

Znanstveni susreti nazvani *Annales Pilar* pokrenuti su 2000. godine. Deveta konferencija održana 2008., pod naslovom *Hrvatski kapitalizam i socijalna integracija*, željela je, iz kuta različitih društvenih znanosti, opisati, analizirati i promisliti društvene, ekonomske, političke i socijalne učinke hrvatskoga kapitalizma u posljednjih petnaestak godina te njihov utjecaj na procese (dez)integracije u hrvatskome društvu.

Naša je ključna pretpostavka da se razvoj kapitalizma u jednom tradicionalnom društvu kao što je hrvatsko (uza sve dodatno naslijeđe socijalističke “polumodernizacije”), susreće s brojnim zaprekama političke, ekonomske ali i vrijednosne naravi. Kako kapitalizma u zapadnoeuropskome kulturnom krugu nema bez dodatne legitimacije, zaštite privatnog vlasništva i promjene određenih kolektivnih uvjerenja o odnosima rada i kapitala, postavljaju se brojna pitanja. Primjerice, kako se privatno vlasništvo/poduzetništvo, ekonomski učinak, legitimacija i društvena integracija suodnose u hrvatskome društvu? Treba li, i tko, preuzeti odgovornost za ekonomski učinak i društvenu integraciju? U kojoj su mjeri iskustva “hrvatskoga kapitalizma” specifična i lokalna, a u kojoj mjeri ponavljaju neke razvojne i dezintegracijske uzorke prisutne i u nekim drugim, povijesno sličnim, postsocijalističkim europskim zemljama?

Radovi u ovoj knjizi barem će djelomično odgovoriti, vjerujemo, na postavljena pitanja. Nadamo se da će se tako istodobno zacrtati i neke buduće rasprave vezane uz temu, od kojih bi društvo kao cjelina, ali i ključni ekonomski i politički razvojni sudionici, mogli imati dugoročnu korist.

U prvome radu (u poglavlju *Kapitalizam jednine ili množine*) *János M. Kovács* dotiče se, temeljem sagledavanja europske situacije i brojne literature o novijem razvoju kapitalizma, pitanja postoje li u stvarnosti samo konkretni, pojedinačni kapitalizmi ili pak kapitalizam općega tipa (američki, europski)? Ako postoje, razlikuju li se ti kapitalizmi bitno? Ako se razlikuju, kako to znamo? Razlikuju li se također značajno od drugih tipova kapitalizma na

Zapadu? Međutim, ako još ne postoji nešto takvo kao što su estonski, hrvatski ili rumunjski kapitalizam, hoće li se ti „pojavni”, „prijelazni”, „hibridni” režimi pretvoriti u „cjelovite” tipove u doglednoj budućnosti? Ako hoće, kako ćemo mjeriti tu 'cjelovitost' s obzirom na mnoštvo stvarnih i idealnih tipova kapitalizama na Zapadu i Jugu? Tragajući za odgovorima na ta i druga pitanja i nudeći na kraju i šest ključnih istraživačkih hipoteza, autor zaključuje raspravu tezom da će istraživačka samosvijest istražiti načine prilagodbe potonjeg pristupa suvremenoj povijesti Istočne Europe, pritom *ne sugerirajući* jednu sveobuhvatnu tipologiju kapitalizama nakon komunizma.

I. *Altaras Penda* u svom optimistično intoniranom prilogu polazi od teze da je temeljni izvor vrijednosnih sudova o kapitalu u pravilu proizvod našeg (ne)snalaženja u svakodnevnim životnim situacijama. Prema njemu, utjecaj kapitala vidljiv je u gotovo svim sferama života, a razumijevanje njegovih temeljnih kategorija, kao što su rad, nadnice, vrijednosni sustavi, obitelj, moć, institucije, ljudska snaga, poduzetništvo i brojne druge, dovodi nas do kvalitetnijeg snalaženja u odabirima koje svakodnevno donosimo. Time izravno utječemo i na naše shvaćanje kapitala: umjesto da smo mu protivnici ili zagovaratelji, postajemo osobe koje razumiju procese oko sebe te tako možemo odabrati koji oblik ponašanja nam je najprihvatljiviji.

U trećemu radu toga poglavlja C. *Beck* ističe da je formuliranjem objektivnih etičkih normi moguće utemeljiti etičko vrednovanje organizacija u nekom društvenom sustavu i sustavu tržišnoga gospodarstva. Prije svega, potrebno je formulirati temeljne etičke uvjete. U tome važnu ulogu igraju filozofija Maxa Schelera i Emmenuela Lévinasa kao i katolička socijalna etika i kršćanska filozofija. Primjenjene u etičko-hermeneutičkoj misli, stječu svoju normativnost, što vodi konkretnom organizacijskom poslovanju i etičkom potvrđivanju.

U drugom poglavlju (*Razvoj i praksa kapitalizma u Hrvatskoj*) nalazimo nekoliko socioloških radova domaćih autora koji tematiziraju lokalnu kapitalističku praksu na temelju empirijske građe iz različitih izvora. U radu o Carlsbergovu preuzimanju hrvatske pivovare D. *Topolčić* traga za novim paradigmama poslovanja, koje pojedinim domaćim poduzećima nameće internacionalizacija poslovanja, odnosno ulazak u sustave multinacionalnih poduzeća. U središtu analize priče su menadžera ne bi li se razumijela njihova iskustva u kompaniji nakon preuzimanja stranih investitora. Procesu restrukturiranja tvrtke i pratećim promjenama pristupa se iz perspektive susreta

kultura “Istoka” i “Zapada” u gospodarstvu. Kompanija-roditelj velika je multinacionalna korporacija, tako da ne iznenađuje ishod susreta. Naime, prema autoru, trenutni ishod amalgamacije domaće i strane poslovne prakse specifičan je kulturni hibrid vrlo blizak jednom polu kontinuuma: “pobjeda-Zapada i poraz-Istoka”. Izbjegavajući dramatične promjene i iznenadne šokove u objema komponentama organizacije – tehničkoj i socijalnoj – uspješno je uveden Carlsbergov način poslovanja. Čini se da je u novoj organizaciji poslovanja zaživjela i nova paradigma: “Uvijek možemo biti učinkovitiji, a profit uvijek može biti veći”!

*N. Petrović* studijom slučaja prati razvoj Agrokor, uz pomoć ponajprije analitičkih kategorija političkoga kapitalizma i ekonomskog liberalizma. U analizi Agrokorove prezentacije poseban je naglasak na legitimaciji poduzetništva, jer su krupni poduzetnici u procesu privatizacije i “tajkunizacije” postali jedna od najnepopularnijih društvenih skupina u Hrvatskoj. Velik broj zaposlenih i stalan porast, dobri odnosi s vodećim sindikatima, medijsko ograničavanje “isticanja potrošnje” predsjednika koncerna, transformacija koncerna u jedan od rijetkih “naših regionalnih igrača” učinili su Agrokor u hrvatskoj javnosti pozitivnim primjerom krupnog poduzetništva. Ipak, postavlja se pitanje kako Agrokorov modernizacijski potencijal utječe na modernizacijski potencijal ostalih konkurentskih tvrtki, tj. smanjuje li ga otežavajući tržišno natjecanje.

Socijalno naličje “hrvatskoga kapitalizma” u analizi relativne deprivacije posebno istražuju *S. Rihtar* i *V. Lamza Posavec*. Prema njima, teorija relativne deprivacije i u našem se kontekstu (pojava društvenog raslojavanja zbog rata i privatizacije devedesetih godina prošloga stoljeća) potvrdila kao univerzalno primjenjivo analitičko oruđe za problematiku te vrste. Socijalna percepcija i usporedbe, a potom i legitimizacijsko i atribucijsko rezoniranje, ulogu kojeg teorija naglašava, važan su posredni proces između objektivnog materijalnog statusa i subjektivnih (i afektivnih i politički relevantnih) reakcija. Njihova analiza otkriva kako se u posljednje vrijeme teorija relativne deprivacije povezuje s atribucijskom teorijom i teorijom socijalnog identiteta, slijedeći pri tome jednostavan argument prema kojemu, pri međugrupnim usporedbama, bitnu ulogu igra i subjektivna važnost pripadanja određenim skupinama.

*G. Sabol* osvrće se na proces uvođenja informacijsko-komunikacijske tehnologije u europska poduzeća te na pouke toga procesa za Hrvatsku. Projekt eEurope Europske Unije temelji se na pretpostavci da je informacijska i

komunikacijska tehnologija (IKT) nužna za budući ekonomski rast, stvaranje novih radnih mjesta i poboljšanje životnih uvjeta. Akcijskim planom za 2002. godinu, IKT (a posebno internet) postaje i europski politički prioritet, a u Akcijskom planu za 2005. sužava se fokus i naglasak stavlja na učinkovito pristupanje tehnologijama, učinkovitim korištenju i širokoj dostupnosti Interneta. Hrvatska će, postane li uskoro članicom Europske Unije, biti obvezna prihvatiti europske standarde na području IKT-a. U radu se stoga posebno istražuju relevantna socijalna (dobra, obrazovna) i ekonomska obilježja hrvatskih malih i srednjih poduzeća te proces prihvaćanja i primjene IKT-a u njima.

U posljednjem radu toga poglavlja *M. Vitez, B. Andrić i M. Mezak Stastny*, smatrajući da autori mogu svojoj sredini ponuditi određene ideje na tragu razvojnog važnih "intelektualnih tehnologija", nude poseban model društvenog marketinga za razvoj Požeško-slavonske županije. Smatraju da se u našim okolnostima društvena odgovornost može promatrati na nekoliko hijerarhijskih razina (kao što su svjetski poredak, državni poredak, regionalne i lokalne zajednice, organizacije i pojedinci). Posljedično, uvođenje tehnika društvenog marketinga u jedinice regionalne (područne) samouprave mora poštivati čimbenike mikro- i makrookruženja. S tom nakanom autori su proveli istraživanje radi kreiranja SWOT analize Požeško-slavonske županije kao ishodišne točke plana društvenog marketinga te dali prijedlog kako bi se ovaj mogao primijeniti u lokalnim društvenim i gospodarskim prilikama.

Dopustimo si na kraju još nešto – malu zahvalu najradišnijima u konferencijsko-izdavačkom pothvatu. Tema konferencije i zbornika radova izravan je rezultat rada istraživačkog tima na projektu *Nove ekonomske elite, institucije i prostorna ovisnost strategija razvitka*, koji financira Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa Republike Hrvatske. Isto tako, valja reći da ovih radova ne bi bilo bez velike predanosti nekoliko članova Programskog i organizacijskog odbora međunarodne konferencije *Hrvatski kapitalizam i socijalna integracija* (posebno rada I. Mijić i Lj. Dobrovšak, iz Instituta Ivo Pilar). Ovom prilikom zahvaljujem se autorima i svima drugima koji su pomogli i ostvarili projekt. Posebno se zahvaljujem Zakladi Konrada Adenauera iz Zagreba koja je u Institutu Ivo Pilar prepoznala pouzdanog partnera za takve projekte.

U Zagrebu, lipanja 2008.

*Drago Čengić*