

Velimir
Srića

Iako nema konsenzusa, većina analitičara krivice krize vidi u financijskom sustavu koji je izbje-gao javnom nadzoru i regulaciji. Umjesto da služi realnoj ekonomiji, postao je njen gospodar. Obična novčana infrastruktura postala je sofisticirana kockarnica, bolesni spoj Wall Streeta i Las Vegasa. Kao da od bankomata zatražiš isplatu 500 kuna, a on ti ponudi opciju: *Dvostruko ili ništa!* Umjesto da financijski sustav novcem i kreditima servisira proizvodnju, počeo se baviti izmišljanjem raznoraznih „derivata“, usmjerio se na kratkoročnu dobit, proglasio špekuliranje vrlinom, a pohlepu i stvaranje vrijednosti ni iz čega pretvorio u normu ponašanja.

A to je činio pod ruku s vlašću i mentalitetom masa, prije svega potrošačkom groznicom. Imamo sve više stvari i postali smo njihovi zarobljenici. Oboljeli smo od bolesti koja se zove *stuffocation*, gušenje posjedovanjem nepotrebnih stvari. Taj je proces vrlo opasan. Duh potrošačkog društva bogate je učinio bezobrazno bogatima, a rastući broj ostalih bacio u dužničko ropstvo. Potičući to, političari i bankari su se zaigrali, a ceh podmiruju poreski obveznici.

Kriza - posljedica generiranja ili zaustavljanja ideja

Stanje u svjetskom gospodarstvu posljedica je globalne politike, a ona počiva na uvjerenjima o tome što je poželjno, dobro i korisno, ispravno i prihvatljivo. Ljudi se uvijek ponašaju u skladu s onim u

Nailazi li nova kriza i kako ju spriječiti

Ovih dana ponovno smo svjedoci potresa na svjetskim burzama, pokrenutih slabim izgledima rasta najpropulzivnijeg tržišta i druge po snazi gospodarske sile svijeta Kine. Mnogi se slažu da je slično počela kriza 2008. i da bi ova nova mogla biti jednako razorna, ako ne i gora. Što bi hrvatski manageri trebali znati o tome? Kakvi izazovi opet stoje pred njima? Prije svega, zašto nastaju ovakve krize?

što vjeruju. Zato se kompanija koja dođe u probleme može odlučiti na otpuštanje radnika, prebacivanje proizvodnje tamo gdje je rad jeftiniji, ili može izabrati strategiju bolje izobrazbe djelatnika i jačanja njihove lojalnosti, što će joj povećati kvalitetu i inventivnost, a smanjiti troškove. Sve ovisi o uvjere-

nju vlasnika i managera. Isto tako političko vodstvo zemlje može jačati utjecaj tako da nagrađuje poslušnike, ili tako da se otvori demokratskim promjenama. Opet, sve ovisi o uvjerenju političara. Kao izlaz iz ekonomskih problema, neka zemlja može izabrati izgradnju snažnog izvoznog gospodarstva (poput Kine), ili despotski sustav oslonjen na represiju (poput Bliskog Istoka), što, ponovno, ovisi o vladajućoj ideologiji. Zato, da bismo promijenili ponašanje, moramo prvo promijeniti uvjerenja, stavove i vrijednosti. Najkraće rečeno, krizu generiraju ili zaustavljaju ideje. One nas pokreću jače od motora.

No imamo li pravih ideja o prevladavanju kriza? Na pretek! Istodobno, s dubinom kriza raste broj proroka koji znaju što treba učiniti. Nevolja je jedino u tome da se većina njih ni oko čega ne uspijeva složiti. Krenimo od ekonomije. Treba li više štedjeti ili poticati potrošnju? Treba li akumulaciju usmjeravati na javne investicije ili jačati infrastrukturu slobodnog poduzetništva? Treba li razvijati, ili ukinuti, praksu liberalnog kapitalizma? Hoće li preokret doći od snaženja, ili slabljenja uloge države u gospodarstvu? Je li rješenje u čvrstoj monetarnoj politici ili nam treba (kontrolirani) rast inflacije?

Jesmo li zaista žrtve?!

Ekonomisti vole teorije po kojima bi na tržištu sve bilo bajka kad zločeste interesne skupine ne bi uspijevale nametati svoje ciljeve (poput vojne i naftne industrije, banaka, osiguravajućih društava i drugih multinacionalnih korporacija). Neki tvrde da je slobodnom

tržištu kraj, a neki da će ga tek globalizacija staviti u punu funkciju. Za jedne je monetarna politika ključna, drugi sve nade polažu u fiskalnu politiku, treći se kunu da nema rješenja bez poticaja poduzetništva, četvrti su protiv svakog poticaja jer se njime »deformira« sloboda privatne inicijative.

Danas je moderno za sve optuživati medije koji stvaraju javno mnijenje i time utječu na stavove i uvjerenja većine. Duhovni otac *New Deal*, **John Maynard Keynes**, tvrdio je da političari, a onda i građani, često postaju žrtve zabluda nekog davno mrtvog ekonomiste. Makar i tisuće ljudi vjeruju u budalaštinu, ona i dalje ostaje glupost. No što ako se radi o milijardama ljudi i njihovim (pogrešnim) uvjerenjima koja utječu na ponašanje radnika, managera, demokratskih institucija, banaka i poduzeća? Neki tvrde da smo u nevoljama jer nismo učili na pogreškama iz prošlosti. Zakopamo li malo dublje po asfaltu izvora krize, naići ćemo na tri ključna problema: erozija morala, nevolje tržišne ekonomije, defekti demokracije. Pa krenimo tim smjerom.

Skoro će se svi složiti da je jedan od ključni problema današnje erozija morala, istinoljublja i uzajamnog povjerenja u politici i u poslovnom svijetu. Ideologija slobodnog tržišta reducirala je sve odnose na transakcije i sebični interes, osjećaj vrijednosti svela na potrošačev izbor. Za **Oscara Wilde**a, cinik je bio čovjek koji svemu zna cijenu, a ničemu vrijednost. Izgleda da smo danas svi postali cinici. Posjedujemo sve više stvari, ali smo svemu uspjeli smanjiti vrijednost.