



## Czy istnieje genogram przedsiębiorczości?

Pojęcie przedsiębiorczości jest wieloznaczne. Zdaniem Cezarego Kosikowskiego najbezpieczniej jest więc przyjąć definicję konwencjonalną, zgodnie z którą pojęcie przedsiębiorczości należy odnosić do działalności gospodarczej, która jest realizowana przez przedsiębiorcę w formie przedsiębiorstwa. Wieloznaczności tego pojęcia towarzyszy zmiana w rozumieniu jego źródeł i natury. Powszechne do niedawna w środowisku akademickim i praktyków gospodarczych przekonanie, o decydującej roli czynników wrodzonych i tradycji dla rozwoju przedsiębiorczości, obecnie coraz częściej wzbudza wątpliwości. Różnego rodzaju współczesne poszukiwania, których celem miałyby być znalezienie jakiegoś genogramu „przedsiębiorczego przedsiębiorcy”, są skazane na niepowodzenie. Tworzenie takich emocjonalnych map pokrewieństw transgeneracyjnych (genogramów) jest przydatne w psychoterapii rodzinnej. Jednak taki sam sposób wyjaśniania za ich pośrednictwem zjawiska przedsiębiorczości nie wydaje się być szczególnie użyteczny.

Sięganie do źródeł i przyczyn aktywności przedsiębiorczej w przeszłości, i przy ich pomocy podejmowanie prób wyjaśniania zaistniałych sytuacji w teraźniejszości, niewiele dziś wyjaśnia. Jak zauważa Anthony Giddens, jedną z przyczyn takiego stanu rzeczy jest „wymywanie” tradycji (detradycjonalizacja) poprzez procesy globalizacyjne. U podstaw przedsiębiorczości znajdują się przede wszystkim różnorodne i podlegające szybkim zmianom motywacje przedsiębiorców. Motywacje te nigdy nie były i nie są także niezienne obecnie. Spojrzenie na nie z dłuższej perspektywy uzmysławia, jak głęboką przeszły one ewolucję – od wierzeń i praktyk religijnych, purytańskiego ascetyzmu, kultu pracy do współczesnych praktyk biznesowych, które bazują na kreowaniu społeczeństwa konsumenckiego (hedonizmu) i są przeciwieństwem wyrzeczeń i tradycyjnej moralności.

Jako jeden z pierwszych zwracał na to uwagę już Max Weber („Etyka protestancka i duch kapitalizmu”), który podkreślał, że istotą gospodarki kapitalistycznej są przede wszystkim różnorodne i szybko zmieniające się motywacje i zachowania biznesowe, które jednak wszystkie mają na celu wzrost akumulacji kapitału i kreowanie zysku. Dlatego też zjawisko przedsiębiorczości staje się lepiej zrozumiałe, kiedy podejmuje się próbę jego wyjaśniania nie poprzez tworzone i funkcjonujące instytucje, i różnego rodzaju mapy genogramów, lecz mechanizmy behawioralne.

Przedsiębiorczość jest bowiem zawsze związana z jakimś nowym rodzajem aktywności. Polega na wdrażaniu innowacyjnych pomysłów i wprowadzaniu zmian, które są obciążone coraz większym ryzykiem. We współczesnej, postnowoczesnej gospodarce czynnik zmienności i niepewności odgrywa zupełnie inną rolę. Wszystko obecnie podlega nieustannym, szybkim i radykalnym zmianom, a także coraz mniej rzeczy jest pewnych. W takiej sytuacji tradycja i towarzyszące jej dotychczasowe zwyczaje, i związana z nimi powtarzalność zachowań, mogą stawać się istotną przeszkodą w rozwoju nowych form przedsiębiorczości. Skomplikowana złożoność czynników, które wpływają na aktualny kształt przedsiębiorczości, wymaga więc ciągłego poszukiwania dostosowanych do nich alternatywnych sposobów postępowania.

Prof. **Andrzej Herman**  
Redaktor naczelny