



PODUZETNIK – ETIKA – PRAVO – POLITIKA

Dr. sc. Mile Marinčić, email: marincic.mile@gmail.com

Srednja škola Ivan Švear, Ivanić-Grad, Školska 12, HR – 10310 Ivanić-Grad

Doc. dr. sc. Mirko Smoljić, email: mirko.smoljic@vevu.hr

Veleučilište Lavoslav Ružička u Vukovaru, Županijska 50, HR – 32000 Vukovar

Javor Bojan Leš, dr. vet. med., email: gradonacelnik@ivanic-grad.hr

Gradonačelnik Grada Ivanić-Grada, Park hrvatskih branitelja 1, HR – 10310 Ivanić-Grad

Sažetak: U ovom radu autori su pokušali rasvijetliti ulogu i značenje etike za poduzetništvo i poduzetnike. U prvom dijelu rada, koristeći se Kohlbergovu ljestvicu razvoja moralne svijesti, autori su pokušali pokazati, kako se ista ljestvica može primjeniti na etiku u poduzetništvu. Na temelju takve analize, autori upućuju na odgovornost odgoja takvog poduzetnika koji će uz stručnost u svom poslu biti i etičar. U drugom dijelu rada autori su pokušali upozoriti na posebne probleme s kojima se poduzetnici svakodnevno susreću, bilo da se radi o problemima na relaciji poduzetnik država, ili poduzetnik i lokalna zajednica (gradovi, općine...). Posebnu pozornost autori posvećuju sve češćim pozivima da se poduzetnici aktivno uključe u politiku. Autori izrazito kritično pristupaju navedenom pozivu (poduzetnik-političar), jer se na polju Republike Hrvatske, takvo nešto nije pokazalo dobrim. Autori u sukusu svog rada ukazuju kako odgoj za poduzetništvo bezuvjetno traži i odgoj za etičnost.

Ključne riječi: Poduzetnik, etika, pravo, politika, integrativnost, interdisciplinarnost

ENTREPRENEUR – ETHICS – LAW – POLITICS

Abstract: The authors have tried to shed light on the role and importance of ethics for business and entrepreneurs. In the first part of the paper, using the Kohlberg scale of moral development, the authors attempt to show how the same scale can be applied to ethics in business. Based on this analysis, the authors point to the responsibility of the upbringing of such entrepreneurs who will, with expertise in their work, also be ethicist. In the second part of the paper, the authors have tried to draw attention to the particular problems that entrepreneurs face every day, whether it is about the problems between entrepreneurs and the state, or entrepreneurs and local communities (cities, municipalities ...) The authors devote special attention to increasingly frequent calls to entrepreneurs that they should be actively involved in politics. The authors approach that call (entrepreneur – politician) highly critical, because in the Croatian territory, something like that is not proved to be good. The authors as the essence of their work indicate that education for entrepreneurship and policy unconditionally searches education in ethics.

Keywords: Entrepreneur, ethics, law, politics, integrativity, interdisciplinary

Uvod

U novije vrijeme, kako u Hrvatskoj, tako i šire sve se više govori o ulozi srednjih i malih poduzeća u okviru nacionalnih, ali i globalnih kretanja gospodarskih sustava. Nakana ovoga rada nije raspravljati o eventualnim doprinosima istih za rast brojki u okviru BDP-a, gospodarskog rasta i razvoja neke zemlje ili regije, ili pak o osobnom rastu, razvoju i ostvarenju profita srednjih i malih poduzeća. Ovaj rad bit će usmjeren na pokušaj ukazivanja



koja je uloga i značenje etike za poduzetnike (vlasnike) navedenih malih i srednjih poduzeća, kako u polju vlastitog kruga djelovanja, tako i odnosu prema drugim gospodarskim subjektima i društvu, ali i prema državnoj i lokalnoj političkoj zajednici. Nadalje rad će se pozabaviti i vrlo važnim pitanjem odgoja za odgovorno i etično poslovanje, točnije za stvaranje profila poduzetnika, koji će istovremeno biti i etičar. Rad će ukazati na važnost izgradnje moralne i etičke svijesti pojedinca (u našem kontekstu to je svijest poduzetnika), kako bi u budućnosti takvi pojedinci mogli u djelokrugu svoga poslovanja graditi zdrav odnos prema drugom čovjeku i zajednici (društvu). Samim tim poduzetnička odgovornost od usmjerenosti na sebe, na vlastito dobro, prerasta u odgovornost za drugoga (društvo), te u konačnici za sav stvoreni svijet, njegov rast, razvoj i opstanak. Prvi dio rada bit će usmjeren na širu društvenu zajednicu (svijet), dok ćemo u drugom djelu rada koji govori i o odnosu poduzetnik-politika, bilo državna ili lokalna, te više pozornosti posvetiti zbivanjima u Republici Hrvatskoj.

1. Pojam poduzetnik (poduzetništvo)

U *Ekonomskom leksikonu* stoji da je poduzetnik osoba koja posluje na vlastiti rizik. Tako poduzetnik raspolaže sredstvima potrebnim za određenu gospodarsku djelatnost i samostalno donosi odluke koje se odnose na tu djelatnost, organizira i kombinira proizvodne činitelje, koordinira njihovo djelovanje, nadzire, rukovodi i upravlja....Zarada je pak poduzetnika poduzetnička dobit, koja ostaje nakon što se iz ukupnog prihoda odbiju troškovi te ispune sve ugovorne i zakonske obaveze. Kad isti leksikon definira poduzetništvo navodi kako je to ukupnost poduzetnikovih organizacijskih, nadzornih, usmjeravajućih, rukovodećih i upravljačkih funkcija. Međutim, odmah zatim slijedi ono što je etički gledano i najprijeopornije, a što se u definiciji poduzetnika iz istog leksikona ne navodi, ili barem nije navedeno na način kako slijedi. Kaže se kako je zadatak poduzetništva na najpovoljniji način koordinirati proizvodne faktore i tako *maksimizirati čisti profit*.

Sličnu definiciju (opis) poduzetnika kao osobe gore navedenoj nalazimo i na stranicama nemačkog, Gablerovog ekonomskih leksikona.¹⁰¹ Slično, navedeni leksikon definira i poduzetništvo kako smo ga mi gore na temelju našega ekonomskog leksikona definirali. Zamjećujemo, kako se u okviru definicije poduzetnika ne ističe toliko samu poduzetničku dobit, dok se pri definiciji poduzetništva u samom početku naglasak stavlja na maksimiziranje dobiti. Tek nakon tako usmjerenog poduzetništva (na maksimiziranje dobiti - Gewinnmaximierung), slijedi i u jednom i u drugom leksikonu napomena kako je zadaća poduzetništva inovativnost, kreativnost, ostvarivanje sutava vrijednosti (pitanje je samo da li je to samo govor o materijalnim ili i drugim vrstama vrijednosti), organiziranje, poziv na zajedništvo, unaprjeđivanje itd.

Oba leksikona u okviru govora o poduzetništvu razlikuju poduzetnika od menadžera i poduzetništvo od menadžerstva. Poduzetnik, je tako onaj koji ulaže nešto svoje a njegova nakana je vlastito održanje (kako osigurati vlastitu egzistenciju) i on svoju tvrtku smatra nečim osobnim poput vlastitog djeteta. Menadžer je nasuprot toga netko kojemu je nešto dano (već pripremljeno) na upravljanje, samim tim menadžer nema onu duboku povezanost s darovanim kao poduzetnik koji je vezan uz ono što je poduzeo i u što je uložio vlastita sredstva. Poduzetnik je inicijator poduzetništva, menadžera pak, možemo definirati kao upravitelja ili

¹⁰¹ <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/unternehmer.html#head0>



dirigenta nečega što je netko osnovao i postavio na noge. Vezanost poduzetnika uz svoj pothvat je daleko veća.

2. Poduzetnik etičar

U zadnje vrijeme sve su prisutniji pozivi koji poduzetnike (gospodarstvenike, vlasnike multinacionalnih kompanija, korporacija) pozivaju i na etičnost. Pojedina istraživanja ukazuju kako su u hodu na „duge staze“ u boljem položaju oni poduzetnici, tvrtke, korporacije... koje u svom nastojanju za uspjehom i dobiti, istovremeno vode računa i o etičnosti svojih nastojanja bilo *ad intra* ili *ad extra*. Neizmjerno je važno izabjeći jednu od najvećih zamki u okviru govora bilo o etici u poduzetništvu, gospodarskoj etici, društvenoj odgovornosti poslovanja, korporacijskoj društvenoj odgovornosti..., a što je *moda* ili *pomoditet*, ili što je još gore, a što se posebice pod utjecajem anglosaksonskog poimanja poslovne etike polako penetrira i na europske prostore, poimanje etike kao instrumenta, korektora ili etike koja ima karitativni učinak. Etiku se u tom kontekstu koristi samo po potrebi, bez primisli da ona postane temelj, koji će prije svega mijenjati svijest pojedinca poduzetnika, a onda dugoročno, kako primjerice promišlja Ulrich i njegova švicarska škola integrativne gospodarske etike, mijenjati i globalnu pozornicu i kolektivnu svijest društva, a sve u svrhu održivosti svijeta i čovjeka. Pretpostavka je da će upravo poznavanje i provođenje etike u poslovanju postati jednim od preduvjeta za davanje odgovora na izazove našeg vremena.¹⁰²

2.1. Odgoj za poduzetništvo, ali kakav odgoj

U novije vrijeme sve se više i u Hrvatskoj, naravno pod utjecajem odluka Europske Unije, mogu čuti pozivi na odgoj za poduzetništvo od najranije životne dobi, te sukladno tome pozivi na cjeloživotno učenje. Naravno, da navedeni pozivi imaju svoje mjesto i uistinu i govore i rade na dobrobiti kako lokalnih, tako i državnih i globalnih nastojanja oko dobra pojedinca i društva u cjelini. Međutim, neizmjerno je važno da se kroz navedene pozive osigura i govor, bolje rečeno primat etike nad pozivima na uspjeh, profit i sl.

Vitimir Tafra je na 1. međunarodnoj konferenciji učenja za poduzetništvo održanoj u Zagrebu na krajnje korektan način ukazao na potrebu razvoja sustava poduzetničke edukacije po primjeru E4E.¹⁰³ U prvom dijelu članka pod naslovom *Obrazovanje za poduzetništvo* autor nas upućuje na širi i uži koncept obrazovanja za poduzetništvo. Širi kontekst obrazovanja bi tako uključivao razvijanje poduzetničke sklonosti, vještina i sposobnosti što uključuje i razvoj ciljanih kvaliteta, poput stvaralaštva i duha inicijative zajedno sa usvajanjem osnovnih ekonomskih koncepata. Uži bi se pak, koncept obrazovanja za poduzetništvo stavio u funkciju pokretanja poduzeća i upravljanja njime.¹⁰⁴ Zamjećujemo kako se niti u jednom trenutku ne spominje niti govori o potrebi odgoja i obrazovanja za etičnost.

Nešto kasnije će isti autor u okviru govora o *Strategiji učenja za poduzetništvo* kroz spominjanje temeljnih načela strategije učenja za poduzetništvo spomenuti neke vrlo važne točke poput: održivi razvoj, socijalna osjetljivost, jednakost uključivanja za sve..., nedugo

¹⁰² Mile Marinčić, *Integrativna gospodarska etika Petera Ulricha i novija etička strujanja*, Pergamena, Zagreb, 2016. str. 13.

¹⁰³ Vitimir Tafra, „Nacionalna strategija učenja za poduzetništvo“, u: Visoka škola za poduzetništvo i upravljanje Nikola Šubić Zrinski (ur.), *Učenje za poduzetništvo. Zbornik radova 1. međunarodne konferencije učenje za poduzetništvo*, Zagreb, 2011., str. 17 – 33.

¹⁰⁴ Usp., isto, str. 18.



zatim i temeljne vrijednosti poput: pravednost, transparentnost, društvena odgovornost...¹⁰⁵ Možemo razumjeti da je Tafrja prije svega usmjeren na poduzetništvo i njegov razvoj, ali ako se uzme u obzir da je navedenom strategijom obuhvaćen niz odgojno obrazovnih ustanova od vrtićke, preko osnovnoškolske, srednjoškolske, do visokoškolske dobi uz obrazovanje odraslih, a sve uz pomoć kako ministarstava, tako i različitih komora, koji su sukladno pravilima Europske unije utvrdili i navedenu E4E, za izradu i implementaciju kurikuluma za poduzetništvo, ne vidimo da je cijeli proces popraćen i odgojem za etičnost. Sve navedeno je dobro zamišljeno, ali iz svega navedenoga ne dobivamo dojam o uključenju etike kao temelja u navedene procese. Možda je etika nešto što se samo po sebi podrazumijeva, međutim kad je na taj način definirana, etika najčešće postaje i zaboravljena. Nije ovdje u pitanju dobra nakana autora da nas upozna sa strategijom učenja za poduzetništvo (od najranije dobi), nego loše postavljene smjernice EU-a, koje se baziraju samo na poduzetnost, a etiku tretiraju kao „priljepak“, te se onda navedene smjernice kao takve (loše) prelijevaju i na Hrvatsku.

Upravo je stoga Peter Ulrich u okviru svoje škole u St. Gallenu razvio koncept integrativne gospodarske etike. Sukus skoro dvadeset godina promišljanja iz različitih perspektiva, što pomalo usmjeruje i na integrativnu bioetiku i njezinu pluriperspektivnost, Ulrich je postavio pred nas u svojoj knjizi *Integrativna gospodarska etika. Temelji ekonomije koja služi životu*. U okviru iste škole obranjeno je mnoštvo doktorskih disertacija, a važnost same škole, točnije instituta, vidi se i iz recepcije i zanimanja koju je škola izazvala na svjetskoj razini.¹⁰⁶

Posebnu pozornost, kaže Ulrich, prije svakog govora o poslovnoj etici, treba posvetiti pojmu profit.¹⁰⁷ Ulrich nam prije svega navodi moguću usmjerenost (orijentiranost) pojedinca samo na dobit (profit), u čemu bi poduzetniku, temeljnu odrednicu činio motiv nastojanja za dobitkom. U navedenom kontekstu bi sve drugo, poput primjerice ljudske osobe (dostojanstva), prirode, društva, kulture, resursa (održivost)...bilo nevažno.

Drugi mogući motiv mogao bi biti označen krilaticom „profit je moralna briga poslovnih ljudi“. Dakle, tržište (poduzetništvo i gospodarstvo treba prepustiti njima samima), bi uređivalo samo sebe poput „nevidljive ruke“. Često nas ova krilatica vodi i u kriva tumačenja „oca“ ekonomske misli Adama Smitha, ali i u poprilično osiromašeno i krivo definiranje povjesne religijsko-duhovne misli jednim od uzroka navedenog problema. Nažalost, mnogi su ekonomisti „zaslužni“ za ovakavo krivo usmjerenje, i tumačenje kako povijesnih religijsko-duhovnih doprinosa, tako i samoga Adama Smitha.¹⁰⁸

Treći mogući problem, Ulrich vidi u pritisku kojega pred poduzetnika i poduzetništvo postavlja princip profita. Svakako da je u tom kontekstu vrlo važna pravna podloga, međutim ukoliko ne dođe i do legitimnosti teško da se može govoriti o onome što je i etičko.

Četvrti mogući problem mogla bi predstavljati politička pravila, bolje rečeno igra, koju definiraju politička pravila. Automatski je, smatra Ulrich, moguće upasti u zamku ekonomskog determinizma, formalnog postavljanja cilja ili pak u doktrinu da sami poslovni ljudi postavljaju i određuju doktrinu vrijednosti. U svakom slučaju etika bi, po gore navedenim točkama, bila na „gubitku“, jer samo ono što se odvija na normativno-etičkoj

¹⁰⁵ Isto, str. 20 – 22.

¹⁰⁶ Peter Ulrich, *Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie*, Verlag Paul Haupt, Bern-Stuttgart-Wien, 2001. Gospodarsku etiku pod pojmom *wirtschaftsethik*, osim u Švicarskoj, započeli su razvijati znanstvenici u Njemačkoj (Karl Homann, Horst Steinmann) i u Nizozemskoj (Peter Koslowski).

¹⁰⁷ Isto, str. 397 – 415.

¹⁰⁸ Marinčić M. *Integrativna gospodarska etika...* str. 35.



podlozi i što je spremno na stalnu kritičku refleksiju može u konačnici davati i prave rezultate.¹⁰⁹

Dakle, ne etika kao instrument, niti kao korektiv ili karitativno usmjerena, nego normativna etika kao integrativna snaga u okviru poslovanja.

Samo na takvoj podlozi može se stvarati integrativnost poslovne etike koja će onda nuditi orijentire za gore navedene probleme.¹¹⁰ Iz navedenog postaje razvidno kojim bi putem trebala ići strategija učenja za poduzetništvo, te koje mjesto i kakvu ulogu na tom putu trebaju imati moral i etika. Poduzetnik (sudionici u poduzetništvu) bi trebali biti spremni kako na cjeloživotno učenje i usvršavanje u struci, tako i na cjeloživotno učenje i usavršavanje na etičkoj i moralnoj razini svoje osobe.¹¹¹ Trebamo dakle poduzetnike koji će istovremeno biti i etičari, specijalisti za etično poslovanje.¹¹²

2.2. Ekskurs: Kohlbergova ljestvica moralne svijesti

Da bi se došlo do poduzetnika koji će istovremeno biti i etičar, te poduzetništva koje neće samo kao ukras, nositi pridjevak etično mora se između ostalog poraditi na moralnoj svijesti pojedinca, koja će kao takva kroz moralno svjesnog poduzetnika dovesti do etičnog poduzetništva. Upravo iz toga razloga, jer nema sustavno postavljenog diskursa etike, smo netom prije, kritički sagledali strategiju odgoja za poduzetništvo. Ulrich smatra, kako je prijeko potrebno promisliti izvore ljudske moralnosti i humanosti¹¹³, posebno naglašavajući potrebu izgradnje moralne svijesti kod čovjeka oslanjajući se na Kohlbergov koncept stupnjevitog razvoja moralne svijesti kod čovjeka.¹¹⁴

Kohlbergove razvojne stupnjeve moralne svijesti Ulrich zorno prikazuje i pojašnjava. Kohlberg naime u okvire razvoja moralne svijesti kao paralelu uzima razvoj osobe od malog preko socijaliziranog djeteta i adolescenta do odrasle osobe. Malo dijete svrstava po moralnoj svijesti u predkonvencionalno polje. Na konvencionalnom polju također imamo dva stupnja: interpersonalna orijentiranost, koja potvrđuje ispravnog djelovanja očekuje od autoriteta, i društvena orijentiranost, koja se oslanja na socijalno uređenje. Konačno, ističe se postkonvencionalna razina kao liberalna orijentiranost na sociodruštvene zahtjeve i autonomna orijentiranost na univerzalne etičke principe, na kojima se može graditi moderne temelje za razumijevanje morala. U navedenom adolescentskom nesnalaženju, koje se očitava u skepticizmu i relativizmu, možemo prepoznati „adolescentku krizu čovječanstva“, i to ne kao običnu nego kao epohalnu krizu. Iz svega navedenog iščitavamo mnogostruke pozive etici, ali i potrebu za preporodom praktično-filozofijskih nastojanja koja će nam omogućiti jasnoću i postaviti novo polazište i orijentire za razumijevanje morala unutar modernoga svijeta.

¹⁰⁹ U početku će to izgledati skromno, ali se postupno može širiti i integrirati poslovne procese, vrijednosti koje se očekuju, ljudske potencijale, okoliš, društvene zajednice, poštivanje ljudskih prava i ljudskog dostojanstva, uključivanje temeljnih načela poslovanja itd.

¹¹⁰ Ulrich P. *Isto*, str. 417.

¹¹¹ Mile Marinčić, „O poduzetniku (bio)etičaru u okviru Ulrichova koncepta integrativne gospodarske etike“, u: Visoka škola za poduzetništvo i upravljanje Nikola Šubić Zrinski (ur.), *Učenje za poduzetništvo. Zbornik radova I. međunarodne konferencije učenja za poduzetništvo*, Zagreb, 2011., str. 188.

¹¹² *Isto*, str. 189.

¹¹³ Peter Ulrich, *Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie*, str. 23 – 50.

¹¹⁴ *Isto*, str. 50 – 55.



Uistinu, poduzetnici se često u samom poslovanju mogu razvrstati po navedenoj ljestvici. Karakteristika (Kohlbergov predkonvencionalac) djeteta u dobi do 7 ili 8 godine jest i sebičnost (egoizam), ništa ni skim ne žele dijeliti, što jest i karakteristika mnogih poduzetnika, sebičnost, samodopadnost, isključivost, želja za monopolizacijom isl. Takvog poduzetnika, na navedenoj najnižoj razini, možemo okarakterizirati sintagmom *iluzija besmrtnosti*. Takvi poduzetnici često su čvrsto uvjereni da se sve može kupiti ili platiti, a negdje u svojoj dubini uvjereni su u vlastitu nedodirljivost, pa i po pitanju smrtnosti.¹¹⁵

Ekvivalent („konvencionalcu“) mladenačkoj dobi bilo bi prihvaćanje i razumijevanje prava i zakona, ali istovremeno traženje mogućih „rupa“ unutar pravno-zakonskog okvira te stalni hod „po žici“, po „rubu provalije“. Posebice, kako Kohlberg podcrtava, prijelazna dob iz djetinjstva u odraslost (adolescenti) kod kojih se često očituje želja za poštivanjem društvenoga uređenja i pravnih propisa, ali su također često skloni kako skepticizmu, tako još više etičkom relativizmu. Sintagma koju bi mogli pridodati poduzetništvu tj. poduzetniku na ovom stupnju bila bi *iluzija lažnog autoriteta, lažne moći*. Bili bi to poduzetnici koji promišljaju kako su oni najvažnije karike bilo lokalne ili neke šire zajednice. Usljed posvemašnje orijentiranosti na profit, događa se potpuna dezorijentiranost prema svemu drugome. Takav tip ljudi teško priznaje vlastite pogreške i spreman je iskoristiti sve, ne samo zakonske okvire, kako bi se njihov propust opravdao ili umanjio.¹¹⁶

Ekvivalent Kohlbergovoj („postkonvencionalcu“) odrasloj osobi bio bi poduzetnik koji je duboko svjestan pravih etičkih i moralnih vrijednosti, a ponajprije pojma opće dobro. Takav poduzetnik ne bi nešto radio (nastojao biti etičan) iz straha, zato što mora, ili pak jer je zakonom propisano, ili da se zadovolji minimum etičnosti. Takav poduzetnik ne bi pokušavao pronalaziti opravdanje za svoje greške, nego bi ih priznavao i nastojao popravljati. Kod takvog poduzetnika *iluziju besmrtnosti i lažnog autoriteta i moći* zamjenila bi *vizija odgovornosti koja je ljubav*. Takva vizija uključivala bi cijeloga poduzetnika koji je razumski prihvatio i usvojio prave vrijednosti, te ih je spreman sustavno i trajno provoditi u okviru svoga djelovanja.

3. Poduzetnik (poduzetništvo) i lokalna odnosno državna zajednica

Problem hrvatskog poduzetnika dobrano je određen i sustavom u kojemu smo živjeli (Jugoslavija), te planskim gospodarstvom koje je diktirala država. Ulaskom u svijet demokracije, stvaranjem vlastite države Hrvati su se našli u situaciji kad im se u okviru poduzetništva otvaraju mnogi putevi. Nažalost, kako velika većina nije bila pripremljena na ono što donosi slobodno tržišno gospodarenje došlo je i do ozbiljnih zamki i problema. Sve je dodatno začinjeno izuzetno lošom, a povremeno i katastrofalnom, pretvorbom i privatizacijom. Jedno od rješenja koje se nudi jest da se poduzetnici trebaju više angažirati u

¹¹⁵ Autor M.Š. u Jutarnjem listu od 3. 02. 2006. Pod naslovom *Bogati ljudi smrzavaju tijelo i novac*, piše: Neki od najbogatijih ljudi u Americi odlučili su da će u svojim materijalnim dobrima uživati i nakon smrti: ne samo da tijela daju smrznuti kad umru, u nadi da će jednoga dana, kad to omogući napredak medicine i tehnologije, ponovno oživjeti, nego koriste i rupu u zakonu koja im omogućava da sve što imaju ostave - samima sebi. Takozvane osobne zaklade za oživljavanje, kojih već ima nekoliko u SAD-u, kao i u poreznom utočištu Lihtenštajnu.

¹¹⁶ Čovjek ne može vjerovati, da su pojedine stranačke kolege, opravdavale svoga predsjednika, za nesreću u kojoj je njegovom krivicom, bilo mrtvih. Čak su neki išli toliko daleko da su govorili „to nam je medijski podiglo publicitet“. Nažalost, niti sami mediji ponekad ne znaju granicu između etičnoga i neetičnoga objavljivanja.



politici. Hrvatski primjeri (najbolji je svakako Kerum – kerumizacija), pokazuju što sa sobom donosi takav angažman. Samo možemo predmnijevati što će u američkom poduzetničko-političkom miljeu donijeti Trump, te sukladno tome eventualna Trumpizacija društva tj. poduzetništva i politike.

Zagovornici aktiviranja poduzetnika u politici navede nekoliko razloga, pa između ostalih:

- poduzetnici su uložili vlastita sredstva (nisu nikome ništa uzeli)
- ako su sposobni voditi poduzeće sposobni su i za više zadaće
- financijski su neovisni
- kreativni su
- inovativni su
- komunikativni su
- znaju razvijati posao (znati će razvijati i državu)...

Odgovori zagovarateljima poduzetnika političara u Hrvatskoj jesu:

- ako je kupovanje za jednu kunu ulaganje vlastitih sredstava, onda svi mogu biti poduzetnici
- voditi poduzeće nije isto što i uređivati stvari bilo na lokalnoj ili državnoj razini (niti u gospodarstvu nije isto biti na mikro, mezo ili makro razini)¹¹⁷
- financijska neovisnost poduzetnika (posebice u Hrvatskoj) prečesto je na klimavim nogama, pa im je politički angažman pokušaj opstanka
- kreativnost, inovativnost ili komunikativnost nisu samo odlike poduzetnika
- razvijati vlastiti posao (jednu granu posla) i voditi državu, ili lokalnu zajednicu nije niti blizu isto.

Slijedom navedenoga, moguće je da neki poduzetnici u politici vide mogućnost za opstanak vlastitog posla ukoliko su u krizi, ili pak mogućnost da si kroz položaj u politici osiguraju puno više nego što imaju. Naime, kroz politiku ima se otvara puno više manevarskog prostora, lakše dolaze do informacija, stvaraju određena poznanstva i veze isl. Usudujemo se reći, širom se otvaraju vrata za pogodovanje, korupciju, potkupljivost isl.¹¹⁸ Sve više nam se čini kako u Hrvatskoj, kad si u problemima, kada nigdje ne uspijevaš najizglednije rješenje jest baviti se politikom (postati političar). Pojam političar, i politika, slobodno se može reći nikada nije bio na tako niskoj ljestvici vrijednosti, bolje rečeno nikada nisu bili obezvrjeđeni. Zasiurno ćemo se složiti kako nam uz odgoj za etičnost i poduzetništvo nameće i mogućnost odgoja za političnost, politiku. Događa se da imamo ljude bez vizije, koji prije svega misle na vlastito dobro, i koji su nerijetko samo izvršitelji onoga što nastaje iza kulisa političke pozornice (partitokracija).¹¹⁹

Kad govorimo o mogućnostima i utjecaju lokalnih aktera da potaknu lokalni razvoj, potrebno je odgovoriti na pitanja mogućeg utjecaja lokalnih aktera na lokalne razvojne procese, a koliko su navedeni procesi pod utjecajem vanjskih čimbenika koji nisu domena lokalnih

¹¹⁷ Ovdje nam dobro može poslužiti *Peterovo načelo izvrsnosti*. Dobar voditelj skladišta, ne mora biti i dobar voditelj prodajnog centra itd.

¹¹⁸ Zadnji primjeri koje imamo u tom pravcu u Hrvatskoj svakako jesu Tomislav Karamarko i Zoran Milanović.

O prvom je etičko povjerenstvo izreklo svoj stav, a o drugom će vjerojatno tek izreći.

¹¹⁹ Pojam partitokracija oznaka je za politiku i političare koji uz sustav vlasti koji je službeni imaju i sustav vlasti u sjeni (iz pozornice). Sustav iz sjene, poput masonerije upravlja svim vitalnim projektima, ali samo u svrhu vlastitoga dobra i očuvanja pozicija, a ne u svrhu općega dobra. Više o tome vidi u Ante Čović, *Demokracija i partitokracija: rasprava o moralnim osnovama politike, Filozofska istraživanja*, 92 (1/2009).



16.-17. Decembar/December 2016.

aktera? Odgovor nije jednoznačan i može ovisiti o različitim okolnostima specifičnim za svaku pojedinu jedinicu. Zaključno, lokalni su akteri doista važni za lokalni razvoj i, kao takvi, mogu značajno pridonijeti uspješnom razvoju lokalne zajednice. Lokalni akteri jesu: lokalne vlasti – općinska ili gradska administracija, lokalne organizacije civilnog društva, lokalni poduzetnici i njihova udruženja. Lokalne vlasti ključni su promicatelji lokalnoga gospodarskog razvoja. Na razne načine mogu se aktivno uključiti u pružanje potpore lokalnom gospodarstvu, od osiguravanja fizičke i druge infrastrukture do poticaja za otvaranje novih gospodarskih subjekata, pomoći u osiguravanju povoljnih financijskih sredstava, poreznih poticaja, potpore na području obrazovanja i osposobljavanja radne snage itd. Lokalne vlasti također kontroliraju niz regulativnih mehanizama, primjerice izdavanje raznih dozvola poslovnim subjektima ili pomoć pri njihovom osiguravanju kod nadležnih tijela više razine itd. Nadalje, lokalne su vlasti ključan akter organiziranja različitih lokalnih oblika partnerstava, razvojnih koalicija isl. Lokalne organizacije civilnog društva često su se pokazale kao važni čimbenici razvoja lokalne demokracije. Poduzetnici predstavljaju osovinu lokalnog gospodarskog razvoja. Stoga je njihove stavove potrebno pravilno prepoznati i uzeti u obzir. Neovisno o tome jesu li organizirani na formalan ili neformalan način, poduzetnici mogu predstavljati dragocjene partnere u pripremi i provedbi lokalne strategije razvoja. U dobro uređenoj državi svakodnevna politika ne bi trebala utjecati na poduzetništvo i poduzetnika u smislu stopiranja i zaustavljanja procesa njihovog razvitka, nego bi trebala uređivački omogućiti njihov neometan razvoj, nadzirući da sve bude u skladu s pozitivnim zakonskim propisima. Dakle, politika kao poticaj a ne kao smetnja za poduzetnike. Nažalost u Hrvatskoj to nije tako, ali niti u Sloveniji¹²⁰ nije puno bolje. Za razliku od navedenoga Njemačka¹²¹ daje daleko zorniju sliku koju i kakvu ulogu treba igrati država, te lokalna uprava i samouprava u pravcu razvoja malog i srednjeg poduzetništva. Zakonska podloga uopće nije upitna, ona je jasno izražena u Zakonu o poticaju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, 63/07, 05/12 i 56/13) i Zakonu o unapređenju poduzetničke infrastrukture (NN 93/13, 114/13 i 41/14) s osvrtom na usklađenost sa Strategijom razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2013-2020. i potporu koju razvojne agencije u Republici Hrvatskoj navedeni zakoni pružaju veliki poticaj razvoju ove grane gospodarstva.

U Hrvatskoj, kao i u Europskoj uniji, gospodarski rast i radna mjesta uvelike osiguravaju mala i srednja poduzeća. Devet od deset poduzeća u Hrvatskoj i u EU-u spadaju u mala i srednja poduzeća, među kojima su daleko najveći broj mikro poduzeća s manje od deset zaposlenih. Među aspektima loše poslovne klime možemo izdvojiti administrativne zapreke, dugotrajne postupke registracije vlasništva, neučinkovito pravosuđe, slabo poduzetničko obrazovanje, porezna i parafiskalna opterećenja, korupciju, te lošu percepciju poduzetništva kao poželjne karijere. Mi smo u fazi u kojoj je poduzetništvo loše percipirano. Navedeno je refleksija gospodarstva nastalog u kriminalnoj pretvorbi i privatizaciji. Takva negativna refleksija morala bi se umanjiti a to možemo samo djelima. Svakako da mediji i politika trebaju promovirati poduzetništvo koje je društveno odgovorno.

¹²⁰ Tportal.hr, Slovenski poduzetnik morao plaćati politički reket, 2012.

<http://www.tportal.hr/vijesti/svijet/181565/Slovenski-poduzetnik-priznao-politicki-reket.html>. 14.3.2015.

¹²¹ Lidija Kiselj, U Njemačkoj su vam institucije prijatelji, ovdje vas kažnjavaju,

<http://www.vecernji.hr/poduzetnistvo-i-karijere/u-njemackoj-su-vam-institucije-prijatelji-ovdje-vas-kaznjavaju-935648> 29.4.2014.



Umjesto zaključka:

Osvrnimo se samo kratko na pojam *politički poduzetnik*, koji može značiti bilo što od slijedećeg:

- netko (uobičajeno aktivan u politici ili poduzetništvu) koji osnuje novi politički projekt, grupu ili stranku
- poslovni čovjek koji želi profitirati kroz poticaje, protekcionizam, ugovore s državom ili kroz druge za njega povoljne aranžmane s državom kroz politički utjecaj
- politički akter (ne nužno i političar) koji želi napredovati u svojoj političkoj karijeri i popularnosti promovirajući stvaranje politika koje zadovoljavaju publiku

Posebice bi trebalo obratiti pozornost na druga dva značenja za političkog poduzetnika od gore navedenih. Okrenutost jednih drugima, a sve na opće dobro, trebao bi postati moto i poduzetnika i političara. Iz ovog kratkog pregleda što izjava pojedinih političara, što primjera iz prakse možemo nabaciti i potrebu promišljanja o sustavnoj brizi o dogoju za političnost, poput potrebe odgoja za poduzetništvo kako smo vidjeli, ili primjerice odgoja za etičnost i socijalnost isl. Politika mora biti poticatelj, mora stvarati polje reda i uredenosti, poštivanja zakona isl., a ne nered na način da se u okviru samo jedne godine četiri puta mijenja zakon koji se tiče poduzetništva, ili pak fiskalne politike isl. Naprosto, umjesto reda nastupa kaos u kojemu poduzetnik uz najbolju volju nema vremena promišljati o etici, etičnosti i zahtjevima koji iz njih proizlaze. Integrativnost i integrativno promišljanje kakvo nam primjerice nudi integrativna gospodarska etika ili pak integrativna bioetika mogu biti dobar putokaz (orijentiri) za bolje uređenje društva, svijeta i čovjeka, ali i za opstanak svijeta i čovjeka.

Literatura:

- [1] Čović, A. (2004): „Demokracija i partitokracija : rasprava o moralnim osnovama politike“, *Filozofska istraživanja*; (1), 24, 173-192.
- [2] Fischer, P. (2006): *Politische Ethik*, München: Wilchem Fink Verlag – München.
- [3] Klose, A. (1996): *Poduzetnička etika*, Zagreb: Školska knjiga.
- [4] Koslowski, P. (1988): *Prinzipien der Ethischen Ökonomie. Grundlegung der Wirtschaftsethik und der auf die Ökonomie bezogenen Ethik*. Tübingen: J. C. B. Mohr (Paul Siebeck).
- [5] Marinčić, M. (2011). O poduzetniku (bio)etičaru u okviru Ulrichova koncepta integrativne gospodarske etike. *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), 177-195.
- [6] Marinčić, M. (2016) *Integrativna gospodarska etika Petera Ulricha i novija etička strujanja*, Zagreb: Pergamena.
- [7] Tafra, V. (2011). Nacionalna strategija učenja za poduzetništvo. *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), 17-33.

Internet:

- [1] <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/unternehmer.html#head0>
- [2] <http://www.tportal.hr/vijesti/svijet/181565/Slovenski-poduzetnik-priznao-politicki-reket.html>
- [3] <http://www.vecernji.hr/poduzetnistvo-i-karijere/u-njemackoj-su-vam-institucije-prijatelji-ovdje-vas-kaznjavaju-935648>
- [4] <http://poslovno.biz/sasa-cvetojevic-zivotopis/>