



3 PLANINSKA VRHA – 3 POSLOVNE PORUKE



Ante i Mladen Meter

Ovo ljeti sam se dogovorio sa svojim sinom Antonom (10 godina) da ćemo u 30 dana osvojiti 3 najviša hrvatska planinska vrha. I uspjeli smo!

Ono što je bilo ključno za naš dogovor je da obojica volimo izazove, da nas planine i njihovi vrhovi privlače te da iskustvo koje se stječe planinarenjem nas iznimno veseli. Kako uživamo ne samo u ostvarenju cilja, nego i u putu do cilja, dogovor je uvijek bio da idemo isključivo pješice od najniže točke planine, i da se tako i vraćamo. Osvajanje vrhova je za nas bio samo jedan dio cilja, a drugi, još važniji, je proživiljavanje odnosno iskustvo penjanja.

Kako je uspon ljeti prilično izazovan, što se tiče same vrućine i svih izazova koji proistječu iz toga, umjesto traženja idealnog trenutka za početak uspona, odlučili smo se da energiju, umjesto na te brige, usmjerimo na dobro planiranje i izvršenje cilja. Uvjete uspona ne možemo potpuno ni definirati niti kontrolirati, pa nam se činila bolja opcija prilagoditi se; slično kao i u životu – i privatnom i poslovnom – uvjete **često** ne možemo birati, ali se možemo snalaziti u njima. To nam je bila dobra argumentacija da uspon na planine prihvativimo kao dobar način za vježbanje životnih situacija.

Počeli smo s Vaganskim vrhom, najvišim vrhom na Velbitu (1 757 m nv), zatim smo se uspeli na Biokovo, najsvršoviju planinu Dalmacije, na vrh Sv. Jure (1 763 m nv), a naš postavljeni cilj smo dovršili usponom na najvišu planinu u Hrvatskoj, Dinaru, na vrh Sinjal (1 831 m nv).

Naše iskustvo planinarenja može se itekako povezati povezati s poslovanjem, i upravo u tom kontekstu, smo izdvojili 3 poslovne poruke s kojima se može povući paralela s našim planinarskim iskustvom s 3 planinska vrha, a opisane su u nastavku.

S obzirom na to da je jesen vrijeme korporativnog poslovnog planiranja, kao i definiranja pojedinačnih poslovnih ciljeva, ove poruke su vezane za taj segment poslovanja odnosno upravljanja.

1. MOTIV za penjanje / ostvarivanje ciljeva postoji

Kaže se da bi zaposlenik uvijek trebao mudro birati organizaciju u kojoj će raditi, a da se to najjednostavnije postiže ako se usklade temeljne vrijednosti pojedinca i organizacije.

Zato nama ova penjanja na planinske vrhove, iako su ponekad bila teška, nisu ni u jednom trenutku došla u pitanje – jer smo obojica imali identične stavove o tome što želimo i da smo odlučni u ostvarenju toga. Dakle, naša mentalna spremnost i odlučnost je uvijek dopunjavala, i kada je bilo potrebno i kompenzirala, fizičku snagu.

Penjanje na vrh, ili u poslovnom kontekstu, ostvarivanje ciljeva često je više povezano s mentalnim sklopom nego sa samim posjedovanjem fizičke snage (odnosno stručnih kompetencija u poslovanju) – što nikako ne znači da nisu važne, ali su svakako izgradive ako postoji motivacija.

Pitanje koje su nama drugi postavili – a koje se može postaviti i u poslovanju (ostvarivanju ciljeva) – a zašto se vi penjete na planinske vrhove; i što kada dođete gore? Moram priznati, zanimljivo pitanje – na cijelovit i analitičan način nisam razmišljao o njemu dotad. Instinktivno sam, gotovo u samoobrani, odgovorio protupitanjem – a što vi dobivate time što se ne penjete?

U biti, nakon temeljitičnog promišljanja, nisam došao do znatno kvalitetnijeg odgovora na postavljeno pitanje.

Nešto cijelovitiji odgovor, od samog protupitanja, mogao bi biti da penjanjem stječemo novo iskustvo, definiramo i ostvarujemo više ciljeve i čijim izvršenjem smo sretniji – što ako nije za nekoga jedan od glavnih životnih ciljeva, svakako se čini da bi mogao biti jedan od važnijih.

Moglo bi se reći da, kako u privatnom, tako i u poslovnom životu, **motivaciju za ostvarenje ciljeva ne treba-**

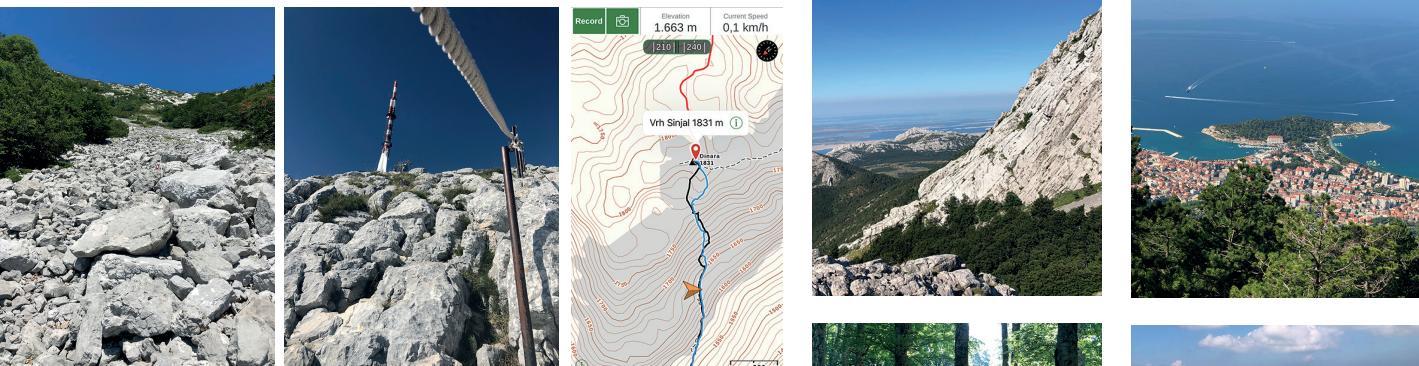
mo tražiti kod drugih, nego u sebi. Ili, kako je jednom naš svjetski poznati alpinist Stipe Božić rekao: „U teškim trenucima održava te uvjerenje da to možeš i moraš, jer čim počneš sumnjati, gotov si.“



2. USPON I SILAZAK je kvalitetno ostvaren

Kod planinara je uvriježen stav da se planinarenje ne sastoji samo od uspona, nego i silaska s planine – koji zbog preranog opuštanja može biti i opasniji od uspona. Ali krenimo od početka.

Priprema za uspon na planinu je iznimno važna, odnosno temeljna determinanta uspjeha. Pri tome se misli na: psiho-fizičku spremnost, pripremu opreme, hrane, pića, potrebnih karti / mobilnih aplikacija, informiranje o vremenskim uvjetima i dr. Dobra priprema omogućava kvalitetan uspon, boravak, a kasnije i silazak sa planine. Naravno, nakon završenog zadatka bit će izvrsno ako sve prođe bez značajnijih poteškoća, a ako su se neke i pojavile, treba ih shvatiti ozbiljno i nešto naučiti iz njih za drugi put.



I u poslovanju imamo slične faze koje imaju sličnu svrhu: **planiranje, analiziranje, izvještavanje i učenje / savjetovanje.** Strateškim i operativnim planiranjem te prognoziranjem, usmjeravamo svoje poslovanje, odnosno svojim pozicioniranjem u definiranim ciljevima ostvarujemo organizacijske i vlastite naume.

Ostvarenjem i njegovom usporedbom s planskim veličinama redovito dolazimo do odstupanja – koje, doduše, može biti veće ili manje, a važno je da iz njega nešto

kvalitetno naučimo za buduće aktivnosti. I naravno, nekada odluka može biti da izidemo iz cijele priče – zbog motivacije ili zbog realne situacije na tržištu – stati, ili se okrenuti u drugom smjeru, isto tako, vrlo često može biti dobra opcija.

3. DODANA VRIJEDNOST je stvorena

Penjanje na planine, kao i sam silazak, osigurava vrlo često fizičku i psihičku blagodat za planinare. Isto tako, planinarenje nas uči što je bitno, a što nebitno, kao i koje su naše mogućnosti i kako je moguće pomicati vlastite granice te nas tako inspirira za buduće pothvate i uspjehe. Također nas planine mogu poučiti i da više cijenimo ono što teže postignemo te da više uživamo u tome.

Dodata vrijednost koju stvara planinarenje može se sažeti i u izjavi Edmunda Hillaryja, prvog osvajača Mount Everesta: „Mislim da se uglavnom penjem po planinama jer jako uživam u tome. Nikad ne analiziram previše detaljno te stvari, ali mislim da svi planinari dobiju snažan osjećaj zadovoljstva zbog prelaženja nekog izazova za koji misle da im je vrlo težak ili možda malo opasan.“

U poslovanju, da se vratimo na početak teksta, **važno je da su vrijednosti organizacije i zaposlenika komplementarni – da isto gledaju na stvari koje su važne, i koje nisu važne, kao i na ciljeve koji su vrijedni truda, a na kraju i zadovoljstva postignutim uspjehom, kako za organizaciju, tako i za pojedinca.**