

Pogovor z Laro Ham, svetovalko direktorja podjetja Mobitel

ODVISNI OD UČENJA

Za podjetje Mobitel velja, da je eno od podjetij z najhitrejšo rastjo dejavnosti in da ustvari največ dodane vrednosti. Podjetje je znano tudi po svoji, zdaj že uveljavljeni, družbeni podobi. Zanimalo nas je, kakšen je v tako hitro razvijajočem se podjetju odnos do znanja in izobraževanja, do razvoja ljudi itd. O tem smo se pogovarjali z Laro Ham, svetovalko direktorja in vodjo službe za tržno komuniciranje ter odnose z javnostjo.

A. S.: V industrijski družbi je bil človek postavljen v sistem. V organiziranih oblikah dela je bilo poskrbljeno za njegove stike s soljudmi. V informacijski družbi pa je ena temeljnih potreb mobilnega človeka, da se sam in po svoji izbiri povezuje z drugimi. Tako ni nenavadno, da vaše podjetje doživlja vrtoglavo rast. Druga temeljna človekova potreba pa je potreba po znanju. Kako gledate nanjo?

Potrebo po povezovanju ljudi z drugimi, kjerkoli in ob kateremkoli času, občutimo tudi pri nas. Vse večje potrebe po znanju pa so predvsem posledica razvoja telekomunikacijskih tehnologij. Navsezadnje je informacijska družba, ki jo omenjate, nastala po zaslugi znanja in pretoka znanja na podlagi sodobne telekomunikacijske tehnologije. Lahko bi dejali, da se telekomunikacijska panoga razvija sočasno s hitro rastjo potreb po znanju. Tako tudi ni nenavadno, da prav ta panoga pritegne in posrka vase številne najbolj izobražene strokovnjake.

A. S.: Temeljna potreba sodobnega človeka

je tudi potreba po smiselnem in strukturiranem prostem času. Vse več družbenih skupin ima namreč vse več prostega časa in tako ni čudno, da se je v zadnjih letih razvila v zvezi s tem prava industrija. Kaj ste v vašem podjetju storili ali nameravate storiti za osmislitev prostega časa?



Naše poslanstvo ni samo zagotavljanje storitev mobilnih telekomunikacij. Zmeraj bolj se namreč posvečamo tudi vsebinam svojih storitev in to nas prav posebej veseli. Pri tem moramo še bolj razmišljati o raznovrstnih potrebah in interesih svojih uporabnikov. Ustvarili smo, in ga tudi vzdržujemo, lasten portal WAP, njegov pomemben vsebinski sklop pa ima naslov »zabava«. Mislim, da tudi sicer zmeraj bolj vplivamo na prosti čas svojih uporabnikov. Pričakujemo, da bodo naše storitve kmalu zagotovile, da bodo ljudje z našo pomočjo pridobivali informacije, ki jim bodo pomagale osmisлити prosti čas. Lahko bodo sodelovali v pametnih in zanimivih igrah, pridobili vedenje in informacije, potrebne za izbiro prave restavracije. Že danes pa lahko po prenosnem telefonu izberejo filmsko predstavo in zvedo, kaj se dogaja na kulturnem področju. Vendar je to šele začetek. Nedvomno bomo v prihodnje poleg informacij posredovali tudi kulturna in druga znanja, ki bodo popestrila življenje ljudi.

A. S.: Vemo, da se uvrščate med tista podjetja, ki verjamejo, da so podjetju potrebni ljudje, ki imajo takšne lastnosti, da se lahko razvijajo skupaj z njim. Pa tudi v to, da razvoja ni brez znanja ljudi. Zakaj razmišljate tako in za kakšne osebnostne lastnosti gre?

Zaposleni v podjetju so lahko najboljši strokovnjaki, najbolj marljivi delavci in najbolj požrtvovalni vodje, vendar če med njimi ni posebne »kemije«, se tudi podjetje ne razvija tako hitro, kot bi nemara želeli. Karizmatičnost vodje in uigran način razmišljanja v timu sta nujni sestavini dela in uspeha na trgu. Tako mislimo, da je nadvse pomembna lastnost zaposlenih, da so zmožni delati v timu in v podjetju, ki ni vodeno od zgoraj navzdol, marveč gre v njem bolj za usklajevanje dela in odgovornosti posameznih timov. Podjetje Mobitel je, kot ste že sami nakazali,

nadvse dinamična delovna organizacija. Drugače tudi ne more biti, saj delamo v panogi, v kateri je, kot pravimo, dovolj zgodaj že prepozno. Pravzaprav so pri nas edina stalnica spremembe. Zato morajo biti naši sodelavci, in to tudi so, prav tako dinamični. Od njih pričakujemo, da bodo sposobni, iznajdljivi, pa tudi, da bodo zmožni hitrih, tehtnih in prodornih odločitev. Zunanji opazovalec nemara celo dobi vtis, da smo včasih prehitri, nepremišljeni in prenapeti. Da se pri nas vse dogaja bliskovito. Vendar nam je to, kar se morda nekomu zdi težavno, v spodbudo. Brez nenehnega dogajanja in učenja ne bi več znali prav živeti. Zdi se, kot da smo postali odvisni od učenja. Pa še to, zaposleni pri nas morajo biti odporni, sposobni prenašati obremenitve.

V industrijski družbi je bil človek podrejen stroju, danes se tehnologija podreja človeku in njegovemu znanju. Ali drugače povedano, človek je v interakciji s tehnologijo. Tako v našem podjetju verjamemo, da je vse odvisno od ljudi. Pa tudi, verjetno se strinjate z menoj, da tehnologija postaja vse cenejša, znanje ljudi pa vse dragocenejše.

A. S.: Katere vrste znanja potrebujejo vaši zaposleni in na katerih področjih se izobražujejo?

Potrebujejo čim širšo paleto znanj. Če bi morala izločiti najpomembnejša področja, bi izbrala specifična znanja informacijske tehnologije in poznavanje trga mobilnih telekomunikacij. Poleg tega za nas, zaposlene, ni dovolj, da si pridobimo diplomu na posameznem področju. Kvalifikacija, ki jo izkazujejo diplome in spričevala, namreč še zdaleč ne pomeni zmožnosti za uspešno delo. Zmožnosti so nekaj dosti širšega od kvalifikacije ali celo več kvalifikacij. Zajemajo tudi kvalifikacije, povečujejo pa se z delom, z delom v timu, s poznavanjem najrazličnejših kultur, z izkušnjami, s samostojnim učenjem, preiz-

kušnjami, popravljenimi napakami, z neformalnim izobraževanjem. Nenehno je treba spremljati razvoj tehnologije, dogajanje na drugih trgih in na slovenskem trgu, spremljati ponudbo tujih operaterjev.

Pa še to. Mobitel je storitveno podjetje. V storitvenem sektorju je zmožnost sporazumevanja tisto, kar je najpomembnejše. Tako se veliko izobražujemo tudi na področju medosebnih odnosov. Učimo se spretnosti pogajanja in se predvsem učimo svetovanja uporabnikom. Pri tem ne gre le za nekakšne ameriške sporazumevalne tehnike, ki so danes tako zelo »v modi«. Prepričani smo, da tudi v poslovnem svetu odnos ni zgolj tehnika, denimo, pravilnega postavljanja vprašanj ali »pravičnega« odzivanja. Seže dosti globlje. Zato se učimo predvsem, kako zadovoljiti temeljne psihosocialne potrebe ali, recimo temu, človeške potrebe svojih uporabnikov: denimo potrebo po tem, da jih drugi prepoznajo, spoštujejo, da jim zagotavljajo občutek varnosti in zaupanja. Pa tudi tega, kako pri tem doživeti tudi samega sebe. Vsa sporočila se oblikujejo v besedah, vendar je v ozadju psihološko sporočilo. In prav to sporočilo ljudje prepoznamo.

A. S.: Imate dobro načrtano marketinško kampanjo. Ste morda razmišljali, kaj storiti za to, da bi povečali občutljivost ljudi za vpliv znanosti in komunikacijske tehnologije?

Kot pionirji novih tehnologij ne prodajamo tega, česar smo vajeni že od prej. Komunikacijske podpore poslovanju je mogoča predvsem tako, da izobražujemo uporabnike. S tem ko smo mobilne telekomunikacije naredili dostopne vsem, smo nedvomno vsaj nekoliko dvignili tudi raven splošne tehnične kulture v državi. Pri tistih, ki jih te stvari zanimajo še bolj, pa smo, prepričana sem, ustvarili zavest, da je mobilna telekomunikacija področje prihodnosti. Pa tudi prav mogo-

če je, da bo tako marsikdo na našem področju zase odkril zanimivo poklicno pot.

A. S.: Kaj ste storili ali nameravate storiti za razvoj družbene samopodobe podjetja Mobitel?

To področje je za nas že od vsega začetka zelo pomembno. Prepričani smo, da so podjetja uspešna tudi zato, ker nastanejo v družbi. Tisto, kar dosežemo, tako ni le zgolj njihova last. Preprosto! Takšna podjetja so moralno zavezana, da del pridobljenega vrnejo ljudem in družbi. Ker smo trenutno v fazi razvoja, bi zdaj sami težko ustanavljali šole za odrasle, kot so to storila, denimo, nekatera japonska ali švicarska podjetja. Zdaj bi bil to za nas prevelik napor. Zato smo svojo podporo najprej zagotovili drugim, ki opravljajo za ljudi pomembno poslanstvo. Pred leti smo začeli sodelovati z Društvom za opazovanje in preučevanje ptic Slovenije in začeli akcijo Kam so šli vsi? Nadaljujemo pa z mnogimi večjimi ali manjšimi projekti. Pri tem želimo pomagati manjšim nepridobitnim kulturnim in športnim organizacijam, ki brez pomoči ne bi zmogle doseči svojih ciljev oziroma uresničiti svojih potencialov.

A. S.: Virtualno izobraževanje in »edutainment« spadata v sektor, ki je denimo v ZDA vreden šest milijard dolarjev. Sploh je sektor izobraževanja pomemben sektor gospodarstva, za katerega se tudi v Evropi



borijo mnoga, tudi telekomunikacijska podjetja. Kakšna so vaša razmišljanja v zvezi s tem?

Nedvomno bo prenosni internet omogočil uporabo številnih izobraževalnih programov. Upamo, da bodo poleg serijskih ameriških izobraževalnih programov nastali tudi evropski, takšni, ki bodo upoštevali drugačnost evropskih kultur, evropski pogled na družbeno, ekonomska, humanistična, filozofska vprašanja.

Izobraževanje na daljavo, ki potrebuje takšne programe, postaja tudi v Sloveniji vse pomembnejše. Pravzaprav je prav izobraževanje na daljavo nujen pogoj demokratizacije izobraževanja odraslih in mladine. V projektih, ki se bodo s tem ukvarjali, bomo sodelovali po najboljših močeh, želimo pa si, da bi pri tem sodelovale vse organizacije, ki lahko pripomorejo k uspehu: vladne ter lokalne ustanove, izobraževalne ustanove na vseh ravneh in seveda tudi gospodarske organizacije, ki lahko omogočijo praktično uporabo pridobljenih teoretičnih znanj.

A. S.: Kako vidite prihodnost telekomunikacijske tehnologije v povezavi z izobraževanjem mladine in odraslih?

Izobraževanje se bo izselilo iz predavalnic, predvsem na internet, ki pravzaprav temelji na telekomunikacijskih tehnologijah. Pridobivanje znanja ne bo temeljilo le na ponavljanju uveljavljenih konceptov, temveč predvsem na inventivni uporabi znanj in informacij, ki jih lahko poiščemo v različnih virih. Iskanje informacij pa je neločljivo povezano s telekomunikacijami.

A. S.: V pogovoru z nekaterimi vodilnimi ljudmi v oddelku za načrtovanje in evalvacijo v Cité des Sciences v Parizu smo zvedeli marsikaj o »numerični prihodnosti človeka«. Pogovarjali smo se denimo o čipu, ki bo v našem telesu oblikoval informa-

cije, posnete s posetnice. Ko nam bo nekdo stisnil roko, bodo v nas preskočile informacije o njem. Stabilni računalniki bodo kmalu paleolitična preteklost. Deskati po internetu s prenosnim telefonom danes ni več nekaj novega. Kaj ste v vašem podjetju storili na tem področju?

Podjetje Mobitel je zdaj še premajhno, da bi lahko samo razvijalo take revolucionarne tehnološke koncepte, kakršnega ste omenili v vprašanju. Bomo pa nedvomno ta razvoj spremljali in se trudili, da bi bile novosti čim prej dostopne tudi pri nas. Nedvomno pa bomo z lastnim znanjem dodajali vrednost sedanjim tehnološkim konceptom in spodbujali inovacije svojih zaposlenih.

A. S.: Velika podjetja v svetu se pritožujejo, da tradicionalne univerze ne dajejo dovolj hitro specifičnega znanja za njihove potrebe. Tako so British Airways, McDonald's in druga podjetja ustanovila svoje »industrijske univerze«. Ali morda tudi sami razmišljate o tem, da potrebujete izobraževanje, ki vam bo bolj pisano na kožo.

Da, o tem smo že razmišljali, vendar načrtov v zvezi s tem za zdaj še ne moremo odkriti. Imamo pa jih!

Dušana Findeisen