



Vjekoslav Martinko, vlasnik i direktor poduzeća Lovranske vile, diplomirani je inženjer strojarstva koji se nakon uspješne međunarodne karijere vratio u Hrvatsku i započeo poduzetnički pothvat obnove zapuštenih lovranskih vila na principima održivog razvoja i realizacije potencijala pojedinca i zajednice kroz inovativne metode i holistički pristup.

Praksa inoviranja, Peter M. Senge

Komentar Vjekoslava Martinka

Prakticirati inovativnost za mene znači biti sposoban živjeti sa stalnom promjenom. Moći predosjećati promjenu, vidjeti je kako započinje i s povjerenjem reagirati usklađujući se, i što više dodati u nju svoj doprinos. Ono "jedinstveno svoje" po čemu sam drugačiji, moju autentičnost, specifičnost koja se na taj način ostvaruje (potvrđuje) u vremenu i prostoru. Da bih to mogao, potrebna mi je otvorenost (ne navezanost na postojeće) i povjerenje u život. Misliti na nemoguće (think unthinkable) ono što se čini neostvarivim, a onda to spustiti u realne životne okvire. Tako se gradi povjerenje u sebe i u život koji teče i stalno donosi nove mogućnosti.

Povjerenje u sebe se produbljuje spoznavanjem sebe, svjesnošću o sebi, o svojim automatskim reakcijama i mogućnošću da se vidim što radim, kako reagiram, odakle dolaze moje reakcije, da li je to automatska reakcija mog ega, mog površnog ja na vanjski podražaj ili ja odgovaram svjesno iz svog središta. Tu nalazimo i odgovor u vezi s pitanjem koja je od teorija X ili Y ispravna, iako to već dobro znamo. To se tako malo prihvaća i prakticira, čak i u vodećim svjetskim korporacijama kako to potvrđuje P. Senge, a jednako tako ili još više u našim domaćim. Sam sam se u to uvjerio nedavno asistirajući u team-buildingu jedne od većih hrvatskih korporacija. Glavna su se suprotstavljanja vodila oko teme: jesu li nam važnije procedure ili ljudi.

U domaćem tranzicijskom vremenu gdje se uvođenje procedura i standarda čini kao spasonosno rješenje za sve nedaće, ljudi i njihov razvoj često padaju u drugi plan. Taj vrući kesten "raditi s ljudima" i pomoći im da izvuku svoju jaču stranu se zanemaruje i pokušava gasiti procedurama. One su svakako potrebne, ali to je samo nužan uvjet, ali ne i dovoljan. No, da bi se uspješno moglo raditi s drugima na ostvarivanju njihovog najvećeg potencijala podrazumijeva se da voditelji rade na sebi i da svoju poziciju grade na osobnom rastu prema cjelovitosti i integritetu, na sigurnosti koja proizlazi iz središta kreativnog, a ne iz moći koju im daje pozicija ili podrška nekog patrona unutar ili izvan korporacije.

Na moje pitanje: a što kaže vaša misija? - dobio sam odgovor: O, da, mi to imamo, sve je to napisano. Bilo je jasno da se smatra da je dovoljno što je to napisano na papiru i da misija nikad nije postala okosnica za donošenje odluka i vodilja međusobne komunikacije. Misija nas izvodi iz zatvorene ego-igre na polje zajedničke ideje gdje smo svi isti pred onima koji ocjenjuju našu ideju i procjenjuju da li zaista radimo ono što govorimo i što je zapisano u misiji. Tu počinje rad na *Brand beyond branding* gdje nas vrijednosti ujedinjuju, izvlače iz nas najviši potencijal, gdje business više nije "samo business." Naravno, rezultati moraju hraniti misiju i činiti ju održivom i to je ispit vjere u sebe, u ideju, ispit strpljivosti da se ne odustane, ali i osjetljivosti na promjene, dograđivanje i prilagođavanje, a možda i bolno odustajanje.

U našem tradicijskom okruženju gdje novine teže prolaze, najveći problem vidim u usvajanju novih načina, stavova (paradigmi), koje proizlaze iz holističke spoznaje. Razlikujemo staro i novo, pri čemu se novo sve više rađa i usvaja.

Na primjer:

Staro	Novo
Vidim svijet kao mehanički sistem i gledam ga očima mehaničara, tehničara, pravnika, stručnjaka.	Vidim svijet kao živući sistem i gledam ga očima vrtlara i specijalista terapeuta.
Osjećam se moćan, neovisan, centar svijeta i uspješan u nametanju svoje volje.	Otvoren sam novim mogućnostima i osjećam se kao element jednog eko sistema na koji mogu utjecati, pridružiti se vlastitim životom.
Iskustveno analiziram, odlučujem, planiram	Osluškujem, otvoren sam prilagođavanju, sinergiji, dijalogu, koristim intuiciju.
Efektivna akcija je ona o kojoj je odlučio direktor koji zna gdje i kako.	Efektivna akcija je inspiracija nastala raspoznavanjem živog procesa koji je podloga slijedu događanja.
Pokazati drugima da ono što rade ima smisla.	Dati drugima mogućnost da otkriju smisao onog što rade.
Suženi strateški pregled (ekonomska, financijska i proizvodna komponenta).	Širi strateški pregled (uključena socijalna, društvena i ekološka dimenzija).

Neizostavna podloga inovativnosti je povratna informacija od kupaca i njihov doprinos u kreiranju novog. Preduvjet tome je dobra komunikacija, učenje jednih od drugih i spremnost da dijelimo, čime se rađa osjećaj da svi zajedno radimo nešto novo, veliko.