



Marino Brečević, EMBA, vlasnik je i glavni menadžer tvrtke Communico iz Pule koja se bavi savjetovanjem u turizmu.

Win-win strategija za Europsku Uniju u društvu znanja

Komentar Marina Brečevića

Win-win strategija za Evropsku Uniju u društvu znanja potiče me na razmišljanje o dobitnoj kombinaciji u kontekstu zemlje u kojoj živimo. Ne samo zemlje Hrvatske već i planete Zemlje.

Htjeli mi to ili ne, već smo duboko uronjeni u procese globalnih promjena. Obzirom na brzinu protoka i opću dostupnost informacija i znanja želim vjerovati da će se strategijom "zaraziti" cijela planeta.

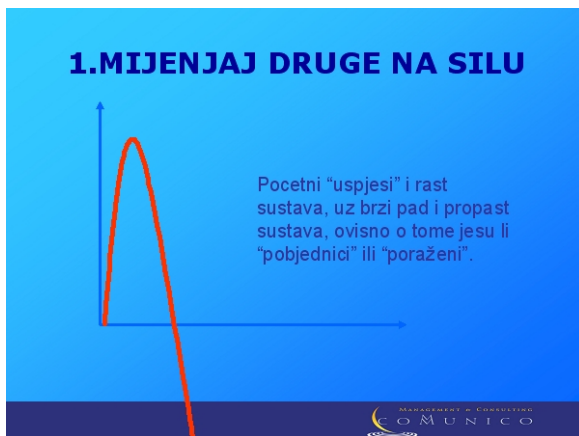
Da li je to utopija? Reflektiram na Marcovo pitanje ali i promišljanje kojim konstatira da u nerazvijenim zemljama i zemljama u razvoju industrijske vrijednosti (ili vrijednosti "surovog" kapitalizma) nisu tako duboko ukorijenjene u strukturu društva, te da zapravo baš te zemlje imaju šansu da brže promjene paradigmu. To se odnosi i na Hrvatsku. Ukoliko kreiramo kritičnu masu "sijača" novih znanja, tada to neće biti utopija.

Volio bih koristiti neki drugi termin umjesto termina "strategija" obzirom da smatram kako je taj termin previše "vojni". Upravo terminologija značajno utječe na ponašanje u poslovanju. Osobno me podsjeća na silu, tajnost, dominaciju nad drugim osobama, prijevaru. Da li smo spremni napraviti tu malu promjenu i umjesto te riječi koristiti neku drugu koja će asociirati na razvoj, suradnju i usklađene odnose? Vjerojatno ćemo se susresti s problemom kako verbalno supstituirati samo jednu riječ koja će u krajnosti utjecati na promjenu, doslovnu konkretnu promjenu strukture naših stanica. (Ukoliko mislite da sam previše zabrazdio, predlažem da pogledate film "Koji k... uopće znamo" ili u izvorniku "What the bleep do we know". Mene su uvjerali.)

Možda bi sintagma "dogovor o razvoju" ili "dogovor o promjeni" mogla biti zamjena za riječ strategija.

Promjene se dešavaju htjeli mi to ili ne i to u svakom kontekstu. Veliki je izazov krenuti u svjesne, iskrene i duboke promjene. Koliko smo s promjenama usklađeni prvenstveno ovisi o kvaliteti i količini novih znanja koje prihvaćamo.

Nekoliko riječi o konceptima promjena:

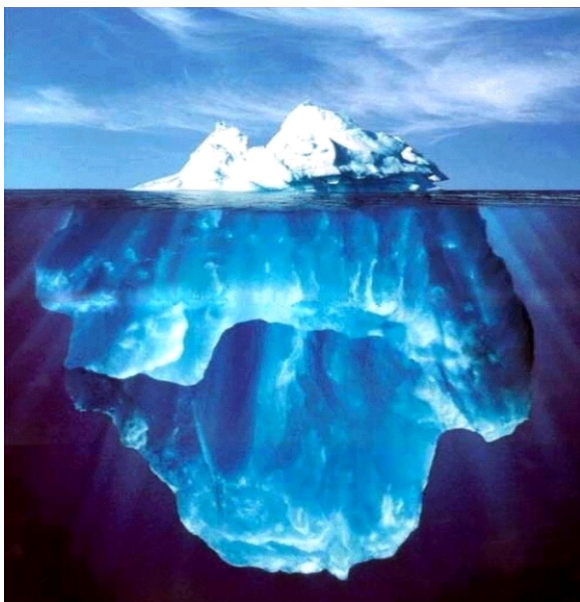


Kako bi G. Bateson rekao - "samo promjena kreira promjenu" - ili - ukoliko radimo na stari način dobiti ćemo stare rezultate.

Želimo li ostvariti snažnu osobnu promjenu, promjenu u obitelji, promjenu u firmi ili opće društvenu promjenu koja će se kretati prema kvalitetnijem življenju, valja nam poraditi na promjeni paradigme. Jedini alat za promjenu paradigme je novo znanje, odnosno znanje koje će:

1. generirati novu paradigmu odnosa (ne mislim isključivo na posao većna sve segmente življenja),
2. generirati dugoročnu uspješnost(uključujući zdravlje),
3. sebe i svoju okolinu (obitelj, poslovne suradnike, partnere, prijatelje) činiti zadovoljnijima.

Jedno od mojih novostečenih znanja je i spoznaja o neopipljivim vrijednostima (intangible assets) na organizaciju. Usporedimo organizaciju sa ledenjakom:



Jednako kao ledenjak, tako i organizacija ima svoj vidljivi i nevidljivi dio (možemo ga nazvati opipljivim i neopipljivim kako bi se uskladili s terminima *tangible* i *intangible*). Znamo da se ledenjak kreće pod utjecajem morskih struja i vjetrova. No, koje će sile snažnije utjecati na njegovo kretanje, morske struje ili vjetrovi? Vjerojatno ćemo se složiti da je gibanje ledenjaka uvjetovano prije svega morskim strujama, bez obzira na vjetrove.

Koji su to onda opipljivi a koji neopipljivi dijelovi organizacije?



Vjerujem da ćemo se složiti da su upravo neopipljive i nevidljive organizacijske komponente ključne za njezinu dugoročnu uspješnost. Stoga se postavlja logičko pitanje da li se njihov utjecaj može mjeriti? Iskreno, mislim da ne može. Na koji način izmjeriti strast lidera, uvjerenje šefa proizvodnje u kvalitetu proizvoda, strahove računovođa, povjerenje među suradnicima, stare navike, reputaciju poduzeća i vrijednost branda? Postavlja se pitanje da li navedene kategorije uopće i treba mjeriti (navika stare paradigme) ili je potrebno energiju usmjeriti na podizanje kvalitete međusobnih odnosa, unapređenje komunikacije, razumijevanje, usklađivanje? Zasižno, veliki je izazov pred nama.

Još je važno reći da pojedinac ne može samostalno kreirati kvalitetne promjene. Umrežavanje pojedinaca u formalne ili neformalne strukture kako bi se znanje i informacije kontinuirano razmjenjivali jedini je pravi odgovor na ovaj novi izazov. Na taj način mreža (ili organizacija) postaje živući sustav tj., organizacija postaje organizam 'per se'.

O tome nismo puno učili, zar ne?