

ZAŠTO TRŽIŠTE NE VOLI LOŠA PODUZEĆA?

Manager upravlja grupom ljudi zaposlenih u tvrtki s ciljem da ostvare ciljeve koje je zadao netko tko najčešće nije član te grupe. Osim u slučajevima javnih tvrtki, koje vladajuće stranke često zapošljavaju da bi bile njihova glasačka mašinerija (kad o nekome finansijski ovisite, birat ćete ga na izborima da bi vam i dalje davao plaću), sve druge tvrtke zapošljavaju ljude da bi od njihovog rada imale korist.

Prići cilj koji zaposlenicima zadaje vlasnik tvrtke (ili vlasnici, ako se radi o dioničkom društvu, na primjer) jest profit. Svatko normalan, tko ulaže svoj novac, tražit će od zaposlenika tvrtke da vrati i uvećaju uloženi kapital, budući da je glavni cilj svakog ulaganja korist od tog ulaganja. Profit. Tek nakon ispunjenja tog cilja dolaze drugi na red: društvena korist, očuvanje okoliša, zadovoljstvo zaposlenika, inovativnost i još puno ciljeva koji se mogu ostvariti tek kada je tvrtka ostvarila profit.

Slijepac na čelu kolone

Ciljevi koje zadaju vlasnici tvrtke često su fokusirani isključivo na profit pa još malo profita. I još poneki profit, ako ga je moguće isci jediti iz zaposlenika. Za ostvarenje tog cilja potreban je radni proces grupe ljudi kojima upravlja manager. Ljudima upravljuju ljudi, pa sve što je ljudsko, nije im strano. I jednima i drugima. U grupi rade, djeluju i borave ljudi pa se tako, tijekom procesa ostvarenja onoga glavnoga, početnog cilja, javlja mnoštvo podciljeva na osobnoj i grupnoj razini. Jedan od podciljeva skoro svakoga tko sudjeluje u aktivnostima grupe jest imati određenu korist od ostvarena cilja. Jednostavnim rječnikom rečeno, i ljudi koji su članovi članovi grupe, dakle zaposlenici bez uloženog kapitala, žele se obogatiti.

Bogaćenje može biti materijalno, emotivno i informacijsko,

ali većina ljudi bogaćenje najčešće prepoznaje u materijalnom obliku. I tu često dolazimo do paradoksa. Čovjek koji se bogati zahvaljujući uloženom kapitalu i tuđem radu, često (ne)svjesno uništava sustav u kojem se bogati. Što to znači?

Ako vlasnik tvrtke, odnosno manager kao njegova produžena ruka, ne podijeli ostvareno bogatstvo (profit) s članovima grupe koji su pridonijeli tom bogatstvu, članovi grupe bit će nezadovoljni, jer je ostvarenje veće zarade bio i njihov cilj. Što će učiniti? Otići će iz tvrtke ili će svoje nezadovoljstvo usmjeriti u tih i otvoreni neposluh. Nitko ne može postići sve sam. Treba grupu koja će mu idejama, radom i komunikacijom s okolinom omogućiti ostvarenje profita. Odu li članovi grupe, ostavit će managera samoga, nespособnog da sam postigne ono što je postigao s grupom. Možda će netko i ostati, no, u pravilu, odlaže oni najbolji i dobri, a ostaju oni koji nemaju kamo otići. Rijeku su slučajevi da je manager u grupu uspio okupiti uspješne mazohiste koji će lošeg managera nastaviti podržavati, pa onda i dalje uspješno i profitabilno raditi.

Manageri tvrtki koje imaju samo jedan cilj – maksimizirati dobit vlasnika – tjerat će zaposlenike do krajnjih granica, bivajući pritom potpuno neosjetljivi na probleme koje stvaraju svojim zaposlenicima, ali i poslovnim partnerima i kupcima. Manageri, koji

prihvate takvu filozofiju vlasnika tvrtke i sami postaju neosjetljivi na okolinu. Pritom ne shvaćaju da će ih tvrtka prve žrtvovati krene li što po zlu, pa će na svoj koži naučiti da tvrtke propadaju, dok ljudi pamte. Kad probleme konkurentnosti (zastoj rasta, stareњe proizvoda i smanjenje tržišnog udjela) više ne mogu zanemariti, mnogi manageri počinju bolan proces onoga što oni nazivaju restrukturiranjem – spašavanje tvrtke odbacivanjem nepotrebnih dijelova. Cilj je odvojiti tzv. masno tkivo i amputirati loše poslove, ali često je jedini rezultat zatvaranje radnih mjesta i smanjivanje prava (i plaća) preostalim zaposlenicima. Takvi loši manageri zaposlenicima, koji bi trebali biti najvrjednija imovina tvrtke, omogućuju da na vlastitoj koži osjete da su potrošna roba koja se rasprodaje ispod cijene. Manageri koji žele da im tvrtke uspješno posluju moraju prihvati činjenicu da je tržište prostor stalnih i neminovnih promjena. Ostavimo li po strani vanjske i ne-tržišne uzroke promjena (političke, demografske, sociološke, itd.) glavni proces promjena događa se na tržištu i unutar tvrtke, pa je poslovanje na tržištu dnevna prilagodba pomacima kojima se iz trenutnog stanja, kroz prijelazno stanje dolazi do novog stanja. Na tržištu (osim ako nije pod kontrolom političara i vojske) ništa nije čvrsto niti zajamčeno. Ono što se do jučer činilo nepromjenjivo i



prof. dr. sc.
Saša Petar

stabilno, preko noći može postati nesigurno i izmijenjeno. Zato su tvrtke, čiji manageri shvaćaju bit tržišta, u stalnom stanju pripravnosti za promjene. Kako bi preventivno sprječili inertnost i opuštanje zaposlenika, manageri moraju predvidjeti i preuhitriti buduća događanja, neprekidno podsjećajući svakog zaposlenika da je njihova tvrtka samo još jedan krhki brod na nemirnim tržišnim vodama. Manageri koji su uspješni u tome vode uspješne tvrtke, a onii koji ne razumiju promjene na tržištu samo primaju managersku plaću – sve dok ne dobiju otkaz.

Tri su najčešća poteza priučenih managera, kada kriza pokuca na njihova vrata:

1 **Otpuštaju ljudе jer su im trošak, i, što je najbolje, prvo otpuštaju visokoobrazovane jer su njihove plaće veće (a i mogu ih ugroziti svojim znanjem i prijedlozima koji pokazuju da je najveći izvor krize upravo vlasnik ili manager koji daje otkaze).**

2 **Za loše rezultate optužuju državnu ili svjetsku krizu, sjede i čekaju da se poprave stvari u svijetu. Pri tome čuvaju novac i nikome ne plaćaju pod izgovorm da su teška vremena i nitko nikome ne plaća.**

3 **Traže pomoć od vlade, podršku stranaka ili strukovnih organizacija, bore se za subvencije i pokušavaju socijalizirati svoj neuspjeh (zarada je samo njihova, ali gubitci su društveni).**