

ECNOMICUS

Człowiek zawsze jest obecny we wszystkich procesach zarządzania. Wszystko inne bywa wymienne

Firma to nie machina

Z Moniką Kostera rozmawia Rafał Woiś

Czego można się nauczyć z książek o zarządzaniu? Przedewszystkiemu dystansu do świata organizacji, którego jesteśmy częścią. I to dystansu rozumiejącego. Jest taka fundamentalna dla nauki o zarządzaniu książka Caretha Morgana „Obraz organizacji”...

Kim to będzie?

Na przykład organizację jako maszynę. To oczywiście odwołanie do tradycji zarządzania inżynierskiego i do prac Fredericka Taylora, amerykańskiego wynalazcy naukowego zarządzania. Spadkobiercy tej tradycji, których wśród współczesnych menedżerów nie brakuje, wierzą, że przedziobłoność maszyny. Tylko że z większą niż inne mechanizmy ilością mniej przewidywalnych elementów kryli ludzi.

Inny obraz organizacji?

Organizm. System Firma będąca pewną żywą całością. Coś jakby wielka roślina.

Je z kolei w swojej pracy często spotykałem kierowników patrzących na swoją organizację jak na wojnę.

To też rozpoznałem ujęcie Morgana tym wyprawa nie pisać. Ale podobnie myślał przecież uważany za jednego z ojców zarządzania niemiecki socjolog Max Weber. Przecież jego „biurokracja” opiera była na modelu funkcjonowania armii pruskiej.

I po to menedżerowie ta wiedza?

Dobry kierownik powinien zdawać sobie sprawę, że jego wiara w organizację nie jest prawdą objawioną. Każda ma ograniczenia, których trzeba być świadomym. Na studiach MBA organizowanych przez Politechnikę w Coesfeldu uczy się etnografii. Właśnie po to, żeby menedżerowie bardziej refleksyjnie podchodzili do pracy. Bo czym zajmuje się etnografia? Nie uczy ani rachunkowości, ani relacji rynkowych. Ale pomaga zrozumieć ludzką stronę organizacji; motywacje, role społeczne.

Czy biznes sygnalizuje zainteresowanie taką wiedzą? Z moich doświadczeń wynika, że najbardziej wrażliwe na takie potrzeby są mniejsze firmy. Często z sektora niekoniecznie całkowicie zorientowanego na zysk.



MONIKA KOSTERA, profesor zwyczajny na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, kierownik Katedry Organizacji i Zarządzania, kierownik Wydziału na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, kierownik Katedry Organizacji i Zarządzania, kierownik Wydziału na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, kierownik Katedry Organizacji i Zarządzania, kierownik Wydziału na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego...

Wydawałoby się że na wiedzę humanistycznym zarządzaniu pozwoli sobie mogą raczej wielkie korporacje, które też na takie dobro luksusowe. Powiedzielibym raczej, że to z punktu widzenia dobrego zarządzania towar absolutnie podstawowy. Człowiek zawsze jest obecny we wszystkich procesach zarządzania. Wszystko inne bywa wymienne. Ale to prawda, że taki świadomość - zwłaszcza w wielkich korporacjach - brakuje albo raczej często brakowało dotąd.

Powierdzają to moje doświadczenia z kursów MBA z przeszłości - bo od ok. dwóch lat na tego rodzaju kursach słuchałem z zajęć było imersować się w świat mitów i jak wariacji, wyobraźnia organizacyjna, odpowiedzialność. Myślę, że wiele radość ma wielki guru humanistycego zarządzania Mats Alvesson, który właśnie wydał książkę „The Triumph of Empiricism” („Triumf pytań”). Alvesson pisze w niej o upadku obywateli w zarządzaniu i o tym, że to, co dzieje się we współczesnym wielkim biznesie, to nic więcej jak polewanie brzozy. Podczas gdy wewnątrz nie kryje się żadna treść. I nawet nikt nie udaje że ona tam jest. Chodzi wyłącznie o to, żeby się wykreować i wyłuskać w danym momencie.

Brani złowrogę.

Ala proszę odczytać, że problem został przynajmniej dostrzeżony. A to pierwszy krok do ewentualnej zmiany. Taktyka jest możliwa prawdopodobnie dlatego, że jesteśmy w okresie przejściowym pomiędzy systemami. Neoliberalny kapitalizm, który dominował przez ostatnie kilka dekad przestał nagle działać. Nie jest zdolny do rozwiązywania problemów. Nawet tych, które sam generuje. Teraz wszyscy czekamy na owo wypomyślenie w zarządzaniu.

Uniwersalny przewodnik dla korporoszczurów

„Planeta korporacja” to kolejny dowód na to, że dowcipny i obdarzony dobrym piórem autor może tchnąć życiem nawet w najbardziej banalny pomysł wydawniczy. Bo czy można sobie wyobrazić temat równie zgrany, co poradnik dla karierowicza z wielkiej korporacji? Jak tu nie wpaść w patos biznesowej nowomowy? A jednocześnie nie popaść w inną skrajność i nie ześlizgnąć się w pryncypialną (oraz zazwyczaj) nieestetyczną krytykę patologii korporacji? Jaknie zrobić takiej książki kontynuacji popularnego niedgdy telewizyjnego sit-comu, w którym pracownicy biura pokazywani z perspektywy firmowego automatu z kawa zaliczali na oczach zmudzonych widzów kolejne nieśmieszne gagi. I jak tu tego wszystkiego się wystrzeżać a jednocześnie powiedzieć coś nowego i oryginalnego o świecie krawaciarzy i pań w garsonkach. Toż to trzeba być Balczakiem - myślałem dotychczas. Ale po przeczytaniu „Planety korporacji” przyznaję, że Maciej Balczak raczej poradził sobie z tym zadaniem całkiem dobrze.

Kim jest Balczak? Jeśli wierzyć biogramowi zamieszczonemu w jego debiutanckiej (wydanej w 2011 r.) książce „Gaga warszawski Wilkolak”, autor jest „słynnym piosenkarzem i aktorem”. Nagrywał m.in. z Michałem Jacksonem, Shakirą i Lady Gagą. Sprzedał 30 milion płyt. Za rolę w erotycznym thrillerze „SexSlave” (główną rolę obojętnie Pacino, Toma Cruise’a i Angeliny Jolie) otrzymał Oscara. Romansował też z Pamelą Anderson, Kate Moss i Rihanna. Wcale tego niezmieszam, każdy czytelnik może sprawdzić, że tam naprawdę jest tak napisane. Oczywiście, wiersiani Shakiry wlepiły doskonałe, że to podstęp. Bo z boską Kolumbią żaden Balczak nigdy nie nagrywał. Pozwól sobie więc wyrazić nieśmiało przypuszczenie, że chyba bliższy prawdy jest wyłog z CV autora na okładce „Planety korporacji”. Tam przeczytać możemy m.in., że Balczak od wielu lat pracuje w korporacji (EV Orange, Lukas Bank), pełniąc tam najważniejsze funkcje. W tym również dyrektorskie.

W sumie to jednak mało istotne. Bonie zależnie od tego, czy Balczak jest kochankiem Rihanna, czy też tylko doświadczonym korporoszczurem, talentu literackiego odmówić mu nie sposób. Jego opowieść o życiu wewnątrz szkieletów wieżowców i niebanalne i ciekawe. Awspominał przynajmniej twórcze korporacyjne niewoli nie przypominają papierowych ludzi, od których rolów w książkach nawet dużo bardziej znanych autorów. Zarzy zazwyczaj śmieją. Z kolei triki naniemachalne (acz skuteczne) pchane się w górę w korporacyjnej hierarchii wydają się całkiem przekonujące. Specjalista od zarządzania też byłoby pewnie ukontentowany sporą ilością celnych i głębokich obserwacji dotyczących reguł gry na korporacyjnej.

Balczakowi udało się coś jeszcze. Coś o czym wielu autorów może tylko pomarzyć. Jego książeczka ma charakter dość uniwersalny. Jeśli trafi w ręce kogoś, kto o wejściu do korporacji dopiero

marzy, może się okazać dla niego autentyczną pomocą. A gdy jakimś sposobem otworzy ją doświadczony korporant, to może nawet się uśmiechnąć, widząc swoją firmową dolę i niedole rozpisaną na wielu ludzi, wiele firm i doświadczeń.

Rafał Woiś



Maciej Balczak, „Planeta korporacja - jak przetrwać, zrobić karierę, zostać prezesem”, The Facto, Warszawa 2013

DZIENNIK GAZETA PRAWNA

Redakcja: ul. Chałubińskiego 10, 00-901 Warszawa, tel. 22 628 40 00, fax 22 628 40 10, e-mail: dzp@zg.prawna.pl

Wydawca: DZIENNIK GAZETA PRAWNA, ul. Chałubińskiego 10, 00-901 Warszawa, tel. 22 628 40 00, fax 22 628 40 10, e-mail: dzp@zg.prawna.pl

Dyrektor: Andrzej Gajda, tel. 22 628 40 00, fax 22 628 40 10, e-mail: gajda@zg.prawna.pl

Dyrektor: Andrzej Gajda, tel. 22 628 40 00, fax 22 628 40 10, e-mail: gajda@zg.prawna.pl

Wydawca: DZIENNIK GAZETA PRAWNA, ul. Chałubińskiego 10, 00-901 Warszawa, tel. 22 628 40 00, fax 22 628 40 10, e-mail: dzp@zg.prawna.pl

Wydawca: DZIENNIK GAZETA PRAWNA, ul. Chałubińskiego 10, 00-901 Warszawa, tel. 22 628 40 00, fax 22 628 40 10, e-mail: dzp@zg.prawna.pl