



Velimir Srića redovni je profesor Ekonomskog fakulteta u Zagrebu i gostujući profesor na UCLA, Los Angeles. Završio je MBA program na Columbia University u New Yorku, jednoj od vodećih svjetskih menadžerskih škola, a doktorirao na području menadžerskih informacijskih sustava. Osim u SAD, kao gostujući profesor predavao je u Kini, Mađarskoj, Sloveniji, Bosni i Austriji. Autor je 36 knjiga i preko 300 znanstvenih i stručnih članaka. Jedan je od osnivača hrvatskog Europskog pokreta, počasni je član Hrvatskog helsinškog odbora i Rimskog kluba. Dobitnik je niza domaćih i međunarodnih nagrada od, Fulbrightove i Eisenhowerove stipendije, Zlatnog pera Hrvatskog novinarskog društva do nagrade "Mijo Mirković" i Strossmayerove nagrade za znanost. Kao konzultant surađuje s brojnim svjetskim i hrvatskim tvrtkama. Ekspert je Svjetske banke za područje upravljanja promjenama. Objavio je zbirku pjesama "Razne igre" i roman "Privatne istrage".

Članak: Zadatak biznisa je spasiti svijet, Elizabeth Debold

Komentar Velimira Sriće

Živimo u doba kad je moguće činiti gotovo sve, ali je pitanje što ima smisla učiniti. Danas se zato sve više menadžera svakodnevno pita zašto troše toliko vremena na posao, što time dobivaju, koje vrijednosti ostvaruju, koje ciljeve postižu, kako to utječe na njihovu osobnost, obitelj, privatni život. Vraćamo se starim i nikad do kraja odgovorenim pitanjima poput: Tko smo zapravo mi? Što radimo? Što je istinski smisao i kvaliteta života i kako ih dostići?

Pada mi na pamet jedan od omiljenih viceva u kojem su Sherlock Holmes i dr. Watson pošli kampirati. Nakon dobrog obroka, zalivenog bocom vina, legli su na počinak u šator uz logorsku vatru. Nekoliko sati kasnije, slavni detektiv otvori oči i baci iznenađeni pogled uokolo, a onda probudi čvrsto usnulog prijatelja. Watsone, pogledaj gore u nebo i reci mi što vidiš?

Još mamuran, Watson protrlja oči i reče: Vidim milijune zvijezda na bistrom ljetnom nebu. I što iz toga zaključuješ, zapita Holmes. Watson je kratko razmišljao pa reče: S astronomskog stanovišta, zaključujem da iznad nas postoje tisuće galaksija i milijuni planeta u njima. S astrološkog stajališta uspio sam uočiti da je Saturn u saviježđu Lava. S logičkog stanovišta mogu odrediti da je po prilici tri sata u noći. S teološkog stanovišta svemir iznad nas pokazuje kako su Bog i Priroda svemogućí, a mi ljudi mali i beznačajni. Meteorološki govoreći, po svemu izgleda da će sutra biti lijep i sunčan dan. Što ti iz svega toga zaključuješ?

Holmes na trenutak ostane zamišljeno tih, a onda reče: Ovo je elementarno, moj Watsone, netko je ukrao naš šator.

Mnogi su menadžeri danas u poziciji dr. Watsona. Sve vide, sve znaju, efikasno rješavaju svakodnevne probleme i nalaze odgovore na sva pojedinačna poslovna pitanja. No glavna dilema postaje **smisao i cilj cjeline, konteksta, dugoročnog djelovanja, postojanja i perspektive**. Vidimo li elementarno ili smo prevareni beskonačnim brojem detalja koje ne znamo uklopiti u cjelinu? Jesmo li se izgubili u utopiji profita, materijalnog uspjeha i konzumerizma? Jesmo li slučajno ili namjerno zalutali u globalno zagađenje, globalno zatopljenje, globalnu krizu i globalni terorizam? Trebaju li nam nove slike cjeline, novi pogledi, novi horizonti, nova pitanja i novi sustav vrijednosti koji će nam pomoći da se opet pronađemo? Koja je u tom kontekstu uloga vođa za novi milenij?

Na engleskom, postati bolji vođa znači sebi i svojem timu uskladiti tri H (Head, Heart, Hand), odnosno ostvariti harmoniju Glave, Srca i Ruke. Ono što mislim, to i osjećam, na temelju toga i radim. Zato taj posao volim, znam i mogu dobro obavljati. Činiti skladno ono što voli, misli i osjeća najveće je bogatstvo i najvredniji dar dobrog lidera kojim inspirira i sebe i svoje suradnike. Zato smo danas, više nego ikad, upućeni na potrebu traženja sklada nas samih sa poslovnim sustavom, našeg sustava s cjelokupnim poslovnim okruženjem, cjelokupnog poslovnog okruženja s društvom i zajednicom... I opet se vraćamo na pitanje cilja našeg djelovanja. Što je zapravo uspjeh? Je li to profit koji dovodi do nesklada i sukoba, nepravedne ili neracionalne eksploatacije ljudi i prirodnih resursa? Ili je to sreća i harmonija koju je tako teško postići u svijetu rastuće konkurencije, globalizacije i tehnoloških proboja?

Prema Elizabeth Debold, suočen s takvim pitanjima novi lider je pametan, ali očajan. Pametan jer toliko toga zna, umije i razumije, a očajan, jer shvaća da ne može, u postojećim uvjetima poslovnog okruženja, živjeti i djelovati etično, dugoročno, humano i holistički. Umjesto stvaranja više razine kvalitete života, postajemo bolno svjesni da je naša stvarnost zapravo kriza strategija, ciljeva i sustava vrijednosti. Možemo uraditi gotovo sve, ali većina onoga što radimo čini se da nema smisla. Možemo riješiti gotovo svaki problem, ali većina naših rješenja stvara još veće probleme koje ćemo morati rješavati sutra... A tada će možda već biti kasno...

Ridderstralle i Nordstrom, dvojica autora *Funky Business*, kojima sam bio domaćin pri jednom od njihovih posjeta Hrvatskoj, svoje su predavanje počeli tvrdnjom da živimo u čudnom svijetu. U njemu je najbolji igrač golfa crnac, najbolji rapper bijelac, najbolja skijašica dolazi iz Hrvatske, a najomraženiji političar iz Amerike. Svijet je to sve upitnijeg sustava vrijednosti koji na tisućama TV kanala vrti holivudske melodrame i spektakle, dokumentarce iz povijesti, geografije i svijeta životinja, prijenose sportskih susreta, muzičke spotove, meksičke sapunice, vijesti s prognozom vremena, porno-filmove, kinesku kung fu produkciju, sve sustavno prekidano kišom reklamnih poruka. Svijet je to izazova, promjena, kriza i prilika koje donosi globalizacija, europska integracija i internetizacija. U njemu preko milijardu ljudi može u djeliću sekunde izmijeniti e-mail poruku, naručiti,

kupiti i platiti bilo koju robu i uslugu, a pritom biti fizički udaljeni na tisuće kilometara. Taj svijet nije monolitan, cjelovit i jednoznačan, kao što nije do kraja upravljiv, predvidljiv niti shvatljiv. Da bismo ga "spasili", prvo ga moramo bolje razumjeti.

Prije svega, današnji (**poslovni**) svijet **afirmira značaj zajedništva, dobrih međuljudskih odnosa, težnje da se bude etični poslovni subjekt, a ne samo financijski uspješna tvrtka**. Nekad su nas učili struci, a ne kako se snalaziti u međuljudskim odnosima. Danas je emotivna inteligencija jednako važna kao i profesionalnost. Dobar stručnjak vrijedi samo ako je i dobar čovjek! Ljudi koji razvijaju profesionalne sposobnosti ne postizu vrhunske rezultate. Najbolji kombiniraju stručnost s razumijevanjem pravila igre svoje djelatnosti, orijentirani su međuljudskim odnosima i posjeduju snažnu emotivnu inteligenciju. Pobjednik je onaj koji jače "grize" jer mu je više stalo, a ne onaj koji je tehnički spremniji.

Moderni je (poslovni) svijet globalno dvorište suradnje s ljudima raznih kultura, sustava vrijednosti i navika. Svjedoci smo jačanja globalizacije koja u prvi plan stavlja ukupnost svjetskog tržišta, afirmira snagu multinacionalnih korporacija, dovodi do opće medijske integracije putem informacijskih tehnologija. Iako se lako složiti s idejom da valja misliti globalno, a raditi lokalno, mnogi ne vole posljedice globalizacije koja nekritički nameće vrijednosti, ugrožava kulture malih naroda, dovodi u pitanje egzotične i nestandardne proizvode, pretvara u konfekciju ono što je do nedavno imalo značaj butika. Nevolja globalizacije je u tome da lokalno često gubi kad globalno dobiva.

Poslovno okruženje prošlog milenija bilo je upravljano ponudom. Oskudica nas je tjerala da kupujemo kad smo mogli i konzumiramo što god nam se nudilo. Modernim poslovnim okruženjem upravlja potražnja. Kupac je kralj kojega treba oduševiti. Prodavač, šef, partner ili suradnik koji želi oduševiti dat će sve od sebe. Ostvarit će rezultat iznad svojih mogućnosti. Uradit će i ono što je mislio da ne može i nije u stanju. Pritom će morati biti inicijativan i samostalan, morat će gaziti neutabanim stazama, morat će se potruditi duže, jače i temeljitije te imati više vjere u sebe. Kao što se legendarna ptica Feniks uvijek iznova rađa iz svog pepela, tako se u suvremenom poslovnim okruženju valja stalno vraćati na početak i propitivati

ustaljene stavove i norme. Danas pobjeđuje reinženjersko i inventivno okruženje koje se dinamično mijenja u skladu s potrebama okoline. U njemu vrijede ideje poput: Mijenjaj način gledanja na problem pa ćeš ga bolje sagledati! Jednako je važno učiti nove stvari kao i odučiti se starih stvari koje više ne vrijede! Kad naiđeš na problem koji ne možeš riješiti, redefiniraj ga pa ćeš ga možda riješiti!

Victor Hugo je jednom rekao da nema ničega jačeg od ideje čije je vrijeme nastupilo. U pravo vrijeme takva ideja pobjeđuje bez napora, jednostavno joj se otvaraju sva vrata. U krivom trenutku niti najbolja ideja ne može uspjeti, njeno vrijeme je ili već prošlo, ili je uranila... Tekst Elizabeth Debold meni je osobno zanimljiv prije svega jer istražuje aktualni trenutak poslovnog okruženja i modernog menadžera, postavljajući brojna pitanja koja nas sve više i sve jače muče. U tekstu autorica prvo analizira neke od ideja čije je vrijeme prošlo (korporacija kao stroj, poduzeće kao hijerarhija, cilj poslovanja je dobit, prave promjene moraju biti revolucionarne...), a zatim pokušava naznačiti koje su to ideje čije vrijeme dolazi.

Brojnim primjerima i konkretnim životnim sudbinama autorica naglašava važnost, dubinu i težinu dilema s kojima se moderni poslovni čovjek svakodnevno bori, nastojeći nas natjerati da razmišljamo izvan stereotipa i suočavamo se s brojnim gorućim dilemama i pitanjima, počevši od samog naslovnog "pitanja svih pitanja": **kako spasiti svijet**. S nekim odgovorima koje gđa Debold nudi ne moramo se složiti, ali za spoznaju je uvijek bilo najvažnije da se postave prava pitanja. Tada niti pravi odgovori neće biti predaleko...