrženost mjestu važna te mogu li se uspostaviti višestruke privrženosti mjestima. Također, smatramo da istraživanja privrženosti mjestu donose najvažnije nalaze onda kada se bave susjedstvom, kvartom te naseljima, bilo selima ili gradovima. Stoga ćemo raspravu u ovom radu ograničiti na lokalnu razinu privrženosti mjestu. Mjesto je, prema tome, relativno ograničen teritorij kojem pojedinci mogu pridati značenjsku, emotivnu, funkcionalnu ili identitetsku važnost uslijed iskustva boravka u njemu.

3. ŠTO UTJEČE NA PRIVRŽENOST MJESTU?

Prvo pitanje, dakle, što utječe na privrženost mjestu, neodvojivo je od teorijskog koncipiranja privrženosti mjestu. Načelno se mogu izdvojiti dva pristupa. Prvi koji privrženost mjestu ponajprije povezuje s emocionalnom dimenzijom te ističe identitetsku vezu koju mjesto ima za pojedince i grupe. Treba spomenuti da je usporedno s jačanjem interesa za privrženost mjestu rastao znanstveni interes i za izučavanje emocija pa i nastojanje da se, metaforički govoreći, slika modernosti, do sada dominantno povezana s ciljno-racionalnim djelovanjem, korigira emocionalnom komponentom. Tako emocije predstavljaju jednu od važnih tema kojima su se već duže bavili psiholozi, ali od sedamdesetih godina postaju važna tema i u sociologiji. Kako pišu J. H. Turner i J. E. Stets u svojem pregledu sociološkog tematiziranja emocija „uz samo trenutak promišljanja, odmah postaje evidentno da su emocije 'ljepilo' koje vezuje ljude i generira predanosti društvenim i kulturnim strukturama velikog opsega; zapravo, emocije su ono što čini društvene strukture i sustave kulturnih simbola održivima i mogućima. Obratno, emocije su također ono što može razdvojiti ljude i natjerati ih da poruše društvene strukture i dovedu u pitanje kulturne tradicije" (Turner i Stets 2011, 21). Istraživanja privrženosti

mjestu otvaraju mogućnost konceptualiziranja odnosa koji se pojavljuju između grupa i mjesta na kojima grupe borave te tako otvaraju nove horizonte razumijevanja suvremenog svijeta. Međutim, treba reći da postoje mišljenja o tome da se usprkos stalnom isticanju emocija u koncipiranju privrženosti mjestu još uvijek nisu stekli detaljni uvidi u to na koji se način formiraju emotivne veze s mjestom (Lewicka 2014).

Drugi pristup cilja odrediti privrženost mjestu kao složeni koncept koji, osim emocionalne, uključuje i funkcionalnu dimenziju. Na taj način propituje se složeno međudjelovanje emocionalne, kognitivne i biheviоralne dimenzije. „Funkcionalna povezanost je relativno objektivna procjena životnog okoliša s obzirom na potrebe pojedinca, a emocionalna povezanost označava osjećaj identiteta, odnosno osjećaj zajednice u kojoj živimo." (Gulin Zrnić 2009, 178) Emocionalna dimenzija također označava sve osjećaje prema mjestu, od zadovoljstva do straha i apatije. Kognitivna psihološka dimenzija jest ona u kojoj mjesto odražava samog pojedinca, odražava ono što on jest. Ponašajna, pak, dimenzija označava prebivanje u mjestu i djelovanje u njemu (Scannell i Gifford 2010).

Isto tako, pokazuje se da dugotrajan boravak u mjestu značajno povećava privrženost njemu. Pojedinac boravkom u mjestu stječe iskustva i sjećanja koja doprinose održavanju i jačanju povezanosti s mjestom (Gerson i sur. 1977; Sampson 1988, prema Hummon 1992). Kvaliteta života i vlasništvo također povećavaju privrženost zajednici. Privrženost se povećava i s dobi pojedinca (Goudy 1982; Sampson 1988, prema Hummon 1992).

Dakako, važno je pritom pitanje na koji su način povezani privrženost mjestu i privrženost zajednici. Smatra se, pritom, da je socijalna integracija pojedinca ono što omogućava privrženost zajednici. Ono što stvara socijalnu integraciju jesu učestale interakcije kao i prijateljstva među članovima zajednice.

Tri su aspekta po kojima D. Hummon istražuje osjećaj zajednice, a to su zadovoljstvo zajednicom, privrženost zajednici i identitet zajednice. Navedeni aspekti ponekad se preklapaju, ali se u suštini veoma razlikuju. Recimo, pojedinac može biti zadovoljan sa zajednicom u kojoj živi, ali ne mora osjećati duboku emocionalnu vezu prema zajednici. Isto tako, pojedinac može imati osjećaj privrženosti mjestu kojim nije izrazito zadovoljan. Što se tiče zadovoljstva zajednicom, razna istraživanja pokazala su da veličina i tip zajednice utječu na zadovoljstvo zajednicom pa tako stanovnici manjih mjesta u većoj mjeri izražavaju zadovoljstvo nego stanovnici većih, urbanih mjesta. Ono što je također bitno jesu i kvaliteta susjedstva, vlasništvo nad određenom nekretninom, ali i percepcija pojedinaca o zajednici u kojoj žive (Hummon 1992).

Identitet zajednice najlakše je vidjeti u slučajevima kada pojedinac predstavlja sebe ili druge kroz sliku lokalne zajednice. Hummon prikazuje kako pojedinci manjih mjesta karakteriziraju svoj identitet kroz opuštene, susjedske, prijateljske i autentične odnose. S druge strane, pojedinci u gradovima obično se doživljavaju kao nepristojni, neempatični

i previše materijalistički orijentirani. U slučajevima prirodne katastrofe ili prisilne migracije pojedinci sa snažnim vezama prema zajednici mogu doživjeti emocionalnu nestabilnost i tugu zbog toga što se moraju udaljiti od mjesta kojemu su privrženi. U sličnim situacijama može se pojaviti i gubitak socijalne integracije, osjećaj apatije, dezorijentacije i krivnje (Hummon 1992).

Upravo zbog toga što se javljaju različita značenja i iskustva istog mjesta, koja su individualna i subjektivna, pojavljuje se i multivokalnost mjesta, tj. mnogostrukost značenja (Gulin Zrnić 2009). Uzmu li se u obzir različiti odgovori na pitanje što je mjesto i koja su njegova značenja nameće se i pitanje zašto je u suvremenom svijetu privrženost mjestu uopće važna.

4. ZAŠTO JE PRIVRŽENOST MJESTU VAŽNA?

Na pitanje zašto je privrženost mjestu važna, opet, očekivano postoje različiti odgovori. Dok se u psihološkim istraživanjima mogu pronaći teze da je povezanost s mjestom važna za osjećaj sigurnosti pojedinaca, u sociološkim istraživanjima istaknuto mjesto zauzimaju rasprave koje povezuju privrženost mjestu i privrženost zajednici. Na taj način mjesto biva isprepleteno tumačenjem i značajem koji se pridaje zajednicama u suvremenom svijetu.

Treba pritom spomenuti da je kao i mjesto i sam pojam zajednica prošao kroz različite reinterpretacije, ali i osporavanja. Tako je prema nekim prikazima društveni život u suvremenom globaliziranom svijetu postao atomiziran što je rezultat posvećenosti zadovoljavanju individualnih potreba koje promiče neoliberalni poredak (Paddison 2001). Nasuprot tome, ne izostaju istraživanja koja polaze od pretpostavke da teritorijalne zajednice postoje te se pitaju kako funkcioniraju te zajednice i kako su one povezane s doživljajem teritorijalnog identiteta pojedinca. U tom kontekstu R. Paddison iznosi kompromisan stav da zajednice koje su prostorno definirane i dalje postoje u gradovima, ali bilo bi pogrešno tvrditi da su gradovi podijeljeni u mreže teritorijalnih zajednica u kojima bi mjesto, društvene interakcije i identitet imali čvrsto i jednako značenje za stanovnike grada (Paddison 2001). Stoga je važno analizirati kako i u suvremeno doba dolazi do premrežavanja društvenih grupa i različitih mjesta.

Low i Altman smatraju da privrženost mjestu omogućuje sigurnost i stimulaciju, odnosno priliku da se pojedinac odmakne od svakodnevnih uloga te bude kreativan. Privrženost mjestu može povezati i ljude međusobno, recimo, prijatelje, partnere ili djecu. Pojedinci se mogu povezati s drugima simboličkim putem sjećanja iz prošlosti i djetinjstva. S druge strane, privrženost mjestu može povezati ljude s religijom, nacijom i kultu-

rom u smislu simbola koji reprezentiraju određeno mjesto. Zapravo, može se reći da se pojedinac povezuje s idejama, ljudima, psihološkim stanjima, prošlosti i kulturom. Privrženost prema određenom mjestu važna je zbog vlastite identifikacije, odnosno osobnog i grupnog identiteta. Putem iskustava u mjestu pojedinci uče razne uloge, istražuju, stvaraju i povezuju, a određena životna iskustva povezuju i s društvenim svijetom i s fizičkim. Identitet mjesta kod pojedinaca se razvija kroz sjećanja, ideje, osjećaje, vrijednosti i značenja povezana s prostorom. Privrženost mjestu omogućuje da pojedinci i grupe imaju osjećaj zajedničkog kulturnog identiteta (Low i Altman 1992).

Privrženost je mjestu emocionalna povezanost pojedinca s mjestom koja utječe na njegov identitet, njegove aktivnosti, ali i njegov doživljaj života (Seamon 2013). Iako se privrženost razlikuje s obzirom na dob, društveni status, duljinu boravka u mjestu i neke druge varijable, pojedinci koji imaju osjećaj pripadanja mjestu većinom izražavaju snažnu bliskost, ukorijenjenost i sigurnost prema mjestu. Pojedinci koji ne osjećaju pripadanje mjestu najčešće su svjesno ili nesvjesno otuđeni i odvojeni od mjesta (Lipsanen 2001). Da mjesto može biti vrlo značajno prikazuje i osjećaj koji pojedinci imaju kada su „kod kuće". Dom tada predstavlja mjesto koje je potpuno poznato pojedincu, s kojim je blizak, u kojemu se osjeća sigurno te je ono simboličko mjesto pojedinca (Gulin Zrnić 2009).

Uz osjećaje sigurnosti i stimulacije, ono što je važno pitanje u studijama privrženosti mjestu jest utječe li jači osjećaj te vrste privrženosti i većoj aktivnosti pojedinaca u zajednici te većom uključenošću u rješavanje problema koji se tiču mjesta. Autorica Gulin Zrnić tako opisuje privrženost mjestu kao proces vezivanja pojedinca putem vlastitih aktivnosti u mjestu, kroz odrastanje, kroz doživljaje i interakciju s ljudima u mjestu (Gulin Zrnić 2009). Mjesto se u tom kontekstu i samo stvara kroz interakcije i kroz različite vrste vlastitih aktivnosti u mjestu. Također, treba navesti da je više istraživanja pokazalo da situacije u kojima dolazi do manifestiranja snažne privrženosti mjestu jesu slučajevi prirodnih nepogoda, naglih promjena ili poremećaja u mjestu. U takvim situacijama pojedinac može osjećati emocionalnu uznemirenost, nelagodu, nesigurnost i tugu jer biva odvojen od mjesta kojemu pridaje određeno simboličko značenje (Seamon 2013).

Dakako, može se pokazati i da, suprotno tomu, postoje mjesta koja su odbojna pojedincima i ne žele ih posjećivati. To nas vraća i na uvide iznesene u uvodu prema kojima osim privrženosti mjestu treba ozbiljno shvatiti i trend slabljenja ovisnosti o mjestu. Ukratko, dok neki ljudi osjećaju snažnu pripadnost mjestu, neki drugi, iz različitih razloga, ne moraju imati razvijen taj osjećaj ili stav. Upravo u tom kontekstu važno je Hummonovo istraživanje koje pokazuje kako različite dimenzije osjećaja zajednice stvaraju različite oblike privrženosti mjestu, a to su ukorijenjenost, alijenacija, relativnost i nepripadanje mjestu (Hummon 1992). Ukorijenjenost pojedinaca prema mjestu ovisi o stupnju privrženosti, ali oni koji osjećaju ukorijenjenost izražavaju snažnu privrženost mjestu, osjećaj doma i emocionalno su povezani za lokalitet u kojem se nalaze. Uko-

rijenjenost se dijeli na dvije vrste: ideološku i svakodnevnu. Razlikuju se s obzirom na odnos pojedinca sa zajednicom i njihovo promišljanje o zajednici u kojoj žive. Ideološku ukorijenjenost predstavlja snažan osjećaj zadovoljstva zajednicom, privrženosti zajednici i stoga pojedinac posjeduje identitet zajednice. Svakodnevna ukorijenjenost označava pojedince koji se svjesno ne poistovjećuju sa zajednicom, koji osjećaj doma i privrženost zajednici uzimaju „zdravo za gotovo" (Hummon 1992).

U suvremenom svijetu koji karakterizira mobilnost i transformacija mjesta, ne postoji samo ukorijenjenost već i drugi oblici koji izražavaju različit stupanj rezerviranosti prema mjestu. Prvi je od tih oblika, prema Hummonu alijenacija pojedinca od mjesta i zajednice koja se izražava negativnim stavom prema mjestu, uz što se javlja otuđenje pojedinca od mjesta i zajednice. Za razliku od alijenacije relativnost pojedinca u odnosu na mjesto ponajprije karakterizira određena ambivalentnost, dvosmislen odnos koji je uvjetovan različitim čimbenicima. Treći je oblik, koji ovaj autor izdvaja, nepripadanje mjestu i zajednici, koji se izražava kroz ravnodušnost iz koje se može iščitati nepostojanje emocionalne veze s mjestom (Hummon 1992).

S obzirom na navedeno zanimljivo je istraživačko pitanje koje čeka svoje razrade i kakav je stav skupina koje se razlikuju s obzirom na vrednovanje pripadnosti mjestu prema različitim aspektima globalizacijskih procesa. No, Hummonovo istraživanje potaknulo je istraživanja koja su nastojala protumačiti razlike među onima koji osjećaju privrženost mjestu i onima koji to ne osjećaju, kao i istraživanja različitih tipova privrženosti mjestu. U tom kontekstu privrženost mjestu koncipira se kao višedimenzionalan sklop kroz razlikovanje tradicionalne i aktivne privrženosti mjestu (Lewicka, 2014). Rezultati istraživanja pokazuju, primjerice, da tradicionalnu povezanost s mjestom više iskazuju pripadnici starije populacije te se ona fokusira na planove da se i dalje nastavi živjeti na istom mjestu. Aktivna povezanost s mjestom odnosi se na istraživanje mjesta, težnju da ga se bolje upozna i predstavi drugima te je taj tip povezanosti pozitivno koreliran s interesom za obiteljsku povijest te za povijest naselja u kojem se živi (Lewicka 2014). Na taj način došlo se i do određenih uvida o tome u kojoj mjeri privrženost mjestu utječe na ponašanje stanovnika, osobito njihovu građansku uključenost. Druga istraživanja M. Lewitske provedena u Poljskoj ukazala su također na složenu konstrukciju tih odnosa budući da značajan utjecaj na predviđanje aktivnosti stanovnika ovisi i o susjedskim odnosima, interesu za korijene te građanskoj participaciji (Lewicka 2005). Istraživanja ove autorice mogu se shvatiti i kao poticaj daljnjim istraživanjima odnosa socijalnog kapitala, kulturnog kapitala i privrženosti mjestu. Upravo bi se na temelju različitih tipova uključenosti pojedinaca u zajedničke aktivnosti moglo tipologizirati različite privrženosti mjestu. U tom kontekstu moglo bi se bolje rasvijetliti odnose između onih akcija koje ciljaju zaštiti prirode i održivom razvoju, zaštiti socijalnih skupina i ugroženih pojedinaca ili tradicionalističkim oblicima privrženosti koji se zalažu za očuvanje nekog načina življenja.

5. ŠTO ZNAČE DVOSTRUKE ILI VIŠESTRUKE PRIVRŽENOSTI MJESTU?

Mjesto se u fenomenološkoj tradiciji vezivalo uz sigurnost i ukorijenjenost. S druge strane, mobilnost za mnoge ljude znači potragu za novim iskustvima i novim društvenim kontaktima (Gustafson 2006). Mogu se stoga tražiti različite veze između pojedinih obilježja populacije i želje da se ostane ili želje da se otputuje negdje drugdje. Gustafson smatra da su stariji teoretičari koji su se bavili mjestom i privrženošću mjestu mobilnost opisivali u negativnom kontekstu. Nasuprot tome, neki recentni radovi negativno prikazuju lokalnost i sklonost da se ostane na jednom mjestu. Prikazuje se kao da globalizirani svijet odjednom pruža obilje prilika tako da samo oni koji nemaju mogućnosti ostaju stalno na jednom mjestu. Kozmopolitski identitet tako imaju pojedinci koji su često mobilni, skoro nikada nisu „kod kuće", streme stjecanju novih iskustava, odnosno pripadaju višoj društvenoj klasi. Lokalni identitet obilježava pojedince koji nemaju mogućnost učestale migracije i snažno su privrženi svom mjestu stanovanja. Tom se problematikom bavi i Z. Bauman kada razlikuje dvije pozicije koje naziva globalci i lokalci (engl. *globals and locals*). Rasprava o kozmopolitskim i lokalnim identitetima vezana je uz mogućnost ili nemogućnost mobilnosti iz jednog mjesta u drugo. Može se reći da je mobilnost i održavanje povezanosti s više mjesta omogućena samo određenim pojedincima. Stoga kod analiza privrženosti i mobilnosti treba uzeti u obzir okolnosti u kojima se pojedinci nalaze, poput resursa, moći i životnih prilika (Gustafson 2006).

Međutim, neka istraživanja pokazuju da mobilnost i privrženost mjestu nisu međusobno isključive. Pokazuje se naime da pojedinci mogu zadržati snažnu privrženost jednom mjestu bez obzira na to migriraju li često i imaju li kozmopolitski identitet (Gustafson 2006; 2009; 2014). Pokazuje se ponekad da isti pojedinci u različitim fazama svojeg života ili u promijenjenim društvenim okolnostima mogu mijenjati stav, smanjiti vlastiti osjećaj privrženosti mjestu te potražiti drugi dom.

Kada su u pitanju suvremeni odnosi između mobilnosti i privrženosti mjestu važan je istraživački nalaz da ljudi ne moraju nužno biti povezani samo za jedno mjesto već mogu biti povezani s više mjesta. Na primjeru migranata moguće je vidjeti održavanje dvostrukih i višestrukih privrženosti mjestu. Određeni autori navode da upravo migranti, pri odabiru novog mjesta za život, tragaju za mjestom koje je slično karakteristikama mjesta iz kojeg dolaze. Zanimljive su i indicije da određeni pojedinci mogu razviti privrženost i prema nemjestima, odnosno prema vozilima, infrastrukturama, prometnicama i sl. No, kako bi pojedinci uopće proširili svoju privrženost na druga mjesta važno je da se privrženost primarnom mjestu života u najranijoj dobi proširuje. Privrženost drugim mjestima razvit će se ukoliko je primarno mjesto stanovanja obilježeno sigurnošću, povjerenjem, zadovoljstvom i pozitivnim iskustvima (Scannell i Gifford 2014).

U zanimljivom istraživanju A. Mišetić bavila se privrženošću mjestu vlasnika kuća za odmor na jadranskoj obali. Pritom se polazi od pretpostavke da se pojedinci u postmodernom svijetu povezuju s više različitih mjesta, pa se i povezanost s mjestom pojavljuje kao koncept „koji podržava ideju o multipliciranju doma" (Mišetić 2006, 33). Privrženost mjestu u tom je istraživanju operacionalizirana kroz četiri dimenzije i to kao prvo, općenita povezanost s mjestom, potom poistovjećivanje s mjestom te izvanjsko vrednovanje mjesta i na kraju spremnost na vlastito ulaganje u mjesto. Pokazalo se da je od ponuđenih tvrdnji u tom istraživanju najveći broj anketiranih visoko vrednovao tvrdnju „Ovdje mogu živjeti kako mi najviše odgovara" čime se zapravo iskazuje potreba za odmorom ili njegovanjem određenog životnog stila koji se može ostvariti upravo u tom mjestu (Mišetić 2006, 34). Međutim, relativno su visoko vrednovane i tvrdnje koje pokazuju spremnost na vlastito ulaganje kroz određenu žrtvu ili angažman za poboljšanjem uvjeta života u mjestu. Ispitanici su znatno manje držali da se način života ljudi u naselju ne može pronaći nigdje drugdje ili da ih mnoge stvari iz naselja podsjećaju na osobnu prošlost. Važan je i nalaz da, premda iz mjesta u kojem imaju kuću za odmor podrijetlo vuče samo 6 % ispitanika, njih 42,2 % izjavilo je da se u tim mjestima osjećaju domaćima. Tek nešto više ispitanih, njih 48,7 %, izjavilo je da se u tim mjestima osjećaju došljacima. Iz toga je autorica zaključila da se može govoriti o procesu ukorjenjivanja u drugo mjesto (Mišetić 2006).

Sama mobilnost ne upućuje uvijek na smanjenu privrženost prema mjestu koje se napušta. Sukladno tome, Barcus i Brunn opisuju pojam elastičnosti mjesta (engl. *place elasticity*). Navedeni pojam obilježava mobilnost kao nešto pozitivno, odnosno kao mogućnost da pojedinac održava privrženost prema svom primarnom mjestu. U slučaju da pojedinac ne živi u svom mjestu, mobilnost je ta koja mu omogućava održavanje privrženosti (Gustafson 2014). Elastičnost mjesta obilježena je nepromjenjivošću mjesta i prenosivošću mjesta. Nepromjenjivost mjesta znači da je pojedinac obilježen identitetom mjesta bez obzira na to gdje se nalazio, a prenosivost mjesta označava mogućnost povratka u mjesto, bilo fizički ili emocionalno. Za prenosivost mjesta važno je održavanje interakcije s mjestom (Barcus i Brunn 2010). U suvremenome svijetu održavanje elastičnosti mjesta postalo je jednostavnije, brže i jeftinije zbog razvoja infrastrukture i informacijske tehnologije.

6. UMJESTO ZAKLJUČKA – MOGUĆE TOČKE KONVERGENCIJE

Jedna od izazovnih teza koja se perpetuira posljednjih desetljeća jest da se pod utjecajem globalizacije mjesta mijenjaju, postaju uniformna i sve više nalikuju jedna na dru-

ge. Robert Thayer stoga ustanovljuje da smo „na prijelazu tisućljeća svi mi, na određene fundamentalne načine, postali beskućnicima" (Geiger i Zeman 2010, 382). Istovremeno brojna istraživanja pokazala su da je važno i zanimljivo pratiti kako se stvaraju značenja mjesta kroz proces razumijevanja, identificiranja i interpretiranja od strane pojedinaca, pri čemu se ujedno konstruira i sam identitet pojedinaca.

Zaključujemo stoga, kao prvo, da bi teorije globalizacije u većoj mjeri trebale uzimati u obzir nalaze do kojih dolaze studije privrženosti mjestu. Pokazuje se naime da usprkos pojavama koje se vezuju uz globalizaciju, kao što su lakša mobilnost i komunikacija na daljinu, ljudi i dalje izražavaju značajnu privrženost mjestu i lokalnoj sredini (Lewicka 2014). U tom kontekstu moglo bi se učiniti sadržajnijim neke koncepte iz globalizacijskih teorija kao što su prostori mjesta, glokalizacija i reteritorijalizacija. Dakle, ako se lokalno promijenilo u globaliziranom umreženom svijetu, ipak se pojavljuje i proces relokalizacije kojim se nastoji ponovno oživjeti životni prostor i život ljudi koji na njemu žive (Geiger i Zeman 2010).

Kao drugo, pokazuje se da privrženost mjestu nije statično stanje već prije dinamičan proces koji se može mijenjati i ovisi o nizu varijabli. Stoga se čini važnim unaprijediti dosadašnje uvide koji su ukazivali na različite tipove privrženosti mjestu te shodno tome povezivanje različitih društvenih grupa s različitim oblicima privrženosti mjestu.

U tom kontekstu smatramo da postoji obećavajući prostor za premrežavanje teorija globalizacije i studija privrženosti mjestu. Pritom bi doprinosi ove suradnje mogli biti osobito značajni u dvama područjima: razumijevanju suvremenih migracija te različitim pozicijama spram angažmana/ne-angažmana na lokalnoj razini.

Naime, u suvremenom svijetu globalizacije, migracija je postala pitanje koje više nikoga ne ostavlja ravnodušnim (Mesić 2002). Različitim krizama koje se vezuju uz globalizaciju u 21. stoljeću tako se pridodala i migracijska kriza (Bauman 2018). Ne čudi stoga da su i nastojanja da se prouče i migracijske aspiracije i stavovi prema migrantima iznimno aktualna istraživačka pitanja (Žanić, Miletić i Bendra 2019; Franc i sur. 2010).

Paralelno s tim javlja se i primjedba da bi trebalo u tumačenju suvremenog svijeta veću pozornost posvetiti imobilnosti, odnosno pitanju zašto brojni pojedinci usprkos trendovima u kojima se promiče mobilnost odlučuju ostati živjeti na istim mjestima na kojima žive (Schewel 2019). Tome se može pridodati i pitanje utječu li i neki drugi faktori osim ekonomskih na odluke ljudi da migriraju ili ne migriraju. Odnosi između migracija, migranata, privrženosti mjestima i privrženosti zajednicama svakako su od takvog značaja da zahtijevaju daljnja rasvjetljavanja.

S tim pitanjem dolazimo i do drugog problema koje je važno pri tumačenju globalizacijskih promjena, a tiče se toga lokalnog angažmana stanovništva diljem svijeta.

Globalno se, na različite načine, uprisutnjuje na lokalnim razinama mijenjajući obrasce ponašanja kao i društvena očekivanja. Premda je u uvodu spomenuto istraživanje prema kojemu procesi globalizacije jačaju individualizacijske procese, smatramo da bi bilo dobro imati više spoznaja o odnosima vrijednosnih orijentacija, privrženosti mjestima i spremnosti na angažman pojedinaca u lokalnim teritorijalnim zajednicama. Razmatranje tih pitanja omogućilo bi još bolje razumijevanje značenja mjesta u suvremenom svijetu, ali bi moglo biti poticajno za nijansirana tumačenja globalizacijskih procesa koja bi osim ukazivanja na dominantne trendove bila u stanju objasniti zašto se ljudi širom svijeta razlikuju u svojim stavovima prema globalnom i prema lokalnom.

Literatura

1. Bauman, Zygmunt. 2018. *Stranci pred našim vratima*. Novi Sad: Mediterran Publishing.
2. Barcus, Holly R. i Brunn, Stanley D. 2010. „Place elasticity: Exploring a new conceptualization of mobility and place attachment in rural America." *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography* 92, no. 4: 281–295. https://doi.org/10.1111/j.1468-0467.2010.00353.x.
3. Castells, Manuel. 2005. „Evropski gradovi, informaciono društvo i globalna ekonomija." U *Urbana sociologija*, uredili Sreten Vujević i Mina Petrović, 181–195. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
4. Castells, Manuel. 2012. „Moć u umreženom društvu." *Europski glasnik* 17: 491–532.
5. Castree, Noel. 2003. „Place: Connections and Boundaries in an Interdependent World." U *Key Concepts in Geography*, uredili Sarah L. Holloway, Stephen P. Rice i Gill Valentine, 153–172. London: SAGE.
6. Coleman, William D. i Sajed, Alina. 2013. *Fifty Key Thinkers on Globalization*. London i New York: Routledge.
7. Franc, Renata, Šakić, Vlado i Kaliterna-Lipovčan, Ljiljana. 2010. „Percipirane posljedice doseljavanja i stav prema doseljavanju." *Društvena istraživanja* 19, no. 3: 421–440.
8. Geiger, Marija i Zeman, Zdenko. 2010. „Mjesto življenja i integralna održivost–vitalnost lokalnog u globaliziranom svijetu." *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja* 19, no. 3: 377–400.
9. Gulin Zrnić, Valentina. 2009. *Kvartovska spika. Značenja grada i urbani lokalizmi u Novom Zagrebu*. Zagreb: Jesenski i Turk.
10. Gustafson, Per. 2006. „Place attachment and mobility." U *Multiple dwelling and tourism: Negotiating place, home and identity,* uredili Ian G. Mcintyre, Daniel R. Williams i Kevin E. McHugh. 17–31. Cabi.
11. Gustafson, Per. 2009. „Mobility and Territorial Belonging." *Environment and Behavior* 41, no. 4: 490–508. https://doi.org/10.1177%2F0013916508314478.
12. Gustafson, Per. 2014. „Place attachment in an age of mobility." U *Place attachment: Advances in theory, methods and applications*, uredili Lynne. C. Manzo i Patrick Devine-Wright. 37–48. Abingdon, Routlege.

13. Hummon, David. M. 1992. „Community attachment." U *Place attachment*, uredili Setha Low i Irwin Altman. 253–278. Springer, Boston, MA.
14. Laczko, Leslie S. 2005. „National nad local attachments in a changing world system. Evidence from an international survey." *International Review of Sociology* 15, no. 3: 517–528.
15. Lewicka, Maria. 2005. „Ways to make people active: The role of place attachment, cultural capital and neighborhood ties." *Journal of Environmentntal Psychology* 25, no. 4: 381–395.
16. Lewicka, Maria. 2011. „On the varieties of people's relationships with places: Hummon's typology revisited." *Environment and Behavior* 43, no. 5: 676–709. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0013916510364917.
17. Lewicka, Maria. 2014. „In Search of Roots. Memory as Enabler of Place Attachment." U *Place attachment: Advances in theory, methods and applications*, uredili Lynne C. Manzo i Patrick Devine-Wright. 49–60. Abingdon, Routlege.
18. Lipsanen, Niko. 2001. „Naturalistic and existential realms of place in Roseau, Dominica." Master's Thesis, University of Helsinki, department of geography.
19. Low, Setha M., i Altman, Irwin. 1992. „Place attachment." U *Place attachment*, uredili Setha Low i Irwin Altman, 1–12. Springer, Boston, MA.
20. Mesić, Milan. 2002. „Globalizacija migracija." *Migracijske i etničke teme* 11, no. 4: 7–22.
21. Mištetić, Anka. 2006. „Koncept povezanosti s mjestom i sekundarno stanovanje." *Društvena istraživanja* 15, no. 1: 27–42.
22. Mlinar, Zdravko. 1994. „Deterritorialization and re-territorialization of Cultural Identities." *Družboslovne rasprave* 10, no. 15: 140–153.
23. Mooney, Annabelle i Evans, Betsy (ur.). 2007. *Globalization. The Key Concepts*. London and New York: Routledge.
24. Nash, Kate. 2006. *Savremena politička sociologija. Globalizacije, politika i moć*. Beograd: Službeni glasnik.
25. Paddison, Ronan. 2001. „Communities in the City." U *Handbook of Urban Studies*, uredio Ronan Paddison, 194–2005. London: SAGE Publications.
26. Robertson, Roland i White, Katheleen E.. 2007. „What is Globalization?" U *The Blackwell Companion to Globalization*, uredio George Ritzer, 54–66. Blackwell Publishing Ltd.
27. Roca, Zoran i de Nazare Oliveir Roca, Maria. 2005. „Prostori mjesta i tijekova, razvoj i lokalno/globalno povezivanje: prilog programu istraživanja krajolika". *Sociologija sela* 43, no. 3: 769–795.
28. Scannell, Leila i Gifford, Robert. 2010. „Defining place attachment: A tripartite organizing framework." *Journal of environmental psychology* 30, no. 1: 1–10.
29. Scannell, Leila i Gifford, Robert. 2014. „Comparing the theories of interpersonal and place attachment." U *Place attachment: Advances in theory, methods, and applications*, uredili Lynne C. Manzo i Patrick Devine-Wright. 23–36. Abingdon, Routledge.

30. Schewel, Kerilyn. 2019. ″Understanding Immobility: Moving Beyond the Mobility Bias in Migration Studies″. *International Migration Review* 54, no. 2: 328–355.
31. Schuerkens, Ulrike. 2004. „Sociološko i antropološko istraživanje globalizacije i lokalizacije.“ *Europski glasnik* 9: 521–532.
32. Seamon, David. 2013. „Place attachment and phenomenology.“ U *Place attachment: Advances in theory, methods, and applications*, uredili Lynne C. Manzo i Patrick Devine-Wright. 11–22. Abingdon, Routledge.
33. Škorić, Marko i Kišjuhas, Aleksej. 2012. „Globalizacija kao hibridizacija i heterogenizacija globalnog.“ U *Regioni i regionalizacija*, uredili Valentina Sokolovska i Dušan Marinković, 63–92. Novi Sad: Mediterran Publishing.
34. Turner, Jonathan i Stets, Jan E. 2011. *Sociologija emocija.* Zagreb: Jesenski i Turk.
35. Urry, John. 2009. „Mobilities and Social Theory.“ U *Social Theory*, uredio Bryan S. Turner, Malden i Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
36. Ursić, Sara. 2009. „Mjesta i nemjesta u suvremenim konceptualizacijama prostora.“ *Društvena istraživanja – Časopis za opća društvena pitanja* 18: 1131–1151.
37. Wang, Yan. 2016. „Globalization and Territorial Identification: A Multilevel Analysis Across 50 Countries.“ International Journal of Public Opinion Research 28, no. 3: 1–14.
38. Žanić, Mateo. 2019. „Postmodernizam i grad. Od estetizacije do privatizacije urbanih prostora.“ *Sociologija i prostor : časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja* 214(2): 139–157.
39. Žanić, Mateo, Miletić, Geran Marko, Bendra, Ivana. 2019. „Kvaliteta života mladih iz Vukovarsko-srijemske županije u uvjetima suvremene demografske krize.“ *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline* 28, no. 3: 187–210.

THE SIGNIFICANCE OF PLACE AND PLACE ATTACHMENT IN THE CONTEXT OF THE GLOBALIZATION PROCESSES

Abstract

The development of technology has made it possible to intensify social interactions around the world, while there is much controversy about the significance and scope of these global changes. One of the important theses formulated in this process is the growing importance of the mobility paradigm. Terms such as diaspora, multiculturalism or transnationality seek to explain the different stages of the social positioning of individuals or groups, while at the same time, explicitly or implicitly, referring to the transformation of the way of imagining space/place. This paper will therefore consider the different relationships between mobility and place attachment, explore the role that place can play in shaping individual identity, and investigate factors which influence some people to feel less and others more attached to the place. In this context, we will consider some research findings from the United States and Europe, and we will also look at examples from the Republic of Croatia.

Keywords: mobility, identity, place of residence, space.

Dražen Živić

REGIONALNE POSEBNOSTI DEMOGRAFSKOGA STARENJA: SVIJET, EU, HRVATSKA

Sažetak

Demografsko je starenje, uz globalni populacijski rast, sve intenzivnije međunarodne migracije te ubrzani proces urbanizacije svjetskoga stanovništva, prepoznat kao jedan od demografskih „megatrendova" suvremenoga svijeta, s brojnim dugoročnim učincima na održivi razvoj i napredak. Premda je starenje stanovništva globalni demografski fenomen dugoga trajanja postoje signifikantne prostorne (međukontinentalne i regionalne) razlike. Relevantni statistički indikatori na razini pojedinih kontinenata, regija, država, regija unutar država i sl., jasno upozoravaju da je demografsko starenje brz i izrazito progredirajući proces, vidljiv u formalnim statističkim pokazateljima već nekoliko desetljeća, čije će se demografske, društvene i ekonomske posljedice, zbog odgođenog djelovanja aktualnih demografskih trendova (*demografski momentum*), u punoj mjeri tek osjetiti. Demografsko je starenje, stoga, višestruko kompleksan i aktualan znanstveni i društveni izazov koji traži inovativne pristupe u istraživanju i razumijevanju toga procesa, kao i u traženju relevantnih mjera i koncepata za njegovo društveno optimaliziranje.

Ključne riječi: demografsko starenje, svijet, EU, Hrvatska, projekcije stanovništva

1. UVODNO SLOVO

Demografija je, pojednostavljeno rečeno, znanstvena disciplina u čijem su žarištu promatranja stanovništva: njegova brojčana (ukupna) dinamika, prostorno-geografski razmještaj, gustoća naseljenosti, prirodno kretanje (bioreprodukcija), mehaničko kretanje (migracije) i – dakako – njegove parcijalne strukture: biološka (demografska), obrazovna, socioekonomska i antropološka (etnička, jezična, vjerska, rasna i dr.). Demografske zakonitosti, procesi, trendovi, odnosi i strukture dugo su u fokusu znanstvenih rasprava i predviđanja jer je stanovništvo osnovna odrednica općeg društvenog i ekonomskog razvoja i napretka ljudske zajednice u cjelini; drugim riječima, demografski procesi imaju snažan utjecaj na društvo i društveno-ekonomske procese i *vice versa*. Stanovništvo je

pokretač razvoja i nositelj proizvodnje; ujedno i najveći potrošač proizvedenih dobara i usluga. Gotovo svaki događaj u čovjekovu životu, kao pojedinca i/ili kao pripadnika određene zajednice, ima kompleksne, kratkoročne i dugoročne demografske implikacije.

Demografskom se problematikom u najširem smislu riječi danas ne bave samo demografi ili znanstvenici drugih istraživačkih profila/disciplina (primjerice: ekonomisti, povjesničari, sociolozi, antropolozi, geografi, politolozi...), nego i najšira javnost, uključujući i političku sferu javnoga života, uzima sve više udjela u raspravama o kretanju i razvoju stanovništva, jer se sve brojniji i teži demografski problemi i izazovi, neovisno o predznaku demografskih promjena (demografski porast – ekspanzija/demografski pad – depopulacija), prepoznaju kao kompleks izrazito važnih nacionalnih, strateških i sigurnosnih pitanja, pa i prijetnji za pojedino društvo ili državu.

Povijest zanimanja za demografiju kao znanstveno-istraživačkog i društveno relevantnog područja interesa mnogih dionika puno je dulja od njezine uspostave kao formalne znanstvene discipline u 19. i 20. stoljeću. To je tako jer se o stanovništvu i njegovim obilježjima, iz različitih razloga i motiva, razgovara, polemizira i odlučuje već stoljećima. I ranije su demografski procesi, trendovi i fenomeni zaokupljali pozornost znanstvenika kao i onih koji su upravljali državama, narodima i društvima. No razvojem suvremene statistike, naročito popisne kao i demografskih znanstvenih metoda i teorija/koncepata, od sredine 19. stoljeća, interes za demografskom problematikom jača, a to znači da se povećava znanje te proširuje razumijevanje uzročno-posljedičnih odnosa u populacijskom razvoju, i za trenutačno demografsko stanje i za održivu društveno-ekonomsku budućnost.

Između demografskih promjena, političkih i društvenih odnosa, ekonomskoga razvoja i napretka te oblikovanja socijalnoga, nacionalnoga i kulturnoga identiteta, postoji izrazita povezanost i uvjetovanost. Filozofi, ekonomisti, sociolozi, politolozi, povjesničari, antropolozi, etnolozi, dakako i demografi, pokušavali su, svatko iz svojeg motivacijskoga i teorijsko-metodološkoga kuta, interpretirati statističke podatke i druge činjenice o populaciji, tragajući pritom za općim zakonitostima demografskih kretanja i promjena, te tražeći, ujedno, put k optimalnim i društveno najprihvatljivijim rješenjima za sve brojnije i složenije demografske izazove koji se u posljednjih nekoliko desetljeća sve češće i s puno argumenata pojmovno definiraju kao demografska održivost i otpornost. Drugim riječima, između dinamike i strukturnih obilježja populacije, ekonomskoga razvoja te okoliša, postoji čvrsta i stalna interakcija pa i napetost i na globalnoj (svjetskoj) razini i na razini kontinenata, regija, država, administrativnih jedinica, naselja i slično.

Nije moguće u ovom sažetom tekstu ni pobrojati, a kamoli detaljnije elaborirati s kojim se i kakvim demografskim izazovima, procesima i trendovima svijet suočavao u prošlosti, pa čak ni bližoj, a što je svoj formalno-statistički odjek imalo u kompleksnoj

demografskoj dinamici i na razini cijeloga svijeta, i na nižim razinama promatranja (kontinenti, države, regije unutar država, administrativne jedinice, grad – selo i sl.). Ipak, treba istaknuti da su tijekom 19. i osobito 20. stoljeća razvijene brojne metodološke i teorijske postavke i koncepti pomoću kojih se nastojalo dublje i objektivnije istražiti, bolje razumjeti i interpretirati, a dugoročno i što pouzdanije predvidjeti promjene i trendove u razvoju svjetskoga stanovništva na globalnoj, ali i na „lokalnim" razinama. Naime, to su bila stoljeća ubrzanih društvenih i ekonomskih promjena, ali i svjetskih, regionalnih i lokalnih ratova i velikih prirodnih kataklizmi, smrtonosnih epidemija i pandemija, što je imalo jakog i dalekosežnog odraza i na demografski razvoj svijeta, Europe pa i Hrvatske. Interes za globalna demografska pitanja, a na poseban način za demografiju europskoga političkog, društvenog, ekonomskog i kulturnog prostora dobivaju sve više na zamahu i značaju, i to ne bez razloga. Naime, koncept održivosti i održivoga razvoja podrazumijeva postizanje optimalne ravnoteže između ekonomskih, društvenih i okolišnih elemenata razvoja, a među njima se demografska održivost kao podsustav ukupne održivosti kroz kvalitativne (strukturne) i kvantitativne (dinamičke) odrednice nameće kao preduvjet bez kojega ukupna održivost nije moguća ili su njezini pozitivni i dugoročni parametri vrlo upitni.

Složene i dalekosežne promjene u svijetu u domeni ekonomskih, društvenih i političkih odnosa, migracija, klimatskih i drugih prirodnih promjena i slično, vrlo su brze i često nepredvidive pa ih je teško, katkad i nemoguće kontrolirati i na vrijeme prepoznati njihove nepovoljne posljedice i opasnosti. Stoga su i suvremene demografske promjene i trendovi u svijetu, što znači i na europskom kontinentu i u EU-u, odnosno u Hrvatskoj, pod njihovim jakim, često i prevladavajućim utjecajem. No prošli i aktualni demografski trendovi i sami utječu na ubrzanje pa i radikalizaciju društvenih, ekonomskih i političkih prilika u različitim državama, društvima i kulturama, s brojnim i dalekosežnim implikacijama na ekonomiju života i rada današnjega čovjeka, i u zemljama vrlo visokog stupnja razvoja i u onim državama koje još uvijek ekonomski zaostaju za razvijenijima i tragaju za vlastitim optimalnim putem dostizanja višeg stupnja razvijenosti.

Dugoročne su demografske promjene, poznato je, u normalnim i stabilnim uvjetima razvoja uglavnom postupne i zbog toga relativno lako predvidive; ono što danas dijagnosticiramo kao aktualno demografsko stanje zapravo je zrcalo prošlosti, a smjerokaz budućnosti! Zato je i odgovornost onih koji se bave demografskim problemima i pitanjima, bili oni znanstvenici, političari ili drugi društveni akteri – veća, jer nisu suodgovorni samo za trenutačno stanje nego još i više za sutrašnjicu.

Polazeći iz motivacijskoga ishodišta da suvremena demografska znanost mora prepoznati izazove i nuditi (barem) neka koliko-toliko cjelovita i dugoročna rješenja za njihovo ublažavanje ili otklanjanje, u ovom će se radu nastojati sažeto iznijeti odabrane indikatore, uzroke i posljedice procesa demografskoga starenja, kao jednog od najvažnijih

i najdalekosežnijih globalnih demografskih fenomena i izazova suvremenoga doba, koji je prisutan svugdje u svijetu, ali se ponajprije razmatra u razvijenim zemljama jer se one već dulje vrijeme nalaze u posttranzicijskoj etapi razvoja stanovništva koju karakterizira vrlo nizak fertilitet i natalitet i u kojima se starenje ubrzava zahvaljujući produljenju prosječnog trajanja života i padu specifičnih stopa mortaliteta starijih osoba (Obadić i Smolić 2008).

Demografsko je starenje, uz populacijski rast, međunarodne migracije te proces urbanizacije, prepoznat kao jedan od demografskih „megatrendova" suvremenoga svijeta,[1] s brojnim, ne samo pozitivnim, nego i naglašeno negativnim učincima na održivi demografski, društveni i ekonomski razvoj i napredak. „Starenje stanovništva uskoro će postati jedno od najznačajnijih društvenih transformacija dvadeset i prvog stoljeća, što će imati implikacije na gotovo sve sektore društva, uključujući tržište rada i financijska tržišta, potražnju za robom i uslugama, poput stanovanja, prijevoza i socijalne zaštite, kao i obiteljskih struktura i međugeneracijskih veza".[2] Poznavanje tijeka i intenziteta aktualnih promjena u biološkoj (demografskoj) strukturi stanovništva, osobito procesa demografskoga starenja, važnim je preduvjetom (pr)ocjene realnih potencijala i vitalnosti određene populacije kao pretpostavke planiranja održivoga društvenoga i ekonomskoga razvoja i napretka. Stoga je „starenje stanovništva već [je] desetljećima važna tema rasprava u znanstvenim i političkim krugovima" (Puljiz 2016, 82).

Premda je starenje stanovništva globalni demografski proces i fenomen, koji s manjim ili većim intenzitetom možemo pratiti od sredine prošloga stoljeća, zahvaljujući relevantnim statističkim podacima, procjenama i projekcijama budućega kretanja stanovništva zapažamo prisutnost signifikantnih regionalnih razlika (između kontinenata, država, regija unutar država i sl.).[3] Iako je, kao što će se kasnije detaljnije pokazati, Europa demografski gledano najstariji kontinent, stopa porasta broja i relativnoga udjela starog stanovništva najveća je na afričkom, latinoameričkom i azijskom kontinentu što implicira da bi ne tako daleka budućnost mogla donijeti i značajnije promjene u hijerarhiji kontinenata prema dosegnutom stupnju ostarjelosti stanovništva.

Svrha ovoga rada jest prikazati i analizirati aktualne indikatore demografskoga starenja, s ciljem prepoznavanja globalnih trendova (na razini svjetskoga stanovništva u cjelini) i regionalnih posebnosti (na razini kontinenata, EU-a i Hrvatske). Stoga se u analizi

[1] World Population Aging 2019, Highlights, Department of Econimic and Social Affairs, Population Divison, United Nations, New York, 2019.

[2] United Nations. Peace, dignity and equality on a healthy planet, https://www.un.org/en/sections/issues-depth/ageing/; pristupljeno 23. prosinca 2020.

[3] Ageing Europe. Looking at the lives of older people int he EU, 2019 edition, Luxembourg Publications Office oft he European Union, 2019.

poseže za recentnim podacima demografskih procjena i projekcija kako bi se dobio što pouzdaniji uvid u trenutačno stanje, ali i da bi se vjerodostojno ocijenile i perspektive u oblikovanju biološkog sastava stanovništva.

2. ŠTO JE DEMOGRAFSKO STARENJE?

Uvodno treba naglasiti da se struktura stanovništva po dobi (i spolu), kao parcijalna demografska (biološka) struktura, formira pod utjecajem četiri osnovne skupine odrednica: diferencijalnog nataliteta po spolu, diferencijalnog mortaliteta po spolu i dobi, selektivnih migracija po spolu i dobi te ostalih čimbenika, kao što su ratovi, bolesti i prirodne katastrofe. Pod „okriljem" navedenih čimbenika, a u skladu sa zakonitostima društveno-ekonomskoga razvoja koje postulira troetapni model procesa demografske tranzicije (predtranzicija, tranzicija i posttranzicija), odvijaju se i promjene unutar biološke strukture koje idu u pravcu sve bržeg starenja populacije (Wertheimer-Baletić 1999). Kako ističe V. Puljiz (2016, 82), „starenje stanovništva predstavlja kraj velike demografske tranzicije koja je započela padom mortaliteta u prvoj polovini dvadesetog stoljeća".

Premda u istraživanjima postoje različiti pristupi pri određenju kategorije starih osoba, te – sukladno tome – ne postoji općeprihvaćena znanstvena definicija demografskoga starenja niti su usuglašeni jedinstveni kriteriji i indikatori pomoću kojih bi odredili tipologiju starenja, ipak se u relevantnoj znanstvenoj literaturi najčešće pod starenjem stanovništva u demografskom kontekstu podrazumijeva porast relativnoga udjela stanovništva starog 60 ili 65 i više godina u ukupnoj populaciji (60+ ili 65+).[4] No nikako se pri ocjeni dosegnute razine demografskoga starenja i njezinih dugoročnih posljedica ne smije izgubiti iz vida i aspekt promjena, odnosno poremećaja odnosa između velikih (funkcionalnih) dobnih skupina mladog, zrelog (radno sposobnog) i starog stanovništva kao i promjene (starenje) unutar navedenih dobnih kontingenata. U novije vrijeme u demografskim se analizama demografskoga starenja osobita pozornost poklanja problematici starenja kontingenata starog stanovništva. Sukladno navedenom postoje i različiti statistički pokazatelji promjena u strukturi stanovništva po dobi koji indiciraju dosegnutu razinu demografskoga starenja. Tako se: proces povećanja relativnoga udjela stanovništva starog 60+ ili 65+ godina u ukupnom stanovništvu indicira koeficijentom starosti; proces povećanja relativnoga značenja starog stanovništva (60+ ili 65+) u odnosu na radno sposobno stanovništvo (od 15. do 59. ili do 64. godine starosti) indicira koeficijentom

[4] Detaljnije vidjeti u: Devedžić i Stojilković (2012), Obadić i Smolić (2008) i Puljiz (2016).

dobne ovisnosti starih; proces povećanja relativnog značenja starog u odnosu na mlado stanovništvo (do 14. ili do 19. godine starosti) indicira indeksom starenja…

Iz demografske je teorije poznato da s obzirom na uzrok postoje dva osnovna tipa demografskoga starenja:

(1) starenje „odozdo" koje indicira smanjivanje udjela dobne skupine mladog stanovništva (do 14. godine starosti) i u čijem se uzročnom ishodištu nalazi dugoročno snižavanje totalne stope fertiliteta ispod granične vrijednosti 2,1, koje uvjetuje smanjivanje udjela mladih u ukupnom stanovništvu što u kratkoročnom smislu implicira povećanje udjela kontingenata starog stanovništva, a u dugoročnom smislu determinira produbljenje opadajuće bioreprodukcije s novom redukcijom nataliteta i dodatnim sužavanjem mladih naraštaja u ukupnoj populaciji. Snižavanje fertiliteta danas se drži najvažnijim općim uzrokom ukupnog starenja stanovništva, jer onemogućava generacijsko obnavljanje populacije, a time ne osigurava ni pretpostavke proširene opće reprodukcije stanovništva

(2) starenje „odozgo" koje indicira povećanje udjela starog stanovništva (60+ ili 65+) u ukupnoj populaciji, u čijem se uzročnom ishodištu nalazi produljenje očekivanog trajanja života zbog, generalno uzevši, porasta životnoga standarda, bolje zdravstvene zaštite i napretka u medicini, farmaciji, prevenciji i liječenju ljudi te boljih sanitarno-higijenskih prilika života. Posljedično, zahvaljujući navedenim determinantama, postupno se smanjuje opća stopa mortaliteta zahvaljujući padu stope mortaliteta dojenčadi, kao i smanjivanju specifičnih stopa mortaliteta starijih osoba što implicira porast broja i udjela starijih naraštaja u ukupnoj populaciji.[5]

Kratkoročne i dugoročne posljedice starenja stanovništva, u demografskom kontekstu, moguće je grupirati u dvije osnovne kategorije: demografske posljedice i društveno-ekonomske posljedice, koje uglavnom imaju sinergijsko i prožimajuće djelovanje. Među najvažnije dugoročne demografske implikacije starenja stanovništva ubrajamo: (1) usporavanje stopa demografskoga porasta; (2) snižavanje razine fertiliteta i nataliteta; (3) porast specifičnih stopa mortaliteta starijeg stanovništva kao i opće stope mortaliteta; te (4) smanjivanje prostorne mobilnosti stanovništva. Ekonomske implikacije starenja najčešće se i najjasnije odražavaju na: (1) smanjivanje obujma priljeva mladih naraštaja u radno sposobnu i radno aktivnu dob; (2) porast obujma odljeva stanovništva iz radno sposobne i radno aktivne dobi; (3) starenje radne snage; te (4) porast obujma i poremećaje u strukturi osobne i javne potrošnje (Wertheimer-Baletić, 1999). Sinergijski gledano, demografsko starenje donosi velike izazove u funkcioniranju javnih institucija, čija je

[5] Detaljnije vidjeti u: Ageing Europe. Looking at the lives of older people int he EU, 2019 edition, Luxembourg Publications Office oft he European Union, 2019; Wertheimer-Baletić (1999).

dugoročna održivost u nepovoljnim demografskim okvirima moguća jedino provođenjem odgovarajućih reformi, koje će u ishodištu imati spoznaju o promijenjenoj i sve nepovoljnijoj dobnoj strukturi stanovništva (Obadić i Smolić, 2008).

3. INDIKATORI DEMOGRAFSKOGA STARENJA SVJETSKOGA STANOVNIŠTVA (GLOBALNO I PO KONTINENTIMA)

Za ocjenu dosegnute globalne razine procesa demografskoga starenja svjetskoga stanovništva, kao i njegovih regionalnih posebnosti (na razini kontinenata) u ovomu su radu primijenjena tri najčešće korištena agregatna indikatora: koeficijent starosti (relativan udio stanovništva 65+ u ukupnoj populaciji), koeficijent dobne ovisnosti starih (relativan odnos stanovništva 65+ u odnosu na stanovništvo od 14. do 64. godine) i indeks starenja (relativan odnos između stanovništva 65+ i stanovništva do 14. godine). Navedeni indikatori, dakako, ne iscrpljuju sve mogućnosti analize i interpretacije pokazatelja, uzroka i posljedica starenja stanovništva, napose kada je u pitanju koncept prospektivnog starenja,[6] ali daju opći i temeljni uvid u najvažniji strukturno-demografski proces kada je u pitanju biološki sastav stanovništva, koji je iznimno važna odrednica demografske dinamike, tj. ukupnoga, prirodnoga i mehaničkoga kretanja populacije. Statističko-analitičku osnovu analize činila je publikacija Ujedinjenih naroda *World Population Prospects 2019*, koja pruža vrlo informativan i činjenično utemeljen recentni uvid u trenutačno stanje i perspektive procesa starenja na svjetskoj razini.

Što se iz prezentiranih indikatora (slike 1 – 4) može zaključiti:

1. Prema formalnim statističkim kriterijima stanovništvo svijeta nalazi se u procesu rapidnoga starenja. U samo deset godina (2010. – 2020.) broj stanovnika svijeta starih 65+ povećan je za 38,1 % (s 527 na 728 milijuna), a relativan udio u ukupnoj svjetskoj populaciji sa 7,6 % na 9,3 %.[7] Štoviše, u narednim se desetljećima predviđa ubrzanje starenja na globalnoj razini, pa bi do 2050. godine relativan udio starog stanovništva (65+) u ukupnom svjetskom stanovništvu trebao porasti na 15,9 %, dok bi se apsolutni broj starih osoba u svijetu u razdoblju 2020. – 2050. godine trebao više nego udvostručiti (porast sa 728 milijuna na

[6] O mogućim novim pristupima istraživanju fenomena demografskoga starenja detaljnije vidjeti u: Ageing Europe. Looking at the lives of older people int he EU, 2019 edition, Luxembourg Publications Office oft he European Union, 2019; Devedžić i Stojilković (2012).

[7] Uobičajeno se kao granica između mlade i stare populacija uzima relativan udio starog (65+) u ukupnom stanovništvu od 7 %.

milijardu i 549 milijuna, odnosno za 112,9 %), uz porast (udvostručenje) indeksa starenja (relativnog značenja starih osoba u odnosu na mlade) s 36,7 na 75,3, odnosno uz povećanje koeficijenta dobne ovisnosti starih s 11,6 na 25,3. Na ubrzanje procesa demografskoga starenja upućuje i projicirani pad relativnoga udjela mladih (do 14. godine starosti) u svjetskoj populaciji (s 27,0 % 2010. na 21,1 % 2050.), što je odraz dosadašnjeg i predvidivog pada totalne stope fertiliteta na globalnoj razini (s 4,97 u razdoblju 1950. – 1955. na 2,47 u razdoblju 2015. – 2020. te na 2,21 u razdoblju 2045. – 2050.), kao i produljenja očekivanog trajanja života (s 46,96 godina u razdoblju 1950. – 1955. na 72,28 godina u razdoblju 2015. – 2020. te na 76,77 godina u razdoblju 2045. – 2050.).[8] Sredinom ovoga stoljeća svjetska će populacija, dakle, biti duboko u procesu starenja, uz signifikantne regionalne razlike.

2. S obzirom na koeficijent starosti, indeks starenja i koeficijent dobne ovisnosti starih, demografski najstariji kontinent na svijetu je europski i on će to ostati sigurno do sredine ovoga stoljeća; u odnosu na druge kontinente Europa ima najveći relativan udio stanovništva starog 65+, najnepovoljniji odnos između mlade i stare populacije te najveću opterećenost radno sposobnog stanovništva staračkim dobnim kohortama. Prema projekciji UN-a koeficijent starosti dosegnut će do sredine ovoga stoljeća 28,1, indeks starenja 192,8, a koeficijent dobne ovisnosti starih 49,1. Posebno je indikativan indeks starenja koji upozorava da će do 2050. godine broj stanovnika Europe starih 65+ (približno 200 milijuna) biti gotovo dvostruko veći od broja (mladog) stanovništva do 14. godine starosti (približno 103 milijuna). Prema recentnim vrijednostima koeficijenta starosti, koje na temelju podataka UN-a, donosi *Population Reference Bureau*, među prvih deset demografski najstarijih država u svijetu, devet je europskih zemalja. Na prvome se mjestu, doduše, uvjerljivo nalazi Japan (relativan udio stanovništva starih 65+ iznosio je 28,2 %), što znači da na globalnoj razini ima najstariju populaciju, a onda iza Japana slijede europske države: Italija (22,8 %), Finska (21,9 %), Portugal (21,8 %), Grčka (21,8 %), Njemačka (21,4 %), Bugarska (21,3 %), Hrvatska (20,4 %), Francuska (20,3 %) i Latvija (20,3 %).[9]

3. U odnosu na Europu i svjetski prosjek, demografski je najmlađi afrički kontinent, jer ima najmanji relativan udio stanovništva 65+, najnižu vrijednost indeksa starenja te najmanju opterećenost radno sposobnog stanovništva staračkim dobnim kohortama. Posljedica je to, dakako, činjenice da unatoč odre-

[8] Prema: World Population Prospects 2019, Department of Econimic and Social Affairs, Population Divison, United Nations, New York, 2019.

[9] https://www.prb.org/countries-with-the-oldes-populations/; pristupljeno 23. prosinca 2020.

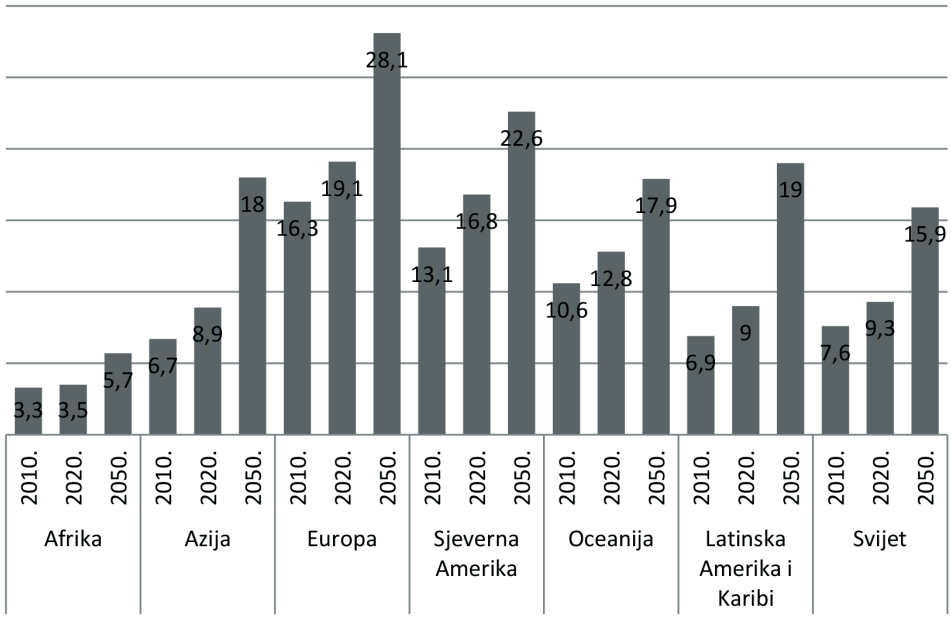
đenom padu Afrika i dalje u odnosu na svjetski prosjek, a osobito u odnosu na niskonatalitetne kontinente, poput europskog, ima najviše pokazatelje bioreprodukcije, što implicira i izrazito visok relativan udio mladog stanovništva u ukupnoj populaciji. Prema projekciji UN-a koeficijent starosti u Africi 2050. godine iznosit će 5,7, indeks starenja 17,9, a koeficijent dobne ovisnosti starih svega 9,2. Jednostavnije rečeno, radi se o izrazito mladoj populaciji u kojoj će do sredine ovoga stoljeća broj mladih (do 14. godine) biti pet i pol puta veći (približno 798 milijuna) od broja osoba starih 65+ (približno 143 milijuna). Navedeno će Afriku i dalje kvalificirati kao prostor, premda sve nižih, ipak i dalje relativno visokih reproduktivnih normi i relativnog značenja mladog stanovništva. Tako će prema projekciji UN-a totalna stopa fertiliteta u Africi do sredine ovoga stoljeća iznositi 3,07, što će biti signifikantno više od svjetskog prosjeka (2,21), kao i prosjeka za druge kontinente (Europa 1,72, Azija 1,88, Latinska Amerika i Karibi 1,75, Sjeverna Amerika 1,78 i Oceanija 2,08).[10]

4. Premda je, dakle, Europa demografski gledano najstariji kontinent, indeksi promjene velikih (funkcionalnih) dobnih skupina u razdoblju 2010. – 2020. – 2050. godine pokazuju da među kontinentima postoji signifikantna razlika u aktualnom, a napose predvidivom intenzitetu starenja. Prema procjeni UN-a redoslijed kontinenata s obzirom na indeks promjene broja stanovnika starih 65+, između 2010. i 2020. godine, bio je sljedeći (od najmanjeg prema najvišem porastu): Europa 118,8, Afrika 137,2, Sjeverna Amerika 137,7, Oceanija 138,9, Latinska Amerika i Karibi (144,3) te Azija 145,7. Navedeno znači da je najmanji relativan porast broja osoba starih 65+ imala Europa (s približno 120 na približno 143 milijuna), a najveći relativan porast Azija (s približno 282 na približno 412 milijuna), s tim da su iznad svjetskoga prosjeka (indeks promjene 138,1) bili i Oceanija te Latinska Amerika i Karibi. No projekcija za 2050. godinu pokazuje signifikantne promjene u vrijednosti indeksa promjene kao i redoslijedu kontinenata. Naime, Europa ostaje kontinent s najsporijim rastom staračkih kontingenata (indeks promjene 139,9), ali vodeće mjesto u porastu broja osoba starih 65+ od Azije preuzima Afrika, za koju se predviđa indeks promjene (2020. – 2050.) od 303,9. To znači da će obujam kontingenta staračkog stanovništva na afričkom kontinentu do sredine ovoga stoljeća biti utrostručen u odnosu na procjenu za 2020. godinu (s približno 47 na približno 143 milijuna). Do sredine ovoga stoljeća Azija neće „izgubiti" samo vodeće mjesto s obzirom na intenzitet promjene broja staračkog stanovništva, nego će ju na treće mjesto potisnuti Latinska Amerika i Karibi (indeks promjene 246,6).

[10] World Population Prospects 2019, Department of Econimic and Social Affairs, Population Divison, United Nations, New York, 2019.

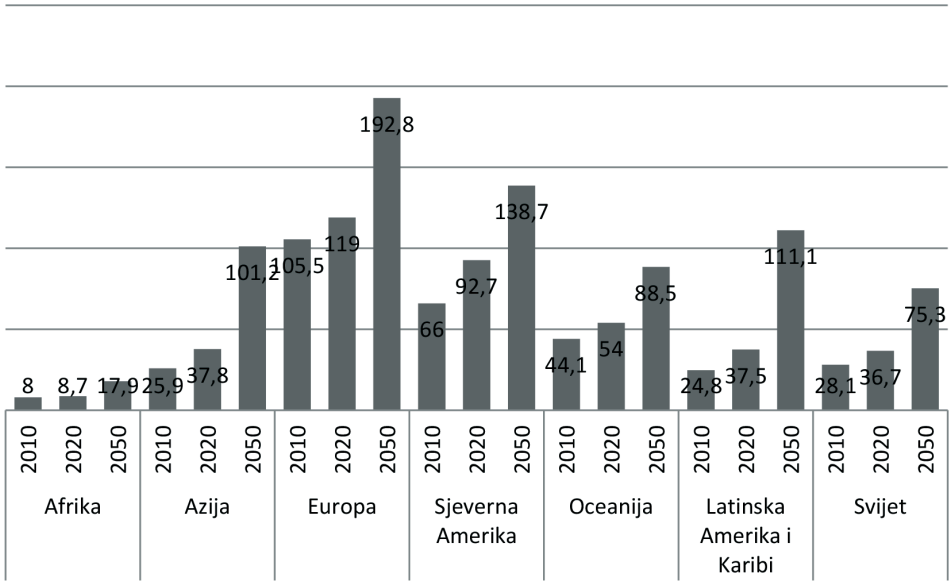
5. Navedene su dinamičke promjene utjecale i na promjenu relativnoga značenja pojedinih kontinenata u ukupnom broju staračkog stanovništva u svijetu. Godine 2010., u tada približno 527 milijuna stanovnika u svijetu starih 65+, Afrika je sudjelovala sa 6,5 %, Europa s 22,8 %, Sjeverna Amerika s 8,5 %, Latinska Amerika i Karibi sa 7,7 %, Oceanija s – najmanje – 0,7 % te Azija s – očekivano najviše – 53,6 %. Drugim riječima, nešto više od polovice svih stanovnika u svijetu starih 65+ živjelo je 2010. godine u Aziji. Prema projekciji UN-a za 2050. godinu predviđa se da će od približno 1,5 milijardi starih (65+), u Africi živjeti 9,2 %, u Aziji 61,6 %, u Europi 12,9 %, u Sjevernoj Americi 6,2 %, u Latinskoj Americi i Karibima 9,3 % te u Oceaniji 0,7 % staračkog stanovništva u svijetu. U odnosu na 2010. godinu zapaža se signifikantan pad relativnoga udjela europskih, a porast relativnoga udjela azijskih i napose afričkih staračkih kontingenata u ukupnom svjetskom kontingentu starijeg stanovništva.

Slika 1. Koeficijent starosti (65+) po kontinentima svijeta 2010. (procjena), 2020. (procjena) i 2050. (projekcija) – UN (Population Division)



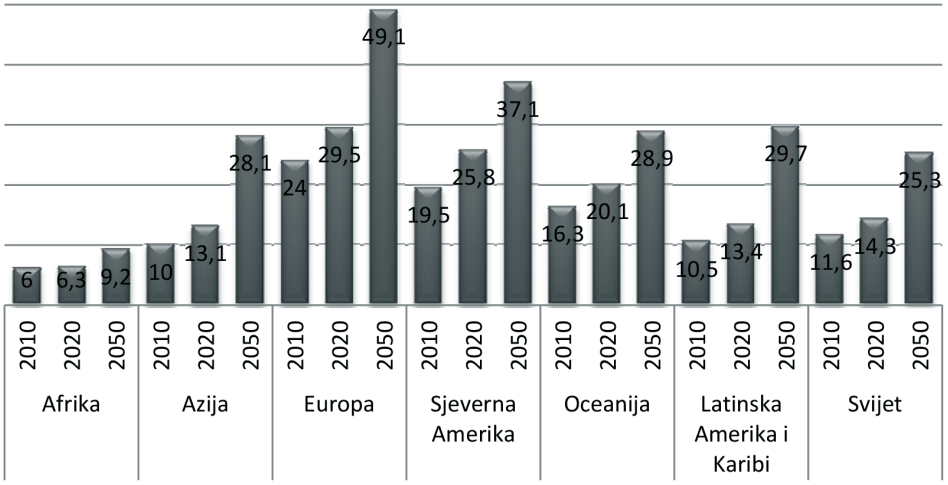
IZVOR: World Population Prospects 2019, Department of Econimic and Social Affairs, Population Divison, United Nations, New York, 2019.

Slika 2. Indeks starenja (65+/0–14) po kontinentima svijeta 2010. (procjena), 2020. (procjena) i 2050. (projekcija) – UN (Population Division)



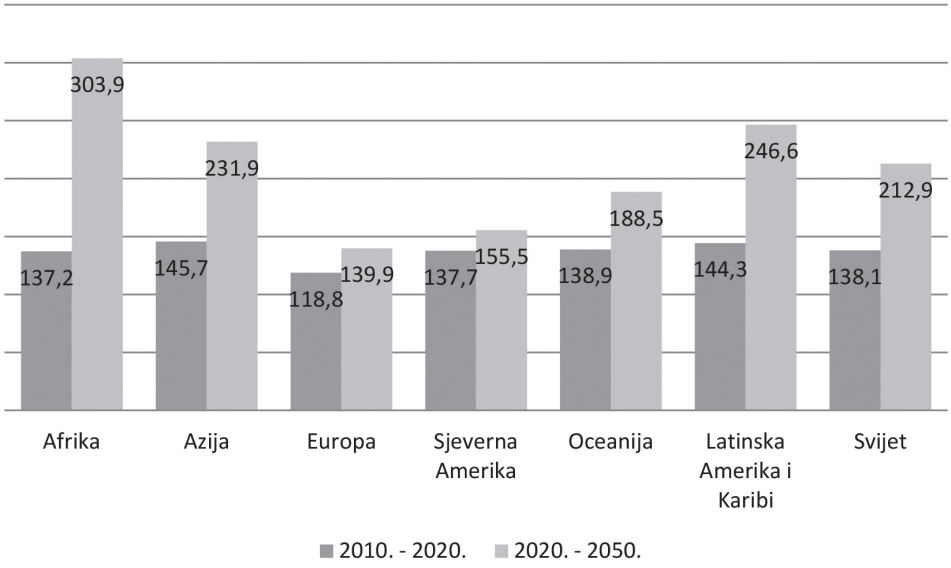
IZVOR: World Population Prospects 2019, Department of Econimic and Social Affairs, Population Divison, United Nations, New York, 2019.

Slika 3. Koeficijent dobne ovisnosti starih (65+/15–64) po kontinentima svijeta 2010. (procjena), 2020. (procjena) i 2050. (projekcija) – UN (Population Division)



IZVOR: World Population Prospects 2019, Department of Econimic and Social Affairs, Population Divison, United Nations, New York, 2019.

Slika 4. Indeks promjene broja stanovnika starih 65+ po kontinentima svijeta u razdoblju 2010. – 2020. (procjena) i 2020. – 2050. (projekcija)



IZVOR: World Population Prospects 2019, Department of Econimic and Social Affairs, Population Divison, United Nations, New York, 2019.

4. INDIKATORI DEMOGRAFSKOGA STARENJA U EU-u

EU kao zajednica 27 država članica (nakon izlaska Ujedinjenoga Kraljevstva), ali i Europa kao širi i kompleksniji geografski, društveno-ekonomski i kulturno-identitetski prostor u cjelini, demografski su stari, štoviše sve stariji. „Stariji ljudi u Europi žive dulje, zdraviji su i vode produktivnije živote nego ikad prije", istaknuli su S. Podgorelec i S. Klempić, ali i upozorili da „demografski pomak prema starenju europskog stanovništva uzrokuje i porast broja onih kojima će trebati neka skrb ili potpora u životu, zbog bliske veze između nesposobnosti i uznapredovale starosti" (Podgorelec i Klempić 2007, 111). Relevantni statistički indikatori na razini pojedinih država članica kao i EU u cjelini jasno upozoravaju da je demografsko starenje zbog vrlo niskog fertiliteta dugoga trajanja, produljenja očekivanog trajanja života i drugih činitelja, brz i izrazito progredirajući pro-

ces, vidljiv u formalnim statističkim pokazateljima već nekoliko desetljeća,[11] čije će se teške posljedice zbog odgođenog djelovanja aktualnih trendova u punoj mjeri tek osjetiti (tablica 1; slika 5).

Tablica 1. Odabrani indikatori demografskog starenja Europske unije 2008. i 2018. godine

DRŽAVA	Koeficijent mladosti 2008.	Koeficijent mladosti 2018.	Koeficijent starosti 2008.	Koeficijent starosti 2018.
Belgija	16,9	17,0	17,1	18,7
Bugarska	13,1	14,2	17,8	21,0
Češka	14,2	15,7	14,6	19,2
Danska	18,4	16,6	15,6	19,3
Njemačka	13,7	13,5	20,1	21,4
Estonija	14,8	16,3	17,5	19,6
Irska	20,4	20,8	10,8	13,8
Grčka	14,6	14,4	18,7	21,8
Španjolska	14,6	15,0	16,4	19,2
Francuska	18,5	18,1	16,4	19,7
Hrvatska	15,5	14,5	17,8	20,1
Italija	14,1	13,4	20,2	22,6
Cipar	18,2	16,2	12,4	15,9
Latvija	14,0	15,8	17,6	20,1
Litva	15,5	15,0	17,0	19,6
Luksemburg	18,2	16,1	14,0	14,3
Mađarska	15,0	14,5	16,2	18,9
Malta	16,1	13,9	13,9	18,8
Nizozemska	17,9	16,1	14,7	18,9
Austrija	15,4	14,4	17,1	18,7
Poljska	15,5	15,2	13,5	17,1
Portugal	15,6	13,8	17,7	21,5
Rumunjska	16,3	15,6	15,4	18,2
Slovenija	13,9	15,0	16,3	19,4
Slovačka	15,9	15,6	12,1	15,5
Finska	16,9	16,2	16,5	21,4
Švedska	16,8	17,7	17,5	19,8
Ujedinjeno Kraljevstvo	17,7	17,9	15,9	18,2
Europska unija – ukupno	15,8	15,6	17,1	19,7

IZVOR: Population structure and ageing. Statistics Explained. EUROSTAT (https://ec.europa.eu/eurostat/ statistics.explained; pristupljeno 3. veljače 2020.).

[11] Detaljnije vidjeti u: Ageing Europe. Looking at the lives of older people int he EU, 2019 edition, Luxembourg Publications Office oft he European Union 2019; Davoudi, Wishardt and Strange 2010).

U tom kontekstu u ovom se radu nastoji upozoriti na ključne recentne nalaze, koji na određeni način sažimaju dosegnutu razinu toga dugoročnoga procesa u EU-u, s više nego predvidivim odjecima u budućnosti.

1. siječnja 2018. godine, prema podacima EUROSTAT-a ukupan broj stanovnika tada još uvijek 28 država članica EU-a procijenjen je na 512 milijuna. Od toga broja samo 15,6 % ukupnog stanovništva bili su mladi do 14. godine života, 64,7 % stanovnici u radno sposobnoj dobi (od 15. do 64. godine) te čak 19,7 % stanovnici stari 65+. U odnosu na 2008. relativan udio mladih smanjen je za 0,2 postotna boda, dok je relativan udio starih povećan za zamjetnih 2,6 postotnih bodova.[12] U EU-u u cjelini te u 24 od tada 28 država članica stanovništvo staro 65+ bilo je 2018. godine brojnije od mladog stanovništva! Jedino su Irska, Cipar, Luksemburg i Slovačka države članice EU-a u kojima su mladi još uvijek brojniji od starih i u kojima je relativan udio stanovništva 65+ bio niži od 17,0 %. U odnosu na 2008. godinu iz skupine zemalja s nižim koeficijentom starosti u odnosu na koeficijent mladosti „ispali su": Danska, Francuska, Malta, Nizozemska, Poljska, Rumunjska, Finska i Ujedinjeno Kraljevstvo. Demografski najstarije stanovništvo imale su: Njemačka, Grčka, Italija, Portugal i Finska, jer je u njima 2018. godine relativan udio stanovništva 65+ premašio 21,0 %, a to znači petinu njihova ukupnoga stanovništva.

Demografsko se starenje očituje i s obzirom na problem dobne ovisnosti starih, odnosno razinu potpore koju radno sposobno stanovništvo može ili treba osigurati generacijama mladog, odnosno starog stanovništva. Prema podacima EUROSTAT-a 1. siječnja 2018. u EU-u u cjelini na svaku osobu staru 65+ bilo je tek malo više od 3 osobe u radno sposobnoj dobi, s tim da se raspon stope dobne ovisnosti starih kretao od relativno povoljnih 20,6 % u Luksemburgu, 21,2 % u Irskoj ili 22,5 % u Slovačkoj do zabrinjavajućih 32,5 % u Bugarskoj, 30,1 % u Danskoj, 32,8 % u Njemačkoj, 30,6 % u Estoniji, 34,1 % u Grčkoj, 31,6 % u Francuskoj, 30,7 % u Hrvatskoj, 33,3 % u Portugalu, 34,2 % u Finskoj, 31,7 % u Švedskoj ili najviše do 35,2 % u Italiji. Projekcije upozoravaju da bi do sredine ovoga stoljeća na jednu osobu staru 65+ dolazile svega dvije osobe u radno sposobnoj dobi, što je iznimno zabrinjavajuća perspektiva imajući pritom u vidu još uvijek prevladavajući koncept međugeneracijske solidarnosti u kontekstu skrbi o starijim osobama.[13]

Relevantne projekcije upozoravaju da će se u sadašnjim općim uvjetima demografskoga razvoja proces starenja stanovništva EU-a nastaviti, s posebnim naglaskom na daljnjem starenju kontingenta radno aktivnog te starog stanovništva. Do sredine ovoga sto-

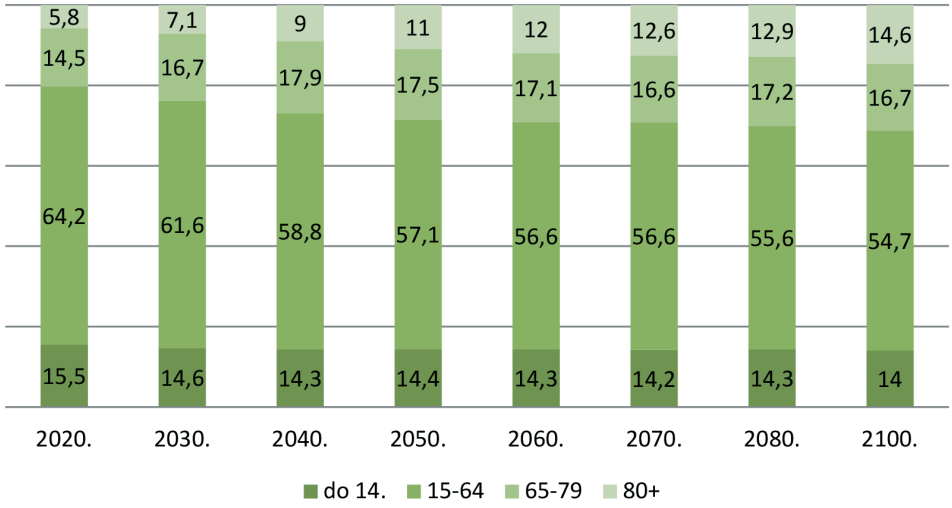
[12] Najveći su postotni porast vrijednosti koeficijenta starosti u razdoblju 2008. – 2018. zabilježile: Češka (4,6 postotnih bodova, s 14,6 na 19,2), Malta (4,9 postotnih bodova, s 13,9 na 18,8), Nizozemska (4,2 postotna boda, s 14,7 na 18,9) i Finska (4,9 postotnih bodova, sa 16,5 na 21,4), dok je relativan udio stanovništva 65+ u tom desetljeću najsporije rastao u Luksemburgu (0,3 postotna boda, s 14,0 na 14,3).

[13] Ageing Europe. Looking at the lives of older people int he EU, 2019 edition, Luxembourg Publications Office oft he European Union, 2019.

ljeća relativan udio stanovništva 65+ mogao bi značajno premašiti četvrtinu (28,5 %), a do kraja stoljeća dosegnuti i trećinu ukupne populacije EU-a (31,3 %), uz rapidno starenje unutar kontingenta starog stanovništva, osobito dobne skupine 80+, za koju se očekuje da će apsolutno i relativno rasti brže od bilo koje druge dobne skupine. Naime, očekuje se značajniji porast, štoviše gotovo utrostručenje relativnoga udjela stanovništva starog 80+ u ukupnom broju stanovnika EU-a. To implicira i značajno povećanje javnih troškova za potrebe starih ljudi. V. Puljiz (2016) u tom smislu razlikuje tri osnovne kategorije troškova starenja: porast javnih izdataka za mirovine, porast javnih izdataka za potrebe zdravstvene zaštite te porast javnih izdataka za dugotrajnu skrb o starim i nemoćnim osobama. U tom kontekstu treba promišljati redefiniranje koncepta društvenoga i ekonomskoga razvoja osobito u dijelu koji se odnosi na pitanje osiguranja dovoljno sredstava u socijalnom, zdravstvenom i mirovinskom zbrinjavanju starijih osoba. U uvjetima niskoga (i sve nižega) fertiliteta i nataliteta, kada je upitno popunjavanje europskih tržišta rada domicilnim stanovništvom (zbog smanjenog priljeva mladih u radno sposobne i radno aktivne kohorte), u prvi se plan nameće imigracijski pristup ublažavanju posljedica starenja. To je i razumljivo u kontekstu kratkoročnih intervencija, ali je u dugoročnom smislu ta problematika puno složenija. Naime, (pre)često se gubi iz vida činjenica da se značajna sredstva moraju izdvojiti za troškove integracije migranata, poglavito ako u države-članice EU-a dolaze iz drugih dijelova svijeta koji imaju više ili manje drugačija kulturološka obilježja. Europska unija danas je posebno jako izložena upravo tim migracijskim strujama neovisno imaju li ona regularni ili neregularni (ilegalni) karakter. Drugim riječima, ublažavanje uzroka i posljedica demografskoga starenja u EU-u može se u dugoročnom smislu postići samo osnaživanjem bioreproduktivnoga potencijala i povećanjem reproduktivnih indikatora, koji će omogućiti barem jednostavnu reprodukciju stanovništva.

Trenutačne i predvidive demografske prilike u EU-u postavljaju zahtjev za redefiniranjem do sada uobičajenog koncepta međugeneracijske solidarnosti u mirovinskom, zdravstvenom i socijalnom sustavu, koji sve više postaje stvar prošlosti. Postojeći demografski okvir ne podržava sadašnje stanje glede mirovina te zdravstvene i socijalne skrbi. Izlaz se traži u produljenju ekonomske aktivnosti i duljem zadržavanju starijih osoba na tržištu rada, odnosno aktivnom i zdravom starenju kao novom konceptu starenja (Puljiz, 2016).

Slika 5. Projekcija stanovništva EU-a prema velikim dobnim skupinama (%) u razdoblju 2020. – 2100. (EUROSTAT)



IZVOR: Population structure and ageing, Statistics Explained, EUROSTAT (https://ec.europa.eu/eurostat/statistics; pristupljeno 3. 2. 2020.)

5. INDIKATORI DEMOGRAFSKOGA STARENJA U HRVATSKOJ

Ranije u radu upozoreno je na činjenicu da se prema vrijednosti koeficijenta starosti Hrvatska danas nalazi među prvih deset demografski najstarijih država u svijetu, što je posljedica vrlo brzog starenja i visokog stupnja ostarjelosti, zbog odgođenog djelovanja (*demografski momentum*) ranije zabilježenih negativnih trendova u prirodnoj i mehaničkoj dinamici stanovništva. Demografsko se starenje u Hrvatskoj, i na nacionalnoj i na lokalnoj razini,[14] već dulje vremena ubrzava paralelnim djelovanjem dugoročnoga pada fertiliteta i nataliteta što implicira pad broja i relativnog značenja mladog stanovništva te snižavanja specifičnih stopa mortaliteta i produljenja očekivanog trajanja života što za posljedicu ima porast broja i relativnog značenja starih (tablica 2). Prema formalnim

[14] Prema metodologiji određivanja tipova ostarjelosti stanovništva I. Nejašmića i A. Toskića (2013, 96), na temelju rezultata popisa stanovništva 2011. godine, od 21 administrativne jedinice u Hrvatskoj, njih 15 imalo je duboku starost, dok je šest jedinica imalo vrlo duboku starost kao tip ostarjelosti stanovništva.

statističkim kriterijima stanovništvo Hrvatske nalazi se u dubokoj starosti,[15] s nepovoljnim izgledima u budućnosti, jer je njezina demografska revitalizacija vlastitim demoreproduktivnim potencijalima upitna, pa se očekuje daljnja redukcija nataliteta, što će uz nastavak iseljavanja reproduktivno najpovoljnijih naraštaja onemogućiti porast priljeva mladog stanovništva u fertilnu i radno sposobnu dob. To će ubrzati proces demografskoga starenja i povećati izazove osiguranja demografske vitalnosti ukupnoga stanovništva kao i skrbi o starijim osobama.

Premda se stanovništvo Hrvatske nalazi u dubokoj ukupnoj, prirodnoj i migracijskoj depopulaciji, očekuje se daljnje povećanje obujma (apsolutnog broja) staračkih kontingenata te će, stoga, snažno rasti i njihovo relativno značenje. Tako je unatrag nešto manje od dvadeset godina koeficijent starosti povećan s 15,6 (2001.) na 20,4 (2018.), koeficijent mladosti smanjen sa 17,0 (2001.) na 14,4 (2018), a indeks starenja povećan s 91,9 (2001.) na 141,0 (2018.), s predvidivim realnim scenarijem produbljenja debalansa između velikih dobnih skupina, naročito između mladog i starog stanovništva. Već procjena za 2018. godinu pokazuje da je u odnosu na posljednji popis 2011. godine broj mladih (do 14. godine) smanjen za 9,5 %, a broj starih (65+) povećan za 9,8 %. Promjena vrijednosti koeficijenta dobne ovisnosti starih (porast s 23,4 2001. na 31,2 2018.) pokazuje signifikantno povećanje opterećenosti kontingenta radno sposobnog i radno aktivnog stanovništva staračkim i uglavnom ekonomski neaktivnim kohortama staračkog stanovništva, a to, dakako, implicira povećanje institucionalnih i izvaninstitucionalnih financijskih izdataka za skrb o starijim osobama. Razlog je tome i statistički potvrđeno smanjenje broja stanovnika u zreloj dobi života (od 15. do 64. godine); ono je između 2001. i 2011. godine iznosilo -3,2 %, a do 2018. godine za dodatnih 7,3 %. Projekcije do sredine ovoga stoljeća pokazuju produbljenje debalansa u odnosu između velikih (funkcionalnih) dobnih skupina, a to znači i ubrzanje procesa demografskoga starenja, s izrazito negativnim utjecajem na formiranje odnosa između zaposlenih (aktivnih osiguranika) i broja umirovljenika. Naime, kako ističe A. Akrap (2006, 147), „pad broja i udjela stanovništva u radnoj dobi, i, suprotno tomu, rast broja i udjela umirovljeničke populacije imat će nakon 2010. godine signifikantan utjecaj na gospodarski rast, agregatnu potražnju, te posebice na štednju i investicije".

Aktualni i predvidivi trendovi u oblikovanju biološke strukture stanovništva Hrvatske upozoravaju na poremećene procese koji vode k njezinoj punoj inverziji s vrlo otežanim mogućnostima njezine reproduktivne samorevitalizacije, a to je ključan čimbenik demografske, društvene i ekonomske održivosti.

[15] Detaljnije o uzrocima, tijeku, intenzitetu, aktualnim trendovima, prostornim odjecima i posljedicama demografskoga starenja u Hrvatskoj vidjeti u: Akrap (2006), Nejašmić i Toskić (2013) i Živić (2003).

Tablica 2. Odabrani indikatori sastava stanovništva Hrvatske po dobi 2001., 2011. i 2018. godine (DZS)

INDIKATORI	2001. (POPIS)	2011. (POPIS)	2018. (PROCJENA)
Ukupan broj stanovnika	4.437.460	4.284.889	4.087.843
Broj stanovnika do 14. godine	754.634	652.428	590.587
Broj stanovnika od 15. do 64. godine	2.969.981	2.873.828	2.664.644
Broj stanovnika od 65. do 79. godine	594.033	589.929	617.379
Broj stanovnika 80+	99.507	168.704	215.233
Nepoznato	19.305	-	-
Koeficijent mladosti	17,0	15,2	14,4
Koeficijent starosti	15,6	17,7	20,4
Indeks starenja	91,9	116,3	141,0
Koeficijent dobne ovisnosti mladih	25,4	22,7	22,2
Koeficijent dobne ovisnosti starih	23,4	26,4	31,2
Koeficijent ukupne dobne ovisnosti	48,8	49,1	53,4
Relativan udio stanovništva 80+ u ukupnom stanovništvu	2,2	3,9	5,3

IZVOR: Državni zavod za statistiku (DZS), Popisi, Popis stanovništva 2001., Tablice, Stanovništvo prema spolu i starosti, po naseljima (www.dzs.hr; pristupljeno 22. 7. 2020.); Državni zavod za statistiku (DZS), Popisi, Popis stanovništva 2011., Tablice, Stanovništvo prema spolu i starosti, po naseljima (www.dzs.hr; pristupljeno 22. 7. 2020.); Državni zavod za statistiku (DZS), Objavljeni podaci, Priopćenje prema statističkim područjima, Stanovništvo, Procjene stanovništva Republike Hrvatske (www.dzs.hr; pristupljeno 22. 7. 2020.).

6. DEMOGRAFSKO STARENJE: IZAZOV I/ILI PRILIKA

Imajući u vidu prethodni analitički uvid u aktualne trendove u oblikovanju biološkog sastava stanovništva na globalnoj, regionalnoj, europskoj i hrvatskoj razini, posve je razvidno da demografsko starenje nikako nije samo demografski problem, nego je on iznimno važan dugoročni izazov sa stajališta održivosti brojnih funkcija jednoga društva, odnosno svijeta u cjelini, posebice održivoga funkcioniranja zdravstvene, socijalne i mirovinske zaštite starih osoba, ali i ne samo njih. Uslijed jačanja procesa starenja stanovništva, koji, doduše, ima jasno vidljive regionalne posebnosti, u porastu su javni kao i osobni troškovi vezani uz različite institucionalne ili izvaninstitucionalne, tj. privatne (obiteljske) modele i oblike skrbi o starijim ljudima. S druge strane, smanjuje se relativan

udio radno sposobnog stanovništva čija je uloga u održivosti sustava međugeneracijske solidarnosti, koji je još uvijek dominantan u mnogim državama i područjima svijeta, i dalje ključna. Ujedno, ekonomski rast i napredak nije moguć ako dovoljno ozbiljno ne shvatimo problem dugoročne reprodukcije radne snage koja, generalno uzevši, sve više pokazuje negativne trendove jer je iz radno sposobne i radno aktivne dobi veći odljev stanovništva u starije dobne kohorte nego priljev mladih u kontingente radno sposobnog i radno aktivnog stanovništva. Drugim riječima, u niskonatalitetnim se područjima, regijama ili državama (EU je sigurno jedno od takvih, uključujući i Hrvatsku) ubrzano pogoršava odnos između broja zaposlenih i broja umirovljenika, a to u perspektivi stvara sve osjetniji debalans između demografskih potencijala ekonomskoga rasta i osiguranja održivih javnih troškova. To pitanje nedvojbeno ne smijemo staviti samo u fokus imigracijske politike, odnosno stvaranja uvjeta pomoću kojih će se isključivo novim doseljavanjima puniti praznine na tržištima rada država jake demografske ostarjelosti (primjerice EU-a), nego i stvaranjem preduvjeta za podizanje razine fertiliteta i osnaživanje budućeg reproduktivnog potencijala. Dugoročno je neodrživo, a time i društveno neopravdano, ublažavanje proporcija između velikih (funkcionalnih) dobnih skupina temeljiti samo i isključivo na imigracijskoj politici ma koliko ona u kratkoročnom smislu i bila uspješna. Nužno je i dalje promovirati i provoditi pronatalitetnu populacijsku politiku jer tek ona ima dalekosežan učinak na postizanje potrebne ravnoteže među dobnim kontingentima (Nejašmić i Toskić 2013).

Važno je, međutim, razumjeti da proces starenja stanovništva kao demografsko pitanje nije poraz današnje Europe i svijeta. Štoviše, ono je civilizacijsko postignuće jer je, uz dugoročno snižavanje fertiliteta, odraz produljenja očekivanog trajanja života, i ono ne bi bilo moguće da tijekom proteklih stotinu pa i više godina nije bilo značajnih postignuća na polju medicine, poboljšanja higijenskih prilika, proizvodnje hrane i slično. No s druge strane, nizak i sve niži fertilitet i natalitet (čak i na globalnoj razini) generiraju priljev sve malobrojnijih naraštaja u reproduktivnu dob što izaziva novo smanjenje nataliteta, a time i sužavanje dobnih kontingenata mladog stanovništva. U uvjetima niskog fertiliteta i nataliteta nema obnavljanja fertilnih ni radno sposobnih kontingenata populacija koje su duboko zahvaćene demografskim starenjem, što izaziva dodatni porast relativnoga udjela kontingenata staroga stanovništva. Drugim riječima, bez oporavka reproduktivnih naraštaja demografsko starenje ne samo da neće biti usporeno, ono će progredirati još većim intenzitetom, a dugoročne društvene i ekonomske posljedice bit će veće i teže rješive. Čak i države ili područja s još uvijek relativno visokim reproduktivnim pokazateljima i relativnim značenjem mladog stanovništva u ukupnoj populaciji, te – sukladno tome – niskom opterećenošću kontingenta radno sposobnog i radno aktivnog stanovništva starim naraštajima, ubrzano stare, pa se i u njima u dogledno vrijeme može očekivati

otvaranje svih onih pitanja koja su već dulje vrijeme vrlo aktualna i problematična u niskonatalitetnim regijama ili državama svijeta.

Ohrabruje, međutim, interes šire javnosti da se pitanje demografije i procesa demografskoga starenja kao jednog od najvažnijih i najizazovnijih demografskih fenomena stavi u samo žarište globalnih, regionalnih i nacionalnih javnih politika, jer se recentnim demografskim izazovima može i treba suprotstaviti dugoročnim i cjelovitim pristupom. To znači da su odlučnost, ali i strpljivost u provedbi mjera i aktivnosti – koje će omogućiti postupno usporavanje demografskoga starenja te ublažavanje njegovih dugoročnih implikacija, uz osmišljavanje, usuglašavanje i primjenu novih koncepata aktivnoga starenja i redefiniranja novoga koncepta međugeneracijske solidarnosti, i koji će neminovno u sebi sadržavati i nepopularna rješenja, poput: povećanja dobi za odlazak u mirovinu kao i eventualnu redukciju nekih pogodnosti mirovinskog sustava – ključne karakteristike sveobuhvatnoga pristupa tom globalnom izazovu.

7. ZAKLJUČAK

Sažimajući prethodne analitičke agregatne nalaze, moguće je formirati osnovne zaključke:

1. Stanovništvo svijeta u globalnom je procesu demografskoga starenja (ukupnog i prospektivnog) koji ima odgovarajuće regionalne i nacionalne posebnosti. Dosegnuta razina demografskoga starenja prostorno je diferencirana i sa stajališta aktualnoga stanja i s motrišta budućih promjena.
2. Proces demografskoga starenja ubrzava što se ogleda u paralelnim procesima starenja „odozdo" (trend snižavanja fertiliteta i nataliteta koji implicira smanjivanje udjela mladog stanovništva i slabljenja priljeva mladih u fertilnu i radno sposobnu dob) i starenja „odozgo" (porast udjela staračkog stanovništva uslijed starenja „odozdo", ali i produljenja očekivanog trajanja života i snižavanja specifičnih stopa mortaliteta starijih osoba). Na navedeno ukazuje činjenica da je 2019. godine od 11 stanovnika u svijetu, jedan stanovnik bio u dobi 65+, a da će, prema projekcijama, do 2050. godine od šest stanovnika u svijetu, jedan stanovnik biti u dobi 65+, odnosno da će do sredine ovoga stoljeća gotovo petina svjetske populacije biti u staračkim dobnim kohortama.[16] Stoga su neminovni novo razumijevanje i novi pristupi problematici demografskoga starenja na glo-

[16] World Population Aging 2019, Highlights, Department of Econimic and Social Affairs, Population Divison, United Nations, New York, 2019.

balnoj (svjetskoj) razini i na lokalnim razinama jer starenje stanovništva nije prostorno homogen nego još uvijek izrazito diferenciran proces koji traži i različito društveno djelovanje.

3. Demografsko starenje nije samo uži demografski izazov (starenje kao sve važniji dugoročni čimbenik demografske održivosti, jer snažno utječe na trenutačne i buduće bioreproduktivne trendove, kao i na prostornu pokretljivost stanovništva), nego ono ima brojne dugoročne društvene i ekonomske implikacije. One su posebno vidljive u predvidivom porastu troškova institucionalne i obiteljske skrbi o starim osobama, napose u domeni zdravstvene, socijalne i mirovinske zaštite. U tom je kontekstu upitna održivost postojećeg sustava međugeneracijske solidarnosti.

4. Uznapredovalost demografskoga starenja na globalnoj, a osobito na regionalnoj i nacionalnoj razini u prvi plan sve više stavlja pitanje formiranja i provedbe novoga koncepta aktivnoga starenja i redefiniranje koncepta međugeneracijske solidarnosti, što u korijenu ima i sve snažnije rasprave o pitanjima iz domene pomicanja gornje granice odlaska u mirovinu, eventualnih redukcija nekih pogodnosti mirovinskog sustava i slično. Drugim riječima, „proces demografskog starenja dovodi pojedine nacionalne ekonomije pred sve veće izazove. Starenje stanovništva postavlja nove i drugačije zahtjeve organizaciji društva, s obzirom na specifične potrebe starijih osoba, osobito u socijalnoj i zdravstvenoj skrbi" (Obadić i Smolić 2008, 89).

5. Iskustva i znanja o problematici demografskoga starenja i dugoročnih učinaka starenja stanovništva na trenutačne i buduće demografske promjene kao i održivi društveno-ekonomski razvoj u najširem smislu te riječi, pokazuju da se „demografski odgovor" ne može niti smije usmjeriti samo prema migracijskim rješenjima, nego da on mora i može biti podupiran i snažnim društvenim intervencijama po pitanju povećanja razine bioreprodukcije. Bez podizanja razine fertiliteta i nataliteta te dugoročnoga oporavka bioreprodukcijskog potencijala (fertilnih naraštaja), nastojanja da demografski „oživimo" ostarjele populacije, poput primjerice europske, jedino na imigracijskom konceptu bit će uzaludna i neostvariva. A to nikako ne bi trebao biti cilj, a još manje rezultat naših nadanja i konkretnoga djelovanja!

Literatura

1. Ageing Europe, *Looking at the lives of older people int he EU, 2019 edition,* Luxembourg Publications Office oft he European Union, 2019.
2. Akrap, A. 2006. Aktivni osiguranici i umirovljenici u Hrvatskoj – očekivani trendovi do 2031. godine. *Revija za socijalnu politiku* 13, no. 2: 127–150.

3. Davoudi, S., Wishardt, M. and Strange, I. 2010. The ageinge of Europe: Demographic scenarios of Europe's futures. *Futures*, no. 42, 794–803. doi: 10.1016/j.futures.2010.04.011.
4. Devedžić, M i Stojilković, J. 2012. Novo poimanje starosti – prospektivna starost. *Stanovništvo*, no. 1: 45–68.
5. Nejašmić, I. i Toskić, A. 2013. Starenje stanovništva u Hrvatskoj – sadašnje stanje i perspektive. *Hrvatski geografski glasnik* 75, no. 1: 89–110.
6. Obadić, A. i Smolić, Š 2008. Ekonomske i socijalne posljedice procesa starenja stanovništva, *Ekonomska istraživanja* 21, no. 2: 86–98.
7. Podgorelec, S. i Klempić, S. 2007. Starenje i neformalna skrb o starim osobama u Hrvatskoj. *Migracijske i etničke teme* 23, no. 1–2: 111–134.
8. Puljiz, V. 2016. Starenje stanovništva – izazov socijalne politike. *Revija za socijalnu politiku* 23, no. 1: 81–98.
9. Wertheimer-Baletić, A. 1999. *Stanovništvo i razvoj*. Zagreb; MaTe – Gospodarska misao.
10. *World Population Prospects 2019*, Department of Econimic and Social Affairs, Population Divison, United Nations, New York, 2019.
11. *World Population Aging 2019, Highlights*, Department of Econimic and Social Affairs, Population Divison, United Nations, New York, 2019.
12. Živić, D. 2003. Demografske odrednice i posljedice starenja stanovništva Hrvatske. *Revija za socijalnu politiku* 10, no. 3–4: 307–319.

REGIONAL SPECIFICITIES OF DEMOGRAPHIC AGING: WORLD, EU, CROATIA

Abstract

Demographic aging, along with global population growth, increasing international migration and the accelerated process of urbanization of the world's population, is recognized as one of the demographic "megatrends" of the modern world, with numerous and not always positive effects on sustainable development and progress. Although population aging is a global demographic process, there are significant intercontinental and regional differences. The European Union as a community of 27 member states, but also Europe as a broader and more complex geographical, socio-economic and cultural-identity space as a whole, are demographically old, and increasingly older.

Relevant statistical indicators at the level of individual member states as well as the EU as a whole, including in a special way the Republic of Croatia, clearly warn that demographic aging is a rapid and markedly progressive process, visible in formal statistical indicators for several decades, whose demographic, social and economic consequences, due to the delayed effect of current trends, are yet to be fully felt.

Keywords: demographic aging, world, European Union, Croatia, population projections.

NOTES ON CONTRIBUTORS

Ivana Ageljić, is currently working as Social Media Manager at Escape Studio in Osijek, Croatia. In 2019 she got a Master Degree at the Academy of Arts and Culture, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek and in the same year she also worked as Marketing Intern at Mercedes – Benz Global Training in Stuttgart, Germany.

Ivana Bestvina Bukvić, PhD, is Associate Professor at the Faculty of Economics in Osijek (Croatia). From 2015 to 2018 she was Chair of the Department of Cultural Management at the Department of Cultural Studies of University of Josip Juraj Strossmayer in Osijek and from 2018 Head of the Department for Culture, Media and Management at the Academy of Arts and Culture. She authored/co-authored numerous research articles, is a member of the organizing and programme committees of several scientific conferences and editorial boards of conference proceedings. Her fields of interest are financial management, project management, investment decision-making, ICT businesses development.

Maciej Białous, PhD, Assistant Professor at the Institute of Sociology, University of Bialystok, Poland. His research work focuses on cultural policies, politics of memory and collective memory issues. Cultural educator experienced, among others, in local and national film education projects.

Mirko Blagojević, PhD, holds bachelor's, master's, and doctoral degrees in sociology from the University of Belgrade, Faculty of Philosophy. He is a principal research fellow at the Institute of Social Sciences in Belgrade (Serbia), and the head of the Institute's Forum for Religious Issues. His primary fields of work are the sociological study of religion and the research of (Orthodox) religiosity in transitional societies of Serbia, the Balkans, and Russia.

Ovidiu Boc, PhD, is a researcher employed at the city administration of Alba Iulia (Romania).

Marta Borić Cvenić, PhD, completed the undergraduate study of Management at the Faculty of Economics in Osijek (Croatia) in 2008. She got a graduate degree in Management at the Faculty of Economics in 2010. Since November 1, 2011, she has been employed as an Assistant at the Department of Cultural Management at the Department of Cultural Studies at J.J. Strossmayer University in Osijek. She received her PhD title in 2016 from the Postgraduate Interdisciplinary Doctoral Study Program in Cultural Studies. In 2018 she got the title of Assistant Professor and independently took courses in management, organization, tourism and the cultural and creative industries. She is currently employed

at the Academy of Arts and Culture in Osijek at the Department of Culture, Media and Management. Her areas of research interests are: management, organization, tourism, cultural and creative industry.

Jasmina Božić, PhD, is Associate Professor at the Department of Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Zagreb (Croatia). Areas of her special interest include socioeconomic aspects of ecological food production, civil society, human rights and qualitative data analysis. She has been running research projects in sociology of civil society and the third sector. She was a member of the Managing Board of the National Foundation for Civil Society Development in two mandates and a member of the Research Ethics Committee of the Department of Sociology 2016-2018. She is frequently engaged in project proposal evaluations for the National Foundation for Civil Society Development.

Iva Buljubašić, PhD, is currently working as Assistant Professor and Chief Erasmus Coordinator at the Academy of Arts and Culture in Osijek (Croatia), Department for culture, media and management. In 2017, she had her own course entitled "Guerrilla Marketing Communications" at the Stuttgart Media University, Faculty of Electronic Media. During the same year she got a scholarship from Shanghai University of International Business and Economics for professional training. She led a scientific research project called from 2018 until 2020, financed by the University of Osijek. In 2019 she got a scholarship from the Bavarian State Ministry for Science and Art. In 2020 she held her own course "Marketing and Management for Cultural Goods" at the University of Zagreb, Catholic Faculty of Theology.

Jadranka Deže, PhD, is Full Professor at the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek (Croatia), Department of Bio-economics and Rural Development, Chair for Management and Finances. She graduated in 1988 from the Faculty of Agriculture in Osijek, achieved master's degree at the Faculty of Economics in Osijek in 1997, and the PhD degree in 2002. Her research work is focused on contributing to the branch of organization and management as well as encouraging the development of entrepreneurship in agriculture. As a result of her previous activities, 122 papers have been published. She participated in and led a total of 5 national research projects and 22 professional and European projects.

Anita Dremel, PhD, received her PhD in sociology (2014) and graduated in sociology, English language and literature (2006) and Japanese studies (2007), all at the Faculty of Philosophy in Zagreb (Croatia). Since 2007, she has been teaching at the university level in a large number of courses. Her main research area is in cultural and gender sociology and sociological theory. She publishes scientific and professional articles in Croatia and abroad. She collaborates on projects (HRZZ, COST). She has mentored dozens of under-

graduate and graduate theses. She is currently working as an assistant professor at the Department of Sociology at the Faculty of Philosophy, J. J. Strossmayer University of Osijek.

Roger Ellis, PhD, is Professor Emeritus in Psychology at both the Ulster University and the University of Chester (United Kingdom). He edited Professional Competence and Quality Assurance in the Caring Professions in 1988 and more recently Professional Identity in the Caring Professions: Meaning; Measurement and Mastery. Both represent his long-standing interest in Professional Identity where he has published widely. His academic managerial career has been mainly in the education of caring professions pre and post registration for which work he received the Order of the British Empire. He has taught and managed in five universities and enjoyed a synergy between his teaching, leadership and research in promoting student learning , professional identity development and research and evaluation capability. He has published 14 books and over 200 refereed journal articles. His first book was A Guide to Social Skill Training and he has maintained an interest in the interpersonal skills of care and education while falling short of the ideal himself. He is Director of the Social and Health Evaluation Unit International, which has completed a number of programme evaluations in social and health care. His main current research interests include identity in the caring professions; programme evaluation; personal development and learning disability and values-based recruitment.

Marta B. Erdos, PhD, is Associate Professor in Mental Health and Clinical Social Work at the Institute of Social Relations, Department of Community and Social Studies, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Pécs, Hungary. Before starting her academic career as a lecturer and qualitative researcher in 2000, she used to work as a counsellor at an out-patient crisis intervention centre. Between 2016 and 2019 she was Vice Dean for Education at the Faculty. Her main area of research interest is identity transformations and evaluation research. She is Head of the Social Innovation Evaluation Research Centre.

Maja Haršanji, PhD, works as Teaching Assistant at the Department of Culture, Media and Management at the Academy of Arts and Culture in Osijek. She is a PhD candidate at the Postgraduate Interdisciplinary University Study Program at the Doctoral School of Josip Juraj Strossmayer University of Osijek. She gained work experience in the field of finance at the Department of Cultural Studies at the Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, where she was Head of the Office of Accounting and Financial Affairs. Her area of scientific and professional interest is in finance and accounting, as well as in the financing and management of cultural and nonprofit organizations. She has published several scientific and professional papers and participated in international and domestic scientific conferences.

Ivan Janić finished primary and secondary school in the city of Ilok (Croatia). In 2011 he received his master's degree from the Faculty of Economics in Osijek. Since 2015, he has managed a business consulting company in the finance and agriculture sector. The company performs service accounting activities and consulting in the preparation of project proposals from rural development programs. Since 2018, he has been employed as a project manager for finance and accounting in the company Centar kompetencija d.o.o. Since 2019, he has been a postgraduate doctoral student in Agroeconomics at the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek.

Dejan Janković, PhD, completed his studies in sociology in 2000 at the Department of Sociology, Faculty of Philosophy in Novi Sad (Serbia). He completed his postgraduate studies at the same department in 2005, and in 2011 he completed his doctoral dissertation. Since 2000, he has been employed at the Faculty of Agriculture, University of Novi Sad, at the Department of Agricultural Economics and Rural Sociology, and in 2016 he was elected associate professor in the field of Sociology. In his scientific work, he is the author and co-author of dozens of scientific papers. He is engaged in research in rural sociology, sociology of rural development and agricultural counseling. He won the award of the Serbian Sociological Society „Vojin Milić" for the best sociological book in 2015. He was the head of the Department of Agricultural Economics from 2013 to 2019. Since 2019, he has been the director of the Department of Agricultural Economics and Rural Sociology, Faculty of Agriculture in Novi Sad.

Rebeka Javor, PhD, is an Assistant Lecturer at the Department of Community and Social Studies, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Pécs, Hungary. She has a Ph.D. degree in cognitive psychology – psycholinguistics, with the primary interest in the positive effects of bilingualism. She is a member of the Social Innovation Evaluation Research Centre where the layers and development of the professional identities of different professionals are assessed. She was a psychologist at the Association of Hungarian Talent Support, where she was responsible for talent identification, development, and counselling. Currently, she is a mentor for international students at the University of Pécs.

Juraj Jurlina graduated in sociology in 2016 at the Faculty of Humanities and Social Studies in Zagreb. In 2018, he enrolled in doctoral studies at the same faculty. Since 2017 he has been employed as a teaching assistant at the Faculty of Humanities and Social Studies, J. J. Strossmayer University in Osijek. He conducts seminars and exercises in several theoretical and methodological courses. He has published several scientific papers and presented papers at several conferences. His research interests include new media, online social networks and the process of individualization, which is also the topic of his doctoral dissertation. He is a member of the research group on the project „The Impact

of the Internet and Internet Social Networks on Attitudes and Decisions on Vaccination" (HRZZ). He is one of the founders of the FFOS Center for Interdisciplinary Research.

Emma Kovačević is a teaching assistant at the Department of Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek (Croatia), where she teaches courses in social statistics and research methods in social sciences. She finished her Master's degree in Sociology at the University of Zagreb. From 2020 onwards, she has been a PhD student in Sociology at the Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Zagreb. She is currently an associate within the research project "The Impact of the Internet and Internet Social Networking Sites on the Attitudes and Decisions about Vaccination", funded by the Croatian Science Foundation.

Nataša Krivokapić, PhD, is Assistant Professor of Sociology at the Faculty of Philosophy, University of Montenegro (Montenegro). Her research interests are mainly in political sociology (processes of democratic transition and democratic values). She is one of the initiators and organizers of the MA Gender Study at the Faculty of Philosophy in Nikšić. She is the editor of the journal for sociology, social anthropology, social demography and social psychology „Sociological Light". She was the scientific secretary of the Institute of Sociology and Psychology as well as the secretary of the Society of Sociologists of Montenegro. She particiapted in several international projects as a coordinator, lecturer, researcher, and expert.

Ružica Lončarić, PhD, is a full professor at the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek (Croatia), Department of Bio-economics and Rural Development, Chair for Marketing and market research. She graduated in 1994 from the Faculty of Agriculture in Osijek, earned a master's degree at the Faculty of Economics in Osijek in 2002, and PhD in 2006. Her research work is focused on field of market and marketing, consumer behavior and foreign trade relations of agricultural products. As a result of her previous activities, 109 papers have been published. She participated in the total of six national research projects and five European projects.

Vladimir Mentus, PhD, is a research associate at the Institute of Social Sciences in Belgrade (Serbia). He holds a PhD degree from the Faculty of Philosophy, Department of Sociology, University of Belgrade. His research focuses on social psychology, economic sociology, and environmental sociology. He has worked with numerous governmental and non-governmental organizations in his field of expertise.

Vlad Zeno Millea, PhD, is a lecturer at the Faculty of Law and Social Science, Department of Sociology and Social Assistance. He graduated in 1995 at the Faculty of Social Science from Babes-Bolyai University within Cluj-Napoca and he obtained his PhD in

2007. His research work focuses on sociology of education, stratification and social mobility. As a result of his previous activity, 21 papers have been published. He participated in five European projects.

Marina Novakov, PhD, graduated in 2004 from the Department of Sociology at the Faculty of Philosophy in Novi Sad (Serbia), where she received her master's degree in 2010 and her doctorate in 2015. She has been employed since 2005 at the Department of Agricultural Economics and Rural Sociology of the Faculty of Agriculture in Novi Sad. She was elected a research associate from the ITA Sociology in 2016, and an assistant professor at the Faculty of Agriculture in Novi Sad in 2019. So far, she has participated in several scientific research projects and international scientific conferences. She is the author of one book, as well as the (co)author of dozens of published scientific papers. She is engaged in rural sociological research, with an emphasis on research of social groups in the villages.

Željko Pavić, PhD, is Associate Professor at the Department of Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek (Croatia). He graduated Sociology at at the Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Zagreb (Croatia), wherein he also finished his PhD studies in Sociology. His research interests cover sociology of education and science, sociology of religion and sociology of (new) media. Within these fields, he is especially interested in the transversal sub-topics of social and cultural capital.

Marica D. Petrović, PhD, graduated in Sociology at the Faculty of Philosophy in Novi Sad (Serbia) in 2004. She completed her master's studies at the study group for Rural Sociology at the Faculty of Agriculture in Novi Sad in 2010, defending her master's thesis on the Family and Social Position of the Old Rural Population. The doctoral dissertation entitled "Social Exclusion of Youth in Rural Communities" was defended in 2018 at the Faculty of Philosophy in Novi Sad. Since January 2006, Marica Petrović has been employed at the Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics and Rural Sociology, where in 2019 she was elected as assistant professor. She is the author of one book and dozens of scientific papers in which she deals with the issue of rural social structure, especially social, generational and gender groups, as well as other related sociological topics.

Ljiljana Pintarić graduated Sociology at the Faculty of Humanities and Social Studies, University of Zagreb (Croatia) in 2012. She enrolled in the postgraduate doctoral study of Sociology at the same faculty in 2018, and the topic of her doctoral dissertation is related to the areas of sociology of health and disease and sociology of migration. Since 2018, she has been employed as a teaching assistant at the Faculty of Humanities and Social

Studies, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, at the Department of Sociology. She participates in teaching of several courses. Her primary area of scientific interest is the sociology of health and disease.

Mihnea Preotesi, PhD, is a scientific researcher-senior researcher at the Research Institute for the Quality of Life, Romanian Academy (Romania). The themes of her interest in research are poverty, vulnerable groups (Roma, people in precarious employment), social development and social equity. He is the author of over 25 articles in academic journals, a coordinator of a collective volume, co-author of over 35 books, author and co-author of over 25 research reports. He is a participant, as coordinator and researcher, in more than 35 research projects on poverty, vulnerable groups, social development, social benefit and social services analysis.

Helena Pušak is a student of a double major graduate university study programme in Pedagogy and Sociology at the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek (Croatia). She enroled in the undergraduate study programme in October 2017, and achieved a bachelor's degree in September 2020 with an undergraduate thesis "The significance of a place and the attachment to a place in contemporary urban circumstances". In the period from October 2018 to January 2019, she performed student-teaching duties within the course Basics of Sociological Statistics I. She participated at the Festival of Science and Festival of History in 2019 at the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek.

Armano Srbljinović, PhD, received B.Sc. in mathematics, M.Sc. in computer science, and Ph.D. in sociology at the University of Zagreb. His research interests fall in the areas of social simulation, social conflict and post-conflict recovery, as well as cooperatives and ecological food production. He authored or co-authored more than 60 articles in scientific journals and conference proceedings. He has been collaborating for years on projects of the Faculty of Humanities and Social Sciences. He is a member of European Social Simulation Association, Croatian Sociological Association, Croatian Operational Research Society, Croatian Interdisciplinary Society, and the Editorial Board of the scientific journal Interdisciplinary Description of Complex Systems.

Claudiu Sebastian Ștefani, PhD is a lecturer at the University of Alba Iulia (Romania), Department of Social Sciences. He graduated from the Faculty of Sociology and Social Work at the "Babes Bolyai" University of Cluj Napoca, obtaining a degree in social work in 2000 and a master's degree in social services management in 2004. In 2013 he obtained a doctorate in the field of sociology of deviance. The main areas of scientific interest are recovery in addictions and social work with offenders in which he has published 5 books and 20 articles. He has participated as an expert in 16 national and 3 international research and social intervention projects.

Tihana Sudarić, PhD, is Associate Professor at the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek, Department of Bio-economics and Rural Development. She graduated in 1999 from the Faculty of Economcs in Osijek, achieved master's degree in 2004., and PhD in 2009. Her research work is focused on the field of agroeconomics, cooperative business, sustainable rural development and rural tourism. As a result of previous activities, 85 papers have been published. She participated in the total of five national research projects and five European projects. From 2018, she has been President for Quality assurance at the Faculty and from 2020 is Head of the Department of Bio-economics and Rural Development.

Marija Šain, PhD, is currently Assistant Professor at the Department of Culture, Media and Management at the Academy of Arts and Culture in Osijek. She graduated from the Faculty of Economics in Osijek (2011) and received her PhD at the Postgraduate Interdisciplinary University at the J. J. Strossmayer University of Osijek (2015). Her area of scientific interest is financing and management in the cultural and creative industries. She has published several scientific and professional papers and participates in international and domestic scientific conferences.

Antun Šundalić, PhD, is Full Professor at the Faculty of Economics, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek (Croatia), where he teaches Sociology, Introduction to the Methodology of Scientific Work and Business Ethics. So far, he has independently published five books - Church, Religion and Politics (Zagreb, 1999), From Resignation to Refuge (Osijek, 1999), Croatian Society and Integration Processes (Osijek, 2004), The Village – From Authenticity to Unrecognizability Osijek, 2010) and Education and Social Development (Osijek, 2015). He published independently one university textbook - Sociology, a textbook of sociology for economists (Osijek, 2011), and one in co-authorship with Ž. Pavić – Introduction to the Methodology of Social Sciences (Osijek, 2013). He has published more than 100 research and professional papers in journals and proceedings of domestic and international scientific conferences. He is also the co-editor of seven proceedings of scientific conferences. He was the Head of the scientific project financed by the Ministry of Science, Education and Sports of the Republic of Croatia „Post-transition identity of the rural area of Slavonia and Baranja". He has participated as a collaborator in several scientific research projects.

Tijana Trako Poljak, PhD, is Assistant Professor and the Chair of the Unit for Social Ecology at the Department of Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Zagreb. She is the Editor-in-Chief of the scientific journal Social Ecology, published by the Department of Sociology and the Croatian Sociological Association. She was a Fulbright Scholar. She is currently principal investigator on two scientific projects: "Social-ecological challenges of rural development: objective and subjective indicators

of resilience of Croatian rural social-ecological systems", funded by the Croatian Science Foundation (UIP-2019-04, 2020-2024), and "Ecological knowledge, attitudes and behaviour of students in Croatia", funded by the Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Zagreb (2019-2020).

Krešimir Vidačković is Professor of Multimedia Engineering and Design at Hochschule der Medien Stuttgart (Germany). After his studies at the University of Stuttgart, he worked as researcher and project lead at Frauenhofer IAO in the areas of electronic business and web engineering and completed his doctoral studies. Then, he was employed as Innovation and Technology Manager at Mackevision Medien Design GmbH, the global leader of 3D visualisation for images, videos, and interactive applications in the automotive and film industry. Since 2014, he ha taught media production of all kinds as well as the corresponding storytelling concepts and business models.

Krunoslav Zmaić, PhD, is full professor at the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek, Department of Bio-economics and Rural Development. He graduated in 1997 from the Faculty of Agriculture in Osijek, achieved master's degree in 2001, and PhD in 2004. His research work focuses on field of agrarian policy, agroeconomics and sustainable rural development. As a result of his previous activities, he has published more than 100 papers. He participated, as a coordinator and researcher in more than 15 research projects. He earned his PhD in 2017. Krunoslav Zmaić is Dean of Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek. He is also a member of numerous scientific associations and expert boards.

Mateo Žanić, PhD, is a research associate at the Vukovar branch of the Ivo Pilar Institute of Social Sciences (Croatia). He graduated in sociology (2002) and comparative literature and philosophy (2005) from the Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Zagreb, and received his PhD at the Department of Sociology of the same faculty. He is the author of the book Kultura sjećanja između emocija i institucija. Reprezentiranje Vukovarske bitke od 1991. do 2016. [Cultural memory between emotions and institutions: Representing the Vukovar Battle, 1991–2016] (2017) and has published 20 scientific papers. His fields of interest include sociology of culture, historical sociology and sociology of space.

Dražen Živić, PhD, is a geographer and demographer, permanent scientific advisor and Assistant Director of the Ivo Pilar Institute of Social Sciences. His special area of research interest: general demography, demography of Croatia, demography of small areas, ethnodemography, demography of marriage and family, school demography, demography of the Homeland War. He has published about a hundred scientific and other papers and participated in about seventy domestic and international scientific conferences. He is the winner of several state and professional scientific awards.