

Креативное мышление: что это и зачем оно нужно? Есть ли в нем необходимость, если Ваш бизнес строится в области наукоемких технологий.

Конечно, у каждого человека существует свое представление о «креативном мышлении». Кто-то скажет, что это свобода мысли, не ограниченная какими-либо рамками; кто-то – что это способность видеть несколько путей решения той или иной задачи одновременно; для кого-то это возможность генерировать идеи, подходить к решению каждой задачи творчески. Подведя итог, можно сказать так:

**Креативное мышление** – это ряд систематических *приемов*, используемых для генерации и изменения концепций и способов восприятия. Это так же *исследование* различных подходов и возможностей, в отличие от прямолинейного движения по избранному пути.

Оно необходимо, как в предпринимательстве, так и в бизнесе. В отличие от предпринимательства, которое направлено на проявление инициативы и предприятие чего-либо с целью получения прибыли, бизнес *делает* полезные вещи для людей, за что те им платят. Бизнес – это производство необходимого, полезного. Цель его не может заключаться в собственной выгоде.

В конце концов, бизнес – это динамический процесс продвижения, изменения и создания нового. Он требует применения огромного количества усилий, энергии и страсти для поиска и воплощения новых идей и креативных решений.

План действий любого бизнесмена заключается в следующем:

1. Определение проблемы
2. Применение творческого подхода к ее решению
3. Выбор решения
4. Его реализация

## Задание 1.

Эта работа должна проводиться в парах, которые Вы выбрали для работы.

Вы должны ответить друг другу на вопрос «Кто я», написав как минимум 10 определений себя. А лучше 20. (Я – человек, мужчина, ученый, физик, отец, муж, фотограф, путешественник и т.д.) Чем больше, тем лучше.

Благодаря этому упражнению, Вы докапываетесь до глубинных субличностей, которые помогут Вам не только лучше понять себя, но и вывести наружу помощников из себя же самих, которые помогут Вам раздвинуть свои рамки и выйти за них. Переход познания своей роли в мире (студент, ученый) до внутренне социальной роли (творец, путешественник) выявляет Ваши сильные стороны.

Иногда решение задачи, над которой Вы долго бьетесь, кроется с обратной стороны медали, которую никак не может рассмотреть Ваш внутренний физик-экспериментатор, но легко увидит творец-фотограф. Ведь каждая отдельная Ваша субличность обладает определенными сильными сторонами.

## Задание 2.

Возвращаемся к списку тех проблем, которые Вы уже написали. Те вещи, которые «мешают вам жить». Вы должны разбить их на несколько групп (группировка происходит по признакам на Ваше усмотрение).

1. Общность проблемы (что мешает не только Вам, но и большей части людей).
2. Актуальность
3. Проблемы, влияющие на скорость перемещение, т.е. оптимизация которых уменьшает временные затраты
4. Серьёзные улучшения и т.д.

Повторимся, что это разбиение происходит на Ваше усмотрение. Задача: уменьшить количество проблем, и увеличить наполняемость каждой группы.

Критерии выбора – личная оценка и параметры.

1. Из всего списка выбирается **НАИБОЛЕЕ** актуальная (на Ваш с партнером взгляд) проблема.
2. Потом **проблему переформируем в задачу**.
3. Находим несколько (от 5-ти) путей её решения.

План: фокусируемся на проблеме, находим **ТОЧКУ**, в которой проблема начинается. **Пример:**

Проблема-постоянно разряжается телефон. Задача – увеличить жизнь телефона в рабочем состоянии. Точка – зарядка. Решение для бизнеса – разовые аккумуляторы.

Вы должны подойти к решению задачи, анализируя **ВСЕ** возможности. Важно: продумать всё, не торопясь.

Многих людей пугает вопрос: «а как *это* можно сделать лучше»? Они не привыкли думать и улучшать что-либо. Кошмар любого российского менеджера – прийти на работу и там не обнаружить проблем. Им тогда нечего будет делать. Вместо того, чтобы работать на улучшение, они работают на постоянное латание дыр.

Самая важная задача для Вас – поиск *возможностей для улучшения*. Это и есть творчество. Творческие личности – не те, кто постоянно улучшает процесс, в отличие от тех, кто просто постоянно работает ради процесса.

## Задание 3.

Подвергнуть сомнению найденное решение.

Взять существующий бизнес в области выбранной проблемы и рассмотреть со всех сторон (например: поставщики, покупатели, логистика и т.д.). Убрать одно звено, что будет являться дополнительной проблемой действующего бизнеса. И найти путь ее решения.

Пример: если нет возможности снять для занятий помещение, как тогда получить результат, т.е. информацию? Решение: вебинар, издательство книги и т.д.

Таким образом, чтобы найти **альтернативное решение**, необходимо помнить, что точка, от которой приходится отталкиваться – это точка стыка бизнеса и потребителей. Пример:

Цепочка продажи кофе: продавец готовит кофе и подает его покупателю.

Если из цепи вытащить продавца кофе. Точка этой бизнес-идеи: «продажа без продавца».

Решением этой задачи в свое время стали автоматы, продающие кофейные напитки.