

Význam tvorivosti v manažmente

Loučanová Erika · Humanitné vedy

27.10.2014



Príspevok sa zaoberá využívaním tvorivosti v manažmente a jej významom pre manažment podniku. Sú v ňom reprezentované výsledky využívania a významu tvorivosti v manažmente vo vybranom podniku, ktoré sú následne zovšeobecnené a prostredníctvom zhľukovania poukazujú na faktory ovplyvňujúce tvorivosť zamestnancov.

Úvod

Znalosť o tom, že tvorivosť v manažmente je dôležitá vlastnosť, ktorou by mal disponovať každý správny manažér je známa vec. Každý z nás sa narodí s istým stupňom tvorivosti a je len na človeku ako a či vôbec bude svoju tvorivosť ďalej rozvíjať tým správnym smerom. V podniku, ktorý je založený na tvorivom myslení manažérov je tento prejav veľmi dôležitý, pretože od neho závisí, či podnik bude prospešný alebo sa bude vyvíjať úplne iným smerom.

Každý manažér pracuje z množstvom informácií, s ktorými musí pracovať a využívať ich kreatívne a hlavne zodpovedne. Musí rýchlo reagovať na vzniknuté problémy, pri ktorých mu jeho tvorivé myslenie dosť napomáha, pretože ak by tvorivo nemyslel mohol by prijať nesprávne riešenie zo vzniknutého problému. Tvorivosť teda má významné postavenie na akejkoľvek úrovni spoločnosti a teda aj v podniku, čo viedlo k spracovaniu tohto príspevku na tému „význam tvorivosti v manažmente“, kde sa sústredíme na konkrétny podnik a aplikovanie tvorivosti na jeho jednotlivých úrovniach manažmentu.

Tvorivosť v manažmente

Základné princípy a osobná kultúra človeka jeho života a bytia sa vyvíja od dôležitostí, ktoré akceptuje a uprednostňuje. Múdrost, priateľstvo, život, zdravie, rodina a dobro, to sú osobnostné princípy a životné hodnoty najúspešnejších ľudí planéty Zem. Ale okrem nich sa do týchto hodnôt zaraďuje aj práca. Práve práca dokáže najviac rozvíjať tvorivosť človeka. Prácu môžeme považovať za najdokonalejšiu a najuvedomelejšiu aktivitu človeka. Práca je zmyslom skoro každého z nás a je pravdou to, že nuda bolí viac fyzicky i psychicky ako práca (www.pp.sk, 2014). Jedným z mnohých uznávaných prostriedkov na dosiahnutie úspešnosti a efektívnosti v manažmente je tvorivý prístup k riešeniu viacerých úloh, ktoré sú spojené s funkciami manažmentu (Zaušková, Loučanová, 2008). Ak chce človek v manažmente uspieť alebo pri svojom výkone dospieť k múdrosti a zanechať po sebe niečo hodnotné, tak sa vyplatí byť aktívnym. Je

dôležité stať sa tvorivým človekom, ale ešte lepšie je stať sa osobnosťou (www.pp.sk, 2014)

Tvorivosť je nie len dôležitým predpokladom úspešnosti práce manažérov a podnikateľov, ale tiež tímom, ktoré riadi. Preto ju musia manažéri vedieť rozvíjať aj u svojich spolupracovníkoch. Musíme ju chápať ako prirodzený prejav, ktorý je vlastný každému na určitej úrovni a v určitom štýle. Tvorivosť zaraďujeme medzi najdôležitejšie charakteristiky osobnosti úspešného podnikateľa a manažéra (Isaksen, 1987). Všade tam kde sa vytvárajú a vyskytujú nové úlohy je tvorivosť nevyhnutnou súčasťou. V manažmente tvorivosť znamená proces zmien, pri ktorom sa môže objavovať niekoľko nových prvkov, ktoré môžu súvisieť aj pri riešení technických postupov na znižovanie výrobných nákladov ako aj pri vedení ľudí a nemusia súvisieť iba pri technických procesoch.

Zmeny často prinášajú veľa nepoznaného, čo môže znamenať zvýšený potenciál na konflikty a tiež riziko a neistotu. Preto sa vyžaduje veľa ľudí s novými kreatívnymi postupmi, ktorý do praxe prinesú nové myšlienky. Môžeme povedať, že vo všeobecnosti proces riadenia predstavuje tvorivý proces. Schopnosť kreatívne riadiť je zvyčajne rozličné podľa manažérskych postov, ktoré si pre uplatnenie tvorivého správania zvyčajne vyžadujú odlišné podmienky. Inovátori, vynálezcovia alebo manažéri sú osoby alebo skupina osôb, ktorý sú nositeľmi tvorivých procesov pri výkone svojho povolania, podľa ich manažérskych a kreatívnych schopností predstavujúcich svoj multiplikačný charakter (Zaušková, Loučanová, 2008).

Metodika

V rámci metodiky práce sme sa snažili postupne získať čo najviac informácií danej problematiky a čerpali sme z množstva literatúry a iných zdrojov. Na pracovanie získaných informácií sme použili triedenie a klasifikáciu. Tieto metódy boli pre nás dôležitým základom na vypracovanie záverov a konštatovaní pre zisťovanie významu tvorivosti v manažmente. Pri spracovaní praktických výsledkov sme využili metódu prieskumu, pri ktorom sme zozbierali primárne údaje pomocou štandardizovaného dotazníka. Dotazník bol zameraný na to, aký majú respondenti názor na využívanie tvorivosti v manažmente vo vybranom podniku, kde boli oslovení zamestnanci na všetkých hierarchických úrovniach riadenia podniku, a teda bol realizovaný cielený prieskum.

Okrem kvantitatívneho vyhodnotenia dotazníka pre spracovanie výsledkov sme využili metódu zhľukovania, pomocou ktorej sme zovšeobecnilí súvislosti medzi sledovanými veličinami, a pomocou ktorých môžeme lepšie pochopiť súvislosti veličín k celku tvorivosti v manažmente. Je to metóda, ktorá utriedi objekty podľa podobných vlastností do zhľukov, podľa ktorých sme zistili od čoho je závislá tvorivosť vo vybranom podniku.

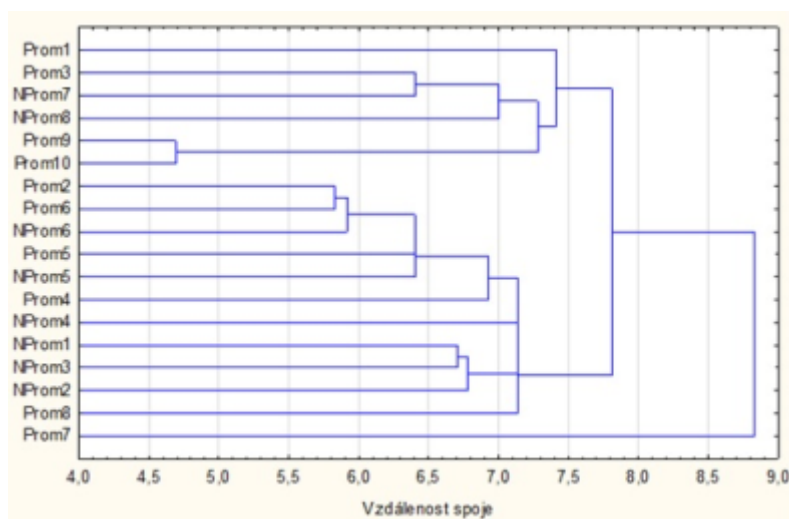
Význam tvorivosti v manažmente

Tvorivosť v manažment je veľmi dôležitá, pod týmto pojmom rozumieme proces istých zmien, pri ktorých objavujeme množstvo prvkov, ktoré sme pred tým nepoznali a ktoré môžu napomôcť napríklad pri znižovaní výrobných nákladov a preto sme postoje k nej

sledovali vo vybranom podniku. Na základe výsledkov hodnotenie tvorivosti môžeme konštatovať že manažéri podniku si uvedomujú dôležitosť tvorivosti pri riadení daného podniku ako aj každého manažéra samostatne. Hierarchia využívania tvorivosti je sústredovaná najmä na top manažment a postupne zo znižujúcou sa úrovňou manažmentu potreba tvorivosti klesá.

Zamestnanci vo vybranom podniku si uvedomujú, že tvorivosť pri manažovaní je dôležitejšia ako pri ostatných podnikových funkciách, súhlasilo s týmto tvrdením 73 % manažmentu podniku. Tvorivosť sa samozrejme využíva všade, to by si mohli zamestnanci uvedomiť ale je pravda, že tvorivosť pri manažovaní je nevyhnutná. Jedným z hlavných tvrdení bolo to, či človek naozaj dokáže byť viac tvorivý pri dobrej motivácii (súhlasí s tým 70 % opýtaných manažérov v podniku). Jednoznačne môžeme potvrdiť, že je to teda pravda. Každý zamestnávateľ by sa mal snažiť svojich zamestnancov motivovať tým správnym smerom, hlavne v podniku, kde je tvorivosť nevyhnutnou súčasťou.

Pri tvorivosti extroverta a introverta sme boli trochu prekvapení, pretože manažéri vo vybranom podniku vyjadrili neutrálny postoj aj keď je samozrejme, že nezáleží na tom, či je človek extrovert alebo introvert, pretože tvoriť môžu rovnako len ich prejav bude iný. Manažéri si asi neuvedomujú, že rozdiely medzi týmito dvoma charaktermi neovplyvní ich tvorivé myslenie. Možno by bolo zaujímavé dať rovnakú úlohu manažérovi introvertovi a manažérovi extrovertovi, a pri tom by sa zistilo, ktorý z nich vie byť viac tvorivý alebo, či je ich tvorivosť na rovnakej úrovni. Pre zovšeobecnenie kvantitatívnych výsledkov významu tvorivosti v manažmente vo vybranom podniku z prieskumu sme využili metódu zhľukovania, v ktorej sme zisťovali od ktorých faktorov je závislá tvorivosť u jej zamestnancov (viď obrázok 1).



Obr. 1 Zhľuky faktorov ovplyvňujúcich tvorivosť

Tvorivosť podniku je závislá na individuálnej tvorivosti každého manažéra na akejkoľvek úrovni, na čo nám poukazuje zhľuk prom7 (každý dokáže byť tvorivý) vo vzťahu k ostatným súčastiach tvorivosti podniku a osobnosti človeka. Z prvého zhľuku môžeme vidieť, že každý má kreatívne myslenie (Prom1), ale využíva ho na základe svojej pracovnej pozície a individuálnych schopností. Tvorivosť na jednotlivých úrovniach manažmentu je závislá od osobnostnej role manažéra, či je introvert (Prom10) alebo extrovert (Prom9). Ďalej sa odvíja od jeho pozícií na hierarchickej

úrovni podniku (Prom3, Nprom7), či je v vrcholovom manažmente alebo vo výrobnom manažmente v závislosti od kolektívnej tvorivosti (NProm8).

Ako už bolo prezentované každý dokáže byť tvorivý (Prom7), ale ako môžete vidieť v druhom zhluku v podniku si manažéri uvedomujú, že tvorivosť je závislá od prostredia, ktoré ovplyvňuje ich prácu (NProm1), pamäť bez ktorej by tvorivosť nemohla rozvíjať (NProm2) a tiež bariéry, ktoré môžu brániť ich tvorivosti (NProm3). Tvorivosť je závislá od odlišnosti medzi extrovertom a introvertom (Prom8), zároveň od výnosov (NProm4), ktoré sa pomocou tvorivosti dajú dosiahnuť, tiež dobrou motiváciou (Prom5), pri ktorej manažéri dokážu byť kreatívnejší a zároveň je závislá od dobrého fyzického (NProm4) a psychického (NProm5) stavu manažéra. Psychický stav manažéra je ďalej závislý na okolitých vplyvoch (hluk, zima) – Nprom6, ktoré môžu ovplyvniť manažérsku tvorivosť závislú i od samotnej náplne práce (Prom6) manažéra, ktorú vykonáva a ako si uvedomuje dôležitosť tvorivosti v jeho práci (Prom2). Obidva zhluky sú prepojené a zároveň závislé od všetkých faktorov, ktoré pôsobia na tvorivosť.

Záver

Z výsledkov realizovaného prieskumu môžeme konštatovať, že tvorivosť je v každom z nás a je len na nás ako a či ju budeme využívať. Je rovnako dôležitá v každej oblasti, či už ide o vedu, umenie alebo manažment. Každý manažér musí mať istý stupeň tvorivosti aby dokázal rýchlo reagovať na vzniknuté problémy a tiež nato aby bol vo svojej práci úspešný. Využívanie tvorivosti v manažmente má veľký význam pre každú organizáciu, čo nám potvrdili aj naši respondenti v dotazníkovom prieskume.

Zoznam použitej literatúry

1. Ako využiť tvorivosť pre radosť zo sebavyjadrenia. [online]. [cit. 24.04.2014]. Dostupné na internete:
<http://www.caroin.sk/sk/Inspiracie/Ako-vyuzit-tvorivost-pre-radost-zo-sebavyjadrenia.al ej?ind>
2. BOROŠ, J. 1977. Základy psychologie. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1977. 393 s.
3. ČERVENÝ J. 2008. Čo vyžaduje tvorivý prístup. [Online]. [cit. 23.04.2014] Dostupné na internete:
<http://cerven.blog.sme.sk/c/146328/Co-vyzaduje-tvorivy-pristup.html>
4. DADOVÁ, L. 2014. Využívanie tvorivosti v manažmente: bakalárska práca. Zvolen: Technická univerzita vo Zvolene. 2014.
5. DRUSKA, P. 2007. Rozvoj osobnosti. [online]. [cit. 24.04.2014]. Dostupné na internete:
<http://sietook.dvp.sk/2007/06/18/10-krokov-ako-sa-kazdy-moze-stat-tvorivym/>
6. GHISELIN, B. The creative process and its relation to the identification of creative talent, In Taylor C.W. : The University of Utah Research, 1995, s. 195-203.
7. HLAVSA, J. Psychologické základy teórie tvorby. Praha, Academia 1985.
8. HOSPODÁŘOVÁ, I. Kreativní management v praxi. Praha : Grada Publishing, a.s., 2008. 136 s. ISBN 978-80-247-1737-1.
9. ISAKSEN, S.: Frontiers of creativity research: Beyond the basics. Buffalo, Bearly Limited, 1987. 435 s. ISBN 978-09-434-5624-9
10. KOVÁČ, M. Inovácie a technická tvorivosť. Košice : TU Košice. 2002, 154 s. ISBN 80-7165-69-1

11. Kreativita v riadení. [online] 2011. [cit. 24.04.2014]. Dostupné na internete: https://www.pp.sk/7700/Kreativita-v-riadeni_A-DAU35997.aspx
12. MIKULÁŠTIK, M. Tvořivost a inovace v práci manažera. Praha : Grada Publishing, a.s., 2010, 208 s. ISBN 978-80-247-2016-6
13. NICHOLLS, J. C.: Creativity in the useful, In american Psychologist, 27 (8), 1972, s. 717-727.
14. ZAUŠKOVÁ, A., LOUČANOVÁ, E. Inovačný manažment. Zvolen : Technická univerzita vo Zvolene, 2008. 91 s. ISBN 978-80-228-1953-4.
15. ŽÁK, P. Kreativita a její rozvoj. Brno: Computer Press, 2004. ISBN 80-251-0457-5.

Spoluautorom článku je Lenka Dadová, Katedra marketingu, obchodu a svetového lesníctva, Drevárskej fakulty Technickej univerzity vo Zvolene, 960 53 Zvolen, Slovenská republika
