

Kažu da Hrvatsko gospodarstvo nije inventivno. Problem sigurno nije u manjku ideja i kreativnih pojedinaca. Na primjer, studenti prve generacije poslijediplomskog studija koji vodim smislili su rješenje SMS parkinga i ono se godinu kasnije počelo koristiti u Zagrebu kao prvo u svijetu. Studentice jedne od zadnjih generacija osvojile su sve važne domaće i svjetske nagrade za inovaciju 2014. godine za svoj izum Teddy medvjedića – igračke opremljene dijagnostičkim senzorima. Kako su nastala ta dva izuma? Što moderni šefovi moraju znati i naučiti o kreativnosti i inovacijama?

Počnimo starom anegdotom. Jednog jutra susjed je zatekao Nasrudin Hodžu kako kleći u dvorištu ispred kuće i nešto traži. Poželjevi mu pomoći, susjed ga upita: *Što tražite, Hodžo? Izgubio sam ključ*, odgovori mu Nasrudin. Neko su vrijeme zajedno tražili, ali ne moguće ništa pronaći. Onda susjed upita: *Znate li možda gdje ste izgubili ključ? Unutra u kući*, odgovori

# VOĐA i kreativnost



Velimir Srlja

Hodža. *Zašto ga onda, zaboga, tražimo ovde vani, začudi se susjed. Ovdje je mnogo bolje svjetlo*, odgovori Hodža.

Koja je pouka ove kreativne i naizgled nelogične priče? Kad si u nevolji, promijeni ponašanje, možda ćeš uspjeti. Ne pronađeš li ključ tamo gdje ga nisi izgubio, možda ćeš naći sjekiru kojom možeš razvaliti vrata, ili pradjedov sandučić sa zakopanim blagom od kojeg ćeš kupiti novu kuću, ili barem vrata. Radiš li sve kao i uvijek, koristit ćeš standardne odgovore i rješenja kakva primjenjuju i drugi. Budeš li originalan, čak pomalo luckast, tražit ćeš poslovne prigode, šanse i rješenja tamo gdje ih drugi ne traže, bit ćeš inventivan i kreativan. Kažu da su danas najjače poluge razvoja i najsnažnija oružja za stjecanje konkurentske prednosti upravo te stare istine i ti dobro poznati savjeti: budi drukčiji, budi svoj i budi jedinstven. Jer svijet je pun kopija, a najbolje uspijevaju originali.

## Kako se upravlja kreativnošću i dolazi do izuma i ideja?

Postoje dva načina koja treba primjenjivati istodobno: (1) prepoznavati i uklanjati zapreke kreativnosti i (2) stvoriti poticajno okruženje za kreativnost.

**Inovacija** je temeljena na domišljatosti, znanju i talentu pojedinaca, a zatim na napornom, ustrajnom i odgovornom radu mnogih koji ju trebaju realizirati. Kao što je rekao filozof Schopenhauer, *između zamisli i njene realizacije postoji ponor koji vrlo malo zamisli uspije prijeći*. Od čega se sastoji taj ponor? Koje su glavne zapreke

kreativnosti? Istraživanja su pokazala da se **barijere kreativnosti mogu sistematizirati u nekoliko glavnih kategorija:**

- odbojnost prema tuđim idejama,
- strah od pogrešaka,
- birokracija,
- ograničeni resursi,
- preuska specijalizacija.



Radiš li sve kao i uvijek, koristit ćeš standardne odgovore i rješenja kakva primjenjuju i drugi. Budeš li originalan, čak pomalo luckast, tražit ćeš poslovne prigode, šanse i rješenja tamo gdje ih drugi ne traže, bit ćeš inventivan i kreativan. Najsnažnija oružja za stjecanje konkurentske prednosti: budi drukčiji, budi svoj i budi jedinstven. Jer svijet je pun kopija, a najbolje uspijevaju originali.