

Д-р Петер Верхаан

ПРЕДПРИЕМАЧЪТ

**Неговата икономическа функция и
обществено – политическа отговорност**

Ordo socialis

Original (published in German):

Peter H. Werhahn

**DER UNTERNEHMER. SEINE ÖKONOMISCHE FUNKTION UND
GESELLSCHAFTSPOLITISCHE VERANTWORTUNG**

Editor: ORDO SOCIALIS

Publishing Company: Paulinus-Verlag, Trier, 1990

ISBN 3-7902-5200-X

Translation and digitalization sponsored and organized by:

ORDO SOCIALIS

Academic Association for the Promotion of Christian Social Teaching

Wissenschaftliche Vereinigung zur Förderung der Christlichen Gesellschaftslehre e.V.

The members of the board are published in the impressum of www.ordosocialis.de

Head Office: Georgstr. 18 • 50676 Köln (Cologne) • Germany

Tel: 0049 (0)221-27237-0 • Fax: 0049 (0)221-27237-27 • E-mail: gf@ordosocialis.de

Bulgarian edition:

Translation: Margarita Tsankova

© and edition ORDO SOCIALIS, Cologne, Germany, in cooperation with

the Institute for Social Sciences and Social Politics “Dialog” – Varna

PO box 95, Varna 9009 • E-mail: dialog@varna.ttm.bg • Tel: 00359 (0)52-45-57-40

Editor: Veselina Tsankova

ISBN 954 – 9632 – 02 - 4

Digitalized by Svetoslav Obretenov, 2008

**The rights of publication and translation are reserved and can be granted upon request.
Please contact ORDO SOCIALIS.**

СЪДЪРЖАНИЕ:

Издателски предговор:.....5

Десет години демократични промени в
България и ролята на предприемача
Маргарита Цанкова.....6

Авторски предговор към немското издание.....10

**I. РЕГУЛИРАНЕ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ
ПРОЦЕС: ПЛАНОВО И ПАЗАРНО СТОПАНСТВО.....11**

Необходимост от планиране - Централизирано планово стопанство -
Пазарно стопанство

**II. ИСТОРИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ НА
РАЗБИРАНЕТО ЗА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО.....13**

Античност - Християнско средновековие - Католическа стопанска етика
в 13. век. - Забрана на лихвата - Социално-психологически корени на
враждебността към предприемачите - Позицията на либералите - Първа
дефиниция на ролята на предприемача: Шумпетер (Schumpeter) - Карл
Маркс (Karl Marx)

III. ИСТОРИЯТА НА ПАЗАРНОТО СТОПАНСТВО.....16

Адам Смит (Adam Smith) и Дейвид Рикардо (David Ricardo) - Недостиг
на механизми на конкуренцията - Индустриалната революция през 19.
век - Противодействащи сили: Марксизъм и християн-социално
движение - Стопанството като автомат - Обновлението на либералната
теория чрез Ойкен (Eucken) и Бьом (Bohm) - Теория и практика на
социалното пазарно стопанство

IV. РОЛЯТА НА ПРЕДПРИЕМАЧА В ПАЗАРНОТО СТОПАНСТВО ...20

Какво прави един предприемач? - Творческият предприемач: големи и
малки иновации - Рентабилността на отделното предприятие като
основно условие - Функция на печалбата за общото благо - Печалба и
завист Печалбата като мотив за действие - Несправедливи печалби -
Максимализиране на печалбата и вещна цел на стопанството - Модерна

представа за професията на предприемача - Упълномощен предприемач:
Мениджър - Социално-политическата компетентност на държавата -
Координиране на хора като нова функция на предприемача

V. ПРЕДПРИЕМАЧЪТ В КАТОЛИЧЕСКОТО СОЦИАЛНО УЧЕНИЕ.....25

Социално учение, но не стопанска теория - Третиране на устройствено-
политически въпроси – Най-важните социално-устройствени принципи -
Етична компетентност на Църквата - Третиране на предприемачите в
католическото социално учение - Склонност към разпределителна
проблематика вместо към тази на растежа - Библейски свидетелства за
мислене, свързано със стопанския растеж - Насърчение към личносно
становище на всички - Стопанските закони ще се възприемат все по-
сериозно

VI. ОБРАЗЪТ НА ПРЕДПРИЕМАЧА: ПОРТРЕТ ОТ БЛИЗО И ДАЛЕЧ, АВТОПОРТРЕТ.....30

Разликата между образите - Специален проблем "голямо предприятие" -
Подобряване образа на предприемача чрез развитие на благоденствието -
Резултати от допитване, проведено през 1983 год. във федерална
Република Германия - Влияние на социалните придобивки в
предприятието - Образът от далеч в САЩ - Ролята на интелектуалците -
Учения за предприемачите

VII. МОДЕРНИЯТ ПРЕДПРИЕМАЧ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИТЕ ДЕЙСТВИЯ.....34

1. Конкурентен натиск
2. Съблазните на дирижизма
3. Сенчеста икономика
4. Проблеми на околната среда
5. Ръководство на хора
6. Предприемаческа култура

ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ БЕЛЕЖКИ НА АВТОРА.....44

Личността на предприемача и моралните ориентири на
предприемаческата инициатива
Апостол Апостолов.....45

БИБЛИОГРАФИЯ.....49

ИЗДАТЕЛСКИ ПРЕДГОВОР

Книгата "Предприемачът" на д-р Петер Верхаан (Германия) предлага на българския читател възможност за първи път да се запознае с ролята и значението на предприемача в християнското (католическото) социално учение. Представено е историческото развитие на възгледите за предприемачеството, социалното пазарно стопанство и значението на частната инициатива за неговото развитие. В цялата ѝ сложност е очертана личността на християнския социално-отговорен предприемач. Анализирани са неговата възлова роля в следвоенна Германия за изграждане на просперитета, направил възможно обединението.

Трудът на д-р Петер Верхаан - виден немски предприемач, учен и деятел на Съюза на немските католически предприемачи представя един нетрадиционен за България подход към предприемача като градивен елемент на всяко демократично общество. Книгата е ценно помагало за учени, студенти и общественици, ангажирани с теорията и практиката на социалното-пазарно стопанство и евроинтеграцията.

Издателя

ДЕСЕТ ГОДИНИ ДЕМОКРАТИЧНИ ПРОМЕНИ В БЪЛГАРИЯ И РОЛЯТА НА ПРЕДПРИЕМАЧА

Маргарита Цанкова

Десетата годишнина от началото на демократичните промени в България е повод за осмисляне на извървяния труден път във всички области на нашия социално-икономически живот. След падането на Берлинската стена заедно с другите нови демокрации в Източна Европа и България постави началото на дълбоките промени с отхвърляне на марксизма-ленинизма като философска основа на своето цялостно развитие. Определи се в полза на демокрацията и пазарната икономика, плурализма на идеите и гражданското общество. Евроинтеграцията стана първостепенен приоритет на българската политика.

България определи за стратегическа цел своето изграждане като "демократична, правова и социална държава"¹ и вече десет години в сложната международна обстановка на Балканите извършва преход от тоталитарна държава на реалния социализъм към социална държава от европейски тип. И тъй като "изграждането на пазарно стопански ред е преди всичко *политическа* задача"², то през изтеклите години всяка успешна стъпка в това отношение се превръща в политически актив на управляващата политическа сила.

Преди десет години се въодушевихме от надежди за бързи промени, които за кратко време да ни направят равноправен партньор на развитите страни-членки на Европейския съюз и бързо да ни осигурят жизнения стандарт на техните граждани. Изминалите години показаха, че е необходима търпелива работа за пълно легитимиране на частната собственост у нас, за изграждане на гражданско общество и развитие на икономиката в съответствие с пазарните принципи, за постепенно разтоварване на държавата от несвойствени функции в социалната сфера, свързани с идеи и представи от миналото.

Като труден проблем в годините след демократичните промени се очерта отсъствието на научна информация и дискусия, както и недостатъчния научен обмен в областта на социалното пазарно стопанство, което "недвусмислено подчинява капитала и собствеността на по-високи цели, отколкото стремежа към печалба и по-точно в служба на всеобхватното (материално, културно, политическо и религиозно) общо благо на всички."³

Християнското (католическото) социално учение, като наука свързана с практиката, предлага една позитивна алтернатива за развитието на нашето общество която преодолява едновременно негативните прояви на колективистичната система и капиталистическия либерализъм. То започва своя обществен живот дълго преди раждането на марксизма, налага се в конкуренция с него, застъпвайки се за "социално-политически реформи вместо комунистическа революция"⁴ Християнското социално учение издържа проверката на времето и доказва своята приложимост. Най-убедителният пример за ефективността му е следвоенното немско икономическо чудо, което превърна победена Германия в могъща и влиятелна социална държава под

¹ Конституция на Република България, Преамбюл, изд. Паралакс С., 1995 стр.5.

² Верхаан П. "Предприемачът", изд. Институт "Диалог" Варна, стр. 60.

³ К. Х. Пешке "Стопанството от християнско гледище", Институт "Диалог" - Варна, 1997 г. стр.31

⁴ Верхаан П. "Предприемачът", изд. Институт "Диалог" - Варна, 2000 г стр. 23.

ръководството на нейните вече легендарни бащи-основатели Конрад Аденауер и Лудвиг Ерхард.

На прага на Европейския съюз България повече от всякога се нуждае от обмен на информация и опит, от сближаване със Западна Европа не само в икономическата, но и в духовната сфера, в света на обществените идеи. Книгата на известния немски икономист, предприемач и общественик Д-р Петер Верхаан "Предприемачът" е сполучлив отговор на необходимостта от научна литература по проблемите на социалното пазарно стопанство. Авторът отбелязва, че "след почти 70 год. опит с планово стопанисване на социалистическите страни може да се констатира, че това решение на проблема за регулиране на стопанските процеси се провали."⁵ "Чрез това получи нова актуалност представянето на социалното пазарно стопанство и ролята на предприемача."⁶

Идеите на Д-р Петер Верхаан за социалните и морални аспекти на стопанската дейност са съществен принос за обогатяване икономическата компетентност и духовността на стопански деятели, политици и интелектуалци. По един необичаен за българския читател начин авторът свързва проблемите на пазарната икономика с дълбочината на европейската християнска традиция. Той откроява ролята на предприемача в социалната държава, като "двигател на икономическия процес"⁷ със своя социална отговорност, чиято "дейност в пазарното стопанство се извършва в пресечната точка на стопанство, политика, право, техника, психология и етика."⁸

В Западна Европа принципите на християнското социално учение, изведени от хилядолетната традиция на католицизма са част от мисленето и духовността на обществото. Стопанската сфера също е повлияна от тях чрез личността на предприемачите, свързани с християнската ценностна система. Авторът на книгата "Предприемачът" е характерен пример в това отношение. Предприемач и вярващ християнин - католик д-р Петер Верхаан е виден деятел, а много години и председател на Съюза на немските католически предприемачи с център в Кьолн. Това сдружение на предприемачи от различни сфери и с различна величина има сериозни заслуги за изграждането на Германия като социална държава и развитието на социалното пазарно стопанство.

В продължение на десет години България извървя сложен път на развитие от тясно обвързана със Съветския съюз страна-пример за социалистически интернационализъм в действие до реформираща се нова демокрация в преговори за пълноправно членство в Европейския съюз. Приватизацията и реституцията, поземлената реформа, нарушаването на държавния монопол в социалната сфера, появата на задгранични инвеститори и на българска частна инициатива в стопанския живот на страната превърнаха годините след демократичните промени в бурен поток от събития, които промениха драматично личната съдба на хиляди хора. Въпреки днешните социални затруднения в своята същност това е дълбоко позитивен процес, свързан с бъдещето на българското общество, тъй като "плановото стопанство се характеризира с принуда, а пазарното стопанство - със свобода."⁹

⁵ Стр. 19-20.

⁶ Стр. 20.

⁷ Стр. 26.

⁸ Стр. 19.

⁹ Стр. 20.

У нас за съжаление липсва дискусия за моралните ориентири на стопанския живот, с което пропускаме важен аспект от съизмерването ни с положителния европейския опит. Липсва онази системност в работата за изграждане на България като социална държава, която само доброто познаване и съзнателно приложение на християнското социално учение може да даде.

Частната собственост и свързаната с нея възможност за инициативи на отделни граждани и сдружения трябва да има не само законова подкрепа. Нужен е духовен климат в обществото, който активно да подкрепя обществения ред, основан върху частната собственост. Това е сложен проблем за българското общество, живяло десетилетия с марксистколенинската представа, че лишено от частна собственост и стопанска инициатива е свободно и прогресивно.

Чрез своите доброволни сдружения от различен характер гражданите трябва да работят за позитивната нагласа на обществото спрямо частната собственост и да оползотворяват възможностите за разгръщане на стопански инициативи, за въздействие върху законодателната дейност, да съдействат за оттегляне на държавата от дейности, несвойнствени за нея в демократичните общества. Съществен момент от духовната евроинтеграция на българското общество е осъзнаването, че "редът, основан върху частната собственост не е само функционална предпоставка за пазарното стопанство, той е същевременно, етично погледнато, гарант за свободата и достойнството на човека."¹⁰

В българското общество след промените се появи видимо разслоение, което създава напрежение поради дълго битувалите марксистко-ленински илюзии за социално равенство. Редица обстоятелства, като често променящите се правила по отношение на частната стопанска инициатива, възможността за политическа намеса при решаване на стопански въпроси, ползуването на бизнес-контакти, създадени от позицията на държавен стопански или политически ръководител в миналото и пр. създадоха предпоставка за бързо забогатяване и на лица без убедителни делови и личностни качества. Това силно затрудни изграждането на позитивен образ на предприемача. Българското общество трудно различава предприемачите, успяващи с труд и талант, поемайки стопански риск. Те предизвикват смесени чувства на възхищение и завист. Обществото ги цени като създатели на работни места, търси ги като спонсори на мероприятия от различен вид, но им отказва почит и уважение за предприемаческия успех.

Десет години след началото на демократичните промени на България е необходим анализ на опита, натрупан в хода на стопанската реформа, извършен от гледна точка на идеите, заложили в основите на Европейския съюз с отчитане на наличния европейски практически опит в изграждане на социално пазарно стопанство. Само тогава научните изводи и препоръки ще подпомогнат прехода, а европейската полезност на анализа ще свърже по-активно българската наука с политическата практика. Това се оказва сложна задача поради дългогодишното деформиращо присъствие на марксизма-ленинизма в духовния свят на българския интелектуалец. В изминалите десет най-трудни години на промените остана неосъществената възможност за обучение на икономически и други кадри съгласно принципите на християнското (католическото) социално учение т.е. европейските критерии.

¹⁰ Верхаан П. "Предприемачът" изд. Институт "Диалог" - Варна, 2000 г. стр.12.

Д-р П. Верхаан откроява ролята на интелектуалците за мултиплициране идеите на християнското социално учение, подчертавайки, че "социалното пазарно стопанство не е природен продукт, а чувствително културно растение."¹¹ Необходима е нашата компетентност и активен граждански ангажимент, за да изградим България като икономически стабилна социална държава.

Българските държавни и стопански ръководители взаимстват при възможност практически опит по отделни конкретни въпроси от страните-членки на Европейския съюз, но и най-положителният пример, изведен от контекста, в който е роден губи убедителност. Непознаването на принципите на християнското социално учение възпрепятствува творческото приложение на западно-европейски опит у нас. Ако българските политици и предприемачи, общественици и учени правилно разберат посланието на д-р Петер Верхаан в неговата книга "Предприемачът" това ще бъде съществен принос в изграждането на благоприятен инвестиционен климат у нас. Доброволното сдружаване в света на предприемачеството изисква обща ценностна система и подход към проблемите от страна на бизнес-партньорите. Авторът откровенно споделя, че след като "управленската етика представлява волята на предприемача и неговия ръководен персонал, да управляват предприятието според етични, т.е. ориентирани към ценности, критерии. Това имплицира социално-отговорно действие, което уважава и насърчава етичните ценности на културния кръг, към който принадлежи предприемача."¹²

Членовете на Съюза на немските католически предприемачи споделят мнението на д-р Петер Верхаан, че към техните съзидателните задачи "се отнасят всички стремежи и действия за организиране на човешкия труд по такъв начин, че достойнството и развитието на личността да се синхронизират с целите на семейството, предприятието и държавата"¹³. Това е посланието за социално партньорство на труда и капитала, което вече 50 год. осигурява на Германия просперитета и благоденствието, което желаем за България на прага на третото хилядолетие

Ако нашата страна желае да привлече солидни и почтени инвеститори с богат опит и широки международни връзки, то Съюза на немските католически предприемачи заслужава сериозно внимание. Чрез книгата си "Предприемачът" д-р Петер Верхаан ни отправя своето добронамерено послание в полза на морално ориентираната предприемаческа инициатива, която съзнателно и убедено дава принос за общото благо, като изпреварва държавното регламентиране.¹⁴ Теорията и практиката на немския опит в изграждането на социална пазарна икономика все повече привлича интереса на политици, учени и интелектуалци, които търсят измеренията на българските реформи в духа на европейската традиция. В този смисъл забележителната книга на д-р Петер Верхаан "Предприемачът" открива пред нас нови хоризонти и ни прави съпричастни с християнската същност на евроинтеграцията.

Авторът:

Маргарита Цанкова е директор на Института за социални науки и социална политика "Диалог" - Варна, член на Международната федерация за разпространение на християнското социално учение, член на Института за Европа "Роберт Шуман" - Париж, Франция.

¹¹ Стр. 16.

¹² Стр. 34.

¹³ Стр. 40.

¹⁴ Стр. 40.

АВТОРСКИ ПРЕДГОВОР

Тази книга разглежда предприемача, неговата народностопанска функция, обществената му роля и социално-етична отговорност. Първостепенна целева група не са предприемачите, а по-скоро хората, на които без да са такива, е необходимо да разберат ролята, задачите и отговорността на предприемача. Нормално никой не си изгражда твърда преценка за професия, в които сам не е квалифициран. Това се отнася особено за академичните професии, като напр. юристи, медици, физици или философи, чието поле на дейност повече или по-малко е чуждо на неспециалиста. Тук поне се констатира известна съдържаност в преценката за квалификацията на принадлежащите към тези професии.

Различно е по отношение на предприемачите. Тук всеки вярва, че е способен да даде критична оценка, въпреки че едва ли има друга сфера на дейност, така комплексна и трудна за опознаване, както тази на предприемача. Неговата дейност в пазарното стопанство се извършва в пресечната точка на стопанство, политика, право, техника, психология и етика. За оптималното комбиниране на производствените фактори, предприемачът трябва постоянно да наблюдава сигналите на пазара и да взема решения, които почти винаги са в условията на непълна информация и затова съдържат риск. Той работи в една саморегулираща се система, изградена от много взаимнозависими величини на влияние. Всичко, което той извършва с оглед на бъдещето, са решения в условие на несигурност. Това, което предприемачът извършва - народностопански погледнато - е разпределение на ресурси. Ако той вземе погрешно решение, разбирайки неправилно сигналите на пазара, то това води до неговото изключване от пазара.

Който иска, с оглед на тези комплексни дадености, да каже нещо по темата "предприемач", да изчисти предубежденията и с това да създаде предпоставки за обективна оценка, трябва да разгледа проблематиката задълбочено и из основи. Към това принадлежи също представянето на историческите корени и промените в образа на предприемача, както и на пазарно-стопанската система, в които той действа, нейния начин на функциониране за разлика от централизирано управляваното стопанство. Само така съществува перспектива, народностопански и обществено-политически важната дейност на предприемача да бъде разбрана и съответно оценена.

По време на работата върху този труд в Източна Европа се състояха революционни политически промени, насочени към изграждането на нов либерален политически и стопански ред. Чрез това получи нова актуалност представянето на социалното пазарно стопанство и ролята на предприемача, защото в повечето от тези страни липсват предприемачи и познания за правилата на играта на пазарното стопанство.

Д-р Петер Верхаан

I. РЕГУЛИРАНЕ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ ПРОЦЕС: ПЛАНОВО И ПАЗАРНО СТОПАНСТВО

Човешката дейност в никакъв случай не е винаги планова; често е обусловена от случайност, понякога хаотична нередко имитираща или "по игрови модел". В противовес на това, икономическата дейност, ако се желае да бъде успешна, трябва винаги да бъдат планова и разумна. Привържениците на държавно стопанско планиране с право обръщат внимание, че и в рамките на пазарното стопанство предприемачите действат по план, т.е. изготвят кратко-, средно- и дългосрочни планове, по които ориентират икономическите си действия. Необходимостта от планови действия в икономиката е последица от недостатъчността на стоките и услугите, които са на разположение на човека. Той се опитва, със своите ограничени сили и ресурси, да постигне най-доброто за себе си задоволяване на потребностите. Без планиране, т.е. без навременно отсяване на алтернативните възможности за решение и тяхната оптимална комбинация, няма икономика, даже и ако отделният стопански субект не го осъзнава. Решаващият въпрос, до който се стига при оценка на даден стопански ред, е "Кой планира?" Едните са убедени, че всичко следва да бъде планирано централно от държавата, за да се постигнат оптимални резултати. Немският икономист Валтер Ойкен (Walter Eucken — бел. пр.) въвежда понятието "Централизирано управлявана икономика" за *икономическия ред на регулирането на стопанските процеси чрез държавата*. Привържениците на централизирано управляваното стопанство в повечето случаи се наричат "социалисти". След почти 70 год. опит с планово стопанисване на социалистическите страни може да се констатира, че това решение на проблема за регулиране на стопанските процеси се провали. Драматичните събития в Източна Европа от есента на 1989 год. насам потвърждават тази оценка.

Противоположната позиция, срещу централизирано управляваната икономика, е регулирането на стопанския процес чрез пазарните цени, формиращи се в условията на конкуренция, според предлагането и търсенето. Ние наричаме това *пазарна икономика*; в нея планирането се разпределя между много лица. Плановото стопанство се характеризира с принуда, а пазарното стопанство — със свобода. В него решенията на отделните икономически субекти не се направляват от всеобхватен централен план, а са в отговор на сигналите на цените на стоки и услуги. В тази система централна роля играе предприемачът, който въз основа на пазарните сигнали — взема решения за инвестиции и производства. В едно функциониращо пазарно стопанство пазарните цени се грижат за това, стоките и услугите да се придвижат до най-добрия стопанин; това важи както за производителите, така и за потребителите. Ето защо свободни трябва да се формират не само цените на стоките за потребление, но и на всички междинни продукти и суровини, за да могат те да изпълнят своите регулиращи функции. Пазарно-стопанският ред може да функционира наистина само тогава, когато държавата гарантира съответна *рамкова уредба*. Даже и пазарното стопанство не може да се откаже от използването на държавната принуда, но ѝ поставя граници, които се определят с понятието "пазарно-съгласувани интервенции" (Рьопке - Rörpe). Определящо е че съществува действена правна уредба, най-вече да има в достатъчна степен право на конкуренция, за да се предотврати пазарната система да бъде впрегната от участниците в пазара в посока към антипазарни уклони. Важно за функционирането на пазарната система е не това, дали конкуренцията е свършена, а дали изобщо има конкуренция. фундамент за това е *признаването на частната собственост* и приложимостта на сентенцията *Pacta sunt servanda*. Това гарантира, че свободата за стопански действия няма да бъде дезавуирана чрез произвол и злоупотреби с властта. Редът, основан върху частната собственост не е само

функционална предпоставка за пазарното стопанство, той е същевременно, етически погледнато, гарант за свободата и достойнството на човека.

II. ИСТОРИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ НА РАЗБИРАНЕТО ЗА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО

Разбирането на стопанския процес и на ролята на предприемача в него има дълга и променлива история. През античността и дълги периоди на християнската църковна история дейността на търговеца и предприемача се описва като "малоценна", "грозна" и "греховна". Това започва от Аристотел, който описва *otium cum dignitate* на философа като по-достоеен начин на живот в сравнение с дейността на бакалина, на когото липсва вътрешно съдържание: неговото занимание е всъщност *negotium* (суетня). Така Аристотел се горещи срещу мисленето за пари на своето време и уж предизвиканото от това разрушаване на „естествения“ обществен ред. Св. Хризостомус, архиепископ на Константинопол в края на IV. и началото на V в. смята, че търговците не биха могли да живеят без грехове. Тома Аквински също определя професията на търговеца като обременена с морална малоценност. В значимия учебник по канонично право на Грациан от 12. век се казва: „Търговецът не може да се понрави Богу лесно, а само с усилие“.

За негативния образ на предприемачеството в историята и до ден днешен са допринесли и писанията в Стария завет и Христовото учение за богатите. В Стария Завет има един често цитиран текст (Деутерономиум 23, 19-20), който забранява вземането на лихва. При оценката на словото на Исус за богатите е било недогледано, че под богатство в смисъла на Светото писание се има предвид стерилното, разточително богатство на лукса. Не се има предвид модерното "богатство", което възниква чрез творческия принос на предприемача за общото благо на обществото. Стерилното богатство на лукса, осъдено от Библията, днес се среща по-рядко в така наречените капиталистически страни, отколкото във все още докапиталистически-феодално организирани общества в някои *развиващи се страни*.

Въпреки моралната присъда на Св.Тома през 13 век католическата стопанска етика откри предприемача, върху което особено обръща внимание Йоханес Меснер. Именно тя (католическата стопанска етика - бел.пр.) откри значението на предприемаческата функция за изпълнение предназначението на стопанството да служи на общото благо. При оценката на новото търговско предприемачество тя изхожда от общото благо. Съобразно с това предприемаческият успех е в интерес на общото благо, поради което не може от морална гледна точка да се възрази на стремежа към печалба от предприемачество. Тогавашните социални етици наистина се придържат към средновековната парична теория, че парите сами по себе си са безплодни, обаче подчертават, че предприемаческата печалба не нарушава забраната за лихварството. По такъв начин забраната за лихварство способства за стимулиране на предприемаческия дух: Кредитната лихва е забранена, но капиталистическата печалба от предприемаческа дейност - разрешена. По-късни стопански историци, като Вернер Зомбарт (Werner Sombart), обръщат внимание на голямото значение на това различие. Това значимо откритие на средновековната социална етика обаче твърде бързо изпада в забвение за сметка на старата враждебност на теолози и философи към предприемачеството. Църквата твърде рано предлага закрила на търговците, въпреки теоретическата антипатия на повечето теолози към тях. Така напр. папа Григорий VII закриля италианските търговци през 1074 год. от нападенията на френския крал чрез заплаха с отлъчване от Църквата. Това показва, че търговците се третират като добри християни и поради това не са отблъснати, а приети от Църквата. Отношението на средновековната Църква в нарастваща степен се повлиява от полезността на търговците, не на последно място от външнотърговците, които създават връзката с Ориента. Теория и практика вече се покриват само частично.

Възможно е враждебността към предприемачеството на мнозина теолози и философи да се свързва с това, че в прединдустриалната епоха (при затворено натурално стопанство) домакинството и предприятието са едно цяло и предприемаческите функции все още играят ограничена роля. Наблюдаващата се през столетията антипатия на хората към фигурата на изобретателния предприемач има и *социално-психологически корен*. В представата на повечето хора в миналото кротко прокарващият браздите и обработващ земята си земеделец е идеалната фигура за успешна житейска реализация. В неговият живот не настъпват дълбоки промени. Година след година се е повтаря същият жизнен ритъм. Това е бил символ на спокойно общество. Обратно на това предприемачът е справедливо считан за фигура, чиято съществена житейска задача се е състои в това, да променя статуквото чрез своите творчески способности.

Йозеф Шумпетер (Joseph Schumpeter) характеризира капиталистическия процес, чийто основен двигател е предприемачът, като процес на „творческото разрушение“. Че е чудно, че на тази фигура от стари времена са се приписват зли, разрушителни сили. Основна черта на човешката природа е, че привързаността към съществуващите форми на живот е тясно свързана със страха от очакваните негативни последици, които могат да настъпят поради промени. Разбираемо е, че животът на честния и почтен селянин се въздига в идеал за човешкия начин на живот при най различни култури, докато предприемачът е считан за почти демонична фигура.

Самите основатели на либералните стопански науки не предвиждат за изпълнения с идеи предприемач никакво място. За тях това изглежда излишно. Адам Смит (Adam Smith, 1723-1790) всъщност прави голямото откритие, че икономическият процес следва да се разбира като кръговрат. Той обаче остава на позициите на механистичните представи на 18. век и интерпретира икономическия процес като природен закон. От това произтича теорията на *Laissez-faire* либерализма, който вярва в направляващото въздействие на „една невидима ръка“, която може да гарантира една изначално установена хармония. Също и Дейвид Рикардо (David Ricardo), вторият баща - основател на манчестерския либерализъм, смята предприемачите за излишни: икономическият процес в известна степен функционира от само себе си. В тези представи предприемачът е само *собственик на капитал*, следователно *капиталист*, както по-късно го описва Карл Маркс (Karl Marx).

Високият авторитет на Смит и Рикардо довежда до това, че много поколения след тях се придържат към отрицателната оценка за предприемачество. Едва много по-късно, в края на 19. и началото на 20. век макроикономистите осъзнават решаващата роля на предприемача за икономическия растеж. Алфред Маршал (Alfred Marshall, 1842-1924) добавя към трите класически производствени фактора: земя, капитал и труд още един четвърти: *организацията*. Всеобщият пробив на една позитивна предприемаческа теория става едва през 1912 год. с книгата на Йозеф Шумпетер (Joseph Schumpeter) "Теория на стопанското развитие". За Шумпетер същността на предприемаческата функция се състои в нейната особена роля: за опознаването на нови комбинации от производствени фактори и тяхното прилагане. Описаният от Шумпетер тип на съзидателния предприемач е решаващ двигател за иновации с това за икономически растеж.

По-късно Гьоц (Götz) описва друга важна функция на предприемача, а именно неговата задача да *обуздава и балансира цените и разходите*. За да изпълни предприемача тази задача, е необходимо ефективно счетоводство на предприятието. Днес прилагането на

компютри позволява на предприемача пълноценен контрол над своите собствени решения.

Особено интересно е, че теорията на Адам Смит представлява една от изходните точки за разсъжденията на Карл Маркс. За Маркс предприемачът е изключително и само капиталист, който инвестира своя капитал в предприятието си удържа на работниците само от тях създадената принадлежна стойност чрез твърде ниски заплати и следователно ги експлоатира. Другият източник за младия атеист Маркс в неговата социално-етична амбиция да се грижи за повече социална справедливост, се явява по парадоксален начин библейското учение за греховността на богатството. Мотивът на завистта е онзи, който съблазни социализма през 19. и 20. век да смята, че в борбата с бедността.. политиката на разпределение е по-важна от политиката на растеж. Достойно за отбелязване, че Карл Маркс добре осъзнава, че неговата утопична представа за райско общество на изобилието - ако изобщо е възможно да се постигне, ще се реализира само ако в един преходен период на недолюбвания предприемач се позволи чрез своята дейност да акумулира капитал и чрез това да направи възможен икономическия растеж. Така по този обиколен път съзидателният предприемач намира прием учението на Карл Маркс, макар и само като временно търпяна фигура, която в края на краищата трябва да бъде отстранена чрез революция.

III. ИСТОРИЯ НА ПАЗАРНОТО СТОПАНСТВО

В началото на историята на пазарното стопанство стои откритието на Адам Смит и Дейвид Рикардо за регулиращата функция на пазарните цени. С това в ново време се направи първата крачка към теорията за пазарното стопанство. Във всеки случай основоположниците на тази теория вярват в напълно механичното, направлявано от невидима ръка протичане на икономическия процес. Това представлява отделянето на икономиката от човека. В тази система предприемачът теоретически играе ролята само на собственик на капитала, но не и като двигател на икономическия процес. Поради това в тази система не може да има социална отговорност на действащите лица и поради това не може да има и икономическа етика. Това доведе до икономическа политика на чистия *Laissez-faire*, в Англия до т. нар. манчестърски либерализъм, в Съединените щати до крайностите от първите години на индустриализацията, чийто главни актьори - предприемачи понякога биват наричани "рицари-разбойници".

В противовес на стария либерализъм днес ние познаваме някои недостатъци на механизма на конкуренцията при несъвършени пазари: олигополите и монополите. Ние сме наясно относно това, че пазарната система действа (противно на веруюто на старолибералния Смит) подобно на полуавтомат, който се нуждае от разумно обслужване. За да се изпълнят определени изисквания за социално равенство и социална сигурност, трябва да се постареем да вградим съответни стабилизатори. Установеният ред на конкуренция изисква да бъде допълнен от обществена и социална политика, която разглежда човека не само като производител и потребител, но и като личност.

Наистина е вярно, че пазарният принцип за оптимално снабдяване с блага по принцип е добър от нравствена гледна точка. Това предполага функционираща конкуренция, чрез която предприемаческият стремеж към печалба се отразява положително на обществото. Освен това трябва да са налице определени предпоставки, които да гарантират социалното балансиране. Във всеки случай следва да се подчертае, че една социално-балансираща политика не може да се провежда против основополагащите икономически закони за ограничеността на наличните блага и необходимостта от цени, които да покриват разходите. Пътят от старолибералната пазарна икономика към социалната пазарна икономика беше дълъг и болезнен.

Индустриализацията на европейските страни от началото на 19. век е съпроводена от масова мизерия на индустриалния пролетариат. Положението на промишлените работници от това време се характеризира с дълго работно време, често седем дни в седмицата от зори до мрак, детски труд и ниски заплати, при това без здравна и пенсионна осигуровка.

Същественото в индустриалната революция бяха промените в две области:

1. Преходът от феодално към либерално устройство на икономиката;
2. Струпване на технически изобретения и открития, които служат за умножаване производството на блага, започвайки с изобретяването на парната машина от Джеймс Ват (James Watt) преди почти 200 години.

Въпреки положителните обстоятелства за икономическото развитие първата фаза на индустриалната епоха предизвиква много човешко страдание, масова бедност и нищета. Как да се обясни това? Премахването на феодалната система освободи

селското население от крепостна зависимост, в които преобладаваща част от него все още живееше, което означава, че всички могат да се женят и да създават семейство. Оттук нататък всеки може да основе правно независимо съществуване на основата на собствената работна сила, така че отпаднат ограниченията за женитба. Последницата е непознато до тогава увеличение на населението. В индустриалните страни населението се утраява в рамките на сто години. Например през 1800 г. населението в Англия възлиза само на 10 млн., а през 1850 г. е вече 20 млн. души. За това допринасят също напредъкът в медицината и хигиената, които непрекъснато покачват средната продължителност на човешкия живот. За този бурен прираст на населението обаче не е дорасло също така бурното икономико-техническо развитие. Наистина броят на работните места в новосъздадените фабрики бързо нараства, но още побързо расте броят на новородените и с това броят на търсещите работа. Това е същинската причина за явяващата се сама по себе си противоречива масова мизерия на работничеството по време на първата фаза на индустриалната революция.

Във всеки случай е вярно, че либералният икономически ред довежда до там, че работната заплата на тези безимотни работнически маси е сведена под и без това малкия действителен трудов доход. Заслуга на профсъюзите е постепенното отвоюване на разликата на „експлоатацията“, т.е. разликата между действителната и възможната равновесна заплата в полза на работника. Бедността на индустриалното работничество в началото на индустриализацията довежда до въстания на бедстващите работници, които изливат безсилния си гняв върху машините, в които те виждат врагове. Нападатели на машини се проявяват в английската текстилна индустрия, също и в Германия.

Започва формирането на политически сили, които искат да се опитат да отстранят съществуващите социални несправедливости или поне да ги смекчат. В много страни са гласувани закони за ограничаване на работното време и особено на детския труд. През 1848 г. Карл Маркс и Фридрих Енгелс публикуват в Лондон Комунистическия манифест, който е до известна степен актът за раждане на международното революционно работническо движение. В този документ, който въздейства далеч напред през 20 век, са представени като политическа цел принципите на така наречения научен комунизъм, а именно материалистическото разбиране на историята, теорията за класовата борба и диктатурата на пролетариата. Той завършва с бойния призив „пролетарии от всички страни, съединявайте се“.

Това беше началото на международното социалистическо работническо движение. Предимно в Англия през последната четвърт на 19 век започва възходът на профсъюзите. Но не само политиците и профсъюзните дейци, а и учените икономисти се противопоставят на *Laissez-faire* либерализма и неговите крайности. През втората половина на 19 век в Германия възникна т.нар. академичен социализъм, а в Англия фабианското общество (*Fabian Society*). Двете имаха силно влияние върху интелектуалците в своите страни по посока на антипазарен социализъм.

В църковните среди (католическите - б. п.) също има защитници на правата на работниците, към които се числят главно ранно-християнски настроените предприемачи. Дълго преди Карл Маркс католически интелектуалци като Йозеф Гьорес (*Joseph Görres*) критикуват социалните последици от необуздания капитализъм. За социално-политически реформи вместо комунистическа революция успешно се застъпват преди всичко Адолф Колпинг (*Adolph Kolping*) и епископ Вилхелм Емануил фон Кетелер (*Wilhelm Emmanuel von Ketteler*). Те стават пионерите на масово християн-социално движение. Още преди Маркс те основават свои съюзи - предшественици на

днешните Католически социални съюзи "Колпингово дело" (Kolpingwerk), Католическото движение на наемните работници и Католическия търговски съюз. Техните дейности накрая стават политически ефикасни чрез немската центристка партия. Техните искания по-късно са подкрепени от папската институция и включени в нейното официално учение. В социалната енциклика "Rerum novarum" (1891 г.) папа Льв XIII. потвърждава необходимостта от държавна социална политика и гарантирането на правото на сдружаване на работниците (в профсъюзи), както и социалното обвързване на изрично признатата частната собственост (призната в противовес на марксизма). Папата заклеява в своята енциклика социалните недъзи на ранния капитализъм и предупреждава работодателите да третират справедливо своите работници и да им дават справедливо възнаграждение.

В Германия по времето на Бисмарк през годините 1883, 1884 и 1889 са гласувани станалите прословути закони за социално осигуряване, гарантиращи на работниците помощ при болест, злополука и старост.

Наистина може с право да се установи, че в Европа не марксистката революция, а социално-политическите реформи решават или поне значително притъпяват остротата на социалния въпрос през 19 век.

Това социално-политическо движение се противопоставя на основния принцип на системата на Смит, която разбира икономиката като автомат, в който няма място за етика, следователно за социално отговорни действия. Дори днес Милтън Фридман (Milton Friedman), известният националикономист от Чикаго, застъпва убеждението, че тъкмо чрез преследването на личния интерес на предприемача единствено с намерение за извличане на печалба се стимулира най-много общото благо; икономиката била ценностно неутрално пространство, което следва свои собствени закони и и поради това не предлага място за социално-етични искания.

В стопанските науки се стигна едва през 30-те години на нашето столетие до обновление на либералната икономическа теория, повече като отговор на международното разпространение на социалистическото мислене. Решаващ принос имат преди всичко Валтер Ойкен (Walter Eucken) и франц Бьом (Franz Böhm) с тяхната Фрайбургска школа. Те стигат до схващането, че пазарът като регулираща система не може да се остави сам на себе си, а се нуждае от рамкови условия, съответстващи на системата, за да са социално поносими.

След Втората световна война в тогавашната федерална Република Германия на основа идеите на фрайбургската школа се развива социалното пазарно стопанство. Политическата промоция е на легендарният първи стопански министър на федералната Република Лудвиг Ерхард (Ludwig Erhard) Интелектуални помощници по-специално бяха Вилхелм Рьопке (Wilhelm Röpkе) и Алфред Мюлер-Армак (Alfred Moller-Armack), който оформя израза „социално пазарно стопанство“, както и техният либерален приятелски кръг. Тези мъже бяха убедени, че пазарните правила могат да функционират трайно, само ако се основават на принципен морален консенсус.

Мюлер-Армак дефинира социалното пазарно стопанство като функциониращо по правилата на пазарното стопанство, но снабдено със социални допълнения и гаранции. Това социално пазарно стопанство не е природен продукт, а чувствително културно растение.

Непосредствено след войната в Западна Германия цари голяма бедност. Липсва всичко. Повечето производствени съоръжения са разрушени или повредени. Като наследство от строго централизираната военна икономика и инфлационна парична политика има натрупана инфлация и нефункциониращо стопанство. От много страни се дават съвети бедността да се преодолява по-нататък командно чрез контрол върху цените, нарядни системи (карти за хранителни продукти и т.н.) и планиране на производството.

Обратно на това Лудвиг Ерхард има смелостта да се довери на творческите сили на една свободна икономика и да наложи необходимите решения. С това той следва препоръките на фрайбургската школа, чийто водещи умове стигат след войната до схващането, че не разрушенията от войната са първопричина за продължаващата от 1945 г. мизерия, а „погрешната организация на народостопанския производствен механизъм“. След разпоредената от страните-победителки радикална парична реформа (на 21 юни 1948 г.), която отстранява невероятния излишък от пари, Ерхард премахва нарядната система и контрола над цените. С това той предоставя пространство за творческо разгръщане на досега задържаните и отчасти действащи на черния пазар инициативни сили на безброй „предприемачи“ в най-широкия смисъл на думата. Резултатът е така нареченото и предизвикващо много възхищение немско икономическо чудо с дългогодишни реални темпове на растеж от средно 8% годишно при широка стабилност на националната валута. Предпоставка за успеха на тази политика е, че в Западна Германия тогава все още съществуват някои основни икономически структури, като например правото на собственост върху средствата за производство и наличието на кадърни предприемачи.

Концепцията за социалното пазарно стопанство според Мюлер-Армак изхожда от три тези:

1. Стопанска политика може да се изведе смислено само от идея за общ порядък.
2. Вмешателство, насочено към постигане на различни стопанско-политически цели чрез безсистемно смесване на порядките, не може да се допусне.
3. Икономическата политика трябва да се изведе от чиста устройствена идея, която трябва да бъде или пазарностопанска, или направляващо-стопанска. Обещаващ успех трети път не съществува.

Описаното развитие на пазарното стопанство в социално пазарно стопанство показва, че в миналото предприемачът се е нагаждал към непрекъснато променящи се рамкови условия. Това често затруднява неговото самодефиниране и води до погрешно разбиране на ролята. Пресен пример за променящите се рамкови условия са нововъзникналите екологични проблеми, които доказано се регулират по-добре в условията на социално-пазарно стопанство, отколкото в която и да е друга стопанска система.

IV. РОЛЯТА НА ПРЕДПРИЕМАЧА В ПАЗАРНОТО СТОПАНСТВО

Литературата по този въпрос дава противоречиви, по-скоро объркващи отговори, и прословутият „човек от улицата“ няма ясна представа за фигурата на предприемача. Той не разбира, какво прави онзи. Причината за това е, че предприемачът трябва да взема и осъществява решения. Това са абстрактни процеси, които убягват от вниманието на странични наблюдатели. Така например повечето хора се придържат към по-скоро фактическото състояние на нещата и са склонни да схващат предприемача като собственик на капитал, като *капиталист*, който основава и поддържа със свой капитал дадено предприятие.

Тази интерпретация е погрешна. Човек може дори да си представи, че даден предприемач може да основе и води предприятие със заеман капитал, следователно капитал, който други са спестили. За неговата роля не е решаващо дали има собствен или чужд капитал, а какво прави с него. Така че разбирането за ролята "капиталист" очевидно не е вярна.

Друг опит за разбирането на ролята на предприемача се ориентира според това, че той създава работни места за наемните работници. Така той направо се разбира като работодател. Но и това разбиране за неговата роля не обхваща специфичната задача на предприемача. В такъв смисъл дори лекари, адвокати, учени, които наемат помощен персонал са работодатели.

Най-известната подходяща дефиниция за ролята на предприемача прави Шумпетер, който под *съзидателен предприемач* разбира онзи, който реализира иновации и с това икономически растеж чрез все нови и нови комбинации от производствени фактори. Това описание сигурно не е изчерпателно. В никакъв случай всички предприемачи не са така съзидателни в смисъла, който влага Шумпетер. Във всеки случай не бива да се забравя, че сборът от множество малки иновации, които са не само от техническо, но често и от организационно или комерсиално естество (форми на пласмент!) дават принос към икономическото развитие.

Разбира се, зрелищните често рискови иновации, които отново и отново ускоряват с тласъци икономическия растеж, са от особено значение. Преди 100 години това е оползотворяването на електричеството и химията. В ново време това е преминаването на всички механични, електрически и електромеханични системи в електронни, което е свързано с непрекъснато засилване на миниатюризацията и по-нататъшно развитие на така наречения софтуеър. Поотделно следва да се напомни за световното значение, което има разпространението на пластмасите през 40-те години, откриването на транзисторите и развитието на електрониката през 50-те години, първото поколение компютри през 60-те години и бурното развитие на микропроцесорите от 70-те години насам. През настоящето десетилетие изглежда, че генната техника ще води стопанското развитие, което напр. в хранителната промишленост ще доведе до коренни промени.

Такива основополагащи иновации, които преобразуват техническите открития в икономически производства и осигуряват пазарна реализация на продуктите са наистина важни. Те обаче не са единствения път, да се действа предприемачески. Същевременно трябва да се отбележи, че големите нововъведения често изискват големи капиталовложения и са обременени с висок риск. Първопроходецът много лесно попада в големи икономически затруднения, а това не се случва рядко. В Америка има поговорка: *Не си струва да си пионер*.

Предприемачът трябва да живее с риска. Статистиката на фалитите показва че това не е теория, а често пъти болезнена практика. През 1986 и 1987 г. във федерална Република Германия има следните фалити, т.е. провалени предприемачи:

1986 г.: 13 456 бр.

1987 г.: 12 058 бр.

През двете години относителния дял на търговците на дребно е 15%, а този на младите предприемачи, които не са издържали повече от 8 години - 75%.

Упоменатите по-горе наистина едностранчиви, но въпреки това положителни описания на ролята на предприемача контрастират с негативно-агресивните оценки, които виждат в предприемача паразит, който използва положението си за присвояване на незаслужени печалби. В тези представи съвкупният икономически процес е игра с нулеви суми. в която всеки участник се опитва за сметка на съиграчите да извлече максимално възможното от играта, като при това предприемачът има привилегировани шансове. Процесът на растеж, изхождащ от предприемача като двигател на стопанското развитие напълно се пренебрегва.

Каква е наистина ролята на предприемача? Няма прост отговор за това. Всъщност отговорът зависи и от това, в каква обществено - политическа ценностна система той играе своята роля. За своето поведение и разбиране за ролята си предприемачът отговаря пред собствената си морална съвест. Заедно с това той все пак е зависим от ценностната система на обществото, в което действа.

Въпреки това има няколко важни критерии, които са валидни за разбиране ролята на предприемача във всяко либерално общество. Като основна ориентация в пазарното стопанство рентабилността на отделното предприятие е незаменима за предприемаческата дейност. Според Гьотц *рентабилността* представлява задачата на предприемача да съдържа и балансира разходите и цените. Тази задача означава, че той трябва да се стреми към печалба (и в собствен интерес). Придобитата с честни средства печалба е мерило за правилно предприемаческо поведение. Разпространеното преди всичко сред социалистите анатемосване на печалбата не оценява правилно важната ѝ функция за общото благо. Само печалбата позволява на предприемача да гарантира съществуването на своето предприятие и да опитва нови иновации, стимулиращи растежа. Поради това е разбираемо, защо известният американски профсъюзен лидер С. Компърс казва: " Най-голямото престъпление, което един предприемач може да извърши, е да не постигне печалба."

В САЩ отношението към печалбата не е така идиологически обусловено, както в Европа с толкова разпространеното там марксистко стесняване на кръгозора. В действителност печалбите са широко надценени.

Широкообхватни статистически проучвания показват, че около 15% от националния доход се падат на лихви от имущество и предприемаческа печалба, следователно - 85% от заплати и възнаграждения. При това следва да се има предвид, че това, което популярно се описва като печалба, се състои от три различни елемента: Чай-напред това е нормалното олихвяване на инвестирания в предприятието капитал, след това заплатата, която се полага на предприемача за неговата дейност и като остатъчна величина същинската печалба от предприемачество. Тази остатъчна величина е променлива и е същинската цена за успешна предприемаческа дейност.

Ако печалбата се критикува толкова често и се дискредитира като неморална, то покрай непознаването на обхвата и икономическата функция на печалбата със

сигурност важна роля играе и мотивът на завистта. В своята книга за завистта Хелмут Шьок (Heimut Schoeck) стига дотам, че я разглежда като корен на всички егалитарни, социалистически икономически теории. Водещата теза на т.н. икономика на благоденствието е стремежът към възможно най-малка завист, проявена от възможно повече хора. Това обаче противоречи на човешката природа, която непрекъснато и при всички обстоятелства намира повод за завист.

Понякога се твърди, че максимализирането на печалбата е най-важният мотив за действие на предприемача. Реалността изглежда обаче различно. Със сигурност не може да се мине без печалба, но това не е единствената подбуда на предприемача. Към това го мотивират стремежа за постижение, отговорността към семейството, стремежът към силни пазарни позиции и обществен престиж. Наистина има стремеж към печалба, но за повечето предприемачи запазването на предприятието е по-важно. Това предполага дългосрочно мислене и понякога отказ от мимолетно максимализиране на печалбата. Известен е фактът, че свръхпечалби от временни конкурентни предимства привличат конкуренцията и чрез това намаляват шансовете за бъдещи печалби. Навикът на акционерните дружества в САЩ да разпределят дивиденди по тримесечия води до тенденцията към общоикономически вредно краткосрочно мислене.

За умните предприемачи не е важно временното максимализиране на печалбата, а „maximization of a total situation“, при което всъщност печалбата е само един компонент. Не трябва да се премълчава, че има неоправдани печалби. Те възникват, когато предприемачите се опитват да изключат конкурентните правила на играта. За да се изключи това, държавата трябва да се грижи за ефикасни картелни и антитръстови закони. Друга причина за неоправдани печалби възниква тогава, когато държавата изключва конкуренцията чрез свои мероприятия и позволява на облагодетелствани предприемачи лесни, придобити без конкуренция печалби. Тази ситуация може да се наблюдава особено в някои развиващи се страни. В индустриалните държави те представляват изключение.

За да бъде успешен, предприемачът следва да има дарба за творческа комбинативност, реалистична фантазия, координационен талант и сила за действие. Той може да прилага своите способности безогледно индивидуалистично, но и социално-отговорно.

Дори и безогледно-индивидуалистично действащият предприемач може да служи икономически на общото благо, като постига успех и чрез това допринася за материалното благосъстояние на обществото. Използването на печалбата за социални цели се счита от последователни либерали като фридман чисто и просто за непозволено. Той признава като единствено социално задължение на икономиката повишаването на нейните печалби при коректно използване на нейните помощни източници. Такъв предприемач подкрепя изопачения образ на егоцентричния предприемач, който е обладан изключително от стремежа към печалба и се обогатява за сметка на своите сътрудници и потребителите.

Фридман и споделящите неговите идеи не виждат, че икономиката е разположена в съответен всеобхватен културен контекст, въпреки че е рационална система със собствени закони. Поради това предприемачът трябва да действа в посока на постигане на същинската цел на икономиката, а именно „културна функция на грижата за издръжка“, както това някога бе наречено от Вернер Зомбарт. Става въпрос за това да се вземе насериозно и хуманната страна на стопанската дейност по отношение на всички участници. Между другото това изискване е и скъсване с тоталния предприемач, който не познава нищо друго освен собствения си стремеж към успеха,

който вече няма време за жена и деца, за красивото, за религиозното, за Господа. предприятието също е социално образование и сред задачите на предприемача е да се постарее да помогне на своите сътрудници да възприемат предприятието като жизнено пространство. За това има съществени пречки, а именно техническото конкретизиране на много производствени процеси и произтичащата от организацията на труда зависимост от чужда воля. Появилият се преди години моден израз „хора в предприятието“ обаче показва, че усилията в това направление спадат към модерното схващане за професията на предприемача. Между другото социологически проучвания показват, че привържениците на авторитарния команден стил съставляват значимо малцинство сред предприемачите.

Желателно е, а в много случаи дори необходимо, ръководените да участвуват във формирането на волята, която води върха до решението. Съпричастието на подчинените, тяхната информация и образование са предпоставки за добра екипна работа. Екипната работа не противоречи на необходимостта от единство на отговорното стопанско ръководство на предприятието. Ръководството на предприятието е същинска предприемаческа задача. Необходима е ясна концепция, за да се мотивират целенасочено и сътрудниците.

Редом с предприемачите-собственици има безброй много предприемачи, които не са собственици на предприятието. В днешно време те се наричат мениджъри. Тяхната функция е предприемаческа в първоначалния смисъл. Ние още преди установихме, че ролята на предприемача не е свързана с това, той едновременно да бъде собственик, капиталист. Предприемаческата задача в значителна степен е независима от собствеността. Преди всичко при едрите предприятия това води до рязко отделяне на предприемаческата функция от дяловите съсобственици. Назначените от собствениците на капитал (било то частни или държавни) предприемачи, както може да се нарекат мениджърите, се различават от предприемачите-собственици в една важна точка: за тях не е от решаващо значение това, кой е собственикът, т.е. това може да бъде тъкмо държавата. Докато държавата експлоатира „своите“ предприятия в рамките на свободна пазарно-стопанска икономическа система, тази ситуация е несъмнена. Но винаги съществува опасността държавата да злоупотреби със „своите“ предприятия за управленски вмешателства, респ. да им предостави специални условия. Назначените от държавата мениджъри едва ли биха се противопоставили на такива вмешателства, но във всеки случай това не е техният естествен интерес. фигурата на назначения предприемач дава по-малка гаранция за по-нататъшното съществуване на свободната пазарно-стопанска система, отколкото предприемачът-собственик. Затова следва да се приветстват стремежите на държавната политика за приватизация.

Компетентността на държавата в икономическия процес се намира в друга област: тя трябва да се намесва с пазарно съобразени средства, и то в смисъла, който влага Ръопке, там, където пазарната икономика дава засечки, където трябва да се корегира в икономическия процес в интерес на общото благо. При това следва да се мисли за особена защита на болните, слабите, децата и старците. Именно в това се реализира социалното пазарно стопанство. При това трябва да се има предвид, че държавата трябва при осъществяването на своята социална политика на принципа на субсидиаритета, където е възможно, да оказва помощ за самопомощ, за да се избегне възникването на тоталната държава на благоденствието, която ще парализира важното за общото благо функциониране на пазарната икономика. Държавата няма за задача да спасява провалили се предприемачи и техните предприятия. Държавата не е ремонтна работилница за сакати предприемачи.

Разнообразните задачи на предприемача, включително неговата социална отговорност, изискват от него силата да ръководи дадено предприятие в един непрекъснат процес от по-големи и по-малки решения, често при несигурни условия непълна информация. Към неговите класически функции за иновационно комбиниране на производствени фактори и надзор на предприятието, като нова функция се добавя координирането на хора. Наистина тази задача винаги е съществувала, но нейното централно значение е осъзнато едва в по-ново време. Тя се отдава тогава, когато предприемачът е общителен и притежава способността да мотивира своите сътрудници. Към неговата отговорност за общото благо спада признаването на социалното партньорство и с това признаването на независими профсъюзи като досаден, но необходим партньор за преговори.

Предприемач се става благодарение на предприемаческа квалификация и ръководителска дарба, а не главно поради собственост и имот.

V. ПРЕДПРИЕМАЧЪТ В КАТОЛИЧЕСКОТО СОЦИАЛНО УЧЕНИЕ

Социалното учение, така както се е развило в рамките на Католическата църква, не е икономическа теория, а както папа Йоан XXIII казва в енцикликата „Mater et Magistra“ (1961 г.), „неразделна част от християнското учение за човека“. То желае да изложи общовалидни ценности и порядки, като от това извежда идеал за отговорната служба на света. Поради това за него е важно да приложи разработените свои норми към съответните обществени отношения. При това в католическото социално учение не става дума само за нравственото поведение на отделната личност в рамките на даден обществено-икономически строй, но и за социалноетичното оптималното формиране (изменение) на този строй. За това служат социалните порядкови принципи. Те обаче не представляват конкретна обществено-икономическа система, но следва да дават съществен принос за обосноваването на всяка. Първоначално за католическото социално учение на преден план стоят социални въпроси. Това ясно личи в първата социална енциклика „Rerum novarum“ (1891 г.). Но от самото начало е ясно, че тези въпроси не могат да се третират без връзка с икономическите проблеми на обществения строй.

Католическото социално учение открай време критично спори с колективистично-социалистическата (с централно административно-планово стопанство) и либерално-индивидуалистичната (с пазарно стопанство) обществени системи.

В последно време обаче починалият през 1987 г. кардинал проф. д-р Йозеф Хьофнер (Joseph Höfner), някогашен ученик на известния националиконом Валтер Ойкен (Walter Eucken), посочва, че в последно време католическото социално учение се обръща интензивно към стопанските въпроси, по-специално към въпросите на световното стопанство. Между впрочем самият Хьофнер отдавна се занимава със стопанско-етични въпроси, тъй като стопанската етика следва да се разбира като съставна част от общата социална етика.

Ново обаче е не посочването на икономическите причини за социалните проблеми, които са съществували и преди, а по-интензивното непосредствено разглеждане на стопански въпроси. Това може да се наблюдава от „Quadragesimo anno“ (1931 г.) насам и внимателно се продължава в енцикликата „Mater et Magistra“, както и в пасторалната конституция на Втория Ватикански събор „Gaudium et spes“ (1965 г.), в енцикликата „Laborem exercens“ (1981 г.) и особено в последната социална енциклика „Sollicitudo rei socialis“ (1987 г.). През последните години тази тенденция видимо се налага особено в неангажиращите ръководството на Църквата¹⁵ изявления на различни видни личности и влиятелни кръгове в рамките на Църквата. Важен пример от ново време е американското икономическо пастирско писмо¹⁶.

Ако Църквата иска да се обърне към действителността, за нея възниква дилемата дали да прави или не заемки от социалните науки, които схващат действителността много различно.

Католическото социално учение счита за най-важни социално-устройствени принципи, както следва:

¹⁵ Като позиция незадължителни за католиците в света - бел. пр.

¹⁶ Отворено писмо на американската католическа епископска конференция до миряните и хората с добра воля в САЩ - бел. пр.

1. Персонализъм, т.е. достойнство на личността, изразено чрез свободата на личността и лична отговорност (откъдето произтича и признаване на частната собственост).
2. Солидарност, т.е. общността и нейните членове са свързани помежду си и взаимно се подкрепят.
3. Субсидиаритет (оказване на помощ). Това се отнася до напрегнатите отношения между индивидуалната личност и общността, като подчертава приоритета на индивидуалната личност (или на подчинената общност) пред висшестоящата общност.
4. Общо благо като справедливост на държавата по отношение благо на всички в нея и като справедливост в отношенията между отделните личности.

Солидарност, субсидиарност и общо благо са разгръщане на принципа на персоналността, който е основополагащ в християнския идеал за човека.

Църквата счита за своя задача и право "да подлага на нравствена оценка стопански и политически въпроси, ако това изискват основните права на човека или спасението на душите" (Gaudium et spes, Nr.76).

От особено значение за католическото социално учение е *Пасторалната конституция за Църквата в съвременния свят* (Gaudium et spes) на Втория Ватикански събор (1965 г.). В главата за общественно-икономическия живот Църквата изрично се застъпва за материалните предпоставки за човешкото благополучие. Целият първи раздел е посветен на темата „стопански напредък“ (64,65,66). В Nr.64 изрично се казва: "Техническият напредък, творческата сила за новости, стремежът към създаване и разширяване на предприятия, въвеждане на подходящи производствени методи . следва да се насърчават". Съборът говори в Nr.64 и за „присъщите на икономиката собствени методи и закономерности". От това всъщност следва, че пред икономиката не може да се поставят произволни изисквания. Икономическите закони обаче следва да се прилагат в рамките на „нравствените порядки". Съборът напомня това; защото същинският смисъл на стопанската дейност се състои в служенето на човека. Този постулат между другото се изпълнява в пазарната икономика поради това, че тя почива на доброволни договори между всички участници. Така предприемачът може да има успех само тогава, когато служи на своите клиенти. Съборът (в Nr.65) изрично отхвърля постулати, „които подчиняват основните права на отделните личности и групи на колективното управление на производството". Като изискване за право и справедливост съборът настоява „икономическото неравенство в света да се отстрани колкото се може по-скоро" (Nr.66). Очевидно тук се мисли за проблема на развиващите се страни.

Нашата тема е, как предприемачът като ключова фигура на ориентираното към растеж социално пазарно стопанство се третира в католическото социално учение от първата голяма социална енциклика "Regum novarum" насам.

Най-напред се констатира, че предприемачът не присъства изрично до социалната енциклика "Sollicitudo rei socialis" (1987 г.), а по-скоро става дума за работодателя. Критичното отношение на Църквата спрямо предприемача до голяма степен е предизвикано от антицърковното поведение на старите либерали. Трябва да се има предвид, че вследствие разпространението на социализма Църквата е заплашена от

загубване на влияние сред масите и преди всичко в средите на индустриалното работничество. Вследствие на това грижата за работничеството изпъкна на преден план. Това ясно се вижда в социалните енциклики от "Rerum novarum" до "Mater et Magistra".

В енцикликите до "Sollicitudo rei socialis" почти не се третира функцията на предприемача. Това важи включително и за изказванията на Събора¹⁷ в "Gaudium et spes". Важна крачка напред представлява разобличаването в "Laborem exercens" (1981 г.) на илюзията, че трудът можел да се приравни към зависимо положен труд. Следва да се има предвид, че католическото социално учение от папа Лъв XIII насам винаги има в известна степен предвид предприемача, без всъщност да го споменава поименно. Това се получава от непрекъснатото признаване на институцията на частната собственост и върху средствата за производство, в подчертаване на предимството на частната пред държавната инициатива в стопанския живот и потвърждаване на частната автономия като предпоставка за предприемаческа икономика. Папа Павел VI в реч пред католически предприемачи през 1964 г. ясно изтъква значението на функцията на предприемача. Но тогава това е изключение. Първоначално католическото социално учение възниква без и поради това по-скоро в опозиция срещу предприемача. Даже през 1961 г. по повод тържественото прокламиране на енцикликата "Mater et magistra" са поканени като социални гости представители на католическото работничество, но не и представители на католическите предприемачи.

Икономическото в своята истинска същност, а с това и фигурата на предприемача не могат или едва успяват да пуснат корени и то в негативен морален план в църковните и теологически среди, а също и при католическите интелектуалци. Това, че и днес все още голяма част от социалния католицизъм познава само „капиталистите“ и „работодателите, но не иска да възприеме предприемача, може да се счита само за идеологическо късогледство. Този факт се намира в противоречие с това, че Църквата не разглежда икономиката като област, която е встрани от духа и културата, а като забележително творческа и отговорна коинструктивна градивна сила на нашия живот. В разбирането на Църквата икономиката е специализирана културна област (Populorum progressio 21; Sollicitudo rei socialis 26,8; 29.8; 30.1; 33.5; 34,1-3.; 34.5; Gaudium et spes 19,57).

Тъй като католическото социално учение третира предимно социалния аспект на икономическите проблеми, то клони към разглеждане проблематиката на разпределението преди проблематиката на растежа, в която предприемачът играе решаваща роля. Напр. в пастирското писмо на американските епископи (1986 г.), посветено на стопанските проблеми, тази нагласа води дотам да се препоръчва повече дирижистка държава на благоденствието пред стимулиращата растежа пазарна икономика. По принцип това произтича оттам, че се дава предимство на принципа на солидарността пред принципа на субсидиаритета. Факт е, че мнозина теолози и високопоставени църковни представители клонят към отхвърляне на пазарно-стопанската система, основаваща се върху частната инициатива на предприемача, върху частната собственост върху средствата за производство, върху пазар и конкуренция.

Всъщност не е учудващо, че католическото социално учение открива предприемача толкова късно, ако се време предвид, че даже и икономическата наука, както вече видяхме, имаше нужда от много време, докато се научи да разбира правилно ролята на

¹⁷ Втори Ватикански събор, Рим 1965 год. - бел. пр.

предприемача. Заслуга на Католическата църква е подчертаването от нейна страна на културната функция на икономиката. При това тя се опира на библейското учение, че на човека е заповядано да подчини Земята. Има и други библейски изказвания, които оценяват положително насоченото към растеж мислене и с това предприемаческото поведение. Следва да припомним библейската притча за човека, който преди заминаване, повиква своите слуги и им поръчва да управляват имуществото му. Единият прави от пет таланта десет, вторият спечелва чрез стопаиска дейност от два таланта четири. Третият обаче, който получава един талант, изкопава дупка в земята и скрива парата на господаря си, вместо да я умножи. След завръщането си господарят похвалява двамата, които умножили неговото имущество. Третият той нарича "лош и мързелив слуга" (Матей, 25, 14-30). Тази притча посочва, че вярното стопанстване не е достатъчно, а се очаква творческо действие. За стопанския живот това означава, че насърчаването на растежа спада към задачите на предприятието.

Трябва още веднъж да подчертаем, че стопанският растеж не е самоцел, а следва да служи на общото благо. При това под общо благо следва да се разбира съвкупността от политически, социални и икономически условия за разгръщане на човешката личност. Странно е, че дори там, където учението за собствеността и предимството на частната инициатива се основават, както в „*Mater et magistra*“, на субсидиарния принцип, не се изтъква изрично предприемаческата печалба като елемент на предприемаческата икономика. Наистина „*Quadragesimo anno*“ (1931 г.) насърчава към реинвестиране на печалбата за преодоляване на безработицата, което предполага легитимността на печалбата. Но дори там, където се настоява за гарантиране на достойно човешко съществуване, като всеки народ трябва да произвежда повече и по-добре, не се споменава необходимият за целта принос на предприемача. Същото се отнася и за „*Gaudium et spes*“ (64). Даже когато папа Павел IV през 1964 год. прославя в реч вещината и приноса на предприемачите, той поставя основния акцент върху тяхната функция като работодатели: Социалният аспект получава предимство пред икономическия аспект.

За католическото социално учение винаги е било важно изискването всички участници в социалния процес да заемат истинска субективна позиция и никога да не бъдат принижавани до вещи. Това изискване следва от основополагащия за католическото социално учение принцип на персонализма. Но едва в енцикликата „*Sollicitudo rei socialis*“ за пръв път изрично се упоменава и за произтичащото от този принцип право на предприемаческа инициатива, наречено право на свобода. при това се подчертава, че това право е важно не само за отделния човек, но и за общото благо. По такъв начин за първи път в католическото социално учение се изяснява, че предприемаческият дух и формирането на капитал са същинските движещи сили на стопанския растеж. Тази констатация е от голямо значение преди всичко за развиващите се страни.

За съжаление в „*Gaudium et spes*“ формирането на капитал не се разглежда достатъчно; един недостиг, който изглежда преодолян чрез „*Sollicitudo rei socialis*“. В по-новото развитие на католическото социално учение се долавя, че икономическите закони са попаднали по-ясно в неговото ползрение. Наскоро кардинал Ратцингер констатира: "Моралът, който мисли, че може да прескочи специализираното познание на икономическите закони, не е морал, а морализаторство, следователно антиподът на морала. Обективност, която смята да мине без етоса, е непознаване на човешката действителност и с това необективност". Още „*Quadragesimo anno*“ (43) подчертава, че икономическите закони показват, кое целелогагане е възможно и кое - не. Вторият Ватикански събор също признава съществуването на такива икономически закони.

От изпълнената с превратности история, която ролята на предприемача играе в католическото социално учение, произлиза задължението за предприемача да разбира своята роля отговорно в смисъл на общото благо, като към това спада и хуманната отговорност към хората, с които той има работа. Християнският предприемач не смята за правилни нито прекалената индивидуална самостоятелност без всякаква държавна намеса, нито колективната държава на благоденствието. Към неговата отговорност се отнася и грижата за поверените му хора. Наистина неотменимите хуманни цели на едно предприемаческо стопанство не могат да се постигат за сметка на функционално годна икономика. Но хуманността и функционалната годност на икономиката в перспектива не се изключват, а се допълват взаимно. Модерният предприемач възприема и признава като послание на католическото социално учение това, че човекът е по-важен от капитала.

За Църквата произтича от собствено ѝ учение, че предприемачът не може да бъде заместен от социалистическия функционер. Схващаната в смисъла на общото благо пазарна икономика се нуждае от предприемач в съответствие със собствените си закони. Тя обаче не е "предприемаческа икономика" в смисъл на предприемаческо доминиране, защото той е свързан в системата на конкуренцията и отворените пазари.

VI. ОБРАЗЪТ НА ПРЕДПРИЕМАЧА ПОРТРЕТ ОТ БЛИЗО И ДАЛЕЧ ; АВТОПОРТРЕТ

В почти всички индустриални общества днес са налице повече или по-малко обхватни социологически изследвания, които се занимават с образа на предприемача в обществото. Най-общо казано образът на предприемача пред обществеността не е положителен. Това е свързано, както вече се установи, между другото и с факта, че неговата дейност и прояви не са видими и често остават неразбрани. Към това се прибавя и лявата агитация, която прави от предприемача главна мишена на своята обществена критика. В резултат на всичко това се създава карикатурен образ на предприемача, който се представя като експлоататор и печалбар, безогледно тласкащ цените нагоре. Това, че толкова често му се налага — по делови стопански причини и в общ интерес да казва "не", в никакъв случай не насърчава популярността му.

Всъщност как по-точно изглежда този образ в ог ледалото на социологическия анализ? Изследванията показват недвусмислено, че не е разумно и оправдано да се говори за "образ на предприемача" изобщо, а е по-правилно да се различават отделни негови образа. В областта на изследванията на "предприемаческия образ" доби популярност така наречената "дистанционна хипотеза", на Шмьолдерс (Schmolders), която прави разлика между "портрета отдалеч" и "портрета отблизо" . Докато при портрета от разстояние на първо място се касае за един повече или по-малко неререфлектиран, масов психологически стереотип, то индивидуалиният "портрет отблизо" на предприемача съдържа в себе си собствен опит, натрупан в процеса на общуване с конкретните личности-предприемачи" Според считаното за потвърдено становище на "дистанционната хипотеза", близкият портрет на собствения шеф се оценява по-диференцирано, но пък и тенденциозно по-положително, отколкото стереотипния "далечен портрет" на предприемача.

На територията на ФРГ се установи, че съществува тясно взаимодействие и взаимовръзка между образа на предприемача и величината на бизнеса. В големите предприятия и фирми, при допитвания по-често се посочват отрицателните качества на предприемача. Тук играе роля разликата между портрета от разстояние и портрета отблизо на предприемача. Разстоянието между наемния работник и неговия най-висш началник, който той счита за предприемач, във всички случаи е по-съществено в големите предприятия, а отношението - много по-анонимно, отколкото в малкото и средно предприятие. Редица големи предприятия взимат предвид тези резултати и ги използват като повод за подобряване на отношението и съотношението между върха и основата - с помощта на силна децентрализация или чрез по-интензивна комуникация. При това важна роля изигра и осъзнаването, че преценките за рентабилността и икономията на разходи водят до полагането на повече грижи за хората в предприятието. Така опитът на големите фирми да подобрят "образа отблизо" на предприемача, не се явява суетна самоцел, а неразделна част от модерното управление на предприятието. Физиологията на труда, психологията на труда и психологията на предприятието отдавна доказваха, че си залузвава по различни начини да се обърне внимание на физическите и психически особености на хората, работещи там.

Във федерална Република Германия "далечният портрет" на предприемача се е подобри значително през последните години, не на последно място разбира се и като следствие на повишаващия се жизнен стандарт и благополучие - достижения, за които фирмите и предприемачите допринасят решително от 1948 година насам. фактът, че в повечето от развиващите се страни образът на предприемача е силно отрицателен, е свързан с обстоятелството, че в обществения ред на тези страни господства държавно

дирижиране. Като следствие разгръщането на истински, творчески предприемачески дух е почти невъзможно, вместо това се улеснява натрупването на безрискови печалби.

Заедно със споменатото различаване между далечния и близък образ на предприемача, в социологическите проучвания може да се открият и други, не по-малко нитересни признаци за различаване:

Освен "*отчуждения образ*", който другите хора имат за предприемача, или който предприемачите предполагат, че другите имат за тях, налице е и "*образът автопортрет*", който предприемачът си изгражда сам за себе си, както и "*предполагаемия автопортрет*", който другите предполагат, че предприемачът има за тях.

По разбираеми причини автопортретът на предприемача като правило е положителен. В резултат на това се явява силно изразено професионално задоволство и удовлетвореност. Затова пък, образът, който предприемачът предполага, че другите са си изградили за него е доста по-отрицателен, от действителния "*отчужден образ*", получен след съответните запитвания. Предположенията, които имат предприемачите по отношение на обществената оценка за тяхната дейност, т.е. присъдата на общественото мнение, са тенденциозно песимистични.

През 1983 год. 60% от работниците и служителите във федерална Република Германия са доволни от своите шефове и началници ("*близък образ*"), само 19% са им ядосани. 15% не се осмеляват да изразят каквато и да било преценка. Независимо дали "*присъдата*" над шефа е положителна или отрицателна, никой не желае да си смени мястото с него. нито пък да опита да прави нещата по-добре.

По отношение на "*далечния образ*" във федерална Република Германия от 1950 год. насам е на лице тенденция към постоянно нарастване броя на онези, които признават значението на предприемача за функционирането на пазарноостопанския процес. Напоследък обаче, заедно с израстването на една нова генерация, което не е преживяла лишенията на следвоенните времена и не е участник в тяхното успешно преодоляване в Германия чрез пазарната икономика, броят на онези, които възприемат предприемача като експлоататор, нараства чувствително. Това е най-силно изразено при 16 до 29 годишните граждани с по-високо образование. Тук се проявява лявото идеологическо влияние, традиционно за училищното и университетско възпитание.

Интересни са също резултатите и от едно друго изследване (проведено през 1983 г.), третиращо влиянието на фирмените социални придобивки върху образа на предприемача. Според въпросния труд 64% от работниците и служителите във фирмите, осигуряващи минимални социални придобивки, въпреки това са доволни от своя шеф. В предприятия с много социални придобивки този процент е само 61. В тези данни отново намира отражение отрицателното влияние на големите предприятия, които по правило винаги предлагат повече социални придобивки. В съзнанието на обществеността идеалният тип предприемач е онзи, който разпределя възможно най-много социални придобивки. Според разбирането на предприемачите обаче, една такава политика се съвместява с действителната функция на предприемача в доста условна степен. Няма предприемач, който може да устои на конкуренцията само със социална позиция и ориентиране към собствените сътрудници. Това очевидно се осъзнава от много сътрудници и преди всичко от по-дребните предприемачи.

В Съединените Американски Щати, където позициите "*мениджър*" и "*топ-мениджър*" са всеобщо признати и желани, далечният образ на предприемача в никакъв случай не е

блестящ. Човекът от улицата демонстрира едно по-скоро двойствено отношение спрямо предприемача и спрямо жизненонеобходимото натрупване на капитал. Твърди се, че на фона на общото отслабване на доверието към всички държавни и обществени институции, имиджът на предприемача е пострадал най-много. Това отчасти се изразява в образа на предприемача и мениджъра, наложен от новата литература и развлекателния бранш, където образът-клише на безскрупулния жаден за власт, завистлив и със съмнителен морал предприемач е развит до степен на съвършен шаблон. Пример за това са международно разпространените филмови сериали "Далас" и "Денвър". Този отрицателен образ се поддържа преди всичко от леви интелектуалци, впрочем и от представители на църковни кръгове, както показва пастирското писмо на американските католически епископи, посветено на стопанските въпроси (1986 г.). В противовес на това се явява категорично констатирания чрез многобройни анкети в САЩ факт, че американската общественост включително и профсъюзите признават печалбата като необходима съставна част на пазарно-стопанската система. Средностатистическият гражданин вярва, че е благоразположен спрямо частния предприемач и печалбата. В своята симпатия той обаче прави разлика между дребния и към крупния предприемач: той гледа доста по-критично и с повече предубеждение на едрите предприемачи.

Когато се изследват причините за многото нападки и очерняне на предприемачите включително и на онези от тях, които действат социално отговорно, то се установява, че във всички държави *интелектуалците* играят особена роля.

В много страни преподавателите от всички типове висши и средни училища имат съвсем ограничени познания за стопанския ред и неговия начин на функциониране. Предприемачът се разглежда почти само в рамките на марксистките представи - като експлоататор и печалбар. Интелектуалци от всички цветове често критикуват съществуващите отношения без каквато и да било специална компетентност и без готовност се съобразят с предложената им професионална информация по темата.

Така напр. в американските колежи се използват предимно учебници, които в най-лошия случай са антикапиталистически, а в най-добрия: уравниловъчни и интервенционистични. В този аспект може да се посочи на първо място учебникът на Пол Самюелсън (Paul Samuelson), разпространен в много милиони екземпляри. Естествено, не всички учебници и не всяко занятие в американските колежи са идеологическо оцветени, но определено може да се каже, че акцентът на занятията и на учебните помагала, е в вляво.

Въпреки широко разгърнатите политически нападки върху свободното предприемачество, левите интелектуалци почти не получават политическа подкрепа от масите в Съединените Щати.

Подобни леви тенденции се наблюдават и в други развити индустриални държави. Тези интелектуалци само потвърждават собственото си непознаване на икономическите взаимовръзки и закономерности. Наистина те се борят против предприемаческата печалба, но същевременно непрекъснато се стремят да получат най-добрите условия за реализация на своите писателски и художествени продукти. Огромната численост на интелектуалците в свободния свят е немислима без наличието на стопанска система, която произвежда необходимия за тяхната издръжка излишък.

От анализите на образа на предприемача, показващи негативна тенденция (оценки от явно критични до откровено негативни), предприемачите днес повече от до сега трябва

да извлекат поука и да засилят своето положително представяне пред обществеността. Разпространена особеност на предприемачите е да са публично въздържани. Няколко мероприятия за връзка с обществеността, организирани от чиновници - "експерти", съвсем не са достатъчни. Предприемачът трябва да е готов и сам да се явява пред обществеността и да се ангажира обществено-политически. Към това не на последно място се отнася и готовността му да заема на обществени начала длъжности на местно, регионално или национално ниво чрез сътрудничество в собствените си професионални сдружения, но и в благотворителни, църковни, културни, спортни и обществено-политически организации. Оправданието "Нямам никакво време!" само в определени случаи звучи убедително. Задача на предприемача е да организира рационално дейността в своето собствено предприятие. Това включва и разумното организиране на неговата собствена работа и калкулиране на времето, необходимо за нея.

Често наблюдаваното разпиляване на силите за дреболии и склонността на много предприемачи лично да се грижат за много детайли, вместо да делегират отговорности, нерядко е една от причините за мнимата липса на време. Друга причина в някои случаи е даването на приоритет пред обществената дейност на стремежът за нарастване на икономическа мощ чрез натрупване на мандати в надзорни съвети в стопанската сфера.

За всеки предприемач съществуват много възможности за подобряване на собствения имидж пред обществеността. Трябва просто да се използват.

VII. МОДЕРНИЯТ ПРЕДПРИЕМАЧ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ

Икономическите и етични изисквания, поставени пред предприемаческата дейност, са многообразни. Предприемачът трябва успешно да ръководи своето предприятие, т.е. той трябва да осигурява пазара с винаги нови продукти и услуги, при това на възможно най-ниска цена. Това изисква новаторско, съобразено с разходите мислене и действие. Спрямо предприемаческите действия обаче се прилагат и етични мащаби: не става въпрос само за повече и по-добри продукти, за оборот и печалба, предприемачът трябва да се води в своите действия. и от морални норми управленската етика представлява волята на предприемача и неговия ръководен персонал. да управляват предприятието според етични, т.е. ориентирани към ценности, критерии. Това имплицира социално-отговорно действие, което уважава и насърчава етичните ценности на културния кръг, към който принадлежи предприемача.

Може да се каже по-остро, че при очакваната от предприемача етика се касае за справедлив баланс между печалба и общо благо в най-общ смисъл. Манфред Шпикер (Manfred Spieker) констатира: "Общото благо разчита на предприемача. Не само индустриализацията дължи своите първи стъпки на предприемача, който превръща природонаучните познания в технически открития и рационални методи за производство". Поради рационалността на стопанските действия печелившите предприемачи са *препоставка за общото благо*.

Качества на предприемчивия човек са:
способността и готовността

- да поема инициатива,
- да взема решения,
- да се натоварва с напрежения,
- да поема рискове,
- да разбира пазарите и тяхното развитие
- да се стреми към нововъведения,
- да ръководи хора, особено
- да мотивира сътрудници и да координира тяхната работа.

Очаква се способност и готовност за социално поносимо общуване с други хора: сътрудници, клиенти, доставчици, колеги и конкуренти, съвети в предприятието и профсъюзи.

За да може да се разгърне способността на предприемача за успешно ръководство на своето предприятие са необходими редица обществени, правни и политически рамкови условия, както видяхме при описанието на социалното пазарно стопанство. Той (предприемачът - бел. пр.) обаче не може сам да определя тези условия.

Логично е, че в практиката твърде рядко се среща идеалният тип предприемач. Често възникват напрежения. между икономическите и етични изисквания. По-нататък се разглеждат някои рискове застрашаващи предприемача, но и неговите усилия да отговори на максималните изисквания.

1. Конкуренстен натиск

Пазарната икономика живее от конкуренцията в постиженията между предприемачите. Натискът на конкуренцията прищпорва към все по-добри постижения, за да се противопоставяш на конкуренцията. Предприемачите със слаби постижения се изхвърлят от пазара, предприятията им фалират. Затова е разбираемо, че много предприемачи се стремят да манипулират пазарните структури. Предприемачите се опитват не само да подобрят производствените си резултати, но и да открият стратегии за защита от фалит. Тук се отнасят: пазенето в тайна на производствения метод, патентите, умното формиране на производствената листа, реклама. Тези методи могат да се считат за етично поносими и оправдани. Нерядко обаче се правят и опити, чрез договорка между конкурентите, цените да се задържат над действителното конкурентно ниво. Към това клонят особено предлагащите хомогенни масови стоки, като цимент, керемиди, пясък, въглища, стомана.

На лице са многобройни пазари, където властва несъвършенна конкуренция. Модерното развитие към все подиференцирани продукти и услуги все повече разслоява пазарите и чрез това затруднява манипулирането на конкуренцията.

Всички начини на поведение, които накърняват правилата на конкуренцията, са принципно опасни. Изкушението обаче, да се тръгне по пътя на такова грешно поведение, е твърде голямо. Рьопке (Rörke) казва веднъж: "пазарното стопанство е унищожителят, изяждащ морала, ако го няма съответния ред и законодателство, които да се явят като противодействие на неизброимите изкушения. изпречващи се пред всеки предприемач". Закони срещу ограничаването на конкуренцията (картелно право, контрол над сливанията, анти-тръстови закони), трудово право, социално право. Тук държавата е призвана да осигурява комфортни за системата рамкови условия, които изискват от предприемачите пазарно съобразени действия. Също и принципът "rasta sunt servanda" принадлежи към предпоставките за жизнеспособно пазарно стопанство. Държавните правила обаче трябва да са в съответствие със системата, т.е. те не бива да "фалшифицират" конкуренцията. Именно в този смисъл трябва да се разбира и изказването на известния католически социален учен Освалд фон ЧелБройнинг (Oswald von Nell-Breuning), че най-добра е онази икономическа система, която изисква най-малко морално напрежение.

Още Шумпетер (Schumpeter) обръща внимание, че тенденциозно всеки предприемач се стреми да изтласка своите конкуренти от пазара и по този начин застрашава пазарната система, чиято способност за постижения зависи от броя на конкурентите. Шумпетер все пак посочва, че в някои случаи недостатъчната конкуренция има значителни предимства за стопанското развитие. Често се твърди, че предприемачите отбягват конкуренцията и се опитват посредством отдавна завладяни пазари да постигат несправедливи монополни печалби. Може би, в отделни случаи временно да е така; справедливо е обаче да се подчертае, че в действителност нарушенията срещу конкуренцията не са правило. Преобладаващото мнозинство предприемачи всекидневно участва в конкурентното състезание. Само поради това станаха възможни големите успехи на пазарното стопанство в многобройни западни страни.

2. Съблазните на дирижизма

Дирижирани икономически системи са тези, при които държавата се намесва в непосредствено в управлението на стопанския процес. Това може да се осъществява по много начини:

- държавно фиксиране на цените вместо пазарни цени,
- разпределяне на квоти за суровини или внос,
- фиксиране на работната заплата,
- концесии за определени продукти,
- разрешения за откриване на предприятия и дейности.

Всички тези мерки за намеса въпрепятстват свободната конкуренция и облагодетелстват онези, които са избрани за толериране от държавата. Понеже пълната с рискове реална конкуренция е изключена, то облагодетелстваните избранници на тази дирижирана система могат да очакват лесни печалби без икономическо напрежение. Подобна система възпрепятства стопанския растеж, но за много предприемачи е голяма съблазън. Само така може да се обясни, че предимно в развиващите се страни, *така наречените предприемачи*, които всъщност не заслужават това означение, не се възпротивяват срещу държавното дирижиране. Това показва, че изграждането на пазарно-стопански ред е преди всичко *политическа* задача. Далновидни, умни и осъзнати отговорни предприемачи подкрепят такива политически стремления, така както след последната светоана война направиха в много страни на Европа.

3. Сенчеста икономика

В почти всяка държава в различна степен съществува така наречената сенчеста икономика или "черен пазар". Това са икономически дейности, които се разиграват извън законовия ред на дадена държава. Причината за подобни дейности почти винаги се корени в неразумно високото данъчно натоварване на печалбите, което наказва частната инициатива, вместо да я възнагражда. Прекалените бюрократични пердписания също осакатяват частиата инициатива и тя търси отдушник в сенчестата икономика. В най-голяма степен това важи естествено за меркантилистично дирижираните и организирани народни стопанства. Съществуването на сенчеста икономика показва, че е налице голям, неизползван от официалната икономика потенциал от творчески предприемачески инициативи.

Интересен пример е сенчестата икономика в Перу. Хернандо де Сото (Hernando de Soto) я описва подробно в своята - предимно в Латинска Америка - уважавана книга "El otro sendero" ("Другата пътека"). Тази неформална икономика е спонтанният и съзидателен отговор на народа, даден срещу неспособността на една меркантилистично дирижирана и организирана държавна икономическа политика. Разходите по легалната бюрократична процедура за откриване на дребно предприятие са непосилни за нормалния гражданин със скромни доходи. Само един пример, датиращ от 1983 год.: процедурата по лицензирането е продължава 2.89 дни, а разходите за нея са в размер на 32 минимални месечни заплати.

Още по-скъпо е да се сдобиеш с дом по законен начин. За получаване от държавата на парцел за жилища за социално слаби семейства са нужни седем години за преминаване през всички държавни и общински инстанции. Дори и само за получаване разрешително за отваряне на прост уличен павилион, са нужни 34 дни усилия при отговорните за това бюрократи.

Със своята книга де Сото показва, че по времето на неговото изследване (1983 г.) в Перу де факто няма пазарна икономика. Едва незаконната самопомощ на населението посредством черния пазар полага основите на пазарно стопанство. Де Сото нарича официалната икономика "меркантилизъм", като с това иска да каже, че държавата държи повече на това, да преразпределя националното богатство в полза на един привилегирован елит, тясно свързан с държавата, отколкото да създава ново богатство: едностранчиво разпределение вместо растеж и прогрес: Ежедневно излизат почти по 70 нови разпоредби. Броят на стопанските закони и правилниците за тяхното приложение са повече от половин милион, от които само около един процент са гласувани от парламента, като остатъкът е дело на изпълнителните органи.

Черният пазар е отговорът на масите срещу тази неефективна и несправедлива система. Хората освиркват законността. Излизат на улиците и продават това, което могат. отварят магазини и строят къщи върху неизползваните терени.

Де Сото не идеализира неформалния пазар. Напротив: той показва слабостите и опасностите на една такава нелегална икономика, която не е в състояние да планира бъдещето и на която липсва законова защита.

Описаното развитие започва, когато след 1940 год. все повече население от селските райони се преселва по градовете, но там не иамира нито работа, нито жилище. През 1940 год. 9% от перуанското население живее в Лима, а през 1981 г. процентът е вече 26. Пришълците скоро осъзнават, че в нелегалността е техният шанс да живеят, да търгуват, да произвеждат, да транспортират, да консумират. Тази незаконност не е престъпление, а по-скоро акт на самопомощ, за постигане на легитимни цели: построяване на жилище. услуги или разработване на собствен бизнес. Така Перу става държава, в която 48% от стопански активното население и 61 % от работните часове формират на черния пазар 39% от брутния социален продукт на страната. В една много детайлна студия де Сотро описва възникването и функционирането на неформалния пазар на жилища, на неформалната търговия и транспортна система. В Лима през 1983 г. 43% от жилищата се намират в неформални селища. Също и уличните продавачи играят значима икономическа роля. През 1986 год. В Лима са изброени 91 455 такива, повечето от тях незаконни. В областта на транспорта през 1984 год. 91% от превозните средства, използвани в масовия градски транспорт са неузаконени.

Какво общо има всичко това с нашата тема: *Предприемачът?* Акциите за самопомощ на едно население, подтискано от бюрократизъм доказват, че резервоарът на творчески сили е голям . Искане се кураж, готовност за поемане на риск, инициатива и богатство от хрумвания, за да се разгърнат продуктивни икономически дейности, така както това става в Перу. Става въпрос за предприемачески сили, които действат тук. Такава нелегална родена от нуждата система не е идеална и желателна. Нейната продуктивност и способността използва техническия прогрес е по-ограничена, отколкото би била тя при система, действаща при уредени и законни условия. Важно основание за това е липсата на цялостна правна сигурност, която е характеристика на уредена и стабилна държавност и необходима предпоставка за функциониращо пазарно стопанство.

Перу не е пример за подражание, но показва ясно какви предприемачески сили могат да се мобилизират в уреденото пазарно стопанство. Това същевременно е окуражаващ опит за населението от Източна Европа, решило се на мястото на досегашното

централизирано планоно стопанство да изгради свободен и регулиран от пазарните цени стопански ред.

4. Проблеми на околната среда

Неограниченото използване на околната среда като кошче за боклук и производствен фактор до скоро все още изглеждаше безпроблемно, дори подразбиращо се от само себе си. В атмосферата безгрижно се изхвърлят газообразни отпадъчни продукти (пушечни газове и автомобилни отпадъчни газове), мръсна, затоплена или даже отровена вода се излива в реки и морета, трупат се грамадни бунища често пълни с отровни отпадъци. Междувременно ограничената възможност за натоварване на околната среда е вече осъзната.: тук също важи икономическия закон за недостига. Често се отправя упрек към предприемачите, че не проявяват разбиране спрямо проблематиката на околната среда и, че те са истинските грешници.

Тази оценка недооценява ситуацията: дотогава, докато използването на околната среда е безплатно, то от идеята за конкуренцията следва ползване без задръжки на околната среда и отказ от скъпоструващи мерки за нейната защита. Очевидно много предприемачи вече разбират, че конструктивната политика по отношение на околната среда е неразделна част от тяхната общественно-политическа задача. Това намира израз, както в често скъпите единични екомероприятия на много предприемачи, така и най-вече в това, че предприемачите и техните сдружения подкрепят усилията на държавата за налагане на екологично безопасни технологии, пазарно-стопанската система е напълно способна да решава адекватно екологичните проблеми чрез съответни съобразени с пазара законови разпоредби. Когато се преустанови безплатното ползване на околната среда, става възможно с помощта на цените да се управлява обременяването на околната среда. Важно е да се осъзнае, че и обществото наистина трябва да е готово за решаване на тези проблеми. Това означава на практика, че за много продукти трябва да се приемат по-високи цени, а хората да се откажат от многобройни продукти (опаковъчни материали, спрей-опаковки) и удобства (бутилки за еднократно ползване).

За отговорно действащия предприемач често възниква тежък проблем, който в повечето случаи е решим само с помощта на законови рамкови условия. Решаващото обаче е, че социалното пазарно стопанство принципно е в състояние да разрешава успешно и екологични проблеми.

5. Ръководене на хора

Класическите функции на предприемача са оптималното комбиниране на производствените фактори за изграждане на рентабилно действащо предприятие, контрол на разходите и търсенето на нововъведения. Към това днес се прибавя и една важна задача, а именно ръководенето на хора. Това не е само хуманитарно предизвикателство, характеризирано преди години с крилатия израз "човек на работа", а това е - както междувременно бе осъзнато - също много важна стопанска задача в рамките на предприятието.

Ръководене на предприятие до голяма означава степен ръководене на хора, което се изразява в стила на ръководство. Този стил на ръководство трябва да стимулира високи постижения. Това се постига само, когато се взема предвид чувството за собствена стойност на работещите в предприятието. Хората нито са машини, нито безжизнени

фигури за шах. Затова разпространеният преди години *авторитарен стил на ръководене* намира все по-малко привърженици, въпреки че е невъзможен отказ от заповядване (решаване) и подчинение (изпълнение). Чисто авторитарно поведение често не води до желания резултат. Ето защо в ново време стремежът е за постигане *кооперативен стил на ръководство*: освен професионалната си компетентност, предприемачът трябва да има и комуникативни способности. Кооперативният стил на ръководство изхожда в етично отношение от постановката, че сътрудникът в предприятието трябва да бъде уважаван като човек, за да се чувства съпричастен и отговорен. За предприемача е важно да спечели доверието на своите сътрудници. Това означава:

- никога да не се обещават неизпълними неща,
- твърдо спазване на обещанията,
- по-добре да замълчи, отколкото да твърди неверни неща.

До това мислене с кооперативни категории отначало довеждат не точно етични размисли, а по-скоро съображения, свързани с рентабилността и необходимостта от икономия на разходи. Оказва се, че всъщност си заслужава да се вземат предвид физическите и психически особености на хората. Умният и отговорен предприемач знае, че икономическият му успех зависи не само от машините, а преди всичко от хората, работещи съвместно в неговото предприятие. Това съображение не бива да се смесва със сантиментално социално осъзнаване на предприемача, защото само със социална позиция и обръщане към сътрудниците никой предприемач няма да оцелее в условията на конкуренция. Модерното предприемачество се характеризира със следните ключови думи:

- информация и мотивация на сътрудниците.
- комуникация вътре в и между отделните нива на управление,
- делегиране на отговорност,
- насърчаване на екипна работа,
- хуманизиране и мобилност на работните места,
- обучение и квалифициране на сътрудниците.

Модерното ръководство на предприятие предполага съпричастие на ръководения. Ханс Мартин Шлейер (Hans Martin Schleier), президент на Съюза на немските работодатели, казва: "В обществения процес, който ние наричаме ръководство, импулсът на волята даващ основната насока вече не може да се движи сам и едностранно от горе надолу. Действително водещото място трябва да остане там, откъдето е излязла инициативата. Но в рамките на този процес ръководените в никакъв случай не трябва да остават пасивни. Желателно е тяхното участие в изграждането на волята, водеща до решения."

Действително едно социално-етично поведение на предприемача е желателно и даже изисквано, но все пак съществуват обективни пречки за редовното практикуване на желаното човешко съобразяване при всеки случай. Тук има две пречки: неизбежното в повечето случаи управление от друг човек и необходимото техническо овеществяване. Въпреки най-добрата си воля често предприемачът не може да се откаже от рационализиране и механизирание на предприятието в интерес на коикурентноспособността. Във всеки отделен случай предприемачът трябва да взема решения по съвест.

Отговорното ръководене на хора не е лесно, но е необходимо в интерес на предприятието и неговите сътрудници. Етично ориентирани действия според Макс Вебер (Max Weber) могат да бъдат "принципно-етични" и "отговорно-етични".

Отговорно етичен е онзи предприемач, който знае, че отговаря за предвидимите последствия на своята дейност.

Наскоро Съюзът на католическите предприемачи в Германия (Bund katolischen Unternehmer - ВКУ) публикува принципни размисли за съзидателните творчески задачи на предприемача в модерния трудов свят. Към съзидателните задачи на предприемача се отнасят всички стремежи и действия за организиране на човешкия труд по такъв начин, че достойнство и развитието на личността да се синхронизират с целите на семейството, предприятието и държавата. Нови възможности за това дават иновациите в икономиката, техниката и обществото. Разкриват се шансове за съобразяване с променените нагласи и справедливи желания на много хора.

Диференциране и гъвкавост са важни предпоставки. отказът от колективистично единно регулиране и насочването към *по-голяма самостоятелност и възможности за съпричастие в изграждането* за отделната личност и малки групи идеално съответства на принципа на субсидиаритета на католическото (християнското - б. пр.) социално учение. Същевременно това означава прогрес в разгръщането на социалното пазарно стопанство: *Субсидиари-тестът създава база за повече свобода и отговорност.*

6. Предприемаческа култура

От няколко години в Северна Америка и Европа. темата "*предприемаческа култура*" все повече се дискутира в теорията и практиката. Под това малко неопределено понятие действително се разбират различни неща, но изходната точка винаги е представата за един културен свят като човешки свят. Затова по различни начини се правят опити действителността в предприятието така да се промени, че да има повече човечност на мястото на често механично-рационални процеси.

В Европа изразът "предприемаческа култура" не навсякъде намира добър прием , защото хората са привикнали да правят разлика между духовно-художествено определената култура и природонаучно-техническата цивилизация. С понятието "предприемаческа култура" се прави опит по-силно подчертаване на етичното рефлектиране и начин на поведение в предприятието. За Петер Друкер (Peter Drucker)¹⁸ предприемаческата култура се явява средство за легитимиране на предприемаческата власт, при което тя се обосновава чрез истински ценностни представи.

Много от нещата, изказани преди относно социалноетичната отговорност на предприемача, днес отново намират място в събирателното понятие "предприемаческа култура". Наистина не бива да се пренебрегва факта, че нерядко се злоупотребява с понятието "предприемаческа култура" и то се използва като рекламен плакат за социалния имидж на предприемача без реални последици за действителното ръководство на предприятието. Все пак, засилената дискусия относно "предприемаческата култура" принципно може да се оцени в положителна светлина — като един по-нататъшен опит за очовечаване модерното управление на предприятието. Въпросът е, каква стойност в управлението на предприятието ще имат изживяваните от предприемача ценности и притежавани умения. Процесът "даване на смисъл" трябва да засили "ние- чувството" в предприятието. Мерило за предприемаческа култура са също: подходът към пенсионерите и социалните случаи, начина за раздяла с сътрудник, но също и опазващия човешкото достойнство стил на разрешаване на конфликти.

¹⁸ Друкер П., Шансовете на предприемача, изд. Дюселдорф, 1987 год.

Корпоративната идентичност, така, както тя най-често се разбира в практиката, все още не е предприемаческа култура, макар че придава на предприятието характерен облик чрез дизайн и стил на комуникация. Това, което корпоративната идентичност не осигурява, е решаващо за предприемаческата култура: тя (корпоративната идентичност — бел. пр.) не може да придава смисъл, впрочем не го и желае.

За предприемаческата култура е характерен начинът, по който тя преодолява обществените противоречия. Пример за това са споровете около храната за кърмачета ("Nestle") или азбест ("Eternit"), но също и проблемите на екологията. Известният швейцарски специалист по фирмена икономика Ханс Улрих (Hans Ulrich) изисква "доброволно ограничаване при преследването на егоистични цели, в името на всеобщото благо.". Нека това в отделни случаи да е проблематично, но пък с право се посочва необходимостта от поемането на обществена отговорност чрез управлението на предприятията.

Две публикации "Предприемаческата етика: първостепенен бизнес-актив" и "Успешни американски компании (в търсене на перфектност)" ще бъдат накратко представени тук, като пример за американски опити да се практикува предприемаческа култура.

Предприемаческа етика (Corporate Ethics)

"Кръглата маса на бизнеса"- една организация на предприемачите от САЩ, публикува през февруари 1988 год. доклад относно "политиката и практиката във фирменото управление", под заглавието "Предприемаческата етика: първостепенен бизнес-актив". В доклада са обхванати 100 компании и дружества. Изследването показва, че многобройни значими предприемачи от САЩ отдавна придават значение на етичното поведение. Кодекси по етика (или управление) са широко разпространени, но съвсем отскоро етичните проблеми и възможностите за тяхното разрешаване се дискутират все повече и повече, също и между управленците. Освен това се правят все по-сериозни опити в предприятието да се създават организационни и структурни предпоставки за етична политика и гарантиране на етични действия". Оказва се, че за налагането на етична политика в предприятието решаващата роля е на управленците. Ръководителят на предприятието трябва видимо да се ангажира с етичния кодекс и да дава добър пример. Тази политика се прокламира в предприятията по най-различни пътища: директиви, изказвания на ръководители за фирмената политика, доклади, фирмени вестници и чрез практически действия. Митът за непримиримото противоречие между етика и печалба е доведен до абсурд чрез примера на тук представените предприемачи. Те са убедени, че няма конфликт между етично поведение и приемлива печалба. Очевидно все повече се налага убеждението, че във време на засилена конкуренция една достойна за доверие предприемаческа култура, базирана върху етично поведение, е важна предпоставка за оцеляването на предприятието и нарастване на способността му за печалба.

Още преди време Шмьолдерс (Schmölders) обърна внимание, че в северноамериканските предприятия изглежда се налага почти повсеместна тенденция за подобряване качеството на живот. Конкретните мероприятия в смисъл на "предприемаческа социална отговорност" трябва да докажат, че предприятията до голяма степен имат съзнанието за важността на своята обществено-политическа отговорност.

Докладът за предприемаческата етика констатира категорично, че повечето предприятия фиксират своите етични принципи на поведение за цялата организация във форма на писмени документи. Тези кодекси за поведение естествено се различават в различните браншове, но почти във всички случаи се обсъждат следните въпроси:

- благоприличие и вяност към закона,
- сигурност и качество на продуктите,
- сигурност и здраве на работното място,
- конфликти на интереси и тяхното решаване,
- опит в областта на трудовите договори,
- почтеност в практиката за пласиране,
- връзки с доставчиците,
- сключване на договори,
- ценообразуване и вътрешна информация в търговията с ценни книжа,
- подкупване за получаване на поръчки / информация,
- защита на околната среда.

За налагането на етичните принципи в предприятието е особено важно да има открита комуникация. Тя е възможна само в атмосфера на взаимно доверие. При нарушаване на етичните принципи евентуалното наказание трябва да се налага дискретно. Целта е възпитание чрез пример и похвала, а не чрез наказание.

През 1987 год. компанията "Боинг" публикува ново издание на своите "Насоки за бизнес-поведение". Дружеството има традиция "на строг ангажимент към етичното управление". Ло своя инициатива ръководителите разработват ефективна етична програма, която се доказва в тежки за фирмата моменти. Ръководителите на върха се грижат за това, че ръководителите на поделенията и дъщерните дружества също да подкрепят етичната програма.

фирмата "Дженеръл Милс" е убедена, че е от най-голяма важност потребителят да бъде добре обслужен. Използването на етични принципи от фирмата и признанието на потребителите според нейните възгледи не са в противоречие, а само двете страни на един медал.

Хюлет Пакард (НР) придава особено значение на етичното поведение на своите сътрудници. Показателно е изказването на един ръководител: "Не е лесно да бъдеш уволнен от НР, но си отиваш без да усетиш, ако е по етичен повод". За да се поддържат живи ценностите и етичните стандарти в предприятието, винаги трябва да се привлича вниманието към тях, да се внушават отново и отново в речи, разговори, послания към сътрудниците.

Дружеството "Нортън" от 1976 год. насам има "Комисия по етиката към Съвета на директорите". Тази комисия сигнализира, че Кодексът за управление има сериозно значение. Комисията по етика подкрепя ръководството в тежки случаи и се грижи за обективността в конфликтни случаи. Един от председателите ѝ счита, че: "Управителното тяло следва да използва Комисията по етика към Съвета на директорите като Дамоклев меч, надвиснал над действията по всяко време, готов да арбитрира в момент на нужда".

Тези малобройни примери всъщност не описват предприемаческата култура в широк смисъл. Те обаче дават убедителни сигнали за сериозния стремеж на големите предприятия да въвеждат етичните принципи в управлението.

Успешни американски компании

Петерс (Peters) и Уотърман (Waterman) в своя бестселър "В търсене на перфектността" изследват кои са предпоставките за успех на големите предприятия. Те стигат до извода, че става въпрос за оптималното взаимодействие на седем променливи величини, а именно:

- организационна структура,
- стратегия,
- сътрудници,
- стил на ръководство,
- системи и процеси,
- обща ценностна ориентация (култура),
- особено ноу-хау.

McKINSEY 7-S FRAMEWORK ©



За нашата тема е важно централното значение, което се придава на "споделените ценности". Това не е нищо друго, освен *ядрото на предприемаческата култура*. Това многократно намира израз в многобройни описания на отделни случаи. При това връзката на ръководителите на предприятието със сътрудниците играе особено важна роля. В успешните предприятия сътрудниците се третират като възрастни хора и тяхната дума се чува. На творчески изявените сътрудници се дава голям простор за действие, за развитие на собствени идеи. Доброто ръководство на хора е наистина необходима, но не винаги достатъчна предпоставка за успешно предприятие.

Все пак: "Споделените ценности" са израз на убедителна предприемаческа култура и са незаменими за трайния успех на модерното предприятие.

В заключение може да се констатира, че стопанския успех и етиката не са в противоречие, а по-скоро взаимно се обуславят. Морално ориентираната предприемаческа инициатива, която съзнателно и убедено желае да дава принос за общото благо, трябва да изпреварва държавно регламентиране. Етиката почива върху доброволността, а не върху принудата.

ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ БЕЛЕЖКИ

Стопанската и политическа свобода взаимно се обуславят. Събитията от края на 1989 год. в Източна Европа потвърждават тази констатация.

Свободни предприемачи и предприятия, т.е. икономическата свобода в широк смисъл, принадлежат безусловно към демокрацията. Предприемачите не са привилегирована каста, а важен елемент на едно свободно общество.

Да се направи това ясно е част от намеренията за написване на тази студия.

ЛИЧНОСТТА НА ПРЕДПРИЕМАЧА И МОРАЛНИТЕ ОРИЕНТИРИ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА ИНИЦИАТИВА

Апостол Апостолов

Книгата на д-р Петер Верхаан (Германия) "Предприемачът" запознава читателят с историческите корени на предприемачеството, неговата роля за развитието на социалното пазарно стопанство и необходимите за нейното осъществяване морални и социални качества на предприемача. Задълбоченият анализ на автора върху "комплексните дадености", които изграждат образа на предприемача ще помогне на българския читател да преодолее изградените у него предубеждения към този нов за нашите условия тип личности. С това се създават предпоставки за обективна обществена оценка, а защо не и самооценка на всеки, който осъществява предприемаческа дейност.

Преходът към пазарно ориентирана икономика изведе на преден план личности с различни идеи за организация на собствен бизнес, с воля да реализират тези идеи, и готовност да рискуват при тяхното осъществяване. Много често те предприемат определени инициативи почти без първоначално натрупани капитали, дори без точно и научно обосновано планиране на стартиралото предприятие. Лутайки се в непознатия до тогава свят на изграждащата се пазарна среда, някои от тях губят, други печелят огромни за нашите представи състояния. Заедно с това те изграждат свои позиции в обществото, оформят свой социален облик, и създават определени обществени представи за себе си. Пъстра е терминологията на повседневния език, който дава определения за тези хора. Едни ги приемат като "експлоататорикапиталисти", други като "далавераджий" или "мутри". трети като "икономическия елит" на обществото, и т.н. В научната литература за дефиниране на тази категория личности се използва понятието "предприемач", а тяхната дейност се означава като предприемачество.

Многообразието от определения и характеристики, които съвпътстват дейността на българския предприемач /за съжаление повечето с негативно съдържание/ изразяват сложната и противоречива икономическа, политическа и социално-психологическа среда в които той осъществява своята дейност. Този негативизъм на общественото мнение и настроения има не само дълбоките исторически корени, които са описани в главата за "историческото развитие на разбирането за предприемачеството"¹⁹. Идеологически нашите представи за предприемача се определят от марксистката теория за печалбата като присвояване на принадлеен продукт. Те се подхранват от ориентацията на повечето предприемачи към изпълнение предимно на икономически функции /стремеж към безогледно максимизиране на печалбата/, без да осъзнават и съответно реализират, очакванията за социалната им роля в обществото.

След 10 ноември 1989 г. отпаднаха ограниченията на централизираното планиране и господстващата роля на държавната собственост. Това отприщи натрупания потенциал за икономическа активност и започна формирането на предприемаческата прослойка в социалната структура на обществото.

Липсата на реален пазар и разпадането на всички останали тоталитарни институции е причина за стихийното осъществяване на този процес. В предприемаческия слой на българското общество се вляха представители на различни социални групи: - номенклатурния политически и стопански елит; - хора успели по един или друг начин да натрупат определени капитали; - съкратени работници и специалисти от губещи

¹⁹ Стр. 13-15.

държавни предприятия и учереждения; -останали без работа и надежда за реализация спортисти, актьори, преподаватели, лекари и други представители на непроизводствената сфера. Всеки от тях се включи в проходящия частен бизнес по различен начин в зависимост от характера на инвестираните капитали и възприети ценностни ориентири. Едни инвестираха стопански позиции и политически връзки. Други присвоен финансов капитал, трети интелектуален капитал, а четвърти физическа сила и арогантност. В резултат на това предприемачът като социален тип е твърде разнороден, а обществената оценка за него е силно противоречива. Ето защо авторът на книгата предупреждава, че няма прост отговор за ролята на предприемача в съвременното общество. "Всъщност отговорът зависи и от това, в каква обществено - политическа ценностна система той играе своята роля. За своето поведение и разбиране за ролята си предприемачът отговаря пред собствената си морална съвест. Заедно с това той все пак е зависим от ценностната система на обществото, в което действа."²⁰

Предприемачът в днешното постсоциалистическо общество е продукт от разрушаването на една обществена система и мъчителното създаване на нови модели на стопанска и политическа активност. Той едновременно е обременен от влиянието на остарели ценности и стереотипи на мислене, и ограничен от липсата на устойчиви институционални рамки за своята стопанска активност.

Д-р Петер Верхаан извежда няколко важни критерии, които са валидни за разбиране ролята на предприемача във всяко демократично общество. "Един от тях е "придобитата с честни средства печалба - мерило за правилно предприемаческо поведение."²¹ В случая той разглежда печалбата като средства за постигане на икономически ръст и източник за нарастване на общественото богатство. В същото време в книгата се посочва опасността от получаване на неоправдани печалби, което е толкова характерно за преходната икономика. Източник на такава печалба според автора са "случаите когато предприемачите се опитват да изключат коикурентните правила на играта или държавата изключва конкуренцията чрез свои мероприятия и позволява на облагодетелствани предприемачи лесни, придобити без конкуренция печалби."²² В този план значителна част от анализаторите на прехода констатира редица недостатъци в областта на осъществяваната нституционална реформа. Най - често се критикува погрешно поставеният приоритет на формата на собственост пред създаването на реални условия за пазарна конкуренция. Твърди се че, шоквата приватизация предава контролните пакети на големите предприятия главно на тези, които имат пряк достъп до бюджетните ресурси, чуждите кредити, или са се обогатили мълниеносно по съмнителен иачин. Така според тях се формира фигурата на новия собственик, чието икономическо поведение е насочено към извличане на ренти от придобитата собственост, а не към създаване на нов продукт. Той с охота дели доходите си с чиновници и политици, но не и с държавната хазна. Страхува се да инвестира в производството, бои се от честна конкуренция.

В този контекст д-р Верхаан цитира Ръопке (Ropke), който твърди: "Пазарното стопанство е унищожителят, изяждащ морала, ако го няма съответния ред и законодателство, които да се явят като противодействие на неизброимите изкушения, изпречващи се пред всеки предприемач"²³. Като противодействие той предлага създаването на "закони срещу ограничаването на конкуренцията (картелно право, контрол над сливанията, анти-тръстови закони), трудово право, социално право"

²⁰ Стр. 18.

²¹ Стр. 18.

²² Стр. 19.

²³ Стр. 22.

Смисълът на подобни мерки е държавата да осигурява "комфортни за системата рамкови условия, които изискват от предприемачите пазарно съобразени действия."²⁴

Заедно с това д-р Верхаан подчертава и опасността от дирижисткото вмешателство на държавата в предприемаческата дейност. В книгата си той разкрива гротескната картина на това явление в Перу и спонтанната реакция на обикновените хора изразена като несъразмерно развитие на сенчестата икономика.²⁵ Обществената практика в постсоциалистическите страни изобилства с примери когато държавните институции се използват за монополизирание на различни сектори на икономиката от приближени до властта групировки или отделни лица. Поради съществуващата политическа нестабилност повечето от ръководителите на реалния сектор не се ориентират към дългосрочни цели, характерни за развитието на пазарната икономика: нарастване на капитализацията, повишаване на печалбата и конкурентоспособността, намаляване на производствените разходи и др.п. Тяхната ориентация е свързана с оцеляването на предприятията или, с лично обогатяване са сметка на разоряването на "своите" предприятия.

От гледната точка на католическото социално учение "придобитата с честни средства печалба" не бива да се разглежда като единственият критерий за оценка на съвременния предприемач. Другият важен критерий е свързан с реализацията на един от основните принципи на католическото социално учение, а именно служенето на общото благо. В този смисъл е постановката, че "стопанският растеж не е самоцел, а следва да служи на общото благо. При това под общо благо следва да се разбира съвкупността от политически, социални и икономически условия за разгръщане на човешката личност."²⁶

От позициите на този принцип д-р Верхаан критикува Фридман и споделящите неговите идеи, които "не виждат, че икономиката е разположена в съответен всеобхватен културен контекст, въпреки че е рационална система със собствени закони. Поради това предприемачът трябва да действа в посока на постигане на същинската цел на икономиката, а именно „културна функция на грижата за издръжка"....²⁷ . Става въпрос за това да се вземе насериозно и хуманната страна на стопанската дейност по отношение на всички участници. Между другото това изискване е и "скъсване с тоталния предприемач, който не познава нищо друго освен собствения си стремеж към успеха, който вече няма време за жена и деца, за красивото, за религиозното, за Господа. Предприятието също е социално образование и сред задачите на предприемача е да се постарее да помогне на своите сътрудници да възприемат предприятието като жизнено пространство."²⁸

В този цитат е вложена една от основните характеристики на християнското социално учение за икономическите системи. Те не са изолирани от социалния контекст и си взаимодействат с останалите жизнени сфери икономика, политика, право, психология, морал, етика. Това изисква при управлението на икономическите процеси да се отчита специфичната и съществена роля на извъникономическите фактори в хода на общественото развитие.

²⁴ Стр. 22.

²⁵ Стр. 38.

²⁶ Стр. 28.

²⁷ Стр. 21.

²⁸ Стр. 21.

За съжаление хода на осъществяваните у нас реформи показва, че на мястото на рушащите се ценности на колективистичното общество се образува или ценностен вакуум, или се настаняват ценностите на крайният либерализъм и индивидуализъм. Съществува реална опасност, формиращата се у нас предприемаческа култура да се изгради на чисто рационална основа или на основата на егоистични и неморални ценности.

Възниква проблема за създаване на такава общозначима стопанска и политическа етика, която поставя съответните норми на поведение и играе ролята на морална опора за прилагане на санкциите за тяхното нарушаване. За да се изгради подобна етика се изискват следните условия:

- наличие на силна историческа традиция на преданост към правните институти и към спазването на законите;
- искрена религиозност, осигуряваща връзката между моралните и религиозните норми;
- идеологическа мобилизация, свързваща моралните норми с предаността към доминираща и споделяна от по-голямата част от населението идеологическа доктрина.

От тази гледна точка моралният облик на предприемача, убедително представен от д-р Верхаан, е модел за поведение, който ще спомогне за насочване на предприемаческата култура в България към следване принципа на католическото социално учение, че "човекът е по-важен от капитала"

Авторът:

Доц. д-р Апостол Апостолов е ръководител на катедра "философски науки" и зам. ректор на Икономическия университет - Варна

БИБЛИОГРАФИЯ:

Bund Katholischer Unternehmer e.V.: Auf dem Weg zu einer neuen Arbeitskultur. Gestaltungsaufgaben für Unternehmer in einer veränderten Arbeitswelt. Aussagen zum 40. Jahrestag des BKU. Wiesbaden, November 1989.

BREMEIER, E.; JEUSCHEDE, G.; JUESTEN, W.: Manager in Familienunternehmen. Forum für Führungskräfte. Berlin, 1983.

BRIEFS, G.A.: The Ethos Problem in the Present Pluralistic Society. Reprint from Review of Social Economy, Vol. XV, No. 1. 3/1957.

Corporate Ethics, A Prime Business Asset. A Report on Policy and Practice in Company Conduct. The Business Roundtable. New York 2/1988.

DE SOTO, H.: The Other Path. The Invisible Revolution in the Third World. New York: Harper & Row, 1989.

EUCKEN, W.: Die Grundlagen der Nationalökonomie. Jena: Gustav Fischer, 1940.

EUCKEN, W.: Grundsätze der Wirtschaftspolitik. Tübingen 1975, Erstauflage 1952.

HAYEK, F.A.: Individualismus und wirtschaftliche Ordnung. Erlenbach; Zürich: Eugen Rentsch, 1952.

HÖFFNER, J.: Der katholische Unternehmer in der kommenden Wirtschaftsordnung. Hauptvortrag der Tagung des Bundes Katholischer Unternehmer in Königswinter am 27.3.1949.

HÖFFNER, J.: Das Ethos des Unternehmers. Köln: Bachem, 1956 (Schriftenreihe des Bundes Katholischer Unternehmer. Neue Folge, 6).

HÖFFNER, J.: Die Funktionen des Privateigentums in der freien Welt. In: Sonderdruck aus Wirtschaftsfragen der freien Welt. Festgabe zum 60. Geburtstag von Bundeswirtschaftsminister Ludwig Erhard. Frankfurt: Fritz Knapp, o. J., S. 121-131.

HÖFFNER, J.: Wirtschaftsordnung und Wirtschaftsethik. Richtlinien der katholischen Soziallehre. Bonn 1985 (Der Vorsitzende der deutschen Bischofskonferenz, 12).

JOHANNES PAUL II.: Enzyklika Sollicitudo Rei Socialis. Zwanzig Jahre nach der Enzyklika Populorum Progressio. Bonn 1987. (Verlautbarungen der Apostolischen Stuhls, 82)

KOEHNE, R.: Das Selbstbild deutscher Unternehmer. Legitimation und Leitbild einer Institution. Berlin: Duncker & Humblot, 1976.

LE GOFF, J., Kaufleute und Bankiers im Mittelalter. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 1989.

MESSNER, J.: Das Unternehmerbild in der katholischen Soziallehre. Köln 1968. (Beiträge zur Gesellschaftspolitik, 31).

MULLER-ARMACK, A.: Stil und Ordnung der Sozialen Marktwirtschaft. Vortrag aus Anlaß der Tagung der österreichischen wirtschaftswissenschaftlichen Gesellschaft in Bad Ischl am 28. August 1951. In: Untersuchungen des Institutes für Wirtschaftspolitik an der Universität zu Köln.

OCKENFELS, W.: Kleine Katholische Soziallehre. Eine Einführung - nicht nur für Manager. Trier: Paulinus, 1989 (Beiträge zur Gesellschaftspolitik, 31).

OFFERMANN, T.: Das kommunistische Manifest. In: Lexikon des Sozialismus. Köln: Bund, 1986. S. 375-377.

PETEAS, T.J.; WATERMAN jr., R.H.: IN: In Search of Excellence. Lessons from America's Best-Run Companies. New York: Harper&Row, 1982.

PIUS XII.: Ansprache Sr. Heiligkeit Papst Pius XII. Bei der Audienz der Internationalen Union der katholischen Unternehmer -Verbande (UNIAPAC) 7.5.1949. Köln: Bachem, o.J.

RAUSCHER, A.: Kirche in der Welt. Beiträge zur christlichen Gesellschaftsverantwortung. 2 Bde. Würzburg: Echter, 1988.

REDLICH, F.: der Unternehmer als „demonische“ Figur. In: Ders.: Der Unternehmer. Wirtschafts - und sozialgeschichtliche Studien. Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht, 1964. S. 44-73.

RÖPKE, W.: Die Krise des Kollektivismus. München: K., Desch, 1947.

RÖPKE, W.: Civitas Humana. Grundfragen der Gesellschafts- und Wirtschaftsreform. Bern: Paul Haupt, 1979. Erstauflage 1944.

ROOS, L.; WATRIN, Chr. (Hrsg): Das Ethos des Unternehmers. Trier: Paulinus, 1989 (Beiträge zur Gesellschaftspolitik, 30)

ROOS, L. (Hrsg) Stimmen der Kirche zur Wirtschaft. Agostino Kardinal Casaroli. Joseph Kardinal Höffner. Joseph Kardinal Ratzinger. Papst Johannes Paul. Köln: Bachem, 1986 (Beiträge zur Gesellschaftspolitik, 26)

RUEGG, Die Unternehmensentwicklung im Spannungsfeld von Komplexität und Ethik. Bern: Paul Haupt, 1989.

SCHLEYER, H. M.: „Das soziale Modell“. In: Mahnung und Verpflichtung - Hans Martin Schleyer- Gedenkfeier und Ansprachen zum 10. Todestag. Zeugnisse eines Lebens für Freiheit und sozialen Frieden. Köln: Bachem, 1987. S. 49-74.

SCHLEYER, H. M.: Unternehmer und Politik. In: Mahnung und Verpflichtung - Hans Martin Schleyer- Gedenkfeier und Ansprachen zum 10. Todestag. Zeugnisse eines Lebens für Freiheit und sozialen Frieden. Köln: Bachem, 1987. S. 190-192.

SCMÖLDERS, G.: Der Unternehmer in Wirtschaft und Gesellschaft. In: Kreativität des Handelns — Vom ingenium des Unternehmers. Festschrift für Ludwig Eckes. Würzburg: Naumann, 1978. S. 127-135.

SCHMÖLDERS, G.: Der Unternehmer im Ansehen der Welt. Bergisch Gladbach: Gustav Lübbe, 1971.

SCHOECK, H.: Der Neid. Eine Theorie der Gesellschaft. Freiburg/München: Karl Alber.

SCHUMPETER, J.: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmerrgewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus. Berlin: Duncker&Humblot, 1926.

SCHREIBER, W.: Zum System sozialer Sicherung. Köln: Bachem, 1971.

ULRICH, H.; PROBST, G. J.: Anleitung zum ganzheitlichen Denken und Handeln. Ein Brevier für Führungskräfte. Bern: Paul Haupt, 1988.

Umweltschutz und Kernenergie. Leitgedanken für einen verantwortlichen Umgang mit moderner Technik. Hrsg. v. Bund Katholischer Unternehmer e. V. Trier: Paulinus, 1990 (Diskussionsbeiträge, 12).

WEBER, M.: Politik als Beruf. Berlin: Duncker&Humblot, 1978. Nachdruck. Erstveröffentlichung 1919.

WEBER, W.: Der Unternehmer. Köln: Hanstein, 1973.

WEBER, W.; MESSNER, J.; RAUSCHER, A.; ROSEN, L. de: In: Oeconomia Humana. Wirtschaft und Gesellschaft auf dem 11. Vatikanischen Konzil. Eine Veröffentlichung der Internationalen Stiftung Humanum. Köln: Bachem, 1968.

WEBER, W.; SCHREIBER, W.; RAUSCHER, A.: In: Das Konzil zur Wirtschaftsgesellschaft. Pastoral-Konstitution über die Kirche in der Welt dieser Zeit. Münster: Regensburg, 1966.

WERHAHN, P. H. jr.: Menschenbild, Gesellschaftsbild und Wissenschaftsbegriff in der neueren Betriebswirtschaftslehre. Bern: Paul Haupt, 1989.

WERHAHN, P. H. sr.: Kirche - Wirtschaft. Dialog im Spannungsfeld ihrer geistigen Grundlagen. Der amerikanische Wirtschaftshirtenbrief. Köln 1986 (Beiträge zur Gesellschafts- und Bildungspolitik, 116).

Wirtschaftswoche. Das Unternehmerbild der Deutschen. Teil I. In: Heft 43, 21.10.1983. S. 64-84.

Wirtschaftswoche. Das Unternehmerbild der Deutschen. Teil II. In: Heft 44, 28.10.1983. S. 60-66.

Wirtschaftswoche. Das Unternehmerbild der Deutschen. Teil III. In: Heft 45, 4.11.1983. S. 68-76.