

تکنیک‌های خلاقیت در کارآفرینی

خلاقیت در مرزهای تاریکی متولد می‌شود. در انتهای بن بست ها و در آنجا که به نظر می‌رسد راه دیگری نیست. در واقع نوآوری و خلاقیت جایی شکوفا می‌شود که راه‌های کهنه و قدیمی پاسخگویی نیاز فعلی یا خواسته موجود نیست، یا برآورده کارشناسان خلاقیت معتقدند "برآورده شدن مناسب نیازها شرط لازم شدن آن به زمان و صرف هزینه زیادی محتاج است برای به وجود آمدن آمل و آرزوهاست. به عنوان مثال یک فرد گرسنه و آواره هرگز به فکر پرواز بر فراز کوه‌ها نخواهد افتاد. بسیاری نیز معتقدند که خلاقیت در نیاز متولد می‌شود همان گونه که بسیاری از اختراعات بزرگ نه محصول تعریف "مشکلی خاص بلکه برای برآوردن نیازی خاص به وجود آمده‌اند.

برای گذر گام به گام از تاریکی و ساختن جاده‌های تازه برای عبور در انتهای راه‌های قدیمی (در حوزه نیازهای زمینی بشر) تفکر خلاق تکنیک‌هایی ارائه می‌کند که با راهبرد ذهن و افزایش کارایی آن منجر به بروز خلاقیت و افزایش ایده‌های نو می‌شود. متفکران معتقدند یکی از خصوصیات بارز افراد خلاق، آن است که توانایی "نوع دیگر دیدن"، در آن‌ها زنده و فعال است. منظور از "نوع دیگر دیدن" این است که تنها به یک حالت، به یک تعریف و یک تعبیر از رویدادها اکتفا نکرده و از خود پرسید که غیر از این، چه تعبیر دیگری می‌تواند برای این رویداد خاص وجود داشته باشد. تکنیکی وجود دارد که فرایند اخیر را در انسان فعال می‌سازد. این تکنیک ساده، پرسیدن یک سؤال از خود، در هنگام مواجهه با مسائل و موضوعات است. این سؤال حرکت‌دهنده در جهت توسعه نگاه انسان، سؤال "دیگه چی؟" است که موتور تفکر خلاق فرد را روشن می‌کند و از این طریق شخص، خود را وادار می‌سازد که به دنبال برداشته‌ها و تعبیر دیگری از موضوع برود و به یک تعبیر، بسنده نکند. هر چه در مورد یک موضوع، تعداد تکرار این سؤال، بیشتر باشد دستاورد آن بیشتر خواهد بود. این دستاورد، دستیابی به ایده‌های هرچه بیشتر است. البته این امر، اسبابی دارد که از اصلی‌ترین آن‌ها، پرهیز از تعجیل برای باید به خود، زمان کافی جهت دستیابی به راه‌حل‌های هر چه بیشتر را داد، حوصله داشت. به پایان رساندن حل مسئله است و تمام توان خود را در این راستا به کار گرفت. در ادامه و بر اساس بررسی تکنیک‌ها و روش‌های مختلفی که متفکران شاخص تفکر خلاق ارائه کرده‌اند به برخی دیگر از تکنیک‌ها در قسمت دوم این مقاله می‌پردازیم. پیش از طرح سایر تکنیک‌ها به یک پیش نیاز اشاره می‌کنیم که لازم است در موضوع تفکر خلاق و روش طوفان ذهنی به آن توجه داشته باشیم.



به تعویق انداختن قضاوت، یک پیش نیاز مهم در استفاده از تکنیک‌های ایده‌یابی است. تا مدت‌ها عقیده بر آن بود که مرحله ایده‌یابی حل خلاق مسائل را به شانس واگذار کنند. اکنون روشن شده است که می‌توان به طور سنجیده و با برنامه، ایجاد ایده را توسط اصولی افزایش داد. یکی از این اصول "به تعویق انداختن قضاوت" است. در طی جلسات یورش فکری و تقریباً در زمان مشابه، با به تعویق انداختن قضاوت، و تا دستیابی به سرنخ‌های کافی برای حل یک موضوع، می‌توان تعداد ایده‌های خوب مطرح شده را تا دو برابر افزایش داد. انسان در ایده‌یابی، بر حسب غریزه، به قضاوت زودرس

گرایش دارد، با وجود این در مواردی دیگر قضاوت را به تعویق می‌اندازد. هنگامی که برای یافتن یک لغت مترادف مناسب در فرهنگ لغات به جستجو می‌پردازد، در لغت اول، دوم یا سوم توقف نمی‌کند، لیکن مجموعه تمام لغات را مشاهده می‌کند و سپس، قضاوت و ارزیابی را انجام می‌دهد که در این مورد روش صحیحی است زیرا فرهنگ لغات، فهرست آماده‌ای در دسترس ماست. برای برخی از مسائل دیگر نیز صورت آماده‌ای در دست داریم. هنگامی که به مسئله انتخاب کاغذ دیواری مناسب برای اتاق نشیمن خود بر می‌خوریم، به مغازه تزئینات منزل مراجعه می‌کنیم و با مرور در کاتالوگ کاغذهای دیواری، پس از بررسی انواع موجود _ که مرحله تصویری را پشت سر می‌گذارد _ قضاوت می‌نماییم و تصمیم می‌گیریم. بنابراین در تمام مواردی که برای تأمین نیازها، صورت و فهرستی وجود دارد به همین ترتیب عمل می‌کنیم. لیکن در بیشتر مسائل، صورت و فهرست آماده‌ای وجود ندارد. لذا باید خود صورتی از راه‌های مختلف را خلق کنیم.

چندین پروژه تحقیقاتی، اهمیت اصل تعویق قضاوت را مورد تأیید قرار داده‌اند. به عنوان مثال دکتر "مدو" و "دکتر پارنر" (استادان دانشگاه بوفالو و متخصصان امر خلاقیت) در یک مطالعه به همراه جمعی، مسئله‌ای را یورش فکری نمودند. در حالی که گروه دیگری از ایده‌جویان با همان تعداد شرکت‌کننده به‌طور انفرادی همان مسئله را به روش معمول _ یعنی بدون تعویق قضاوت در هنگام ایده‌یابی _ مورد بررسی قرار دادند. نتیجه مطالعات نشان داد که در مدت زمانی مساوی، گروه اول، ۷۵ درصد بیش از گروه دوم ایده‌های خوب ایجاد کرده است. همین بررسی‌ها در مورد ایده‌جویی به صورت فردی نیز انجام شد، و نشان داد هنگامی که ایده‌جویان فردی، اصل تعویق قضاوت را رعایت می‌نمایند به‌طور مرتب دو برابر زمانی که اجازه می‌دهند قضاوت به‌طور هم‌زمان دخالت کند، ایده‌های خوب ایجاد شده است. تعویق قضاوت، موضع‌گیری قدرتمندی است که بر اساس آن، حصول ایده‌های خوب در مدت زمان مساوی (نسبت به همان عمل، بدون تعویق قضاوت) را به‌طور چشمگیری افزایش می‌دهد. این موضع‌گیری از شروط اساسی جلسات ایده‌یابی (به ویژه به روش یورش فکری) است، و از دیدگاهی دیگر می‌توان گفت: روش کاربردی استفاده از تعویق قضاوت در زمان ایده‌یابی، در جلسات یورش فکری است.

روش‌ها و تکنیک‌های خلاقیت و نوآوری

تکنیک‌های خلاقیت به عنوان ابزاری برای رشد خلاقیت و افزایش توان حل خلاق مسئله کمک‌شایانی به توان فرد در تمام مراحل خلاقیت و فرآیند حل خلاق مسئله می‌نماید. به عبارت دیگر هر یک از تکنیک‌های خلاقیت، مرحله یا مرحله‌ای از فرآیند خلاقیت را تقویت می‌کنند. این تکنیک‌ها فردی و گروهی می‌باشند که تکنیک‌های فردی شامل: توهم خلاق و DOIT و تکنیک‌های گروهی شامل طوفان فکری، دلفی، سینکتیکس و تکنیک‌های مشترک شامل اسکمپر، در هم شکستن مفروضات، چرا، مورفولوژیک است. محور اصلی تمام این روش‌ها و تکنیک‌ها، شکستن قالب‌های ذهنی است.

Creativity



تکنیک طوفان ذهنی

طوفان ذهنی که یکی از شیوه‌های برگزاری جلسات و مشاوره و دستیابی به انبوهی از ایده‌ها برای حل خلاق مسائل می‌باشد در سال ۱۹۳۸ توسط الکس اس اسبورن ابداع شد. این واژه هم اکنون در واژه‌نامه بین‌المللی وبستر اینگونه تعریف می‌شود:

اجرای یک تکنیک گردهمایی که از طریق آن گروهی می‌کوشند راه حلی برای یک مسئله به خصوص با انباشتن تمام ایده‌هایی که به طور خود به خود و درجا به وسیله اعضا ارائه می‌شود بیابند.

تفاوت های طوفان ذهنی فردی و گروهی:

طوفان ذهنی فردی با تولید طیف گسترده تری از ایده‌ها همراه است و کمتر منجر به ایده‌هایی کارا و عملی می‌شود. نکته‌ی جالب توجه این است که فرد به هنگام انزوا از گروه دیگر ترسی از انتقاد ندارد و بدون هیچ‌گونه محدودیتی از طرف اعضا برای تجزیه ایده‌ها آزاد می‌باشد. اما مزیت طوفان گروهی این است که مشکلات ایده‌ی فرد به وسیله تجربه و خلاقیت افراد دیگر حل می‌شود و از بین می‌رود. اگر بخواهیم نتیجه مطلوب تری از طوفان ذهنی داشته باشیم می‌توانیم این دو نوع طوفان ذهنی را ترکیب کنیم.



تکنیک "چرا؟"

تکنیک "چرا؟" دقیقاً مثل چراهای مکرر کودکی است که کودکان برای گسترش فهم خود از دنیای اطرافشان از والدین می‌پرسند. اما با این تفاوت که در بزرگسالی باید یاد گرفته‌هایمان را زیر سوال ببریم. سادگی این تکنیک باعث شده است، بسیاری از مردم متوجه اهمیت و نقش آن نشوند و این تکنیک برای ایده‌یابی و ایده‌پردازی به کار می‌رود. به عنوان مثال برای شناسایی و تعریف درست و کامل مسئله می‌توان از این تکنیک استفاده کرد. بلکه استفاده از این تکنیک به ما کمک می‌کند تا موقعیت و وضعیت را بهتر و روشن‌تر مشخص کنیم و در فرآیند آن به ایده‌های جدیدی دست یابیم.



تکنیک توهم خلاق

خیلی اوقات آنچه را که فکر می‌کنیم واقعیت است، واقعیت نیست. واقعیت‌ها با پنج حس انسان درک می‌شوند. چیزهایی که چشم می‌بیند و طوری که مغز آن را تفسیر می‌کند باعث این خطا می‌شود. چشم می‌بیند، اما وظیفه‌ی ذهن چیز دیگری است. کار ذهن مرتب کردن، دسته‌بندی و قابل فهم کردن جرقه‌هایی است که پس از دیدن، مغز آن را ایجاد می‌کند بنابراین تصاویری که در ذهن است، کپی مستقیم اشیاء نیست بلکه کدهای خلاصه‌ای است که از طریق شبکه‌ی عصبی مغز می‌رسد. منظور و هدف این تکنیک این است که شما بتوانید با قدرت توهم بعضی از اوقات با خطاهای عمدی طور دیگری به مسائل نگاه کرده تا بدین وسیله اصل و واقعیت موضوع را دریابید. این سعی باعث می‌شود مقداری اطلاعات از شکاف‌های موجود در بافت‌های عصبی، آزاد شده و به وسیله پیوند با اطلاعات قبلی، الگوی ذهنی جدیدی ساخته شود و یا موضوع از الگوی ذهنی قبلی به الگوی دیگری انتقال یابد.



تکنیک پی. ام. آی (P.M.I/Plus Minus Interesting)

یکی از ارزش‌های این تکنیک آن است که انسان را مجبور می‌سازد تا دقایقی بر خلاف قالب‌های ذهنی‌اش تفکر کند و به مرور نسبت به قالب‌های ذهنی خود آگاه‌تر و مسلط‌تر شود، لذا آمادگی ذهنی بیشتری برای خلاقیت پیدا می‌کند. نام این تکنیک برگرفته از حروف اول سه کلمه Plus به معنی افزودنی، Minus به معنی کاستن و Interesting به معنی جالب می‌باشد. روش کار چنین است که ابتدا فرد توجهش را به نکات مثبت موضوع یا پیشنهاد و سپس به نکات منفی و نهایتاً به نکات جالب و تازه آن که نه مثبت است و نه منفی، معطوف می‌کند و در پایان نسبت به تهیه لیست نکات مثبت یا مزایای موضوع، لیست موانع، محدودیت‌ها و نکات منفی موضوع و لیست نکات جالب و تازه موضوع اقدام می‌کند. یکی از مهمترین کاربردهای این تکنیک زمانی است که نسبت به یک قضیه اطمینان داریم، نه مواردی که نسبت به آن شک و ابهام داریم. به عبارت دیگر هر چه نسبت به موضوعی بیشتر بدبین یا خوش بین باشیم استفاده از این تکنیک کارگشایتر و اثر بخش‌تر خواهد بود. برای یافتن نکات جالب کافی است که جمله‌ی "چقدر جالب می‌شود اگر.." را کامل کنیم.



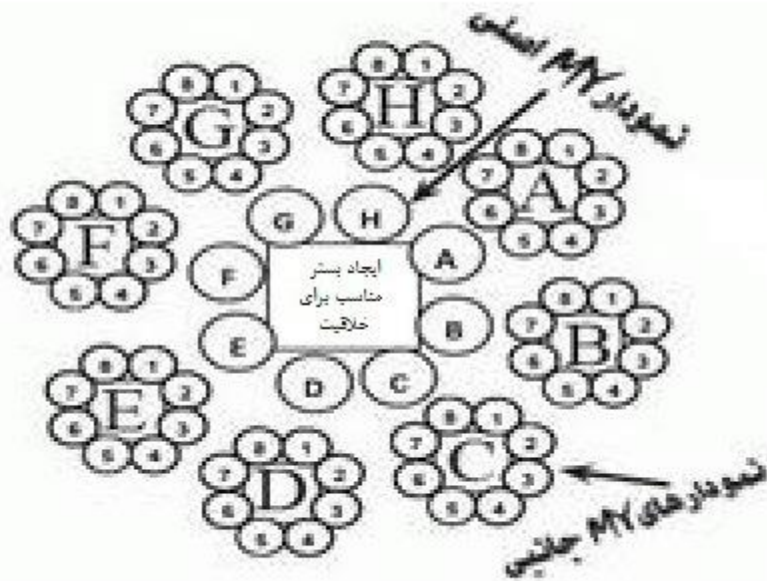
تکنیک DOIT

نام این تکنیک از حروف اول چهار کلمه ی Define به معنی تعریف کردن Open به معنی باز کردن Identify به معنی شناسایی Transform به معنی تبدیل کردن، تشکیل شده است. منظور از انتخاب این واژگان این است که برای حل مشکل لازم است ابتدا موضوع و مسئله را دقیق تعریف و مشخص نمود. سپس ذهن را برای راه حل های مختلف باز نگه داشته تا بهترین راه حل شناسایی و در نهایت آن را به عمل تبدیل کرد.



تکنیک شکوفه ی نیلوفرآبی

این تکنیک توسط یاسوآماتسومورا طراحی و ارائه شده است. طرح این ایده بر گرفته از شکوفه نیلوفر آبی می باشد بدین صورت که گلبرگ های شکوفه نیلوفر آبی به دور یک هسته مرکزی خوشه می زنند و از آن نقطه گسترش می یابند. با ایجاد پنجره هایی مشابه با پنجره های مورد استفاده در برنامه کامپیوتری، بخش هایی از یک تابلوی ایده را می توان به صورتی تقسیم بندی کرد که یک موضوع اصلی برای استخراج ایده در پنجره های جانبی، مورد استفاده قرار گیرد به نوبه خود مراکز مجموعه های جدید پنجره را تشکیل می دهد.



تکنیک چه می شود اگر...؟

به طور کلی برای خلاقیت باید فکر، از قالب های ذهنی، شرایط موجود، پیش فرض ها، عادات و استانداردها آزاد شود تا بتواند موضوع را از زوایای مختلف رویت و ایده های جدیدی را تداعی کند. بر همین اساس این تکنیک کمک شایانی به آزاد سازی فکر برای جمع آوری ایده های جدید می کند. در این روش توصیه می شود برای یافتن ایده های جدید از سوالات "چه می شود اگر...؟" استفاده کنید و آن را به قدری تکرار و تمرین کنید که برایتان یک عادت شود. از این تکنیک می توان برای یافتن افزایش قدرت خلاقیت بدون داشتن موضوع به خصوصی استفاده کرد، ضمن اینکه به عنوان یک تفریح یا شوخی و سرگرمی در همه ی اوقات قابل استفاده است.

تکنیک اسکمپر SCAMPER

در طول روز ایده های جدید زیادی در ذهن انسان موج می زند که بعضی از آن ها واقعا با ارزش و بعضی بی ارزشند. اما تا زمانی که آن ها را شکار نکنیم نمی توانیم بگوییم کدام ارزشمند است. چرا که فرآیند خلاقیت و نوآوری از تصور شروع می شود و پس از مهندسی، تصور تبدیل به ایده می گردد. برای رسیدن به یک ایده لازم است ابتدا اجازه دهیم تصورمان به آسمان صعود کند، سپس آن را به زمین آورده و مهندسی کنیم. یعنی آن را بررسی، ارزیابی، تجزیه، تحلیل، ترکیب، تکمیل و تصحیح نماییم تا به یک تصور مهار شده یعنی «ایده» دست یابیم و این ایده وقتی ارزش بررسی و تجزیه و تحلیل دارد که خواب را از شما گرفته باشد. اگر ایده ها مدیریت نشوند، این قدرت خلاقه به سرعت می تواند تبدیل به یک ضعف شود و کاری را که باید انجام دهیم، کنترل و سازماندهی ایده هاست.

کاربرد اصلی این تکنیک بر پایه ایده یابی فردی طراحی شده است که می تواند به نحو بسیار اثر بخشی برای گروه ها نیز مفید باشد. هدف اصلی این تکنیک قدرت تصور است تا آن را در جهات و ابعاد مختلف و ضروری به حرکت درآورد. این تحریک به وسیله یک سری سوالات تیپ و ایده برانگیز صورت می گیرد که شخص در رابطه با مسئله مورد نظرش، از خود سؤال می کند و در نهایت با افزایش ایده ها، کیفیت ایده ها تضمین و ارتقاء می یابد. واژه SCAMPER از ابتدای حروف واژه های سؤال برانگیز گرفته شده که در دستیابی ایده های نو بسیار موثر است.

Substitute

Combine

Adapt

Modify/Distort

Put to other purposes

Eliminate

Rearrange/reverse

_ حرف S بر گرفته از کلمه Substitute به معنی جانشین سازی است. اینکه

چه مواردی را می توان به جای موارد فعلی به کار برد؟

به جای او چه کسی را می توان به کار گمارد؟

از چه فرآیند دیگری می توانیم استفاده کنیم؟

_ حرف C بر گرفته از کلمه Combine به معنی ترکیب کردن است. اینکه :

موقعیت و وضعیت فعلی با چه چیز دیگری می تواند مخلوط شود؟

مثال : اگر در زندگی روزمره به پیرامون خود دقت کنید به ایده برانگیز بودن این سوال پی خواهید برد. کالاهایی چون دستمال کاغذی با رایحه ی دل انگیز، کفش های کودکان که هنگام راه رفتن صدا می دهند، یا چراغی که در پاشنه ی کفش روشن می شود، همه حاصل این سوال است.

_ حرف A بر گرفته از کلمه Adapt به معنی رفاه، سازگاری و تعدیل کردن است. پاسخ به اینکه :

آن را شبیه چه چیزی می توانیم بسازیم؟

مثال : ایده ی نوشیدن نوشابه با نی ، یک ایده ی خلاق است که خمیده کردن و به صورت L در آوردن نی سبب راحتی و زیبایی بیشتر شده است.

_ حرف M بر گرفته از کلمه Maginfy/Modify به معنی تغییر/بزرگ سازی است. اینکه :

اگر رنگ، سرعت، شکل و .. را تغییر دهیم چطور می شود؟

آیا باید بزرگ تر، قوی تر و با ارزش تر گردد؟

چرا آن را چند برابر نکنیم؟

برای مثال : چند مداد بزرگ و غول پیکر می تواند طرح بسیار زیبایی به ورودی یک دانشگاه بدهد، یا یک کپسول آنتی بیوتیک را می توان چند هزار برابر کرد و به عنوان تابلو یک داروخانه مورد استفاده قرار داد.

_ حرف P بر گرفته از کلمه Put to other purposes/Uses به معنی استفاده در سایر موارد است. پاسخ به اینکه :

چه استفاده ای از مواد زاید آن می توان کرد؟

با محصولات مردود شده یا ایده های شکست خورده چه می توان کرد؟

مثال: روزی نوجوانی این سوال را از خود پرسید که «چه استفاده ای می توانم از این ماشین چمن زنی خراب بکنم؟» سپس ماشین چمن زنی را به دوچرخه ی خود وصل کرد و بدین طریق اولین موتور گازی دنیا متولد شد. آن نوجوان "سویی شیرو هوندا" بود که اکنون یکی از بزرگترین خودروسازان جهان است.

_ حرف E بر گرفته از کلمه Eliminate به معنی حذف کردن است.

چگونه می توان آن را متراکم تر و فشرده تر کرد؟

چه می شود اگر کوچک تر شود؟

چه چیزی را می توان حذف کرد؟

آیا می توان این عمل را سریع تر انجام داد؟

مثال : حذف سیستم میکروفن سبب ساخت میکروفن های یقه ای و حذف سیم تلفن موجب ساخت گوشی های تلفن همراه شد.

_ حرف R بر گرفته از کلمه Reverse/Rearrange به معنی بازآرایی/معکوس سازی است.

مثال : اگر به جای جمله ی "بعد از فروش پس گرفته نمی شود." در مقابل مشتری ها بنویسیم "بعد از فروش پس گرفته می شود" چه اتفاقی خواهد افتاد؟ آیا مشتری با اطمینان بیشتری خرید خواهد کرد؟

کشف قانون جاذبه توسط نیوتن نیز حاصل این سوال ساده بود "چرا وقتی سیب از درخت جدا شد، به طرف پایین آمد و بالا نرفت؟"

در نظر داشته باشیم که در بعضی از کتاب های خلاقیت، حرف ابتدای کلمه ی rearrange برای R آمده است که به معنی چیدمان دوباره و تغییر در ترکیب است و سوالات زیر را می توان برای آن به کار برد:

به چه نحو دیگری می توان در ترتیب قرار گرفتن این ها تغییر ایجاد کرد؟

چه زمان دیگری برای آن کار بهتر است؟

به یاد داشته باشید که اگر دو روش برای انجام کاری وجود دارد، شما باید بدنبال روش سوم برای انجام آن بگردید!

تکنیک در هم شکستن مفروضات

یکی از موانع مهم خلاقیت، مفروضات قبلی است که نا خودآگاه اجازه نمی دهد فکر در همه جهات به حرکت در آید بسیاری از مفروضات قبلی ممکن است در اصل همان زمانی که در ذهن ما ایجاد شده اند، غلط باشند، مثل خطر ناک بودن دوچرخه در ذهن کسی که خواب تصادف شدید با دوچرخه را دیده است. بسیاری از آن ها به مرور زمان اعتبارشان را از دست داده اند یا بسیاری از آن ها به دلیل تغییر شرایط بی اعتبار شده اند. اما مسئله این است که فرد متوجه این تغییرات و اشتباهات نیست و هنوز با مفروضات قبلی به مسئله نگاه می کند. از آنجائی که مفروضات مربوط به قسمت درونی ذهن می شوند و به عبارت دیگر چون آن ها امری درونی هستند نمی توانیم آن ها را به تنهایی فسخ یا از فکر خود جدا سازیم. مثل آن چاقو که نمی تواند دسته اش را ببرد. شناسایی مفروضات خود و دیگران، اولین قدم برای تغییر مفروضات است.

تکنیک تجزیه و تحلیل مورفولوژیک

تکنیک تجزیه و تحلیل مورفولوژیک یا ریخت شناسانه که توسط فریتز زویکی ابداع شد، فنی است که بر اساس آن پدیده ی مورد نظر از جهت ساختار کلی و ابعاد مختلف مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد. به این منظور ابتدا سطوح و ابعاد مختلف موضوع را شناسایی و فهرست می کنیم. برای مثال اگر بخواهیم در مورد بازاریابی یک کالا راه های جدید و بدیعی بیابیم ابتدا باید ابعاد مختلف کالا مثل شکل ظاهری، کاربردهای آن، خواص و فواید آن، وضعیت مشتریان و بازار کالا تبیین و تدوین نمائیم. در این مرحله بایستی سعی کرد ابعاد کالا را بیشتر مشخص کرد. برای اینکه بتوان ابعاد یک موضوع و اجزای متشکله (متغیرهای) آن را با یکدیگر مقایسه و مرتبط نمود، می توان ابعاد اصلی و اجزای آنها را بر روی دایره ای متحد المركز نوشته و با چرخاندن دایره های مختلف، ابعاد و اجزای آن ها را با هم مقایسه و ارتباط آن ها را حدس زد.

تکنیک دلفی

این تکنیک در سال ۱۹۶۴ توسط نورمن دالکی، اولاف هلمر و نیکولاس رشر معرفی شد. این متد بسیار شبیه به تکنیک طوفان ذهنی است با این تفاوت که افراد هیچ گاه به صورت گروه در یک جلسه و دور یک میز جمع نمی شوند و در واقع رویارویی مستقیم رخ نمی دهد. اساس و فلسفه این تکنیک این است که افراد در تکنیک طوفان فکری به علت شرم و خجالت نمی توانستند بعضی از ایده هایشان را مطرح نمایند، لذا در این روش افراد به صورت کلامی و رو در رو درگیر بحث نمی شوند. بلکه رئیس گروه موضوع را به همه اعلام می کند و سپس هریک از افراد به طور جداگانه ایده هایشان را به صورت کتبی (حتی می تواند بدون ذکر نام باشد) برای رئیس گروه ارسال می کنند. سپس رئیس گروه تمام ایده های پیشنهادی را برای تک تک اعضا ارسال می کند و از آن ها می خواهد که نسبت به ایده های پیشنهادی دیگران فکر کنند و اگر ایده ی جدیدی به نظرشان می رسد به آن ها اضافه کنند. این عمل چندین بار تکرار می شود تا در نهایت اتفاق آرا به دست آید. فن دلفی شامل دعوت به مشورت و مقایسه ی قضاوت های بی نام چند نوبتی اعضا ی یک تیم در باره تصمیم یا مسئله می شود.

DELPHI METHOD

Since 1964

Olaf Helmer, Norman Dalkey, Nicholas Rescher

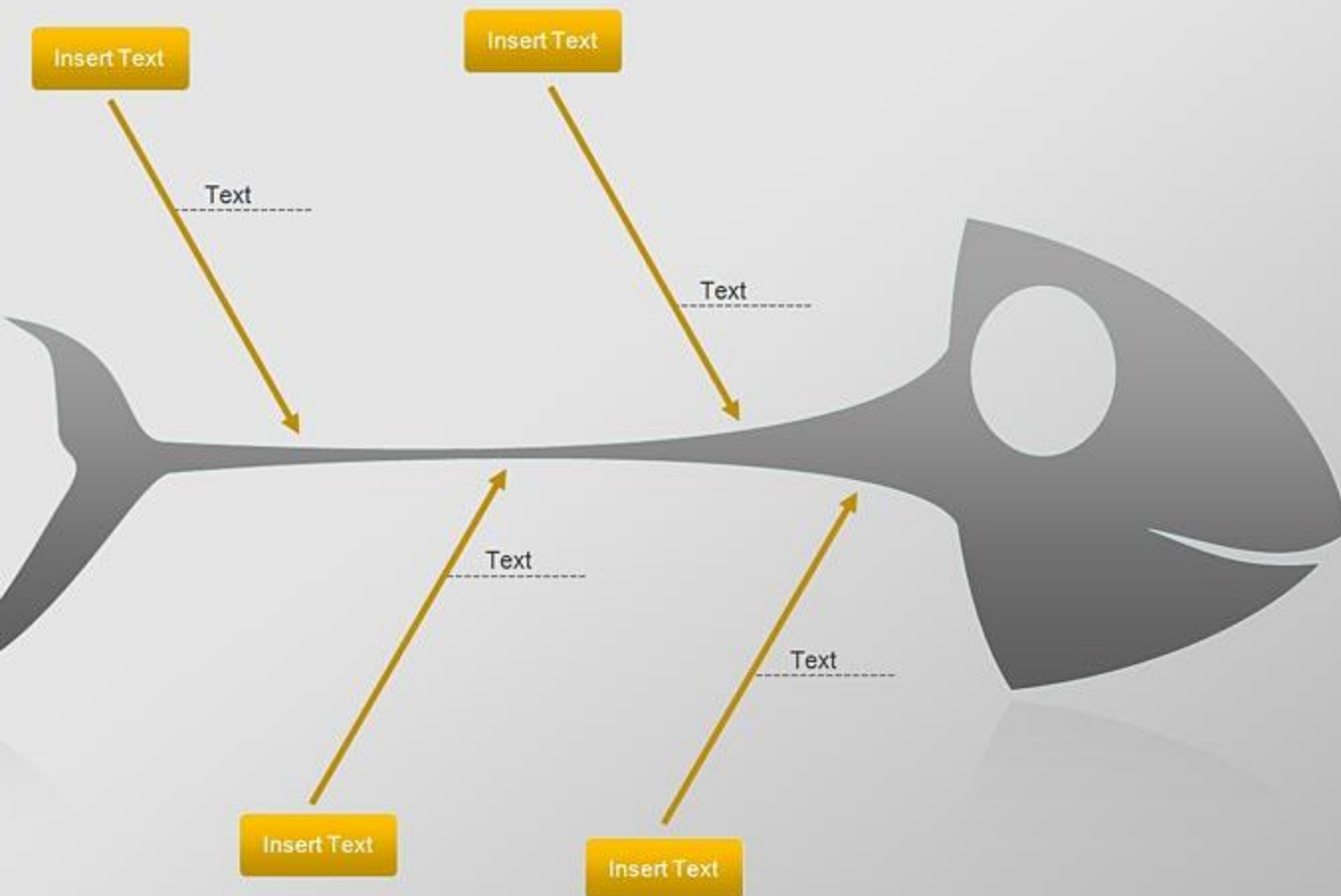
چه موقع از فن دلفی استفاده می شود ؟

۱. هنگامی که می خواهید نظر اعضای یک تیم را در مورد شخصی به دست آورید بی آنکه روبرو شدن آنان سبب احتمال خطا در قضاوت شود
۲. هنگامی که اعضای یک تیم در یک جا مستقر نباشند
۳. زمانی که لازم است اعضای تیم نسبت به تصمیمی که می گیرند و عواقب آن به طور کامل آگاه و مسئول باشند
۴. هنگامی که حضور چهره های بالادست و فشار همتایان بر تصمیم گیری اثر می گذارد.

تکنیک استخوان ماهی (Fishbone Diagram/ علت و معلول)

یکی از روش های بسیار سودمند برای شناسایی مسائل نمودار استخوان ماهی است. نمودار استخوان ماهی که گاهی به آن نمودار ایشیکاوا نیز می گویند توسط پرفسور کائور ایشیکاوا از دانشگاه توکیو طراحی شد. هدف اصلی این تکنیک، شناسایی و تهیه فهرستی از کلیه علل احتمالی مسئله مورد نظر است. این تکنیک در درجه اول یک تکنیک گروهی شناسایی مسئله است اما توسط افراد قابل استفاده می باشد.

fishbone Diagram



تکنیک بازگشت به مشتری

می توانیم با روی برگرداندن از مسائل مربوط به تولید و روی آوردن به مسائل مربوط به بازاریابی، رابطه بین فعالیت های خود و مشتریان را به لحاظ محصول، قیمت، تبلیغ، توزیع و بازار مورد نظر، بررسی می کنیم.

تکنیک گروه اسمی

فن گروه اسمی جنبه های رای دادن بدون بحث های محدود ترکیب می کند که توافق به دست می آید و شما بتوانید به یک تصمیم گروهی برسید.

چه موقع از فن تکنیک گروه اسمی استفاده می شود؟

۱. با موضوعی بحث انگیز، حساس، دارای موافق و مخالف یا بسیاری برجسته مواجه هستید و تصور می کنید عقیده های ضد و نقیض و ده ها دلیل جزئی و تفصیلی ممکن است بحث را فلج سازد.

۲. می خواهید مشارکت مساوی همه ی اعضا را تضمین کنید.

۳. علت اساسی و ریشه ای یک مسئله را شناخته، ولی شناخت نحوه ی اقدام و انتخاب یک گزینه از میان گزینه های بسیار مشکل است.

تکنیک سینکتیکس/Synectics

تکنیک سینکتیکس در سال ۱۹۷۶ توسط گوردون و پرینس معرفی گردید. واژه سینکتیکس از ریشه یونانی الاصل synetikos به معنی فشار دادن دو چیز به یکدیگر و یا متصل کردن چند چیز مختلف گرفته شده است این واژه به این دلیل انتخاب شده است که خلاقیت نیز نوعی هماهنگ کردن چیزهای مختلف در یک قالب یا ساختار جدید است و هر اندیشه خلاق از تفکر سینکتیکس بی بهره نمی باشد این تکنیک روشی است برای برانگیختن تفکر خلاق در میان گروهی از افراد که گرد هم می آیند.

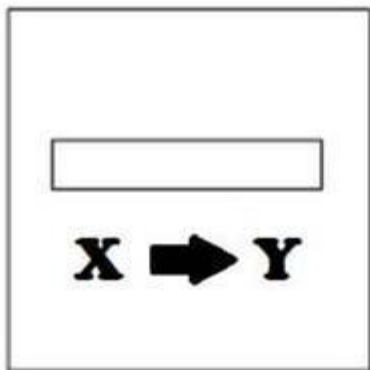


به طور کلی فرآیند به کار گیری این روش عبارت است از:

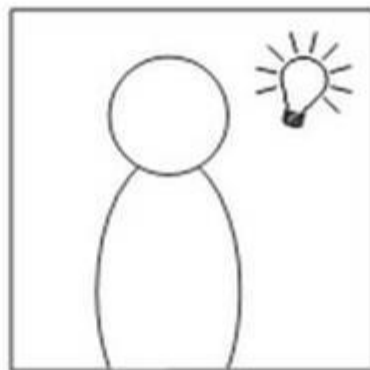
۱. شناسایی و تعریف مشکل و تجزیه و تحلیل آن به منظور رسیدن به ماهیت و شناخت جوهره‌ی آن
۲. ارتباط دادن جوهره‌ی به دست آمده با موضوع غیر مرتبط (ساختن وضعیت مشابه)
۳. کشف راه حل هایی برای موضوع مشابه (راه حل های مشابه)
۴. تلاش برای تبدیل راه حل های به دست آمده به راه حل های نهایی برای مشکل اصلی

شکل زیر بیانگر مراحل فوق بصورت شماتیک به منظور استفاده از روش سینکتیکس می باشد.

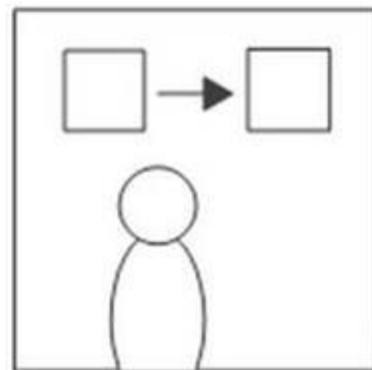
How to Synectics



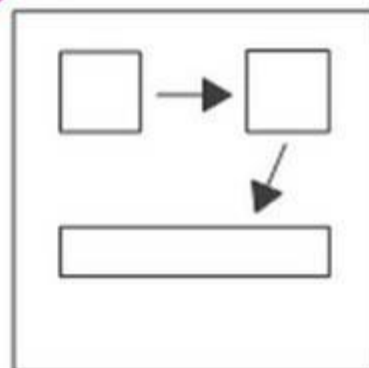
فرموله کردن
و ارتباط دادن



انتخاب ایده های
اولیه



یافتن موارد و
راهکارهای مرتبط



تلاش برای تطبیق راهکارها

