

# Ni pomembno, da delaš stvari prav, ampak da delaš prave stvari

V zadnjem času je mogoče v medijih opaziti precej intenzivno oglaševanje različnih izobraževalnih programov, ki jih ponujajo uveljavljene ustanove in tudi take, za katere morda prvič slišimo. Priča smo pravi mali poplavi novih srednješolskih in višješolskih programov, v zadnjih letih je bilo ustanovljenih kar nekaj zasebnih in javnih visokih šol, v okviru obeh starih univerz nastajajo nove fakultete, nova univerza na Primorskem je združila pod svojo streho že uveljavljene študijske programe na slovenski obali in severni Primorski ter dodala nekaj novih na dodiplomski in podiplomski ravni. Vse kaže, da znanje tudi pri nas vedno bolj postaja ekonomska dobrina, s katero si kupci skušajo priboriti boljši izhodiščni položaj za razvoj svoje kariere, so konkurenčnejši, ko kandidirajo za nova delovna mesta, ali pa na obstoječem delovnem mestu – bodisi pri delodajalcih ali kot samostojni podjetniki – enostavno potrebujejo nova znanja, s katerimi bo njihovo podjetje bolje poslovalo. Po drugi strani relativno veliko število ponudnikov izobraževalnih storitev lahko pojasnimo z dejstvom, da izobraževanje tudi pri nas prehaja iz družbene dejavnosti vse bolj v gospodarsko panogo, v kateri je opaziti veliko poslovnih priložnosti.

O umestitvi gospodarstva oziroma podjetniškega sektorja v trajni družbeni razvoj države ali regije najbrž nima smisla razpravljati in dokazovati, da je prav uspešno gospodarstvo z visoko stopnjo zdrave rasti lahko edini pravi temelj družbenega blagostanja. Ugotovitev

LIVODNIK



mag. Jaka Vadnjal

temelji na načelu, da lahko potrošiš toliko, kot si zaslužil, sicer imamo hitro opraviti z uživanjem omenjene blaginje na up, to pa se dolgoročno ne more dobro končati. Gospodarstvo lahko poenostavljeno razumemo kot množico subjektov, ki na nekem trgu nekaj proizvajajo in prodajajo (imenujemo jih podjetja), ter posameznikov, ki njihove izdelke kupujejo z denarjem, zasluženim s svojim delom in morda tudi s posedovanjem kapitala. Smisel dobro delujočega gospodarstva je torej v hitri menjavi proizvedenih dobrin za denar, ustvarjanju dodane vrednosti pri teh menjavah in vedno novo poganjanje tega kroga dobrin in denarja. Država ima pri tem ciklusu ključno nalogo v zagotavljanju čim spodbudnejšega okolja, ki se začne pri stabilnem političnem sistemu in nadaljuje z urejenim pravnim, monetarnim, fiskalnim, socialnim, šolskim in še kakšnim drugim sistemom ter omogoča igralcem na trgu čim intenzivnejše gospodarske dejavnosti.

Adam Smith, eden od očetov klasične ekonomske teorije, je že pred skoraj tristo leti utemeljil pojem trga kot nevidne roke, ki uravnava povpraševanje in ponudbo na trgu. Nekdo je nekje zapisal, da je relativno enostavno napraviti ekonomista: vzameš človeka in ga naučiš kot papigo ponavljati: »Ponudba, povpraševanje, ponudba, povpraševanje!« In če je bilo dolga desetletja mogoče ekonomske odnose večinoma razumeti skozi vzpostavljane ekonomskih ravnotežij tam, kjer se srečujeta povpraševanje in ponudba, se je v prvi polovici prejšnjega stoletja začel v ekonomski misli in znanosti pojavljati arhetip podjetnika kot človeka, ki bodisi vzpostavlja

ali ruši obstoječa ekonomska ravnotežja. Israel Kirzner je videl podjetnika kot špekulanta, ki kupi nekaj tam, kjer je ceneje, in gre to prodat tja, kjer lahko iztrži višjo ceno in tako zasluži s tem, da poseduje boljše informacije kot kupec. S tem vzpostavlja ekonomska ravnotežja, saj kupuje tam, kjer so presežki, in prodaja tja, kjer določene dobrine primanjkuje. Potrditev omenjene teorije lahko najdemo s spremljanjem vsakodnevnih gospodarskih dogajanj. Danes so tako zaradi evropske ukinitve omejevanja kvot uvoza kitajskega tekstila na potezi trgovci, ki vedo, kje kupiti poceni kitajsko blago in po kakšni ceni ter kje v Evropi ga prodati. Čeprav je tudi tovrstno početje mogoče šteti za podjetniško, bo pravzaprav škodilo evropskim gospodarstvom: že tako obubožana tekstilna panoga se bo soočila s še hujšo cenovno konkurenco, izhoda pa praktično ni, saj govorimo o dobrini z majhno dodano vrednostjo, o panogi, kjer je mogoče preživeti samo z izjemno nizkimi stroški dela in torej uspeva tam, kjer so ljudje zadovoljni z minimalnimi plačami, kar za Evropo vsekakor ne velja. In prav v zgodbi o dodani vrednosti tiči odgovor na vprašanje, kam naj se Evropa in z njo Slovenija usmerita, da bi družno odgovorili na prihajajoče težave, ki jih prinašajo globalni gospodarski tokovi.

Že Joseph Schumpeter, ki ga prav tako štejemo k najzgodnejšim ekonomskim teoretikom podjetništva, je trdil, da je podjetništvo pravzaprav inovacija, podjetnik pa inovator, ki z novostmi ustvarjalno uničuje ravnotežje na trgu in ga prestavlja drugam. Podjetništvo torej niso samo razvoj, proizvodnja, organizacija, trženje in finance, ampak so to predvsem spremembe, ki jih podjetniki ustvarijo ali samo opazijo in izkoristijo sebi v prid. Na tem mestu je prav, da razložimo mejo, ki je pravzaprav ni, oziroma delitev, ki je v pravilnem razumevanju enega in drugega pojma

že lep čas zabrisana. Gre seveda za dilemo razlikovanja med podjetništvom in menedžmentom oziroma med podjetniki in menedžerji. Če smo med podjetnike tradicionalno bolj šteli ustanovitelje in vodje malih podjetij, med menedžerje pa tiste strokovnjake, ki upravljajo z večjimi podjetji in drugimi institucijami, imamo danes v strokovnih razpravah običajno opraviti s »podjetniškim menedžmentom« in »menedžmentom malih podjetij«. Kanadski profesor Jacques Louis Filion ocenjuje, da je razlikovanje med podjetništvom in menedžmentom unetna dilema, ki razume podjetništvo zgolj kot nastajanje malih podjetij in mala podjetja. Po njegovem mnenju so podjetniki v načinu razmišljanja bistveno drugačni od menedžerjev. Podjetnikom je treba pomagati, da razvijejo ustvarjalnost, pridobijo menedžerska znanja in vodstvene sposobnosti. Hkrati bi se glede prihodnosti sodobnih menedžerjev lahko strinjali z ameriškim raziskovalcem Georgom Zoghlinom, ki pravi, da je današnji menedžment pred dilemo: ostati v udobnih menedžerskih stolčkih in podjetno voditi podjetje za lastnike ali pa se preleviti v podjetnika – lastnika in nič več mirno spati. Posledica teh razjasnitev omenjenih definicij je bil nastanek nove paradigme podjetniškega in menedžerskega usposabljanja ter izobraževanja: menedžerje je potrebno učiti podjetništva in podjetnike učiti menedžmenta.

Vrnimo se k vprašanju dodane vrednosti. Primerljivi podatki o tehnološki razvitosti in strukturi znanja za Slovenijo in Nemčijo izpred nekaj let kažejo, da slovenski izdelki dosegajo v povprečju 5. do 6. stopnjo, nemški pa kar 11. stopnjo na 15-stopenjski lestvici razvojno tehnološke intenzivnosti. Seveda je kompleksnejše izdelke običajno mogoče dražje prodajati, torej je stopnja dodane vrednosti v poprečju višja (razmerje v omenjenem primeru je skoraj 1 : 5 v korist Nemčije).

hkrati pa je potrebno za razvoj, proizvodnjo in prodajo ter poprodajne aktivnosti zagotoviti bolj izobražen in boljše usposobljen kader. Tako za doseganje omenjene stopnje kompleksnosti potrebujemo v Sloveniji v povprečju 4. stopnjo izobrazbe (kvalificirani delavci), v Nemčiji pa je to povprečje kar za dve stopnji višje, saj je za njihovo stopnjo razvoja potrebna izobrazba visoke strokovne šole. Formula za uspeh je kot na dlani, seveda pa je njena uresničitev zapletena in dolgotrajna. Če Slovenci konkurenčnih prednosti svoje države oziroma gospodarstva ne želimo graditi na nizkih stroških dela in poceni delovni sili, kar v primerjavi npr. s Kitajsko niti ni mogoče, moramo stremeti k proizvodnji kompleksnejših izdelkov in storitev z višjimi stopnjami dodane vrednosti, česar bodo sposobni le boljše izobraženi in usposobljeni ljudje. Irska, eden od svetovnih gospodarskih čudežev, je naredila preobrat od gospodarstva, temelječega na tradicionalnih panogah, v eno najvišje tehnološko usmerjenih gospodarstev, kjer se zgodi ogromno razvojnega dela in veliko proizvodnje z visoko dodano vrednostjo. Vendar proučevanje tega dela irske zgodovine hitro pokaže, da o čudežu ni pametno govoriti. Med ostalimi dosežki širšega družbenega razvoja je Irska v letih od 1975 do 1990 formalno raven izobrazbe svojega prebivalstva uspela povečati v povprečju skoraj za dve stopnji. Rezultati v gospodarstvu in na drugih področjih niso zaostali. Tudi s Finske, druge evropske zgodbe o uspehu, prihajajo zanimivi podatki. Nokia, svetovni gigant na področju elektronike in največji proizvajalec mobilnih telefonov, je še vedno korak pred konkurenco z vidika novih in seveda naprednejših tehnologij, ki jih pošiljajo na trg. Vendar pa se od proizvajalca gumijastih škornjev na današnji položaj ni zavihтела zato, ker so bile zvezde ugodno razporejene ali pa so pihali pravi vetrovi. Na razvoju enega samega modela novega telefona dela

hkrati običajno nekaj tisoč ljudi, od katerih jih le nekaj odstotkov nima univerzitetne izobrazbe. Gre za usmerjen proces, v katerega so vključeni tudi mnogi nacionalni potenciali najvišje stopnje. Stranski produkt, s katerim se Finci upravičeno radi pohvalijo, tj. razvoj Nokiinega telefona, ki se je kot prvi na svetovnem trgu ponašal z vgrajenim digitalnim fotoaparatom, je bil rezultat več kot 70 doktoratov znanosti večinoma tehničnih in tudi poslovnih, pravnih in drugih ved, ki so nastali vzporedno z razvojem novega izdelka. Pri tem ni nepomembno poudariti, da so bili avtorji poleg podelitve znanstvenega naziva tudi materialno dobro nagrajeni, saj je bil telefon svetovna tržna uspešnica.

Kaj bi lahko poudarili na koncu tega razmišljanja? Tudi v Sloveniji se moramo začeti zavedati pomena izobraževanja, saj bo znanje ob kapitalu v sodobnih globalizacijskih procesih postajalo vse ključnejša konkurenčna prednost posameznika in družbe kot celote. Na znanju temelječa družba torej ni zgolj fraza, ki se dobro sliši in se z njo moramo strinjati, ampak je potencialne rezultate te družbe z relativno veliko verjetnostjo mogoče napovedati kot boljše od rezultatov družbe, ki znanju v svojih strateških usmeritvah ne posveča bistvene pozornosti.

Pri tem ni dovolj, da se pomena izobraževanja zavedajo tisti, ki načrtujejo šolsko in študijsko politiko, ampak je potrebno usmeriti vse sile v obširno promocijo znanja kot vrednote in orožja v boju za boljše življenje in družbeno blaginjo. Pridobivanje novega znanja in posodabljanje tistega, ki je bilo pridobljeno že pred leti, naj postane življenjski moto posameznika, ki se v določenem okolju zaveda odgovornosti zase kot posameznika in kot pripadnika širše skupnosti. Seveda se bo moral odzvati tudi celoten izobraževalni sistem, ki bo moral hitreje kot doslej odgovar-

jati na potrebe trga. Pri tem ne zagovarjamo teze, da mora biti ponudba izobraževanja samo tržno pogojena in se torej kratkoročno ponujajo predvsem tisti programi, po katerih je povpraševanje na trgu največje oziroma so obeti za dobro zaposlitev najboljši. Zato ponudba izobraževanj najbrž ne more biti samo tržna kategorija, ampak tudi odraz vizije gospodarskega in širšega družbenega razvoja Slovenije v evropskem in globalnem kontekstu. Govorimo seveda o sposobnosti predvidevanja potreb za 10 ali 20 let vnaprej, pri čemer je to zelo komplicirano že zaradi nejasnih demografskih procesov.

Če smo začeli s podjetništvom in podjetniškim razmišljanjem, naj s to temo še zaključimo. Razmišljanje o znanju kot nujnem pogoju razvoja neke družbe je mogoče, tako kot smo že omenjali, še bolj razumljivo prenesti v podjetniški okvir, saj bomo v Sloveniji tako zelene dobre plače in dobičke lastnikom kapitala lahko zaslužili le z visoko kakovostnimi in tehnološko kompleksnimi izdelki in storitvami. Za to bomo potrebovali visoko izobražene in usposobljene ljudi, ki bodo poleg vsega morali imeti v sebi še kanček podjetnosti. S tem mislim predvsem, da bodo znali svojo kreativnost pognati v »pravi smeri«, ki se bo dolgoročno potrdila predvsem na trgu. Izdatkov za izobraževanje torej ne smemo šteti med stroške, ampak med investicije, ki so nujno potrebne za dvig konkurenčnosti. Elemente podjetniškega razmišljanja je tako potrebno vnesti na vse ravni izobraževalnega procesa, saj bodo le tako razmišljujoči posamezniki znali v prihodnosti prevzemati odgovornost kreativnega in tržno usmerjenega razvoja naše družbe. Jeffrey Timmons, morda eden največjih umov sodobnega razmišljanja o podjetništvu kot načinu razmišljanja in delovanja posameznika in družbe ter podjetništvu kot ključnem nosilcu sodobnih družbenih sprememb, je zapisal mogoče

ključno misel: »Ni pomembno, da delaš stvari prav, ampak da delaš prave stvari.«



mag. Jaka Vadnjal