

Afirmativno, mogućnosti umjesto problema...

Novembar ili studeni 2012. godine za nas u InStore magazinu znači još jedno izdanje u dugom nizu. Naravno, pogled naprijed je jedino ispravan stav u projektu zvanom *Kako živjeti i preživjeti*, a sve to u uslovima kad svi makroekonomski pokazatelji govore da još uvijek naše stanje tržišta ima prefiks recesije. Kratkoročno, vidimo zimu a sa njom i zimnicu, zimovanje, zimske gume, zimske nedaće a to sve znači povećane troškove.

Za sebe volimo reći da smo afirmativni trade magazin i naš cilj je da unutar FMCG industrije povezujemo sve vas, informišemo, edukujemo i damo prostora i vama da kažete šta to novo i kvalitetno želite ponuditi potrošaču. Želimo da se i vi kroz i sa InStore magazinom osjećate afirmativnim jer mislimo da je jedan od bitnih elemenata upravo takav pristup. Ovaj i ovakav afirmativan pristup posmatranja okoline je metoda kojom se have mnogi u svijetu uspešnih. U različitim pričama o afirmativnom pristupu možete čuti niz pohvalnih izjava o uspješnosti i korisnosti tog procesa. O tome kako je afirmativni pristup “nenamjerno” revolucionarno

utjecao na disciplinu organizacijskog razvoja, kako je probudio, inspirisao ili transformisao mnoge kompanije moramo govoriti što češće i što glasnije. Ne želimo vas uvjeravati da je afirmativni pristup najbolja stvar za vaše trenutno stanje u organizaciji ali barem vam nudimo alternativu za prevazilaženje trenutnog stanja u području organizacijskog razvoja.

Ako bi mi u svom uvodnom obraćanju željeli usvojiti preporuku o afirmativnom pristupu, onda bi mogli svoj kratkoročni pogled definisati ovako: “*Kratkoročno, vidimo zimu a sa njom zimnicu, zimovanje, zimski raspust, zimske radosti a to znači da možemo i trebamo biti sretni*”.

Redakcija InStore magazina