



Goran Kauzlarić - Profesor filozofije i sociologije, absolvent poslijediplomskog studija Organizacije i upravljanja pri Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Autor je knjige Marketing - alat uspješnih, organizacijskih priručnika Dinamičke strategije za turbulentno tržište, Upravljanje procesima razvoja novih proizvoda i usluga i Prodaja - profesionalni alati i tehnike.

Kultura predanosti poslu, Herb Kelleher

Komentar Gorana Kauzlarića

Nadahnuti vizija kako stvoriti velike vizije

U vrijeme sve turbulentnijih uvjeta poslovanja, kada definitivno svima i u svakom biznisu postaje jasno da su ljudi jedini kapital koji se može nositi s promjenama, g. Kelleher nam daje konkretne i jasne odgovore kako taj kapital pokrenuti i usmjeriti na 'core competencies'. A u svemu tome uspijeva sačuvati ljudsku dimenziju, ne samo kao privjesak biznisu, nego upravo kao središnju vertikalnu uspjeha biznisa.

Ovo je vrlo zanimljiv članak, ali i posve praktičan organizacijski priručnik, gotov akcijski plan. Nije riječ samo o tome 'što?', već se vrlo otvoreno iznosi i 'kako?'. Primjenom opisanih načela svaka tvrtka može pokrenuti proces vlastite preobrazbe. To su kritične točke za transformaciju krutih organizacijskih šablona (kojima su vezane ruke i noge mnogim našim poduzećima) prema dinamičkim otvorenim poslovnim sustavima koji će moći sami vlastitim snagama stalno iznova otvarati nova tržišta i stvarati nove poslovne prilike.

Kako?

Neka mi bude dopušteno ukratko i napreskokce podvući nekoliko teza iz članka g. Kellehera:

- kompanija se ne može voditi samo brojkama, posao može i mora biti zadovoljstvo;
- zatražite od ljudi da razmisle o tome kakva kompanija želite biti;
- stvarajte sustav u kojem će ljudi sami znati što treba činiti i angažirati se za ostvarenje zajedničkih ciljeva;
- sloboda, neformalni odnosi, osobna samoodgovornost i međusobna suradnja omogućuju zaposlenima djelovanje u najboljem interesu kompanije;
- kad dvotjedni plan može zastarjeti, nije vrijedno trošiti vrijeme na planiranje: umjesto da određujemo što ćemo raditi, pokušajmo definirati tko smo i što želimo, neka svatko sam uvidi kako će dati najveći doprinos tome;
- strateško planiranje znači uspostavljanje fleksibilnih ciljeva i orijentacijskih točaka, radije nego detaljno poslovno planiranje;

- naučite komunicirati sa zaposlenima svim raspoloživim sredstvima: čestim izlascima na teren, pomoću tjednih izvještaja, web-stranica, e-maila, SMS-a, glasnika, video sustava...;
- stvarni doprinos uprave je potaknuti ljude da istinski vjeruju u koncepciju, da dijele osjećaj pripadnosti i angažiranosti, da se identificiraju s kompanijom;
- stalno ističite iskustva vaših kupaca i napore zaposlenih koji nastoje kupcima pružiti maksimum;
- potaknite zaposlene da rješavaju probleme kroz razne programe treninga kojima se razvijaju kvalitetniji međusobni odnosi i razmjena informacija;
- tražite da najvažnije zadatke obavljaju mješovite trening skupine sastavljene od osoblja iz prodaje, proizvodnje, marketinga, administracije, financija... omogućite da nove ideje struje kroz cijelu tvrtku i da ljudi kreativno razmišljaju;

Ako želite prihvatiti Kelleherova načela, već sutra imenujte u svojoj firmi projektni tim sa zadatkom da pronađe najbolje načine za primjenu samo tih nekoliko teza u poslovanju.

Osmišljavanje vizija, misija i strategija, a osobito njihova uspješna provedba, suštinski i dubinski su komunikacijski procesi kojima moraju zajednički upravljati top-menadžment i komunikacijski stručnjaci. Međutim, ono što je posebno bitno, vodstvo tvrtke i PR-ovci zaista trebaju samo upravljati procesom osmišljavanja i oblikovanja tih dokumenata, a ne da ih sami izmišljaju i donose. Ako želite da ljudi zaista sudjeluju u ostvarenju neke strategije ili politike, morate ih zaista i uključiti u formuliranje te strategije i politike, morate im dati priliku da je razumiju i prihvate i morate im omogućiti da iznesu svoje mišljenje, da iz svoje vlastite pozicije kažu što ne valja i kako najbolje riješiti ono što se odnosi izravno na njih. To su temelji ekonomske demokracije u kojoj ljudski resursi zaista postaju kapital. I sve to vrijedi ne samo za poslovne kompanije i javne organizacije, nego i na najvišoj državnoj razini.

Možete li zamisliti Hrvatsku vođenu prema Kelleherovim principima?