

# Polskie wizje współczesnego zarządzania – analiza raportów rocznych spółek giełdowych

Krzysztof Klincewicz, Aleksandra Olkowska-Spik

*Artykuł prezentuje badania zawartości listów prezesów, pochodzących z raportów rocznych z 2004 roku, publikowanych przez spółki notowane na warszawskiej giełdzie. Wykorzystując koncepcję mód w zarządzaniu, odnoszącą się do zmieniającej się popularności koncepcji i narzędzi zarządzania, zbadano występowanie poszczególnych „modnych” pojęć w raportach firm, wyodrębniając dodatkowo grupy największych przedsiębiorstw, skupionych w indeksie WIG20 oraz firm zaawansowanych technologii z TECHWIG-u. Badania wykazały spóźnioną polską adopcję pojęć opisujących praktyki zarządzania w porównaniu z firmami zachodnimi. Zaobserwowano koncentrację firm na „twardych”, strukturalno-finansowych aspektach zarządzania. Zasoby niematerialne (w tym wiedza, kompetencje pracownicze i innowacje), marketingowa orientacja przedsiębiorstwa i wartości etyczne okazały się odgrywać niewspółmiernie mniejszą rolę.*

## 1. Wstęp

Moda w zarządzaniu to zjawisko cyklicznych zmian popularności określonych technik zarządzania (Abrahamson 1996: 118) i powiązanych z nimi książek-poradników, haseł, sposobów wprowadzania zmian organizacyjnych, usług doradczych lub systemów informatycznych. Świat biznesu obfituje w „nowe”, „unikalne”, „rewolucyjne” i „innowacyjne” rozwiązania istniejących od dziesięcioleci problemów organizacyjnych. Większość spośród tych rozwiązań okazuje się różnić od poprzedników głównie etykietkami, a stopniowe odkrywanie tej złudnej oryginalności przez firmy jest źródłem cykliczności mód, odrzucanych przez rozczarowanych naśladowców. Najważniejsze mody w zarządzaniu na przestrzeni lat obejmowały: zarządzanie przez cele (lata 50.), koła jakości (lata 70.), Total Quality Management, ISO i benchmarking (lata 80.), kluczowe kompetencje, motywowanie i kulturę organizacyjną (lata 90.) (Carson, Lanier 2000: 1144), a w ostatnich latach także zarządzanie wiedzą (Klincewicz 2004). Szczególnie dobrze znanym przykładem mody jest reinżynieria procesów gospodarczych – w okresie jej największej popularności, „prawie każda znacząca północnoamerykańska firma oraz wiele firm europejskich i azjatyckich trafiło pod nóż reinżynierii. Wiele