

# КӘСІПКЕРЛІК: ТЕОРИЯ, ПРОЦЕСС, ПРАКТИКА

Кәсіпкерлік креатив пен  
инновация процесі

2-тарау. Кәсіпкерлік венчурді бастау



**Дәрістің мақсаты:** кәсіпкерлік креатив пен инновация процесін қарастыру.

**Дәріс сұрақтары:**

- 1) креатив қалыптастыру жолдары;
- 2) инновацияның төрт негізгі типімен таныстыру: өнертабыс, кеңейту, қайталау және синтез;
- 3) инновацияға қатысты кейбір мифтерге шолу жасау және оның он қағидасын анықтау.

## Креатив алаңдары

Есіңізде болсын, креатив – адамның туа біткен қасиеті. Кей адамдар үнемі креатив әрекет жасап жатса, басқалары оны тұншықтырады, ал басым көпшілігіміз сол екеуінің ортасында жүреміз. Адамдар көбіне өмірде өзі қашан немесе қалай креатив болатынын аңғармай да жатады. Сол себепті олар жұмыс орнында пайда болатын күнделікті креативтің көпшілік мүмкіндіктерін танып-білуден сүрініп жатады. Креатив зерттеуші Уильям Миллердің айтуынша, адамдар қашан креатив болатынын жиі тани алмай, көбінесе креатив болу мүмкіндігін елемейді. Сондықтан ол бізді креативке апарар жол – креатив болудың барлық әдістерін танудан басталады деп пайымдап отыр.

Ұйымдағы адамдар креативті жеті түрлі алаңда дамытуы мүмкін:

- **Идея креативі.** Проблеманы шешу жолы немесе жаңа өнім не қызмет туралы жаңа идея мен концепцияны ойлап жүру.
- **Материалдық креатив.** Жаңа өнім, не жарнама, не есеп, не фотосурет сияқты материалдық нысан ойлап табу және жасап шығару.
- **Ұйымдастыру креативі.** Заттарды құрылымдауда не жаңа ұйымдық формада адамдар немесе жобаларды ұйымдастыру. Мысал ретінде жобаны ұйымдастыру, жаңа типтегі венчур бастау, жұмыс тобын ұйымдастыру және оның әрекет ету саясаты мен ережелерін өзгертуді қарастыруға болады.
- **Қарым-қатынас креативі.** Инновациялық ұстанымда басқалармен ынтымақтастық, кооперациялық және ұтылыссыз қатынастарға жету. Адамның қиын жағдайдан дұрыс шығуы немесе басқа адаммен ерекше тиімді мәнерде қатынаста болуы – қарым-қатынас креативінің мысалы бола алады.
- **Іс-шара креативі.** Марапаттау салтанаты, ұжымдық демалыстар және жылдық жиналыс сияқты шараларды ұйымдастырып, өткізу. Сонымен қатар мұндай креатив декорация жасау, қызметкерлерді арнайы оқиғаға тарту жолдары, сценарий құру және т.с.с. қамтып отырады.
- **Ішкі креатив.** Ішкі сана сезімді өзгерту; басқа тұлғаның заттарды қалай жасайтынын білу, әртүрлі жолдармен ойлаудың жаңа ұстанымдарына ашық болу, дәстүрлі қалыптасқан көзқарасты бұзып, ішкі сезімді өзгерту немесе заттарға көзқараста жаңа жолдар мен әдістерді табу.
- **Тосын креатив.** Аяқасты жиында тапқырлықпен жауап беру, дайындықсыз сөз кезегін алу, тез арада диспут ұйымдастыру, сатылымды жабу алдында инновациялық үндеу тастау сияқты әрекеттерге бару.

## Креатив қалыптастыру

1. **Ой-талқы.** Бұл жаңа идея ойлауда немесе проблеманы шешуде пайдаланылатын ескі тәсіл. Бірақ осы күнге дейін ең тиімді әдіс болып саналады. 1950 жылдары Алекс Осборн бұл тәсілді ұсынғанда, корпоратив әлем ұйқыдан оянғандай болды. Қолдануға жеңіл бұл тәсілдің ережелері бар:

- Ойға оралған кез келген шешімді айтып немесе жазып қой.
- Өзгеше идеяларға есік ашық.



- Ешқандай пікірді сынама.
- «Ұйымдастыруды кейінге қалдыр».

2. Қарама-қайшылықтар байланысы. Синектика – өте қызық концепция, бір-біріне сәйкес келмейтін екі дүниенің бірігуі. Оны төмендегі мына мысалдардан байқауға болады: «Даяшысыз, үстелі және күміс ыдыс-аяғы жоқ ресторандарды елестетіңізші» (McDonald's); «Кітапсыз және дүкенсіз кітап дүкенін елестетіңізші» (amazon.com); «Жүргізушісіз жүріп келе жатқан жүк көлігін елестетіңізші» (U-Haul). Қисынсыз пікір айтудан еш қысылмаңыз!

3. THINKubate немесе Ойкубатор. Гералд Хаман ұсынған «THINKubator» – ойын алаңы. Кәсіпкерлер, бизнесмендер және сол сияқты адамдардың күнделікті офистің күйбең тіршілігінен қашып шығып, өзгелерге ерсі көрінетін ойын ойнауға мүмкіндік беретін орын. Алаңда миды стимулдау мен жаңа идеяларды қалыптастыруға жағдай жасалған: ыңғайлы орындықтар, қызықты суреттер, ойыншықтар, және т.с.с. заттар қоршаған. Procter&Gamble және Arthur Andersen сияқты атақты компаниялардың бірқатар өнімдері Хаманның Ойкубаторында жасалған, бұл оның нәтижелі жұмыс істейтінінің дәлелі.

4. Тамаша ой-түрткілер – триггерлер. Күнделікті қолданылатын, мидың қызметін ынталандыруға арналған заттар триггерлер деп аталады. Мысалы, ол абстракт фотосурет, нақыл сөздер, іске аспаған идеялар, түрлі кеңестер және т.с.с. болуы мүмкін. Осы триггерлерді сіз жиі баратын немесе көзіңізге жиі түсетін жерлерге орналастырыңыз. Ой-түрткі қайдан келетінін ешқашан білмейсіз!

5. Байланыс. Сіз жолыққан әрбір адамнан немесе барған жеріңізден идеяны жүзеге асыруға мүмкіндік тууы мүмкін. Мәселе, сол мүмкіндікті жүзеге асыра білуіңізде. Креатив кеңесшісі Джордан Аян өз ҚАТЕңізді: Қызығушылық, Ашықтық, Тәуекелділік және Энергия танып алуға кеңес береді. Бұл қасиеттерді ұштаудың жолы – трендерді оқып-білу, сауда көрсетілімдеріне қатысу, жаңа заттарды іздеу және қолдану. Ашық терезені айқара ашу қажет емес, бірақ ашылатын терезелердің санын көбейту керек.

6. Сәтсіздіктерді атап өту керек. Қайта-қайта әрекет етіңіз. Сізді өлтірмеген кез келген нәрсе сізді күшті етеді. Данышпан болудан қорықпаңыз! Идеяңыз бар ма? Еш мұңаймай, әр сәттен ләззат алыңыз.

7. Күліп жүріңіз. Әзіл – стресті жеңудің өте күшті құралы. Оны жаңашыл бастамаларыңызда қолданыңыз. Тәжірибе үлгілеріңізді сізге ұшқалақ Денис сияқты мультфильм кейіпкері жасап берді деп елестетіп көріңіз. Болмаса Уолт Диснейдің кейіпкерлері сіздің бизнес жоспарыңыздың бірлескен авторы болуына рұқсат беріңіз. Жасөспірім туыстарыңызды бастамаңызға тартып көріңіз. Әзіл мен күлкі шабыт бере түсетіні рас.

8. Тер төгіңіз. Иә, дәл солай! Дене жаттығуларын жасап, тер төгіңіз! Жаттығулар жаңашылдық шырыны болатын эндорфиндерді өндіреді. Жүгірген кезде ойларыңызды шарықтауға жіберіңіз немесе велотренажер айдағанда жылдық есепті оқып шығыңыз. Тек тамаша идеяларыңызды жазып қоятын қойын кітапшаңызды ұмытпаңыз!

9. Ерекше көрген түсіңізді есте сақтаңыз. Біреу сізге «түсімде көрген едім» деп айтып көрді ме? Олай болса, еш күтпеңіз, дереу іске кірісіңіз. Түстер жаңаша ойға жетелейді. Элиас Хауе түсінде жабайы адам келіп, өткір тістерімен киімін жыртып жатқанын көрген. Көп уақыт өтпей, ол тігін машинасын ойлап тапты. Түсіңізде көрген немесе ат үстінде келген жылдам ойларды ескеріп жүріңіз.

## Креатив ахуалы

Кәсіпорында бизнес ахуалы дұрыс болса, креативтің дамуына да қолайлы жағдай туады. Дұрыс бизнес ахуал қалыптаспаса, кез келген кәсіпорын иелері мен менеджердің креативі ұзаққа бармайды. Дұрыс бизнес ахуалының кейбір сипаттары:

- Қызметкерлерді тым асыра бақыламайтын сенімге негізделген менеджмент;
- Бизнеске қатысушы барлық тараптар арасында коммуникация каналдары ашық;
- Сыртқы ортамен маңызды байланыс пен коммуникация орналастырылған;



- Тұлғалардың көп түрлілігі;
- Өзгерісті қабылдауға дайындық;
- Жаңа идеяларды тексеруге қызығушылық;
- Қатеден туындайтын кері әсерден аздап қорқу;
- Еңбек өтіліне қарай қызметкерлерді таңдау мен жоғарылату;
- Ой-талқы мен ұсыныстар жүйесі арқылы идеяларды ынталандыратын әдістерді қолдану;
- Мақсатқа жету үшін қаражат, адам және уақыт ресурстары жеткілікті.

## Инновация және кәсіпкер

Кәсіпкерлік процестің басты қызметі – инновация. Кәсіпкерлікті зерттеушілер мен осы саланың авторлары көпшілік жағдайда атақты консультант, автор Петер Ф. Дракердің (Peter F. Drucker) инновация туралы концепциясын қолдайды. Ол: «Инновация – кәсіпкерліктің ерекше функциясы. Оның көмегімен кәсіпкерлер байлықты жасаудың жаңа көзін табады, не болмаса қолдағы бар ресурстарды байлықты жасайтын зор потенциал ретінде қарайды» деп пайымдайды.

Инновация – кәсіпкердің мүмкіндікті нарықтағы артықшылыққа айналдыру процесі. Инновацияның өзгерістер катализаторы болатынын білдіреді. Осы дәрістің бастапқы бөлімінде айтылғандай, инновациялық процес жақсы идеядан басталады. Идеяның шығу тегі өте маңызды және креатив ойлаудың рөлі осы дамуда өмірлік маңызды болуы мүмкін. Жай идеялар мен зерттеулер, терең ой, тәжірибе және зор еңбектің нәтижесінде шыққан идеялар арасында айырмашылық көп. Одан маңыздырақ нәрсе, болашақ кәсіпкер даму сатылары арқылы жетілдірілген жақсы идеяларды алуға құштар болуы керек. Сонымен, инновация – жақсы идеяны ойлап табу көрегендігі мен оны жүзеге асыру кезінде концепцияға табанды болудың қосындысы.

## Инновация процесі

Инновациялардың көбі мүмкіндіктерді саналы әрі мақсатты түрде іздеу нәтижесінде пайда болады. Процесс жаңа мүмкіндіктер көзін талдаудан басталады. Дракер атап өткендей, инновация бір жағынан концептуалды, ал екінші жағынан әртүрлі қабылданатын болғандықтан, потенциал инноваторлар сыртқа шығып, айналаға зер салып қарап, сұрақ қойып, тыңдап жүруі керек. Табысты инноваторлар мидың оң және сол сыңарын тиімді қолданады. Олар көрсеткішке, адамға және т.с.с. мән береді және мүмкіндікті қанағаттандыру үшін қандай инновация болу керек деп сараптамалық талдау жасайды. Содан кейін әлеуетті тұтынушылардың қажетін, құндылықтарын және сұранысын зерттейді.

Инновациялардың басым көпшілігі – қарапайым және жинақы. Олар нақты, ұқыпты жасалған заттарға бағытталған. Жүзеге асыру барысында олар жаңа тұтынушылар мен нарықтарды қалыптастырады. Жақсы мысал ретінде бүгінгі мобайл технологияларды қарастыруға болады. Бұл технологияның күрделілігі жоғары болғанымен, оны қолдану оңай және нақты нарықтық нишаға арналды, яғни барлық технологиялар бір заттың ішінде болғанын және кез келген жерде қолдануды талап ететін адамдарға ұсынылды.

Ең алдымен, инновация көбіне таланттан гөрі көп еңбекті қажет етеді. Кезінде Томас Эдисон айтып кеткендей: «Кемеңгерлік 1% шабыттан, 99% еңбектен тұрады». Сондай-ақ инноваторлар көбіне бір салада ғана жұмыс істейді. Барлық жүйелі инновациялық жетістіктерін Эдисон тек электр өрісі саласында жасады.



## Инновация типтері

Инновацияның негізгі төрт типі бар. Олар мүлдем жаңа тауарлар мен қызметтерден бастап, қолданыстағы тауарлар мен қызметтердің модификацияларына байланысты қарастырылған. Шығу тегі ретімен инновацияның төрт типі:

- Өнертабыс: жаңа тауар, қызмет көрсету немесе процесті ойлап табу, көбіне ол жаңа немесе қолданыста болмаған болады. Осы түсінік «революциялық» деп танылады.
- Кеңейту: қолданыстағы бар тауар, қызмет көрсету немесе процесті кеңейту. Осы түсінік бойынша ағымдағы идеяларға жаңа қолданыстар қалыптастырады.
- Қайталау: қолданыстағы бар тауар, қызмет көрсету немесе процесті қайталау. Бірақ бұл тек жай қайталау емес, кәсіпкердің жеке креативінің белгісі бар, өнімді күшейтіп не жақсартып шығаруға, бәсекені жеңуге бағытталған.
- Синтез: қолданыстағы бар концепциялар мен факторларды жаңа тұжырыммен ұштастыру. Бұрын табылған идеялар мен заттарды қайта зерттеп, жаңа қолданыс қалыптастыру жолын табу.

## Инновация туралы негізгі қате ойлар

- Инновация тұтас концепция ретінде көптеген қате тұжырымдар мен ойларды қалыптастыруға себеп болды. Тіпті инновация және оның салдары туралы кез келген адамның жеке түсінігі бар сияқты болып көрінер. Осы бөлімде оған қатысты кейбір жалпылама қабылданған қате ойларға және олар неліктен қате екеніне тоқталып кетеміз.
- Инновация жоспарланады және болжамды. Бұл зерттеу және дамыту бөлімінде жоспарланады деген ескірген тұжырымға негізделген пікір. Шындығында, инновацияны болжай алмаймыз және оны кез келген адам жасауы мүмкін.
- Техникалық сипаттамалар мұқият дайындалуға тиіс. Бұл тұжырым техникалық жоспар түгел әзірленіп болмай, іс басталмайтын инженерлік саладан келді. Әлбетте, мұқият дайындалған дұрыс, бірақ кейде оған тым көп уақыт кетеді. Көп жағдайда талпыну/тестілеу/тексеру әдісін қолдану маңыздырақ болады.
- Инновациялар армандар мен қияли идеяларға негізделеді. Осы тарауда қарастырғанымыздай, инновациялық идеяны тануда креатив процесінің маңызы өте зор. Дегенмен тәжірибелі инноваторлар өте епті адамдар болғандықтан, инновацияларды қиялға емес, мүмкіндіктерге негіздеп жасайды.
- Жақсы идеялар кішігірім жобаларға қарағанда, үлкен жобаларда жиірек кездеседі. Осы тұжырым қате екені бірнеше рет дәлелденді. Керісінше, үлкен кәсіпорындар қызметкерлерді шағын топтарда жұмыс істеуге ынталадырады, себебі шағын топтарда жаңа идеяларды ойлап табу оңайырақ.
- Технология – инновация табысының басты қозғаушы күші. Технологиялар инновация көзі екені сөзсіз, бірақ ол ғана емес. Осы дәрісте қарастырғанымыздай, инновациялық идеялардың бірнеше көзі бар; технология көпшілік инновацияларға басты қозғаушы күш болса да, табысқа әкелуші фактор емес. Тіпті көпшілік инновацияның артында тұрған қозғаушы күштұтынушылар немесе нарық. Нарыққа бейімделген немесе тұтынушыларға негізделген инновациялардың табысқа жету ықтималдығы өте жоғары болады.

## Инновация принциптері

Потенциал кәсіпкерлер инновацияның принциптері бар екенін түсінуі керек. Бұл принциптерді оқып-үйренуге болады және оларды мүмкіндіктермен біріктірсе, жеке тұлғалар инновацияға тартылуы мүмкін. Оған мотивация беретін негізгі принциптер тізімі мынадай:



- Әрекетке бағдарланған бол. Кәсіпкерлер инновациялардың жаңа идеяларын, мүмкіндіктерін, көздерін іздеп, үнемі әрекет үстінде болуы керек.
- Тауар, процесс немесе қызметті қарапайым әрі түсінікті етіп жаса. Адамдар инновацияның қалай жұмыс істейтінін оңай түсінуі тиіс.
- Тауар, процесс немесе қызметті тұтынушыға арнап жаса. Инноваторлар үнемі тұтынушылар туралы ойлап жүруі тиіс. Олар ақырғы қолданушы туралы ұзағырақ ойлаған сайын, инновацияның қабылдану және қолданылу мүмкіндігі зор болмақ.
- Кішігірімнен баста. Инноваторлар масштабы орасан зор жобалардан бастауы міндетті емес. Керісінше, шағын жобадан бастап, біртіндеп дамытып, өсу жоспарын жасап, кеңейтуді дұрыс тәсілмен және дұрыс уақытта өткізу керек.
- Мақсатың биік болсын. Нарықта өз нишасын іздеу арқылы инноваторлар табысқа жету үшін биік мақсат қою керек.
- Талпын/тестіле/тексер. Инноваторлар үнемі талпыну/тестілеу/тексеру ережесін ұстануы керек. Бұл тауар, процесс немесе қызметтің кез келген кемшіліктерін түзетуге көмек береді.
- Қателерден сабақ ал. Инновация табысқа жетуге кепіл бермейді. Одан маңыздырақ нәрсе: сәтсіздік инновацияны жиі тудырады.
- Кестені қадағала. Әр инноватор белгілі бір жетістіктерге жету мерзімін жоспарлап, сол кестеге сәйкес жұмыс атқаруы қажет. Әрине, жоба межеленген уақытынан озып не қалып қоюы мүмкін, бірақ жобаның орындалу кестесі болуы өте маңызды.
- Әрекеттерді марапаттаңыз. Бұл принцип көбіне басқаларды инновацияға ынталандыратындарға қатысты. Инновациялық әрекет марапатталуы және лайықты құрметке бөленуі тиіс. Оның жетістіктерімен қатар, белгілі бір деңгейде сәтсіздігін де атап өту керек. Инновациялық ізденіс кәсіпорынға жаңа белестерді ашатын кемеңгерлік әрекет ретінде қарастырылуы тиіс.
- Жұмыс істе, жұмыс істе, тағы да жұмыс істе. Бұл – қарапайым, бірақ инновация принциптерінің өте маңызды соңғы насихаты. Инновацияны табысқа алып келетін – кемеңгерлік те, сиқыр да емес – орасан зор еңбек.

## Түйін

Бұл дәрісте креатив ойлау процесі мен кәсіпорында инновациялар қалыптастыру мәселелері қарастырылды.