



prof. dr. Velimir Srića

Mislili ste da znate sve o tjestenini i vožnji taksijem? Pogledajmo dva zgodna primjera. Kad se tržište zasitilo tjestenine i potražnja pala, japanski se poduzetnik Shokukin, dosjetio kako će iznova osvojiti kupce. Proizveo je pravu talijansku paštu.

U marketinškoj kampanji naglašeno je da nema boljeg tijesta od njegovog jer je proizvedeno uz glazbu Vivaldija i Verdija. Kad ga kuhate, slušate li pažljivo, iz njega ćete čuti glazbu i ona će vašu večeru učiniti romantičnim talijanskim iskustvom.

Njujorški taksist Frank dobiva najveće napojnice ikad zabilježene u njegovoj struci. Kako to postiže? Svakog putnika pozdravlja na njegovu jeziku (naučio je pedesetak najčešćih svjetskih pozdrava), nudi ga novinama, voćem ili osvježavajućim pićem, svira glazbu po željama, daje turističke ili prometne informacije, a spreman je po potrebi biti cjelodnevni turistički vodič kroz grad.

Primjeri pokazuju da nema proizvoda ili usluge u kojima originalna ideja ne bi mogla dati vrijednost i stvoriti konkurentsku prednost. Inovacija i dodavanje vrijednosti osnovni su pokretači uspjeha. Walt Disney Corporation živi od inventivnosti i izmišljanja igara za djecu i odrasle. Njihov je slogan: Sanjajmo zajedno! Razvijajmo i primjenjujmo poslovne ideje koje graniče s avanturizmom!



Kreativne osobe su poput sova, rođene s krilima, pa teško mogu zamisliti život u kojem se ne leti. Dotle nekreativnim žabama krila neće narasti, ma kako se trudile. Iako se inoviranje, poput letenja za stvaranja bez krila, teško može naučiti, postoje brojni načini poticanja kreativnosti.

Razumijem li kreativnost

Inovacija je stara koliko i ljudski rod. Sposobnost čovjeka da smisli kotač, plug, koplje, polugu, parni stroj, kompas, elektromotor, televizor, hladnjak, čip, kompjuter, raketu, antibiotik, nogomet, pelene, kondom i mini suknju pretvorila je naš život u stalnu kreativnu igru. Inventivnost pokreće sve osobne, poduzetničke, obiteljske i poslovne pothvate.

SVAKA OSOBA U SEBI NOSI KREATIVNI POTENCIJAL

Neki pojedinci su inventivniji od drugih, ali razlika nije apsolutna, već relativna. Može se reći da nema "kreativnih" i "nekreativnih", već ima više ili manje kreativnih osoba. Čak i kod ljudi koji u svakodnevnom životu i radu ne pokazuju nikakve znakove inventivnog ponašanja, postoji određeni stupanj kreativnosti. Međutim, ona je vjerojatno potisnuta odgojem, utjecajem okoline, zanemarena, "ubijena" rutinskim radom i životom, nepoticana nagradama, neizložena izazovima.

Inventivnost neke osobe nalik je na visinu, težinu ili snagu. Pojedinci se razlikuju u intenzitetu tih osobina, ali svatko posjeduje neku težinu, neku visinu i nekakvu snagu. Slično tome, u svakom od nas postoji potencijal inventivnosti, iako su neki ljudi očito kreativniji od drugih.

LISTA OSOBINA KOJA KRASI KREATIVCE

- Osjećaju snažnu sklonost prema problemima, prema svemu što je višeznačno, prema avanturi, neodređenosti i nedorečenosti. U problemskim situacijama prožima ih osjećaj ugone. Probleme shvaćaju kao izazov - što su složeniji i neobičniji, to je izazov veći.
- Posjeduju fleksibilno mišljenje, sposobnost rješavanja problema na konvencionalni i nekonvencionalni način. Skloni su mišljenju pristupa, otvorenog su duha i nemaju predrasuda.
- Samomotivirani su, sposobni raditi duže i intenzivnije od drugih, bez vanjske prisile. Odlikuju se ustrajnošću u slijeđenju interesa i problema, te željom da ono što su započeli dovrše do kraja.
- Perfekcionisti su, vječno nezadovoljni postignutim, teže razvijati se i biti bolji. Uvijek traže bolja rješenja od postojećih i ne mire se sa stvarima kakve jesu.
- Originalne su osobe, povezuju komponente problemske situacije s kojom se suočavaju na neobičan način. Oni u njoj vide što drugi ne vide i zato nalaze bolja rješenja.
- Skloni su postavljanju pitanja, znatiželjni su i zaigrani. Okolina ih ponekad smatra djetinjastima ili čudnima, jer ne dopuštaju da rutina, navika i prisila unište istraživački nastrojeno dijete u njima.