

STŘEDOŠKOLSKÁ ODBORNÁ ČINNOST

INOVACE JAKO CESTA Z KRIZE

Magda Cíhová

Alena Josková

Uherské Hradiště 2013

STŘEDOŠKOLSKÁ ODBORNÁ ČINNOST

Obor SOČ: 13. Ekonomika a řízení

INOVACE JAKO CESTA Z KRIZE

INNOVATION AS A WAY OUT OF CRISIS

Autoři:

Magda Cíchová
Alena Josková

Škola:

Obchodní akademie, Vyšší
odborná škola a Jazyková škola
s právem státní jazykové zkoušky
Uherské Hradiště

Konzultant:

Ing. Adam Skovajsa

Uherské Hradiště 2013

Prohlášení

Prohlašujeme, že jsme svou práci vypracovaly samostatně, použily jsme pouze podklady citované v práci a postup při zpracování práce je v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů v platném znění.

V dne podpis:

V dne podpis:

Poděkování

Děkujeme Ing. Adamovi Skovajsovi za obětavou pomoc a podnětné připomínky, které nám během práce poskytoval.

ANOTACE

Naše práce se zabývá inovacemi, které se mohou stát jednou z cest ze současné krize. V teoretické části vychází z odborných publikací a z našich znalostí. Je zde charakterizována invence, inovace, kreativní ekonomika a krize. Zmiňuje také riziko, které k inovacím neodmyslitelně patří. V praktické části uvádí několik inovací dotýkající se problémů v našem regionu. V oblasti školství upozorňuje na miniškolky. Realnost návrhu zjišťuje pomocí dotazníků, kde cílovou skupinou byly matky s malými dětmi. Jako pomoc pro podniky uvádí inovační techniky. Současné využití a postoj firem k inovačním technikám zkoumá opět pomocí dotazníků. Nastiňuje i další návrhy inovací.

Klíčová slova: invence; inovace; inovační techniky; kreativita

ANNOTATION

Our work deals with innovations which can become one of the ways to tackle the existing crisis. In its theoretical part it leans on specialist studies as well as on our own experience. It explains the terms like invention, innovation, creative economy, and crisis. It also mentions risk as an inseparable part of any innovation.

In its practical part the work introduces several innovations related to problems of our region. With regard to education it points out the issue of mini-preschool facilities. Its feasibility is based on survey questionnaires, where mothers having preschool aged children were targeted. Herein stated methods of innovation are meant to be an aid for business companies.

Survey questionnaires were also used for analysis of companies' attitudes to innovation techniques and their possible utilization. The work also outlines some other innovation proposals.

Keywords: invention; innovation; innovative technology; creativity

Obsah

Úvod.....	7
Metodický postup.....	8
1. Invence a inovace.....	10
1.1. Invence.....	10
1.1.1. Pojem invence.....	10
1.1.2. Stupeň invence.....	10
1.1.3. Struktura efektivního myšlení.....	11
1.2. Inovace.....	11
1.2.1. Pojem inovace.....	11
1.2.2. Druhy inovací.....	12
1.2.3. Zdroje inovací.....	13
1.2.4. Inovující podnik.....	14
1.2.5. Inovační techniky.....	14
1.2.6. Česká spořitelna a inovace.....	24
2. Kreativní ekonomika.....	25
2.1. Kreativita.....	25
2.2. Kreativní ekonomika.....	25
2.3. Předpoklady rozvoje kreativní ekonomiky.....	26
2.3.1. Oblast spotřebitele.....	26
2.3.2. Oblast pracovní síly.....	27
2.3.3. Oblast prostředí.....	27
2.4. Faktory rozvoje kreativní ekonomiky.....	28
2.5. Tvořivost.....	29
3. Riziko.....	30
3.1. Pojetí rizika.....	30
3.2. Faktory rizika.....	30
3.3. Nedostatky kreativní ekonomiky.....	31
4. Krize.....	32
4.1. Pojem krize.....	32
4.2. Krizová situace.....	32
4.3. Krizový stav.....	32
4.4. Příznaky krize.....	33
4.5. Implementace v období krize.....	34
5. Praktická část.....	35
5.1. Inovace ve školství - zavedení miniškolek.....	36

5.1.1.	Shrnutí inovace ve školství	48
5.2.	Inovace v podnicích – zavedení inovačních technik.....	49
5.2.1.	Shrnutí inovace v podnicích.....	56
5.3.	Další návrhy inovací	57
5.3.1.	Inovace v zemědělství	57
5.3.2.	Inovace v oblasti regionální turistiky	60
5.3.3.	Inovace na pracovišti.....	60
5.3.4.	Inovace v sociální oblasti	61
5.3.5.	Inovace v oblasti bydlení	63
5.4.	Vlastní aktivita v oblasti inovací.....	64
5.4.1.	Webová stránka.....	64
5.4.2.	Facebooková stránka.....	65
5.4.3.	Spolupráce s institucemi	67
5.5.	Shrnutí praktické části.....	83
	Závěr	84
	Příloha 1	85
	Příloha 2	89
	Slovník pojmů	91
	Seznam obrázků, grafů a tabulek	94
	Seznam použité literatury.....	96

Úvod

Jsme žákyně Obchodní akademie, Vyšší odborné školy a Jazykové školy s právem státní jazykové zkoušky Uherské Hradiště, a tudíž se přirozeně zajímáme o současnou ekonomiku, která se bohužel už několik let nachází v silné krizi. Každý o ní dokáže mluvit, psát a poučovat, ale nikdo nedovede najít způsob, jak ji vyřešit. My jsme se nad tímto problémem zamyslely a napadla nás řada inovací, kterým jsme se rozhodly věnovat.

Inovace, díky jejich nevyčerpatelnosti, by totiž mohly být jednou z cest, jak se dostat z této současné ekonomické krize. Podniky hledají nové myšlenky a nekonvenční řešení. Nejen pracovníci v propagaci a vývoji produktů, ale také marketingoví specialisté, vedoucí pracovníci, tedy celé podniky se svými zaměstnanci by měli ovládat zvláštní kompetenci, která jim pomůže obstát v konkurenci – kreativitu. Kreativita prožívá období vzestupu. Přináší nám nový pohled na věc, spoustu dosud neobjevených pracovních míst, ale hlavně možnou inovaci ve všech oborech s minimem nákladů. A to je přesně to, co potřebuje naše současná ekonomika. Je třeba prodávat více intelektu a méně materiálu.

V praktické části jsme navrhly různé způsoby inovací v oborech, které nám připadají v našem okolí nejvíce problematické. Zaměřily jsme se na inovace ve školství, kde je aktuální problém s přeplněností školek, a to nejen v našem regionu. Zároveň, díky této inovaci, mohou být zaměstnány matky po mateřské, které jen těžko hledají práci. Další inovace směřuje do podniků, k zefektivnění jejich práce inovačními technikami. Inovační techniky jako například brainstorming, brainwriting atd. pomohou dosáhnout úspěšných cílů v podniku, novým cestám a nápadům, jak zefektivnit nejen práci, ale i praktické využití výrobků a služeb. Také jsme navrhly další způsoby inovací, které jsme ale už nezkoumaly. Snažily jsme se nahlédnout do různých oborů a pomoci nápadem. Samy jsme se aktivně zapojily do informování veřejnosti, protože jsme zjistily, že lidé o inovacích vědí velmi málo, a tak se jich mnohdy bojí. A proto jsme si tuto práci vybraly.

Metodický postup

Hned od začátku jsme měly jasno, o čem bude naše práce pojednávat. Obor ekonomika je nám blízký, a protože si uvědomujeme současnou krizi, chtěly jsme nějak pomoci. Jako první nám padla do ruky publikace o kreativní ekonomice, kterou jsme loňské jaro společně studovaly. Od kreativní ekonomiky jsme se dostaly až k inovacím, protože jsme zjistily, že o nich lidé málo vědí. Již od června 2012 jsme sháněly odborné publikace o inovacích, invencích atd. a studovaly je. V září jsme začaly zpracovávat teoretickou část naší práce a od října jsme se také začaly věnovat praktické části. Postupně nás napadaly různé návrhy inovací a způsoby, jak bychom je mohly formulovat. V prosinci jsme potom založily webové stránky o inovacích. Udělaly jsme tak hlavně proto, aby si veřejnost mohla přečíst, co to vůbec invence či inovace jsou. Začátkem nového roku jsme vytvořily a rozdaly dotazníky. Jako první jsme kontaktovaly matky v našem blízkém okolí a poté jsme se obracely na jednotlivé školky v našem regionu. Odpověděly nám školky například v Kostelanech nad Moravou, Uherském Hradišti, Nedakonicích, Starém Městě, ale také rodinné centrum Čtyřlístek a základní umělecké školy. Poté jsme byly v kontaktu s firmami, které nám odpovídaly na téma inovačních technik. S firmami stále udržujeme kontakt a chceme s nimi dále spolupracovat. Dotazníky jsme zpracovaly a na jejich základě určily smysl našeho průzkumu. Na konci února jsme oslovily instituce kvůli zhotovení posudku. Po celou dobu jsme komunikovaly s veřejností prostřednictvím námi založené facebookové stránky.

Tabulka 1: Metodický postup

Činnost	Období
Vyhrazení tématu	červen 2012
Získávání odborných publikací	červen 2012 - únor 2013
Sběr a zpracování informací	červen 2012 - únor 2013
Tvorba teoretické části	září 2012 - únor 2013
Návrhy inovací - tvorba teoretické části	říjen 2012 - únor 2013
Tvorba webových a facebookových stránek	prosinec 2012
Oslovování cílových skupin formou dotazníků	leden 2013
Vyhodnocení dotazníků a dokončení praxe	únor 2013

Zdroj: [vlastní]

1. Invence a inovace

Invence a inovace jsou užívány neodmyslitelně spolu. Invence předchází inovaci. Invence je tvůrčí aktivita, ale bez inovace je jen bezcenná myšlenka. Až inovace dokáže tuto invenci realizovat a využít.

1.1. Invence

Pokud zadáme pojem invence do slovníku, najde nám: vtipný nápad, důvtip, vynalézavost. Nemůžeme chtít začít hned s nějakou inovací, pokud nám chybí kreativita a nedostavila se invence. Právě invence vyžaduje kreativní myšlení a tvůrčího ducha.

1.1.1. Pojem invence

Je to tvůrčí aktivita, která ovšem není realizována. Jedná se pouze o novou myšlenku, nápad či vynález. Dělí se na absolutní (kompletně nová myšlenka) a relativní (nová myšlenka pouze k vylepšení stávajícího produktu či služby). S ohledem na praktické využití poznatků můžeme invence rozdělit na gnoseologické (nemají v daném období praktické využití) a invence aplikační (lze bezprostředně prakticky využít).[4]

Invence je kvalitativní změna ve struktuře vědění jednotlivce nebo společnosti.[8]

1.1.2. Stupeň invence

Původnost vědění měříme stupněm invence. Jako nultý stupeň invence lze charakterizovat akceptaci, tj. převzetí určitého poznatku beze změny buď z celosvětového fondu vědění, nebo ze soustavy poznatků jiné organizace.

Jako 1. stupeň invence označíme takovou změnu struktury vědění, ke které dochází na základě napodobení – imitace řešení – již existujících v jiných systémech, jež jsou z hlediska funkce zpravidla používána ke stejným účelům.[8] Jedná se o jednu aplikovanou a využitou inovaci. Je to (částečná či úplná) napodobenina originálu. Můžeme používat i výraz plagiát.[4]

Druhý stupeň invence představují takové změny ve struktuře vědění, k nimž dochází na základě analogií s oblastmi, které nejsou příbuzné z hlediska obsahu dané invence. Představují tedy transformaci/implementaci např. určitého metodologického základu z jiné vědní oblasti.

Třetí stupeň invence je představován vytvořením takové změny ve struktuře vědění, která není ani z hlediska místa či času, ani obsahu či formy srovnatelná s jinou změnou ve struktuře vědění. Třetí stupeň představuje absolutní invenci.[8]

1.1.3. Struktura efektivního myšlení

Analyzování. Rozebírání do detailů, rozdělení předmětů myšlení na základní prvky. V doslovném vyjádření „pitvání“. Pro abstraktní objekty se analýza používá od osmnáctého století.

Syntetizace. Spojování jednotlivých prvků ve složitý celek, hlavně proces utváření konceptů, obecných názorů, teorií atd.

Hodnocení¹. Stanovení hodnoty, zvláště v porovnání s ostatními věcmi.[6]

Můžeme si všimnout vztahu mezi prvními dvěma funkcemi myšlení. Analyzování spočívá v rozdělení celku na jeho součásti. Syntetizace je opačný proces spojování prvků v komplexní nebo logický prvek. U hodnocení je tomu jinak. Schopnost oceňovat je vrozená, podobá se radaru, který dokáže určit skutečnou hodnotu věcí, např. $2 + 2 = 4$.

1.2. Inovace

Jednoduše - inovovat znamená něco měnit. Je to posun jak v technickém oboru, tak i ekonomickém či kulturním. Podle toho dělíme inovace na určité skupiny. Můžeme mluvit o posunu k lepšímu, výkonnějšímu či konkurenceschopnějšímu stavu.

1.2.1. Pojem inovace²

Inovace jsou realizované invence [2]. Jedná se tedy o invence, které dosáhnou využití. Můžeme si představit velkou škálu činností zasahující od metod výroby, distribuci až po kvalifikaci pracovních sil.[4]

Inovace je zavedení pokrokové kvalitativní změny v podobě nové kombinace výrobních faktorů umožňující novým způsobem uspokojit potřeby [3].

¹ anglický výraz zní „value“ z latinského slovesa „valere“ = „být silný“, „mít hodnotu“

² latinský výraz *Innovare* = obnovovat

Jde o pozitivní, ale i negativní kvantitativní či kvalitativní posun prvků ekonomického organismu nebo vztahů mezi nimi. Podle objektu, jehož se změny týkají, rozlišujeme změny věcné, které se orientují buď na výrobky (služby), na technologie (prvky a postupy výroby) a změny řízení, které se týkají přístupů managementu (např. organizování, motivování, komunikace apod.). [8]

Do určité míry žádný z nás nemá rád změny, a na druhou stranu rád experimentuje, to záleží na okolnostech. Na tom, co o dané věci víme, zda důvěřujeme lidem, zda věříme v úspěch, jak jsme motivovaní. Většinou ale inovace přináší změny, které mají celkový pozitivní vliv na společnost i na osobnostní rozvoj jedinců.

1.2.2. Druhy inovací

Podle toho, ke které oblasti v podniku patří, rozlišujeme následující typy inovací:

- výrobní,
- výrobní (procesní, technicko-technologické),
- marketingové,
- finanční,
- personální,
- organizační,
- řídicí.

Výrobní inovace

Jedná se o účelové změny výrobku nebo zlepšení stávajícího výrobku nebo jeho podstatné změny či vytvoření zcela nových výrobků.[9] V poslední době dochází k tzv. kanibalizaci značek, tj. pokud větší prodej jedné značky negativně ovlivňuje prodej druhé. Na trhu je méně firem, ale stále vyšší počet značek. Inovace výrobků je tedy žádoucí.[5]

Výrobní inovace

Cílem je snížení pracnosti jednak změnou technologie, přizpůsobení se výrobě nového výrobku a zlepšení pracovního prostředí.

Marketingové inovace

Jedná se např. o nové formy a metody průzkumu trhu, uplatnění nového výrobku na trhu prostřednictvím nových a netradičních forem.

Finanční inovace

Cílem je změna finanční politiky uvnitř i vně podniku, nová rovnováha kvality a kvantity zboží dosahovaná vhodnou cenovou politikou.

Personální inovace

Je změna personálního a kvalifikačního profilu pracovníků, jejich motivů a postojů, změna hmotné a morální stimulace a sociálně ekonomický výhod.

Organizační inovace

Jedná se o změny při optimalizaci organizačních a funkčních struktur v podniku v rámci celkového reengineeringu³.

Řídící inovace

V rámci celkové reorganizace nebo optimalizace řízení výroby se jedná o změny v metodách a stylu řízení, změny v pojetí a tvorbě strategie, koncepce, plánování, organizování, kontroly, regulace a vedení lidí apod.

1.2.3. Zdroje inovací

Nápady samy o sobě nemají nijak zvlášť velký přínos. Je nutné je přeměnit v něco prakticky použitelného. Při této přeměně jde říci, že jde o inovaci.

Tvůrčí schopnosti tedy představují vstup a inovace výstup. Firmy, které mají pouze jedno a nemají druhé, nebudou schopné obstát v konkurenčním boji.

³zásadní přehodnocení tak, aby mohlo být dosaženo dramatického zdokonalení

Podle P. F. Druckera⁴ existuje 7 zdrojů inovací:

- nečekané události (úspěch, neúspěch),
- rozpory,
- potřeby procesu,
- oborové a tržní struktury,
- demografické faktory,
- změny v pohledu na svět,
- nové znalosti.[9]

K důležitým zdrojům inovací dále patří objevy, vynálezy, zlepšovací návrhy a průmyslové vzory.

1.2.4. Inovující podnik

Je to společnost, která realizuje a komerčně uvádí na trh nové nebo zlepšené výrobky či služby. Spolupracuje s kreativními zaměstnanci, inovuje své podnikové strategie a hledá nová, neotřelá řešení. [4]

Pro prosperitu podniku je rozhodující úspěch na trhu spotřebitele – o tom rozhodnou také výrobky a služby, které jsou zákazníkovi nabídnuty. Uspěje jen ten, kdo nabídne zákazníkovi produkt, který uspokojí potřebu kupujícího lépe než konkurence. Proto je úkolem výroby vyrábět co nejlepší výrobky. V důsledku toho dochází ke stále se zrychlujícímu zdokonalování, vývoji a inovaci v oblasti výroby a služeb. [9]

1.2.5. Inovační techniky

Tvůrčí systémová práce je pro inovace nezbytná. Pro úspěšné zvládnutí inovačních procesů ve firmě je nutné využít personálního managementu, který bude proces inovací úspěšně řídit. [9]

Existují různé metody, jak úspěšně dosáhnout cíle v inovačním procesu: [7]

⁴**Peter Ferdinand Drucker** († 2005) byl americkým teoretikem a filosofem managementu, ekonomem a autorem související literatury. Je považován za zakladatele moderního managementu.

Brainstorming

Je nejstarší, nejznámější a nejoblíbenější kreativní technika. Vhodná především pro skupiny tvořené čtyřmi až osmi účastníky. Jeho využitím vytvoříme během relativně krátké doby mnoho nápadů. Získáme řadu podnětů, originálních řešení, které můžeme dále zpracovávat. Brainstorming je dobře využitelný v případech, kdy stojíte na počátku problému, kdy potřebujete mnoho nápadů a kdy jsou otázky položeny relativně konkrétně.

Pro brainstorming potřebujeme:

- skupinu čtyř až osmi, maximálně dvanácti účastníků;
- moderátora, který zaznamenává návrhy;
- flipchart, tabuli nebo moderátorskou stěnu k zaznamenávání nápadů.

Trvání: fáze hledání řešení cca 15-20 minut, fáze hodnocení cca 30-40 minut.

Čtyři základní pravidla:

1. Kritika je zakázána. Žádný návrh nemůže být recenzován, dokud nejsou vyjádřeny všechny návrhy.[7] Předčasná kritika ze strany druhých může zabít zárodky kreativních myšlenek.
2. Bláznivé nápady jsou vítány. Důvod: je jednodušší nápady mírnit, než je vytvářet.
3. Vytvořit pokud možno co nejvíce návrhů. Kvantita je upřednostňována před kvalitou.
4. Zachytit nápady jiných. Rozvinout je dále a nově je kombinovat.

Brainwriting

Funguje jako brainstorming, avšak všechny nápady jsou zachycovány písemně. Existují dvě zcela odlišné varianty:

- známější metoda 635 má velkou rychlost, sází na kreativitu podporující vliv krátkodobého stresu a na originalitu spontánních otázek,
- metoda kolektivního zápisníku je nudnější, ale důkladnější, jakož i časově a prostorově flexibilnější.

Vytváří zpravidla více nápadů než brainstorming. Má tyto výhody:

- dynamické procesy ve skupině nehrají skoro žádnou roli,
- počet účastníků je teoreticky neomezený,
- nepotřebujeme moderátora, který někdy kreativní myšlenky spíše překazí, než aby jim vyšel vstříc.

Pro brainwriting potřebujeme:

- skupinu, v ideálním případě šest účastníků (metoda 635), teoreticky je počet variabilní,
- psací potřeby a papír (v ideálním případě připravené formuláře).

Metoda 635

Každý účastník dostane list papíru, na kterém jsou předem formulovány otázky. V následujících pěti minutách napíše tři návrhy řešení, pošle list svému sousedovi a z druhé strany dostane další list, na kterém jsou již zaznamenány tři návrhy. V ideálním případě se nechá povzbudit danými třemi návrhy a během dalších pěti minut zaznamená další tři návrhy a list pošle dál.

Sezení je u konce, jestliže každý účastník již měl každý list papíru. Při ideálním počtu šesti účastníků tedy po půl hodině. Za tuto dobu vzniklo $6 \times 3 \times 8 = 144$ návrhů. Vyhodnocení probíhá stejně jako u brainstormingu.

Myšlenkové mapy

Technika vyvinuta Tonym Buzanem se těší rostoucí oblibě. Je totiž lehce naučitelná, velmi univerzální a vždy se z ní něco vyklube. Jednoduché metody nás vždy přivedou na nové nápady.

Nejedná se o kolektivní práci. Myšlenkové mapy aktivují naše myšlenkově-obrazové myšlení. Slovním zobrazováním vytváříme nová spojení, vyzdvihujeme podstatné body a téma celkově nově stylizujeme. Díky otevřené struktuře mohou být později doplněné. Jsou také vhodné jako podpora paměti. Při pozdějším vrácení se k tématu se rychle zorientujeme.

Pro vytváření myšlenkových map potřebujeme:

- velký arch papíru,
- tužky různých barev.

Začíná se uprostřed papíru. Zde napíšete nebo nakreslíte vybrané téma. Vždy byste měli najít vhodnou kresbu. Z této úvodní kresby nebo pojmu nechte vybíhat několik čar a na každou napište pojem, který si asociujete. Každá čára by měla být spojena s jinou. Piště heslovitě a díky přehlednosti velkými písmeny. Slova doplňujte kresbami a symboly nebo je ohraničujte geometrickými tvary podle obsahu (úkoly v kruzích, cíle ve čtvercích a přání v elipsách atp.). Využívejte co nejvíc barev k vyjádření významů (cíle zeleně, nebezpečí červeně atp.). List papíru se bude postupně zaplňovat. Uvědomíte si souvislosti, poznáte vedlejší aspekty atd. Myšlenková mapa je hotová, když vás nic nenapadá nebo jste již zaznamenali to nejdůležitější. Vždy se ale držte ústřední myšlenky.

Celý proces trvá 20-30 minut.

Slabá místa myšlenkových map:

- obrázky mohou působit podmanivě a obrátit naše myšlení jiným směrem;
- osoba, která vytváří myšlenkové mapy, lehce podléhá iluzi a může se mylně domnívat, že rozumí problému;
- komplexní okolnosti jsou zkráceny.

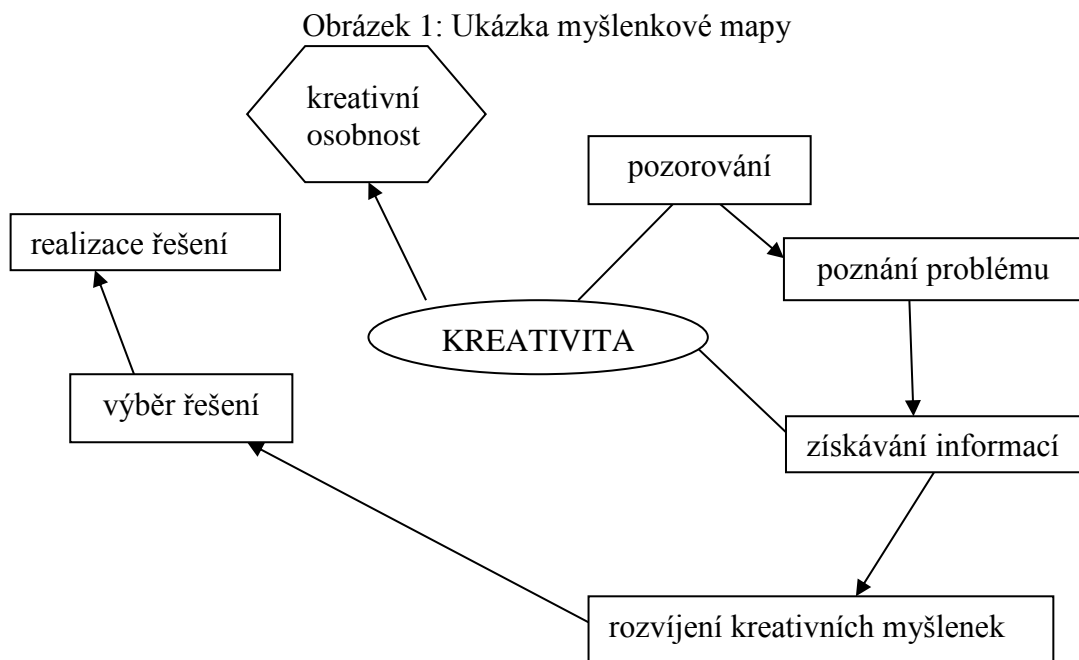
Pro které oblasti jsou obzvláště vhodné:

- analýza problémů;
- přehled o komplexních tématech;
- příprava proslovů, článků či referátů;
- celková analýza problémů.

Myšlenkové mapy tedy jsou:

- silně individuální. Význam mají jen pro osobu, která je vypracovala.
- obrazem našeho myšlení. Mohou povzbudit k novým nápadům.
- extrémním zkrácením problému. Redukováním na klíčová slova se zaměřují pouze na podstatné věci.
- pomocníkem, který předstírá pořádek i tam, kde není.

Ukázka myšlenkové mapy:



Zdroj: [7]

Osbornovy kontrolní seznamy

Využitím kontrolních seznamů mohou ze slabých nápadů nebo již dávno známých produktů vznikat nové nápady. Poskytují vám vodítka, kde musíte něco změnit a tím dosáhnete kreativních nápadů.

Seznamy jsou vhodné v případech:

- u již existujících produktů/nápadů,
- dopracování brainstormingu,
- originální výrobní myšlenky.

Použití je méně vhodné

- jste-li na počátku projektu,
- v textech, metodách, referátech,
- není-li požadována originalita.

Na tuto techniku potřebujeme již existující nápad či produkt, který chceme inovovat, a již existující seznam. Daný produkt nebo nápad musí projít celým seznamem. Udělejte si dostatek času pro každý bod a vždy si napište minimálně jeden nápad.

1. Jiné použití- Lze využít nápad někde jinde? Je tu jiná možnost využití?
2. Přizpůsobení - Existují paralely? Čemu se podobá tento nápad a co na něm jde napodobit?
3. Změna- Lze změnit velikost, pohyb, tvar, barva, zvuk atp.?
4. Zvětšení- Můžete něco zvětšit, přidat? Zvětšit počet, výšku, četnost? Zhodnotit? Rozmnožit? Prodloužit?
5. Zmenšení- Jde něco ubrat, zkrátit, ztenčit, zlehčit? Využít jako miniaturu? Zjemnit?
6. Nahrazení- Co můžete zaměnit? Existují jiné pozice, prvky z jiných zemí či dob?
Jde proces provést jinak?
7. Přepřerování - Je možné změnit pořadí, zaměnit díly? Obrátit příčiny a účinky?
8. Otočení- Lze vypracovat opak nápadu? Zaměnit role? Co nápad otočit o 180 stupňů?
9. Kombinování - Rozložit části? Můžete nápad zahrnout či spojit s jiným?
10. Transformování-Můžete shlukovat, zkapalnit, zprůhlednit, proděravět, vytvrdit?

Myšlenková provokace

Myšlenková provokace záměrně vytváří zdánlivě protikladné výroky. Jedná se o nejznámější a nejneobyčejnější metodu vypracovanou Edwardem de Bonem. Je velmi účinná k vyprovokování kreativních skoků. Jedná se o postup, kdy se sami vyvedete z rovnováhy a jakýchsi zajetých kolejí, což vede do pozice nestability, která nám otevře cestu k novým myšlenkám a také nový stav naší rovnováhy.

Silné stránky myšlenkové provokace:

- bleskové nahlížení z nových úhlů,
- neobyčejná řešení,
- univerzálně využitelná,
- vytváří odstup od daného problému.

Slabé stránky myšlenkové provokace:

- hledání výstředních řešení,
- často jde sice o skvělé nápady, které ovšem nejsou reálně využitelné.

Na myšlenkovou provokaci potřebujeme psací potřeby a papír. Trvá asi 40 minut.

Určete si problém, který chcete řešit. Vyřkněte výpověď, kterou nepovažujete za reálnou, která je v rozporu se skutečností a vašimi zkušenostmi, která tvrdí opak o tom, o čem jste přesvědčeni. Záměrně formulujte myšlenky vyhroceně. Zcela nemožné tvrzení povzbudí vaše myšlení silněji. Rozhodující není samotný výrok, ale myšlenka, ke které jste pobídnuti a která se může tedy stát řešením problému. De Bono ve své technice navrhuje, abyste tuto situaci uvedli slabikou „po“ (Provokativní Operace). Uveďme několik cest, jak lze myšlenkové provokace dosáhnout.

1. Pochybujte o výroku (Po, v restauracích nejsou žádné jídelní lístky.)
2. Obráťte věc naruby (Po, budeme prodávat produkt naší konkurence.)
3. Přehánějte nebo naopak podceňujte
(Po, v každé domácnosti je 100 telefonů.)
4. Představte si, že by pro vaše přání neexistovaly žádné hranice
(Po, zloději se sami nechají odsoudit.)
5. Spojte dvě spolu nesouvisející představy
(Po, bankovky zkysnou jako mléko.)

Nyní zkuste nalézt spojení k položené otázce. Snažte se soustředěně analyzovat myšlenkovou provokaci. V této fázi nesmíte již být „ztřeštění“. Nezůstaňte u myšlenkové provokace stát. Jde pouze o inspiraci. Nesmíte se však ani příliš vzdálit od provokativní myšlenky, jinak opět skončíte v zajetých kolejích. Znovu si uvedme několik bodů, podle kterých se můžete řídit.

1. Pronikněte do myšlenkové provokace. Zkuste si představit výchozí bod, obrázek řešení. Co vidíte?
2. Zeptejte se na důvody
(Proč v restauracích nejsou jídelní lístky? Jak si objednáte a v čem je to výhodné?)
3. Hledejte shody, přetlumočte si vaši myšlenku
(Když zkysnou bankovky, budou neplatné? Zvýší se tedy rychlost obratu peněz?)[7]

Tabulka 2: Principy a příklady myšlenkových provokací

	<i>Princip</i>	<i>Příklad</i>
Úplně nová hodnota	Uspokojení neuspokojované potřeby	Goex - pantofle, která dýchá a nezpůsobuje zápach nohy
	Skrytá potřeba	Skype - telefonování přes internet
Odlišná hodnota	Hybridní odvětví	Internetové kavárny
	Zákazník - nezákazník	Zmrzlina pro psy, minerálka pro kočky
	Čas potřeby	Internet banking - kdykoliv
	Spoluvytváření potřeby	iPod a vlastní soubor písniček
	Neuspokojená potřeba	Red Bull - energie bez závislosti

Zdroj: [13]

Varianta ONM

Joern Bambeck a Antje Wolters vyvinuly tuhle techniku do pěti stupňů. ONM znamená Objevování Nových Myšlenek. De Bono pouze určil techniku jako formu myšlení, ONM však postupuje krok za krokem.

1. Pevně stanovíte problém
(Parkovací místa pro zákazníky jsou obsazována zaměstnanci.)
2. Vyjmenujete samozřejmosti daného problému
(Zaměstnanci přijíždějí dříve než zákazníci.)
3. Vytvoříte převrácené podoby výroků z 2. kroku
(Zaměstnanci přijíždějí později než zákazníci.)
4. Hledáte nové myšlenky
(Parkoviště smí být využíváno až po otvírací době.)
5. Nejlepší myšlenky realizujte![7]

Tabulka 3: Přehled kreativních metod a možnosti jejich použití v manažerské praxi

Metody	Hledání a vymezení pojmů	Generování	Hledání nejlepšího řešení	Implementace	Zhodnocení kontrola
Brainstorming		X	X		
SWOT analýza	X			X	
Osbornův seznam	X	X	X	X	X

Zdroj: [1]

De Bonovy myšlenkové klobouky

Některé kreativní techniky pracují s naší fantazií. Snaží se uživatele vžít do určité situace nebo osoby (Jak bude na problém nahlížet prezident České republiky? Jak dvanáctiletý chlapec?). Tyto techniky jsou bohužel považovány za neseriózní. Jsou však efektivní, jednoduché a často s úspěchem využívány.

Techniku si díky své představivosti můžeme navrhnout sami. Existuje několik technik, které uspořádávají tuto metodu do přesvědčivé podoby. Jednou z metod je i „šest myšlenkových klobouků“ vypracovaná de Bonem⁵.

Silné stránky této techniky:

- umožňují odstup od daného problému,
- zahrnují více pohledů,
- ve skupině mohou uvolnit napětí.

Slabé stránky této techniky:

- nelze docílit velkých kreativních skoků, zůstávají totiž blízko obvyklým nápadům,
- zpočátku mohou působit uměle, jejich plná efektivita se projeví až po několika cvičeních.

K dispozici je 6 pozic – 6 barev klobouků. Jsou vhodnější pro skupinovou práci. Každý klobouk má podle své barvy určitý význam. Vlastník klobouku se tedy musí snažit ve své myšlence z tohoto významu vycházet. Trvání záleží především na zadání úkolu.

Bílý klobouk

Jedná se o informace a fakta. Symbolizuje ho bílý list papíru. Jaké máte informace a jaké potřebujete? Jak je získáte? Hodnocení či stranění není dovoleno, bílý klobouk je neutrální.

Červený klobouk

Představuje oheň. Jedná se o pocity a intuice. Bez udání důvodů vyjádříte své pocity k danému nápadu.

⁵ **Edward de Bono** je maltský psycholog oceňován především díky studiu kreativity a managementu.

Černý klobouk

Znamená kritiku a pochybnosti. Redukujte chyby, vyjádřete kritický postoj. Nositel tohoto klobouku nabádá k opatrnosti, brzdí přehnané nápady a dává pozor na chyby.

Žlutý klobouk

Přináší sluneční záři – jde tedy o optimistický postoj. Snažte se vyjádřit výhody projektu, přemýšlejte nad zlepšeními či způsoby, jak projekt provést.

Zelený klobouk

Reprezentuje bujení a růst. Zde jsou uplatněny nové myšlenky a další alternativy. Buďte kreativní a originální. Vnášejte do debaty nová hlediska. Je to čas pro tvořivost.

Modrý klobouk

Značí oblohu a s ní ptačí perspektivu. Nositel klobouku se stará o orientaci v problému, stanovuje problémy, určuje téma, o kterém se bude diskutovat. Vyzývá ostatní klobouky k rekapitulaci projektu a dá se říct, že řídí sezení. Očekávána je hlavně objektivnost.

Způsob výměny klobouků musíte předem stanovit. Buď může být pořadí barev předem stanoveno, nebo se o slovo může přihlásit kterýkoliv klobouk. Za jedno kolo smí mluvit však každá barva pouze jednou. Až všechny barvy promluví, klobouky si účastníci vymění. Každý se může přihlásit o barvu, kterou v dalším kole chce zastupovat, nesmí však jednu barvu vlastnit dvakrát.[7]

1.2.6. Česká spořitelna a inovace

Česká spořitelna a Evropský investiční fond podepsaly první smlouvu, jež pomůže malým a středním podnikům získat úvěry pro jejich podnikání. Tyto úvěry budou poskytnuty v rámci společného programu na sdílení rizik – Risk Sharing Instrument. Na základě této smlouvy může Česká spořitelna v příštích dvou letech nabídnout inovativním společnostem v České republice nové úvěry až do výše celkového rámce 2,25 mld. Kč a usnadní jim tak přístup k financování za extrémně výhodných podmínek.
[11]

2. Kreativní ekonomika

V dnešní době se toto spojení dostává čím dál více do povědomí lidí. Nikdo však doposud neuvedl určitou definici, proto se alespoň my snažíme přiblížit, co bychom mohli kreativní ekonomikou nazývat.

2.1. Kreativita

„Objevujete, když vidíte to, co ostatní, a myslíte jinak než ostatní.“ [6]

Lidská kreativita je schopnost tvořit, mít nové nápady, přicházet s inovacemi. Člověk se již se značnou mírou kreativity narodí, může ji ale dále rozvíjet a pracovat na ní. Kreativitu jedince vnímáme jako vnitřní a subjektivní, kdežto inovaci jako objektivní. Kreativita může ovlivňovat inovace, ale inovace už nemůžou ovlivňovat a řídit lidskou kreativitu.[1]

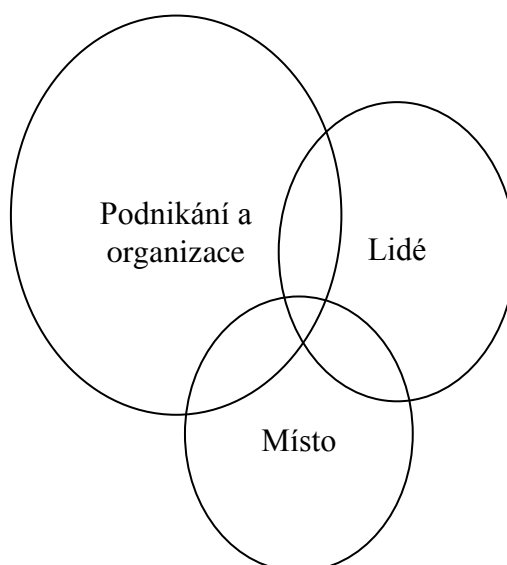
Kreativita a kreativní myšlení není jedno a totéž. Kreativní myšlení přináší nové nápady, ty se s pomocí kreativity realizují. Schopnost dát něčemu tvar, realizovat nějaký nápad, vyžaduje škálu dovedností a znalostí přesahujících intelektuální schopnosti.[6]

2.2. Kreativní ekonomika

Kreativní ekonomikou můžeme nazývat takové společnosti, kde významnou roli hraje kreativní pracovní síla a kreativní firmy. Je založena na kreativním průmyslu, jako je mediální průmysl, film, hudební průmysl, počítačové hry, výzkum, ale i kulturní průmysl. Její rozvoj bude mít velký vliv na budoucí ekonomický růst ve vyspělých státech světa, kde můžeme očekávat rozsáhlé ekonomické a kulturní změny, u jejichž zrodu budou stát kreativita a inovace.[1]

Kreativní ekonomiku můžeme chápat jako množinu tří základních a vzájemně se protínajících oblastí, jak vidíme na obrázku.

Obrázek 2: Kreativní ekonomika



Zdroj: [1]

2.3. Předpoklady rozvoje kreativní ekonomiky

Aby se kreativní ekonomika mohla rozvíjet, jsou nutné určité předpoklady. Pro její správné fungování je důležitá oblast spotřebitele, pracovní síly a prostředí.

2.3.1. Oblast spotřebitele

Je velmi důležité, jaký je spotřebitel, ke kterému směřují konečné produkty. Zde existují dva základní předpoklady. Spotřebitel musí patřit k bohaté střední vrstvě a musí být patřičně vzdělaný. Nejdříve utratí za základní potřeby, jako jsou jídlo, ošacení a bydlení. Produkty kreativního průmyslu, jako je film, divadlo, počítačové hry, hudba, budou poptávat spotřebitele, kteří mají základní potřeby finančně pokryty. Je nutné, aby spotřebitel byl vzdělaný jak esteticky, kulturně, tak i uživatelsky. Kreativní průmysl potřebuje, aby jeho poptávající měl estetické vnímání, aby neupřednostňoval pouze užitnost a funkčnost, ale také estetickou stránku nabízeného produktu. Dále také potřebuje znalost informačních a komunikačních prostředků, jako je schopnost stáhnout z internetu novou hudbu, objednat zboží či spustit počítačovou hru.

2.3.2. Oblast pracovní síly

Je vyžadováno kreativní myšlení, schopnost přicházet s novými nápady, řešeními a schopnost pracovat s novými technologiemi. Jedná se zde o naprostou odlišnost od výrobního sektoru, kde jsou výrobky často vyráběny sériově, ve stejném provedení. V kreativním sektoru jde hlavně o originály. Může se zde ale objevit i člověk z nízké vrstvy, který pouze dostal skvělý nápad a chce ho poslat dál.[1]

Vzdělání, tj. znalosti získané ve školním systému, nevystačí pracovníkům do důchodu, musí být průběžně aktualizovány, doplňovány, rozšiřovány.[8]

2.3.3. Oblast prostředí

Jedná se především o otevřenost a svobodu prostředí a stupeň institucionálního a kulturního zabezpečení.

Otevřenost umožňuje kreativním jedincům přicházet s novými nápady. Je nutné, aby prostředí bylo vstřícné pro rozdílné názory, pro rozdílné kultury, rozdílná náboženství, mělo pochopení pro různé přístupy k řešení věcí. To by nemělo být determinováno dogmatickými pohledy a názory na rozdílnost v pohlaví, na sexuální orientaci či zatíženo rasovou diskriminací.

Institucionální zabezpečení znamená, že jsou vypisovány veřejné granty, projekty, jsou zde rozvíjeny kulturní tradice, koná se řada kulturních akcí. Jsou podporovány aktivity jako např. lidové školy umění nebo amatérská sdružení, jež dávají vzniknout novým talentům. [1]

Takto formovaní lidé se naučí rozšířit svůj úhel pohledu, mít schopnost novým a zajímavým způsobem spojovat věci zdánlivě nesouvisející nebo přinejmenším věci, které zatím nikdo do souvislosti nedal.[6]

2.4. Faktory rozvoje kreativní ekonomiky

Důležitým faktorem je bohatství spotřebitelů, jež je dáno finančními možnostmi a životní úrovní v dané zemi. Produkty kreativní ekonomiky nejsou statky základní potřeby, a tak je nutná existence dostatečně široké vrstvy bohatých spotřebitelů, kteří budou tyto produkty vyhledávat.

Faktor vzdělanosti a dovednosti je dán schopnostmi jak pracovní síly, tak spotřebitele. Je nezbytná kulturní, estetická, ale i technologická vzdělanost obyvatel. Spotřebitel vychovaný v oblasti umění, designu a estetiky bude více poptávat produkty, které mu budou přinášet nové zážitky a duševní uspokojení.

Významným faktorem je schopnost tvorby sítí pro předávání znalostí a dovedností. Můžeme předpokládat, že kreativní pracovníci budou na základě sítí sdílet společné znalosti a zkušenosti a budou se spojovat dohromady za účelem splnění jistého cíle.

Rozmanitost a otevřenost prostředí vůči novým nápadům a netradičním postupům je stěžejní. Kreativní pracovníci by nemohli pracovat tam, kde by jim někdo určoval pravidla – to by ničilo jejich kreativní myšlení.

Významnou roli při vytváření prostředí hraje veřejný sektor. Je důležitý při tvorbě a budování příznivé atmosféry pro kreativní ekonomiku.

S tímto úzce souvisí chování veřejných institucí, a to jak ve směru podpory rozvoje kreativního prostředí, tak ve směru zadávání veřejných zakázek. Veřejné instituce by měly podporovat veřejné projekty, jako jsou kulturní stánky, nové architektonické stavby, knihovny, výstavy atd. a vytvořit tak podmínky pro spotřebu kreativity. Důležitá je i podpora sdružení, kde jsou vychováváni noví talenti. Nekorupční chování institucí přiláká ty nejlepší pracovníky a s nimi jejich nápady.

Faktor intelektuálního bohatství spočívá především v zabezpečení ochrany duševního vlastnictví. Musí se najít způsob, jak zabránit plagiátorství a kopírování.

Faktor schopnosti vzniku velkých obchodních kapacit je nutný z důvodu co nejefektivnějšího propojení vědomostí, schopností a kreativních myšlenek. Pro firmy v kreativním sektoru je propojení a sdílení znalostí a dovedností důležitým úspěchem. Univerzity jsou dalším faktorem, protože hrají roli nositelů vzdělání a rozvoje talentů, což souvisí s rozvojem lidského kapitálu, inovacemi a novými technologiemi. [1]

2.5. Tvořivost

Tvořivost spočívá v hledání, přijímání a vytváření netradičních postupů, v nových nápadech, originálních řešeních. Je mimořádně důležitá při vytváření nových kulturních, technických a duchovních hodnot, ve vývoji výrobků, v reklamě, ale i při strategických úvahách. Projevuje se ale také v každodenních aktivitách většiny lidí. Tvořivost má v potřebě neustálé inovace nejdůležitější místo pro ekonomický růst. Začíná zplozením myšlenky nebo otázkou, kde v první řadě nastanou změny.[14]

Bariéry tvořivosti

Každý člověk má v sobě tvořivost. Jen se musí naučit odstranit bariéry, které ji brzdí a potlačují. To dokáže, pokud si tyto bariéry uvědomí a bude je chtít odstranit. Některé však odstranit jít nemusí, ty, co už jsou velkou součástí naší osobnosti.

Bariéry můžeme rozdělit do několika kategorií:

- **jsou dány osobními zvláštnostmi**

Každý člověk je jedinečný. Jinak bude přemýšlet extrovert a introvert, jinak sportovec a malíř. Naše vrozená povaha ovlivňuje naši tvořivost snad nejvíce.

- **percepční bariéry**

Jde o to, jak dokážeme pracovat s informacemi. Jestli jim rozumíme, dokážeme se na ně podívat z více stran či je vhodně zpracovat. Zde může nastat problém např. při jednotvárných úkolech v zaměstnání, kdy se nemůžeme dostatečně vyjádřit a pouze plníme jednolitě úkoly od nařízených.

- **myšlenkové bariéry**

Problémem je příliš kritická povaha, sebekontrola, napodobování jiných lidí, stereotypní chování, které nám sice vyhovuje, ale někdy může být až na škodu.

- **emoční a motivační bariéry**

Jedná se o strach. Strach, že selžeme, že se dopustíme omylu, strach z odmítnutí, z riskování, z nového. Člověk na jednu stranu chce poznat nové, ale na druhou stranu má strach ze ztráty jistot, a tak mezi těmito dvěma břehy bojuje.

- **bariéry sociálního prostředí a kultury**

Přílišná tradice může omezovat tvořivost. Nejenom tradice, ale také nedostatečné vybavení, prosazování názorů nadřazených za všech okolností, pravidelnost schůzek, návštěv a také přílišná formálnost.

3. Riziko

„Změna je jedinou jistotou.“ [8]

„Když člověk začíná s jistotami, musí skončit s pochybnostmi, ale když mu nevadí začínat s pochybnostmi, skončí s jistotami.“ [6]

3.1. Pojetí rizika

Z hospodářské praxe bychom mohly uvést mnoho příkladů výrazných podnikatelských úspěchů a úspěšných firem, současně však existují i důkazy podnikatelského neúspěchu, která je v úzkém vztahu s náročností v konkurenčním prostředí, ve kterém firmy operují.

Riziko jde vymezit jako definovanou, obvykle finančně vyjádřenou nejistotu, popř. finančně vyjádřené nebezpečí, resp. hrozbu finančně vyčíslené ztráty. Jde o přirozenou část každého projektu. [10]

Riziko má vždy dvě stránky, a to stránku pozitivní a stránku negativní. Pozitivní stránku spojujeme s nadějí na úspěch, s uplatněním na trhu a dosažením vysokého zisku. Negativní stránka rizika se projevuje nebezpečím dosažení horších hospodářských výsledků, než které jsme předpokládali, případným vznikem ztráty či v krajním případě až bankrotem. Obecně tedy riziko chápeme jako nebezpečí, že skutečně dosažené hospodářské výsledky podnikatelské činnosti se budou odchylovat od výsledků předpokládaných. [8]

3.2. Faktory rizika

Riziko je ovlivněno mnoha faktory:

- proměnlivost tržeb a nákladů,
- diversifikace výroby,
- postavení firmy na trhu,
- výběr technologie výroby.

Tabulka 4: Příklady rizikových faktorů

Faktor	Nižší riziko	Vyšší riziko
Co se má vytvořit	Podobné dřívější práci	Úplně něco nového
Jak se to má vytvořit	Dobře známo	Neznámo
Doba trvání projektu	Krátká (menší šance, že se změní svět)	Dlouhá (celkové podmínky se mohou změnit) nebo velmi krátká (žádný časový prostor pro řešení problému)
Předchozí zkušenost	Úspěšná	Nepříznivá
Význam projektu pro management podniku	Nejvyšší priorita	Nedůležitý
Dostupnost kvalifikovaných zdrojů	Bohatá	Některé požadované dovednosti chybí
Co mají za sebou pracovníci	Odpovídající zkušenosti a už dříve spolu pracovali	Nedostatek odpovídajících zkušeností a společné týmové práce
Čemu věří a jaké mají postoje pracovníci	Jsou přesvědčeni, že to jde zvládnout	Jsou přesvědčeni, že to nelze zvládnout, mají výhrady
Zdroje kritických součástí a materiálů	Více spolehlivých zdrojů	Jen jeden zdroj s nejistou spolehlivostí
Pověst podniku	Vynikající	Velmi špatná

Zdroj:[10]

3.3. Nedostatky kreativní ekonomiky

Nedostatky rozvoje kreativní ekonomiky můžeme spatřovat v následujících faktorech:

- neexistence jednotných definic pojmů,
- není vymezeno, co lze zahrnovat do kreativních produktů,
- není vymezeno, co je kreativní průmysl a co již ne.

Důvody těchto nedostatků lze spatřovat:

- v rozdílném vnímání kultury a umění v jednotlivých státech,
- v rozdílném vnímání kreativity a tvůrčích schopností,
- ve skutečnosti, že kreativita není výstupem, ale vstupem do výrobního procesu,
- ve skutečnosti, že kreativita není měřitelným vstupem. [1]

4. Krize

V této kapitole vysvětlíme, co je to krize, dnes tak často používaný pojem. Česká republika se od roku 2009 nachází stále v recesi, a proto přiblížíme termíny, které krizi obklopují.

4.1. Pojem krize

Je to rozhodující okamžik anebo časový úsek, po němž může následovat zásadní změna ve vývoji daného děje anebo systému. [12]

Můžeme také říct složitý, mnohdy těžko překonatelný a nebezpečný stav anebo průběh dějů v životě společnosti, v přírodě, v činnosti technických prostředků a v technologických procesech, kdy negativní důsledky mohou vážně ohrozit jejich funkci, případně existenci.

4.2. Krizová situace

Nepředvídatelný anebo velmi těžko předvídatelný průběh dějů a činnosti po narušení rovnovážného stavu, které svými negativními účinky vážně naruší či změní společenské, přírodní nebo technologické procesy a systémy ohrožující životy lidí, životní prostředí, ekonomiku, duchovní a hmotné hodnoty státu a jeho obyvatel.

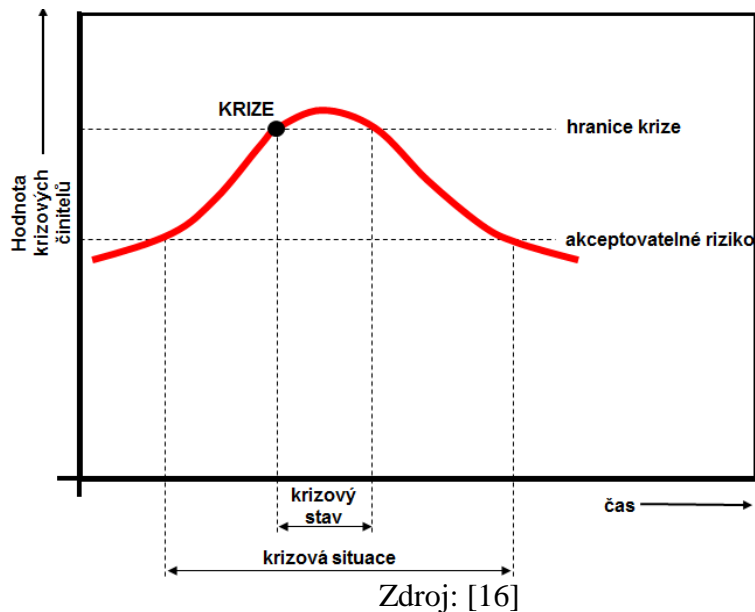
4.3. Krizový stav

Je stav společenského, přírodního, technického nebo technologického systému, který je spojen se selháním dosavadních mechanismů řízení a zásadně se odlišuje od stabilního (rovnovážného) stavu.

Působí degradačně na celý systém a vyžaduje potřebu aplikování speciálních postupů, technik apod.[16]

„Stav, který vyhláší hejtman kraje nebo primátor hl. m. Prahy (stav nebezpečí), vláda ČR, popř. předseda vlády ČR (nouzový stav) nebo Parlament ČR (stav ohrožení státu a válečný stav) v případě hrozby nebo vzniku krizové situace a v přímé závislosti na jejím charakteru a rozsahu.“ [15]

Obrázek 3: Křivka krize



4.4. Příznaky krize

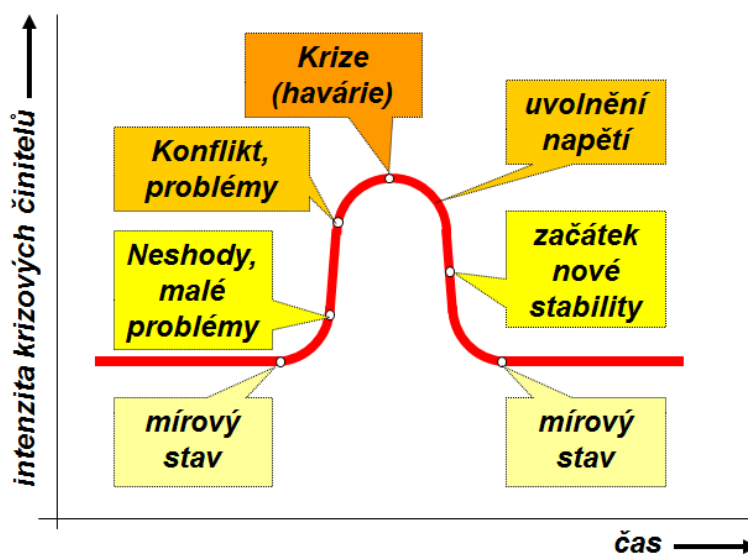
Nepatrné příznaky krize – nejsou pozorovatelné širokou veřejností, jen úzkým okruhem odborníků. V tomto období je složité provést adekvátní reakci a zabránit šíření krize, protože příčiny není možno jednoznačně určit.

Slabé příznaky krize – dílčí a nejednoznačné informace o blížící se krizi, které mohou správně identifikovat jen odborníci na daném úseku činnosti. Toto je období velmi vhodné na použití adekvátní reakce a odstranění zárodků krize v jejím počátku.

Silné příznaky krize – jednoznačnější a komplexnější informace o blížící se krizi, které může správně vyhodnotit většina řídicích pracovníků. Po jejich zjištění je nutné provést okamžitou adekvátní reakci, a to se vší rozhodností.

Velmi silné příznaky krize – úplné a jednoznačné informace popisující blížící se krizi, které může rozeznat i laik. V takovém případě je už možnost adekvátní reakce komplikovaná a úspěšnost odvrácení akutního stádia krize je minimální. Je však předpoklad, že bude podstatně snížen rozsah škod a ztrát.[16]

Obrázek 4: Průběh a období krize



Zdroj: [16]

4.5. Implementace v období krize

„Můžete přijít s nejlepší strategií na světě. Její úspěšnost však z 90 procent závisí na implementaci.“ Walter Brittain, bankéř

Rychlost implementace je v období krize obzvlášť důležitá. Díky časovému tlaku jsme náchylnější k vytváření zásadních chyb, které s sebou pochopitelně nesou vysoké riziko. Proto je nutné výsledky průběžně sledovat, aby nežádoucí projevy mohly být okamžitě odstraněny. Musíme pečlivě volit svá kritéria a hlavně přesně rozhodnout, co se bude dělat, kdo ponese zodpovědnost, jak se bude komunikovat apod. Podniky musí volit taková opatření, která jsou lehce a rychle proveditelná, a především ta, která přinesou okamžité efekty.[17]

5. Praktická část

Naším hlavním cílem bylo zmapovat situaci v oblasti inovací regionu Uherskohradištsko a upozornit na ty, které nám připadaly významné. Chtěly jsme motivovat a informovat veřejnost, dostat inovace do povědomí lidí, aby se jich nebáli a zajistit přínos práce.

V praktické části jsme se tedy zaměřily na jednotlivé inovace, které mohou napomoci našemu regionu z krize. Nejvíce jsme rozebraly zavedení miniškolek a inovačních technik, protože v tom vidíme docela snadno dosažitelný cíl. Dále navrhujeme několik řešení v různých oblastech, jako poukázání na to, že každý může svou kreativitou přispět. Nechtěly jsme naše návrhy realizovat, to ani jako žákyně střední školy zejména z časových důvodů nemůžeme, ale povzbudit a motivovat další, které může na základě našich návrhů napadnout další skvělá inovace! Abychom zajistily přínos práce, musely jsme komunikovat s širokou veřejností, a proto jsme samy vytvořily webové stránky o inovacích, a také skupinu na facebooku, kde se pohybuje většina mladých, jistě kreativních, lidí. Navázaly jsme spolupráci s několika institucemi, které provedly posudek naší práce a s ředitelkou Technologického inovačního centra ve Zlíně Mgr. Danielou Sobieskou máme sjednanou schůzku. Se dvěma firmami jsme dokonce již vyzkoušely inovační techniky.

5.1. Inovace ve školství - zavedení miniškolek

Na základě realizace inovační techniky ve firmě alasea, s. r. o. (viz. kapitola 5.4.3 Spolupráce s institucemi – Realizace inovačních technik) jsme si uvědomily, jak je pro matky starost o dítě prioritní. Zaměstnankyně firmy diskutovaly na téma výchovy dítěte, které nás později vedlo k zamyšlení se. Snažily jsme se přijít na způsob či vymyslet takovou organizaci, která by dítěti mohla poskytovat více individuální péči, ale zároveň aby si dítě již od útlého věku zvykalo na kolektiv. Mimo to všichni víme, jak je pro matky na mateřské dovolené těžké najít si znovu práci (pokud jim není drženo místo) a volnou mateřskou školku či jiné obdobné zařízení. Maminky spolu chodí do dětských koutků, aby jejich děti mohly být pohromadě, a přitom ani netuší, že existuje jiná možnost. Touto možností jsou miniškoly, tolik známé ve světě a velmi vzdálené maminkám v našem okolí. V Praze či Brně jsou miniškoly běžnější, v našem regionu však nikoliv. Je třeba si uvědomit, že naše inovace se nejmenuje založení miniškolek, protože již existují, ale zavedení těchto miniškolek v našem regionu. Na miniškoly jsme narazily díky serveru miniškoly.cz, odkud jsme čerpaly většinu informací.

Vytvořily jsme dotazník, díky kterému jsme zjistily názor na miniškoly v našem regionu. Celkem nám odpovědělo 109 respondentů, většinou matek od malých dětí, protože jsme výzkum prováděly hlavně v mateřských školách. Reagovaly školky například v Kostelanech nad Moravou, Uherském Hradišti, Nedakonicích, Starém Městě, ale také rodinné centrum Čtyřlístek a základní umělecké školy.

Naše inovace:

Myslíme si, že tato možnost je vhodná především pro kamarádky, které se dobře znají a podporují stejnou výchovu. Jedna maminka – zřizovatelka získá práci, při které bude v kontaktu se svými dětmi. Její děti budou se svými kamarády a bude jim věnována maximální péče. V miniškolce mohou být maximálně čtyři děti, do toho se započítávají i děti pečovatelky do věku sedmi let. Zřizovatelka miniškoly může v prvních letech čerpat z kamarádek, které jí svěří děti, později určitě z doporučení a dobrého jména. Miniškola by pro matky nebyla ani finančně náročná, nejedná se o soukromou školku. Cílem tohoto podnikání není dosažení zisku. Námí provedený výzkum v rámci regionu Uherskohradištsko dává jasný pohled na názory maminek z našeho okolí.

Takto definuje tento pojem server miniškolky.cz:

„Tato služba je nejčastěji poskytována zaměstnavatelem na pracovišti rodiče nebo neziskovými subjekty, obcemi, kraji a církevními právníckými osobami. Účelem návrhu je napomoci řešit situaci zaměstnaných rodičů nebo rodičů, kteří se z nejrůznějších důvodů chtějí vrátit do zaměstnání po ukončení péče o dítě v rámci mateřské dovolené a preferují péči o dítě poskytovanou na individuálním základě nebo jejichž žádost o přijetí dítěte do jeslí, mateřské školy nebo obdobného zařízení nebylo z kapacitních důvodů vyhověno nebo v místě jejich trvalého bydliště takové zařízení chybí.“

Hlavní zásady:

- 1. „miniškolka je službou péče o dítě na nekomerčním základě, která není provozována za účelem dosažení zisku*
- 2. zřizuje se nejvýše pro 4 děti ve věku od 6 měsíců do 7 let, do tohoto věku se započítávají i vlastní děti pečovatelky ve věku do 7 let*
- 3. v rámci jednoho místa jde zařídit i více miniškolek*
- 4. v zájmu kvality poskytované služby nemá být jejím předmětem pouhé „hlídání“ dětí, ale péče zaměřená na celkový rozvoj dítěte s ohledem na jeho individuální specifika a věk*
- 5. na miniškolky se nevztahují hygienické a prostorové požadavky požadované na provozovny pro výchovu a vzdělávání obecně, jsou požadovány podmínky přiměřené tomuto limitovanému počtu dětí*
- 6. zřizovatel hradí náklady na zřízení a provoz miniškolky, ze svých prostředků rodiče přispívají na úhradu nákladů na provoz miniškolky dle dohody se zřizovatelem*
- 7. tato péče o dítě je doplňkem péče rodinné, není její náhradou a musí odpovídat věkovým a individuálním zvláštnostem dítěte, svým uspořádáním se tato péče co nejvíce přibližuje životu dítěte v rodině“*

„Péči o děti v rámci miniškolky poskytuje pečovatel/ka, s nímž/níž má zřizovatel uzavřen pracovní poměr.

Pečovatelem/kou se může stát osoba, která je:

a) zletilá;

b) zdravotně způsobilá;

c) bezúhonná;

d) má odbornou způsobilost k výkonu povolání všeobecné zdravotní sestry nebo zdravotnického asistenta nebo ošetřovatele nebo porodní asistentky nebo záchranáře nebo všeobecného sanitáře podle zvláštního právního předpisu³¹, odbornou způsobilost k výkonu povolání sociálního pracovníka nebo pracovníka v sociálních službách podle zvláštního právního předpisu³² nebo předloží doklad o vykonání tříleté praxe v oboru v nezávislém postavení (§ 2 a § 23 zákona č. 513/1991 Sb., obchodního zákoníku) nebo v pracovněprávním vztahu, nebo doklad o uznání odborné kvalifikace podle zvláštního právního předpisu³³ nebo osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci (zvláštní odborné způsobilosti) pro příslušnou činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je činnost provozována; 31 Zákon č. 96/2004 Sb., o podmínkách získávání a uznávání způsobilosti k výkonu nelékařských zdravotnických povolání a k výkonu činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o nelékařských zdravotnických povoláních). 32 Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách. 33 Zákon č. 18/2004 Sb., o uznávání odborné kvalifikace a jiné způsobilosti státních příslušníků členských států Evropské unie a některých příslušníků jiných států a o změně některých zákonů (zákon o uznávání odborné kvalifikace).

e) má odbornou způsobilost k výkonu povolání učitele/ky mateřské školy.³⁴ Za bezúhonného se pro účely tohoto návrhu považuje ten, kdo nebyl pravomocně odsouzen pro trestný čin, který směřoval proti životu, zdraví, lidské důstojnosti, mravnímu vývoji nebo jmění dítěte, nebo pro jiný úmyslný trestný čin, jehož spáchání může mít vliv na způsobilost pečovatele/kyk poskytování služby péče o děti. Osoba splňující odbornou způsobilost podle písm. g) může pečovat jen o děti starší 3 let.“ [19]

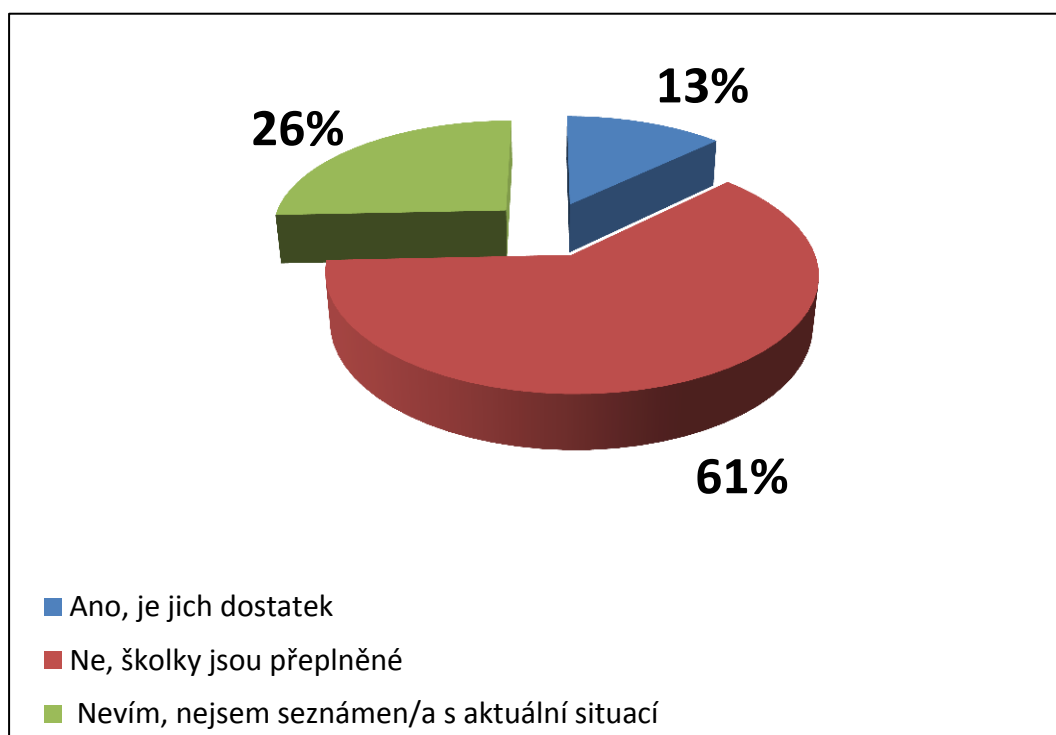
Následuje vyhodnocení našeho průzkumu.

Tabulka 5: Myslíte si, že je ve Vašem okrese dostatek volných míst v mateřských školách?

Myslíte si, že je ve Vašem okrese dostatek volných míst v mateřských školách?		
	Počet odpovědí	Počet odpovědí v %
Ano, je jich dostatek	14	13%
Ne, školky jsou přeplněné	67	61%
Nevím, nejsem seznámen/a s aktuální situací	28	26%

Zdroj: [vlastní]

Graf 1: Myslíte si, že je ve Vašem okrese dostatek volných míst v mateřských školách?



Zdroj: [vlastní]

Z grafu vyplývá, že školek v našem regionu je nedostatek. Tento dobře známý fakt nám maminky jen potvrdily. 26% respondentů, kteří mají už odrostlejší děti ve školním věku, nejsou seznámeni s aktuální situací.

Tabulka 6: Volil/a byste soukromou mateřskou školu?

Volil/a byste soukromou mateřskou školu?		
	<i>Počet odpovědí</i>	<i>Počet odpovědí v %</i>
Určitě	6	6%
Pouze v případě přeplněnosti státních mateřských škol	61	56%
Pouze v případě kvalitní a vyhlášené školky	30	28%
Nikdy bych tuto možnost nevolil/a	12	11%

Zdroj: [vlastní]

Graf 2: Volil/a byste soukromou mateřskou školu?



Zdroj: [vlastní]

Většina matek by soukromou mateřskou školu volila pouze v případě přeplněnosti státních škol. Naopak pouze 5% by tuto variantu zvolilo určitě. Obáváme se, že zde pochybují o kvalitě školky.

Tabulka 7: Byl/a byste ochoten/ochotna nechat své dítě v péči odborně nevystudovaného, ale odborně způsobilého, kvalifikovaného člověka?

Byl/a byste ochoten/ochotna nechat své dítě v péči odborně nevystudovaného, ale odborně způsobilého, kvalifikovaného člověka?		
	<i>Počet odpovědí</i>	<i>Počet odpovědí v %</i>
Ano, v každém případě	6	6%
Pokud by splňoval mé představy o výchově, vzdělání a kvalifikaci tak, ano	75	69%
Pouze pokud bych jej osobně znala	18	17%
Ne, nikdy	10	9%

Zdroj: [vlastní]

Graf 3: Byl/a byste ochoten/ochotna nechat své dítě v péči odborně nevystudovaného, ale odborně způsobilého, kvalifikovaného člověka?



Zdroj: [vlastní]

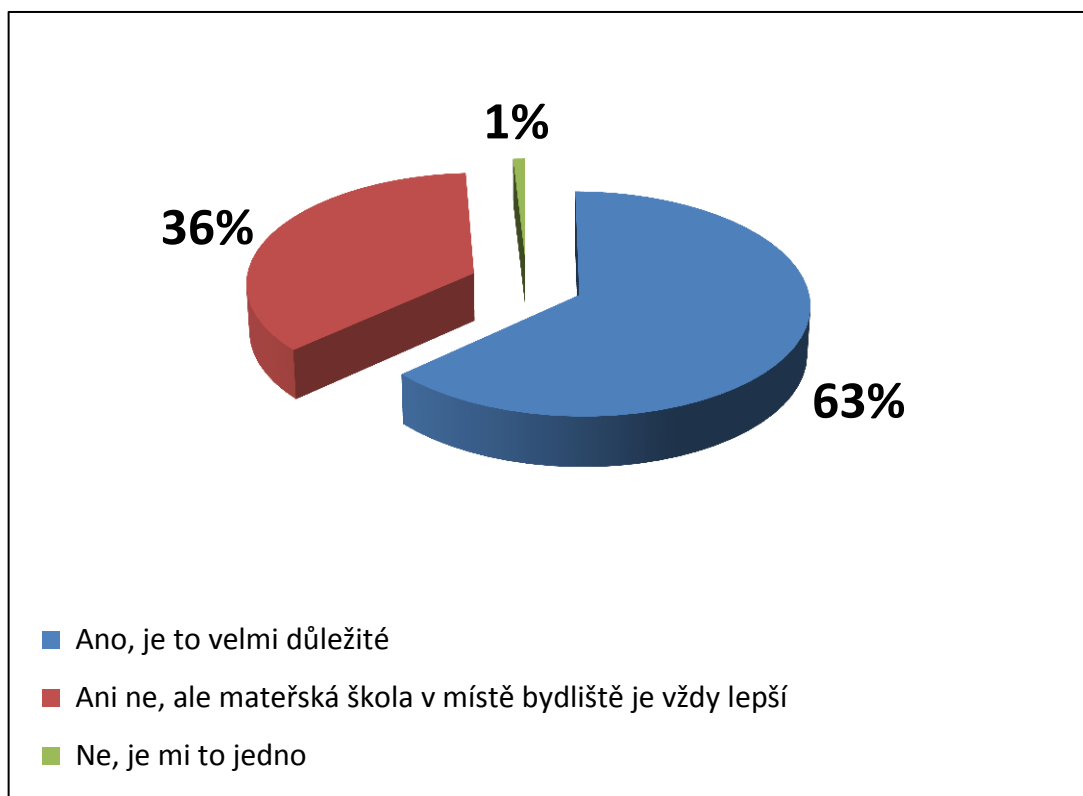
75 respondentů si myslí, že pedagogická škola není zase tak důležitá, pokud je člověk odborně způsobilý k této práci. Tento názor je pro zřízení miniškoly důležitý. V každém případě by tak učinilo pouze 5%, což svědčí o opatrnosti matek.

Tabulka 8: Je pro Vás důležitým faktorem pro výběr mateřské školy její umístění?

Je pro Vás důležitým faktorem pro výběr mateřské školy její umístění?		
	<i>Počet odpovědí</i>	<i>Počet odpovědí v %</i>
Ano, je to velmi důležité	69	63%
Ani ne, ale mateřská škola v místě bydliště je vždy lepší	39	36%
Ne, je mi to jedno	1	1%

Zdroj: [vlastní]

Graf 4: Je pro Vás důležitým faktorem pro výběr mateřské školy její umístění?



Zdroj: [vlastní]

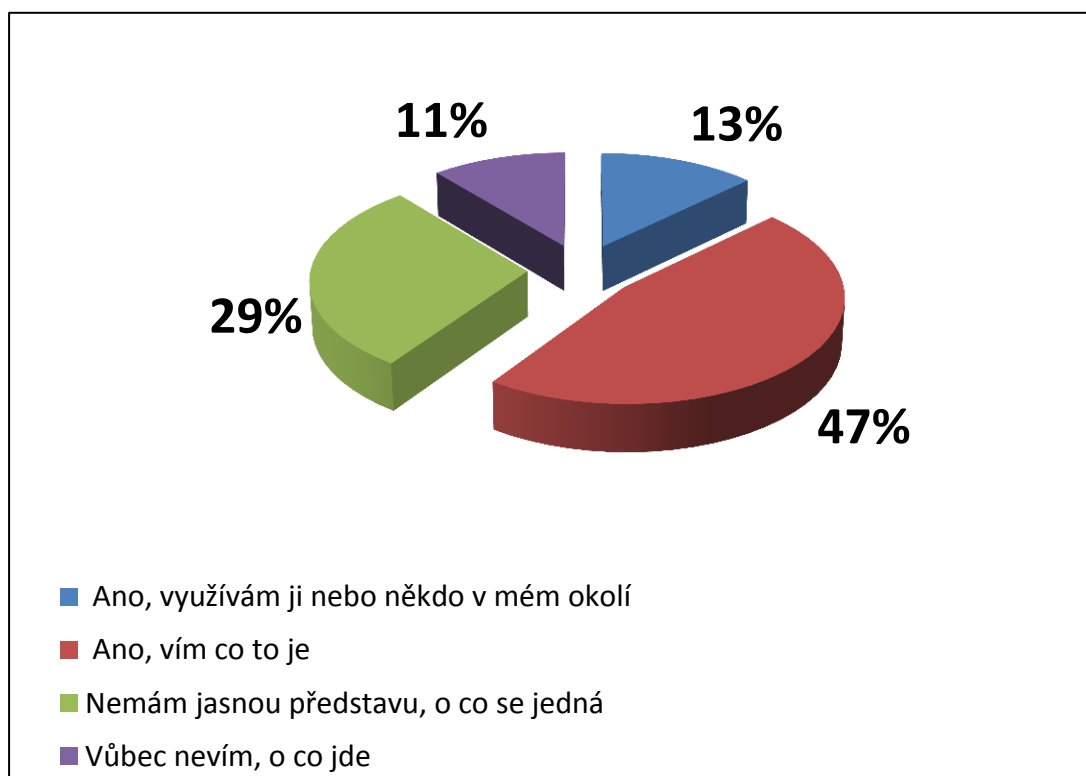
Pochopitelně pro většinu matek je důležité mít školku v místě svého bydliště. Je to velmi pohodlné, rychlé a snadné.

Tabulka 9: Znáte pojem miniškolka?

Znáte pojem miniškolka?		
	Počet odpovědí	Počet odpovědí v %
Ano, využívám ji nebo někdo v mém okolí	14	13%
Ano, vím co to je	51	47%
Nemám jasnou představu, o co se jedná	32	29%
Vůbec nevím, o co jde	12	11%

Zdroj: [vlastní]

Graf 5: Znáte pojem miniškolka?



Zdroj: [vlastní]

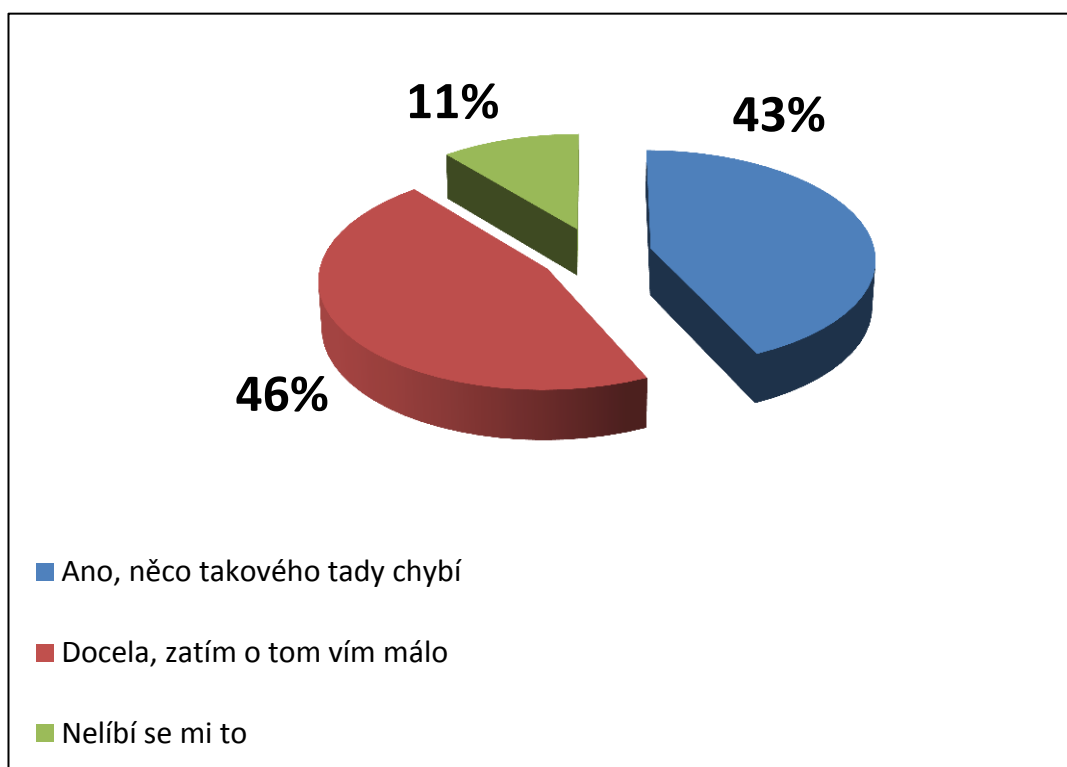
Zde můžete vidět, jak matky reagovaly na pojem miniškolka. 47% uvádí, že ví, o co se jedná, ale jak budete moci vidět na dalším grafu, ví o tom stále málo. Překvapilo nás 14 respondentů, kteří uvádí, že ji využívají oni nebo někdo v jejich okolí!

Tabulka 10: Zdá se Vám miniškolka jako dobrý nápad?

Zdá se Vám miniškolka jako dobrý nápad?		
	<i>Počet odpovědí</i>	<i>Počet odpovědí v %</i>
Ano, něco takového tady chybí	47	43%
Docela, zatím o tom vím málo	50	46%
Nelíbí se mi to	12	11%

Zdroj: [vlastní]

Graf 6: Zdá se Vám miniškolka jako dobrý nápad?



Zdroj: [vlastní]

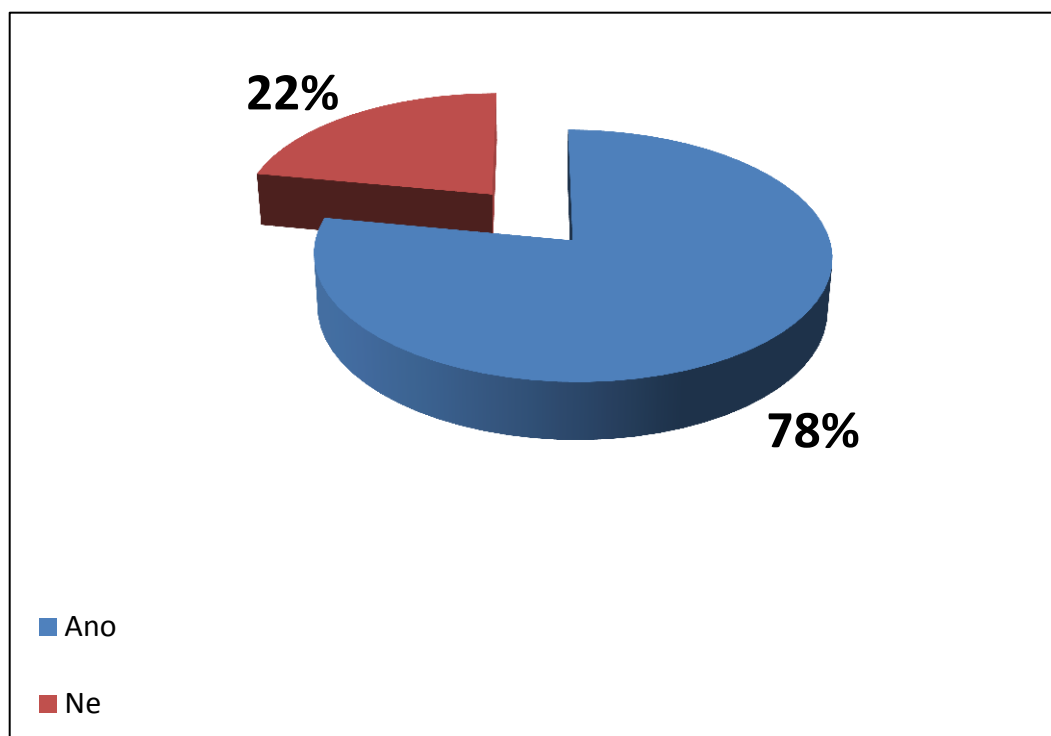
Po přečtení přílohy dotazníku, kterou měli respondenti k dispozici, se pouze dvanácti matkám miniškolka nelíbí. Jde ale i tak vidět, že pokud se o miniškolkách dozvěděly více, nemají zábrany.

Tabulka 11: Dali byste své dítě do miniškolky?

Dali byste své dítě do miniškolky?		
	<i>Počet odpovědí</i>	<i>Počet odpovědí v %</i>
Ano	85	78%
Ne	24	22%

Zdroj: [vlastní]

Graf 7: Dali byste své dítě do miniškolky?



Zdroj: [vlastní]

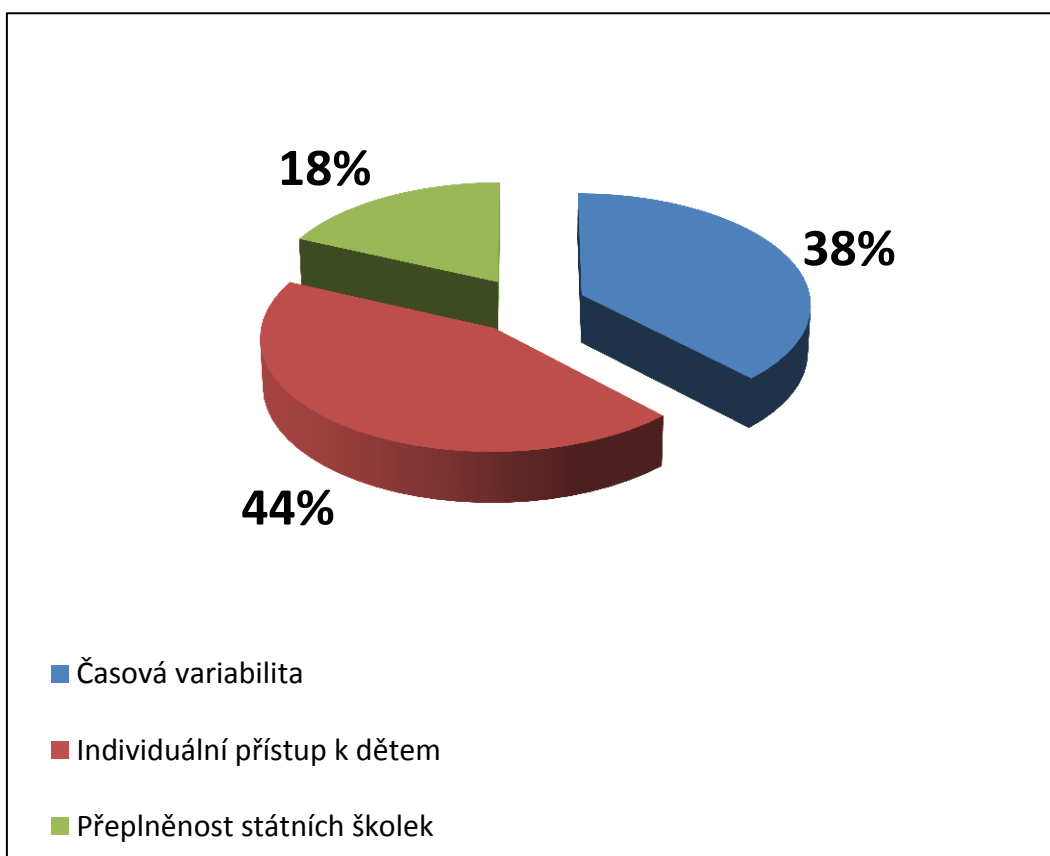
Z grafu jasně vyplývá, že miniškolka by v našem regionu měla úspěch. Doufejme tedy, že některá maminka sebere odvahu a pustí se do tohoto úžasného projektu.

Tabulka 12: Důvody proč ano:

Důvody proč ano:		
	<i>Počet odpovědí</i>	<i>Počet odpovědí v %</i>
Časová variabilita	25	38%
Individuální přístup k dětem	29	44%
Přeplněnost státních školek	12	18%

Zdroj: [vlastní]

Graf 8: Důvody proč ano:



Zdroj: [vlastní]

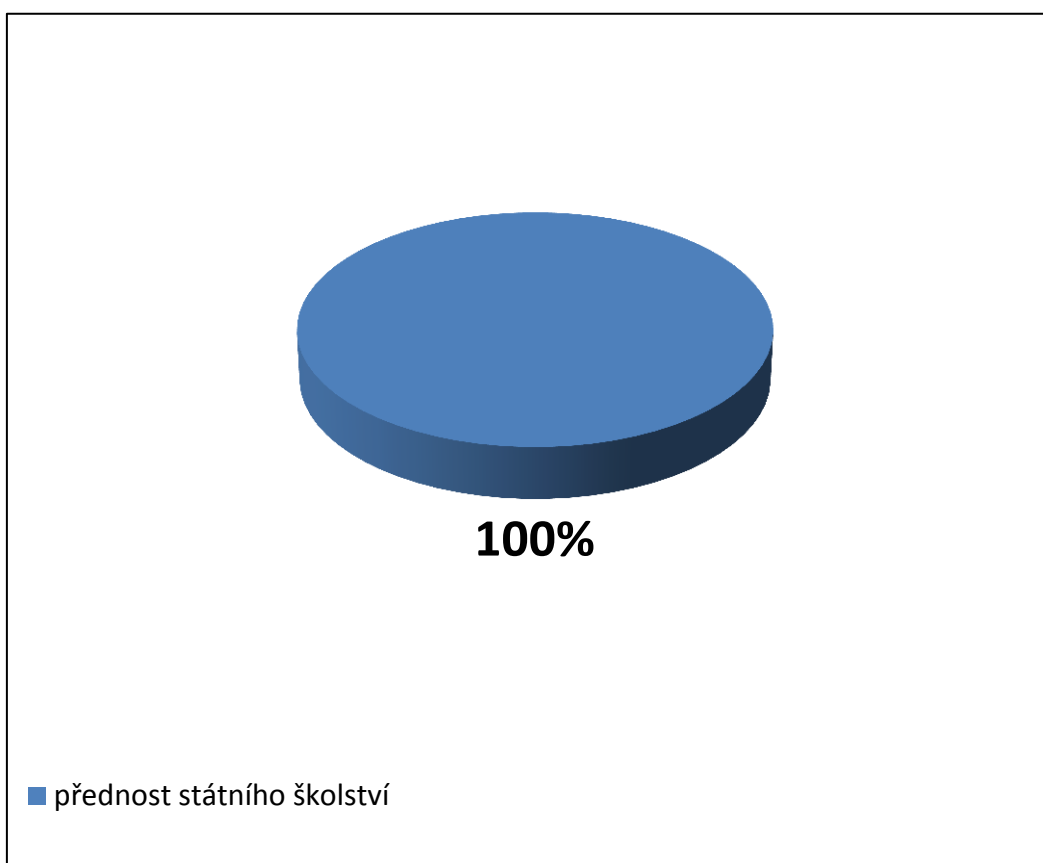
66 maminek bylo ochotných nám napsat, proč by své dítě do miniškolky svěřily. Důvody, proč by tak učinily, jsme shrnuly do tří základních skupin. Nejvíce matky zaujal individuální přístup k dětem.

Tabulka 13: Důvody proč ne:

Důvody proč ne:		
	<i>Počet odpovědí</i>	<i>Počet odpovědí v %</i>
Přednost státního školství	15	100%

Zdroj: [vlastní]

Graf 9: Důvody proč ne:



Zdroj: [vlastní]

15 maminek nám napsalo, proč by své dítě do miniškolky nesvěřily. Všechny by tak učinily ze stejného důvodu – dávají přednost státnímu školství.

5.1.1. Shrnutí inovace ve školství

Formou dotazníků jsme chtěly zjistit, jak budou české maminky reagovat na inovaci týkající se jejich milovaných dětí. Závěr nás příjemně překvapil. Většina matek se inovací nebojí, naopak by je velmi uvítaly. Spousta maminek první nevěděla, o co jde, ale jak vidíme na grafu 7, své dítě by nakonec do miniškolky poslaly.

Jak můžeme vyčíst z grafu 3, pro většinu matek není tolik důležité vzdělání pečovatele, ale to, zda je pečovatel (zřizovatel) miniškolky odborně způsobilý a dokáže se tedy řádně postarat o jejich dítě. To maminky můžou zjistit na schůzkách se zřizovatelem, aby své dítě svěřily do správných rukou. V případě, kdy je zřizovatel a matka v bližším vztahu, tento problém zaniká. Odborná způsobilost se dá získat půlročním kurzem, který pořádá občanské sdružení Prostor pro rodinu.

Z průzkumu také vyplývá, že školky v našem regionu jsou stále přeplněné a miniškolky by mohly pomoci tento problém vyřešit. Stejně tak i problém s umístěním školky, které je pro matky velmi důležité. Miniškolka se může mnohdy nacházet klidně i ve vedlejší domě.

Největším problémem zde vidíme, že je o miniškolkách velmi málo dostupných informací. Na naší facebookové stránce, věnované naší práci a inovacím, jsme sdílely odkaz na server miniškolky.cz, odkud jsme čerpaly informace. Reakce po přečtení tohoto odkazu jedné maminky Veroniky byla: *„Vzhledem k tomu, že mám dvě děti, tohle považuji za nápad století. Kéž by byl tento nápad uskutečnitelný.“* Kéž by maminka četla dále a zjistila nejen, že nápad je uskutečnitelný, ale že i ona může být jeho součástí. Komentář paní Veroniky nás pouze utvrdil v tom, že jsme dosáhly svého cíle. Daly jsme matkám příležitost zvažovat i jiné možnosti, jim dosud neznámé. Mezi námi 109 oslovenými matkami se může najít taková, která si miniškolku založí a stane se tak realizátorem tohoto nápadu v našem regionu.

5.2. Inovace v podnicích – zavedení inovačních technik

Podniky se v dnešní době „drží při zemi“. Zaměstnanci obvykle nepřicházejí s novými nápady, každý si odpracuje své povinnosti, aniž by nad nimi přemýšlel a jde domů. Problémy často řeší pouze jednatel, popřípadě se poradí s hlavním manažerem. Zaměstnanci se aktivně nezapojují do rozvoje firmy, své nápady si nechávají pro sebe a majitele často ani nenapadne se zeptat či krátce pohovořit o možných zlepšeních. Přitom prosperující podnik kreativní nápady potřebuje a musí hlavně tyto nápady umět dobře využít.

Naše inovace:

Pomocí inovačních technik lze snáze dosáhnout výsledků - a to jak nových či vylepšených nápadů, tak i navržení cest a řešení pro určitý problém. Navíc nás to nestojí víc, než jen trochu času. Existuje mnoho metod, takže si každá firma může vybrat ty, které jim vyhovují. Zaměstnanci by měli být taktéž zapojeni do těchto aktivit. Ti přece nejlépe ví, co je v praxi uskutečnitelné a co ne. Každá na první pohled nevýrazná myšlenka může vést k brilantnímu nápadu. A pracovat na základě asociací umíme všichni. Stačí se nebát a společně hledat neotřelá řešení, které později vyhodnocovat a realizovat.

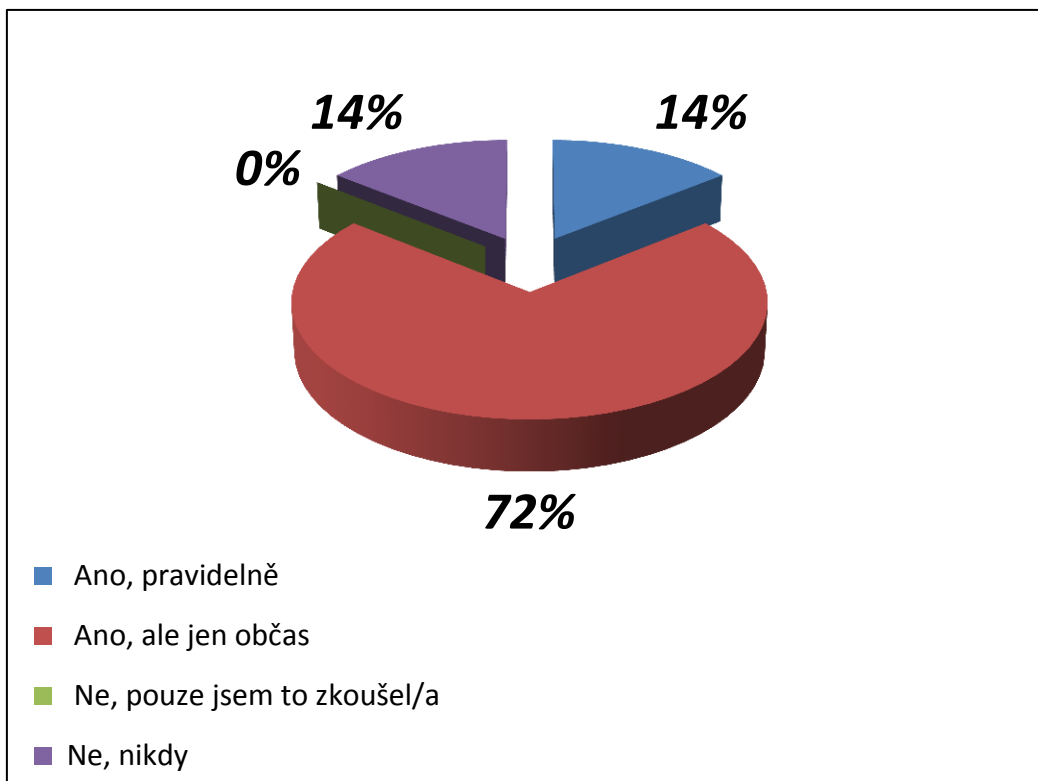
Oslovily jsme sedm jednatelů firem. Těch jsme se ptaly na znalost a zkušenosti s inovačními metodami. S podniky jsme jednaly osobně a zodpovídaly všechny jejich dotazy. Samotné dotazníky však vyplňovali zcela anonymně. Dvě firmy inovační techniky zaujaly natolik, že si přejí dozvědět o inovačních technikách více. Jsme s nimi stále v kontaktu a plánujeme realizaci některých týmových i jednotlivceckých metod. Věří, že jim inovační techniky mohou přinést nové, zajímavé nápady a snáze najít řešení složitějších problémů a my jsme moc rády, že jim k tomu můžeme dopomoci.

Tabulka 14: Využíváte v podniku některé inovační techniky?

Využíváte v podniku některé inovační techniky?		
	Počet odpovědí	Počet odpovědí v %
Ano, pravidelně	1	14%
Ano, ale jen občas	5	72%
Ne, pouze jsem to zkoušel/a	0	0%
Ne, nikdy	1	14%

Zdroj: [vlastní]

Graf 10: Využíváte v podniku některé inovační techniky?



Zdroj: [vlastní]

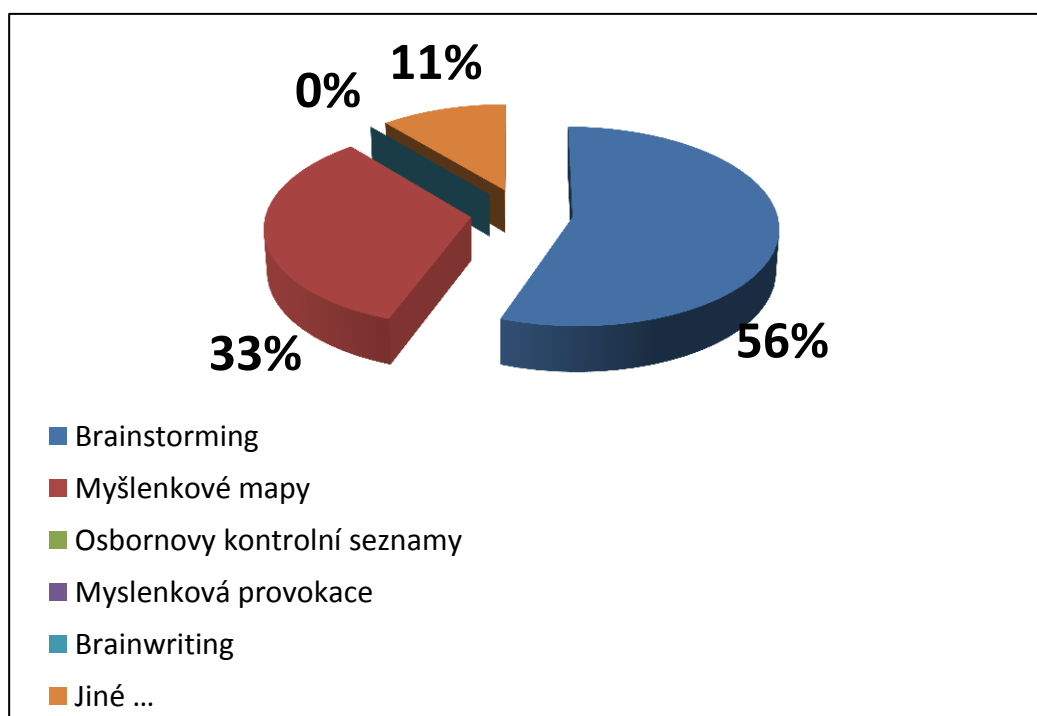
Z grafu vyplývá, že téměř 2/3 firem odpovědělo, že techniky využívají jen občas. Jeden majitel firmy dokonce odpověděl, že nikdy žádnou metodu nevyzkoušel. Odpověď s negativním postojem byla objasněna nedostatkem času respondenta.

Tabulka 15: Které inovační techniky využíváte?

Které inovační techniky využíváte?		
	Počet odpovědí	Počet odpovědí v %
Brainstorming	5	56%
Myšlenkové mapy	3	33%
Osbornovy kontrolní seznamy	0	0%
Myšlenková provokace	0	0%
Brainwriting	0	0%
Jiné ...	1	11%

Zdroj: [vlastní]

Graf 11: Které inovační techniky využíváte?



Zdroj: [vlastní]

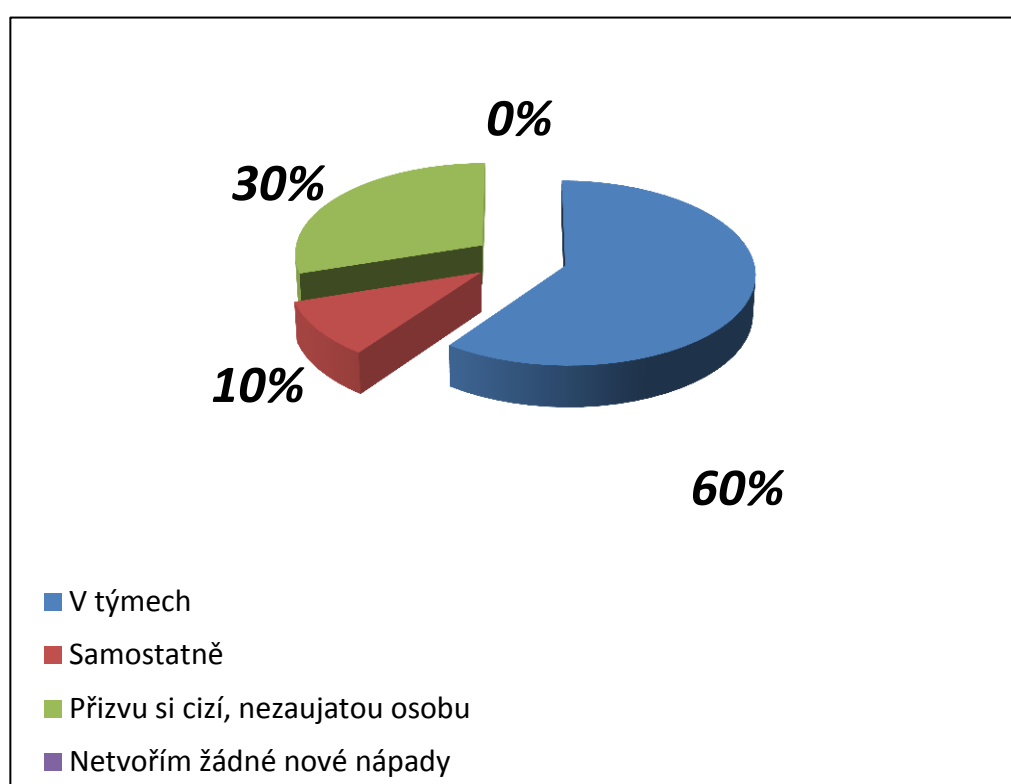
Z grafu vyplývá, že nejpoužívanější technikou je brainstorming. Myšlenkové mapy firmy také využívají, ale ostatní námi uvedené metody nikdo nezakroužkoval. Jeden dotazovaný uvedl, že využívá techniku MBE.

Tabulka 16: Pokud tvoříte nové nápady, pracujete:

Pokud tvoříte nové nápady, pracujete:		
	<i>Počet odpovědí</i>	<i>Počet odpovědí v %</i>
V týmech	6	60%
Samostatně	1	10%
Přizvu si cizí, nezaujatou osobu	3	30%
Netvořím žádné nové nápady	0	0%

Zdroj: [vlastní]

Graf 12: Pokud tvoříte nové nápady, pracujete:



Zdroj: [vlastní]

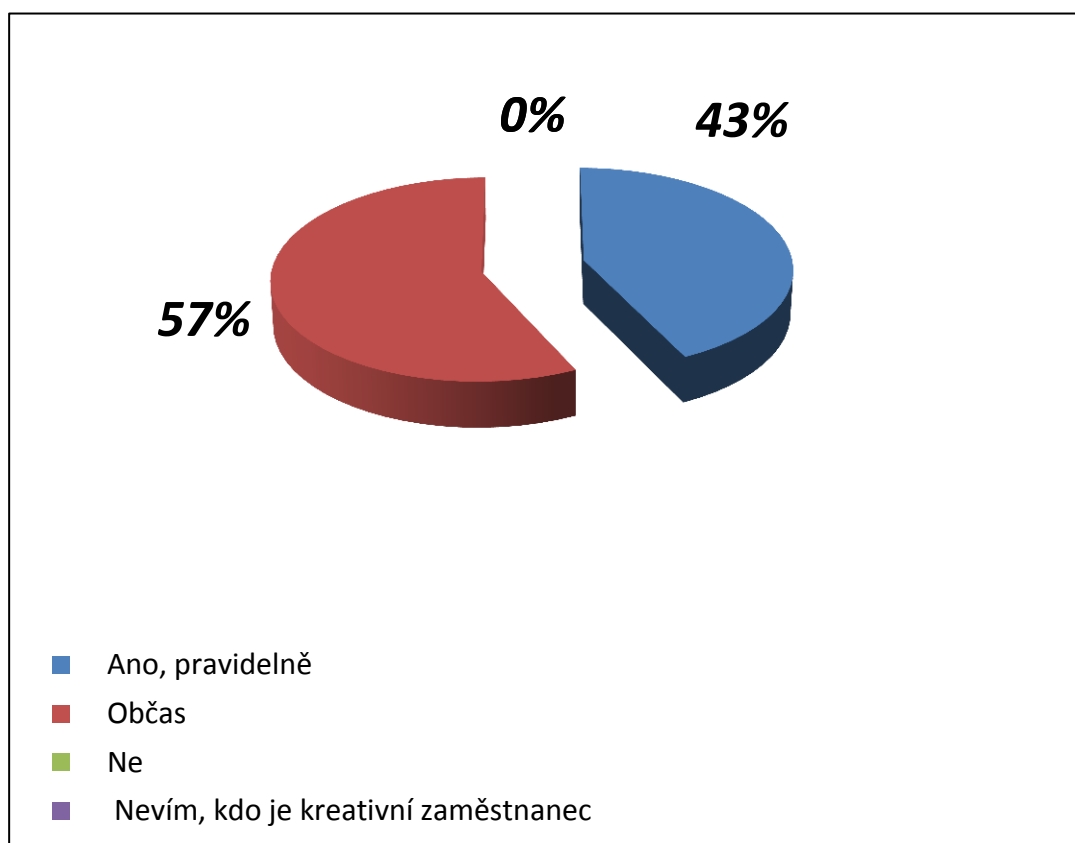
Více než polovina pracuje na nových nápadech v týmech. Tento fakt bereme jako velké pozitivum, protože mnoho inovačních technik probíhá právě v týmech. Ten musí být sehraný a lidé se nesmí před sebou stydět. Pokud má velká část firem zkušenosti s týmovou prací, nebude pro ně zavedením inovačních technik takovým problémem.

Tabulka 17: Pracujete ve Vašem podniku s kreativními zaměstnanci, kteří přicházejí s novými nápady?

Pracujete ve vašem podniku s kreativními zaměstnanci, kteří přicházejí s novými nápady?		
	<i>Počet odpovědí</i>	<i>Počet odpovědí v %</i>
Ano, pravidelně	3	43%
Občas	4	57%
Ne	0	0%
Nevím, kdo je kreativní zaměstnanec	0	0%

Zdroj: [vlastní]

Graf 13: Pracujete ve Vašem podniku s kreativními zaměstnanci, kteří přicházejí s novými nápady?



Zdroj: [vlastní]

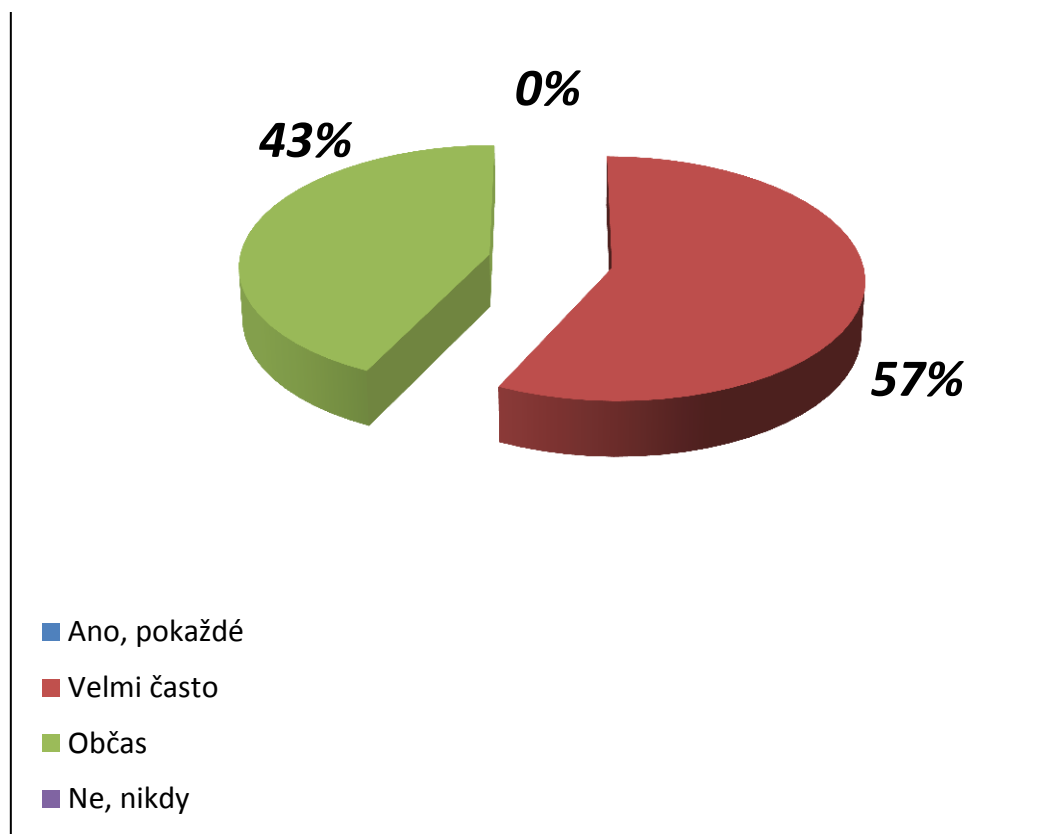
Každý z dotázaných pracuje s kreativními zaměstnanci. To je dobrý začátek pro jakékoliv inovace. Pokud se podniky domnívají, že pracují s kreativními zaměstnanci, můžou jim dát za úkol vymyslet nějakou inovaci a poté snad inovovat!

Tabulka 18: Pomohly Vám inovační techniky k cestě vyřešení problému nebo k novému nápadu?

Pomohli vám inovační techniky k cestě vyřešení problému nebo k novému nápadu?		
	<i>Počet odpovědí</i>	<i>Počet odpovědí v %</i>
Ano, pokaždé	0	0%
Velmi často	4	57%
Občas	3	43%
Ne, nikdy	0	0%

Zdroj: [vlastní]

Graf 14: Pomohly Vám inovační techniky k cestě vyřešení problému nebo k novému nápadu?



Zdroj: [vlastní]

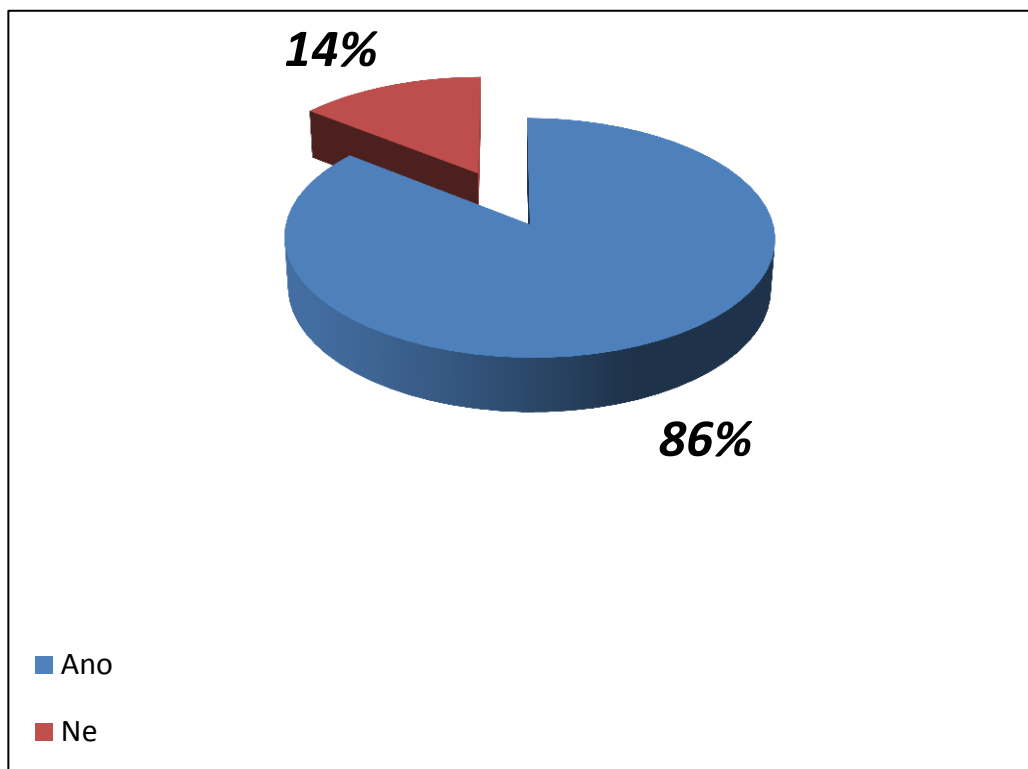
Nulové procento v odpovědi „Ano, pokaždé“ na otázku, zda inovační techniky pomohly podnikům, nás vůbec nepřekvapila. Inovační techniky je třeba trénovat a některé složitější trvají déle, než se je tým naučí vhodně využívat. Některé nápady prostě nejsou občas uskutečnitelné. Takže stoprocentní úspěch rozhodně u inovačních technik neexistuje. Ale pokud ten úspěch je, stojí za to.

Tabulka 19: Chtěli byste se o inovačních technikách dozvědět více?

Chtěli byste se o inovačních technikách dozvědět více?		
	Počet odpovědí	Počet odpovědí v %
Ano	6	86%
Ne	1	14%

Zdroj: [vlastní]

Graf 15: Chtěli byste se o inovačních technikách dozvědět více?



Zdroj: [vlastní]

Pouze jeden majitel firmy nám odpověděl, že by se víc o inovačních metodách dozvědět nechtěl. Jako důvod uvedl nedostatek času. Se zbylými firmami jsme stále v kontaktu a ve dvou již plánujeme realizaci inovační techniky. Jsme moc rády, že firmy v našem okolí mají o tuto problematiku zájem.

5.2.1. Shrnutí inovace v podnicích

Díky dotazníkům jsme zjistily, že podniky mnoho inovačních metod neznají a tudíž je ani pravidelně nevyužívají. Z grafů však můžeme vyčíst, že většina má zkušenosti s týmovou prací, pracují s kreativními zaměstnanci, kteří jsou otevřeni novým nápadům. Šest jednatelů ze sedmi uvedlo, že by se o inovačních technikách chtěli dozvědět více. Tato fakta znamenají, že zavedení inovačních technik nebude takovým problémem. Firmy se nebojí poznat něco nového, k něčemu „přičichnout“ a využít toho.

Mnoho firem nevyužívá techniky, protože jejich znalost těchto metod není příliš vysoká. Jak můžeme vidět na grafu 11, využívají pouze brainstorming, MBE a někdy myšlenkové mapy. Na naší facebookové stránce jsme v diskuzi se studenty došli k závěru, že ve školách se učí pouze brainstorming a brainwriting. Proto budoucí podnikatelé těžko přijdou do kontaktu s jinými technikami, které nám naši práci mohou tolik ulehčit a ještě k tomu upevnit vztahy mezi zaměstnanci díky týmové práci.

Výsledky dotazníkového šetření nás vůbec nepřekvapily a vidíme naši inovaci jako možný přínos pro podniky v našem kraji. Jedna majitelka firmy byla z našeho dotazníku přímo nadšená a velmi nám děkovala za nápad zavedení inovačních technik pro řešení jak složitějších, tak i běžných problémů. Až po její reakci jsme si uvědomily, jak tyto techniky mohou být opravdu přínosné a že mnoho lidí o této možnosti vůbec neví. S podniky, které si přály dozvědět se více o různých metodách, jsme stále v kontaktu. S některými jednateli jsme si již sjednaly schůzku a přiblížily jim některé z metod, o které měli zájem. Po jejich aplikování nám dají zprávu o tom, zdali jim techniky opravdu pomohly a zda s nimi budou dále pokračovat. Jsou vděční, že mají „návody“ na řešení problémů.

Nesmíme ale zapomenout na riziko, které při zavádění inovačních technik hrozí. Tyto techniky je potřeba nejprve správně pochopit, poté trénovat a naučit se je ovládat. Až poté můžeme dosáhnout opravdu kvalitních a přínosných výsledků.

Díky facebooku i jednání s firmami se nám podařilo tyto techniky dostat do povědomí lidí a to bylo naším cílem.

5.3. Další návrhy inovací

Dále navrhujeme inovace, které jsme však do hloubky nevypracovávaly. Jedná se pouze o možnosti inovací v různých oblastech, které by mohly sloužit jako motivace.

Obrázek 5: Návrhy inovací



Zdroj: [vlastní]

5.3.1. Inovace v zemědělství

V posledních letech neustále sledujeme v mediích, do jakých problémů se dostalo české zemědělství. Vidíme naše zemědělce vylévat mléko do polí, všude kolem nás jsou jenom lány osázené řepkou, místo orné půdy plochy zastavěné různými skladišti, parkovišti, obchodními centry, v tisku se dočteme o neustále děsivě pokračující erozi půdy, sledujeme nářky zemědělců nad krachy jejich podniků a nemožnost prodat svou produkci. A s tím je třeba rychle začít něco dělat.

Naše inovace:

Domníváme se, že spoléhat se pouze na dotace z evropských fondů, není dostačující. V době, kdy hrozí kolaps českého zemědělství, na celostátní úrovni roste nezaměstnanost, je třeba hledat nová řešení, jak změnit současný trend. Byť nejsme žákyněmi zemědělské školy, věnovaly jsme pozornost i problémům v zemědělství a pokoušíme se navrhnout alespoň jednoduché a možná pro odbornou veřejnost i trochu úsměvné změny.

1) Efektivnější zpracování biomasy v domácnostech a obcích

Domácnosti každodenně vyprodukují poměrně velké množství různých odpadů. Některé z nich, ty biologické, jsou dále využitelné i pro domácí spotřebu. Anorganické odpady se musí odborně zpracovávat na specializovaných pracovištích. Ovšem biologický odpad může být využit přímo na vlastní zahradě. Řada domácností v posledních letech od kompostování upustila, nebo této činnosti nevěnuje dostatečnou pozornost. Přitom využívání těchto ekologických hnojiv je nejenom prospěšné přírodě, ale zároveň šetří finanční prostředky domácností. Obce by se v této oblasti mohly též zdokonalit. Velké množství biologických odpadů končí v kontejnerech a odváží se na skládky, což s sebou v ročním souhrnu nese nezanedbatelné náklady a tím zátěž pro rozpočty obcí. Obce by investicemi např. do nákupu drobných drticích zařízení mohly zpracovávat biomasu a využívat ji ke hnojení dřevin rostoucích na obecních pozemcích, případně pokud by bylo v možnostech obce, tak dokonce prodávat hotový kompost občanům. Tím by i obcím odpadly náklady spojené s odvozem odpadu na skládky.

2) Výsadba užitečných a průmyslově využitelných dřevin

Rozvoj společnosti a ekonomický růst v posledních letech znamenal mimo jiné i změny v přístupu lidí k volnému času a využití vlastních pozemků. Ze zahrad v posledních letech mizely ovocné stromy, rušila se drobná políčka, chlévy a výběhy pro domácí zvířectvo a vystřídaly je okrasné dřeviny, skalky, zahradní jezírka a bazény. Zaznamenaly jsme, že z venkovských zahrad zmizel tradiční strom našich dědů a babiček – ořešák vlašský. Tento strom nejenom že nám poskytuje ořechy, které využíváme v kuchyni, ale má také velký význam v průmyslu, kde bylo dřevo ořešáků používáno v nábytkářství a ve zbrojařských závodech používáno na výrobu pažeb k puškám. Dnes se na trhu setkáváme nejenom s velmi vysokou cenou plodů tohoto stromu – ořechů, což znepokojuje převážně ženy – cukrářky, ale také se čas od času

dočteme o problémech zbrojařských závodů sehnat toto kvalitní a pro ně tak potřebné dřevo pro tradiční výrobu loveckých zbraní. Přitom po řadu let byly ořešáky vlašské běžnou dřevinou v našich končinách.

V posledních letech se stále více v mediích setkáváme s pěstováním rychle rostoucích dřevin, zejména pak japonských topolů. I když tato oblast podléhá přísné kontrole, doposud není přesně jasné, jaké vedlejší účinky pěstování podobných rostlin může do budoucna mít. Jsou to však dřeviny, jež svým rychlým růstem poskytují produkci velkého množství dřevní hmoty, která je pak široce využitelná. Při průzkumu na internetu jsme narazily na článek o pro nás doposud neznámé dřevině. Jedná se o paulovii, která neprodukuje nebezpečné látky, jako je například isopren a velmi rychle roste. Byla vyšlechtěna šlechtitelem a pěstitelem Petrem Hyršem, který je přesvědčen, že by tato dřevina mohla v budoucnu nahradit doposud pěstované japonské topoly a vrby. Vyskytuje se ve více druhových variantách její dřevo je využitelné jak pro otop, tak ke zpracování v průmyslové výrobě, případně jako okrasný prvek na zahradě. Její výhodou je též skutečnost, že se může dobře vyvíjet i v chudých a erozí ovlivněných půdách. Výsadba těchto dřevin a jejich následné využití by přineslo nejenom úsporu nákladů a času, ale též by byla vytvořena řada pracovních míst v oblasti jejich pěstování, zpracování a distribuce. [22]

3) Technické úpravy zemědělských ploch

Na základě rešerše odborné literatury z oblasti zemědělství, jejíž autoři jsou Doc. Ing. František Čuba, CSc. a Doc. Ing. Josef Hurta, CSc., jsme dospěly k závěrům, které vyplývají z návrhů uvedené trojice autorů. Dle těchto odborníků by mělo dojít k úpravě zemědělských ploch tak, aby se zemědělská technika mohla po těchto plochách rychleji pohybovat (i v nepříznivých povětrnostních podmínkách), čímž by došlo k úsporám provozních nákladů na spotřebu pohonných hmot. Konkrétně se jedná o vytvoření úzkých pruhů osázených travním porostem, po kterých se bude zemědělská technika moci pohybovat rychleji a snáze. V současnosti vjíždí do celé oseté plochy, čímž zničí část plodin, ale také se pohybuje často po podmáčené půdě, a tím spotřebuje velké množství pohonných hmot.

5.3.2. Inovace v oblasti regionální turistiky

Obce málo propagují svoje kulturní památky. Co o nás vůbec vědí v západní Evropě? Znají Prahu, Hlubokou nad Vltavou, Lidice, možná ještě Macochu a to je tak všechno. Přitom Česká republika nabízí tolik zajímavých míst a památek k vidění.

Náš region má to nejlepší víno. Dokonce ani u nás v republice není ale dostatečně ceněné, natož tak v zahraničí. Každý přece známe moravské hodnocení vína: „1. dá se, 2. dá se svařit, 3. nedá se, 4. dá se Pražákům“. Proč se obce více nestarají o skvosty, které mají? Ať už jsou to kulturní památky nebo výborní vinaři? Proč je nezná celá republika, celá Evropa?

Naše inovace:

Naše inovace začíná u obecních úřadů. Ty by se měly zaměřit na větší propagaci zejména drobných kulturních památek, např. křížů, morových sloupů, choleroých hřbitovů apod., ale také přírodních útvarů a zajímavých lokalit, které se nacházejí v jejich katastrálním území. Měly by se také zaměřit na jednotlivé vinaře, jejich krásné sklípky s mnohdy dlouho historií a podpořit je. V dnešní době sociálních sítí a otevřeného internetu by to neměl být problém. Investice vložené do této inovace se jim jistě brzy vrátí v návalech turistů za něčím, co nikdy neslyšeli, neviděli, neochutnali.

5.3.3. Inovace na pracovišti

Mnohdy zaměstnanci ve svých poledních přestávkách tráví čas v nehezkém a nepříjemném prostředí. Často jsou také velmi unavení a nemají možnost se nějak odreagovat a odpočinout si, což může zhoršovat jejich pracovní výkon. Někteří mohou trávit den ve stejné místnosti a to jejich kreativitu nepřispívá. Holé zdi, prázdné parapety, obyčejný nábytek. Zaměstnavatel chce po svých zaměstnancích ty nejlepší výsledky, dává jim ale ty nejlepší podmínky?

Naše inovace:

Myslíme si, že by zaměstnanci měli trávit svoji pauzu v příjemnějším prostředí. Zavedly bychom oddychový koutek, kde by měli zaměstnanci k dispozici knihy, časopisy, švihadla či možnost poslouchat hudbu. Umístily bychom zde také pohodlné sedačky či pohovky, kde by si mohli dopřát krátký odpočinek. Celá místnost by měla být laděna

do uklidňujících barev, doplněná bytovými doplňky, aby působila jako příjemné prostředí pro relaxaci. Místnost by mohli využít kdykoliv v jejich pracovní době, pokud by samozřejmě dodrželi pracovní řád. Musíme si dát ale pozor na vypočítavé zaměstnance, kteří by toho mohli zneužívat. Jak říká Karolína na naší facebookové stránce: *„Vypadá to úžasně. Myslím, že by si každý přál pracovat v takovém příjemném prostředí, kde si lidé o polední pauze doopravdy odpočinou a jsou poté více produktivní a motivováni k práci. Škoda, že takový nápad by byl v České republice spíše utopií, je to zřejmě i o mentalitě lidí, kteří by takových vymožeností jen zneužívali, nemyslíte?“* Sám ředitel firmy by tudíž měl posoudit, jakou pracovní morálku má zavedenou a zda se mu jeho přínos pro zaměstnance vyplatí.

5.3.4. Inovace v sociální oblasti

- a) Pro zavedení inovace v této oblasti jsme se inspirovaly v reportáži švýcarské televize Telezüri, kde živé vysílání předpovědi počasí moderovali místo „rosniček“ bezdomovci. Tato reportáž sklidila ohlas například v Rusku, Srbsku a dalších zemích. Cílem akce pod názvem „Dny naděje“ bylo seznámit lidi s těžkým životem bezdomovců a ukázat, jaký mají oni pohled na svět.

Obrázek 6: Předpověď počasí v Telezüri



Zdroj: [18]

Naše inovace

Na základě této reportáže a výsledků sčítání lidu z jara 2011, které říkají, že v České republice je přes 11 000 bezdomovců [21], jsme se rozhodly nad tímto zamyslet. K vytvoření této inovace jsme samy použily inovačních technik, konkrétně myšlenkovou mapu. Naše myšlenky se nejvíce pohybovaly kolem prostředí, kde se bezdomovci vyskytují a kde to dobře znají. Vznikem neziskové organizace, která by samozřejmě dostávala dotace od státu, by získali bezdomovci útočiště. Nezisková organizace by pak každému bezdomovci přiřadila určitý úsek města, ve kterém žije, ke správě. Bezdomovec by tak napomáhal životnímu prostředí třeba čištěním toků, ulic, pěstováním rostlin či stromů a udržoval by lavičky atd. Za tuto práci by byli samozřejmě bezdomovci odměněni a výše či druh odměny by závisel na splnění jejich úkolů.

V naší myšlenkové mapě se vyskytla i hrozba, zda bezdomovci případnou výplatu špatně nevyužijí. Proto bychom je odměňovaly jednotlivými poukázkami v určité hodnotě, např. do pekárny, masny či obchodu s oblečením, aby toho nemohli zneužít. Ty nejpoctivější, nejsnaživější a nejvytrvalejší by mohli získat také ubytování. Zde vidíme možnost díky starým zrušeným kasárnám a podobným objektům, které by se mohly přizpůsobit pro potřeby bezdomovců.

- b) Z důvodu rostoucí nezaměstnanosti absolventů středních či vysokých škol a tím vzrůstajícího rizika jejich neuplatnění na trhu práce a též z důvodu demografických změn (stárnutí populace) je třeba hledat možná pracovní místa v oborech, pro které nebyli původně kvalifikováni.

Naše inovace

Naše inovace by se mohla nazývat „Absolventi škol poskytující služby pro seniory“. Lidé v důchodu si sami nedokáží udělat řadu věcí, jako například vyprat, vyžehlit, vysát či umýt okna. Pro mladé absolventy to není žádný problém a podle nás je to určitě lepší cesta, než aby byli zapsaní na úřadu práce a nic nedělali. Mnoho seniorů využívá drahé agentury, takže i pro ně bude tato inovace výhodou ve formě nižších nákladů a kontaktu s mladým člověkem.

5.3.5. Inovace v oblasti bydlení

Vzhledem k současné ekonomické krizi a s tím související zhoršování životní úrovně řady občanů v České republice jsme zaznamenaly, že na trhu s realitami došlo k následujícím změnám:

- lidé v důchodovém věku po ztrátě životního partnera mají problémy s financováním svého bydlení v často poměrně prostorných bytech a rodinných domech, proto se uchylují k jejich prodeji, případně směně za menší bytové jednotky,
- lidé z nejvyšší příjmové skupiny investují v současné době často do luxusního bydlení, které považují za vhodnou alternativu běžných finančních investic.

Naše inovace:

Proto navrhujeme, aby se městské a obecní úřady, případně podnikatelské subjekty zaměřily na výstavbu malometrážních bytů do 75m² a menších rodinných domů – energeticky méně náročných staveb. V poslední době se staví sice i velké a luxusní byty, což je pro lidi z vyšších příjmových skupin jistě příjemné, ale nesmíme zapomínat ani na opačnou variantu.

5.4. Vlastní aktivita v oblasti inovací

Díky našemu průzkumu a poznávání v této oblasti inovací jsme zjistily, že největší problém se nachází v špatné informovanosti veřejnosti. Proto jsme vytvořily jednoduchou webovou stránku, protože nejsme odbornice v oblasti informačních technologií, kde si každý může přečíst, co je to inovace či inovační techniky, a vše další, co se inovací a kreativitou týká. Jde o souhrn všeho, co jsme se během našeho studování inovací dozvěděly a chtěly jsme se o to podělit. Dále jsme založily stránku na facebooku, kde aktivně komunikujeme s veřejností, a to zejména s mladými lidmi, na toto téma a ptáme se na jejich názory. Touto populární a aktuální cestou se opět snažíme dostat inovace do povědomí mladých lidí.

5.4.1. Webová stránka

Na webovou stránku se můžete podívat na adrese: www.inovace.wu.cz

Obrázek 7: Webová stránka



Úvod
Invence
Inovace
Druhy inovací
Inovační techniky
Možnosti v ČR
Kreativní ekonomika
Slovník pojmů
Seznam použité literatury

NÁVŠTĚVY	
DNES:	1
VCERRA:	0
CELKEM:	111
ZOBRAZENÍ	
DNES:	2
VCERRA:	0
CELKEM:	512

-2/4 **-4/3** **-3/4**
Pá 1.3. **So 2.3.** **Ne 3.3.**

Invence

Je to tvůrčí aktivita, která ovšem není realizována. Jedná se pouze o novou myšlenku, nápad či vynález.

Dělí se:

- absolutní (kompletně nová myšlenka)
- relativní (nová myšlenka pouze k vylepšení stávajícího produktu či služby)

S ohledem na praktické využití poznatků můžeme invence rozdělit na:

- gnoseologické (nemají v daném období praktické využití)
- aplikační (kterých lze bezprostředně prakticky využít) [4]

Invence je kvalitativní změna ve struktuře vědění jednotlivce nebo společnosti. [8]

Stupeň invence

Jako nultý stupeň invence lze charakterizovat **akceptaci**, tj. převzetí určitého poznatku beze změny buď z celosvětového fondu vědění, nebo ze soustavy poznatků jiné organizace.

Jako 1. stupeň invence označíme takovou změnu struktury vědění, ke které dochází na základě napodobení – **imitace řešení** – již existujících v jiných systémech, jež jsou z hlediska funkce

Zdroj: [20]

5.4.2. Facebooková stránka

Facebooková stránka má odkaz: <http://www.facebook.com/pages/Inovace-jako-cesta-z-krize/541414332556694>

Zde se můžete podívat, jak vypadá:

Obrázek 8: Facebooková stránka

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Inovace jako cesta z krize'. The page features a cover photo of two light bulbs, one glowing and one unlit. The page title is 'Inovace jako cesta z krize' with 70 likes and 3 people talking about it. Below the title, there is a 'Community' section with a post from 'Jame Žákyně Obchodní akademie UH'. The page also has a 'Status' section with a post from 'Inovace jako cesta z krize' dated 1 March. The right sidebar shows 19 friends and a post from 'Inovace jako cesta z krize' shared a link about Google's work environment. The bottom of the page shows a comment from 'Adéla Pačková' and a post from 'World Best work place at Google'.

Zdroj: [vlastní]

Obrázek 9: Facebooková stránka 2

Inovace jako cesta z kr...

Timeline ▾
Now ▾

Admin Panel

Inovace jako cesta z krize

1 March

Existuje něco, co Vás velmi štve a chtěli byste to inovovat/změnit?? V jakémkoliv oboru? Pište, pište nápadyčky. ;)

Like · Comment · Share

Adéla Paříčková likes this.

Write a comment...

61 people saw this post

Inovace jako cesta z krize shared a link

20 February

To je teda inovace! Co na to říkáte? Podle nás super, alespoň mají ti, co nepřišli o domov vlastní vinou nějakou šanci na lepší život! Držíme palce pro další inovace!

Místo půvabných rosníček moderují počasí bezdomovci – Novinky.cz
www.novinky.cz

V několika evropských zemích byla spuštěna zajímavá kampaň. Zmenuje se „Dny naděje“ a snaží se upozornit na problémy bezdomovců. Ti se v jejím

Like · Comment · Share

Inovace jako cesta z krize

Nápad vás samotné nějaké uplatnění pro bezdomovce v našem regionu? Jak zařadit tyto lidi zpátky do společnosti?

20 February at 19:56

Like

Jan Žitňanský třeba pomoci brigád ve veřejně prospěšných pracích jako je třeba po zimě zamezení chodníků a uklizení kamínků, sbírání odpadků atd... a nebo třeba je zapojit i v podnicích do těchto prací. zkrátka jsi nejsem jistý jestli o to někteří stojí 😊 Možná by nebylo na škodu pořídit nějaké sezení, aby se zjistilo, proč vlastně se z nich stali bezdomovci, většinou je za tím nespolečná závislost na alkoholu a drogách. A snažit se jim pomoci.

5 March at 18:25

Like

Inovace jako cesta z krize Určitě, také si myslíme, že by bylo vhodné využít je k těmto pracím! Napadá nás myšlenka neziskové organizace, kam by se každý bezdomovec (kteří by chtěli) mohli přihlásit a spravovat tak určité území, které by mu organizace přidělila - v místě jeho výskytu. Za tyto práce by pak bezdomovci dostávali poukazy do pekárny, masen a třeba i obchodů s oblečením abychom tak přečesli využití peněz ke špatným účelům. A ti nejozvěčnější a nejtvrdlejší pracovníci by mohli získat i sítěchu nad hlavou!! Mohli by se využít například prostory starých kasáren či jiných objektů...

5 March at 18:29

Like

Jan Žitňanský To je zajímavý nápad 😊 Alespoň by ty peníze hned nepropil.

6 March at 17:44

Like

Karolína Barotová Myslím si, že ti, kteří chtějí odjet něco se svou životní úrovní by měli dostat šanci změnit svůj život a situaci v které se nachází. Někdy je naše společnost dost kritická a takoví lidé mohou mít s nalezením práce velké obtíže... myslím, že je to skvělý nápad.

Sunday at 21:58

Like · 1

Write a comment...

87 people saw this post

Inovace jako cesta z krize

7 March

Zaměstnanci Googlu mají až moc velký komfort, ale i u nás se přece může prostředí zaměstnanců změnit! Napadla nás myšlenka oddychové místnosti, kde by si zaměstnanci jakékoliv firmy mohli na chvíli zadechnout, třeba o polední pauze! Měli by k dispozici knihy, časopisy, hudbu, sedačky pro spánek... Líbilo by se Vám to v zaměstnání????

World Best work place at Google

It's available in California,USA,Brazil,South America,Beijing,China,Asia,and Switzerland,Europe only

Like · Comment · Share

Adéla Paříčková likes this.

Karolína Barotová Vypadá to úžasně. Myslím, že by si každý přál pracovat v takovém příjemném prostředí, kde si lidé o polední pauze doopravdy odpočinou a jsou poté více produktivní a motivovaní k práci. Škoda, že takový nápad by byl v České republice spíše utopií... je to zřejmě i o mentalitě lidí, kteří by takových výhodností jen zneužívali, nemýlíte?

Sunday at 21:50

Like

Radim Žaluda Váš nápad je dobrý, i když z vlastní zkušenosti vím, že u firem, které si větší svých zaměstnanců už podobně věci fungují, nejprve v mnohem přirovnější formě než u Googlu. Což z hlediska přínosnější, jelikož větším problémem v tom (aby se forma relaxace a módy... See More

20 hours ago

Edited · Like

Write a comment...

82 people saw this post

Inovace jako cesta z krize

18 February

Pojďme trochu diskutovat, znáte nějaké inovační techniky?? Víte o co se jedná?

Like · Comment · Share

Michaela Šnajdarová Není to pro mě úplně novinka, ale o co přesně se jedná?

20 February at 07:44

Like

Inovace jako cesta z krize Jedná se o techniky, které pomůžou firmě uspět. Mezi nejznámější patří brainwriting, brainstorming, myšlenkové mapy... Myslím, že myšlenkové mapy by mohla většina z vás znát, ne?

20 February at 18:17

Like

Inovace jako cesta z krize ... See More

Google Image Result for
<http://www.fiftyfifty.cz/files/image/myslenkove-mapy/mmap1.jpg>
www.google.cz

20 February at 18:28

Like · Remove Preview

Michaela Šuranská O brainstormingu jsme se učili ve škole... Tak nějak vím, na čem tahle metoda funguje. Ostatně o dalších nemám potuchy...Ale myslím, že je to dobrý a lehce zapamatovatelný nápad, který by se mohl využít v hodinách či v budoucnu v praxi...

Zdroj: [vlastní]

5.4.3. Spolupráce s institucemi

Abychom zajistily přínos naší práce a její posun, rozhodly jsme se komunikovat se soukromým sektorem naší republiky. Kontaktovaly jsme sedm institucí, které se inovacemi zabývají, a žádaly jsme je o odborný posudek naší práce. Zároveň jsme tím navázaly možnost další spolupráce, ve kterou doufáme.

Dále s námi chtěly od vyplnění dotazníku spolupracovat oslovené firmy. V jednom podniku jsme již zorganizovaly sezení, na kterém si měli možnost vyzkoušet inovační metodu - de Bonovy myšlenkové klobouky. V další firmě stále probíhá pravidelná komunikace týkající se především jednotlivceckých inovačních metod. Jednatel této firmy v současné době zkouší metodu myšlenkových map.

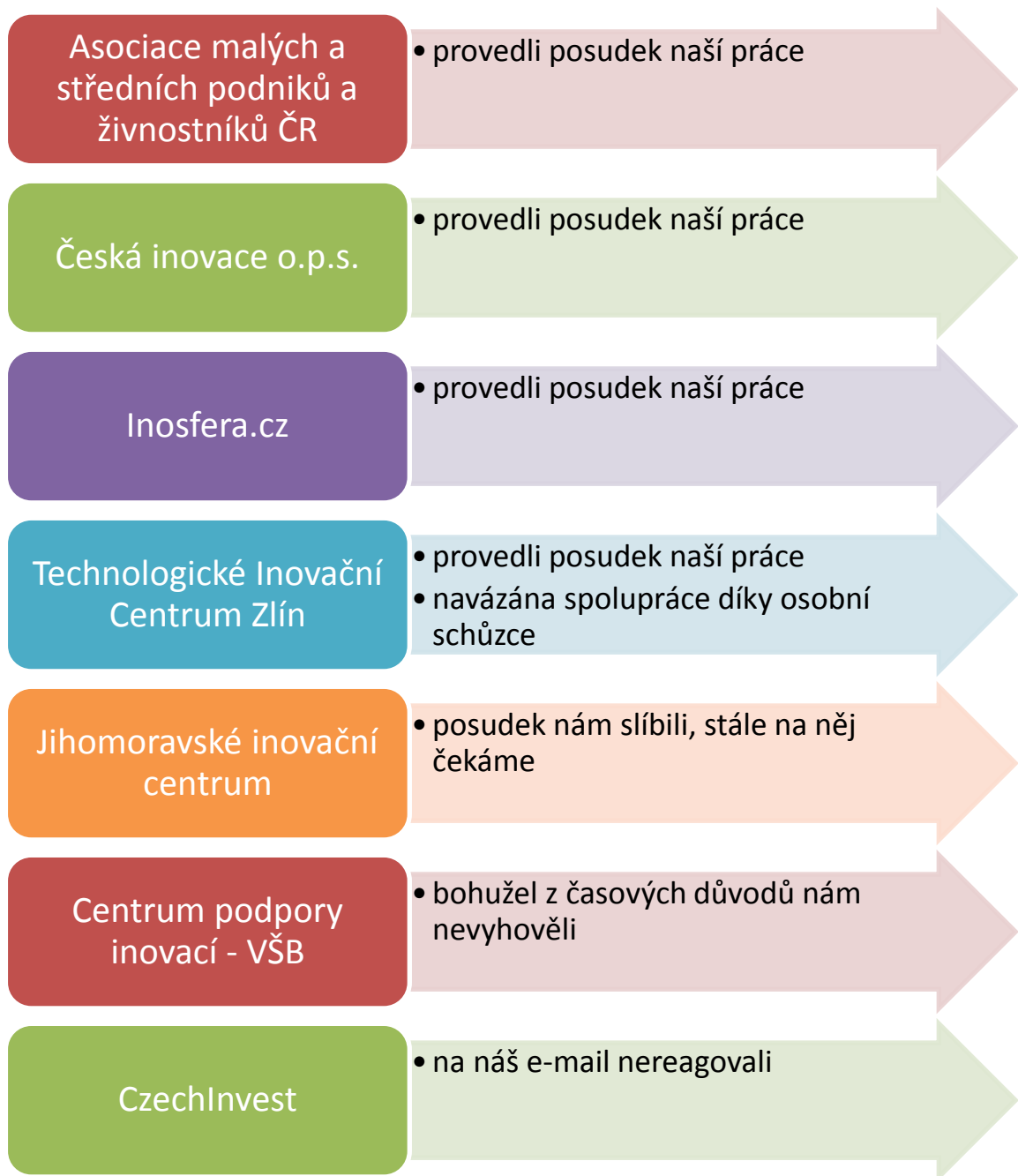
1. Posudek naší práce

Institucím jsme napsaly e-mail, ve kterém vysvětlujeme naši účast v Středoškolské odborné činnosti a žádáme o odborný posudek naší práce. Velmi pozitivní reakce nás příjemně zaskočily. Ředitelé institucí či manažeři nám ihned odpovídali a slibovali spolupráci. Nyní máme k dispozici čtyři posudky, na jeden stále čekáme.

Zástupci asociace CzechInvest nám vůbec neodpověděli, naopak Centrum podpory inovací – VŠB-TU by rádo spolupracovalo, ale z časových důvodů bohužel nemohou. Jihomoravské inovační centrum nám posudek přislíbilo, čekáme na jeho zaslání. Generální ředitelka Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, paní Eva Svobodová, nás přesměrovala na předsedu asociace, Karla Havlíčka, který napsal Inovační manuál. Paní Svobodová nám chtěla pomoci a zaslala nám jej k dispozici. Asociace nám provedla posudek práce. Inosfera se také aktivně zapojila a zhotovila posudek naší práce. Ředitel České inovace, o. p. s., Roman Šiser, měl ihned chuť s námi spolupracovat a provedl posudek naší práce. Paní ředitelka Mgr. Daniela Sobieská z Technologického Inovačního Centra ve Zlíně se s námi chtěla osobně setkat. Tato schůzka se nesla ve velmi příjemném duchu a byla pro nás velkým přínosem. Technologické Inovační Centrum na základě této schůzky také napsalo posudek naší práce a dokonce by rádi některé úseky práce použili. Doufáme ve slíbenou další spolupráci.

Ochotným institucím velmi děkujeme.

Obrázek 10: Instituce



Zdroj: [vlastní]

Uvádíme zde znění e-mailu, který nám zaslal Marek Danělišyn za Inosferu:

„Dobrý den Magdo, Aleno,

děkujeme za email.

Prosím, pošlete nám svou práci, rádi se na ni podíváme - s kolegy se dohodneme, kdo zpracuje posudek.

Vaší aktivitě fandíme!

Zdravím pěkně.

Za Inosferu

Marek Danělišyn“

Z této reakce a i ze všech ostatních podobně stavěných odpovědí máme velmi dobrý pocit. S každou podporou se naše práce zlepšuje a roste naše motivace. Zpětné ohlasy, to je to, proč zpracováváme tuto práci.

Na následujících listech jsou oskenovány posudky naší práce od jednotlivých institucí.

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

Obrázek 11: Posudek AMSP ČR, 1. část



ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR
ASSOCIATION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES AND CRAFTS CZ
DIE ASSOZIATION DER KLEINEN UND MITTLEREN BETRIEBE UND HANDWERKER CZ

V Praze dne 25. března 2013

Č. j. GŘ/34/2013

Posudek práce středoškolské odborné činnosti

INOVACE JAKO CESTA Z KRIZE

Autor: Magda Cíhová, Alena Jasková

Obchodní akademie, Vyšší odborná škola a jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky

Uherské Hradiště, 2013

Předložená práce studentek obchodní akademie si klade za cíl definovat proces inovace a promítnout inovační postupy do reálného života jako možný příspěvek ke zlepšení kvality života v regionu, jehož se studie týká. Autorky pracují se základní hypotézou, že inovativní přístup v jakékoliv součásti společnosti má svůj význam a kultivací takového přístupu může být dosaženo určitého zlepšení ekonomické situace dané komunity. Ač je to myšlenka odvážná, nelze než souhlasit.

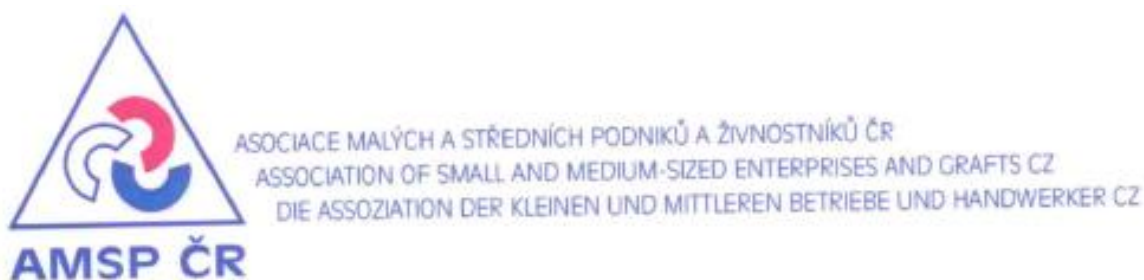
Studentky zvolily přístup úzkého zacílení svého výzkumu na dvě oblasti – mikro forma předškolního vzdělávání a aplikace inovací v podnikatelské sféře. Provedené šetření v obou případech vykazuje známky autentičnosti a kreativního přístupu autorek, zpracování vlastního dotazníkového šetření je zajímavě pojato. Vyhodnocení výsledků je provedeno pečlivě, výsledky jsou komentovány a zpracovány v grafické podobě. Jelikož je patrné, že se autorky touto problematikou hodlají zabývat i v budoucnu, bylo by vhodné výsledky takové práce zasadit do širšího ekonomického kontextu a pokusit se zpracovat studii proveditelnost např. zavedení mikro-školek, tzn. jaké jsou předpoklady, překážky atd. V práci je zmíněna SWOT analýza jako jeden z instrumentů kreativního hledání řešení, na samotný objekt výzkumu však aplikován nebyl.

Pokud mluvíme o textu jako o formě vědecké resp. odborné práce, pak trochu nepatřičně působí připojené návrhy inovací v oblastech zemědělství, turismu, sociální atd. Můžeme je brát jako příklady dalších možností aplikace přístupu, pokud však samy autorky připouštějí, že nedisponují dostatkem zkušenosti s problematikou, pak si trochu dávají pomyslný gól do vlastní branky a to je u takto přehledně a pečlivě zpracované práce škoda.

U výzkumu inovací v podnikové sféře je z pohledu AMSP ČR zajímavý výstup, který koreluje do určité míry s výzkumem prováděným Asociací v březnu 2012. Nicméně výzkum autorek naznačuje, že povědomí o škále inovačních metod je mezi regionálními podnikatelskými subjekty poněkud limitované, což je zčásti přisuzováno struktuře osnov dané problematiky na obchodních školách. Je to zajímavý postřeh, který se může stát podnětem zejména pro současné studenty k širší debatě o

Zdroj: [Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR]

Obrázek 12: Posudek AMSP ČR, 2. část



problému, ale zejména je může vybízet k tomu, aby ve svém studiu sami proaktivně vycházeli za rámec standardních osnov a inovovali i svůj postoj ke studiu.

Práce po formální stránce splňuje všechny požadavky na daný typ práce, jazyk a terminologie jsou dostatečně přesné, poukazují pouze na výhradu k mírnému nadužívání citově zabarvených a emotivních slovních spojení, která v odborné práci nemají místo.

Z pohledu použité literatury a práce s ní není žádných výhrad, citace jsou správně označeny. Samotný výběr literatury je velmi dobrý a má široký záběr. Do teoretické části by snad mohlo být využito díla Schumpeterova (Mark I. a Mark II.)

Amler, březen 2013

ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR
Těšnov 5, 110 00 Praha 1
IČO: 26547783
tel.: 222 246 404, tel./fax: 222 241 553


Eva Svobodová, MBA
generální ředitelka

Zdroj: [Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR]

Česká inovace, o. p. s.

Obrázek 13: Posudek Česká inovace, o. p. s.

Jazyková stránka:

1. Stylistika a) **výborná**
b) velmi dobrá
c) dobrá
d) nevyhovující

2. Gramatika a) **výborná**
b) velmi dobrá
c) dobrá
d) nevyhovující

Další hodnocení:
Práce mně překvapila vysokou kvalitou zpracování, v podstatě na úrovni diplomové práce.

Oceňuji i podrobný teoretický rozbor různých aspektů inovací a zejména důraz na smysl slova inovace, jak autorky správně poukazují na důležitost realizace na rozdíl od invence/nápadu. Jak z praxe víme, nápadem to začíná, ale bez komercializace, uvedení do praxe je faktický přínos zanedbatelný. K členění inovací bych možná doplnil často opomíjené inovace služeb. K bodu implementace pak autorky hezky navazují popisem a hodnocením kreativních technik včetně snahy o definici kreativity. Pro návaznou diskusi doporučuji knížku Daniela Pinka „Whole new brain“, která se zabývá praktickými kreativními dovednostmi, jako jsou design, příběh, empatie a další.


Oslovil mně i rozbor rizika a čím je míra rizika způsobována, což je taky nedílnou součástí implementační fáze.

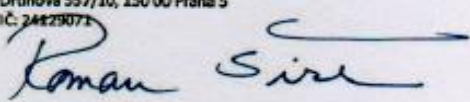
Jediné, co mi do kontextu moc nesedělo byla zmínka o České spořitelně a uvěřování inovací. Chyběla mi tam přímá souvislost k odstavci o technikách kreativity.

V praktické části autorky vycházeli z vlastními silami realizovaného průzkumu a ve formě grafů hezky podporují potenciál jimi navržených inovací. Průzkum taky potvrdil, že se bohužel pořád podceňuje role, význam a využití inovací v českých podnicích. I proto si velice cením zapálení autorek a propagaci inovací na internetových stránkách a Facebooku (doporučuji na jejich web doplnit ikonku s prolinkem na Facebookovou stránku).

Navrhovaná klasifikace: **1. výborně**

Otázky k další obhajobě práce:
V další fázi se práce může zaměřit na metody a procesy inovací a jakou roli v nich hrají uváděné kreativní techniky. Taky by bylo zajímavé se zamyslet, jestli a případně jak lze tyto kreativní techniky podpořit moderními technologiemi (brainwriting on-line?). Nebo jak překonat identifikované bariéry kreativity?
K praktické části by bylo zajímavé vědět, jaké metody autorky použili při vývoji navrhovaných inovačních řešení.


ČESKÁ INOVACE, o.p.s.
Drtínova 557/10, 150 00 Praha 5
IČ: 24429073



Datum: 17.3.2013 Podpis oponenta bakalářské práce.....

Zdroj: [Česká inovace, o. p. s.]

Obrázek 14: Posudek Inosfera.cz, 1. část



IIA s.r.o.
(provozovatel portálu Inosfera.cz)
Zubatého 295/5,
150 00 Praha 5 - Smíchov
Doručovací adresa:
Štefánikova 43A
150 00 Praha 5
www.ila.cz

POSUDEK

na práci Magdy Cíhové a Aleny Joskové

zpracovanou v rámci středoškolské odborné činnosti

INOVACE JAKO CESTRA Z KRIZE

Problematika inovací a jejich role pro řešení současné krize je mimořádně složitá, proto již výběr tématu je nutno hodnotit jako ambiciózní. Velmi pozitivně rovněž hodnotím, že zpracovatelky zvolily vlastní přístup prezentace problematiky místo aby zvolily některou ze standardních „učebnicových“ cest.

Struktura práce jasně demonstruje, že zpracovatelky zvládly základní problematiku a terminologii ve studované oblasti. Zvláště je nutno ocenit práci s originálními informačními prameny. Objem poznatků o inovacích je enormní, práce tohoto rozsahu samozřejmě může obsáhnout pouze zlomek z nich. Prezentované prameny jsou však pro problematiku relevantní.

Kromě prezentace teoretických konceptů zpracovatelky předložily i výsledky vlastního výzkumu v oblasti miniškolek a náčrt dalších praktických inovativních témat relevantních zejména pro jejich region.

V práci se občas vyskytly drobné terminologické nepřesnosti (např. na str. 14: průmyslové vzory nejsou zdrojem inovací, ale jedním z nástrojů ochrany duševního vlastnictví), ty však nikterak nesnižují kvalitu předložené práce. Z hlediska formálního bych rovněž doporučoval zvážit oddělení prezentovaných poznatků a cestu k jejich dosažení od popisu prožitků, které zpracovatelky při psaní práce měly. Na druhé straně zvolený přístup a použitý styl je oživující a přispívá ke čtivosti publikace.

Zdroj: [Inosfera.cz]

Obrázek 15: Posudek Inosfera.cz, 2. část

Celkově kvalita posuzované práce vysoce převyšuje očekávanou úroveň středoškolské odborné činnosti a je vskutku zajímavá. Považuji za velmi žádoucí, aby se autorky problematikou inovací nadále zabývaly, např. spoluprací s některým z Podnikatelských inkubátorů nebo Kanceláří pro transfer znalostí a technologií.



ILA, s.r.o.
Klímentská 20, 110 00 Praha 1
IČO: 61502260

RNDr. Ivan Dvořák CSc, PGCertKT(Open)

jednatel

ILA s.r.o.

(provozovatel portálu Inosfera.cz)

Zubatého 295/5,

150 00 Praha 5 - Smíchov

Doručovací adresa:

Štefánikova 43A

150 00 Praha 5

tel.: + 420 224 813 787

mobil: + 420 608 702 223

mail: ivan.dvorak@ila.cz

www.ila.cz

Zdroj: [Inosfera.cz]

TIC Technologické Inovační Centrum

ČÍSLO JEDNACÍ: _____

VYŘIZUJE: Ing. Petr Konečný
TEL.: +420 573 776 255
E-MAIL: konecny@ticzlin.cz

DATUM: 09. 04. 2013

Posudek k práci „Inovace jako cesta z krize“ – autorky Magda Cíhová, Alena Josková

1. Aktuálnost řešené problematiky, význam a náročnost problému

Práce je zaměřena na velmi aktuální téma. Inovace, které jsou mnohdy charakterizovány jako „motor“ znalostní ekonomiky, představují jeden z významných a klíčových aspektů podnikatelské činnosti, zejména pak v období probíhající finanční a ekonomické krize. Autorky předložené práce se snažily zaměřit zejména na první část celého inovačního procesu – „vymyslet, vyrobit, prodat a dnes nově i (nejlépe ekologicky) zlikvidovat“, tj. vůbec na samotný přístup firem k inovacím, kreativě a možnosti efektivně „facilitovat“ vznik inovačních myšlenek v podnicích. Autorky dále poukazují na často opomíjenou skutečnost, že inovace nejsou čistě podnikovou záležitostí, ale hrají významnou roli v dalších oblastech života. Téma považují za velmi náročné, jedná se o záležitost velmi aktuální, k dispozici je velké množství literatury a informací, které je nutno selektovat a pečlivě vybírat.

2. Přístup k řešení po stránce metodické a věcné, práce s literaturou a dalšími podklady

Studentky si v úvodu stanovily konkrétní metodický postup včetně harmonogramu. Práce byla rozdělena do logických celků, úvodní část se zaměřuje na popis problematiky inovací, inovačního podnikání, v další části se autorky zaměřují na vybrané inovační techniky, následuje praktická část spočívající ve vlastním výzkumu a návrhu projektu v „sociální oblasti“ a výzkumu a pilotní realizaci projektu v „komerční oblasti“. Následuje řada dalších doporučení na „zlepšení“ ve vybraných oblastech. Studentky ve své práci aktivně pracovaly s poměrně náročnou odbornou literaturou, zpracovaly vlastní dotazníkové šetření a v neposlední řadě pracovaly také v terénu, kde měly možnost vyzkoušet některé z uváděných inovačních technik.

Zdrojů informací týkajících se inovací, inovačního podnikání včetně jeho podpory je poměrně hodně a oceňují praktický přístup, neboť takto rozsáhlá informační báze může vést až k akademickému pojetí práce. Autorky však měly jasnou vizi o směřování práce a této se přidržely. Přístup k řešení včetně práce s literaturou hodnotím velmi pozitivně.

3. Originalita práce, stupeň tvořivosti při zpracování

První část práce představuje úvod do problematiky inovací, ale i tato (čistě teoretická) část na mě působí velmi kreativně, neboť se z velké části omezuje pouze na základní definice a ihned přechází k detailnímu popisu inovačních technik, tedy metod jak pracovat s týmem, přinášet nové nápady a podněty. Řada obdobných prací je zaměřena zpravidla na výčet neustále se opakujících definic a různých pohledů na inovace, v hodnocené práci jsem byl však pozitivně překvapen přístupem autorek. Originalita a tvořivost pak přichází dále v praktické části, kdy bylo nutné nadefinovat vlastní témata výzkumu a jeho vyhodnocení včetně interpretace, velmi pozitivně hodnotím realizaci případových studií (testování inovačních technik v podnicích). Tato část vyžadovala vysoký stupeň kreativity a nasazení u autorek. Stejně tak mě velmi překvapilo „zapálení“ autorek pro dané téma,

IČ: 26963574
DIČ: CZ26963574

Obchodní rejstřík: Krajský soud v Brně, oddíl C, vložka 48562

Technologické inovační centrum s.r.o., Vavrečkova 5262, 760 01 Zlín
e-mail: tic@ticzlin.cz tel: +420 573 776 254 www.ticzlin.cz

Zdroj: [Technologické Inovační Centrum

Obrázek 17: Posudek Technologické Inovační Centrum, 2. část

TIC Technologické Inovační Centrum

kteřé se projevuje ve zřízení webových stránek a založení skupiny na sociálních sítích. Zajímalo by mě, jakou inovační techniku autorky použily při přípravě a zpracování této práce.

4. Struktura obsahu práce, kvalita výkladu, logika postupu, vazba obsahu a názvů kapitol

Práce je jasně strukturovaná od teoretické části k praktické, v několika případech nejsou dílčí kapitoly zcela logicky provázány, ale ve snaze omezit teoretickou část práce na přijatelnou úroveň je s ohledem na rozsah tématu toto pochopitelné. Vazba obsahu a názvů kapitol je zajištěna. Autorky se v některých částech snaží (dle mého názoru až příliš) vnášet svůj názor na dané téma, což působí trochu rušivě. Na druhou stranu je pozitivní, že autorky tento svůj názor mají. Doporučoval bych oddělit samotnou práci včetně výstupů od dalších formálních náležitostí typů posudků apod. Přestože se v hodnocené práci vyskytuje řada drobných nedostatků a formulačních nepřesností, je nutno brát v úvahu složitost tohoto tématu a hodnotit práci jako celek. Cíle práce byly dle mého názoru naplněny.

5. Formální úprava, jazyková úroveň, grafická úprava, využití tabulek, grafů a schémat v práci

Bez výhrad.

6. Upozornění na chyby a nedostatky, resp. dotazy směřující k jejich objasnění – doplnění

Práce je poměrně rozsáhlá a dle mého názoru velmi ambiciózní (řada okrajově řešených témat by mohla být samostatným tématem pro další práci a věřím, že autorky se budou daným tématem dále zabývat). K předložené práci mám následující dotazy / připomínky pro případnou obhajobu nebo „jen tak“ pro autorky k zamyšlení:

1/ V případě teoretické části bych navrhoval zaměřit se také na problematiku stupňů a řádů inovací (racionalizace – kvalitativní inovace – technologický převrat).

2/ Zajímalo by mne, zda se autorky při zpracování setkaly s některými pokročilejšími „inovačními technikami“ např. „inventika“, nebo metoda „ZIPF“ (viz IPA Slovakia, prof. Košťuriak)?

3/ V případě praktické části týkající se využití „inovačních technik“ v podnicích jsem názoru, že testovaný vzorek (počet 7 firem) není zcela reprezentativní, zajímalo by mě, o jaké typy společností se jednalo (co do velikosti podniku), domnívám se, že v případě velkých podniků je situace jiná. Bylo by zajímavé ukázat na některých případech přístup velkých podniků a také to, že užití řady technik nepředstavuje pro podniky finanční nebo časovou překážku.

7. Využitelnost práce v praxi

Hodnotím velmi pozitivně. Domnívám se, že využití v praxi bylo prokázáno již samotnou prací a její aplikací v podnicích.

8. Celkové shrnutí

Hodnocená práce je zpracována na poměrně vysoké odborné úrovni, řeší velmi aktuální a složité téma. Práce je logicky strukturována, jednotlivé části jsou vyvážené. Praktická část přináší řadu odpovědí, ale i nových otázek a námětů k zamyšlení. Práce je přínosná pro širokou cílovou skupinu, v případě podniků byl přínos práce jednoznačně prokázán. Domnívám se, že autorky práce se tímto tématem dlouhodobě a podrobně zabývají, což se projevuje na její vysoké kvalitě. Zájem autorek o dané téma je znát i jejich dalších aktivit nad rámec samotného díla – webová prezentace, sociální sítě apod. Celkově se mi hodnocená práce velmi líbila a se svolením autorek rád některé části využiji i

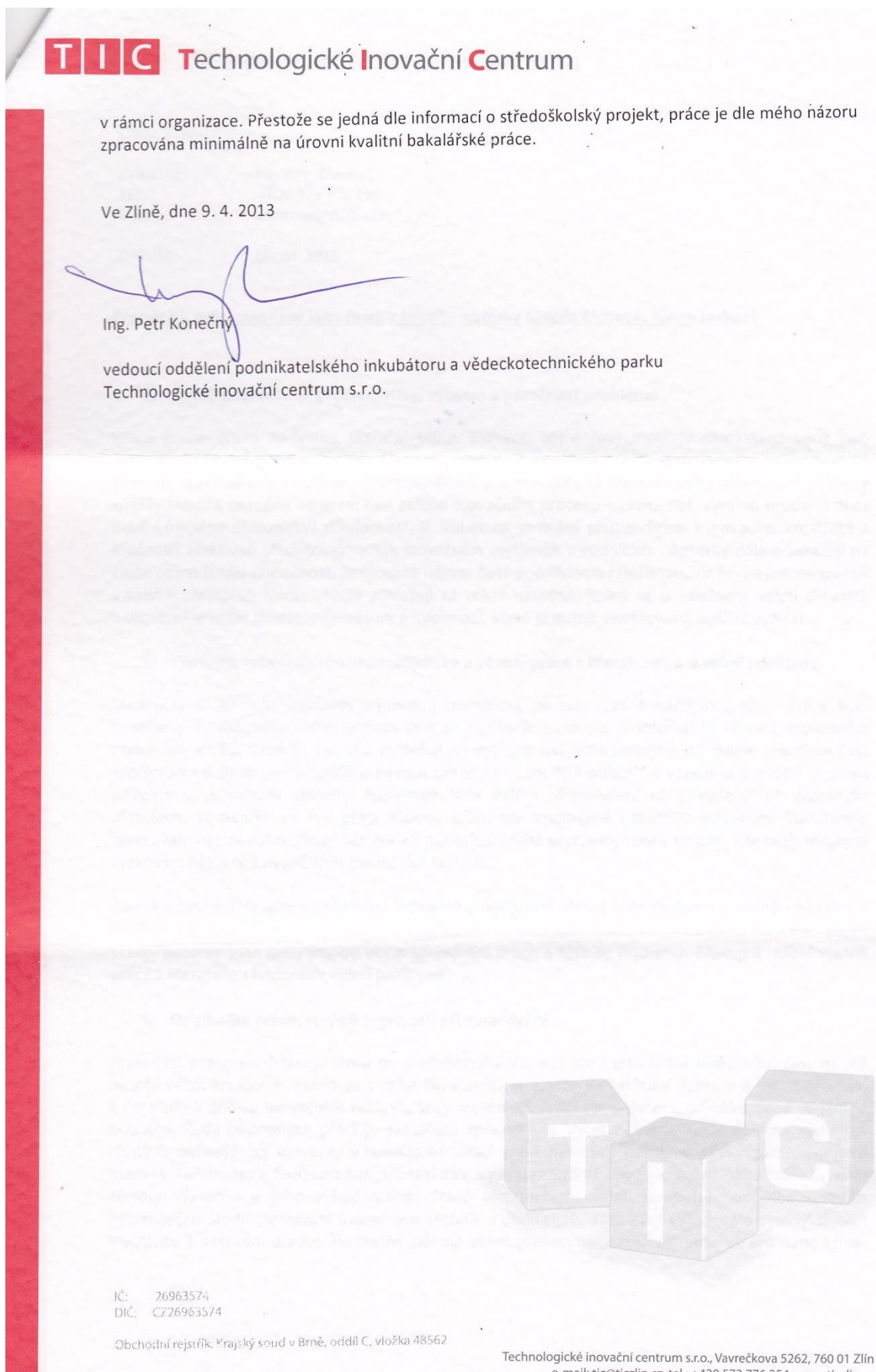
IČ: 26963574
DIČ: CZ26963574

Obchodní rejstřík Krajský soud v Brně, oddíl C, vložka 48562

Technologické inovační centrum s.r.o., Vavrečkova 5262, 760 01 Zlín
e-mail: tic@ticzlin.cz, tel.: +420 573 776 254, www.ticzlin.cz

Zdroj: [Technologické Inovační Centrum]

Obrázek 18: Posudek Technologické Inovační Centrum, 3. část



Zdroj: [Technologické Inovační Centrum]

2. Realizace inovačních technik

Dvě firmy oslovené dotazníkem nám hned po jeho vyplnění nabídly spolupráci. Chtěly vyzkoušet některé z inovačních technik. S těmito firmami stále jednáme jak osobně, tak i telefonicky a v obou jsme již jednu techniku realizovaly.

De Bonovy klobouky

Majitelka malé účetní kanceláře v Uherském Hradišti byla po vyplnění dotazníku přímo nadšená. Hned navrhla svým zaměstnankyním, aby si některou z metod vyzkoušely. Kancelář jsme tedy navštívily. Teoreticky jsme jim vysvětlily několik metod a dámy se jednohlasně shodly na de Bonových kloboucích. Jelikož by shánění klobouků v šesti různých barvách bylo velmi obtížné, inovativně jsme změnilly klobouky na šátky. Nechaly jsme na zaměstnankyních, aby si samy vybraly téma. Pouze jsme doporučily nevolit příliš složité problémy, protože by to napoprvé mohlo být náročné. Myslím, že i pracovní vytížení v období odevzdávání daňového přiznání mělo za následek, že se nechtěly ani trošku držet firemních problémů a jelikož jsou všechny maminky, vybraly si téma: „Jak vést dítě ke správnému výběru povolání?“. Rozdaly jsme barevné šátky, ujasnily si pravidla a na pomoc v orientaci barev jsme nalepily doprostřed kruhu list papíru, na kterém byla heslovitě napsaná charakteristika každé barvy. A mohly jsme začít!

Dámy se před sebou vůbec nestyděly a debata se hned rozjela v plném proudu. Barevné šátky všem velmi napomáhaly ve vyjadřování, a pokud chtěly přidat do tématu něco, co se lišilo od úlohy barvy, kterou zrovna měly, další kolo si o tuto barvu řekly a tak žádné nápady, kritiky ani pozitivní postoje nezůstaly nevyřčeny. Celkem vystřídaly každou barvu pětkrát a tato metoda trvala hodinu. Po ukončení metody všechny stále seděly a probíraly daný problém. Nyní však bez šátků, bez pravidel, bez organizace. A jakoby vymizela žhavá diskuze všech přísedících. Mluvily pouze dvě ženy, které vnášely pouze pochybnosti, nepřinášely do problému nová řešení a především ostatní seděly a jen přikyvovaly. V tu chvíli jsme si uvědomily, jak metoda de Bonových klobouků hrála velkou roli v celé debatě. Ženy byly nuceny vyjadřovat se všechny, nikdo si neskákal do řeči, debata měla řád a byla organizovaná. Kdyby nebylo této metody, mluví pouze dvě ženy, které se umí nejvíce prosadit a tím bychom se mnoho nápadů, které měly ostatní méně výřečné v hlavě, nikdy nedozvěděly.

Všechny ženy měly v průběhu několik dobrých realizovatelných nápadů, ale hlavně si ujasnily postoj k výchově svých dětí. A to bylo úkolem této metody. Celkový dobrý dojem z metody měl za následek, že chtějí dále trénovat tuto metodu a postupně ji posunovat do témat týkající se firemních problémů. Věří, že díky inovačním technikám mohou snadněji vyřešit problém příjemnou cestou.

Obrázek 19: Inovační technika



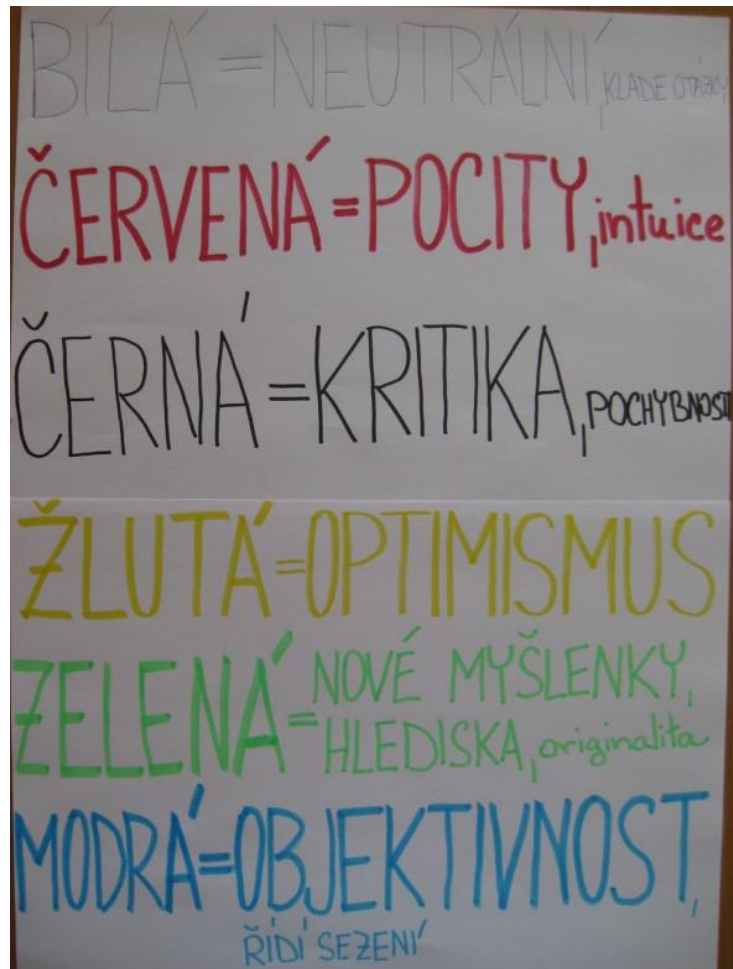
Zdroj: [vlastní]

Obrázek 20: Pomůcky k inovační metodě



Zdroj: [vlastní]

Obrázek 21: Pomůcky k inovační metodě 2



Zdroj: [vlastní]

Sest dam s šátky aneb já chci žlutý

Život přináší den co den spouštu radostí a starostí. S radostí si většina z nás ví rady, tu a tam se dokonce najde jedinec, který si ji dokáže uchovat a čerpat z ní po delší dobu (tzv. radost s postupným uvolňováním:-)). Se starostmi to bývá naopak. Okamžité zpracování je spíše výjimečným jevem, častěji se setkáme se zdoluhavým hledáním řešení a to nejen v rovině osobní, ale i pracovní. V rámci snah zlepšit situaci na pracovištích, zpřehlednit a zkvalitnit mezilidské vztahy i duševní rozpoložení podřízených a spolupracovníků (a v konečném důsledku tak přispívat ke zlepšování výsledků jakékoli činnosti) je možné vyzkoušet některou z inovativních metod řešení problémů. Byť na mém pracovišti dosud nenastal čas, resp. důvod zamyslet se nad podobnými novotami, strávily jsme jedno odpoledne debatující na vážné téma zahalený do barevných šátek. Jako pokusná skupina jsme probíraly jedno nastolené téma pomocí metody „6 klobouků“ (klobouky nebyly, proto ty šátky).

Demokraticky byl v našem čistě dámském kolektivu vybrán problém, který řeší snad každá máma na světě. Jak (a zda vůbec) pomáhat dětem při „správné“ volbě povolání. Očekávání nebylo velké, navíc po vysvětlení pravidel šesti barev bylo všem jasné, že výsledek je značně nejistý.

První kolo proběhlo více méně podle pravidel, každý se snažil poctivě zhostit své barvy. Další kola byla stále živelnější, barvy šátek nás postupně víc a víc omezovaly, jinými slovy, debata se rozproudila, nastartované myšlenkové pochody nabíraly obrátky a různé směry. Ani jsme se nemusely příliš snažit.

Obsahově šlo zcela jistě o materiál, který by zajímal nejednoho psychologa. Citlivost nastaveného tématu pro každou z nás předznamenávala značnou míru osobní zaujatosti. Dávaly jsme k dobru vlastní zkušenosti, vlastní prohry i naděje. Tu a tam došlo i na emoce. A o to všechno asi šlo.

Nedá se říct, že jsme došly k jednoznačnému závěru, nebo několika pravidlům, jejichž dodržování by bylo zárukou zdárného konce. To v žádném případě. Za sebe však mohu konstatovat, že řízená a jistým pravidlům podřízená debata na jedno konkrétní téma vůbec nebyla ztraceným odpolednem. Při našem zadání ani nebylo možno očekávat převratné závěry, ovšem ujištění se, že si vlastně nevedeme tak špatně, že bychom na našem dosavadním postupu a přístupu k dětem nic moc neměnily je podle mě víc než dostačující. Dokázaly jsme se obhájit nejen před ostatními, ale hlavně samy před sebou.

Inovační techniky mohou mít nepochybně různé ambice, pokud je jejich výsledkem posílení důvěry a potvrzení smysluplnosti našeho konání, stojí za to občas nějakou vyzkoušet v praxi.

V Uh. Hradišti

za Alaseq, s.r.o.
Ivana Burešová

Zdroj: [Burešová]

Myšlenkové mapy

Jednatel jedné firmy chtěl vyzkoušet na začátek méně náročnou metodu. Také chtěl, aby ji mohl dál vyvíjet a trénovat i bez naší pomoci. Okamžitě nám bylo jasné, že metodou musí být myšlenkové mapy. Osobně jsme se s ním sešly a vysvětlily mu několik metod, které nám přišly nenáročné. Na naše doporučení si opravdu vybral myšlenkové mapy. Objasnily jsme mu způsob měnění barev, pomocných znaků a hlavně okamžitého psaní první myšlenky na papír. Velmi nás překvapil, protože okamžitě utrhl kus papíru z kalendáře, chytl do ruky první tři barvy a během tří minut před námi byla malá myšlenková mapa. Zatím se jednalo pouze o obecné myšlenky, ze kterých žádný závěr vyvodit příliš nemohl, ale pomocí barev a znaků vytvořil přehlednou myšlenkovou mapku. Byl z ní velmi nadšený a slíbil, že bude dál pokračovat ve tvoření těchto map a věří, že ho tato metoda donutí si urovnat priority a možná i přijít na nové nápady. Zde můžete zmiňovanou myšlenkovou mapu vidět:

Obrázek 23: Myšlenková mapa



Zdroj: [zápis jednatele firmy]

5.5. Shrnutí praktické části

Naším cílem bylo hlavně zmapovat současnou situaci v oblasti inovací a upozornit na ně. Toho jsme dosáhly tvorbou webové stránky a facebookové stránky, ale také díky dotazníku pro firmy a jednání s veřejností. Ohlasy na inovace jsou velmi kladné a věříme, že s touto problematikou neskončíme a nadále budeme s lidmi v našem okolí komunikovat právě prostřednictvím facebooku. Díky spolupráci s institucemi jsme získaly mnoho zkušeností a jejich posudky nás velmi motivovaly k zdokonalení a pokračování v naší práci. Zároveň jsme navrhly určité inovace, které by mohly motivovat lidi k jejich realizaci. U dvou navržených inovací jsme samy využily inovačních technik k novému nápadu. Také jsme poukázaly na kreativitu, kterou má každý z nás v určité míře v sobě a může ji využívat. Doufáme, že na základě našich nápadů napadne někoho jiného skvělá inovace. Nechtěly jsme inovace realizovat, to ani jako žákyně střední školy nemůžeme, ale upozornit na ně. Dostat do povědomí lidí, aby více přemýšleli a nebáli se inovovat. Nesmíme ovšem opomenout ani riziko, které zmiňujeme v teoretické části. Riziko každou inovaci obklopuje. Kdo ale nic nezkusí, nic nezíská. My toto riziko pouze zmiňujeme, jelikož naše práce je souborem návrhů inovací. Správný inovátor by měl myslet hlavně na příležitosti, které mu inovace dávají.

„Myslely jsme si, že máme hotovo, ale poznaly jsme, že svět inovací nikdy nekončí.“

Magda Cíchová – Alena Josková, Uherské Hradiště, březen 2013

Závěr

Ve své práci jsme se především zabývaly inovacemi v různých oborech, které mohou přispět ke zlepšení postavení podniků a obyvatel v našem regionu v současné krizi.

V teoretické části jsme vymezily pojmy, jako jsou inovace, invence či krize. Dále jsme se snažily přiblížit kreativitu a s ní související kreativní ekonomiku. Zmínily jsme i riziko, které neodmyslitelně patří ke každé inovaci. Čerpaly jsme z mnoha odborných publikací, abychom byly schopné co nejlépe nastínit a definovat každý pojem. To vše vedlo k tomu, že jsme pochopily naše téma a hlavně jsme byly schopné reagovat a zodpovídat dotazy při komunikaci s firmami a veřejností, lépe se vyjadřovat k vysvětlení našich inovací.

Základem pro praktickou část bylo hledání problémů v našem regionu, pro které jsme navrhly inovační řešení, která by ho mohla posílit. Podrobně jsme se zabývaly problémy v oblasti školství a v podnicích, provedly dotazníkové šetření a následně je vyhodnotily. Postupem času nás napadaly další inovace, které by mohly pomoci podnikům i veřejnosti v jejich krizové situaci. Aby se mohli všichni o inovacích dozvědět více, vytvořily jsme webové stránky, kde jsme publikovaly teorii z oblasti inovací. Založením facebookové stránky Inovace jako cesta z krize jsme donutily především mladé lidi zamyslet se a vyjádřit jejich názory a postoje. Po jednání s podniky v našem okolí jsme měly možnost vyzkoušet si inovační techniky v praxi. Tato zkušenost byla velkým přínosem nejen pro nás, ale hlavně pro zúčastněné podniky, které se rozhodly tyto metody nadále využívat. Abychom zjistily, jak vidí naši práci instituce zabývající se inovacemi, kontaktovaly jsme jejich zástupce či přímo ředitele. Získaly jsme celkem čtyři posudky, jeden máme stále přislíbený a s ředitelkou Technologického Inovačního Centra ve Zlíně jsme absolvovaly osobní schůzku.

Ohlasy matek, podniků, mladých lidí na facebooku, institucí a našeho okolí nás mile překvapily a motivovaly k pokračování a zdokonalování naší práce. Každá z těchto cílových skupin se inovovat nebojí za podmínky, že mají dostatek informací, které jsme jim byly schopné poskytnout a tím jsme dosáhly našeho cíle. Stát se prostředníkem mezi lidmi a inovacemi.

Doufáme, že Vás naše práce zaujala a že pro Vás bude přínosem, tak jako je pro nás.

Příloha 1

Dotazník

Dobrý den,

jsme žákyně Obchodní akademie, Vyšší odborné školy a Jazykové školy s právem státní jazykové zkoušky Uherské Hradiště. V rámci Středoškolské odborné činnosti vypracováváme projekt s názvem Inovace jako cesta z krize. Jedním z cílů této práce je zjistit, zda by pro Vás byla inovace v oblasti mateřských škol v našem regionu přínosná. Tímto prosíme o vyplnění dotazníku, který je zcela anonymní.

U každé otázky zakroužkujte jednu odpověď.

1. Myslíte si, že je ve Vašem okrese dostatek volných míst v mateřských školách?
 - a) Ano, je jich dostatek
 - b) Ne, školky jsou přeplněné
 - c) Nevím, nejsem seznámen/a s aktuální situací

2. Volil/a byste soukromou mateřskou školu?
 - a) Určitě
 - b) Pouze v případě přeplněnosti státních mateřských škol
 - c) Pouze v případě kvalitní a vyhlášené školky
 - d) Nikdy bych tuto možnost nevolil/a

3. Byl/a byste ochoten/ochotna nechat své dítě v péči odborně nevystudovaného, ale odborně způsobilého, kvalifikovaného člověka?
 - a) Ano, v každém případě
 - b) Pokud by splňoval mé představy o výchově, vzdělání a kvalifikaci tak, ano
 - c) Pouze pokud bych jej osobně znala
 - d) Ne, nikdy

4. Je pro Vás důležitým faktorem pro výběr mateřské školy její umístění?
 - a) Ano, je to velmi důležité
 - b) Ani ne, ale mateřská škola v místě bydliště je vždy lepší
 - c) Ne, je mi to jedno

5. Znáte pojem miniškolka?
 - a) Ano, využívám ji nebo někdo v mém okolí
 - b) Ano, vím co to je
 - c) Nemám jasnou představu, o co se jedná
 - d) Vůbec nevím, o co jde

Pokud pojem miniškolka neznáte, můžete se s ním blíže seznámit v příloženém dokumentu. Další otázky se vztahují k tomuto pojmu.

6. Zdá se Vám miniškolka jako dobrý nápad?

- a) Ano, něco takového tady chybí
- b) Docela, zatím o tom vím málo
- c) Nelíbí se mi to

7. Dali byste své dítě do miniškolky?

- a) Ano
- b) Ne

8. Zde prosím napište, proč ano či proč ne.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Děkujeme za Vaši ochotu a spolupráci.
Magda Cíhová a Alena Josková, žákyně 3. ročníku

Miniškolka

Takto definuje tento pojem server miniškolky.cz:

„Tato služba je nejčastěji poskytována zaměstnavatelem na pracovišti rodiče nebo neziskovými subjekty, obcemi, kraji a církevními právníckými osobami. Účelem návrhu je napomoci řešit situaci zaměstnaných rodičů nebo rodičů, kteří se z nejrůznějších důvodů chtějí vrátit do zaměstnání po ukončení péče o dítě v rámci mateřské dovolené a preferují péči o dítě poskytovanou na individuálním základě nebo jejichž žádost o přijetí dítěte do jeslí, mateřské školy nebo obdobného zařízení nebylo z kapacitních důvodů vyhověno nebo v místě jejich trvalého bydliště takové zařízení chybí.“

Pokud Vás zajímá víc, můžete číst dále.

Hlavní zásady:

- 1. „miniškolka je službou péče o dítě na nekomerčním základě, která není provozována za účelem dosažení zisku*
- 2. zřizuje se nejvýše pro 4 děti ve věku od 6 měsíců do 7 let, do tohoto věku se započítávají i vlastní děti pečovatelky ve věku do 7 let*
- 3. v rámci jednoho místa jde zařídit i více miniškolek*
- 4. v zájmu kvality poskytované služby nemá být jejím předmětem pouhé „hlídání“ dětí, ale péče zaměřená na celkový rozvoj dítěte s ohledem na jeho individuální specifika a věk*
- 5. na miniškolky se nevztahují hygienické a prostorové požadavky požadované na provozovny pro výchovu a vzdělávání obecně, jsou požadovány podmínky přiměřené tomuto limitovanému počtu dětí*
- 6. zřizovatel hradí náklady na zřízení a provoz miniškolky, ze svých prostředků rodiče přispívají na úhradu nákladů na provoz miniškolky dle dohody se zřizovatelem*
- 7. tato péče o dítě je doplňkem péče rodinné, není její náhradou a musí odpovídat věkovým a individuálním zvláštnostem dítěte, svým uspořádáním se tato péče co nejvíce přibližuje životu dítěte v rodině“*

„Péči o děti v rámci miniškolky poskytuje pečovatel/ka, s nímž/níž má zřizovatel uzavřen pracovní poměr.

Pečovatelem/kou se může stát osoba, která je:

a) zletilá;

b) zdravotně způsobilá;

c) bezúhonná;

d) má odbornou způsobilost k výkonu povolání všeobecné zdravotní sestry nebo zdravotnického asistenta nebo ošetřovatele nebo porodní asistentky nebo záchranáře nebo všeobecného sanitáře epodle zvláštního právního předpisu³¹, odbornou způsobilost k výkonu povolání sociálního pracovníka nebo pracovníka v sociálních službách podle zvláštního právního předpisu³² nebo předloží doklad o vykonání tříleté praxe v oboru v nezávislém postavení (§ 2 a § 23 zákona č. 513/1991 Sb., obchodního zákoníku) nebo v pracovněprávním vztahu, nebo doklad o uznání odborné kvalifikace podle zvláštního právního předpisu³³ nebo osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci (zvláštní odborné způsobilosti) pro příslušnou činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je činnost provozována; ³¹ Zákon č. 96/2004 Sb., o podmínkách získávání a uznávání způsobilosti k výkonu nelékařských zdravotnických povolání a k výkonu činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o nelékařských zdravotnických povoláních). ³² Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách. ³³ Zákon č. 18/2004 Sb., o uznávání odborné kvalifikace a jiné způsobilosti státních příslušníků členských států Evropské unie a některých příslušníků jiných států a o změně některých zákonů (zákon o uznávání odborné kvalifikace).

e) má odbornou způsobilost k výkonu povolání učitele/ky mateřské školy. ³⁴ Za bezúhonného se pro účely tohoto návrhu považuje ten, kdo nebyl pravomocně odsouzen pro trestný čin, který směřoval proti životu, zdraví, lidské důstojnosti, mravnímu vývoji nebo jmění dítěte, nebo pro jiný úmyslný trestný čin, jehož spáchání může mít vliv na způsobilost pečovatele/ky k poskytování služby péče o děti. Osoba splňující odbornou způsobilost podle písm. g) může pečovat jen o děti starší tří let.“

Zdroj: Miniškolky a legislativa. Miniškolky [online]. 2008 [cit. 2013-01-08]. Dostupné z: <http://www.miniskolky.cz/miniskolky-a-legislativa/prorodiny-balicek/>

Příloha 2

Dotazník

Dobrý den,

jsme žákyně Obchodní akademie, Vyšší odborné školy a Jazykové školy s právem státní jazykové zkoušky Uherské Hradiště. V rámci Středoškolské odborné činnosti vypracováváme projekt s názvem Inovace jako cesta z krize. Jedním z cílů této práce je zjistit, zda využíváte některých inovačních technik. Tímto prosíme o vyplnění dotazníku, který je zcela anonymní.

1. Využíváte v podniku některé inovační techniky?
 - a) Ano, pravidelně
 - b) Ano, ale jen občas
 - c) Ne, pouze jsem to zkoušel/a
 - d) Ne, nikdy

2. Které inovační techniky využíváte?
 - a) Brainstorming
 - b) Myšlenkové mapy
 - c) Osbornovy kontrolní seznamy
 - d) Myšlenková provokace
 - e) Brainwriting
 - f) Jiné ...

3. Pokud tvoříte nové nápady, pracujete:
 - a) V týmech
 - b) Samostatně
 - c) Přizvu si cizí, nezaujatou osobu
 - d) Netvořím žádné nové nápady

4. Pracujete ve Vašem podniku s kreativními zaměstnanci, kteří přicházejí s novými nápady?
 - a) Ano, pravidelně
 - b) Občas
 - c) Ne
 - d) Nevím, kdo je kreativní zaměstnanec

5. Pomohli Vám inovační techniky k cestě vyřešení problému nebo k novému nápadu?
 - a) Ano, pokaždé
 - b) Velmi často
 - c) Občas
 - d) Ne, nikdy

6. Chtěli byste se o inovačních technikách dozvědět více?

- a) Ano
- b) Ne

Děkujeme za ochotu a spolupráci.
Magda Cíhová a Alena Josková, žákyně 3. ročníku

Slovník pojmů

Pro úplnost uvádíme slovník pojmů, který může být pro čtenáře naší práce přínosem.

Druhy kreativity:

Existují 3 základní druhy kreativity.

Vědecká kreativita

Věda, ať již se jedná o technicky, technologicky či humanitně zaměřenou vědu, nachází vazby mezi jevy, spojuje, zjednodušuje, abstrahuje a především hledá nová řešení. Technologie se v kreativní ekonomice stávají silně využívaným nástrojem, a to jak v mediálním či filmovém průmyslu, tak při tvorbě designu výrobků apod. Vědecká kreativita podporuje ekonomický růst.

Ekonomická kreativita

Je spojena s podnikavostí, s novými přístupy při rozvoji firem, s rozvojem nových podnikatelských nápadů a jejich uplatněním. Tvořivý přístup k podnikání je základem pro budoucí stále významnější podíl kreativní ekonomiky na celkovém výstupu ekonomiky.

Umělecká kreativita

Umění je v kreativní ekonomice velmi důležité. Zákazník už bere kvalitu designu, propagace a reklamy jako samozřejmost. Umělci stále mají čím oslovit veřejnost a je to po nich velmi vyžadováno. Umění dává našemu životu jinou, vyšší hodnotu.

Kreativní osobnost

1. Je citlivá k problémům. Zvláštní schopnosti: všeobecné rozpoznávání problémů jako takových, kladení si otázek o obvyklých věcech, prozkoumávání nových možností.
2. Přemýšlí flexibilně. Zvláštní schopnosti: disponuje více „styly myšlení“, má přehled o různých oblastech, široké vzdělání, divergentní myšlení, bere v úvahu různé možnosti.
3. Je originální. Zvláštní schopnosti: odhaduje také abnormální aspekty, divergentní myšlení, kombinuje různé nápady.
4. Baví ji její práce. Zvláštní schopnosti: sebemotivace.

5. Disponuje znamenitým know-how. Zvláštní schopnosti: odborné znalosti.
6. Je vychytralá. Zvláštní schopnosti: tvrdohlavost, vysoká odolnost vůči frustraci, nadprůměrná energie, nespokojenost s prvním řešením.
7. Disponuje svou soudností. Zvláštní schopnosti: vyfiltrování slibných formulací, rozpoznávání akceptovatelných řešení, neovlivnitelný náhled na nedostatky. [7]

Kreativní třída

Tento pojem je spojen se jménem Richarda Floridy⁶, definoval tak novou třídu pracovníků, kteří ke své práci používají hlavně tvořivost a kreativní myšlení a vytváření nové, zajímavé myšlenky a nápady. Potřebují ke své činnosti mobilní, bezkorupční a motivující prostředí.

Kreativní produkt

Kreativní produkt je výstupem lidské kreativity. Jeho hodnota však není dána množstvím kreativity obsažené v produktu, ale zájmem zákazníka. Ten se po kreativním produktu ptá, jakmile má uspokojené své základní potřeby (viz. Maslowova pyramida). Kreativní produkt může mít podobu jak statku, tak služby.

Kreativní průmysl

Odvětví podnikání, kde jsou velmi důležití kreativní pracovníci. Jejich práce je závislá na nových nápadech, uměleckém ztvárnění, výzkumu a neustálých inovacích.

Kulturní průmysl

Součást kreativní ekonomiky. Zahrnuje oblast umění, kultury a kulturního dědictví. Spadají sem muzea, galerie, výstavy ale i pořádání hudebních, divadelních a jiných festivalů.

⁶Americký ekonom
Florida R.: *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*.
Basic Books, New York 2002, s.8

Kreativní sektor

Součástí kreativní ekonomiky, která vytváří, podporuje a transferuje kreativní produkty. Patří sem komerční oblast – kreativní a kulturní průmysl, kreativní jedinci a podpůrná oblast – muzea, knihovny, veřejné výstavy.

Kreativní město

Místo, kde člověk rád žije, má sportovní a kulturní využití. Typická je tolerantnost, otevřenost, nekorupční prostředí, vyšší koncentrace kreativních jedinců.[1]

Seznam obrázků, grafů a tabulek

Seznam obrázků:

Obrázek 1: Ukázka myšlenkové mapy	18
Obrázek 2: Kreativní ekonomika	26
Obrázek 3: Křivka krize.....	33
Obrázek 4: Průběh a období krize.....	34
Obrázek 5: Návrhy inovací	57
Obrázek 6: Předpověď počasí v Telezūri.....	61
Obrázek 7: Webová stránka	64
Obrázek 8: Facebooková stránka	65
Obrázek 9: Facebooková stránka 2	66
Obrázek 10: Instituce	68
Obrázek 11: Posudek AMSP ČR, 1. část.....	70
Obrázek 12: Posudek AMSP ČR, 2. část.....	71
Obrázek 13: Posudek Česká inovace, o. p. s.	72
Obrázek 14: Posudek Inosfera.cz, 1. část	73
Obrázek 15: Posudek Inosfera.cz, 2. část	74
Obrázek 16: Posudek Technologické Inovační Centrum, 1. část	75
Obrázek 17: Posudek Technologické Inovační Centrum, 2. část	76
Obrázek 18: Posudek Technologické Inovační Centrum, 3. část	77
Obrázek 19: Inovační technika	79
Obrázek 20: Pomůcky k inovační metodě	79
Obrázek 21: Pomůcky k inovační metodě 2	80
Obrázek 22: Posudek od účastníka metody	81
Obrázek 23: Myšlenková mapa	82

Seznam grafů:

Graf 1: Myslíte si, že je ve Vašem okrese dostatek volných míst	39
Graf 2: Volil/a byste soukromou mateřskou školu?	40
Graf 3: Byl/a byste ochoten/ochotna nechat své dítě v péči odborně nevystudovaného, ale odborně způsobilého, kvalifikovaného člověka?	41
Graf 4: Je pro Vás důležitým faktorem pro výběr mateřské školy její umístění?	42
Graf 5: Znáte pojem miniškolka?	43
Graf 6: Zdá se Vám miniškolka jako dobrý nápad?	44
Graf 7: Dali byste své dítě do miniškolky?.....	45
Graf 8: Důvody proč ano:	46
Graf 9: Důvody proč ne:	47
Graf 10: Využíváte v podniku některé inovační techniky?	50
Graf 11: Které inovační techniky využíváte?	51
Graf 12: Pokud tvoříte nové nápady, pracujete:	52
Graf 13: Pracujete ve Vašem podniku s kreativními zaměstnanci, kteří přicházejí	53
Graf 14: Pomohly Vám inovační techniky k cestě vyřešení problému nebo k novému nápadu?	54
Graf 15: Chtěli byste se o inovačních technikách dozvědět více?.....	55

Seznam tabulek:

Tabulka 1: Metodický postup	8
Tabulka 2: Principy a příklady myšlenkových provokací	21
Tabulka 3: Přehled kreativních metod a možnosti jejich použití v manažerské praxi ...	22
Tabulka 4: Příklady rizikových faktorů	31
Tabulka 5: Myslíte si, že je ve Vašem okrese dostatek volných míst v mateřských školách?	39
Tabulka 6: Volil/a byste soukromou mateřskou školu?.....	40
Tabulka 7: Byl/a byste ochoten/ochotna nechat své dítě v péči odborně nevystudovaného, ale odborně způsobilého, kvalifikovaného člověka?	41
Tabulka 8: Je pro Vás důležitým faktorem pro výběr mateřské školy její umístění?.....	42
Tabulka 9: Znáte pojem miniškolka?.....	43
Tabulka 10: Zdá se Vám miniškolka jako dobrý nápad?.....	44
Tabulka 11: Dali byste své dítě do miniškolky?.....	45
Tabulka 12: Důvody proč ano:	46
Tabulka 13: Důvody proč ne:	47
Tabulka 14: Využíváte v podniku některé inovační techniky?.....	50
Tabulka 15: Které inovační techniky využíváte?	51
Tabulka 16: Pokud tvoříte nové nápady, pracujete:	52
Tabulka 17: Pracujete ve Vašem podniku s kreativními zaměstnanci, kteří přicházejí s novými nápady?	53
Tabulka 18: Pomohly Vám inovační techniky k cestě vyřešení problému nebo k novému nápadu?	54
Tabulka 19: Chtěli byste se o inovačních technikách dozvědět více?	55

Seznam použité literatury

- [1] KLOUDOVÁ, Jitka. *Kreativní ekonomika: jak být inovativní a rozvíjet skvělé myšlenky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 218 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3608-2.
- [2] BARTES, František. *Inovace v podniku*. Vyd. 1. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2005, 133 s. ISBN 80-214-3086-9.
- [3] PITRA, Zbyněk. *Inovační strategie*. 1.vyd. Praha: GradaPublishing, 1997, 177 s. ISBN 80-716-9461-4.
- [4] BÁRTOVÁ, Tereza. *Inovační management*. Brno, 2008. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Eva Kubátová.
- [5] KOTLER, Philip. *Inovativní marketing: jak kreativním myšlením vítězit u zákazníků*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 199 s. ISBN 80-247-0921-X.
- [6] ADAIR, John Eric. *Umění kreativního myšlení: jak být inovativní a rozvíjet skvělé myšlenky*. Vyd. 1. Brno: ComputerPress, 2011, 134 s. ISBN 978-80-251-3004-9.
- [7] NÖLLKE, Matthias. *Naučte se myslet kreativně: kreativní techniky pro váš úspěch v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 107 s. ISBN 80-247-1519-8.
- [8] VEBER, Jaromír. *Management: základy, prosperita, globalizace*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2000, 700 s. ISBN 80-726-1029-5.
- [9] ČVANČAROVÁ, Zuzana. *Podniková ekonomika*. 1. vyd. Ostrava: Vysoká škola báňská. Technická univerzita, 2007, 262 s. Studijní opora pro distanční vzdělávání. ISBN 978-802-4814-223.
- [10] KRCHOVÁ, Hana a Eva VOŘECHOVÁ. *Firemní inovační politika: studijní pomůcka pro distanční studium*. Vyd. 1. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2005, 255 s. ISBN 80-731-8363-3.
- [11] *Inovativní firmy mají blíže k evropským penězům*. Moderní řízení. 2012, XLVII, č. 11, s. 67. ISSN 0026-8720.
- [12] Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): WikimediaFoundation, 2001- [cit. 2013-01-07]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Krize>
- [13] KOŠTURIÁK, Ján a Ján CHAĎ. *Inovace: vaše konkurenční výhoda!*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2008, viii, 164 s. ISBN 978-80-251-1929-7.
- [14] MIKULÁŠTÍK, Milan. *Tvořivost a inovace v práci manažera*. Vyd. 1. Praha: GradaPublishing, 2010, 207 s. ISBN 978-80-247-2016-6.

- [15] Ministerstvo vnitra České republiky. [online]. [cit. 2013-02-17]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/krizovy-stav.aspx>
- [16] Prezentace - Krize a krizové jevy. [online]. [cit. 2013-02-17]. Dostupné z: <http://www.slu.cz/math/cz/knihovna/ucebni-texty/Krizovy-management/Krize-a-krizove-jevy.ppt>
- [17] SIMON, Hermann. Jak na krizi: 33 okamžitých opatření pro vaši firmu. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2009, 204 s. ISBN 978-80-7261-204-8.
- [18] TELEZUERIOFFIZIELL. Youtube.com: Neue Wetterfee bei TeleZüri! [online]. 2013 [cit. 2013-02-28]. Dostupné z: <http://www.youtube.com/watch?v=UhGXnli5nTQ>
- [19] Miniškolky a legislativa. Miniškolky [online]. 2008 [cit. 2013-01-08]. Dostupné z: <http://www.miniskolky.cz/miniskolky-a-legislativa/prorodinnny-balicek/>
- [20] CÍCHOVÁ, Magda. Inovace [online]. 2012 [cit. 2013-02-28]. Dostupné z: <http://inovace.wu.cz/1.strana.html>
- [21] V Česku je přes 11 000 bezdomovců, kteří mají zájem o pomoc. Novinky.cz [online]. 2013 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/294061-v-cesku-je-pres-11-tisic-bezdomovcu-kteri-maji-zajem-o-pomoc.html>
- [22] Zasadíte paulovnici a za rok máte s čím topit. Budete sklízet dřevo. Hobby.cz [online]. 2013 [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: http://hobby.idnes.cz/biomasa-na-topeni-rychlerostouci-drevo-paulovnie-fvb-/hobby-zahrada.aspx?c=A130122_140917_hobby-domov_mce
- [23] ČUBA, F. TRNKA, F. HURTA. J. *České zemědělství: Jeho stav a možnosti rozvoje*. Otrokovice: HART PRESS spol. s r. o., 1998. 1. vydání. 120 s. ISBN 80-902411-2-3