



Piše:
mr. sc. **Anna Brajković**

Rotacijom zaposlenika DO BOLJE TVRTKE

U pojedinim, posebice velikim tvrtkama, danas je trend često rotiranje zaposlenika na različitim poslovima. Netko tko je donedavno radio u prodaji, prelazi na poslove u nabavi i slično. Zašto? Upravo tako povezuju se procesi, bolje se razumiju ciljevi tvrtke i unaprjeđuju neki manje efikasni postojeći procesi. Na ovaj način zaposlenici stječu širu sliku o poslovanju tvrtke. A ono što je isto tako bitno – pruža im se prilika da naučite nešto novo

Ovako nešto donedavno nije bila česta praksa, pogotovo ne kod nas. Osoba bi se zaposlila na određenom radnom mjestu, npr. u marketingu, i uglavnom bi se razvijala na tim poslovima i eventualno se nadala nekom napredovanju u tvrtki, ali opet u segmentu poslova unutar marketinga. Kad smo već uzeli marketing za primjer – marketing nikada nije sam sebi svrha. On uvijek postoji kako bi pridonio ukupnim ciljevima tvrtke, potaknuo prodaju, informirao kupce, gradio prepoznatljivost na tržištu itd. Marketing uvijek vrlo usko surađuje s prodajom, a često upravo u tom odnosu dolazi do nesporazuma, konflikata i različitih gledišta oko načina kako zadovoljiti ciljeve tvrtke. Ciljevi tvrtke

su uvijek ukupni, za sve. Doprinosi im svatko u svom segmentu, ali suradnja između zaposlenika, odjela i slično, pritom je neophodna.

Više rivalstva nego suradnje

Ako ste radili u nekim velikim tvrtkama, mogli ste steći dojam da između pojedinih odjela ima više rivalstva i natjecanja nego timskoga rada i suradnje. Takav odnos čest je između nabave i prodaje, gdje konflikti nastaju kada prodaja ne prodaje dovoljno uspješno ono što je nabava nabavila, ili prodaja opravdava svoje nedostatke prebacujući odgovornost na neadekvatnu nabavu. Ovdje nema mjesta rivalstvu, već isključivo suradnji. Samo suradnjom između odjela i stremljenjem zajedničkim

ciljevima možete nabaviti najbolji proizvod po najboljoj cijeni i plasirati ga kupcima u najbolje moguće vrijeme.

Prilika za napredak

Praksa rotiranja zaposlenika između odjela rezultira njihovim boljim razumjevanjem ukupnih procesa i ciljeva tvrtke te boljom suradnjom među različitim organizacijskim jedinicama. Nekome može zvučati čudno što je, nakon niza godina rada u prodaji, prebačen, primjerice, u nabavu. Ali, ako ste se našli u takvoj poziciji, zapravo se trebate smatrati sretnikom. Naime, na ovaj način dobili ste priliku kakva se ne pruža tek tako. Rotacijom unutar tvrtke dobivate priliku steći iskustvo i na drugim poslovima. Osim

što je to dobra prilika da osobno nešto naučite i time postanete konkurentniji na tržištu rada, za tvrtku je to izvrsna prilika da poboljša svoje radne procese. Jednostavno rečeno, vi ste do sada znali kakve ste probleme i izazove imali dok ste radili u prodaji, a nakon rotacije u nabavu probleme ćete moći sagledavati i sa druge strane, što će rezultirati kvalitetnijim pristupom ostvarenju ukupnih ciljeva tvrtke.

(Ne)poželjna rotacija

Ipak, rotacija sama po sebi, rotacija radi rotacije, ne mora biti dobro rješenje. Rotacije su izvrsne u navedenom primjeru, između odjela marketinga, nabave i/ili prodaje. Međutim, rotacije nisu česte niti imaju previše smisla između, recimo, financija i ostatka tvrtke, ili između odjela informatike i ostalih.

Ali, ako radite u njima, ili vodite srodne odjele, ne bojte se rotacija! Svaka od njih je prilika da poboljšate procese, steknete dodatne vještine i poboljšate dosadašnju suradnju među organizacijskim jedinicama i zaposlenicima.



Rotacija sama po sebi, rotacija radi rotacije, ne mora biti dobro rješenje