

Manažerské konzultace. Pro koho, kdy a proč

Aktuální stav managementu? Nůžky znalostí a dovedností se neustále rozevírají.

Zalistujme stránkami Moderního řízení, které právě držíme v ruce, minulým číslem, a nebo i tím archivním z doby před čtyřmi roky. Zodpovězme si upřímně následující otázku: »Co z přečteného, co bylo popsáno jako progresivní, moderní, kvalitativně cenné manažerské trendy, aktivně používáme k řízení naší společnosti? A co z toho, co používáme, nám ve firmě velmi dobře nebo výborně funguje?«

Podle méj zkušenosti jsou metody popsané na stránkách MŘ ve většině firem, a chvála buď výjimkám, neznámé, respektive známé, leč nepoužívané. Myslím, že každý článek v tomto časopisu vyvolává v mnohých manažerech otázky: »Proč popsané metody nefungují v mé firmě? Proč je nejsme schopni doporučit společností, s nimiž spolupracujeme?« Změn je prostě v běžném podnikatelském prostředí příliš mnoho. Revolucím se věřit nedá. Svět se vyvíjí evolučně. V nás nastavené »setrvačnosti« jsou totiž velmi silné. Se změnami se musí pracovat velmi obezřetně a citlivě. Ve chvíli, kdy je jich moc, vedou vždycky k horšímu.

Dnešní český manažer vede boj s neustálými změnami. Láme si hlavu nad nejasnou vlastnickou strukturou, zápasí s neprůhlednými vlastníky, nečitelnými akcionáři, atd. Nemá klid, rozvahu a nadhled pro zavádění dobrých metod tak, aby jejich efekt, který je teorií popsán, se dostavil i do běžné praxe konkrétní firmy.

Zůstávají vám na stole nepřečtené články a knihy? Víte, že jste se již dlouho nezabývali strategickými otázkami? Tady právě vidím roli manažerského konzultanta. Můžeme být asistentem manažera. Máme být tím, kdo čte zajímavé knihy, vede a orientuje se v databázi šéfových podnětů, kdo z laviny informací vybírá podstatné věci a přemýšlí, jak by se daly výhodně a správně aplikovat ve firemní praxi. Manažer potřebuje dostávat důležitý a zajímavý pohled »z ptačí perspektivy«. Ten vnímá věci v širším kontextu, než je to-

mu možné u osob, které jsou do problému výrazně zainteresovány.

Úkolem konzultantů a konzultačních firem je stát se přímou součástí firemního dění. Při řešení problémů, které si »jejich« společnost zadala, se vždy objeví další, které si uvnitř stojící lidé neuvědomovali. Mnohdy však firmu konzultanti přesvědčí, ať zamýšlené změny neprovádí. Metoda může být dobrá, ale aplikační prostředky nevhodné. Jsem přesvědčen, že popsáný trend konzultační činnosti je nezbytný. ■

Petr Kazík, konzultant ve firmě Ambra – Consulting s.r.o

Inz: