



softconsulting

Autor: Lejla Softić, dipl.oec.¹

Menadžeri budućnosti i predviđanje tržišnih promjena

Suvremeni uvjeti poslovanja podrazumijevaju kontinuirane promjene (organizacijske i tržišne), pri tome menadžeri budućnosti trebaju obezbjediti pravovremeno prilagođavanje poslovanja preduzeća novonastalim okolnostima. U digitalnoj ekonomiji najveći uticaj na poslovanje preduzeća ima promjena tehnologije, što u značajnoj mjeri utiče i na organizacijske promjene koje treba da obezbjede ne samo napredak u poslovanju preduzeća, nego i napredak društva u cjelini. Dinamičnost promjena koje donosi (digitalna) tehnologija zahtijeva sve brže organizacijske promjene. Poslovna vizija koja nije usaglašena sa brzim tehnološkim promjenama ne može obezbjediti dugoročno uspješan poslovni rezultat preduzeća. Najbolji primjer za to je pandemija korona virusa koja je pokazala koliko su pojedina preduzeća (ne)spremna da se suoče sa brzim promjenama, koje na žalost ne moraju uvijek imati i pozitivan predznak.

Šta je upravljanje promjenama?

Upravljanje promjenama (engl. Change management) je sistemski pristup tranziciji ili transformaciji poslovnih ciljeva, procesa ili tehnologije u preduzeću. Svrha upravljanja promjenama je provedba strategije za postizanje promjena, kontrola promjena i pomaganje ljudima da se prilagode promjenama. Takve strategije podrazumijevaju postojanje strukturiranih procedura za kreiranje promjena, kao i mehanizme za odgovor na zahtjevane promjene i praćenje procesa promjena. Upravljanje promjenama podrazumijeva uvođenje novih postupaka ili tehnologija sa ciljem usklađivanja unutrašnje organizacije rada sa dinamičnim zahtjevima iz okruženja.



Menadžeri budućnosti i suvremeni poslovni trendovi

Menadžeri budućnosti trebaju dobro poznavati suvremene poslovne trendove i biti fokusirani na upravljanje promjenama, a razvoj kompetencija (vlastitih i suradničkog tima) vršiti u skladu sa suvremenim trendovima, promjenljivom okolinom, aktivnostima konkurencije i zahtjevima kupaca. Menadžer budućnosti 'ne zatvara oči' pred potrebnim organizacijskim promjenama, nego ih prihvata kao neminovnost za budući poslovni razvoj preduzeća i direktno utiče na tok promjena u preduzeću.

Predviđanje poslovnih trendova u budućnosti i priprema suradničkog tima da uspješno savladaju sve poslovne izazove (sadašnje i buduće) samo je jedan od zadataka menadžera budućnosti. Stoga je fleksibilnost u odlučivanju, na svim nivoima odlučivanja u organizaciji, sa ciljem pravovremene i brze reakcije na eventualne tržišne izazove, kao i preventivno djelovanje kako bi se izbjegli eventualni poslovni rizici i/ili štete, ključni zadatak menadžera budućnosti.

¹ SoftConsulting s.p. Tuzla, Trg slobode 16 (BIT Centar), 750000 Tuzla, e-mail: lejla.softic@savjetnik.ba
Izvor za sliku: <https://pixabay.com/illustrations/digitization-transformation-laptop-6497133/>



softconsulting

Vrste organizacijskih promjena

Upravljanje promjenama može biti raznovrsno, a sve organizacijske promjene mogu se grupisati u slijedeće tri vrste:

- **Razvojne promjene** su različite vrste organizacijskih promjena koje utiču na poboljšanje prethodno uspostavljenih poslovnih procesa i procedura u preduzeću (npr. digitalna transformacija poslovanja i slično).
- **Prelazne promjene** su one promjene koje udaljavaju organizaciju od trenutnog stanja i usmjeravaju je ka novom stanju koje se kreira radi rješavanja trenutnih problema (npr. spajanja, akvizicije i slično).
- **Transformacijske promjene** su promjene koje utiču radikalno na unutrašnju organizaciju gdje se temeljno mijenja organizacijska kultura i način rada, a krajnji rezultat možda nije uvijek poznat (npr. osvajanje novih tržišta ili kreiranje inovativnih proizvoda i slično).

Značaj predviđanja tržišnih promjena

Za predviđanje tržišnih promjena najjednostavniji način je praćenje inovacija (novi proizvod i usluge, brendovi, poslovni modeli i slično). Sve inovacije su rezultat istraživanja tržišnih potreba i pronalaženja novih načina za zadovoljavanje tržišnih potreba. Kada se uoči odgovarajući skup inovacija na tržištu veoma lako se mogu predvidjeti i budući trendovi u načinu zadovoljavanja tržišnih potreba. S vremenom će inovacije i noviteti na tržištu uticati na promijene potrošačkih navika, ali i samih potrošača, te će se na taj način kreirati nova ponašanja i stavovi potrošača kao i njihova nova očekivanja od brendova i preduzeća, odnosno samog okruženja.

Da bi preduzeće uspješno primjenjivalo tržišne trendove u svom poslovanju neophodno je sagledati potrebne promijene u poslovanju preduzeća i izvršiti inoviranje poslovnih procesa odnosno kreirati nove proizvode i usluge koji će biti u skladu sa novim očekivanjima suvremenih kupaca. Renomirani (globalni) brendovi ulažu značajne resurse u istraživanje potrošačkih potreba sa ciljem pravovremenog kreiranja novih proizvoda i usluga. Na taj način vrši se proaktivno upravljanje promjenama u preduzeću.

Zaključak

Menadžeri budućnosti, pri upravljanju promjenama, imaju veoma težak zadatak jer trebaju osporiti tradicionalne pristupe poslovnom upravljanju i suprotstaviti se mnogim poslovnim običajima koji su zastarjeli ili više nisu relevantni za uspješno poslovanje preduzeća.

Bez obzira da li se radi o upravljanju suradničkim timovima pri radu na daljinu ili činjenici da se sve veći broj poslova automatizira, menadžeri na svim nivoima upravljanja u organizaciji prolaze kroz doba velikih promjena. Sa automatizacijom poslovnih procesa, menadžeri imaju više vremena da se fokusiraju na razvoj suradničkog tima i kreiranje inovacija. Stoga će humana i inovativna dimenzija menadžmenta biti sve važnija u narednom periodu.

Menadžeri budućnosti trebaju prije svega biti dobri komunikatori koji će znati poslovno komunicirati na više različitih načina i koristiti više različitih medija, sa ciljem da razumiju različite načine ljudskog ponašanja (i promišljanja), te da na pravi način mogu reagirati pri zadovoljavanju trenutnih tržišnih potreba i tako kreirati nove tržišne trendove.

Menadžeri budućnosti ne trebaju biti stručnjaci za 'novu' tehnologiju, ali kako je (digitalna) tehnologija postala ključni dio suvremenog života i rada, veoma je važno da menadžeri shvate razvojni potencijal tehnologije, kao i koristiti koje preduzeće ima od primjene nove tehnologije, kako one koja se trenutno koristi, tako i od one tehnologije koja bi u bliskoj budućnosti mogla postati bitan upravljački alat (npr. umjetna inteligencija i slično).