

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ТЕОРИЯ, ПРОЦЕСС И ПРАКТИКА

Предпринимательский креатив и инновационный процесс

Глава 2. Запуск венчурного бизнеса





Арена креатива

Помните, что люди по своей сути являются креативными. Некоторые люди всегда креативные, другие задыхаются, и большинство из нас находится посередине среди них. Люди часто не знают, когда и как стать креативными в жизни. Вот почему их часто разочаровывает тот факт, что из-за повседневной рутины не могут использовать креативные идеи. Исследователь Уильям Миллер утверждает, что люди часто не признают, что они креативные, и они часто упускают возможности быть креативными. Вот почему он думает, что это начнется с признания всех креативных способов. Люди в организациях могут развивать свой креатив на семи разных уровнях:

- Креативность идеи (Idea creativity): продумывать новую идею или понятие, такое как идея для нового продукта, услуги или способа решить проблему.
- Материальный креатив (Material creativity): изобретать и создавать материальный объект, такой как продукт, рекламное объявление, отчет или фотографию.
- Организационная креативность (Organization creativity): организация людей или проектов, создание новой организационной формы или подхода к структурированию вещей. Примеры могут включать организацию проекта, старт нового типа предприятия, соединения или реорганизации рабочей группы и изменения политики и правил группы.
- Креативность отношений (Relationship creativity): инновационный подход к достижению сотрудничества и взаимовыгодных отношений. Примером креативности отношений может быть человек, который легко выходит из трудной ситуации или эффективным способом взаимодействует с другими людьми.
- Креативность событий (Event creativity): организация и проведение таких мероприятий, как церемония награждения, коллективные праздники и ежегодные собрания. Креативность здесь может проявляться в декорациях, способах привлечения сотрудников к событию, создании сценариев и т. д.
- Внутренняя креативность (Inner creativity): изменение чувства внутреннего сознания; быть открытым для новых подходов к мышлению, нарушать традиционную точку зрения, изменять внутреннее чувство и находить новые способы смотреть на вещи.
- Спонтанная креативность (Spontaneous creativity): действовать непосредственным или импровизированным способом, таким как остроумный ответ на встрече, неподготовленная речь, быстрый и простой способ урегулировать спор, пытаться заключить сделку, и т. д.

Формирование креатива

1. Мозговой штурм (brainstorm). Это устаревший способ, создания новой идеи или решения проблем. До сегодняшнего дня он считался самым эффективным методом. В 1950-х годах, когда Алекс Осборн предложил такой подход, корпоративный мир пробудился от сна. Это простой в использовании подход:

- Опишите или запишите любые вопросы.
- Будьте открытыми к новым идеям.
- Не пытайтесь критиковать.
- «Отложите организацию на потом».

2. Противоречивые отношения. Синектика – очень интересная концепция (ред.: Synectics – метод решения проблемы, который может помочь вам мыслить творчески) – сочетание двух миров, которые несовместимы друг с другом. Вы можете увидеть это в следующих примерах:

- «Представьте рестораны без посуды, столов и серебряных блюд» (McDonald's).
- «Представьте себе книжный магазин без книг» (amazon.com).
- «Представьте себе грузовик без водителя» (U-Haul).



Не будьте чрезмерными с недобросовестным комментарием. Не смущайтесь высказывать необоснованные комментарии.

3. THINKubate. «THINKubator» Джеральда Хауна – это игровая площадка. Это место, где предприниматели, бизнесмены могут оставить повседневную жизнь офиса и играть в игры. На платформе есть условия для стимулирования мозга и создания новых идей: удобные стулья, забавные картины, игрушки и т. д. Procter&Gamble и Arthur Andersen разработали ряд известных товаров в «THINKubator» Хамана, что свидетельствует о его эффективности.

4. Великие мыслители – триггеры. Вещи, которые используются ежедневно и вызывают активность мозга, называются триггерами. Например, это могут быть абстрактные фотографии, пословицы, неудачные идеи, различные советы и т. д. Поместите эти триггеры на часто посещаемые вами места (например, на дверцу холодильника, компьютер или экран мобильного телефона). Вы никогда не знаете, где могут возникнуть новые идеи!

5. Контакт. Все, с кем вы встречаетесь, или места, которые вы посещаете, могут реализовать эту идею. Проблема в том, чтобы быть подготовленным к той возможности, когда она возникнет. Консультант по креативности Джордж Аян советует вам узнать ваш ИПРЭ: интересы, прозрачность, риски и энергию (CORE – curiosity, openness, risk and energy). Способ сделать это – следить за тенденциями, участвовать в выставках, быть в постоянном поиске и использовать новые товары. Вам не нужно открывать открытое окно, но вам нужно увеличить количество открытых окон.

6. Всегда отмечайте неудачи. Пробуйте снова и снова. Все, что нас не убивает, делает нас сильнее. Не бойтесь мудрости! У вас есть идеи? Наслаждайтесь каждым моментом.

7. Улыбайтесь. Юмор – очень мощный инструмент для преодоления стресса. Используйте его в своих инновационных инициативах. Представьте, что персонажи Уолта Диснея станут соавторами вашего бизнес-плана. Привлекайте молодежь к реализации своих планов. Юмор и смех – источник вдохновения.

8. Проливайте пот. Да, точно! Делайте упражнения! Упражнения выделяют эндорфины, которые являются инновационным соком. Позвольте уму блуждать, в то время как Вы бегаєте или едете на велотренажере, читая отчеты на конец года. Просто не забудьте блокнот, чтобы записать все ваши замечательные идеи!

9. Запоминайте свои необычные сны. Кто-нибудь когда-нибудь говорил вам: «Я видел тебя во сне?» Если да, не стесняйтесь приступить к работе немедленно. Сны приводят к новой идее. Элиас Хоу видел во сне как дикий человек пришел и оторвал его одежду острыми зубами. Вскоре он изобрел швейную машину. Запоминайте идеи, которые вы видели или слышали во сне.

Креативный климат

Если бизнес-климат правильный, то создание креативной среды также благоприятно. Если правильный деловой климат не сформировался, креативность любого владельца и менеджера бизнеса не будет продолжительной. Некоторые особенности правильного делового климата:

- Доверительное управление, которое не контролирует сотрудников.
- Каналы связи открыты между всеми участвующими сторонами.
- Общение с внешним миром и связь с окружающими.
- Большое множество типов индивидуумов.
- Подготовка к переменам.



- Интерес к проверке новых идей.
- Небольшие опасения по поводу неисправностей, вызванных ошибкой.
- Отбор и продвижение персонала в соответствии с их опытом работы.
- Использование методов, которые поощряют идеи через систему обсуждения и предложения.
- Финансы, человеческие ресурсы и время достаточное для достижения цели.

Инновации и предприниматель

Основным видом предпринимательского процесса является инновация. Исследователи и авторы в области предпринимательства соглашаются, по большей части, с известным консультантом и автором Питером Ф. Дракером о понятии инноваций. Он считает: «Инновации – уникальная особенность предпринимательства. Благодаря этому предприниматели находят новые источники богатства или превращают существующие ресурсы в богатства».

Инновации – процесс, которым предприниматели преобразовывают возможности (идеи) в рыночные решения. Инновации являются катализатором изменений. Инновационный процесс начинается с хорошей идеи. Происхождение идеи очень важно, и роль креативного мышления может быть жизненно важной в этом развитии. Существенное различие между идеей, которая является результатом простого предположения и той, которая является результатом исследования, опыта и труда. Более важно то, что будущего предпринимателя следует поощрять, чтобы получить некоторые из лучших идей, разработанных на этапах развития. Таким образом, инновация представляет собой сочетание хорошей идеи и концепции настойчивости в ее реализации.

Инновационный процесс

Большинство инноваций являются результатом сознательного и целенаправленного поиска возможностей. Этот процесс начинается с анализа источников новых возможностей. Друкер отметил, что, поскольку инновации являются концептуальными и воспринимаются по-разному, будущие новаторы должны выходить, смотреть, спрашивать и слушать. Успешные новаторы используют как правую, так и левую стороны своего мозга. Они смотрят на цифры. Они смотрят на людей. Они аналитически определяют инновации, которые должны удовлетворять возможности. Затем они изучают потенциальных пользователей продукта, чтобы изучить их ожидания, ценности и потребности.

подавляющее большинство инноваций просты и компактны. Они направлены к определенному, четкому, и тщательно разработанному продукту. В ходе их реализации они создают новых потребителей и рынки. Лучший пример – сегодняшняя мобильная технология (мобильные телефоны). Хотя эта технология имеет сложность, она проста в использовании и ориентирована на реалистичную рыночную нишу: все технологии внедрены в одно вещество и рекомендуются людям, для использования их в любом месте.

Прежде всего, инновации часто требуют больше работы, чем таланта. Как однажды сказал Томас Эдисон: «Гениальность состоит из 1% вдохновения и 99% труда». Новаторы часто работают только в одной области. При всех своих инновационных достижениях Эдисон работал только в области электричества.

Виды инноваций

Существует четыре основных типа инноваций. Они основаны исключительно на новых товарах и услугах и подвержены изменениям существующих товаров и услуг:



- Изобретение: изобретение нового продукта, услуги или процесса часто является новым или неэффективным. Эта концепция считается «революционной».
- Расширение: расширение существующих товаров, услуг или процессов. Эта концепция создает новые способы применения существующих идей.
- Дублирование: повторение уже существующего товара, услуги или процесса. Но это не просто вопрос повторения, это признак частного креатива предпринимателя, направленного на укрепление или улучшение товара, преодоление конкуренции.
- Синтез: сочетание существующих концепций и факторов с новой формулировкой. Поиск способа повторного изучения ранее созданных идей и поиск способа для нового применения.

Основные ошибочные представления об инновациях

Концепция инноваций в целом породила множество ошибочных выводов и идей. Кажется, что у каждого есть мнение относительно того, что представляет собой нововведение.

- Инновации планируются и вполне предсказуемы. Это утверждение основано на старой концепции, согласно которой инновации следует оставлять отделу исследований и разработок. На самом деле мы не можем прогнозировать инновации, это может сделать каждый.
- Технические характеристики должны быть тщательно подготовлены. Этот вывод пришел из инженерной отрасли, которая разрабатывает планы, прежде чем развиваться дальше. Тщательная подготовка хороша, но иногда это занимает слишком много времени. Чаще всего очень важно использовать метод проверки/тестирования.
- Инновации основаны на мечтах и фантастических идеях. Креативный процесс важен для признания инновационной идеи. Однако, поскольку опытные новаторы очень практичны, инновации основаны скорее на действительности, чем на воображении.
- Хорошие идеи более распространены в крупных проектах, чем в небольших. Неоднократно доказано, что это утверждение неверно. Напротив, крупные предприятия побуждают сотрудников работать в небольших группах, поскольку более мелким группам легче придумывать новые идеи.
- Технология является движущей силой успеха инноваций. Технология – это источник инноваций, и не только. Существует несколько источников инновационных идей. Хотя технология является основной движущей силой большинства нововведений, она не является фактором успеха. Более того, клиент или рынок являются движущей силой любых инноваций. Наибольшую вероятность успеха имеют инновации, ориентированные на рынок или клиентов.

Принципы инноваций

Потенциальные предприниматели должны понимать, что есть принципы инноваций. Эти принципы могут быть изучены и объединены с возможностями, люди могут участвовать в инновациях. Список основных принципов, которые мотивируют инновации, заключается в следующем:

- Будьте ориентированы на действия. Предприниматели должны постоянно искать новые идеи, возможности и источники инноваций.
- Создайте простой и понятный продукт, процесс или услугу. Люди должны понимать, как работают инновации.
- Сделайте продукт, процесс или услугу для клиента. Новаторы всегда должны думать о потребителях. Новаторы всегда должны помнить о клиенте. Чем больше новатор будет заботиться о конечном пользователе, тем больше вероятность, что концепция будет принята и использована.
- Начните с малого. Новаторам не нужно начинать с проектов огромных масштабов. Напротив, начинайте с небольшого проекта, постепенно развивайтесь, допуская запланированный рост и надлежащее расширение правильным способом и в нужное время.



- Поставьте высокую цель. Найдя нишу на рынке, новаторам необходимо установить высокий уровень успеха.
- Пробуйте/тестируйте/пересмотрите. Новаторы должны соблюдать правила регулярной проверки/тестирования/пересмотра. Это поможет устранить любые дефекты в товарах, процессах или услугах.
- Учитесь на ошибках. Инновации не являются залогом успеха. Что еще более важно, отказ часто является причиной инноваций.
- Следуйте графику. Каждый новатор должен планировать и добиваться определенных успехов в соответствии с установленным графиком. Хотя проект может идти впереди или отставать от графика, все же важно планировать и оценивать свой проект.
- Вознаграждение героической деятельности. Этот принцип применяется к тем, кто пытается внедрять инновации. Инновационная деятельность должна быть с должным уважением вознаграждена. Это также способ достижения инноваций. Инновационная работа должна рассматриваться как героическая деятельность, которая откроет новые горизонты для предприятия.
- Работа, работа и еще раз работа. Это простое, но точное наставление, с помощью которого можно определить принципы инноваций. Для успешной инновации требуется работа, а не гениальность или магия.