

POHĽAD SOCIOLOGA NA PODNIKANIE V PROCESSE ETABLOVANIA SA DO EURÓPSKEJ ÚNIE

Emília Krajňáková
EF TU Košice
B. Nemcovej 32
Emilia.Krajnakova@tuke.sk

ABSTRACT

In the paper we focus on the establishment and the development of the notion of entrepreneur and entrepreneurship. It is generally known that those notions are dealt with in numerous sciences such as economics, psychology, politics and sociology. We stop on some approaches that are explaining these notions. The second part of the paper is aimed on specific performance of the entrepreneurs in Slovakia in the process of our after accession adaptation into the European Union.

KEY WORDS

Market economy, entrepreneurship, entrepreneurs activities, economic activity, entrepreneurs spirit, entrepreneurs behavior

1. Úvod

Trhové reformy v stredovýchodnej Európe a v bývalom Sovietskom zväze konfrontovali populáciu s novými problémami a príležitosťami. Veľkým problémom sa javí nezamestnanosť, a to aj medzi mladými ľuďmi. Jednou z najatraktívnejších príležitostí sa ukázala možnosť začať podnikat' – ako perspektívna cesta k dlhodobej nezávislosti, statusu a bohatstvu. Je lákavé pokúsiť sa riešiť existujúci problém – nezamestnanosť – tak, že budeme motivovať nezamestnaných ľudí, aby začali zakladať živnosti. Táto stratégia však skrýva aj mnohé úskalia, ktoré rozoberieme nižšie.

2. Vznik a vývin pojmu podnikateľ a podnikanie

Pojem „podnikateľ“ (entrepreneur) je francúzskeho pôvodu, prvýkrát bol zavedený do vedeckého obehu anglickým ekonómom Richardom Cantillonom (1680-1734). Práve on v svojom rozsiahlom výskume „Všetko o podstate obchodu vôbec“, medzi podnikateľov zaradil všetky osoby z nefixovanými ziskami (obchodníci, remeselníci a roľníci), zaoberajúci sa ekonomickou činnosťou a zahrnutí do procesu kúpa – predaj v situácii

nestability a nepredvídanosti cien. Za charakteristickú črtu podnikateľa pokladal pripravenosť riskovať.

V tomto období vo Francúzsku podnikateľmi nazývali osoby, ktoré organizovali a uskutočňovali vojenské expedície a tiež iných dobrodruhov. Na počiatku XVII. st. tento pojem začali používať aj pre označenie úradníkov, ktorí stavali cesty, mosty, prístavne zariadenia.

Avšak prvenstvo v skúmaní fenoménu podnikania patrilo fyziokratickej škole, ktorá vytýčila základy vzniku politickej ekonómie ako vedy. Fyziokratická teória podnikateľskej činnosti svoj ďalší rozmach zaznamenala v prácach francúzskeho štátneho činiteľa a ekonóma O. Turgo. Na rozdiel od svojich predchodcov, ktorí delili spoločnosť na tri triedy /produktívnu, vlastníkov, neužitočných/, O. Turgo spochybnil objektivnosť odvetvového kritéria v skúmaní triednej štruktúry spoločnosti.

V schéme Turgo neužitočná trieda sa rozpadá na dva oddiely: manufaktúrnych podnikateľov, hospodárov - fabrikantov a jednoduchých remeselníkov. Prví vlastní kapitál, druhí nemajú nič, okrem vlastných rúk. Zodpovedne tomu aj produktívna trieda sa delí na dva oddiely – podnikateľov alebo kapitalistov a na jednoduchých robotníkov, poberačích mzdu. Turgo dospel k záveru, že úspešná podnikateľská činnosť predpokladá nielen pripravenosť riskovať, ale aj existenciu určitých organizačných schopností. [1]

Predstaviteľ anglickej klasickej politickej ekonómie A. Smith za hlavný motív ekonomickej činnosti človeka považoval ekonomický záujem. „Ekonomickému človekovi“ sa pripisovali nasledujúce atribúty, ako podnikavosť v realizácii hospodárskych zámerov, kompetentnosť vo vedení zvláštnych záležitostí, spojenie rizika a šetrnosti s cieľom vyhnúť sa bankrotu, snaha o dosiahnutie maximálneho zisku. V dielach iného predstaviteľa anglickej klasickej politickej ekonómie D. Riccarda dôležité miesto zastáva podnikateľ nového typu – kapitalista, ktorý hľadá ziskový vklad pre svoje peniaze. Všeobecne odlišnou črtou podnikania v Anglicku v období priemyselnej revolúcie sa stalo spojenie vlastných podnikateľských a inžiniersko-novátorských funkcií v

jednej osobe alebo zjednotenie úsilií podnikateľa a vynálezcu v realizácii spoločných projektov.

Určitú trhlinu v bádaní podnikateľského správania Nového obdobia anglickými politickými ekonómami zaplnil francúzsky ekonóm Jean Baptiste Say (1767-1832). V svojom „Traktáte politickej ekonómie“ definuje podnikateľa ako „osobu, ktorá na vlastné riziko a za svoje prostriedky berie na seba zodpovednosť vyrobiť hocijaký produkt“. [2] Podľa neho, podnikateľ musí byť človekom bohatým, známym svojim rozumom, láskou k poriadku, šľachetnosťou, čestnosťou. Spomedzi bezpodmienečných morálnych kvalít, nevyhnutných pre vykonávanie podnikateľských funkcií J.B. Sej nazýva zdravý rozum, stálosť, poznanie ľudí a chápanie okolností, umenie správne hodnotiť dôležitosť produktu, potreby, ktoré má uspokojovať. Predpokladal, že úspešné podnikateľské správanie sa musí bázirovať na vlastnení talentu riadenia, umení prekonávať prekážky, prežívaní množstva starostí, prekonaní množstva neúspechov, vynachádzaní nových spôsobov výroby. Pritom zvláštny význam Sej prikladal zjednoteniu teoretických vedomostí a praktických skúseností.

Po J.B.Sayovi záujem o podnikateľa ako objekte vedeckého výskumu klesá. A len prudký hospodársky rozvoj USA po Občianskej vojne 1861- 1865 sa stal impulzom pre štúdium fenoménu podnikateľskej činnosti. Na ekonomickú scénu vychádza nová podnikateľská elita, ktorá bola nazvaná „kapitánmi priemyslu“. Sformovali sa dynastie „kráľov ocele“ (Karnegiovci), nafty (Rocffeleriovci), električky (Vanderbildovci), železníc (Garimanniovci), výroby automobilov (Fordovci) a pod. V 1980 roku bola opublikovaná kniha anglického vedca Alfreda Marschalla /1842-1824/ „Princípy politickej ekonómie“. Súhlasne s jeho koncepciou, podnikateľ vykonáva špecifické funkcie – riadenie výroby, a tiež odbyt a riadenie pracovnej sily. Teda od podnikateľa sa očakávajú dvojité schopnosti. Prvá z nich predpokladá u podnikateľa hlboké vedomosti všetkých zvláštností odvetvia, v ktorom pracuje, umenie predvídať všeobecné tendencie rozvoja výroby a spotreby, schopnosť smelo riskovať. Druhá – vyžaduje byť vrozeným vodcom ľudí, vedieť správne vyberať pomocníkov, privádzať do činnosti ich podnikavosť a iniciatívu“.

Protestantský prístup M. Webera k pochopeniu fenoménu podnikania priviedol k absolutizácii náboženského faktora vo vytváraní „podnikateľského ducha“. Weber neustále zdôrazňoval, že náboženský základ životnej činnosti človeka svojho času sa objavil len v Západnej Európe a že „západná kultúra sa odlišuje od hociktorej inej existenciou ľudí s racionálnou morálkou“. „Podnikateľ v svojej činnosti videl zmysel a cieľ jestvovania, zarábanie peňazí sa stalo nie prostriedkom k životu, ale náboženskou povinnosťou. Uprednostňuje nahromadenie pred spotrebou a k svojej činnosti sa správa z hľadiska profesionálnej etiky“. [3]

Podľa nemeckého sociológa Wernera Sombarta (1863-1941), ak sa snaží podnikateľ dosiahnuť úspech, musí sa stať dobyvateľom – organizátorom – obchodníkom. Ako dobyvateľ potrebuje vlastnosti ako schopnosť vymyslieť, uskutočniť plán, náruživosť a nástojčivosť, rozhodnosť, schopnosť prekonať prekážky, pripravenosť riskovať, duševná elasticnosť. Ako organizátor podnikateľ musí vedieť správne hodnotiť a vyberať ľudí, racionálne organizovať ich prácu. Ako obchodník musí vedieť rokovať, dohovárať sa a obchodovať, presvedčať zákazníka alebo predavača o výhode uzavretia zmluvy, vzbudzovať záujem o tovary a želanie vlastníť ich. W. Sombart veľkú pozornosť venoval skúmaniu meštiackych cností, t.j. komplexu duchovných kvalít, charakterizujúcich správneho občana a otca rodiny, solídneho pracovitého človeka. V tomto kontexte mu zvlášť imponovala „schéma čestnosti“ známeho amerického vedca a občianskeho aktivistu V. Franklina. Táto schéma je zložená z 13 bodov a zahrňovala /spokojnosť, mlčanie, poriadok, rozhodnosť, nie nástojčivosť, spravodlivosť, snaženie, prispôsobenie, bezúhonnosť, spokojnosť ducha, čestnosť, mocnosť. V ponímaní W. Sombarta „byť dobrým pracovitým človekom“ pre podnikateľa znamená nielen udržiavať svoje hospodárstvo v ukázkovom poriadku, ale aj mať zodpovedajúcu pracovnú morálku, ktorú delí na: „morálku v skutočnosti“ a „morálku pre vec“. Prvá je súčasťou „meštiackych“ cností a znamená „komerčnú solidaritu“, t.j. vernosť dohodám. Druhá znamená „meštiacke slušné správanie“. Jej podstata spočíva v nevyhnutnosti žiť „korektne“, zdržiavať sa všakových neprístojností, schádzať sa len s poriadnymi a slušnými ľuďmi, navštevovať kostol a pravidelne sa spovedať, nakoľko taký morálny spôsob života vnáša kredit.

Pokračovať v tradíciách M. Webera a W. Sombarta v skúmaní „ľudského faktora“ kapitalizmu sa podujal Joseph Schumpeter, ktorý urobil osobnosť podnikateľa stredobodom svojej teórie ekonomického rozvoja. V podnikateľovi J. Schumpeter nielen systematizoval sociálno-kultúrne hodnoty antiky, protestantskej etiky XVI. st., racionalizmu XVII. st., osvietenstva XVIII. st. a vynálezy a objavy XIX. st., ale aj stelesnil nové podnikateľské kvality, ktoré sa stali hybnou silou ekonomického rastu a vedecko-technického pokroku XX. st. Rozoberal podnikateľskú funkciu ako zvláštnu funkciu v sociálno-ekonomickom procese, stotožňujúc ju s ekonomickým vodcovstvom a inováciami. Schumpeterov podnikateľ má nasledujúce vlastnosti: je iniciatívny, má autoritu, odhad, vie energicky konať, je zodpovedný. Tieto vlastnosti sú nevyhnutné preto, aby bol narušený zabehaný priebeh ekonomického procesu, ignorujúci tradíciu a verejnú mienku. Nakoniec je potrebné aj z dôvodu odolávať tomu odporu, ktorý sociálne prostredie kladie pokusom každého človeka, ktorý sa snaží zaviesť čosi nové. Nie každý hospodársky subjekt má podobné kvality, preto podnikateľstvo – je zvláštny typ správania,

ktoré predpokladá, že podnikateľ nerobí to, čo iní, a nie tak, ako iní. Podnikateľstvo nie je profesia a v podobnom stave sa človek nenachádza dlhší čas, preto podnikatelia nie sú osobitná sociálna trieda, hoci mnohí z nich majú zvláštny životný štýl, osobitý systém estetických a morálnych hodnôt. V bežnej ekonomickej činnosti vnútorné motívy subjektu sú spojené s uspokojovaním potrieb a dosiahnutím materiálneho blahobytu. Čosi podobné o podnikateľovi nemôžeme povedať. Podnikateľ sa nesnaží no ziskanie blahobytu alebo zisku ako prostriedku uspokojovania potrieb. Naopak, podnikateľ ak dosiahne určitú hranicu, materiálny blahobyt prestáva byť preňho dôležitým. Snaží sa o úspech /výška zisku tiež symbolizuje tento úspech/, želá si realizovať sa vo vybranej oblasti, slobodne uskutočňovať svoje záujmy. [4]

F.Najt v zdôvodnení zvláštnych podnikateľských kvalít vychádza z toho, že každý človek všeobecne a podnikavý človek zvlášť je unikátny, preto jeho konanie je ťažko predvídateľné. Na rozdiel od manažéra, ktorý vykonáva rutinné funkcie v riadení výroby, podnikateľ sa v svojej činnosti opiera na intuitívnu predvídavosť situácie, vnútorné presvedčenie v správnosti prijatia rizikových riešení. Schumpeterov model podnikateľa bol značne doplnený, prepracovaný a obohatený predstaviteľmi „neorakúskej školy“ F. von Hayekom (1899-1992) a I.Kircenarom. Títo rozoberali osobnosť podnikateľa ako kľúčový prvok v trhovom procese. Ako protiklad Schumpeterovi, ktorý videl v podnikateľovi zdroj ekonomických zmien, oni podčiarkovali dôležitosť včasnej a adekvátnej reakcie posledného na kolísanie dopytu a ponuky, trhovej konjunktúry v podmienkach konkurencie. V tomto kontexte F. von Hayek kládol dôraz na nevyhnutnosť širokého ekonomického vzdelania a informovanosti podnikateľa, jeho schopnosti k aktívnemu štýlu činnosti, založeného na neustálom hľadaní. [5]

Na rozdiel od Schumpetera A. Koul zrovnal podnikateľa s manažérom, pritom podnikanie rozoberal ako cieľavedomú činnosť individua alebo skupiny asociovaných individuí, ktorí majú za cieľ vytvoriť, podržať alebo rozšíriť orientovaného na nadobudnutie zisku biznisu z menšej výroby alebo del'by tovarov a služieb. Inováciám sa darí v podnikavom svete len vtedy, kedy inštitúcia, ktorá ich zavádza, sa efektívne riadi a udržiava v dobrom stave. Uvedené hľadiska na sociálnu charakteristiku podnikateľa koexistujú v ekonomickej a sociologickej vede aj v súčasnosti. Pričom záujem o Weberov alebo Schumpeterov model podnikateľa sa zvyšuje, spravidla, v čase prehĺbenia krízových javov v ekonomike. Ako ukazuje prax technologickej prestavby vo vyspelých krajinách, tradičná inštitúcia manažérov je nedostatočne pripravená na vyriešenie úloh ekonomického rastu. V spojitosti s tým sa využívajú rozličné spôsoby, predovšetkým ohľadom stimulácie podnikateľského typu správania u manažérov,

špecializujúcich sa v odvetví inovácii. Podľa názoru väčšiny západných bádateľov, charakteristickou črtou súčasného podnikateľa je iniciovanie ním biznisu, zjednotenie troch faktorov výroby do jedného celku pre produkciu tovarov a poskytnutie služieb s cieľom nadobudnutia zisku. Podnikateľská činnosť sa zvyčajne stotožňuje s aktívnym zavádzaním inovácií a nových technológií, hľadaním nových tovarov a poskytnutím nových služieb.

3. Slovensko a jeho podnikatelia v Európskej únii

Dnes na všetkých úrovniach hospodárenia sa stretávame s veľkým nedostatkom aktivity pracovníkov, a podnikateľská motivácia pracovného správania je dosť slabá. V minulých desaťročiach v našej krajine sa uskutočnil úpadok podnikania, boli zlikvidované samotné jeho korene. Preto v súčasnej výrobe len málo ľudí je vnútorne samostatných, slobodných, pripravených k tvorivej, rozhodnej, energetickej činnosti, zodpovednosti za jej výsledky. Zovšeobecnenie praxe hospodárenia ostatných rokov svedčí o tom, že staršia generácia pracovníkov, pre ktorú je charakteristický strach ohľadom možnosti samostatnej činnosti, ani „minimálna“ spotrebná psychológia, nie je pripravená k aktívnej podnikateľskej činnosti. K podnikaniu je viac prístupná mládež s jej vysokými nárokmi a snahou o maximálnu sebarealizáciu. Spolu s tým ovládnutie podnikateľskou činnosťou je protikladný proces. Ťažkosti v jeho rozvoji sú spojené nielen s ekonomickou situáciou, ale aj s morálnym stavom spoločnosti.

Nedôslednosť ekonomických premien, absencia presne vypracovaných právnych mechanizmov, posilnené nečinnosťou orgánov činných v trestnom konaní, vytvorili široké možnosti pre získanie „nezarobených“ peňazí. Ako dôsledok toho sa rozširuje prax ignorovania „morálnych prekážok“ „robiť peniaze“ hocijako. Takáto psychológia zvlášť negatívne vplýva na mladých pracovníkov, formuje v nich ľahostajnosť v sfére pracovnej činnosti, vzťahoch rozdeľovania. Samozrejme, s prechodom ekonomiky na trhové hospodárstvo tieto nedostatky mali zmiznúť. Jednako je potrebné si uvedomiť ten fakt, že v podnikateľskej činnosti sa prejaví nielen voľná konkurencia na trhu tovarov a služieb, ale aj mnohoúrovňová „tieňová“ ekonomika, ktorá je vzdialená do morálnych kritérií. Práve táto skutočnosť je serióznym nebezpečenstvom pre civilizované podnikanie.

V období socializmu vzťah k ekonomike ovplyvňoval individuálnu zodpovednosť, pracovnú motiváciu a investície do rozvoja osobnostného ľudského potenciálu. Namiesto tradičných prednosti inovačnej a kvalitnej práce pracovníci nepociťovali zodpovednosť za výsledky svojej práce. Štátne podniky podobne ako aj ich zamestnanci si zvykli na nenáročné podmienky, zabezpečujúce nízku, avšak zaručenú životnú úroveň. Popritom potajme

rozvíjali náhradnú činnosť, ktorá im zabezpečovala dodatočné zdroje k životu.

Dnes je ťažké posúdiť akú úlohu zohrávajú tieto hodnoty dedené z minulosti v ďalšom vývoji spoločnosti, odohrávajúc sa v podmienkach zavedenia skôr „predklasického“ ako „klasického kapitalizmu“, a už zďaleka nie sociálne trhového hospodárstva. Jedná sa tu o to, či „neoklasické“ správanie, ktoré v modernej ekonómii je považované za syntézu materialistickej, racionálnej a individuálnej činnosti je postačujúcou podmienkou pre vznik trhovej ekonomiky a jej stabilizáciu a prijateľným prostredím pre formovanie zdravého podnikania. Je tu potrebné kombinovať sociologickú a ekonomickú perspektívu a sledovať prebiehajúce premeny ako vzájomne závislé. Odpoveďou na tieto otázky by nám mala byť metóda sociologickej analýzy ekonomického rozvoja, ktorá oživuje tradície Maxa Webera, Emila Durkheima, Georga Simmela, Josepha Schumpetera, Karola Polanyho, Fridricha von Hayeka a ďalších predstaviteľov ekonomickej a sociologickej mysle.

V súčasnej transformujúcej sa spoločnosti tak dedené staré, ako vzniknuté nové sociálne väzby sú príčinou nesmiernych problémov. Na jednej strane sa stretávame so zakotvenými sociálnymi väzbami (nomenklatúra a staré siete známostí, lokálna mafia, sila starých metód riadenia atď.), ktorých potenciál sa pravdepodobne ešte zväčšil najsamprv zomknutím sa pred počiatočnou hrozbou vyplývajúcou z novej politickej situácie, neskôr však možnosťou prísť k bezbrehým ziskom v privatizačnom procese. Naproti tomu slabé sociálne väzby robia obyvateľstvo bezbranným v prípade, kedy chýbajú profesijné asociácie, kontrolné inštitúcie a iné združenia občianskej spoločnosti.

V takom prostredí nerovných šancí a slabých inštitúcií sa trh objavuje v zmrzačenej podobe. Vzniká tu situácia, kedy na jednej strane sa nachádza všeobecný monopol – trh, podnikatelia, a na strane druhej – rozptýlení spotrebitelia (chýbajú spotrebiteľské združenia, slabá kontrola). V niektorých prípadoch administratívny proces riadiaci privatizáciu ešte zosilnil monopolné pozície firiem a v ich rámci potom rozhodovacie právomoci manažérov. A tak vzniká situácia, kedy sa od len iluzórneho trhu očakáva, že vytvorí trhové hospodárstvo a podnikateľskú etiku, o ktorých sa naopak predpokladá, že budú dobrým prostredím sociálnej kontroly trhu.

O slovenských podnikateľoch je možné hovoriť aj ako o víťazoch transformácie a naopak, o nezamestnaných ako o porazených. Nové trhové mechanizmy tým prvým otvorili nové možnosti na uplatnenie svojich schopností, zatiaľ čo tých druhých takpovediac „vyradili na druhú koľaj“. Kým podnikatelia často využili nové podmienky na zvýšenie svojej životnej úrovne, nezamestnaným sa ich životná úroveň automaticky znižuje, keďže sú zväčša odkázaní len na dávky sociálnej pomoci. Podnikatelia – zrejme pod vplyvom svojich osobných úspechov, skúseností a využívaných schopností – oveľa častejšie hodnotia

chudobných ako jedincov, ktorí sa zrejme dostatočne nesnažia a nevyužívajú svoje možnosti (31,9% respondentov oproti celkovému priemeru 18,4%). [6] Ich solidarita s chudobou ohrozenými ľuďmi je, zdá sa, výrazne nižšia ako solidarita zamestnancov, ktorí sú sami vystavení riziku ohrozenia chudobou napr. po strate zamestnania.

Pre úspešný rozvoj podnikania je dôležité, najsamprv, preskúmať skúsenosti vyspelých krajín, kde existuje a neustále sa zdokonaľuje systém podpory podnikateľov – začiatčníkov, je užitočný ako z hľadiska zvyšovania ich pracovnej aktivity, tak aj pre spoločnosť celkovo. Podnikanie ako sociálna inštitúcia, formujúca nové ekonomické myslenie, nový psychologický typ pracovníka, adekvátny potrebám trhovej ekonomiky, vyžaduje ekonomickú a sociálnu stimuláciu. Vznik podnikania sa uskutočňuje v situácii anómii, t.j. podľa vyjadrenia E. Durkheima, v takom stave spoločnosti, kedy značná časť jej členov vie o existencii určitých morálnych noriem, no stavia sa k nim negatívne alebo ľahostajne. Podľa Durkheima, anémia je podmienená prechodom od tradične kolektívnej spoločnosti k individuálnej, kapitalistickej.

4. Sebazamestnávanie v západnej Európe

Rozvoj podnikania je spojený so vznikom životnej orientácie správania, v rámci ktorej sa hlavný dôraz kladie na sebahodnotu individua, na jeho slobodu a autonómiu, na jeho práve a reálnej možnosti samému určiť svoje záujmy a smery činnosti, na schopnosti individuálnej osobnosti pôsobiť aktívne, samostatne, iniciatívne, podnikavo. Vznik takej orientácie, jej premena na masami uznanú, takú, ktorá aktívne vplýva na osud spoločnosti (stalo sa to v Západnej Európe aj v USA) bolo spojené so zložitou mnohomerným súhrnom sociálnych procesov. Úspešný rozvoj podnikania je možný len vtedy, kedy individuálne hodnoty sú totožné s hodnotami práce. Individuálny záujem, úspech, prestíž majú byť posilnené snahou zabezpečenia vysokej kvality práce, efektívnosti svojej činnosti, pocitom hrdosti za vykonané. Kvôli tomu je potrebné úplne prehodnotiť vzťah k individuálnej práci, odrieknuť sa od vysvetlenia individualizmu ako totálneho protikladu kolektivismu. Prax svedčí o tom, že jednostranný dôraz na kolektivismus – totálna prevaha názoru, podľa ktorého individuum je len element, funkcia, čiastka v sociálnej organizácii, len účastník kolektívneho organizovaného a inštitucionalizovaného konania, len objekt centralizovaného riadenia – napomáha nielen likvidácii efektívnosti a dynamike v rozvoji spoločnosti, ale aj zosilneniu autoritarizmu, utvrdeniu administratívne-riadiacich metód ako dominujúcich, čo, následne, sa vracia ako dezorganizovanosť spoločnosti, kolektívnym nezodpovedným egoizmom, anarchizmom a dokonca iracionalizmom odvetvových, skupinových a individuálnych záujmov.

Veľa krajín Európskej únie má vysokú mieru nezamestnanosti, ale žiadna nerieši tento problém tak, že hlavnou stratégiou by mala byť premena nezamestnaných na úspešných podnikateľov. O túto cestu sa pokúsili vo Veľkej Británii v roku 1980. Vláda vyhlásila, aby nezamestnaní „sadli na svoje bicykle“ a začali hľadať prácu hocikde, ak nenachádzali žiadne voľné miesta vo svojich lokalitách, alebo aby si založili vlastné živnosti. Vláda Veľkej Británie vytvorila program Podpora podnikateľov, ktorý garantoval základný príjem počas 12 mesiacov tým uchádzačom, ktorých podnikateľské plány sa akceptovali a ktorí sa odhlásili z registra nezamestnaných po otvorení svojich vlastných podnikov. Ukázalo sa však, že tieto zámery neuspeli a v tichosti upadli do zabudnutia v roku 1990 v kontraste k fanfám, ktoré sprevádzali ich nástup. Len niekoľko nezamestnaných Britov sa sebazamestnalo a aj tí, ktorí tak urobili, majú malé vyhliadky na úspech. [7] Čo sa týka mladých ľudí, tak títo sú nedostatočne zastúpení medzi živnostníkmi a malými podnikateľmi. Aj tí, ktorí vstúpili do rodinných podnikov, obyčajne začínajú ako zamestnanci. Typický podnikateľ – začiatokník je muž vo veku okolo 30 rokov s pracovnými skúsenosťami a zručnosťami, ktoré mu umožňujú identifikovať sa s pracovným miestom, ktorý už pozná podmienky súťaže na trhu, pozná potenciálnych dodávateľov a zákazníkov, prípadne aj tých, ktorí môžu investovať pracovný kapitál. Aj v krajinách Európskej únie sú mladí začínajúci podnikatelia v menšine. Je tu paralela v nových trhových ekonomikách, kde jednu z najproblémovejších operácií prechodu na sebazamestnanie urobili tí ľudia, ktorí boli schopní konvertovať svoj starý politický kapitál do nového ekonomického kapitálu. Mladí nezamestnaní sú skupinou, ktorá pravdepodobne najmenej disponuje tým, čo robí podnikanie úspešným. Väčšina podnikateľských aktivít sa vyznačuje vysokým rizikom. Šance na prežitie sú extrémne nízke. Veľká časť neúspešných pokusov mladých, by sa však nikdy neudiala, ak by boli schopní získať riadnu prácu ako zamestnanci. [8]

To neznačí, že mladí nezamestnaní, ktorí majú ambície založiť si svoje vlastné podniky, by mali byť stále zastrahovaní. Ich úsilie nie je vždy odsúdené na neúspech. V trhových ekonomikách existuje len veľmi málo absolútnych istôt, avšak sú vždy výnimky, ktoré dokážu prekonať celkové trendy. Británia je pravdepodobne svetovým lídrom medzi dobrovoľníckymi organizáciami, ktoré pomáhajú znevýhodneným mladým ľuďom založiť si vlastné podniky, pričom mnohí pochádzajú z etnických menšín. Takouto organizáciou je, napríklad, Princov mládežnícky obchodný trust. Tajomstvo jeho úspechu spočíva po prvé v tom, že dôsledne selektuje, komu pomôže, a po druhé v tom, že zvoleného podporuje nielen na začiatku, ale aj dlho potom, čo sa podnik rozbehol. Vsádzajú na víťazov. V tomto sú úspešní. Ich hlavný dopad je vo vytváraní a zverejňovaní úspešných modelov a v podpore naivnej

viery, že každý so správnymi myšlienkami a nápadmi, zručnosťami a iniciatívou môže uspieť.

5. Záver

Môžeme konštatovať, že postkomunistická transformácia slovenskej spoločnosti je v plnom prúde, avšak hovoriť o nejakom hmatateľnom priblížení slovenskej a západoeurópskej spoločnosti je zatiaľ predčasné. Patrné priblíženie môžeme pozorovať v oblasti materiálneho zabezpečenia podnikateľských aktivít, ale zatiaľ sa nič neudialo v oblasti ekonomickej kultúry. Autorka článku uskutočnila nevelký sociologický prieskum, ktorého cieľom bolo zistiť čo je odlišné v podnikaní u nás v porovnaní s vyspelými krajinami. Respondentmi boli slovenskí podnikatelia, ktorí mali určité skúsenosti s podnikaním v západnej Európe alebo vo svete snažili sa podnikáť aj u nás doma. Prakticky všetci svorne dospeli k zhodnému záveru, že v Európe, ale aj vo svete je podnikanie spojené s biznisom, ale u nás je to ináč. Podľa týchto respondentov u nás je kapitalizmus ponímaný ako okrádanie iných.

V období tzv. normalizácie ustanovené heslo „kto nekradne, okráda rodinu“ preukázalo aj behom transformácie nebývalú životnosť. Spotrebný individualizmus slovenskej majority sa pritom prejavuje aj v jej vzťahu ku štátu. Štát je veľkou väčšinou populácie vnímaný ako ústredný modernizačný a všeobecne sociálno-riadiaci činiteľ, ako „darca“ sociálneho blaha v najširšom slova zmysle, čo však na druhej strane nebráni vidieť v ňom nepriateľa, ktorý je zabývaný neschopnými úradníkmi, nepriateľmi, ktorých je možné klamať. Od štátu sa očakáva, že bude vytvárať zdravé podnikateľské prostredie a ak tak nerobí, podnikatelia necítia vinu, pokiaľ ho okrádajú neplatením daní a ďalšími prvkami tieňovej ekonomiky.

Jednou z ciest, ako zmenšiť negatívny dopad fungovania „štátu, ktorý berie“ na jedinca či jeho podnikateľské aktivity je správanie na hranici legality (fungovanie neformálnych sociálnych sietí) alebo aj za ňou (korupcia). Siete priateľov, alebo spolužiakov zo strednej alebo vysokej školy, majú v slovenskej populácii dlhodobé trvanie a slúžia ako hlavný zdroj informácií o pracovných príležitostiach, kontraktoch atď., rovnako ako motivačný faktor pri rozhodovaní v zdanlivo nestranných konkurzných konaniach. Deje sa to v takej miere, ktorá je na Západe absolútne neprípustná. Tieto siete sú navyše doplnené vysokou mierou korupcie predovšetkým štátnych úradníkov alebo zamestnancov väčších podnikov.

6. Acknowledgements

Príspevok bol napísaný v rámci riešenia vedeckého projektu VEGA č. 1/2557/05

7. Literatúra:

- [1] Turgo, A.: Izbranyje ekonomičeskyje proizvedenija. Ekonomika, Moskva, 1961, s. 131.
- [2] Say, J.B.: Traktat političeskoj ekonomiji. Ekonomika, Moskva, 1986, s. 17.
- [3] Weber, M.: K metodológii sociálnych vied. Pravda, Bratislava, 1983, s. 290.
- [4] Schumpeter, J.: Teória hospodárskeho vývoja. Pravda, Bratislava, 1987, s. 80-95.
- [5] Hayek, F. A. von.: Economica and Knowledge// Economica, 1937, No 4.
- [6] Strapcová, K.: Percepčia nerovnosti a príčin chudoby na Slovensku. In.: Sociológia 37, 2005, č.5, s. 437.
- [7] Roberts, K.: Podnikanie a nezamestnanosť mládeže v štátoch Európskej únie a v asociovaných krajinách. In.: Sociológia 34, 2002, č.1, s. 37 – 46.
- [8] MacDonald, R. Welfare dependency, the enterprise culture and self-employed survival. Work, Employment and Society 1996, 10, pp. 431-447.