

# Društveno odgovorno poslovanje implementacijom "ekonomije uštipka"

---

Ljubičić, Mia

Graduate thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Dubrovnik / Sveučilište u Dubrovniku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:155:207935>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-27**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Dubrovnik](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU  
ODJEL ZA EKONOMIJU I POSLOVNU EKONOMIJU

MIA LJUBIČIĆ

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE IMPLEMENTACIJOM  
„EKONOMIJE UŠTIPKA“

SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS WITH THE  
IMPLEMENTATION OF THE "SNAP ECONOMY"

DIPLOMSKI RAD

Dubrovnik, 2024.

SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU  
ODJEL ZA EKONOMIJU I POSLOVNU EKONOMIJU

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE IMPLEMENTACIJOM  
„EKONOMIJE UŠTIPKA“

SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS WITH THE  
IMPLEMENTATION OF THE "SNAP ECONOMY"

DIPLOMSKI RAD

Kolegij: (Poslovna analiza i planiranje)

Studij: (Hotelijerstvo)

Vrsta studija: (stručni)

Razina: (diplomski)

Studijski smjer: (Hotelijerstvo)

Mentor: (Ivan Jelčić)

Student: (Mia Ljubičić)

JMBAG: 6019832103290117043

Dubrovnik, rujan 2024.

## SAŽETAK

„Ekonomija uštipka“ bavi se sa dva najhitnija problema čovječanstva: iskorjenjivanjem globalnog siromaštva uz zadržavanje unutar granica ograničenih resursa planeta. Iako se navedeno čini vrlo jednostavno, promjena načina razmišljanja je najteži dio provedbe takvog programa. Umjesto podržavanja i stremjenja rastu, kao jedinom pokazatelju napretka, „ekonomija uštipka“ se oslanja na dobrobit ljudi i okoliša kao mjerama održivog poslovnog rasta. Društveno odgovorno poslovanje je već duže vrijeme implementirano u poslovanje mnogih kompanija, a implementacija „ekonomije uštipka“, može se reći, je u svojim začetcima. Nekoliko je gradova/mjesta na svakom kontinentu koji su implementirali „ekonomiju uštipka“, sa tendencijama da se proširi i da ju implementiraju i drugi gradovi u svijetu, a što je sve predstavljeno u nastavku rada.

Ključne riječi: društveno odgovorno poslovanje, „ekonomija uštipka“, implementacija

## **ABSTRACT**

"Doughnut economy" deals with two of humanity's most pressing problems: eradicating global poverty while keeping within the limits of the planet's limited resources. Although the above seems very simple, changing the way of thinking is the most difficult part of implementing such a program. Instead of supporting and striving for growth as the only indicator of progress, the "pinch economy" relies on the well-being of people and the environment as measures of sustainable business growth. Socially responsible business has been implemented in the operations of many companies for a long time, and the implementation of the "doughnut economy", it can be said, is in its infancy. There are several cities/towns on every continent that have implemented the "doughnut economy", with tendencies to expand and be implemented by other cities in the world, which is all presented in the rest of the paper.

Keywords: socially responsible business, "doughnut economy", implementation

## SADRŽAJ:

<b>SAŽETAK</b> .....	<b>I</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>II</b>
<b>1. UVOD</b> .....	<b>1</b>
1.1. Definicija rada .....	1
1.2. Svrha i ciljevi rada .....	1
1.3. Metodologija rada .....	2
1.4. Struktura rada.....	2
<b>2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE</b> .....	<b>3</b>
2.1. Definicija društveno odgovornog poslovanja .....	3
2.2. Razvoj društveno odgovornog poslovanja .....	6
2.3. Prednosti poslovanja na društveno odgovoran način .....	11
2.4. Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj .....	15
2.5. Društveno odgovorno poslovanje u svijetu.....	17
<b>3. „EKONOMIJA UŠTIPKA“ I DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE</b> .....	<b>20</b>
3.1. Pojam „ekonomije štipka“ .....	22
3.2. Povijest „ekonomije uštipka“ .....	25
3.3. Osnovni ciljevi „ekonomije uštipka“ .....	27
3.4. Načela i prakse „ekonomije uštipka“.....	28
3.5. Granice „ekonomije uštipka“ u prosperiranju?.....	31
3.6. Kritike modela „ekonomija uštipka“ .....	32
<b>4. „EKONOMIJA UŠTIPKA“ U EKONOMIJAMA STVARNOG SVIJETA</b> .....	<b>33</b>
4.1. „Ekonomija uštipka“ u Amsterdamu .....	34
4.2. „Ekonomija uštipka“ u Bruxellesu .....	36
4.3. „Ekonomija uštipka“ u Melbourneu .....	37
4.4. „Ekonomija uštipka“ u Berlinu.....	39

4.5. „Ekonomija uštipka“ u Sydneyu .....	40
<b>5. ZAKLJUČAK.....</b>	<b>43</b>
<b>LITERATURA.....</b>	<b>45</b>
<b>POPIS SLIKA .....</b>	<b>48</b>

## **1. UVOD**

„Ekonomija uštipka“ je teorija koja predlaže promjenu ekonomskog modela kao odgovor na veliki izazov čovječanstva iskorjenjivanja globalnog siromaštva uz pomoć ograničenih prirodnih resursa planeta.

### **1.1. Definicija rada**

Kompanije imaju obvezu ne samo dati prioritet vrijednosti za dioničare, već i voditi svoje operacije na način koji pridonosi poboljšanju društva. Kako bi ispunile svoju društvenu odgovornost, tvrtke bi trebale provoditi politike koje potiču dobrobit društva i okoliša, a istovremeno minimiziraju sve negativne učinke na njih.

„Ekonomija uštipka“ usredotočena je na stvaranje društva u kojem svatko ima ono što mu treba i odgovorno koristi resurse kako bi osigurao očuvanje okoliša. „Ekonomija uštipka“ je ekonomski model koji se razvija i zadovoljava potrebe svih ljudi i planeta. I ljudi i kompanije prilagodili su se ovom novom načinu razmišljanja. „Ekonomija uštipka“ utjelovljuje važnost razumijevanja i poštivanja ograničenja resursa planeta kako bi ljudi i okoliš mogli ići u istom smjeru.

### **1.2. Svrha i ciljevi rada**

Svrha rada je predstaviti pojam društveno odgovornog poslovanja i „ekonomije uštipka“. Kroz predstavljanje navedenog, cilj rada je predstaviti razloge pokretanja i implementiranja društveno odgovornog poslovanja „ekonomijom uštipka“ te benefite koje cijela društvena i poslovna zajednica, kao i planet, imaju od implementacije društveno odgovornog poslovanja „ekonomijom uštipka“.



### **1.3. Metodologija rada**

Za izradu rada koristit će se podaci iz sekundarnih izvora i to iz raznih domaćih i stranih izvora: knjige koje se odnose na temu rada, stručni časopisi i razne publikacije objavljene na internetu.

Prilikom izrade rada koristit će se znanstvene metode indukcije i dedukcije, metoda deskripcije i kompilacije. Temeljem analize pojedinačnih činjenica, induktivnom metodom, doći će se do zaključka o općem sudu, odnosno deduktivnom metodom, će se iz općih sudova izvesti opći i pojedinačni zaključci. Metoda deskripcije će se koristiti u radu za opisivanje činjenica, procesa i predmeta bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja. Prilikom preuzimanja tuđih opažanja, stavova, zaključaka i spoznaja koristit će se metoda kompilacije.

### **1.4. Struktura rada**

Rad se sastoji od pet poglavlja.

U prvom, uvodnom poglavlju, predstavljena je definicija rada, svrha i ciljevi rada, metodologija rada te struktura rada.

Društveno odgovorno poslovanje, kroz definiciju društveno odgovornog poslovanja, njegov razvoj, prednosti poslovanja na društveno odgovoran način, društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj i društveno odgovorno poslovanje u svijetu je predstavljeno u drugom poglavlju.

Treće poglavlje obrađuje „ekonomiju uštipka“ i društveno odgovorno poslovanje kroz pojam „ekonomije uštipka“, povijest „ekonomije uštipka“, osnovne ciljeve „ekonomije uštipka“, načela i prakse „ekonomije uštipka“, granice „ekonomije uštipka“ te donosi kritike modela „ekonomije uštipka“.

O „ekonomiji uštipka“ u ekonomijama stvarnog svijeta, odnosno gradovima Amsterdamu, Bruxellesu, Melbourneu, Berlinu i Sydneyu, govori se u četvrtom poglavlju.

Peto, zaključno poglavlje, sažima temu ovog rada.

## **2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE**

Društveno odgovorno poslovanje uključuje dobrovoljnu integraciju društvenih i ekoloških pitanja u svoje poslovanje, kao i interakcije s različitim dionicima kao što su vlasnici, dioničari, zaposlenici, potrošači, dobavljači, vlade, mediji i javnost (Šijaković, Krišto, Batak, 2013).

### **2.1. Definicija društveno odgovornog poslovanja**

Ideja društveno odgovornog poslovanja uključuje tvrtke koje dobrovoljno uključuju brigu za društvo i okoliš u svoje poslovanje i interakciju s dionicima. Društvena odgovornost nadilazi ispunjavanje zakonskih zahtjeva i također uključuje ulaganje u ljudske resurse, okoliš i odnose s dionicima. Ulaganjem u ekološki prihvatljive tehnologije, tvrtke mogu poboljšati svoju konkurentnost. Slično, u društvenom području, ulaganje u obrazovanje, poboljšanje radnih uvjeta i poticanje pozitivnih odnosa među zaposlenicima može doprinijeti povećanju produktivnosti (Pavić-Rogošić).

Ideja društvene odgovornosti obuhvaća niz pojmova, uključujući održivi razvoj, etičke poslovne prakse, korporativna partnerstva, korporativnu održivost i koncept trostruke donje linije (Krkač, 2007).

Osim davanja prioriteta vrijednosti za dioničare, tvrtke sada prepoznaju značaj društvene odgovornosti, koja podrazumijeva djelovanje koje koristi društvu u cjelini, a ne samo fokusiranje na vlastite interese. Ovaj koncept postaje sve popularniji među ulagačima i potrošačima koji traže ulaganja koja ne samo da ostvaruju profit, već daju i pozitivan doprinos društvu i okolišu. Iako su kritičari kroz povijest tvrdili da su poduzeća primarno zabrinuta za vlastiti uspjeh i da ne smatraju društvo dionikom, mlađe generacije aktivno prihvaćaju društvenu odgovornost i kataliziraju transformativne pomake (Ganti, 2023).

Isto tako, pojam društvene odgovornosti različito se definira ovisno o tome promatra li se iz akademske, poslovne, političke perspektive ili perspektive nevladinog sektora. Perspektive i načini gledanja na društveno odgovorno poslovanje mijenjali su se kroz povijest, pa tako ni danas nije postignut općeniti konsenzus o ovom fenomenu (Omazić, 2007).

Većina definicija opisuje društvenu odgovornost kao koncept prema kojem poduzeća dobrovoljno uključuju društvena i ekološka pitanja u svoje poslovanje i interakcije sa zainteresiranim skupinama. Biti društveno odgovoran ne znači samo ispunjavanje zakonskih zahtjeva i očekivanja, već i ulaganje u ljudski kapital, okoliš i odnose sa interesno-utjecajnim skupinama (Europska komisija, 2023).

U akademskim i poslovnim krugovima koji proučavaju društveno odgovorno ponašanje poduzeća i organizacija, pa čak i unutar poduzeća, postoje veliki nesporazumi o odnosu društvene odgovornosti i održivog razvoja, a postoji i zbrka u pojmovima. Neki autori tvrde da su društveno odgovorno poslovanje i održivi razvoj paralelni koncepti šire paradigme (korporacijske održivosti). Drugi autori tvrde da se održivi razvoj promatra kao društveno-politički model na globalnoj razini, dok je društveno odgovorno poslovanje koncept na mikrorazini društva. Iako se često smatra da održivi razvoj naglašava samo ekološki prihvatljiva ponašanja, definicija održivog razvoja uključuje stvaranje održive budućnosti od strane vlada, društva, tvrtki i pojedinaca i od njih se očekuje odgovornost i međudjelovanje (Krkač, 2007). U pravilu, društvena odgovornost uvjetuje prisutnost društvene kontrole kao skupa aktivnosti kroz koje se ljudi podučavaju, uvjeravaju ili prisiljavaju da se pridržavaju normi, a može se razmatrati na razini svijeta, države, tvrtke i pojedinca (Pavičić, 2003).

Prema Svjetskom poslovnom vijeću za održivi razvoj, društveno odgovorno poslovanje karakterizira predanost poduzeća promicanju održivog gospodarskog razvoja i suradnji sa svojim zaposlenicima, njihovim obiteljima, lokalnim zajednicama i društvom u cjelini kako bi se poboljšala ukupna kvaliteta života (Kotler, 2009). Društvena odgovornost poduzeća, kako je definirala Business for Social Responsibility (BSR), obuhvaća širok raspon korporativnih politika, praksi i programa koji su neprimjetno integrirani u sve aspekte poslovnih operacija, lanaca opskrbe i procesa donošenja odluka. Svjetski ekonomski forum naglašava da društveno odgovorno poslovanje odražava vrijedne doprinose koje tvrtke daju društvu kroz svoje temeljne aktivnosti, ulaganja, filantropske inicijative i angažman u javnoj politici (Omazić, 2007).

CSR (Corporate Social Responsibility), organizacija koja promiče društveno odgovorne korporativne prakse u okvirima EU, ističe da je društvena odgovornost poslovna strategija koja

ima za cilj doprinijeti ekonomskom zdravlju zajednice, osigurati dobra radna mjesta zaposlenicima i ponuditi potrošačima sigurne proizvode (CSR Europe, 2016).

Slika 1. prikazuje koncept društveno odgovornog poslovanja



Slika 1.: Koncept društveno odgovornog poslovanja

Izvor: Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2006): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Academy for Educational Development, MAP Savjetovanja d.o.o., Zagreb

Društveno odgovorno poslovanje kao koncept zahtijeva transformaciju cjelokupnog društva. Iako je poslovni sektor u središtu gornjeg koncepta, kao što je prikazano na slici 1., društveno odgovorno poslovanje jednako je izazov za vladine agencije, civilno društvo, međuvladine organizacije, akademsku zajednicu itd., koji bi svi trebali poduzeti mjere kao partneri za gospodarsku suradnju, katalizirati promjene i pomoći im da ostvare društvena očekivanja, programe za djecu i više.

## 2.2. Razvoj društveno odgovornog poslovanja

Razvoj modernog koncepta društvene odgovornosti poduzeća može se pratiti unazad do 1950-ih, kako ističe Carroll (1999). Tijekom tog vremena društveni aktivizam počeo je igrati značajnu ulogu u promicanju društveno odgovorne poslovne prakse. Fokus DOP-a pomaknuo se prema moralnim načelima i etičkom ponašanju. U 1960-ima i 1970-ima proučavanje korporativnog DOP-a dobilo je na značaju zbog pojave različitih društvenih pokreta koji su doveli u pitanje tradicionalni pristup korporativnom upravljanju, koji je na prvom mjestu stavljao profit i postizanje ciljeva. DOP su donijele organizacije koje su revolucionirale tradicionalne poslovne prakse. Međutim, Krkač (2007), hrvatski autor, tvrdi da je koncept relativno novi, pojavio se 1990-ih, iako su pojedine tvrtke već prihvatile pojam šire društvene odgovornosti još 1970-ih. Unatoč tome, Bakker, Groenewegen i Honda (2005) identificiraju različita razdoblja u evoluciji DOP-a (Stojanović i Milinković, 2014):

- 1) začetak i inovacije u 1960-toj godini,
- 2) razvoj i ekspanzija u periodu 1972-1979. godine,
- 3) institucionalizacija 1980-1987. godine,
- 4) faza sazrijevanja 1988-1996. godine.

Evolucija DOP-a ne može se precizno odrediti do jednog trenutka u povijesti. Umjesto toga, postupno se razvijao i stekao široko priznanje tek u prošlom desetljeću, osobito u Sjevernoj Americi i Zapadnoj Europi. U Sjevernoj Americi izraz "korporativna filantropija" pojavio se kao jedna od najranijih manifestacija DOP-a i još uvijek prevladava. Koncept DOP-a dobio je zamah tijekom 1960-ih sa sve većim zahtjevima potrošača, nakon čega je uslijedio ekološki pokret u 1970-ima i sve veća zabrinutost oko društvenog utjecaja gospodarstva u 1990-ima (Bagić, Škrabalo i Narančić, 2006).

Tablica 1 prikazuje razne značajne događaje, izvješća, pothvate i ustanove diljem svijeta koji su odigrali ključnu ulogu u usponu društvene odgovornosti poduzeća i njegovoj transformaciji iz periferne brige u središnji fokus političkog angažmana tijekom proteklog desetljeća. Važno je napomenuti da iako događaji navedeni u tablici možda nisu izravno potaknuli DOP inicijative, ali su stvorili globalnu pozadinu koja je olakšala njihovu provedbu.

Tablica 1.: Događaji u svijetu i razvoj društveno odgovornog poslovanja

DOGAĐAJI U SVIJETU	GODINA	EVOLUCIJA DOP-a
	1983/4	Osnovan Business in The Community (Gospodarstvo u zajednici – BTC)
Izveštaj Gro Harlem Brundtland	1987	Okrugli stol u Cauxu, osnovan SustainAbility
Ujedinjenje Njemačke nakon pada Berlinskog zida	1990	Osnovan je IBLF (The Prince of Wales International Business Leaders Forum – Međunarodni forum poslovnih lidera princa od Walesa)
Sastanak na vrhu u Riu	1991	Oformljena Grupa za gospodarstvo Amnesty Internationala
Shell Brent Spar	1992	Osnovani su World Business Council for Sustainable Development (Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj – WBCSD) i Business for Social Responsibility (Poslovni svijet za društvenu odgovornost – BSR)
Nike /Dječji rad	1995	Osnovan je CSR Europe
Trobilančni koncept	1996	ISO 14000; Svjetski gospodarski forum (WEF) – Odjel za korporativno građanstvo
	1997	SA 8000, Inicijativa za etično trgovanje, Globalna inicijativa za izvještavanje, Svjetska banka – Poslovni partneri za razvoj
	1998	Vlada Ujedinjenog Kraljevstva – postavljen Ministar za DOP Kopenhaški centar (The Copenhagen Centre)
	1999	Globalna Sullivanova načela
	2000	UN-ov Globalni sporazum
Skandali Enron i Worldcom UNDP-ov Sastanak na vrhu o održivom razvoju	2001	Zelena knjiga EU WEF – Inicijativa za globalno korporativno građanstvo Promocija europskog okvira DOP-a
	2002	EU – Priopćenje o društvenoj odgovornosti poduzeća (EU Communication Concerning Corporate Social Responsibility – Bijela knjiga)
	2003	UNDP-ovi Milenijski razvojni ciljevi Ekvatorska načela

Izvor: Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2006). Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Academy for Educational Development, Zagreb, MAP Savjetovanja d.o.o.

Tablica prikazuje činitelje i globalne događaje koji su vodili prema pojavi društveno odgovornog poslovanja kao nove poslovne teme i sve značajnijem sredstvu za ostvarenje promjena i razvoja.

Osim njih, na širenje društveno odgovornog poslovanja utjecali su i mnogi vanjski činitelji, a neki od glavnih vanjskih činitelja i konteksta su (Bagić, Škrabalo i Narančić, 2006):

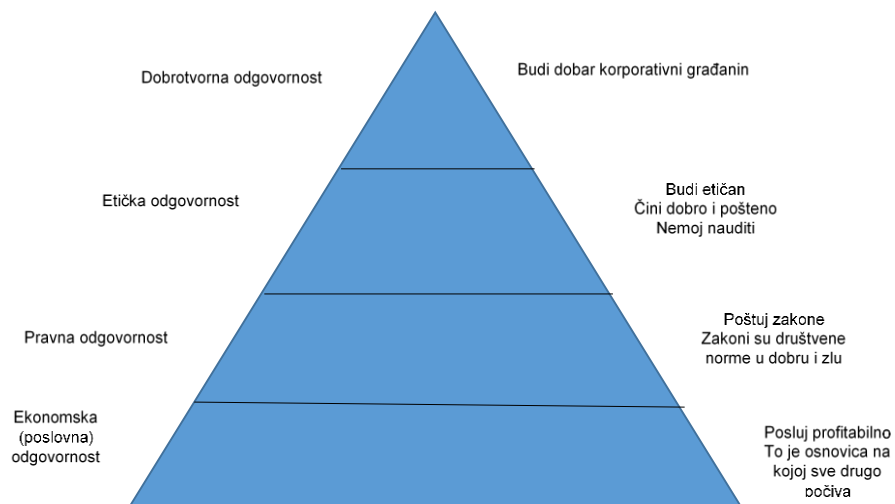
- pojava informacijske tehnologije i približavanje društava gospodarstvu temeljenom na znanju doveli su do značajnih promjena i perspektiva u području komunikacije, svakodnevnog života i profesionalnih nastojanja. Međutim, ova su poboljšanja dostupna samo dijelu globalne populacije koji može aktivno sudjelovati u tom napretku. Zadatak koji je pred cijelim svijetom je rješavanje problema "digitalnog jaza" i osiguravanje šireg segmenta društva u pristupu informacijskim tehnologijama. Ovo je nastojanje ključno za stvaranje prilika za zapošljavanje, poticanje socijalne integracije i sprječavanje potencijalne nestabilnosti.,
- s padom Berlinskog zida i potonjim otvaranjem novih tržišta i političkim promjenama, ekonomije koje djeluju na tržišnim principima sada obuhvaćaju približno 3 milijarde pojedinaca. Pokretačka snaga rasta i razvoja prešla je na poslovne aktivnosti, potaknuvši pitanja o odgovornostima i ograničenjima poduzeća. Tradicionalne granice između tvrtki počele su blijedjeti, što je dovelo do pojave virtualnih mrežnih organizacija putem strateških saveza, zajedničkih ulaganja, opskrbnih lanaca i partnerstava. Slično tome, linije koje razdvajaju gospodarstvo od ostalih sektora društva postaju sve nejasnije. Međutim, te su transformacije dočekane s rastućim osjećajem nezadovoljstva, budući da su percipirane nejednakosti u raspodjeli dobiti globalizacije potaknule ogorčenje,
- uspon gospodarstva usredotočenog na potrošače izazvao je zahtjeve za većom transparentnošću i odgovornošću od tvrtki, koje pokreću potrošači i grupe za zagovaranje ne samo u Europi i Sjevernoj Americi nego i u drugim regijama. Tehnološki napredak pojačao je utjecaj ovih skupina, posebice onih s poznatim robnim markama, i dao im moć da tvrtke pozivaju na odgovornost za svoje društveno neprihvatljive postupke, posebice u njihovom poslovanju na tržištima u razvoju,
- proliferacija nevladinih organizacija (NVO) izravna je posljedica učinaka koje je donijela globalizacija. Ove su organizacije posvećene držanju gospodarstva odgovornim za

svoje postupke, bacajući svjetlo na kritike da gospodarstvo daje prednost profitu nad dobrobiti društva i okoliša. Pojava brojnih nevladinih organizacija naglašava rastuću zabrinutost zbog utjecaja gospodarskih ulaganja i poslovanja,

- u novije vrijeme došlo je do značajnog porasta skepticizma prema institucijama tržišnog gospodarstva. Ovaj nedostatak povjerenja pojavio se nakon široko objavljenih ekonomskih skandala, uključujući Enron i WorldCom. Korupcija je i dalje raširena u mnogim zemljama, uz rasprostranjen propust da se pojedince pozove na odgovornost za svoje postupke. Kao rezultat toga, pritisak dionika se pojačao, postavljajući veća očekivanja od poslovne zajednice da se pozabavi složenim društvenim i ekonomskim izazovima.

Danas je koncept društveno odgovornog poslovanja jedno od najdinamičnijih koncepata suvremenog poslovanja. Mnoge su teorije o korporacijskoj odgovornosti, a među njima se ističe ona A. Carrol te Keitha Davisa.

Carrollova objava piramide društvene odgovornosti imala je značajan utjecaj na prihvaćanje i širenje DOP pokreta, kao što je prikazano na slici 2. (Stojanović i Milinković, 2014).



Slika 2.: Piramida društvene odgovornosti prema A. Carroll

Izvor: izrada autorice prema Stojanović, S. i Milinković, K. Društveno odgovorno poslovanje kao oblik poslovanja poduzeća, dostupno na:

[http://www.vpsz.hr/media/files/ZBORNIC\\_Book\\_of\\_Proceedings\\_1st\\_Conf\\_FR.pdf](http://www.vpsz.hr/media/files/ZBORNIC_Book_of_Proceedings_1st_Conf_FR.pdf)



Caroll je iznio prijedlog ocrtavajući hijerarhijsku strukturu koja uspostavlja prioritarno rangiranje odgovornosti na četiri različite razine:

- 1) prva razina: ekonomska odgovornost - primarni i ključni etički imperativ u smislu ekonomije je davanje prioriteta profitabilnosti, budući da ona služi kao preduvjet za sve druge aspekte društvene odgovornosti poduzeća,
- 2) druga razina: pravna odgovornost -svaka tvrtka ima obvezu biti odgovorna pravna osoba, pridržavati se zakona i pravila ponašanja.,
- 3) treća razina: etička odgovornost – ponašanje u skladu s etičkim standardima društveno odgovornog poslovanja,
- 4) četvrta razina: filantropija – najveća odgovornost tvrtke leži u njenoj predanosti da djeluje kao odgovoran korporativni subjekt, aktivno doprinoseći dobrobiti pojedinaca i zajednice u kojoj posluje (Stojanović i Milinković, 2014).

Keith Davis formulirao je široko priznati okvir za društvenu odgovornost poduzeća. On ocrtava skup od pet načela koja pojašnjavaju obrazloženje i metode koje stoje iza predanosti tvrtki da ispune svoje odgovornosti u promicanju dobrobiti organizacije i društva. Sljedećih je pet temeljnih komponenti ovog modela:

1. prva postavka: koncept društvene odgovornosti proizlazi izravno iz utjecaja i autoriteta koji netko ima u društvu,
2. druga postavka: da bi tvrtke napredovale, moraju funkcionirati kao dvostrani otvoreni sustav, aktivno primati informacije od društva dok javnosti transparentno prikazuju vlastite aktivnosti,
3. treća postavka: U određivanju treba li nastaviti s proizvodnjom proizvoda ili usluga, ključno je temeljito procijeniti i izračunati troškove i povrate povezane s njima,
4. četvrta postavka: klijenti snose teret društvenih troškova povezanih sa svakom aktivnošću, proizvodom ili uslugom,
5. peta postavka: kao odgovorni građani, poslovne institucije dužne su se angažirati u rješavanju društvenih problema koji nadilaze njihov uobičajeni okvir poslovanja. (Stojanović i Milinković, 2014).

### **2.3. Prednosti poslovanja na društveno odgovoran način**

Činjenica je da je cilj poslovanja svakog poduzeća ostvarivanje profita koji je na današnjem, globalnom tržištu, sve teže ostvariti i poduzeća moraju kontinuirano i svakodnevno raditi na podizanju svoje konkurentnosti. Društveno odgovorno poslovanje može poslužiti kao alat u postizanju konkurentske prednosti poduzeća.

Dr.sc. Mirjana Matešić, ravnateljica Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj, je izjavila: „Svakako da DOP može poslužiti kao alat konkurentske prednosti, pogotovo ako imate odgovorne potrošače. Koristeći inovativni i moderni pristup koji uvažava potrebe okoline i okoliša, na neki način lakše zadovoljavate potrebe tih istih potrošača.“ Prema njezinim riječima, DOP je: „... strateški pristup vođenju poduzeća, u kojem njegovo vodstvo razumije širi kontekst u kojem se aktivnosti poduzeća odvijaju, kao i njihov utjecaj na okoliš i okolinu. Donošenjem odluka koje uvažavaju interese društva i okoliša, poduzeće doprinosi boljitku zajednice u kojoj posluje, štiti resurse i okoliš o kojem ovisi te postaje konkurentno i napredno poduzeće, spremno suočiti se s izazovima tržišta“ (Visoka poslovna škola Zagreb, 2014).

Uključivanje u društveno odgovorne inicijative može donijeti značajne prednosti i tvrtkama i društvu u cjelini. Prema Van de Venu, prihvaćanje društveno odgovornog pristupa obostrano je korisna strategija, koja se često naziva perspektivom "win-win". Aktivno podupirući dobrotvorne svrhe, organizacije ne samo da mogu prikupiti više sredstava za ove inicijative, već i učinkovito educirati javnost i povećati svijest zajednice. Ovaj zajednički napor između organizacije i zajednice pomaže u jačanju brenda i položaja organizacije, što rezultira pozitivnim učinkom za obje uključene strane (Glavočević, Radman Peša, 2013).

Kotler i Lee (2009) su proveli istraživanje jedne od vodećih neprofitnih organizacija, Business for Social Responsibility, i na temelju provedenog istraživanja zaključili da su tvrtke koje posluju prema konceptu društvene odgovornosti ostvarile niz različitih koristi, kao što su, između ostalih:

- povećanje prodaje i udjela na tržištu,
- jačanje pozicije brenda,
- jačanje korporativnog imidža i utjecaja,
- jačanje mogućnosti za privlačenje, motiviranje i zadržavanje zaposlenika,
- smanjenje troškova poslovanja,

- povećanje privlačnosti za investitore i financijske analitičare.

Tablica 2 prikazuje različite prednosti koje tvrtke počinju priznavati kada je u pitanju društveno odgovorno poslovanje. Bagić, Škrabalo i Narančić (2006) tvrde da se DOP proteže dalje od pukog izvršavanja djela dobre volje radi osobnog zadovoljstva. Poslovni razlozi koji stoje iza DOP-a organizacijama postaju sve očitiji.

Tablica 2.: Koristi društveno odgovornog poslovanja za gospodarstvo

<p><b>Upravljanje ugledom, robnom markom i rizikom</b></p>	<p>Kada se tvrtke ponašaju odgovorno, to dovodi do povoljne percepcije javnosti, čuvanja njihove marke i lojalnosti kupaca, kao i visokog položaja. Ovo također omogućuje grupama aktivista i drugim dionicima da imaju veći nadzor. Ovo je posebno važno za tvrtke s dobro uspostavljenim robnim markama, posebno ako posluju u zemljama u kojima aktivističke skupine imaju značajan utjecaj. Na primjer, BT Mobile u Ujedinjenom Kraljevstvu utvrdio je da se 25% njihove korporativne reputacije i zadovoljstva potrošača može pripisati njihovim DOP inicijativama.</p>
<p><b>Konkurentnost i tržišno pozicioniranje</b></p>	<p>Dok su tvrtke obvezne ispuniti temeljna očekivanja potrošača kao što su pristupačnost, kvaliteta, sigurnost i funkcionalnost, među potrošačima postoji sve veći trend da odluke o kupnji donose na temelju dodatnih kriterija. Ovi kriteriji obuhvaćaju vrijednosti kao što je potpora tvrtkama koje podržavaju etičke radne prakse i suzdržavaju se od korištenja dječjeg rada, minimiziraju utjecaj na okoliš i suzdržavaju se od upotrebe genetski modificiranih materijala ili sastojaka.</p> <p>Vijetnamska inicijativa za poslovno povezivanje služi kao najbolja ilustracija kako poboljšanje zdravstvenih i sigurnosnih standarda na radnom mjestu i davanje prioriteta očuvanju okoliša izravno povećavaju</p>

	<p>konkurentsku prednost vijetnamskih tvrtki za proizvodnju obuće. Tekući napori vrte se oko pružanja sveobuhvatne obuke upraviteljima tvornica, s naglaskom na zdravlje i sigurnost na radu, kao i upravljanje okolišem. Ove inicijative obuhvaćaju informativne radionice s ciljem uvođenja certifikata SA8000 za standarde radne snage i šire.</p>
<p><b>Zapošljavanje nove radne snage, motivacija i zadržavanje zaposlenika</b></p>	<p>Tvrtke koje pokažu predanost društveno odgovornom poslovanju uživaju brojne pogodnosti, uključujući posvećene zaposlenike, povećanu produktivnost i uštede troškova povezane sa smanjenom fluktuacijom radne snage, zapošljavanjem i obukom. Istraživanje koje je provela The Corporate Citizenship Company tijekom Međunarodne godine volontiranja 2001. pokazalo je da su zaposlenici Accenturea i Shella koji su volontirali u inozemstvu svoju tvrtku smatrali privlačnijom. Jedan je zaposlenik naglasio važnost usklađivanja vrijednosti tvrtke s vrijednostima potencijalnih zaposlenika, kao i nuđenje fleksibilnosti radnog mjesta. Sve više mladi stručnjaci koji traže zaposlenje, osobito u tvrtkama za profesionalne usluge, aktivno traže dokaze o provedbi DOP-a. Shodno tome, najčešće posjećeni dijelovi korporativnih web stranica su oni koji ističu aktivnosti DOP-a.</p>
<p><b>Učinkovitost poslovanja</b></p>	<p>Dokazi dosljedno pokazuju da uključivanje u inicijative društvene odgovornosti dovodi do smanjenja troškova. Jedan značajan primjer je implementacija učinkovitog upravljanja okolišem, koje ne samo da smanjuje troškove, već također potiče inovacije u razvoju proizvoda.</p>

	<p>U Cisco Systems, Odjel za očuvanje energije marljivo prati troškove dok minimalizira negativan utjecaj na okoliš. Implementacijom inovativnih dizajna objekata i promicanjem odgovornih ekoloških praksi među zaposlenicima, Cisco je uspješno smanjio godišnju potrošnju energije za milijun kilovat sati. Kako bi to postigao, Cisco ulaže u vrhunske upravljačke sustave i visoko učinkovite rashladne uređaje za svoje nove zgrade. Unatoč početnim troškovima, dugoročne uštede energije više nego nadoknađuju te troškove. Osim toga, Cisco Systems daje prioritet očuvanju okoliša integrirajući ga u svoj dizajn proizvoda kroz program Design for the Environment (DfE). Ovaj sveobuhvatni program obuhvaća operacije, projektiranje pogonskih procesa i razvoj proizvoda u Ciscu.</p>
<p><b>Dostupnost kapitala i ulagački odnosi</b></p>	<p>Primjena načela društveno odgovornog ulaganja (SRI) značajno je porasla, što je rezultiralo time da su tvrtke kojima je prioritet društveno odgovorno poslovanje (CSR) dobile pristup prethodno nedostupnom kapitalu. Jasno je da tvrtke koje strateški prihvaćaju DOP imaju veću vjerojatnost da će postići učinkovito cjelokupno upravljanje.</p> <p>Postoji rastući trend među tvrtkama da se aktivno uključe u organizirane dijaloge s ključnim dionicima, posebice investicijskim tvrtkama i fondovima koji daju prioritet društveno odgovornom ulaganju (SRI). To označava sve veće prepoznavanje važnosti očuvanja okoliša i društvenih pitanja kao ključnih čimbenika u procjeni rizika ulaganja. Štoviše, radnje i inicijative koje poduzeća poduzimaju u tim domenama sada se</p>

	<p>smatraju pokazateljima ukupne kompetencije i učinkovitosti njihova upravljanja.</p> <p>Uspostava Projekta otkrivanja ugljika pokazatelj je sve većeg prepoznavanja društvenih i ekoloških rizika, primjer rastuće svijesti o ovom pitanju među konzorcijem velikih institucionalnih ulagača. Fokus ovog projekta vrti se oko ispitivanja kako svijest o klimatskim promjenama može potencijalno utjecati na vrijednost kapitala poduzeća na globalnoj razini. Kako bi prikupio relevantne informacije, projekt je došao do 500 najvećih svjetskih tvrtki i zatražio od njih da objave podatke o svojim emisijama stakleničkih plinova.</p>
--	---

Izvor: Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2006): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Academy for Educational Development, Zagreb, MAP Savjetovanja d.o.o.

Mnoštvo dobrobiti koje donosi društveno odgovorno poslovanje proteže se i izvan same tvrtke, obuhvaćajući, kako se iz svega ovoga može zaključiti, cjelokupno društvo.

Kroz društveno odgovorno poslovanje poduzeće povećava svoju konkurentnost, povećava tržišni udio, produktivnost, dobiva veću lojalnost potrošača i sl., a istovremeno čini dobro djelo za društvenu zajednicu.

#### **2.4. Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj**

Koncept društveno odgovornog poslovanja globalno se pojavio sredinom 20. stoljeća, no u Hrvatskoj je relativno novija poslovna praksa. Različiti čimbenici poput tranzicijskog šoka, utjecaja rata, gospodarske krize i nedostatka državnih poticaja pridonijeli su sporijem usvajanju ove prakse na našem tržištu. Ipak, valja istaknuti da je posljednjih godina došlo do pozitivnog pomaka u situaciji. Hrvatske tvrtke prepoznale su vrijednost društveno odgovornog poslovanja kao snažnog sredstva za postizanje konkurentske prednosti (Glavočević i Radman Peša, 2013).

Tema društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj se počela aktualizirati krajem 90-ih godina prošlog stoljeća, zahvaljujući naporima organizacija civilnog društva. Te su organizacije bile usredotočene na ideju korporativne filantropije, koja je uključivala korištenje donacija poduzeća za financiranje projekata koji su imali pozitivan društveni učinak. Različiti ključni dionici okupili su se kako bi razgovarali i razvili različite aspekte društveno odgovornog poslovanja. Tek tri godine nakon Earth Summita u Rio de Janeiru 1992. godine, koji je pozvao na osnivanje organizacija koje bi okupljale društveno odgovorne gospodarske subjekte, Društvo za unapređenje kvalitete života Zagreb pokrenulo je inicijativu za pokretanje projekta. Ovaj projekt imao je za cilj osnivanje Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR), koji je kasnije postao dio Svjetskog poslovnog savjeta za održivi razvoj. Sredinom 1997. godine HR PSOR započinje s radom kao neprofitna subjekt u gospodarstvu. Njegovi članovi, prepoznajući održivi razvoj kao jedini održivi pristup dugoročnom uspjehu u razvoju i poslovanju, osnovali su HR PSOR. Ova je organizacija sastavni dio svjetske mreže koja se sastoji od PSOR-a iz zemalja u razvoju, kao i njihovih pridruženih organizacija na nacionalnoj ili regionalnoj razini.

Vlada Republike Hrvatske postavila je cilj povećati svijest o društveno odgovornom poslovanju. Kako bi podržalo razvoj DOP-a, Ministarstvo gospodarstva je u svoj program implementiralo niz aktivnosti. Ove aktivnosti imaju za cilj poboljšati zdravstvene i sigurnosne uvjete radnika, povećati konkurentnost i produktivnost, olakšati pristup kapitalu i uspostaviti učinkovitije dugoročno upravljanje rizicima. U prosincu 2004. godine organizirana je Prva nacionalna konferencija o društveno odgovornom poslovanju, koja je označila početak sustavnijeg pristupa razvoju DOP-a u Hrvatskoj. Šest mjeseci kasnije osnovana je Udruga za DOP pri Hrvatskoj gospodarskoj komori. Ova udruga ne samo da se bavi zagovaranjem i razvojem javnih politika, već također provodi brojne obrazovne programe i domaćin je nacionalne konferencije o DOP-u. U suradnji s HR PSOR-om udruga radi na razvoju metodologije mjerenja i uspostavljanju nagrade Indeks DOP-a. U Zagrebu je 25. ožujka 2014. održana Peta nacionalna konferencija o društveno odgovornom poslovanju. Indeks DOP-a, koji ocjenjuje odgovorno postupanje u hrvatskim tvrtkama, služi i kao godišnja nagrada i kao metodologija. Inspiriran Business in the Community CR indeksom, ocjenjuje tvrtke na temelju kriterija u šest ključnih područja: ekonomska održivost, integracija društveno odgovornih praksi u poslovne strategije, radno okruženje, zaštita okoliša, tržišni odnosi i angažman

zajednice. Svrha Indeksa DOP-a je poticanje konkurencije, inspiriranje dionika i prikazivanje primjernih praksi. Od 2008. godine traje proces mjerenja i priznavanja (Petričević, 2015).

Iako u Hrvatskoj već postoji cijeli niz aktivnosti na području društvene odgovornosti poduzeća, još uvijek je prisutan određeni nedostatak odgovarajućih mjera za poticanje društvene odgovornosti, a također bi trebalo dodatno poraditi na strategiji, strukturi i izvještavanju o DOP-u. Također bi trebalo dodatno u društvu u Hrvatskoj podići svijest o važnosti i prednostima poslovanja po konceptu DOP-a i educirati dionike.

## **2.5. Društveno odgovorno poslovanje u svijetu**

Već je ranije prikazan razvoj društveno odgovornog poslovanja koje prema Carrollu (1999) ima dugu povijest u društvenom aktivizmu počevši još od 1950-tih godina kada se razvija moderan koncept DOP-a.

Izučavanje DOP-a poduzeća postalo je aktualno 60-tih i 70-tih godina prošlog stoljeća.

Prema hrvatskom autoru Krkaču (2007), DOP se pojavljuje 90-tih godina prošlog stoljeća.

Začeci društveno odgovornog poslovanja kao dobrovoljnog i sustavnog koncepta razvoja sežu u 1983. godinu kada je osnovana britanska organizacija Business in the Community. Ova neprofitna organizacija, koja djeluje i danas, posvećena je promicanju društveno odgovornog poslovanja i korporativne odgovornosti. Tek s Nikeovim nogometnim skandalom 1995. godine, kada je dječji rad razotkriven iza njihovog marketinški vođenog odgovornog poslovnog modela u Pakistanu, osnovana je prva europska organizacija, CSR Europe. CSR Europe je od tada postala vodeća europska poslovna mreža za promicanje poštene poslovne prakse, koja se može pohvaliti članstvom od preko 5.000 europskih poduzetnika. Godine 1996. model trostruke bilance uveden je kao ključna komponenta norme ISO 14001 (sustav upravljanja okolišem), a kasnije je uključen u standard SA8000 (standard za reviziju i certifikaciju sukladnosti za društvenu odgovornost) 1997. godine. Trenutačno, korporativni sektor je prihvatio model trostruke bilance integrirajući društveno odgovorne prakse u svoje poslovanje. Dana 26. srpnja 2000., Global Compact Ujedinjenih naroda osnovan je kao dobrovoljna inicijativa za promicanje organizacijske odgovornosti. Tijekom tog vremena uspostavljeno je deset načela društveno odgovornog poslovanja koja se provode i danas, a prikazana su u tablici 3.



Tablica 3.: Deset načela društveno odgovornog poslovanja

LIUDSKA PRAVA	RADNA PRAVA	OKOLIŠ	BORBA PROTIV KORUPCIJE
<b>1. NAČELO</b> Tvrtnke bi trebale podupirati i poštivati zaštitu međunarodnih ljudskih prava unutar svog područja utjecaja	<b>3. NAČELO</b> Tvrtnke bi trebale podržavati slobodu udruživanja i stvarno priznavanje prava na kolektivno pregovaranje	<b>7. NAČELO</b> Tvrtnke bi trebale podupirati predostrožan pristup izazovima na području okoliša	<b>10. NAČELO</b> Tvrtnke bi trebale raditi na suzbijanju korupcije u svim njezinim oblicima, uključujući iznudu i podmićivanje
<b>2. NAČELO</b> Pobrinuti se da ne sudjeluju u kršenjima ljudskih prava	<b>4. NAČELO</b> Dokidanje svih oblika prisilnog rada	<b>8. NAČELO</b> Pokrenuti inicijative radi promicanja veće odgovornosti prema okolišu	
	<b>5. NAČELO</b> Stvarno ukidanje dječjeg rada	<b>9. NAČELO</b> Pokrenuti inicijative radi promicanja veće odgovornosti prema okolišu	
	<b>6. NAČELO</b> Ukidanje diskriminacije u vezi s zapošljavanjem i izborom zanimanja	<b>9. NAČELO</b> Poticati razvoj i širenje tehnologija neškodljivih za okoliš	

Izvor: Petričević, T. (2015): Priručnik za brzi početak: Društveno odgovorno poslovanje i društvenopoduzetnički pothvati u turizmu, British Council Hrvatska, Zagreb, dostupno na: [http://www.britishcouncil.hr/sites/default/files/prirucnik\\_dop\\_i\\_dpp\\_u\\_turizmu.pdf](http://www.britishcouncil.hr/sites/default/files/prirucnik_dop_i_dpp_u_turizmu.pdf).

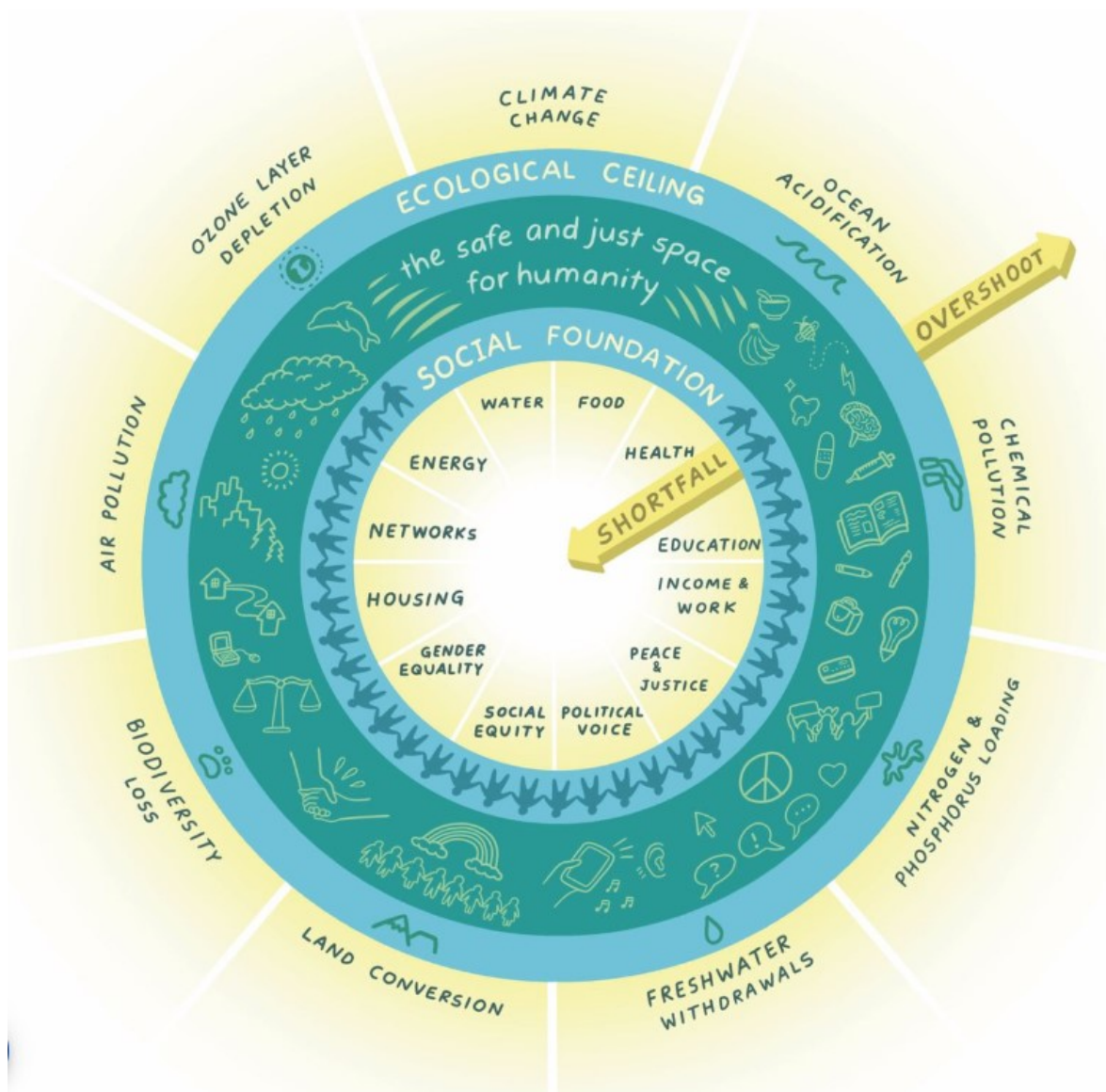
Koncept da poduzeća imaju odgovornost pridonijeti dobrobiti zajednice izvan zakonskih obveza ima bogatu povijest u Europi, posebice u anglosaksonskim zemljama. U drugoj polovici 20. stoljeća, uspostava snažnih zdravstvenih sustava u zapadnoeuropskim zemljama postavila je vladu kao primarnog pružatelja socijalne skrbi, dok se od kompanija očekivalo da se pridržavaju društvenih normi unutar zakonskih granica, plaćaju poreze i zapošljavaju. Usprkos tome, tijekom proteklog desetljeća u zemljama zapadne Europe sve se više preispituje društvena uloga poduzeća i opseg njihova utjecaja na društveni napredak. Nasuprot tome, prijelaz s jednog tržišnog modela na drugi u postkomunističkim zemljama srednje i istočne Europe predstavljao je značajne ekonomske izazove, skrećući pozornost s ekoloških i društvenih pitanja. Međutim, sada postoji sve veći zamah za društveno odgovorno poslovanje u ovim regijama, uglavnom potaknut stranim multinacionalnim kompanijama koje su katalizatori promjena. Unatoč činjenici da mala i srednja poduzeća (MSP) čine 99% europskih tvrtki i oko dvije trećine radnih mjesta u privatnom sektoru, tradicionalno su više prilagođena problemima i potrebama svojih lokalnih zajednica. Danas je povećan fokus na implementaciju

pristupa strukturirane društvene odgovornosti poduzeća unutar malih i srednjih poduzeća.  
(CSR EUROPE, 2010).

### 3. „EKONOMIJA UŠTIPKA“ I DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

Pojam „ekonomije uštipka“ prva je objavila britanska ekonomistica Kate Raworth u svojoj knjizi „Siguran i pravedan prostor za čovječanstvo“. „Ekonomija uštipka“ pruža način razmišljanja o globalno prevladavajućem ekonomskom sustavu usmjerenom na rast protiv u pozadini ograničene dostupnosti prirodnih resursa i s ciljem zamišljanja veće društvene jednakosti (Beemelmans, Wechselmann, 2022).

Dakle, teorija „ekonomije uštipka“ je promjena ekonomskog modela kao odgovor na veliki izazov čovječanstva: iskorjenjivanje globalnog siromaštva uz pomoć ograničenih prirodnih resursa planeta. Ime „ekonomija uštipka“ je dobiveno jer je navedeno vizualno predstavljeno s dva diska u obliku krafne (uštipka): onaj u sredini je društveni temelj, koji uključuje osnovna temeljna prava, a vanjski prsten je ekološki strop koji se ne može prijeći ako se želi jamčiti prosperitet čovječanstva. U sredini bi bila krafna, shvaćena kao prostor u kojem čovječanstvo može napredovati ako se poštuju granice planeta. Oba opsega podudaraju se s ciljevima održivog razvoja Ujedinjenih naroda (engl. *United Nations Sustainable Development Goals, SDG*). Ova promjena paradigme predlaže pomak od ekonomskog modela stalnog rasta mjenog bruto domaćim proizvodom i shvaćanje da, na kraju, ekonomski prosperitet ovisi o ljudskom i prirodnom blagostanju. Kako bi se to postiglo, predlaže se transformacija sustava upravljanja, čineći ih regenerativnima i distributivnima umjesto konačnima i egoističnima (Burbano, 2021).



Slika 3.: Model „ekonomije uštipka“

Izvor: Burbano, L. (2021): What is the theory of doughnut economics and how can it mold cities?, Tomorrow City, dostupno na: <https://www.tomorrow.city/doughnut-economics/> (20.04.2024.)

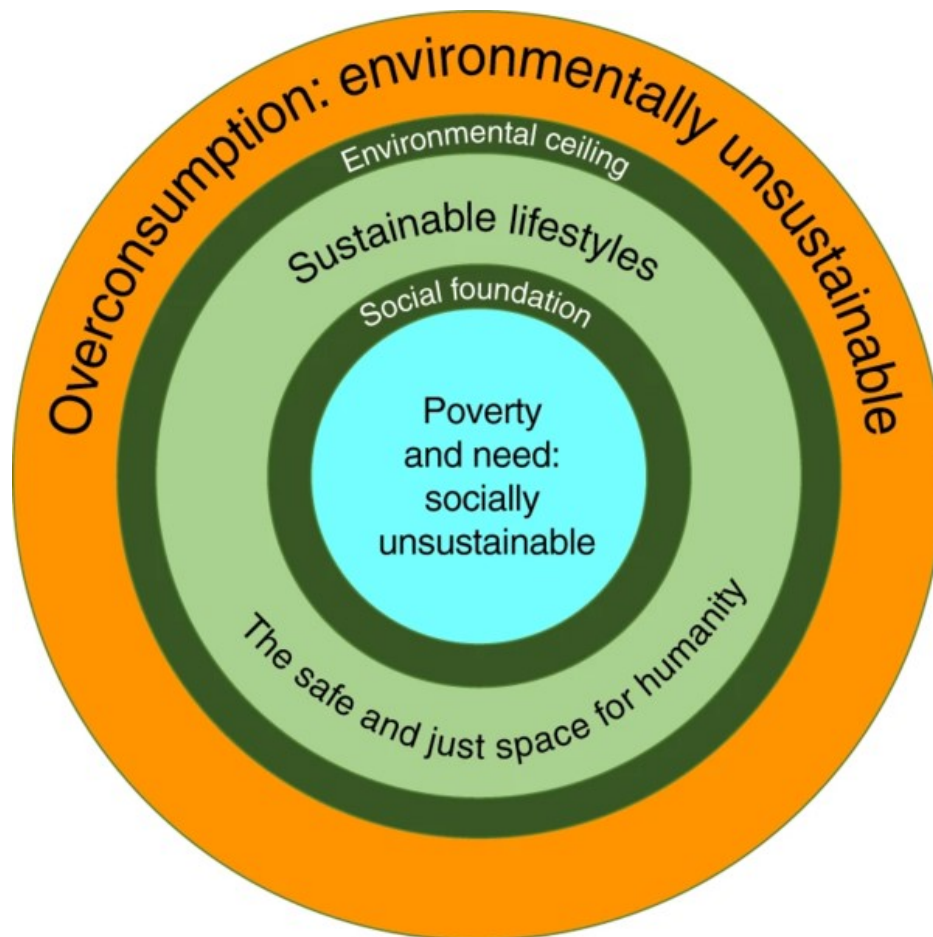
### 3.1. Pojam „ekonomije uštipka“

Kao što je uvodno navedeno, teoriju pod nazivom „ekonomija uštipka“ osmislila je engleska ekonomistica Kate Raworth, koja je željela iskorijeniti siromaštvo i stati na kraj uništavanju okoliša (Wagner, 2021).

Nakon tri godine koje je Kate Raworth provela pokušavajući poboljšati život lokalnog stanovništva u Zanzibaru, pridružila se Ujedinjenim narodima u Sjedinjenim Američkim Državama, timu koji piše godišnje vodeće izvješće o ljudskom razvoju. Nakon četiri godine svjedočenja raznim igrama moći koje blokiraju napredak u međunarodnim pregovorima, konačno je otišla kako bi ispunila dugogodišnju ambiciju i radi s Oxfamom više od desetljeća, od početka 2.000-ih godina. Upravo je u Oxfamu pronašla sredstva za djelovanje protiv nejednakosti i svjetskog siromaštva. Raworth je proučavala klasike i prikupljala ideje kako bi osmislila opće razmišljanje te počinje zapisivati što bi trebali biti dugoročni ciljevi čovječanstva. Svoju teoriju je izgradila 2012. godine crtajući dva kruga koji tvore oblik uštipka (krafne). Oblik uštipka dolazi iz integracije dvaju ograničenja:

- unutarnja granica – društveni temelj – koji predstavlja osnovne potrebe svakog čovjeka koje treba zadovoljiti (glad, žeđ, nepismenost itd.),
- vanjski prsten – ekološki strop – koji se ne bi smjelo prijeći kako bi se sačuvao okoliš od degradacije (klimatskih promjena i gubitka bioraznolikosti) (Wagner, 2021).

Između ta dva prstena je sam uštipak (krafna), prostor u kojemu se mogu zadovoljiti potrebe svih poštujući ono što planet može „ponuditi i podnijeti“ (Wagner, 2021).



Slika 4.: Pojednostavljena verzija uštipka: siguran prostor unutar društvenih i ekoloških ograničenja

Izvor: Wagner, T.: The doughnut economics: definition and critical analysis, Bonpote, 2021., dostupno na: <https://bonpote.com/en/the-doughnut-economics-definition-and-critical-analysis/>

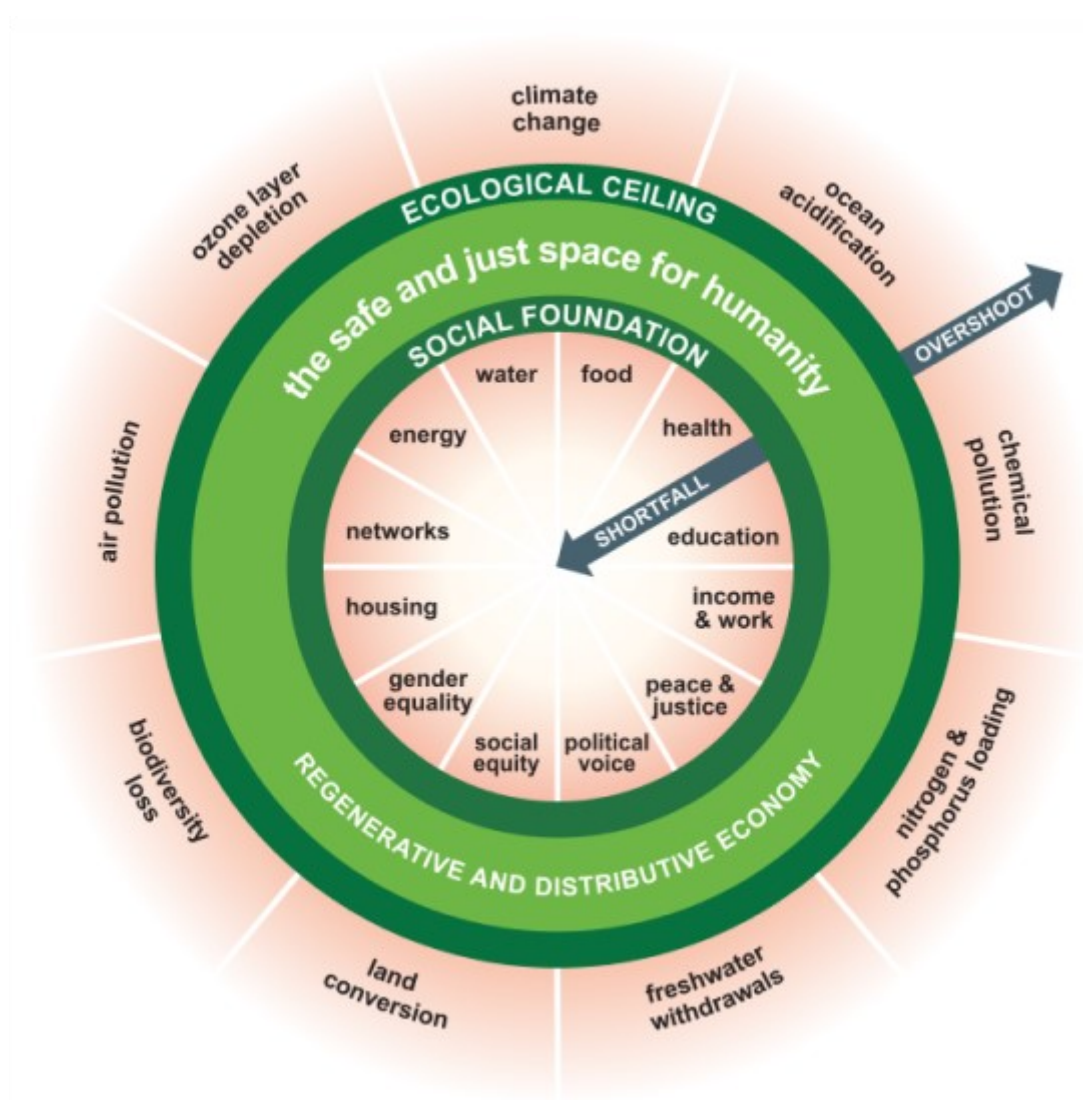
Bile su potrebne još tri godine istraživanja i osobnih razmišljanja kako bi se izgradio koherentan ansambl i dala veća dubina njezinoj teoriji, a što je objavljeno u knjizi pod naslovom: „Ekonomija uštipka: Sedam načina da razmišljate kao ekonomist 21. stoljeća“. U ovoj knjizi dane su pojedinosti i novi načini razumijevanja društvene i biofizičke stvarnosti naših modernih društava i predložene ideje za rješavanje brojnih izazova s kojima će se čovječanstvo morati suočiti u nadolazećim desetljećima: klimatske promjene, iscrpljivanje resursa, povećanje nejednakosti, zagađenje okoliša ili gubitak bioraznolikosti (Wagner, 2021).

Dakle, ekonomija uštipka se bavi sa dva najhitnija problema čovječanstva: iskorjenjivanjem globalnog siromaštva uz ostanak unutar ograničenih resursa planeta. Zvuči jednostavno, ali promjena načina razmišljanja je najteži dio provedbe takvog programa. Umjesto obožavanja

rasta kao jedinog pokazatelja napretka, oslanja se na dobrobit ljudi i okoliša kao mjere održivog poslovnog rasta (Lark, 2023).

Ekonomija uštipka je dobila ime po svom vizualnom prikazu kao dva diska:

- društveni temelj: unutarnji prsten koji predstavlja temeljna prava,
- ekološka gornja granica: prag koji čovječanstvo ne može prijeći kako bi održalo planet pogodnim za život za sve (Lark, 2023).



Slika 5.: Uštipak (krafna) društvenih i planetarnih granica

Izvor: Doughnut Economics Action Lab: About Doughnut Economics, 2023., dostupno na:

<https://doughnuteconomics.org/about-doughnut-economics>

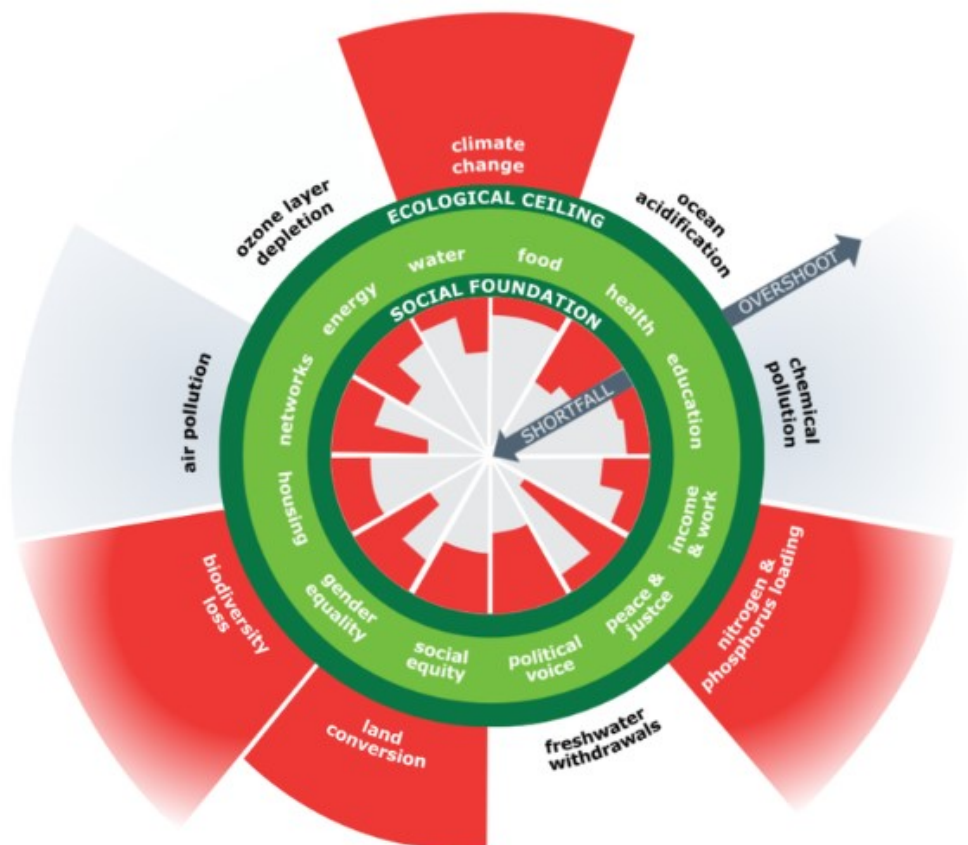
Kao što se može vidjeti i na slici 4., uštipak (krafna) se sastoji od dva koncentrična prstena: društvenog temelja, kako bi se osiguralo da nitko ne ostane bez osnovnih životnih potrepština,



i ekološkog stropa, kako bi se osiguralo da čovječanstvo kolektivno ne prekorači planetarne granice koje štite Zemljine sustave za održavanje života. Između ova dva niza granica nalazi se prostor u obliku uštipka koji je i ekološki siguran i društveno pravedan, prostor u kojemu čovječanstvo može napredovati (Doughnut Economics Action Lab, 2023).

### 3.2. Povijest „ekonomije uštipka“

Nadahnuta novim konceptom planetarnih granica (vanjski prsten), društvenim ciljevima održivog razvoja (unutarnji prsten) i rastućim kritikama BDP-a kao mjere zdravlja gospodarstva, Kate Raworth predstavila je „ekonomiju uštipka“ 2012. kao ekonomski okvir prikladan za izazove 21. stoljeća (Sustainable Prosperity, 2024).

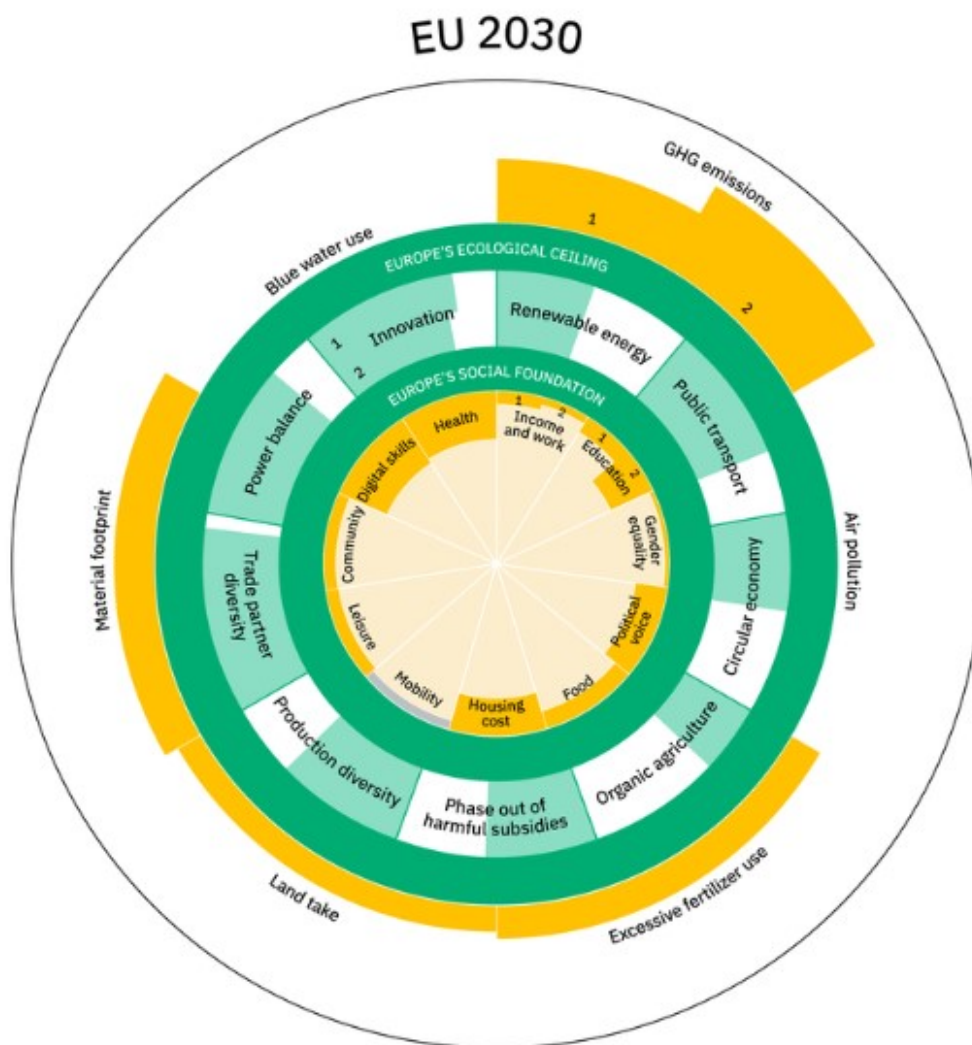


Slika 6.: Krafna društvenih i planetarnih granica

Izvor: Sustainable Prosperity (2024): Doughnut Economics, dostupno na: <https://sustainable-prosperity.eu/sustainable-prosperity/doughnut-economics/> (20.04.2024.)



Od svog predstavljanja 2012., „ekonomija uštipka“ brzo se proširila među ekonomistima i kreatorima politika. Mnoge su studije primijenile model „ekonomije uštipka“ u različitim okruženjima, posebno na globalnoj razini od strane same Kate Raworth i usporedno u različitim zemljama od strane timova Sveučilišta u Leedsu 2018. i 2022. godine. Studija iz 2022. godine otkrila je da niti jedna zemlja na svijetu trenutno ne „živi unutar uštipka“, s dubokim transformacijama potrebnim u gotovo svim zemljama kako bi se zaštitili društveni temelji i izbjeglo prekoračenje planetarnih granica (Sustainable Prosperity, 2024).



Slika 7.: Kompas EU 2030

Izvor: Sustainable Prosperity (2024): Doughnut Economics, dostupno na: <https://sustainable-prosperity.eu/sustainable-prosperity/doughnut-economics/> (20.04.2024.)

Međutim, ove transformacije su u tijeku. „Ekonomija uštipka“ se pokazala korisnim za donositelje politika na svim razinama upravljanja, pa čak i u privatnom sektoru. Istaknuti

primjer koji primjenjuju „ekonomiju uštipka“ na politiku je ZOE Institute for Future-fit Economies, dok Donut Economics Action Lab (DEAL) savjetuje kreatore promjena o pretvaranju Donut-orijentiranih ideja u djelotvorne projekte. Nekoliko gradskih uprava također je počelo usvajati „ekonomiju uštipka“ u svom planiranju i kreiranju politika, posebno Amsterdam, Bruxelles i Melbourne. Nadalje, grupa „Donut4EU“ istražuje korištenje modela „ekonomije uštipka“ od strane Europske komisije od ožujka 2020. Ova aplikacija postaje sve popularnija, u ožujku 2022. više od 250 sudionika iz cijele Komisije i izvan nje pridružilo se webinaru o „ekonomiji uštipka“ za kreatore politike. Nedavno izvješće ZOE Instituta za ekonomije prilagođene budućnosti upotrijebilo je model krafne za stvaranje „kompasa prema 2030.“ za Europsku uniju (Sustainable Prosperity, 2024).

### **3.3. Osnovni ciljevi „ekonomije uštipka“**

U tradicionalnom gospodarskom sustavu napredak je jednostavan i lako mjerljiv: rast ili, točnije, BDP. Međutim, ekonomija uštipka određuje koliko dobro društvo radi svojom sposobnošću da ispuni 12 bitnih ciljeva za održivi rast poslovanja, a to su:

- sigurnost hrane: novi model sigurnosti hrane, uključujući veći naglasak na male, lokalne proizvođače umjesto na veliku industrijsku poljoprivredu,
- zdravlje: promicanje dobrobiti svih radeći na iskorjenjivanju bolesti,
- obrazovanje: temelj za poboljšanje života,
- prihod i rad (uključujući tradicionalno neplaćeni rad): rad bi trebao promicati jednakost, uključujući naknadu i priznavanje neplaćenog rada, poput odgoja djece,
- mir i pravda: osiguravanje pristupa pravdi za sve i pozivanje institucija na odgovornost,
- politički glas: zaštita slobode govora i demokracije,
- društvena jednakost: promicanje napretka svih u interesu pravde i poštenja,
- ravnopravnost spolova: promicanje jednakih mogućnosti napredovanja za oba spola,
- smještaj: pružanje svim ljudima skloništa za toplinu i sigurnost,
- mreže: olakšavanje društvenog kapitala za učinkovito funkcioniranje svih,
- energija: čista energija za sve,
- voda: čista, svima dostupna voda (Lark, 2023).

U ispitivanju ciljeva ekonomije uštipka, neophodna promjena načina razmišljanja postaje očigledna. Umjesto individualnih postignuća, ekonomija uštipka traži napredak i boljitak cijelog čovječanstva (Lark, 2023).

Ekonomija uštipka prepoznaje surovu stvarnost da napredak za nekoliko pojedinaca može značiti značajno uništenje za mnoge druge ljude i njihov način života. To postaje najočitije u korištenju svjetskih prirodnih resursa u gospodarske svrhe. Ova teorija predlaže devet pragova koje pojedinci, korporacije i nacije ne bi smjeli prijeći kako bi postigli ciljeve boljeg života za sve i održali planet nastanjivim. Može se potaknuti održivi poslovni rast poduzimanjem mjera koje su usmjerene na slijedeće:

- klimatske promjene: prepoznavanje utjecaja koji različiti vremenski obrasci imaju na gospodarstva različitih mjesta i ublažavanje utjecaja na ljude,
- zakiseljavanje oceana: razumijevanje utjecaja pH vrijednosti oceana na žive organizme i njihovu zaštitu,
- kemijsko onečišćenje: izbjegavanje opasnih tvari u zraku, tlu i vodenim putovima,
- opterećenje dušikom i fosforom: često uzrokovano industrijskom poljoprivredom kada otjecanje gnojiva teče u vodene tokove, uzrokujući eutrofikaciju,
- povlačenje slatke vode: upravljanje svjetskom opskrbom pitkom vodom,
- prenamjena zemljišta: odgovarajuće korištenje zemljišta kako bi se omogućio odgovarajući prostor za ljude i razne ekosustave,
- gubitak bioraznolikosti: sprječavanje izumiranja vrsta kao rezultat ljudske aktivnosti,
- zagađenje zraka: činiti atmosferu sigurnijom za disanje svih živih bića,
- oštećenje ozona: ozonski omotač igra ključnu ulogu u održavanju konzistentnosti globalne klime (Lark, 2023).

### **3.4. Načela i prakse „ekonomije uštipka“**

Kako bi se osigurao integritet ideja „ekonomije uštipka“, potrebno je pridržavati se slijedećih načela prilikom bilo koje inicijative usmjerene na provođenju ideja „ekonomije uštipka“ u praksi:

- podržavanje cilja 21. stoljeća – treba težiti zadovoljiti potrebe svih ljudi unutar mogućnosti planeta. Treba nastojati uskladiti svrhu organizacije, mreže, vlade, vlasništva i financija s ovim ciljem,
- potrebno je sagledati „veću sliku“ – treba prepoznati potencijalne uloge kućanstva, zajedničkog dobra, tržišta i države i njihove brojne sinergije u transformaciji gospodarstava. Treba osigurati da financije služe radu, a ne da ga pokreću,
- potrebno je njegovati ljudsku prirodu – treba promicati raznolikost, sudjelovanje, suradnju i reciprocitet. Treba ojačati mreže zajednice i raditi u duhu visokog povjerenja,
- potrebno je razmišljati u sustavima – treba eksperimentirati, učiti, prilagođavati se, razvijati se i težiti stalnom poboljšanju. Treba biti oprezan sa dinamičkim efektima, petljama povratnih informacija i prijelomnim točkama,
- treba biti distributivan – raditi u duhu otvorenog dizajna i podijeliti stvorenu vrijednost sa svima koji su je sukreirali. Treba biti svjestan moći i pokušati ju redistribuirati kako bi se poboljšala jednakost među dionicima,
- treba biti regenerativan – težiti radu sa i unutar ciklusa živog svijeta. Treba biti dionik, popravljivač, obnovitelj, upravitelj. Treba smanjiti putovanja, letove i biti klimatski i energetske pametan,
- potrebno je imati cilj da se napreduje, umjesto da se raste – ne treba dopustiti da rast postane sam sebi cilj. Treba znati kada dopustiti da se posao proširi preko drugih radije nego povećavati veličinu,
- potrebno je imati i djelovati strateški u praksi – ići tamo gdje je energija, ali uvijek se pitati tko je izostavljen. Treba uravnotežiti otvorenost sa integritetom, tako da se radi širi bez zarobljavanja. Treba podijeliti učenje i inovacije kako bi se oslobodila snaga ravnopravnog nadahnuća (Doughnut Economics Action Lab, 2023).

Dakle, ključni principi „ekonomije uštipka“ su:

- holističko blagostanje – umjesto fiksiranja isključivo na ekonomski rast, „ekonomija uštipka“ fokusira se na poboljšanje općeg blagostanja ljudi i planeta. Ovaj pomak podrazumijeva mjere koje obuhvaćaju društvene čimbenike, poput kvalitete života, obrazovanja, zdravlja i sreće, uz ekološka razmatranja,

- regenerativne prakse – prihvaćanje kružnih i regenerativnih ekonomskih praksi je središnje načelo „ekonomije uštipka“. To uključuje smanjenje otpada, recikliranje materijala i usvajanje obnovljivih izvora energije kako bi se osiguralo da se resursi obnavljaju, a ne troše,
- lokalizirana gospodarstva – promicanje lokaliziranih gospodarstava smanjuje ugljični otisak globalnog prijevoza robe. Podržavajući lokalne tvrtke i proizvođače, zajednice mogu poboljšati samodostatnost i smanjiti negativne učinke prekomjerne potrošnje,
- pravedna raspodjela – „ekonomija uštipka“ stavlja snažan naglasak na pravednu raspodjelu resursa, rješavanje nejednakosti u bogatstvu i osiguravanje da su osnovne ljudske potrebe zadovoljene za sve. Ovaj princip pomaže u smanjenju prekomjerne potrošnje uzrokovane upadljivom potrošnjom među imućnima,
- redizajniranje proizvodnje i potrošnje – poduzeća mogu usvojiti metode održive proizvodnje i dizajnirati trajne proizvode koji se mogu popraviti i reciklirati. Poticanje potrošača da daju prednost kvaliteti nad količinom može značajno smanjiti prekomjernu potrošnju,
- provedba strategija kružnog gospodarstva – model kružnog gospodarstva promiče ponovnu upotrebu i recikliranje materijala, produžujući životni ciklus proizvoda i smanjujući otpad. Ovaj pristup bori se protiv jednokratne kulture koja potiče prekomjernu potrošnju,
- promicanje svjesnog konzumerizma – obrazovanje potrošača o ekološkim i društvenim utjecajima njihovih izbora osnažuje ih da donose promišljene odluke. Podržavanje etičkih i održivih brendova dodatno potiče odgovornu potrošnju,
- politika i regulacija – vlade mogu odigrati ključnu ulogu provedbom politika koje obeshrabruju prekomjernu potrošnju, kao što su porezi na resursno intenzivne proizvode ili poticaji za održive prakse,
- ulaganje u obrazovanje – podizanje svijesti o „ekonomiji uštipka“ i njezinim dobrobitima može potaknuti promjenu društvenih vrijednosti, naglašavajući dobrobit i održivost umjesto materijalističkih potraga (Peluso, 2023).

„Ekonomija uštipka“ nudi revolucionarni okvir koji ima potencijal preoblikovati globalnu ekonomsku paradigmu. Usklađivanjem ljudskih ciljeva s načelima društvene jednakosti i ekološke održivosti može se raditi prema budućnosti u kojoj je prekomjerna potrošnja

smanjena, a ljudi i planet skladno napreduju unutar sigurnog i pravednog prostora „uštupka“. Kao pojedince, zajednice i društva, izbori koje donose danas mogu ih odvesti prema uravnoteženijoj i prosperitetnijoj budućnosti (Peluso, 2023).

### **3.5. Granice „ekonomije uštupka“ u prosperiranju?**

Identificirano je devet ekoloških pragova koji se ne bi smjeli prijeći kako bi se izbjegla daljnja prirodna degradacija koja još više ugrožava zdravlje planeta: klimatske promjene, gubitak bioraznolikosti, zakiseljavanje oceana, prenamjena zemljišta, povlačenje slatke vode, opterećenje dušikom i fosforom, kemijsko onečišćenje, zagađenje zraka i oštećenje ozonskog omotača. S druge strane, postoji 12 bitnih društvenih ciljeva za napredak čovječanstva, od kojih su mnoga osnovna ljudska prava kao što su sigurnost hrane, prihod za život, voda i sanitarni uvjeti, zdravstvena skrb, obrazovanje, energija, jednakost spolova, socijalna jednakost, otpornost, sudjelovanje, zapošljavanje, umrežavanje i pristup stanovanju. „Ekonomija uštupka“ je relativno nov i vrlo eksperimentalan koncept. Kao takav, nema studije slučaja koju bi se moglo analizirati iako nekoliko gradova proučava teoriju kako bi se vratili nakon pandemije Covid-19 i povećali svoju otpornost. Tako je Amsterdam, glavni grad Nizozemske, u 2020. najavio da će prihvatiti „ekonomiju uštupka“ kao dio svog plana oporavka od Covid-a-19. Neki od njegovih projekata su uključivali izgradnju šest novih otoka izdvojenih iz mora korištenjem temelja koji poštuju lokalno prirodno okruženje, postavljajući nove standarde za kružnu upotrebu materijala u velikim radovima koji uključuju zgrade u vlasništvu grada i kampanja za pružanje odgovarajućih osobnih računala stanovnicima bez računala pomoću doniranih i obnovljenih prijenosnih računala, što im je omogućavalo pristup svim vrstama usluga tijekom „lock-down-a“ i drugih hitnih slučajeva. Povrh toga, Amsterdam želi smanjiti bacanje hrane za 50% do 2030. godine i promovirati second-hand sajmove rabljene hrane kako bi se smanjila nepotrebna potrošnja. Regija Bruxelles u Belgiji također daje prednost „ekonomiji uštupka“. Visoko kozmopolitska, ali i nejednaka metropola, testira teoriju na mikro i nano razini preuređenjem stare i napuštene kovnice novca Ministarstva financija, minimizirajući utjecaj na okoliš i maksimizirajući društveni učinak. Njegov veliki prostor od 4.000 m<sup>2</sup> bit će stavljen na raspolaganje Zinnekeu, nevladinoj organizaciji koja promiče umjetnost. Također je zanimljiv stambeni projekt Arc-en Ciel housing u Molenbeeku. Izvorno

sagrađena 2018. godine, ova zgrada trebala bi ponuditi pristupačno stanovanje kroz zajedničko vlasništvo. Stanovnici su ga smjeli projektirati i graditi prema kodeksu, a stanovi imaju vrlo mali ugljični otisak zbog korištenja pasivnog sustava toplinske regulacije (Burbano, 2021).

### **3.6. Kritike modela „ekonomija uštipka“**

Ekonomist Branko Milanović jedan je od glavnih skeptika modela „ekonomije uštipka“ tvrdeći da Raworthov model ne uzima u obzir aspekte poput činjenice da bez većeg rasta BDP-a se neće iskorijeniti globalno siromaštvo. Isto tako, trenutne održive inovacije su marginalne i njihov napredak je minimalan u usporedbi s „onim što bi se trebalo dogoditi“. Naposljetku, Milanović smatra da to prikazuje globalizirani kapitalizam kako ulazi u „kooperativniju i nježniju fazu“, no u stvarnosti građani postaju komercijalno motiviraniji, što vodi prema sebičnom, novcu i uspjehu orijentiranom društvu, dok svijet postaje svijet „lišen velikih društvenih proturječja“ i kaže da ne postoji „mi“ koji uključuje 7,3 milijarde ljudi. Međusobno se bore različiti klasni i nacionalni interesi. Kao što to obično biva s globalnim modelima razvoja, onaj koji zagovara model „ekonomije uštipka“ postavlja dobro identificirane probleme i njihova rješenja, ali to ne znači da će biti istiniti ili primjenjivi u cijelom svijetu. Bez niza univerzalnih rješenja, kojih nema i vjerojatno ih neće biti, političari i gospodarstvenici će procijeniti može li se to uspješno provesti i ako može, u kojoj mjeri (Burbano, 2021).

#### 4. „EKONOMIJA UŠTIPKA“ U EKONOMIJAMA STVARNOG SVIJETA

Pionirska mjesta diljem svijeta pretvaraju „ekonomiju uštipka“ u praksu. Lokalne vlasti na mnogim razinama, od sela do velegradova, usvajaju alate i koncepte „ekonomije uštipka“ kako bi pomogle u stvaranju uspješne budućnosti. Na slici 5. prikazana je karta i lokacije lokalnih i regionalnih vlasti koje su javno počele raditi sa konceptima i alatima „ekonomije uštipka“. Još je oko 40 mjesta iz cijelog svijeta započelo interno istraživanje potencijala „ekonomije uštipka“ (Doughnut Economics Action Lab, 2023).



Slika 8.: Karta gradova/mjesta koji primjenjuju „ekonomiju uštipka“

Izvor: Doughnut Economics Action Lab: Cities & Regions, 2023., dostupno na:

<https://doughnuteconomics.org/themes/1>

Kao što se može vidjeti sa slike 5., radi se o 18 gradova/mjesta u Europi, 6 gradova/mjesta u Sjedinjenim Američkim Državama, Meksiku i Kanadi, 2 grada/mjesta u Južnoj Americi, 2 grada/mjesta u Aziji i 2 grada/mjesta u Novom Zelandu i to:

- Europa: Grenoble, Valence Romans Agglo, Barcelona, Copenhagen, Tomelila, Tampere Region, Yerevan, Glasgow, Dublin, Cornwall, Bannau Brycheiniog National Park, Bath and North East Somerset, West Midlands combined Authority, Worthing, Amsterdam, Brussels Capital Region, Krefeld, Bad Nauheim,



- Sjedinjene Američke Države, Meksiko i Kanada: Nanaimo, Portland, Toronto, Philadelphia, Mexico City, Santiago de Cali,
- Južna Amerika: State of Sao Paulo, El Monte,
- Azija: Thimphu-Paro Region, Ipoh,
- Novi Zeland: Wellington, Dunedin (Doughnut Economics Action Lab, 2023).

U nastavku će biti predstavljeno na koji način su odabrani gradovi primijenili „ekonomiju uštipka“.

#### **4.1. „Ekonomija uštipka“ u Amsterdamu**

U travnju 2020., tijekom najvećeg „lock down-a“ zbog pandemije Covid-19, grad Amsterdam pružio je prijeko potrebnu nadu širom svijeta javno prihvativši „ekonomiju uštipka“ kao alat za usmjeravanje društvenog i ekonomskog oporavka od pandemije. Ova najava došla je kao prekretnica u kontinuiranom angažmanu nizozemskih dužnosnika i pokretača promjena s „ekonomijom uštipka“, posebno nakon prijevoda „ekonomije uštipka“: 7 načina da razmišljate kao ekonomist 21. stoljeća početkom 2018. Zamah je dobio u Amsterdamu tijekom niza radionica pokrenutih u suradnji sa lokalnim partnerima Doughnut Economics Action Laba (DEAL), Circle Economy 2019., gdje su se gradski dužnosnici okupili kako bi osmislili jednu od najambicioznijih gradskih inicijativa: strategiju Amsterdama da do 2050. postane 100% kružni (Doughnut Economics Action Lab, 2020).

Na temelju uspjeha Amsterdamske kružne strategije, grad se pridružio Inicijativi uspješnih gradova – suradnji između Biomimicry 3.8, C40 Cities, Circle Economy i DEAL – kako bi se stvorio portret Amsterdamskog uštipka. Amsterdam City Doughnut bila je prva javna prezentacija pristupa „City Portrait“ za smanjivanje globalnog uštipka na gradsku ljestvicu. Cilj ovog pristupa je pružiti holistički pregled brojnih složenih međupovezanosti grada sa svijetom u koji je ugrađen, uzimajući u obzir njegove lokalne težnje – da bude uspješan narod na uspješnom mjestu – i globalno odgovoran, društveno i ekološki. Uvođenjem „ekonomije uštipka“ u razmišljanja u kreiranju politike, zajedno sa samoorganiziranjem i dinamičnim prihvaćanjem „ekonomije uštipka“ od strane gradskog civilnog društva kroz amsterdamsku koaliciju ekonomije uštipka, Amsterdam je pružio inspirativnu i pionirsku početnu točku za

pretvaranje „ekonomije uštipka“ u transformativnu akciju 21. stoljeća (Doughnut Economics Action Lab, 2020).

Kao što je prethodno predstavljeno, Amsterdam je prihvatio „ekonomiju uštipka“ kao dio svog plana oporavka od pandemije Covid-19, a neki od projekata su uključivali:

- vraćanje šest pučinskih otoka od mora s temeljima koji poštuju lokalne divlje životinje,
- postavljanje novih standarda za kružnu upotrebu građevinskih materijala u državnim zgradama,
- osiguravanje obnovljenih osobnih i prijenosnih računala stanovnicima bez računala, što im omogućuje pristup uslugama tijekom „lock down-a“,
- obvezivanje smanjenja bacanja hrane za 50% do 2030. godine (Lark, 2023).

Amsterdamska kružna strategija za razdoblje 2020-2025., koja je uključivala dvogodišnji početni praktični akcijski plan, oblikovana je prema prilagođenoj verziji modela „uštipka“ Kate Raworth, i Amsterdam je bio prvi grad u svijetu koji je službeno usvojio navedeni koncept. Stvoren u suradnji sa Kate Raworth, model je nazvan Portret grada, holistički snimak grada koji ima za cilj poslužiti kao polazište za razmišljanje o „većoj slici“, sukreativnim inovacijama i sustavnoj transformaciji, prema objavljenoj strategiji. Također ima za cilj postati poticaj za međusektorsku suradnju unutar grada, uključujući široku lepezu aktera u procesu donošenja odluka koje oblikuju okoliš (Florian, 2023).

Amsterdamske su vlasti otkrile da 20% gradskih stanara nije u stanju pokriti svoje potrebe nakon plaćanja stanarine. U isto vrijeme, samo 12% od oko 60.000 online podnositelja zahtjeva za socijalno stanovanje je bilo uspješno, kako je izvijestio Guardian. Prvo rješenje bi moglo biti stvaranje više domova, ali isti je model pokazao da je Amsterdam značajno povećao svoje emisije ugljičnog dioksida posljednjih godina. Marieke van Doorninck, zamjenica gradonačelnika Amsterdama, zaključila je da grad mora nastaviti ulagati u građevinski sektor, ali da grad također mora regulirati ove inicijative kako bi graditelji što češće koristili održive materijale. Jedan od vodećih građevinskih projekata u Amsterdamu je Strandeiland (otok na plaži), dio IJburga, arhipelaga od šest novih otoka vraćenih iz voda na jugoistočnoj strani grada. Tijekom procesa izgradnje donesene su brojne odluke kako bi se smanjio utjecaj izgradnje. Materijali su transportirani čamcima na gorivo s niskim emisijama, a temelji su postavljeni

korištenjem procesa koji ne štete lokalnoj divljini, a štite građane od porasta razine mora (Florian, 2023).



Slika 9.: Transport materijala čamcima

Izvor: Florian, M.C.: How Amsterdam Uses the Doughnut Economics Model to Create a Balanced Strategy for Both the People and the Environment, Arch Daily, 2023., dostupno na: <https://www.archdaily.com/997291/how-amsterdam-uses-the-doughnut-economics-model-to-create-a-balanced-strategy-for-both-the-people-and-the-environment>

Iako je Amsterdam prvi grad koji je službeno usvojio strategiju „ekonomije uštipka“, to nije jedini grad zainteresiran za ovaj model. U lipnju 2022. godine je Kopenhagen također odlučio slijediti primjer Amsterdama. Bruxelles, glavni grad Belgije, također testira teoriju na različitim razinama, te će biti predstavljen u nastavku.

#### **4.2. „Ekonomija uštipka“ u Bruxellesu**

Regija glavnog grada Bruxellesa u Belgiji prihvatila je „ekonomiju uštipka“ kao alat za usmjeravanje oporavka regije nakon koronavirusa i njezinog prijelaza na održivo i uspješno gospodarstvo. Inicijativa, pokrenuta 28. rujna 2020., ima za cilj generirati i raspravljati o inovativnim rješenjima za trenutne izazove s kojima se suočavaju stanovnici u gradskoj regiji,

a sve kroz prizmu „ekonomije uštipka“, gledajući i društvena i ekološka pitanja, s lokalnim i globalnim učincima (Doughnut Economics Action Lab, 2020).

Proces je bio participativan, uključivao je znanja i iskustva skupina uključenih u vođenje tranzicije regije, ali i stanovnika grada koji su vođeni vlastitim iskustvom života u regiji grada. Vladini uredi također su dio procesa, budući da inicijativa ima za cilj stvaranje „alata za usmjeravanje“ koji će im pomoći u procjeni budućeg donošenja odluka kroz prizmu „uštipka“ i osigurati da regija glavnog grada Bruxellesa čvrsto učvrsti tranziciju svojeg gospodarstva prema prosperitetu za sve i za planet (Doughnut Economics Action Lab, 2020).

„Ekonomija uštipka“ je izvrstan obrazovni alat koji će omogućiti što većem broju ljudi da razumiju ekološka ograničenja našeg planeta i minimalne društvene potrebe koje moraju biti zadovoljene za uspješan i uravnotežen život. Primjena „ekonomije uštipka“ će omogućiti da se uspostave ekonomski instrumenti za poticanje i ubrzavanje tranzicije kojoj je vlada u Belgiji predana (Doughnut Economics Action Lab, 2020).

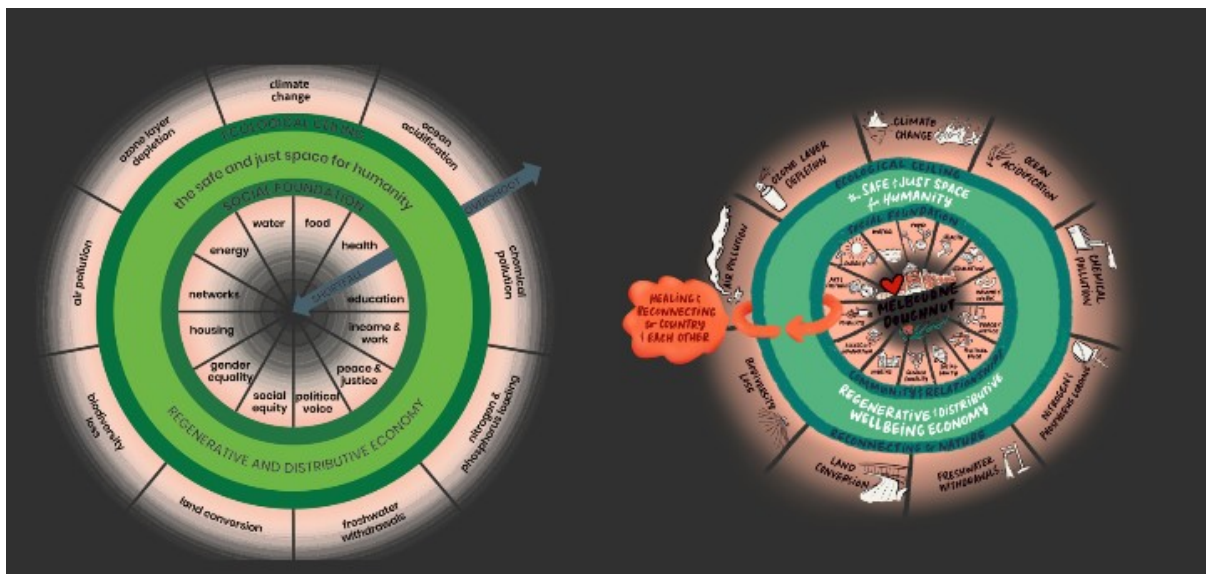
Neki od projekata „ekonomije uštipka“ u Bruxellesu uključuju:

- obnova napuštenog Ministarstva financija uz minimiziranje utjecaja na okoliš i društva. Novi prostor postat će neprofitni centar za umjetnost,
- stambeni projekt Arc-n-Ceil nudi pristupačan i povoljan smještaj u vlasništvu zajednice. Stanovnici su dizajnirali zgradu u skladu s kodeksom, minimizirajući ugljični otisak zgrade putem pasivnog sustava toplinske regulacije (Lark, 2023).

Predstavljeni primjeri „ekonomije uštipka“ u Amsterdamu i Bruxellesu pokazuju da uvođenje ekonomskih načela „uštipka“ ne mora povlačiti za sobom naglu i katastrofalnu reviziju nacionalnih financijskih sustava (Lark, 2023).

#### **4.3. „Ekonomija uštipka“ u Melbourneu**

Lokalna „ekonomija uštipka“ u Melbourneu sukreirana je na temelju nebrojenih sati radionica, foruma, intervju a i analiza u prvoj polovici 2021. godine. Konačna verzija izgrađena je povećanjem originalne „ekonomije uštipka“ Kate Raworth kako bi uključila brojne nove elemente, preimenovala druge i dodala se i dinamičnost i tekstura. Ovo povećanje temelji se na doprinosima i razgovorima zajednice Regen Melbourne (Lofgren, 2023).



Slika 10.: Originalna „ekonomija uštipka“ Kate Raworth i „ekonomija uštipka“ u Melbourneu

Izvor: Lofgren, K.: The Melbourne doughnut, Regen Melbourne, 2023., dostupno na:

<https://www.regen.melbourne/news/melbdoughnut>

Izvori segment poznat kao „mreže“ ovdje je proširen u tri sastavna dijela: umjetnost i kultura, mobilnost i informacije:

- „umjetnost i kultura“ spominjana je češće nego možda bilo koja druga dimenzija tijekom radionica i intervjua koje su bile u Melbourneu. Postalo je jasno da zdravlje Melbournea i njegovih građana zapravo ovisi o zdravlju njihove umjetnosti i kulture,
- „mobilnost“ je bila još jedna dominantna tema na radionicama i intervjuiima u Melbourneu. Govorilo se o rastućoj prirodi Melbournea i mogućnosti kretanja na pristupačan, pravedan i održiv način,
- o „pristupu informacijama“ se raspravljalo na više načina, tehničkih i društvenih. To je uključivalo pravedan i pristupačan pristup informacijskim kanalima poput brzog interneta, ali je uključivalo i pristup javnim knjižnicama s dobrim resursima. Još jedna tema bila je važnost lakog pristupa višejezičnim informacijama (Lofgren, 2023).

Tijekom radionica u Melbourneu postalo je jasno da je preteča postizanja društvenih temelja za sve građane Melbournea bila jaka i živahna zajednica. Melbourne se ponosi snagom svoje zajednice, a opet raste izolacija i usamljenost. Zbog toga su uključili „zajednicu i odnose“ kao važan čimbenik koji podupire sve aspekte njihovog društvenog temelja (Lofgren, 2023).

Na sličan način, postignuće Melbournea koji djeluje unutar njihovog ekološkog stropa može se postići samo ako se ponovno povežu sa prirodom na temeljni način. Ljudska bića nisu odvojena od prirode već su dio svoje ekologije i svog ekosustava. Stoga su uključili „Ponovno povezivanje s prirodom“ kao ključni dodatak koji opisuje njihov ekološki strop (Lofgren, 2023).

Na radionicama u Melbourneu su imali puno razgovora o potrebi da „ekonomija uštipka“ u Melbourneu bude dinamična, organska i živa. To je često bilo u kontekstu njihove potrebe za iscjeljenjem i ponovnim povezivanjem, kako sa zemljom tako i međusobno. Stoga su uključili dinamički element, držeći svoju „ekonomiju uštipka“ na okupu, pod nazivom „Iscjeljenje i ponovno povezivanje sa zemljom i jednih s drugima“ (Lofgren, 2023).

„Ekonomija uštipka“ u Melbourneu je organska i živa i nastavit će se razvijati kroz stalne doprinose zajednice Regen Melbourne. Ovaj je model prilagođen kao izjava o misiji za Regen Melbourne: osigurati da Melbourne bude siguran i pravedan prostor, kako je i definirano „ekonomijom uštipka“ Melbournea (Lofgren, 2023).

#### **4.4. „Ekonomija uštipka“ u Berlinu**

„Kako da se zadovolje potrebe svih ljudi unutar mogućnosti planeta? „Ekonomija uštipka“ nudi radikalnu ideju: napustiti rast BDP-a, razmišljati u sustavima, raspodijeliti bogatstvo i njegovati Zemlju“ – „ekonomija uštipka“ Berlina se upravo koristi tim načelima kako bi transformirali grad na ekološki regenerativnije i socijalno pravednije načine (Doughnut Economics Action Lab, 2023).

Jedna od inicijativa i projekata „ekonomije uštipka“ u Berlinu su mobilni i modulatorni laboratorij koji će „ekonomiju uštipka“ učiniti opipljivom na ulicama Berlina – kako bi se „ekonomija uštipka“ učinila opipljivom na ulicama Berlina, postavljen je mobilni i modularni laboratorij, na njemačkom „Donut Werkstatt“, za održivo djelovanje. Navedeno je učinjeno na „play-street“ u Forster StraÙe, u sklopu njemačkih dana akcije održivosti. Za svaki od principa „ekonomije uštipka“ posjetitelji su mogli isprobati „alat“ na jednoj od 7 postaja izvodeći mali eksperiment ili rješavajući zagonetku. Cilj je bio da se stvori duhovit, razigran način stjecanja znanja i da sudionici odu s pozitivnim sjećanjem na nešto što se zove „ekonomija uštipka“ i temeljno je povezano sa životom svih (Doughnut Economics Action Lab, 2023),





Slika 11.: Postaja za „ekonomiju uštipka“ u Berlinu na mobilnom i modulatornom laboratoriju, načelo 3, „Njegovanje ljudske prirode“

Izvor: Doughnut Economics Action Lab: A Doughnut Lab for Hands – On Sustainable Action, 2023., dostupno na: <https://doughnuteconomics.org/stories/224>

#### 4.5. „Ekonomija uštipka“ u Sydneyu

Regen Sydney je mreža za promjenu svega onoga što nas čini onim što jesmo i kako gledamo na svijet. Regen Sydney ima veliku viziju regeneracije na razini cijelog grada, povezanu s brzorastućim globalnim pokretom. Radi se ni o čemu manjem nego o ponovnom ugrađivanju i oživljenju svega što nas čini onim što jesmo i kako gledamo na svijet. Vođeni jednostavnim pitanjem „Kako izgleda „dobro“ za Sydney?“, Regen Sydney gradi koaliciju kako bi ispitali koje

inicijative i smislene mjere napretka već postoje za Sydney, a kako bi otkrili što bi još moglo biti potrebno za promjenu smjera grada prema budućnosti koja je inspirativna za sve, budućnosti u kojoj svatko i sve ima svoju ulogu (Doughnut Economics Action Lab, 2023).

Regen Sydney je mreža u nastajanju, koalicija od više od 180 organizacija i pojedinaca posvećenih provođenju regenerativne budućnosti za šire područje Sydneya. Oni žele zajedno osmisliti novi ekonomski narativ za Sydney i cilj im je uvesti „ekonomiju uštipka“ u Sydney unutar jedne generacije. Regen Sydney koristi model „ekonomije uštipka“ kako bi angažirali institucije, organizacije i pojedince da istraže ekonomski narativ u post-Covid Sydneyu (Doughnut Economics Action Lab, 2023).

Sa „ekonomijom uštipka“ u Sydneyu je započeto u izolaciji, usred najgnusnijeg, najmračnijeg vremena modernog Sydneya, kada su nedostaci koje je stvorio njihov trenutni ekonomski sustav bili vidljiviji nego ikada, što se pokazalo kroz katastrofalnu sezonu šumskih požara 2019./20. i ogromnim društvenim utjecajem pandemije Covid-19. Trenutak početka 2021. godine se činio, više nego ikad, kao trenutak kada treba nešto napraviti da se omogući život u Sydneyu sa radošću. Prva aktivnost bila im je istražiti prikladnost „ekonomije uštipka“ kao holističkog okvira napretka za Sydney, dok su istovremeno nastojali iznijeti na površinu duboku povezanost i mudrost njihovih ljudi. Željeli su odati počast činjenici da je njihova zemlja bila regenerativna na vrlo dubok način mnogo tisuća godina prije kolonizacije. Dakle, umjesto da se na Regen Sydney gleda kao na nešto „novo“, umjesto toga željeli su učiti iz načina rada i postojanja koji su postojali prije kolonizacije. Od veljače 2021. godine uložili su vrijeme u izgradnju odnosa i izgradnju mreže prije nego što su krenuli u akciju. Dana 18. kolovoza 2021. godine održali su javno predstavljanje Regen Sydney: The First Bite, koje je okupilo više od 100 ljudi iz svih područja od javne politike, donošenja odluka, regenerativnog dizajna, studenata i članova zajednice. Održan virtualno, događaj je pružio dobrodošlu dozu optimizma i akcije zajednice usred karantene u cijelom gradu. Njihov fokus se zatim pomaknuo na to kako iskoristiti taj entuzijazam da se okrene „ekonomija uštipka“ naprijed. Ostatak 2021. su radili na tome da učine vidljivim veliki dio regenerativnog rada koji je već bio u tijeku u Sydneyu. Cilj je da se ovi ljudi, grupe i organizacije koje već rade za regenerativni Sydney mogu povezati i da mogu zajednički proširiti njihove priče. „Ekonomija uštipka“ nudi im priliku da stvore veze, kako u Sydneyu, tako i diljem kontinenta, između ljudi koji rade za regenerativnu budućnost za cijelu Australiju (Doughnut Economics Action Lab, 2023).



U travnju 2022. godine su objavili svoje prvo izvješće – Rastući pokret za regenerativni Sydney.

Definirali su tri stupa svoje vizije:

1. prijelaz na gospodarstvo koje liječi i aktivira, a ne uništava život demonstrirajući da je to ne samo moguće, već je i u tijeku u Sydneyu,
2. povezivanje i razvijanje pokreta pojedinaca i organizacija koji aktivno rade na tome da Sydney postane otporan i regenerativan grad,
3. uvođenje Sydneya u „uštupak“ – siguran prostor za cijeli život – unutar jedne generacije (Doughnut Economics Action Lab, 2023).

Stvorili su i svoj cilj: otkriti i komunicirati mogućnosti za duboke gospodarske transformacije u širem Sydneyu i šire putem:

1. istraživanja prikladnosti i prilagodljivosti modela „ekonomije uštupka“ jedinstvenom kontekstu Sydneya,
2. razvijanje preliminarnih uvida u zajednicu o tome kako bi regenerativna budućnost Sydneya mogla izgledati,
3. povećanje povezanosti između ljudi i organizacija širom Sydneya koji su predani oblikovanju održive, bioraznolike i uključive budućnosti za sve stanovnike (Doughnut Economics Action Lab, 2023).

Nedavno, krajem 2022. godine, održali su niz radionica u zajednici kako bi zajedno stvorili zajedničku viziju o tome kako bi regenerativni Sydney mogao izgledati. Također su održali niz stručnih okruglih stolova dionika (o društvenoj jednakosti i dobrobiti, javnoj politici i pravu, oblikovanju okoliša i financijama i ekonomiji), koji su otkrili bogate uvide u ono što blokira i omogućuje „sustavu“ da stvori regenerativni Sydney (Doughnut Economics Action Lab, 2023).

## 5. ZAKLJUČAK

Cilj ovog rada je bio da se predstavi pojam „ekonomije uštipka“ i razlozi pokretanja i implementiranja društveno odgovornog poslovanja „ekonomijom uštipka“ te benefite koje cijela društvena i poslovna zajednica, kao i planet, imaju od implementacije društveno odgovornog poslovanja „ekonomijom uštipka“.

Društveno odgovorno poslovanje odnosi se na poslovanje koje, na dobrovoljnoj osnovi, integrira brigu o društvenim pitanjima i zaštiti okoliša u svoje aktivnosti kao i odnose s vlasnicima, dioničarima, zaposlenicima, potrošačima, dobavljačima, vladama, medijima i javnošću. To je koncept u kojem poduzeća dobrovoljno integriraju brigu o društvu i okolišu u svoje poslovanje i odnose s dionicima.

Teoriju pod nazivom „ekonomija uštipka“ osmislila je engleska ekonomistica Kate Raworth, koja je željela iskorijeniti siromaštvo i stati na kraj uništavanju okoliša. „Ekonomija uštipka“ je dobila ime po svom vizualnom prikazu kao dva diska: društveni temelj – unutarnji prsten koji predstavlja temeljna prava i ekološka gornja granica – prag koji čovječanstvo ne može prijeći kako bi održalo planet pogodnim za život za sve.

Osnovni ciljevi „ekonomije uštipka“ su usmjereni na sigurnost hrane, zdravlje, obrazovanje, prihod i rad, mir i pravda, politički glas, društvenu jednakost, ravnopravnost spolova, smještaj, mreže, energiju i vodu. „Ekonomija uštipka“ prepoznaje surovu stvarnost da napredak za nekoliko pojedinaca može značiti značajno uništenje za mnoge druge ljude i njihov način života. To je najočitiije u korištenju svjetskih prirodnih resursa u gospodarske svrhe i „ekonomija uštipka“ ima devet pragova koje pojedinci, korporacije i nacije ne bi smjeli prijeći kako bi se postigli ciljevi boljeg života za sve i održao planet nastanjivih. Prema „ekonomiji uštipka“ može se potaknuti održivi rast poduzimanjem mjera koje su usmjerene na klimatske promjene, zakiseljavanje oceana, kemijsko onečišćenje, opterećenje dušikom i fosforom, povlačenje slatke vode, prenamjenu zemljišta, gubitak bioraznolikosti, zagađenje zraka i oštećenje ozona.

Kako bi se osigurao integritet ideja „ekonomije uštipka“, potrebno je pridržavati se slijedećih načela prilikom bilo koje inicijative usmjerene na provođenju ideja „ekonomije uštipka“ u praksi, a to znači podržati ciljeve 21. stoljeća, sagledati „veću sliku“, njegovati ljudsku prirodu, biti distributivan, razmišljati u sustavima, biti regenerativan, imati cilj da se napreduje umjesto

da se raste, te djelovati strateški u praksi. Dakle, „ekonomija uštipka“ nudi revolucionarni okvir koji ima potencijal preoblikovati globalnu ekonomsku paradigmu. Usklađivanjem ljudskih ciljeva s načelima društvene jednakosti i ekološke održivosti može se raditi prema budućnosti u kojoj je prekomjerna potrošnja smanjena, a ljudi i planet skladno napreduju unutar sigurnog i pravednog prostora „uštipka“.

„Ekonomija uštipka“ se polako usvaja i implementira u gradovima i mjestima u svijetu. U Europi ju je implementiralo 18 gradova/mjesta, 6 gradova/mjesta u Sjedinjenim Američkim Državama, Meksiku i Kanadi, 2 grada/mjesta u Južnoj Americi, 2 grada/mjesta u Aziji i 2 grada/mjesta u Novom Zelandu, a implementacija „ekonomije uštipka“ je u radu predstavljena u Amsterdamu, Bruxellesu, Melbourneu, Berlinu i Sydneyu.

## LITERATURA

1. Bagić, A., Škrabalo, M., Narančić, L. (2006): Pregled društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj, Academy for Educational Development, MAP Savjetovanja d.o.o., Zagreb
2. Beemelmans, S., Wechsleman, C. (2022): Doughnut Economics as a Strategic Compass, PD Impulse, dostupno na: [https://www.pd-g.de/assets/PD-Impulse/220811\\_PD-Impulse\\_Doughnut\\_Economics\\_\\_English.pdf](https://www.pd-g.de/assets/PD-Impulse/220811_PD-Impulse_Doughnut_Economics__English.pdf) (15.12.2023.)
3. Burbano, L. (2021): What is the theory of doughnut economics and how can it mold cities?, Tomorrow City, dostupno na: <https://www.tomorrow.city/doughnut-economics/> (20.04.2024.)
4. Carrol, A.: Corporate Social Responsibility – Evolution of a Definitional Construct, Business and Society, Vol. 38, No. 3., dostupno na: <http://bas.sagepub.com/content/38/3/268.abstract> (25.01.2024.)
5. CSR EUROPE (2010): A Guide to CSR in Europe, Contry Insights by CSR Europe's National Partner Organisations, CSR Europe, dostupno na: [http://mdos.si/Files/A%20guide%20to%20CSR%20in%20Europe\\_Country%20insights%20by%20CSR%20Europes%20National%20Partner%20Organisations.pdf](http://mdos.si/Files/A%20guide%20to%20CSR%20in%20Europe_Country%20insights%20by%20CSR%20Europes%20National%20Partner%20Organisations.pdf) (25.01.2024.)
6. Doughnut Economics Action Lab: A Doughnut Lab for Hands – On Sustainable Action, 2023., dostupno na: <https://doughnuteconomics.org/stories/224> (15.01.2024.)
7. Doughnut Economics Action Lab: About Doughnut Economics, 2023., dostupno na: <https://doughnuteconomics.org/about-doughnut-economics> (20.12.2023.)
8. Doughnut Economics Action Lab: Amsterdam City Doughnut, 2020., dostupno na: <https://doughnuteconomics.org/stories/1> (05.01.2024.)
9. Doughnut Economics Action Lab: Brussels bets on the Donout, 2020., dostupno na: <https://doughnuteconomics.org/news/10>
10. Doughnut Economics Action Lab: Cities & Regions, 2023., dostupno na: <https://doughnuteconomics.org/themes/1> (28.12.2023.)
11. Doughnut Economics Action Lab: Donut Berlin, 2023., dostupno na: <https://doughnuteconomics.org/groups-and-networks/5> (15.01.2024.)
12. Doughnut Economics Action Lab: Principles & Guidelines, 2023., dostupno na: <https://doughnuteconomics.org/principles-and-guidelines> (27.12.2023.)

13. Doughnut Economics Action Lab: Regen Sydney: our story so far, Regen Sydney, 2023., dostupno na: <https://doughnuteconomics.org/stories/249> (20.01.2024.)
14. Florian, M.C.: How Amsterdam Uses the Doughnut Economics Model to Create a Balanced Strategy for Both the People and the Environment, Arch Daily, 2023., dostupno na: <https://www.archdaily.com/997291/how-amsterdam-uses-the-doughnut-economics-model-to-create-a-balanced-strategy-for-both-the-people-and-the-environment> (05.01.2024.)
15. Glavočević, A., Radman Peša, A. (2013): Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti, UDK 658.8:65.01., Oeconomica Jadertina 2/2013, Zagreb, dostupno na: [hrcak.srce.hr/file/170022](http://hrcak.srce.hr/file/170022) (05.02.2024.)
16. Kotler, P. i Lee, N. (2009): DOP – Društveno odgovorno poslovanje, M.E.P. CONSULT d.o.o., Zagreb
17. Krkač, K. (2007): Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, Mate/ZŠEM, Zagreb
18. Krkač, K. (2007): Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, Mate/ZŠEM, Zagreb
19. Lark, R.: Doughnut Economics and Sustainable Business Growth, Environment, 2023., dostupno na: <https://environment.co/doughnut-economics-and-sustainable-business-growth/> (20.12.2023.)
20. Lofgren, K.: The Melbourne doughnut, Regen Melbourne, 2023., dostupno na: <https://www.regen.melbourne/news/melbdoughnut> (07.01.2024.)
21. Omazić, M. A. (2007): Društvena odgovornost i strategije hrvatskih poduzeća, doktorska disertacija, Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb, dostupno na: [http://web.efzg.hr/dok/KID/Omazic\\_Mislav\\_Ante\\_\(T\).pdf](http://web.efzg.hr/dok/KID/Omazic_Mislav_Ante_(T).pdf) (14.02.2024.)
22. Pavičić, J. (2003): Strategija marketinga neprofitnih organizacija: neprofitne organizacije i društvo, Masmedia, Zagreb
23. Pavić-Rogošić, L.: Društveno odgovorno poslovanje, dostupno na: [www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf](http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf) (15.01.2024.)
24. Peluso, C.: What is doughnut economics, Population Media Center, 2023., dostupno na: <https://www.populationmedia.org/the-latest/what-is-doughnut-economics> (27.12.2023.)

25. Petričević, T. (2015): Priručnik za brzi početak: Društveno odgovorno poslovanje i društvenopoduzetnički pothvati u turizmu, British Council Hrvatska, Zagreb, dostupno na:  
[http://www.britishcouncil.hr/sites/default/files/prirucnik\\_dop\\_i\\_dpp\\_u\\_turizmu.pdf](http://www.britishcouncil.hr/sites/default/files/prirucnik_dop_i_dpp_u_turizmu.pdf).  
(15.01.2024.)
26. Stojanović, S. i Milinković, K. Društveno odgovorno poslovanje kao oblik poslovanja poduzeća, dostupno na:  
[http://www.vpsz.hr/media/files/ZBORNIK\\_Book\\_of\\_Proceedings\\_1st\\_Conf\\_FR.pdf](http://www.vpsz.hr/media/files/ZBORNIK_Book_of_Proceedings_1st_Conf_FR.pdf)  
(05.02.2024.)
27. Sustainable Prosperity (2024): Doughnut Economics, dostupno na: <https://sustainable-prosperity.eu/sustainable-prosperity/doughnut-economics/> (20.04.2024.)
28. Šijaković, A., Krišto, I., Batak, M. (2013). Društveno odgovorno poslovanje i zaštita zdravlja i sigurnosti na radu, UDK 331.45/.48:614. Zagreb: Sigurnost 55 (4) 359-367., dostupno na: [hrcak.srce.hr/file/166662](http://hrcak.srce.hr/file/166662) (15.01.2024.)
29. Wagner, T.: The doughnut economics: definition and critical analysis, Bonpote, 2021., dostupno na: <https://bonpote.com/en/the-doughnut-economics-definition-and-critical-analysis/> (16.12.2023.)

## POPIS SLIKA

Slika 1.: Koncept društveno odgovornog poslovanja .....	5
Slika 2.: Piramida društvene odgovornosti prema A. Carroll .....	9
Slika 3.: Model „ekonomije uštipka“ .....	21
Slika 4.: Pojednostavljena verzija uštipka: siguran prostor unutar društvenih i ekoloških ograničenja .....	23
Slika 5.: Uštipak (krafna) društvenih i planetarnih granica .....	24
Slika 6.: Krafna društvenih i planetarnih granica .....	25
Slika 7.: Kompas EU 2030 .....	26
Slika 8.: Karta gradova/mjesta koji primjenjuju „ekonomiju uštipka“ .....	33
Slika 9.: Transport materijala čamcima .....	36
Slika 10.: Originalna „ekonomija uštipka“ Kate Raworth i „ekonomija uštipka“ u Melbourneu .....	38
Slika 11.: Postaja za „ekonomiju uštipka“ u Berlinu na mobilnom i modulatornom laboratoriju, načelo 3, „Njegovanje ljudske prirode“ .....	40

- **IZJAVA O AUTORSTVU I IZVORNOSTI RADA**

kojom ja Mia Ljubičić, 6019832103290117043, izjavljujem pod punom moralnom odgovornošću da:

- sam završni/diplomski rad pod naslovom: Društveno odgovorno poslovanje implementacijom „ekonomije uštipka“, na studiju: sveučilište u Dubrovniku odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju, izradio samostalno, pod mentorstvom prof. Ivana Jelčića.
- Sam u izradi koristio navedenu literaturu i pri tome se pridržavao etičkih standarda u citiranju i korištenju izvora te niti jedan dio rada nije izravno preuzet iz tuđih radova.
- Sam suglasan da se sadržaj mog rada trajno pohrani i objavi u Repozitoriju Sveučilišta u Dubrovniku te se time, putem interneta učini javno i bez naknade dostupan svima.
- sadržaj mog rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenog i eventualno nakon obrade uređenog rada.
- sam prilikom korištenja slika s interneta poštovao autorska prava

Ime i prezime studenta:

**Mia Ljubičić**

Potpis



U Dubrovniku, 5.9.2024.



