

**Využívanie metód pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity
zamestnancov podnikmi v Slovenskej republike**
**The use of methods for stimulating new ideas and creativity of employees of
enterprises in the Slovak Republic**

Zuzana Krátka

Abstrakt: Kreativita je jednou z najdôležitejších podmienok vzniku a šírenia inovácií v ekonomike. Tento článok je zameraný na komparáciu využívania metód pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity zamestnancov podnikmi v Slovenskej republike a v iných krajinách Európskej únie.

Abstract: Creativity is one of the most important conditions for the creation and the dissemination of innovations in the economy. In this paper we will concentrate on the comparison of the methods for stimulating new ideas and creativity of employees of enterprises in the Slovak Republic and in other EU countries.

Kľúčové slová: inovácie, podnik, kreativita, metódy pre stimuláciu kreativity, Inov 1-99

Keywords: innovation, enterprise, creativity, method for stimulating creativity, Inov 1-99

JEL classification: L26, M54, O31, O34

1. Úvod

V globalizujúcom sa svete konkurencia neustále prudko rastie. Vo väčšine odvetví sa dnes presadzuje globálna konkurencia, ktorá je akcelerovaná technologickým a informačným transferom – hovorí sa o hyperkonkurencii. Táto neustále sa zvyšujúca globálna konkurencia mení bázu konkurenčných výhod. V posledných rokoch je odborníkmi z teórie aj praxe venovaná stále väčšia pozornosť kreativite ako novému typu konkurenčnej výhody.

V súčasnosti je pre ekonomický úspech popri finančnom kapitále, prírodných zdrojoch a znalostiach stále dôležitejšia kreativita.¹ Kreativita je jednou z najdôležitejších podmienok vzniku a šírenia inovácií v spoločnosti a jej ekonomike, a to na makroúrovni aj na mikroúrovni. Súčasťou inovačnej stratégie každého podniku by teda mala byť stimulácia kreativity jeho zamestnancov. Preto európsky štatistický systém, ktorý v krajinách EÚ zabezpečuje spoločné zisťovania o inováciách (Community Innovation Survey - CIS), zaradil do CIS 2010 aj ukazovatele týkajúce sa kreativity zamestnancov. Tieto ukazovatele boli nepovinné, ale napriek tomu ich väčšina členských krajín uviedla. Pre zisťovanie CIS 2010 bol pripravený modelový dotazník v rámci Eurostatu v spolupráci s členskými krajinami, podobne ako v prípade predchádzajúcich zisťovaní. Dotazník bol preložený do slovenského jazyka v podobe Inov 1-99 za rok 2010.

2. Inov 1-99 – základný zdroj údajov o využívaní metód pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity zamestnancov podnikmi v SR

Inov 1-99 uvádza údaje o metódach, ktoré boli podnikmi v SR považované za úspešné pri stimulovaní kreativity zamestnancov, v module 659 s názvom „Tvorivosť a zručnosti“. Obsahuje údaje o inovačnej aktivite podnikov v priemysle a vybraných odvetviach služieb, ktoré sú výsledkom spracovania štatistického zisťovania o inováciách Inov 1-99, ktoré sa vykonalo v roku 2011. Obsah zisťovania sa týkal referenčného obdobia 2008-2010.

Metodika uvedeného štatistického zisťovania o inováciách bola vypracovaná v rámci procesu implementácie metodiky štatistiky krajín Európskej únie na základe OSLO manuálu

¹Rozoznávame tri základné druhy kreativity: technickú, ekonomickú a umeleckú, resp. kultúrnu.

OECD/Eurostat a bola harmonizovaná so spoločným zisťovaním krajín EÚ (CIS 2010). Zisťovanie o inováciách bolo vykonané na 3 310 spravodajských jednotkách, čo zodpovedá 42,4 % výberovej vzorke z celkového súboru. Štatistickou jednotkou bol podnik. Súbor spravodajských jednotiek bol vytvorený zo štatistického registra podnikov kombináciou metódy vyčerpávajúceho zisťovania (v prípade veľkých podnikov s počtom zamestnancov 250 a viac) a stratifikovaného náhodného výberu (v prípade stredných a malých podnikov). Zahŕňali sa podniky s počtom 10 a viac zamestnancov. Uvedené výsledky boli spracované na základe odpovedí 2 363 respondentov pri 71,4 % návratnosti vyplnených dotazníkov. Prezentované údaje boli získané vážením a zovšeobecnené na celý súbor 7 033 podnikov. (ŠÚ SR, 2012, s. 251-252)

Inov 1-99 v rámci modulu 659 „Tvorivosť a zručnosti“ zisťoval, či daný podnik použil v rokoch 2008-2010 niektorú z uvedených metód pre stimuláciu nových myšlienok alebo kreativity medzi svojimi zamestnancami a ak áno, či bola táto metóda úspešná pri vytváraní nových nápadov alebo zvýšení kreativity. Išlo o nasledujúce metódy:

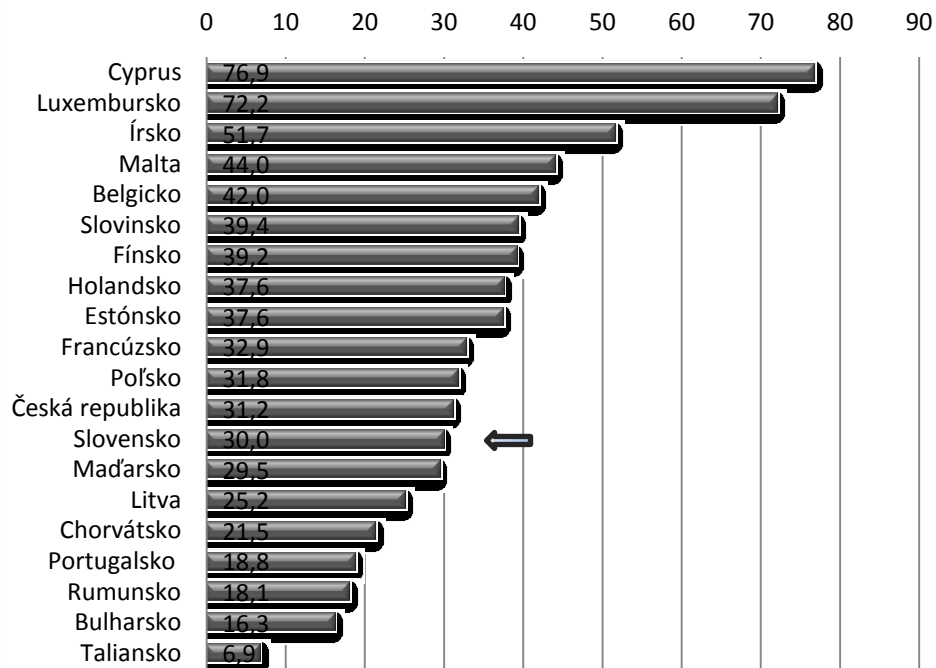
- brainstorming,
- viacodborové alebo viacfunkčné pracovné tímy,
- rotácia zamestnancov do rôznych oddelení alebo iných častí v rámci podniku alebo v rámci danej skupiny podnikov,
- finančné stimuly pre zamestnancov na rozvoj nových nápadov,
- nefinančné stimuly pre zamestnancov na rozvoj nových nápadov (napr. voľný čas, spoločenské uznanie, zaujímavejšia práca, a pod.),
- školenia zamestnancov o tom, ako rozvíjať nové nápady a tvorivosť.

3. Komparácia využívania metód pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity zamestnancov podnikmi v SR a v iných krajinách EÚ

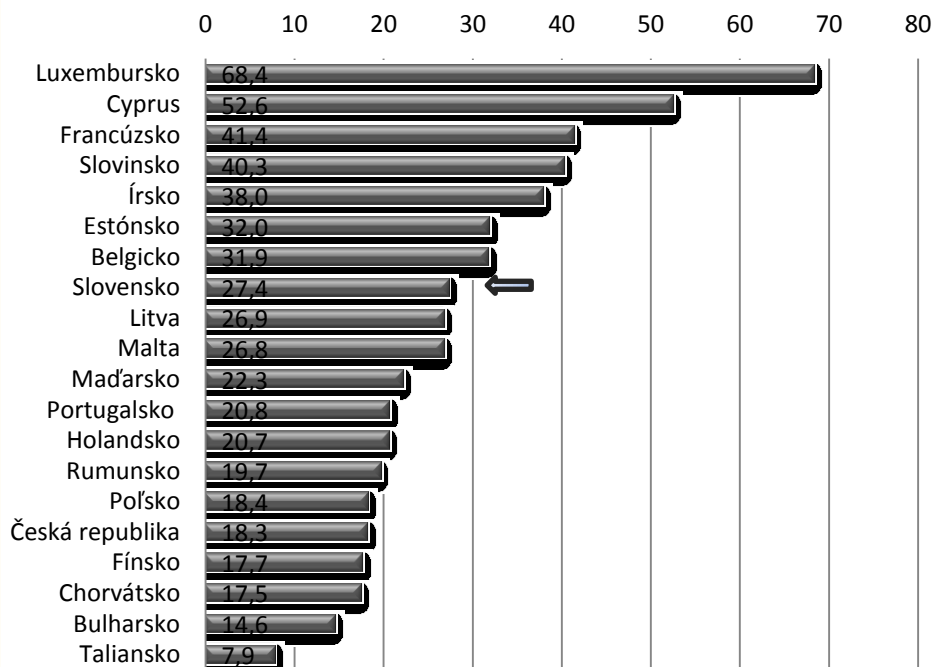
Komparácia využívania metód pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity zamestnancov podnikmi v SR a v iných krajinách EÚ vychádza z údajov štatistického zisťovania CIS 2010, pre ktoré bol v rámci Eurostatu pripravený modelový dotazník. Keďže ukazovatele týkajúce sa kreativity zamestnancov boli nepovinné, nie všetky členské krajiny ich uviedli. K dispozícii nie sú údaje z nasledujúcich členských štátov: Dánsko, Grécko, Lotyšsko, Nemecko, Rakúsko, Spojené kráľovstvo, Španielsko, Švédsko.

Nižšie uvedené grafy znázorňujú podiel podnikov s inovačnou aktivitou v jednotlivých štátoch EÚ, ktoré uviedli vysoký stupeň dôležitosti danej metódy pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity medzi svojimi zamestnancami.

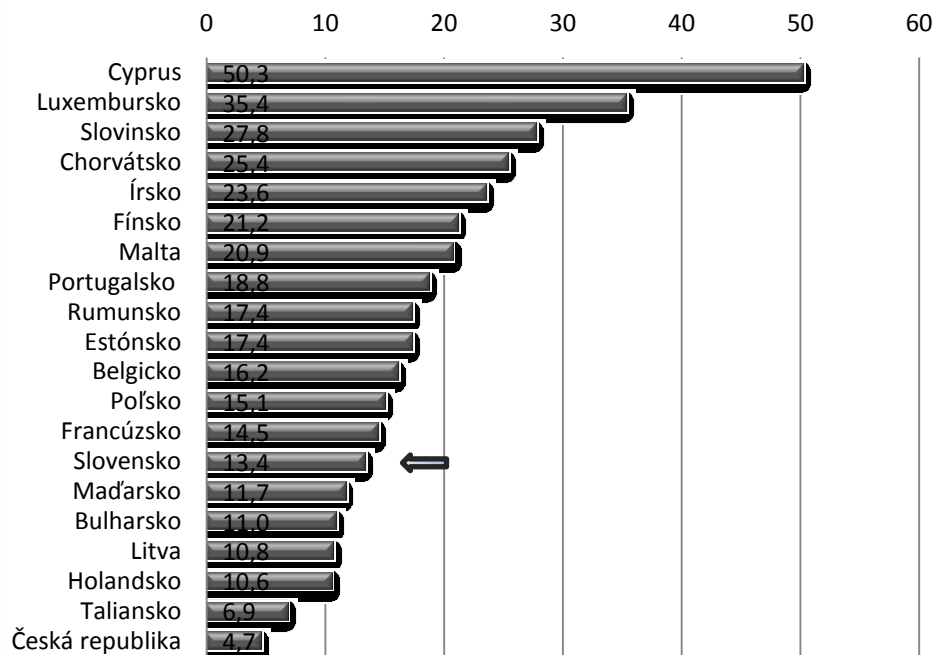
Z údajov CIS 2010 vyplýva, že najúspešnejšou metódou podnecovania kreativity je podľa inovujúcich podnikov EÚ brainstorming, za druhú najúspešnejšiu metódu stimulácie kreativity považujú podniky EÚ s inovačnými aktivitami viacodborové alebo viacfunkčné pracovné tímy, za účinnú považujú aj školenia zamestnancov o tom, ako rozvíjať nové nápady a kreativitu. Metódy súvisiace s rotáciou zamestnancov do rôznych oddelení alebo iných častí v rámci podniku alebo v rámci danej skupiny podnikov, finančné stimuly pre zamestnancov na rozvoj nových nápadov a tiež nefinančné stimuly pre zamestnancov na rozvoj nových nápadov (napr. voľný čas, spoločenské uznanie, zaujímavejšia práca, a pod.) boli relatívne menej často označené inovujúcimi podnikmi ako úspešné.



Graf 1 Brainstorming– podiel podnikov s inovačnou aktivitou, ktoré uviedli vysoký stupeň dôležitosti danej metódy pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity medzi svojimi zamestnancami
 Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Eurostat

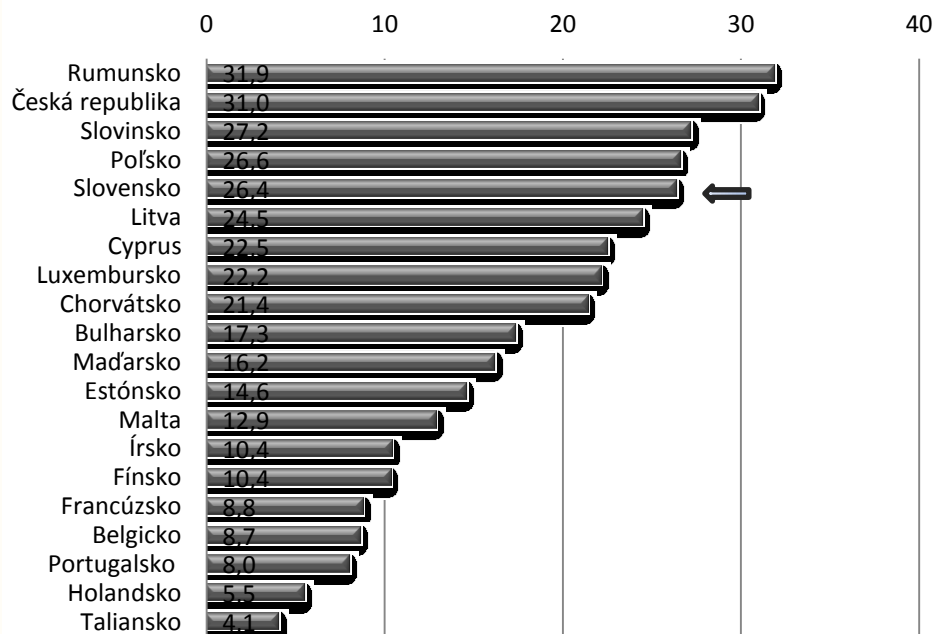


Graf 2 Viacodborové alebo viacfunkčné pracovné tímy– podiel podnikov s inovačnou aktivitou, ktoré uviedli vysoký stupeň dôležitosti danej metódy pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity medzi svojimi zamestnancami
 Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Eurostat



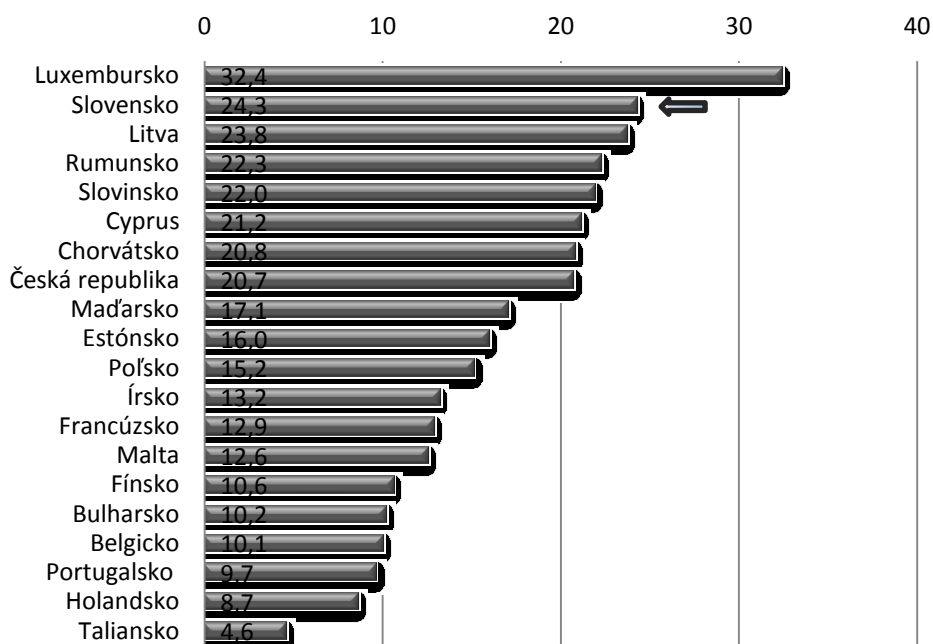
Graf 3 Rotácia zamestnancov do rôznych oddelení alebo iných častí vašej skupiny podnikov – podiel podnikov s inovačnou aktivitou, ktoré uviedli vysoký stupeň dôležitosti danej metódy pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity medzi svojimi zamestnancami

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Eurostat



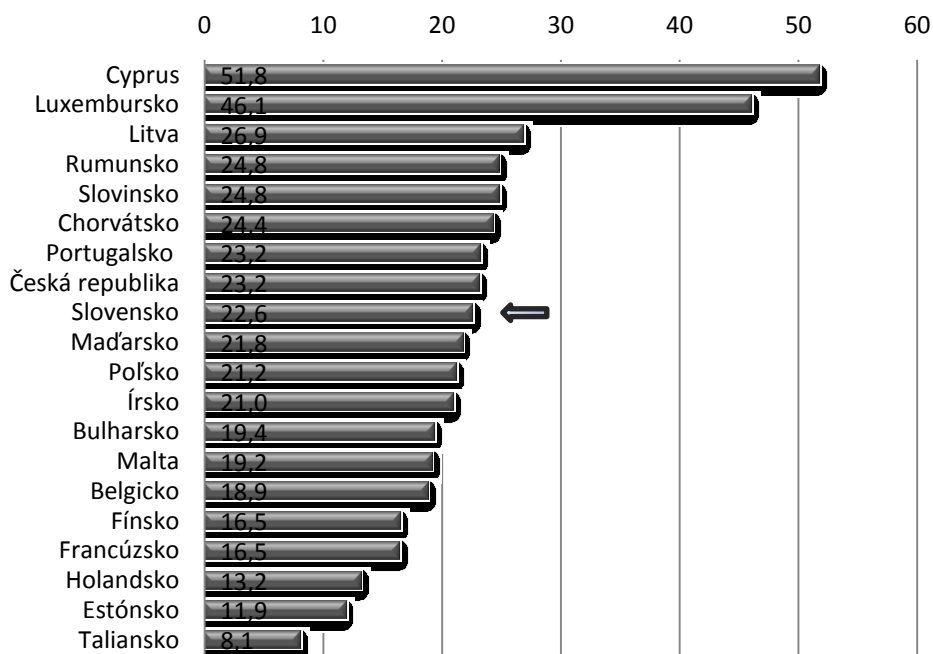
Graf 4 Finančné stimuly pre zamestnancov na rozvoj nových nápadov – podiel podnikov s inovačnou aktivitou, ktoré uviedli vysoký stupeň dôležitosti danej metódy pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity medzi svojimi zamestnancami

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Eurostat



Graf 5 *Nefinančné stimuly pre zamestnancov na rozvoj nových nápadov– podiel podnikov s inovačnou aktivitou, ktoré uviedli vysoký stupeň dôležitosti danej metódy pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity medzi svojimi zamestnancami*

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Eurostat



Graf 6 *Školenia zamestnancov o tom, ako rozvíjať nové nápady a kreativitu– podiel podnikov s inovačnou aktivitou, ktoré uviedli vysoký stupeň dôležitosti danej metódy pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity medzi svojimi zamestnancami*

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z Eurostat

Inovujúce podniky vo väčšine krajín EÚ považujú za najviac prospešný spôsob stimulácie kreativity brainstorming – na Cypre je to až 76,9 % podnikov, v Luxembursku 72,2 %, v SR 30,0 %, čo nás z hodnotených 20 štátov zaraďuje na 12. miesto.

Druhou najúspešnejšou metódou podnecovania kreativity sú podľa inovujúcich podnikov EÚ viacodborové alebo viacfunkčné pracovné tímy – v Luxembursku túto metódu považuje za účinnú až 68,4 % inovujúcich podnikov, na Cypre 52,6 % podnikov, v SR 27,4 %, čo nás zaraďuje na 8. miesto.

Tretou najúspešnejšou metódou podnecovania kreativity sú podľa inovujúcich podnikov EÚ školenia zamestnancov o tom, ako rozvíjať nové nápady a kreativitu – na Cypre túto metódu považuje za účinnú 51,8 % inovujúcich podnikov, v Luxembursku 46,1 % podnikov, na Slovensku 22,6 %, čo nás zaraďuje na 9. miesto.

Ďalšie tri metódy boli podnikmi vyhodnotené ako menej účinné. Rotáciu zamestnancov do rôznych oddelení alebo iných častí v rámci podniku alebo v rámci danej skupiny podnikov využíva a považuje za úspešnú 50,3 % inovujúcich podnikov na Cypre, 35,4 % v Luxembursku a 13,4 % na Slovensku, čo nás zaraďuje na 14. miesto.

Finančné stimuly pre zamestnancov na rozvoj nových nápadov využíva a považuje za úspešné 31,9 % inovujúcich podnikov v Rumunsku, 31 % v Českej republike, 26,4 % v Slovenskej republike, čo nás zaraďuje na 5. miesto.

Nefinančné stimuly pre zamestnancov na rozvoj nových nápadov (napr. voľný čas, spoločenské uznanie, zaujímavejšia práca, a pod.) využíva a považuje za úspešné 32,4 % inovujúcich podnikov v Luxembursku a 24,3 % inovujúcich podnikov na Slovensku, čo nás zaraďuje na 2. miesto z hodnotených 20 krajín.

4. Záver

Kreativita zamestnancov je dôležitou podmienkou úspešných inovácií podnikov bez ohľadu na ich veľkosť a sektor v ktorom pôsobia. Súčasťou inovačnej stratégie každého podniku by teda mala byť stimulácia kreativity jeho zamestnancov. Z údajov CIS 2010 vyplýva, že najúčinnejšou metódou stimulácie kreativity je podľa inovujúcich podnikov Európskej únie brainstorming a druhou najúčinnejšou metódou sú viacodborové alebo viacfunkčné pracovné tímy. Za úspešnú metódu stimulácie kreativity zamestnancov považujú aj školenia zamestnancov o tom, ako rozvíjať nové nápady a kreativitu. Naopak, podľa týchto podnikov sa v praxi menej osvedčili metódy súvisiace s rotáciou zamestnancov do rôznych oddelení podniku, finančné stimuly pre zamestnancov na rozvoj nových nápadov a tiež nefinančné stimuly pre zamestnancov na rozvoj nových nápadov (napr. voľný čas, spoločenské uznanie, zaujímavejšia práca, a pod.).

Z výsledkov uskutočnenej komparácie vyplýva, že podniky pôsobiace v Slovenskej republike nepatria v rámci EÚ vo využívaní metód pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity zamestnancov medzi najhoršie, problémom však je, že nedostatočne využívajú práve tie metódy, ktoré sú považované za najúčinnejšie. Preto je žiaduce v oveľa väčšej miere ako doteraz venovať pozornosť brainstormingu a viacodborovým alebo viacfunkčným pracovným tímom ako najúspešnejším metódam pre stimuláciu nových myšlienok a kreativity zamestnancov podnikov Európskej únie.

5. Literatúra

EUROSTAT 2013. *Innovationstatistics*. [citované 20.12.2013]. Dostupné z <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Innovation_statistics>

KLOUDOVÁ, J. 2009. Kreativní ekonomika a její měření. In: *Ekonomický časopis*, roč.57/2009, č. 3, s. 247. ISSN: 0013-3035.

ŠÚ SR 2010. Formulár Inov 1-99. Bratislava: ŠÚ SR. [citované 18.12.2013]. Dostupné z <http://portal.statistics.sk/files/Sekcie/sek_200/Vzory_formularov/rok_2010/f_inov199_10.pdf>

ŠÚ SR 2012. *Inovačná aktivita podnikov v Slovenskej republike 2008-2010*. Bratislava: ŠÚ SR. ISBN978-80-8121-156-0.

ZAJKO, M. A KOL. 2011. *Inovácie: riadenie, hodnotenie, podpora, financovanie a transfer*. Bratislava : STU. ISBN: 978-80-85659-65-8.

Adresa autora:

Zuzana Krátka, Mgr. Ing., PhD.

ÚM STU – OEMP

Vazovova 5, 812 43 Bratislava

zuzana.kratka@stuba.sk

Príspevok je čiastkovým výstupom v rámci výskumného projektu VEGA č. 1/1164/12 „Možnosti uplatnenia informačných a komunikačných technológií na zvyšovanie efektívnosti medzinárodnej spolupráce malých a stredných podnikov SR v oblasti inovácií“.