

Lejla Softić, dipl.oec.¹

Koncept cjeloživotnog učenja i holističkog marketinga

"We now accept the fact that learning is a lifelong process of keeping abreast of change. And the most pressing task is to teach people how to learn."

- [Peter Drucker](#)

Pokušavam razumjeti tržišna dešavanja. Gledam TV programske sadržaje, iz zemlje i okruženja, kako bih prikupila neke od potrebnih informacija: za ovaj tekst, ali i redovne poslovne aktivnosti. Pronađem interesantne sadržaje koji govore o poduzetničkim inicijativama. Tačnije o preduzetnicima koji su željeli da podijele vlastita iskustva iz poduzetništva sa drugima. Slušam poduzetnicu koja je svoj prvi biznis iz područja ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA prodala i pokrenula nova 2 biznisa. Sa nekim od njenih stavova tipa: ne treba vršiti analizu tržišta, pitati kupce šta žele i sl. ...nisam sigurna da bih se mogla složiti. U cijelosti se slažem sa stavom: morate ZNATI prije kupaca ŠTA im je POTREBNO. Na pitanje: da li je vršila istraživanje tržišta za vlastite potrebe ... poduzetnica odgovara sa ODLUČNIM...NE! A, zatim pojašnjava da je „ZNALA“ da se njenim biznisom bavi i drugo preduzeće tj. konkurent, ali da za njih NIKO ne zna?! Poduzetnica navodi i slijedeće: pitala sam da druge agencije za istraživanje tržišta da li se bave pružanjem „OVIH“ usluga i saznala da ne pružaju „OVE“ usluge. Navodi i da PODUZETNICI, tj. oni koji PODUZIMAJU nešto....obično UČE na vlastitim greškama. Tu se konačno složim sa njenim stavom U CIJELOSTI. Pomislim i USPJEŠNIM PODUZETNICIMA je potrebna EDUKACIJA...kada ovako JAVNO iznose VLASTITE stavove..na temu pokretanja biznisa bez bilo kakvog ISTRAŽIVANJA tržišta. U suštini, iz svega navedeno saznajem da ga je PODUZETNICA koju parafraziram i sama izvršila...samo to NIJE ZNALA...da se zove tako..jer je ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA „širok“ pojam....u odnosu na djelatnost njenog prvog biznisa. PODUZETNICA koja je prezentirala vlastita iskustva potaknula me je da napišem, ovog mjeseca, nekoliko prijedloga o potrebi CJELOŽIVOTNOG UČENJA i njegovom ZNAČAJU za implementaciju HOLISTIČKOG marketing koncepta u poslovnoj organizaciji..bez obzira da li je riječ o: preduzetništvu, korporaciji.....mikro, malom, srednje velikom, velikom.....domaćem ili internacionalnom..obliku organizovanja.

1. Definicija pojma: koncept cjeloživotnog učenja

Koncept cjeloživotnog učenja² (Long Life Learning Process - LLL proces) podrazumijeva: sticanje i osavremenjivanje svih vrsta sposobnosti, interesa, znanja i kvalifikacija, promicanje razvoja znanja i sposobnosti koje će omogućiti prilagođavanje tradicionalno shvaćenog poimanja društva u "društvo znanja", ali i aktivno sudjelovanje u svim sferama društvenog života, te samim time i uticaja na kreiranje vlastite budućnosti. U kontekstu cjeloživotnog učenja uvažavaju se svi oblici obrazovanja: formalno obrazovanje (npr. sticanje diplome na fakultetu), neformalno obrazovanje (npr. usavršavanje vještina potrebnih na radnom mjestu i iskustva tokom praktične primjene znanja stečenih tokom formalnog obrazovanja) i informalno obrazovanje tzv. međugeneracijsko učenje (razmjena znanja u porodici, među prijateljima i kolegama). Učenje je pri tome kontinuirani proces u kojem su rezultati i motiviranost pojedinca za učenje u određenom životnom razdoblju uslovljeni znanjem, navikama i iskustvima učenja stečenima u mlađoj životnoj dobi. Uz koncept cjeloživotnog učenja najčešće se vezuju ciljevi ekonomske prirode, kao što su postizanje veće konkurentnosti i trajne zapošljivosti, ali su jednako važni i ciljevi koji pridonose aktivnijoj ulozi pojedinca u društvu.

Ne mogu se sjetiti gdje sam pronašla ovu „kombinaciju“ koja definira koncept cjeloživotnog učenja, zato navodim www.savjetnik.ba kao izvor iako ZNAM da to nije potpuna informacija. Ono što mogu sa 100% sigurnošću ZNATI jeste da od 07.02.2011. godine pokušavam, kroz vlastite SAVJETODAVNE AKTIVNOSTI, ovaj koncept približiti BH preduzetnicima, ali i općenito poslovnim ljudima u BiH...i šire. Zašto? Zato što i sama TO primjenjujem u vlastitoj PODUZETNIČKOJ PRAKSI !

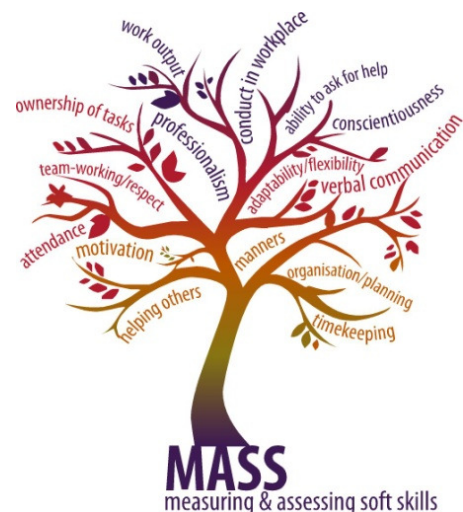
1 SoftConsulting s.p. Tuzla, Trg slobode 16 (BIT Centar), 750000 Tuzla, e-mail: lejla.softic@savjetnik.ba

2 Izvor: <http://savjetnik.ba/koncept-cjeloivotnog-uenja/>

2. Zašto je potrebno cjeloživotno učenje za implementaciju holističkog marketing koncepta ?

Ukoliko znamo, a o tome je već napisan tekst, što znači da ZNAMO....da marketing miks čini 7 P...i da su 1P...ljudi..onda je opće poznata činjenica da je za IMPLEMENTACIJU holističkog marketing koncepta neophodno ulagati u znanja i vještine LJUDSKIH POTENCIJALA. U suprotnom, ostaje neiskorišten njihov POTENCIJAL. Šta to u suštini...PRAKTIČNO ZNAČI?

Ukoliko ste angažovali određene KADROVE u Vašoj organizaciji, to znači da su oni u trenutku kada ste sa njima zaključili Ugovor o radu ili neki drugi formalno-pravni oblik regulisanja poslovnog odnosa angažovali njihove TRENUTNE vještine i znanja. Ukoliko se ne nastavi sa ULAGANJEM, ne samo u obliku PLAĆE, u trenutne KADROVE, tada će i Vaša početna INVESTICIJA polako „gubiti“ na VRIJEDNOSTI. Zašto? U dosadašnjem radu imala sam priliku sretati se sa profesionalcima koji su smatrali da nakon završetka formalnog obrazovanja, NEMA potrebe da nastave sa razvojem vlastitih znanja i vještina. Raditi na tom nivou, priznajem, može biti IZAZOVNO. Međutim, raditi sa kadrovima kojima je IZAZOV da nauče nešto NOVO i unaprijede vlastite vještine, a zatim i poslovanje u organizaciji u kojoj su angažovani je INSPIRATIVNO. Zašto? Zato što se u tim okolnostima, RAZVIJA MNOGO IDEJA! Ne kažem da će sve od ideja biti realizovane, jer znam da je od ideje do njene realizacije potrebno uložiti dosta resursa...pa samim time i VRIJEME, ali znam da je RAZVOJ neke vještine koju do tada nisam niti sama posjedovala...u našoj INTERAKTIVNOJ DISKUSIJI...koja nekada graniči i sa „kriznim“ komuniciranjem...došlo do RAZVOJA i mojih vještina kao organizatora savjetodavno-edukativnih programa.



Šta mi to ZAJEDNO razvijamo kroz savjetodavno-edukativne programe koje organizujem? Prvo, nastojim(o) objasniti da se savremeni menadžment razlikuje od klasičnog prvenstveno premanačnu komunikacije, a na ovim programima je „otvorena“ DVOSMJERNA komunikacija između organizatora i učesnika. Drugo, nastojim(o) razviti KRITIČKO mišljenje, te razmotriti vlastiti poslovni koncept iz tuđe „perspektive“. Treće, nastojim(o) kroz samo-motiva(k)ciju postići nove/dodatne vrijednosti za organizacije koje su odlučile ulagati u vlastite LJUDSKE POTENCIJALE. Dakle, kao konsultant koji obavlja ove aktivnosti, za poslodavce, jedno od pitanja koje OBIČNO postavim jeste: kako će te unaprijediti vlastito poslovanje nakon dobijenih novih informacija i saznanja? Prizanjem JAVNO da uvijek dobijem POZITIVNE POVROTNE INFORMACIJE i više od jedne ideje za unapređenje poslovanja. Naglasim, da je to neophodno i realizirati ! Povremeno dobijem, indirektno, povratnu informaciju sa tržišta da su te ideje i REALIZIRANE kroz poslovanje organizacije. To je ono što me kao profesionalca „ispunjava“ i čini ZADOVOLJNIM kada kroz savjetodavno-edukativne programe potaknem određene tržišne promjene. Svjesna sam činjenice da neki od ulaganja u programe cjeloživotnog učenja ne mogu biti ODMAH realizovani, te da je neophodno VRIJEME da se na tržištu vide očekivane PROMJENE i unapređenja poslovanja. Zato je ove aktivnosti neophodno KONTINUIRANO pratiti na tržištu i prepoznavati POZITIVNU ENERGIJU koja je nastala kao rezultat HOLISTIČKOG pristupa u implementaciji marketing koncepta poslovnih organizacija.

3. „Umrežavanje“ ideja, znanja i vještina kroz koncept cjeloživotnog učenja

Zagovornik sam primjene savremenih tehnologije i svih prednosti koje one omogućavaju poslovnim ljudima, a kako bi se postiglo „umrežavanje“ ideja i znanja, te njihova primjena u PRAKSI. Također, smatram da se osim razvoja tehnologija ISTOVREMENO treba vršiti i RAZVOJ znanja i vještina ljudi za primjenu savremenih tehnologija kroz koncept cjeloživotnog učenja. Zašto? Uoliko razvoj tehnologije napreduje „brže“ od razvoja SVIJESTI „ljudi“ doći će do određenog JAZA i neusklađenosti, kako u primjeni tehnologija, tako i u ULAGANJU finansijskih resursa u uvođenje novih tehnologija. Nadalje, LJUDI koji ne razvijaju vlastita ZNANJA i VJEŠTINE, kroz vrijeme će gubiti na svojoj KONKURENTNOSTI. Ali da li je to uvijek tako?

Konkretan i jednostavan primjer: kada pokušam nešto napisati vlastoručno, što znači koristiti OLOVKU I PAPIR, rukopis koji vidim ne ostavlja POZITIVAN utisak na autora ovih redaka. Zašto je to tako? Jednostavno, u vlastitom radu više koristim tipkovnicu/tastaturu nego olovku i papir. Ukoliko koristim olovku i papir, to je u slučajevima kada trebam nešto zabilježiti kao: kratku napomenu ili potpisati neki dokument. Kada pogledam tako zapisan tekst, postanem SVJESNA da i sama ponekad se teško snalazim u vlastitom ZAPISU. Nekada „odustanem“ od dešifriranja vlastitog zapisa i po sjećanju, koje me još uvijek dobro „služi“, zaključim šta sam to ranije ZABILJEŽILA. Ja još uvijek koristim i ove „klasične“ alate: olovku i papir, ali kako surađujem sa kolegama iz IT oblasti „primjetim“ da oni više ne koriste ove alate..nego sve zabilješke odmah ZAPISUJU na odgovarajući digitalni medij. Priznajem da je to PUNO lakše i opravdanije, ali i dalje u vlastitom radu nastojim „zagovarati“ i primjenu nekih od „tradicionalnih“ alata i tehnologija.



Ukoliko ovaj primjer „premjestimo“ u npr. sferu tradicionalnih zanata, možemo primjetiti da je njihovo postojanje UPITNO u savremenom društvu, kao i da isto poprima sve više karakteristike UMJETNOSTI....a, sve manje karakteristike ZANATA. Upravo ovaj argument bi trebao biti DOVOLJAN za afirmativno posmatranje POTREBE umrežavanja ljudi i njihovih ideja, znanja i vještina kroz koncept cjeloživotnog učenja. Želim navesti još jedan primjer iz poduzetničke prakse. Naime, saznala sam da je jedna poduzetnica imala sasvim dovoljno ideja, znanja i vještina kako bi pokrenula vlastiti BIZNIS koji je imao karakteristike RUČNOG rada odnosno tradicionalnog ZANATA. Ali kada se „upustila“ u IZAZOVE PODUZETNIŠTVA saznala je da za pokretanje vlastitog biznisa mora imati „papir“ tj. formalni –dokument kojim će moći DOKAZATI da posjeduje određene vještine iz oblasti TRADICIONALNIH zanata. Naravno da je MORALA pristupiti EDUKACIJSKOM programu kako bi zadovoljila potrebnu zakonodavnu formu. Međutim i dalje nisam sigurna da je ovaj način izvršavanja koncepta cjeloživotnog učenja, odnosno pristupa istom samo FORME radi ispravan...jer to nije SUŠTINA koncepta cjeloživotnog učenja. Ono što mi preostaje da istražim iz ove oblasti jeste slijedeće: da li je preduzetnicima neophodno više treninga zbog FORME tj. „papira“ ili zbog SUŠTINE tj. primjene stečenih znanja i vještina u praksi kroz razmjenu iskustava i poslovno umrežavanje, kao i šta formalno-pravni sistem tj. zakonodavac može učiniti da se trenutne ZAKONSKE REGULACIJE izmjene: kako sa ciljem smanjenja forme za pokretanje biznisa, tako i sa ciljem povećanja POTREBE za ulaganjem privrednih subjekata u razvoj znanja i vještina ljudskih potencijala kroz koncept cjeloživotnog učenja.

4. Novi produkti i cjeloživotno učenje

Često sa kolegama/konsultantima u IT oblasti kada dođemo do nekog „konkretnog“ problema znamo to definisati kao: IF-THEN-ELSE. Ne prevodimo međusobno „šta ovo znači?“...jednostavno ZNAMO! Do jednog trenutka, kada mi je kolega i poslovni partner, bez čije IT podrške virtualni savjetnik ne bi bio ništa više nego lijepa IDEJA, nije rekao u nastavku ove fraze i slijedeće: A, onda samo „DO“ !

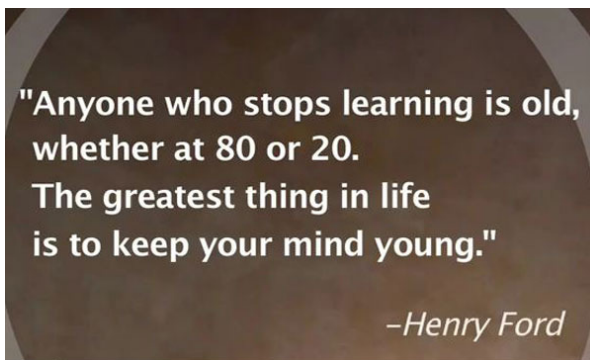
Obilježavajući sa poslovnim partnerima, prošlog mjeseca, uspješnu realizaciju migracije podataka i redizajn virtualnog savjetnika, pitala sam: Šta novo spremaju? Dobijem odgovor da trenutno RADE na softveru za 1:1 marketing...i počnemo sa diskusijom....IT konsultanti mi pojašnjavaju šta PROGRAMIRAJU....a, ja kao neko sa „druge“ strane njihovog SW rješenja....im POJAŠNJAVAM....šta to oni rade...i gdje se „DO“ ...ovaj puta završava. Saopštim i to da sam tekst na ovu temu napisala za Pantheon preduzetničku enciklopediju i predložim da „pregledaju“ slike....jer ZNAM da će iz slika biti SVE JASNO ! Da, kaže mi poslovni partner...da u tom konceptu 1:1 marketinga....IMA PUNO MATEMATIKE. Odgovaram sa: ZNAM...i dodajemda je u tom RAČUNANJU neophodno da dobro postavi osnovnu FORMULU....a, zatim samo da ide u DUBINU kalkulacije....po unaprijed postavljenom modelu. Zašto ovo naše partnersko iskustvo opisujem na ovom mjestu?



Prvo, zato jer bez EDUKACIJE nema novih RJEŠENJA. Tu pod edukacijom podrazumijevam i RAZMJENU ISKUSTAVA. Bez novih RJEŠENJA, nema kvalitetnijeg ZADOVOLJAVANJA TRŽIŠNIH POTREBA. A, kvalitetnog zadovoljavanja tržišnih potreba nema BEZ NOVIH PRODUKATA. Dakle, bez obzira KAKO će te pristupiti PROCESU cjeloživotnog učenja ...da li će to biti..PUTOVANJE...u jednom ili više pravaca....morate stići do CILJA. Šta je cilj u konceptu cjeloživotnog učenja ? Nova ZNANJA i VJEŠTINE. Ali kako znanja i vještine same po sebi nisu cilj, to je KONAČAN cilj implementacije koncepta cjeloživotnog učenja: poboljšanje KVALITETA ŽIVOTA I RADA, a što je moguće samo kroz proces kontinuiranog UNAPREĐENJA ili RAZVOJA novih PRODUKATA. Šta će biti NOVI PRODUKT?zavisi prvenstveno od djelatnosti kojom se bavite. Ono čemu treba da težite, kao profesionalac, jeste da Vaše poslovanje ima SMISAO I ZNAČAJ ...ne samo za Vas i Vaš biznis....nego prije svega ZA DRUGE zbog kojih postojite kao privredni subjekt. Ukoliko NIŠTA niste unaprijedili u proteklih 4-5 godina u Vašem biznisu..u smislu da ste kreirali nove produkte i sl....onda prvo šta trebate da učinite jeste da UNAPRIJEDITE VLASTITE, POSLOVNE, VJEŠTINE. Da li će te pri tome izabrati samoedukaciju, edukaciju putem webinarima ili edukaciju na konferencijama...seminarima....interno ili eksterno....biće VAŠA POSLOVNA ODLUKA. U ovom trenutku, mogu samo navesti MOJU POSLOVNU ODLUKU...i vlastiti pristup ...u implementaciji koncepta cjeloživotnog učenja...za vlastite potrebe. Naime, vlastiti model nazivam tri - trećine. Jednu trećinu vremena PLANIRANOG za edukaciju izvršavam kroz samoedukaciju. Drugu trećinu vremena planiranog za edukaciju realiziram kroz webinarima. Treću trećinu planiranog vremena za edukaciju ostvarujem kroz 1:1 ili DIREKTNU INTERAKTIVNU POSLOVNU KOMUNIKACIJU. Zašto? Zato jer je to MODEL koji je za mene i djelatnost kojom se bavim „odgovarajući“ model. Nadalje, kada preporučavam klijentima: šta i kako?...da postupe....tada ne odstupam od modela tri -trećine: jedna trećina interno, jedna trećina virtualno i jedna trećina direktno na „otvorenim“ edukacijama. Zašto? Zato što smatram da se na ovaj način može u privrednim organizacijama „sakupiti“ dovoljna količina RAZLIČITIH informacija, koja može biti KORISNA za razvoj novih produkata.

5. Zaključak

Možda primjetite da u tekstovima koristim „značajan“ obim materijala/grafičkih prikaza/slika koji su na engleskom jeziku. To nije neka moja posebna želja, više način na koji „razmišljam“ o BIZNISU. Svjesna sam činjenice da je BH praksa i realnost dalekou odnosu na trenutnu poslovnu realnost u visoko razvijenim društvima. Željela bih da i BiH privrednici upotrijebe energiju koja je neophodna za lansiranje RAKETE a, kako bi što prije dostigli EU standarde...ili se barem malo približili jednom tako uređenom tržištu. Znam da je DUG put pred nama. Naročito ukoliko pokušavate da pišete i pričate na temu cjeloživotnog učenja i holističkog marketinga. Mnogi Vas neće razumjeti. Onda se potrudite da „pojednostavite“ cijelu pričutoliko.....da se ponekad i sami začudite ZAŠTO to radite...samo da bi Vas neko RAZUMIO....SHVATIO....i UČINIO minimalni NAPREDAK. Ide teško i suviše sporo prema mom mišljenju. Naročito ukoliko se bavite djelatnošću koja se zasniva na „soft“ vještinama i INTELEKTUALNOM kapitalu...i želite da kroz to što RADITE...ipak ZAŠTITITE i VLASTITE POSLOVNE INTERESE...kroz primjenu postojećeg Zakona o ZAŠTITI AUTORSKIH PRAVA....što ovaj tekst u suštini JESTE....produkt ..koji podliježe zaštiti autorskih prava.



Ali sa druge strane, svjesna sam i činjenice da je NIVO SVIJEŠTI u BiH potrebno PODIĆI na novi i VIŠI NIVO. A, to ne ide bez EDUKACIJE....ali i PISANJA...na temu POTREBE o CJELOŽIVOTNOM UČENJU kao sastavnom elementu implemetacije HOLSITIČKOG marketing koncepta organizacije. Zašto onda ovo radim? Ponekad pomislim...neću više...stavljam tačku...na GRATIS usluge i sl. Ovo pomislim naročito kada na tržištu, kroz razne oblike promotivnih aktivnosti „guram“ novitete, ideje i pravce razvoja...a, onda „primjetim“...kako je to i drugima KORISNO za njihovo poslovanje, te kako su to „upakovali“ kao vlastitu ideju, produkt....itd. U tim trenucima, poželim STATI. Zahvaljujući vlastitim MEKIM/SOFT vještinama....obično „stanem na loptu“ i RAZMISLIM još jednom o tome. Naime, ZNAM ...šta ću UČINITI....sa ovim tekstovima...već sada... ali ne pričam PUNO o tome u javnosti. Trenutno je to samo PARNTERSKI PROJEKAT kroz koji PROMOVIRAMO VLASTITO poslovanje.

Međutim, ono što me ne čini sretnom jeste SAZNANJE da je tako malo KREATIVNIH IDEJA....pa ako hoćete i ZNANJA ...i VJEŠTINA....u BH poslovnom okruženju...kao i činjenica....da NIKO....niti formalni obrazovni sistem, niti neformalni...nema INTERES....da POTAKNE PROMJENE u ovoj oblasti. Svjesno iniciram ovako „krute“ stavove...iako je moj pristup ovoj temi izuzetno „fleksibilan“. Naime, lično smatram da svako ko je opredjeljen da ulaže u RAZVOJ vlastitih znanja i vještina, kroz koncept CJELOŽIVOTNOG učenja, je na pravom putu i čini to ZBOG SEBE, a ne zbog DRUGIH. Također, znam i da oni koji NISU SPREMNI na ovu i ovakvu vrstu PROMJENE, bez obzira na životnu dob, su „STALI“ na raskrsnici promjena i sa tog ih mjesta niko ne može pomjeriti...osim njih samih.

Šta želim naglasiti na kraju: ukoliko želite ostati fleskibilni, a to znači i psiho-fizički mladi..ne samo kao POJEDINCI..nego i kao ORGANIZACIJE....onda je u narednom periodu potrebno da PRIMJENITE koncept CJELOŽIVOTNOG UČENJA...kao jednu od BITNIH odrednica....u IMPLEMENTACIJI...holističkog marketing koncepta. Kada to postignete.....tada Vam preostaje zadatak...da Vaš poslovni model...Vaša iskustvaprenosite i razmjenjujete sa DRUGIM TRŽIŠNIM AKTERIMA. To je put, kojim je potrebno KRENUTI, kako bi smo ZAJEDNO kao društvo, približili se EU standardima i preduzetničkoj praksi. I onda samo treba učiniti..puno..puta...IT instrukciju: „DO“ !