

КӘСІПКЕРЛІК: ТЕОРИЯ, ПРОЦЕСС, ПРАКТИКА

Кәсіпкерлік идеяларды табу және
іске асыру жолдары

2-тарау. Кәсіпкерлік венчурді бастау



Дәрістің мақсаты: Кәсіпкерлік идеяларды табу және іске асыру жолдарын зерделеу.

Дәріс сұрақтары:

- 1) мүмкіндікті анықтау процесін зерттеу;
- 2) кәсіпкерлерге инновация идеясын анықтап, суреттеп беру;
- 3) креатив рөлін анықтау және оның негізгі компоненттеріне шолу жасау.

Мүмкіндіктерге зер салу: жаңа идеялар іздеу.

Мүмкіндікті анықтау кәсіпкерлікте аса өзекті орын алады. «Кәсіпкерлік өзегі экономикада болашақ өсімі бар тауарларды өндіруге және көрсетілетін қызметтерді дамытуға ықпал жасайтын мүмкіндіктерді не үшін, қашан және қалай қолдануға болады деген сауалдармен тығыз байланысты. Осылайша мүмкіндікті дұрыс танып-білу – жеке және қоғам байлығының «негізгі тірегі». Жалпы мүмкіндіктерді анықтау процесін түсіну кәсіпкерлікті зерттеудің басты мәселесіне айналды деген ой қалыптасқан.

Бұл дәрісте жаңа идеяларды шабыттандыру және инновация процесі сияқты екі негізгі мәселе қарастырылған әрі олар кәсіпкерлік мүмкіндікті түсінудің басты кілті болып саналады. Инновация мен мүмкіндіктерді іздеу үшін әуелі идея пайда болуы керек, содан кейін барып ол идеяның шығу жолдары зерттеледі. Алдымен инновациялық идея қайдан шыққанын зерттеп көрейік.

Инновациялық идея көздері

Кәсіпкерлер әрқашан қырағы, әрдайым ішкі және сыртқы ортаны бағдарлап жүреді, олар байқайтын мүмкіндіктерді өзгелер байқай бермеуі мүмкін. Ал кәсіпкерлер мұндай шабытты қайдан алады?

Тренд көпшілікке ағымдағы парадигманың ауытқуынан хабар береді. Кез келген әлеуметтік, технологиялық, экономикалық немесе үкіметтік трендтерді бақылау және сол туралы ақпараттардан хабардар болып отыру – әлеуетті кәсіпкерлік идеялардың таптырмайтын көзі болып отыр. Заманауи мына трендтерді атап шығуға болады:

Әлеуметтік трендтер: демографиялық қартаю, салауатты өмір салты мен фитнеске сұраныстың өсуі, қарттар өмірі.

Технологиялық трендтер: мобайл технология, е-коммерция (электрон сауда). Ғаламтордың жетістіктері.

Экономикалық трендтер: халық қолындағы табыстың көбеюі, қосымша жалақы алатын отбасылар, еңбек өнімділігінің артуы.

Үкіметтік трендтер: реттеудің күшеюі, мұнай бағасы, терроризм.

Кәсіпкер осы трендтерден хабардар болуы керек.

Кейбір жағдайда идея тосын жағдайдан келуі мүмкін. Жоспарсыз әрі күтпеген табыстар немесе кейбір сәтсіздіктер инновация көзі бола алатыны дәлелденіп жүр. Америка Құрама Штаттарында орын алған қайғылы жағдай, яғни 11 қыркүйектегі террорлық шабуылды күтпеген оқиға деп қарастыруға болады. Осы бір қайғылы оқиға америкалық қауіпсіздік жүйесінде инновациялық шешімдердің пайда болуына ықпал етті.

Үкімет терроризмнен қорғаныс қауіпсіздігін арттыру мақсатында инновациялық идеялар конкурстарын жариялап, мыңдаған инновациялық идеяларды алды.

Идеяның келесі көзі – келіспеушіліктер. Күту мен шынайы оқиғалар арасында да келіспеушілік пайда болады. Мәселен, кезінде Фред Смит бір түнде пошта жеткізу қызметін ұсынған кезде оған сенбегендер де болыпты. Тіпті: «Бұл іс пайдалы болса, мұнымен АҚШ поштасы айналысар еді» деген уәж айтылса керек. Ақырында, Смиттің ұсынысы дұрыс болып шықты. Ол поштаны жедел жеткізудің жаңа түрі ешқашан экономикалық пайда әкелмейді деген болжаммен келіспей, идеясын жүзеге асырады. Осылайша, Смит FedEx компаниясын құрды.



Идеяның тағы бір көзі – процесс қажеттігі. Венчурлік капиталистер нарықтағы процесс қажеттігін «дерт» ретінде қарастырып, инновациялық шешімдерді осы «дерттің емі» ретінде жиі ұсынады. Бір нәрсені жақсырақ жасау қажет болса, онда инновациялық жаңа медициналық құралдар, пайдалы тағамдар, әсері күштірек дәрі-дәрмектер және уақыт үнемдейтін құралдар шешім бола алады.

Келесі көз – индустрия мен нарықтағы өзгерістер. Тұтынушылардың көзқарасы, технология жетістіктері, нарық құрылымының өсуі, оның анықтамасы секілді өзгерістер нарықта үнемі болатын ауысымдарға ықпалы бар. Сондықтан осы өзгерістер арқылы мүмкіндіктер пайда болады. Мәселен, денсаулық сақтау индустриясында стационарлық көмек беру түбегейлі өзгеріске ұшыраған. Себебі сырқаттарды ауруханаға жатқызып, ота жасаудың орнына үйде емделу мен алдын алу медицинасына көңіл бөлінуде.

Ескеретін тағы да бір маңызды сала – демографиялық өзгерістер. Халықтың саны, жасы, білім алу деңгейі, кәсібі, тұрған жері, географиялық шоғырлануы және осыған ұқсас демографиялық айнымалылар кәсіпкерліктің жаңа мүмкіндіктерінің катализаторы болады. Мысалға, Флорида мен Аризона штатындағы халықтың орташа жасының өсуі байқалды, яғни көбіне зейнеткерлер саны артып отыр. Бұл кәсіпкерліктің жаңа бағыттарын дамытуға ықпал етті. Аймақ дизайны, рекреация және денсаулық сақтау сияқты индустрияларды барлық жағынан табыстылығы артты.

Келесі көз – қабылдаудағы өзгерістер. Адамдардың фактілер мен тұжырымдарды интерпретациялауы мен қабылдауындағы өзгерістер көзге көрінбесе де, маңызды. Көп адамның салауатты өмір сүріп, физикалық жақсы формада болу ниеті бүкіл елде фитнес орталықтары мен пайдалы тағамға деген сұранысты тудырды. Сонымен бірге адамдардың бос уақытын жақсы өткізуге деген құштарлығы саяхат индустриясының дамуына серпін берді. Туристік агенттіктер де өз кезегінде тұтынушылардың жас әрі дені сау кезінде «жер көруге» ұмтылысын қоштап, таймшер кондоминиумдері мен саяхат клубтарын ұсынды.

Жаңа білім, жаңа тәсіл мен жаңаша ойлау – жетістікке жеткізеді, өнертабысқа жетелейді әрі оның нарықтағы бәсекеге төзімділігі де ұзағырақ болады.

Пайда болу көздері	Мысалдар
Күтпеген жағдайлар	Күтпеген табыс: Apple Computer (микрокомпьютер) Күтпеген сәтсіздік: 9/11 террорлық шабуыл
Келіспеушіліктер	Бір түнде пошта сәлемдемелерін жеткізу
Қажеттілік процесі	Қант қосылмаған өнімдер, кофеинсіз кофе, микротолқынды пештер
Индустрия және нарықтағы өзгерістер	Денсаулық сақтау индустриясы: үйде емделуге ауысу
Демографиялық өзгерістер	Қарттарға арналған зейнеткерлік қауымдастықтар
Қабылдаудағы өзгерістер	Аэробика (жаттығу) және фитнеске деген қызығушылықтың артуы
Білімге негізделген тұжырымдама	Мобайл технологиялар, фармацевтика индустриясы, робототехника

Мәселен, бүгінде мобайл телефондар тек хабарласу құралы ғана емес, сондай-ақ камераға түсіру, ғаламторға кіру және музыка тыңдау үшін де кеңінен қолданылады. Бұл мобайл телефон қолданысында революциялық өзгерістерге жол ашқанымен, осы тұжырымдамалар оншақты жыл бұрын ойда болмаған да еді. Аталған инновациялық идеяға қатысты кейбір мысалдар көрсетілген.



Кітап: Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика

Тарау: 2. Кәсіпкерлік венчурді бастау

Дәріс: 10. Кәсіпкерлік идеяларды табу және іске асыру жолдары

Білім және оқу процесі

Идея қайдан шықты? Идея көзі анықталған соң, кәсіпкерлер өзінде бар негізгі білімін, жұмыс пен оқу барысында қалыптасқан тәжірибесін қолдана отырып, идеяны нақты мүмкіндікке айналдырады. Жалпы, индустриялық білім, алдыңғы нарық туралы білім, тұтынушыларды тану, арнаулы білім туралы қызығушылығы немесе бұрынғы тәжірибесі кәсіпкерлерге әдеттен тыс инновациялық идея көздерін әлеуетті мүмкіндікке айналдыруға көмек береді.

Сонымен қатар кәсіпкерлер білімге негізделген белгілі бір тәжірибемен қоса, өз тәжірибесінен үйренуге де бейім болуы керек. Зерттеуші Эндрю К. Корбетт оқу процесі арқылы ақпарат, білім мен тәжірибені алу және оны трансформациялаудың маңызын анықтаған. Ол тұлғалардың ақпаратты жетілдіре алатын танымдық қасиеттерін зерттейді. Мүмкіндіктерді анықтау процесі тұрғысынан жеке кәсіпкердің алдыңғы білімнен қалай сабақ алып, үйренгені өте маңызды. Осыны ескере отырып, біз тәжірибені кәсіпкерлік көрегендік пен ноу-хауға трансформациялау үшін қиял мен креатив қажет.

Кәсіпкерлік қиял және креатив

Кәсіпкерлер армандап қана қоймай, креатив ойлап, оны жүйелі әрі қисынды сараптай алады. Бұл комбинация – табысты инновацияның кілті. Оған қоса, болашақ кәсіпкерлер қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін әрдайым бірегей мүмкіндіктерді іздестіреді.

«Егер ...» немесе «Неге ... болмасқа?» деген сұрақтарды үнемі қоя отырып, бизнес мәселесінде экономикалық әлеуетті сезіп, бағдарлап отырады. Біреулер проблема көретін тұстан кәсіпкерлер мүмкіндіктерді көріп, бағдарлап, оны іске асыру жолдарын қарастырып тұрады. Кәсіпкерлік көрегендікті дамытудың бірден бір ережесі – қандай да сұранысқа ұсыныс жасау керегін танып-білу қажет. Ал кәсіпкерлік қиялдың айрықша белгісі ретінде мәселеге жан-жақты қарап, креатив ойлауды жүйелі сауалмен сабақтастыра талдау жасау. Мәселе неде? Кімге әсері бар? Басқаларға қалай әсер етеді? Қандай шығындар болады? Қалай шешілуі мүмкін? Шығындар ақтала ма? Міне, кәсіпкерлер үнемі осы сұрақтар аясында әрекет етеді.

Жаңаша ойлаудың рөлі

Инновациялық процесте жаңаша ойлаудың рөлін анықтау өте маңызды. Креатив – жүйелердің тиімділігі немесе әсерін арттыратын идеялар жиынтығы.

Креатив шешімінің басты екі компоненті – процесс пен адамдар. Процесс мақсатқа бағдарланған; ол проблеманың шешімін табуға бейімделген. Ал адамдар – сол проблемаларды анықтайтын ресурстар. Процестер бір қалыпты бола береді, бірақ адамдардың проблеманы шешу тәсілдері сан алуан. Мәселен, кейбір жағдайда адамдар шешімді бейімдесе, келесіде инновациялығы жоғары шешім ойлап табады.

Бір зерттеуде аталған екі тәсілдің ұстанымдарын салыстырып, бейімделген кәсіпкерлерден гөрі инноватор кәсіпкерлер қолданатын тәсілдердің тиімділігі жоғары екені көрсетілді. Осылайша тұлғалар бағдарлануды түсінсе, мәселені шешуде жаңаша ойлау қабілетін дамытуға көмек береді.

Креатив табиғаты

Креатив – дамып, жақсара беретін процесс. Әр адам белгілі бір деңгейде жаңаша ойлай алады. Дегенмен басқа біреумен салыстырғанда, кейбіреудің креатив ойлауы таланты мен қабілетінің деңгейіне байланысты жоғары болады. Сонымен қатар кейбір адамдар сол креатив ынталандыратын ортада білім алып, өскен. Олар әу бастан жаңаша ойлап, әрекет етуге



Кітап: Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика

Тарау: 2. Кәсіпкерлік венчурді бастау

Дәріс: 10. Кәсіпкерлік идеяларды табу және іске асыру жолдары

үйренген. Енді біреуге бұл процесс ауыр көрінер. Себебі олардың өскен ортасы ондай емес. Ал олар жаңашыл болғысы келсе, бұл процестің іске асуын оқып-үйренуі қажет.

Адамдардың көпшілігі данышпан тұлғалар ғана креатив болады деп сенеді. Бірақ бұл дұрыс тұжырым емес. Сонымен бірге халықтың басым көпшілігі жаңашылдық – адамдарда туа біткен қасиет деп біледі немесе креатив идеялар мен көрегендік таңдаулы не болмаса аса қабілетті тұлғаларда ғана болады деп сенетіндер бар. Негізі, бұл тұжырым да дұрыс емес. Жалпы қай-қайсымыз болсақ та, күнделікті өмірде кейде ойланбастан «дөп түсетін сөздер» қолданамыз. Бұл жаңаша ойлауға тосқауыл болып отыр.

1. «Қайдағы..»
2. «Қолымнан келмейді (деп басын шайқап айту)»
3. «Өмірімде естіген ең ақымақ пікір»
4. «Солдай шығар, бірақ оны істесең...» (экстрим не жағымсыз апат жағдайларындағы мінез)
5. «Біз мұны бұрын жасап көргенбіз, одан ештеңе шықпады»
6. «Қазіргі қолданып жатқан тәсілге көңілім толды, кемшілік көрмедім»
7. «Біз мұндай дүниені ешқашан жасаған емеспіз»
8. «Бекітілген мерзімнен өтіп барады, мұны қарастыруға уақыт жоқ. Басқа да шаруаларымыз жетіп жатыр»
9. «Бюджет жоқ, оған қаражатымыз жетпейді»
10. «Мұндай қызық пікірлерді қайдан ғана табасыз?»

Кестеде күнделікті естіп жүрген негізгі он «тұншықтырушы фраза» тізімі берілген. Тіпті кейбір адамдар креатив идеяларын саналы түрде тұншықтырмауы да мүмкін. Дегенмен олардан шыққан кері, негатив сөздер әдетте креатив ойды басып тастайды. Мысалы, қолымнан келмейді деп басыңызды шайқап айтсаңыз, расында да қолыңыздан келмейді. Кәсіпкер болам деуші адам кестеде жазылғандардан аулақ болуы керек.

Креатив – адамға берілетін сиқыр немесе талант емес. Бұл – әлемге деген көзқарастың өзгеше жолы, кейде осы жолдар логикаға да қарсы келіп жатады. Жаңашыл бағыт – заттар мен құбылыстар арасындағы басқалар көрмеген қатынастарды көре білу.

Әдетте жаңашылдықтың келісілген төрт фазасы немесе қадамы бар. Эксперттердің көпшілігі фазалардың жалпы сипаттамасы мен арасындағы қатынасқа келісіп, оларға тек әртүрлі атаулар қолданады. Сондай-ақ эксперттер әрбір жаңаша белсенділік үшін фазалардың орналасу реті бірдей болмайтынымен де келісті. Тың идеяны іске асыру үшін хаос қажет, бірақ ол жинақталған хаос болуға тиіс. Біз осы төрт фазадан тұратын процесті ең кең тараған құрылымдық даму арқылы қарастырамыз.

1-фаза: Шығу тегі немесе білім жинақтау. Әдетте табысқа жеткен кез келген дүние ақпаратты жинақтау мен зерттеуге негізделеді. Оның ішіне ауқымды кітап оқу, осы салада жұмыс істейтін адамдармен әңгімелесу, кәсіби семинар мен жиындарға қатысып, оған қатысты ақпарат немесе зерттеулерді сараптауы қажет. Кейде қосымша зерттеуде мәселеге қатысы бары да, жоғы да қамтылады. Жасалған зерттеулердің кәсіпкерге маңыздылығы ерекше әрі оған мәселенің түрлі жағынан хабардар болуға мүмкіндік береді. Кәсіпкерге жаңа өнім, қызмет немесе кәсіпорынды дамытудың барлық қырлары жайында жалпы түсінік қажет.

Жаңаша ойлауға көмектесетін бірнеше жол бар. Олар: 1) салалық кітаптарды оқу; 2) кәсіби топтар мен қоғамдарға кіру; 3) кәсіби семинар мен жиындарға қатысу; 4) ел-жерді саяхаттау; 5) өзіңізді алаңдатқан мәселе жайында кез келген адаммен, кез келген жерде талқылау; 6) тақырыпқа байланысты мақалаларды, яғни журнал мен газеттерді қадағалау; 7) болашақта мәліметтер үшін пәндік кітапхана жасау; 8) арнайы қойын дәптер бастап, оған қажетті ақпаратты жазып жүру; 9) қоршаған ортаға, табиғаттың әдемілігіне уақыт бөліп, дем ала білу керек.

2-фаза: Инкубация. Жалпы, жаңаша ойлайтын тұлғалар кез келген ақпаратты ой түкпірінде қорытып, өңдей алады. Бұл – инкубациялық процесс. Ондай процесс адам мүлдем ол тақырыпқа қатысы жоқ шаруалармен айналысып жүрсе де, тоқтамайды. Тіпті адам ұйықтап жатқанда да, процесс жүріп жатады. Бұл көбіне мәселенің шешімі табылмағаннан шығады.



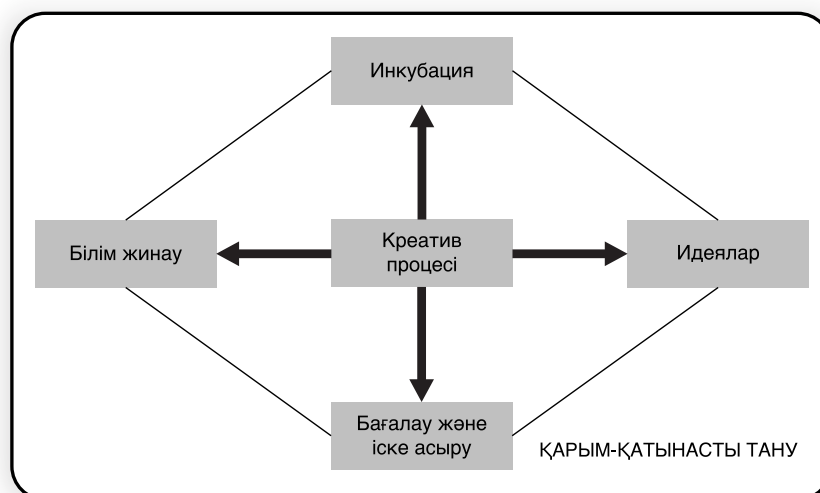
Уайымшыл адамдарға: «Сол мәселе туралы неге бір түн ойлап шықпайсыз?» деген кеңес жиі беріледі. Адам проблемадан алшақтап, бірақ түпкі ой-санасына жұмыс істеуге рұқсат етсе, жаңашыл идеяның оянуына серпін береді. Инкубациялық процесті шыңдауға көмектесетіндер: 1) көп ойландырмайтын, миға салмақ салмайтын күнделікті үй тіршілігімен айналысу; 2) денешынықтырумен айналысып, жаттығуларды тұрақты жасау; 3) пазл құрау, шахмат ойнау; 4) өзіңізді алаңдатып жүрген проблеманы немесе жобаны ұйықтар алдында ойлап жату; 5) медитация немесе өз-өзіңізге гипноз жасау; 6) тік отырып, босаңсуды тұрақты қайталау.

3-фаза: Идеяны табу. Ең қызық кезең – кәсіпкер ойлаған идеясы немесе проблемасының шешімін тауып, бойын қуаныш кернеген сәт. Бұл «Эврика факторы» деп аталады. Мұны көп жағдайда қарапайым адамдар жаңаша ойлаудың жалғыз белгісі деп қателеседі.

Инновациялық тың идеялар мезгілсіз уақытта келуі мүмкін. Мәселен, суға түсіп жатқан кезде, жоғары жылдамдықпен көлікте келе жатқанда немесе газет беттерін парақтап отырғанда туады. Кейде идея ойламаған жерде пайда болуы мүмкін. Бірақ бірден шешім қабылдау оңай емес. Сондықтан адамдар ақырындап болса да, шешім қабылдауға тырысады. Әрі шешімінің дұрыс екеніне көз жеткізген сәтте мақсатына жақындай түседі. Инкубациялық процесс пен идеяның арасындағы шегараны анықтау қиын. Сондықтан да болар, көп жағдайда кәсіпкерлер 2-фазадан 3-фазаға қалай өткенін байқамай қалады. Жаңаша тез ойлаудың тәсілдері:

- 1) жоба туралы қиялдап, армандау;
- 2) хоббиді дамытып отыру;
- 3) көңіл күйге жайлы, қолайлы жерлерде уақыт өткізу;
- 4) проблеманы естен шығару;
- 5) түн ортасында, таң атқанда келетін идеяларды жазып алу үшін блокнотты төсек жанында ұстау;
- 6) жұмыс арасында үзіліс жасап, сергіп алу.

4-фаза: Бағалау және іске асыру. Ең қиын фаза. Бұл жерде кәсіпкерге табандылық, күш-жігер, қажымас қайрат және өзін-өзі тәртіпке келтіріп ұстау қажет. Табысты кәсіпкерлер идеяны қалай жүзеге асыруды жақсы біледі әрі оны іске асыруға дағдыланған қабілеті бар. Идеяны жүзеге асыруда қиындықтан қорықпайды. Оған бірден қол жеткізу оңай емес. Тіпті сәтсіздіктер де болуы мүмкін. Кейде кәсіпкерге идеясын іске асыру үшін бастапқы жоспарынан бас тартып, мүлдем басқа бағытта жалғастыруға тура келеді. Бұл кезеңнің тағы бір маңызды бөлімі – идеяны пысықтап алу. 3-фазада шикізатты өңдеп, түрлендіріп, ақтық формаға алып келу үшін тестілеу қажет. Бұл фазадан өту үшін: 1) дем алып, жаттығу жасап, жақсы тамақтанған сайын адам бойындағы энергия арта түседі. Сондықтан әрдайым күш алып, қуаттанып жүру керек; 2) бизнесті жоспарлап қана қоймай, оның бар қыр-сырын оқып-үйрену; 3) білімді, білікті адамдармен идеяларыңыз жайында айтып, ақыл-кеңесіне құлақ түріңіз; 4) ішкі сезім мен





Кітап: Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика

Тарау: 2. Кәсіпкерлік венчурді бастау

Дәріс: 10. Кәсіпкерлік идеяларды табу және іске асыру жолдары

интуицияңызға көңіл аударыңыз; 5) сату процесін оқып-біліп алыңыз; 6) кәсіпорын саясаты мен тәжірибелері туралы білген жөн; 7) дос-жарандар, эксперт-мамандардың ақыл-кеңесін сұрау; 8) идеяны іске асыруда бетпе-бет келген проблеманы сынақ ретінде қабылдау қажет.

Сызбада жаңаша ойлаудың төрт фазасы бейнеленген. Кәсіпкер бір фазадан екінші бір фазаға өтуде қиындыққа тап болса, алғашқы фазаға қайта өтіп, тағы бір әрекет жасауға тиіс. Мысалы, кәсіпкер идеяны немесе шешімді қабылдауда қиындық көрсе, 1-фазаға қайта оралуы қажет. Себебі ойды санада қайта зерделеудің арқасында кәсіпкер жаңа идеяны қалыптастыра алады. Кемшілікті бағамдайды. Содан ой қорытады. Жаңа шешім қабылдайды.

Жаңаша ойлауды дамыту

Жаңашылдыққа қол жеткізудің бірнеше жолдары бар: ойды тұншықтыратын әдеттер мен ментальдік тежеуіштерден хабардар болу. Әрине, креатив ойлау қабілетін дамыту үшін үнемі жаттығулар жасау қажет. Сонда ғана нәтижеге қол жеткізесіз. Келесі бөлімде сіздің ойлау қабілетіңізді шектейтін әдеттер туралы мағлұмат береді, әрі ойлау жүйеңізді жақсартуға көмектесетін бағдарлама ұсынады.

Өнертапқыштық нысандар, процестер, материалдар, технологиялар мен адамдар арасындағы жаңа және өзгеше қатынастарды көре білу қабілетінің нәтижесінде көптеген өнертабыс пен инновациялар пайда болды. Оған мысал да жеткілікті, солардың ішінде: 1) жеңіл сусындарға жеміс шырынын қосу арқылы Slice сусынын ойлап табу; 2) іштен жанатын қозғалтқыш пен дөңгелекті қосу арқылы автокөлік құрастыру; 3) 330 фунт салмағы бар бейсбол ойыншысын артқы шепте доп қабылдаушы етіп тағайындау.

Қоршаған ортадағы адамдар мен құбылыстар арасындағы өзгеше қарым-қатынастарды қарастыру арқылы креативті ойлауды жетілдіруге болады.

Бұл әрекет байланыс режимінде қабылдауды талап етеді. Осы қабілетті адамдар мен заттар арасындағы ұқсастық пен қарама-қайшылықты қатар қарастыра отырып, дамыта аласыз. Адамзат пен қоршаған орта үнемі бір-бірімен байланыста болады.

Түйін

Бұл дәрісте кәсіпкерлер үшін креативті ойлау мен инновацияның маңызы қарастырылды. Жақсы идеяларды тануда білім мен оқудың қажеттігі тұрғысынан мүмкіндіктерді тану талқыланды. Инновациялық идеялардың көздері анықталып, қарастырылды. Одан кейін креатив процесі сипатталып, креативті дамыту жолдары ұсынылды. Оқырманның креативін дамытуға көмек ретінде жаттығулар мен ұсыныстар берілді. Креатив ахуалының табиғаты да қарастырылды.