



Marko Lučić, član Uprave i urednik,
Quantum21.net, qLife

Uvodnik

Marko Lučić

Poštovani čitatelji, u mjesecu veljači 2011. godine baviti ćemo se koncepcijom "vizionarskih organizacija" koja je u središte pozornosti poslovnog svijeta došla nakon objavljivanja knjige *Jamesa C. Collinsa* i *Jerrya I. Porrasa* "Built to last" budući da još jednom želimo naglasiti važnost **organizacijske vizije, misije i vrijednosti**, dakle "duhovnih" komponenti poslovanja, u dostizanju pragmatičnih i mjerljivih rezultata. Još jednom želimo podsjetiti na poruku *Jacka Hawleya*, uglednom stručnjaka i publicista, koji nas uvijek iznova podsjeća kako je "dub taj koji stvara materiju"!

Kreiranje **izjave o viziji** postalo je dijelom rutinske prakse mnogih organizacija. No, kao i obično, broj organizacija koje su uspješno primijenile ovu koncepciju ostao je relativno malen. Stoga u ovom broju donosimo iskustva trojice praktičara iznimnog kredibiliteta koji su u praksi postigli izuzetne poslovne rezultate.

Pretvaranje misije u istinsko načelo organiziranja neke tvrtke primarno ovisi o kvaliteti njezinih lidera. Stoga se u prilogu **Put prema autentičnosti** *Billa Georgea*, bivšeg predsjednika uprave *Medtronica*, vodećeg svjetskog proizvođača medicinske opreme, ukazuje na obilježja autentičnih lidera. Autentičnost lidera ovisi o njihovoj osviještenosti - spoznaji osobne svrhe, o ponašanju u skladu s proklamiranim vrednotama, o vođenju sa srcem (ovoj temi posvećen je i članak R. Heifetza i M. Linskog, "Vodstvo otvorenog srca", q21, rujan 2006. godine), uspostavljanju kvalitetnih odnosa s drugima, te prakticiranju samodiscipline. Razvoj ovih kvaliteta podrazumijeva spremnost na dugogodišnje napore glede osobnog razvoja lidera (uzbudljiv opis osobnog "putovanja u nutrinu vlastitog bića" možete pročitati u intervjuu s Brian Arthurom, q21, veljača 2007. godine).

U prilogu *Williamu Polarda*, bivšeg predsjednika uprave tvrtke "Service Master", **Misija kao načelo organiziranja** ukazuje se na činjenicu da su suvremene organizacije suočene sa sve većim mogućnostima

izbora (što je uvjetovano rastućom kompleksnošću okruženja u kojem posluju). Eksponencijalni rast mogućnosti izbora može rezultirati nastankom konfuzije i nesigurnosti. Rješenje ovog izazova autor vidi u oblikovanju **misije**, izjave u kojoj se opisuju najdublji razlozi postojanja neke organizacije. Tako oblikovana izjava o misiji predstavlja temelj, referentnu točku ("*istinsku zvijezdu sjevernjaču*" - Bill George) koja liderima olakšava suočavanje s izazovima i kontradikcijama pri donošenju poslovnih odluka. Pored toga, *izjava o misiji* predstavlja referentni okvir koji oblikuje dublji smisao individualnih napora članova organizacije. Stoga autor zaključuje: "...kada misija postane načelo organiziranja, organizacije postaju zajednice ljudi koji se brinu jedni o drugima i koji služe svoje klijente."

Ova dva priloga potvrđuju tezu *Richarda Barretta* kako je u tijeku proces transformacije - duboke promjene vrijednosnog sustava cjelokupnog čovječanstva. U tekstu **Revolucija korporativnih vrijednosti** autor polazi od poznate ocjene Dee Hocka (osnivača najveće i najinovativnije organizacije u svijetu - "*Visa International*") kako bismo: "**...morali biti gluhi, glupi i slijepi da ne vidimo kako se događa globalna propast institucija. Društvo je ušlo u središte milenijske promjene koja će začas zasjeniti industrijsku revoluciju.**"

Suština ove (r)evolucije sastoji se u promjeni fokusa pozornosti i djelovanja s nižih (koje obilježava sebičnost) na više vrednote (kao što su odgovornost za cjelinu, primat zajedničkog dobra, jednakost, poštivanje svekolikog života, te bezuvjetna skrb).

Ugodno čitanje!