

**ZARZĄDZANIE KREATYWNOŚCIĄ PRACOWNIKÓW W  
PRZEDSIĘBIORSTWACH SEKTORA KREATYWNEGO WOJEWÓDZTWA  
ZACHODNIOPOMORSKIEGO**

**mgr Artur Łabuz**

Streszczenie rozprawy doktorskiej

We współczesnych innowacyjnych przedsiębiorstwach bardzo ważną rolę odgrywa kreatywność. Menadżerowie poszukują obecnie pracowników, którzy są kreatywni w miejscu pracy, a także w życiu prywatnym. Określenie „jednostka kreatywna” można odnieść do osób, których działania uważane są za kreatywne. Takie osoby o wiele szybciej znajdują wyjście z sytuacji, wykazują się twórczym myśleniem, pierwsze wychodzą z inicjatywą i nie boją się publicznie dzielić swoimi spostrzeżeniami z innymi osobami. W dzisiejszych czasach kreatywność to termin bardzo popularny, używany przez media, przedsiębiorstwa, uczelnie wyższe oraz w Internecie. Kreatywność stała się również obiektem zainteresowań wielu naukowców, którzy prowadzą badania w zakresie jej odnajdywania i pobudzania. Coraz powszechniej oczekuje się bycia kreatywnym we wszystkich aspektach życia oraz zwiększania poziomu kreatywności, ponieważ ludzie kreatywni mają łatwość przyswajania nowych wiadomości, umiejętność skutecznego rozwiązywania problemów dnia codziennego i zawodowego oraz potrafią znajdować innowacyjne, oryginalne i przydatne rozwiązania.

Kluczem do efektywnego wykorzystywania potencjału kreatywności pracowników w dzisiejszych czasach może być proces zarządzania kreatywnością, który będzie systemowy, świadomy i zaplanowany. W ten sposób w przedsiębiorstwach usystematyzowany zostanie aspekt kreatywności, co pozwoli wspierać rozwój kreatywności pracowników, a także niwelować jego bariery. Główny problem, jaki pojawia się na tym etapie rozważań, to weryfikacja: tego, czy przedsiębiorstwa zarządzają kreatywnością, sposobu, w jaki to robią, oraz tego, czy mają świadomość istotności tego procesu. Kluczowy zatem do zbadania i przeprowadzenia analiz pod tym kątem staje się sektor kreatywny, inaczej zwany przemysłem kreatywnym, gdyż ze swej natury tworzą go podmioty uznawane za kreatywne. Pracownicy sektora kreatywnego z założenia powinni wykazywać wysoki poziom kreatywności, tym samym zasadne jest, aby poddać badaniom sektor kreatywny, szczególnie w kontekście zarządzania kreatywnością, jak i samej kreatywności.

Biorąc pod uwagę powyższe rozważania, podstawowym celem prezentowanej dysertacji było stworzenie modelu procesu zarządzania kreatywnością pracowników w sektorze kreatywnym, który poprzez swój systemowy charakter będzie uwzględniał: w zakresie planowania – metody doboru kreatywnych jednostek, w zakresie organizowania – sposoby rozwijania kreatywności jednostek, tworzenie struktur i zespołów kreatywnych, przywództwo, empowerment, w zakresie motywowania – dobór właściwych narzędzi i metod motywacji kreatywnych jednostek, w zakresie kontroli – dobór metod i mierników oceny efektów zarządzania kreatywnością pracowników.

Z celu głównego pracy zostały wyprowadzone następujące cele szczegółowe: identyfikacja metod i mierników oceny kreatywności pracowników stosowanych w sektorze kreatywnym, identyfikacja metod zarządzania kreatywnością pracowników badanego sektora, ocena obecnego poziomu kreatywności pracowników w badanym sektorze, identyfikacja czynników stymulujących i hamujących kreatywność pracowników sektora kreatywnego, ocena procesu zarządzania kreatywnością pracowników w sektorze kreatywnym pod kątem systemowości.

Zaprojektowane i przeprowadzone badania empiryczne w sektorze kreatywnym województwa zachodniopomorskiego pozwoliły na sformułowanie wielu wniosków dotyczących zarządzania kreatywnością pracowników. Przedstawiony zakres tematyczny pracy, założone cele i postawione hipotezy badawcze współokreślają przyjęte założenia metodologiczno-medyczne i zastosowane w pracy podejście badawcze.

Zweryfikowanie postawionych hipotez wymagało triangulacji metodycznej wyrażającej się w wykorzystaniu zróżnicowanych źródeł informacji i danych (literatura przedmiotu, dokumentacja badanych podmiotów, informacje i dane pozyskane w drodze wywiadów i badań ankietowych), a także w zastosowaniu zróżnicowanych metod badawczych (analizy ilościowe i jakościowe). Konieczne było dokonanie krytycznej analizy literatury przedmiotu, przeprowadzenie badań empirycznych z wykorzystaniem wybranych metod ilościowych i jakościowych.

Dobór próby badawczej był celowy, a horyzont czasowy prowadzonych analiz objął lata 2016–2021. Pod uwagę brano podmioty, spełniające zapisy definicji i wyodrębnione na bazie PKD-2007 oraz zarejestrowane na terenie województwa zachodniopomorskiego.

Zasadniczemu celowi i zakresowi badań podporządkowano określony układ pracy, na którą składa się pięć rozdziałów o różnorodnym charakterze: teoretycznym, metodycznym i empirycznym.

W rozdziale pierwszym na podstawie szczegółowych studiów literatury przedmiotu zaprezentowano teoretyczne aspekty dotyczące kreatywności.

Rozdział drugi poświęcono charakterystyce procesu zarządzania kreatywnością w organizacji oraz dokonano analizy tego procesu przez pryzmat funkcji zarządzania.

W rozdziale trzecim przedstawiony został zakres metodyczny badań własnych, zdefiniowano ich przedmiot, cele, problemy badawcze, hipotezy, zmienne i wskaźniki, a także metody, techniki oraz narzędzia badań. Kluczowe było także scharakteryzowanie grupy badawczej oraz uzasadnienie przeprowadzenia badań w sektorze kreatywnym województwa zachodniopomorskiego. Zaprezentowano również sposób doboru próby badawczej oraz podejście metodyczne zastosowane w badaniu.

W rozdziale czwartym podjęto próbę identyfikacji procesu zarządzania kreatywnością pracowników badanych podmiotów sektora kreatywnego województwa zachodniopomorskiego w latach 2016–2021. Ponadto przeprowadzono ocenę poziomu kreatywności pracowników sektora kreatywnego.

W rozdziale piątym dokonano analizy wpływu kreatywności pracowników na tworzenie innowacyjnych rozwiązań. Oceniono także systemowość w procesie zarządzania kreatywnością pracowników w badanych podmiotach. Następnie zaprezentowano dobre praktyki na podstawie wyników badań jakościowych w formie obserwacji oraz indywidualnych wywiadów w wybranych podmiotach. Na podstawie przeprowadzonych badań został zaproponowany model zarządzania kreatywnością pracowników sektora kreatywnego, który w swojej strukturze odwołuje się do wszystkich podstawowych funkcji zarządzania.