

Inimeste väärtustaja äris - Drucker - ei ole enam siin

Peter F. Druckerist jääb maailm puudust tundma. Lahkunud on maailma väga palju mõjutanud mees. Peter Drucker, tänapäeva maailma suurim majandusmõtletaja ja moodsale määndžmendile kui teadusele alusepanija, lahkus 11.novembril 95 aasta vanuses.

Peter Druckeri mõtteviisi kasutavad maailma ettevõtjad ja moodsad juhid, kuigi nad alati ehk ei teagi oma ideede autoriteetset algallikat. Siinkohal Druckeri mõned väga praktilised ideed, mis mulle ja meie instituudi ettevõtjatest õpilastele on eriti südamelähedased.

\*Work smart, not hard - tööta *targalt, mitte rängalt*.

\*Kasvada tuleb oma tugevustelt, mitte kulutada oma ainukest elu oma nõrkuste kompenseerimisele.

\*Vii firmast välja ja osta sisse kõik, välja arvatud see, mis on sinu (firma) eriline tugevus/anne (*võimekus*). (See on tänapäeval nii enesestmõistetava allhanke fundamentaalne seisukoht)

\*Lühim tee innovatsioonini on läbi vajaduse.

\*Tubli ettevõtja jätab maha kõik ebavajaliku ja orienteerub uuele, vajalikule ja kasulikule – innovatsioonile.

\*Äri on suhted. Juhi edu võti 21. sajandil on tema võime teha koostööd. Tõeline jõukus kasvab mitte varandusest, vaid inimeste julgetest, innovatiivsetest ideedest ja koostööst.

(Pane ritta 10 tõeliselt mõjuvat põhjust, miks sina ise oled atraktiivne koostööpartner)

Drucker mõtestas määndžmenti kui inimkeskset funktsionaalset protsessi.

Määndžment Druckeri mõistes tegeleb inimestega, nende väärtustega, nende kasvu ja arenguga, sotsiaalse struktuuri ja ühiskonna vajadustega. Tema filosoofia tuum on, et iga organisatsiooni kõige väärtuslikum osa on inimesed. Viiekümne aasta eest esitatuna kõlas see tänapäeval nii loomulikuks saanud idee õige julge seisukohana. Druckeri tegi juhtimisteadlaste sees ainulaadseks tema huvi mitte ainult äriorganisatsioonide, vaid ka kasumit mittetaotlevate organisatsioonide, nagu haiglate, omavalitsuste, NGO-de, juhtimise vastu.

Druckeri ennustatud protsessid majanduses on toimunud, tema ettenägemisvõime on olnud väga täpne, prohvetlikki. Näiteks ennustas Drucker 50-tel Jaapani tõusu tööstusmaailma liidrite hulka, kui maailma silmis oli Jaapan väikefarmerite ja sodikaubatootjate maa. Taolisi näiteid on palju, aga üks olulisemaid on Druckeri visioon maailma majanduse muutumise kohta: maailm on liikunud masstootmiselt teenindusmaailmaks, kus mõtleval inimesel on keskne roll.

Drucker tõi kasutusele sõna "knowledge worker", teadmustöötaja, kelle tähtsat osa uues, teenindusmaailmas (service economy) on raske üle hinnata. Vaatame arenguid.

Masstootmine on tänapäeval muutunud nii efektiivseks ja vajab üha vähem inimesi, enamiku masstööst teevad masinad. Masstoodete väärtus tänapäeva tarbija silmis kahaneb, kahanevad ka masstoodete hinnad. Nii ongi masstootmise iseloom muutunud, turg nõuab pidevaid tootearendusi, ja masstootmise teenindamine on muutnud töötajate struktuuri: tööliste asemele vajatakse teadmustöötajaid. Siit ka mõiste muutus: meie majandus on masstootmise majandusest üle läinud teenindusmajanduseks, lihtne masstootmine on minevik. Inimesed tahavad uusi asju, uusi mudeleid, rohkem valikuid, rohkem individuaalsust!

Kujutleme kasvõi autotööstust, kui pikalt varem hoiti sama mudelit tootmises, võrreldes autoturu dünaamiliste nõudmistega tänapäeval. Et konkurentsiks ellu jääda, kulutab tootmisfirma nüüd palju tootmise uuendamist, uute toodete disainimist, individuaaltellimuste loomist jne teenindavate teadmustöötajate peale. Parem teenindus on lõpmatu innovatsioon. Tulevik on käes!

Ülisuurt tähelepanu pööras Drucker töötaja töö sisu ja töötaja mõiste muutumisele postindustriaalühiskonnas.

Teadmüstöötaja töö on alati isiksusest ja tema vaimsest potentsiaalst lähtuv, täpselt ettekirjeldamatu ja loominguline. Industriaalühiskonna masstootmisele pühendunud firmas oli töölise roll pigem olla mittemõtlev „masina jätk“. Teadmüstöötaja identiteet on tema tööga tihedalt seotud.

Teadmüstöötajate tootlikkuse suurendamine ehk kuidas tõhusalt rakendada uusi teadmisi olemasolevatele kogemustele, on tänase maailma üks olulisi küsimusi.

Masstootmises ja teenindusmajanduses toimetamine erinevad üksteisest nagu sool ja lumi, ning vajavad kardinaalselt erinevaid juhtimisvõtteid.

Juhtida peaga töötavaid isiksusi on juhile tegelikult marketingiülesanne. Tark marketer ei küsi: mida meie tahame, vaid küsib: mida teine pool tahab? mis on tema jaoks väärtuslik? tema eesmärgid? mida tema mõistab tulemuse all?

Sama küsib tark juht, kelle alluvad töötavad peaga. Teadmüstöötaja on ses mõttes nagu vabatahtlik, kes töötab tasuta, tema vaimu virgutab väljakutse. (Vabatahtlik peab saama rahuldustpakkuva ülesande, sest ta ei saa palka ja ta töötab südamega.) Kallis juht, usalda oma peaga töötajale huvitav ülesanne, ja ta rakendab oma ajupotentsiaali jõuliselt sinu ülesande lahendamiseks. Ja ei lähe sinu firmast mujale väljakutseid otsima.

Druckeri mõte, mis on just väikese rahvaarvuga Eesti jaoks aktuaalne: firma suurim varandus tänapäeva maailmas on töötajad, kes õpivad ja arenevad. Selle võimaldamine on firma tõeline investeering tulevikku. Siis tulevad ideed, tekib julgus ja inspiratsioon kasutada oma vaimset potentsiaali. Firma intellektuaalne kapital, mis asub sinu inimeste peades, on iga firma suurim väärtus tänases ja homses maailmas.

Druckeri filosoofia, mille põhiseisukoht - Inimesed pole mitte probleem, vaid lahendus - on Eestii majanduse praegusel arenguastmel väga edasiviiv ja inspireeriv.