

Poduzetništvo i društvo (socioekonomska analiza)

Dr Božena Jokić
Ekonomski fakultet
Zagreb

UDK: 334.7
Izvorni znanstveni rad
Primljeno: 21. travnja 1992.

Analizom uporabe pojma poduzetništvo u ekonomskoj znanosti na osnovu Schumpeterove analize u »Povijesti ekonomske analize«, (1954), od Cantillonu do P. Druckera (»oca znanosti o managementu«, autorica pokazuje različitost njegove uporabe te poistovjećivanja poduzetnika sa kapitalistom. Radi se o različitom karakteru dobiti od uspješne poduzetničke odlike i stalne dobiti od kapitala (19 st.). Novije teorije jasno ističu da se radi o skupu različitih sposobnosti, individualnih, rukovodnih, organizacijskih, kao i o novoj poslovnoj filozofiji. Ono je, međutim meta-ekonomska kategorija. Poduzetništvo je »praksa temeljena na znanju«, (Drucker), no tek u sprezi sa inovativnom organizacijskom kulturom, i novim tipom managementa, u sustavu liberalnih vrijednosti i predodžbi može unaprijediti gospodarstvo. Različitost oblika i tipa poduzetništva, onog iz 19. st. i današnjeg, ne mijenja bitno njegovu prirodu. U neizvjesnim i kriznim vremenima (recesija 80-tih) u razvijenim zemljama svijeta artikulira se poduzetnički duh kao način oživljavanja privrednih aktivnosti, a na isti se način priziva i razvija u zemljama postsocijalizma. No ono je prije svega kulturološki fenomen, a različitost strukture društvenih grupa koje se bave poduzetništvom (posebice individualnim) u ekonomski razvijenim zemljama u odnosu na naše društvo, ukazuje na teškoće uspješne primjene modela.

Socioekonomska analiza

Peter Drucker, poznati američki i svjetski društveni i ekonomski pisac, otac znanosti o managementu, u svojoj knjizi »Inovacije i poduzetništvo«¹ na samom početku ističe: »Poduzetništvo nije teorija, nije niti umjetnost. Ono je praksa temeljena na znanju«.

Toj praksi on pripisuje zaslugu ponovnog oživljavanja privrede i zapošljavanja 80-tih godina nakon propasti država blagostanja. Nova poduzetnička ekonomija tvrdi Drucker, osigurala je prema tome SAD-u u tom periodu razvoj i spas od stagflacije. Međutim nije, kaže dalje Drucker, visoka tehnologija ta koja je osigurala uspjeh američkim tvrtkama već je to poduzetničko upravljanje i investiranje u sasvim specifične proizvodne i uslužne tvrtke srednje veličine. Ta su poduzeća u doba recesije 1981—1983. otvarala nova radna mjesta i donosila čak dobit svojim ulagačima. Svim tim tvrtkama je zajedničko: primjena novih znanja u radu, a to je stvorilo **poduzetničko upravljanje**. Tih 80-tih godina spomenuti autor sa pesimizmom piše o neprilagođenosti visoko tehnoloških inovacija tržištu kao i nepoduzetničkom ponašanju pronalazača-inovatora.

No, analizirajmo genezu tog, danas najčešće upotrebljavanog pojma kako u teoriji tako i u praksi, masovnim medijima itd. a to je poduzetništvo.

Joseph Schumpeter u poznatoj knjizi »Povijest ekonomske analize«² daje genezu razvoja pojma od njegove prve uporabe do današnjih dana.

Pojam poduzetništvo, teorijski javlja se tek u 17. stoljeću. Već u 13. i 14. st. tim se nazivom nazivaju jednokratni poduhvati u trgovini, otkrićima koji nakon obavljenog zadatka

1) Peter Drucker: *Innovation and entrepreneurship-practice and principles*, Haper&Row, New York, 1985.

2) Joseph Schumpeter: *Povijest ekonomske analize*, 1954., Informator 1975.

nestaju. Teorijski je prvi, riječ poduzetništvo, upotrijebio Cantillon 1755. g. nazivajući tim pojmom trgovce i poduzetnike, označavajući jasno njihovu funkciju.

Saint Simone poduzetnicima smatra proizvodnu industrijsku klasu koju je tvrdi, Schumpeter, pobrkao sa »znanstvenicima«. Adam Smith također govori o trgovcu, majstoru i poduzimaču, a J. B. Say slijedeći francusku tradiciju razlikuje kapitalistu od poduzetnika i daje mu određeni položaj u shemi ekonomskog procesa. Prema njemu, funkcija je poduzetnika da »kombinira faktore proizvodnje u proizvodni organizam«. Schumpeter upozorava na nedostatke u sagledavanju sintagme »kombiniranje faktora proizvodnje«. On tvrdi da kada se taj izraz upotrijebi za poduzeće »u pogonu« onda on ne znači više od rutinskog upravljanja. No osebnost sintagme dolazi do izražaja tek kada se ona primijeni u organizaciji novog poduzeća, a ne tek na »tekuće upravljanje faktorima proizvodnje«. Ideja poduzeća vezana je uz ideju privrednog razvoja. Tijekom vremena poduzetnik se sve jasnije razlikovao od kapitaliste, a njegov profit od kamata. Schumpeter poduzetnika smatra naj-slikovitijom figurom kapitalističkih procesa.

Analizirajući kritički, teorijske doprinose razradi tog pojma Schumpeter dalje navodi da su svi spomenuti autori tek razrađivali Millovu teoriju triju elemenata profita ili pak Mangoldtoneovu ideju o renti od sposobnosti.

Dalje je otišao Marshall u svojoj analizi uprave, proširujući je na sve doprinose od osobnog truda. Kasnije je Clark povezo poduzetničke profite, shvaćene kao višak nad kamatama, s uspješnim uvođenjem tehnoloških, trgovinskih ili organizacijskih poboljšanja u privredne procese.

Sve spomenute teorije, a i mnoge nove o poduzetničkoj djelatnosti su funkcionalne. Prema njima, poduzetnička dobit znači uspjeh u izvršavanju najbitnije funkcije u poduzeću. No kasnije, definicija Amerikanca M. Dobba proširuje to shvaćanje; za njega su poduzetnici ljudi koji »donose odlučujuću odluku u privrednom životu« (20-te godine).

Ovdje je važno uočiti da jedan dio ekonomista ne razlikuje poduzetnika od kapitaliste, a poduzetničku dobit od dobiti od kapitala. Temeljni razlog tome je što poduzetnička dobit nije stalna dobit već je u svezi sa uspješnom odlukom poduzetnika u doba neizvjesnosti, i ne stoji ni u kakvoj svezi sa količinom upotrebljenog kapitala. Možemo dakle zaključiti da većina ekonomskih teoretičara u poduzetništvu vidi poseban faktor proizvodnje, uz rad, zemlju i kapital, dok drugi poduzetništvo tretiraju kao skup različitih sposobnosti, te specifičnih rukovodnih, upravljačkih i organizacijskih karakteristika. Bihevioralne teorije naglašavaju pri tom poduzetničko ponašanje kao određeni model ekonomske aktivnosti.

Kratki pregled upotrebe pojma poduzetništvo među našim autorima pokazuje da je A. Bajt poduzetničkom funkcijom smatrao određenu sposobnost predviđanja tehnoloških i tržišnih promjena, te snošenja rizika i inovativnih sposobnosti. Josip Županov poduzetništvom smatra »ulaganje i kombiniranje ekonomskih resursa u cilju ostvarivanja netto efekta u uvjetima neizvjesnosti i uz prihvaćanje rizika za ostvarene efekte«. No u novije doba veliki značaj čak presudan, ima onaj pojam poduzetništva koji ga smatra specifičnom poslovnom i razvojnom filozofijom (Naisbit, Toffler).³⁾

Iz ove kratke povijesne analize vidljivo je da se ekonomisti nisu teorijski bavili poduzetništvom. Ono je za većinu ekonomista (P. Drucker) meta-ekonomska kategorija. Ona utječe na privređivanje, oblikuje ga; no zašto se ono javlja upravo krajem 19. st. te ponovno 80-tih godina našeg stoljeća, pitanje je neekonomske prirode. Možemo odmah ustvrditi da

³⁾ Vidi šire: A. Toffler: *The Adaptive Corporation*, Gower Publishing Comp., Humpshire, 1982.; J. Naisbit, Aburdene, P.: *Mega-trends des Arbeitsplatzes*, Hestia Verlag, Bayreuth, 1986.

se radi o promjenama vrijednosti, mišljenja, stavova, demografskim kretanjama, institucionalnim promjenama kao i promjenama u obrazovanju koje podjednako kao i čisto ekonomski razlozi, utječu na pojavu poduzetničke filozofije.

I sam P. Drucker se pita što se dogodilo sa vrijednostima generacija Amerikanaca 60-tih godina, generacije koja je okrenula leđa materijalnim vrijednostima i karijeri i pružala sliku opuštena i pastoralna Amerike? Pojava poduzetničke ekonomije kao onog oblika ekonomske djelatnosti koji predstavlja povratak privatnoj inicijativi, instrumentalnom znanju, afirmaciji individualnih sposobnosti i talenata, ali i stvaranju novih oblika organizacije ekonomske djelatnosti i novom upravljanju (poduzetnički management), svakako je prije svega kulturni fenomen. Tzv. restrukturacija proizvodnih snaga kao način izlaska iz ekonomske recesije razvijenih zemalja 80-tih godina uvođenjem mikroelektronike, mijenjanjem strukture rada uz svojevrsnu dekvalfikaciju, ali i stvaranje novih zanimanja i drugačije strukture radnog vremena, podstaknuta je mjerama ekonomske politike neoliberalizma te novim svjetskim ekonomskim (tehnološkim i tržišnim) kao i političkim podjelama. Prema tome, poduzetništvo iz kraja 19. st. i ono današnje razlikuje se u tehnici i metodama, a nadasve u činjenici da modernog poduzetnika nema bez **sistematične inovacije**, sistematičnog znanja i metoda baziranih na traženju i korištenju novih povoljnih prilika (P. Drucker).

Dakle, inovacija i upravljanje najuže se povezuje sa modernim poduzetništvom. Pri tome se danas poduzetništvo dešava u svim oblicima ekonomskih djelatnosti modernih društava; od industrijske proizvodnje, usluga do tzv. javnog sektora. Pri tome je bitno obilježje poduzetničkih aktivnosti i novi tip, nova struktura i novi stil menegmenta.

Uvriježeno mišljenje do 80-tih godina bilo je da primjena znanstvenih metoda u menegmenta važi i ima svrhu samo u velikim sistemima, dok mala i srednja poduzeća nemaju potrebu za tim. Danas su se stvari okrenule. Primjena poduzetničkog upravljanja zbiva se u izmjenjenim organizacijama poduzeća sa tendencijama decentralizacije u autonomne strateške dijelove. Od poduzeća kao veće ili manje cjeline ide se prema sistemu podhvata, projekata (projektno-matrična organizacija). Poduzeće se pretvara u konfederaciju poduzetnika. Vode se velike rasprave i organiziraju praktični treninzi, predavanja i osposobljavanja iz tzv. područja »kulture organizacije«. Kako upravljati i savladati konflikte, kako ih poticati radi usmjeravanja nagomilane energije u željenom pravcu? Kako osposobiti moderne managere da konflikte smatraju izazovom a ne prijetnjom, te kako na novi način interiorizirati ciljeve organizacije svojim suradnicima, a da ih se ne veže totalno uz organizaciju i ne pretvori u robote sistema? Novi tip »nelojalnosti« novi je problem s kojim se suočavaju manageri našega doba. Sve to upućuje na cjelovitost i interdisciplinarnost u pristupu našoj temi.

Specifično oružje poduzetnika je inovacija koja poduzetniku pomaže u iznalaženju i korištenju povoljnih prilika za neki posao. Radi se o dvije vrste znanja: instrumentalnom i inovativnom znanju.

Raspravljajući o izvorima inovacija P. Drucker na osnovu brojnih primjera iz američkog privrednog života artikulira tri izvora inovacija. Prvi izvor su povoljne prilike, drugi tzv. »potrebe procesa« (demografska kretanja, institucionalne promjene) i treći izvor je gomilanje »novog znanja«. Pri tom je za iznalaženje povoljnih prilika bitan i neophodan sistematični rad. Izvori povoljnih prilika za inovaciju su:

1. strukturalne promjene industrije,
2. demografska kretanja,
3. promjene u načinu gledanja, predodžbama i stavovima,

4. nova znanja (očekivani i sistematični izvor),
5. vanjsko okruženje.

Neočekivani uspjeh ili neočekivani neuspjeh u poduzetničkoj aktivnosti ukazuju na značajne promjene o predodžbama. Izmjenjene predodžbe o zdravlju, forsiranje »zdrave hrane« tog novog slogana u Americi 80-tih i 90-tih godina utjecali su na otvaranje lanaca trgovina »zdravom hranom« te ih učinili uspješnim bussinesom. Vrlo slično se dogodilo i sa promjenama u stavovima prema zapošljavanju žena 60-tih i 70-tih godina, kada se otvaraju nova radna mjesta i uspješno provode reorganizacije u cijelom nizu djelatnosti koje zapošljavaju žene npr. City Bank u New Yorku itd. P. Drucker tvrdo da su predodžbe ovdje odigrale izuzetno važnu ulogu u inoviranju radnih mjesta u bankovnom poslovanju. No važno je uočiti što je pri tome trenutni hir, a što je prava promjena sa tendencijom održanja i usavršavanja u cijelom nizu drugih djelatnosti. Zato su nova znanja najvažniji i najstabilniji izvor inovacije. No brojni pronalasci postaju uspješne ekonomske činjenice tek ukoliko se poklope svi neophodni uvjeti za njihovom komercijalizacijom, a preduvjet je da ta nova znanja budu svima dostupna.

Postoje brojni primjeri otkrića, inovacija, koja njihovim inovatorima nisu donijela nikakvu dobit; npr. Britanci su pronašli pencilin, a Amerikanci su postali najznačajniji svjetski proizvođač pencilina. No ima i suprotnih primjera (Edison i komercijalizacija njegovih otkrića). Za uspješnu primjenu inovacije potreban je:

- a) sistemski pristup,
- b) tržišna usmjerenost,
- c) jasan cilj i
- d) poduzetnički menagment.

Postoje i inovacije temeljene na tzv. »pametnoj ideji«, no one u ekonomskom smislu imaju marginalni značaj.

Poduzetništvo i postsocijalizam

Da li je poduzetnička filozofija koja se počela javljati u zemljama bivšeg realnog socijalizma, nastavak prekinute modernizacije ekonomskog sustava u bivšoj Jugoslaviji npr. prije 20 godina ili se pak radi samo o popularnoj »top temi«kojom se manipulira u nedostatku zbiljskih mjera nove ekonomske politike kao svojevrsnim političkim lijekom kojim se želi ublažiti osnovni konflikt koji se već zbiva u spomenutim zemljama, ili im prijeti, a to je socijalni. Poduzetništvo je u razvijenim zemljama danas motorna snaga njihovih ekonomija. Već se javljaju i sasvim novi tipovi poduzetnika koji »ne teže za sjajem i ne računaju na novu tehnologiju« (P. Drucker). To su lideri malih poduzeća spremnih za inovacije, fleksibilni i uspješni. To je stabilna grupa ljudi koja svojom životnom filozofijom smatra traganje za novim mogućnostima, napuštajući sigurnost velikih kompanija i institucija. Oni su vrlo obrazovani i mladi. I zato je važno odgovoriti na pitanje da li je poduzetništvo u zemljama postsocijalizma u svim spomenutim oblicima moguće na aktualnoj ekonomskoj i socijalnoj osnovi?

Reprivatizacija i tzv. oslobađanje proizvodnih potencijala u Hrvatskoj se dešava u izrazito nepovoljnim društvenim i političkim okolnostima. Pri tome dolazi do brkanja brojnih pojmova i nerazumijevanja kako u mjerama aktuelne ekonomske politike, tako i u društvenim slojevima, među pojedincima. Poduzetništvom se u nas primjerice smatra aktivnost onih pojedinaca i grupa koje uz stalni posao u još uvijek postojećim ali i propadajućim firmama ima dodatni legalno registrirani posao. Zatim također, i grupa kojima je to jedini posao a regrutira se iz:

a) grupe koju čine obrazovani i iskusni pojedinci koji su izgubili posao i otvaranje firme smatraju svojom životnom šansom te onih koji — bez obrazovanja neophodnih znanja i iskustva — ali uz mali kapital, žele iskoristiti nepovoljne ekonomske okolnosti za realizaciju nekog profita (»lov u mutnom«).

Nepostojanje tradicionalnih i suvremenih struktura i društvenih slojeva koji individualnu ekonomsku aktivnost obavljaju na osnovu adekvatne količine kapitala, ali i znanja i iskustva (porodičnog ili osobnog) dovodi do nestabilnosti i neuspješnosti takvih inicijativa. Važan problem je pri tome i neprevladanost tradicionalnih i realsocijalističkih vrijednosti uz nepostojanje adekvatnog kulturnog miljea kao i sustava obrazovanja koji bi činili stabilne pretpostavke za razvoj poduzetništva.

Literatura:

1. P. Drucker: *Praksa rukovođenja*, Panorama, Zagreb, 1961.
2. P. Drucker: *Innovation and entrepreneurship-practice and principles*, Harper&Row, New York, 1985.
3. Ch. Gasser: *Unternehmensführung im Strukturwandel-Krise der Dynamik?*, Econ Verlag, Düsseldorf, 1972.
4. Hax-Majluf: *Strategisches Management*, Campus Verlag, Frankfurt a/M, 1988.
5. A. D. Little Int.: *Management im Zeitalter der Strategischen Führung*, Gasler, Wiesbaden, 1985.

ENTERPRENEURSHIP AND SOCIETY (SOCIALLY-ECONOMIC ANALYSIS)

BOŽENA JOKIĆ

Faculty of Economics, Zagreb

Analysing the usage of the term entrepreneurship in economic science, based on Schumpeter's analysis in »The History of Economic Analysis« (1954) since Cantillon to P. Drucker (the father of the management science), the author shows the difference of that usage and identification of the enterpreneur with the capitalist. The matter is in the different character in profit and successful entrepreneurial decision and constant profit from capital. (19 century). The recent theories distinguish clearly that there is a set of differet capabilities, individual, managerial, organisational, like about a new bussiness philosophy. Meanwhile, it is a meta-economic category. The entrepreneurship is »the knowlwdge based on praxis«, (Drucker), but only connected with innovative organisational culture, and new type of management, in the system, of liberal values and ideas it can improve the economy. The difference in forms and types of enterpreneurship, that from 19 century and todays, basically does not change its nature. During the uncertain and crisis times (recession in 1980's) in developed countries of the world, the enterprenurs spirit is articulated as the way of the revival of economic activities, and in the same mananer it is developed in the post-socialistic countries. But, first of all, it is a cultural phenomena, and the entrepreneurship (epecially individual) in economically developed countries in relation to our society, shows the difficulties of successful model application.