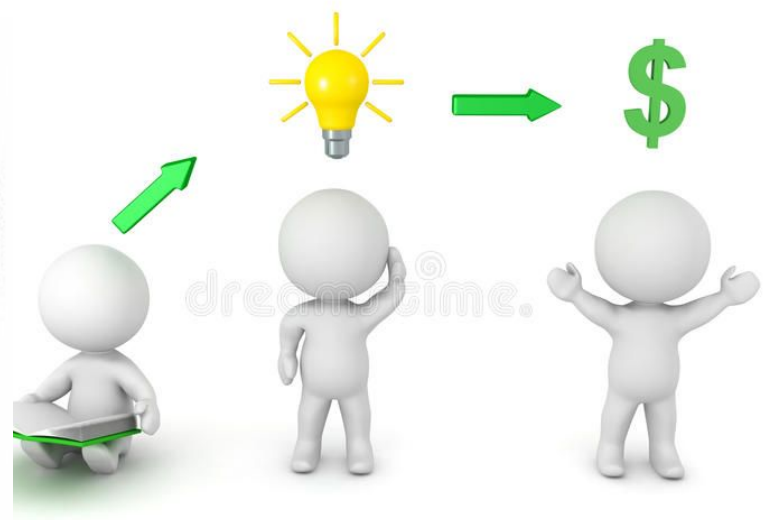


Кәсіпкерлік идеяларын генерациялау әдістері

Орындаған: БТ-16/2 тобының
студенттері Маратова А., Мукашева М., Маути А.



igostartUp.com



Картинки

- **Кәсіпкерлік идея** белгілі бір нысанға (техникалық, экономикалық, қаржылық, Әлеуметтік және т.б.) жазылған кәсіпкердің (өндірушінің) мүддесі болып табылады. Мұндай қызығушылық кәсіпкердің мүмкіндіктерін нарық қажеттіліктерімен біріктірген кезде анықталады, яғни кәсіпкер нарықтағы жағдайды зерделей отырып, әдетте, нарықты жақсы емес түрде жұмыс істеуге мәжбүр ететін көптеген олқылықтарды көреді. Сонда кәсіпкер өз мүмкіндіктерін біле отырып, осы олқылықтардың ең болмағанда біреуін жоюға қабілетті бірдеңені ұсынуға (жүзеге асыруға) тырысады. Бұл "бірдеңе" кәсіпкерлік идея б/т.

Кәсіпкерлік идеяның екі ерекшелігі бар:

- - онын қатысынсыз кәсіпкерлік қызмет мүлдем мүмкін емес;
- - жұмыс істейтін кез келген кәсіпкер өз қызметінде кәсіпкерлік идеяларды жинақтау, іріктеу және салыстырмалы талдау процесін болдырмай алмайды.

Жаңа идеяның қалыптасуы жаңа (пайда болған немесе бұрын ескерілмеген) фактілерге негізделген жаңа комбинацияны, логикалық ой-пікірлер жүйесін құру болып табылады.



Reklam



Кәсіпкерлік идеяларды қалыптастыру көздері деп санайды:

- 1) тауар нарығы. Тауар нарығын идеялар көзі ретінде пайдаланудың мәні нарықта бар тапшылық пен осындай тапшылықты ықтимал жою бойынша өз күш-жігерінің пайдалылығын анықтауға әкеледі. Әдетте бұл көзге тәжірибесі аз жас кәсіпкерлер келеді. Тәжірибелі кәсіпкер де тауар нарығын талдайды, бірақ әдетте басқа мақсаттарға ие;
- 2) қоғамдық өндіріс жүйесіндегі географиялық немесе құрылымдық "алшақтықтар". Идеялар көзі ретінде географиялық немесе құрылымдық "алшақтықтарды" қоғамдық өндіріс жүйесінде пайдаланған кезде кәсіпкер талдайды:- тауарды, оның жекелеген компоненттерін немесе тіпті тұтас тауар тобын өндіру процесі;- тауарды өндірушіден тұтынушыға жылжытудың көзі мен "бағыты" ;- тауарды тұтынушыға ұсыну нысаны. Бұл талдаудың мақсаты:" өндіріс процесінде — құрылымдық (бұл өндірілмейді, шығарылмайды) немесе қою процесінде — географиялық (бұл біздің елде өндіріледі, ал шетелден әкелінеді, неге?).

- 3) ҒЫЛЫМ МЕН ТЕХНИКАНЫҢ ЖЕТІСТІКТЕРІ. ҒЫЛЫМ МЕН ТЕХНИКАНЫҢ ЖЕТІСТІКТЕРІ идеялар көзі ретінде осы салада жақсы хабардарлықты және Елеулі зияткерлік еңбекті талап етеді. Бір жағынан, мұндай тәсіл ҒЫЛЫМНЫҢ, ТЕХНИКА МЕН ТЕХНОЛОГИЯНЫҢ ЖЕТІСТІКТЕРІН, екінші жағынан — жаңа тауарларды өндіру мүмкіндіктерін біріктірудің нақты нысандарын іздеуге бағытталған. Жаңа тауарлар өндірісін жоспарлау өндіріске ҒЫЛЫМ, ТЕХНИКА ЖӘНЕ ТЕХНОЛОГИЯ жетістіктерін енгізу негізінде жүзеге асырылады. Бұл қызметпен кәсіби мамандар айналысуы керек. Тауар ғана емес, өндіріс технологиясы, өндірістік процесс назар аудару объектісі болуы мүмкін;

- 4) өндірілетін тауарды немесе өнімді қолданудың жаңа мүмкіндіктері. Өндірілетін тауарды немесе өнімді қолданудың жаңа мүмкіндіктері идеялардың ерекше көзі болып табылады. Бұл көз базасында идеялардың пайда болуы кездейсоқ сипатқа ие. Алайда, шығармашылық тәсілге негізделген осы бағытта мақсатты іздеу да тиімді әдіс. Мысалы, бұрын тек әскери техникада пайдаланылатын түнгі көру құралдары ДББ конверсиясы нәтижесінде азаматтық мақсаттар үшін (күзет жүйелерінде немесе аңшылық қол нысаналары үшін) кеңінен қолданыла бастады.

- 5) тұтынушы түсінбеген немесе әзірге қанағаттанбаған тұтынушылық сауалдар. Тұтынушы түсінбеген және кәсіпкер ойлаған әзірге қанағаттанбаған сұраныстар іс жүзінде сарқылмайтын идеялар көзі болып табылады. Бұл кез-келген қанағаттандырылған қажеттілік жаңасын туындататынына негізделеді. Егер нарық ауқымында талқыланатын болса, онда оларға көрінетін қоғамдық қажеттіліктерді қамтамасыз ету әлеуетті тұтынушылар әлі түсінбейтін жаңалардың жетілуіне алып келеді. Сондықтан кәсіпкерге нарықтың болашақ дамуын болжау маңызды. Мұндай болжам нарықтың алдыңғы даму кезеңіндегі үрдістер және осы кезеңде орын алған ҒТБ негізгі бағыттары негізінде мүмкін. Алайда, осы дереккөзге негізделген идеялар тәуекелі жоғары жобаларға әкеп соқтыратынын ескерген жөн. Бірақ мұндай жобаларды табысты іске асыру нарықта ұзақ мерзімді тұрақты жағдайды және жоғары табысты қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Кәсіпкерлік іс-әрекет сызбасы

1 этап

Кәсіпкерлік идеяның пайда болуы

2 этап

Идеяның бастапқы сараптамалық бағасы

6 этап

Шешім қабылдау және шешімді іске асыруға дайындау

3 этап

Нарықтық ақпарат алу

5 этап

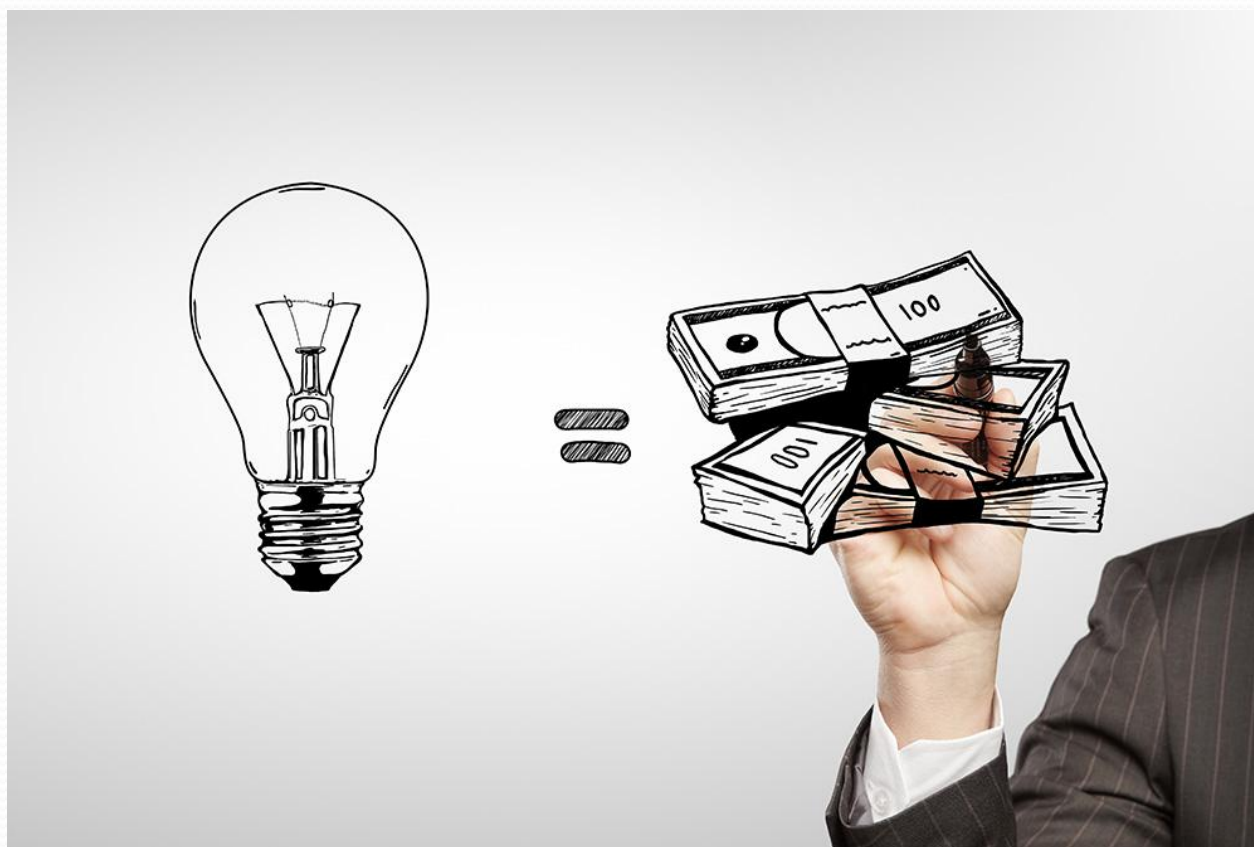
3-ші және 4-ші кезеңдердің сараптамалық бағасы

4 этап

Өндіріс шығындарын есептеу

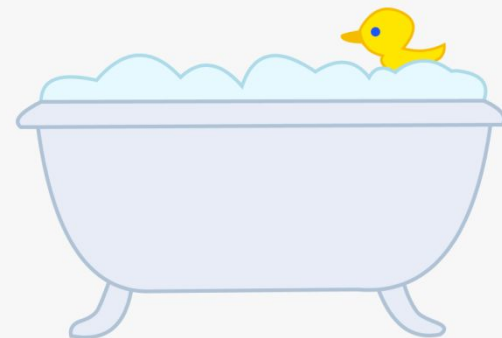
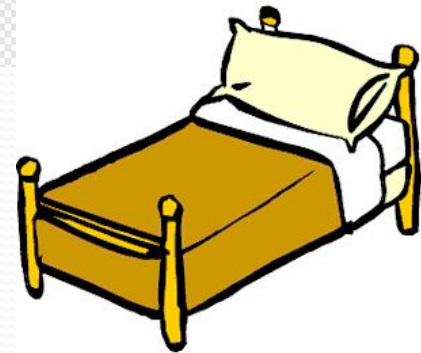
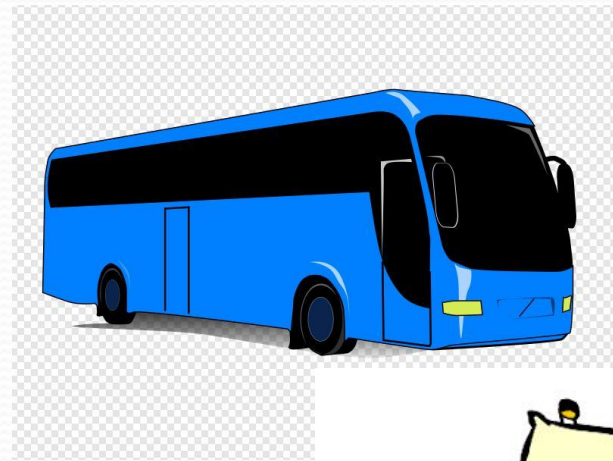


Бизнес идеяларды генерациялау әдістері



Әдіс «автобус, төсек, ванна»

- Бұл әдіс идеялардың бізге әрдайым және әр түрлі жерлерде келетініне негізделеді. Тек кеңседе отырып, немесе ыңғайлы креслода үйде, сіз жаңа нәрсе ойлай аласыз деп ойламаңыз. Әдетте, ең қызықты идеялар сізді күннің 3 сағатында, кейбір қарапайым жұмыс күні қызықтырады. Есіңізде болсын, шабыт кенеттен келеді, бірақ сіз оған дайын болу керек. Қалам мен блокнот өзіңізбен жүрсін, қызықты көрінген нәрселерді жазыңыз



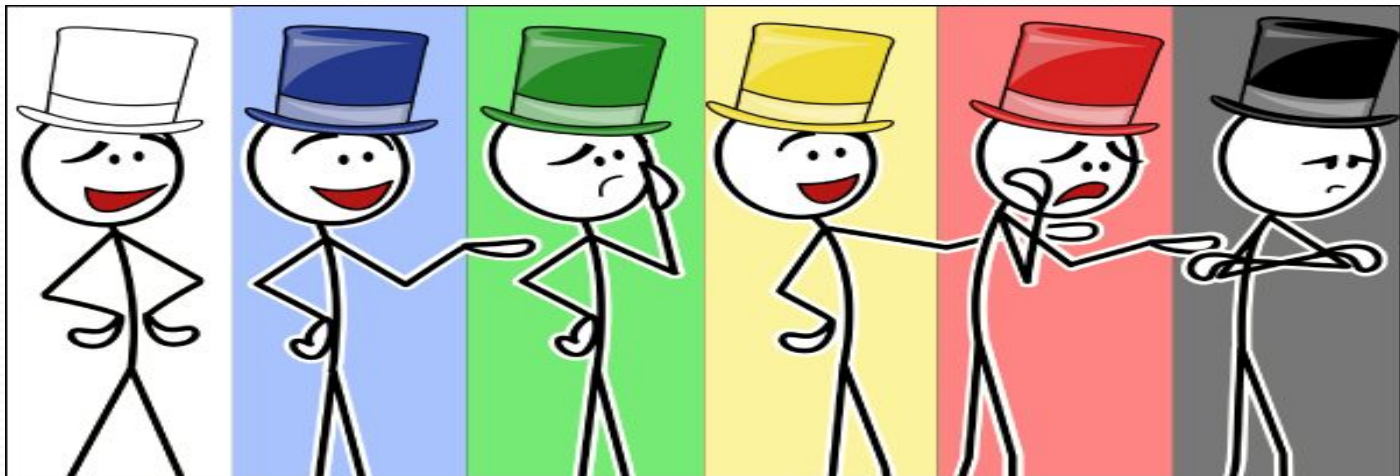
Ми шабуылы

Әлемдегі алғашқы және классикалық әдіс. Ол қысқа уақыт ішінде болашақта бағалауға ұшырайтын көптеген идеяларды генерациялауға мүмкіндік береді. Брейнсторм топтық жұмысты болжайды, бірақ ештеңе оны жалғыз өткізуге кедергі жасамайды. Бұл қалай жасалады? Ми шабуылының үш кезеңі бар: Дайындық-қатысушылар мәселені тұжырымдайды, ақпарат жинайды, жүргізушіні таңдайды. Идеялар генерациясы-әрбір қатысушы келесі ережелерді басшылыққа ала отырып, көбірек идеялар ойлап табады: кез келген сынсыз барлық, тіпті ақылсыз және фантастикалық идеялар қабылданады; идеялар біріктіруге, жақсартуға, толықтыруға болады. Идеяларды бағалау-бұл кезеңде олар сұрыпталады және сыналады, ең тірі өңделеді, қалғандары – жойылады.

Әдіс « 6 қалпақ »

- Жаңа бизнес идеяларды, жалпы барлық идеяларды генерациялаудың осы әдісі Эдвард де Бонноға тиесілі. Шығармашылық процесс барысында адам алты түрлі қалпақ кию керек. Әрбір функцияға жауап беретін өзінің белгілі бір түсі бар. Осылайша, ақ шляпаны кигенде сіз барлық сандар мен фактілерді бейтарап тексеру керексіз. Қараны кигенде осы бизнестің барлық теріс белгілері мен тәуекелдерін іздеу керек, сарыда -осы істің барлық артықшылықтарын талдау, жасылда көшеде жобаны дамытудың жаңа идеяларын қалыптастыру керек, ал қызылда ұсынылған идея бойынша эмоциялық пікір айтуға болады. Соңғы, көк шляпа-онда сіз барлық атқарылған жұмыстың қорытындысын шығаруыңыз керек.

Ойынға айналатын өте қызықты әдіс, бірақ осылайша ойлау процесін ынталандыруға және жаңа бизнес идеяларды жасау мүмкіндігін арттыруға қабілетті.



Менталдық карталар

Ментальдық карталар-байланыстарды визуализациялауға және ассоциативті ойлауды белсендіруге бағытталған әдіс. Ол зерттелетін сұрақтың барлық суретін жақсы қамтуға мүмкіндік береді және графиканы қолдану арқылы шығармашылық ойлауды белсендіреді.

Бұл қалай жасалады?

Ортадағы мәселе бейнесін сызыңыз (немесе жазыңыз). Одан шығатын тармақтарда-өз идеяларыңызды жазып алыңыз. Ассоциативті ойлауды қосыңыз, біртіндеп әрбір бұтақты ұсақ – түйекке бұрыңыз-бұл Сізге әрбір жаңа ойды егжей-тегжейлі пысықтауға мүмкіндік береді. Суретті қолданыңыз, түрлі – түсті картаны жасаңыз-көрнекілік пен бейнелік ойлауды іске қосу үшін.

Уолт Дисней Әдісі

Егер кім шығармашылық ойлауды түсінсе, бұл әлемдегі ең ірі кинокомпаниялардың бірін құрған Уолт Дисней. Оның әдісі алты ой шляпасын еске салады: сіз де шеңберден шығу үшін түрлі рөлдерді өз көзіңізге елестету қажет.

Бұл қалай жасалады?

- Үш түрлі көзқараспен мәселені қараңыз. Әрбір рөлге біртіндеп сіңіру:
- Армандаушы-ақылсыз идеяларды ойлап табыңыз және өзіңізді ештеңе шектемеңіз. Идеалды әдістермен мінсіз шешім қандай болуы мүмкін деп ойлаңыз.
- Реалист-бұл рөлде сіз ағымдағы мүмкіндіктер тұрғысынан арманшының ойын қарастырасыз. Идеяны неидеальной әлемде қалай жүзеге асыруға болады? Нақты жолдарды іздеңіз, оларды жүзеге асыру мүмкіндігі сенімді.
- Сыншы-сіздің жоспарыңызда барлық кемшілікті іздеу уақыты келді. Өз идеяларыңызды талдап, әлсіз орындар мен қателерді анықтаңыз.

Идеялар квотасының техникасы

Әдіс адамның өз мүмкіндіктерін үнемі бағаламайтынын бекітуге негізделген. Айталық, егер сіз 30 рет бас тарта аласыз деп ойласаңыз, онда шын мәнінде сіз кем дегенде 35-ке қабілетті. Шеңберді орната отырып, біз миды жағдайды іздеуді ынталандырамыз, осылайша өз көрсеткіштерімізді жақсартамыз. Бұл техниканы басқа әдістермен біріктіріп пайдалану жақсы.

Бұл қалай жасалады?

Өзіңіз үшін күнделікті ойлап тапқыңыз келетін ең аз идеялар санын орнатыңыз (мысалы, күніне 5). Күн сайын жоспарыңызды орындаңыз. Егер сіз көбірек қабілетті сезінсеңіз-тоқтамаңыз, идеяларды генерациялауды жалғастырыңыз. Уақыт өте келе, планканы көтеріңіз.



Морфологиялық жәшік әдісі

Тағы бір атау – морфологиялық талдау әдісі. Ол әр түрлі орындау нұсқалары көрсетілетін құрамдас элементтерге объектіні бөлшектеуге салынған. Мұның бәрі кестеге енгізіледі, содан кейін күтпеген идеяларды тудыратын жаңа комбинацияларды іздеу жүргізіледі.

Бұл қалай жасалады?

Сіз жұмыс істейтін затты (процесті) таңдаңыз. Оны негізгі элементтерге бөліңіз. Әрбір элемент үшін көп түрлі нұсқаларды ойлап табыңыз. Мұның бәрін матрицалық кестеге жазыңыз. Жаңа нәрсе жасау үшін жаңа элементтер мен олардың опцияларын кестеде іздеңіз.

Фокальды объектілер әдісі

Кездейсоқ және ассоциативті ойлау-ұлы ашылулар мен Ұлы идеяларды жиі сүйемелдейтін екі нәрсе. Фокальды (немесе кездейсоқ) объектілер әдісі осы екі құбылысқа негізделген. Ол еркін таңдалған объектілердің сипаттамаларын қарау мәніне оймен ауыстыру болып табылады.

Бұл қалай жасалады?

Жақсартқыңыз келетін нақты нысанды таңдаңыз(мысалы, сыртқы батарея – Powerbank). Бірнеше заттарды (алма, кеме, Яндекс, қорап) еркін таңдаңыз.Әрбір заттың қасиеттерін сипаттаңыз (мысалы, алма-табиғи, шырынды; кеме-әскери, су асты; Яндекс-толық; қорап-картон, ағаш);Сипаттарды фокальды нысанға апарыңыз, ассоциативті ойлауды қосыңыз және ең күшті нұсқаларды таңдаңыз (табиғи – ағаштан стильді корпусты жасауға болады, Әскери, су асты – оны су өткізбейтін және соққыға қарсы, әсерлі жасауға болады – ыңғайлы зарядтау индикаторын қосуға болады).

Кері ми шабуылы

- Сындыру-салу емес. Бұл қарапайым ой осы әдісті негізге алды. Оның мәні-сіз идеяны осы мәселені қалай шешуге емес, оны қалай шақыруға және қажетті әсерге жету үшін не істеуге болады. Бұл миды жоюға мүмкіндік береді, ми шабуылы процесін жеңіл және жағымды етеді.
- Бұл қалай жасалады?
- Мәселені реттеңіз, содан кейін оны бұраңыз. Айталық, белгілі бір өнімді сатуды арттыру керек. Демек, сіз оларды азайту қалай ойлауға тиіс. Сіз ми шабуылы жүргізгеннен кейін, сіз олардан пайда алу үшін осы идеяларды қайта аудару қажет болады.

SCAMPER әдістемесі

Егер алдыңғы техника ойлауды барынша күшейтуге мүмкіндік берсе, онда scamper оған белгілі бір бағытты көрсетеді. Бұл еркін ойлау жұмыс істемейтін жағдайларда нәтижені беруге мүмкіндік береді. Кеңейтілген түрде ол 60 сұрақ пен 200 ассоциативті сөз.

Бұл қалай жасалады?

SCAMPER-креативті ойлауды ынталандыратын 7 негізгі сөзді білдіретін аббревиатура: Substitute – алмастыру) - мәселені компоненттер мен жекелеген процестерге бөліп, олардың әрқайсысын немен алмастыруға болады деп ойлаңыз. Combine (біріктіру) – жаңа нәрсе жасау үшін мәселенің бір бөлігін бір-бірімен және сыртқы заттармен (немесе идеялармен) біріктіріңіз. Adapt (бейімдеу) – проблеманы шешу үшін қолда бар ресурстар мен мүмкіндіктерді басқаша пайдалану туралы ойланыңыз. Modify / Magnify – түрлендіру/арттыру) - қолданыстағы идеяларды немесе процестерді қалай өзгертуге және жақсартуға болатынын іздеңіз, олардың қарқындылығын немесе маңыздылығын қалай өзгертуге болады. Put to other uses – басқа ҚОЛДАНУ табу) - сіздің идеяңызды қандай мақсаттар үшін қолдануға болады деп ойлаңыз. Eliminate – жою) - мәселені жеңілдетіп, оны бөлікке бөліңіз және қайырымдылықты тастаңыз. Rearrange (өзгерту, өзгерту) – тапсырмада бірізділікті бұзса не болады? Оны аяқтан басқа айналдыру немесе негізгі блоктарды сору?

Синектика әдісі

- Синектика аналогтарды белсенді пайдалану арқылы идеяларды генерациялауға негізделген. Бұл кейбір шектеулермен күрделі әдіс. Ол нақты міндет бойынша жұмысты болжайды, ал синектиктер тобы тұрақты болуы және тиісті оқытудан өтуі тиіс. Брейнстормға қарағанда мұнда сын рұқсат етіледі.
- **Бұл қалай жасалады?**
- Мәселені талқылау барысында қатысушылар 4 сыныпқа жатқызуға болатын ұқсастықтарды іздейді: Тікелей ұқсастықтар-зерттелетін объектімен ең айқын ұқсастықтар. Әдетте басқа техникалық немесе табиғи объектілерде іздейді. Мысалы, құс пен ұшақтың қанаты. Субъективті ұқсастықтар – бұл жағдайда креативші зерттелетін объектіге қайта түрленеді, ол "сезінуі", ол қандай болуы керек, әдеттегі логикалық көзқарасқа қол жетпейтін барлық аспектілерді бағалауы тиіс. Символдық ұқсастықтар-метафоралар мен қарапайым заттардың ерекше анықтамаларын пайдалануды, қалыптасқан стереотиптерде парадокстер мен қақтығыстарды іздеуді көздейді. Автомобильді "жеңіл қозғалатын ауыр" деп анықтауға болады. Фантастикалық ұқсастықтар-талқылау пәні және синектиктердің мүмкіндіктері физикалық заңдар тарапынан кез келген кедергілерден айырылады. Барлық, тіпті сиқырлы таяқшаны пайдалануға болады. Бұл ментальды блоктарды алып тастауға және шығармашылық әлеуетті толығымен босатуға мүмкіндік береді.

**Назарларыңызға
рахмет ;)**