

NIKDE SE CELISTVOST MANAŽERA NEPROVĚŘUJE TAK ZŘETELNĚ, JAKO PŘI BUDOVNÍ A ROZVOJI TÝMŮ. STAČÍ TOTIŽ MÁLO A VZNIKNE MU MÍSTO TÝMU KOMUNITA NEBO SKUPINA. COŽ ROZHODNĚ NENÍ JEDNO.



Tým je zcela jiný než skupina či komunita

Když cíl není prvořadý

V podnikání je nejméně používaným nástrojem komunita. Tedy skupina lidí, kteří mají společný zájem, místo bydliště, shodné fyzické znaky členů apod. V komunitě jsou nejdůležitější vztahy pramenící z vědomí sounáležitosti. Všeobecný souhlas a dobrá pohoda jsou důležitější než cokoliv jiného. Někdy je pocit sounáležitosti natolik silný, že přebíjí i motiv fyzické existence jednotlivých členů. Pokud komunity mají nějaký společný cíl, není primárním zájmem celé komunity. Pracovní uskupení, která před každou akcí i při jejím průběhu usilují o všeobecný konsenzus, jsou pracovními komunitami. Pokud při dosahování cíle dojde k nějakým zádrhelům, řeší se tak, aby neutrpěly újmu vztahy. Vedoucí komunity odvozuje svůj vliv od kontroly zdrojů, které bezúplatně poskytuje členům komunity. Muže to být Boží hlas, který skrze něj k ostatním promlouvá, může to být výjimečný počítačový program, který vymyslel, atd.

„To není moje práce“

Komunity, které si z cíle udělaly svůj primární zájem, se mění na týmy nebo pracovní skupiny. Ty jsou zřizovány za účelem dosažení nebo dosahování nějakých výsledků. Organizace práce je pro ně důležitější než společný výsledek. Např. v mocenských pracovních skupinách je slovo šéfa důležitější než výsledek nebo efektivita jeho dosažení. Podobně je tomu v byrokratických skupinách, kde psaná norma určuje, co je správné a kdo, kdy a jak co udělá. Pokud uslyšíte „To není moje práce“, máte téměř jistotu, že se jedná o pracovní skupinu. Dalším rysem pracovních

skupin je to, že společný výsledek má i menší hodnotu než výsledek individuální. Manažer skupiny se musí vyznačovat vysokou inteligencí a musí být dobrým organizátorem. Oslovuje především racionální a fyzickou stránku lidí. Svůj vliv odvozuje od svého funkčního postavení v organizaci.

Komunity, které si z cíle udělaly svůj primární zájem, se mění na týmy nebo pracovní skupiny

Skupiny se hodí pro stabilní prostředí a dosahování dobře popsaného stabilního cíle. Se změnami se vypořádávají velmi pomalu, protože všechno musí projít přes šéfa, nebo být zachyceno v popisech práce. Efektivita, rychlost a kvalita práce jsou zde produktem dobrého organizačního systému, nikoliv nadšení, angažovanosti a zapojení lidí. Většina pracovních uskupení dnešní doby jsou pracovními skupinami. Bez ohledu na to, že je manažeři často nazývají týmy. Za tím se skrývá jejich přání mít tým. Pracovní tým si bere z komunity a skupin to nejlepší a přidává k tomu ještě něco navíc a vytváří tak vhodný nástroj pro rychlé, efektivní a kvalitní dosahování pohyblivých cílů. Pohyblivé prostředí, cíle a firemní zájem (rychlost, kvalita, efektivita) si zkrátka vynucují týmový přístup k řešení.

Aby byl tým týmem

Vybudovat tým je složitější, než vybudovat skupinu nebo komunitu. Tým, na rozdíl od komunity nebo skupiny, nelze udržet, musí se neustále rozvíjet. Pod rozvojem týmu je třeba chápat jak nárůst vnitřních kapacit a schopností týmu, tak nárůst výzev, kterým tým čelí. Tým tedy není moc vhodným nástrojem pro řešení opakujících se rutinních činností. Jednou z význačných charakteristik týmu je existence vnějšího společného cíle, jehož dosažení je v primárním zájmu každého člena. Charakteristické pro týmy je také vzájemná zodpovědnost, společná akceschopnost, konstruktivní řešení konfliktů, důvěra a společná sebedůvěra, otevřenost, informovanost a společné sebeuvědomění. Týmový manažer je jiný než manažer pracovních skupin nebo komunitní leader. Nejlépe takového manažera vystihuje pojem holistický manažer. Ten, znám spíše pod názvem business leader, umí řídit i vést. Umí oslovovat srdce, ducha, fyzickou stránku i myšlení lidí. Umí využít své funkční pozice v organizaci, dovede se však bez ní obejít. Umí se vcítit, ale i dupnout. Je soucitný i logický. Vnímá detaily i globální souvislosti. A hlavně: vytváří synergii a se svými týmy produkuje neuvěřitelné výsledky. Takových manažerů není mnoho. Ti, kteří takovými jsou, hovoří o tom, co všechno museli udělat pro to, aby se takovými stali. Protože školský a vzdělávací systém ani rozvojové manažerské firemní programy jim v tom nijak zvlášť nepomohly.

Martin Hájek,
www.vedeme.cz

ČESKÁ TELEVIZE PŘINÁŠÍ BĚHEM POZDNÍHO VEČERA KAŽDÝ ČTVRTEK JEDINEČNÝ POŘAD . OBSAH JE ZAKÓDOVÁN V NÁZVU – POKR – ČILI MOZAIKA POSTŘEHŮ, KOMENTÁŘŮ A RAD. DIVÁCI ZEJMÉNA Z ŘAD PODNIKATELŮ ZDE NAJDOU I NEJRŮZNĚJŠÍ NÁVODY A DOPORUČENÍ, KUPŘÍKLADU JAK NA DANĚ ČI DOTACE, A TO NEJENOM Z EU, PRÁVNÍ PORADNU I PŘÍBĚHY, KTERÉ MOHOU ZAČÍNÁJÍCÍ ŽIVNOSTNÍKY ČI PODNIKATELE INSPIROVAT.



POKR pro podnikatele

Šéfdramaturgem POKRu a hlavním režisérem je již téměř rok Libor Kodad (44let). „POKR má celkem sedm kmenových redaktorů, převážně specialistů na ekonomiku. Šest z nich připravuje a natáčí reportáže o zajímavých podnikatelích a jeden je specialistou na příspěvky, které pomáhají podnikatelům orientovat se v dnes tak aktuální problematice, jako je čerpání prostředků z fondů Evropské unie. S náměty na reportáže přicházejí sami redaktoři,“ vysvětluje šéfdramaturg Kodad, jenž působil dříve v pořadu Občanské judo, ale i v Snídani s Novou, kde byl šéfredaktorem ranního vysílání.

Jednotlivé díly či kamínky do mozaiky POKRu ale nejsou propagační medailonky úspěšných podnikatelů...

„Natáčejí se pouze náměty, které mohou podnikatelům a živnostníkům nějak pomoci. Ať již konkrétní radou či formou ilustrace na příběhu konkrétního podnikatele, který se tak či onak vyrovnal s nejrůznějšími překážkami, před kterými by spousta lidí hodila takřkajíc flintu do žita a vzdala by to. A to má být pro diváka určitým návodem či postrčením, jak dál. Redaktoři jsou u svých reportáží zároveň i režiséři, takže příprava, natáčení a dokončování ve střizně na ně klade mimořádné nároky. Nebráníme se ale ani

PROTOŽE POKR PŘINÁŠÍ ZAJIMAVÉ PODNĚTY A INFORMACE PRO SOUČASNÉ A MOŽNÁ I BUDOUCÍ PODNIKATELE, PRAVIDELNĚ AVIZUJEME V KOMOŘE.CZ NEJZAJIMAVĚJŠÍ PŘIPRAVOVANÉ NÁMĚTY. Více NA: [HTTP://WWW.CESKATELEVIZE.CZ/PROGRAM/PODNIKATELSKY-SERVIS](http://www.ceskatelevize.cz/program/podnikatelsky-servis)

Foto: Miroslav Feszanicz, Shutterstock.com

námětům, přicházejícím takřkajíc zvenčí.“

POKR je úzce propojen s webem pořadu www.pokrservis.cz, kde diváci naleznou odpovědi na otázky, týkající se podnikání.

„Spoustu těchto dotazů samozřejmě zodpovíme i v pořadu samotném. V tomto období jsme kupříkladu odvysílali desetidílný seriál o reklamě, kde jsme podnikatelům dávali návod, jak připravit kampaň, vytvořit správné logo a mnoho dalšího, včetně tipů jak přilákat zákazníky,“ doplňuje Libor Kodad.

POKR má celkem sedm kmenových redaktorů, převážně specialistů na ekonomiku, z nichž šest natáčí reportáže s podnikateli

Kdy POKR konkrétně pomohl?

„Těch případů je řada, ale jeden za všechny: vysílali jsme reportáž o mladé, téměř nevidomé podnikatelce, která se zabývá výcvikem vodících psů. Tato mladá dáma si v POKRu

posteskla, že má problém s dopravou psů na cvičiště, protože nedisponuje vlastním autem. Vzápětí se nám ozvali diváci, že by jí rádi pomohli a poskytli vůz pro tyto účely. Sám za sebe ale mohu říci, že podle mne jsou poutavá všechna vydání pořadu, protože se snažíme, aby skladba byla pestrá a každý si našel v POKRu své téma.“

Nedávno jste obměnili grafickou a hudební výbavu pořadu...

„Používáme moderní 3D animaci, jakýsi průlet virtuálním domem podnikání. Ale především díky obsahu seriálu neustále roste sledovanost. A jedinou cestou k dalšímu nárůstu sledovanosti je zkvalitňování servisní části pořadu, o což se všichni v POKRu snažíme.“

Přes prázdniny se POKR odmlčí, na plno to opět rozjede v září. Na co se můžeme těšit?

„Připravujeme další seriály,“ říká závěrem Libor Kodad. „Kupříkladu seriál o vzdělávání a zaměstnávání nejen mladých lidí pod názvem Řemeslo má zlaté dno. Další zajímavé téma bude Informační technologie. To bude, jak už název napovídá, o tom, kde a jak mohou malým a středním firmám pomoci v jejich podnikání nové technologie.“

NENECHTE SI UJÍT (vždy ve čtvrtek, 22.30, ČT1)

Je dobré znát nová pravidla

Zvláště pak, jedná-li se kupříkladu o vybavení společnosti. POKR zasvěceně poradí podnikatelům, zda se podle nových pravidel vyplatí

brát firemní automobil na leasing, nebo jak postupovat v případě, že se ve firmě hromadí pohledávky.

ič