

Chemia biznesu – czujesz już chemię?

Psychologia | Artykuły / Błażej Kliks, wykładowca WSB

„Praca marzeń” to słowa nieobce chyba nikomu. Dla większości oznaczają one pracę w normatywnych ośmiu godzinach dziennie, zajmowanie się tym, co się lubi, za wynagrodzenie odpowiednie do ... swojego przekonania o swojej wartości. Najlepiej w zgranym zespole. Z dobrym szefem. Lub będąc dobrym szefem.

TREŚĆ ARTYKUŁU:

Zasada

- Na świecie są dwa rodzaje ludzi. Ci, którzy jedzą, żeby żyć. I ci, którzy żyją, żeby jeść.
- Na świecie jest 10 rodzajów ludzi. Ci, którzy rozumieją kodowanie binarne. I ci, którzy nie rozumieją.
- Na świecie są ci, którzy pracują, aby żyć. I ci, którzy żyją, aby pracować.



„Praca marzeń” to słowa nieobce chyba nikomu. Dla większości oznaczają one pracę w normatywnych ośmiu godzinach dziennie, zajmowanie się tym, co się lubi, za wynagrodzenie odpowiednie do ... swojego przekonania o swojej wartości. Najlepiej w zgranym zespole. Z dobrym szefem. Lub będąc dobrym szefem. Rzeczywistość jest jednak bardziej wymagająca i rzadko kto może przyznać się do tego, że wszystkie aspekty pracy zawodowej są dla niego optymalne. Trzeba więc pójść na kompromisy (choć warto przypomnieć, że podejście WIN-WIN jest lepszą dla nich alternatywą). Niejednokrotnie jednak sami zainteresowani przyznają, że atmosfera w pracy, relacje międzyludzkie są ważniejsze niż warunki socjalne czy wynagrodzenie. Head-hunterzy również wspominają, iż w miarę wzrostu otrzymywanego przez kandydata wynagrodzenia zachętą do zmiany miejsca pracy częściej staje się nowy zespół, zadania i odpowiedzialność, niż dodatkowe parę złotych.

Dla niektórych ludzi praca to coś więcej niż tylko zdobywanie środków na prywatne sprawy. Traktują ją raczej jako coś na kształt misji. Zmiana świata. Zmiana najbliższego otoczenia. Zbudowanie zespołu. Wypracowanie nowych sposobów zarządzania, produkcji czy sprzedaży, nastawionych na dobro człowieka. Pracownika. Klienta. Mieszkańca społeczności, w której funkcjonuje organizacja. Jest pewnie wielu biznesmenów, osób na kierowniczych stanowiskach, ale i szeregowych pracowników, którzy bardziej troszczą się o ludzi niż o wyniki. Właściciele, którzy pozwalają mamom iść na urlop wychowawczy. Ojcom – wziąć dzień wolnego na spotkanie dla rodziców w przedszkolu syna czy córki. Osobom w problemach pomogą finansowo. Zatrudnią studenta,

choć nie ma pilnej potrzeby na stworzenie etatu. Turecki przedsiębiorca Nevzat Aydin, po sprzedaniu swojej firmy, z uzyskanej kwoty przekazał pracownikom każdemu po 150 pensji – on widział w nich twórców i opiekunów organizacji, aktywnych i związanych z nią bardzo osobiście. Wszyscy lubią takie historie. Dają one nadzieję, że pieniądź nie rządzi światem, a człowiek ma znaczenie.

Kwas

Ciekawą zależnością – pewnikiem? – spotykaną w rozmowach jest **kombinacja treści „zdarzenie vs finanse”**. Kupiłeś samochód – ile dałeś? Masz nową pracę – ile zarabiasz? Jedziesz na wakacje – to pewnie nietanio to wychodzi? Byłeś u lekarza – droga jest wizyta? Gdy bowiem przysłuchać się konwersacjom, można szybko zauważyć, usłyszeć, jak wiele z nich kręci się wokół – a przynajmniej dotknie – tematu pieniędzy. Czyżby więc były one dla ludzi najważniejsze? Pracuje się, tworzy organizacje, aby zarabiać. Przytoczyć tu można internetowe parafrazy Philipa Kotlera, guru współczesnego marketingu: *głównym celem przedsiębiorstwa jest zarobienie więcej niż wynosi koszt kapitału. Firmy posiadają jednak również inne cele wśród, których można wymienić: wzrost firmy, udział w rynku, zysk ze sprzedaży, wzrost dochodów na jedną akcję i reputacja*. A więc – celem są finanse lub usprawnienie sposobu ich zdobywania.

Lecz uznanie zarabiania jako nadrzędnego, wręcz jedyne celu w biznesie, z pewnością stanie się w końcu źródłem konfrontacji świata materialnego wobec relacji do drugiej osoby. Gdy celem jest pieniądź, wszystko zostaje sprowadzone do rachunku zysków i strat. Przychodów i kosztów. Korzyści rzeczywistych i korzyści utraconych. Tabelek w arkuszach kalkulacyjnych i specjalistycznych programach księgowych. Życie zawodowe staje się liczbą. Ona charakteryzuje człowieka, jego stanowisko, jego sposób pracy, efektywność, przydatność, zasadność podtrzymania zatrudnienia czy decyzję o dalszej w niego inwestycji. Ona opisuje wartość oferty, wagę kooperacji, trwałość relacji między instytucjami.

Z liczbami się nie dyskutuje. Wynik jest powyżej planu? – sukces. Nie przekroczył założeń? – porażka. Za sukcesem idzie wypłata środków na dodatkowe premie i wynagrodzenia. Za porażką – decyzja o zwolnieniu pracownika. Lub inaczej – decyzja o usunięciu numeru z listy pobierających comiesięczną gażę. Lub rezygnacja z usług firmy XYZ. Na wszystko są wskaźniki. Opisują stan obecny, dynamikę, przyrost zmian, tempo krążenia zasobów, poziom błędów, tendencje rynkowe i co jeszcze można by było wymarzyć. Pamięając zaś, że statystyką można udowodnić prawie wszystko, poświęcenie uwagi liczbom staje się podstawowym działaniem w biznesie.



Kto widzi za tym człowieka? Z indywidualnym kontekstem jego życia, zbiorem losowych zdarzeń, które doprowadziły go do takiej, a nie innej sytuacji? Z jego planami, marzeniami? Pewnie też z jakimiś obawami i smutkami, choć i planami, nadziejami i radością? Czy budowanie ścieżek kariery, szkolenia rozwojowe, modernizacje działów, przemeblowanie biur ma na celu poprawę relacji między ludźmi? A może na horyzoncie takich działań jest tak naprawdę ostateczna maksymalizacja zysku? Wszystkie mowy motywacyjne, premie, awanse – lub ich brak – służą człowiekowi, czy raczej dopasowują go do bycia

najbardziej wydajną maszyną do zarabiania? Równowaga między życiem zawodowym a prywatnym. Czy aby w praktyce nie sprowadza się do tego, aby biznes i praca zastąpiły życie domowe? Praca dla życia, czy życie dla pracy?! Jest tu jeszcze trzecia grupa – mówiący, że kiedy pracują, nie mają już czasu, żeby żyć...

Reakcja

- *Masz natychmiast wykonać moje polecenie!*
- *A co, jeżeli nie zrobię?*
- *Musisz! Bo jak nie, to będziesz miał ze mną do czynienia! Czy to w ogóle wiesz, kim ja jestem?*
- *Wow!!! To Ty naprawdę wiesz, kim jesteś?*

O, właśnie – **czy ja wiem, kim jestem w swoim biznesie?** Na swoim zawodowym stanowisku? Wiem, po co pracuję? I co lub kto ma tam dla mnie większe znaczenie? Gdyby 0 oznaczało „*niczego nie oczekuję dla siebie*”, a 100 – „*oczekuję dla siebie wszystkiego!*”, jakie proporcje pojawiłyby się u mnie w poniższych pytaniach? Uwaga – tu nie ma dobrych i złych odpowiedzi. Tu są tylko okazje do przemyśleń.

- Jak duża jest moja potrzeba wypowiadania się (wobec umiejętności milczenia i oddawania głosu innym)?
- Jak bardzo chcę być osobą chwaloną (wobec świadomego przekierowywania tych słów uznania na innych)?
- Jak bardzo poszukuję bycia rozumianym (wobec starań rozumienia innych)?
- Jak duża jest moja potrzeba unikania obowiązków (wobec umiejętności przyjmowania obowiązków cudzych)?
- Jak mocno chcę doradzać i poprawiać (wobec uznawania odmiennych racji)?
- Jak bardzo potrzebuję, aby liczono się z moim zdaniem (wobec gotowości pracy tylko według zewnętrznych poleceń)?
- Jak bardzo pragnę, aby wszystkie moje działania były uznawane za dobre (wobec dostrzegania i wspierania działań innych)?
- Jak bardzo koncentruję się na krytyce innych (wobec krytyki siebie)?
- Jak bardzo unikam trudności (względem ułatwiania życia innym)?
- Jak bardzo unikam upokorzeń (wobec zdolności przyjmowania ich na siebie dla dobra drugiego)?
- Jak duże znaczenie ma dla mnie bycie osobą rozpoznawaną i pamiętaną (wobec usunięcia się w cień dla zwiększenia znaczenia osób obok)?
- Jak dużo chcę zyskać dla siebie w ramach swojego działania (wobec wszelkich starań, aby zyskali inni)?
- Jak bardzo chcę być osobą znaczącą (względem budowania pozycji innych)?
- Jak duża jest moja potrzeba awansowania i wybierania mnie przed innymi (wobec ustawienia się na końcu kolejki i promowania osób postronnych)?
- Jak mocno walczę o swoje szczęście (wobec ofiarowania siebie dla sukcesu innych)?
- Jak bardzo myślę tylko o sobie?



Pewnie jeszcze wiele podobnych pytań można byłoby sobie postawić. I nad

każdym można się zastanowić – ile chcę dla siebie, ile dla innych. Ile w życiu jest mojego egoizmu, a ile ofiarności? I nie stanowią one jakiegoś psychologicznego testu. Nie są żadną ankietą profilującą idealnego człowieka, dopasowując go tylko do jedynej poprawnej proporcji. Są jedynie zachętą do przyjrzenia się sobie. Pozostają później refleksje. **Czy chciałbym współpracować z osobą o takim samym profilu odpowiedzi jak moje?** Jak wyglądałaby ta współpraca? Czy chciałbym, aby moje dziecko, najlepszy przyjaciel, siostra, brat lub inna ważna osoba – były takie, jak ja? Czy chciałbym, aby ktoś obcy o profilu odpowiedzi identycznym do mojego, był w jakiegokolwiek prywatnej czy zawodowej relacji z tymi, o których się troszczę i na których mi zależy?

Czy to, co mówią odpowiedzi na powyższe pytania jest zgodne z tym, kim chciałem się stać będąc marzącym, małym dzieckiem? Może komuś, podczas czytania tych pytań, pojawia się myśl, że są one nieodpowiednie dla biznesu. Lub są głupie. Albo źle postawione. Może ktoś czuje potrzebę pouczenia, że w ogóle nie warto się tymi zdaniami zajmować, bo to strata czasu. Może ktoś chciałby zaznaczyć, że ma lepszy, sprawdzony sposób na biznes, a ta lista to jakaś tania psychologia. Może też ktoś chciałby wykrzyknąć: „Co to za idiotyzmy?” lub w ogóle bezpośrednio „Ty głupku!”. Może.

Tylko – czy wtedy nie jest to między innymi oznaka potrzeby bycia uznawanym, wszytkowiedzącym, bycia autorytetem, posiadaczem najlepszej prawdy, kimś lepszym, komu się więcej należy?! Reakcja na te pytania mówi o osobie równie dużo, co same odpowiedzi...

Czy budując swój biznes czuję tylko zapach farby drukarskiej z pieniędzy czy może odczuwam chemię między sobą a ludźmi, którzy biorą w nim udział?

Czy ja naprawdę wiem, kim jestem?

--

Błażej Kliks – wykładowca Wyższych Szkół Bankowych, trener i coach, inżynier, członek rady nadzorczej w spółce akcyjnej, samodzielny przedsiębiorca, właściciel firmy SKILL-K oferującej – obok rozwiązań z branży IT/automatyki – usługi szkoleniowe i coachingowe z zakresu umiejętności biznesowych, prowadzone w formie interaktywnych warsztatów i treningów.