

A kreativitás és innováció

A kreativitás az innováció forrása, vagy másként fogalmazva az innováció a kreativitás szűrője, a folyamat vége, amikor az ötlet potenciális értékben realizálódik.

Dr. Kolnhofer-Derecskei Anita

Derecskei.Anita@kgk.uni-obuda.hu

SZÉCHENYI  2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

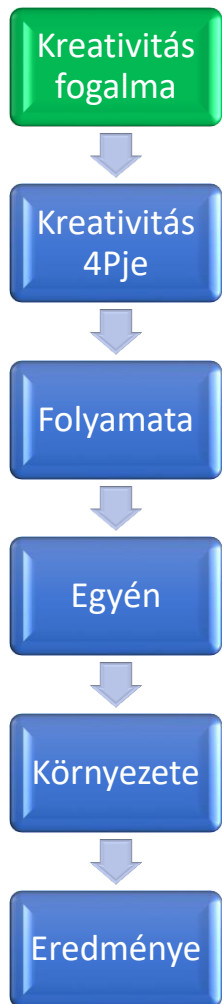
„A kreativitás olyan képesség, amelynek eredményeként új (eredeti és váratlan) előnyös (és hasznos) jön létre”.

Sternberg & Lubart (2007:3)

Az innováció új, vagy jelentősen továbbfejlesztett termék (áru vagy szolgáltatás) vagy eljárás, új marketingmódszer, vagy új szervezési-szervezeti módszer bevezetése az üzleti gyakorlatban, munkahelyi szervezetben vagy a külső kapcsolatokban. OECD (2005:46)

„Az innovációt a kreativitás mozgatja, látja el energiával. A kreativitás innovációt eredményez, de az innováció sohasem eredményez kreativitást”.

Howkins (2005)



A kreativitás olyan **képesség**,
amelynek eredménye a
felmerülő **problémákra**
önállóan hozott egyedi, **új ötlet**
vagy ötletek.

Kreativitás fogalma



Kreativitás 4Pje



Folyamata



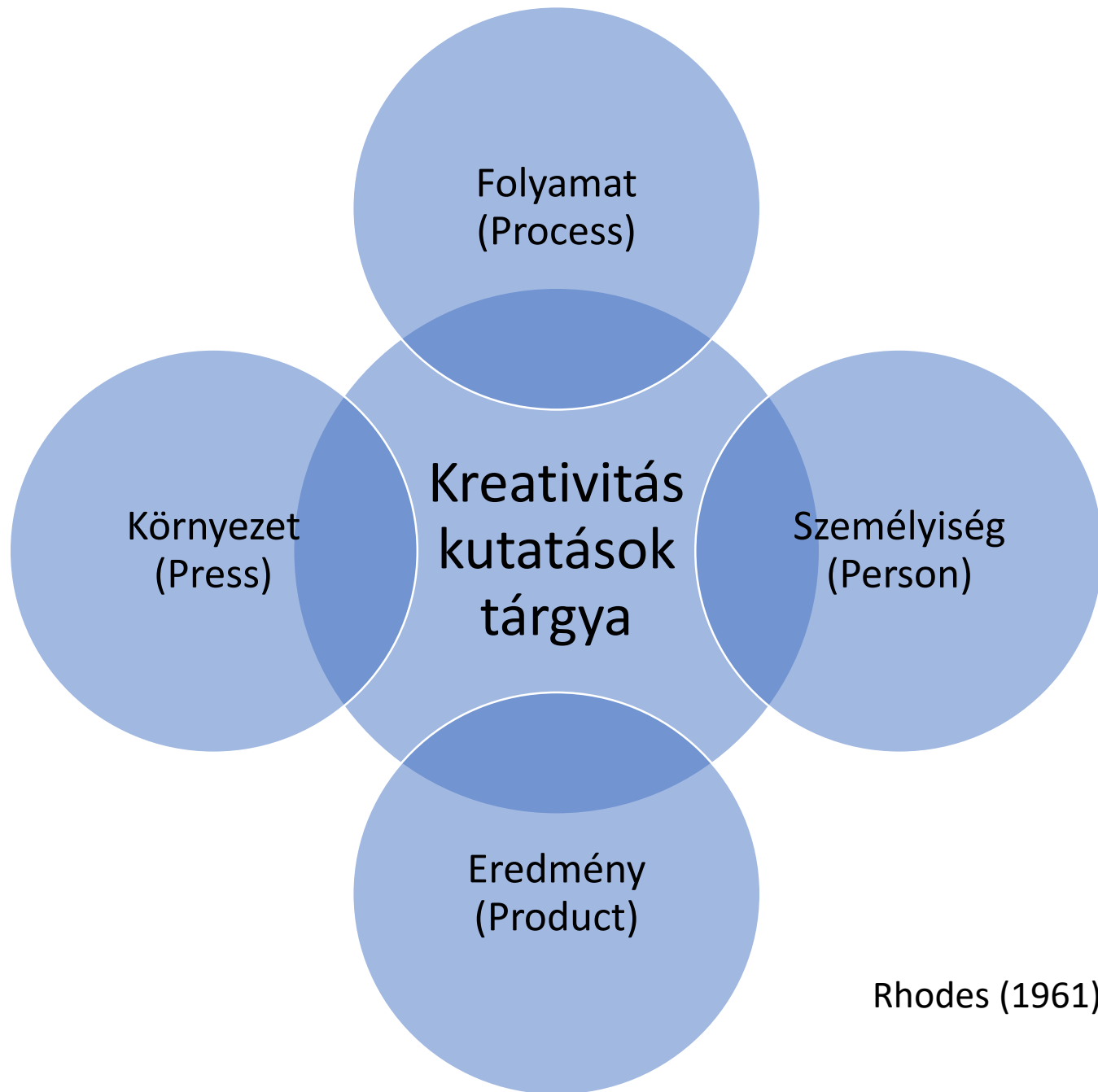
Egyén



Környezete



Eredménye



Rhodes (1961)

Kreativitás fogalma



Kreativitás szintjei



Folyamata



Egyén

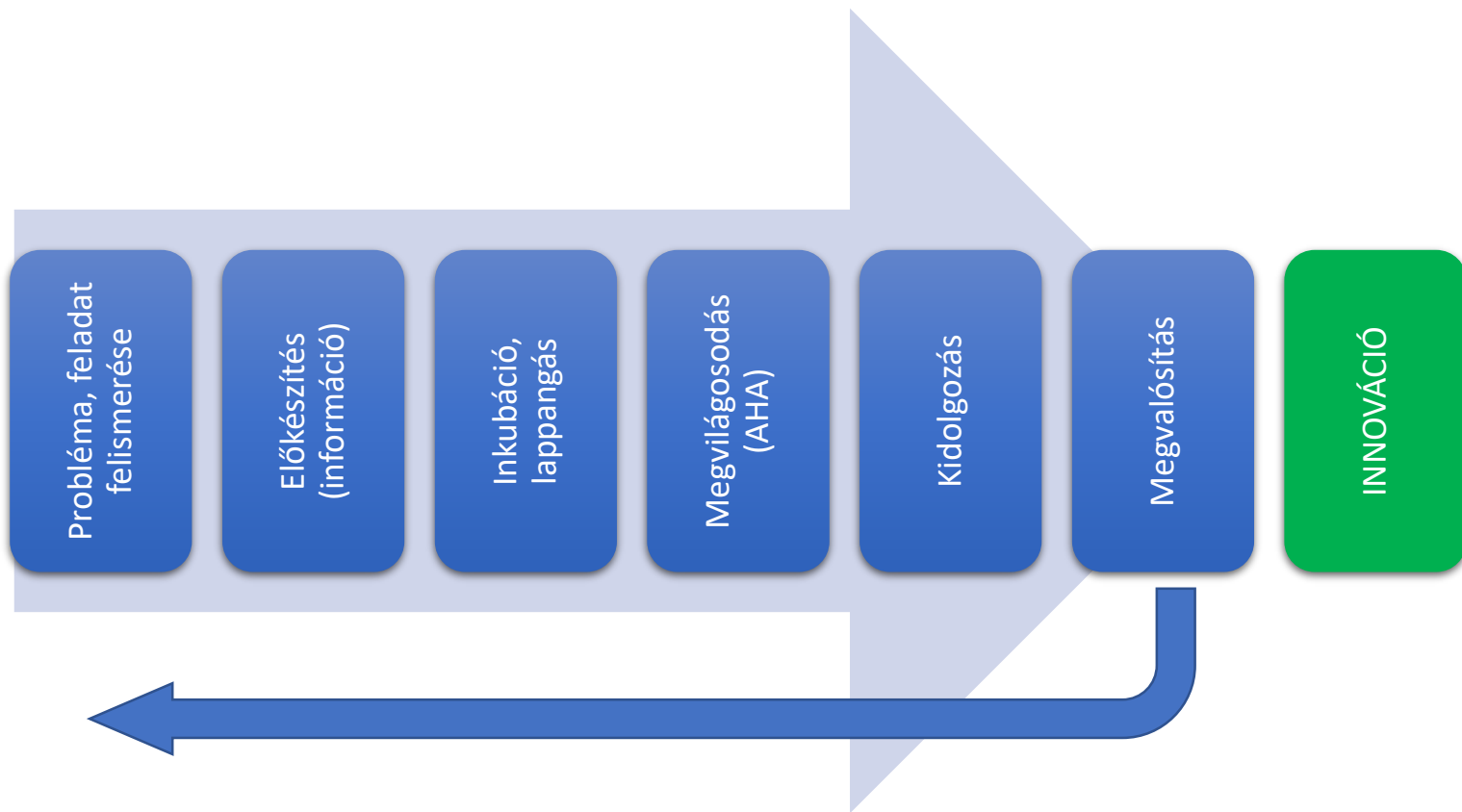
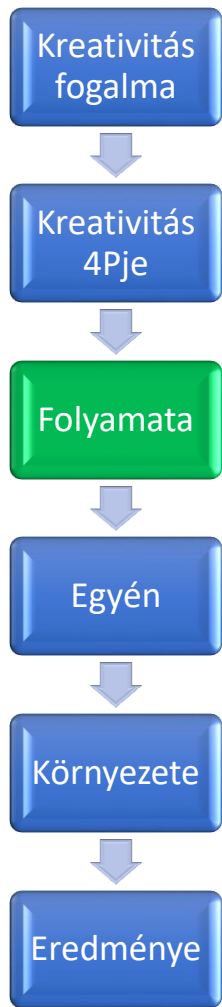


Környezete

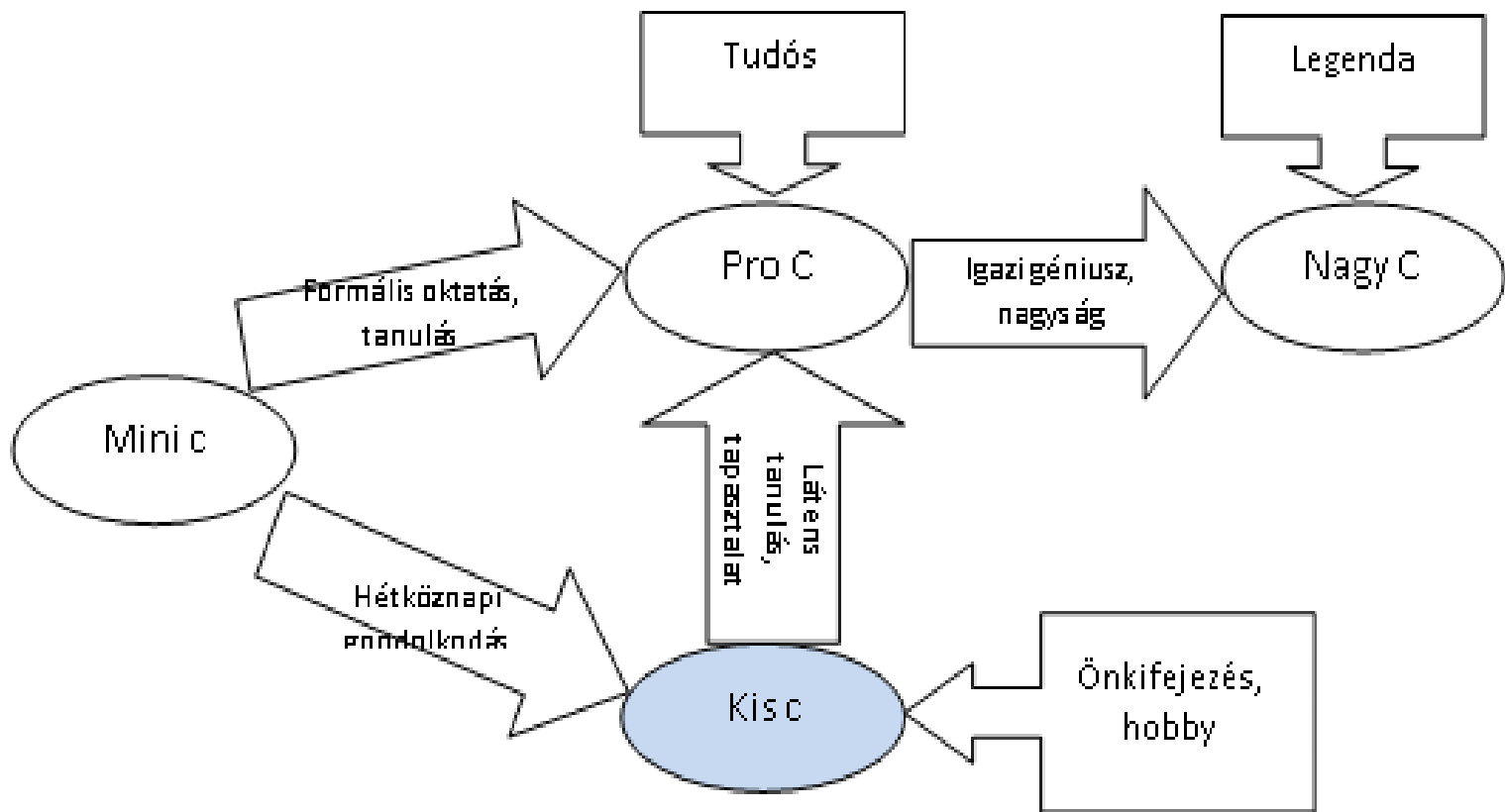
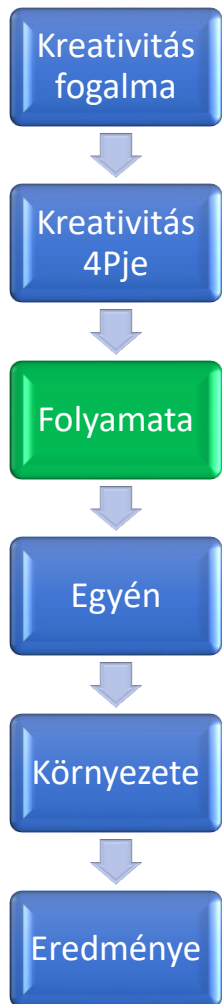


Eredménye

Tulajdonságok	Mini-c	Kis-c	Pro-c	Big (Nagy)-C
Legjobb mérce	Önértékelés	Tesztek, skálák, (megegyezésen alapuló értékelés)	Idézet, díj (megegyezésen alapuló értékelés)	Nagy díjak és jutalmak
Ki értékeli?	Saját magunk	Tanár/ szülő/ társ/ munkatárs (azonos szintű társ)	Szaktársak/ szakma véleménye alapján	Az egész társadalomra hatással van, így a társadalom is
Terület specifikus vagy általános	Is-is (barkácsolással alkot)	Is-is (személyes jelenléttel alkot)	Többnyire terület specifikus (szakértői tudással alkot)	Terület specifikus (Igazi társadalmi nagyság, legenda; hírneve van az adott területen)
Motivációja	Intrinzik	Intrinzik	Intrinzik és extrinzik	Intrinzik és extrinzik
Kapcsolható-e hozzá mentális betegség	Többnyire nem	Nagyon kicsi az esély rá	A terület (pl. művészetek) függvényében lehet kapcsolat	Lehet kapcsolat
Példa	Hobbyk	Inkrementális innováció	Radikális újítások az adott területen	Áttörő, forradalmi újítások, ami többnyire a korábbi keretek megváltoztatásával jár

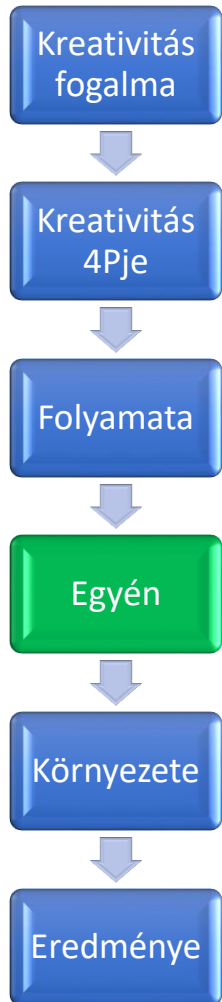


„még egy dolog jellemző a kreatív munkára, ez pedig az, hogy sosincs vége”
Csíkszentmihályi (2008:114)



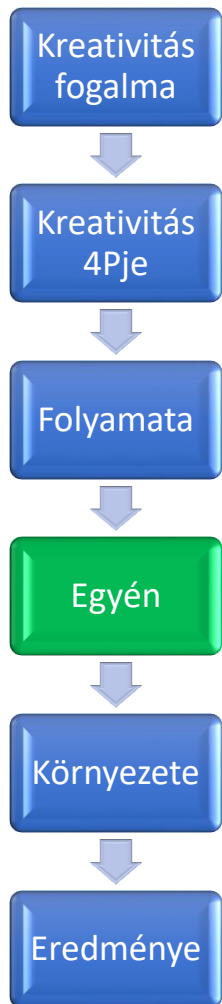
Kaufman & Beghetto (2009:7)

A 10 éves szabály szerint a kreatív ötlettől a mesteri munka kidolgozásig vezető út átlagosan 10 évnyi tapasztalattal, vérrel-verejtékkel érhető el, csak így lehet megváltoztatni a régebbi kereteket.



- ambiguitás tűrés (toleráns)
- autonómia
- demográfiai jellemzők (nem, kor)
- flexibilitás, rugalmasság
- igény a kihívásokra
- intrinzik motiváció, elköteleződés
- játékoság, humor
- kockázattűrés
- kollektív orientáció – segítőkészség
- nyitottság
- önbizalom
- önmegvalósítás
- proaktivitás ~ gyorsaság
- sokoldalúság, diverzitás
- tapasztalat, szaktudás

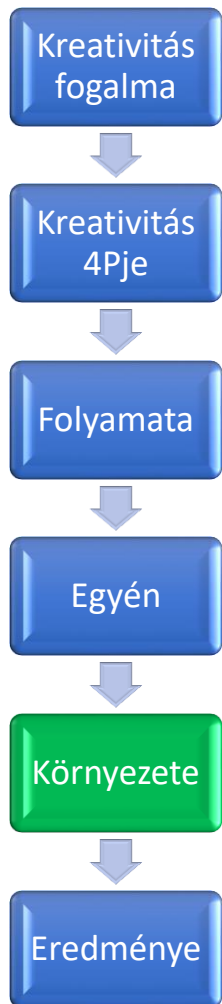
„Az ember kreatív lény – homo creator , de a kreativitás nem mindig vezet kreatív termékhez.” Howkins (2004:15)



Közel két és félszer nagyobb annak az esélye, hogy egy kreatív munkavállaló egy kreatív munkahelyen dolgozik, mint egy nem kreatív munkavállaló esetében.

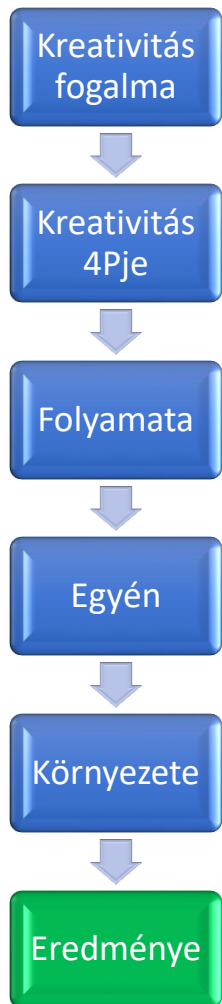
Derecskei, 2015 N=572

„A kreativitást könnyebb a környezet szabta feltételek megváltoztatásával elősegíteni, mint megpróbálni rávenni embereket a kreatív gondolkodásra.” (Csíkszentmihályi, 2008)



Jellemző/Hatás	Serkent	Gátol	U alakú összefüggés
Egyén és munka (Amabile elmélete)	<ul style="list-style-type: none"> – feladatkör és hatáskör egyértelmű ismerete – saját munkatér – személyre szabott pozitív motiváció 		<ul style="list-style-type: none"> – stressz mértéke
Csoport (Woodman modell)	<ul style="list-style-type: none"> – kétirányú kommunikáció – kreativitás tudatos serkentése – közös siker érzete – baráti, bizalmas hangulat – demokratikus vezetési stílus – IT újítások 	<ul style="list-style-type: none"> – csoporton belüli versengés* – túlzott szabályozás 	<ul style="list-style-type: none"> – határidők* – csoport mérete
Szervezet (Woodman modell)	<ul style="list-style-type: none"> – lapos szervezeti méret 	<ul style="list-style-type: none"> – hierarchikus szervezeti forma* 	
Piac (Ford elmélete)	<ul style="list-style-type: none"> – vevők és konkurencia ismerete 		

* Nem szignifikáns statisztikai összefüggés (p = 0,05 mellett)



- **Ötletek forrása:**

1. Internet
2. Partnerek / Vevők kritikája
3. Közvetlen terepen dolgozók

- **Tudom, hogy értékes egy ötlet, mert...**

1. Saját meggyőződés (Intrinzik)
2. Megfelelő szakmai bizonyítékok, tudományosan alátámasztott
3. Kimutatott hasznosság (lerövidíti az időt, pénzt hoz)

- **Az ötlet megvalósításához kell...**

1. Elszántság, kitartás (Intrinzik)
2. Megfelelő kommunikáció
3. Idő / Pénz, tőke / Megfelelő eszközök

- **Etikus-e?**

Derecskei, 2015 N=572

„A kreativitást olykor tévesen azonosítják a szokatlan, ám teljesen értelmetlen dolgok létrehozásával. A valódi kreativitás azonban nem abban nyilvánul meg, hogy a téglák alkalmazásának kitaláljuk száz újabb módját, hanem az új problémák megoldására való képességben, abban, hogy felismerünk általános elveket, és helytálló magyarázó elméletet alkotunk.” (Stuart Shuterland, 2010)



Művészeti (alkalmazott)
és tudományos (alap)
kreativitás (Baer, 2010)

Természettudományok,
társadalomtudományok
előtt (Simonton, 2012)

Szükség van „a kreativitás vevőire is”,
akik saját hasznukra fordítják,
magukra szabják, vagyis fel is
használják a kreatív ötleteket.

Van olyan, nem is kevés feladat, ahol kevesebb
kreatív munkatársra van szükség, különben
„több lenne a főnök, mint az indián”
(Mumford, 2008)

Kreatív ötlet

Keresni: Hol találunk hozzá erőforrásokat?

Megvan hozzá a megfelelő stratégiánk?

Kiválasztani: Mit és hogyan fogunk csinálni? ... és Miért?

Implementálni: Hogyan fog történni?

Megvan hozzá a megfelelő szervezetünk?

Elfogadni és elfogadtatni: hogyan és milyen előnyeink lesznek belőle?

Innováció (piac)

Az innovációhoz vezető utat halott ötletek sokasága szegélyezi. A bukási ráta igen magas. Az innovációs kezdeményezések sikerességi rátája 4% körül van. (Szabó, 2012)

Tidd et al. (2005)

Köszönöm a megtisztelő figyelmet!

„Egyértelmű, hogy a kreativitás és az innováció egy a szervezeten belül bonyolult és szerteágazó jelenség, amely leírható az összetevői komplex kapcsolatán keresztül. De ennek inkább vagyunk az elején, mint a végén...”
(Agars, Kaufman és Locke, 2008:45)

Dr. Kolnhofer-Derecskei Anita

Derecskei.Anita@kgk.uni-obuda.hu



A szerző kutatásai az Emberi Erőforrások Minisztériuma ÚNKP-16-4/III kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának támogatásával valamint az Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Karának keretein belül zajlanak.

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE