

Preduzetništvo i kultura vrednovanja

RATKO R. BOŽOVIĆ

Filozofski fakultet

Nikšić

Poznato je da je realsocijalističko jugoslovensko društvo sa oblandom samoupravljanja bilo društvo u kojem nije bio izgrađen racionalno utemeljeni sistem vrijednosti. Štaviše, određene vrijednosti koje su istorijski stvarane i usvajane ukidane su i njihovo mjesto zauzimale su pseudovrijednosti kao opštevažeće norme koje su imale odlike eshatološke svetosti, tj. jedne nove svjetovne religije. Ta supstitucija jednih vrijednosti drugima sve više je gradila pravi kulturno-istorijski nesporazum između savremenog svijeta i svijeta koji stalno dolazi, ali nikako da dođe. U takvoj situaciji našao se čovjek koji tumara i stalno nagađa šta mu je činiti samo da ne pogriješi, tj. da ne izađe iz referencijalnog okvira vladajuće ideologije koji predstavlja svojevrzni okov individue jer se ona apsolutno podređuje ideološki nametnutom kolektivitetu. Uporedo sa tim određene intelektualne snage koje su na sebe preuzele radikalnu "kritiku svega postojećeg" traže uspostavu drugačijih vrijednosti, drugačiju kulturu vrednovanja, kako bi se bolje i brže osvojilo ono buduće (dolazeće). Takav kritički um izlaže sam sebe ne samo kritici odozgo nego i ekskomunikaciji iz zamišljene zajednice koju su predstavljali i vodili njeni tvorci.

No, ovdje je bitno pitanje kako je (ne)kultura vrednovanja u socijalizmu bila u sadejstvu sa (ne)regularnim poslovanjem neracionalne i neproaktivne partijski uspostavljene plansko-dogovorene privrede za unutrašnje razbijeno administrirajuće tržište, zbog čega se stalno zaostajalo za svjetskim tržištem. Time je političko-ekonomska strategija istovremeno zapadala u trostruku nedostatnost: lošu produktivnost i nedoraslu konkurentnost na tržištu, opštu zavisnost od razvijenog svijeta i ogromnu zaduženost od svjetskog kapitala.

Poslije takvog stanja društva stiže raspad geo-političkog prostora i formiranje posebnih državnih partikulariteta na doskorašnjem prostoru jugoslovenskog društva. Taj raspad se izvodi sa vjersko-nacionalističkim sukobima (koji još traju) u kojima dolazi do ksenofobične nekrofilije kada se nemilosrdno ruši sve ono što je u daljoj i bližoj prošlosti stvarano. Nastaje, negdje prije a negdje kasnije, proces tranzicije u svim novo-formiranim državnim lokalitetima globalnog jugoslovenskog društva. Ti procesi su (ne)svjesno ranije pripremani međusobnim političkim suprotstavljanjima i podmetanjima od strane partijskih oligarhija, prvo *de iure* pa onda i *de facto*. Na bivšem jugoslovenskom prostoru tranzicija, može se slobodno reći, nije nigdje dosljedno izvedena niti se i dalje izvodi u pravom njenom značenju. U stvari, u okviru jedne više-partijske prakse u kojoj vlada monistički pluralizam sa dominacijom vladajućih partija i sa nacionalističkim predznakom marginalizovane su sve opozicione političke partije. To se pogotovo dešava na direktno naslijeđenom prostoru prethodne Jugoslavije, te time u oba političko-jurisdiktiki ponovo zaokružena državna entiteta (Srbiji i Crnoj Gori). "Pokrštene" komunističke partije (SPS i DPS) u okviru iste ideološke vjere zavode demokratizaciju i ubjedljivo osvajaju glasove na više-stranačkim izborima. U ratničkoj atmosferi, sa izraubovanom privredom, opštom oskudicom, vrijednosnom dezorijentacijom i sve to u stezi nametnutog međunarodnog embarga tobože se gradi jedno "novo" društvo bez prave (ekonomske, političke i kulturne) osnove i bez htjenja i iskrenih namjera vladajućih partija. U takvim okolnostima nije slučajan izgovor vladajućih partija kako embargo

dozvoljava razne društvene anomalije, pa uz rapidno propadanje stalno raste i siva ekonomija. Vladajuće partije permanentno se deklarativno zalažu za transformaciju društvene svojine u državnu i privatnu čime uspostavljaju odnose u kojima privilegovani postaju još privilegovaniji u konglomeratu svojina i njihovih promjena i divergencija. Prenesena društvena svojina još više nego u prethodnom društvu ostaje pod direktnim diktatom političkog faktora uz istovremeno destimulativno i demotivaciono njeno djelovanje na racionalno poslovanje svih onih koji se u njoj zadržavaju egzistencijalnom nužnošću. Ali, postoje i drugi koji produžavaju "radni" boravak u njoj, otvarajući privatne firme samo nominalno registrovane na druge vlasnike kako bi se na razne načine društveno bogatstvo prelivalo u privatne džepove. U takvim okolnostima nije ni čudo što 90-tih godina u Srbiji u sastavu privatnih firmi, tj. "novih" preduzetnika čak 85% od njih djeluje u oblasti tzv. "servisne ekonomije", posebno u sferi trgovine (45%) i raznih usluga, dok u oblasti proizvodnje, proizvodnog zanatstva i građevinarstva samo ostatak od 15%.¹ Ovako slabo izražen interes za proizvodne djelatnosti u režiji privatne svojine govori o stanju našeg društva, stanju društvene anomalije, ali to govori i o jednom mentalitetu koji preferira jednostavnije poslovanje koje sa manje ulaganja donosi zaradu, pogotovo što trgovina i uopšte uslužne djelatnosti u neregularnim uslovima daju više mogućnosti za različite vrste šverca i olakog bogaćenja. Time se jedan dio dohotka u društvu jednostavno prelijeva iz džepa u džep jednog relativno bogatog sloja u društvu. Nasuprot tome bogatom sloju siromašni slojevi, pogotovo kada je u pitanju kupovina luksuzne i skupe robe, nemaju šansu za takvu konzumaciju. Takvo stanje stvari determiniše formiranje specifičnog kvazi-preduzetničkog sloja (mahera) stalno orijentisanog u pravcu kako da se sigurnije zaobiđu norme i regulative poslovne politike koje se praktikuju u "normalnom" savremenom svijetu. Zato se i nije čuditi što takvi "preduzetnici" stalno žale za vremenom rapidne devalvacije dinara.

Sve Jugoslavije (prva, druga i konačno treća) nekom "istorijskom sudbinom" uvijek su se nalazile *in statu nascendi*, a sada i u nekom obliku istorijskog vakuuma kojeg treba nadopunjavati mnogim novo-uspostavljenim vrijednostima. Prema tome, na istorijskom potezu je, pored ostalog, uspostavljanje jedne kulture vrednovanja gdje vidno mjesto treba da zauzme stvaranje uslova za ulogu preduzetničkog duha. Ma koliko oblast ekonomije, prije svega, podliježe činjeničkim iskazima, ona se ipak ne može osloboditi od vrijednosnih sudova. "Vrijednosti su vrijednosti jer zadovoljavaju određene ljudske potrebe. Do onog stupnja do kojeg su te potrebe društveno uvjetovane, vrijednosti nisu samo individualne nego takođe i socijalne. Objektivnost vrijednosti sastoji se u podudarnosti individualnih želja i težnji. Objektivizirane vrijednosti postaju grupne norme i kao takve postavljaju zahtjeve za ponašanje pojedinaca u grupi."² U tako objektivisanom obliku vrijednosti mogu postati ne samo grupne nego i uopšte društvene norme koje kulturnom njegovom postaju interiorizovane vrijednosti pojedinaca u smislu potpunijeg ispoljavanja, zadovoljavanja ljudskih potreba. Uspostavljanje kulture vrednovanja kao norme djelovanja i ponašanja podrazumijeva i stvaranje i njegovanje političke kulture, kojom se afirmiše suverenitet građanina koji biva institucionalno zaštićen zakonodavnom, sudskom i izvršnom vlašću. Zato svako demokratsko otvoreno društvo mora imati izgrađen podsistem demokratskih institucija i razvijenu jurisdikcijsku praksu zakonskih regulativa i procedura. Od uspostavljanja prave kulture vrednovanja u

¹ Vidi Silvano Bolčić, "Novi preduzetnici" u Srbiji početkom 90-tih godina, u Zborniku radova : *Preduzetništvo i sociologija* (redaktori: Božo Milošević i ostali), Sociološko društvo Srbije - ogranak u Novom Sadu i drugi izdavači, Novi Sad 1993, str. 95.

² Branko Horvat, *Politička ekonomija socijalizma*, Globus, Zagreb 1984, str. 177-178.

društvu zavisi društveni progres, gdje značajno mjesto zauzima afirmacija i realizacija samostvaralачke ljudske prakse, čime je na djelu povijesno trajanje i važenje istinskih vrijednosti. Galbrajt ne zaboravlja da napravi demarkacionu liniju između ljudi kreatora-stvaralaca od kojih zavisi ugled organizacije u kojoj rade ili su ranije radili i ljudi rukovodilaca kod kojih biva obrnuto pošto je njihov ugled ograničenog trajanja, tj. samo dokle im organizacija ili firma dobro stoje. Galbrajt će tako zaključiti: "Nekadašnji veliki poduzetnici provodili su svoje zadnje dane određujući kome će pripasti njihovo bogatstvo ili odupirući se onima koji su nastojali da to urade, ali današnji visoki funkcioner nema dovoljno novca da bi se njime tako zabavljao. Iz svega ovoga možemo povući jedan zaključak, koji zapravo ne treba posebno isticati: organizacijskog čovjeka najvećim dijelom održava organizacija, bez nje je on nitko i ništa."³

Jozef Šumpeter⁴ izvodi sljedeće osnovne funkcije preduzetništva: 1) uvođenje novih proizvoda ili unapređivanje kvaliteta starih; 2) uvođenje novog metoda proizvodnje; 3) otvaranje novih tržišta; 4) osvajanje novih sirovina i njihovu upotrebu-primjenu; 5) kreacija putem novog tipa industrijske organizacije. On posebno ističe značenje inovatorske uloge preduzetništva u odnosu na savlađivanje otpora sredine kada se preduzetnička funkcija u tehnološkom procesu transformiše u djelatnost grupe obučanih specijalista i to u različitim fazama, kako proizvodno-tehnološkog reformisanja preduzeća tako i ukupne organizacije preduzeća, čak i u pravcu povezivanja sa komplementarnom sredinom. Polemišući sa određenim ekonomskim teorijama u pogledu njihovog stanovišta o pljačkaškoj ulozi preduzetničke djelatnosti, odnosno da preduzetnik ne vrši nikakvu proizvodnu funkciju već pljačka proizvodnu djelatnost drugih, Šumpeter naglašava: preduzetnička dobit uvijek će imati neku vezu sa monopolističkom cijenom pošto to proističe iz onog što ostvaruju na čemu im drugi ne mogu konkurisati. "Možda je, ističe Šumpeter, najbolji primjer za to uspješno uvođenje novog proizvoda ili vrste robe. Osim toga, uspješnom poduzetniku stoje na raspolaganju sredstva - patenti, 'strategija', i tako dalje - za produženje njegovog monopolističkog ili monopola sličnog položaja i načini koji će konkurentima otežati da ga dostignu."⁵ Svako preduzetništvo je zavisno od tržišta, te, prema tome, inovativnost zasnovana na racionalnoj procjeni šta i kako proizvoditi uvijek pretpostavlja konkurentnost i time prođu na tržištu. Ali, da bi se to ostvarivalo mora se institucionalizovati slobodno tržište, liberalizovati slobodna i samostalna utakmica, gdje će konkurencija praviti prirodnu a ne nametnutu selektivnost. To se ne može ostvarivati bez dominacije privatne svojine u društvu. Zadržavanjem oblika kolektivne svojine, ničije i svačije, a pogotovo kada se otvaraju procesi privatizacije, zaustavlja se proces preduzetničke logike. Danas SAD preispituju svoju globalnu ekonomsku politiku u pogledu prevaziđenosti gigantskih proizvodnih kompanija i masovne serijske proizvodnje i traže mogućnosti bolje produktivnosti i ubjedljive konkurentnosti u fleksibilnoj proizvodnji sa kvalitetnim proizvodima koji su više prilagođeni pojedinačnim kupcima u odnosu na masovnu jednoličnu proizvodnju istih predmeta za sve, iste ljude.⁶ Tako dvojice američkih autora Dag Ros i Robert Šapiro, inače direktno vezanih za političko-ekonomski sistem američkog društva, ističu pet osnovnih stubova na kojima počiva ekonomija preduzetništva: 1) *čvrsto opredjeljenje za investicije u zemlji* (koje obuhvata širok

³ John Kenneth Galbraith, *Nova industrijska država*, Stvarnost, Zagreb 1978, str. 130.

⁴ Jozef Šumpeter, *Kapitalizam, socijalizam, demokratija*, Kultura, Beograd 1960, str. 196.

⁵ Joseph A. Schumpeter, *Povijest ekonomske analize II*, Informator, Zagreb 1975, str. 751.

⁶ Vidi, Doug Ross, Robert Shapiro, *Ekonomija preduzetništva*, Pregled, br. 265, Ambasada SAD, Manila 1994, str. 10-14.

spektar investiranja od naučno-istraživačkog rada u oblasti tehnologije za nove privredne grane preko obrazovanja i usavršavanja svakog radnika pa do komunikacija i saobraćaja koji povezuju firme i tržišta); 2) *novu finansijsku i monetarnu disciplinu* (uz veće ulaganje u zajedničke privredne resurse od strane predsjednika i Kongresa, vlada treba paralelno da ograniči sredstva za potrošnju); 3) *novu strategiju za povećanje konkurencije i oslobađanje tržišta* (ukidanje subvencija i zaštitnih mjera u privredi kao i neproduktivnih privrednih propisa, sve radi slobodne i jednake tržišne utakmice koja podstiče inovacije i povećava produktivnost); 4) *novi sporazum sa radnicima i firmama* (usavršavanje radnika, fundamentalna naučna istraživanja, informisanje o novim metodima i propisima); 5) *ново strateško opredjeljenje za slobodnu svjetsku trgovinu* (u globalnom sistemu trgovine administracija treba da otvori tržišta i time podstakne američki i svjetski rast)⁷. Ovi istaknuti stubovi na kojima počiva ekonomija preduzetništva predstavljaju opšte osnove svake zdrave i racionalne privrede, nezavisno od postojećeg postignutog stepena privrednog razvoja društva i od određenog kulturnog konteksta. Drugo je pitanje kako će određeno društvo s obzirom na postojeće stanje i tradiciju pronaći moduse i mogućnosti razvoja i to institucionalizovati u formi jedne ekonomske politike i političke kulture koje će pratiti kultura vrednovanja kao svojevrsna društvena potreba, i istovremeno sačuvati svoj duh kulture posebno sa elementima tradicije. Nije li za to izrazito najbolji primjer eksplozivni razvoj istočno-azijskih zemalja, posebno Japana ("ekonomsko čudo"), i to van konteksta zapadne kulture? U stvari, to "ekonomsko čudo" desilo se u komplementarnosti sa duhom i etikom istočnjačke kulture u kojoj bitnu ulogu igra religija kao njen sastavni dio. Nekada (50-ih godina ovog vijeka) naučnici su mislili da je duh konfučijanizma najveća prepreka za razvoj južnokorejskog i kineskog društva, a danas se baš to kulturno nasljeđe uzima kao obrazac i kao jedan od uzroka ekonomskog razvoja velikog dijela Istočne Azije.⁸

M. Veber je pisao oglede o istočnoazijskim kulturama, ali sa svrhom razumijevanja aspekata zapadne civilizacije. Sasvim mu je drugačije bilo interesovanje, pa i "opredjeljenje", za Rusiju. Pogotovo za ideje vraćanja prirodi, misticizmu, religiji spasenja koje su, mislio je tada Veber, još davale šanse ljudskoj slobodi i individualizmu nasuprot racionalnom duhu nauke i njene primjene u industriji i uopšte kulturi. Veber je te ideje posebno crpio iz Tolstojevog djela i hrišćansko-pravoslavne ruske tradicije.⁹ Naime, radi se o tome, bez obzira na to što je Veberov um na najbolji način razumijevao i objašnjavao odnose međusobnog uslovljavanja protestantske etike i duha kapitalizma na bazi utemeljenog racionalizma zapadno-evropske kulture, on ipak nije bio zadovoljan predomnacijom racionalizacije i birokratizacije društva, koje idu putem da postanu "gvozdeni kavez" iz kojeg nema izlaza i koji će zadaviti pojedinca. No, nas ovdje više interesuje Veberova analiza konvergencije kulture (protestantske etike) i kapitalističkog duha da bismo propitali da li su moguća sretanja racionalnog duha privređivanja i kulture pravoslavlja, a da istovremeno ova kultura ne izgubi bitne svoje tradicionalne vrijednosti, kako se eto to desilo i na Dalekom Istoku. Da li je to, u stvari, moguće kao i u onim kulturama gdje je srodnost između religije i kapitalističkog duha očigledna u dimenziji vrednovanja racionalnog i sistematskog rada i asketske dosljednosti u potrošnji, što je dosljedno izvedena etika poziva ili pozivna etika. Etika poziva kod Vebera je precizirana: "A

⁷ Ibid., str. 12.

⁸ Peter L. Berger, *Sociologija : povlačenje poziva?*, Pregled, br. 265, Ambasada SAD, Manila 1994, str. 40.

⁹ Vidi Andreas E. Bus, *Maks Veber i Azija* (posebno odjeljak: *Petrifikacija zapadne nauke i kulture i interesovanje Maksa Vebera za Rusiju*), Gradina, JUNIR, Niš 1994.

prije svega, korist jednog poziva i njegova odgovarajuća bogougodnost ravna se, doduše, na prvom mjestu prema moralnim mjerilima, a odmah zatim prema mjerilima vrijednosti dobara koja imaju u njemu da se proizvode za 'cjelinu', a onda dolazi kao treći i, naravno, praktično najvažniji aspekt: privatno privredna 'unosnost'.¹⁰ Ove norme, ili ustanovljene vrijednosti, dobro bi došle jugoslovenskoj privredi kao osnove na kojima bi se gradilo novo preduzetništvo. Iako je došlo do izvjesnog pomjeranja protestantske etike pa novi kapitalistički duh umjesto štedljivosti, kako to ističe Danijel Bel¹¹, nameće ekspanziju potrošnje, ipak ta potrošnja ostaje u funkciji proizvodnje, istina jedne savremene, masovno-serijske proizvodnje.

A šta raditi u uslovima jugoslovenske privrede i naviknutog mentaliteta potrošnje koji jednostavno "jede" proizvodnju, kako na individualnom, tako i na grupnom i društvenom planu, čak i u vrijeme ekonomije opšte oskudice. I ovdje, čini se, može pomoći Veber, tj. njegovo određenje značenja "privređivanja" gdje je osnovni cilj moderne privrede dobit a ne potrošnja.

Društva "socijalne pravde" ili "distributivne pravičnosti" kojima je nominalno i deklarativno pripadalo dosadašnje jugoslovensko društvo, društva su bez ekonomske perspektive, uprosječenih vrijednosti, autoritarnog političkog vladanja i posebno društva protekcije i igre sa pravilima i normama. Poznati austrijski naučnik Fridrih fon Hajek¹², zagovornik vrijednosti liberalnog poretka zastupa ideju komutativne pravičnosti koju diktira slobodno tržište koje nema samo usko ekonomsko značenje nego čitavo kognitivno polje značenja - tržište političkih projekata, tržište ideja, tržište naučnih predloga, tržište različitih vrijednosti itd. Takvo društvo sa ustanovljenim opštim i apstraktnim pravilima koja regulišu obaveznost postupanja svih učesnika u skladu sa trajno ustanovljenim principima osigurava da privatni domet bude zaštićen od svakog samovoljnog arbitriranja pri čemu je pojedinac podstaknut da ostvaruje i sprovodi vlastite ideje i svrhe. To je osnova za afirmaciju preduzetništva u punom smislu, a od čega ne bi trebalo da zazire ni jugoslovensko društvo.

Nema civilnog društva niti demokratije bez slobodnog tržišta, kao ni obrnuto. Jugoslovensko društvo, kao i većina društava real-socijalističke bliske prošlosti, ne posjeduje ni prije komunističkog režima tradiciju od značenja za građansku političku demokratiju, kao što nije imala ni razvijenu liberalnu buržoasku klasu koju su imala razvijena evropska društva. Poslije socijalističkog tribalizma kojeg je stvarala i nametala monolitna jedno-partija sa autoritarnim vođom (kao glavarom), odjednom od strane te iste partije na vlasti nastaje odozgo zavođenje demokratizacije društva u kojem treba (ne)željeno da se sprovede tranzicija u novo, povratno (za nju) društvo. "Demokratija je stvar pravila koja posreduju između različitih suprotstavljenih interesa; kada se uvede naglo i protivno želji nekih učesnika, 'gubitnici' će joj se opirati, a 'pobednici', kojima nedostaju proverene demokratske organizacije i lično iskustvo, biće nedovoljno sposobni da primenjuju demokratske metode. Time će se konsolidacija dovesti u pitanje, dok će vraćanje unazad predstavljati stalnu mogućnost."¹³ Ali, taj povratak unazad za one koji to žele i hoće nije unazad nego odlazak unaprijed, ili povratak svome bitku.

¹⁰ Max Weber, *Protestantska etika i duh kapitalizma*, Veselin Masleša - Svjetlost, Sarajevo, 1984, str. 161.

¹¹ Daniel Bell, *The Cultural Contradictions of Capitalism*, Basis, Books, Inc. Publishers, New York, 1978, str. 70.

¹² Prema interpretaciji: Dragan Lakićević, *Odnos ideala slobodnog preduzetništva i socijalne pravde u učenju Fridriha fon Hajeka*, u Zborniku radova: *Preduzetništvo i sociologija*, Sociološko društvo Srbije - Ogranak u Novom Sadu i drugi izdavači, Novi Sad 1993.

¹³ Giuseppe Di Palma, *Preobražaj Istočne Evrope*, Pregled, br. 257, Ambasada SAD, Manila 1992, str. 25.

Demokratske opcije i orijentacije mogu biti oprezne, ali i smjele u zahtjevu za radikalnu promjenu društva s ciljem da se ostvari što punija liberalizacija ekonomskih odnosa i demokratska kultura. A da bi demokratija zaživjela moraju se uspostaviti njene prve osnove: privatna svojina i inicijativa, slobodno tržište, izbori za sve stranke i pojedince pod ravnopravnim uslovima; formiranje demokratskih institucija i procedura i objektivno i pravovremeno informisanje svakog građanina. Tek se na tim osnovama može graditi i razvijati politika preduzetništva, menadžmenta i marketinga, kada dolazi i do promjene u organizovanju i rukovođenju poslovima, gdje rukovodioci (lideri) rade ono što treba a menadžeri (organizatori) ono kako treba.¹⁴ Pošto su jedna i druga funkcija od bitne važnosti za radnu organizaciju, potrebno je da se u organizaciji uspostavlja mjera rukovođenja ljudima i organizovanja poslova kako ne bi dolazilo, ističe američki stručnjak za poslovnu administraciju Voren Benis, do pretjerane organizovanosti i nedovoljnog rukovođenja. A kada je riječ o organizaciji poslova ne smije se gubiti iz vida izvjesna doza opreznosti u smislu da se ne bi gušio individualizam ispod zategnutog konformizma kada se čovjek, pogotovo menadžer i preduzetnik, identifikuje na poslu i van njega sa organizacijom, kako se to dešava u američkom društvu, gdje dolazi do zamjene etika - protestantsku etiku samopregornog rada, inovacija i konkurencije zamjenjuje etika pomaganja birokratiji i uklapanja u nju. O tome je, iako možda preostro, pisao Vilijam Vajt. Ovdje je, čini se, dobro podsjetiti na jedno njegovo upozorenje: "Naposletku, čovek možda nije usavršljiv, ali postoji jedan drugi san, koji sada, najzad, izgleda praktičan: usavršljivost društva."¹⁵ U tome i jeste stvar: tehnologija i prenapregnuta organizacija mogu postati nova ideologija (Markuze) a o usavršljivosti društva sanjaju i buržoaski i komunistički ideolozi, istina sa različitim pozicija ali i sa različitim posljedicama. Zato i jeste osnovni problem kako se opredijeliti na samom početku sa "izgubljenim trenucima istorije" zbog tri osnovna razloga: prvo, poslije istorijskog vakuuma i to ne samo zbog neposredno prethodeće pustoši koju je ostavio socijalizam nego i zbog onog što je prethodilo tom socijalizmu i samo ovlaš dodirivalo liberalno-demokratsko društvo; drugo, zbog posebnosti, pa možda i istorijske provjerenosti neracionalnosti kulture istočnog hrišćanstva (pravoslavlja); i treće, zbog opšte konstelacije stanja i odnosa u svijetu kada se u mnogim super razvijenim i organizovanim društvima sadašnje građanske demokratije ipak javljaju reminiscencije naučnika, pa i određenih političara i privrednika, na liberalnu tradiciju kojoj se treba vraćati. Sva doskorašnja socijalistička društva, čini se, nemaju drugog izbora nego da razvijaju liberalnu demokratiju a ona bi se kombinovala od ekonomskog liberalizma (privatne svojine i zavisnosti od tržišta) i političkog liberalizma (ustavnog ograničenja vlasti i garancije građanskih i političkih prava pojedincima) da se ne bi u postsocijalističkom periodu obnavljali razni problemi socijalizma - potrebe za suviše večeri, kako je ironično primijetio Oskar Vajld.

Svaka ideja, pa i ona najbolja, mora da živi svoju verifikaciju u praksi. Samim time ideja i njeno ostvarenje nužno podrazumijevaju određeni stepen rizika. A da bi se rizik sveo na razumnu mjeru, svaki preduzetnik prilikom otvaranja novih firmi mora da vodi računa osim o provjeri svoje ideje i o provjeri interesa tržišta za tu ideju - "otkrivanje onoga što kupci žele važnije je od bilo čega drugog", kaže Edvard Roberts, profesor menadžmenta na Masačusetskom institutu za tehnologiju. Pošto je tržište nemilosrdni selektor, ali i afirmator robnih vrijednosti, onda oslušivanje njegovog pulsiranja, pa i nametanje mu remetilačkog faktora samo u pogledu ponude novih kvalitetnih roba i usluga koje izazivaju potrebe kupaca, predstavlja vještinu preduzetničke logike. Tržište se tako javlja kao filter proizvodnje i

¹⁴ Waren Bemmis, *Istina o rukovođenju*, Pregled, br. 257, Ambasada, SAD, Manila 1992, str. 15.

¹⁵ Vilijam Vajt, *Čovek organizacije*, Prosveta, Beograd 1967, str. 52.

potrošnje. Iako na određeni način tržište postaje diktator nad društvenim i ličnim potrebama, ipak ako je slobodno ono, pored toga što stimuliše progres, eliminiše i nametnutu političku volju nad ekonomijom i time pravi balans društvene moći.

Međutim, nikad ne treba zaboravljati duhovne vrijednosti, kulturu života, da ne bi "intelektualna tehnologija" sebi potčinjavala sve druge vrijednosti, pogotovo one koje, po sebi, nemaju tržišnu vrijednost. Zato, kada su u pitanju odnosi između ekonomije i vrijednosti, kulturu vrednovanja treba shvatiti u dvostrukom značenju - kao racionalno vrednovanje ekonomskog poslovanja i tržišne realizacije, ali i uz obavezno uspostavljanje u društvu takvih vrijednosnih kriterijuma po kojima neće nikad biti sporna afirmacija svih kulturno-duhovnih procesa i tvorevina, nezavisno od toga koliko to može biti saglasno sa vladajućom ekonomskom i političkom pragmom.

Rezime

Preduzetništvo i kultura vrednovanja

U radu se postavlja pitanje kako to da društvo koje je pola vijeka živjelo političku realsocijalističku praksu i iz nje izvedenu plansko-dogovornu (dirigovanu) ekonomiju u procesu tranzicije dođe do građanskog društva sa ekonomskom i političkom sferom liberalne provenijencije. Prethodni društveno-politički poredak je bio sa pre-dominantnošću politike u svim sferama ljudske egzistencije te je time poremećen sistem vrijednosti pa se u njemu nije mogla uspostaviti prava kultura vrednovanja. Društveno-politički procesi koji se odvijaju u postsocijalističkom periodu zadržavaju bitne odlike prethodećeg društva: opstajanje društvene svojine, produžavanje autoritarne političke vlasti, ugušivanje individualne inicijative, dalje neutemeljenje vrijednosnih kriterijuma u društvu i dr. Sve to utiče da se produžava društvena anomima koja bez racionalnog duha vuče društvo u dalju propast pošto nema zdravog privređivanja orijentisanog na tržišnu utakmicu.

Prema tome, mora se mijenjati ekonomsko-politički sistem kako bi zavladao logika preduzetničkog duha sa slobodnom inicijativom i sluhom za tržišnu konkurentnost uz podrazumijevani rizik. Stimulisanje tog procesa u cilju njegovog ostvarivanja podrazumijeva dominaciju privatne svojine i političke demokratije u društvu, da bi do punog izraza došla jedna kultura vrednovanja koja preuzima racionalni duh kapitalističkog svijeta ali se ipak ne odriče kulture pravoslavlja, nego se, naprotiv, traži i pronalazi mogućnost njihovog međusobnog susreta. Svaka prava kultura vrednovanja ne može izbjeći značaj i značenje stvaralačke ljudske djelatnosti koja je baš u kulturi istočnog hrišćanstva davala najveće vrijednosti u raznim oblastima ljudskih postignuća. Maks Veber je u protestantskoj etici (posebno u kalvinističkoj) otkrio vrijednosti radljivosti i štedljivosti kao ljudskih osobina koje konvergiraju sa duhom kapitalizma, čime se formira etika poziva, da bi sve to stvorilo jedno racionalno i ekspanzivno kapitalističko privređivanje koje osvaja svjetsko tržište. Nekadašnje mišljenje o tome da kapitalistički racionalni duh ne može imati pogodno tle u istočnoazijskim kulturama na najbolji način je doživjelo demanti posljednjih decenija, tj. kada su određene zemlje, posebno Japan ("japansko čudo"), učinile svjetski privredni bum a da nijesu ništa izgubile od svoje tradicionalne kulture i njenih istorijski utemeljenih vrijednosti. Odatle se i postavlja pitanje - kako da to učine, pronađu put, zemlje od kojih je jedna i Jugoslavija, a koje pripadaju kulturi pravoslavlja, kako da prevladaju svoje zaostalosti i izađu iz jednog istorijskog vakuuma? Da bi se to ostvarilo neophodno je graditi društvo koje u sebi uključuje *ekonomski liberalizam* (privatnu svojinu i zavisnost od tržišta) i *politički liberalizam* (slobodne izbore, ustavno ograničenje vlasti i garanciju građanskih i političkih prava pojedincima). Na tim osnovama preduzetnička logika dobija mogućnost ne samo da provjeri svoje ideje nego i da provjeri interes tržišta za te ideje.