

Kako razumeti podjetništvo danes?

Igor Bijuklič

Relevantnost tega vprašanja postane nesporna, če resno vzamemo vse bolj neposredna institucionalna prizadevanja, ki govorijo o nečem takem, kot je strateško usmerjanje družbe v podjetništvo in spodbujanje podjetniške miselnosti. Povsem bi zgrešili, če bi to razumeli na ravni »privatnikov« iz osemdesetih ali današnjih s. p.-jev, ki se razraščajo že skorajda sami od sebe, povečini kot luknje obstanka za prekerce. Vse kaže, da tovrstna prizadevanja, ki nosijo pečat vrhovnih *policymakerjev*, tudi ne merijo na podjetnike in podjetništvo kar tako, temveč pripravljajo teren za nekaj specifično drugačnega – za podjetniško družbo, v kateri bi veljala podjetniška miselnost.

Glede slednjega bi v razmislek ponudil dve zadevi. Prvič, današnje usmerjanje k podjetništvu nastopa v položaju epohalne deindustrializacije Zahoda, kjer se množično in sistematično ustvarjanje delovnih mest – kar je bilo zgodovinsko gledano ena prioritetenih nalog držav in razlog za povojno blagostanje – sedaj izključuje s položajem samim in dominantno razvojno paradigmo in zato tudi ni več mogoče. Drugič, podjetniške veščine in miselnost zavzemajo odločilno mesto v osrednjih strateških dokumentih (npr. dokument *EU Education and Training 2020*), ki govorijo, kako naj bi potekalo izobraževanje in usposabljanje bodočih generacij. Pomenljivo je, da tega ne vpeljujejo na za to določena ali definirana mesta, temveč generalno, v »vse nivoje izobraževanja in vzgoje« (otroški vrtci so ravno tako vključeni) in »v vse oblike učenja« kot nekakšno učno metodo. Oboje govori, da nimamo opravičiti več s partikularnostmi, temveč s strukturnimi preobratu, ki skušajo prežeti celoto in našo prihodnost zasukati bistveno

drugače. Vsesplošno medijsko pozdravljanje podjetništva kot »rešitve« vseh težav, kot da so ključne težave današnjega časa podjetniško rešljive, ima značaj napol religiozne zagledanosti v »odrešitev« in ga je potrebno pustiti ob strani. Z vidika razumevanja ne more prispevati ničesar. Celo nasprotno, v slavljenju podjetnih posameznikov in tistih, ki se trudijo postati njim podobni, spregledajo ali zakrivajo dejstvo, da današnje strukturno obračanje in podjetništvo-vpeljujoča govorica le niso brez svoje že etabrirane paradigmatike osnove. Kolikor bolj se govori o podjetništvu le v »toplih predstavah«, toliko več ima ta paradigma priložnosti postati obča in hkrati ostati neprebrana.

Če skušamo razumeti to govorico, ki pretendira k občemu, potem si ne moremo pomagati z ohlapnimi predstavami o de-



Socialno inoviranje je zato nekaj takega kot ustvarjanje resursov iz človeškega: človeških kapacitet, človeških razmerij, človeških načinov organiziranja itd. Zato tudi ni presenetljivo, da Drucker šteje ravno znanstveni management za socialno inovacijo stoletja.

javnosti prizadevnih posameznikov ali manjših združb, ki si skušajo po lastni iznajdljivosti zagotoviti sredstva za preživetje. Kot rečeno, ne gre za podjetnike in podjetništvo kar tako, temveč imamo opraviti s specifičnim strukturnim obratom v podjetniško družbo, kjer biti podjeten ali »podjetno« misliti ni le predvidena družbena drža vseh glede vsega, ampak tudi pomeni nekaj povsem drugega.

Kje torej začeti? Kot obetajoče izhodišče za premislek predlagam Druckerjevo delo *Inovacija in podjetništvo (Innovation and Entrepreneurship, 1984)*, ki se bere kot osrednji programski tekst prehajanja v »podjetniško družbo«. To izhodišče dodatno podpira dejstvo, da je Peter F. Drucker (1909–2005) sam eden od glavnih očetov managerske paradigme, njegovi koncepti in teoremi pa osnovni gradniki današnje *polycymaking* govornice, ki je po avtomatizmu, v večji ali manjši meri, povzeta dobesedno povsod, vse prevečkrat tudi med filozofi in humanisti, ki bi morali biti do jezika in besed še posebej pozorni. Nobeno presenečenje torej ni, da se branje omenjene vzgojno-izobraževalne strategije EU za prihodnost (*ET2020*) izkaže kot branje Druckerjevih konceptov iz nekega povsem drugega področja – področja *managementa*. Če smo natančnejši, tamkajšnje ključne sestavine bodočega vzgojno-izobraževalnega procesa, kot so inovacija, znanje in vseživljenjsko učenje, niso prišle s področja pedagogike, kot bi morda pričakovali (pedagogika jih je le slepo sprejela kot svoje), temveč tako poimensko kot tudi po vsebini dosledno povzemajo Druckerjeve postavitve iz omenjenega dela, na katerih ta vpeljuje »podjetniško družbo«. To ni nobeno naključje in tudi ne obrobna podrobnost, temveč kot kaže naslednji veliki programski korak »naprej« od tako opevane »družbe znanja«, ki se deklarativno ozira k postavitvi vzgojno-izobraževalnega procesa v funkcijo neposrednega dobavitelja znanja sedaj kot dejavnika inovacije in produkcije. Tudi to ni nobena novotarija pedagoških ved, temveč povzete Druckerjevega managerskega teorema o *knowledge economy* (glej njegovo delo *The Age of Discontinuity, 1969*), po katerem se, vedoč ali ne, zgledujejo vsi današnji poizkusi, kako izobraževanje in šolstvo kot enoviti celoti vpoklicati v služenje ekonomsko-produktivnim ciljem. To naj zadostuje za oris, s kate-

rim avtorjem in katero paradigmo imamo opravka in kje ter v povezavi s čim je izrekana.

Prelom s tradicijo

Kako torej Drucker postavi »novega podjetnika«? Eno prvih definicij podjetništva, ki jo je podal francoski ekonomist Say in pravi, da je podjetnik tisti, ki prerazporeja ekonomske vire iz območij z nižjo v tista z višjo donosnostjo, Drucker šteje za nezadostno, saj ne pove, kdo je podjetnik. Tudi v ZDA običajno razumevanje podjetnika kot tistega, ki zažene svoj lasten, nov in majhen *business*, ne more odgovoriti na to vprašanje, saj zanj ni vsak mali *business* že podjetniški, tudi vsak veliki ne. Kot neustrezno šteje tudi tradicionalno nemško pojmovanje podjetnika – *Unternehmer*, ki tega enači z močjo in lastništvom. Na teh izbranih primerih skuša pretrgati s tradicijo in postavi nekaj temeljnih in začetnih distinkcij, ki govorijo naslednje: najpomembnejše, »novi podjetnik« nima opraviti (zgolj) z ekonomijo, s prerazporejanjem ekonomskih virov (Say), saj se ekonomija ukvarja s »tistim, kar že je«. Tako »novi podjetnik« tudi ni kapitalist-lastnik, saj čeprav potrebuje kapital, to ni njegova primarna dejavnost ali cilj. Ravno tako ni investitor, čeprav si z njimi deli element tveganja. Tudi ni nujno, da je delodajalec; ravno nasprotno, pogosto je le zaposlen pri drugem, največkrat pa samozaposlen. In ne nazadnje, tudi inovator ni kar tako, še najmanj, če to pomeni »po navdihu«, »po naključju« in v pome- nu izumljanja novih naprav, stvari ali tehnologij.

Podjetništvo kot sistem

Po eni strani opredeli »novega podjetnika« kot posebno vrsto obnašanja (*behavior*) in miselnosti, ki ni pod nobenim pogojem vezana le na sfero ekonomije, čeprav termin izvira s tega področja, temveč se sedaj nanaša in je lahko doma v dobesedno vseh človeških dejavnostih! Kakšno je torej to obče obnašanje in miselnost? Tisto, kar ju podčrtuje in najbolj definira, je razumevanje spremembe kot norme. Torej podjetnik je tisti, ki zasleduje spremembe, jih ne nujno tudi povzroča, vselej pa se nanje odziva in jih izkorišča kot priložnost. Kako to počne? Predvsem sistematično, metodično, organizirano in na

Znanje prihodnosti bo imelo vse manj opraviti z razgledanostjo, z razumevanjem sveta takega, kot je, temveč se bo moralo dokazovati v podjetniškem inoviranju. Izobraževanje se ne bo več oziralo nazaj, temveč se bo oziralo v prihodnost, kako svet gledati kot poslovno priložnost in ga spreminjati do nerazpoznavnosti.

način managiranja. To je ključna Druckerjeva nič kaj analitična, temveč bolj programska (podjetniška!) poteza, ki nadomešča odpravljeno tradicijo. Gre za naslednje: tako kot je bil »predznanstveni« *management* kot nabor raznovrstnih načinov organiziranja s Taylorjem in kasneje samim Druckerjem sistematiziran v »znanost« in disciplino, tako je potrebno sedaj storiti z inovacijo in podjetništvom, ki več ni in ne sme ostati zgolj takšno ali drugačno udejstvovanje po »navdihu ali presoji« le na področju ekonomije, temveč mora biti sistematizirano. Oziroma kot reče Drucker sam: zanj je potrebno razviti principe, prakso in disciplino (kar je mogoče poučevati).

Če rečem nekoliko drugače, tako kot je bil *management* na novo postavljen kot sistem za celoto, torej kako ljudi narediti za človeške vire in kako te vire pripeljati do njihove maksimalne učinkovitosti v vseh človeških dejavnostih, tako je potrebno sedaj iz podjetništva narediti sistem za celoto, torej kako metodično, organizirano, po principih in v eni disciplini »izkoriščati priložnosti« na vseh področjih, najsi bo to politika, gospodarstvo, izobraževanje, kultura ali karkoli drugega. Tukaj je potrebno dodati pomembno noto. To lahkotno naskakovanje na »vse«, kot da bi šlo za univerzalno Eno, je možno, ker mu pot utira že opravljen predhodni korak. Namreč, pri Druckerju podjetniška družba nikakor ne prihaja iz kapitalistične, temveč se naslanja na družbo, ki je kapitalizem prešla in je že managerska. Ta se zmore po principih znanstvenega *managementa* (ki je metoda, sistem), ki ravno tako niso zamejeni na gospodarstvo, temveč že v izhodišču zamišljeni kot principi družbe nasploh, samorevolucionirati v nedogled. V tem primeru tako, da podjetništvo preobrazi v sistem za celoto in tako družbo napravi podjetniško. Tudi zato »stari podjetnik«, ki bi kot posameznik organiziral *business* in ga kot tak vodil in kontroliral, zanj ne šteje več, saj zdaj »potrebujemo ljudi, ki znajo postaviti novo strukturo podjetništva na managerskih osnovah, kot smo jih razvijali zadnjih petdeset let« (*The Age of Discontinuity*, str. 40). Nazaj k definiciji. Ker se »novi podjetnik« loteva »izkoriščanja priložnosti« na povsem nov način, za to potrebuje tudi prenovljena orodja. Dve sta ključni – znanje in inovacija – in ti dve tudi tvorita odločilni del definicije. Čeprav sta ti dve besedi zna-

ni in imata širok pomen, je prvi vidik prenove nedvomno ta, da sta postali orodji. Na kratko o ozadju. Novo podjetništvo je na znanju temelječa dejavnost, tako da je znanje sredstvo za podjetniške cilje. Ker je tukaj dejavnost tista, ki določa in definira sestavo znanja, pozna podjetniška družba le eno vrsto znanja, namreč tisto, ki se lahko dokazuje v podjetniški dejavnosti in omogoča izpolnjevanje njenih ciljev. Tako pa ni določen le sestav, temveč tudi življenjski cikel znanja. Ker je podjetništvo nagnjeno k novemu, je v nenehnem spreminjanju (presnovi) tudi znanje samo. Tisto znanje, ki je veljajo včeraj, jutri ne velja več. Natanko zato se po Druckerju v podjetniški družbi vsi nenehno učijo, predvsem pa ponovno učijo (premislite iz tega vidika današnje smernice EU o vseživljenjskem učenju). Tisto, po čemer se novi podjetnik bistveno razlikuje od ostalih, pa je inovacija. Podjetnik je predvsem tisti, ki inovira. Vendar ne po navdihu, intuiciji, naključju ali genialnosti, tako tudi ne v pomenu izumljanja tehnoloških naprav ali stvari. Inoviranje mora sedaj biti sistematično, torej namenska dejavnost, ki potrebuje in zahteva metodično raziskovanje, planiranje in organiziranje z visoko stopnjo predvidljivosti rezultatov. K čemu pa je inoviranje usmerjeno? Preprosto k temu, da obdarja že obstoječe vire z novo kapaciteto ustvarjanja bogastva (*wealth*) in, kar je za Druckerja še pomembnejše, da sploh ustvarja vire: torej da nekaj, kar to ni, razkrije kot vir in ga tako naredi za izrabljivega. Dokler neka kamnina ni razkrita kot vir, denimo, železarske industrije, ostaja le kamnina brez vrednosti in v zemlji. In vendar se zdi, da so inovacije na ravni organske/anorganske naravne materije ali na ravni tehnike/tehnologije za Druckerjev podjetniški sistem nekako drugotnega pomena. Drucker se je namreč dobro zavedal, da je ob deindustrializaciji managerski družbi kratkomalo zmanjkalo podlage v klasičnih industrijskih panogah. Zato tudi inoviranju ne postavlja meja, nasprotno (ne pozabimo, da podjetno misli tudi sam), zanj odpre povsem nov teren – področje človeških zadev – in ravno z njegove strani poimenovane »socialne inovacije« (*social innovation*) šteje kot tiste, ki so mnogo bolj prelomne od vseh ostalih. Pomenljivo je to, da sedaj gleda tudi na pretekle »iznajdbe«, kot so zavalništvo ali časopis, kot na socialne inovacije, kar dodatno

legitimira njegov program, in sicer da postane sistematično socialno inoviranje način razkrivanja vsega sedanjega in prihodnjega na vseh področjih človeške dejavnosti (izobraževanje, zdravstvo, vladanje, politika)! Ne smemo pozabiti, da je inoviranje predvsem ustvarjanje virov iz nečesa, kar prej to ni bilo. Ker običajno viri sami zase nimajo nikakršnega smisla in tudi ne pripadajo sami sebi, so že razkriti in postavljeni kot nekaj, s čimer se razpolaga, kar se pridobiva, razvija, izkorišča, razvršča in upravlja. Socialno inoviranje je zato nekaj takega kot ustvarjanje resursov iz človeškega: človeških kapacitet, človeških razmerij, človeških načinov organiziranja itd. Zato tudi ni presenetljivo, da Drucker šteje ravno znanstveni *management* za socialno inovacijo stoletja. Njegovo »uporabno znanje« je namreč prvič v zgodovini omogočilo, da so ljudje tehnično obravnavani kot človeški viri, napravljeni produktivni in upravljeni v skupni organizacijski strukturi, in zato daleč prekaša vsakršno še tako prelomno tehnološko inovacijo.

Perspektive podjetniške družbe – presnova sveta

Druckerjeva sprva še skromna postavitev, da »novi podjetnik« le spremlja spremembe in izkorišča priložnosti, pade na celi črti, saj je ta še kako usmerjena v povzročanje sprememb, začeni s samim razumevanjem, kaj in kako ljudje so in kakšna so razmerja med njimi. Kako bi drugače razumeli sklepno Druckerjevo potezo, s katero podjetniško družbo ponudi kot novi agent sistematičnega revolucioniranja. Zanj so se vse moderne revolucije od ameriške dalje iztekle le v deziluzije, saj so na plan prinesle ravno nasprotno do pričakovanega. Vendar ta enoznačna in rokohitrska sodba še ni tisto pglavitno. Pozornost zaslužijo vzroki, ki jih navaja, da je tako. Namreč, moderne revolucije Druckerju dokazujejo, da jih ni mogoče predvidevati, usmerjati in kontrolirati. To je zanj zadostno pojasnilo in dokaz, zakaj ne morejo biti drugega kot deziluzije in zakaj jih je potrebno dokončno opustiti v vseh ozirih, vključno z upanjem, da je v skupnostnem delovanju moč doseči politične spremembe ali spremembe politične ureditve. Opustitev te zmote bo najlažje dosežena tako, da poverimo »spreminjanje«, torej samo zmožnost, da si svet zamišljamo drugačen, kot je, v roke sistematičnemu inoviranju podjetniške družbe, ki bo revolucionirala vse in povsod z visoko stopnjo predvidljivosti rezultatov, kontrolirano in usmerjano. Rezultate tovrstnega

revolucioniranja pa si je za razliko od političnih revolucij, v katerih akterji nikoli ne morejo z gotovostjo predvideti rezultatov lastnega delovanja natanko zato, ker to počnejo kot mnogi in pluralni, povsem lahko predstavljati. To inoviranje ne bo prineslo ničesar novega kot zgolj in samo usredstevovanje vseh in vsega brez meja. Poganjanje za te vrste novim, kar podjetniška družba je, je samo drugo ime za brezsvetno tvorbo, v kateri je edina preostala trajnost trajanje procesa presnove. »Vsak organizem mora izničiti svoje odslužene produkte, drugače se zastrupi,« pojasnjuje Drucker v eni svoji nešteti analogij za povedi presnovnih procesov podjetniške družbe.

Institucionalne težnje, da bi podjetništvo generalno vpeljali v izobraževalni sistem na »vseh nivojih« in »vseh oblikah«, celo pred drugimi vsebinami, kjer so današnje generacije šibke, kot je recimo bralna pismenost, samo potrjuje, da postaja izobraževanje v perspektivi EU *policymakerjev* vse bolj razumljeno zgolj kot trening za učinkovito delovno življenje ali, bolj rečeno, za življenje kot kariero fluidnih specializacij. Služenje zahtevam gospodarstva se tako začinja že v vzgoji in izobraževanju, ki s tem nepreklicno izgubi lastne smotre. So pa zato izobraževanju sedaj naloženi strateški cilji, ki niso nič manjši, kot je pospeševanje gospodarske rasti. Vse kaže, da so pri t. i. načrtovalcih bodočnosti blodna prepričanja zmagala nad vprašanjem odgovornosti za nastale razmere, torej da je potrebno napake gospodarstva oziroma iztrošeno razvojno paradigmo Zahoda začeti reševati neposredno v šolstvu. Na račun šolajočih generacij in izničenja njihove bodočnosti kot zmožnosti začinjati (na) novo. Vsa zvonjenja s padanjem gospodarskih kazalcev, od konkurenčnosti do inovativnosti in kar je še tega, so že za rabo izgotovljeni argumenti, da je potrebno uravnati ravno šolstvo, saj se, kakopak, gospodarstvo začinja že v vzgoji in izobraževanju. Težko si je predstavljati večjo zablodo od te, še težje pa posledice tovrstnega revolucioniranja, ki bo zadelo prihajajoče generacije. Znanje prihodnosti bo imelo vse manj opraviti z razgledanostjo, z razumevanjem sveta takega, kot je, temveč se bo moralo dokazovati v podjetniškem inoviranju. Izobraževanje se ne bo več oziralo nazaj, da bi prihajajoče generacije vpeljalo v že obstoječi svet s tem, da govori in ga opisuje, kakšen je bil in kakšen je, temveč se bo oziralo v prihodnost, kako svet gledati kot poslovno priložnost in ga spreminjati do nerazpoznavnosti. ●