

jadilo mu je slušati koliko je glup, ružan i ćelav pa je smislio plan. Sljedećeg ponedjeljka zaustavio ih je na ulazu u dvorište i rekao da ga tog dana puste na miru, a sutradan će im, za svaki ružan komentar o sebi, platiti dvije kune. Otišli su bez riječi i ujutro se pojavili naoružani uvredama. Starac je održao riječ i svaku pogrdu nagradio kovanicom. Kad su odlazili, rekao im je: *Dođite i sutra, za svaku uvredu plaćam vam pola kune*. Mislili su da je to još uvijek dobra cijena i sljedećeg se jutro opet pojave pred starčevom kućom, rugajući se i uzvikujući pogrde. On im je izašao u susret s vrećom punom malih kovanica, isplatio ih i najavio da od sutra, nažalost, za istu uslugu može platiti samo po jednu lipu. Djeca su se uzajamno pogledala u nevjerici. *Jedna lipa, to nije ništa! Ne vrijedi truda!* Od tog dana, više nikad nisu zadirkivali starca. Kreativna nagrada, a ne kazna, bila je poučna i djelotvorna.

Strah od novih ideja posebno raste u sredinama poput naše koje, kad nastane problem, umjesto traženja rješenja krenu u lov na krivce. *Vješanje žrtvenog janjca* u ljudima stvara naviku da nikad i ni za što ne prihvaćaju odgovornost, već je nastoje prebaciti na druge. Organizacijska kultura u kojoj se pogreške ne smatraju sredstvom učenja već povodom da se "zakotrlja nečija glava", nema šansi postati inkubator za reforme i promjene.

Kad pitate većinu ljudi zašto nisu pokrenuli novi projekt, uveli inovaciju ili poticali kreativnost, reći će da nisu za to imali resursa. Koliko para, toliko muzike. Kad nema love, nema niti promjena!

U realizaciji reformi i pokretanju promjena nisu svi resursi podjednako kritični. U praksi se govori o problemima manjka novca, ljudi, informacija ili vremena. Krenimo od „najvažnije sporedne stvari na svijetu“, od novca. U jednoj priči **Marka Twaina**, siromah za okladu dobije novčanicu od milijun funti. Dok je živio u oskudici, svi su ga izbjegavali. Sad se guraju da mu rade usluge. Obasipaju ga poklonima, časte ga i maze, a on im ne može uzvratiti, jer nitko nije u stanju razmijeniti ogromnu novčanicu. Kao što priča pokazuje, nije važan novac već percepcija koja ga prati.

Ipak, točno je da novac otvara sva vrata. O tome govori sljedeća priča. Čovjek došao svećeniku i rekao: *Oče, želio bih da odslužite misu za mog psa*. Svećenik je bio ogorčen. *Kako to mislite, da odslužim misu za psa? Taj pas je bio moj ljubimac*, reče čovjek, *želio bih misu za njega*. Svećenik odgovori: *Kod nas to ne može*. Pokušajte u

crkvi niz ulicu, oni su druge vjeroispovijesti. Izlazeći, čovjek tiho promumlja u bradu: *Šteta. Zaista sam volio tog psa. Namjeravao sam dati milijun kuna za misu*. Čuvši to, svećenik poviče: *Čekajte malo, niste rekli da je pas bio katolik*.

Na putu do promjena i inovacija često smetaju zidovi škrtosti i opsjednutosti novcem te njihove posljedice na ljudsko ponašanje. Novca nikad nema dovoljno, stav je koji opisuje mentalitet oskudice. On rađa škrtost i nepovoljno okruženje za kreativnost, promjene i poslovni uspjeh. Mentalitet obilja, s druge strane, otvara prostor za partnerstva, povećava sklonost kooperaciji, potiče težnju za zajedništvom i pretvara utakmicu u igru suradnje bez nepotrebnih nadmetanja i iracionalnih sukoba.

Većina ljudi najvažnijim ograničenjem inventivnog ponašanja smatra manjak financijske podrške. Da imamo investitore, kažu oni, mogli bismo napraviti čuda. Ovako, bez novca ne možemo ništa mijenjati niti biti inventivni. No tko hoće, nađe način, a tko neće, nađe izgovor. Kapitala uvijek ima više nego sposobnih ljudi i suvislih ideja. Za prave se projekte, prije ili kasnije, nađe financijska potpora. Nedostatak novca za razradu nove ideje smatra se ograničenjem jer se ne shvaća da su inovacije i kreativnost najveći izvor profita. Glasnogovornik tvornice automobila Ford, **William J. Cameron**, o tome bi rekao: *Novac ne stvara ideje, već ideje stvaraju novac*.

A vrijeme samo prolazi...

S obzirom na brzinu promjena, vrijeme postaje kritično ograničenje. Za sve je potrebno vrijeme, svaki posao odvija se u vremenu i troši vrijeme. Reforme koje želimo, promjene koje trebamo, moraju biti brze! Zato je nedostatak vremena glavno ograničenje kreativnih projekata i reformskih aktivnosti. Kako tome doskočiti? Organizacije koji ne osiguraju vrijeme za rasprave o novim idejama, za razmišljanje o problemima i za korištenje metoda poticanja kreativnog mišljenja, neće razviti svoj kreativni potencijal. Na temelju tih spoznaja u kreativnim kompanijama poput Googlea, djelatnici posvećuju četiri dana tjedno obavljanju posla, a jedan dan tjedno razmišljanju o mogućim unapređenjima i promjenama. No vremena nikad dosta. Ne može ga

se iznajmiti ili kupiti, spremite niti uskladištiti. Ono je neelastično jer, bez obzira kakva potražnja bila, ponuda se ne može povećavati. Jučerašnje vrijeme potrošeno je zauvijek i više se nikad neće vratiti. Zato je jedno od glavnih ograničenja inovacija i kreativnosti loše upravljanje vremenom i njegovo trošenje na krivi način.

O vremenu kao ograničenju u donošenju kreativnih odluka govori i sljedeća priča. Predsjednik američke multinacionalne kompanije upoznao se na prijemu s *managerskim* konzultantom. U razgovoru se požalio: *Imam problem, ne stignem obaviti sve što bih trebao, pa ponekad radim i 16 sati dnevno. Možda imam savjet za vas*, reče mu konzultant. *Sutra na početku radnog dana uzmite prazni list papira i na njega napišite pet najvećih problema koje morate riješiti. Na vrh liste stavite najvažniji problem, ispod njega sljedeći po važnosti i tako dalje. Zatim se uhvatite prvog problema i nemojte raditi ništa drugo dok ga ne riješite. Kad ga prekrizite, jer ste ga uklonili, pozabavite se sljedećim problemom. I njega nastojte riješiti do kraja, ne dopuštajući da vas išta pritom ometa. Na početku svakog tjedna ažurirajte listu problema i dosljedno se ponašajte u njihovom rješavanju*.

Za nekoliko mjeseci, kad je već zaboravio ovaj razgovor, konzultant je u pošti našao poruku od Predsjednika uz ček na 25.000 dolara. Poruka je glasila: *Vaš savjet je najvrjedniji koji sam ikad dobio. Naučio sam, konačno, prepoznati svoje prioritete*.

Kreativni pojedinci, organizacije, poduzeća, države i zemlje znaju naći vremena, energije i spremnosti za reforme, inovacije i promjene i zaobići sve zapreke kreativnosti. Inovacijska klima ovisi ponajviše o rukovoditeljima i njihovoj sposobnosti da se uspješno bore s tradicionalnim gledanjima koja počivaju na krivoj procjeni razloga manjka inovacija i reformi. Jedina stvar koje se moderni šef treba bojati više od promjena je izostanak promjena! ■

SEZONA
2017

MOTIVACIJSKA PREDAVANJA

Afterwork
sa Sricom



- 16. VELJAČA: IZAZOVI DIGITALNE TRANSFORMACIJE
- 16. OŽUJAK: ŠTO ČINI EFIKASNU PRODAJU
- 06. TRAVANJ: EMPATIJA – GLAVNO ORUŽJE MODERNOG PODUZEĆA
- 11. SVIBANI: USPUJEŠNO UPRAVLJANJE PROMJENAMA
- 08. LIPANI: KAKO POSTIĆI ANGAŽMAN I MOTIVACIJU SURADNIKAMA
- 21. RUJAN: ODRŽIVOST I DRUŠTVENA ODGOVORNOST
- 19. LISTOPAD: ZADOVOLJSTVO KUPCA I KAKO GA POSTIĆI
- 09. STUDENI: KAKO URAVNOTEŽITI POSAO I PRIVATNI ŽIVOT
- 30. STUDENI: INOVACIJAMA DO KONKURENTSKE PREDNOSTI

Kotizacija: 250 kn. Više o predavanjima i prijavnici potražite na www.velimirsrica.com