

Peter H. Werhahn

PODNIKATEĽ

**Jeho ekonomická
funkcia a
sociálna zodpovednosť**

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

Slovakian edition:

Translation: Jozef Soročín

© and edition ORDO SOCIALIS, Cologne, Germany

Series No. 9

Editorial company: Paulinus-Verlag, Trier (NSR), 3. vydanie, 1991

ISBN 3-7902-5206-9

Digitalized by Martin Misiak, 2008

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

OBSAH

ÚVOD	5
PREDSLOV	6
I. RIADENIE HOSPODÁRSKEHO PROCESU PLÁNOVANÉ HOSPODÁRSTVO A TRHOVÉ HOSPODÁRSTVO.....	7
Nevyhnutnosti plánu — Centrálne plánované hospodárstvo — Trhové hospodárstvo	
II. DEJINNÝ VÝVOJ CHÁPANIA PODNIKATEĽA.....	8
Antika — Kresťanský stredovek — Katolícka etika hospodárstva v 13. storočí — Zákaz úroku — Sociálnopsychologické korene nepriateľstva k podnikateľom — Pozícia liberálov Prvá definícia úlohy podnikateľa: Schumpeter, Karol Marx	
III. DEJINY TRHOVÉHO HOSPODÁRSTVA.....	11
Adam Smith a David Ricardo — Nedostatok podnikateľských nástrojov — Priemyselná revolúcia v 19. storočí — Protisily: Marxizmus a kresťanskosociálne hnutie Hospodárstvo ako automat — Obnova liberálnej teórie Euckenom a Bohmom Teória a prax sociálneho trhového hospodárstva	
IV. ÚLOHA PODNIKATEĽA V TRHOVOM HOSPODÁRSTVE.....	15
Čo robí podnikateľ? — Tvorivý podnikateľ: Veľké a malé inovácie Hospodárska rentabilita firmy ako základná podmienka Zisk ako funkcia spoločenského blaha — Zisk a závisť Zisk ako motív konania — Neoprávnené zisky Maximalizácia zisku a vecný cieľ hospodárstva Moderné chápanie povolania podnikateľa — Poverený podnikateľ: Manažér Sociálnopolitická kompetencia štátu Koordinácia ľudí ako nová funkcia podnikateľa	
V. PODNIKATEĽ V KATOLÍCKOM SOCIÁLNOU UČENÍ.....	19
Sociálne učenie nie je nijakou hospodárskou teóriou Rozprava o politických otázkach poriadku Najdôležitejšie sociálne princípy poriadku — Etická kompetencia Cirkvi Popis podnikateľa v katolíckej sociálnej náuke Sklon k problematike rozdeľovania namiesto rastu Biblické výpovede k úvahám o raste Požiadavka na zaradenie všetkých ako subjektov Hospodárske zákony sa najnovšie berú vážne	

VI. OBRAZ PODNIKATEĽA:
VZDIALENÝ OBRAZ, BLÍZKY OBRAZ A VLASTNÝ OBRAZ.....23

Rozdiel „obrazov" — Zvláštny problém veľkých podnikov Zlepšenie obrazu podnikateľa
rozvojom blahobytu Výsledky prieskumu z roku 1983 v Nemeckej spolkovej republike
Vplyv podnikových sociálnych dávok — Vzdialený obraz v USA Úloha intelektuálov —
Poučenie pre podnikateľov

VII. MODERNÝ PODNIKATEĽ
TEÓRIA A PRAX PODNIKATEĽSKEJ AKTIVITY26

1. Konkurenčný tlak	26
2. Dirigistické pokušenia	27
3. Tieňové hospodárstvo	28
4. Problémy životného prostredia	29
5. Vedenie ľudí	30
6. Kultúra podniku	31

ZÁVEREČNÁ POZNÁMKA.....35

ZOZNAM LITERATÚRY.....36

ÚVOD

V uplynulých rokoch sa dostalo vo svete systému trhového hospodárstva nového ocenenia. Dokonca i socialistické štáty urobili plaché a rovnako neúspešné pokusy, zaviesť prvky trhového hospodárstva do svojich plánovaných ekonomík. S celosvetovým zrútením komunizmu začal víťazný postup trhového hospodárstva, niekedy chybne označovaného ako kapitalizmus, pretože preukázateľne lepšie zodpovedá ľudskej prirodzenosti.

Napriek svojej ekonomickej a sociálnej prevahe, ktorá sa prejavuje zvlášť v sociálnom trhovom hospodárstve, existuje dokonca i v západných priemyselných štátoch pozoruhodný nedostatok informácií o tom, ako vlastne funguje. Kresťanské cirkvi stále zaujímajú trochu rezervovaný postoj k jeho základným systémovým prvkom: trhu, konkurencii a podnikateľskej aktivite. Podnikateľovi, ktorý je centrálnym bodom v systéme trhovej ekonomiky, sa nedostáva adekvátneho uznania v sociálnej náuke katolíckej Cirkvi.

Veríme, že nastal čas pre to, aby sociálne učenie katolíckej Cirkvi tieto fakty zohľadnilo. Príležitosťou bude možno sté výročie encykliky „Rerum novarum“ v roku 1991. Táto kniha má v úmysle dať impulz v tomto smere. Je zároveň myslená ako pomoc k hladkému prechodu socialistických príkazových ekonomík v krajinách východnej Európy na systém trhového hospodárstva. A to bude vyžadovať rozsiahly konsenzus obyvateľstva a zvlášť verejných činiteľov. Mali by sme byť tiež šťastní, keby udalosti vo východnej Európe presvedčili rozvojové- krajiny, že ich budúcnosť je v trhovej ekonomike, v ktorej je podnikateľ základným prvkom.

Cornelius G. Fetsch
Johannes Stemmler

PREDSLOV

Táto kniha hovorí o podnikateľovi, jeho národohospodárskej funkcii, jeho úlohe v spoločnosti a jeho sociálno-etickej zodpovednosti. Cieľovou skupinou nie sú v prvom rade podnikatelia, ale ti, ktorí celiu potrebu pochopiť jeho rolu, úlohy a zodpovednosť.

Vo všednom živote si nikto nerobí úsudok o povolani, pre ktoré sám nie je kvalifikovaný. Platí to zvlášť pre akademické povolania, napríklad právnikov, lekárov, fyzikov alebo filozofov, ktorých pole pôsobnosti je pre neodborníka viac-menej cudzie. Prinajmenšom tu možno konštatovať určitú rezervovanosť pri posudzovaní kvalifikácie príslušníkov týchto povolani.

Ináč je to vo vzťahu k podnikateľovi. Tu si každý myslí, že je schopný vynášať vlastné kritické úsudky, hoci sotva existuje pracovná oblasť, ktorá by bola tak komplexná a ťažko prehľadná, ako je to u podnikateľa. Jeho konanie v trhovom hospodárstve sa pohybuje v priesečníku hospodárstva, politiky, práva, techniky, psychológie a etiky. Kvôli optimálnej kombinácii výrobných faktorov musí neustále sledovať signály trhu a urobiť také rozhodnutia, ktoré takmer vždy vznikajú v podmienkach neúplných informácií a sú preto spojené s rizikom. Pracuje v uzavretom regulačnom systéme mnohých navzájom závislých veličín. Všetko, čo robí pre budúcnosť, sú rozhodnutia v podmienkach neistoty. Čo vytvorí — je z národohospodárskeho pohľadu alokáciou rezerv. Ak sa rozhodne chybné tým, že signály trhu nesprávne dedukuje, vedie to k jeho vylúčeniu z trhu.

Kto vzhľadom na tieto komplexné danosti chce povedať niečo k téme „podnikateľ“, vyvrátiť predsudky, a tak vytvoriť predpoklady pre vecné úsudky, ten musí zobrazíť problematiku od samého základu. K tomu patri aj náčrt historických koreňov a premien obrazu podnikateľa, ako aj trhovo hospodárskeho systému a jeho funkčnosti v porovnaní s centrálné riadeným hospodárstvom. Iba vtedy je totiž možné, že národohospodársky a spoločensko-politicky dôležitá činnosť podnikateľa sa pochopí a vecne posúdi.

Počas práce na tejto knihe sa vo východnej Európe udiali revolučné politické zmeny, ktoré smerujú k slobodnému politickému a hospodárskemu poriadku. Tým získava predstava sociálneho trhového hospodárstva a úloha podnikateľa v ňom novú aktuálnosť, keďže vo väčšine týchto krajín chýbajú podnikatelia a znalosť pravidiel hry v trhovom hospodárstve.

I. RIADENIE HOSPODÁRSKEHO PROCESU PLÁNOVANÉ HOSPODÁRSTVO A TRHOVÉ HOSPODÁRSTVO

Ludské konanie nie je v nijakom prípade vždy plánované: často je podmienené náhodou, niekedy je chaotické, nie zriedkavo imitujúce alebo hravé. Hospodárske konanie oproti tomu, ak chce byť úspešné, musí byť vždy plánovaným, rozumným konaním. Prívrženci štátneho hospodárskeho plánovania právom poukazujú na to, že aj v trhovom hospodárstve podnikatelia postupujú podľa plánov, tzn. konajú podľa krátko-, stredno- alebo dlhodobých plánov, na ktoré orientujú svoje hospodárske počínanie. Nevyhnutnosť plánovaného konania v hospodárstve je dôsledkom nedostatku tovarov a výkonov, ktoré má človek k dispozícii. Svojimi obmedzenými silami a rezervami sa pokúša čo najlepšie uspokojiť svoje potreby. Bez plánovania, tzn. bez včasného zváženia alternatívnych možností rozhodnutia a ich optimálnej kombinácie, neexistuje nijaké hospodárenie, aj keď si plánovanie konkrétny hospodársky subjekt nie vždy uvedomuje. Rozhodujúca otázka, ktorá vystupuje pri posudzovaní hospodárskeho poriadku znie: Kto plánuje? Jedni si myslia, že kvôli dosiahnutiu optimálnych výsledkov by všetko mal centrálné plánovať štát. Nemecký národohospodár Walter Eucken zaviedol pre štátom riadený hospodársky poriadok hospodárskeho procesu pojem „centrálné riadené hospodárstvo“. Prívrženci tohto hospodárskeho poriadku sa väčšinou nazývajú socialistami. Po takmer 70 ročných skúsenostiach s plánovaným hospodárstvom socialistických krajín možno konštatovať, že toto riešenie problému riadenia hospodárskeho procesu stroskotalo. Dramatické udalosti vo východnej Európe od jesene 1989 tento názor potvrdzujú.

Opačnú pozíciu oproti centrálné plánovanému hospodárstvu zastáva riadenie hospodárskeho procesu pomocou súťaže ponuky a dopytu, ktorá vytvára trhové ceny. Nazývame ho trhovým hospodárstvom; v ňom je plánovanie rozdelené medzi mnohé indivíduá. Plánované hospodárstvo sa vyznačuje nátlakom, trhové hospodárstvo naproti tomu slobodou. V ňom rozhodnutia jednotlivých hospodárskych subjektov nie sú riadené rozsiahlym centrálnym plánom, ale signálmi cien tovarov a výkonov. V tomto systéme hrá ústrednú postavu podnikateľ, ktorý rozhoduje na základe impulzov trhu o investíciách a produkcii. Vo fungujúcom trhovom hospodárstve sa trhové ceny starajú o to, aby tovary a výkony putovali k najlepšiemu hospodárovi; platí to tak pre producentov, ako aj pre konzumentov. Z tohto dôvodu sa musia voľne vytvárať nielen ceny pre spotrebný tovar, ale aj ceny pre všetky medziprodukty a suroviny, aby tak mohli splniť svoju riadiacu funkciu. Trhovo orientovaný hospodársky poriadok však môže fungovať iba vtedy, keď štát zaručuje rámcový poriadok. Trhové hospodárstvo síce tiež nemôže natoľko upustiť od štátom uplatňovanej vynútenej moci, kladie jej však hranice, ktoré sa určujú pojmom „trhovo konformné intervencie“ (12.6pke). Rozhodujúce je, že existuje Účinný právny poriadok, zvlášť dostatočné právo na súťaž, aby sa zabránilo tomu, že trhový systém strán, zúčastnených na trhu preskočí smerom proti trhovo hospodárskym vzťahom. Pre fungovanie trhového systému nie je dôležité, či je súťaž dokonalá, ale či súťaž vôbec existuje. Základom je uznanie súkromného vlastníctva a presadenie vety *pacta sunt servanda* (legitímnosti zmluvného konania - prekl.) do života. To určite zaisti, že sloboda hospodárskeho konania nie je skompromitovaná svojvôľou a zneužitím moci. Právo súkromného vlastníctva však nie je iba funkčným predpokladom trhového hospodárstva, ono je zároveň, eticky videné, zárukou slobody a dôstojnosti človeka.

II. DEJINNÝ VÝVOJ CHÁPANIA PODNIKATEĽA

Charakteristika hospodárskeho procesu a úlohy podnikateľa v ňom majú dlhú a premenlivú históriu.

V antike a dlhých periódach cirkevných dejín sa činnosť obchodníka, kupca a podnikateľa označuje ako „menejcenne, „odporná“ a „hriešna“. Toto pomenovanie siaha k Aristotelovi, ktorý otium cum dignitate (*voľný čas s dôstojnosťou*) filozofa nazval úctyhodnejším spôsobom života, ako je činnosť obchodníka, ktorému chýba vnútorný pokoj. To, čo robil, bolo práve negotium (*činnosť*). Tak horlil Aristotel vo svojej dobe proti mysleniu o peniazoch, a tým proti údajnému zničeniu „prirodzeného“ spoločenského poriadku. Svätý Chryzostom, biskup Konštantinopolu, sa na prelome 4. a 5. storočia domnieval, že obchodníci by sotva mohli žiť bez hriechu. Aj Tomáš Aquinský posudzoval povolanie obchodníka ako také, ktoré je späté s podobou morálnej menejcennosti. A vo významnej učebnici kanonického práva Gratiana z 12. storočia sa píše : „Obchodník sa Bohu nemôže páčiť alebo ak, tak iba a s námahou.“

K negatívne obrazu podnikateľstva v dejinách až do dnešných čias prispeli aj spisy Starého zákona a Ježišovo učenie o boháčoch. V Starom zákone sa nachádza často citovaný text (*Deuteronomium 23, 19-20*) o zákale prevzatia úroku. Pri posudzovaní Ježišových rečí o bohatých sa prehliadlo, že ako bohatstvo v zmysle Svätého písma sa chápe sterilné, plytvajúce luxusné bohatstvo, za ktoré sa však nepokladá moderné „bohatstvo“, ktoré vzniká tvorivým príspevkom podnikateľskej produktivity k všeobecnému blahu. Sterilné luxusné bohatstvo, ako ho odsudzuje Biblia, dnes v menšom rozsahu nachádzame v takzvaných kapitalistických krajinách ako skôr ešte v predkapitalistických, feudálne organizovaných spoločnostiach niektorých rozvojových krajín.

Napriek morálnemu verdiktu svätého Tomáša katolícka hospodárska etika 13. storočia objavila podnikateľa, na čo poukázal obzvlášť Johannes Messner. Zistila totiž význam funkcie podnikateľa pre splnenie účelu všeobecného blaha hospodárstva. Z tejto zásady vychádzala aj pri posudzovaní nového hospodárskeho podnikania. Podľa toho je výkon podnikateľa v záujme všeobecného blaha, kvôli čomu zisky, ktoré vytvorí, morálne nemožno zatracovať. Vtedajší sociálni etici sa síce pevne držali stredovekej peňažnej teórie, že totiž peniaze samy osebe sú neúčinné, zdôrazňovali však, že zisk podnikateľa sa neprieči zákazu úžerníctva. Zákaz úroku tak zapríčinil podporu podnikateľsky ducha. Úrok z požičania bol zakázaný, kapitálový zisk z podnikateľskej činnosti však dovolený. Neskorší historici hospodárstva, ako Werner Sombart, poukázali na veľký význam tohto rozlišovania. Tento významný objav stredovekej etiky však čoskoro upadol do zabudnutia v prospech starého nepriateľstva teológov a filozofov k podnikateľom. Napriek teoretickému odporu väčšiny teológov voči obchodníkom však Cirkev obchodníkom veľmi skoro ponúkla ochranu. Už pápež Gregor VII. chránil v roku 1074 talianskych obchodníkov proti útokom francúzskeho kráľa pod hrozbou exkomunikácie. Ukázalo sa aj, že obchodníkov pokladali za dobrých kresťanov a tým z Cirkvi neboli odstrkovaní, ale prijímaní. Postoj Cirkvi v stredoveku bol vo vzrastajúcej miere ovplyvňovaný poznáním užitočnosti obchodníkov, v neposlednom rade obchodníkov v ďalekých krajinách, ktorí vytvorili spojenie k Orientu. Teória a prax sa však kryli iba čiastočne.

Odmietavý postoj početných teológov a filozofov k podnikateľom môže síce súvisieť s tým, že v pred priemyselnom období (*hospodárstvo krytia potrieb*) domácnosti a výrobné tvorili jednotu a funkcie podnikateľa mali iba nepatrnú úlohu. Ale odpor k postave tvorivého podnikateľa, ktorý možno pozorovať v priebehu stáročí, má aj sociálne psychologické korene.

V predstave väčšiny ľudí bol v minulosti vidiečan, ktorý pokojne oral svoje brázdy a obrábal pôdu, ideálnou postavou vydarenej ľudskej existencie. Do jeho života nevstupovali nijaké zásadné zmeny. Rok čo rok sa opakoval rovnaký životný rytmus. To bolo symbolom pre pokojnú spoločnosť. Podnikateľ bol oproti tomu právom pokladaný za postavu, ktorého zásadná životná úloha spočívala v úsilí, existujúce pomery zmeniť svojimi kreatívnymi schopnosťami.

Joseph Schumpeter charakterizoval kapitalistický proces, ktorého hlavným motorom je podnikateľ; ako proces „tvorivého ničenia“. Niet divu, že takejto postave boli odjakživa pripisované zlé, ničivé sily. Je základným rysom ľudského bytia, že pevné zotrvávanie na existujúcich životných formách je úzko spojené so strachom pred obávanými nevýhodami, ktoré môžu vzniknúť v dôsledku zmien. Tak možno pochopiť, že život poslušného vidiečana sa hodnotil ako ideál ľudského života v najrôznejších kultúrach, zatiaľ čo podnikateľovi sa nedôverovalo ako takmer démonické postave.

Dokonca ani zakladatelia liberálnych hospodárskych vied nemali nijaké miesto pre tvorivého podnikateľa. Zdal sa im zbytočným. Adam Smith (1723-1790) urobil síce veľký objav v tom, že hospodársky proces chápal ako kolobeh. Zotrval však v mechanistických predstavách 18. storočia a hospodársky proces interpretoval podľa svojho druhu prírodného zákona. Z toho vychádzala teória laissez-faire-liberalizmu, ktorý veril v usmerňujúci účinok „neviditeľnej ruky“, zabezpečujúce pre stabilizovanú harmóniu. Aj David Ricardo, druhý zakladateľ manchesterského liberalizmu, pokladal podnikateľa za zbytočného; dôvodiac, že hospodársky proces funguje do určitej miery sám od seba. Podnikateľ bol v týchto úvahách pravdaže vkladateľ kapitálu, teda kapitalista, ako ho neskôr opísal aj Karol Marx.

Veká vážnosť Smitha a Ricarda prispela k tomu, že viaceré generácie po nich zotrvali na tomto negatívnom posúdení kreatívneho podnikateľa. Až oveľa neskôr, na prelome 19. a 20. storočia, spoznali národohospodári rozhodujúci význam, ktorý má kreatívny podnikateľ pre hospodársky rast. Alfred Marshall (1842-1924) pridal k trom klasickým výrobným faktorom pôda, kapitál a práca aj štvrtý: organizáciu. Všeobecný prelom pozitívnej teórie o podnikateľovi nastal až v roku 1912 knihou Josepha A. Schumpetera „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ (*Teória hospodárskeho rozvoja — prekl*). Podľa Schumpetera spočíva podstata podnikateľskej funkcie v jeho zvláštnej úlohe: spoznať a presadiť nové kombinácie výrobných faktorov. Schumpeterov model je typom kreatívneho podnikateľa, rozhodujúceho motora inovácií, a tým hospodárskeho rastu.

Neskôr Goetz Briefs definoval ďalšiu dôležitú funkciu podnikateľa, totiž jeho úlohu, držať v šachu a v propozícii ceny a náklady. Aby sa splnila táto úloha, sú v podniku nevyhnutné výkonné výpočtové zariadenia. Dnes dovoľuje nasadenie počítačov podnikateľovi účinnú kontrolu jeho vlastných rozhodnutí, a tým splnenie podmienky, ktorú popísal Briefs.

Obzvlášť zaujímavá je skutočnosť, že teória Adama Smitha tvorila jeden z východných bodov úvah Karola Marxa, pre ktorého však podnikateľ bol len kapitalistom, ktorý investoval svoj kapitál do svojho podniku a robotníkom zadržoval zaslúženú, údajne iba z takto vytvorenej nadhodnoty príliš nízku mzdu, teda ich vykorisťoval. Ďalším zdrojom pre ateistického mladého Marxa v jeho sociálno-etických ambíciách, starať sa väčšiu sociálnu spravodlivosť bolo paradoxne biblické učenie o hriechnosti bohatstva. Bol to motív závidi, ktorý zvedol socializmus v 19. a 20. storočí na to, že pri potlačovaní chudoby pokladal politiku rozdeľovania za dôležitejšiu než politiku rastu. Pozoruhodné je však, že Karol Marx pravdepodobne spoznal, že jeho utopistická predstava rajskej spoločnosti nadbytku ak vôbec sa môže dosiahnuť iba tak, keď sa v prechodnej fáze neoblíbenému podnikateľovi dovolí,

aby svojou činnosťou akumuloval kapitál, a tým umožnil hospodársky rast. Tak na tejto obchádzke našiel kreatívny podnikateľ miesto v učení Karola Marxa, aj keď iba ako dočasne trpená postava, ktorú by revolúcia mala nakoniec odstrániť.

III. DEJINY TRHOVÉHO HOSPODÁRSTVA

Na začiatku dejín trhového hospodárstva bol poznatok o usmerňovacej funkcii trhových cien, ktorý pochádza od Adama Smitha a Davida Ricarda. Tým sa v novších časoch urobil prvý krok k teórii trhového hospodárstva. Jednako len jej zakladatelia verili v úplne mechanický, neviditeľnou rukou riadený priebeh hospodárskeho procesu. Bolo to oddelenie hospodárstva od človeka. Podnikateľ mal v tomto systéme teoreticky iba úlohu vkladateľa kapitálu, neplnil však úlohu motora hospodárskeho procesu. Preto v ňom nemohla existovať ani nijaká sociálna zodpovednosť aktérov, a tým ani nijaká hospodárska etika. Viedlo to k hospodárskej politike čistého laissez-faire, v Anglicku k takzvanému manchesterskému liberalizmu, v Spojených štátoch k nešvárom v období veľkej hospodárskej expanzie, ktorej podnikateľskí protagonisti boli príležitostne označovaní ako „lúpežní rytieri“.

V protiklade k staroliberalizmu dnes vieme o určitých nedostatkoch súťažného aparátu vo forme nedokonalých trhov : o oligopoloch (*vláde malej, nepatrnej skupiny ľudí — prekl.*) a monopoloch. Je nám jasné to, že trhový systém - na rozdiel ku krédo staroliberálov Smithovho razenia — v najlepšom prípade pôsobí ako poloautomat, ktorý vyžaduje účelnú obsluhu. Aby sa vyhovel určitým požiadavkám, volajúcim po sociálnej spravodlivosti a sociálnej istote, musíme sa snažiť o zabudovanie zodpovedajúcich stabilizátorov. Podmienky súťaže si vyžadujú doplnenie prostredníctvom spoločenskej a sociálnej politiky, ktorá ľudí nevidí iba funkčne ako producentov a konzumentov, ale aj v ich osobnej existencii.

Je pravdou, že princíp trhu je ako hodnota služby zásadne mravne dobrý pre optimálne zásobovanie tovarmi. To predpokladá fungujúcu prostredníctvom ktorej sa podnikateľské úsilie po zisku prejaví spoločensky pozitívne. Okrem toho musia byť splnené určité predpoklady, ktoré zabezpečia sociálne vyrovnanie. Je potrebné však zdôrazniť, že sociálne vyrovnanú spoločenskú politiku nemožno realizovať proti základným ekonomickým zákonom, akým sú nedostatok existujúcich rezerv a nevyhnutnosť cien, ktoré kryjú náklady. Cesta od staroliberálneho trhového hospodárstva k sociálnemu trhovému hospodárstvu bola dlhá a bolestivá.

Industrializácia európskych krajín bola od začiatku 19. storočia sprevádzaná masovou biedou priemyselného proletariátu. Dlhé pracovné časy, často sedem dní v týždni od skorého rána do neskorého večera, detská práca a nízke mzdy, k tomu nijaké poistenie proti chorobe a v starobe, charakterizovali situáciu priemyselných robotníkov vtedajších čias.

Podstatnou črtou priemyselnej revolúcie boli zmeny v dvoch oblastiach:

1. Prechod od feudálneho k liberálnemu ponímaniu hospodárstva.

2. Hromadenie technických vynálezov a objavov, ktoré slúžili na rozmnoženie výroby tovarov, počínajúc objavom parného stroja Jamesom Wattom pred takmer 200 rokmi.

Napriek pozitívnym okolnostiam pre hospodársky rozvoj priniesla so sebou prvá fáza priemyselného veku veľa ľudského utrpenia, chudoby más a biedy. Ako to možno vysvetliť ? Odstránenie feudálneho systému oslobodilo vtedy ešte prevažne v nevoľníctve žijúce vidiecke obyvateľstvo, 'Čo znamenalo, že všetci sa mohli ženiť, vydávať a zakladať rodiny. Každý odteraz mohol právne zdôvodniť slobodnú existenciu iba svojou pracovnou schopnosťou, takže odpadli aj svadobné obmedzenia. Dôsledkom bol doteraz netušený rast obyvateľstva. V priemyselných krajinách sa počet ľudí v priebehu jedného storočia strojnásobil. V Anglicku, napríklad, bol počet obyvateľstva v roku 1800 ešte 10 miliónov, ale v roku 1850 už dosiahol 20 miliónov. Prispelo k tomu aj lepšie liečenie a hygiena, ktoré neustále predlžovali dĺžku

ľudského života. S týmto tempom prírastku obyvateľstva však nedržal krok aj prudko sa rozvíjajúci vedecko-technický pokrok; rýchlo síce rástol počet pracovných miest v novozaložených fabrikách, ale ešte rýchlejšie rástol počet narodených, a tým aj počet tých, ktorí hľadali prácu. Toto bolo vlastnou príčinou pre sám osebe tak rozporuplný úkaz masovej biedy v robotníctve počas prvej fázy priemyselnej revolúcie.

Je však výstižné, že liberálny hospodársky poriadok viedol k tomu, že pracovná mzda týchto nemajetných robotníckych mäs bola znížená pod beztak už nepatrnú výplatu za prácu. Bola to zásluha odborov, že postupne prebojovali pre robotníkov zníženie rozdielu „vykorisťovania“, tzn. rozdielu medzi skutočnou a možnou rovnovážnou mzdou.

Bieda priemyselného osadenstva na začiatku industrializácie viedla vtedy k povstaniam zúbožených robotníkov, ktorí svoj bezmocný hnev vylievali na strojoch, v ktorých videli svojich nepriateľov. V Anglicku, ale aj v Nemecku boli takí rozbíjači strojov.

V tom čase sa začali formovať politické sily, ktoré sa pokúšali odstrániť existujúcu sociálnu nespravodlivosť alebo ju aspoň zmierniť. Vo viacerých krajinách nadobudli platnosť zákony na obmedzenie pracovného času a zvlášť detskej práce. V roku 1848 Karol Marx a Friedrich Engels zverejnili v Londýne Komunistický manifest, do určitej miery rodnú listinu medzinárodného revolučného robotníckeho hnutia. V tomto dokumente, ktorý sa uplatňoval až do našich čias, boli ako politický cieľ podane princípy takzvaného vedeckého komunizmu, totiž materialistické poňatie dejín, teória triedneho boja a diktatúra proletariátu. Manifest sa končí bojovým zvolaním: „Proletári všetkých krajín, spojte sa!“

To bol začiatok medzinárodného socialistického robotníckeho hnutia. Vzostup odborov nastal v poslednej štvrtine 19. storočia predovšetkým v Anglicku. Proti laissez-faire-liberalizmu a jeho výplodom vystupovali nielen politici a odborári, ale aj národohospodári. V Nemecku vznikol v druhej polovici 19. storočia takzvaný katedrový socializmus, v Anglicku Fabian Society. Obidve hnutia mali silný vplyv na intelektuálov svojich krajín, a to v smere antitrhovohospodárskeho socializmu.

Aj v cirkevných kruhoch sa našli zástupcovia práv robotníkov, k čomu sa už hneď od začiatku hlásili kresťanský zmýšľajúci podnikatelia. Už dávno pred Marxom kritizovali katolícki intelektuáli, ako Joseph Görres, sociálne dôsledky nebrzdného kapitalizmu. Za sociálnopolitické reformy namiesto komunistickej revolúcie sa úspešne zasadili predovšetkým Adolph Kolping a biskup Wilhelm Emmanuel von Ketteler. Stali sa pioniermi kresťansko sociálneho hnutia mäs. Už pred Marxom zakladali spolky, predchodcov dnešných katolíckych sociálnych zväzov: Kolpingovo dielo, Katolícke hnutie zamestnancov a Katolícky obchodnícky spolok. Ich aktivita sa napokon politicky uplatnila nemeckej Strane centra a ich požiadavky neskôr prevzal pápežský učiteľský úrad. V prvej sociálnej encyklike *Rerum novarum* (*robotníckej otázke — prekl.*) (1891) potvrdil Lev XIII. nevyhnutnosť štátnej sociálnej politiky a zabezpečenie koalíčného práva aj pre robotníkov (*odbory*), ako aj sociálnu väzbu v protiklade k marxizmu výslovne uznaného súkromného vlastníctva. Pápež pranieroval vo svojej encyklike sociálne slabiny raného kapitalizmu a napomínal zamestnávateľov, aby spravodlivo pristupovali k svojim robotníkom a dávali im primeranú mzdu.

V Nemecku boli za čias Bismarcka vydané v rokoch 1883, 1884 a 1889 slávne zákony o sociálnom poistení, ktoré zaručovali robotníkom pomoc v chorobe, pri úraze a v starobe. Akiste možno právom konštatovať, že nie marxistická revolúcia, ale sociálnopolitické reformy ďalekosiahlo riešili v Európe sociálnu otázku 19. storočia, prinajmenšom ju v

rozhodujúcej miere stlmili. Toto sociálno-politické hnutie sa zameralo proti základnému princípu Smithovho systému, ktorý hospodárstvo chápal ako automaty, v ktorom pre etiku ako sociálne zodpovedné konanie nebolo nijakého miesta. Ešte dnes zastáva Milton Friedman, známy národohospodár z Chicaga, presvedčenie, že spomedzi všetkých foriem, ktoré zabezpečujú zisk, sa všeobecné blaho najlepšie podporuje práve výlučným sledovaním vlastných záujmov podnikateľa; hospodárstvo je hodnotovo neutrálnym priestorom, ktorý sleduje vlastné zákony, a preto neponúka pre sociálno-etické požiadavky nijaké miesto.

V ekonomických vedách došlo až v tridsiatych rokoch nášho storočia, azda ako odpoveď na medzinárodné rozšírenie socialistického myslenia, k obnove liberálnej teórie hospodárstva. Rozhodujúcou mierou prispeli najmä Walter Eucken a Franz Bahm s ich Freiburskou školou. Spoznali, že trh ako riadiaci systém sa nemôže prenechať sebe samému, ale aby mohol byť sociálne znesiteľný, vyžaduje si systémovo konformné rámcové podmienky.

Po druhej svetovej vojne sa potom z myšlienok tejto školy vyvinulo v Nemeckej spolkovej republike sociálne trhové hospodárstvo. Politickým promotérom bol Ludwig Erhard, legendárny prvý minister hospodárstva Spolkovej republiky, intelektuálne podporovaný predovšetkým Wilhelmom Rapkem, Alfredom Müllerom-Armackom, ktorý zaviedol pojem „sociálne trhové hospodárstvo“ a ich ordo-liberálnym okruhom priateľov. Títo muži boli presvedčení o tom, že trhové pravidlá natrvalo fungujú iba vtedy, keď sú spojené základným morálnym konsenzom.

Maller-Armack definoval sociálne trhové hospodárstvo ako hospodárstvo, ktoré sa riadi pravidlami trhu a je zároveň doplnené sociálnymi príspevkami a zabezpečeniami. Takéto sociálne trhové hospodárstvo nie je nijakým prírodným produktom, ale citlivou kultúrnou rastlinou.

Bezprostredne po vojne vládla v západnom Nemecku veľká núdza. Chýbalo všetko. Väčšina výrobných zariadení bola zničená alebo poškodená. Dôsledkom prísne dirigistického vojnového hospodárstva a inflačnej menovej politiky bola vysoká inflácia a nefungujúce hospodárstvo. Z mnohých strán prichádzali rady regulovať biedu naďalej dirigisticky kontrolou cien, prídellovým systémom (*lístky na potraviny atď.*) a plánovaním výroby.

Ludwig Erhard mal naproti tomu odvahu dôverovať tvorivým silám slobodného hospodárstva a presadiť nevyhnutné rozhodnutia. Sledoval tým odporúčanie Freiburskej školy, ktorej vedúce mozgy po vojne spoznali, že príčinou pretrvávajúcej biedy po roku 1945 primárne nebolo vojnové pustošenie, ale „chybná organizácia národohospodárskeho výrobného aparátu“.

Po radikálnej menovej reforme, ktorú nariadili víťazné mocnosti (*stanovený deň 21. jún 1948*) a ktorá odstránila nesmierny prebytok peňazí, Erhard mohol zrušiť prídellový systém a kontrolu cien. Uvoľnil tak doteraz skrytým — a iba čiastočne na čiernom trhu pôsobiacim — iniciatívnym silám nespočetných „podnikateľov“ v najširšom zmysle priestor na kreatívny rozvoj. Výsledkom bol takzvaný a veľmi obdivovaný nemecký hospodársky zázrak s dlhoročným reálnym hospodárskym rastom priemerne 8 percent pri dlhodobej stabilite peňazí. Predpokladom úspešnosti tejto politiky bola skutočnosť, že v západnom Nemecku existovali ešte určité základné hospodárske štruktúry, ako napríklad právo vlastníť výrobné prostriedky, a k dispozícii boli aj schopní podnikatelia.

Koncepcia sociálneho trhového hospodárstva vychádza podľa Müllera-Armacka z troch téz:

1. Hospodárska politika sa môže rozumne viesť iba na základe myšlienky celkového poriadku.

2. Intervencionizmus, ktorý sa pokúša dosiahnuť rôzne hospodársko-politické ciele bez systémovým-rozmnožovaním poriadkov, sa nemôže pripustiť.

3. Hospodárska politika sa musí vyvíjať z čistej myšlienky poriadku, ktorá musí byť buď trhovo hospodárska alebo usmerňujúco hospodárska. Tretia cesta, ktorá by sľubovala úspech, neexistuje.

Opísaný rozvoj trhového hospodárstva smerom k sociálnemu trhovému hospodárstvu ukazuje, že podnikateľ sa v minulosti vždy musel prispôbiť meniacim sa rámcovým podmienkam. Často to sťažilo jeho sebaopímanie a viedlo k nesprávnemu pochopeniu jeho úlohy. Najnovším príkladom pre meniace sa rámcové podmienky sú novo vznikajúce ekologické problémy, ktoré sa v sociálnom trhovom hospodárstve dajú systémovokonformne dokázateľne lepšie regulovať, než v hocijakom inom hospodárskom systéme.

IV. ÚLOHA PODNIKATEĽA V TRHOVOM HOSPODÁRSTVE

Literatúra o tejto otázke poskytuje z časti rozporuplné, v každom prípade však skôr zmätené odpovede a ani slávny „muž z ulice“ nemá nijaký jasný obraz o podnikateľovi. Nerozumie, čo robí. Súvisí to s tým, že podnikateľ musí rozhodnúť o zásadných krokoch a tieto aj presadiť. Sú to abstraktné postupy. Ktoré mimo diania stojacemu pozorovateľovi unikajú. Väčšina ľudí sa totiž viaže na konkrétne činy a má sklon k tomu, že podnikateľa chápe ako vkladateľa kapitálu, kapitalistu, ktorý svojím kapitálom zakladá podnik a udržuje ho v chode.

Takéto uvažovanie je nesprávne. Stačí si iba predstaviť, že podnikateľ môže založiť a viesť podnik aj s požičanými peniazmi, ako kapitálom, ktorý našetril niekto iný. Pre jeho úlohu nieje rozhodujúce to, že má kapitál, vlastný alebo cudzí, ale to, čo s ním urobí. „Bežné“ chápanie „kapitalistu“ teda zjavne nezodpovedá skutočnosti.

Iný pokus ako chápať úlohu podnikateľa sa orientoval na to, že zamestnancom vytvára pracovné miesta. Obratom ruky sa tak pokladá za *zamestnávateľa*. Ale ani toto ponímanie roly nevystihuje špecifickú úlohu podnikateľa. Aj lekári, advokáti a vedci zamestnávajú pomocný personál, sú teda to tej miery tiež zamestnávateľmi.

Najznámejšiu prilievajúcu definíciu úlohy podnikateľa vytvoril Schumpeter, ktorý *tvorivého podnikateľa* opísal ako niekoho, kto neustále novými kombináciami výrobných faktorov realizuje inovácie, a tým umožňuje hospodársky rast. Tento opis dozaista nieje vyčerpávajúci. V Schumpeterovom ponímaní tvorivosti určite nevystupujú všetci podnikatelia. Pritom sa nesmie zabudnúť, že aj súhrn množstva malých inovácií, ktoré sú nielen technického, ale často aj organizačného alebo komerčného (*zásielkové formy*) charakteru, sú príspevkom k hospodárskemu rozvoju.

Je len prirodzené, že zvláštny význam majú závažné, často rizikom naplnené zmeny, ktoré všeobecný hospodársky rast vždy urýchľujú míľovými krokmi. Pred 100 rokmi to bolo zužitkovanie elektrickej energie a chémie. Neskoršie to bol prechod mechanických, elektrických a elektromagnetických systémov na elektronické, ktorý bol spojený s neustále väčšou miniaturizáciou a ďalším vývojom takzvaného softvéru. Konkrétne je potrebné spomenúť celosvetový význam, ktorý nadobudlo v štyridsiatych rokoch rozšírenie syntetických látok, v päťdesiatych rokoch objavenie tranzistora a rozvoj elektroniky, v šesťdesiatych rokoch prvá generácia počítačov a od sedemdesiatych rokov prudký rozvoj mikroprocesorov. V našom desaťročí sa javí, že *génová technika* bude rozhodujúcou mierou spoluurčovať hospodársky vývoj, ktorý napríklad v hospodárstve výživy povedie k prevratným zmenám.

Takéto zásadné inovácie, ktoré umožňujú prenos technických vynálezov do ekonomických výrob a predaj výrobkov na trhu, sú síce dôležité, ale jednako len nie sú jedinou cestou, ako byť podnikateľsky aktívny. Okrem toho treba vidieť to, že veľké zmeny si často vyžadujú rozsiahly kapitálový vklad a sú spojené s vysokým rizikom. Veľmi ľahko — a nestáva sa to zriedkavo — upadne preto prvý inovátor do veľkých hospodárskych ťažkostí. V Amerike existuje príslovie: *Pioneering does not pay. (Pionierstvo sa neplatí — prekl.)*

Podnikateľ musí žiť s rizikom. To, že to nie je iba šedivá teória, ale často veľmi bolestná prax, ukazuje konkurzná štatistika. V Nemeckej spolkovej republike bolo v rokoch 1986 a 1987 nasledovné množstvo konkurzov, tzn. zbankrotovaných podnikateľov:

1986: 13 456

1987: 12 058

V obidvoch rokoch tvoril podiel maloobchodníkov na konkurzoch 15 percent a podiel mladších podnikov, ktoré nemali viac ako 8 rokov, 75 percent.

Predtým spomenuté, síce jednostranné, ale predsa len pozitívne opisy úlohy podnikateľa kontrastujú s agresívne negatívnymi úsudkami, vidieť v podnikateľovi koniec koncov parazita, ktorý svoje postavenie využíva na to, aby si prisvojil nezaslúžené zisky. V takejto predstave je celkový hospodársky proces čistou hrou s nulovými sumami, v ktorej sa každý účastník pokúša čo najviac získať na úkor spoluhráča, pričom podnikateľ má na to údajne privilegovanú šancu. Proces rastu, ktorý vychádza z podnikateľa ako motora hospodárskeho vývoja, sa pri tejto úvahe celkom vynecháva.

Čo je teda skutočne úlohou podnikateľa? Na to neexistuje nijaká jednoduchá odpoveď. Tá totiž závisia od toho, v ktorom spoločensko-politickom hodnotovom systéme má zastať svoje miesto. Určite sa musí zo svojho správania, a tým aj ponímania svojej úlohy, zodpovedať pred svojím vlastným morálnym svedomím. Ale on je predsa zároveň ovplyvnený, ba závislý od hodnotového systému spoločnosti, v ktorej je činný.

Napriek tomu existuje niekoľko dôležitých kritérií, ktoré platia pre ponímanie roly podnikateľa v každej slobodnej spoločnosti.

Konkrétna hospodárska aktivita ako základná orientácia je v trhovom hospodárstve pre podnikateľskú činnosť nenahraditeľná. Rentabilita je to, čo myslel Götz Briefs, keď podnikateľovi prisúdil úlohu držať náklady a ceny v šachu a v proporciách. Táto úloha znamená, že — úplne egoisticky — sa musí usilovať o zisky. Korektnými prostriedkami na hospodárený zisk je meradlom správnej podnikateľskej aktivity. Preklatie zisku, ktoré je rozšírené predovšetkým medzi socialistami, zaznáva dôležitú funkciu zisku pre všeobecné blaho. Až zisk umožňuje zabezpečiť podnikateľovi existenciu jeho podniku a odvážiť sa k novým, rast podporujúcim inováciám. Je preto pochopiteľne, keď známy americký odborový vodca S. Gompers raz povedal: „Najväčší zločin, ktorého sa môže podnikateľ dopustiť, spočíva v tom, že nedocieli nijaký zisk.“

V USA je vzťah k zisku menej ideologicky křčovitý ako v Európe, kde je tak rozšírený marxistický zúžený pohľad. A skutočne, zisky sa veľmi preceňujú. Rozsiahle štatistické výskumy ukázali, že približne 15 percent národného dôchodku pripadá na poplatok z majetku a podnikateľský zisk a 85 percent na mzdy a platy. Pritom treba zohľadniť, že to, čo sa populárne označuje ako zisk, sa skladá z troch rôznych elementov. V prvom rade je to normálne zúrokovanie kapitálu, investovaného do podniku, ďalej mzda, ktorá prislúcha podnikateľovi za jeho činnosť a len zvyšok je vlastným podnikateľským ziskom. Tento zvyšok je pohyblivý a je vlastnou cenou za úspešnú podnikateľskú aktivitu.

Ak sa napriek tomu zisk tak často kritizuje a diskredituje ako nemorálny, potom popri neznalosti o rozsahu a ekonomickej funkcii zisku hrá dôležitú rolu celkom určite aj motív závidi. Helmut Schoeck ide vo svojej knihe o závidi tak ďaleko, že ju pokladá za koreň všetkých egalitárskych, socialistických teórií. Základnou myšlienkou takzvanej ekonómie blahobytu je, aby čo najväčší počet ľudí sa snažil o čo najmenšiu závidi. To však protirečí ľudskej povahe, ktorá vždy a za všetkých podmienok nájde k nej dôvod.

Niekedy sa tvrdí, že maximalizácia zisku je naj dôležitejším motívom podnikateľskej aktivity. Realita však vyzerá ináč. Bez zisku to určite nejde. Ale nie je to posledným alebo dokonca jediným hnacím motorom podnikateľa. K tomu ho motivuje radosť z tvorby, zmysel pre rodinu, snaha po silnejšom zastúpení na trhu a po spoločenskej prestíži. Usiluje sa síce o zisk,

ale pre väčšinu podnikateľov je dôležitejšie udržanie podniku. Predpokladá to dlhodobé myslenie a niekedy upustenie od momentálnej maximalizácie zisku. Je známou skutočnosťou, že zvýšený zisk z okamžitých výhod súťaže priťahuje konkurenciu a zužuje tak budúce šance pri jeho tvorbe. V USA vedie zvyk akciových spoločností štvrťročne zverejňovať dividendy k tendencii z hľadiska celého hospodárstva škodlivého krátkodobého myslenia.

Múdry podnikateľ sa neusiluje o momentálny maximálny zisk, ale o „maximization of a total situation“ (*maximalizáciu celkovej situácie*), pričom profit je iba jedným z komponentov.

Netreba však zamlčať, že sú aj neoprávnené zisky. Tieto vznikajú, keď sa podnikatelia pokúšajú vyhnúť sa pravidlám súťaže. Aby sa tomu zabránilo, musí sa štát postarať o účinný kartelový a anti trustový zákon. Ďalšia príčina neoprávnených ziskov vzniká vtedy, keď štát dirigistickými opatreniami vylúči súťaž a zadaním licencií, koncesí a kvót uľahčí uprednostneným podnikom nadobudnúť zisky mimo súťaže. Túto situáciu možno obzvlášť pozorovať v niektorých rozvojových štátoch. V priemyselných krajinách tvoria výnimku.

Aby bol podnikateľ úspešný, potrebuje tvorivé kombinačné nadanie, reálnu fantáziu, talent na koordináciu a výkonnosť. Svoje schopnosti môže využiť nielen bezohľadne individualisticky, ale aj vedome zodpovedne sociálne.

Aj bezohľadne individualisticky činný podnikateľ môže slúžiť ekonomickému všeobecnému blahu, ak má totiž úspech a tým prispieva k materiálnemu blahobytu spoločnosti. Dôslední liberáli ako Friedman pokladajú priam za nedovolené, aby sa zisky použili na sociálne účely. Ako jedinú sociálnu zodpovednosť hospodárstva uznávajú zvyšovanie jeho zisku korektným využívaním jeho pomocných zdrojov. Tento typ podnikateľa uprednostňuje rozbíjačský obraz egocentrického podnikateľa, ktorý je ovládaný výlučne úsilím o zisk a obohacuje sa na úkor svojich spolupracovníkov a spotrebiteľov.

Friedman a jeho prívrženci nedoceňujú, že hospodárstvo je síce racionálnym systémom s vlastnými zákonmi, ale jednako len je začlenené do rozsiahlych kultúrnych súvislostí. Podnikateľ musí preto pôsobiť v takom smere, aby dosiahol vecný cieľ hospodárstva, totiž „kultúrnu funkciu starostlivosti o obživu“, ako to raz pomenoval Werner Sombart. Ide tu o to, aby sa vážne zohľadnila aj humánna stránka hospodárenia a to voči všetkým zúčastneným. Táto požiadavka je mimochodom aj odmietnutím totálneho podnikateľa, ktorý nepozná nič iné iba svoje ekonomické myslenie o úspechu, ktorý už nemá nijaký čas pre manželku a deti, krásu, nábožnosť, pre Boha. Aj podnik je sociálnou ustanovizňou a patri k úlohám podnikateľa snažiť sa a umožniť svojim pracovníkom prijímať podnik ako životný priestor. Proti tomu sú často namierené značné prekážky, totiž technické zvecnenie mnohých prevádzkových procesov a z organizácie vyplývajúce odcudzenie. Heslo „Ľudia podniku“, ktoré sa objavilo už pred rokmi, však ukazuje, že snahy tomto smere patria k modernému ponímaniu povolania podnikateľa. Sociologické výskumy mimochodom ukazujú, že prívrženci autoritatívneho príkazového štýlu tvoria medzi podnikateľmi už iba značnú menšinu.

Účasť vedených na tvorbe vôle, ktorá vedie k rozhodnutiu špičky, je žiadúca, ba v mnohých prípadoch dokonca nevyhnutná. Podnety vedených, ich informácie a vzdelanie sú predpokladmi dobrej tímovej práce, ktorá nie je v protiklade s nevyhnutnosťou jednoty zodpovedného hospodárskeho vedenia podniku prostredníctvom podnikateľa. Vedenie podniku je vlastne podnikateľskou úlohou. K tomu treba jasný koncept, aby sa aj spolupracovníci mohli cieľavedome motivovať.

Popri podnikateľoch-vlastníkoch sú medzitým aj nespočetní podnikatelia, ktorí nie sú zároveň majiteľmi podniku. Dnes sa nazývajú manažérmi. Ich funkcia je podnikateľská v pôvodnom

slova zmysle. Už skôr sme konštatovali, že rola podnikateľa nie je viazaná na to, aby bol zároveň majiteľom, kapitalistom. Jeho podnikateľská úloha je od vlastníctva vo veľkej miere nezávislá. To vedie predovšetkým vo veľkopodnikoch k ostrému oddeleniu funkcie podnikateľa a podielových vlastníkov. Podnikatelia, ako možno pomenovať manažérov, ktorých poveria či už súkromní alebo štátni vkladatelia kapitálu, sa však líšia od podnikateľov- majiteľov v jednom dôležitom bode. Pre nich nie je rozhodujúce, kto je majiteľom, tzn. môže ním byť práve tak aj štát. Pokiaľ štát „svoje“ podniky spravuje v rámci slobodného trhového hospodárskeho poriadku, táto situácia nie je povážlivá. Avšak vždy existuje nebezpečenstvo, že štát zneužije „svoje“ podniky k dirigistickým zásahom, prípadne im vymedzí zvláštne podmienky. Takýmto nátlakom by sa štátom dosadení manažéri sotva postavili na odpor, v každom prípade nie je to ich prirodzený záujem. Do tej miery je postava povereného podnikateľa menšou zárukou ďalšej existencie slobodného trhového hospodárskeho poriadku ako vlastník-podnikateľ. Preto treba privítať privatizačné úsilie štátnej politiky.

Kompetencia štátu v ekonomickom procese je v inej oblasti. Musí zasiahnuť tam, a to v zmysle Röpkeho, kde zlyháva trhové hospodárstvo, kde v záujme všeobecného blaha je potrebné korigovať hospodársky proces. Pritom treba obzvlášť myslieť na ochranu chorých, slabých, detí a starých, lebo práve v tom sa realizuje sociálne trhové hospodárstvo. Zároveň je však potrebné dbať na to, aby štát vo svojej sociálnej politike zmysle princípu solidarity bol všade tam, kde je možné prispieť pomocou k svojpomoci, aby sa zabránilo vzniku štátu s úplnou sociálnou starostlivosťou, ktorý ochromuje fungovanie trhového hospodárstva, zameraného na všeobecné blaho. Úlohou štátu nie je zachraňovať stroskotaných podnikateľov a ich podniky. Štát nie je nijakým opravárenským podnikom pre podnikateľov s poranenými nohami.

Rozmanité úlohy podnikateľa, včítane jeho sociálnej zodpovednosti, predpokladajú silu viesť podnik v trvalom procese veľkých a malých rozhodnutí, často v neistých podmienkach a s neúplnými informáciami. K jeho klasickým funkciám inovačnej kombinácie výrobných faktorov a dohľadu nad podnikom sa pridružuje nova funkcia — koordinácia.

Táto úloha síce vždy existovala, ale jej zásadný význam sa spoznal až v novších časoch. Podarí sa iba vtedy, keď podnikateľ je priateľsky naklonený komunikácii a má schopnosť motivovať svojich spolupracovníkov. K jeho zodpovednosti za všeobecné blaho patrí aj podpora sociálneho partnerstva, a tým uznanie nezávislých odborov ako nie iba nepríjemného, ale nevyhnutného rokovacieho partnera.

Podnikateľom sa človek nestáva v prvom rade vlastníctvom a majetkom, ale svojou podnikateľskou kvalifikáciou a schopnosťou viesť.

V. PODNIKATEĽ V KATOLÍCKOM SOCIÁLNOU UČENÍ

Sociálne učenie, tak ako bolo rozvinuté v katolíckej Cirkvi, nie je nijakou hospodárskou teóriou, ale ako to vyložil pápež Ján XXIII. v encyklike *Mater et magistra* (1961), „integrálnou súčasťou kresťanského učenia o človeku“. Chce osvetliť všeobecne platné hodnoty a poriadky a z toho dať svetu vzor zodpovednej služby. Preto mu záleží na tom, aby sa normy, ktoré sa v tomto učení vyvinuli, uplatnili v tých-ktorých spoločenských poriadkoch. Pritom v katolíckom sociálnom učení nejde iba o morálne správanie sa jednotlivca vo vnútri vopred daného spoločenského a hospodárskeho poriadku, ale aj o optimálne sociálnoetické usporiadanie (*zmenu*) tohto poriadku. Slúžia na to sociálne princípy, ktoré však ešte nepredstavujú nijaký konkrétny spoločenský a hospodársky poriadok, podstatným dielom však prispievajú k jeho zdôvodneniu.

Pôvodne stáli v popredí záujmu katolíckeho sociálneho učenia sociálne otázky. Zreteľne to bolo badať v prvej sociálnej encyklike *Rerum novarum* (1891). Ale od začiatku bolo jasné, že o týchto otázkach nemožno uvažovať bez ohľadu na hospodárske problémy poriadku. Katolícke sociálne učenie sa preto odvtedy kriticky zaoberalo kolektívno- socialistickými (*centrálne riadené hospodárstvo, plánované hospodárstvo*) a liberálno-individualistickými (*trhové hospodárstvo*) systémami.

V poslednom čase však aj kardinál Joseph Höffner (*nar. 24. 12. 1906, zomrel 16. 10. 1987, ThDr., PhDr., DrSc., Dr.h.c., profesor kresťanských sociálnych vied na univerzitách Trier a Münster, v rokoch 1949-1962 duchovný poradca BKU (Zväzu katolíckych podnikateľov), 1962-1968 biskup v Münsteri, 1969-1987 arcibiskup v Kolíne n/Rýnom — prekl.*), kedysi žiak slávneho národohospodára Waltera Euckena, poukázal na to, že katolícke sociálne učenie sa už niekoľko rokov intenzívne zaoberá hospodárskymi otázkami, obzvlášť otázkami svetového hospodárstva. Samotný Höffner sa mimochodom už dávno venoval hospodársko- etickým otázkam, pretože hospodársku etiku treba chápať ako súčasť všeobecnej sociálnej etiky.

Novým však nie je upozornenie na hospodárske príčiny sociálnych problémov — ktoré existovali aj predtým — ale hlbšie bezprostredné prerokovávanie hospodárskych otázok. Možno to pozorovať od *Quadragesimo anno* (1931) a opatrnou formou to pokračovalo v encyklike *Mater et magistra*, ako aj pastorálnej konštitúcii II. vatikánskeho koncilu *Gaudium et spes* (1965), v encyklike *Laborem exercens* (1981) a celkom zvlášť v poslednej sociálnej encyklike *Sollicitudo rei socialis* (1987). V minulých rokoch táto tendencia mimoriadne vzrástla vo vnútri Cirkvi aj vo vyjadreniach rozličných jednotlivcov a skupín osôb, ktoré nemajú povahu učiteľského úradu. Dôležitým príkladom z poslednej doby je pastiersky list amerických biskupov o hospodárstve.

Ak sa chce Cirkev obrátiť k realite, vzniká pre ňu dilema, že si musí vypomôcť sociálnymi vedami, ktoré chápu realitu veľmi rozdielne.

Pre katolícke sociálne učenie platia ako najdôležitejšie tieto sociálne princípy poriadku:

1. *Personalita, tzn. dôstojnosť osoby, vyjadrená osobnou slobodou a zodpovednosťou za seba* (z čoho vyplýva uznanie súkromného vlastníctva).
2. *Solidarita, tzn. spoločenstvo, ktorého členovia sú obojstranne navzájom pospájaní a jeden druhému sú navzájom nápomocní.*
3. *Subsidiarita, týka sa vzťahu napätia medzi individuom a spoločenstvom a zdôrazňuje prednosť individua (alebo podriadeného spoločenstva) pred nadriadeným spoločenstvom.*

4. Všeobecné blaho ako spoločné blaho, spravodlivosť štátu a aká komunikačná spravodlivosť vo vzájomnom vzťahu jednotlivcov.

Solidarita, subsidiarita a všeobecné blaho sú rozvinutím princípu personality, ktorý je zakotvený v kresťanskom obraze človeka.

Cirkev pokladá za svoju úlohu a svoje právo hospodárske a politické záležitosti „podriadi mravnému posúdeniu, ak to vyžadujú základné práva ľudskej osoby alebo spása duší“ (*Gaudium et spes*, ods. 76).

Pre katolícke sociálne učenie má zvláštny význam Pastoralna konštitúcia o Cirkvi v dnešnom svete (*Gaudium et spes*) II. vatikánskeho koncilu (1965). V kapitole o hospodársko-spoločenskom živote sa Cirkev dôrazne hlási k materiálnym predpokladom pre spásu človeka. Celý prvý odsek je venovaný téme „hospodársky pokrok“ (64, 65, 66). V ods. 64 sa výslovne hovorí: „Technický pokrok, tvorivú silu k novému, snahy po založení a rozšírení podnikania, zavedenie primeraných výrobných metód . . . je potrebné podporovať“. Koncil hovorí v ods. 64 aj o „hospodárstve vlastných metódach a zákonitostiach“. Z toho síce plynie, že na hospodárstvo nemožno klásť nijaké ľubovoľné požiadavky, jeho zákony sa však musia uplatňovať „v rámci mravného poriadku“. Koncil preto pripomína, že vlastný zmysel hospodárenia je v službe človeku. Tento postulát je v trhovom hospodárstve mimochodom splnený tým, že toto hospodárstvo spočíva na dobrovoľných zmluvách všetkých zúčastnených. Podnikateľ môže mať potom úspech iba vtedy, keď slúži svojim zákazníkom. Koncil (v ods. 65) výslovne odmieta poučky, „ktoré základné práva jednotlivých osôb a skupín podriaďujú kolektivistickému usmerňovaniu výroby“. Svojou požiadavkou spravodlivosti a oprávnenosti koncil nalieha na to, aby „sa hospodárska nespravodlivosť zo sveta čo najskôr odstránila“ (66). Zjavne sa tu myslí na problém rozvojových krajín.

Našou témou je postup, ako sa s podnikateľom ako kľúčovou postavou na rast orientovaného, sociálneho trhového hospodárstva zaoberalo katolícke sociálne učenie od čias prvej veľkej sociálnej encykliky *Rerum novarum*.

Najprv treba konštatovať, že podnikateľ sa až do poslednej sociálnej encykliky *Sollicitudo rei socialis* (1987). v katolíckom sociálnom učení explicitne nevyskytuje, že skôr je vždy reč o zamestnávateľovi. Zdá sa, že proticirkevný postoj staroliberálov vytvoril kritický postoj Cirkvi k podnikateľom. Je potrebné zohľadniť aj fakt, že nebezpečenstvo straty nás, predovšetkým priemyselného robotníctva, ktoré Cirkvi hrozilo v dôsledku rozšírenia socializmu, viedlo k tomu, že pre Cirkev sa starostlivosť o robotníctvo posunula do popredia. Zreteľne to možno vyčítať v sociálnych encyklikách, počnúc *Rerum novarum* a končiac *Mater et magistra*. Funkcia podnikateľa sa v encyklikách až k *Sollicitudo rei socialis* takmer neprerokúva. Platí to zvlášť aj pre výpovede koncilu v *Gaudium et spes*. Dôležitým vývojovým krokom bolo, že v *Laborem exercens* (1981) sa odhalila ilúzia, ako keby práca sa mohla zrovnoprávniť so závisle vykonanou prácou. Na tomto mieste je potrebné zdôrazniť; že katolícke sociálne učenie od čias Leva XIII. — avšak bez toho, aby ho nazvalo po mene — podnikateľa ako hospodárskeho aktéra vždy predpokladalo a do určitej miery ho zohľadňovalo. Vyplýva to z neustále opakovaného vyznania sa k inštitúcii súkromného vlastníctva, a to aj výrobných prostriedkov, zdôraznenia prednosti súkromnej iniciatívy v hospodárstve pred štátnou iniciatívou a potvrdenia súkromnej autonómie ako predpokladu podnikateľského hospodárstva. Pavol VI. v príhovore ku katolíckym podnikateľom v roku 1964 vysoko vyzdvihol význam funkcie podnikateľa. Ale vtedy to bola výnimka. Katolícke sociálne učenie pôvodne vzniklo bez podnikateľa a preto skôr vo frontovom postavení voči nemu. Ešte v roku 1961 boli k slávnostnému ohláseniu encykliky *Mater et magistra* pozvaní

zástupcovia katolíckeho robotníctva ako oficiálni hostia — nie však zástupcovia katolíckych podnikateľov. V cirkevných a teologických kruhoch a aj v „osvetovom katolicizme“ hospodárske záležitosti vo svojej špecifickej podobe, a tým aj postava podnikateľa, vôbec alebo sotva mohli nájsť miesto a ak, tak len v negatívne moralizujúcom význame. To, že aj dnes ešte veľké časti sociálneho katolicizmu chcú poznať iba „kapitalistov“ a „zamestnávateľov“ a nie podnikateľov, možno pokladať iba za politickú krátkozrakosť. Táto skutočnosť je aj v protiklade k tomu, že Cirkev nechápe hospodárstvo ako oblasť, ktorá je usadená mimo ducha a kultúry, ale ako eminentne tvorivú a zodpovednú pretvárajúcu silu nášho života. Hospodárstvo Cirkev pokladá za konkrétnu oblasť kultúry (*Populorum progressio* 21; *Sollicitudo rei socialis* 26, 8. 29, 8. 30, 1. 33, 5. 34, 1-3.34, 5; *Gaudium et spes* 19, 57).

Pretože však katolícke sociálne učenie prednostne hovorí o sociálnom aspekte hospodárskeho problému, má sklon k tomu, že problematiku rozdeľovania vidí pred problematikou rastu, v ktorej podnikateľ hrá rozhodujúcu úlohu. Tento postoj viedol, napríklad, v pastierskom liste amerických biskupov o hospodárstve (1986) k tomu, že viac odporúčali dirigistický blahobytný štát, ako rast podporujúce trhovú hospodárstvo.

V zásade to súvisí s tým, že princíp solidarity sa uprednostnil pred princípom subsidiarity. Zostáva skutočnosťou, že početní teológovia a vysoko postavení zástupcovia Cirkvi sa prikláňajú k odmietnutiu trhovo hospodárskeho systému, ktorý spočíva na súkromnej iniciatíve podnikateľov, na súkromnom vlastníctve výroby, na trhu a súťaži.

To, že katolícke sociálne učenie objavilo podnikateľa až tak neskoro, vlastne ani veľmi neudivuje, ak uvážime, že aj národohospodárstvo — ako sme videli — potrebovalo veľmi dlhý čas, kým sa naučilo správne chápať úlohu podnikateľa. Je zásluhou katolíckeho sociálneho učenia, že tak skoro zdôraznilo kultúrnu funkciu hospodárstva. Opiera sa pritom o biblické učenie, podľa ktorého je človek povolaný, aby si podmanil zem. Existujú však aj iné biblické výpovede, ktoré pozitívne posudzujú myslenie o raste, a tým aj podnikateľskú aktivitu. Žiada sa tu spomenúť podobenstvo o mužovi, ktorý, keď sa chystal odcestovať, zvolal svojich sluhov a poveril ich, aby spravovali jeho majetok. Prvý získal z piatich talentov desať, druhý pridal k dvom talentom ďalšie dva. Tretí však, ktorý dostal talent, odišiel, zakopal ho do zeme, a ukryl peniaze svojho pána, namiesto toho, aby ich rozmnožil. A keď sa pán vrátil, pochválil obidvoch, ktorí zveľadili jeho majetok. Tretieho však nazval zlým a lenivým sluhom (*Mt 25, 14-30*). Toto podobenstvo zreteľne ukazuje, že verné spravovanie nestačí, ale očakáva sa tvorivé konanie. Pre hospodárstvo to znamená, že požiadavka rastu patrí k úlohám podnikateľa.

Nech je na tomto mieste ešte raz zdôraznené, že hospodársky rast nie je samoučelný, ale má slúžiť všeobecnému blahu. Pritom pod všeobecným blahom treba chápať celistvosť politických, sociálnych a ekonomických podmienok osobného rozvoja človeka.

Osobitým javom je aj fakt, že tam, kde sa učenie o vlastníctve a prednosti súkromnej iniciatívy, ako v *Mater et magistra*, zakladá na princípe subsidiarity, sa výslovne nespomína podnikateľský zisk ako prvok podnikateľského hospodárstva. Encyklika *Quadragesimo anno* (1931) však požadovala, aby sa na prekonanie nezamestnanosti reinvestovali zisky, čo vyjadruje legitímnosť zisku. Ale aj tam, kde sa k zabezpečeniu ľudsky dôstojnejšieho bytia v *Populorum progressio* požaduje, že každý národ musí viac a lepšie vyrábať, nie je zmienka o výkone podnikateľa, ktorý je na to potrebný. Podobné platí aj o *Gaudium et spes* (64). A keď Pavol VI. v roku 1964 v jednom príhovore chválil zdatnosť a výkony podnikateľov, položil

hlavný dôraz na ich funkciu ako zamestnávateľov. Sociálny aspekt sa zaradil pred ekonomický aspekt.

Pre katolícke sociálne učenie bola vždy dôležitá požiadavka, že všetci, ktorí sa zúčastňujú na sociálnom procese, majú zaujať skutočné postavenie subjektov, že nikdy sa nesmú degradovať na vec. Táto požiadavka vyplynula z princípu personality, ktorý má zásadný význam pre katolícke sociálne učenie. Ale až v encyklike *Sollicitudo rei socialis* sa prvýkrát aj výslovne pomenúva právo na podnikateľskú iniciatívu, plynúce z osobnostného princípu ako právo slobody. Pritom sa zdôrazňuje, že toto právo nie je dôležité iba pre jednotlivca, ale aj pre všeobecné blaho. Tým je prvýkrát v katolíckom sociálnom učení jasne povedané, že podnikateľsky duch a tvorba kapitálu sú vlastne hybnými silami hospodárskeho rastu. Tento poznatok má veľký význam predovšetkým pre rozvojové krajiny.

V *Gaudium et spes* sa, žiaľ, ešte o tvorbe kapitálu hovorí nedostatočne, čo sa však, ako sa zdá, odstránilo v *Sollicitudo rei socialis*. V novšom vývoji katolíckeho sociálneho učenia citeľne badať, že hospodárske zákony sú pod oveľa silnejším drobnohlľadom. Kardinál Ratzinger nedávno konštatoval: „Morálka, ktorá si myslí, že môže preskočiť odbornosť hospodárstva, nie je morálkou, ale moralizmom, teda protikladom morálky. Odbornosť, ktorá si myslí, že sa zaobíde bez étosu, je zaznávaním skutočnosti človeka a je teda neodbornosť.“ Už v *Quadragesimo anno* (43) sa zdôraznilo, že hospodárske zákony naznačujú, ktoré stanovenia cieľov sú možné a ktoré nemožné. Aj II. vatikánsky koncil uznáva existenciu takýchto hospodárskych zákonov.

Z dejín, akú úlohu mal podnikateľ v katolíckom sociálnom učení, a tie boli plné zmien, plynie ako záväzok pre podnikateľa, aby svoju úlohu chápal vedome zodpovedne v zmysle všeobecného blaha, k čomu patrí aj jeho humánna zodpovednosť za ľudí, s ktorými má niečo do činenia. Kresťanský podnikateľ nepokladá za správnu ani prehnajú individualistickú vlastnú zodpovednosť bez akejkoľvek štátnej intervencie, ani kolektivistický štát so starostlivosťou o verejné blaho. K jeho zodpovednosti patri aj starosť o jemu zverených ľudí. Neodkladné humánne ciele podnikateľského hospodárstva nemožno síce dosiahnuť na náklady funkčne zdatného hospodárstva. Humánnosť a funkčná zdatnosť hospodárstva sa však natrvalo nevyučujú, ale spájajú. To prijíma a uznáva aj moderný podnikateľ ako posolstvo katolíckeho sociálneho učenia, že človek je dôležitejší ako kapitál.

Pre Cirkev plynie z jej vlastného učenia, že podnikateľa nemožno nahradiť socialistickým funkcionárom. Z pohľadu všeobecného blaha silnejšie trhovú hospodárstvo potrebuje podnikateľa podľa svojich vlastných zákonov. Ono však nie je „hospodárstvo podnikateľa“ v tom zmysle, že podnikateľ dominuje, pretože je do systému zapojený súťažou a otvorenými trhmi.

VI. OBRAZ PODNIKATEĽA VZDIALENÝ OBRAZ, BLÍZKY OBRAZ A VLASTNÝ OBRAZ

V takmer všetkých priemyselných spoločnostiach dnes existujú viac alebo menej rozsiahle sociologické výskumy, ktoré sa zaoberajú obrazom podnikateľa v spoločnosti. Pohľad verejnosti vo všeobecnosti nie je pozitívny. Súvisí to, ako už bolo skôr konštatované, aj s tým, že jeho činnosť nie je názorná a nechápe sa. K tomu pristupuje ľavicová agitácia, ktorá si z podnikateľa vytvára hlavný cieľ svojej spoločenskej kritiky, z čoho vzniká jeho rozbíjačský obraz, ktorý sa znázorňuje ako vykorisťovateľ, ziskuchtivec, nadháňač cien. To, že z praktických ekonomických dôvodov musí v celkovom záujme tak často povedať svoje „Nie“, mu tiež nepridá na obľube.

Ako teda presnejšie vyzerá tento obraz v zrkadle sociologickej analýzy? Výskumy ukázali, že je účelné, nehovoriť vo všeobecnosti o „obrazu podnikateľa“, ale rozlišovať jeho rôzne podoby. Medzi sociológmi sa stala populárnou dištančná hypotéza od Schmöldersa, ktorá rozlišuje medzi vzdialeným obrazom podnikateľa a blízkym obrazom podnikateľa. Schmölders: „Zatiaľ čo pri vzdialenom obraze v prvom rade ide o viac alebo menej neopätovaný masovo psychologický stereotyp, individuálny blízký obraz podnikateľa obsahuje vlastné skúsenosti, ktoré jednotlivec nazbieral v kontaktoch s konkrétnymi podnikateľskými osobnosťami.“ Za platnú sa pokladá výpoveď dištančnej hypotézy, podľa ktorej blízký obraz vlastnom šéfovi je diferencovanejší, ale tendenčne aj pozitívnejšie hodnotený ako stereotypný vzdialený obraz podnikateľa.

V Nemeckej spolkovej republike sa dokázalo, že medzi obrazom podnikateľa a veľkosťou podniku je úzka súvislosť. Vo veľkopodnikoch sa prieskumoch častejšie spomínajú negatívne vlastnosti podnikateľov. Svoje miesto tu určite má aj rozdiel medzi blízkym a vzdialeným obrazom: Odstup zamestnanca od jeho najvyššieho šéfa, ktorého vidí ako podnikateľa, je vo veľkopodniku spravidla väčší, vzťah anonymnejší ako malom a v strednom podniku. Pre početné veľké podniky bolo toto zistenie podnetom k zlepšeniu vzťahu medzi špičkou a základňou, a to formou silnejšej decentralizácie alebo intenzívnejšou komunikáciou. Nie nedôležitým je poznamenať, že aj úvahy o rentabilite a šetrení nákladov vedú k starostlivosti o ľudí v podniku. A tak pokus veľkopodnikov zlepšiť blízký obraz podnikateľa nie je nijakým unáhleným samoučelom, ale časťou moderného vedenia podniku. Fyziológia, psychológia práce a psychológia podniku už dávno dokázali, že sa vyplatí v podniku rozmanitým spôsobom zohľadňovať fyzické a psychické danosti ľudí. V Nemeckej spolkovej republike sa vzdialený obraz podnikateľa v posledných rokoch zlepšil, v neposlednom rade azda aj v dôsledku rastúceho blahobytu, ku ktorému podniky a podnikatelia prispeli od roku 1948 rozhodujúcou mierou. To, že vo väčšine rozvojových štátov je obraz podnikateľa veľmi negatívny, súvisí s tým, že v spoločenských poriadkoch týchto krajín prevláda štátny dirigizmus. Skutočný, tvorivý podnikateľský duch takmer nepôsobí a namiesto neho sa uľahčuje hromadenie bez rizikových ziskov.

Popri spomínaných rozdieloch medzi vzdialeným a blízkym obrazom existujú v sociologických výskumoch aj ďalšie zaujímavé špecifikácie.

Okrem cudzieho obrazu, ktorý majú o podnikateľovi iní, alebo o ktorom sa domnieva podnikateľ pri iných, existuje ešte sebaobraz, ktorý má podnikateľ o sebe samom a domnelý sebaobraz, ktorý predpokladajú iní pri podnikateľovi, že si seba samého takto predstavuje.

Sebaobraz podnikateľa je samozrejme spravidla pozitívny. Z toho plynie aj veľmi výrazná spokojnosť s povolaním. Oproti tomu je domnelý cudzí obraz o podnikateľoch negatívnejší

ako skutočný cudzí obraz, ktorý vyplýva z prieskumu. Domnienka podnikateľov o spoločenskom hodnotení ich činnosti a názoroch verejnej mienky je tendenčne pesimistická.

V roku 1983 bolo 60 percent robotníkov a zamestnancov v Nemeckej spolkovej republike spokojných so svojim šéfom (*blízky obraz*), iba 19 percent sa na nich zlostilo a 15 percent sa zdržalo hodnotenia. Či už bol úsudok o šéfovi pozitívny alebo negatívny, takmer nikto sa s ním nechcel vymeniť a dokonca to robiť lepšie.

Pre vzdialený obraz v Nemeckej spolkovej republike platí, že od roku 1950 dlhý čas rástol počet tých, ktorí poznajú a uznávajú význam podnikateľa pre fungovanie trhovo hospodárskeho procesu. Najnovšie, s príchodom nových generácií, ktoré už nezažili biedu povojnového obdobia a jej úspešné prekonanie trhovým hospodárstvom, zjavne vzrástol počet tých, ktorí podnikateľa vidia ako vykorisťovateľa a to najviac medzi 16- až 29- ročnými s vyšším vzdelaním. Uplatňuje sa tu lavicový ideologický vplyv školskej a univerzitnej výchovy.

Zaujímavý je aj výsledok výskumu (1983) o vplyve podnikových sociálnych dávok na obraz podnikateľa. Podľa toho je 64 percent robotníkov a zamestnancov vo firmách spokojných so svojimi šéfmi, a to napriek nízkym sociálnym dávkam. V podnikoch s veľkými sociálnymi dávkami je to 61 percent. V týchto číslach sa opäť odzrkadľuje negatívny vplyv veľkopodnikov, ktoré majú spravidla vyššie sociálne výdaje.

Ideálnym typom podnikateľa je síce na verejnosti ten, ktorý ich rozdeľuje čo najviac. Podľa sebachápania podnikateľov však takúto politiku možno iba podmienenčne zladit' s ich vlastnou funkciou. Nijaký podnikateľ nemôže obstať v súťaži iba so sociálnym postojom a náklonnosťou k pracovníkom. Zjavne to už pochopili aj mnohí pracovníci, predovšetkým malých podnikov.

V Spojených štátoch, kde manažéri a Top-manažéri zastávajú všeobecne uznávanú pozíciu, o ktorú je záujem, nie je vzdialený obraz podnikateľa nijakom prípade lesklý. Človek z ulice prejavuje skôr rozporný vzťah k podnikateľovi a k životu nevyhnutnému zhromažďovaniu kapitálu. Tvrdí sa, že v porovnaní k úpadku vierohodnosti, ktorý postihol všetky inštitúcie, obraz obchodného sveta na tom utrpel najviac. Šťasti sa to novšej literatúre odráža v obraze podnikateľa a manažéra a v oblasti zábavy, kde sa vytvorilo šablónovité kliše bezohľadného, panovačného, závistlivého a morálne pochybného podnikateľa. Ako príklad môžu poslúžiť medzinárodne rozšírené Dallas a Denver filmy. Tento negatívny obraz podporujú predovšetkým lavicoví intelektuáli, mimochodom aj cirkevných kruhoch, ako to ukázal pastiersky list amerických biskupov hospodárstvu (1986). Protipólom k týmto názorom je skutočnosť, ktorú v USA zistili na základe početných výskumov, že totiž americká verejnosť, včítane odborov akceptuje zisk ako nevyhnutnú súčasť trhovo hospodárskeho systému. Priemerný občan si o sebe myslí, že má vyvážený vzťah medzi súkromným podnikateľom a ziskom. Vo svojich sympatiách však rozlišuje medzi malými a veľkými podnikmi. Veľké vidí kritickejšie a s viacerými výhradami.

Ak človek pátra po príčinách mnohých nevraživosti a urážok podnikateľov, a to aj sociálne zodpovedne konajúceho podnikateľa, tak zistí, že vo všetkých krajinách zohrávajú zvláštnu úlohu intelektuáli.

V mnohých krajinách majú učitelia všetkých typov škôl, včítane vysokých, iba nepatrné znalosti o hospodárskom poriadku a jeho funkčnosti. Podnikateľ sa prakticky vo všetkých marxistických predstavách chápe ako vykorisťovateľ a nadháňač zisku. Intelektuáli všetkých

odtieňov často kritizujú existujúce pomery bez akejkolvek odbornosti a bez ochoty prijať ponúkané vecné informácie.

Tak napríklad na amerických colleges (*fakultách*) sa používajú prevažne učebnice, ktoré sú v najhoršom prípade antikapitalistické a v najlepšom prípade rovnostárske a intervencionistické. Treba tu spomenúť predovšetkým učebnicu Paula Samuelsona, ktorá bola rozšírená vo viacerých miliónoch exemplárov. Je síce pravdou, že nie všetky učebnice a nie každé vyučovanie na amerických fakultách je ideologicky podfarbené, avšak ťažisko vyučovania a kníh je ľavičiarске.

Napriek široko koncipovaným politickým útokom na slobodné podnikateľstvo, predsa len masy v Spojených štátoch ľavicových intelektuálov politicky takmer nepodporujú.

Podobné ľavicové tendencie možno badať aj v iných priemyselných krajinách. Títo intelektuáli iba dokazujú svoju neznalosť ekonomických súvislostí a zákonností. Bojujú síce proti zisku podnikateľov, sami sa však vytrvalo snažia nájsť čo najlepšie odbytové podmienky pre svoje spisovateľské a umelecké produkty. Veľký počet intelektuálov v slobodnom svete je nemysliteľný bez hospodárskeho systému, ktorý vytvára potrebný nadbytok pre ich zábavu.

Z analýz obrazu podnikateľa sa zjavne kritickými až negatívnymi tendenciami aby sa podnikatelia mali viac ako doteraz poučiť a na verejnosti zosilniť pozitívny výklad o svojej činnosti. Rozšírenou vlastnosťou podnikateľov je nízka publicistická aktivita. Práca objednaných „expertov“ tu nevystačí. Podnikateľ musí byť pripravený aj sám vystúpiť pred verejnosťou a angažovať sa spoločensko-politicky. K tomu patrí v neposlednom rade aj ochota prijať na miestnej, regionálnej alebo národnej úrovni čestné úrady a spolupracovať nielen vo vlastných profesných organizáciách, ale aj charitatívnych, cirkevných, kultúrnych, športových a spoločensko-politických. Námietka „Nemám čas!“ môže v niektorých prípadoch presvedčiť. K úlohám podnikateľa patrí racionálne organizovať aktivity vo svojom podniku. To zahŕňa aj rozvážnu organizáciu vlastnej práce a času, ktorý nato potrebuje. Často pozorované rozptyľovanie a sklon mnohých podnikateľov starať sa o príliš veľa detailov, namiesto toho, aby delegovali, nie je zriedkavo jedným z dôvodov nedostatku času. Ďalší dôvod v niektorých prípadoch spočíva v tom, že ekonomický rast moci sa uprednostňuje zbieraním mandátov v dozorných radách v hospodárstve, a to formou čestných úradov.

Pre podnikateľa existuje veľa možností, ako si zlepšiť vlastný obraz vo verejnosti, len je potrebné ich využiť.

VII. MODERNÝ PODNIKATEĽ TEÓRIA A PRAX PODNIKATEĽSKEJ AKTIVITY

Ekonomické a etické požiadavky, ktoré sú kladené na podnikateľskú aktivitu, sú mnohostranné. Podnikateľ má úspešne viesť svoj podnik, tzn. má zásobovať trh stále novými výrobkami a službami, a to za čo najnižšie ceny. Vyžaduje si to inovačné myslenie a aktivitu, pričom sa nevyhnutne zohľadňujú aj náklady. Na jeho činnosť je však potrebné klásť aj etické meradlá. Nejde tu iba o viac a lepšie výrobky, o obrat a zisk, ide aj o to, aby pri svojej aktivite bral do úvahy mravné normy. Management-étos znamená vôľu podnikateľa a jeho vedúcich kádrov viesť podnik podľa etických, tzn. hodnotových kritérií. To implikuje sociálne zodpovedné konanie, ktoré zohľadňuje a podporuje etické hodnoty kultúrneho okruhu, ku ktorému podnikateľ patrí.

S trochou nadsádzky možno povedať, že pri étose, ktorý sa očakáva od podnikateľa, ide v najširšom slova zmysle o pravý pomer medzi ziskom a všeobecným blahom. Manfred Spieker konštatuje: „Všeobecné blaho je odkázané na podnikateľa. Nielen industrializácia vďačí za svoje začiatky podnikateľovi, že prírodovedecké poznatky pretvorila do technických vynálezov a racionálnych výrobných metód.“ Kvôli racionálnosti hospodárskej aktivity sú podniky vytvárajúce zisky predpokladom všeobecného blaha. Vlastnosťami podnikavého človeka sú:

- *schopnosť a ochota prevziať iniciatívu, rozhodovať sa,*
- *zobrať na seba námahu,*
- *riskovať,*
- *poznať trhy a ich vývoj,*
- *usilovať sa o inovácie,*
- *viesť ľudí*
- *zvlášť nadchýnať spolupracovníkov a koordinovať ich prácu.*

Očakáva sa schopnosti a ochota k sociálne znesiteľnej komunikácii s inými ľuďmi spolupracovníkmi, zákazníkmi, dodávateľmi, kolegami a konkurentmi, podnikovými radami a odbormi.

Aby sa schopnosť podnikateľa mohla rozvinúť do podoby úspešného vedenia jeho podniku, je však potrebný rad spoločenských, právnych a politických rámcových podmienok, ako sme to už videli pri opise sociálneho trhového hospodárstva, ktoré však on sám nemôže stanoviť.

V praxi určite zriedkavo nájdeme ideálneho podnikateľa. Medzi jeho ekonomickými a etickými požiadavkami často vznikajú napätia. V nasledujúcej časti budeme hovoriť o niektorých ohrozeniach podnikateľa, ale aj o jeho úsilí priblížiť sa k ideálnym požiadavkám.

1. Konkurenčný tlak

Trhové hospodárstvo žije z výkonnostnej súťaže podnikateľov. Podnikateľský tlak je vzpruhou k neustále lepšiemu výkonu, s cieľom presadiť sa proti konkurencii. Výkonnostne slabí podnikatelia sa vylučujú z trhu, ich podniky idú do konkurzu. Preto je pochopiteľné, že mnohí podnikatelia sa usilujú o manipuláciu štruktúr trhu. A tak sa títo ľudia pokúšajú nielen zlepšiť vlastné výrobné výkony, ale nachádzajú aj stratégie, ktoré ich majú chrániť pred rizikom konkurencie. Patria k tomu aj utajovanie výrobných metód, patenty, múdra diferenciacia palety výrobkov, reklama. Tieto metódy môžu byť eticky prijateľné. Nie zriedkavo sa však vyskytujú aj prípady, keď dohovorom medzi konkurentmi sa ceny držia

nad vlastnou úrovňou súťaže. K tomu majú sklon predovšetkým podnikatelia s homogénnym tovarom, ako je cement, tehly, štrk, uhlie, oceľ.

Z tohto dôvodu preto existujú početné trhy, na ktorých prevláda iba nedokonalá súťaž. Moderný vývoj k neustále diferencovanejšiemu výrobkom a službám však nahľadáva aj tieto trhy a sťažuje tým manipulácie so súťažou.

Všetky postupy, ktoré ovplyvňujú pravidlá súťaže, sú principiálne povážlivé. Ale pokušenie k takýmto chybným postojom je veľké. Rapke kedysi povedal: „Trhové hospodárstvo je ‚požieračom morálky‘, pokiaľ proti početným pokušeniam, ktorým je podnikateľ vystavený, spätne nepôsobí zodpovedajúci poriadok a zákonodarstvo“: zákony proti obmedzovaniu súťaže (*kartelové právo, kontrola fúzie, antitrustové zákony*), pracovné právo, sociálne právo. Štát sa tu vyzýva, aby zabezpečil systémovo konformné rámcové podmienky, ktoré si vynucuje aktivita podnikateľa, skutočne zameraná na trh. Aj princíp *pacta sunt servanda* patrí k predpokladom funkčného trhového hospodárstva. Štátne regulácie však musia byť systémovo oprávnené, tzn. nesmú falšovať súťaž. V tomto zmysle je potrebné chápať aj výrok slávneho katolíckeho sociálneho vedca Oswalda von Nell-Breuninga, že najlepší ekonomický systém je ten, ktorý vyžaduje najmenšie morálne úsilie.

Už Schumpeter upozornil, že tendenčne každý podnikateľ vytláča svojich konkurentov z trhu a ohrozuje tak trhový mechanizmus, ktorého výkonnosťná schopnosť žije z veľkého počtu konkurentov. Schumpeter však poukazuje aj na to, že neúplná konkurencia môže mať v niektorých prípadoch podstatné výhody pre hospodársky rozvoj. Často sa tvrdí, že podnikatelia sa vyhýbali súťaži a prostredníctvom zmanipulovaných trhov sa pokúšali dosiahnuť neoprávnené monopolné zisky. To je síce v jednotlivých prípadoch možné; jednako len je dôležité, aby sa v reálnom živote porušenia súťaže nestali pravidlom. Prevažná väčšina podnikateľov sa však súťaži dennodenne podriaďuje. Iba to totiž umožnilo aj veľké úspechy trhového hospodárstva v početných západných krajinách.

2. Dirigistické pokušenia

Dirigistické hospodárske pokušenia sú také, v ktorých štát bezprostredne usmerňujúco zasahuje do hospodárskeho procesu. Môže sa to diať rôznym spôsobom:

- *štátnym stanovením pevných cien namiesto trhových cien,*
- *pridelením kvót pre suroviny alebo dovoz,*
- *stanovením pevných miezd, koncesiami na určité výrobky, povolením činností podnikov.*

Všetky tieto dirigistické opatrenia bránia slobodnej súťaži a uprednostňujú tých, ktorí požívajú štátnu podporu. Pretože súťaž, plná rizík, neexistuje, môžu užívatelia tohto dirigistického systému očakávať bez ekonomického úsilia ľahké zisky. Takýto systém bráni hospodárskemu rastu, ale pre mnohých podnikateľov je veľkým pokušením. Iba tak si totiž možno vysvetliť, že predovšetkým v mnohých rozvojových krajinách takzvaní podnikatelia, ktorí si takéto označenie vlastne vôbec nezaslúžia, nevystupujú proti štátnemu dirigizmu. To všetko ukazuje, že vytvorenie trhového hospodárskeho systému je v prvom rade politickou úlohou.

Predvídavi, múdri a zodpovední podnikatelia podporujú takéto ako sa to dialo po poslednej vojne v mnohých krajinách Európy.

3. Tieňové hospodárstvo

V takmer všetkých krajinách existuje v rôznom rozsahu takzvané tieňové hospodárstvo, nazývané aj čierny trh. Sú to hospodárske aktivity, ktoré sa odohrávajú mimo zákonného rámca krajiny. Dôvodom týchto činností je takmer vždy nerozumne vysoké daňové zaťaženie ziskov, ktorým sa trestá súkromná iniciatíva namiesto toho, aby sa odmeňovala. Ale aj nadmerné byrokratické predpisy môžu ochromovať súkromnú iniciatívu, ktorá potom hľadá ventil v tieňovom hospodárstve. A práve to prirodzene platí pre merkantilisticko-dirigisticky organizované národné hospodárstvo. Realita tieňových hospodárstiev poukazuje na to, že existuje veľký, oficiálnym hospodárstvom nevyužitý potenciál tvorivých podnikateľských iniciatív. Zaujímavým príkladom je tieňové hospodárstvo v Peru. Podrobne ho opísal Hernando de Soto vo svojej knihe *El otro sendero*, ktorá vzbudila veľký záujem — predovšetkým v Latinskej Amerike.

Toto neformálne hospodárstvo je spontánnou a tvorivou odpoveďou ľudu na neschopnosť merkantilisticko-dirigisticky organizovanej štátnej hospodárskej politiky. Náklady na legálny byrokratický postup povolenia čo len malého podniku sú pre normálneho občana so skromnými príjmami neúnosné. V príklade z roku 1983 trval povoloňovací proces 289 dní; náklady činili 32- násobok minimálnej mesačnej mzdy. Ešte náročnejšie bolo legálnou cestou získať dom. Ak by skupina rodín s nízkymi príjmami žiadala od štátu pozemok a chcela by si postaviť byty, tieto rodiny by potrebovali takmer sedem rokov, aby prešli slalom cez všetky ministerské a komunálne inštitúcie. Dokonca na povolenie prevádzky jednoduchého pouličného stánku je u príslušných byrokratov potrebných 34 dní námahy.

Svojou knihou de Soto ukazuje, že v čase jeho výskumu (1983) Peru de facto nemalo nijaké trhové hospodárstvo. Až ilegálna svojpomoc obyvateľstva rozvinula pomocou čierneho trhu nábeh k trhovému hospodárstvu. Autor nazýva oficiálne hospodárstvo merkantilizmom a chce tým povedať, že štát kladie väčší dôraz na prerozdelenie národného bohatstva v prospech privilegovanej elity, ktorá je s touto mocou úzko spojená, ako na vytvorenie nového bohatstva: jednostranné rozdelenie namiesto rastu. Denne vzniká takmer 70 nových nariadení. Počet hospodárskych zákonov a nariadení je údajne vyšší než pol milióna, pričom zhruba iba jedno percento vydal parlament a zvyšok výkonné orgány.

Čierny trh je odpoveďou más na tento neefektívny a nespravodlivý systém. Ľudia nedbajú na legálnosť. Idú do ulíc a predávajú, čo môžu, otvárajú obchody, stavajú domy na nevyužitých pozemkoch. De Soto neidealizuje neformálny trh. Naopak, ukazuje ťažkosti a nebezpečenstvá takéhoto ilegálneho hospodárstva, ktoré nemôže plánovať do budúcnosti a ktorému chýba ochrana zákonom.

Opísaný vývoj začal, keď po roku 1940 sa stále viac vidieckeho obyvateľstva hrnulo do miest, tam však nenašlo ani byt, ani prácu. V roku 1940 bývalo 9 percent peruánskeho obyvateľstva v Lime, v roku 1981 to bolo 26 percent. Pristáhovalci čoskoro spoznali, že majú šancu žiť iba v ilegalite, tam aj obchodovať (*trade*), vyrábať, transportovať, konzumovať. Táto ilegalita nebola kriminálnou. Bola svojpomocným aktom, na dosiahnutie legálnych cieľov: výstavby bytov, poskytovania služieb alebo rozvoja obchodu. Peru sa stalo krajinou, v ktorej 48 percent aktívneho obyvateľstva a 61 percent pracovných hodín vytváralo 39 percent hrubého sociálneho produktu vo sfére čierneho obchodu. V detailnej štúdii de Soto popisuje vznik a fungovanie neoficiálneho trhu s bytmi, neoficiálneho obchodovania a neoficiálneho dopravného systému. V Lime sa v roku 1982 nachádzalo 43 percent bytov na neoficiálnych sídliskách. Značnú ekonomickú úlohu zohrávajú aj pouliční predavači. V roku 1986 sa ich v Lime napočítalo 91 455 a väčšina z nich pracovala ilegálne. V doprave bolo v roku 1984 v

hlavnom meste 91 percent všetkých vozidiel, ktoré sa používali v hromadnej preprave, v ilegálnej prevádzke.

Čo to všetko má do činenia s našou témou podnikateľ? Akcie svojpomoci byrokratizmom utláčaného obyvateľstva dokazujú, že rezervoár kreatívnych síl je veľký. K rozvoju produktívnych hospodárskych síl, ako sa to stalo v Peru, patri odvaha, ochota riskovať, iniciatíva a bohatstvo nápadov. Sú to podnikateľské sily, ktoré sa tu prejavujú. Ideálnym a želateľným však takýto ilegálny núdzový stav nie je. Jeho produktivita a jeho schopnosť využívať technický pokrok sú nižšie, než by mohli byť za legálnych podmienok. Dôležitú úlohu tu zohráva neexistencia všeobecnej právnej istoty, ktorá je charakteristickým znakom usporiadaného, stabilného štátu a predpokladom funkčného trhového hospodárstva.

Peru nie je nijakým nasledovaniahodným príkladom. Ale ukazuje, aké podnikateľské sily sa môžu mobilizovať v usporiadanom trhovom hospodárstve.

A to je aj povzbudzujúca skúsenosť pre obyvateľstvo východnej Európy, ktoré sa rozhodlo namiesto doterajšieho centrálne riadeného plánovaného hospodárstva vybudovať slobodný, trhovými cenami usmerňovaný hospodársky poriadok.

4. Problémy životného prostredia

Neohraničené využívanie životného prostredia ako haldy odpadkov a ako výrobný faktor sa iba pred niekoľkými málo rokmi pokladalo za samozrejmosť.

Do vzduchu sa bezstarostne vypúšťali plynné odpadové produkty (*dymové splodiny a výfukové plyny*). Špinavá, oteplená a otrávená voda sa odvádzala do riek a mori. Nahromadili sa obrovské haldy s často jedovatými látkami. Medzitým sa už našťastie spoznala obmedzená zaťažiteľnosť životného prostredia. Aj tu platí hospodársky zákon nedostatku. Často sa podnikateľom vyčíta, že sú voči problematike životného prostredia nechápaví, že sú vlastne hriešnikmi.

Tento úsudok však zaznáva situáciu. Pokiaľ sa životné prostredie využíva bez nákladov, potom z myšlienok súťaže plynie jeho neviazané využívanie a upúšťa sa od nákladných opatrení na jeho ochranu. Početní podnikatelia medzitým už určite pochopili, že aj konštruktívna politika okolo životného prostredia patri k ich spoločensko-politickej úlohe. Ukazuje sa to často tak v drahých jednotlivých opatreniach mnohých podnikateľov, ako aj, a to celkom zvlášť v tom, že podnikatelia a ich zväzy podporujú úsilie štátu pri presadzovaní techniky, ktorá šetri životné prostredie. Trhovohospodársky systém je úplne schopný riešiť ekologické problémy, a to zodpovedajúcou formou trhovokonformných zákonných regulácií. Akonáhle sa už totiž životné prostredie nemôže bezplatne využívať, je možné jeho zaťaženie regulovať cenami. Pritom je však dôležité spoznať, že aj spoločnosť musí byť skutočne ochotná riešiť tieto problémy. To v praxi znamená že mnohé výrobky musia byť drahšie a že sa musí upustiť od viacerých produktov (*obalového materiálu, pohonného plynu*) a pohodlia (*fľaše na jednorazové použitie*).

Pre zodpovedne konajúceho podnikateľa tu často vzniká nepríjemný problém, ktorý sa väčšinou dá riešiť iba pomocou zákonných rámcových podmienok. Rozhodujúce však je, že sociálne trhové hospodárstvo je principiálne v stave riešiť aj ekologické problémy.

5. Vedenie Pudi

Klasickými podnikateľskými funkciami sú optimálne kombinácie výrobných faktorov rentabilne pracujúceho podniku, kontrola nákladov a hľadanie inovácií. K tomu však dnes

pristupuje dôležitá úloha, totiž vedenie ľudí. Toto nie je v prítomnosti len humanitárnou výzvou, ktorá sa už pred rokmi označovala heslom „Človek v podniku“, ale — ako sa medzitým spoznalo — aj dôležitou prevádzkovohospodárskou úlohou.

Vedenie podniku je z veľkej časti aj vedením ľudí, ktoré sa odráža v štýle riadenia, ktoré by malo podporovať výkon. To sa však podarí vtedy, ak sa zohľadní aj pocit vlastnej dôstojnosti ľudí, ktorí pracujú v podniku. Ľudia nie sú stroje ani nijaké neživotné šachové figúry. Preto voľakedy rozšírený autoritatívny štýl vedenia nachádza dnes čoraz menej prívržencov, aj keď od príkazov (*rozhodnutí*) a uposlúchnutí (*vykonania*) nemožno upustiť. Rýdzo autoritatívne správanie často nevedie k práve žiadanému výkonu. Preto sa v novších časoch presadzuje kooperatívny štýl vedenia. Popri odbornej kompetencii musí podnikateľ disponovať komunikačnou schopnosťou. Kooperatívny štýl vedenia eticky vychádza z toho, že pracovník podniku je vážený ako človek, takže sa môže cítiť ako prináležiaci a spoluzodpovedný. Dôležité je, aby si podnikateľ získal dôveru svojich pracovníkov.

Znamená to:

- *nikdy nesľúbiť nedodržiateľné,*
- *vždy dodržať sľúbené,*
- *radšej mlčať ako tvrdiť nepravdu.*

K tomuto mysleniu v kooperatívnych kategóriách neviedli najprv etické úvahy, ale skôr myšlienky o rentabilite a šetrení nákladov. Ukázalo sa totiž, že sa vyplatí v podniku zohľadňovať fyzickú a psychickú svojrásnosť človeka.

Múdry a zodpovedný podnikateľ vie, že jeho hospodársky úspech nezáleží iba na strojoch, ale v celkom zvláštnej miere aj na ľuďoch, ktorí pracujú v podniku. Toto sa však nesmie zamieňať so sentimentálnym sociálnym myslením podnikateľa. Lebo iba so sociálnym postojom a náklonnosťou k pracovníkom nemôže v súťaži obstáť nijaký podnikateľ. Čo sa tým myslí, je v modernom podniku charakterizované sloganmi

- *informácia a motivácia pracovníkov,*
- *komunikácia vo vnútri a medzi rovinami vedenia,*
- *delegovanie zodpovednosti,*
- *podpora tímovej práce,*
- *humanizácia a flexibilita pracovných miest ako aj,*
- *nepretržité vzdelávanie pracovníkov.*

Moderné vedenie podniku predpokladá myšlienkovú súčinnosť vedených. Hanns Martin Schleyer, vtedy prezident nemeckých zamestnávateľov, raz povedal: „V spoločenskom procese, ktorý nazývame vedenie, vôľový impulz, udávajúci smer, už viac nemôže vychádzať iba jednostranne zhora nadol. Prednosť musí určite zostať na mieste, z ktorého iniciatíva vychádza. Ale v tomto postupe by vedení nemali zotrvať iba pasívne. Ich účasť na tvorbe vôle, ktorá vedie k úspechu, je žiaduca.“

Aj keď je pravda, že sociálno-etické správanie podnikateľa je želateľné, ba dokonca sa vyžaduje, predsa len existujú objektívne prekážky, ktoré bránia vždy a v každom prípade zohľadňovať v podniku ľudský faktor. Stojí tomu v ceste väčšinou nevyhnutné odcudzenie a technicky podmienené zvecnenie v prevádzke. Napriek najlepšej vôli podnikateľ často nemôže v záujme konkurenčnej schopnosti upustiť od racionalizácie a mechanizácie. V konkrétnom prípade sa tu podnikateľ musí rozhodnúť podľa svojho svedomia. Zodpovedné vedenie ľudí nie je nijakou maličkosťou. Je však nevyhnutné v záujme podniku a jeho

pracovníkov. Eticky orientované konanie sa podľa Maxa Webera môže zakladať na etike charakteru („*Gesinnungsethik*“) alebo etike zodpovednosti („*Verantwortungsethik*“). Ten podnikateľ je etikom z hľadiska zodpovednosti, ktorý vie, že sa musí zodpovedať za predvídateľne dôsledky svojej aktivity.

Prednedávnom zverejnil Zväz katolíckych podnikateľov (*BKU*) principiálne myšlienky k tvorivým úlohám podnikateľa v modernom svete práce. Podľa dokumentu patria k tomu všetky úsilia a procesy, ktoré stvárajú ľudskú prácu tak, aby sa dôstojnosť a rozvoj osoby zosúladi s cieľmi rodiny, podniku a štátu. Nové možnosti k tomu poskytujú novinky hospodárstve, technike a spoločnosti. Otvárajú možnosti, lepšie než doteraz vyjsť v ústrety mnohým ľuďom v ich zmenených postojoch a oprávnených želaniach.

Dôležitými predpokladmi sú diferencovanie a flexibilita. Odklon od kolektivistických jednotných regúl, príklon k väčšej samostatnosti a možnosti spolu dotvárať jednotlivca a malé skupiny zodpovedajú princípu subsidiarity katolíckej sociálnej náuky. Súčasne znamenajú pokrok v rozvoji sociálneho trhového hospodárstva: subsidiarita vytvára základňu pre väčšiu slobodu a zodpovednosť.

6. Kultúra podniku

V Severnej Amerike a v Európe sa už niekoľko rokov vo zvýšenej miere teórii a praxi diskutuje na tému kultúra podniku. Pod týmto trochu nejasným pojmom sa síce chápe všeličo, východiskom je však predstava kultúrneho sveta ako ľudského sveta. Rozličným spôsobom sa preto pokúša zmeniť reálne podnikanie tak, aby namiesto mechanickoracionálnych pochodov vzniklo viac ľudskosti.

V Európe výraz „kultúra podniku“ nenachádza všade súhlas, pretože tu sú ľudia zvyknutí rozlišovať medzi duchovno-umelecky určenou kultúrou a prírodovedecko-technickou civilizáciou. Pojmom kultúra podniku sa chce silnejšie zdôrazniť etická reflexia a spôsoby správania sa v podniku. Pre Petra Druckera (*Die Chance des Unternehmers* (Šanca podnikateľa — prekl.) *Düsseldorf 1987*) je kultúra podniku prostriedkom k legitimovaniu podnikateľskej moci tým, že táto sa zdôvodní opravdivými predstavami hodnôt.

Mnohé z toho, čo sa už predtým povedalo o sociálnoetickej zodpovednosti podnikateľa, sa opäť nachádza v súhrnom pojme „kultúra podniku“. Predsa však netreba prehliadnuť, že výraz „kultúra podniku“ sa nie zriedkavo zneužíva tým, že sa používa ako vývesný hit pre sociálne image podnikateľa, ale bez skutočných dôsledkov pre konkrétne vedenie podniku. Zvýšenú diskusiu o kultúre podniku je napriek tomu potrebné hodnotiť zásadne pozitívne ako pokus porušiť moderné vedenie podniku. Je otázkou, aké miesto zaberajú vo vedení podniku žité a sprostredkované hodnoty a zručnosť. Sprostredkovanie zmyslu má v podniku posilniť pocit — my. Meradlom kultúry podniku je aj zaobchádzanie s penzionovanými a sociálnymi prípadmi, ako aj spôsob, ako sa rozísť s pracovníkom, ale aj ľudsky dôstojný štýl riešenia konfliktov.

Corporate Identity, ako sa v praxi najčastejšie chápe, nie je ešte nijakou kultúrou podniku, aj keď podniku môže dať prostredníctvom designu a komunikačného štýlu opäť charakteristickú podobu. Čo však Corporate Identity neumožňuje, je pre kultúru podniku rozhodujúce: nemôže sprostredkovať zmysel, mimochodom to ani nechce.

Pre kultúru podniku je navonok príznačné, ako rieši spoločenské spory. Príkladom sú spory okolo dojčenskej výživy (*Nestle*) alebo azbestu (*eternit*), ale aj problémy ekológie. Z116.1-

fly švajčiarsky manažérsky expert Hans Ulrich požaduje „dobrovolné obmedzenie pri sledovaní egoistických cieľov v prospech všeobecného blaha". V konkrétnom prípade je to možno problematické, ale zdá sa, že právom poukazuje na nevyhnutnosť aktivizovať prevzatie spoločenskej zodpovednosti prostredníctvom kultúry podniku.

Dve publikácie — Corporate Ethics: A Prime Business Asset a Successful American Companies (*In Search of Excellence*) a ich krátky rozbor ukážu, ako Američania praktizujú kultúru podniku.

Corporate Ethics

Jedna z organizácií amerických podnikateľov „The Business — Roundtable" zverejnila vo februári 1988 pod titulom Corporate Ethics: A Prime Business Asset správu o „Policy and Practise in Company Conduct". Skúmalo sa 100 spoločností. Výskum ukazuje, že početné významné americké podniky už dávno kladú dôraz na („*ethical behavior*" (etické správanie sa — prekl.), *Codes of ethics* (or conduct) (*kódexy etiky* (alebo správania sa) — prekl.) sú pomerne rozšírené. Ale až v poslednom čase sa o etických problémoch a možnostiach ich riešenia stále viac diskutuje aj na vedúcich miestach. Okrem toho sa robia zosilnené pokusy vytvoriť v podniku organizačné a štrukturálne predpoklady „for ethics policy and to ensure ethical action" (*pre etickú líniu a zabezpečenie etického konania* — prekl.). Ukázalo sa, že pri presadzovaní etickej línie v podnikoch zohráva rozhodujúcu úlohu vedenie podniku. Manažér sa musí zjavne prejaviť ako zástanca „ethical conduct" (*etického správania sa*) a byť dobrým príkladom. Táto politika sa v podnikoch zabezpečuje rôznymi spôsobmi: direktívami, policy statements (*spôsobom vyjadrovania* — prekl.), prednáškami, podnikovými novinami a praktickým konaním. Mýtus nezmieriteľného protikladu medzi etikou a ziskom sa na príklade uvedených podnikateľov pokladá za ad absurdum. Títo sú presvedčení tom, že neexistuje konflikt medzi etickým správaním sa a prijateľným ziskom. Očividne vzrastá aj presvedčenie, že v čase zostrenej súťaže je vierohodná kultúra podniku, ktorá spočíva na etickom správaní sa, dôležitým predpokladom prežitia a miery zisku podniku.

Už skôr poukázal Schmölders na náznaky širokej tendencie presadzovania „quality of life" (*kvality života*) v severoamerických podnikoch. Konkrétne opatrenia v zmysle „Corporate Social Responsibility" (*spoločenskej a sociálnej zodpovednosti*) majú dokázať že podniky sú si celkom vedomé svojej spoločensko-politickej zodpovednosti.

Správa o Corporate Ethics konštatuje, že väčšinu podnikov určuje svoje etické princípy správania pre celú organizáciu vo forme písomných dokumentov. Tieto Codes of Conduct sa síce líšia od odvetia k odvetiu, ale o nasledovných otázkach sa hovorí takmer vo všetkých prípadoch:

- *čestnosť (Honesty) a zákonnosť*
- *bezpečnosť a kvalita výrobkov,*
- *bezpečnosť a zdravie na pracovisku,*
- *konflikty záujmov a ich riešenie,*
- *pracovné zmluvy – ich konkrétne riešenie,*
- *nestrannosť v zásielkovej praxi,*
- *dodávateľské vzťahy,*
- *uzatváranie zmlúv,*
- *stanovenie cien a informácie zasväteným pri obchode s cennými papiermi,*
- *podplácanie zabezpečovania zákaziek a informácií,*
- *ochrana životného prostredia.*

Pri presadzovaní etických princípov je v podniku obzvlášť dôležitá otvorená komunikácia. Tá sa však vytvorí iba v atmosfére vzájomnej dôvery. Pri porušení etických zásad má prípadne potrestanie nasledovať diskkrétne. Cieľom nieje výchova trestom, ale príkladom a pochvalou.

Boeing nanovo koncipoval svoje „Business Conduct Guidelines“ v roku 1987. Spoločnosť má tradíciu „of Strong Commitment to Ethical Management“ (*prísneho zaviazania sa etickému managementu*). Vedenie vyvinulo z vlastnej iniciatívy efektívny etický program, ktorý sa osvedčil v ťažkých situáciách spoločnosti. Top-management (*vrcholové vedenie*) sa musí postarať o to, aby aj vedúci oddelení a sesterských spoločností podporovali program „ethical conduct“.

Firma General Mills je presvedčená o nesmiernej dôležitosti dobrej obsluhy spotrebiteľa. Používanie etických princípov uvedenou firmou a akceptovanie konzumentov nie sú podľa jej názoru nijakým protikladom, ale dvoma stranami tej istej mince.

Hewlett Packard (*HP*) kladie tiež zvláštny dôraz na etické správanie sa svojich pracovníkov. Charakteristickou je výpoveď istého vedúceho pracovníka: „It is not easy to get fired around HP, but you are gone before you know it, if it is an ethics issue.“ (*V HP sa príliš rýchlo neprepúšťa, ale keď sa jedná morálku, za bránou si skôr, ako sa nazdáš — prekl.*).

Aby sa hodnoty a etický štandard udržiavali v podniku živé, musí sa neustále na to poukazovať v príhovoroch, rozhovoroch, v správach pracovníkom.

Spoločnosť Norton má od roku 1976 „Ethics Committee of the Board of Directors“ (*Etický výbor v úrade riaditeľov*). Tento výbor má byť signálom, aby sa Code of Conduct bral vážne. V ťažkých prípadoch podporuje management a v sporných prípadoch sa stará o objektivitu. Predseda to charakterizuje: „Management must use the board committee as a kind of Damocles sword, hanging over the operations at all times, ready to arbitrate at a moments notice“. (*Management sa musí v úrade výboru využívať ako druh Damoklovho meča, ktorý vždy visí nad operáciami a je schopný rozhodovať na momentálny podnet — prekl.*).

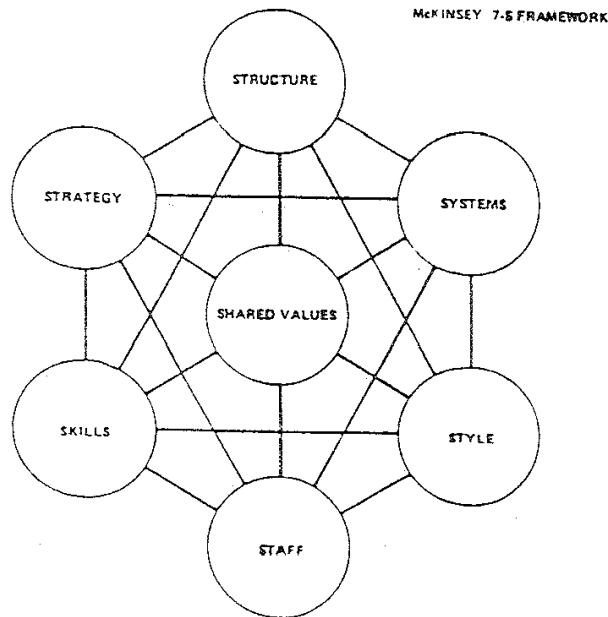
Týchto niekoľko príkladov síce nepopisuje kultúru podniku v najširšom slova zmysle, predsa však dávajú presvedčivé dôkazy o vážnom úsilí veľkých podnikov presadiť vo svojich vedeniach etické princípy.

Successful American Companies (*Úspešné americké spoločnosti*)

Peters a Waterman skúmali vo svojom bestselleri „In Search of Excellence“ (*V hľadani výnimočných výkonov*) predpoklady úspechu veľkopodnikov. Dospeli k výsledku, že optimálna súčinnosť pozostáva zo siedmich premenných veličín, totiž:

- *organizačnej štruktúry,*
- *stratégie,*
- *pracovníkov,*
- *štýlu vedenia,*
- *systémov a priebehov,*
- *spoločného hodnotového rebríčka (kultúry),*
- *zvláštneho know-how.*

Zobrazili to v 7-S-schéme, v ktorej strede je shared values.



Pre našu tému je dôležitý ústredný význam, ktorý sa pripisuje „shared values“. Nie je to nič iné ako jadro kultúry podniku. Neustále sa vyjadruje v početných konkrétnych opisoch. Zvláštna úloha pritom prináleží vzťahu vedenia podniku k svojim pracovníkom. V úspešných podnikoch sa s pracovníkmi zaobchádza ako s dospelými a ich názory sa zohľadňujú. Kreatívnym pracovníkom je ponechaný veľký priestor pre rozvoj vlastných myšlienok. Znie to síce dosť jednoducho, ale ako sa zdá, v súčinnosti s ostatnými šiestimi premennými veličinami je to už iné. Dobré vedenie ľudí je síce nevyhnutným, ale nie vždy dostatočným predpokladom pre úspešný podnik.

Predsa však shared values, presvedčivá kultúra podniku, je pre trvalý úspech moderného podniku nepostrádateľná.

Zhrňujúc možno konštatovať, že hospodársky úspech a etika nie sú v nijakom rozpore, ale skôr sa navzájom podmieňujú. Morálne orientovaná iniciatíva podnikateľa, ktorá vedome a z presvedčenia chce prispieť k spoločnému blahu, musí predchádzať štátnym predpisom. Etika spočíva na dobrovoľnosti a nie na donútení.

ZÁVEREČNÁ POZNÁMKA

Revolučné udalosti vo východnej Európe od konca roku 1989 nútia ku konštatovaniu, že hospodárska a politická sloboda sa navzájom podmieňujú. Slobodní podnikatelia a podnikanie, teda sloboda živnostníctva v najširšom slova zmysle, patria bezpodmienečne k demokracii. Podnikatelia nie sú nijakou privilegovanou kastou, ale dôležitým prvkom slobodnej spoločnosti. A toto objasniť, patrilo k želaniam autora tejto knihy.

ZOZNAM LITERATÚRY

- Bund Katholischer Unternehmer e. V.: Auf dem Weg zu einer neuen Arbeitskultur. Gestaltungsaufgaben für Unternehmer in einer veränderten Arbeitswelt. Aussagen zur 40. Jahrestagung 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. '1952.
- HAYEK, F. A.: Individualismus and 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: Sonderdruck aus Wirtschaftsfragen der freien Welt. Festgabe zum 60. Geburtstag von Bundeswirtschaftsminister Ludwig Erhard. Frankfurt: Fritz Knapp, 121-131.
- HÖFFNER, J.: Economic Systems and Economic Ethics. Guidelines in Catholic Social Teaching. Köln '1988 (= Ordo Socialis. 1).
- JOHANNES PAUL II.: Enzyklika Sollicitudo Rei Socialis. Zwanzig Jahre nach der Enzyklika Populorum Progressio. Bonn 1987 (= Verlautbarungen des 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. 3).
- OCKENFELS, W.: Kleine Katholische Soziallehre. Eine Einführung — nicht nur für Manager. Trier: Paulinus, 1989 (= Beiträge zur Gesellschaftspolitik. 31).
- OFFERMANN, T.: Das Kommunistische Manifest: Lexikon des Sozialismus. Köln: Bund, 1986, 375-377.
- PETERS, T. J.; WATERMAN jr., R. H.: 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-Verbände (UNIAPAC) 7. 5. 1949. Köln: Bachem.
- RAUSCHER, A.: Kirche in der Welt. Beiträge zur christlichen Gesellschaftsverantwortung. I-11. Würzburg: Echter, 1988.
- REDLICH, F.: Der Unternehmer als „dämonische“ Figur: F. Redlich: Der Unternehmer. Wirtschafts- und sozialgeschichtliche Studien. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1964, 44-73.
- REDLICH, F.: „Der Unternehmer“: Handwörterbuch der Sozialwissenschaften. X. Göttingen 1959.
- ROPKE, W.: Die Krise des Kollektivismus. München: Kurt Desch, 1947.
- ROPKE, W.: The humane Economy: The Social Framework of a Free Society. Chicago: Henry Regnery, 1960.
- ROPKE, W.: Civitas Humana. Grundfragen der Gesellschaft- und Wirtschaftsreform. Bern: Paul Haupt, 1979. '1944.
- ROOS, L.; WATRIN, Chr. (Ed.): Das Ethos des Unternehmers. Trier: Paulinus, 1989 (= Beiträge zur Gesellschaftspolitik. 30).
- ROOS, L. (Ed.): Church and Economy in Dialogue. A Symposium in Rome. Agostino Cardinal Casaroli. Joseph Cardinal Häffner. Joseph Cardinal Ratzinger. Pope John Paul II. Köln '1988 (= Ordo socialis. 2).
- RCEGG, J.: Unternehmensentwicklung im Spannungsfeld von Komplexität and Ethik. Bern: Paul Haupt, 1989.
- SCHLEYER, H. M.: „Das Soziale Modell“: Mahnung and Verpflichtung Hanns Martin Schleyér — Gedenkfeier and Ansprachen zum 10. Todestag. Zeugnisse eines Lebens für Freiheit and sozialen Frieden. Köln: Bachem, 1987, 49-74.
- SCHLEYER, H. M.: Unternehmer and Politik: Mahnung and Verpflichtung — Hanns Martin Schleyer — Gedenkfeier and Ansprachen zum 10. Todestag. Zeugnisse eines Lebens für Freiheit und sozialen Frieden. Köln: Bachem, 1987, 190-192.
- SCHMOLDERS, G.: Der Unternehmer in Wirtschaft and Gesellschaft: Kreativität des Handelns — Vom Ingenium des Unternehmers. Festschrift für Ludwig Eckes. Würzburg: Naumann, 1978, 127-135.
- SCHMÖLDERS, G. (Ed.): 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. A.: 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. B.: 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. Edited by Bund Katholischer Unternehmer eV. Köln '1989 (= Diskussionsbeiträge. 12).

- WEBER, M.: Politikals Beruf. Berlin: Duncker& Humblot, 1978. Reprint 1919.
- WEBER, W.: Der Unternehmer. Köln: Hanstein-Verlag, 1973.
- WEBER, W.; MESSNER, J.; RAUSCHER, A.; ROSEN, L. de: Oeconomia Humana. Wirtschaft und Gesellschaft auf dem II. Vatikanischen Konzil. Eine Veröffentlichung der Internationalen Stiftung Humanum. Köln: Bachem, 1968.
- WEBER, W.; SCHREIBER, W.; RAUSCHER, A.: Das Konzil zur Wirtschaftsgesellschaft. Pastoral-Konstitution über die Kirche in der Welt dieser Zeit. Munster: 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. I: No. 43, 21. 10. 1983, 64-84.
- Wirtschaftswoche. Das Unternehmerbild der Deutschen. II: No. 44, 28. 10. 1983, 60-66.

AUTOR:

Diplomovaný národohospodár Dr. rer. pol. Dr. h. c. Peter H. Werhahn, ročník 1913, nastúpil po svojom štúdiu do rodinného podniku Wilh. Werhahn. Pracoval ako predseda, predseda dozornej rady a člen dozornej rady v početných podnikoch rôznych odvetví: v uholnom priemysle a v priemysle stavebných hmôt, v potravinárskom maloobchode, textilnom priemysle, elektrotechnike a vo všeobecne užitočnej výstavbe bytov pre baníkov. V rokoch 1960-64 bol prezidentom Medzinárodného združenia kresťanských podnikateľov (*UNIAPAC*); je zakladajúcim členom Zväzu katolíckych podnikateľov (*BKU*).