

## Nehanbite sa požiadať o pomoc

Stáva sa, že sa istá situácia vo firme javí ako krízová, ale je to iba mylný pocit. Niekedy daný stav krízy vôbec nezodpovedá, tá sa rozrastá do obľudných rozmerov a potichu ničí firmu. Ľudia strácajú motiváciu, pocit istoty a sú frustrovaní.

### Vyhľadajte pomoc

V tejto súvislosti ohrozeným firmám Júlia Stehlíková zo spoločnosti Assessment Systems Slovakia radí, že nikdy nie je neskoro osloviť niekoho s prosbou o pomoc. Nik nie je dokonalý, a tak napríklad ak riadite firmu najmä v obchodnej oblasti, môžu vám uniknúť niektoré zásady v personalistike. Je to prirodzené a je dobré byť na túto možnosť pripravený formou určitej sebareflexie. Najlepšia chvíľa na to, aby ste sa obrátili na špecializovanú firmu, je dlhšie obdobie neistoty alebo racionálna úvaha, že jednoducho niečo neviete, alebo že je najlepšie zveriť riešenie daného problému odborníkovi. Niektoré firmy takúto možnosť využívajú. Ide napríklad o personálne audity, posúdenie súčasných zamestnancov či poradenstvo formou koučingu.

Inšpiratívnym je také vedenie firmy, ktoré má jasný cieľ a východisko a dokáže ho svojim ľuďom sebavedomo prezentovať. Prvým krokom v riešení krízy je preto úroveň motivácie manažmentu. "Dôležité v tejto súvislosti je vycítiť, prečo ľudia v danej firme pracujú, čo je ich hlavným motivátorom. Ľudia pracujú preto, aby naplnili svoje potreby. Najčastejšie však kvôli pocitu bezpečia (sem patria peniaze), ocenenia (v zmysle pochvaly) a sebarealizácii. Potrebujú jednoducho dať svojmu životu zmysel. Keď sú ich potreby frustrované a v danej firme sa im ich nedarí naplniť, tak sú demotivovaní prispievať k jej rastu a prácu nevedome sabotujú," uvádza riaditeľ personálnej a vzdelávacej agentúry AuJob Peter Ulbrík.

### Krátkodobé krízy

Väčšinou sa krátkodobé kritické obdobie vo firme prejavuje predovšetkým v podobe nervozity ľudí či drobných konfliktov. Vtedy je najúčinnnejšie tieto emócie rýchlo uvoľniť, pohovárať sa s dotýčanými a ísť ďalej. "Krátkodobé krízy vyvolávajú potrebu menej razantných a menej hlbokých opatrení. Vtedy je potrebné správne vyhodnotiť ich príčiny a predvídať vývoj. Vedieť predvídať ich koniec, a najmä ako sa zmení trh oproti minulosti. Nijaké zásadné opatrenie by sa nemalo udiť bez detailnej analýzy stavu a vyhodnotení viacerých alternatív a scenárov," hovorí Martin Šujanský, riaditeľ spoločnosti GRUNT.

### "Samo sa to" ...neexistuje

Dlhodobá kríza si, naopak, vyžaduje razantnejšie opatrenia a rozhodne podľa skúseností Petra Ulbríka nie je možné postupovať spôsobom, že ono sa to nejako samo "vyvinie a spraví". Manažéri by nemali sľubovať nereálne riešenia a klamať. Podstatné je priznať farbu a navrhnúť riešenie. Pre každý trh totiž platí, že nijaká recesia netrvá večne a po nej zákonite prichádza obdobie rastu.