**Kreativnost je podloga za inovacije, a inovacije su primijenjena kreativnost**

[](https://www.poslovni.hr/lifestyle/kreativnost-je-podloga-za-inovacije-a-inovacije-su-primijenjena-kreativnost-309884?multimedia=1)

[Velimir Srića/Željko Hladika/PIXSELL](https://www.poslovni.hr/lifestyle/kreativnost-je-podloga-za-inovacije-a-inovacije-su-primijenjena-kreativnost-309884?multimedia=1)

**[POGLEDAJTE GALERIJU 1 OD 2](https://www.poslovni.hr/lifestyle/kreativnost-je-podloga-za-inovacije-a-inovacije-su-primijenjena-kreativnost-309884?multimedia=1)**

**Profesor zagrebačkog Ekonomskog fakulteta objavio je svoju 76. knjigu pod naslovom Creativity and innovation management.**

Velimir Srića, profesor Ekonomskog fakulteta u Zagrebu među rijetkim je hrvatskim autorima koji redovito objavljuje knjige i na engleskom jeziku. Njegova najnovija knjiga, 76. po redu, ujedno je i prvo isključivo digitalno izdanje pod naslovom: Creativity and innovation management: A Storytelling Approach, 2016, Kindle Store na Amazonu. Otkrio nam je koliko je kreativnost danas važna i zastupljena u društvu, kako ju poticati, koliko je neophodna inovativnost u gospodarstvu te kako je iskoristiti ako ste lider tima.

**Na koje načine je u većim radnim kolektivima najlakše poticati kreativnost zaposlenika?**
Kreativno razmišljanje temelji se na osjećaju slobode i uklanjanju mentalne autocenzure. Ono počiva na mišljenju koje opisuje fleksibilnost, otvorenost i sklonost istraživanju. Kreativni smo kad možemo redefinirati problem koji ne znamo riješiti tako da nađemo način na koji će postati rješiv. Najbolje ideje padaju nam na pamet kad odbacimo uhodane putove razmišljanja i pogledamo problem onako kako ga inače ne bi gledali. Upravo na tim idejama temelje se metode poticanja kreativnosti. One su rezultat psiholoških istraživanja, iskustva, pokušaja i pogrešaka, slučajne genijalnosti ili strasti da se ne odustaje već hrabro krene ispočetka, novim i originalnim stazama. Danas to poduzeća rade tako da stvaraju tolerantnu organizacijsku kulturu u kojoj se ideje cijene i djelatnici 'igraju', tako da stvore inkubatore i akceleratore za svoje 'kreativce' i daju im prigodu da tamo razvijaju nove proizvode i usluge, tako da dovode goste koji će primjerom vlastitih inovacija pokazivati efekte kreativnosti, da nagrađuju inovatore i stalno uče na pogreškama.

**Iz vašeg iskustva može li se kreativnost 'naučiti'?**
Postoji opće uvjerenje da su dobre ideje privilegij rijetkih genija. Kad se spomene kreativnost, većina ljudi pomisli na Leonarda i Michelangela, Edisona, Teslu, Steva Jobsa i druge jedinstvene talente koji su oplemenili svijet inovacijama, tehnološke, umjetničke ili znanstvene prirode.  Je li to uvjerenje točno? Na pitanje "rađaju li se kreativci, ili se mogu stvoriti učenjem i vježbanjem", ja nudim odgovor "da". I jedno i drugo. Nismo li se rodili s talentom, bit će nam teže. No ako ne vježbamo, ne istražujemo i ne kušamo 'probuditi'svijet ideja u nama, on će ostati zatomljen i sakriven. Svaki je čovjek kreativan. Razlika je jedino u stupnju i količini. Neki će ljudi brzo i lako 'osloboditi' svoj kreativni potencijal, drugi će ga kočiti autocenzurom. Treći će tek 'uz mnogo muke doći do nauke'.  Postoje brojne metode koje potiču na inventivno mišljenje. Njihovo poznavanje korisno je svima, a posebno onima čiji život i posao ovise o inovacijama. Ako nas i neće naučiti letjeti vlastitim krilima, može nam pokazati kako da skočimo u zrak motkom, ili iz aviona padobranom, kako da izradimo balon, cepelin, jedrilicu, zmaja, svemirsku raketu, ili, kako da kupimo avionsku kartu.

**Koliko je kreativnost danas važna u gospodarstvu? Je li joj status bolji ili lošiji kako vrijeme prolazi?**
Danas su u svijetu uspješna samo gospodarstva temeljena na inovacijama (Innovation-driven Economies). Isto vrijedi i za poduzeća, bila ona velika ili mala. Njihov globalni, a sve više i lokalni uspjeh prije svega ovisi o sposobnosti inoviranja. Glavni izvor konkurentske prednosti je kreativnost, sposobnost stvaranja i razvoja novih proizvoda i usluga. Gospodarstvo i poduzeća uspješna su onoliko koliko to omogućava 'inovacijski kapacitet' njihovog okruženja.  Njega čini kvaliteta znanstveno-istraživačkih institucija, ulaganje u istraživanje i razvoj tvrtki, suradnja sveučilišta i industrije, raspoloživost znanstvenika i inženjera, broj patenata, kvaliteta izobrazbe i stupanj zaštite intelektualnog vlasništva. Kod nas kreativnost i inovacije, nažalost, nisu shvaćene kao prioritet broj jedan, zato i kaskamo za razvijenim svijetom, više nego prije.

**Kako upravljati inovativnošću i kreativnošću ako ste leader tima?**
Uspješni kreativni tim usmjeren je prema kvaliteti. U njemu lider mora stvoriti uvjerenje da ništa nije tako dobro da se ne bi moglo poboljšati. Zato se posebna pažnja posvećuje individualnim talentima članova, pružajući im mogućnost da se što više iskažu. U kreativnom timu vođa nastoji stvoriti poticajno okruženje za razvoj novih ideja. Posebna se briga posvećuje izobrazbi i razvoju inovacijskog potencijala.  Kreativni tim traži slobodu, samostalnost i autoritet, ali i odgovornost za rezultate. Zato njegova uspješnost ovisi o slobodnom protoku informacija. Dok u autoritativnoj organizaciji šefovi blokiraju informacije, u kreativnom se timu razgovara otvoreno i nesputano, u inventivnoj atmosferi u kojoj je lakše riješiti i najteže probleme. Upravljanje uspješnim grupama temelji se na primjeru rukovodstva. Lideri kreativnih timova imaju viziju i znaju potaknuti suradnike da ju prihvate i slijede. Odani su poslu, originalni, nezavisnog duha, fleksibilni i samopouzdani. Vođenje tima putem dobrog primjera (Leadership by Example) jedna je od najvažnijih metoda upravljanja kreativnom skupinom.

**Što kada kreativnosti i inovativnosti ponestane, odnosno može li je nestati?**
Svi ljudi su potencijalno kreativni, neki više, a neki manje. Zato kreativnost ne može niti nastati niti nestati, već se može probuditi ili potisnuti, stimulirati ili zakočiti. U svakodnevnom govoru, kreativnost i inovacija koriste se kao sinonimi. Međutim, ta se dva pojma razlikuju pa se može reći da je kreativnost proizvodnja novih ideja neovisno o primjenjivosti, dok je inovacija transformacija novih ideja u (korisne) proizvode ili usluge.Drukčije rečeno, kreativnost je podloga za inovacije, a inovacije su primijenjena kreativnost. Svaka kreativna ideja ne mora postati inovacija, ali nema inovacija bez kreativnosti. Po analogiji, kreativni pojedinac smišlja nešto novo, a inventivni pojedinac ima htijenje, znanje i sposobnost da to što je smišljeno, primijeni i realizira. Zato je kreativnost nužni temelj promjena, ali sama po sebi nije dovoljna. Razvoj i napredak ovise o inventivnim i poduzetnim pojedincima koji će kreativnoj ideji udahnuti život i gurnuti ju na tržište.

**Kako se može njegovati ili poticati razvoj kreativnosti i inovativnosti? Kada treba s tim početi, u kojoj životnoj fazi i kako taj proces graditi kroz godine?**
Najbolje sredstvo njegovanja kreativnosti su razne metode poticanja kreativnog mišljenja. One nas uče kako doći do svježih ideja, kako otkloniti "probleme u rješavanju problema". Stavljaju nas u položaj da mijenjamo pristupe i pomičemo granice ljudskog znanja.  Tjeraju nas da preispitamo navike i uklonimo utjecaj stavova, pretpostavki, pristupa, uvjerenja, i vrijednosnih sudova koji sputavaju maštu. Njihova nas primjena gura s one strane očiglednog, nudeći originalna rješenja koja se mogu naći samo na neočekivanim i neobičnim mjestima. To su metode poput brainstorminga, asocijacija, analogija, pitanja, igranja uloga, prisilnih veza ili brainwritinga.  Njihova sustavna primjena naučit će nas kako lakše i spontanije 'proizvoditi' originalne ideje. Oslobođeni ograničenja krutog mišljenja, naučit ćemo biti kreativniji. Dio tih metoda može se primjenjivati individualno, druge su usmjerene na poticanje skupne kreativnosti, pa se primjenjuju u timovima. Taj proces treba započeti u dječjem vrtiću, a završiti dan prije smrti, jer uvijek se može svaki problem koji nas muči riješiti bolje nego što mislimo da može. Samo ako se potrudimo na sve gledati kroz prizmu ideje: dobro je, ali može biti bolje!

**Opišite u nekoliko rečenica misao vodilju vaše knjige Creativity and Innovation Management: A storytelling approach?**
Radi se o maloj enciklopediji kreativnosti i inovacija primjenom metode pričanja priča. Sadržaj se temelji na opisivanju niza životnih iskustava i biografija dokazanih kreativaca te pokušaju da se čitatelja poduči kako da razvije poduzetničkog i kreativnog 'genijalca' u sebi te postigne poslovni i životni uspjeh.

**Naglasci**

**Svaka je promjena potencijalna čarolija**
Knjiga se bavi globalnim dilemama, ali i lokalnim situacijama, apstraktnim pojmovima, ali i specifičnim pričama, teorijama ali i sudbinama ljudi koji su svojim inovacijama izmijenili svijet. Knjiga je i konkretni alat u borbi za inovacije i promjene jer nudi alate za poticanje osobne i skupne kreativnosti te daje mnoštvo pouka kako proizvoditi inovacije i uspješno ih prodati na tržištu. I ono najvažnije, knjigom sam želio čitatelja nadahnuti uvjerenjem da je svaka promjena potencijalna čarolija i da je svatko od nas potencijalni čarobnjak.