



Marc Luyckx Ghisy, doktor znanosti, matematičar, filozof i teolog, član World Business Academy i dekan Cotrugli Business Academy iz Zagreba. Gdin. Luyckx je direktno surađivao s Predsjednikom Europske komisije, prvo s Jacquesom Delorsom, a kasnije sa Jacquesom Santerom kao član grupe za "Napredna istraživanja" zadužen za preispitivanje etičke, kulturalne, religijske i političke dimenzije stvaranja Europske Unije u kontekstu promjene svjetonazora.

Win-win strategija za Europsku Uniju u društvu znanja - 1. dio

Marc Luyckx Ghisy

Uvod

Kada nestane vizije, ljudi stradavaju.

Biblija, Priče Salamunove: 29:18

Na samitu Europskog Vijeća u Lisabonu u ožujku 2000. g., šefovi vlada i država članica Unije donijeli su jednu obećavajuću odluku koja će utjecati na budućnost Europe. Koja je to odluka, zašto je tako važna i zašto zaslužuje pridjev "napredna"?

Odlučeno je da EU do 2010. godine treba postati **"najkonkurentnije i najdinamičnije gospodarstvo u svijetu, temeljeno na znanju, sposobno za održivi rast s većim brojem kvalitetnijih radnih mjesta i na višem stupnju društvene kohezije"**.

Odluka je izražena u obliku poslovnog cilja, jezikom društvene uključenosti i održivosti. Njena osobita važnost leži u prepoznavanju znanja kao važnog izvora bogatstva. Napredna je još iz razloga što su europski politički lideri umjesto o tehnologijama govorili o *društvu znanja*. Također su povezali konkurentnost i održivost, što je za budućnost veoma važno. Unutar okvira za postizanje društvene uključenosti, prepoznali su važnost kapitalizacije nove logike upravljanja znanjem. U samo jednoj rečenici, samit u Lisabonu je postavio temelj za *win-win* scenarij u Europskoj Uniji za prvo desetljeće 21. stoljeća.

Društvo znanja

Ključno obilježje društva znanja ogleda se u činjenici da je ono u stvari **poslije-kapitalističko tržište znanja**. Danas je očito da je djelovanje informacijske i komunikacijske tehnologije rezultiralo dubokim promjenama u društvu. Pa ipak, još dublje promjene nas tek očekuju. Moćdanas sve više izvire iz umrežene ljudske kreativnosti unutar interaktivnih mreža (ljudski kapital), a sve manje iz posjedovanja kapitala i tehnologije. Zašto je tako?

Za transformaciju informacija u znanje, kapital i tehnologija su nužni, ali u isto vrijeme i nedostatni, dok je ljudska kreativnost apsolutno nužna. Verne Allee je jednom prilikom rekla: "Digitalna ekonomija je u Kaliforniji doživjela slom zbog isključivog i jednostranog vrednovanja tehnološkog napretka. Nisu razumjeli važnost institucionalne

transformacije tvrtki i društva. Nisu promijenili vlastitu viziju. Top kompanije na tom području su uglavnom bile pravi dinosauri u smislu upravljanja ljudima. To je pravi razlog njihove propasti. Ostale tvrtke, poput Cisca i E-baya, stvorile su golemu nematerijalnu imovinu i ljudski kapital te zbog toga uspješno nastavljaju svoj razvoj."

Iako je društvo znanja poslije-kapitalističko, najvjerojatnije je da će ono ostati sustav *tržišta znanja*, samo drugačijeg oblika. Navedeno nije vrijednosni sud za ili protiv industrijskoga kapitalizma. U tijeku su brze i duboke promjene: ključne vrijednosti kapitalističkog društva potihom se mijenjaju, postaju sporedne ili zastarjele. Važnost ove promjene nas i dalje iznenađuje...

Klasični ekonomisti, kada se bave društvom znanja govore o **nematerijalnim kategorijama** (eng. intangibles). čini se da važan dio, možda i najvažniji, ekonomskog sustava SAD-a i Europske Unije čine upravo nematerijalne kategorije. To povlači za sobom da klasični ekonomski alati u uporabi veoma brzo zastarijevaju i da nisu više učinkoviti u mjerenju i upravljanju ovim novim i rastućim dijelom gospodarstva.

Naredna važna karakteristika društva znanja odnosi se na **uključenost**. Razmišljanje ljudi još je uvijek duboko ukorijenjeno u industrijskom svjetonazoru te je stoga većini teško razumjeti tranziciju od *isključenosti* kao karakteristike industrijskog društva prema *uključenosti*. Navedeno predstavlja iznimno radikalnaokret. Ako znanje ne dijelimo s drugim ljudima tada se ono ne može povećavati. Računala razmjenjuju samo podatke, a znanje u svojoj suštini predstavlja podatke višeg reda te je njegovo nastajanje i raspodjela isključivo djelatnost ljudi. Nadalje, ako se znanje ne dijeli, njegova će vrijednost opadati.

Navedeni način promišljanja prožima **mreže izvrsnosti, inteligentne prostore, regije znanja, cjeloživotno učenje**, itd. Što je više pojedinaca uključila u mrežu, to je neka regija (ili organizacija, op. ur.) inteligentnija. Navedeno predstavlja *win-win* način razmišljanja (način razmišljanja gdje se teži rješenjima prihvatljivim za sve strane - op. ur.). Još je provokativnija ideja da bi poduzetnik 21. stoljeća u društvu znanja trebao biti "*majstor uključivanja*". Zaista,

što je više uključenih ljudi, to će kvalitetnije znanje poduzetnik proizvesti.

Opredjeljenjem za konkurentno društvo znanja na principu uključenosti, Europa je izabrala ispravan put, usprkos tome što većina važnih sudionika u poslovanju, javnoj administraciji, sveučilištima i širokoj javnosti još uvijek nije u potpunosti shvatila novi izazov.

U okviru društva znanja, **održivost** je ključna nematerijalna imovina. Većina ekonomista na održivost gleda kao na trošak što je potpuno ispravno. Poduzeća koja se odluče za održivost moraju biti spremna na dodatni trošak.

Dobar primjer je priča o *Interfaceu*, kompaniji koja se bavi proizvodnjom tepiha, i koja je izgradila 95% održivost. Goleme svote novca potrošene su na restrukturiranje cjelokupnog proizvodnog sustava te se ti troškovi teško dovode u vezu s uspjehom kojeg je *Interface* postigao postavši svjetski lider u proizvodnji tepiha. Zašto i kako se to dogodilo?

čini se kako su djelatnici, klijenti i svi dionici *Interfacea* postali istinski ponosni na vlastiti pothvat koji je stvorio novu energiju i u potpunosti transformirao kompaniju koja je iznenađa dobila novi i dublji smisao i imidž, a sve iz razloga što je počela aktivno pridonositi očuvanju prirode i čovječanstva. Brend, ugled, značaj, tj. takozvana "**nematerijalna imovina**" tvrtke porasla je za 1000% što se nigdje nije moglo vidjeti unutar okvira starog mjernog sustava.

čini se da nematerijalna imovina (imovina koja nije materijalna ili financijski opredmećena, ali ipak osigurava izvore za buduće prihode) postaje sve značajnija unutar društva znanja. To se događa prvenstveno zbog porasta važnosti samog znanja kojeg možemo mjeriti jedino uz pomoć kvalitativnih, nematerijalnih, dakle neopipljivih kategorija. Stare metode u uporabi loše kvantificiraju nematerijalnu imovinu. Dakle, dok je u kontekstu financija održivost trošak, unutar poduzetništva temeljenog na znanju održivost je **nematerijalna imovina**. Sve dok Europa naglašava održivost, vrijednost njene imovine raste. Ovo znači da je za Europu održivost istinski važan element *win-win* strategije.

U okvirima društva znanja značaj nematerijalne imovine stalno raste, dok informacijske i komunikacijske tehnologije olakšavaju širi prijenos pokazatelja i povećavaju transparentnost poslovanja. Otvara se mogućnost za sudjelovanje većeg broja građana i za povećanje odgovornosti pojedinih sektora društva. Društvo je danas došlo do točke u kojoj je relativna važnost nematerijalne i materijalne imovine izjednačena. U budućnosti će važnost materijalne imovine ostati ista dok se očekuje značajni porast važnosti nematerijalne komponente imovine.

U klasičnoj industrijskoj paradigmi, **održivost** se promatra kroz prizmu *win-lose* igre (tj. kada jedna strana dobiva, tada druga strana nužno gubi - op. ur.), do čega neizbježno dolazi kada se previše pažnje pridaje materijalnoj imovini. *Win-win* opcija tada nije moguća. U društvu znanja, nematerijalna imovina i indikatori nematerijalne imovine u budućnosti će sve

više dobivati na značaju. Kako je održivost komponenta nematerijalne imovine, tako će rastom značaja nematerijalnog u društvu znanja održivost postati ključni čimbenik uspješnosti. Tako dolazimo do *win-win* igre. Povećanje održivosti podrazumijeva povećanje nematerijalne imovine što dalje podrazumijeva "novu" konkurentnost.

Iz sličnih razloga **društvena uključenost**, usadena u novu paradigmu društva znanja, također postaje vrlo bitna komponenta nematerijalne imovine. Ako javnost neku kompaniju percipira kao organizaciju koja podržava društvenu uključenost, imidž brenda će rasti jer će se kompanija percipirati kao pozitivni društveni čimbenik u zajednici u kojoj djeluje. Dok je društvena uključenost trošak u *win-lose* industrijskoj paradigmi, ovdje ona unapređuje proces stvaranja znanja, a samim time i proces stvaranja nematerijalne imovine. Ponovno dolazimo do *win-win* situacije.

Elementi tržišta znanja

Tablica 1: Promjena načina razmišljanja

Industrijski kapitalizam	Društvo znanja: pozitivan scenarij	Društvo znanja: negativan scenarij
Konkurentnost je povezana s raspoloživošću kapitala i vrhunske tehnologije.	Kreativnost, institucionalne promjene i nove vizije su važnije od kapitala i tehnologije.	Napori da se ljudska kreativnost eksploatira unutar starih struktura i stare industrijske vizije.
Cilj: proizvodnja i prodaja velikog broja jeftinih materijalnih dobara.	Cilj: proizvodnja kvalitetnog znanja jačanjem ljudske kreativnosti i umreženosti. Nematerijalna imovina.	Opasnost od manipulacije.
Trgovina: roba ili novac za robu; ono što je prodano je izgubljeno (logika "ne možeš imati ovce i novce" - op. ur.)	Znanje koje se dijeli nije izgubljeno. Razmjena i dijeljenje znanja unutar mreže jedini je način da se znanje poveća. Način razmišljanja win-win.	Opasnost od uzimanja bez razmjene.
Industrijska politika se temelji na načelu oskudice i isključivanja.	Politike se temelje na obilju informacija i na uključenosti. Dijeljenje znanja jedini je način za stvaranje novog znanja.	Ljudi pokušavaju krasti znanje bez da ga dijele. Opasne nove vrste virusa i pirata.

Sve industrijske politike, obrana i poslovanje se temelje na načelu tajnovitosti. Patentiranje je pravilo.	Nestanak tajnovitosti i patentiranja! Informacije su uvijek dostupne.	Odbijanje evolucije. Meki fašizam. Ratovi i nasilje.
Debata u kapitalizmu: tko je vlasnik sredstava za proizvodnju? Debata desnica - ljevica?	Debata završava jer se razumije da je um čovjeka osnovno sredstvo proizvodnje.	Suptilna ili nasilna manipulacija ljudskim umom.
Ljudski kapital nije imovina već društveni trošak.	Ljudski kapital postaje osnovno sredstvo proizvodnje, menadžmenta, novih mjerenja i računovodstva.	Menadžment u ulozi manipulatora kako bi ljudski kapital podredio strojevima i staromodnom profitu.
Koncepcije <i>industrijskog napretka, rasta i konkurentnosti</i> su kvantitativne.	Napredak, rast i konkurentnost postaju kvalitativne kategorije	Odbijanje da se napredak, rast i konkurentnost definiraju kroz kvalitativne pokazatelje.
Objekti na tržištu nemaju etičku vrijednost	Etička vrijednost znanja.	Manipuliranje etikom, smislom, čak i religijom.
Prevladavajuća strategija: ovladavanje i dominacija prirodom i tržištem.	Prevladavajuća strategija: ponovno povezivanje, održivost i kvalitativan rast.	Usmjeravanje prema novoj i još gorjoj dominaciji!

Tablica 1. nam pokazuje glavne karakteristike pozitivnog gledanja na društvo znanja i uspoređuje ga s industrijskim kapitalizmom. Pa ipak, iz trećeg stupca tablice je vidljivo da nove vrijednosti društva znanja mogu postati vlastite suprotnosti.

Stvaranje nematerijalističkog društva

Ključno obilježje industrijskog društva ogleda se u njegovoj usmjerenosti na maksimalizaciju proizvodnje i prodaje materijalnih dobara čime se cjelokupna industrijsko-ekonomska paradigma ograničava isključivo na materijalizam. Ekonomska znanost temelji se isključivo na brojevima i jednadžbama pa se zbog toga ekonomisti susreću s novim izazovom: uvrstiti čovjeka (ljudski kapital) u jednadžbu odnosno proizvodnu funkciju jer je u kapitalističkom društvu kvantitativno mjerenje u stvari jedino moguće mjerenje.

Ovdje nailazimo na suštinu problema jer znanje po svojoj prirodi nije materijalno. Iako se neki ekonomisti svojski trude izraziti i izmjeriti znanje u kvantitativnim terminima, čini se da njihov rad ipak nije impresionirao veći dio ekonomske zajednice.

Ekonomisti danas otvoreno priznaju da glavni dio novostvorene vrijednosti gospodarstva dolazi iz sfere *nematerijalnog*. U svojoj knjizi o prirodi nematerijalnog, Baruch Lev tvrdi: "Nematerijalna imovina je tvrdnja o budućim koristima koja nije potkrijepljena fizičkim ili financijskim resursima. Patent, brend i jedinstvena organizacijska struktura se naizmjence nazivaju nematerijalnom imovinom, imovinom znanja ili intelektualnim kapitalom..." Lev nadalje zamjećuje: "Nematerijalno se opredmećuje u materijalnom (npr. tehnologija i znanje ugrađeni u avion) i u radu (prešutno znanje zaposlenika) što vodi do značajnog isprepletanja "materijalne" i "nematerijalne" imovine prilikom stvaranja vrijednosti. Intenzivne interakcije ovih promjenljivih veličina onemogućuju samostalno vrednovanje nematerijalne imovine.

Klasične kapitalističke kvantitativne (materijalističke) mjerne metode ne funkcioniraju. Svjetsko gospodarstvo se već danas nalazi u drugom vrijednosnom sustavu. Teškoće na koje nailazimo leže u činjenici da prelazak na nematerijalno kvalitativno promišljanje zahtijeva promjenu ekonomske metodologije i aksioma. Ekonomija je na putu da postane multidisciplinarna znanost koja uključuje

filozofiju, sociologiju, psihologiju, politiku pa čak i teologiju te podjednako muškarce i žene.

Glavnu zapreku osmišljavanju nove ekonomske znanosti pronalazimo u činovničkom ponašanju grupe vrhunskih svjetskih ekonomista, koji nisu spremni da prihvate nove ideje i korjenitu promjenu metodologije. U suvremenom svijetu postoji nova vladajuća klasa koja funkcionira slično kao srednjovjekovno svećenstvo, a ekonomisti su dobar primjer takvog djelovanja. Počne li bilo tko od njih razmišljati izvan zadanih okvira, izbjegavaju ga i prisiljavaju na šutnju. (vidi: W. Brian Arthur: "Bitno je od kuda polazite u dubini vlastitog bića", q21, veljača, 2007.) Herman Daly, bivši šef istraživanja u Svjetskoj banci, u svojoj knjizi daje izvanredan primjer ostracizma ove vrste. Daly tvrdi da nakon objavljivanja svog prvog kritičkog članka više nikada nije bio pozvan na neki od svjetskih kongresa ekonomista.

Primjeri netolerantne prakse strukturalne su prirode usađeni u moderan pristup ekonomiji. No, to se mora promijeniti, tolerantnost prema ponašanju i razmišljanju drugih ljudi mora dobiti na važnosti. Nije pošteno optuživati ljude. Pored navedenog, još je jedna prepreka svima poznata: materijalistički pristup životu usađen u svima nama. Materijalizam je postao naša druga priroda, stalno prisutan u umovima ljudi i modernom načinu života. Iz tog razloga se informacije koje se odnose na nematerijalno teško probijaju u javnost. Jednostavno se ne primjećuju. No, prije ili kasnije prihvaćanje drugačijih vrijednosti postati će neizbježno.

Trgovina nasuprot dijeljenju

Trgovina, kakvom je svi poznajemo, relativno je novi pojam. Odnosi se na transakcije u kojima robu mijenjamo za novac, ništa više od toga. Jednom kad se zamjena obavi, transakcija je završena, a nastavka nema. Trgovina u opisanom obliku čini se koncepcijom bez alternative, zbog toga što se ljudi nikada nisu upoznali s drugačijom idejom.

Pa ipak, srednjovjekovna Europa poznaje trgovinu kao jedan drugačiji, bogatiji i cjelovitiji proces koji se temeljio na razmjeni i darovanju. Npr. ako je nekom rataru zatrebalo sjeme, a susjed je to sjeme posjedovao

u obilju, tada bi se sjeme mijenjalo za neko drugo dobro, za novac ili bi jednostavno bilo poklonjeno. Ratar bi se zavjetovao na "dug časti". U slučaju potrebe, ratar je bio dužan pomoći svome susjedu ili mu uzvratiti poklon nekom drugom prilikom.

Da je taj isti ratar pošao u grad kupiti sjeme, iskoristio bi priliku da prikupi informacije o novim poljodjeljskim metodama, politici, itd. Vjerojatno bi usput potražio i dobrog supruga svojoj kćeri. Novčana razmjena na gradskim tržnicama bila je tek mali dio ukupne razmjene koja je uključivala i razmjenu znanja, razvoj međuljudskih odnosa, sklapanje brakova, itd.

Trgovina je poprimila današnje usko značenje za vrijeme industrijalizacije u 19. st. Društvo je spontano prešlo iz faze razmjene u fazu trgovanja. Ideja recipročne razmjene koja je gradila zajednicu potpuno je napuštena u industrijskom kapitalizmu gdje je "dug" smatran posebno negativnom kategorijom, što je vjerojatno rezultat utjecaja puritanizma, pa se u današnje vrijeme "ne imati dug" smatra moralnim. Došlo je do potpunog preokreta vrijednosti.

Razmjenom u društvu znanja znanje se ne gubi, a primatelj znanja s davateljem postaje povezan nekom vrstom duga. Korist davatelja ne mora nužno biti novac, mnogo je važnije povratno znanje koje se davatelju vraća obogaćeno primateljevom kreativnošću. Iz tog razloga novi poduzetnici inzistiraju na razmjeni informacija. Npr., dogodi li se da zaposlenik zadrži informaciju dulje od 24 sata, u nekim tvrtkama Silicijske doline on automatski biva otpušten. To znači da su zaposlenici u većini nacionalnih i regionalnih uprava potencijalni kandidati za otkaz. Iz navedenog slijedi da je izgradnja mreža izvrsnosti od ključnog značaja za svaki sustav. *Verna Allee* je vrlo elokventno pokazala da su upravo mreže mjesto gdje nastaju nove vrijednosti u novome društvu.

Nastaje, dakle, radikalna promjena u osnovnom poimanju modernog industrijskog trgovanja, u kojem nije moguće *posjedovati predmet i novac od tog predmeta*. U društvu znanja, u određenom smislu je moguće *posjedovati znanje i novac od toga znanja* što predstavlja promjenu u skladu s novom logikom razmjene i dijeljenja. Navedeno također znači da novac polako ali sigurno gubi ključnu poziciju u razmjeni znanja, zbog toga što je razmjena znanja bez uplitanja novca

moguća. Novac se stoga ubrzano dematerijalizira i odvaja od postindustrijske proizvodnje, te postaje sve spekulativniji i apstraktniji gubeći na taj način vlastitu društvenu korisnost. Jesmo li svjedoci kraja industrijskog poimanja novca? Kakva nas budućnost očekuje?

Tvrtke poput Microsofta kontroliraju ogromne količine novca. No, način na koji je Bill Gates stvorio taj novac potpuna je novost. Gates je zapravo posjedovao znanje, preciznije rečeno, razumijevanje važnosti Appleovoga pristupa izradi softvera prilagođenog korisniku, kojeg je zatim prodao IBM-u. Iako nije posjedovao ni kapital ni infrastrukturu, ova spoznaja bila mu je dovoljna da zaradi nevjerojatno bogatstvo. Linux je novi konkurent Microsoftu na tržištu računalnih operativnih sustava, otvorene arhitekture koju korisnici mogu sami unapređivati. Usporedimo li ih, proizvod Microsofta se čini poprilično "industrijski". Hoće li na duge staze Linux pobijediti Microsoft? Da li se Linux temelji na široj bazi znanja? Budućnost će pokazati...

Prevladavanje oskudice i društvene isključenosti

Kapitalizam i njegov novčani sustav izgrađeni su i temelje se na vrijednostima **oskudice i društvene isključenosti**. Cjelokupna funkcionalnost tržišta također je izgrađena na istim vrijednostima. Npr. neka tvrtka posjeduje novi proizvod, dok ga druga tvrtka ne posjeduje. Konkurentnost i cjenovni sustav se također temelje na oskudici. Ako robe ima u izobilju, tada ona ne može postići dobru cijenu. Posljedica ovog oskudijevanja jest isključenost s tržišta onih aktera koji ne posjeduju potrebne patente ili proizvode.

U svijetu danas nastaje drugačiji vrijednosni sustav. Društvo znanja je društvo obilja informacija. Stoga je pravi izazov u transformaciji informacija u znanje. Jedino je čovjek, ili preciznije, grupa ljudi, u stanju takvu transformaciju napraviti. Na taj način, pitanje opstanka postaje pitanje dotoka informacija što većem broju ljudi. Znanje se kao tvorevina gradi na

uključenosti aktera. Što je više ljudi uključeno u mrežu, to se informacija može brže i bolje transformirati u znanje. Običaj njegovanja oskudnosti informacija naslijeđen iz doba industrijskog kapitalizma rezultira brzim zastarijevanjem znanja. Iz tog razloga proizlazi nužnost promjene vrijednosti.

Na temelju rečenog možemo stvoriti novu poslovicu: *"Znanje je poput ljubavi, što ga ljudi više daju, to ga više i dobivaju"* koja će vrlo vjerojatno iznenaditi kapitaliste, ali i mnoge druge ljude jer su vrijednosti oskudice i isključenosti duboko ukorijenjene u našem društvu.

Moguće je da će nov način razmišljanja, koji ubrzano osvaja društvo, bitno utjecati na geopolitičku situaciju. Npr., zašto u Africi ne primijenimo koncepciju uključenosti? Zašto informacije i znanje ne podijelimo sa siromašnima? Rezultati takvog pristupa mogli bi biti senzacionalni. Siromašni bi time dobili priliku za novi početak čime bi prirodno došlo do preraspodjele prihoda: ljudska bića ne mogu biti kreativna ako su gladna i zabrinuta za opstanak vlastite djece. Eventualni povrat na znanje mogao bi biti neočekivano visok.

Je li sve ovo utopija? Zemlje trećeg svijeta mogle bi se brže od ostalih uključiti u novo doba jer vrijednosti industrijskog društva nisu tako duboko usađene u njihove umove i strukture. Njihova tzv. *tradicionalna i nerazvijena društva* još se uvijek temelje na snažnom osjećaju dijeljenja, darovanja i uključenosti pa bi im upravo te vrijednosti mogle osigurati skok u društvo znanja.



Copyright: World Business Academy, 2005.

Uredio: Marko Lučić

Prijevod i lektura: Cleo, jezici i informatika, Zagreb

