

recenzje

Stefan Kwiatkowski,
Przedsiębiorczość intelektualna,
Wydawnictwo Naukowe PWN,
Warszawa 2000, s. 212.

Połączenie dwóch pojęć: przedsiębiorczości i intelektualności wydaje się być w naszych realiach gospodarczych karkołomnym aliansem semantycznym.

Przedsiębiorczość, niestety, kojarzy się nam niejednokrotnie z prowadzeniem drapieżnego biznesu, niekiedy na granicy prawa (lub wręcz pomijaniem — jeśli nie prawa, to na pewno etyki), dążeniem do bezwzględnej maksymalizacji zysku w jak najkrótszym czasie i bez względu na długofalowe skutki dla przedsiębiorstwa, z ambicjami konsumpcyjnymi przedsiębiorców, których stan indywidualnego posiadania staje się miarą sukcesu zawodowego. Przedsiębiorczość kojarzona jest niekiedy z zaradnością ekonomiczną, opartą na koneksjach, układach, powiązaniach różnych światów społecznych: biznesu, polityki, gospodarki.

Intelektualność, z kolei, często jawi się jako ślamazarność, trudność w podejmowaniu decyzji, preferowanie podręcznikowych iluzji gospodarczych, prymat teorii nad praktyką i budowanie zamkniętych symboli i teorii.

Czy taki obraz przedsiębiorców i intelektualistów jest prawdziwy, czy nosi znamiona pomówienia, czy realizmu? Na pytania te książka prof. Stefana Kwiatkowskiego odpowiedzi wprost nie udziela, ale pokazując nam przykłady ludzi, którzy osiągnęli w swojej działalności biznesowej rzeczywiste sukcesy ekonomiczne, daje nam pewną receptę na powodzenie gospodarcze: połączenie przedsiębiorczości z jej intelektualizacją, czyli wygry-

wanie szans ekonomicznych poprzez przedsiębiorczość intelektualną. Wytlumaczenie owego pojęcia pozwala również opisać właściwe spełnienie funkcji zawodowej przedsiębiorcy.

Skąd zrodziła się taka interesująca symbioza pojęciowa: przedsiębiorczość intelektualna? Cytowany przez Kwiatkowskiego Lester Thurow pisze: *Przyszłościowe gałęzie przemysłu dopiero powstaną. W nadchodzącej erze trzeba będzie dokonywać inwestycji w wiedzę i kwalifikacje, które stworzą zespół gałęzi przemysłu opartych na ludzkim potencjale intelektualnym, a te z kolei pozwolą obywatelom osiągać wysokie płace i wysoki poziom życia* (s. 28).

I gdy jeszcze na początku lat siedemdziesiątych podstawowymi zasobami były kapitał i dostęp do techniki, to dzisiaj jest to przede wszystkim wiedza oraz związane z nią — sieci powiązań osobistych.

W definicji przedsiębiorczości intelektualnej przedsiębiorczość polega na tworzeniu lub wykorzystywaniu szans bez względu na istniejące zasoby, czyli *tworzeniu czegoś wartościowego z praktycznie niczego* (s. 88). I chociaż przedsiębiorczość jako podejście do zarządzania zawsze sprowadza się do dysponowania zasobami, to polega na orientacji na identyfikację i operacjonalizację szans bez względu na rozporządzane zasoby naturalne (s. 90).

...Do sklepiku wchodzi klient, prosząc o wczorajszą gazetę. Proszę — mówi sprzedawca, inkasując należność — a na jutro przygotować Panu dzisiaj gazetę?... (s. 69). Oto wizerunek nowoczesnego przedsiębiorcy. Ale dlaczego przedsiębiorczość intelektualna?

Potrzeba intelektualizacji przedsiębiorstwa wynika w sposób oczywisty z rosnącej roli wiedzy jako zasobu strategicznego. O sukcesie współczesnego przedsiębiorstwa zaczyna w coraz większym stopniu decydować sposób wykorzystania nagromadzonej wiedzy i two-

zenia nowej wiedzy. Niezależnie więc od formalnie organizowanych programów kształcenia, współczesne przedsiębiorstwa stają się organizacjami uczącymi się, twórczymi, wykorzystującymi i tworzącymi wiedzę (na marginesie, warto przytoczyć za Kwiatkowskim, iż na początku lat dziewięćdziesiątych Departament Edukacji Stanów Zjednoczonych szacował wydatki ponoszone przez amerykańskie przedsiębiorstwa na kształcenie i doskonalenie zawodowe pracowników na 60 miliardów dolarów, co odpowiadało prawie 1% amerykańskich całkowitych wydatków na oświatę).

Ale domeną intelektualistów nie jest sama wiedza, ale i ideologie rozumiane jako systemy wartości. Ideologie mają olbrzymie znaczenie w podejmowaniu decyzji, eliminując ich niektóre warianty i konsekwencje. Peter Drucker — cytowany w książce Stefana Kwiatkowskiego — wskazuje ogromne możliwości wykorzystania ideologii dla rozwoju organizacji. Pisze on *...Świat intelektualny nierównoważony przez menedżera staje się światem, w którym każdy robi swoje nie robiąc niczego. Świat zarządzania nie równoważony przez intelektualistę staje się biurokracją i ogłupiającą szarżyzną dla człowieka organizacji. Lecz jeśli obydwie światy wzajemnie się równoważą, mamy do czynienia z twórczością i porządkiem, ze spełnieniem i misją* (cyt. za Kwiatkowski, s. 98). Oto kwintesencja przedsiębiorcy intelektualnego.

Stefan Kwiatkowski ową konieczność symbiozy intelektualisty i przedsiębiorcy znakomicie rozwija i prezentuje w rozdziale 2.2. o znamienym tytule: *Intelektualiści przedsiębiorcami?* I choć stawia tu znak zapytania, to jest on jedynie prowokacją intelektualną, jako że dowód owej symbiozy jest przejrzysty i logicznie konsekwentny. Przy czym, konsekwencja ta to wynik nie tylko intelektualnych przemyśleń autora, ale i jego działań przedsiębiorczych polegających na szerokich

i bardzo ciekawych badaniach empirycznych przeprowadzonych wśród przedsiębiorców, zarówno tych reprezentujących czysty typ intelektualistów (na ograniczonej próbie), jak i tych tradycyjnych i nowoczesnych (badanie masowe przeprowadzone metodą wywiadu). Trzeba tu podkreślić, że olbrzymim walorem książki jest niezmiernie solidna podstawa empiryczna, poza dwoma wspomnianymi rodzajami badań Kwiatkowski przeprowadził bowiem badania postaw studentów i uczniów wobec przedsiębiorczości (pozwoliły one m.in. na stwierdzenie, iż umiejętnie prowadzony proces dydaktyczny może ułatwić kształtowanie się postaw proprzedsiębiorczych wśród młodych ludzi) oraz wywiady z wybitnymi polskimi uczonymi (fizykami, matematykami, biologami), których wypowiedzi wyraźnie ilustrują w książce tezę o zacieraniu się granic między nauką a biznesem.

Jednocześnie jest rzeczą bardzo ważną i wręcz optymistyczną, iż z przeprowadzonych badań masowych wśród polskich przedsiębiorców (głównie z Warszawy, Ostrołęki i okolic tych miast) wynika, iż wykazują oni — nieoczekiwane zresztą — częste wyczulenie na konieczność działania w nowatorski sposób.

A zatem światy przedsiębiorczości i intelektu dokonują wzajemnego zbliżania się, jeśli nie wręcz stopniowego przenikania. Jak wskazuje Kwiatkowski kształtowanie się przedsiębiorczości intelektualnej dokonuje się dwoma niepozostającymi bez wzajemnego związku nurtami. Jednym jest podejmowanie działalności gospodarczej przez intelektualistów (i nie jest to już na szczęście aktem desperacji czy buntu). Drugim — intelektualizacja samej przedsiębiorczości.

Książka prof. Stefana Kwiatkowskiego jest bardzo wartościowa zarówno w warstwie intelektualnej, jak i praktycznej. Intelektualna wartość książki, będąca wyrazem ogromnej erudycji autora

i dogłębnej znajomości nowoczesnego zarządzania — to bogactwo różnych nowych teorii, najznamienitszych „guru zarządzania”, omawianych i dyskutowanych przez Kwiatkowskiego, to szereg własnych teorii, pojęć o dużym znaczeniu poznawczym.

Wartość praktyczna książki to, z jednej strony — oparte na wynikach badań empirycznych zalecenia menedżerskie dla budowania biznesu sukcesu, ale i z drugiej — wspaniałe warsztat metodologiczny dla młodych naukowców-badaczy.

Ostatnio na ulicach Warszawy spotkać można bardzo ciekawą kampanię outdoorową jednego z supermarketów sprzedających produkty techniczne niezbędne w gospodarstwie domowym. Parafrazując tę kampanię, zachęczę żartobliwie do nabywania i czytania recenzowanej książki: „Przedsiębiorcy kierujcie swoje kroki do księgarni po książkę prof. Stefana Kwiatkowskiego *Przedsiębiorczość intelektualna*”.

Krzysztof Opolski