

# Angažman vanjskih stručnjaka za promjene je prioritet



Milan Grković

Promjene su neminovnost u poduzetništvu, ali i u svim ostalim organizacijama. Zašto onda organizacije\* ne angažiraju stručnjake za promjene?

Zbog promjena tehnologije, globalizacije i konkurencije organizacije trebaju sustavno i na vrijeme mijenjati načine poslovanja. Upravljanje promjenama je ključni čimbenik uspjeha bilo koje organizacije.

Zbog svoje kompleksnosti, uvođenje promjena u organizacijama je gotovo nemoguće obaviti bez vanjskih stručnjaka za promjene. Brzina kojom se sada uvode promjene je nedovoljna, a to organizacijama, gospodarstvu i zajednici u cjelini nanosi ogromne štete jer se optimalno ne koriste potencijali koji su im na raspolaganju. Ako znamo s njima upravljati, resursa u pravilu ima dovoljno - pogotovo mekih resursa (vrijeme, znanje i sastanci). Više o „mekim resursima“ resursima pogledajte u članku „Meki resursi – inovativna strategija za izvrsnost“ koji je objavljen u tiskanom izdanju „Poslovni savjetnik“, broj 90. – listopad 2012.

## 12 razloga zašto organizacije ne angažiraju vanjske stručnjake za promjene

**1. Misle da mogu sami**  
Uporno rade na isti način kao do sada iako je očito da to ne donosi rješenja nego samo dodatne nepotrebne probleme.

**2. Skupo im je**  
Ne ulažu sustavno u edukaciju. Edukacija im je nepotrebni trošak. Nisu osviješteni kako je znanje najbolja investicija.

Ne shvaćaju da je daleko veći trošak raditi na dosadašnji način koji kontinuirano daje negativna stanja i ne postiže se učinak koji odgovara potencijalima organizacije.

**3. Ne znaju pronaći stručnjake**

Kako im je tržište stručnjaka za promjene nepoznato, ne znaju poduzeti početne korake da ih pronađu.

**4. Ne znaju procijeniti vjerodostojnost stručnjaka za promjene**

Nemaju alat i iskustva za procjenu stručnosti osoba koje bi bile angažirane na uvođenju promjena.

**5. Nisu osviješteni da trebaju neku pomoć od vanjskih stručnjaka**

Uopće ne razmišljaju kako za sustavno uvođenje promjena trebaju i mogu dobiti pomoć izvan organizacije.

**6. Ne mogu odrediti uzrok problema**

Ne znaju za što da potraže stručnjake! Jednostavno ne vide gdje i kako učiniti prvi korak i njihov izbor je nastavak po starom obrascu ponašanja jer kriza će „vjerojatno“ proći.

**7. Ne žele sami ući u promjene**

Znaju kako bez njih nema istinskih promjena, pa ih i ne započinju kako ne bi i oni sami bili obveznici promjena.

Gore od sadašnjeg stanja je situacija da se oni mijenjaju pa rado čine poslove niže kompetencije i

poslove niže upravljačke vrijednosti samo da se održi postojeće stanja.

**8. Imaju toliko problema da se ne stignu baviti promjenama**

Nemaju osjećaj za prioritete, rade na principu „gašenja vatre“ i stalno su u žurbi i zauzeti, bez obzira na posljedice.

**9. Teško je pronaći prave stručnjake za promjenu**

Na tržištu gotovo nema ponude stručnjaka za promjene i to je jedan od glavnih razloga zašto ne dolazi do bržeg uvođenja promjena u tvrtke. Upravljanje promjenama je kompleksna problematika koja zahtjeva sustavnost u djelovanju i u ovom području ne postoji velika konkurencija. Naravno, ovdje se misli na sposobnosti uvođenja cjelovitih promjena u organizacije, a ne u jedan ili samo nekoliko segmenata koji se promjenama ne zahvaćaju integrativno.

**10. Nepovjerljivost**  
Na osnovu prethodnih negativnih iskustava, organizacije su oprezne oko angažiranja novih stručnjaka za bilo koju problematiku unapređenja poslovanja. Razlog neangažiranja stručnjaka za promjene je i u općem nepovjerenju zato što dosadašnje kompetencije stručnjaka za promjene nisu uspjele spriječiti pojavu recesije i krize, kako na globalnom tako i na lokalnom nivou.

**11. Neodgovornost**  
Odgovorna osoba u organizaciji ne pokreće promjene zbog svog svojih osobnih interesa bez obzira na negativne posljedice takve odluke.

**12. Zadržavanje postojećih zona ugođe**

Zadovoljni su statusom. Moglo bi i bolje, ali važno je da nije gore. Samo da se ništa ne mijenja.

Bez vanjskih stručnjaka za promjene nemoguće je odgovoriti na nezaobilaznu potrebu za kontinuiranim i sustavnim promjenama. Pitanje pronalazjenja vanjskih stručnjaka za promjene je od strateškog značaja za organizacije. Svako izbjegavanje angažiranja stručnjaka za promjene znači dovoditi organizaciju u stanje neodgovarajućeg i zakašnjelog djelovanja na uvođenju promjena što neminovno dovodi do velikih problema u radu, a najčešće i do njenog nestajanja.

## Praktikum

1. Napravite analizu imate li u organizaciji potrebu za promjenama. Promjene su potrebne „samo“ u četiri slučaja:

a. Postoje negativna stanja: kašnjenja, nekvalitetno, nedovoljno, nezadovoljstva i/ili neodgovarajuće trošenje resursa (prekomjerno ili premalo).

b. Zbog vanjskih čimbenika (politički, ekonomski, socijalni, tehnološki, ekološki i/ili zakonodavni)

c. Zbog unapređenja: kvalitetnije, više, brže, jeftinije, lakše, jednostavnije, cjelovitije, sustavnije i univerzalnije.

d. Postavljeni su ciljevi (od nas ili od drugih koji su nam nadređeni).

2. Ako imate potrebu za promjenama, donesite odluku o promjenama koristeći alat „Osnovna pitanja“ (što? – ciljevi, zašto? – potreba za promjenama, kako? – procedure, s čime? – potrebni resursi, tko? – sudionici, gdje? – mjesta događanja, kada?

## ▼ SAVJETI POSLOVNOG SAVJETNIKA

- ✓ Utvrdite kako druge organizacije rješavaju problematiku uvođenja promjena.
- ✓ Pitajte druge kako pronaći pravog stručnjaka za promjene. Angažirati neuvjerljivog "stručnjaka" za promjene je lošije rješenje od stanja da se promjene uopće ne pokreću.
- ✓ Točno definirajte ciljeve uvođenja promjena, rokove za provedbu pojedinih aktivnosti, prava i obveze stručnjaka za promjene.
- ✓ Dogovorite sa stručnjakom za promjene probni rad bez ikakvih vaših obveza. Ako je stručnjak za promjene siguran u svoje znanje i vještine, pristat će bez ikakve rasprave.
- ✓ Kod angažiranja stručnjaka za promjene utvrdite kakva je njegova izlazna strategija: bez daljnjih aktivnosti, pokreće se nova faza promjena, stručnjak za promjene kontrolira održivost pokrenutih promjena (in-site i/ili virtualno).

– rokovi, izvjestiti? – izvješća i nastavak? - sljedeće aktivnosti).

U sastavnici alata „Kako?“, neka vaš izbor strategije bude odluka o angažiranju vanjskih stručnjaka za promjene.

3. Na tržištu edukacija potražite odgovarajućeg stručnjaka za uvođenje željenih promjena. Utvrdite koji elementi su vam važni za pronalaženje stručnjak za promjene: dostupnost, načini komunikacije, trajanje uvođenja promjena, nivo složenosti promjena koje stručnjak predlaže, cijena usluge, potrebni resursi, ...

### Zaključak

Lako je dokazivo da se uspješ-

ne promjene ne mogu ostvariti bez vanjskih stručnjaka koji imaju učinkovit model djelovanja uvođenja i upravljanja promjenama. Aktivnostima u traženju stručnjaka za promjene posvetite dužnu pažnju jer o tome dominantno ovisi uspjeh uvođenja promjena, a time i uspjeh organizacije. Definirajte standarde (elemente) koje mora zadovoljiti stručnjak za promjene i angažirajte samo takvo. Odluka da angažirate vanjskog stručnjaka za promjene će sigurno biti jedna od najvažnijih odluka za organizaciju.

**Napomena:** U članku se pod pojmom "organizacija" podrazumijevaju svi oblici zajedništva: grupe, organizacije i zajednice.

## Knjiga "MUI KNJIGA ZA USPJEH"

autora Milana Grkovića

Imate li potrebu i želju da budete uspješniji u:

- osobnoj karijeri,
- profesionalnoj karijeri,

- oblicima zajedništva u kojima djelujete (grupe, organizacije i zajednice)?

Ako je odgovor "DA", nudim vam rješenje koje možete provjeriti bez ikakvog rizika.

**Knjiga + pomoć autora knjige (jedinствена ponuda) vam omogućavaju da se vaši potencijali, želje i potrebe praktično realiziraju.**

[www.portalalfa.com/mui\\_knjiga\\_zu\\_ospjeh](http://www.portalalfa.com/mui_knjiga_zu_ospjeh)

Tel: 385 99 280 4210



## Vrhunske svjetlosne i dekorativne kreacije francuske kompanije *Leblanc Illumination* od sad dostupne i u Hrvatskoj

Tvrtka Prggin i francuski proizvođač blagdanske rasvjete *Le Blanc illumination* potpisali su ugovor o međusobnoj suradnji kojim Prggin postaje distributer i ključni partner ovog poznatog francuskog proizvođača blagdanske rasvjete u Hrvatskoj.

*Leblanc Illumination* dio je *Groupe LeBlanc*, kao vodeći europski proizvođač prigodne rasvjete poznat je po jedinstvenim kreacijama i inovacijama. Pionir novih trendova, tržištu nudi razne kombinacije inovacija i jedinstvenih rješenja, a posjeduje više od pola stoljeća iskustva. Zahvaljujući svojoj stručnosti, posebnom dizajnu i uvođenju novih materijala i tehnologija nagrađeni su nagradom „Anvar“ Francuske agencije za inovacije.

Tvrtka Prggin u okviru svoje djelatnosti uređenja trgovačkih centara, ulica, trgova i drugih objekata povodom Božićnih i Novogodišnjih blagdana pruža niz profesionalnih i stručnih usluga visoke kvalitete temeljenih na individualnom pristupu svakom projektu. Od konzultacija, izrade idejnih rješenja, bogate ponude proizvodno-prodajnog programa, do realizacije projekta u vidu instalacije i tehničke podrške. Također nudi opremanje interijera i eksterijera ambijentalnom, dekorativnom i arhitektonskom rasvjetom i pratećom opremom.

PROMO



Prggin d.o.o.  
Ul. Grada Wirgesa 10  
10430 Samobor

Tel1: +385 (0)1 3325 789  
Tel2: +385 (0)1 3325 979  
Fax: +385 (0)1 3360 123  
[www.prggin.hr](http://www.prggin.hr)  
E-mail: [prggin@prggin.hr](mailto:prggin@prggin.hr)

