

Dejavniki človekove ustvarjalnosti v organizaciji

Robert Ajdič*

Fakulteta za organizacijske študije v Novem mestu, Novi trg 5, 8000 Novo mesto, Slovenija
robert.ajdic@gmail.com

Povzetek:

Raziskovalno vprašanje (RV): Kaj motivira človeka, da sprosti svojo ustvarjalnost in kateri so dejavniki, ki zavirajo njegovo ustvarjalnost?

Namen: Namen članka je prikazati motivacijske in zaviralne dejavnike, ki vplivajo na človekovo ustvarjalnost.

Metoda: S pomočjo kvalitativne metode, metode kodiranja in izbiranja relevantnih kod, s katerimi prikažemo relacije, prikažemo relacije med motivacijskimi in zaviralnimi dejavniki za človekovo ustvarjalnost.

Rezultati: Rezultati raziskave so pokazali, da je veliko različnih motivacijskih dejavnikov, ki vplivajo na človekovo ustvarjalnost.

Organizacija: Vodstvo organizacij je dobilo odgovor, da ustvarjalna klima v organizacijah ni nekaj samoumevnega, ampak je potreben sistematičen pristop pri zagotavljanju ustvarjalne klime.

Družba: Z raziskavo prikažemo, da ima tudi širše okolje vpliv pri ustvarjanju ustvarjalne klime.

Originalnost: Originalnost raziskave je v navedbi, da je potrebno ustvarjalno klimo načrtno ustvariti in jo tudi zelo skrbno negovati.

Omejitve/nadaljnje raziskovanje: Pri raziskavi smo se omejili na motivacijske in zaviralne dejavnike, ki smo jih zasledili v literaturi. Za širši pregled dejavnikov bi bilo potrebno preučiti še dodatno literaturo in raziskati vpliv posameznih motivacijskih dejavnikov na človekovo ustvarjalnost.

Ključne besede: ustvarjalnost, inovativnost, motivacijski dejavniki, ustvarjalna klima.

1 Uvod

Ljudje smo že po osnovi radovedna bitja, ki stalno nekaj raziskujemo, iščemo nove izzive, priložnosti, da bi zadostili našo človeško radovednost. Sproščanje svojih ustvarjalnih potencialov povzroča pozitiven občutek v posamezniku, saj v tem najde samopotrditev, kar ga vodi k novem razmišljanju.

Človek pri svojem delu izrablja svoje pridobljeno znanje in izkušnje, na njega pa vplivajo vplivi iz okolice, ki so lahko motivacijski ali zaviralni. Za ustvarjalno okolje je potrebna neka iskrica, da človeka motivira, da začne razmišljati o novi rešitvi. Katere so te iskricice pa bomo raziskali v nadaljevanju.

Raziskovalno vprašanje se glasi: »Kaj motivira človeka, da sprosti svojo ustvarjalnost in kateri so dejavniki, ki zavirajo človekovo ustvarjalnost?«

Namen in cilj je raziskati motivacijske dejavnike, ki povzročijo, da človek lahko izkoristi svoje skrite potenciale za ustvarjalnost, in zaviralne dejavnike, ki pa skrite potenciale za ustvarjalnost zavirajo.

* Korespondenčni avtor / Correspondence author

Prejeto: 31. januar 2018; revidirano: 7. februar 2018; sprejeto: 11. februar 2018. /

Received: 31. January 2018; revised: 7. February 2018; accepted: 11. February 2018.

Človekovi ustvarjalni potenciali predstavljajo skriti zaklad vsake organizacije, ki jih je potrebno razvijati in negovati v ustrezni ustvarjalni klimi. Za izvajanje človekovih ustvarjalnih potencialov je potrebno, zaradi razlik med ljudmi, uporabljati različne tehnike spodbujanja ustvarjalnosti.

2 Pregled literature in teoretična izhodišča

Pojem ustvarjalnost nima enotne definicije, zato zasledimo več definicij:

- Ustvarjalnost v organizacijah je proces, temelječ na ustvarjalnem logičnem mišljenju (Ustvarjalnost v organizaciji, 2017, str. 1).
- Ustvarjalnost je takrat, ko je nekdo pametno nor. Ustvarjalnost je, ko nekaj delamo na novo, nenavadno. Ustvarjalnost je izvirno razmišljanje o problemih in pojavih okoli nas. (Srića, 1999, str. 51 v Jambrovič, 2005, str. 6)
- Ustvarjalnost je najbolj konstruktivna oblika človekovega obnašanja. Je proces součinkovanja inteligentnosti, osebnostnih lastnosti, čustev, motivov, zavestnega, zavednega, nezavednega in intuitivnega. (Mayer, 1994, str. 44 v Jambrovič, 2005, str. 6)
- Ustvarjalnost ni domena inteligence, je pa odvisna od nekaterih drugih lastnosti posameznika (Pogačnik, 1995, str. 181 v Jambrovič, 2005, str. 6)

Osnovna usmeritev Otoške rastoče strategije univerzalne odličnosti in mojstrstva (2010, str. 5) opisuje, da poskuša univerzalna odličnost v vsakem človeku odkriti skrite potenciale za uveljavljanje dobrega in ga spodbuja k preseganju tega ter zmanjševanju slabega.

Za spodbujanje skritega in neskončnega človekovega zaklada pa lahko uporabimo različne tehnike in metode. Z različnimi metodami vplivamo na način razmišljanja. Razmišljanje, ki daje več različnih rešitev oz. idej imenujemo divergentno razmišljanje. Razmišljanje, ki vodi v ozko oz. v usmerjeno rešitev pa imenujemo konvergentno razmišljanje.

Ustvarjalnost je zelo tesno povezana z inovativnostjo. Znano je, da so inovativnejši tisti otroci, ki so jih starši spodbujali k ustvarjalnosti. Zato bi morali ustvarjalno razmišljanje spodbujati že v vrtcih, saj je pri petih letih ustvarjalnih kar 95% otrok, nato pa ustvarjalnost z leti vztrajno pada. Inovativnost bi morali bolj spodbujati tudi v osnovnih in srednjih šolah ter na univerzah (Likar, 2006, str. 55).

Današnji poslovni svet zahteva jasno merljive in obvladljive rezultate, kar pa lahko vodi v smer, da v vsej tej zavzetosti spregledamo ustvarjalnost posameznika ali množice. Razlikovati je potrebno med upravljanjem s finančnimi in tehnološkimi viri ter upravljanjem s človeškimi viri, katero mora slediti načelu, da omogoča dolgoročno sproščanje ustvarjalnosti (Miklič, 2013, str. 92).

Rogelj (2013, str. 80) navaja, da obstaja nevarnost, da nas sodobna tehnologija, neskončna količina podatkov in s tem povezan današnji tempo življenja, enostavno preplavi in s tem zavre človekovo ustvarjalnost. Vse večji pritisk na krajšanje časa izdelave določene naloge in

nujnosti posameznih nalog ustvarja neprijazno okolje za ustvarjanje, kreiranje idej, kakovost ter s tem povezano delovno uspešnostjo.

Prav tako lahko v literaturi zasledimo, da se zaposlene v organizaciji deli na zavzete in nezavzete ter da med njimi obstaja bistvena razlika. Zavzeti zaposleni so zaposleni, ki v delo vlagajo svojo energijo, nezavzeti pa v svoje delo vlagajo čas, ki ga preživijo na delovnem mestu in količino opravljenega dela (Rogelj, 2013, str. 80).

Pozitivna energija, delovna vnema, odprtost do novih idej in rešitev, inovativnost ter avtonomija zaposlenih na delovnem mestu vplivajo na uspešnost organizacije. Stereotipe o avtonomiji na delovnem mestu je razbijal že predsednik uprave podjetja 3M, William McKnight, v tridesetih letih 19. stoletja (Rogelj, 2013, str. 82), ko je svojim zaposlenim pustil možnost avtonomnega ustvarjanja, kar je privedlo tudi do sedaj vsem znanega množično uporabnega izdelka Post-it. Avtonomija zaposlenih privede do uporabnih in učinkovitih rešitev, kar predstavlja ključno konkurenčno prednost na trgu.

Za uspešno implementacijo avtonomnega delovanja zaposlenih pa mora biti podpora tudi v samemu vodstvu organizacije, ki daje zgled svojim zaposlenim. Že v rimskih časih je veljal rek, da besede učijo, zgledi pa vlečejo (lat. *Verba docent, exempla trahunt*).

Sodobni koncepti v zaposlovanju in s tem povezano plačilo temeljijo na rezultatih dela (ang. *Results Only Work Environment (ROWE)*). Zaposlenim je v teh primerih dopuščena vsa odgovornost in svoboda pri svojem delu, ob tem pa mora izpolnjevati jasne cilje (ROWE, 2017, str. 1). Ustvarjalnost, in s tem sproščanje potencialov, je močno povezana z znanjem in izkušnjami. Malo znanja in izkušenj predstavlja oviro pri ustvarjanju, ker ustvarjalec nima načrtanih nekaterih mej, ki so pri sproščanju idej nujno potrebne. Podobno oviro predstavlja preveč znanja in izkušenj, le-te pa vplivajo, da ustvarjalec ne more stopiti iz svojega kroga razmišljanja. Tako je najbolj ustvarjalno območje zlata sredina med malo in veliko izkušnjami (Likar, 2018, str. 1).

Ustvarjalno okolje je kot cilj zapisan v mnogih organizacijah, le malo pa je takih, ki ta cilj tudi uspešno zasledujejo. Dejavniki, kot so investicijski stroški, tveganje in strah pred neuspehom, negativno vplivajo na odločitev vodstev organizacij, da vzpostavijo ustvarjalno organizacijo. Najbolj inovativne družbe predstavljajo vsega 20% celotnega človeštva, preostalih 80% človeštva delno posnema novosti, nekaj pa jih celo zavrača zaradi tradicije. (Simončič, 2013, str. 100)

Vpliv na ustvarjalnost, in s tem na rast gospodarstva, ima tudi posamezna država, kjer lahko s svojimi instrumenti zakonodajne, finančne, šolske, davčne, raziskovalne, zaposlovalne, okoljske politike in politične stabilnosti zagotovi visoko stopnjo ustvarjalnega okolja. (Vidić, 2015, str. 32-33)

Proučevanje uspešnih podjetjih kaže, da so njihovi zaposleni pri svojem delu proaktivni. Njihova želja je nenehno iskanje novih in boljših načinov dela in ustvarjanja, kar se v končni fazi izkazuje v vrhunskih proizvodih in storitvah. (Gabrijelčič, 1995, str. 103)

Na ustvarjalnost pa vplivajo tudi vrednote, ki jih goji organizacija in so tesno povezane s posameznikovimi vrednotami. Ustvarjalnost zaposlenih predstavlja tudi ključno konkurenčno prednost vsake organizacije. Se je pa potrebno zavedati, da ustvarjalnosti ni mogoče zahtevati, ampak jo je potrebno skrbno gojiti in razvijati, za kar sta pogoj ugodna klima in kultura v podjetju. (Strmec, 2013, str. 91)

Ustvarjalnost zaposlenih v podjetjih pa ni popolnoma avtonomna, ampak je načrtovana v dolgoročnih razvojnih ciljih podjetja. Znotraj teh meja pa je dovoljena popolna avtonomija razmišljanja in ustvarjanja.

Za spodbujanje ustvarjalnosti se v organizacijah uporabljajo različne tehnike ustvarjalnega mišljenja. Za vzdrževanje visokega nivoja ustvarjalne klime je potrebno imeti na voljo veliko modelov in pristopov za spodbujanje ter motiviranje zaposlenih. (Strmec, 2013, str. 92)

Na ustvarjalno klimo v organizaciji vpliva tudi finančno poslovanje organizacije ter vplivi na trgu. Na širino poslovnih področij, na katerih se bo organizacija razvijala in ustvarjala, ima vpliv tudi gospodarska rast. Pozitivna gospodarska rast daje organizacijam možnost, da se razvijajo na več različnih področjih, saj si to lahko privoščijo. Negativna gospodarska rast pa sili organizacije v racionalizacijo tudi na ustvarjalnem področju, kjer so ustvarjalne aktivnosti zelo ozko in ciljno usmerjene.

Krajnc (2012, str. 60–61) navaja: »Znano je, da ljudje dobro opravljamo stvari, ki jih radi počnemo, jih naredimo s srcem, nam prinašajo srečo in izpolnjenost ter imajo za nas nek smisel. Pri tem je ključnega pomena, da v takšnih pogojih nezavedno gojimo pozitivna čustva. Znano je tudi, da je prav v stanju pozitivnih čustev vzpostavljen motivacijski pogoj, v katerem se izkorišča lastni človeški potencial v optimalni meri.«

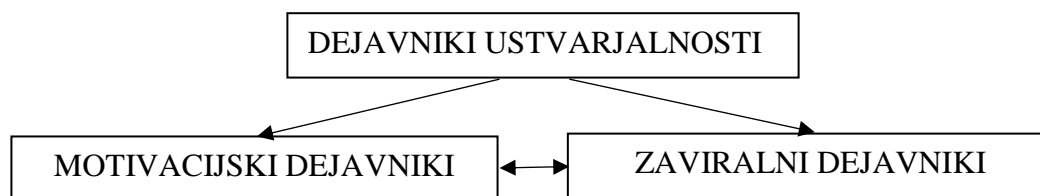
Ustvarjalnost in odličnost sta tesno povezani lastnosti. Človek je ustvarjalen, ko ga ustaljene tirnice motijo in želi izstopiti iz okovov, ki ga obdajajo. Pri tem dejanju, s pomočjo zavesti in podzavesti, ustvarja in razvija nove in nove stvari. Gabrijelčič (1995, str. 101) opisuje, da je potrebno v podjetjih nenehno iskati kakovost, ki naj dolgoročno prehaja v odličnost in s katero poskušamo pridobiti strateško prednost na trgu.

Z raziskavo želimo potrditi tezo, da obstajajo tako motivacijski kot zaviralni dejavniki, ki vplivajo na človekovo ustvarjalnost in da je potrebno ustvarjalno klimo stalno vzdrževati oz. vedno iskati nove pristope pri vzpodbujanju ustvarjalnosti.

3 Metoda

Podatke smo pridobili s pomočjo kvalitativne metode, metode kodiranja in izbiranja relevantnih kod, s katerimi prikažemo relacije med motivacijskimi in zaviralnimi dejavniki za človekovo ustvarjalnost. Zbiranje podatkov je potekalo s pomočjo pregleda 11 člankov, 2 magistrskih nalog in 4 strokovnih knjig.

V kvalitativni raziskavi, ki je predmet naše analize, smo zbrali ključne opise, ki se nanašajo na raziskovalno vprašanje. Pridobljeno gradivo smo uredili v celoto in ga metodično uredili v ustrezne zapise. Pri urejanju gradiva smo upoštevali le tiste zapise, ki so pomembni za raziskavo. Iz raziskovalnih vprašanj smo določili ključne elemente kodiranja, ki vplivajo na posamezno vprašanje. V nadaljevanju vzpostavimo povezavo med postavljenimi elementi, da dobimo povezavo med motivacijskimi in zaviralnimi dejavniki na človekovo ustvarjalnost. Iz omenjenih kategorij postavimo model kvalitativne analize prikazan na sliki 1 in oblikujemo končno teorijo.



Slika 1: Paradigmatski model raziskave

4 Rezultati in razprava

4.1 Motivacijski dejavniki

Človek predstavlja neizmeren vir ustvarjalnosti, ki pa mu je potrebno zagotoviti ustrezne pogoje, da se razvija in raste. Ljudje se med sabo razlikujemo, zato se razlikujejo tudi tehnike ustvarjalnega razmišljanja. Ustvarjalnost je proces, ki ga je potrebno skrbno negovati in razvijati.

Analiza motivacijskih dejavnikov kaže, da je eden od glavnih motivacijskih dejavnikov ustvarjalno okolje, v katerem deluje človek. Poleg tega je ustvarjalnost na visokem nivoju, če je človek srečen, zadovoljen, da delo opravlja s srcem in mu je prepuščena velika stopnja avtonomije.

Uspešna organizacija stalno skrbi za ustvarjalno okolje, tako da je okolje vedno odprto za nove ideje, da človek lahko preko idej izrazi svoje osebne lastnosti. Delovna vnema, zagnanost in proaktivnost so močni pokazatelji, da je okolje, v katerem človek deluje, ustvarjalno. Človek najde v tem okolju pozitivno energijo, kjer lahko napredno razmišlja,

izkorišča svoje znanje in izkušnje, je veliko bolj zavzet za opravljanje svojega poslanstva ter tako sprošča svoje ustvarjalne potenciale.

Za ustvarjalno okolje mora poskrbeti tudi širše okolje in država s svojimi inštrumenti. Tako lahko država preko zakonodajne veje oblasti zagotovi, da se ustvarja pozitivno klimo pri odpravi ovir na tem področju.

Ugodna davčna politika in stabilno politično okolje ugodno vplivajo na ustvarjalno okolje v državi. Država na ta način vzpostavi pogoje, ki so zanimivi za tuje vlagatelje, ki iščejo ustvarjalni potencial za doseg svojega cilja.

Izobraževalno področje v državi mora zagotavljati, da se že v zgodnjih fazah izobraževanja, kot so vrtci, osnovne šole, vzpostavi ustvarjalno okolje, kjer se goji in razvija otrokove ustvarjalne potenciale. Na ta način se ukorenini ustvarjalno razmišljanje v človekovo podzavest, kar dolgoročno privede do stalnega ustvarjalnega delovanja človeka na vseh področjih njegovega ustvarjanja.

Fleksibilnost na področju delovne sile, ki se ga v podjetjih zagotavlja z molekularnimi organizacijskimi strukturami, privede do migracije velike količine znanja iz podjetja v podjetja. Na ta način se prenašajo primeri dobre prakse, ki jih goji vsaka organizacija.

Ustvarjalno okolje pa predstavljajo tudi končni uporabniki oz. kupci, ki lahko z izražanjem svojih želja in pričakovanj ustvarijo potrebo po izdelku ali storitvi in s tem izzovejo ustvarjalnost ljudi v organizaciji.

Za sproščanje ustvarjalnih potencialov je potrebno ekipe formirati na način, da jedro ustvarjalnih ekip predstavljajo ljudje, ki imajo ravno prav izkušenj in znanja. Na ta način se doseže maksimalne učinke ustvarjalne skupine, ki išče oz. raziskuje novo področje delovanja.

4.2 Zaviralni dejavniki ustvarjalnosti

Negativna klima v organizaciji ustvarja okolje, kjer se posameznik ne počuti dobro, zato se zapira v svoj svet in okove. Človek ne more razvijati svoje ustvarjalnosti, ker ne vidi smisla v svojem početju, da bi s svojimi dejanji doprinesel organizaciji.

Doba informacijske družbe je močno povečala količino podatkov, s katerimi se človek srečuje v vsakdanjem življenju. Prevelika količina podatkov zaposluje možgane, ki pa morajo ustrezno ločiti seme od plevela.

Človeška ustvarjalnost je močno povezana z znanjem in izkušnjami, ki jih človek pridobi v življenju. Kot moteč dejavnik se pojavlja premalo ali preveč znanja kot tudi malo ali preveliko izkušenj.

Z racionalizacijo delovnih mest in postopkov in s tem krčenja človeških virov prihaja do preobremenjenosti, kar povzroči neugodno klimo za ustvarjalno delovanje.

Raziskava nam kaže, da ustvarjalno okolje ni nekaj samoumevnega, ampak ga je potrebno najprej zgraditi, gojiti in zelo negovati, drugače se kaj hitro zgodi, da iz ustvarjalnega okolja preidemo v okolje, ki je neprijazno do ustvarjalnosti.

Za ustvarjalno klimo oz. okolje smo odgovorni vsi deležniki tako v notranjem okolju kot tudi v zunanjem okolju organizacije. Vplivi iz okolice lahko delujejo spodbujajoče ali pa ustvarijo okolje, kjer je ustvarjalnost otežena. Ključno vlogo pri zunanjih dejavnikih ima država, ki lahko z ukrepi na različnih področjih ustvari klimo, ki spodbuja ustvarjalnost ali pa jo zatira.

Organizacije, ki želijo prosperirati na globalnem trgu, morajo biti samoodgovorne, da v svojih organizacijah spodbujajo ustvarjalnost na slehernem koraku. Le stalna ustvarjalnost posameznikov v organizaciji lahko prinese prepotrebno konkurenčno prednost na trgu.

Stalno spodbujanje človekove ustvarjalnosti vodi na najvišji stopnji do odličnosti na področjih, kjer je prisotno ustvarjalno ustvarjanje.

V tabeli 1 so tabelarično prikazani dejavniki človekove ustvarjalnosti v organizaciji, ki jih omenjajo posamezni avtorji v literaturi, izbrani za raziskavo.

Tabela 1. Dejavniki človekove ustvarjalnosti v organizaciji

	Literatura	Avtor	Dejavnik
Motivacijski dejavniki	Od kakovosti k odličnosti	Gabrijelčič (1995)	Kakovost vodi v odličnost Proaktivnost vodi v vrhunske proizvode in storitve
	Vpliv čustvene inteligentnosti na delovno uspešnost	Kranjc (2012)	Pozitivna energija
	Odločitev za inovativnost je v rokah vodstva	Likar (2006)	Ustvarjalnost povezana z inovativnostjo
	Ustvarjalno razmišljanje	Likar (2018)	Zlata sredina med malo in veliko znanja ter izkušnjami
	Sproščanje človekovih ustvarjalnih zmožnosti	Miklič (2013)	Upravljanje s človeškimi viri
	Otoška rastoča strategija univerzalne odličnosti in mojstrstva	Udeleženci 22. mednarodnega foruma odličnosti in mojstrstva (2010)	Človek – skriti potencial
	Ali način, kako danes delamo, res spodbuja sproščanje naših ustvarjalnih potencialov	Rogelj (2013)	Zavzeti delavci Pozitivna energija Delovna vnema Odprtost do idej in rešitev Avtonomija na delovnem mestu
	Ustvarjalnost zaposlenih v obdobju gospodarske krize	Strmec (2013)	Povezane vrednote organizacije in posameznika Različne tehnike ustvarjalnega razmišljanja Ugodna klima in kultura
Zaviralni dejavniki	Ustvarjalno razmišljanje	Likar (2006)	Preveč ali premalo znanja in izkušenj
	Ali način, kako danes delamo, res spodbuja sproščanje naših ustvarjalnih potencialov?	Rogelj (2013)	Nezavzeti delavci Prevelika količina podatkov
	Sproščanje človeških ustvarjalnih potencialov v organizaciji	Simončič (2013)	Negativno okolje Investicijski stroški Investicijska tveganja Strah pred neuspehom

Različni avtorji navajajo, da obstajajo tako motivacijski kot zaviralni dejavniki človekove ustvarjalnosti, kar potrjuje tudi teorija. Ustvarjalna klima v organizaciji posamezniku omogoča, da se posameznik v njej počuti odlično, sproščeno in lahko poveže svoje vrednote z vrednotami organizacije. Na ta način posameznik deluje na svojem področju avtonomno, svojo pozitivno energijo pa usmeri v ustvarjalnost in proaktivnost, kar vodi v pozitivne dosežke tako posameznika kot organizacije.

Za vsakega človeka velja, da v sebi skriva potencial na področju ustvarjanja, ki pa ga je potrebno na ustrezen način prebuditi in spodbuditi ter mu za razvoj ustvarjalnosti omogočiti okolje z ugodno klimo in kulturo. Pri iskanju idej je potrebno uporabiti različne tehnike ustvarjalnega razmišljanja in povezati izkušnje ter znanje posameznika.

Na ustvarjalnost imajo zelo velik vpliv tudi zaviralni dejavniki, ki se pojavljajo v okolju, v katerem posameznik in organizacija delujeta. Le-te dejavnike je potrebno v organizaciji prepoznati in jih zmanjšati na najnižji možni nivo, saj se na ta način izognemo situaciji, ko v organizaciji ne govorimo več o pozitivni ustvarjalni klimi, ampak o negativni neustvarjalni klimi.

Če uspe organizaciji povezati motivacijske dejavnike, ki vplivajo na človekovo ustvarjalnosti, ji je uspeh zagotovljen, saj le-to vodi v vrhunske proizvode in storitve.

Z raziskavo potrdimo tezo, da obstajajo tako motivacijski kot zaviralni dejavniki, ki vplivajo na človekovo ustvarjalnost. Prav tako potrdimo tezo, da je potrebno ustvarjalno klimo stalno vzdrževati oz. vedno iskati nove pristope pri spodbujanju ustvarjalnosti.

5 Zaključek

Človekov skriti ustvarjalni potencial je tesno povezan z okoljem, v katerem posameznik vsakodnevno deluje in le-ta mu mora nuditi udobje, ki pomaga, da se človekova ustvarjalnost razvija in sprošča v dobrobit tako organizacije kot tudi posameznika.

Raziskava dejavnikov človekove ustvarjalnosti v organizaciji je pokazala, da obstajajo tako motivacijski kot zaviralni dejavniki, ki vplivajo na sproščanje človekove ustvarjalnosti.

Zelo pomembno je, da se menedžerji zavedajo, da je potrebno za sproščanje človekove ustvarjalnosti v organizacijah ustvariti klimo, ki bo ustvarjalna in bo nudila posameznikom osebno rast in zadovoljstvo. Ustvarjalna klima ni nekaj samoumevnega, ampak je potreben sistematični pristop na tem področju, potrebno je vložiti veliko znanja, truda in posledično tudi denarnih sredstev, da ustvarimo ter vzdržujemo ustvarjalno okolje. S stalnim sistematičnim delom na področju ustvarjanja ustvarjalne klime v organizaciji uspeh ne more izostati.

Pri raziskavi smo se omejili na motivacijske in zaviralne dejavnike človekove ustvarjalnosti, ki smo jih zasledili v literaturi, ki smo jo raziskali na omenjeno tematiko.

Raziskava je pokazala, da obstaja veliko dejavnikov, ki vplivajo na človekovo ustvarjalnost, zato bi bilo potrebno, za širši pregled dejavnikov človekove ustvarjalnosti, preučiti še dodatno literaturo.

Reference:

1. Gabrijelčič, J. (1995). *Od kakovosti k odličnosti: po poti organizacijskega razvoja*. Novo mesto: Dolenjska založba.
2. Jambrovič, M. (2005). *Uporaba tehnik ustvarjalnega mišljenja v slovenskih podjetjih* (Magistrsko delo). Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana. Pridobljeno na <http://www.cek.ef.uni-lj.si/magister/jambrovic2666.pdf>.
3. Krajnc, M. (2012). *Vpliv čustvene inteligentnosti na delovno uspešnost*. Revija za univerzalno odličnost, 1(2), 60–72.
4. Likar, B. (2006). *Inovativnost pomeni novost, ki prinaša korist: Odločitev za inovativnost je v rokah vodstva*. Pridobljeno na http://www.inovativnost.net/clanki/inovativnost_IRT3000.pdf
5. Likar, B. (2018, 05. januar). *Rojstvo ideje: Ustvarjalno razmišljanje*. Pridobljeno na <http://www.inovativnost.net/sola/3.asp>.
6. Mayer, J. (1994). *Vizija ustvarjalnega podjetja*. Ljubljana: Založba Ikra.
7. Miklič, J. (2013). Rast, št. 3, *Sproščanje človekovih ustvarjalnih zmožnosti*. Pridobljeno na <https://issuu.com/kulturniportalnm/docs/rast-3-4-2013>.
8. Otoška rastoča strategija univerzalne odličnosti in mojstrstva. (2010). Otočec. Pridobljeno na http://www.fos-unm.si/media/pdf/strategija_slovensko_2010_www_2.pdf
9. Pogačnik, V. (1995). *Pojmovanje inteligentnosti*. Radovljica: Didakta.
10. Laibacher Rogelj, M. (2013). *Ali način, kako danes delamo, res spodbuja sproščanje naših ustvarjalnih potencialov?* 25. forum odličnosti in mojstrstva: *Sproščanje človekovih ustvarjalnih potencialov pri uveljavljanju univerzalne odličnosti in mojstrstva*, Slovenija, Otočec, 22. maj 2013 (str. 79-90). Novo mesto: Fakulteta za organizacijske študije.
11. Simončič, M. (2013). *Sproščanje človeških ustvarjalnih potencialov v organizaciji*. Revija za univerzalno odličnost, 2(3), 98-107.
12. Srića, V. (1999). *Ustvarjalno mišljenje*, Ljubljana: Gospodarski vestnik.
13. Strmec, M. (2013). *Ustvarjalnost zaposlenih v obdobju gospodarske krize*. 25. forum odličnosti in mojstrstva: *Sproščanje človekovih ustvarjalnih potencialov pri uveljavljanju univerzalne odličnosti in mojstrstva*, Slovenija, Otočec, 22. maj 2013 (str. 91-102). Novo mesto: Fakulteta za organizacijske študije.
14. Vidić, T. (2015). *Vloga države v razvoju inovacijskega kapitala: primer ZDA* (Magistrsko delo). Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana. Pridobljeno na http://dk.fdv.uni-lj.si/magistrska/pdfs/mag_vidic-tina.pdf.
15. ROWE. (2017, 10. september). Pridobljeno na <https://en.wikipedia.org/wiki/ROWE>.
16. Ustvarjalnost v organizaciji. (2017, 25. februar). Pridobljeno na https://sl.wikipedia.org/wiki/Ustvarjalnost_v_organizaciji.

Robert Ajdič je leta 2003 diplomiral na Fakulteti za elektrotehniko in pridobil naziv diplomirani inženir elektrotehnike. Na Fakulteti za organizacijske študij opravlja podiplomski študij Menedžmenta kakovosti.

Abstract: **Factors of Human Creativity in the Organization**

Research Question (RQ): What motivates a person to unleash his creativity and which are inhibitory factors that inhibit creativity?

Purpose: The purpose of the article is to show motivational and inhibiting factors that influence human creativity.

Method: Using the qualitative method, the method of encoding and selecting the relevant codes by which relations can be shown, we show relationships between positive and inhibiting factors for human creativity.

Results: The results of the research have shown that there are many different motivational factors that influence human creativity.

Organization: The organization's management has received a response to the creative climate in organizations it is not something we take for granted but requires a systematic approach to providing creative climate.

Society: The research shows that the wider environment also has an impact in creating a creative climate.

Originality: The originality of the research is that it is necessary to create a creative atmosphere deliberately and very carefully nurtured.

Limitations/Future Research: In the study, we confined ourselves to the positive and inhibiting factors that were found in the literature. For a wider overview of the factors, additional literature should be studied and the impact of individual motivation factors on human creativity should be explored.

Keywords: creativity, innovation, motivational factors, creative atmosphere.

Copyright (c) Robert AJDIČ



Creative Commons License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.