



Miljenko Cimeša samostalni je konzultant,  
ekspert za strategiju i organizacijski razvoj.  
Predsjednik je Društva za organizacijsko učenje  
Hrvatske i član uprave portala  
Quantum21.net.

## Članak: Revolucija korporativnih vrijednosti, Richard Barrett Komentar Miljenka Cimeše

Nova vremena zahtijevaju novi način razmišljanja.

*Don E. Beck & Christopher C. Cowan*

U ovom vrlo poticajnom članku Autor polazi od teze kako vrijednosni sustav zapadnjačke civilizacije rezultira uništavanjem okoliša, te osuđuje stotine miliona ljudi na siromaštvo. Sukladno poznatoj tezi **Alberta Einsteina** o tome kako se značajni problemi s kojima smo suočeni ne mogu riješavati na istoj razini razmišljanja, on ukazuje na nužnost promjene vrijednosnog sustava. O čemu je zapravo riječ?

Dominatni vrijednosni sustav zapadnjačke civilizacije, prema Autoru, odražava niže razine svijesti. U knjizi "**Liberating the corporate soul**", Richard Barret navodi kako se *niže razine osobne svijesti* odnose na:

1. *Preživljavanje.* Fizičko preživljavanje pojedinca ovisi o njegovu zdravlju, sigurnosti, te financijskoj stabilnosti. Patološka dimenzija ove svijesti manifestira se kao pohlepa, te neobuzdana težnja za kontrolom.
2. *Odnosi.* Ova razina svijesti odražava psiho-socijalne potrebe za obitelji, prijateljima, kao i za uvažavanjem od strane pripadnika takvih skupina.
3. *Samopoštovanje.* Potreba za samopoštovanjem manifestira se posredstvom ambicija, profesionalnog razvoja i odlučnosti.

Zajedničko obilježje nižih razina svijesti predstavlja orijentacija na sebe, na zadovoljavanje vlastitih potreba. Riječju, na **sebičnost**.

Tijekom posljednjih pedesetak godina u svijetu su se dogodile brojne i duboke promjene. Prema riječima **Vaclava Havela**, bivšeg predsjednik češke Republike "*Postoje dobri razlozi za zaključivanje o tome kako je moderno doba završilo. Mnoge stvari ukazuju na to da se nalazimo u periodu tranzicije. Periodu u kojem jedno nestaje, a nešto drugo se bolno porađa. Kao da se jedno mrvi, raspada i iscrpljuje, a nešto drugo izrasta iz krša.*" Riječju, u tijeku su kontradiktorni procesi nestajanja starog i nastajanja novog. Potvrdu teze o nestajanju starog potvrđuje i razmišljanje Dee Hocka o tome kako bi smo "*morali biti glupi, glupi i slijepi da ne vidimo kako se događa globalna propast institucija.*"

S druge strane u tijeku je nastajanje novog. Prema **C. Otto Scharmeru** taj novi "Novi svijet" obilježen je:

1. *Nastankom globalne ekonomije* - ključne pokretačke sile nastanka globalne ekonomije su tehnologija (primarno razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologija), razvoj globalnih kompanija, te globalizacija tržišta kapitala. Globalizacija tržišta kapitala utjecala je na sužavanje područja djelovanja nacionalnih vlada, na raskidanje socijalnog ugovora između rada i kapitala, na deregulaciju i privatizaciju mnogih infrastrukturnih sektora, te na liberalizaciju financijskih tržišta.

2. *Razvojem umreženog društva* - po prvi puta u povijesti razvoj globalne ekonomije usmjerava **mreža** nadnacionalnih institucija (od Ujedinjenih nacija i Svjetske banke, do Međunarodnog monetarnog fonda i Svjetske trgovinske organizacije). Pored političkih institucija i globalnih kompanija u procesima upravljanja razvojem sve više sudjeluju i predstavnici "trećeg sektora" - globalne nevladine organizacije. Umjesto tradicionalnog pristupa s koncentracijom moći u jednom centru, suvremeno društvo obilježava distribucija moći među članicama mreža. Stoga je članstvo u mrežama - uključenost - ključni uvjet utjecaja na procese donošenja odluka.

3. *Nastankom kulturalnog zaokreta* - sve veća uloga znanja u ekonomiji i društvu uopće rezultirala je nastankom nove socijalne grupe - **kreativne klase**. Za razliku od proizvodnih i uslužnih radnika koji proizvode robu i usluge, zadaća kreativnih radnika je stvaranje (područja stvaralaštva obuhvaćaju znanost, marketing, informatiku, komunikacije, umjetnost...)

Potpredsjednica Svjetske banke za Jugo-istočnu Aziju **Mieko Nishimizu** slijedećim je riječima opisala suštinu ovog novog "Novog svijeta":

*"Budućnost nam izgleda strano. Od prošlosti se najviše razlikuje po tome da Zemlja postaje jedina relevantna jedinica u odnosu na koju budućnost možemo formulirati i mjeriti. Sva ključna pitanja koja će oblikovati našu budućnost su globalna. Pripadamo neizbježnoj mreži uzajamnosti: uzajamnosti ekosustava; uzajamnosti slobodnijeg protoka informacija, ideja, ljudi, kapitala, roba i usluga; te uzajamnosti mira i sigurnosti. Vezani smo zajedničkom sudbinom na planeti Zemlji."*

Riječju, ključno obilježje novog "Novog svijeta" jeste međuovisnost. Stoga se postavlja pitanje: **Da li je moguć opstanak međuovisnog društva na temelju sebičnog ponašanja njegovih članova?** Na ovo pitanje može se odgovoriti samo negativno. Stoga je logičan Autorov zaključak o nužnosti transformacije, individualnog i kolektivnog prijelaza na višu razinu svijesti.

Prema Autoru **više razine svijesti** odnose se na:

1. *Unutarnju koheziju*. Riječ je o integritetu, o sukladnosti riječi i djela. Osoba s integritetom ponaša se "u skladu sa unutarnjom istinom" (Jack Hawley). Osoba s integritetom učiniti će ispravnu stvar - čak i onda kada je to teško (ili: upravo onda kada je to teško).

2. *Stvaranje promjena*. Osobe na ovoj razini svijesti usmjerene su na pružanje doprinosa usmjerenog prema mijenjaju svijeta. U fokusu njihove pozornosti najčešće su teme vezane uz zaštitu okoliša i/ili ostvarivanje ljudskih prava.

3. *Služenje*. Osobe na ovoj razini svijesti su orijentirane na služenje drugih, kao i planeti u cjelini.

Zajedničko obilježje viših razina svijesti jeste orijentacija na druge, na očuvanje i unapređenje zajedničkog dobra. Riječju, **nesebičnost**.

Nastanak nove svijesti potvrđuje ponašanje sve većeg broja poslovnih lidera. Jedan od njih je **Ryuzaburo Kaku**, bivši predsjednik uprave *Canona*. Tijekom svog mandata na čelu ove kompanije Kaku je razvio *kyosei* filozofiju poslovanja koja potiče pojedince i organizacije da žive i rade zajedno, da surađuju. Prema riječima Kaku-a:

*"Ako kompanije posluju jedino radi povećanja tržišnog udjela ili zarađivanja većeg profita one mogu odvesti svijet u ekonomsku, ekološku i socijalnu katastrofu. No, ako one rade zajedno u korist zajedničkog dobra one mogu proizvesti hranu siromašnima, donijeti mir u ratom opustošena područja i obnoviti prirodu. Naša je obaveza kao poslovnih lidera da se udružimo i izgradimo temelje za svijet mira i napretka."*

Eho ovakvog razmišljanja možemo naći u djelima **Tex Gunninga**, predsjednika *Unilever Bestfood Asia*. Tex Gunning je rješavanje prehrambenih potreba djece u nerazvijenim dijelovima svijeta postavio u središte poslovne misije Unilevera. Obrazlažući ovu odluku izjavio je:

*"Ne želim živjeti stvarajući iluziju smislenosti, dok duboko u srcu znam da svakih pet sekundi negdje u svijetu (zbog neishranjenosti) umire jedno dijete... želio bih donijeti promjene u živote te nevjerojatno siromašne djece. Njihova patnja je naprosto nezamisliva. Stoga sam rekao sebi: Nemam izbora. Moramo to učiniti."*

Nova svijest manifestira se i u aktivnostima na lokalnoj razini. Kada je požar uništio tekstilni pogon kompanije *Malden Mills*, **Aaron Feuerstein** je preuzeo osobnu odgovornost za sudbinu 3.000 radnika. Stoga je, tijekom razdoblja od nekoliko mjeseci dok su trajali radovi na rekonstrukciji pogona, nastavio isplaćivati plaće svim zaposlenima. Po povratku na svoja radna mjesta oni su mu se primjereno odužili - u roku od nekoliko mjeseci produktivnost je povećana za 75%!

Prema istraživanju **James E. Austina**, profesora na Harvardskoj poslovnoj školi, 82% od 316 intervjuiranih predsjednika uprava s liste 500 najvećih kompanija sudjeluje u radu upravnih odbora nevladinih organizacija (NVO). Na upite o razlozima angažmana većina njih odgovorila je kako vjeruje u misiju tih udruga. Osim toga riječ je i o njihovom osjećaju odgovornosti prema zajednici. Sudjelovanje u radu NVO nije ostalo samo na tome. Mnoge vodeće kompanije na različite načine potiču svoje zaposlenike na dobrovoljni rad u NVO. Primjerice, kompanija *Disney* je obećala milion sati volonterskog rada svojim zaposlenika (da ne bi bilo zabune: troškove tog angažmana snosi kompanija).

Prema istraživanju američkog sociologa **Paul Ray-a**, provedenog na uzorku od 100.000 osoba, nastanak nove svijesti potvrđuje razvoj novog svjetonazora. Pored već postojećih, tradicionalnog i modernističkog svjetonazora, pojavio se i treći - **kulturalni kreativizam**. Premda ovaj svjetonazor u SAD prema tom istraživanju dijeli samo 26% stanovnika (procjenjuje se kako ih u Europi ima oko 30-35%), riječ je najbrže rastućem segmentu. Ključna obilježja ovog svjetonazora su održivost, globalna osviještenost, jednakost, altruizam, socijalna osviještenost, te duhovnost. Pripadnici ove skupine odbacuju materijalizam, konzumerizam i modernu poslovnu kulturu - ključne elemente dominantnog, modernističkog svjetonazora.

Mogu li se iz svega ovog izvući i neke pouke za nas u Hrvatskoj? Mislim da mogu! Prema **prof. Velimiru Srići**:

*"Dobar broj hrvatskih lidera može se opisati metaforom svinje-lisice. Njihov stil rukovođenja i poslovnog ponašanja temelji se na lukavstvu i pokvarenosti."*

Ako je ova ocjena prof. Sriće ispravna to znači da "dobar broj" hrvatskih lidera djeluje na nižim razinama svijesti. Nije li to objašnjenje najdubljeg uzroka ključnih problema s kojima se suočava naše društvo?