

TEKST: Nevenka Mesarov
FOTO: iz arhive Ericssona

KAKO DO KREATIVNIH I INOVATIVNIH IDEJA?!

ALBERT EINSTEIN JE REKAO: „AKO SE IDEJA ISPRVA NE ČINI APSURDNOM TADA NEMA NADE ZA NJU“.

ZATO, DAJTE SI VREMENA!

Karakteristike kreativnih organizacija:

- » Sklonost promjenama, radi stalnog unaprjeđenja rada.
- » Uživavanje u eksperimentiranju s novim idejama.
- » Poticanje ljudi različite obrazovne razine i različitih područja da pridonose novim idejama.
- » Menadžeri vjeruju svojim ljudima i striktno ih ne kontroliraju
- » Komunikacije između članova organizacije su slobodne.
- » Otvorenost za kontakte s okolinom organizacije.
- » Velika raznolikost tipova ličnosti.
- » Težnja zadržavanju kreativnih ljudi u kompaniji
- » Koriste tehnike za poticanje kreativnosti kao što su *brainstorming*, *brainwriting*, *sinektika* i sl.
- » Osiguravaju dovoljne financijske, menadžerske, ljudske i vremenske resurse da ostvare svoje ciljeve.

KLJUČNA JE OPUŠTENOST

Neki ljudi brzo odustanu nakon što ih prvih nekoliko ideja ne zadovolji. Ako želimo biti proaktivni moramo stalno prepoznavati nove situacije i prilike ili ukratko biti kreativni. Da bi razvijali kreativnost, moramo svoj mozak navikavati na nešto složeniji i teži način funkcioniranja – potpuno opušteno prepuštanje osobnim razmišljanjima izvan okvira i automatizama, stvaranje novih i nepoznatih misli najčešće kroz povezivanje dosad nepovezanih ideja i informacija. Najčešće ljudi brzo odustanu jer se ideje nedovoljno brzo generiraju. Stoga si treba dati vremena kako bi podsvijest počela aktivno raditi na problemu i generirati kvalitetne ideje. Kreativnost dolazi samo kroz akciju i kad jednom pokrenemo tok misli, to može dovesti do iznenađujućih rezultata. Čak je to ponekad i izlaženje izvan uobičajenih misaonih tokova i istraživanje neuobičajenih asocijacija i ideja. Često prihvatimo i ideju koja se razlikuje od one prve logične i realistične tzv. među-ideje. Daljnjim analiziranjem i poboljšanjima pokrećemo potpuno drugačija, ali sve kvalitetnija rješenja.

MENADŽERI – MODERATORI KREATIVNOSTI

Upravo menadžeri moraju svojim primjerom pokazati da se kreativnost u nekim poduzećima vrednuje. Neki menadžeri samo govore o kreativnosti, a u isto vrijeme ju ne implementiraju, niti prihvaćaju neke kreativne ideje. Zaposlenici procjenjuju menadžere prema tome što oni rade, a ne prema tome što govore. Menadžeri koji kreativne ideje od strane podređenih iz dana u dan ignoriraju na kraju ne dobivaju od zaposlenih niti jedan prijedlog za poboljšanje. Za razliku od njih, menadžeri koji potiču i nagrađuju kreativnost konstantno dobivaju nove i bolje ideje od svojih ljudi.

Važno je shvatiti da kreativnost i rutina nisu isključive suprotnosti. Samo treba pronaći pravu ravnotežu između postojećeg i novog, rutinskog i inventivnog. U toj uravnoteženosti leži tajna poticajne okoline gdje nove ideje imaju najveću šansu opstanka i daljnjeg razvijanja.

ODLIČAN ODJEK DANA INOVACIJA I KREATIVNOSTI JEDINICE MSC FDC

TEKST: Zdenka Hrabar

Inspirativni program i rad u nekoliko tematskih sesija nedavno održanog MSC FDC Dana inovacija i kreativnosti rezultirao je s više od 30 prijavljenih inovacijskih ideja u području novih proizvoda, poboljšanja procesa i alata te pružio mogućnost uvijek dobrodošle razmjene znanja.

Hrvoje Hadžić, organizator i nositelj programa, istakao je da je velik broj

prijavljenih ideja i patenata stigao upravo iz jedinice MSC FDC ETK, zadužene za signalizaciju u istraživačko-razvojnem centru ETK. Damir Prusac, rukovoditelj jedinice, naglasio je važnost ne samo prototipova i patenata već i ideja za unaprjeđenje postojećih proizvoda, alata i modela. Kroz niz inspirativnih prezentacija i filmova prikazana je presudna važnost kreativnosti i inovacija

nakon čega su zaposlenici pozvani da se uključe u rad tematskih radionica i prijave nove ideje. Za nove ideje u prostoru salona postavljen je Idea Box corner gdje su se ideje mogle odmah i prijaviti, a pomoć i poticaj davali su iskusni kompanijski inovatori poput Maje Vukušić-Vasiljevski, kompanijskog voditelja inovacija dr. sc. Saše Dešića i drugih.