

کار آفرینی

استاد: محدثه میرزائی

منبع اصلی : کار آفرینی عمومی

(دکتر سید علیرضا فیض بخش)

طرح درس



- کار عملی ۲ نمره
- بیزینس پلن (طرح توجیهی کسب و کار) ۲ نمره
- کنفرانس کلاسی (معرفی کارآفرین) ۱ نمره
- حضور غیاب ۱ نمره
- میان ترم ۴ نمره
- پایان ترم ۱۰ نمره

فهرست



- فصل اول: مقدمات کارآفرینی
- فصل دوم: خلاقیت
- فصل سوم: کار تیمی
- فصل چهارم: مقدمه ای بر طرح تجاری
- فصل پنجم: طرح تجاری یک صفحه ای
- فصل ششم: طرح تجاری کامل

مقدمات کار آفرینی

فصل اول

— در طول تاریخ همواره توجه افراد مختلفی از جمله اقتصاددانان ، روانشناسان، تاجران و حتی سیاست مداران به موضوع کارآفرینی جلب شده است و هر کدام از زاویه نگاه خود تعریفی را برای آن مطرح کرده اند.

— جالب است بدانید در دوره های مختلف گاهی به دلالت و واسطه ها کارآفرین گفته می شده و گاهی به سازندگان کلیساها ، ساختمان های عمومی شهر و تاسیسات نظامی! گاهی نیز تجار و بازرگانانی مانند مارکوپولو و گاهی مخترعانی مثل ادیسون!

— در دوره های مختلف و به فراخور ویژگی های محیطی درک متفاوتی از کارآفرینی داشته اند. اگرچه نمی توان قالب مشخصی برای کارآفرین بودن اشخاص ارائه داد اما در بین تعاریف مختلف مشترکاتی وجود دارد که به بیان آنها می پردازیم.

— **"Entrepreneur"** (کارآفرین) یک اصطلاح فرانسوی است که ترجمه تحت الفظی آن در قدیم "واسطه" یا "دلال" بوده است.



— ریچارد کانتیلون یکی از نخستین نظریات را راجع به کارآفرینی ارائه داده است و به عیده وی: کارآفرین فردی است که چیزی را به قیمت معلوم می خرد و به قیمت نامعلوم بفروشد و این موضوع او را در معرض ریسک قرار دهد.

پس به نظر کانتیلون کارآفرین اهل **ریسک** است.

— ژوزف شومپیتر، عرضه کننده نظریه توسعه اقتصادی و پدر کارآفرینی به مفهوم امروزی آن " **نوآوری** " را وجه تمایز کارآفرینان می داند. در این تعریف مفهوم نوآوری و تازگی جزء تفکیک نشدنی کارآفرینی است. این جدید بودن ممکن است شامل هرچیزی باشد. از محصول و سیستم توزیع گرفته تا تغییر فرآیندهای تولید و ارائه روشهای جدید در هر حوزه کاری...

تعریف نسبتاً جامع از کارآفرینی

رابرت هیسریچ:

کارآفرینی فرآیند خلق چیزی جدید و بار ارزش است از طریق راه اندازی یک کسب و کار و با اختصاص زمان و تلاش مورد نیاز، با در نظر گرفتن ریسک های مالی، روانی و اجتماعی، به منظور رسیدن به رضایت شخصی، پاداش های مالی و ارضای نیاز استقلال طلبی

این تعریف بر ۴ جنبه کارآفرینی تاکید دارد:

۱. کارآفرینی مستلزم خلق چیزی ارزشمند و جدید است. هم برای کارآفرین و هم برای مخاطبش
۲. کارآفرینی وقف زمان و تلاش بسیار زیادی می طلبد
۳. در نظر گرفتن ریسک های اجتناب ناپذیر. ریسک های مالی، روانی و اجتماعی
۴. پاداش های کارآفرین



فرآیند تصمیم‌گیری کارآفرینانه

فرآیند یعنی حرکت از چیزی به چیز دیگر.

فرآیند تصمیم‌گیری کارآفرینانه: یعنی حرکت از زندگی معمول و جاری به سمت ایجاد یک کسب و کار کارآفرینانه جدید.

به عبارتی یعنی شما تصمیم گرفته‌اید وضعیت فعلی را رها کنید و کارآفرین شوید!!!

این تغییر، تصمیم ساده‌ای نیست و تاحدی ناشناخته و همراه با ریسک و صرف انرژی زیاد است و افراد با انگیزه‌های متفاوتی اقدام به چنین کاری می‌کنند.

شاید بتوان "نارضایتی" را به عنوان محرک بسیار قوی برای غلبه بر سکون و چداشتن از سبک جاری زندگی و خلق چیزی جدید نام برد. این نارضایتی فقط مربوط به شاغلین نیست بلکه افراد بازنشسته و جویای کار و یا اخراج شده‌ها نیز به نوعی دچار نارضایتی باشند.

نتایج تحقیقی طی سالهای ۸۰-۸۱ ددر دانشگاه صنعتی شریف صورت گرفت، نشان می‌دهد درصد زیادی از کارآفرینان برتر ایرانی فعالیت خود را در شرایط اضطرار آغاز می‌کنند.

البته تنها نارضایتی عامل اثرگذار برچنین تصمیمی نیست و عوامل بسیار زیادی در این رابطه اثرگذارند!!!

امکان تشکیل فعالیت کارآفرینانه

سوال این است که چه چیزهایی تشکیل فعالیت جدید را ممکن میسازد؟
عوامل متعددی مانند موارد زیر در این رابطه اثرگذار است:

دولت: دولت با تدارک زیرساخت در کمک و پشتیبانی از فعالیت نقش دارد.

زمینه: کارآفرین باید زمینه لازم را برای ایجاد فعالیت داشته باشد مانند تحصیلات رسمی و نیز تجربه قبلی

بازاریابی: بازاریابی در تشکیل و حیات فعالیت جدید بسیار اثرگذار است و کارآفرین باید سطحی از مهارتهای بازاریابی را داشته باشد و برای بهترین ترکیب محصول، قیمت، ارتقا و توزیع تلاش نماید.

نکته: آمیخته بازاریابی: (Marketing Mix)

محصول **Product** - قیمت **Price** - ارتقاء **Promotion** - توزیع **Place**

الگوی نقش: دیدن موفقیت فردی دیگر، کمک می کند افراد خودشان را در فعالیتی مشابه قرار دهند و حتی موفق تر عمل کنند. (اگر دیگری توانسته، من هم می توانم.)

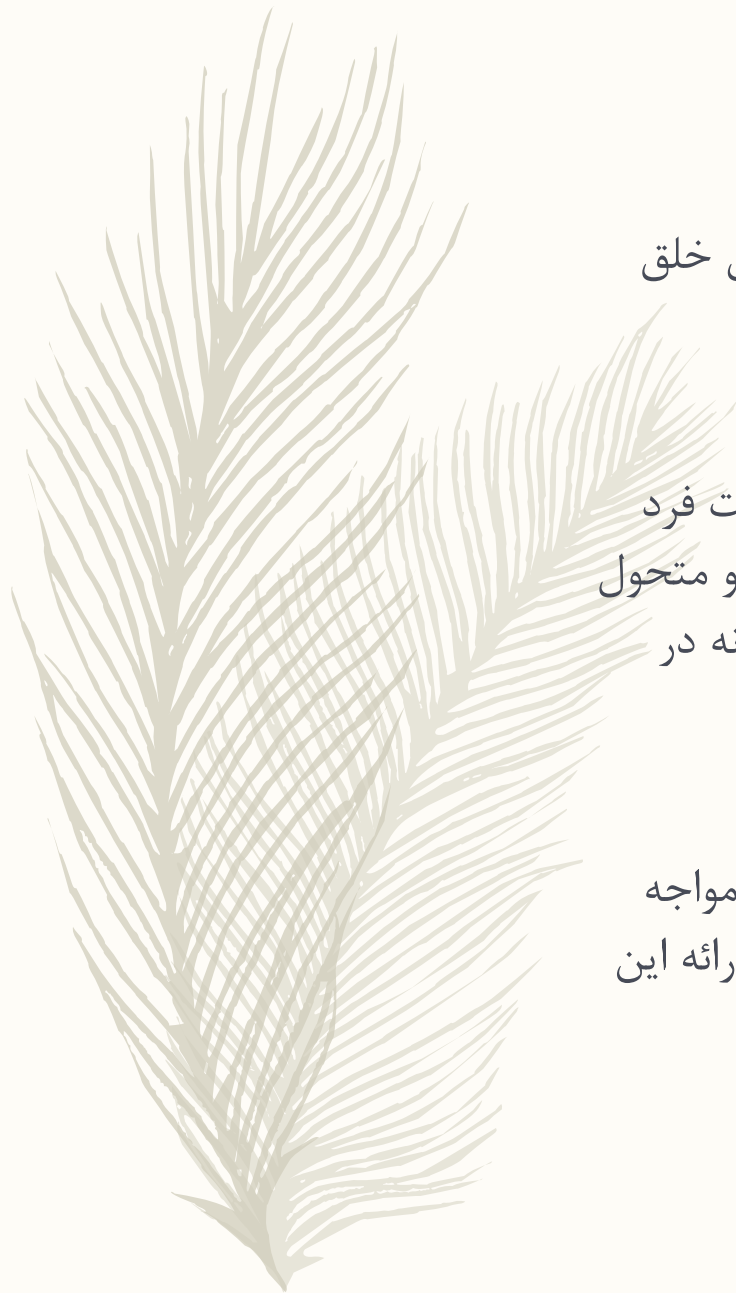
منابع مالی: منابع مالی باید در دسترس باشد. گرچه فرد بخش زیادی از هزینه مورد نیاز در راه اندازی کسب و کار را از پس انداز شخصی، اعتبار و دوستان و وابستگان تامین می کند، اغلب سرمایه اولیه ی اضافی نیز مورد نیاز است.

انواع کارآفرینی

الف) کارآفرینی فردی: در حال حاضر موثرترین روش برقرار ارتباط بین علم و بازار است. که از طریق خلق بنگاههای جدید و عرضه محصولات و خدمات به بازار، عمل می کند.

ب) کارآفرینی سازمانی: کارآفرینی در درون سازمان از قبل تاسیس شده و موجود است. در این حالت فرد کسب و کار جدیدی خلق نمی کند بلکه ساختارهای فرسوده ی یک سازمان در حال فعالیت را اصلاح و متحول می کند و خلاقیت و نوآوری را به سازمان تزریق می کند. در دنیای رقابتی امروز ، وجود روح کارآفرینانه در سازمانها مزیت رقابتی مهمی تلقی می شود.

ج) کارآفرینی اجتماعی: وقتی پاسخگویی به برخی نیازهای جامعه با کاهش سرمایه گذاری عمومی مواجه است، کارآفرینی اجتماعی به صحنه آمده و با استفاده از روش های خلاقانه، موجب جذب درآمد برای ارائه این خدمات می شود. نباید نگاه غیر درآمدزا بودن به فعالیت های غیر انتفاعی داشت!



ویژگی های کارآفرینان

هرگز نمی توان خصوصیات دقیقی برای کارآفرینان و فعالیت کارآفرینانه تعریف کرد. پس قالب مشخصی برای کارآفرین شدن وجود ندارد. اما مطالعات نشان می دهند که برخی ویژگیها بین کارآفرینان مشترک است و برای مطالعه این ویژگیها رویکرد های متفاوتی وجود دارد:



الف) رویکرد ویژگی‌های شخصیتی:

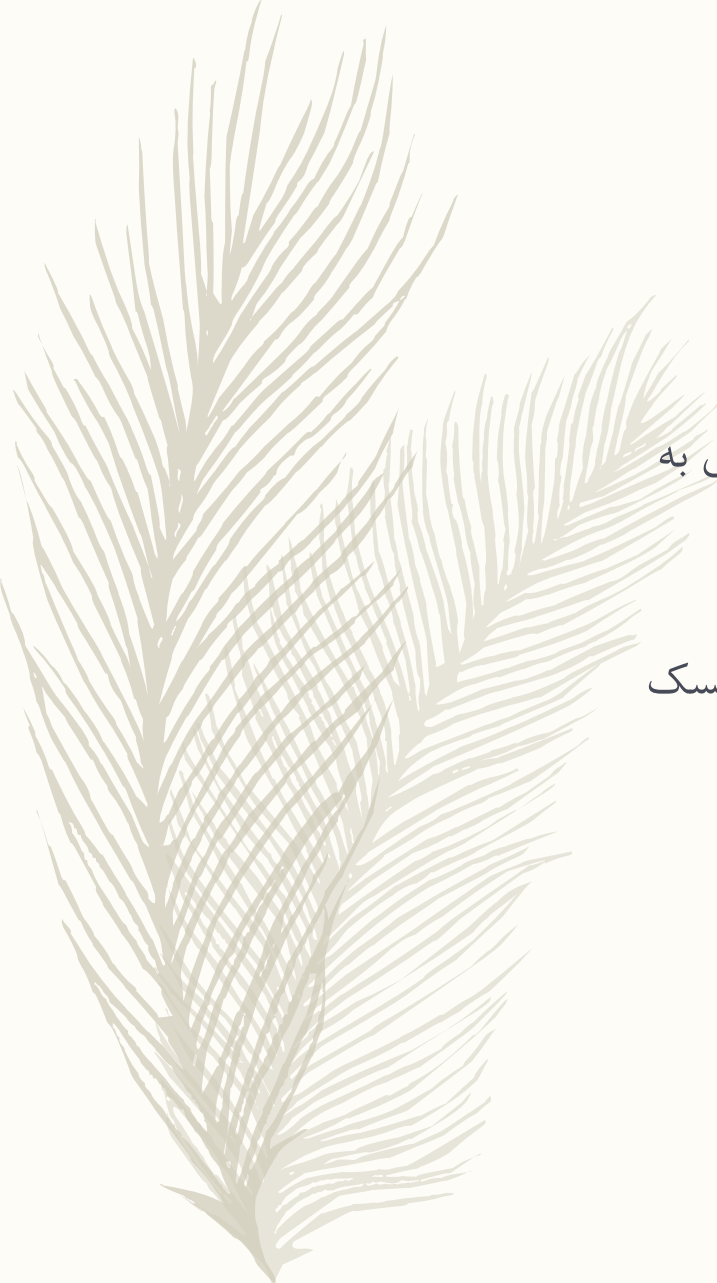
این رویکرد به تعریف ویژگی‌هایی می‌پردازد که شخصیت کارآفرینان را از دیگران جدا می‌کند. ویژگی‌های شخصیتی متعددی وجود دارد که در اینجا به چند مورد از مهمترین‌ها می‌پردازیم:

۱. مرکز کنترل: بیانگر اعتقاد افراد به نیروی کنترل کننده زندگیشان است. افرادی که موفقیت‌ها و شکست‌ها را به قضا و قدر و طلسم و جادو و شانس و ... نسبت می‌دهند مرکز کنترل بیرونی و افرادی که موفقیت و شکست را ناشی از عملکرد خودشان می‌دانند مرکز کنترل درونی دارند. کارآفرینان در مقایسه با مردم عادی، مرکز کنترل درونی تری دارند.

۲. حس استقلال طلبی: یعنی رئیس خود بودن و کار را به شیوه خود انجام دادن که یکی از قوی‌ترین نیازهای کارآفرینان است.

۳. نیاز به توفیق طلبی: میل به موفقیت و مقبولیت یافتن است و افراد را به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه سوق می‌دهد و به همین دلیل است که کارآفرینان فعالیت‌هایی را انجام می‌دهند که هرکسی توان انجام آن را ندارد.





۴. **خلاقیت و نوآوری:** جزء جدانشدنی کارآفرینی است. خلاقیت توان تولید ایده های جدید و نوآوری به عمل درآوردن این ایده هاست.

۵. **ریسک پذیری:** ریسک پذیری خواه مالی یا اجتماعی یا روانی، بخشی از فرآیند کارآفرینی است. کارآفرینان توان مختطره را دارند اما بی گذار به آب نمی زنند و ریسک های متوسط را می پذیرند. ریسک پذیری زیاد ویژگی قماربازان است نه کارآفرینان...


(ب) رویکرد رفتاری:

این رویکرد به مسیر زندگی کارآفرینان می پردازد.

۱. محیط خانوادگی در کودکی:

- ✓ بررسی ها در رابطه با فرزند چندم خانواده بودن، نتایج ضد و نقیضی داشته است.
- ✓ برخی مطالعات نشان می دهد که بسیاری از کارآفرینان در دوران کودکی مشکلات جدی از جمله مرگ والدین یا جدایی به مدت طولانی از یکی از والدین و یا فقر و سایر مشکلات محیطی را تجربه کرده اند. دوران کودکی نسبتاً سخت کارآفرین را برای مقابله با مسائل و مشکلات شغلی آماده کرده است و به نهای قدرت تحمل بیشتر بخشیده است.
- ✓ در مورد تاثیر شغل والدین، شواهد محکمی وجود دارد که اغلب پدران خوداشتغال یا کارآفرین داشته اند و این موضوع برای فرد بسیار الهام بخش است.
- ✓ و همچنین شاید بتوان گفت ارتباط همه جانبه والدین با فرزندانشان، مهم ترین جنبه تاثیر محیط خانوادگی در شکل گیری نیاز کافرینی در فرد است. والدین کارآفرینان پشتیبان کودکان هستند و خصوصیات استقلال طلبی و توفیق طلبی و مسئولیت پذیری را در آن ها تشویق می کنند.





۲. تحصیلات: اگرچه برای شروع فعالیت تحصیلات رسمی نیاز نیست اما تحصیلات پیش زمینه خوبی برای حل مشکلاتی است که کارآفرین با آنها مواجه می شود، است. در دنیای امروز با رشد بالای فناوری ها دانش در زمینه مدیریت و بازاریابی بسیار ضروری است.

۳. سن: نمی توان سن مشخصی را برای شروع فعالیت کارآفرینانه پیشنهاد کرد اما بررسی نتایج حاصل از تحقیق در این زمینه نشان می دهد که اغلب کارآفرینان حرفه ای کارآفرینی خود را بین سنین ۲۲ تا ۴۵ سال آغاز می کنند و درصد قابل توجهی از آنان در دهه سی زندگی به فعالیت کارآفرینانه روی آورده اند

۴. انگیزش: چیزیست که سبب می شود فرد اقدام به کاری کند. انگیزه هایی که سبب می شود فرد به فعالیت کارآفرینی دست بزند بسیار متنوع اند. دلیلی که بیش از همه برای کارآفرین شدن ذکر می شود استقلال است. یعنی فرد نخواهد برای فرد دیگری کار کند. در بین مردان پول عامل دومی است که فرد را وا می دارد کارآفرینی کند و در بین زنان به ترتیب اولویت رضایت شغلی، توفیق، فرصت پیشرفت و پول انگیزه های اصلی هستند

۵. تاریخچه شغلی: یعنی تجربه های شغلی فرد در گذشته. گرچه نارضایتی یکی از جنبه های مختلف شغل مانند نبود چالش یا فرصت های ارتقاء، ناکامی ها، سرکوب ایده ها و ... انگیزه خوبی برای شروع فعالیت کارآفرینی است اما نمی توان اهمیت تجارب کاری گذشته را نادیده گرفت.

فرآیند کارآفرینانه

این فرآیند چهار مرحله مجزا دارد:

i. شناسایی و ارزیابی فرصت

ii. تدوین طرح تجاری

iii. تامین منابع مورد نیاز

iv. اداره بنگاه تاسیس شده

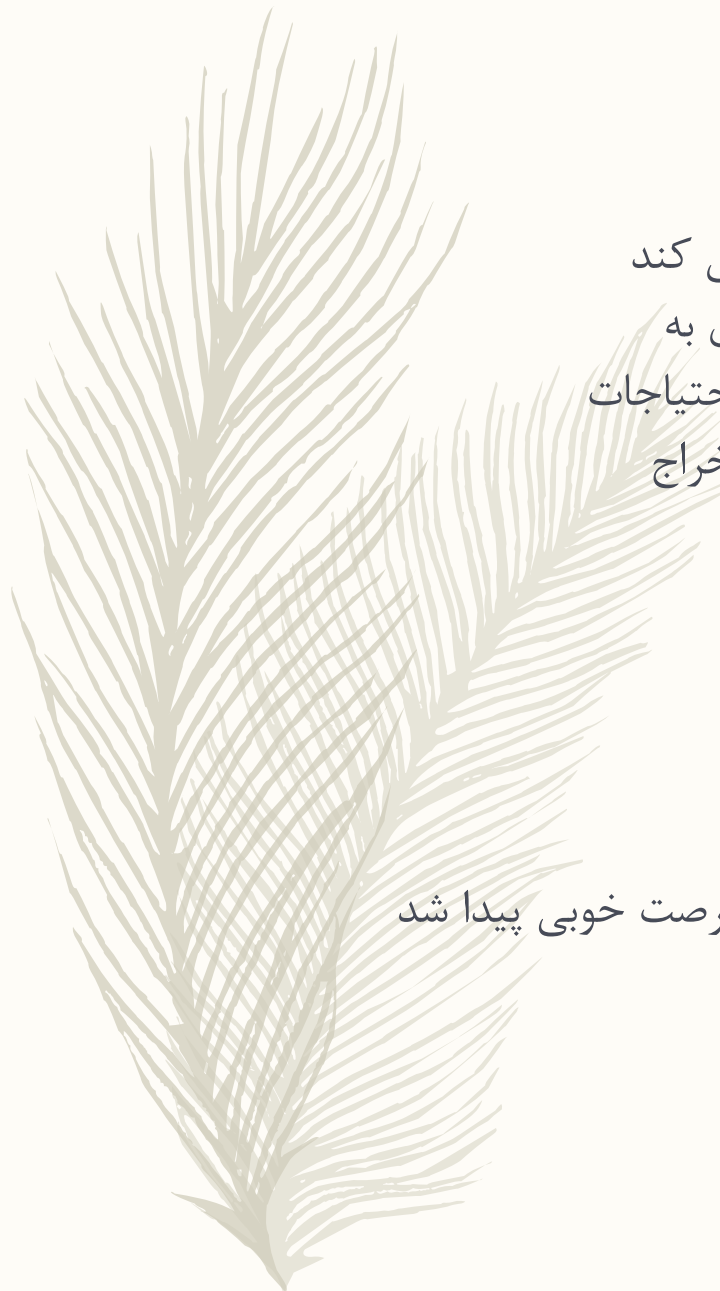


شناسایی و ارزیابی فرصت

شناسایی فرصت به فرآیندی گفته می شود که طی آن کارآفرین فرصتی برای راه اندازی فعالیتی پیدا می کند شناسایی یک فرصت خوب تجاری و ارزیابی آن یکی از مشکل ترین کارهاست. فرصت های خوب تجاری به صورت ناگهانی ظاهر نمی شوند بلکه باید با هوشیاری به دنبال شان بود کارآفرینان مدام در پی یافتن احتیاجات و فرصت ها هستند و نگاه تیزبینی داشته و از بین منابع مفیدی که در اطرافشان است فرصت ها را استخراج می کنند.

تدوین طرح تجاری

عبارت است از تعیین سمت و سوی فعالیت اقتصادی، اگر با تمام ارزیابی های انجام شده فرصت خوبی پیدا شد وارد مرحله دوم می شویم در این مرحله باید برای فعالیتتان نقشه بکشید.

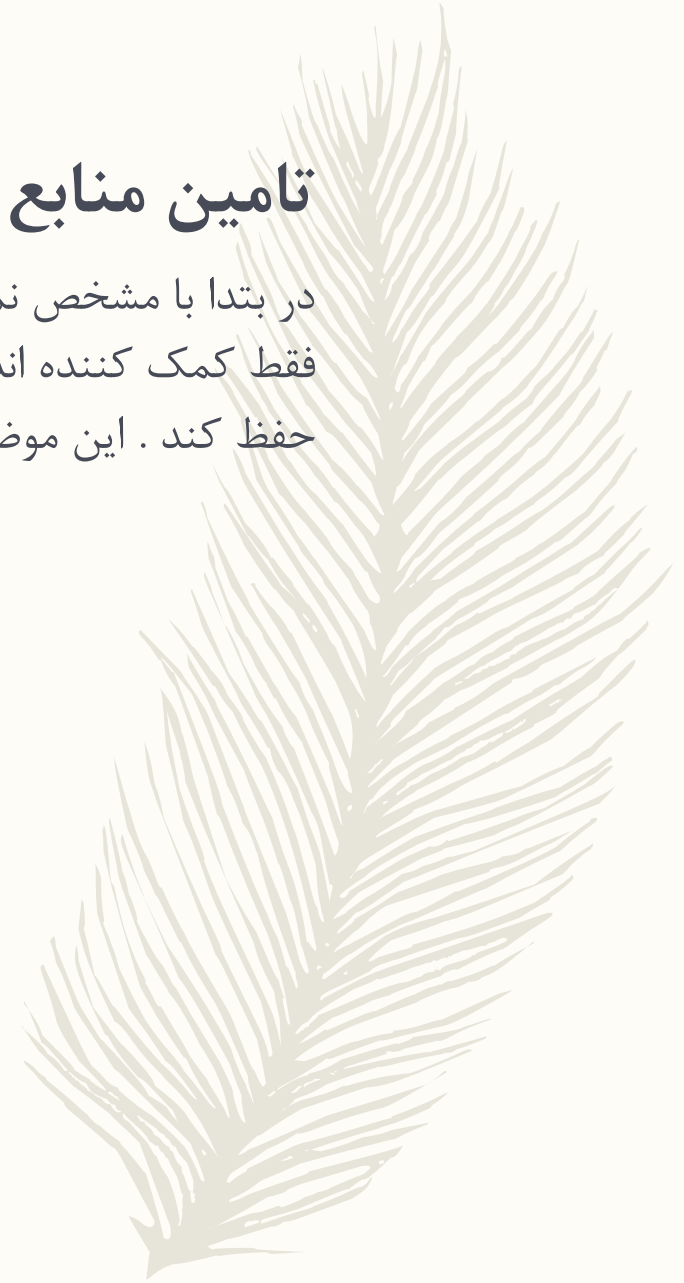


تامین منابع مورد نیاز

در ابتدا با مشخص نمودن منابع فعلی کارآفرین آغاز می شود. در ابتدا باید منابع حساس و حیاتی از منابعی که فقط کمک کننده اند متمایز شود. کارآفرین باید کوشش کند تا جای ممکن موقعیت مالکیت خود را بر شرکت حفظ کند. این موضوع خصوصاً در مرحله آغاز به کار بسیار مهم است.

اداره بنگاه تاسیس شده

وقتی منابع مورد نیاز جمع شد، طرح تجاری نیز تهیه شد، برای اجرای طرح باید منابع را به کار بست. بنابراین به اداره بنگاه می رسیم، باید ساختار مناسب، شیوه مدیریتی و سیستم کنترلی تعریف کنید. اگر در اداره بنگاه با شکست مواجه شوید، تمام مراحل قبل بیهوده بوده است.



ﺧﻻﻗﯩﺖ

ﻓﺼﻞ ﺩﻭﻡ

تعریف خلاقیت

برای خلاقیت تعاریف زیادی وجود دارد زیرا خلاقیت یک مفهوم انتزاعی چیست اما این به مفهوم پیچیدگی خود جریان خلاقیت نیست

خلاقیت نگاه کردن متفاوت به مسئله و رسیدن به یک راه حل جدید است.

مسئله هر آنچه که به طور درست کار نکند و یا تغییر در آن باعث بهبودی شود مسئله نام دارد.

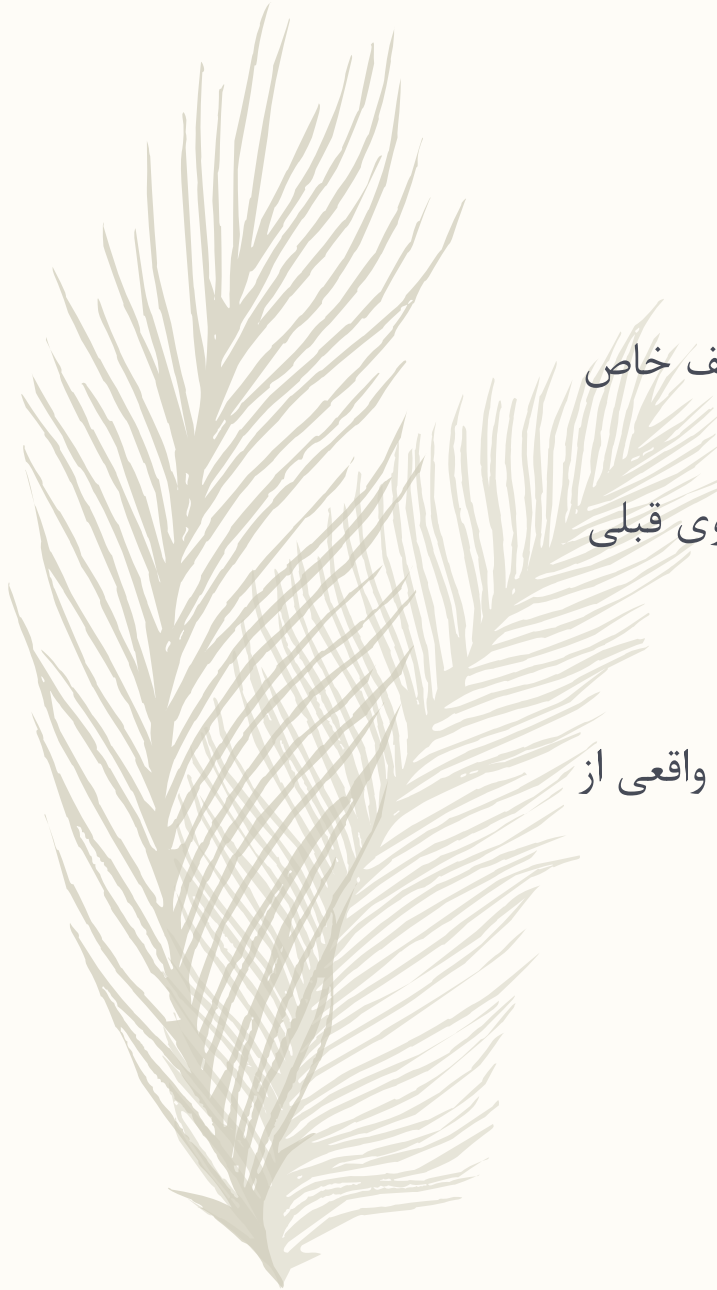


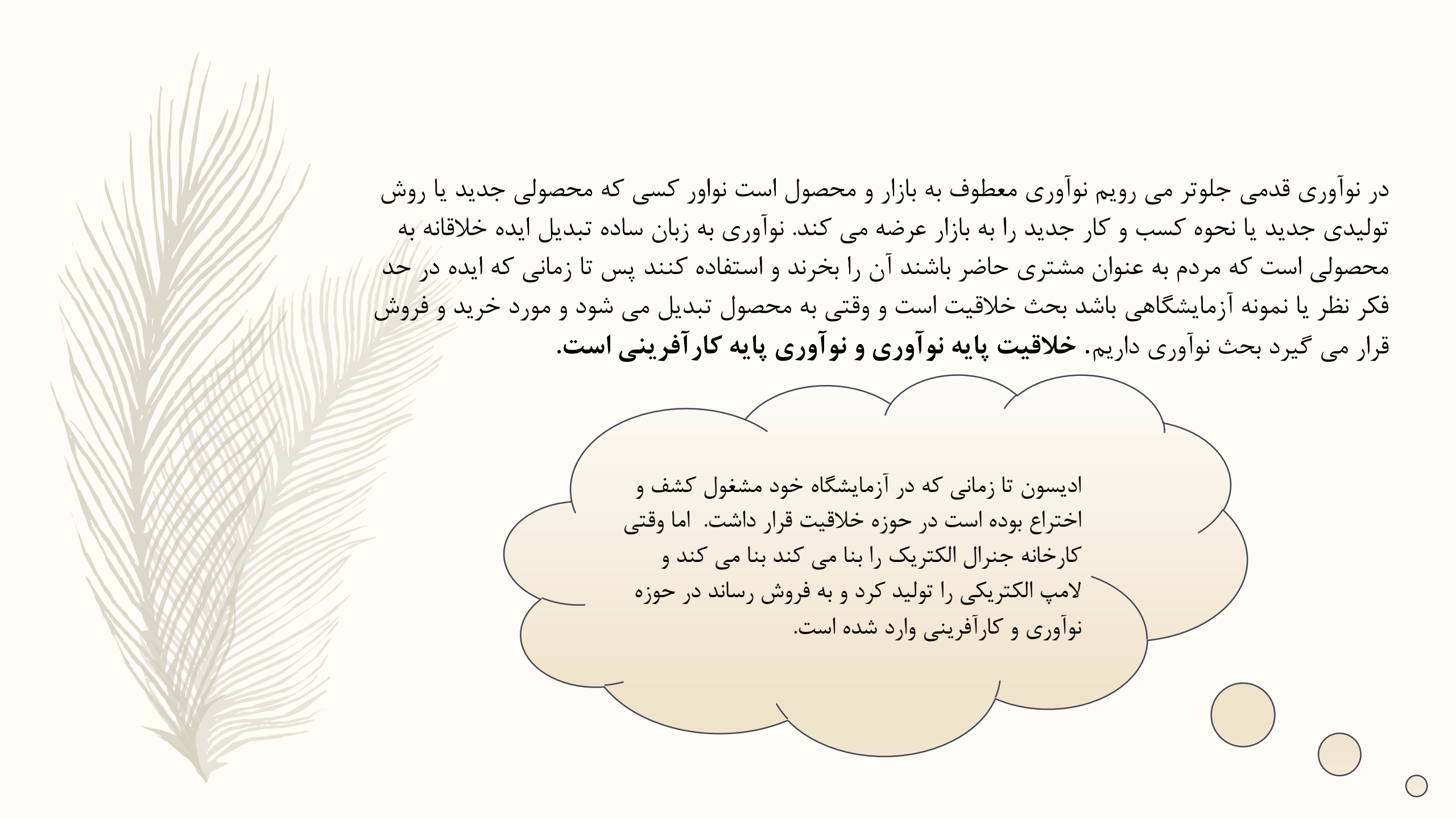
خلاقیت و نوآوری (تفاوت مخترع و کارآفرین)

خیلی از افراد ابداع، اختراع، خلاقیت و نوآوری را مترادف با هم می دانند اما هر کدام از این کلمات تعریف خاص خود را دارند:

ابداع به معنی خلق چیزی از صفر یا هیچ فقط مخصوص خداوند است زیرا خدا همه خلقت را بدون الگوی قبلی آفریده است انسان ها هم چیز های جدید خلق می کنند اما از الگوهای موجود در جهان ایده می گیرند.

وقتی از خلاقیت صحبت می شود منظور یک فرآیند ذهنی برای خلق ایده و حداکثر ، ساخت نمونه ای واقعی از آن است خلاقیت عرصه آزمایشگاه ها و کارگاه هاست. بنابراین در حوزه عمل مخترعین است





در نوآوری قدمی جلوتر می رویم نوآوری معطوف به بازار و محصول است نوآور کسی که محصولی جدید یا روش تولیدی جدید یا نحوه کسب و کار جدید را به بازار عرضه می کند. نوآوری به زبان ساده تبدیل ایده خلاقانه به محصولی است که مردم به عنوان مشتری حاضر باشند آن را بخرند و استفاده کنند پس تا زمانی که ایده در حد فکر نظر یا نمونه آزمایشگاهی باشد بحث خلاقیت است و وقتی به محصول تبدیل می شود و مورد خرید و فروش قرار می گیرد بحث نوآوری داریم. **خلاقیت پایه نوآوری و نوآوری پایه کارآفرینی است.**

ادیسون تا زمانی که در آزمایشگاه خود مشغول کشف و اختراع بوده است در حوزه خلاقیت قرار داشت. اما وقتی کارخانه جنرال الکتریک را بنا می کند بنا می کند و لامپ الکتریکی را تولید کرد و به فروش رساند در حوزه نوآوری و کارآفرینی وارد شده است.

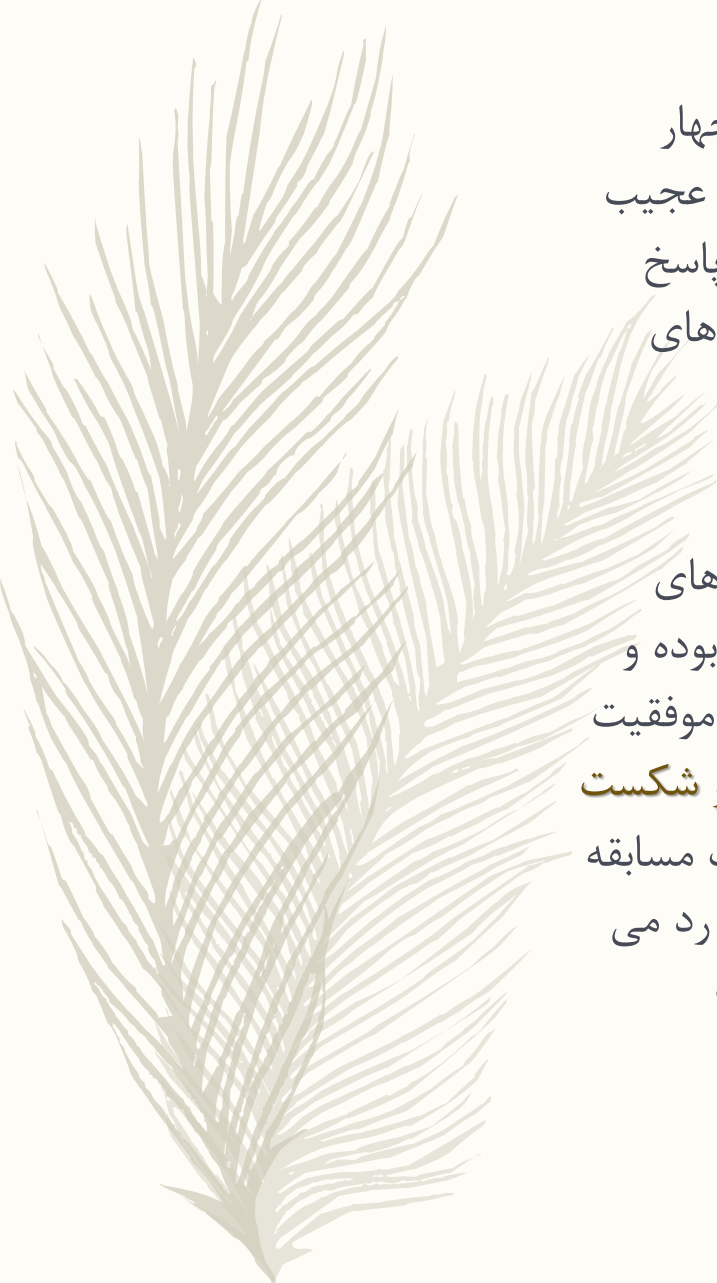
موانع خلاقیت

به همراه هر آموزه ای، مفروضات درست یا نادرست به ذهن انسان وارد می شود. در حقیقت به همراه آموختن هر چیز جدید، به صورت ناخودآگاه، فرضیه ای در مورد آن مطرح شده است، پذیرفته می شود و این فرضیه کم کم قالب ها و چارچوب های ذهنی را ساخته و مانعی جدی برای داشتن تفکری متفاوت خواهد شد.

به این وضعیت تفکر جعبه ای نیز می گویند .

در اینجا به معرفی موانع خلاقیت می پردازیم:


البته انشا... در کلاسهای حضوری در قالب کارگاه خلاقیت
به صورت جذاب تر با موضوع آشنا خواهیم شد!!!



مانع اول : دنبال یک و تنها یک پاسخ صحیح گشتن است. افراد در سیستم های آموزشی به تستهای چهار جوابی بسیاری پاسخ می دهند و باید میان پاسخ های ممکن، یک و تنها یک پاسخ را انتخاب کنند. پس عجیب نیست که تفکر وجود داشتن تنها یک راه حل صحیح، جزء جدانشدنی تفکر افراد شده باشد. وقتی یک پاسخ صحیح یافت می شود ذهن به طور ناخودآگاه آرام می گیرد و جستجو و تفکر به پایان می رسد و پاسخ های دیگری که ممکن است کارایی بیشتری داشته باشند نادیده گرفته می شوند.

مانع دوم : مفروضات اضافه ای است که ما در حل مسائل واقعی، به مسئله اضافه میکنیم.

مانع سوم: دانشجویان در انجام پروژه های دانشجویی به دو دسته تقسیم می شود: افرادی که از روش های سنتی استفاده می کنند و افرادی که از روش های خلاقانه استفاده می کنند. روش های سنتی مطمئن تر بوده و احتمال شکست کمتری دارد روش های خلاقانه احتمال شکست بیشتری دارند و در عین حال احتمال موفقیت های بسیار بزرگ و متفاوت دارند! و قطعاً باعث یادگیری می شوند. **مانع دیگر خلاقیت ترس از اشتباه و شکست** است در مسابقات اتومبیلرانی اصطلاحی به نام Pit stop وجود دارد و جایی است که اتومبیل از پیست مسابقه به خارج هدایت می شود، توقف می کند تا چک شود در این حین اتومبیل های دیگر با سرعت از کنار او رد می شوند و جلو می زنند، اما این توقف به معنای باختن در مسابقه نیست، بلکه شروعی با توان بیشتر است کارآفرینان بزرگ شکست را مانند Pit stop در مسیر موفقیت تلقی می کنند!



مانع چهارم: از کودکی یاد گرفته‌ایم که نباید از خط بیرون بزنیم و فقط درون خطوط نقاشی را رنگ کنیم! هنری فورد هنگامی که اولین بار اتومبیل را طراحی کرد موتور را به طور ناخودآگاه در جای اسب‌ها که جلوی کالسکه بودند، جلوی اتومبیل طراحی کرد. اما شاید اگر موتور در محل دیگری قرار گیرد کارآیی اتومبیل بالا رود! یکی از موانع خلاقیت **دنبال کردن کورکورانه قواعد** است به خودتان اجازه بدهید چیزهای بدیهی را زیر سوال ببرید مانند فرد خلاقى همچون داوینچی...

مانع پنجم: منطق و استدلال در فرآیند خلاقیت با ارزش است ولی در ابتدای تصور و خیال، نگرانی برای منطقی بودن، خلاقیت را محدود می‌کند. **تمرکز بیش از حد بر روی تفکر منطقی** می‌تواند پایه یکی از قوی‌ترین خلاقیت‌های ذهن، یعنی دریافت ناگهانی را سست کند.

مانع ششم: رفتار سرزننده و شوخ اساس تفکر خلاق است. بازی به ما این فرصت را می‌دهد که راه‌های انجام دادن کارها را بدون داشتن هیچ دغدغه‌ای بازبینی و فرمول بندی کنیم. یکی از موانع خلاقیت **بیهوده انگاشتن بازی** است.

مانع هفتم: چند انسان خلاق نام ببرید؟؟ انیشتین؟ بتهوون؟ داوینچی؟ خود شما چگونه؟ آیا خودتان را فرد خلاقى می‌دانید؟ یکی از موانع خلاقیت **تفکر من خلاق نیستم** است که ناخودآگاه توان مغزی فرد را کاهش می‌دهد.

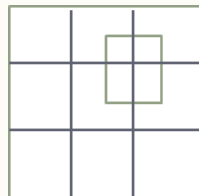
مانع هشتم: **ترس از احمق جلوه کردن** یکی از موانع جدی خلاقیت است که مانع از بروز ایده‌های نامانوس می‌شود. شاید در گذشته ایده صحبت کردن با شخصی که کیلومترها با ما فاصله دارد نیز، باعث شده باشد عده‌ای الکساندر گراهام بل را احمق فرض کنند!

مانع نهم: آیا وقتی معمایی طرح می‌شود علاقه دارید سریعتر جواب را بیابید یا از درگیری با موضوع لذت می‌برید؟ اگر توانایی تحمل ابهام را دارید یکی از مهمترین موانع خلاقیت را از بین برده اید یکی از موانع خلاقیت پرهیز از ابهام است.

مانع دهم: **تفکر منفی** یکی از موانع دیگر خلاقیت است. وقتی دنیا را از پشت شیشه های کثیف و پر از لکه های مختلف نگاه می‌کنید، اگر لکه جدیدی اضافه شود که می‌توانید آن را پاک کنید، دیگر رغبت پاک کردنش را نخواهید داشت. اما وقتی دنیا را از پشت شیشه های تمیز نگاه می‌کنید اگر لکه کوچکی روی شیشه ببینید به هر قیمتی آن را پاک می‌کنید!

انواع تفکرات منفی را می‌توان در قالب عیب جویی و خرده گیری، غرولند کردن، بی‌نظمی در کارها، سرزنش کردن دیگران و طعنه زدن، بی‌احترامی، ناتوانی مانند احساس ترس و غم و بدبینی، تصور ارزیابی منفی توسط دیگران، ناامیدی، تصور داشتن زندگی بی‌معنا و بی‌هدف مطرح کرد.

مانع یازدهم: در تصویر زیر چند مربع می‌بینید؟ برای خلاق بودن لازم است بتوانید شکل اصلی را از زمینه جدا کنید. هنرمندان به خوبی توان این کار را دارند. آنها می‌توانند به راحتی سوژه را پیدا کند **عدم توانایی جدا کردن سوژه اصلی از زمینه** از دیگر موانع خلاقیت است.



فرآیند خلاقیت

فرایند خلاقیت یک مسیر هفت مرحله ای است که چشم مرحله ابتدای آن مربوط به خلاقیت و مرحله هفتم تا حدودی همان تبدیل شدن خلاقیت به نوآوری است:

مرحله اول: آماده سازی ذهن (preparation)

اگرچه برخی تصور می کنند ایده های جدید مانند چیزی شبیه رعد و برق ناگهانی به وجود می آیند، اما واقعیت این است که حتی در این صورت نیز، هنگامی که ذهنی آمادگی خلق ایده را نداشته باشد، رعد و برقی اتفاق نمی افتد! برای خلاق بودن باید همواره به دنبال یادگیری بود.

برای بروز خلاقیت بهتر است:

- ✓ مطالعه کنید
- ✓ زمانی را برای تبادل نظر با دیگران قرار دهید
- ✓ سفر کنید
- ✓ در جلسات تخصصی رشته خود شرکت کنید

مرحله دوم: مطالعه و بررسی (Investigation)

در این مرحله فرد باید مانند محققین مطالعات و تحقیقات علمی رفتار کرده و مجموعه کارهای دیگران را آوری و مطالعه کند به این کار در اصطلاح مرور ادبیات گفته می‌شود در این مرحله اجزا و جوانب مسئله به خوبی شناسایی می‌شود

مرحله سوم: تغییر و دگرگونی (Transformation)

در این مرحله مجموعه اطلاعات جمع آوری شده از کارهای دیگران را بررسی کرده و به هم متصل میکنیم. اختلاف نظرها و نکات مشابه مطالب دیگران به ما کمک می کند مدل جدید خود را بسازیم.

برای حل عادی مسئله یکی از دو نوع تفکر واگرا یا همگرا مورد استفاده قرار می‌گیرد، اما برای اینکه مسئله به صورت خلاقانه حل شود باید اولاً هر دو تفکر را با هم داشته باشید و ثانیاً بتوانید یک نوع تفکر را به نوع دیگر تبدیل کنید.

تفکر واگرا توانایی دیدن تفاوت‌های میان داده‌های مختلف است یعنی فرد بدون تمرکز بر مسئله اصلی دنبال یافتن مسیرها و امکانات مختلفی است که در اختیار دارد.

تفکر همگرا توانایی دیدن شباهت‌ها و ارتباط بین داده‌های مختلف است که با استفاده از آن بهترین و موثرترین مسیرها و امکاناتی که منجر به حل مسئله می‌شوند انتخاب می‌شود.

فرد خلاق در ابتدا با تفکر واگرا به دنبال ایده‌های مختلف است و سپس با تغییر در نوع تفکر از واگرا به همگرا برای موضوع متمرکز شده و به حل خلاقانه آن می‌پردازد.



مرحله چهارم: کمون یا دوره انتظار یا خوابیدن روی مسئله (Incubation)

ذهن انسان دو بخش آگاه و ناخودآگاه دارد. بخش آگاه ذهن همان است که همواره در فعالیت های روزانه بکار گرفته می شود. این فعالیت ها اثراتی را بر ذهن ناخودآگاه می گذارد. مثلاً آموخته ها که پس از مدتی فراموش می شوند، اثرشان در بخش ناخودآگاه همواره باقی می ماند.

اگر فرد پس از گذراندن مراحل قبل به نتیجه نرسد و نتواند ایده ای خلق کند توصیه می شود که مسئله را رها کند و دست از کار بکشند. برعکس آنچه که ظاهراً دیده می شود موضوع متوقف نشده بلکه به ضمیر ناخودآگاه سپرده می شود. به عبارتی توصیه می کنیم بر روی موضوع بخوابد!

برای دور کردن ذهن از موضوع یکی از پیشنهادها روش 3B است:

بخوابید (Bed) بازی و ورزش کنید (Basketball) حمام کنید (Bath)

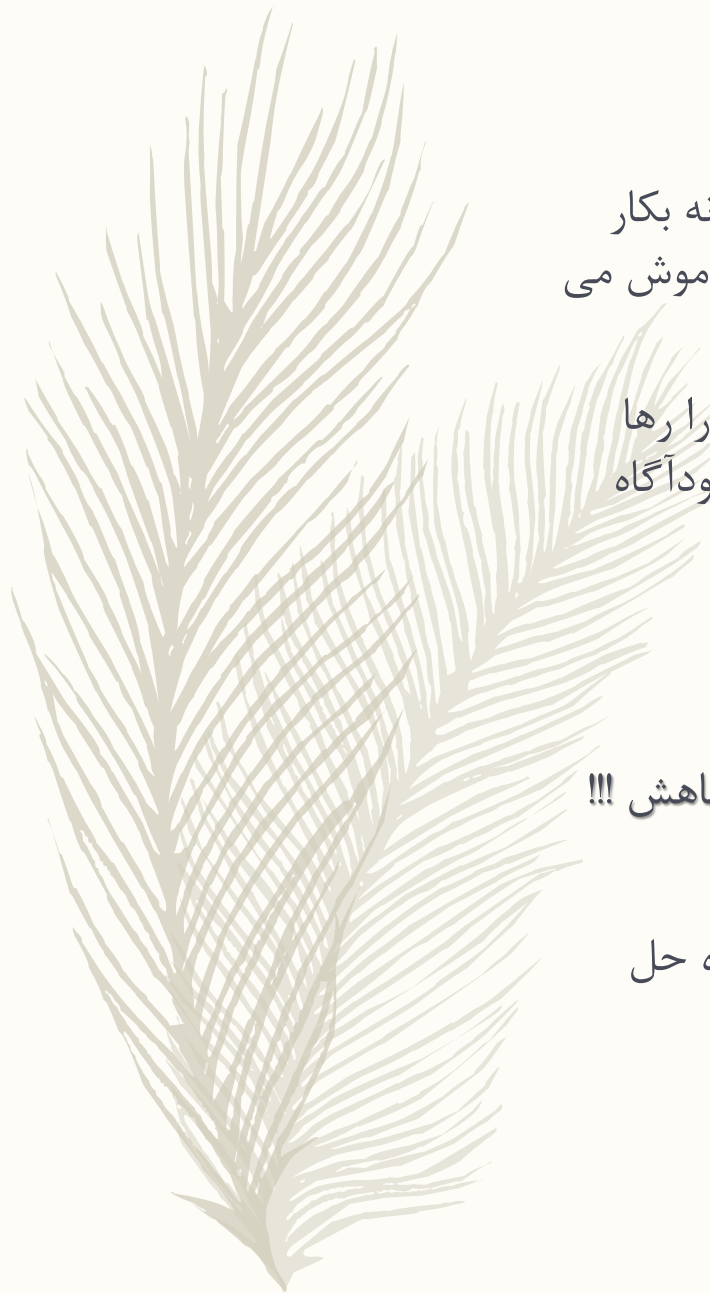
و یادتان باشد جرقه راه حل مسئله تاج پادشاه در وام حمام به ذهن ارشمیدس خور کرد نه در آزمایشگاهش !!!

مرحله پنجم جرقه (Illumination)

در دوران کمون باید گوش به زنگ باشید، چرا که ممکن است در یک لحظه و به طور ناگهانی متوجه راه حل شده یا جرقه خلق ایده در ذهن تان زده شود.

لحظه تاریخی ارشمیدوس را فراموش نکنید همان لحظه غوطه ور شدن در وان حمام و یافتن پاسخ!

یافتن یافته (eureka eureka) که در طول تاریخ ثبت شده است.



مرحله ششم: تایید و اثبات (Verification)

برخی از مواقع ممکن است یک ایده جدید تنها در مرحله آزمایشگاهی و بر روی کاغذ نتیجه قابل قبولی داشته باشد اما در شرایط واقعی بی معنی و ناکارآمد باشد این مرحله باید مشخص شود که آیا ایده جدید عملی است می توان آن را با قیمت مناسب تولید کرد.

مرحله هفتم: اجرا (Implementation)

بسیاری از افراد هستند که ایده های جدید خلق می کند اما بیشتر آنها هرگز ایده خود را عملی نمی کنند. تبدیل ایده به عمل را نوآوری می گویند و گامی فراتر از خلاقیت است .



تکنیک ها و روش های افزایش خلاقیت

این تکنیک ها را می توان بر اساس شیوه استفاده، به سه دسته تقسیم کرد:

- تکنیک هایی که به صورت فردی قابل اجرا هستند و نمی توان به صورت گروهی اجرا کرد مانند تکنیک DO IT ، تصویر سازی خلاق و ...
- تکنیک هایی که به صورت گروهی قابل اجرا بوده و نمی توان از آنها به صورت فردی استفاده کرد مانند تکنیک طوفان فکری، طوفان فکری معکوس، گردون، تلفیق نامتجانس ها و...
- تکنیک هایی که به هر دو صورت فردی و گروهی قابل استفاده هستند مانند ارتباطات اجباری، SCAMPER، فهرست خصوصیات، شکوفه نیلوفر آبی و دفترچه یادداشت و ...

طوفان فکری (Brain Storming)

این تکنیک توسط دکتر الکس اس اسبورن تعریف شد و چنان در آمریکا رواج یافته که می‌توان گفت جزئی از زندگی مردم شده است.

برخلاف ذهنیتی که از کلمه جلسه و کسالت آور بودن آن به ذهن می‌رسد، این جلسه بسیار جذاب است. برای برگزاری صحیح این جلسات چهار اصل مهم وجود دارد:

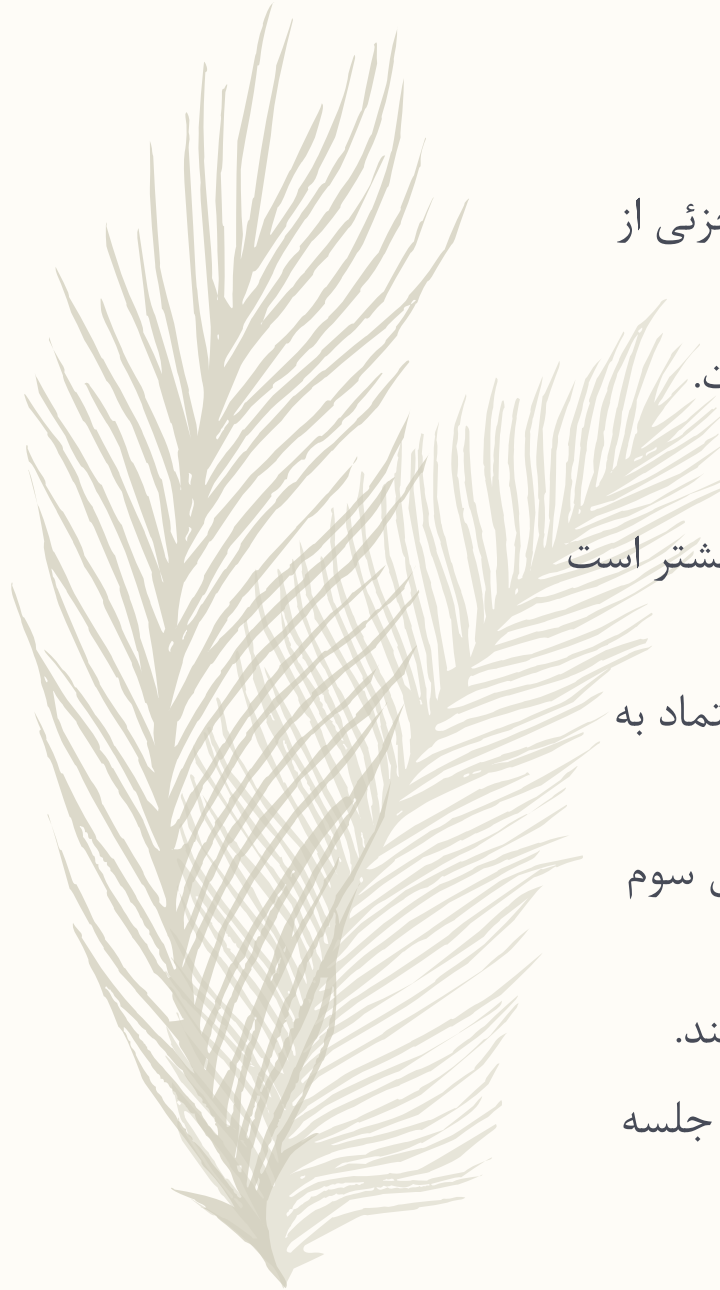
اصل اول: هرچه بیشتر بهتر هرچه تعداد ایده‌های ارائه شده بیشتر باشد، احتمال یافتن ایده مناسب بیشتر است
کمیت مهمتر از کیفیت است!

اصل دوم: سخره کردن ممنوع نقد و تمسخر و قضاوت عجولانه در مورد ایده‌ها ممنوع است، زیرا اعتماد به نفس و انگیزه تصور و خیال پردازی را در افراد محدود می‌کند.

اصل سوم: گل + آبی = گلابی از آنجایی که هر ایده‌ای می‌تواند جرقه خلق ایده تازه دیگری باشد، اصل سوم این است که همه به ایده‌های دیگران با دقت توجه کنند.

اصل چهارم: هم‌افزایی ناشی از نشاط جلسه پر از نشاط و خنده، ایده‌های بیشتر و بهتری ایجاد می‌کند.

نکته: همچنین بهتر است جلسه با ۱۲ تا ۱۵ نفر تشکیل شود اما تعداد کمتر یا بیشتر نیز مانعی ندارد. جلسه باید مدیریتی داشته باشد تا آن را هدایت کند و ارزیابی ایده‌ها باید به زمان دیگری موکول گردد.



DO IT فرآیندی ساده برای خلاقیت

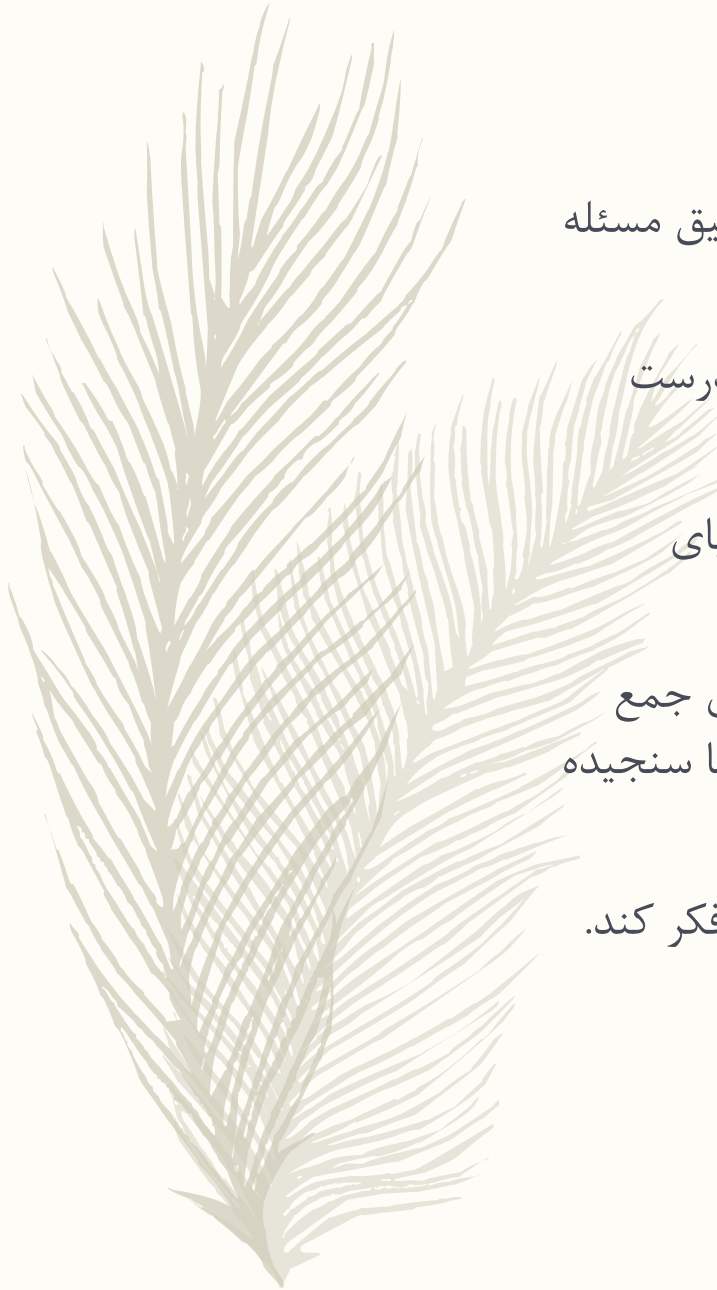
مرحله اول: تعریف مشکل **Difine** در این مرحله مشکل به صورت واضح تعریف می شود. تعریف دقیق مسئله به حدی در حل خلاقانه آن اثر دارد که گفته می شود ۹۰٪ حل مسئله، خوب فهمیدن آن است.

انیشتین می گوید اگر برای نجات کره زمین تنها یک ساعت وقت داشتیم ۵۵ دقیقه آن را صرف تعریف درست مشکل و ۵ دقیقه را صرف تلاش برای حل مشکل می کردیم.

مرحله دوم: باز کردن **Open** این مرحله فرصتی است تا فرد با ذهن باز و کاملاً راحت مشکل را از زوایای مختلف مورد بررسی قرار دهد. بهتر است ایده ها بدون ارزیابی یادداشت شوند

مرحله سوم شناسایی بهترین راه حل **Identify** در این مرحله با توجه به «هدف و معیارها» ایده های جمع آوری شده تجزیه و تحلیل می شوند. نقاط ضعف و قوت آنها شناسایی و برطرف می شود و کارایی ایده ها سنجیده می شود

مرحله چهارم: تبدیل تئوری به عمل **Transform** در این مرحله فرد باید به راههای عملی شدن ایده فکر کند. یک ایده خوب اگر بد اجرا شود نه تنها سود ندارد بلکه موجب بروز زیانهای جبران ناپذیر می شود.



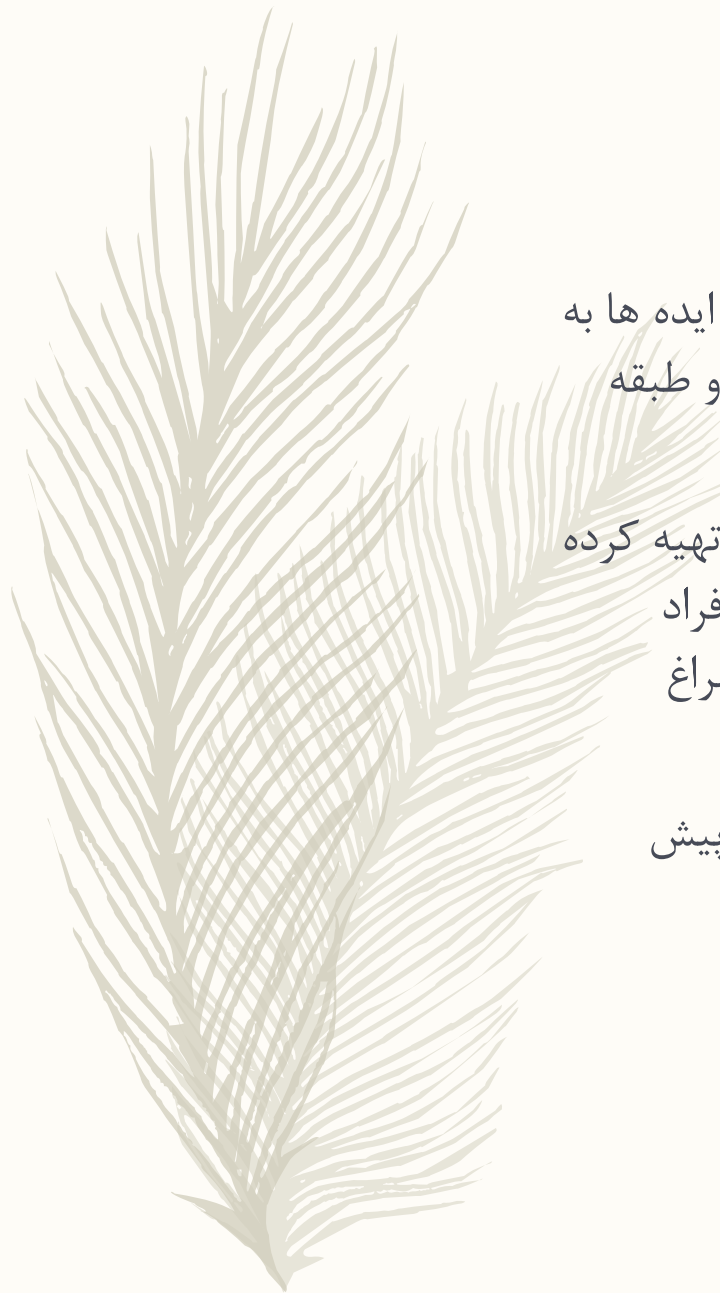
دفترچه یادداشت

محیط شخصی برای ایده های کودکان!

گاهی در موقعیتهای بسیار غیر منتظره، ایده ای در رابطه با موضوع خاص، به ذهن خطور می کند. این ایده ها به سرعت نیز فراموش می شوند. دفترچه یادداشت به افراد این امکان را می دهد که ایده ها را جمع آوری و طبقه بندی کنند.

این روش برای مسائل گروهی به این صورت استفاده می شود که همه اعضای گروه دفترچه های مشابه تهیه کرده و صورت مسئله و داده های مرتبط با آن را در صفحه اول می نویسند. سپس در بازه زمانی مشخص، از افراد خواسته می شود پیرامون مسئله ایده پردازی کنند. از آنها خواسته می شود حداقل یک بار در روز به سراغ دفترچه بروند.

این دفترچه در واقع محیطی شخصی است که افراد به خود اجازه می دهند ساده، کودکانه و غیر عادی پیش فرض های مرسوم را بشکنند.

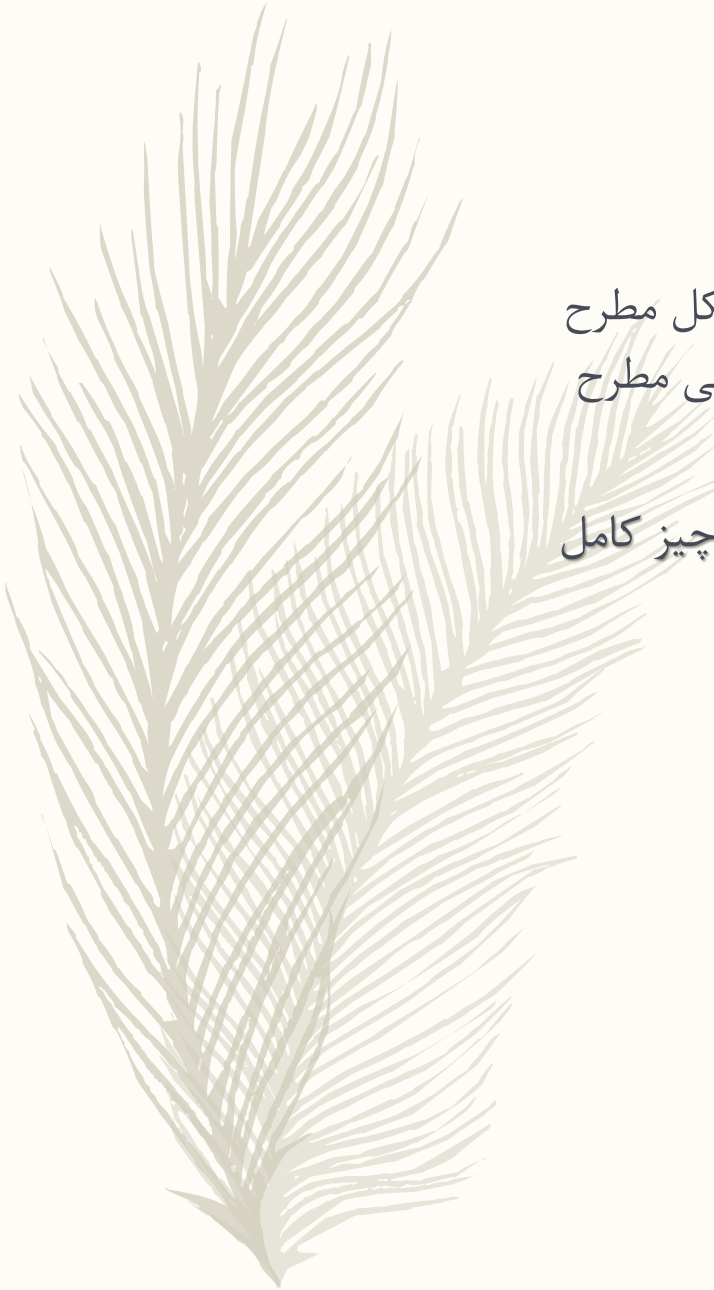


طوفان فکری معکوس (Reverse Brain Storming)

طوفان فکری معکوس یا طوفان فکری منفی

این تکنیک بسیار شبیه طوفان فکری است با این تفاوت که در جلسه طوفان فکری، ابتدا موضوع و مشکل مطرح شده، سپس در جهت بهبود یا حل آن تلاش می شود. در طوفان فکری معکوس ابتدا محصول یا وضعیتی مطرح شده و سپس برای یافتن مشکلات یا ایرادات آن ایده پردازی می شود.

داشتن نگاه عیب یاب کلیدی ترین بخش طوفان فکری معکوس است و نکته آن در این است که هیچ چیز کامل و بدون نقص نیست.



ارتباطات اجباری

ایجاد ارتباط بین دو مفهوم غیر مرتبط این تکنیک به دنبال ایجاد ارتباط بین پدیده هایی است که ظاهراً ارتباطی با هم ندارند. فلسفه ایجاد این تکنیک تئوری ضبط اطلاعات زمینه ای در حافظه است. جدول مقابل کاربرد روش را در مورد دو کلمه غیر مرتبط "کاغذ" و "صابون" نشان می دهد:

اجزا: کاغذ و صابون	
ایده/الگو	ارتباط/ترکیب
ورقه ورقه	صابون نازک مثل کاغذ
کاغذ با دوام آغشته به صابون برای شستن سطوح	کاغذ کفی
صابونی که به صورت ورقه های نازک تولید شده است.	صابون های کاغذی
محصولی کتابچه مانند با برگه هایی از صابون نازک	کاغذهای صابونی
صابون پاک کننده ی کاغذ دیواری	صابون کاغذ را تمیز می کند

ساختار ذهن انسان به نحوی است که همواره اطلاعات را به همراه زمینه یا محیط اطرافشان در حافظه وارد می کند. مثلاً اگر ترانه را در روز برفی شنیده باشید همواره آن ترانه به طور ناخودآگاه بارش برف را به خاطر شما خواهد آورد. برای مثال قبل نیز با شنیدن کلمه صابون، اطلاعات زمینه ای مانند کف، پاکیزگی، آب و ... به ذهن می رسد اما کاغذ جزوه اطلاعات زمینه ای نیست و ارتباطات اجباری کمک می کند، اطلاعات صابون از زمینه های آن جدا و با مفهوم غیر مرتبط مانند کاغذ ارتباط برقرار کند.

SCAMPER

این تکنیک چک لیست ای است که به افراد کمک می کند به تغییراتی که میتوان در محصول فعلی ایجاد کرد و آن را به محصول جدیدی تبدیل کرد، فکر کنند.

این لیست به دو منظور مورد استفاده است:

چه برای تغییر یا ارتقاء محصول و خدمت فعلی

و یا ایده یابی محصولات و خدمات آینده

Substitute جایگزین کردن یا جانشین کردن

Combine ترکیب کردن

Adapt سازگار کردن / وفق دادن

Modify/ Magnify تغییر دادن / بزرگ کردن

Put to another use استفاده در سایر موارد

Eliminate حذف کردن

Reverse/ Rearrange معکوس کردن / سازماندهی مجدد

مثال تصور کنید مدیر تولید یک کارخانه تولید پیچ و مهره هستید و قصد دارید محصول جدیدی به بازار عرضه کنید

S استفاده از مواد ساخته شده با تکنولوژی جدید برای بخش هایی از بازار که در آن وضعیت مناسبی دارید مانند استیل فیبر کربن پلاستیک و غیره

C ترکیب کردن پیچ و مهره ها در یک بسته ترکیب کردن پیچ ها با واشر یا قرار دادن آچار در هر بسته

A سر پیچ ها با توجه به کاربردها به شکلهای ستاره مربع دوزنقه و غیره باشد

M تغییر اندازه پیچ ها از کوچکترین تا بزرگترین برای استفاده در ساعت یا پل

P استفاده از پیچ به عنوان میله های کوچک یا لولا

E حذف کردن برخی دندان ها و سر پیچ ها

R معکوس کردن دندان های پیچ یا سازماندهی مجدد مراحل ساخت

گوردون (Gordon Method)

حرکت از مفاهیم دور به سمت موضوع اصلی

گاهی در جلسات حل مشکل، افراد تا حدی به مسئله نزدیک می شوند که به طور ناخودآگاه نگاهشان محدود شده و معطوف به بخش خاصی از موضوع می شود.

تکنیک گوردون برای جلوگیری از این خطا سعی دارد بدون اشاره مستقیم به اصل موضوع یکی از دورترین مفاهیم مرتبط با آن را مطرح کرده و ذهن افراد جلسه را به آرامی به سمت موضوع محوری هدایت کند.

مثلاً اگر موضوع اصلی ساخت روغن موتور جدید است سوژه بحث می تواند استخراج نفت باشد و مدیر جلسه سعی کند آرام آرام ذهن افراد را به موضوع اصلی هدایت کند.



فهرست خصوصیات (Attribute listing)

هدف این تکنیک بررسی و ایده پردازی در رابطه با ویژگی هاست. در این روش خصوصیات محصول مورد نظر در قالب جدول بیان شده، سپس با تمرکز بر هر ویژگی ایده هایی در جهت تغییرات آن خلق می شود. و این ایده ها می تواند علاوه بر اصلاح محصول فعلی به عنوان منبعی برای ساخت محصولات آتی نیز مورد استفاده قرار گیرد.



شکوفه نیلوفر آبی (lotus Blossom)

این تکنیک توسط فردی ژاپنی به نام ماتسومورا طراحی و ارائه شده است. این روش با مشاهده باز شدن شکوفه نیلوفر آبی در ذهن او شکل گرفت. گلبرگ های این شکوفه دور یک هسته مرکزی جوانه زده و از آن نقطه گسترش می یابند.

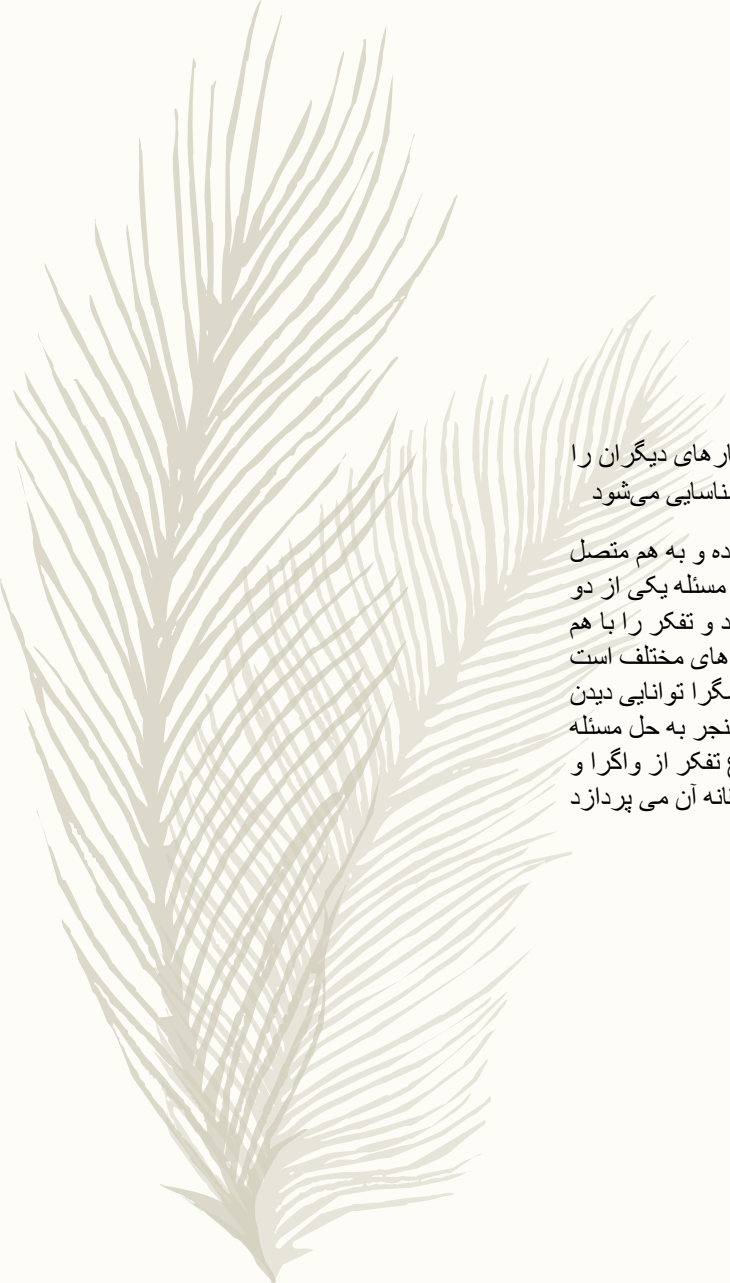
		تکنولوژی		شرکا				تامین کنندگان	
			تکنولوژی	شرکا	تامین کنندگان				
		ارزیابی کار	ارزیابی کار	افزایش میزان ارزش افزوده	روش های تحویل			روش های تحویل	
			سفرهای پر هزینه	تسهیلات	کارکنان				
		سفرهای پر هزینه		تسهیلات				کارکنان	

در این روش نیز پیرامون یک مسئله (هسته مرکزی) ایده ها خلق می شوند سپس ایده ها شروع به گسترش کرده و به صورت جزئی تر بررسی می شوند.

دارای یک صفحه مربع شکل ۹ در ۹ با ۸۱ خانه است. در خانه مرکزی این صفحه موضوع اصلی نوشته می شود و خانه های اطراف خانه مرکزی (خانه هایی که با حروف A تا H نمایش داده شده اند) به پر اهمیت ترین عواملی که در موضوع اثر گذارند اختصاص می یابند.

مثلاً برای مسئله بالا بردن میزان ارزش افزوده عواملی چون تامین کنندگان، سفرهای پر هزینه، شرکا، روش های تحویل، کارکنان، تکنولوژی، تسهیلات و ارزیابی کار اثر گذار است.

در مرحله بعد عوامل مطرح شده به عنوان یک موضوع اصلی قلمداد شده و به مرکزی ترین خانه مربع کناری منتقل می شوند. در اطراف هر یک از عوامل ۸ خانه خالی وجود دارد که جایگاه ایده هایی برای تغییر در عامل مورد نظر است.



مرحله دوم مطالعه و بررسی در این مرحله فرد باید مانند محققین مطالعات و تحقیقات علمی رفتار کرده و مجموعه کارهای دیگران را آوری و مطالعه کند به این کار در اصطلاح مرور ادبیات گفته می‌شود در این مرحله اجزا و جوانب مسئله به خوبی شناسایی می‌شود

مرحله سوم تغییر و دگرگونی در این مرحله مجموعه اطلاعات جمع آوری شده از کارهای دیگران را بررسی کرده و به هم متصل میکنیم اختلاف‌نظرها و نکات مشابه مطالب دیگران به ما کمک می‌کند مدل جدید خود را بسازیم برای حل عادی مسئله یکی از دو نوع تفکر واگرا یا همگرا مورد استفاده قرار می‌گیرد اما برای اینکه مسئله به صورت خلاقانه حل شود باید اولاً خرد و تفکر را با هم داشته باشید و ثانیاً بتوانید یک نوع تفکر را به نوع دیگر تبدیل کنید تفکر واگرا توانایی دیدن تفاوت‌های میان داده‌های مختلف است یعنی فرد بدون تمرکز بر **◆** مسئله اصلی دنبال یافتن مسیرها و امکانات مختلفی است که در اختیار دارد اما تفکر همگرا توانایی دیدن شباهت‌ها و ارتباط بین داده‌های مختلف است که با استفاده از آن بهترین و موثرترین مسیرها و امکاناتی که منجر به حل مسئله می‌شوند انتخاب می‌شود فرد خلاق در ابتدا با تفکر واگرا به دنبال ایده‌های مختلف است و سپس با تغییر در نوع تفکر از واگرا و همگرا برای موضوع متمرکز شده و به حل خلاقانه آن می‌پردازد

