

Розділ перший

Пишномовність

Через коливальну схильність потенціалу продуктивності порівняно з державними стандартами неправомірно навіть на мить відстоювати збільшення.

*Александр Гейґ,
колишній державний секретар США*

- Я не розумію.
- Авжеж.

*Діалог Александра Гейґа
зі своїм помічником*

Я тримаю в руці брошуру, надіслану мені поштою однією з претензійних вищих шкіл менеджменту, у якій за 4950 доларів пропонують відвідати дводенний семінар під назвою «Управління трудовими ресурсами: лідерство та стратегія».

Як ця брошура, так і семінар, що вона пропонує відвідати, містять стовідсоткову брехню — утім, як і принаймні 90 % нісенітниць, котрою зараз годують власників підприємств, коли йдеться про управління людьми. Одним словом, балачки — проте дозвольте продемонструвати.

По-перше, перед нами сім мішків гречаної вовни — звучить красномовно, поки не почнеш аналізувати критично. Наведу кілька таких «безцінних» прикладів.

Розгорніть власні перспективи і поглибте своє розуміння того, як навчитися та діяти відповідно до цінностей та потреб, що обумовлюють зростання частини вашої робочої сили.

Ну як?! Чи можна знайти в цьому хоч зернину практичної цінності? Зрештою, навряд чи вас цікавить проведення сеансів групової терапії для ваших співробітників, чи не так?

А ось дещо краще...

Зважаючи на демографічні зміни, котрі зараз відбуваються, керівники мусять знаходити, навчати та утримувати нову робочу силу.

Це констатація факту, а не обіцянка хоч якогось рішення. Брошура переповнена такими слоганами, у ній міститься лише п'ять корисних порад, одна з яких «Розгорніть власні перспективи». Замислимося. І що ж воно таке — ця славетна «Нова робоча сила»? Пишномовна фраза. Складається враження, наче прибули якісь чужинці з космосу і раптово замінили всіх ваших робітників. Людоньки, демографічні зміни в складі наявних працівників не є чимось новим. Вони існують постійно, принаймні від часу промислової революції. Лінкольн звільнив рабів. А потім жінки долучилися до трудових ресурсів. За ними азійці та іспанці, молодь із дефіцитом уваги. Боже ж мій! А ви не хочете бути готовими (із «глибшим розумінням») знаходити, навчати та утримувати нову робочу силу. Щось не збігається. Ви хочете вміти знаходити, навчати та утримувати продуктивних працівників, що приносять максимальний прибуток вашому бізнесу. Бачите, сама думка професорів стосовно мети наймання працівників, навіть власності компанії, є хибною. Звичайно, вона не збігається з вашою.

Певен, вона вас дратує...

Панельна дискусія в міжгенераційному форматі надає учасникам можливість спілкування зі студентами випускних курсів, що спеціалізуються в галузях бізнесу. Поставивши перед собою мету якомога краще визначити різницю та подібність між поколіннями, учасники отримують глибоке розуміння, які механізми керують юними працівниками.

Звичайно, забагато балаканини про «глибше розуміння». Тобто ви — людина, що роздає зарплату,— повинні якомога глибше розуміти, що вам довірено турботу про ніжних, тендітних, не досить умотивованих складних індивідуумів. Вау, здається, ви керуєте центром щоденної опіки!

А ось те, про що в брошурі навіть НЕ згадано: управління людьми заради **прибутку**. Читаю уважно кожне слово. Раз за разом захлинаюся реготом, тому перечитую. Ніде не бачу слова «прибуток». Ну зовсім ніде!

Цікаво чому?

А тому, що всі такі семінари, підтримувані університетами, як і більшість семінарів із менеджменту, більшість книжок із менеджменту, більшість колонок новин менеджменту тощо,— таке собі дресирування цуценят — провадять ті, чий досвід управління обмежується наведенням ладу в шухляді зі шкарпетками. Жодного разу не розповідають вони про хоча б один день, який провели в реальному світі, маючи справу з реальними співробітниками та справжніми проблемами, не кажучи про створення справжнього прибутку. Цей особливий дводенний семінар вартістю 4950 доларів — екскурсія в уявний світ теорії та слоганів, а провадять її чотири спікери.

Академічний директор (і що це за один?), який є позаштатним лектором цієї школи менеджменту. Ось хто! От і все, що про нього згадано в брошурі. Отже, більше немає чого сказати.

Директор із маркетингу та ад'юнкт-професор із маркетингу, звичайно, обидва з цієї ж школи менеджменту. Гм, професор із маркетингу — можливо, саме він склав цю дотепну брошуру. Тренер із різнобічності, який написав книжку «Управління по-іншому». От чудасія! Тренер із різнобічності! Грай інакше, як Джіппер¹. Цікаво, а вболівальники різнобічності також прийдуть? А духовий оркестр? Досить, це вже надміру! Чорт забирай, я також упроваджую тренерські програми з бізнесу, але ця афера щодо різнобічності зайшла занадто далеко. Це замість сексуальних домагань та теревенів про гендерну чутливість, що добряче потрусили гаманці багатьох корпорацій. А перед тим була інша дурня. Годі. Зрозуміло, ми різні. Сприймемо це як належне. Працюймо. *Праця* не різнобічна. А слово *тренер* — це термін, яким найбільше зловживають із часів *досконалості*.

¹ Джіппер — футбольний півзахисник, одна з ролей Рональда Рейгана в період його акторської діяльності.— Прим. перекл.

Ніде не сказано, що хтось із цих «експертів» колись допоміг проблемній компанії із жакливим моральним духом співробітників і масовими проблемами контролю якості змінити ситуацію на краще. Вони не впроваджували менеджменту, який би призвів до значних досягнень, наприклад збільшив би прибуток на 30 % протягом року. Навіть не керували *Dairy Queen*¹. Ніде про це не йдеться, бо призначення брошури — продавати *професорів*. (Якщо хтось із них справді здійснив щось, чим варто похвалитися, керуючи *реальними* співробітниками, і про таке не згадується, це дуже показово.) Цей факт демонструє брак практичного досвіду і применшує його значення в житті порівняно з академічними теоріями та філософськими висновками. У цьому всьому лише самозадоволення. Хлопці у твідових піджаках зі шкіряними латками на ліктях із висоти своїх посад поглядають униз на нас, а ми в брудних чоботях порпаємося по пояс у болоті.)

Звичайно, ви — реальний підприємець у реальному світі — на таке не зловитеся. Уявляю собі групу менеджерів, що не вміють правильно написати слово «ПРИБУТОК», яка приїхала на такий семінар за рахунок своєї корпорації і грає разом зі своїм тренером із різнобічності у веселу старожитню гру «Восьмеро при столі». А потім усім кагалом кидаються в кафе, де продаються напої зі знижкою. Закладаюся, серед них не буде жодного підприємця!

Біда, однак, у тому, що таке фіглярство та шарлатанство від мало-го побічного бізнесу коледжів розповсюджує бацилу, яка всіма способами заражає розум мислячого підприємця. Такий тип академічної пишномовності та навчальних теорій проникає в статті, які ми читаємо в бізнес-часописах, у книжки з бізнесу, де ми хочемо знайти допомогу. І таких професорів часто наймають, щоби вони приїжджали та клеїли дурня в реальних фірмах, де ми є власниками, інвесторами або клієнтами. Їх запрошують виступати на зборах наших ділових асоціацій. Послухавши цю маячню досить довго, ви можете навіть подумати, що вона дійсно має значення у вашому бізнесі.

Це, фактично, рак, і він поїдає нинішню корпоративну Америку. На таке витрачають мільйони доларів та мільйони годин нашого часу. Усі відвідують збори та групові диспути, збираються на «круглих столах» якості та глибокого розуміння, коли насправді мають працювати.

¹ *Dairy Queen* — мережа ресторанів швидкого харчування у США. — Прим. перекл.