

Ciljno izobraževanje kot vstopni dejavnik za razvoj mislečih okolij

Smo v obdobju gospodarske renesanse. Globalizacija je prešla od besed k dejanjem. Kljub številnim globalnim izzivom je svet vse bolj povezan, vpet in soodvisen. Modri gospodarstveniki vedo, da je to pravi čas za oblikovanje trdnih temeljev dolgoročnega stabilnega razvoja, ki bodo minimizirali vpliv vala, ki vedno sledi razcvetu, oziroma globalne krize.



V nenehnem iskanju novih virov in vzvodov za zagotavljanje dodane vrednosti se razvijajo novi zmagovalni dejavniki. Tržne niše se oblikujejo s poudarjanjem drugačnosti in zadovoljevanjem individualnih potreb. Množična proizvodnja je vezana le še na cenene izdelke, pa tudi pri njih je vse pogostejša možnost izbire in razlikovanja.

Ključne značilnosti razvoja trga so izzvale nosilna vzvoda za ustvarjanje dodane vrednosti – produktivnost in kakovost –, ki sta postali vitalni sili novega poslovnega elementa – inovativnosti, ki za svojo manifestacijo

*Ključni izziv
managementa
je ne le, kje pridobiti vire,
ampak to, kako ustvariti
učinkovite inovativne
procese za nenehno
oplajanje virov, e. g.
ustvarjanje inovacij.*

nosti in s tem ustvarjanje dodane vrednosti govorimo o novi evolucijski fazi razvoja poslovnih sistemov – mislečih podjetjih. Ključni izziv managementa je ne le, kje pridobiti vire, ampak to, kako ustvariti učinkovite inovativne procese za nenehno oplajanje virov, e. g., ustvarjanje inovacij. Med viri prevzemata prevladujočo vlogo razvoj in razcvet intelektualnega kapitala. S tem osrednje mesto v poslovnih sistemih prevzame človek kot nosilec ustvarjalnosti in inovativnosti. Uspeh podjetij je tako vse bolj odvisen od prožnosti, dinamike in ustvarjalnega naboja

vse več kritičnega preverjanja znanih resnic, poslovnih modelov, ustaljenih oblik prakse. Pri tem imajo ključno vlogo medfunkcijski timi, ki prebijajo meje znanega. Zato se vsak dan iščejo sveže znanje, raznolike izkušnje in nove oblike sodelovanja med notranjimi ter zunanji poslovnimi akterji. Ciljno usmerjeno izobraževanje (CUI) je prvi pomemben korak na poti ustvarjanja učinkovite infrastrukture za misleča in na inovativnosti temelječa podjetja. Vprašanje, »kaj moram še vedeti, znati, raziskati, odkriti, da bom lahko uspešno uresničil vizijo in poslanstvo podjetja, realizacijo ključnih ciljev in strategij, da si bomo te ključne poslovne elemente sploh ustrezno začrtali«, bi moralo ves čas usmerjati dinamiko izobraževalnih procesov. Za vsako obliko izobraževanja moramo vedeti, kje in kako bo pripomoglo k ustvarjanju dodane vrednosti. Kateri strateški cilj bo zaradi tega uresničljiv z večjo verjetnostjo? Katera strategija bo zaradi nje učinkovitejša?

Praksa kaže, da misleča podjetja potrebujejo vse več kritičnega preverjanja znanih resnic, poslovnih modelov in ustaljenih oblik prakse.

Potreba po ustvarjalnosti izziva tudi ustaljene oblike implementacije CUI. Aktiven (interni) prenos znanja, sposoben učinkovito vključiti tudi posebnosti poslovnega razmišljanja podjetja in njegove vrednote, se v praksi izkazuje kot zmagovalni pristop. Izobraževanje ima vse bolj obliko ustvarjalnih delavnic, ki ne le dajejo svežih pogledov in znanja, ampak jih že v izhodišču izzivajo in prilagajajo poslovni dinamiki podjetja. Hkrati se vse bolj uveljavljajo mešani timi po vsebini in izvoru, e. g., zunanji in notranji strokovnjaki, horizontalni in vertikalni. Tako postaja pričakovana stopnja donosnosti CUI neposredno odvisna od pričakovanega poslovnega učinka cilja, ki ga podpira CUI.

Z ozaveščanjem vsakega posameznika postaja vse pomembnejše tudi samoizobraževanje.

Kako torej plodno povezati in usmeriti človeške sposobnosti v poslovnem sistemu? Pri mojem delu se odlično obnese ciklični participativni model. Aktivno ga že nekaj

sprememb. To so posamezniki, ki ves čas sodelujejo pri ustvarjanju razvojnih zgodb podjetja. S prenosom znanja in dobre prakse ter jasno opredeljenih strateških elementov pomagajo posamezne dele razvojne zgodbe sistematično vpeljevati v dnevno prakso. Ker so sami soustvarjalci zgodbe, v svojih sredinah nastopajo samozavestno in prepričljivo. Pri tem izkušnje kažejo, da je zmagovalno v aktivni proces CUI vključevati čim širši krog posameznikov z vertikalnih in horizontalnih ravni podjetja. Njihove sposobnosti se naj ne bi uveljavile le na operativni in taktični ravni, ampak že v fazi izobraževalnih procesov. Tako potreba po znanju in pravih izkušnjah postane resnična, življenjska. Participativni model dopušča poslovnemu sistemu, da zadiba s polnimi pljuči (da prav vsak posameznik najde v vsaki deli in izobraževanju

svoje mesto). Tako sodelujočim ponudimo varno okolje in hkrati zvišamo raven njihove samozavesti in občutka koristnosti. In prav to je zaželeno vzdušje, ki ga potrebujemo za ustvarjanje mislečih okolij. Počasi ustvarimo klimo, v kateri je aktivna vloga prednost za posameznike in sistem kot celoto. Z ozaveščanjem vsakega posameznika postaja vse pomembnejše samoizobraževanje. Znanje in inovativnost pa resnični vrednoti. Novi poslovni izzivi zahtevajo nove pristope tudi v izobraževalnem procesu. Še zlasti za podporo razvoju inovativnih procesov in novih vzvodov ter virov za ustvarjanje dodane vrednosti. CUI je v kombinaciji s participativnim modelom, internim prenosom znanja in samoizobraževanjem učinkovito strateško orodje.

Vir in vzvodi ustvarjanja dodane vrednosti

Produktivnost	Kakovost	Inovativnost	Zivljenjska energija
Delovno okolje	Učeče okolje	Misleče okolje	Ozaveščeno okolje
Materialni kapital	Finančni kapital	Intelektualni kapital	Človeški kapital

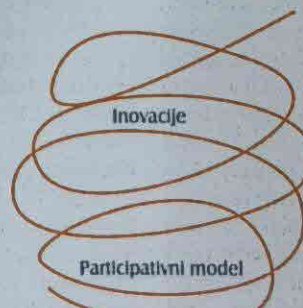
Človeški kapital: emocionalni, socialni in duhovni kapital

Vse večji pomen in vloga posameznika v poslovnem svetu

Model je intelektualna lastnina Viba.com, d. o. o.



Interno znanje in izkušnje



Eksterno znanje in izkušnje