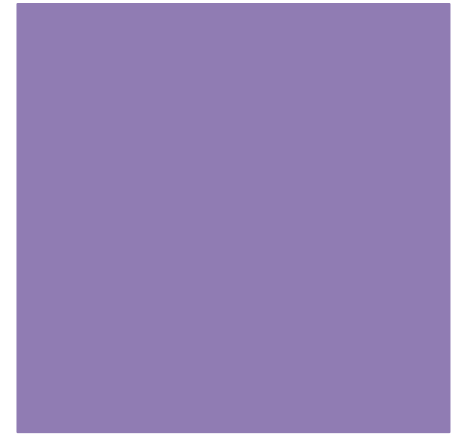




Kreativita

Unit 1.8: Jak řídit proces
kreativity: Kritické faktory
úspěchu



+ Jak řídit proces kreativity : klíčové faktory úspěchu

Tato sekce poskytuje informace o způsobu, jakým je kreativita v organizacích udržována. Představuje pět kritických faktorů úspěchu, které mají být uváženy a monitorovány.

Cíle:

- Představit klíčové faktory úspěchu s příklady a návody
- Ukázat indikátory a nástroje k udržení inovačního a kreativního procesu okolo pěti faktorů.

Naučíte se:

- Co je kritické při řízení procesu kreativity
- Úspěšně aplikovat koncepty a nástroje pro kreativní řízení
- Jak zvýšit kreativitu řízení



+
Existuje pět klíčových faktorů pro řízení kreativity



Vedení lidí

Kultura

Komunikace

Motivace

Struktura

+ Firemní kultura a vedení lidí pro stimulaci kreativity

- ➔ Závazek a podpora vedoucích pracovníků; systémový přístup
- ➔ Směr a oblast rozvoje společnosti: portfolio pro inovace
- ➔ U společnosti Apple vedení následuje a aplikuje slogan „Všichni pracují spolu pro dobro společnosti Apple“
- ➔ Vytváření nápadů a mírná tolerance rizik
- ➔ Komunikace, sdílení a přístup pro každého zaměstnance



Vedení lidí

Efektivní vedení lidí je důležité pro úspěšné generování nápadů a kreativity. Vůdci mohou pozitivně ovlivnit skupinu směrem k dosažení jejich cílů pomocí tří zásad

- Založení a komunikování cílů
- Vybudovat důvěru a inspirující pracovní tým
- Definovat jasný účel a strategický záměr



Důvod pro změnu

Cvičení



Nutnost inovací (důvod pro změnu)

Definujte ve skupinách změny ve vašem průmyslovém prostředí: co se děje s konkurencí, poptávka, zákazníci...

Proč se potřebujeme změnit? Ambiciózní vlastník/CEO? Jak moc a co přesně je potřeba změnit?

Zkuste vytvořit důvod pro nutnost změny, např. inovaci a následně ji odprezentujte přesvědčivým způsobem vašim kolegům.

Podívejte se na klíčové a strategické části a zvažte jak rozsáhlé jsou: znalosti a technologie, nové a lepší služby, produkty, cenová politika, lepší provozní vedení, lepší porozumění zákazníkům a trhů, nesplněné a neznámé zákaznické potřeby

+ Které trendy ovlivňují váš byznys?



Globální Trendy Sociální, technologické, ekonomické, environmentální, politické

-
-
-
-
-
-
-

Změna schopností Kompetence, technologie, dodavatelé, partneři & sítě

-
-
-
-
-
-
-

Konkurenti a náhradníci

-
-
-
-
-
-
-

Změny potřeb a zákazníků Spotřebitelé, klienti, distribuční kanály, influenceri

-
-
-
-
-
-
-



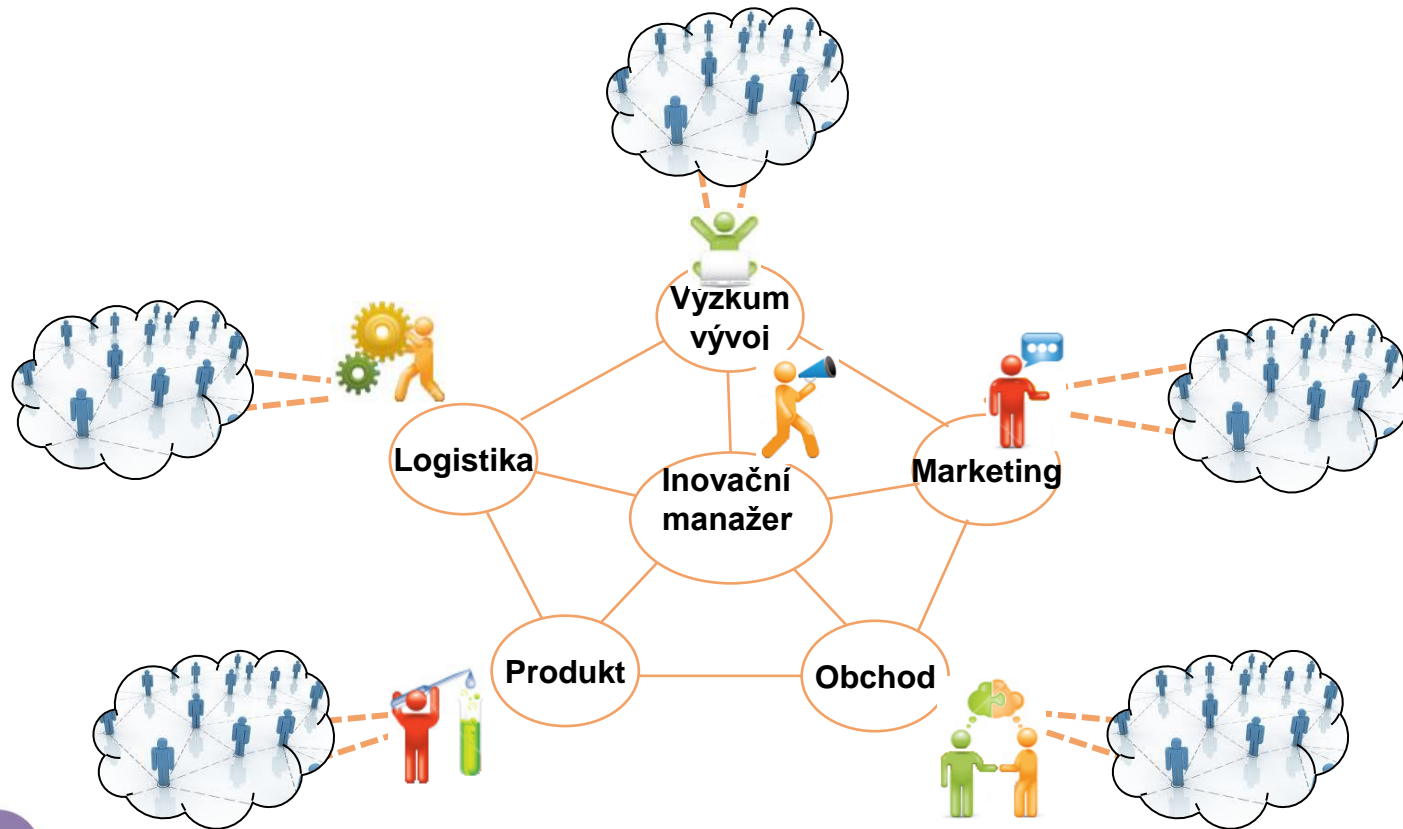
Kultura

Kultura je sbírka základních hodnot a systémů víry, které dávají organizacím smysl a je vytvořena ze široké škály vnitřních a vnějších vlivů, z nichž některé je obtížné zvládnout

Můžete:

1. Vytvořit viditelné spojení mezi **sdílením znalostí** a praktickými obchodními cíli
2. integrovat **vytváření a přenos znalostí** spolu s existujícími klíčovými obchodními cíli
3. sladit struktury **odměňování a uznávání** za účelem podpory přenosu a opětovného použití znalostí (jak bylo uvedeno výše).
4. Zkuste vytvořit **otevřené prostředí** s prostory, ve kterých mohou lidé konverzovat bez toho aby je ostatní vyrušovali.

+ Struktura vyžaduje spolupráci mezi odděleními





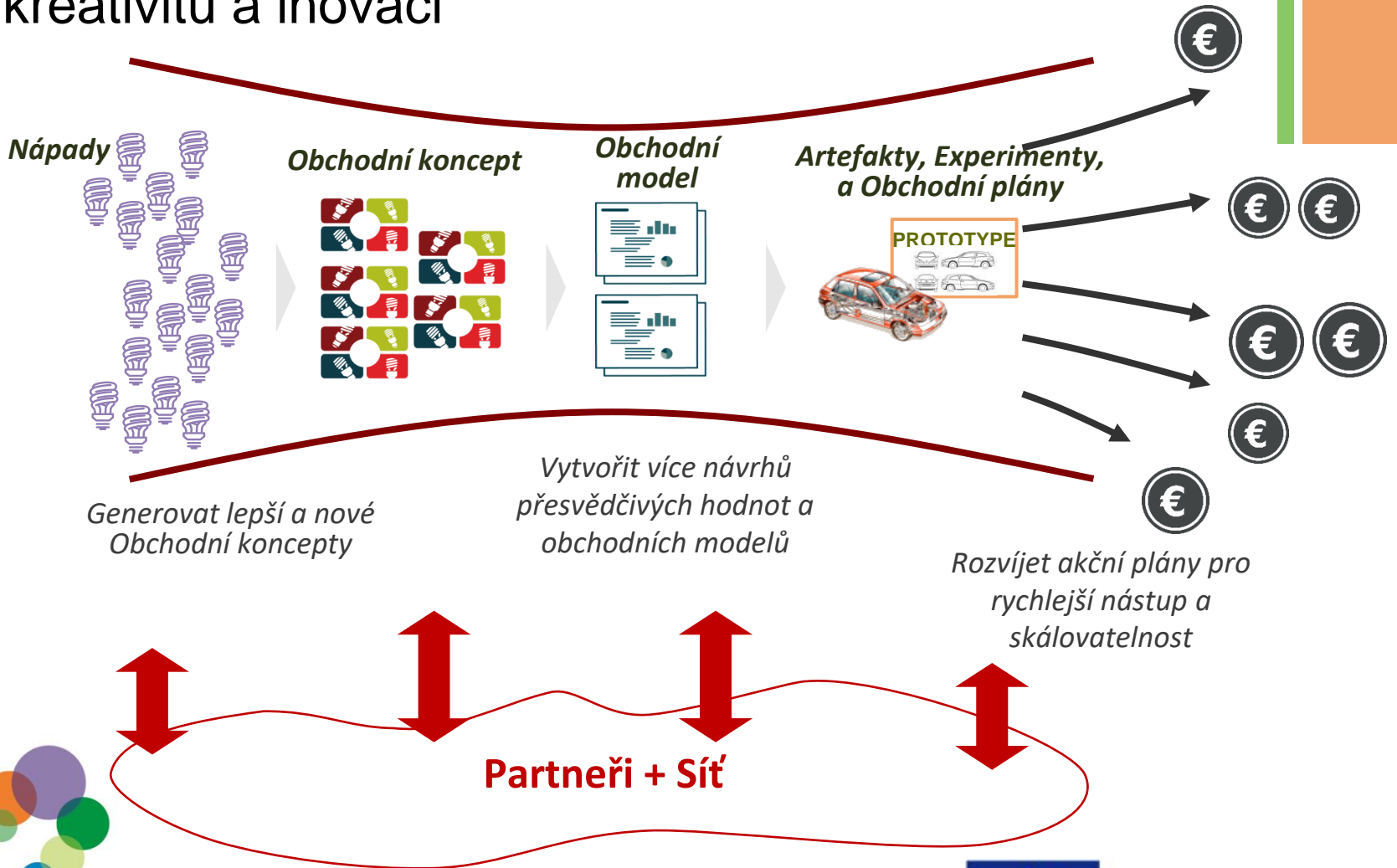
Motivace a komunikace



- **Rozhodovací orgán:** 95 procent vysokého závazku uděluje nezbytnou rozhodovací pravomoc
- **Respekt a uznání:** Organizace s vysokým motivačním závazkem dosahují vyššího stupně splnění závazku, zvláště pak s ohledem na šetrné zacházení, dávání smyslu a uznání.
- **Inovace a kultura:** Pouze 10 procent firem s nižším motivačním závazkem mají inovační a chybovou kulturu, kdežto firmy s vyšším závazkem se pohybují okolo 91 procent
- **Zpětná vazba:** 95 procent manažerů dává průběžnou zpětnou vazbu a ujišťují se zda jsou zaměstnanci motivovaní.
- **Manažeři a koučové:** V organizacích s vysokým zaměstnaneckým závazkem se manažeři soustředí více na úkoly, které jsou orientované na řízení lidí s úkoly jako je koučink, zpětná vazba a motivace zaměstnanců.



Partnerství a spolupráce jsou kritické pro úspěšnou kreativitu a inovaci



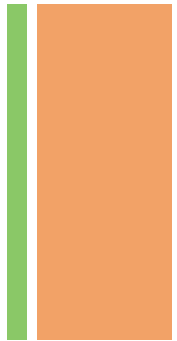
Výhra-Výhra-Výhra (každý musí vyhrát)



Partneři a zúčastněné strany musí mít vzájemné výhody



Existují tři možnosti pro organizaci za účelem získání požadovaných kompetencí



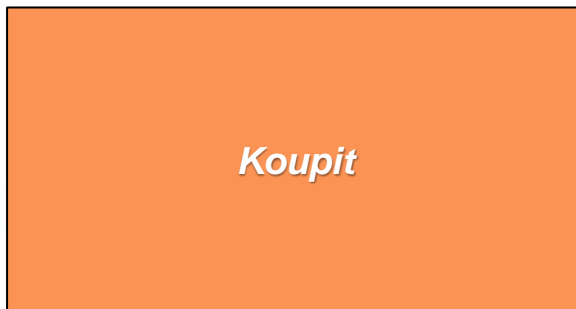
Udělat

Interní týmy a multifunkční týmy



Spolupracovat

Externí týmy skrz partnery a sítě



Koupit

Zdroj a nákup



Možnost rozdílné technologie & vývoj partnerské spolupráce existují, každá charakterizována rozsahem parametrů

(Otevřené) Inovační možnosti

1. Interní
2. Smluvní výzkum
3. Licencování
4. Jednoúčelové partnerství
5. Partnerství společného rozvoje
6. Konsorcium pro rozvoj
7. Vícehrotové obchodování
8. Crowd Sourcing

Klíčové parametry partnerské spolupráce

1. Risk/Odměna
2. Množství spolupráce
3. Druh vztahu
4. Partnerská rozhodovací síla
5. Struktura správy
6. Duševní vlastnictví
7. Typ portfolia projektu
8. Interakce s ostatními partnery

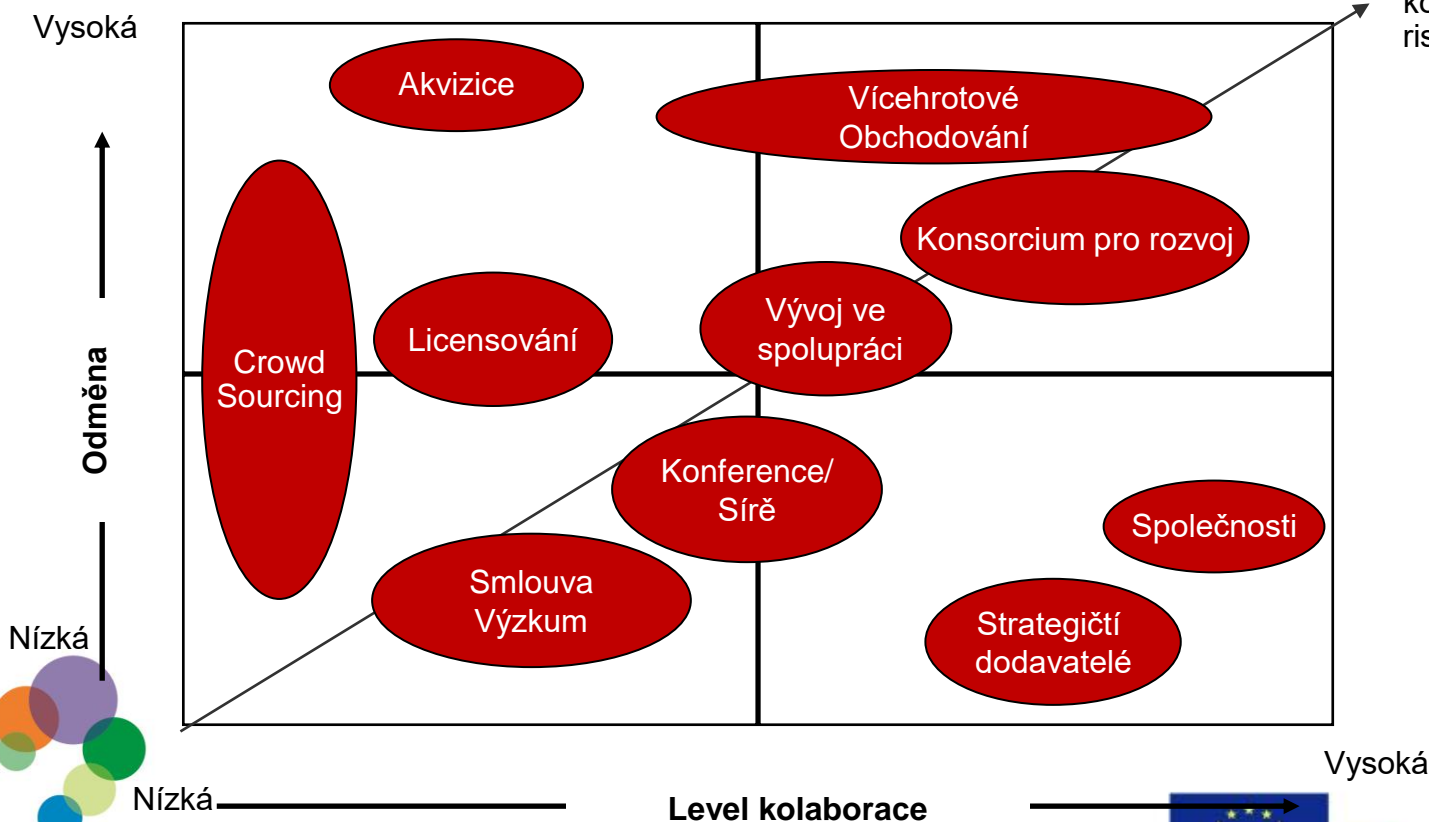


Inovace a technologické partnerství které nabízí lepší odměny a vyžaduje více spolupráce mezi dvěma partnery, aby byly oba úspěšní



Investiční risk vs. Level spolupráce

Zvýšení komplexního risku a řízení



+ Učební pomůcky

Inovační kultura: Jak mohou malé gesta vytvořit velký dopad na motivaci zaměstnanců,

<https://www.lead-innovation.com/english-blog/innovation-culture-employee-motivation>

Úspěšná motivace pomocí inovace, Říjen 2015

Verslas teorija ir praktika 16(3):223-230,

https://www.researchgate.net/publication/283852840_Successful_innovation_by_motivation

Jak demokratizujeme inovace?,

<https://ixl-center.com/index.php/2018/12/03/ demokratize-innovation/>

Shrnutí

Hlavní účelem téhle tréninkové jednotky je poskytnout přehled a ukázat některé klíčové aspekty pro udržení kreativity v organizacích.

After initiating and developing the process of creativity it has to be managed and made integral part, or DNA of the SME.

Klíčové faktory úspěchu jsou: Kultura, Komunikace, Struktura, Motivace, Vedení lidí. Jakmile jsou tyto faktory dostatečně rozvinuté, lze lehčeji dosáhnout cíle.

V neposlední řadě jednotka předkládá informace o kritické úloze partnerství a sítí v procesu kreativity.