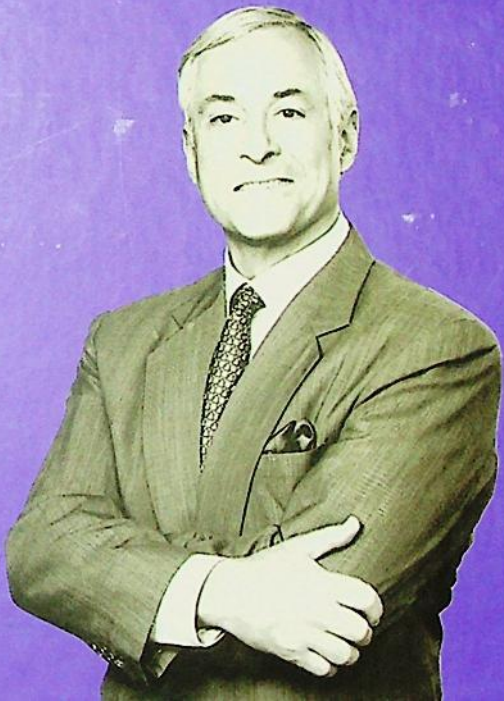
ბრაიან თრეისის წარმატების ბიბლიოთეკა

ბრაიან თრეისი

შემოქმედებითობა და პრობლემის გადაჭრა



შემოქმედებითობა და პრობლემის გადაჭრა

ბრაიან თრეისი

ლურჯი ოკეანე

პროექტის შესახებ

„ლურჯი ოკეანე“ – ეს არის გამომცემლობა „პალიტრა L-ის“ პროექტი, რომელიც მსოფლიოში აღიარებული ბიზნესლიტერატურის ქართულ ენაზე გამოცემას გულისხმობს და მიზნად ისახავს, წარმატებული საერთაშორისო გამოცდილების ქართველი მკითხველისთვის გაცნობის გზით, ჩვენს ქვეყანაში ბიზნესგანათლებას შეუწყოს ხელი.

პროექტი 2015 წელს დაიწყო და მკითხველში დიდი ინტერესი გამოიწვია. პროექტის ფარგლებში უკვე გამოიცა ისეთი ბესტსელერები, როგორიცაა: ბრაიან თრეისის „მიზნები“ და „მარკეტინგი“, დევიდ ალენის „საქმესთან გამკლავების ხელოვნება“, ერიკ რისის „წარმატებული სტარტაპი“, ნაპოლეონ ჰილის „იფიქრე და გამდიდრდი“ და ა.შ.

აღსანიშნავია ისიც, რომ პროექტის ფარგლებში შერჩეული ბიზნესლიტერატურა განკუთვნილია როგორც პროფესიონალების, ასევე დამწყებთათვის. სერიის უპირატესობაც სწორედ ამაში მდგომარეობს – მკითხველი ბიზნესრჩევებს ეკონომიკური ტერმინოლოგიით კი არ მიიღებს, არამედ ყველა წიგნი მისთვის პრაქტიკული სახელმძღვანელო გახდება ბიზნესის სხვადასხვა სფეროში გასარკვევად.

„ლურჯი ოკეანე“ ბევრ საინტერესო სიახლეს გპირდებათ, თვალი ადევნეთ სიახლეებს და მოგვწერეთ თქვენი იდეები ჩვენს ვებგვერდზე: www.blueocean.ge.

წინასიტყვაობა

ბრაიან თრეისის წიგნების წერის განსაკუთრებული მიდგომა ახასიათებს, ის ყოველთვის მოკლედ გადმოსცემს მთავარ აზრს, რაც მკითხველს საშუალებას აძლევს, სწრაფად და მოკლედ მიიღოს ყველაზე პრაქტიკული რჩევები.

„შემოქმედებითობა და პრობლემის გადაჭრა" ჩემთვის ბრაინ თრეისის ერთ-ერთი უსაყვარლესი წიგნია. ადამიანები ხშირად ფიქრობენ, როგორ გაზარდონ შემოქმედებითობა, რადგან ახალი იდეები ხელს უწყობს როგორც ბიზნესის, ისე პირადი შემოსავლების გაზრდას. სამწუხაროდ, ეს ისეთი უნარებია, რომლებსაც ხშირ შემთხვევაში არც ერთ უმაღლეს სასწავლებელში არ ასწავლიან. წიგნში მოცემული რჩევები დაგეხმარებათ შემოქმედებითობის გაზრდაში, რაც თავის მხრივ, უფრო ეფექტიან მენეჯერად და შემოქმედებით პიროვნებად გაქცევთ.

მეორე მხრივ, წიგნში საუბარია პრობლემების გადაჭრის გზებზე. მთავარია, ყველას გვესმოდეს, რომ პრობლემები ცხოვრებაში იყო, არის და იქნება, ეს არის მოცემულობა, ასეთია სამყარო. იმისათვის, რომ წარმატებას მივაღწიოთ, უნდა გამოვიმუშაოთ პრობლემების გადაჭრის უნარი, რომელიც უზრუნველყოფს პირველ რიგში, ჩვენს ემოციურ მდგრადობას სხვადასხვა სიტუაციაში, ხოლო, მეორე მხრივ, უზრუნველყოფს ავტომატურ ფოკუსირებას პრობლემების მოგვარებაზე.

დავით კენჭაძე

„დიქეი კაპიტალის" გენერალური დირექტორი

კონსულტანტი
დავით კენჭაძე

სარედაქციო ჯგუფი

კესო უძილაური
მიაკო ნადირაძე
ნინო ლოლუა
თამარ არათანაშვილი
ნანა კვატაშიძე
ნატალია ახვლედიანი
დათო მოსიაშვილი
თათია ტურაშვილი

მისამართი: თბილისი, იოსებიძის ქ. 49

238-38-71 book@palitra.ge www.palitral.ge

ISBN 978-9941-29-688-8

დაიბეჭდა შპს „კოლორში"

შემოქმედებითობა და პრობლემის გადაჭრა

ბრაიან თრეისი

ინგლისურიდან თარგმნა
ინგა ჭილაშვილმა

სარჩევი

შესავალი

შემოქმედებითი აზროვნების უნარები წარმატებისთვის აუცილებელია. მენეჯერი საშუალოდ თავისი დროის 50 პროცენტს ან უფრო მეტს, მარტო ან სხვებთან ერთად პრობლემების მოგვარებაში ხარჯავს. უნარი, გადაჭრათ სირთულეები და მოაგვაროთ პრობლემები, ყველაზე მეტად თქვენს მომავალ კარიერას განსაზღვრავს. რეალურად შეიძლება იმის თქმა, რომ ინდივიდი, რომელსაც შემოქმედებითი აზროვნება არ გააჩნია, ისეთი ხალხისთვის იმუშავებს, ვისაც უკეთ განვითარებული შემოქმედებითი აზროვნება აქვს.

კარგი ამბავი ის არის, რომ შემოქმედებითი აზროვნება ისეთივე უნარია, როგორიც ველოსიპედის ტარება ან კომპიუტერზე მუშაობა, რომლის სწავლა და განვითარებაც პრაქტიკით შესაძლებელია. დამატებით, არსებობს პირდაპირი ურთიერთობა თქვენ მიერ გამომუშავებული იდეების რაოდენობასა და წარმატების დონეს შორის. ახალ საქმიანობასთან მიმართებით ერ-

თი კარგი იდეა შესაძლებელია, საკმარისი იყოს თქვენი კარიერის ან მთლიანი კომპანიის მიმართულების შესაცვლელად. თქვენი და თქვენი კომპანიის მოგებიანობა, შემოსავალი და მომავალი პერსპექტივები შესაძლოა თქვენს შემოქმედებით წვლილზე იყოს დამოკიდებული.

გახსოვდეთ, ყველაფერი, რაც დღეს ხართ ან მომავალში იქნებით, თქვენი გონების შედეგია და აზროვნების ხარისხის გაუმჯობესებით, ცხოვრების ხარისხსაც გაიუმჯობესებთ.

ეს წიგნი ისეა შექმნილი, რომ დამტკიცებული, პრაქტიკული მეთოდები და ტექნიკები მოგცეთ, რომლებიც შეგიძლიათ გამოიყენოთ, უფრო მეტიც, ახლავე დაიწყოთ მათი გამოყენება და სამსახურებრივი და პირადი ცხოვრების გასაუმჯობესებელი იდეების შემუშავება. ამ წიგნში განხილული ყველა მეთოდი, გამოყენებისთანავე იმაზე უკეთეს შედეგს მოგცემთ, ვიდრე დღეს გაქვთ. ზოგჯერ შედეგები გაგაოგნებთ კიდეც.

სამწუხაროდ, ადამიანების უმრავლესობა შემოქმედებით აზროვნებას ძალიან მცირედ ან საერთოდ არ იყენებს. ისინი კომფორტის ზონაში ჩარჩენილები არიან და ცდილობენ, აკეთონ და თქვან ის, რასაც წარსულში აკეთებდნენ ან ამბობდნენ. ამიტომაც დაწერა ემერსონმა: „სულელური თანამიმდევრობა პატარა გონების მოჩვენებაა“.

ისინი ხელიდან უშვებენ წინსვლისა და წარმატების ყველაზე დიდ შესაძლებლობას, რაც კი არსებობს და რაზეც კი ხელი ყველას მიუწვდება.

მოდი, ცხოვრებას სულ სხვა თვალით შევხედოთ.

შემოქმედებითობის ძირეული წყაროები

ყველა შემოქმედია. შემოქმედებითობა მაღალი თვითშეფასების მქონე პოზიტიური ინდივიდების ბუნებრივი და სპონტანური მახასიათებელია. კომპანიები, რომლებიც პოზიტიურ სამუშაო გარემოს ქმნიან, თანამშრომლებისგან მუდმივად ახალ იდეებს იღებენ.

რა ფაქტორები განსაზღვრავს შემოქმედებითობას? არსებობს სამი ფაქტორი. პირველი თქვენი *გამოცდილებაა*. ის, რაც წარსულში შეგემთხვათ, აწმყოში თქვენს კრეატიულობაზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს.

წარსულის გავლენა

შემოქმედი ხალხი წარსულის გავლენით თავს უაღრესად შემოქმედებითად მიიჩნევს. მათთვის იდეების გამომუშავება ნორმალური და ბუნებრივია.

არაშემოქმედებით ხალხს ხშირად უარყოფით გარემოში ყოფნა უწევს. იქნება ეს ბავშვობაში

თუ სამსახურში განცდილი უარყოფითი გრძნობა. ისინი თვლიან, რომ განსაკუთრებულად შემოქმედებითები არ არიან და ამ მოტივით თავიანთ იდეებს უარყოფენ ან აიგნორებენ, მაშინაც კი, როცა კარგი იდეები აქვთ. მათ სჯერათ, რომ თუ ისინი იქნებიან იდეის წყარო, მაშინ ეს იდეა კარგი არ იქნება.

როცა მუშაობთ (ან მუშაობდით) კომპანიისთვის, სადაც თქვენი იდეების წახალისება და სტიმულირება ხდება, სადაც უფროსები და კოლეგები თქვენს აზრებს პატივისცემითა და ინტერესით ეპყრობიან, საქმეში თავს უფრო შემოქმედებითად გრძნობთ.

აწმყოს ძალა

მეორე ფაქტორი, რაც თქვენს კრეატიულობას განსაზღვრავს, თქვენი *ახლანდელი მდგომარეობაა*. თქვენთან სამსახურში ხდება ახალი იდეების წახალისება? ყველა ერთად იცინის და იდეებს ერთად განიხილავს? თუ თქვენს აზრებს დასცინიან და აკრიტიკებენ?

1990-იან წლებში „ისტმენ – კოდაკი“ 60-მილიარდდოლარიანი კომპანია იყო, რომელსაც 140 000 თანამშრომელი ჰყავდა. წლების განმავლობაში ის ფოტოაპარატის ლენტის ინდუსტრიის დომინანტი იყო. მრავალწლიანი შრომის შემდეგ კოდაკის მეცნიერებმა და მკვლევრებმა ახალი პროცესი,

„ციფრული ფოტოგრაფია“, აღმოაჩინეს, რომელსაც სურათების გადასაღებად და დასაბეჭდად ლენტა აღარ სჭირდებოდა. როცა იდეა ხელმძღვანელებს გააცნეს, მათ იგი კრიტიკის ქარცეცხლში გაატარეს: „ეს კარგი აზრი არაა. „კოდაკი“ ლენტის კომპანიაა და ეს ტექნოლოგია ლენტას არ საჭიროებს“.

მეცნიერები თავიანთ ოფისებსა და ლაბორატორიებში გააბრუნეს და უთხრეს, რომ ახალი, ინოვაციური ტექნოლოგია დაევიწყებინათ. დანარჩენი ისტორიაა. რამდენიმე წელიწადში იაპონური ფოტოაპარატის მწარმოებლებმა ციფრული ფოტოგრაფიის იდეა აიტაცეს და ერთიმეორის მიყოლებით ახალ-ახალ ციფრულ კამერებს უშვებდნენ. გასაკვირი არაა, რომ „კოდაკის“ წარმატება დასრულდა.

პიროვნება, რომელსაც თქვენ ხედავთ

მესამე ფაქტორი, რაც თქვენს შემოქმედებითობას განსაზღვრავს, *თვითიმეჯერა*. თავს შემოქმედებით ადამიანად მიიჩნევთ? ბევრი კვლევა გვაჩვენებს, რომ ხალხის 95 პროცენტი მაღალი შემოქმედებითი მოქმედების პოტენციალის დემონსტრირებას ახდენს. ჰარვარდის უნივერსიტეტში ჰოვარდ გარდნერის მიერ ჩატარებულმა კვლევამ გვაჩვენა, რომ აზროვნების რამდენიმე განსხვავებული გზა არსებობს და თითოეუ-

ლი ადამიანი, სულ მცირე, ერთ სფეროში მაინც არის გენიოსი. ეს ნიშნავს, რომ თქვენი შემოქმედებითობის „გახსნა“ შეგიძლიათ, თუ ფიქრს დაიწყებთ, რომ ძალიან კრეატიული ხართ.

შინაგანი თამაში

ტიმოთი გალვეი თავის წიგნში, *„გოლფის შინაგანი თამაში“*, წერს, რომ თუ გინდათ, გოლფის კარგი მოთამაშე გახდეთ, თავი საუკეთესო მოთამაშედ უნდა წარმოიდგინოთ და ისე ითამაშოთ, თითქოს უკვე ჩემპიონატში მონაწილეობდეთ. უბრალოდ იმის ფიქრი, რომ საუკეთესო ხართ, თქვენს დარტყმებსა და, ზოგადად, თამაშს თითქმის მაშინვე აუმჯობესებს.

ასეთივეა თქვენი შემოქმედებითობის ზრდის გზა. წარმოიდგინეთ, რომ უკვე ძალიან კრეატიული ადამიანი ხართ. თავს მუდმივად გაუმეორეთ: „მე გენიოსი ვარ! მე გენიოსი ვარ! მე გენიოსი ვარ!“

– წარმოიდგინეთ, რომ შემოქმედებითი ადამიანი ხართ. იმდენად შემოქმედებითი, რომ არ არსებობს მსოფლიოში პრობლემა, რომლის მოგვარებაც შემოქმედებითად არ შეგიძლიათ. იფიქრეთ, რომ არ არსებობს მიზანი, რომლის მიღწევაც საჭირო იდეების განვითარებით არ შეგიძლიათ. წარმოიდგინეთ, რომ არ არსებობს დაბრკოლება, რომლის გადალახვაც თქვენი შემოქმედებითი

აზროვნების გამოყენებით არ გამოგივათ. თქვენ პრობლემას ისე გადაჭრით, როგორც ლაზერის სხივი ფოლადს.

კარგი ამბავი ისაა, რომ თანდაყოლილად ყველა შემოქმედებითია. კრეატიულობა ის იარაღია, რომელიც ბუნებამ ადამიანს გადარჩენისა და გარდაუვალი ყოველდღიური პრობლემების გამკლავებისთვის უბოძა. განსხვავება მხოლოდ ისაა, რომ ზოგიერთი ადამიანი თანდაყოლილ შემოქმედებითობას უფრო მეტად იყენებს, ვიდრე სხვები.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. თქვენს ცხოვრებაში უდიდესი მიზნის იდენტიფიცირება მოახდინეთ. რა არის ის და ამ მიზნის მისაღწევად დაუყოვნებლივ რისი გაკეთება შეგიძლიათ?

2. განსაზღვრეთ უდიდესი პრობლემა ან დაბრკოლება, რომელიც თქვენსა და თქვენს ყველაზე მნიშვნელოვან მიზანს შორის დგას. რას მოიმოქმედებდით დაუყოვნებლივ ამ პრობლემის გადასაჭრელად ან დაბრკოლების გადასალახად?

შემოქმედებითობის მასტიმულირებელი სამი ფაქტორი

ზოგჯერ მეუბნებიან, რომ თავს შემოქმედებითად არ თვლიან. მე მათ ვარწმუნებ, რომ იმაზე დიდი შემოქმედებითობით არიან დაჯილდოებულნი, ვიდრე წარმოუდგენიათ. მათი საქმე თანდაყოლილი კრეატიულობის გაღვივებაა.

მიყვარს ამ ილუსტრაციის გამოყენება: წარმოიდგინეთ, რომ ერთი ფინჯანი ყავა დაისხით და შაქარი ჩაიყარეთ. ყავა ტუჩებთან მიგაქვთ, მაგრამ გრძნობთ, რომ ტკბილი არაა. რა მოხდა? პასუხი ისაა, რომ შაქრის მორევა დაგავიწყდათ.

თქვენი შემოქმედებითობაც ასეა. ის ჭიქის ძირში არსებული შაქარივითაა. მას მორევა სჭირდება, რათა გაიხსნას და მთლიან ჭიქაში გავრცელდეს.

სამი ფაქტორი

შაქრის მორევის მსგავსად, თქვენს კრეატიულობას ბუნებრივად სამი ფაქტორი აღვივებს. სამივე მათგანი თქვენს კონტროლქვეშაა.

ინტენსიურად სასურველი მიზნები

რაც უფრო ნათლად იცით, რა გსურთ და მიზნის მისაღწევად პოზიტიურად ხართ განწყობილი და აღფრთოვანებული, მით უფრო შემოქმედებითი ხდებით და უფრო მეტი იდეითაც ხართ ავსებული. რაც უფრო მეტად გინდათ რაღაც, მით უფრო დიდია მის მისაღწევად კრეატიული გზების პოვნის შანსი. ამიტომაცაა ნათქვამი: „არ არსებობენ არაშემოქმედებითი ადამიანები, უბრალოდ, არსებობენ ადამიანები, რომელთაც არ აქვთ ისეთი მიზნები, რომელთა მიღწევაც ძალიან უნდათ“.

განსაზღვრეთ ერთი მიზანი მაინც, რომლის მიღწევასაც თქვენს ცხოვრებაზე უდიდესი პოზიტიური გავლენა ექნება. ფურცელზე გარკვევით დაწერეთ, ისე, რომ პატარა ბავშვმაც შეძლოს თქვენი მიზნის გაგება. იმის განსაზღვრა – თუ რა გინდათ ცხოვრებაში ყველაზე მეტად, თითქმის მაშინვე მისცემს სტიმულს იმ იდეების გამომუშავებას, რომელიც ამ მიზნის მისაღწევად შეგიძლიათ გამოიყენოთ.

მნიშვნელოვანი პრობლემები

იდეების გენერირება შემოქმედებითობის გაღვივების საუკეთესო სტიმულია. თუ არსებობს პრობლემა ან დაბრკოლება, რომელიც ძალიან მნიშვნელოვნის მიღწევაში ხელს გიშლით, გაკ-

ვირვებული დარჩებით, თუ რამდენად შემოქმედებითი შეგიძლიათ გახდეთ ამ პრობლემის ან დაბრკოლების გადალახვის მომენტში.

სიცხადე კრეატიული აზროვნებისთვის აუცილებელია. წარმოგიდგენთ სიცხადის მოპოვების უკეთეს გზას: უპირველესად, განსაზღვრეთ მიზანი ან ამოცანა. რა არის ის, რაც თქვენი ცხოვრების კონკრეტულ სფეროში გინდათ, აკეთოთ. ჰკითხეთ თავს, რატომ არ ხართ უკვე ამ მიზანსა და ამოცანაზე ორიენტირებული? რატომ არ მიგიღწევიათ უკვე მიზნისთვის?

შემდეგ თავს ჰკითხეთ: „იმ მიზეზებს შორის, რომელთა გამოც ჩემი მიზნისთვის არ მიმიღწევია, რომელია უდიდესი და უმნიშვნელოვანესი?“

მას შემდეგ, რაც მიზნის მიღწევაში ხელის შემშლელი ერთი უდიდესი დაბრკოლების იდენტიფიცირებას შეძლებთ, თქვენი გონება პრობლემის მოგვარებას ერთიმეორის მიყოლებით დაიწყებს.

ფოკუსირებული კითხვები

უნარი, დაუსვათ თავსა და სხვებს ისეთი კითხვები, რომლებიც თქვენი მდგომარეობის შესახებ ღრმად დაფიქრების საშუალებას მოგცემთ, შემოქმდებითობის მთავარი სტიმულია. ჯიმ კოლინსი თავის წიგნში, Good to Great, ამბობს: „შესანიშნავი კომპანიის ნიშანი ის არის, რომ აღ-

მასრულებლები მზად არიან, საკუთარ თავს დაუსვან „უხეში კითხვები“, რომლებიც მათ სიტუაციის შესახებ ღრმად დაფიქრებას აიძულებს“.

პიტერ დრუკერი ცნობილია თავისი გამონათქვამით: „მე კონსულტანტი არ ვარ. მე *შეურაცხმყოფელი* ვარ. პასუხებს არ ვიძლევი. უბრალოდ, ხალხს იმ რთულ კითხვებს ვუსვამ, რომელთა განხილვაც მათ პასუხების საპოვნელად სჭირდებათ“.

ამ წიგნში ისწავლით კითხვების სერიას, რომელთა დასმაც და რომელზე პასუხის გაცემაც შეგიძლიათ თქვენი კრეატიულობის გასახსნელად და საკითხის სიღრმემდე ჩასასვლელად. რაც უფრო ზუსტ და ფოკუსირებულ კითხვას იყენებთ, მით უფრო სწრაფად მუშაობს თქვენი შემოქმედებითი რეფლექსი მუშა პასუხების გენერირებისთვის.

შეამოწმეთ თქვენი ვარაუდები

შემოქმედებითობის სტიმულირების ერთ-ერთი უძლიერესი საშუალება თქვენი ვარაუდების მუდმივად შემოწმებაა. დარწმუნდით, რომ მიზნები, პრობლემები და კითხვები, რომელთა გენერირებასაც ახდენთ, თქვენი ცხოვრებისა და სიტუაციისთვის რეალურია. მცდარ მიზნებსა ან პრობლემებზე ყურადღების გადატანა არაფერს გაძლევთ.

მუდმივად ჰკითხეთ თავს: „რა არის ჩემი ვა-

რაუდები?“ გახსოვდეთ, თქვენი ვარაუდების უმრავლესობა თქვენი ცხოვრების, სამუშაოს, მომხმარებლების, ფულის, ბაზრისა და სხვა ადამიანების შესახებ არასწორი ან ნაწილობრივ არასწორია. ზოგჯერ – სრულიად არასწორიც.

რა არის თქვენი *აშკარა* ვარაუდი? რა არის თქვენი ფარული ან გაუცნობიერებელი ვარაუდი? და, რაც ყველაზე მთავარია, რა მოხდება, თუ თქვენი ყველაზე ღირებული ვარაუდები არასწორი აღმოჩნდება?

არასწორი ვარაუდები ყველა მარცხის საწყისია. როცა პრობლემის, დაბრკოლების ან სირთულის წინაშე დგახართ, თქვენს თავს ჰკითხეთ: „რა არის ჩემი ვარაუდი? რა მოხდება, თუ იგი არასწორია?“

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. რა არის ის ერთადერთი მიზანი, რომლის მიღწევასაც თქვენს კარიერაზე ან ბიზნესზე პოზიტიური გავლენა ექნება?

2. რა ძირითადი ვარაუდები გაქვთ ბიზნესსა ან ცხოვრებაში, რომელთა გაუმართლებლობაც თქვენგან სრულიად განსხვავებული საქმის კეთებას მოითხოვს?

მაინდსტორმინგის მეთოდი

გახსოვთ ყავაში შაქრის მორევის მეტაფორა? თქვენ შემოქმედებითობის უზარმაზარი რეზერვი გაქვთ, რომელსაც შეგიძლიათ მოურიოთ და სხვადასხვა ტექნიკის გამოყენებით სტიმული მისცეთ. მაინდსტორმინგის მეთოდი ერთ-ერთი მათგანია.

ტვინის ექსპერტის, ტონი ბუზანის, თანახმად, ადამიანის ტვინი დაახლოებით 100 მილიარდი უჯრედისგან შედგება. თითოეული მათგანი პირდაპირ და არაპირდაპირ ნერვული კვანძებისა და დენდრიტების საშუალებით დაახლოებით 20 000 სხვა უჯრედთან არის დაკავშირებული. მათემატიკურად ეს ნიშნავს, რომ იმ იდეების ან აზრების რაოდენობა, რომელთა გამომუშავებაც თქვენ შეგიძლიათ, არის 100 მილიარდი ხარისხად 20 000. იდეების რაოდენობა, რომელთა მოფიქრებაც შეგიძლიათ, სამყაროში არსებული მოლეკულების რაოდენობაზე მეტია. თქვენ პოტენციური გენიოსი ხართ!

გონების ვარჯიში

მაინდსტორმინგი ერთ-ერთი ყველაზე ძლიერი საშუალებაა, რაც კი ოდესმე შემოქმედებითად პრობლემების მოგვარებისა და მიზნების მიღწევის კუთხით აღმოუჩენიათ. ეს არის ერთ კითხვაზე თქვენი გონების ძალის კონცენტრაციისთვის ფოკუსირებული კითხვების გამოყენების გზა. ჩემი გამოცდილებით, ამ მარტივი მეთოდის გამოყენებით უფრო მეტი ადამიანი გამხდარა მდიდარი და წარმატებული, ვიდრე სხვა ტიპის შემოქმედებითი აზროვნების ტექნიკის გამოყენებით. სემინარებზე ჩვენ ამას „20 იდეის მეთოდს ვუწოდებთ".

ამ მეთოდის სიძლიერის მიზეზი მის სიმარტივეშია.

პირველ რიგში, აიღეთ ფურცელი და თქვენი ყველაზე დიდი პრობლემა ან მიზანი ფურცლის თავში *კითხვით* ფორმაში დაწერეთ. მაგალითად, თუ თქვენი მიზანია, რომ მომავალი ორი წლის განმავლობაში გაყიდვები და მოგებიანობა გაორმაგოთ, კითხვა ასეთი იქნება:

რისი გაკეთება შეგვიძლია, რომ მომავალ ოცდაოთხ თვეში ჩვენი გაყიდვები და მოგებიანობა გავაორმაგოთ?

რაც უფრო კონკრეტულია კითხვა, მით უკეთესია. მაგალითად, კითხვა უფრო უკეთესი იქნება, თუ მიზანს ციფრებით ან ფინანსურად გამოხატავთ.

რისი გაკეთება შეგვიძლია, რომ მომავალ ოცდაოთხ თვეში ჩვენი გაყიდვები წელიწადში 5 მილიონიდან 10 მილიონამდე გავზარდოთ?

მოიფიქრეთ 20 პასუხი

შემდეგ პირველ პირში პასუხების ჩამოწერა დაიწყეთ და კონკრეტული მოქმედების ზმნები გამოიყენეთ.

მაგალითად, თქვენ შეგიძლიათ თქვათ: „ჩვენ სამსახურში ავიყვანთ დატრენინგს გაივლის ოცდაორი ახალი გამყიდველი". ან შეგიძლიათ დაწეროთ: „მომავალი თორმეტი თვის განმავლობაში მომხმარებელს სამ ახალ პროდუქტს შევთავაზებთ".

პასუხების წერა მანამ გააგრძელეთ, სანამ მინიმუმ 20 პასუხი არ გექნებათ. შეგიძლიათ ეს მარტო გააკეთოთ და პასუხები ფურცელზე ჩამოწეროთ, ან ჯგუფთან ერთად, და იდეები დაფაზე ან ფლიფ-ჩარტზე დაიტანოთ. ყველა შემთხვევაში ამ სავარჯიშოში მინიმუმ 20 პასუხი უნდა მოიფიქროთ.

ოთხი გზა ცვლილებისთვის

როგორც წესი, ნებისმიერი მიზნის მიღწევის ან პრობლემის მოგვარების ოთხი განსხვავებული გზა არსებობს. პირველი, შეგიძლიათ რაღაცები უფრო *მეტი* რაოდენობით აკეთოთ. მეორე, უფრო *ცოტა* რაოდენობით აკეთოთ. მესამე, სრულიად ახალი რამის კეთება *დაიწყოთ* და მეოთხე, გარკვეული აქტივობები სრულიად *შეწყვიტოთ*.

20 პასუხის მოფიქრების შემდეგ თქვენს თავს ჰკითხეთ: „რა უნდა გავაკეთო უფრო მეტი ან უფრო ცოტა?“ „რისი კეთება უნდა დავიწყო ან შევწყვიტო?“

ამ სავარჯიშოში პირველი ორი პასუხი შედარებით მარტივი იქნება. თვითონვე მარტივად დაასკვნით, რომ გარკვეული აქტივობები „მეტი ან ნაკლები რაოდენობით“ უნდა გააკეთოთ.

შემდეგი ხუთი პასუხი უფრო რთული იქნება. თქვენ ისეთი რაღაცების ძიებაში იქნებით, რისი კეთებაც უნდა დაიწყოთ ან უნდა შეწყვიტოთ.

ბოლო ათი კითხვა ურთულესი იქნება. ზოგჯერ მე-20 კითხვა იმდენად რთულია ხოლმე, რომ შეიძლება თავის დანებება მოგინდეთ. მაგრამ თავი უნდა აიძულოთ, რომ მინიმუმ 20 პასუხი დაწეროთ.

გასაოცარია, რამდენად ხშირად არის, რომ მე-20 პასუხი, რომლის დაწერაც ყველაზე მეტად მოითხოვს გონების დატვირთვას, არის ის გადამწყვეტი პასუხი, რომელსაც ბიზნესის ან ადამიანის ცხოვრების მთლიანად შეცვლა და ტრანსფორმაცია შეუძლია.

თქვენი მიზანი უნდა იყოს რაოდენობა და არა ხარისხი

რამდენჯერაც პასუხს მოიფიქრებთ და დაწერთ, იმდენჯერ აძლევთ სტიმულს თქვენს შე-

მოქმედებით შესაძლებლობებს. ნუ იდარდებთ ხარისხზე, იფიქრეთ რაოდენობაზე. დაწერეთ პირველივე იდეა, რაც თავში მოგივათ, და შემდეგ ამ იდეის საპირისპირო აზრიც გამოთქვით. შემდეგ ორივე იდეის სინთეზი მოახდინეთ. სასაცილო პასუხებიც ამოწერეთ. თავი აიძულეთ, რომ მინიმუმ 20 პასუხი დაწეროთ. გაგიკვირდებათ, მაგრამ ძალიან ხშირად ზოგიერთი ჩამოწერილი პასუხებიდან გამომდინარე მოგაფიქრდებათ. ჩემი სტუდენტების უმრავლესობამ ამ მეთოდით ისეთი პრობლემების გადაჭრა შეძლო, რომელთა მოგვარებასაც ექვსი თვე ან უფრო დიდი ხანი ცდილობდნენ.

დაუყოვნებლივ იმოქმედეთ

მას შემდეგ, რაც კითხვაზე 20 პასუხს ჩამოწერთ, გადახედეთ მათ და სულ მცირე, ერთი იდეა შეარჩიეთ, რომელსაც დაუყოვნებლივ განახორციელებთ. ამით შემოქმედებით დინებას შეინარჩუნებთ. თუ ამას დილით, სამსახურის დაწყებამდე, გააკეთებთ, მთელი დღის განმავლობაში შემოქმედებითად იაზროვნებთ. ეს იგივეა, რომ დილით ფიზიკურად გევარჯიშათ. თქვენ მთელი დღის განმავლობაში თავს ჯანმრთელად და მზადყოფნაში იგრძნობთ.

ყველა ადამიანისთვის ერთი-ერთი ყველაზე რთული ახალი ან ვანსხვავებული რამის გაკეთე-

ბაა. როცა გონებაში შესანიშნავი იდეა მოგივათ, დაუყოვნებლივ უნდა გადაწყვიტოთ, დაძლიოთ ის ბუნებრივი ინერტულობა, რომელიც ახალ იდეაზე მოქმედების ნაცვლად, დაყოვნებისკენ ან გადადებისკენ გიბიძგებთ.

თქვენ იქნებით გამჭრიახი და გექნებათ იდეები, რომლებიც თქვენც და თქვენ გარშემო მყოფ ხალხსაც გააკვირვებს.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. აიღეთ დღევანდელი თქვენი ყველაზე დიდი პრობლემა ან მიზანი და ფურცლის თავში კითხვითი ფორმით დაწერეთ.

2. თავი განაწყვეთ, რომ ერთი დაჯდომით, ადგომისა და იქით-აქეთ მოძრაობის გარეშე, კითხვაზე 20 პასუხი ან იდეა ჩამოწეროთ.

შემოქმედებითობის სტიმულირების მიზნით კითხვების დასმა

შემოქმედებითი გონების მოქმედებაში გარდაქმნა მიზანმიმართული კითხვებით ხდება. რაც უფრო მეტ კითხვას სვამთ და რაც უფრო კარგია კითხვები, თქვენი აზროვნებაც მით უფრო ზუსტი და შემოქმედებითია. მიზანმიმართული კითხვები ჭეშმარიტად ინტელექტუალური ადამიანის ნიშანია. როცა თქვენი თავისთვის ამ კითხვების დასმას ისწავლით, შეგეძლებათ ასეთივე კითხვების სხვებისთვის დასმაც. წარმოგიდგენთ რამდენიმე უმნიშვნელოვანეს კითხვას.

რის გაკეთებას ვცდილობთ?

ეს არის ყველაზე მნიშვნელოვანი კითხვა, რომელიც ბიზნესსა და პირად ცხოვრებაში უნდა დასვათ. გასაოცარია, რამდენმა ადამიანმა არ იცის, კონკრეტულად რის მიღწევას ცდილობს.

ბენჯამინ ტრეგომ ერთხელ დაწერა: „დროის ყველაზე ცუდი გამოყენებაა, ძალიან კარგად გაკეთო ის, რაც გასაკეთებელი საერთოდ არაა“.

ჯორჯ სანტაიანამ თქვა: „მაშინ, როცა მიზანი დავიწყებული გაქვთ, ფანატიზმი თქვენი ძალისხმევის გაორმაგებაა“.

ბევრი ადამიანი გულმოდგინედ მუშაობს. ზოგჯერ არასამუშაო საათებსა და შაბათ-კვირასაც. თუმცა რაზეც ისინი მუშაობენ, ბიზნესის საერთო მიზნებისა და ამოცანებისთვის განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანი ან რელევანტური არაა.

როცა გრძნობთ, რომ საქმეები სწრაფად მოძრაობს, თქვენ კი უფრო და უფრო მეტს მუშაობთ და ნაკლებ შედეგს აღწევთ, ალბათ, დროა, „ტაიმაუტი“ აიღოთ. გააჩერეთ საათი. დახურეთ კარი. გამორთეთ ელექტრომოწყობილობები და უბრალოდ დასვით კითხვა: „რეალურად, რის გაკეთებას ვცდილობთ?“

გაზეთ „ეკონომისტში“ გამოქვეყნდა ოცწლიანი კვლევის ანგარიში – 150 მკვლევარი ათი წლის განმავლობაში შეისწავლიდა 22 000 კომპანიას. კვლევის მიზანი კომპანიასა და ქვეყანაში მენეჯერული კომპეტენციის დონისა და მისი მიზეზების განსაზღვრა იყო. მკვლევრები მენეჯერული ეფექტურობის განსაზღვრის მიზნით სამ ელემენტზე შეჯერდნენ: 1) ნათელი მიზნების განსაზღვრა; 2) სამუშაო რეჟიმის გაზომვის საშუალებები; 3) საუკეთესო საქმიანობის წახალისება.

კომპანიაში, დეპარტამენტში, განყოფილებასა და ორგანიზაციაში მომუშავე თითოეული ადამიანისთვის ნათელი მიზნების დასახვის უნარი ეფექტური მართვის საწყისი იყო, რასაც საუკეთესო მუშაობა და შედეგები მოჰყვებოდა. რის მიღწევას ცდილობთ?

როგორ ვცდილობთ მის გაკეთებას?

როცა თქვენი პირადი და სამსახურებრივი მიზნების მისაღწევად პრობლემებს, დაბრკოლებებს, წინაღობებს ან გარეგან გამოწვევებს აწყდებით, კიდევ ერთხელ გააჩერეთ საათი. ფიქრები ფურცელზე გადაიტანეთ. შეხედეთ იმ პროცესებს, რომლებსაც ახლანდელი მდგომარეობიდან სადაც თქვენ გინდათ, იქ მისასვლელად იყენებთ.

შესაძლებელია, რომ არასწორ გზაზე იდგეთ? შესაძლებელია, რომ მიზნების მიღწევის თქვენეული გზა აღარ მუშაობს, მოძველებულია და სრულიად განსხვავებულ აქტივობებში უნდა ჩაერთოთ?

გაზეთ „ფორტუნას“ მწერალმა, ჯოფრი კოლვინმა, ბიზნესმოდელის ინოვაციის შესახებ სტატია დაწერა. მისი დასკვნა იყო, რომ კომპანიების უმეტესობა მოძველებულ ბიზნესმოდელს იყენებს. უფრო უარესი, თუ თქვენ ინფორმაციულ ან რაიმე სახის არახელშესახები საგნების გაყიდვის ბიზნესში ხართ ჩართული, დიდი შანსია, ალბათ,

90 პროცენტი, რომ, რასაც თქვენი ბიზნესისთვის აკეთებთ, არასწორია.

როცა Apple-მა 2006 წელს iPhone-ის გამოშვება დააანონსა, Nokia-მ და BlackBerry-მ ყურადღება არ მიაქციეს მას. მათ ის სათამაშოდ, დროებით ახირებად მიიჩნიეს, რომელიც მალე დავიწყებას მიეცემოდა და დაუშვეს, რომ ბაზარზე მათ დომინირებას ვერავინ შეეხებოდა.

BlackBerry-ის აღმასრულებელმა iPhone-თან დაკავშირებით ქედმაღლურად განაცხადა: „არავის სჭირდება აპლიკაციები". დღეს Apple-ი iPhone-ის მომხმარებელს 1,2 მილიონ სხვადასხვა აპლიკაციას სთავაზობს, რომელსაც ბიზნეს თუ პირად ცხოვრებაში აქტიურად იყენებენ და ისეთ ფუნქციებს ასრულებენ, რომელზეც მომხმარებელი ადრე ვერც კი იოცნებებდა. 2013 წლისთვის BlackBerry-სა და Nokia-ს ბაზრის წილი 90 პროცენტით დაეცა და კომპანიების საქმიანობა თითქმის დასრულდა. ბიზნესის ისტორიის წიგნებში ისინი ჩამოქვეითდნენ, როგორც ლიდერები, რომლებმაც შეცდომა დაუშვეს და არ დასვეს კითხვები: „როგორ ვცდილობთ ამის გაკეთებას? როგორ ვცდილობთ მობილური ტელეფონების ბაზარზე დომინირების შენარჩუნებას?"

Nokia-სა და BlackBerry-ის მსგავსად, თქვენი ბიზნესის რომელ ნაწილში შეიძლება, ვერ ამჩნევდეთ ბაზარზე არსებულ ფუნდამენტურ ცვლი-

ლებებს, რომლებიც თქვენი ბიზნესმოდელის ნაწილებს მოძველებულს ხდის.

რა შედეგი გსურთ?

რა იქნება დღეს თქვენ წინაშე არსებული კონკრეტული პრობლემის ან მიზნის იდეალური გამოსავალი ან შედეგი?

წარმოიდგინეთ, რომ ჯადოსნური ჯოხი გაქვთ. ამ ჯოხის საშუალებით შეგიძლიათ თქვენი ბიზნესის ნებისმიერი ასპექტი იდეალური გახადოთ. თქვენი ამჟამინდელი ბიზნესმდგომარეობა პროდუქტის, მომსახურების, ხალხის, მოგებისა და შედეგების კუთხით ყველანაირად იდეალური რომ იყოს, რით იქნებოდა ის განსხვავებული დღევანდელი მდგომარეობისგან?

გორდონ მურმა და ენდრიუ გრუვმა Intel-ი მიკროჩიპების წარმოებაში მსოფლიო ლიდერად და მულტიმილიონ-დოლარიან ბიზნესად აქციეს. თუმცა ტაივანელებმა, იაპონელებმა და კორეელებმა თანაბარი ან უკეთესი ხარისხის მიკროჩიპების საგრძნობლად დაბალ ფასებში წარმოება დაიწყეს. მათ აშშ-ის ბაზარი წალეკეს და Intel-ის პროდუქტების გაყიდვები საგრძნობლად შეამცირეს.

როგორც ისინი ყვებიან, ერთ დღეს გორდონ მური და ენდრიუ გრუვი გრუვის კაბინეტში ისხდნენ. მათ კითხვა დასვეს: „Intel-ის დირექტორთა

საბჭომ ორივე ჩვენგანი სამსახურიდან რომ გაათავისუფლოს და ახალი ხელმძღვანელობა მოიყვანოს, რას გააკეთებდა ახალი ხელმძღვანელობა განსხვავებულად?"

ორივე შეთანხმდა, რომ ახალი ხელმძღვანელობა Intel-ის მთელ აქტივებსა და რესურსებს მიკროჩიპების წარმოების ნაცვლად, ახალი თაობის პერსონალური კომპიუტერებისთვის მიკროპროცესორების წარმოებისკენ მიმართავდა. ისინი ასეც მოიქცნენ. მოგვიანებით მათ Intel-ი მსოფლიოში ყველაზე დიდ და წარმატებულ კომპანიად აქციეს. მათ კითხვების დასასმელად გამბედაობა და ხედვა ჰქონდათ: „რის გაკეთებას ვცდილობთ? როგორ ვცდილობთ მის გაკეთებას? რა შედეგი ან რეზულტატი გვსურს?"

არსებობს ჩვენი მიზნების ან სასურველი შედეგების მიღწევის სხვა გზები?

შეიძლება, უკეთესი გზა არსებობდეს? ამ გზით რომ არ ვაკეთებდეთ, სხვა რა უკეთესი, სწრაფი, იაფი და მარტივი გზა არსებობს?

გახსოვდეთ, უკეთესი გზა ყოველთვისაა. ყოველთვის არსებობს მიზნის მიღწევის უფრო ეფექტური მეთოდი და თქვენი განსაკუთრებული ნიჭისა და რესურსების გამოყენების უკეთესი გზა.

წარმოიდგინეთ, რომ მაღალანაზღაურებადი კონსულტანტი დაიქირავეთ. ის კომპანიაში თქვენი მიმდინარე აქტივობებისა და სტრატეგიების შესაფასებლად მოდის. კონსულტანტი ჯდება და უხერხული კითხვების დასმას იწყებს.

მას აინტერესებს, რას აკეთებთ და რატომ აკეთებთ. მას აინტერესებს კიდევ რა გზები განიხილეთ იმავე მიზნის მისაღწევად. ზუსტად აინტერესებს, რა არის თქვენი მიზნები და ამოცანები თქვენს კომპანიასთან და კომპანიის თითოეულ ნაწილთან მიმართებით, რომელიც მოსალოდნელია, ამ მიზნებისა და ამოცანების მიღწევაში დაგეხმაროთ.

თავად გახდით საკუთარი თავის კონსულტანტი. წარმოიდგინეთ, რომ თქვენი თავი დაიქირავეთ, რათა გულგრილად, უემოციოდ და სრული სიცხადით შეგეფასებინათ თქვენი ბიზნესი. დაუსვით საკუთარ თავს „უხეში კითხვები“.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. თორმეტიდან ოცდახუთ სიტყვამდე ნათლად ახსენით, ზუსტად რის გაკეთებას ცდილობთ თქვენს ბიზნესში.

2. თორმეტიდან ოცდახუთამდე სიტყვით ახსენით მიზნის მიღწევის სამოქმედო გეგმა. როგორ აპირებთ მის მიღწევას?

ბრეინსტორმინგი - თქვენი გუნდის ძალის გათავისუფლება

ბრეინსტორმინგი ჯგუფში, გუნდსა ან ორგანიზაციაში სინერგიის განვითარებისა და შემოქმედებითობის გახსნის კუთხით, ერთ-ერთი ყველაზე ძლიერი ტექნიკაა. ეფექტური მენეჯერის უმთავრესი პასუხისმგებლობა თანამშრომლებთან ბიზნესის გაუმჯობესებაზე ფოკუსირებული ბრეინსტორმინგის რეგულარული სესიების ჩატარებაა. არ გაქვთ იმის ფუფუნება, რომ თქვენი ხალხის შემოქმედებითი პოტენციალი არ გამოიყენოთ. უნდა შექმნათ გარემო, რომელიც სტიმულს მისცემს თანამშრომლებს, მათი იდეები ბიზნესის წარმატებას მოახმარონ.

ბრეინსტორმინგის პროცესი

წარმოგიდგენთ ხალხის კრეატიულობის სტიმულირების მიზნით ბრეინსტორმინგის გამოყენების ექვს დირექტივას:

1. ბრეინსტორმინგისთვის ჯგუფის იდეალური ზომა ოთხიდან შვიდ ადამიანამდეა. ოთხზე ნაკლები ან შვიდზე მეტი ადამიანი საკმარისი იდეების მოფიქრებას ვერ შეძლებს, ან ყველას მაქსიმალური წვლილის შეტანის შესაძლებლობა არ ექნება.

როცა დიდ ჯგუფებთან ბრეინსტორმინგის სესიებს ვატარებ, მათ ოთხიდან შვიდკაციან ჯგუფებად ვყოფ და ცალ-ცალკე ვამუშავებ. სესიის ბოლოს კი თავიანთ იდეებს მთელ ჯგუფს უზიარებენ.

2. ბრეინსტორმინგის იდეალური სესია თხუთმეტი წუთიდან ორმოცდახუთ წუთამდეა. ოცდაათი წუთი ოპტიმალური ვარიანტია. აუცილებელია, გამოაცხადოთ ბრეინსტორმინგის სესიის ზუსტი დრო და ზუსტად შეთანხმებულ დროსვე დაასრულოთ. როცა ადამიანებს შეზღუდული დრო აქვთ, უფრო სწრაფად კონცენტრირდებიან და უფრო ბევრი და უკეთესი იდეის მოფიქრებას ახერხებენ.

3. ბრეინსტორმინგის სესიის მიზანი მოცემულ დროში იდეების მაქსიმალური რაოდენობის გენერირებაა. გენერირებული იდეების რაოდენობასა და ხარისხს შორის პირდაპირი ურთიერთობაა. ზოგჯერ ბრეინსტორმინგის სესიის ბოლო წუთში მოფიქრებული ბოლო იდეა ის ინოვაციური იდეაა, რომელიც თქვენი ორგანიზაციის მომავალს გარდაქმნის.

4. ბრეინსტორმინგის სესია სრულიად პოზიტიური უნდა იყოს. ეს ნიშნავს, რომ გენერირებული იდეები არ უნდა განიხილოს ან შეფასდეს. ყველა იდეა კარგია. თქვენი მიზანია, რაც შეიძლება მეტ ახალ იდეას მისცეთ სტიმული. ამის მიღწევა შექებითა და წახალისებით შეგიძლიათ. ყველაზე სასაცილო იდეების შემთხვევაშიც კი.

უჩვეულო არაა, რომ ერთი სასაცილო იდეის მეორე სასაცილო იდეასთან კომბინაციამ მესამე იდეა შექმნას, რომელიც რევოლუციური იქნება. სესია გახადეთ სულელური და სახალისო. დარწმუნდით, რომ ყველა კარგ დროს ატარებს. რაც უფრო მეტად სასაცილოა ბრეინსტორმინგის სესია, რომელიც შეიძლება, ნაწილობრივ, იდეის სისულელით იყოს განპირობებული, მით უფრო კარგი ხარისხისა და დიდი რაოდენობით იდეა იქმნება. თქვენი მიზანი, რაც შეიძლება მეტი იდეის ან გამოსავლის პოვნაა. არ იდარდოთ იმაზე – იდეები კარგია თუ არა.

5. ბრეინსტორმინგის სესიის დაწყებამდე შეთანხმდით, ვინ იქნება *ლიდერი*. ლიდერს კონკრეტული პასუხისმგებლობა აქვს, ის თითოეული ადამიანის სესიაში ჩართულობას უზრუნველყოფს. მაღალი ჩართულობის საუკეთესო გზაა, ლიდერმა მაგიდის გარშემო იმოძრაოს, თითოეულ მონაწილესთან მივიდეს და მათგან იდეები მოითხოვოს. ეს ეფექტური პროცესია და ძალიან

ჰგავს კატერის ძრავას. მას შემდეგ, რაც თქვენ მაგიდასთან ერთხელ მაინც მიხვალთ, ყველა უფრო აქტიური და ჩართული ხდება. იდეები სწრაფად დინებას დაიწყებს. სესიის მონაწილეები ხელის აწევით იდეის გამოთქმის ნებართვას მოითხოვენ.

ლიდერის მოვალეობაა, წესრიგი უზრუნველყოს, თითოეულ ადამიანს სტიმული მისცეს, დააფიქსიროს საკუთარი აზრი და დარწმუნდეს, რომ ყველას აქვს აზრის გამოთქმის საშუალება.

6. ბრეინსტორმინგის თითოეული სესია *აღმრიცხველს* საჭიროებს. აღმრიცხველის მოვალეობა იდეების რაც შეიძლება სწრაფად ჩაწერაა. თუ სესია განსაკუთრებულად ენერგიულია, შეგიძლიათ, ერთზე მეტი აღმრიცხველი გყავდეთ, რადგან ამ დროს ბევრი კარგი იდეა გაჩნდება. როცა IBM-თან ან სხვა კომპანიებთან ბრეინსტორმინგის სესიებს ვატარებ, გუნდებს შორის შეჯიბრებას ვაწყობ, ვინ უფრო მეტი და ღირებული იდეის მოფიქრებას შეძლებს. „შეჯიბრება“ მეტ სტიმულს აძლევს მონაწილეებს და ყოველგვარი განხილვის ან შეფასების გარეშე ბევრი ახალი იდეის დაბადებას უწყობს ხელს.

ნომინალური ჯგუფური ტექნიკა

ეს არის მარტივი, მაგრამ ძლიერი ტექნიკა, რომელიც ბრეინსტორმინგის (ასევე მაინდსტორმინ-

გის) დროს კონკრეტულ პრობლემებზე ან შეკითხვებზე შემოქმედებითი პასუხების გამოსავლენად გამოიყენება. ნომინალური ჯგუფური ტექნიკის ყველაზე მარტივი მაგალითი *წინადადებების დასრულების დავალებებია*. მაგალითად, თქვენ შეგიძლიათ, ქვემოთ მოცემული სამი წინადადება სხვადასხვანაირად დაასრულოთ:

1. მომდევნო ოთხმოცდაათ დღეში გაყიდვების გაორმაგებას შევძლებდით, თუ...

2. გაგზავნისა და დამუშავების ხარჯების 20 პროცენტით შემცირებას შევძლებდით, თუ...

3. ბაზარზე ჩვენი პროდუქტის წამყვანი მომმარაგებელი გავხდებოდით, თუ...

ბრეინსტორმინგის სესიაზე ეცადეთ, რომ ამ და სხვა წინადადებებზე რაც შეიძლება მეტი პასუხი მოიფიქროთ. ივარაუდეთ, რომ ლოგიკური, მუშა და მისაღები გამოსავალი უკვე არსებობს, რომელიც მხოლოდ აღმოჩენას ელოდება. თქვენი მოვალეობაა, ამ სავარჯიშოს საშუალებით სესიაში ჩართული ხალხისგან საუკეთესო იდეების მოფიქრების სტიმულირება უზრუნველყოთ.

ამ პრაქტიკის რეგულარულად გამოყენება ორგანიზაციაში მომუშავე ყველა ადამიანის შემოქმედებითი აზროვნების ხარისხსა და რაოდენობას საგრძნობლად გაზრდის. ეს არის გამოსავლის პოვნის საუკეთესო გზა, რომელიც თქვენ ცხვირწინაა და უბრალოდ, ჯერ ვერ შეგიმჩნევიათ.

ჰგავს კატერის ძრავას. მას შემდეგ, რაც თქვენ მაგიდასთან ერთხელ მაინც მიხვალთ, ყველა უფრო აქტიური და ჩართული ხდება. იდეები სწრაფად დინებას დაიწყებს. სესიის მონაწილეები ხელის აწევით იდეის გამოთქმის ნებართვას მოითხოვენ.

ლიდერის მოვალეობაა, წესრიგი უზრუნველყოს, თითოეულ ადამიანს სტიმული მისცეს, დააფიქსიროს საკუთარი აზრი და დარწმუნდეს, რომ ყველას აქვს აზრის გამოთქმის საშუალება.

6. ბრეინსტორმინგის თითოეული სესია *აღმრიცხველს* საჭიროებს. აღმრიცხველის მოვალეობა იდეების რაც შეიძლება სწრაფად ჩაწერაა. თუ სესია განსაკუთრებულად ენერგიულია, შეგიძლიათ, ერთზე მეტი აღმრიცხველი გყავდეთ, რადგან ამ დროს ბევრი კარგი იდეა გაჩნდება. როცა IBM-თან ან სხვა კომპანიებთან ბრეინსტორმინგის სესიებს ვატარებ, გუნდებს შორის შეჯიბრებას ვაწყობ, ვინ უფრო მეტი და ღირებული იდეის მოფიქრებას შეძლებს. „შეჯიბრება" მეტ სტიმულს აძლევს მონაწილეებს და ყოველგვარი განხილვის ან შეფასების გარეშე ბევრი ახალი იდეის დაბადებას უწყობს ხელს.

ნომინალური ჯგუფური ტექნიკა

ეს არის მარტივი, მაგრამ ძლიერი ტექნიკა, რომელიც ბრეინსტორმინგის (ასევე მაინდსტორმინ-

გის) დროს კონკრეტულ პრობლემებზე ან შეკითხვებზე შემოქმედებითი პასუხების გამოსავლენად გამოიყენება. ნომინალური ჯგუფური ტექნიკის ყველაზე მარტივი მაგალითი *წინადადებების დასრულების* დავალებებია. მაგალითად, თქვენ შეგიძლიათ, ქვემოთ მოცემული სამი წინადადება სხვადასხვანაირად დაასრულოთ:

1. მომდევნო ოთხმოცდაათ დღეში გაყიდვების გაორმაგებას შევძლებდით, თუ...

2. გაგზავნისა და დამუშავების ხარჯების 20 პროცენტით შემცირებას შევძლებდით, თუ...

3. ბაზარზე ჩვენი პროდუქტის წამყვანი მომმარაგებელი გავხდებოდით, თუ...

ბრეინსტორმინგის სესიაზე ეცადეთ, რომ ამ და სხვა წინადადებებზე რაც შეიძლება მეტი პასუხი მოიფიქროთ. ივარაუდეთ, რომ ლოგიკური, მუშა და მისაღები გამოსავალი უკვე არსებობს, რომელიც მხოლოდ აღმოჩენას ელოდება. თქვენი მოვალეობაა, ამ სავარჯიშოს საშუალებით სესიაში ჩართული ხალხისგან საუკეთესო იდეების მოფიქრების სტიმულირება უზრუნველყოთ.

ამ პრაქტიკის რეგულარულად გამოყენება ორგანიზაციაში მომუშავე ყველა ადამიანის შემოქმედებითი აზროვნების ხარისხსა და რაოდენობას საგრძნობლად გაზრდის. ეს არის გამოსავლის პოვნის საუკეთესო გზა, რომელიც თქვენ ცხვირწინაა და უბრალოდ, ჯერ ვერ შეგიმჩნევიათ.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. შეარჩიეთ ერთი პრობლემა ან მიზანი, რომლის მოგვარებასაც თქვენს ბიზნესზე დიდი გავლენა ექნება.

2. შეადგინეთ ბრეინსტორმინგის ჯგუფი. აუხსენით მათ პროცესი (როგორც ამ თავშია აღწერილი), მიეცით საშუალება, პრობლემის მოგვარების ან მიზნის მიღწევისთვის რაც შეიძლება მეტი იდეა მოიფიქრონ. შედეგები გაგაოცებთ.

ოპტიმიზმი გადამწყვეტია

2013 წელს *Inc. Magazine*-მა კვლევა ჩაატარა და ამერიკაში 500 ყველაზე სწრაფად მზარდი პატარა კომპანიის პრეზიდენტი შეისწავლა. მკვლევრებმა აღმოაჩინეს, რომ აღმასრულებლების მთავარი მახასიათებელი მათი კომპანიებისა და ორგანიზაციების, პროდუქტების, მომსახურებისა და მათი მომავლის მიმართ ძალიან მაღალი ოპტიმიზმის ქონა იყო. ეს ოპტიმიზმი ორგანიზაციაში გავრცელებასა და თანამშრომლებში დიდი ენერგიისა და წარმოსახვის განვითარებასთან ერთად, კომპანიების წარმატებისთვის იდეების უწყვეტი ნაკადის გენერირებას იწვევდა.

ოპიტიმისტური მიდგომის განვითარება და შენარჩუნება ორი განსხვავებული გზითაა შესაძლებელი:

1. დროის უმეტესი ნაწილი იმაზე ფიქრსა და საუბარს დაუთმეთ, რა გსურთ და როგორ მიაღწიოთ მას. ოპტიმისტი ხალხი საკუთარ მიზნებზე დილას, შუადღესა და საღამოს ფიქრობს. ისინი

სამყაროს, უყურებენ როგორც შესაძლებლობების წყაროს და ყოველთვის კითხულობენ, როგორ მიაღწიონ ნებისმიერ მიზანს ან როგორ მოაგვარონ ნებისმიერი პრობლემა.

2. ყველა ადამიანში ან სიტუაციაში ეცადეთ, კარგი დაინახოთ. ოპტიმისტებს სჯერათ, რომ ყველა პრობლემა გამოსავალს თავად მოიცავს. მათ სჯერათ, რომ თუ ნათელი მიზანი ექნებათ, მიზნის მიღწევის გზის მოძებნას აუცილებლად შეძლებენ. როცა რაღაც ცუდად მიდის, ოპტიმისტები თითოეულ უარყოფით სიტუაციაში რაიმე კარგის ან სასარგებლოს დანახვას ცდილობენ.

ოპტიმისტების ენა

ოპტიმისტები არასდროს იყენებენ სიტყვას *პრობლემა*. ისინი უარყოფითი სიტყვის ნეიტრალიზებას ახდენენ და შეფერხებას ან სირთულეს „ვითარებად" მოიხსენიებენ. ისინი ამბობენ: „დღეს საინტერესო ვითარებაში ვართ".

„პრობლემა" შიშისა და დანაკარგის გრძნობას იწვევს. სიტყვა *ვითარება* კი ნეიტრალურია. თქვენ პრობლემას ერკინებით, ვითარებას უბრალოდ აგვარებთ.

უკეთესი სიტყვაა *გამოწვევა*. თუ პრობლემა არის რაღაც, რასაც ებრძვით, რაც გაფერხებთ და დროს ან ფულს გაკარგვინებთ, გამოწვევა ოპტიმიზმისკენ გიბიძგებთ. ეს არის ვითარება,

რომელიც თქვენ და თქვენ გარშემო მყოფ ხალხს საშუალებას გაძლევთ, თქვენი თავის საუკეთესო ვარიანტები იყოთ.

დღეიდან, როცა რამე ცუდად წავა, შეგიძლიათ თქვათ: „დღეს ჩვენ საინტერესო გამოწვევის წინაშე ვდგავართ".

ყველაზე კარგი სიტყვა შესაძლებლობაა. როცა ყველა პრობლემასა და სირთულეში შესაძლებლობის დანახვას შეძლებთ, გაოგნებული დარჩებით, იმდენ შესაძლებლობას დაინახავთ, რასაც ამ საკითხის პრობლემად დანახვის შემთხვევაში ხელიდან გაუშვებდით.

როცა ნებისმიერი სახის პრობლემის წინაშე დგახართ, უმნიშვნელოვანესი კითხვა, რომელიც უნდა დასვათ, არის: „რატომ არის ეს პრობლემა?"

თქვენი ზეცნობიერი გონების ძალა ხშირად პრობლემას ან შეფერხებას გიგზავნით, როგორც „საჩუქარს". ნებისმიერ პრობლემას ან სირთულეს შეხედეთ როგორც შესაძლებლობას, რომელიც ამ მომენტში კონკრეტულად თქვენთვისაა გამოგზავნილი, რათა საშუალება მოგცეთ, მომავალში უფრო წარმატებულები იყოთ. ასეთი აზროვნება საუკეთესო აღმასრულებლებს ახასიათებთ.

ეძებეთ ღირებული გაკვეთილი

ნებისმიერ ვითარებაში შეგიძლიათ, იყოთ ოპტიმისტი – თუ ყველა პრობლემაში ან შეფერხე-

ბაში „ღირებულ გაკვეთილს ეძებთ“. ერთ-ერთი ყველაზე დიდი კოსმიური ჭეშმარიტებაა, რომ ყველა შეფერხება ან სირთულე გაკვეთილია, რომელიც დაგეხმარებათ, მომავალში უფრო წარმატებული იყოთ.

წარმოგიდგენთ სავარჯიშოს: განსაზღვრეთ დღესდღეობით თქვენი ყველაზე დიდი პრობლემა ან სირთულე. წარმოიდგინეთ, რომ ეს თქვენთვის საჩუქრად არის გამოგზავნილი და მოიცავს გაკვეთილს, რომლის სწავლაც გჭირდებათ იმისთვის, რომ ცხოვრებაში ან ბიზნესში სწრაფად წახვიდეთ წინ. რა არის ეს გაკვეთილი?

გამოკვებეთ თქვენი გონება

იმისთვის, რომ გახდეთ სრულყოფილი ოპტიმისტი, რეგულარულად უნდა „გამოკვებოთ გონება“ პოზიტიური იდეებით, ინფორმაციით, ცოდნითა და პოზიტიურ ადამიანებთან საუბრებით.

თქვენ ხდებით ის, რაზეც მუდმივად ფიქრობთ და რითაც გონებას გამოკვებავთ. თუ შეჭამთ ჯანსაღ, ნოყიერ საჭმელს, თქვენ გექნებათ ჯანმრთელი და ცოცხალი სხეული. თუ გონებას პოზიტიური მასალებით გამოკვებავთ, სამუშაოდ პოზიტიური, უფრო ინტელექტუალური და შემოქმედებითი გონება გექნებათ.

როცა ყველა სირთულესთან მიმართებით მსგავს აზროვნებას განივითარებთ, გაოგნებული დარჩე-

ბით, რამდენ შესანიშნავ ხედვასა და გაკვეთილს ისწავლით ცხოვრებაში არსებული ყველა რთული ვითარებიდან. ძალიან ხშირად ეს ნასწავლი გაკვეთილები იქნება თქვენი მომავალი წარმატების გასაღები.

პოზიტიური აზროვნება, საუბარი და ვიზუალიზაცია ის კატალიზატორებია, თქვენს ზეცნობიერ გონებას საშუალებას რომ აძლევს, რაც შეიძლება სწრაფად და მაღალ დონეზე იმუშაოს.

თქვენს ცხოვრებაში იწყებთ იმის მოზიდვას, რაზეც მუდმივად ფიქრობთ ისე, როგორც მაგნიტი იზიდავს რკინას. თუ ნეგატიურად საუბრობთ და აზროვნებთ ან თუ მომავალზე დარდობთ, თქვენ აამუშავებთ მოზიდვის კანონს, რომ ცხოვრებაში ეს არასასიამოვნო მოვლენები შემოიტანოთ. ფრთხილად იყავით.

თქვენი ზეცნობიერი გონება მოითხოვს სიცხადესა და ერთგულებას, რწმენასა და *სურვილს*. მისი აქტივაცია ხდება ინტენსიური ემოციებით, განსაკუთრებით, სურვილით. რაც უფრო ინტენსიურად გსურთ, იყოთ ან გქონდეთ, გააკეთოთ ან მიაღწიოთ რაიმე მნიშვნელოვანს, თქვენი ზეცნობიერი გონება უფრო სწრაფად მუშაობს იმისთვის, რომ შემოგთავაზოთ ის ხედვები და იდეები, რომლებიც თქვენი მიზნის უფრო სწრაფად მიღწევაში დაგეხმარებათ.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. მიიღეთ გადაწყვეტილება, რომ დღეიდან სრული ოპტიმისტი გახდებით. იფიქრეთ და ისაუბრეთ მხოლოდ იმ რაღაცებზე, რაც გსურთ და როგორ უნდა მიაღწიოთ მათ. ყველა ვითარებაში დაინახეთ კარგი. ყველა სირთულეში ეძებეთ ღირებული გაკვეთილი და მუდმივად გამოკვებეთ გონება პოზიტიური „გონებრივი პროტეინით", წიგნების, აუდიო მასალების, DVD-ებისა და პოზიტიური, სიცოცხლის გამხანგრძლივებელი საუბრების საშუალებით.

2. გამოიყენეთ ოპტიმისტების ენა. თავი აარიდეთ უარყოფითი მნიშვნელობის სიტყვებს და ჩაანაცვლეთ ისინი სიტყვებით, პრობლემების ნაცვლად უპირატესობას გამოსავალს რომ ანიჭებს.

განვითარეთ გენიოსის თვისებები

შეისწავლეს გენიოსებად მიჩნეული ადამიანები, რათა განესაზღვრათ მათი აზროვნების პროცესის, ქმედებებისა და ქცევების საწყისები. აღმოაჩინეს, რომ ამ ხალხის უმრავლესობას ინტელექტი საშუალო ან საშუალოზე ოდნავ მაღალი ჰქონდა. ისინი არ იყვნენ აინშტაინის მსგავსი „გენიოსები".

თუმცა მათ სამი საერთო თვისება გააჩნდათ. საბედნიეროდ, ამ თვისებების განვითარება შესაძლებელია. მათი გაუმჯობესებით თქვენ შეგიძლიათ უფრო და უფრო „ინტელექტუალურები" გახდეთ. დაეუფლეთ გენიოსის ამ სამ თვისებას და თქვენ იქნებით გენიოსი შემოქმედებით აზროვნებასა და პრობლემების მოგვარებაში.

კონცენტრაცია

პირველ რიგში, გენიოსებს მტკიცედ განვითარებული აქვთ ყურადღების გადატანის გარეშე ერთ რაღაცაზე 100 პროცენტით კონცენტრირების შესაძლებლობა. ამას ზოგჯერ კონცენ-

ტრირებული გონების ძალას (CMP) უწოდებენ, რომელიც ყველა შემოქმედებით პროგრესსა და მიღწევას თან ახლავს. კონცენტრირება აუცილებელია მნიშვნელოვანი მიზნების მისაღწევად, დროის მართვისთვის, ამოცანების დასრულებისა და ყველა შემოქმედებითი სამუშაოსთვის.

სამწუხაროდ, დღესდღეობით უმრავლესობა ყურადღების გადატანის უსასრულო, ძირითადად, ტექნოლოგიური საშუალებებითაა გარემოცული. ელექტრონული ფოსტა მუდმივად ახალი შეტყობინების მოსვლას იუწყება, სმარტფონი მუდმივად რეკავს, სხვა ტელეფონიც რეკავს, მესიჯები უსასრულოდ მოდის. ამას გარდა, სამუშაო გარემოში თვითონ ხალხი კიდევ ერთი ყურადღების გაფანტვის ხელშემწყობი ასპექტია. ამიტომაცაა, რომ ამბობენ: „სამსახურში საქმეს ვერ გააკეთებ“.

იმისთვის, რომ კონცენტრირება ისწავლოთ, დრო უწყვეტ პერიოდებად უნდა დაჰყოთ, რაც საშუალებას მოგცემთ, ყურადღების გადატანისა ან შეწყვეტის გარეშე მუშაობა შეძლოთ.

ალბათ, დროის მართვის უმნიშვნელოვანესი პრინციპი, რაც აუცილებელია შემოქმედებითობისა და კონცენტრაციისთვის, არის უბრალოდ, „რაღაცების შეწყვეტა“. შექმენით თქვენ გარშემო სიჩუმის ზონა, ყოველდღიურად, კონკრეტულ პერიოდში, თქვენ გარშემო არსებული ყველა

ტექნოლოგიური დანადგარი გათიშეთ. თქვენს გონებას დასამშვიდებლად დრო სჭირდება (ოცდაათი, სამოცი ან ოთხმოცდაათი წუთი), როგორც წყლიან ვედროში შლამს დასალექად დრო სჭირდება. მხოლოდ ამის შემდეგ შეძლებთ ცხადად და ეფექტურად აზროვნებას.

ეძებეთ მიზეზშედეგობრივი კავშირები

გენიოსის მეორე თვისება მისი შესაძლებლობაა, დაინახოს მიზეზშედეგობრივი კავშირები, დიდი სურათი. გენიოსები ნებისმიერი პრობლემის მოსაგვარებელი გზების განხილვას ღია, მოქნილი და თითქმის ბავშვის მსგავსი გონებით უდგებიან.

სცადეთ, შეხედოთ თქვენს სამსახურს, საკუთარ თავსა და ბიზნესს, როგორც ორგანული სისტემის ნაწილს. მხედველობაში მიიღეთ, რა გავლენას ახდენს თითოეული დეტალი თქვენი ცხოვრების ყველა ასპექტზე. კონკრეტული მოვლენის განცალკევებულ და დამოუკიდებელ შემთხვევად დანახვის ნაცვლად, შეხედეთ ყველაფერს, რასაც შეიძლება ეს მოვლენა გამოეწვია და იმ ყველაფერს, რაც ამ მოვლენას მოჰყვება. იფიქრეთ სიტუაციაზე, როგორც დიდი სურათის ნაწილზე და სხვადასხვა ურთიერთკავშირი განიხილეთ.

პრობლემის კონკრეტულ ახსნაზე ან გამოსავალზე მიჯაჭვას ან შეყვარებას თავი აარიდეთ.

ერთ-ერთი ფაქტორი, რაც შემოქმედებით აზროვნებას აფერხებს, ჩვენ მიერ მოფიქრებულ იდეაზე მიჯაჭვა ან დაქორწინებაა. მოგვიანებით ჩვენი პირადი ინტერესი ამ იდეის სხვაზე მიყიდვა ხდება. თავს წარმატებულად მივიჩნევთ, თუ სხვებისთვის ჩვენი მოსაზრებების მიყიდვას შევძლებთ, მიუხედავად იმისა, რომ იგი შეიძლება, არასწორი იყოს.

ეცადეთ, როგორც ბუდისტები იქცევიან, თქვენც არ მიეჯაჭვოთ თქვენს იდეებს და რაც შეიძლება მეტი იდეა ღია გონებით განიხილოთ. იყავით მოქნილი იმ იდეებთან მიმართებითაც კი, რომელთაც წარმოუდგენლად თვლით. არ მიიღოთ იდეები ყველანაირი შესაძლებლობის შემოწმების გარეშე.

თქვენი იდეა ისე განიხილეთ, თითქოს სხვის მიერ იყოს თქვენთვის შემოთავაზებული. იყავით სკეპტიკოსები. დასვით კითხვები. დაიწყეთ ვარაუდით, რომ იდეა შეიძლება სრულიად მცდარი იყოს.

გამოიყენეთ სისტემური მეთოდი

მესამე, გენიოსები პრობლემის გადასაჭრელად სისტემურ, თანამიმდევრულ მიდგომას იყენებენ. პირველ რიგში პრობლემას ნათლად, წერილობით განსაზღვრავენ. შემდეგ კითხვებს სვამენ. მაგალითად, როგორ იქცა ეს პრობლე-

მად? ეს მართლა პრობლემაა თუ შესაძლებლობა? ეს ნამდვილი პრობლემაა თუ უფრო დიდი პრობლემის მანიშნებელია?

სკოლაში მათემატიკურ აზროვნებას გასწავლიან. მართალია, ალგებრას ან გეომეტრიას სკოლის შემდეგ აღარ იყენებთ, თუ რა თქმა უნდა, ამ სფეროში არ მუშაობთ, მაგრამ ამ საგნის სწავლების ძირითადი მიზანია, სისტემატური მუშაობით გამოსავლის პოვნის გზები გასწავლონ. თქვენ პრობლემისადმი ლოგიკურ და სისტემურ მიდგომას სწავლობთ. ეს არის უნარი, რომელსაც შემდეგ თქვენი ცხოვრების სხვა სფეროშიც გამოიყენებთ. ყველა გენიოსი პრობლემას სისტემურად უდგება და ნაბიჯ-ნაბიჯ აგვარებს.

გახსოვდეთ, მოქმედება ყველაფერია. თქვენ ხართ ის, რასაც აკეთებთ. როცა გენიოსების თვისებების განვითარებაში ვარჯიშობთ, ძალიან მალე გენიოსების დონეზე მოქმედებასაც დაიწყებთ.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. აიღეთ ერთი დიდი პრობლემა, რომლის წინაშეც დღეს დგახართ და ამ პრობლემის ყველა დეტალი ფურცელზე დაწერეთ. ზოგჯერ პასუხი დეტალების წერისას გამოჩნდება.

2. დაიხიეთ უკან და პრობლემასა და თქვენი საქმიანობის სხვა ნაწილებს შორის არსებულ მიზეზშედეგობრივ კავშირს დააკვირდით. აიღეთ

ფურცელი, შუაში დახაზეთ წრე და წრის შიგნით თქვენი პრობლემის განმარტება ჩაწერეთ. შემდეგ ამ წრეს გამომავალი სწორი ხაზები მიახატეთ და თითოეული ხაზი ამ პრობლემასთან დაკავშირებულ სხვადასხვა ადამიანისა და ფაქტორისკენ მიმართეთ.

პრობლემის მოგვარება შვიდ ნაბიჯში

პრობლემის მოგვარების ნებისმიერი ორგანიზებული მეთოდი მაღალი ხარისხის გამოსავლის პოვნაში უფრო ეფექტურია, ვიდრე არანაირი მეთოდის ქონა. ამ თავში პრობლემის მოგვარების შვიდ სისტემურ ნაბიჯს წარმოგიდგენთ.

განსაზღვრეთ თქვენი პრობლემა ნათლად და წერილობით

წერას ფსიქო-ნეირო-მოტორულ მოქმედებას ეძახიან. ფურცელზე, დაფასა ან ფლიპჩარტზე პრობლემის დაწერით იძულებული ხდებით, თქვენი *ვიზუალური, სმენისა* და *კინესთეტიკური* შეგრძნებები გამოიყენოთ. შედეგად, პრობლემის ნათლად განსაზღვრით, თქვენი გონება მთლიანად აქტიურდება. გასაკვირი არ იქნება, თუ თქვენი პრობლემის 50 პროცენტი პრობლემის განსაზღ-

ვრისთანავე დადებითად გადაწყდება. უმეტესად, როცა ხალხი დიდი ხნის განმავლობაში ერკინებოდა პრობლემებს, იმიტომ ხდებოდა, რომ მათ პრობლემის ნათლად განსაზღვრას დრო არ დაუთმეს. ცხოვრებასა და სამსახურში წარმატების მთავარი დამაბრკოლებელი ბუნდოვანი აზროვნებაა.

წაიკითხეთ, გამოიკვლიეთ და შეაგროვეთ ინფორმაცია

გაიგეთ ფაქტები. McKinsey & Company-ი მსოფლიოში ყველაზე წარმატებული მენეჯმენტის კონსულტაციის ფირმაა. „McKinsey-ის მეთოდი" პირველ რიგში პრობლემისა და ამ პრობლემის ყველა ვარიანტის იდენტიფიცირებისგან შედგება. მეორე ნაწილი ყველა შესაძლო წყაროდან ინფორმაციის მოძიება და შემდეგ ყველა დეტალის დაზუსტებაა, რათა დარწმუნდეთ, ინფორმაცია ნამდვილად სწორია და არა უბრალოდ ვარაუდი.

რაც მეტ ინფორმაციას აგროვებთ, მით უფრო დიდია შანსი, რომ სწორ გამოსავალს მონაცემებში ნახავთ. ისე, როგორც ნაღები ამოდის რძის თავზე. მზად იყავით, ფაქტებს მიჰყვეთ. პროცესის დასაწყისშივე თავი აარიდეთ ისეთი ინფორმაციის მოძიებას, რომელიც თქვენს თავდაპირველ დასკვნას დაადასტურებს. საკითხს ღია გონებით მიუდექით.

ხელახლა ნუ გამოიგონებთ ბორბალს

გახსოვდეთ, დიდი შანსია, რომ რა პრობლემასაც ახლა თქვენ ეჭიდებით, ის სადღაც ვიღაცამ უკვე მოაგვარა და საკმაოდ დიდი ხარჯიც გასწია. თქვენ ბორბლის ხელახლა გამოგონება არ გჭირდებათ. დაუსვით კითხვები ინფორმირებულ ხალხს და კონსულტაციები ექსპერტებთან გაიარეთ. მოძებნეთ ადამიანები, ვისაც მსგავსი პრობლემა ჰქონდა და გაარკვიეთ, როგორ მოაგვარეს მათ ეს პრობლემა. დიდი ალბათობით, ნულიდან დაწყება არ დაგჭირდებათ.

თქვენს ბიზნესში არსებული კომპლექსური პრობლემის მოგვარებისას დროისა და ფულის დაზოგვის ყველაზე კარგი გზა, ალბათ, ამ სფეროს კონსულტანტის ან ექსპერტის დაქირავებაა. ექსპერტისთვის რამდენიმე ასეული ან ათასეული დოლარის გადახდით, მთლიანობაში საკმაოდ დიდი რაოდენობის ფულსა და დროს დაზოგავთ. ყველაზე ძვირად ღირებული შეცდომები, რაც მე ბიზნესში დამიშვია, გამოწვეული იყო იმით, რომ ვერ მოვახერხე ან სურვილი არ მქონდა, კონსულტაცია ექსპერტთან გამევლო, სანამ ბიზნესში ან პროექტში დროსა და ფულს ჩავდებდი.

საშუალება მიეცით თქვენს ქვეცნობიერს, იმუშაოს ცვლილებებზე

მას შემდეგ, რაც ინფორმაციას შეაგროვებთ და პროცესში ჩართულ მხარეებთან საფუძვლი-

ანად განიხილავთ, სცადეთ პრობლემის *გაცნობიერებულად* მოგვარება. მოიფიქრეთ ყველაფერი, რისი გაკეთებაც შეგიძლიათ და შემდეგ, თუ მოფიქრებული პასუხებით კმაყოფილი არ ხართ, ცოტა ხნით გვერდით გადადეთ. პრობლემის გადასაჭრელად მოგვიანებით კიდევ ერთი შეხვედრა დანიშნეთ, როცა უკვე პრობლემაზე ფიქრისთვის ყველას საკმარისი დრო ექნება.

ბიბლია ამბობს: „ყველაფერს რომ გააკეთებთ, ადექით". პრობლემის მოგვარებასთან მიმართებით ეს ნიშნავს, რომ თუ თქვენ ინფორმაციის შეგროვების მთლიანი პროცესი შეასრულეთ და გამოსავალი კვლავ არ გაქვთ – დაანებეთ თავი პრობლემაზე ფიქრს და სხვა რამით დაკავდით.

როცა ყურადღებას პრობლემიდან ან სირთულიდან სრულიად სხვა რამეზე გადაიტანთ, რაც თქვენს გონებას მთლიანად მოიცავს, თქვენი *ქვეცნობიერი* და *ზეცნობიერი* გონება პრობლემის მოგვარებაზე მუშაობას ოცდაოთხსაათიან რეჟიმში იწყებს, როგორც სუპერკომპიუტერი კომპლექსური ფორმულის ან ციფრების სერიის დამუშავებას ახდენს. თქვენი პრობლემის უმაღლეს გონებრივ ძალაზე მინდობით ან გონების სხვა რამით დატვირთვით, ან უბრალოდ, დასვენებით, ხშირად გონება თავად მოგცემთ პასუხს, რომელიც გჭირდებათ და ზუსტად მაშინ, როცა გჭირდებათ.

გამოიყენეთ ძილი

თქვენი პრობლემა ძილის წინ მიმოიხილეთ და ქვეცნობიერს გამოსავალი სთხოვეთ. ასეთი მიდგომა განსაკუთრებულად კარგად მუშაობს, როცა გაქვთ სირთულე, რომელიც მეორე დღეს უნდა მოგვარდეს, ან დილემის წინაშე დგახართ. გამოსავლის მოთხოვნით, საკმაოდ ხშირად, თქვენ შესანიშნავი პასუხით გაიღვიძებთ იმ პრობლემასთან მიმართებით, რომელიც იმავე დღეს უნდა მოგვარდეს. თქვენ შეიძლება შუაღამისას გაიღვიძოთ რაიმე ხედვით. შეიძლება, დილით გაიღვიძოთ და გამოსავალი იქვე იყოს, როგორც პეპელა ჯდება თქვენს მხარზე.

ჩაიწერეთ

სასურველია, რომ პატარა ბლოკნოტი ყოველთვის თან გქონდეთ, რათა ნებისმიერ მომენტში პასუხებისა და იდეების ჩაწერა შეძლოთ და თავიდან აირიდოთ დავიწყება, რაც საკმაოდ ხშირად ხდება ხოლმე. როცა გონება გაგინათდებათ, მაშინვე ჩაწერეთ. ერთმა კარგმა იდეამ შეიძლება მრავალწლიანი შრომა თავიდან აგარიდოთ. წარმატების მისაღწევად შეიძლება ერთი იდეაც საკმარისი იყოს.

იმოქმედეთ

დაბოლოს, მაშინვე იმოქმედეთ, არ იყოყმანოთ. ხშირად თქვენი იდეები „დროში შეზღუდულია“.

თუ მაშინვე იმოქმედებთ, შეიძლება, შესანიშნავი ცვლილებები მოხდეს. მაგრამ თუ მოქმედებას რამდენიმე საათით ან დღით დააყოვნებთ, ხელიდან მომენტს გაუშვებთ. არ დაუშვათ, რომ ეს თქვენ დაგემართოთ.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. აიღეთ ნებისმიერი პრობლემა ან მიზანი, რომელიც თქვენ გაქვთ და ჩაწერეთ Google keywords-ში. გადმოწერეთ ყველა სტატია და ბლოგი, რაც კი თქვენი კონკრეტული პრობლემის ან მიზნის შესახებ დაწერილა და ყურადღებით წაიკითხეთ. გაოგნებული დარჩებით, როცა აღმოაჩენთ, უკვე რამდენი რაღაც იპოვეს და რამდენ რაღაცას აკეთებენ სხვები ამ საკითხთან დაკავშირებით.

2. როცა ზუსტად იცით პრობლემა ან მიზანი, ისეთი ხალხი მოიძიეთ, რომელმაც თავის ცხოვრებაში ან სამსახურში ეს პრობლემა უკვე მოაგვარა. ჰკითხეთ სხვებს, თუ იცნობენ ვინმე ისეთს, რომელმაც იმ პრობლემის შესახებ, რომელზეც თქვენ მუშაობთ, რამე შეიძლება, იცოდეს. გაოგნებული დარჩებით, თუ რამდენად მალე იპოვით ადამიანს, რომელსაც შეგიძლიათ, თქვენი პრობლემის ან მიზნის შესახებ გაესაუბროთ.

გონების მასტიმულირებელი სავარჯიშოები

თქვენ გაგიგონიათ გამონათქვამი, ცოდნა ძალაა.

თუმცა მხოლოდ პრაქტიკული ცოდნაა ის ცოდნა, რომელიც მიზნის ან სარგებლის მიღწევისთვის გამოიყენება. სწორედ ეს არის ჭეშმარიტი ძალა. ცოდნა რომ ყველაფერი იყოს, ყველა ბიბლიოთეკარი მდიდარი იქნებოდა, რადგან ისინი მილიონობით ცოდნის გამომხატველი სიტყვით არიან გარშემორტყმულნი.

ამ თავში მოცემული სავარჯიშოები იმ მიზნებისა და პრობლემების იდენტიფიცირებაში დაგეხმარებათ, რომელთა მიმართებითაც გსურთ თქვენი შემოქმედებითობისა და ცოდნის გამოყენება.

სწრაფი სიის მეთოდი

პირველი სავარჯიშოა, ოცდაათ წამში ან უფრო ნაკლებ დროში დაწეროთ პასუხები შემდეგ

კითხვებზე: მაგალითად, ამჟამად რა არის სამი ყველაზე მნიშვნელოვანი მიზანი თქვენს ცხოვრებაში?

ამ მეთოდს სწრაფი სიის მეთოდი ეწოდება. როცა მხოლოდ ოცდაათი წამი გაქვთ ცხოვრების სამი უმნიშვნელოვანესი მიზნის ჩამოსაწერად, თქვენი ნამდვილი მიზნები ფურცელზე ჩამოწერის პროცესიდან მოვა, ზოგჯერ თქვენ გასაკვირადაც.

როცა ამ სავარჯიშოს სემინარის დამსწრეებს ვაძლევ, 80 პროცენტზე მეტი ამ სამ მიზანს წერს: ფინანსური მიზანი, ოჯახური მიზანი და ჯანმრთელობის მიზანი. ეს ასეც უნდა იყოს. ეს საკითხები თითქმის ყველა ადამიანის ცხოვრებაში სამი ყველაზე მნიშნველოვანი მიზანია.

მას შემდეგ, რაც ამ კითხვას უპასუხებენ, მე მათ ვთხოვ, ერთიდან ათ ქულამდე შეაფასონ, რამდენად კმაყოფილები არიან თითოეულ საკითხში. ყველაზე დაბალქულიანი პასუხი მათ ცხოვრებაში ყველაზე პრობლემური ან არაბედნიერი სფეროა. თავად სცადეთ და ნახავთ.

ბიზნესსემინარებზე ამ სავარჯიშოს უფრო ვაფართოებთ და ბიზნესმფლობელებსა და აღმასრულებლებს ვთხოვთ, პასუხები სწრაფი სიის კითხვების სერიას გასცენ, რომელიც კონკრეტულად ბიზნესზე, ფინანსებზე, გაყიდვებზე, პროდუქტზე, ხალხსა და სხვა კონკურენტულ მიზ-

ნებზეა ორიენტირებული. თითოეულ კითხვაზე პასუხის დასაწერად მონაწილეებს ოცდაათი წამი აქვთ. მათი პასუხები საკმაოდ ბევრის მთქმელი და ხშირად ბიზნესის გარდამქმნელია.

„უხეში კითხვები“

ლიდერობა და წარმატება პრობლემების მოგვარების უნარია. ერთადერთი რამ, რაც თქვენსა და მიზნის მიღწევებს შორის დგას, სხვადასხვა სახის პრობლემა და დაბრკოლებაა. მაინც რა არის ეს პრობლემები ან დაბრკოლებები? შემდეგი სავარჯიშო იმისთვის არის, რომ ყურადღება მივმართოთ იქით, რასაც ჯიმ კოლინსმა „უხეში კითხვები“ უწოდა. ეს ის კითხვებია, რომლებიც პრობლემებზე დაფიქრებას გაიძულებთ.

თქვენ შეგიძლიათ, სავარჯიშო ზოგადი კითხვებით დაიწყოთ. მაგალითად, რა არის ამჟამად თქვენი ცხოვრების სამი ყველაზე გადაუდებელი პრობლემა? შეგიძლიათ, ეს კითხვა თქვენი ბიზნესის ნებისმიერ მნიშვნელოვან არეალს მოარგოთ. შეგიძლიათ, იკითხოთ:

1. დღესდღეობით რა არის ჩვენი სამი უდიდესი ბიზნესპრობლემა?

2. რა არის დღეს ჩვენი სამი უდიდესი ფინანსური პრობლემა?

3. რა არის ჩვენი სამი უდიდესი პრობლემა გაყიდვებთან დაკავშირებით?

4. კონკურენტებთან ან ბაზართან დაკავშირებით რა არის ჩვენი სამი უდიდესი პრობლემა?

5. ხალხთან დაკავშირებით რა არის ჩვენი სამი უდიდესი პრობლემა?

6. პროდუქტთან ან მომსახურებასთან დაკავშირებით რა არის ჩვენი სამი უდიდესი პრობლემა?

7. რა არის სამი ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაბიჯი, რომლის გადადგმაც ჩვენი ბიზნესშედეგების გასაუმჯობესებლად ახლავე შეგვიძლია?

შესაძლებლობა, დასვათ და ზუსტად უპასუხოთ კითხვებს და შემდეგ განსაზღვრული პრობლემის მოგვარების მიზნით გადაწყვეტილებების იმპლემენტაცია მოახდინოთ, თქვენი ბიზნესის წარმატების განმსაზღვრელი ძირითადი ფაქტორია.

გამოიყენეთ 80/20 წესი

80/20 წესი კარგად ერგება როგორც ბიზნესს, ისე პირად პრობლემებს. ამ შემთხვევაში ეს ნიშნავს, რომ თქვენი პრობლემების, დაბრკოლებების, სირთულეების, დარდისა და წუხილის 80 პროცენტი *თქვენში* ან თქვენს ბიზნესშია. მხოლოდ 20 პროცენტია *გარეგანი* ფაქტორების ან ადამიანების მიერ განსაზღვრული.

აღმატებულად მოაზროვნე ადამიანის საწყისი ეტაპი პრობლემის ნათლად იდენტიფიცირება და

შემდეგ კითხვის დასმაა: „რა არის ჩემში ან ჩემს კომპანიაში ისეთი, რაც ამ პრობლემას იწვევს?“.

მოახდინეთ თქვენი საყვარელი გასამართლებელი მიზეზების იდენტიფიცირება

ბიზნესსემინარებზე ყოველთვის ვსვამთ შეკითხვას: „რამდენ თქვენგანს სურს მომგებიანობის გაორმაგება?“

ოთახში ხელს ყველა იწევს. შემდეგ ვეკითხებით: „რატომ არ არის თქვენი მოგება უკვე გაორმაგებული?“

სწორედ ამ დროს აღვნიშნავ, რომ ამ ინდუსტრიაში ბევრი კომპანიაა, რომელიც მათზე ორჯერ, ხუთჯერ და ათჯერ მეტ მოგებას ნახულობს. ამ მაღალმომგებიანი კომპანიების უმრავლესობა აუდიტორიაში დამსწრე პირებისგან განსხვავებით, ბევრად ცოტა ხანია, რაც ბიზნესში არიან. ყველა ეს კომპანია იმავე კონკურენტულ გარემოში ფუნქციონირებს, როგორშიც ჩემს სემინარზე დამსწრე ბიზნესმფლობელები და აღმასრულებლები. რატომ არის, რომ მათ თქვენზე მეტი შემოსავალი აქვთ?

ეს სავარჯიშო ხალხს არასასურველი ფინანსური მდგომარეობის, მათი საყვარელი გასამართლებელი მიზეზების იდენტიფიცირებაში ეხმარება. რატომ არ არის თქვენი ბიზნესი ორჯერ

დიდი? რა არის თქვენი საყვარელი გასამართლებელი მიზეზები? რას ეუბნებით საკუთარ თავს და სხვებს, რომ წარმატებისთვის ზედმეტი შრომა თავიდან აირიდოთ?

რა არის თქვენში ან თქვენს კომპანიაში, რაც გაფერხებთ?

მუდმივად ამ კითხვების დასმა და მათზე პასუხების გაცემა თქვენი შემოქმედებითობის სტიმულირებას ახდენს. მე მოგცემთ იდეებსა და ხედვას, რომელიც ნებისმიერი პრობლემის მოგვარების ან ნებისმიერი დაბრკოლების გადალახვის საშუალებას მოგცემთ, რაც შესაძლებელია, ბიზნესსა და პირადი მიზნების მიღწევაში ხელს გიშლიდეთ.

გამოიყენეთ იდეალიზაცია

ლიდერებს აქვთ ხედვა. ხედვა შესაძლებლობას გაძლევთ, იდეალური მომავალი წარმოიდგინოთ, შემდეგ აწმყოში დაბრუნდეთ და განავითაროთ გეგმა, რომელიც დღევანდელი მდგომარეობიდან თქვენთვის სასურველ მომავალში მიგიყვანთ.

ჯადოსნური ჯოხი რომ გქონდეთ და თქვენი ბიზნესის ყველა ასპექტის გაუმჯობესება შეგეძლოთ, რამდენად განსხვავებული იქნებოდა ის დღევანდელი მდგომარეობისგან? და ყველაზე მნიშვნელოვანი, რა იქნებოდა პირველი ნაბიჯი, რომელიც სასურველ მომავლამდე მისასვლელად უნდა გადადგათ?

დღესვე გადაწყვიტეთ პირველი ნაბიჯი, რომელსაც გადადგამთ და დაუყოვნებლივ იმოქმედეთ. დანარჩენი ყველაფერი ამ ნაბიჯს მოჰყვება. კარგი ამბავი ისაა, რომ ყოველთვის შეგიძლიათ, სულ მცირე ერთი ნაბიჯით მაინც წინ წასვლა. შეიძლება, ვერ შეძლოთ მომავლამდე თქვენი მთლიანი გზის დანახვა. თუმცა ყოველთვის შეგიძლიათ, მომავალი ერთი ნაბიჯით წინ დაინახოთ. და თუ იქამდე მიხვალთ, სადამდეც ხედავთ, თქვენ კიდევ უფრო შორს დაინახავთ და შესაბამისად, კიდევ უფრო წინ შეძლებთ წასვლას.

იდეალიზაცია „საუკეთესოდ მუშაობის აზროვნების" დამტკიცებული მეთოდია. მომავლის დანახვითა და საუკეთესო მდგომარეობის წარმოდგენით, შემდეგ უკან, აწყმოში გამოხედვით, სადაც დღეს თქვენ რეალურად ხართ, ხშირად შესანიშნავ პერსპექტივას იძენთ და ბევრ რაღაცას ხედავთ, რისი გაკეთებაც დღეიდანვე შეგიძლიათ, დაიწყოთ, რათა მომავალში საუკეთესო ბიზნესი შექმნათ.

ჯადოსნური შეკითხვა

წარმოგიდგენთ გასართობ სავარჯიშოს. თქვენს თავს ჰკითხეთ: „რის გაკეთებას გაბედავდი, თუ იცი, რომ არ დამარცხდები?"

წარმოიდგინეთ, რომ ჯერ კიდევ გაქვთ ჯადოსნური ჯოხი, რომლის ერთი აქნევით შეგიძ-

ლიათ ნებისმიერ მიზანს მიაღწიოთ. ეს რომ მართლაც შესაძლებელი იყოს, რა იქნებოდა ის ერთი მიზანი, რომელსაც თქვენს ცხოვრებაზე პოზიტიური გავლენა ექნებოდა?

რაც უნდა იყოს თქვენი პასუხი, პასუხი ყოველთვის თან გაქვთ. ჩაიწერეთ, შექმენით გეგმა და ყოველდღე მასზე მუშაობა დაიწყეთ. გადადგით პირველი ნაბიჯი. გააკეთეთ რამე. გააკეთეთ ყველაფერი. დაიწყეთ ამ მნიშვნელოვან მიზანზე ყოველდღე მუშაობა, რომლის მიღწევაც თქვენს ცხოვრებას სრულიად შეცვლის.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. ჩამოწერეთ თქვენს პირად ან ბიზნესცხოვრებაში სამი ყველაზე მნიშვნელოვანი მიზანი. ახლავე ჩამოწერეთ.

2. განსაზღვრეთ ერთი მიზანი, რომლის მიღწევასაც თქვენს ცხოვრებაზე პოზიტიური გავლენა ექნება.

აზროვნებისთვის გამოიყენეთ თქვენი სამი გონება

ყველა ადამიანს სამი განსხვავებული „გონება“ აქვს, რომლითაც ფიქრობს, პრობლემებს აგვარებს, გადაწყვეტილებებს იღებს და მიზანს აღწევს. თქვენმა შესაძლებლობამ, სამ განსხვავებულ გონებას შორის სხვაობა გაიგოთ და ცხოვრებისა და ბიზნესის გასაუმჯობესებლად მათი პოტენციალის მაქსიმიზაცია მოახდინოთ, შესაძლოა, თქვენი შედეგები გარდაქმნას და გაამრავლოს.

ცნობიერი გონება

ეს არის ფხიზელი გონება, რომელსაც მაშინ ხედავთ, როცა დაკავებული და აქტიური ხართ. ცნობიერი გონება ობიექტური, ანალიტიკური, რაციონალური, კრიტიკული და პრაგმატულია. ის ინფორმაციას ბევრი წყაროსგან იღებს, რომელსაც აანალიზებს, ინფორმაციას გონებაში და-

მახსოვრებულ სხვა ინფორმაციებთან ადარებს და გადაწყვეტილებებს იღებს. თქვენი ცნობიერი გონება არის ადგილი, საიდანაც ახალი ინფორმაცია ტვინში ისე შედის, როგორც შესასვლელში.

დენიელ კანემანი თავის ცნობილ წიგნში *„ფიქრი, სწრაფად და ნელა“* ხსნის, რომ თითქმის ყოველთვის გაქვთ თქვენი ცნობიერი გონების გამოყენების ორი გზა.

პირველი გზა, „სწრაფად აზროვნება“, ინტუიციური, ავტომატური, ინსტინქტური და სწრაფია. ეს გზა თქვენი ცნობიერი გონების აზროვნების სტილია, რომელსაც ყოველდღიურ ცხოვრებაში სწრაფად განვითარებადი შემთხვევების სამართავად იყენებთ. სწრაფად აზროვნება ძალიან ჰგავს გადატვირთულ გზაზე მანქანით მოძრაობას; თქვენ სწრაფ გადაწყვეტილებებს იღებთ, მოძრაობისას ცვალებად მოვლენებზე რეაგირებთ. უმეტეს დროს სწრაფად აზროვნებაში ატარებთ, რომელსაც ადამიანებთან, ტელეფონზე საუბრისას, ელექტრონულ ფოსტასა და გარეგან მოთხოვნებზე პასუხის გაცემისას იყენებთ. ეს სწრაფად აზროვნების ნორმალური და ბუნებრივი გზაა და უმრავლეს შემთხვევაში სათანადოდაც იყენებთ.

იაზროვნეთ ნელა

აზროვნების მეორე ფორმას, რომელსაც კანემანი განიხილავს, „ნელა აზროვნება“ ეწოდება. ეს

თქვენი ცნობიერი გონების მეორე ფუნქციაა. ამ ტიპის აზროვნება აზროვნების ტემპის შემცირებას მოითხოვს, რათა სანამ რამეს იტყვით ან რაიმე გზით რეაგირებდეთ, კარგად დაფიქრდეთ, რა ხდება.

ნელი აზროვნების სწორად გამოყენებაა, როცა ისეთ აქტივობაში ხართ ჩართული ან ისეთ გადაწყვეტილებას იღებთ, რომელსაც გრძელვადიანი შედეგები აქვს. მაგალითად, სტრატეგიული დაგეგმარება ყველას აიძულებს, ნელა იაზროვნოს.

ამ შემთხვევაში ნელი აზროვნება ძალიან საჭიროა, რადგან სტრატეგიული დაგეგმარებისას მიღებულ გადაწყვეტილებებს ორგანიზაციის წარმატებასა და წარუმატებლობაზე გრძელვადიანი შედეგები და დიდი გავლენა აქვს.

კანემანი აღნიშნავს, რომ ხალხი ნელა აზროვნების ნაცვლად ხშირად სწრაფად აზროვნებს. შესვენებისა და მთავარი გადაწყვეტილების ყველა ფაქტისა და დეტალის ყურადღებით განხილვის ნაცვლად, ბევრი სწრაფად აზროვნებას იყენებს და პასუხისმგებლობასა და გადაწყვეტილებებს, რომელთაც გრძელვადიანი შედეგები აქვს, დაუფიქრებლად იღებს.

იფიქრეთ ქაღალდზე

როცა საჭიროა კითხვების დასმა და სწრაფი აზროვნებიდან ნელა აზროვნებაზე გადართვა,

საუკეთესო გზა, ფურცელზე აზროვნებაა. კითხვების დასმა გაიძულებთ, შეანელოთ და უკეთესად იფიქროთ თქვენს ხელთ არსებულ საკითხზე. რაღაც-რაღაცების ფურცელზე დაწერა, განსაკუთრებით, როცა კონკრეტულ ვითარებასთან დაკავშირებით დეტალებსა და ფაქტებს აგროვებთ, ნელა აზროვნებისკენ გიბიძგებთ.

როგორც წესი, ყოველთვის უკეთეს გადაწყვეტილებებს მიიღებთ, თუ მათზე წინასწარ კარგად დაფიქრდებით. როცა შესაძლებელია, ნებისმიერი სახის მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილების მიღებისას დროის მოგებას უნდა ეცადოთ. თუ შეძლებთ გადაწყვეტილების მიღება ოცდაოთხი საათით, შაბათ-კვირით, ერთი კვირით ან ერთი თვითაც დააყოვნეთ. ყოველგვარი გამონაკლისის გარეშე, რაც უფრო მეტ დროს უთმობთ მნიშვნელოვან გადაწყვეტილებაზე ნელა აზროვნებას, მით უფრო უკეთესი ხარისხის გადაწყვეტილებას მიიღებთ, როცა მოქმედებას საბოლოოდ გადაწყვეტთ.

გამოიყენეთ თქვენი ქვეცნობიერი გონება

ქვეცნობიერი გონება თქვენი გონების ყველაზე დიდი ენერგიის წყარო ან ბიბლიოთეკაა. ის ყველა გამოცდილებას, ცოდნას, გადაწყვეტილებებს, იდეებსა და აზრებს იღებს და ინახავს, რომელიც

ოდესმე გქონიათ. მას მახსოვრობასთან თითქმის მომენტალური წვდომა აქვს. თქვენი ქვეცნობიერი გონება ყველა მონაცემს ინახავს და იხსენებს; ყველაფერს იმახსოვრებს და არსებული ინფორმაციის ახლებურად წარმოდგენაც შეუძლია.

ენდეთ ინსტინქტებს

მეტაფიზიკოსმა პიტერ უსპენსკიმ თქვა, თქვენი ქვეცნობიერი გონება 8, 000-ჯერ სწრაფად მუშაობს, ვიდრე ცნობიერი გონება. მაგალითი ის ინტუიციური პასუხია, რომელიც ახალ ადამიანთან შეხვედრისას გვაქვს. თქვენი ცხოვრების განმავლობაში ბევრ განსხვავებულ ადამიანს შეხვდებით; ზოგიერთი მათგანი მაშინვე მოგეწონებათ, ზოგიერთი მაშინვე არ მოგეწონებათ. ეს სრული შეფასება, როგორც წესი, რამდენიმე წამში ხდება. მოგვიანებით აღმოაჩენთ, რომ კონკრეტული ადამიანის მოწონებისთვის ან არმოწონებისთვის, ნდობისთვის ან უნდობლობისთვის კარგი მიზეზი გქონდათ. თუმცა შეხვედრის მომენტში თითქოს თქვენმა ცნობიერმა გონებამ ამ ადამიანის სახეს მომენტალური სურათი გადაუღო და ის თქვენს ქვეცნობიერ ბიბლიოთეკაში გაატარა, სადაც ეს სახე ყველა იმ სახეს მყისვე შეადარა, რომელიც ოდესმე გინახავთ, რათა თქვენთვის წარმოდგენა შეექმნა, რომელიც ან პოზიტიური, ან ნეგატიური იყო.

თქვენი ქვეცნობიერი გონების მთავარი მიზანია, ყველა სიტყვა და ქმედება თქვენი თვითწარმოდგენისა და რწმენის ძირითად სისტემას მოარგოს. იგი თქვენს სხეულისმიერ ენას, თქვენი ხმის ტემბრს, თვითდაჯერებულობის დონეს და ნებისმიერ სიტუაციაში თქვენს კომპეტენციას ან შესაძლებლობას აკონტროლებს.

გაავსეთ გონება პოზიტიური ფიქრებით

როცა ცნობიერ გონებას პოზიტიური იდეებით, მესიჯებითა და სურათებით გამოკვებავთ, ინფორმაცია პირდაპირ თქვენს ქვეცნობიერში გადადის და აზროვნებასა და გრძნობაზე გავლენას მაშინვე იწყებს.

ზემოთ აღვნიშნე, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია, გაიმეოროთ სიტყვები: „მე გენიოსი ვარ!", როცა თქვენს თავს ამ ან სხვა პოზიტიურ სიტყვებს პირველად ეტყვით, თავი შეიძლება ცოტა არაკომფორტულად იგრძნოთ. მაგრამ თუ მათ უფრო და უფრო ბევრჯერ გაიმეორებთ, თქვენი ქვეცნობიერი გონება ახალ თვითწარმოდგენას შეეჩვევა და საბოლოოდ ახალ ბრძანებას როგორც ახალ რეალობას ისე მიიღებს. შემდეგ თვითწარმოდგენა იწყებს მუშაობას იმაზე, რომ ყველაფერი, რასაც თქვენ აკეთებთ, ფიქრობთ, ამბობთ ან გრძნობთ, იმ ახალ რეალობას შეესაბამება, რომელიც ქვეცნობიერ გონებაში დააპროგრამეთ.

ზეცნობიერი გონება

იგი ყველაზე ძლიერი გონებაა, რაც თქვენ გაქვთ. ადამიანის ისტორიაში თითქმის ყველა დიდ მიღწევას თან ზეცნობიერი იდეები და შთაგონება ახლდა. შესაძლებლობა, თქვენი ცხოვრების ყველა ნაწილში რეგულარულად გამოიყენოთ ზეცნობიერი გონება, შემოქმედებითი გენიოსის გაღვიძების მთავარი საშუალებაა.

ზეცნობიერ გონებას ზოგჯერ *კოლექტიურ არაცნობიერ გონებას, უნივერსალურ ქვეცნობიერ გონებას* ან *უსასრულო ინტელექტს* უწოდებენ. კარლ იუნგი მას „ზეცნობიერს" უწოდებდა და ამბობდა, რომ ის ადამიანის სამყაროში არსებული ყველა ორიგინალურობისა და შემოქმედებითობის წყაროა.

ზეცნობიერი გონება ყველა შემოქმედებითი მიღწევის, ხედვის, ინტუიციის, შთაგონებისა და წარმოსახვის საწყისია. ეს გონება არაცნობიერ დონეზე პრობლემების მოგვარებისთვის, დაბრკოლებების დაძლევისა და თქვენს მიზნებთან მიახლოებისთვის მუდმივად მუშაობს.

როცა თქვენ ნათლად, წერილობით განსაზღვრავთ მიზანს, რომლის მიღწევაც გინდათ ან იმ პრობლემას, რომლის მოგვარებაც გსურთ, ეს ინფორმაცია ქვეცნობიერ გონებას ავტომატურად გადაეცემა. თქვენს ქვეცნობიერს შემდეგ ეს ინფორმაცია ზეცნობიერი გონების სუპერკომპი-

უტერში გადააქვს და ოცდაოთხსაათიან რეჟიმში მუშაობას იწყებს, რათა მიზნის მიღწევასა და პრობლემის მოგვარებაში დაგეხმაროთ.

გააერთიანეთ თქვენი სამი გონება

გახსოვდეთ, თქვენ პოტენციური გენიოსი ხართ. თქვენ ტვინის 100 მილიარდი უჯრედი გაქვთ. თითოეული მათგანი 20 000 უჯრედზე მეტთანაა დაკავშირებული, რაც აზროვნების უნარს გაძლევთ. თქვენი აზროვნება ყველაზე დიდი სუპერკომპიუტერის აზროვნებას აღემატება, რომელიც ოდესმე შეიძლება შეიქმნას.

თქვენი გონების კარგი ან ცუდი მიზნით გამოყენება შეგიძლიათ. თქვენი ცნობიერი გონების გამოყენებით, სურვილის აბსოლუტური სიცხადით განვითარებით, მიზნის ვიზუალიზაციითა და შემდეგ ჩაწერით, რათა ის ქვეცნობიერ გონებაში გადავიდეს, თქვენი აზროვნების ძალას უმაღლეს დონეზე იყენებთ. როცა თავდაჯერებულად და მშვიდად ელოდებით და გჯერათ, რომ თქვენი ზეცნობიერი გონება დღეში ოცდაოთხსაათიან რეჟიმში მუშაობს, რათა საჭირო დროს მოგცეთ ის, რაც გსურთ, ამით ზეცნობიერ ძალებს ააქტიურებთ და გონებას აკონტროლებთ.

თქვენი სამი განსხვავებული გონების ჰარმონიულად გამოყენებით იმ გენიოსს აღვიძებთ, რომელიც თქვენში არსებობს.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. დაუთმეთ დრო ნელა ფიქრს და ნათლად განსაზღვრეთ, რა გსურთ და რა იქნება, როცა მიზანს მიაღწევთ. დაწერეთ ნათლად, ისე, რომ ბავშვმაც კი გაიგოს, რეალურად რა გსურთ.

2. გამუდმებით გაიმეორეთ პოზიტიური სიტყვები. ერთ-ერთი ვარიანტია: „მე გენიოსი ვარ". თქვენ შეგიძლიათ, სხვა ფრაზა გამოიყენოთ.

გამოიყენეთ აზროვნების ორი მიდგომა

თქვენი აზროვნების სტილი თანდაყოლილ შემოქმედებითობას აფერხებს ან ათავისუფლებს. თქვენი აზროვნების კონკრეტული სტილი არის დასწავლილი, ბავშვობიდან დაწყებული, რომელიც მშობლების იმიტირებითაა განპირობებული. როცა იმდენად პატარა ხართ, რომ ვერ აცნობიერებთ, თქვენ გარშემო რა ხდება, მშობლების მსგავს აზროვნებას სწავლობთ.

აზროვნების განსხვავებული სტილი, როგორც წესი, გადარჩენის ან თავის გართმევის მექანიზმებია, რომლებიც გაუცნობიერებლად და გაუაზრებლად თქვენ გარშემო არსებულ სამყაროში გაურკვევლობისა და არაპროგნოზირებადობის პასუხად ვითარდება. კარგი ამბავი ისაა, რომ ვინაიდან აზროვნების სტილი დასწავლილია, მათი „გადასწავლა" მუდმივი პრაქტიკით შესაძლებელია.

თქვენ შეგიძლიათ გააუქმოთ ან შეცვალოთ აზროვნების უსარგებლო გზები პოზიტიური და უფრო დინამიკური აზროვნებით.

მექანიკური აზროვნება

თუ აზროვნების სხვადასხვა სტილს აიღებთ და სპექტრზე განალაგებთ, ერთი უკიდურესობა მექანიკური, მეორე კი ადაპტაციური აზროვნება იქნება.

მექანიკური მოაზროვნეები უხეშები, მოუქნელები არიან და უცვლელი იდეები და მოსაზრებები გააჩნიათ. ისინი ეგრეთ წოდებული „დაზეპირებული" ან ავტომატური აზროვნების იმედად არიან. ისინი სამყაროს შესახებ იდეებსა და მოსაზრებებს არ იცვლიან და ღიად არ ხვდებიან იმ შეხედულებას, რომელიც მათი აზროვნებისგან განსხვავებულია.

მექანიკური აზროვნება „ნორმატიული აზროვნების" სახეა. ინდივიდი ყველაფერს 2 უკიდურესობად ხედავს; არსებობს მხოლოდ თეთრი ან შავი, სწორი ან არასწორი – მათ შორის კი მცირედი განსხვავებაა.

რატომ არ იმუშავებს

მექანიკურად მოაზროვნე, როგორც წესი, პესიმისტია და გასამართლებელ მიზეზს ეძებს, თუ რატომ ვერ იმუშავებს რაიმე ახალი ან განსხვა-

ვებული. ნეიროლინგვისტურ პროგრამირებაში ამას „განსხვავებებით დახარისხებას“ უწოდებენ. ამ ტიპის ადამიანი თქვენს ნათქვამს ან შეთავაზებასა და წარსულში მომხდარ ან ამჟამინდელ აზროვნებას შორის მუდმივად განსხვავებებს ეძებს. მას შემდეგ, რაც პიროვნება განსხვავებას ან კონფლიქტს ხედავს, თქვენი იდეა მაშინვე დაბალხარისხიანი და უარყოფილი ხდება.

მექანიკური აზროვნება არაშემოქმედებითია. მექანიკურად მოაზროვნის საყვარელი სიტყვა არაა. ასეთ ხალხს ფსიქოსკლეროზი ან „დამოკიდებულებების გამყარება“ სჭირს.

როგორ გავუმკლავდეთ მექანიკურად მოაზროვნეებს? მათ ისეთ საქმეს აბარებთ ან ისეთ პოზიციაზე ათავსებთ, რაც შემოქმედებით აზროვნებას არ საჭიროებს. მთავრობების უმრავლესობა სავსეა ასეთი ხალხით, როგორც მაღალ, ისე დაბალ პოზიციებზე. ამიტომაცაა რთული, მთავრობის წარმომადგენელი ღია იყოს რაიმეს კეთების უკეთესი ან განსხვავებული გზისადმი.

მექანიკურად მოაზროვნეები კარგი ბულალტრები, ინჟინრები და მონაცემთა პროგრამისტები არიან. პიროვნულობის ტესტებში „დამორჩილებასა“ და „სტაბილურობაში“ მაღალ ქულებს იღებენ. ისინი ყველაზე კომფორტულები ისეთ სიტუაციებში არიან, როცა ყველაფერი პროგნოზირებადია და არანაირი ცვლილება ან ტურბულენტობა არაა

მოსალოდნელი. ისინი განსაკუთრებულად შემოქმედებითები არ არიან და ამით ბედნიერები არიან. უფრო მეტიც, მექანიკურად მოაზროვნეებს სჯერათ, რომ უფრო მოქნილი და ახალი იდეებისადმი ღია ადამიანები, მათთან შედარებით ნაკლებად სტაბილურები და უნარიანები არიან.

ადაპტაციური აზროვნება

ადაპტირებულ აზროვნებას ნებისმიერ პროექტზე, პრობლემაზე ან მიზანზე მაღალი დონის მოქნილობა ახასიათებს. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, აზროვნების ეს ტიპი გენიოსებსა და უაღრესად შემოქმედებით ადამიანებს ახასიათებს. ეს არის აზროვნება, რომელიც რეგულარულად უნდა „ავარჯიშოთ“.

როგორც ხდება, ზოგიერთი ადამიანი აზროვნების ზოგ სფეროში მექანიკურია და ზოგშიც ადაპტაციური. ზოგიერთი მტკიცეა პოლიტიკურ ან რელიგიურ რწმენასთან მიმართებით. ზოგიც ძალიან მშვიდი და წყნარია სხვა სფეროებთან მიმართებით. თქვენთვის იდეალური მდგომარეობაა, რაც შეიძლება მეტ სფეროში ადაპტაციურად მოაზროვნე გახდეთ.

გჭონდეთ გახსნილი გონება

ადაპტაციურად მოაზროვნეებს გახსნილი გონება აქვთ. ისინი თავიანთი იდეების შეყვარების

თავიდან არიდებას ცდილობენ. მათ საკუთარი აზრების გარედან შეფასებაც შეუძლიათ. თითქოს მათთან ვიღაც მივიდა და უთხრა, რომ საკუთარი მოსაზრებები ობიექტურად შეეფასებინათ.

ადაპტაციურად მოაზროვნეები უფრო მოქნილები არიან და მზად არიან კითხვას ბევრი სხვადასხვა კუთხით შეხედონ. ისინი ოპტიმისტები არიან და სჯერათ, რომ პრობლემები მოგვარებადია. ყველაზე რთულ გამოწვევებთან მიმართებით მუდმივად ინოვაციებს ან პოზიტიურ გამოსავალს ეძებენ.

ადაპტაციურად მოაზროვნეები შემოქმედები არიან. მათ წარმოსახვის უნარი აქვთ და ბევრ ღია კითხვას სვამენ: რატომ? როდის? სად? როგორ? ვინ? და რომელი?

იმისთვის, რომ ადაპტაციურად და შემოქმედებითად მოაზროვნე გახდეთ, აუცილებელია, რაც შეიძლება მეტი რაღაცის განსჯას აარიდოთ თავი, განსაკუთრებით დასაწყისში. განსჯისგან თავის შეკავება და გახსნილი გონებით მიდგომა, აზროვნებაში ბუნებრივად უფრო მოქნილს გხდით.

დაბოლოს, თუ მიიღებთ გადაწყვეტილებას და გადაწყვეტილების შემდეგ გაიგებთ ახალ ინფორმაციას, რომელიც თქვენს გადაწყვეტილებას აბათილებს, მზად იყავით, რომ აზრი შეიცვალოთ. უარი თქვით, ფოკუსირებული იყოთ კონკრეტულ

იდეაზე ან რწმენაზე, განსაკუთრებით თუ მტკიცებულებები თქვენ წინააღმდეგაა.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. შეებრძოლე შენს შემბოჭავ რწმენებს საკუთარ თავზე. განსაკუთრებით შენს ნიჭზე, შესაძლებლობებსა და პოტენციალზე. რა მოხდება, თუ არცერთი მათგანი არ იქნება სწორი? რა მოხდება, ულიმიტო პოტენციალი რომ გქონდეთ და მხოლოდ ამ პოტენციალის გათავისუფლების სწავლა გჭირდებოდეთ?

2. მოიფიქრეთ ვითარება, რომელიც დღეს თქვენში დიდ გაღიზიანებასა და სიბრაზეს იწვევს. წარმოიდგინეთ, რომ თქვენი პოზიცია სრულიად არასწორია და მეორე ადამიანი მართალი, ან რომ არსებობს სიტუაციასთან გამკლავების ეფექტური გზა, რომელიც სრულიად განსხვავებულია აქამდე თქვენ მიერ მოფიქრებული ნებისმიერი გზისგან.

გამოიყენეთ ლატერალური აზროვნება

ლატერალური აზროვნება გონებას აზროვნების კომფორტული ან კონვენციური ზონიდან გამოსვლას აიძულებს. ამ მიდგომას ინგლისში გზა ედვარდ დე ბონომ გაუკაფა. ლატერალური აზროვნების ილუსტრირების ერთ-ერთი საშუალებაა, გახსოვდეთ, როცა ხალხი ორმოში აღმოჩნდება, მათი ბუნებრივი მიდრეკილება ორმოს უფრო ღრმად ამოთხრა იქნება. თუმცა გამოსავალი შეიძლება სხვაგან წასვლა და სრულიად განსხვავებული ორმოს ამოთხრა გახდეს.

ლატერალური აზროვნება გამოიყენება თქვენი ჩვეული აზროვნების სტილის ან კომფორტის ზონაში მახეში გაბმისა და ყველაფრის ჩვეული მიდგომით კეთების ტენდენციის შესაცვლელად.

მთავარი სიტყვების შეცვლა

ლატერალური აზროვნების ერთი მეთოდი მთავარი სიტყვების ან ფრაზების შეცვლაა. მაგა-

ლითად, როგორც მე ადრე აღვნიშნე, პრობლემა მოიხსენიეთ, როგორც *შესაძლებლობა*. პრობლემას მოეპყარით, როგორც საჩუქარს. განიხილეთ შესაძლებლობები, რასაც შეიძლება ის მოიცავდეს.

იმის ნაცვლად, რომ თქვათ „ჩვენი გაყიდვები დაბალია", თქვით „შესყიდვები დაბალია". ჩვენ კი არ ვყიდით ცოტას, არამედ მომხმარებელი არ ყიდულობს საკმარისს. ეს ვითარების მთლიან გარემოებას ცვლის და საწყისი განმარტებისგან სრულიად განსხვავებულ გამოსავლამდე მივყავართ.

ლატერალული აზროვნების მეორე მეთოდი *შემთხვევითი ასოციაციაა*. ამ შემთხვევაში, თქვენ ირჩევთ სიტყვებს და შემდეგ ამ სიტყვების თქვენს ვითარებაზე მორგებას ცდილობთ. მაგალითად, ავიღოთ სიტყვა ფორთოხალი ან არტიშოკი და თქვენი ბიზნესპროდუქტი ან პრობლემა აღწერეთ, როგორც ეს სიტყვა.

მაგალითად, შეგიძლიათ თქვათ: „ჩვენი ბიზნესი ფორთოხალივითაა. გარედან საკმაოდ გლუვია. რაც უფრო ახლოდან შეხედავთ, ბევრ უსწორმასწორობას, ფორთოხლის შიგნით კი ბევრ თესლსა და მემბრანის განყოფილებას დაინახავთ, რაც ორგანიზაციის ცალკეული დეპარტამენტებია, რომელთაც შეიძლება ერთმანეთთან კავშირი არ ჰქონდეთ. რა თქმა უნდა, არის ჩვენი ბიზნესის

ზოგიერთი წვნიანი ნაწილი (ყველაზე მომგებიანი ნაწილი), რომელსაც შეიძლება საკმარის ყურადღებას არ ვაქცევდეთ". შემთხვევითი ასოციაციის გამოყენებამ შეიძლება შემოქმედებითი აზროვნება ჩვენთვის მოულოდნელად გააღვიძოს.

დომინანტური იდეა

ლატერალურ აზროვნებაში კიდევ ერთი მიდგომაა „დომინანტური იდეა". თუ დომინანტური იდეა არის, რომ ჩვენ რეალური პრობლემა გვაქვს, მაშინ ლატერალური აზროვნების ალტერნატივა უნდა იყოს, რომ ჩვენ რეალური მოგების ან ხარჯის შემცირების შესაძლებლობა გაგვაჩნია.

დომინანტური იდეიდან გადაიტანეთ თქვენი აზროვნება. მაგალითად, იმის ნაცვლად, რომ თქვათ: „ჩვენ მეტის გაყიდვა გვჭირდება", თქვით: „ჩვენმა მომხმარებელმა მეტი უნდა იყიდოს".

შეიძლება, ეს მარცხი ან დანაკარგი, რომელსაც განიცდით, ბუნების ნიშანია, რომ არასწორ გზაზე დგახართ. შეიძლება, თქვენ რამეს განსხვავებულს უნდა აკეთებდეთ და განსხვავებული პროდუქტით ან მომსახურებით, სხვა ბაზარზე უნდა ყიდდეთ.

ლატერალური აზროვნების გამოყენებისას უნდა შეხედოთ სხვა ადამიანის ხედვას და ეცადოთ, ვითარება ამ ადამიანის, განსაკუთრებით მომხმარებლის, თვალით დაინახოთ და აღწეროთ. ადვოკატები ასე იქცევიან, როცა სასამართლო-

ში გამოსასვლელად ემზადებიან. პირველ რიგში, ისინი საკითხზე დავობენ ოპონენტის მხრიდან მანამ, სანამ მეორე მხარის წინააღმდეგ საკუთარი საქმის მომზადებას დაიწყებენ.

იფიქრეთ მომხმარებლის განვითარებაზე

დღესდღეობით გაყიდვებსა და მარკეტინგში ყველაზე დიდი წინსვლა, წიგნებში *„წარმატებული სტარტაპები“* და *„ეპიფანიის ოთხი ნაბიჯი“*, აღწერილია როგორც „მომხმარებლის“ და არა „პროდუქტის განვითარებაზე“ ფოკუსირება. ეს თქვენი პოტენციური მომხმარებლის დემოგრაფიული, ფსიქოგრაფიული და ეთნოგრაფიული მონაცემების დეტალურად შესწავლას მოითხოვს. დაუთმეთ დრო იმის შესწავლას, თუ ვინ არიან ისინი, რა სურთ რეალურად და რა სჭირდებათ. შემდეგ ამ ინფორმაციაზე დაყრდნობით განავითარეთ თქვენი პროდუქტები და მომსახურება.

ფანტაზიორობა

ფანტაზიორობა ლატერალური აზროვნების კიდევ ერთი ფაზაა. წარმოიდგინეთ, რომ ჯადოსნური ჯოხი გქონდათ და ერთი აქნევით ყველა დაბრკოლების ჩამოშორება შეგეძლოთ. ეს რომ მართლაც შესაძლებელი იყოს და ჯადოსნური ჯოხის ერთი მოქნევით ყველა პრობლემა ან დაბ-

რკოლება გააქროთ, როგორი იქნებოდა თქვენი მდგომარეობა?

წარმოიდგინეთ, რომ დაბრკოლებები საერთოდ არ არსებობს. რა განსხვავებას მოგიტანდათ ეს? რას გააკეთებდით განსხვავებულად? დროის, ფულის, ხალხის, რესურსების, ნიჭის ან შესაძლებლობების კუთხით არანაირი შეზღუდვა რომ არ გქონდეთ, რა ახალი შესაძლებლობები გექნებოდათ? მოძებნეთ დაბრკოლებების ჩამოშორებისა და ბუნებრივი უპირატესობის გარეშე მიზნების მიღწევის გზა.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. რით ჰგავს თქვენი კომპანია ფორთოხალს და როგორ შეგიძლიათ შეცვალოთ სტრუქტურა, რომ უფრო პროდუქტიული და მომგებიანი გახდეთ?

2. რა არის ის, რაც თქვენს ხვალინდელ მომხმარებელს სურს და სჭირდება, რაშიც ფულს გადაიხდის და რაც დღევანდელისგან განსხვავდება. როგორ შეძლებთ ამ პროდუქტებისა და მომსახურების ბაზრისთვის მიწოდებას?

როგორ მუშაობს თქვენი გონება

თქვენი გონება გასაოცარი რამ არის. მიღებული ინფორმაციის გადამუშავებას ის შესანიშნავად ახერხებს. ყველას აზროვნების დომინანტური სტილი, ინფორმაციის გადამუშავებისა და მიღების და მისი საუკეთესო მიზნით გამოყენების კონკრეტული გზა აქვს.

შემოქმედებით აზროვნებაში ინფორმაციის გადამუშავების სამი ძირითადი ტიპი გამოიყენება:

ვიზუალური

ვიზუალური ხალხი ნახატებით, დაწერილი სიტყვებით, სურათებით, ცხრილებითა და გრაფიკებით ფიქრობს. მათ პრობლემა ან ინფორმაცია რომ გაიგონ, უნდა „დაინახონ". ისინი იტყვიან „ვხედავ, რასაც ამბობთ".

სმენითი

ზოგიერთ ადამიანს იდეების, განხილვების, ხმებისა და მუსიკის მოსმენა სჭირდება. ისინი იტყვიან „კარგად მესმის" ან „კარგად არ მესმის".

კინესთეტიკური

კინესთეტიკური ხალხი გრძნობებს, ემოციებს, მოძრაობას ან შეხებას შეჩვეულია. მათ პრობლემა ან ვითარება უნდა „შეიგრძნონ". მათ მოსწონთ ხელში აღება, დაკავება, ხელებში გადათამაშება და მათი შეგრძნება. კინესთეტიკურ ადამიანს საუბრის დროს წყნარად ჯდომის ნაცვლად მოძრაობა მოსწონს. ისინი იტყვიან „ვგრძნობ, რომ სწორია".

სცადეთ ყველა

როცა პრობლემის მოგვარებაზე მუშაობთ, ყველა მიდგომა უნდა სცადოთ, განსაკუთრებით ადამიანების ჯგუფთან, რომელსაც ინფორმაციის გადამუშავების განსხვავებული სტილი შეიძლება ჰქონდეს. ყველაფერი ჩაიწერეთ, მათზე ისაუბრეთ და განხილვა წამოიწყეთ. ფეხზე ადექით და მიმოიარეთ. სხვებსაც მოძრაობისკენ უბიძგეთ.

გრაფიკებისა და დიაგრამების სურათებზე ან ნახატებზე ყურება ვიზუალური აზროვნებისთვის შესანიშნავი გზაა – რაც პრობლემისა და ვითარების სიღრმისეულ გაგებას უწყობს ხელს.

დისკუსია, ხმამაღლა მსჯელობა და პრობლემის ან ვითარების შესახებ დიალოგი, სმენით მოაზროვნე ხალხს ეხმარება.

კინესთეტიკური შეგრძნებების გასააქტიურებლად, უნდა ჩაიწეროთ, ჩაინიშნოთ, ხმამაღ-

ლა იმსჯელოთ, იაროთ და იმოძრაოთ. ზოგჯერ კინესთეტიკურად მოაზროვნესთვის პრობლემის მოგვარების შესანიშნავი გზა პარკში გასეირნება ან უბრალოდ ფეხზე ადგომა და შესვენებაა.

ეფექტური სემინარებისა და სამუშაო შეხვედრების ჩატარებით მიღებული გაკვეთილები

როცა სემინარების ჩატარება დავიწყე, დაფაზე ან ფლიპჩართზე დაუფიქრებლად რალაცებს ვწერდი და ხალხს ვაქეზებდი, ჩაენიშნათ და შემდეგ განეხილათ, თუ რას ნიშნავდა ახალი იდეა მათთვის. თავდაპირველად აუდიტორიის ყველა წევრში ინფორმაციის ვიზუალური, სმენითი და კინესთეტიკური გადამუშავების ფორმას გაუაზრებლად ვააქტიურებდი.

მონაწილეები გაოცებულები იყვნენ, რომ ასეთი ტიპის 8-საათიანი სემინარის ან სამუშაო შეხვედრის შემდეგაც კი ფხიზლები და ენერგიულები იყვნენ. ასე იმიტომ ხდებოდა, რომ ტვინი მთელი დღე გააქტიურებული იყო.

განსაზღვრეთ თქვენი დომინანტური სტილი

ადამიანები ვიზუალურ, სმენით და კინესთეტიკურ აზროვნებას იყენებენ, თუმცა ყველას აქვს აზროვნების დომინანტური ან საყვარელი

სტილი. სამივე სტილს აუცილებლად უნდა მიმართოთ, განსაკუთრებით მაშინ, როცა პრობლემაზე ან გადაწყვეტილებაზე ხალხის ჯუფთან ერთად მუშაობთ. გახსოვდეთ, რომ ჯგუფში ხალხი სხვადასხვანაირად უდგება საკითხს. თქვენ ზოგჯერ ხალხს ვიზუალური საშუალებები შეიძლება მისცეთ და მათ საერთოდაც არ მიაქციონ ყურადღება, რადგან ისინი სმენითი ან კინესთეტიკური მოაზროვნეები არიან და არა ვიზუალურები.

ხალხს ინფორმაცია იმ გზით მიაწოდეთ, რა გზითაც მათ მოსწონთ

პიტერ დრუკერი აღნიშნავს, რომ ყველაზე მნიშვნელოვანია გაიგოთ, თქვენი მენეჯერი ინფორმაციის გადამუშავების რა ტიპს ამჯობინებს. თუ ის ვიზუალურად მოაზროვნეა, დარწმუნდით, რომ მოხსენებაში ყველაფერს დაურთავთ და სათითაოდ ვიზუალურად განიხილავთ. თუ თქვენი მენეჯერი სმენითი ადამიანია, შეგიძლიათ ვითარება სიტყვიერად აუხსნათ. ამ სახით მიწოდებულ ინფორმაციას მენეჯერი კომფორტულად მიიღებს. თუ თქვენი მენეჯერი კინესთეტიკურად მოაზროვნეა, მას, ალბათ, მასალებზე შეხება ან მათი შეგრძნება ენდომება. მიეცით საშუალება, მასალები შეიგრძნოს, განხილვის დროს ადგეს და გაიარ-გამოიაროს.

როცა წერილობით ანგარიშს სმენით მოაზროვნეს წარუდგენთ, ის აუცილებლად გთხოვთ: „ყველაზე მნიშვნელოვანი საკითხები მითხარი?“ თუ თქვენ ვიზუალურად მოაზროვნე ადამიანთან გაქვთ ურთიერთობა და მას ახალ ინფორმაციას ან სიახლეს მიაწოდებთ, ის ალბათ გეტყვით: „შეგიძლიათ დამიწეროთ?“

თანამშრომლებთან პრობლემის მოგვარებაზე ან გადაწყვეტილების მიღებაზე მუშაობისას ინფორმაციის გადამუშავების სამივე პროცესს რაც უფრო ჩართავთ, მით უკეთესი სიღრმისეული იდეები და გადაწყვეტილებები მოგაფიქრდებათ.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. განსაზღვრეთ სწავლისა და ინფორმაციის მიღების თქვენი უპირატესი ან დომინანტური სტილი. რა არის ის?

2. განსაზღვრეთ თქვენი ხელმძღვანელისა და თანამშრომლების დომინანტური სტილი. ჰკითხეთ მათ პირდაპირ, როგორ ურჩევნიათ ინფორმაციის მიღება და იმ ფორმით მიაწოდეთ.

პრობლემის სისტემატური მოგვარების ხელახლა განხილვა

არსებობს გენიოსების გარკვეული თვისებები, რაც წლების განმავლობაში ინტელიგენტი ხალხის შესწავლისას იქნა აღმოჩენილი. ერთ-ერთი ასეთი თვისება პრობლემისადმი სისტემატური და ლოგიკური მიდგომაა. ეს ძლიერი მეთოდი ემოციურობის გარეშე პრობლემის ნაბიჯ-ნაბიჯ მოგვარების საშუალებას იძლევა.

არსებობს პრობლემის მოგვარების სისტემური მეთოდის ცხრა ნაბიჯი.

მოძებნეთ ლოგიკური გამოსავალი

პირველი ნაბიჯი არის ის, რომ ყველა პრობლემას, სირთულეს ან მიზანს ლოგიკური გამოსავალი აქვს. დასაწყისში პრობლემისადმი თქვენი დამოკიდებულება განსაზღვრავს თუ რამდენად

შემოქმედებითად მიუდგებით პრობლემის მოგვარებას. თითოეულ სირთულეს მიუდექით ისე, თითქოს ის იყოს ლოგიკური და პრაქტიკული გამოსავალი, რომელიც აღმოჩენას ელოდება.

თქვენი, როგორც შემოქმედებითი მოაზროვნის, ერთ-ერთი მიზანია, შემოქმედებითი აზროვნების პროცესში რაც შეიძლება მშვიდი და უემოციო იყოთ.

გამოიყენეთ პოზიტიური ენა

ნაბიჯი მეორე, როგორც მე ავხსენი, პრობლემის ან სირთულის აღწერისას პოზიტიური ენის გამოყენებაა. იმის ნაცვლად, რომ რამეს პრობლემა უწოდოთ, სიტყვა *ვითარება* გამოიყენეთ. პრობლემა ნეგატიურ მდგომარეობას გვახსენებს, რაც ემოციურ ტვინს ააქტიურებს. ვითარება ნეიტრალურია და საშუალებას გაძლევთ, სირთულეს მშვიდად და ობიექტურად გაუმკლავდეთ.

კიდევ უფრო უკეთესია თქვენთვის, თუ პრობლემის ნაცვლად სიტყვა *გამოწვევას* იხმართ. გამოწვევა არის ის, რაც თქვენ გიბიძგებთ მაქსიმალურად საუკეთესო გახდეთ. პრობლემა დაბრკოლება ან ნეგატიური მდგომარეობაა, რაც სტრესს ან წუხილს იწვევს.

საუკეთესო სიტყვა *შესაძლებლობაა*. როცა თქვენ ვითარებას, როგორც *გამოწვევას* ან *შესაძლებლობას შეხედავთ*, ისეთი შესაძლებლობე-

ბის დანახვას შეძლებთ, რომლებიც აქამდე დაბ-ლოკილი ან დაფარული იყო.

განსაზღვრეთ ნათლად

მესამე ნაბიჯია, რომ ნათლად განსაზღვროთ ნებისმიერი ვითარება. კონკრეტულად რა ვითარე-ბაა? ზუსტი დიაგნოზი მკურნალობის ნახევარია. როცა ჯგუფში რთულ ვითარებას განიხილავთ, დაფაზე ან ფლიპჩართზე ნათლად აღწერეთ იგი ისე, რომ ყველასთვის გასაგები იყოს.

ხშირად ნათლად განსაზღვრული პრობლემა, განსაკუთრებით გამოწვევა ან შესაძლებლობა, უფრო სწრაფად შეიძლება მოგვარდეს მას შემ-დეგ, რაც უფრო ნათელი გახდება ყველასთვის.

მეოთხე არის, რომ იკითხოთ: „რა არის ამ ვი-თარების გამომწვევი ყველა შესაძლო მიზეზი?" როგორც ექიმი ატარებს ანალიზების სერიას ავადმყოფობის ან დაავადების დასადგენად, ბიზ-ნესალმასრულებლის მოვალეობა, პირველ რიგ-ში, პრობლემის გამომწვევი მიზეზის დადგენაა.

ხშირად გამომწვევი ფაქტორი უნიკალური შემთხვევა იყო, რომელიც ერთხელ მოხდა და მოქმედებებში ან ოპერაციებში მთელი სისტემის შეცვლას არ საჭიროებს. ზოგიერთ შემთხვევაში პრობლემა სისტემური ხასიათისაა, რაც ამ სფე-როში ბიზნესის მართვის სტილში სრულ ცვლი-ლებას მოითხოვს.

გააფართოეთ შესაძლებლობები

მეხუთე ნაბიჯი არის, რომ იკითხოთ: „რა არის ყველა შესაძლო გამოსავალი?“ არსებობს პირდაპირი კავშირი პრობლემური სიტუაციის მოგვარებისთვის თქვენ მიერ განსაზღვრულ შესაძლო გამოსავლის რაოდენობასა და იმ გამოსავლების ხარისხს შორის, რომელზეც საბოლოოდ შეჯერდებით.

პრობლემის მოგვარების პროცესის სისტემატურ, გამოძიებით ნაწილში თქვენი მოვალეობა შესაძლო გამოსავლების მაქსიმალური რაოდენობის განსაზღვრაა. მათ შორის – არაფრის კეთება, სანამ გადაწყვეტილების მიღების ფაზაზე გადახვალთ.

მიიღეთ გადაწყვეტილება

მეექვსე ნაბიჯი გადაწყვეტილების მიღებაა. ბევრ შემთხვევაში, თუ მშვიდად და ლოგიკურად მიჰყვებით პირველ ხუთ ნაბიჯს, იდეალური გადაწყვეტილება ლოგიკურად მოვა, ისევე როგორც ნაღები გროვდება რძის თავზე. ხშირად ნებისმიერი გადაწყვეტილება უკეთესია, ვიდრე არანაირი. თუ თქვენ კონკრეტული მომენტისთვის გადაწყვეტილების მიღება არ შეგიძლიათ, რადგან მეტი ინფორმაცია გჭირდებათ, დაადგინეთ საბოლოო გადაწყვეტილების მიღების ვადა. არ მისცეთ პრობლემურ სიტუაციას საშუალება,

გადაწყვეტილების გარეშე ჰაერში იყოს გამოკიდული.

განსაზღვრეთ, ვინ იქნება პასუხისმგებელი

მეშვიდე ნაბიჯი კონკრეტული მოვალეობების განსაზღვრაა. ვინ რა უნდა გააკეთოს და როდის? განსაკუთრებით, დაადგინეთ გამოსავლის საზომი, რადგან ყველამ ზუსტად უნდა იცოდეს, მოიძებნა თუ არა გამოსავალი.

განსაზღვრეთ საბოლოო ვადები და იმოქმედეთ

მერვე ნაბიჯი საბოლოო ვადის განსაზღვრაა. გადაწყვეტილება საბოლოო ვადის გარეშე, უბრალოდ, წრიული განხილვაა. გადაწყვეტილების მიღების დრო ყველასთან შეათანხმეთ და განსაზღვრეთ, როდის შეიძლება მოხდეს გამოსავლისკენ პროგრესის დადგენა.

მეცხრე ნაბიჯი *დაუყოვნებლივი მოქმედებაა.* მაშინვე დაიწყეთ მოფიქრებული გამოსავლის რეალიზაცია. საბოლოო ანალიზში მოქმედება ყველაფერია. რაც უფრო სწრაფად მოქმედებთ, მით უფრო სწრაფად იღებთ კონსტრუქციულ უკუკავშირს, რაც მიმართულების შეცვლისა და უფრო ეფექტური მოქმედებების გატარების შესაძლებლობას გაძლევთ.

პრობლემის მოგვარების პროცესის მიზანია, რომ თქვენ და თქვენ გარშემო მყოფნი კონკრეტული და სასურველი მიზნების მიღწევისთვის მოგამზადოთ. გამოიყენეთ პოზიტიური და კონსტრუქციული ქმედებები.

ყველა კარგ გამოსავალს არა მარტო სამოქმედო გეგმა, არამედ მონიტორინგის, კონტროლისა და ტესტირების გეგმა აქვს იმისთვის, რომ განსაზღვროთ – გამოსავალი ეფექტური იყო თუ არა.

რას აკეთებენ მაღალი რანგის აღმასრულებლები

მსოფლიო მასშტაბით 1000-ზე მეტ დიდ კომპანიასთან მუშაობისას შესაძლებლობა მქონდა დავსწრებოდი მაღალი რანგის აღმასრულებლების, ხშირად მილიარდერებისა და მულტიმილიარდერების შეხვედრებს და დავკვირვებოდი, როგორ უმკლავდებოდნენ კომპანიაში არსებულ დიდ პრობლემას ან კრიზისს.

უგამონაკლისოდ შევნიშნე, რომ მაღალი რანგის ლიდერები სრული სიმშვიდით ხვდებიან ისეთ პრობლემებს, რომლებიც ხალხში ბრაზს იწვევს.

გქონდეთ მშვიდი, ნათელი და ობიექტური გონება, როცა დიდ შეფერხებასთან ან პრობლემასთან გამკლავება გიწევთ. მიჰყევით ამ წინგში განსაზღვრულ ნაბიჯებს, სანამ თქვენი მეორე

ბუნება არ გახდება. გაგაოცებთ თქვენ მიერ მოფიქრებული გამოსავლებისა და გადაწყვეტილებების ხარისხი.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. რა არის ყველაზე დიდი ბიზნესპრობლემა ან გამოწვევა, რომლის წინაშეც დღეს დგახართ? განსაზღვრეთ ნათლად და წერილობით.

2. ჩამოწერეთ პრობლემის მოგვარების ან დაბრკოლების გადალახვის შვიდი განსხვავებული გზა, მათ შორის – არაფრის კეთება.

გამოიყენეთ ნულოვანი წერტილიდან აზროვნება

ნულოვანი წერტილიდან აზროვნება შემოქმედებითი აზროვნების ტექნიკაა, რომელიც სრულიად განსხვავებული პოზიციიდან პრობლემის შეფასებასა და გამოსავლის პოვნაში გეხმარებათ. შემოქმედებითი აზროვნების ტექნიკა თქვენგან წინა გადაწყვეტილებების რეგულარულ გამოცდას მოითხოვს. განსაკუთრებით მაშინ, როცა ახალ ინფორმაციას იღებთ ან გამოცდილებას იძენთ, რომელიც ეწინააღმდეგება თქვენს წინანდელ აზროვნებას, რომლის საფუძველზეც წინა გადაწყვეტილება მიიღეთ.

ნულოვანი წერტილიდან აზროვნება ნულოვანი წერტილიდან ბიუჯეტის დაგეგმვის ფინანსური ცნებიდან მოდის. ნულოვანი წერტილიდან ბიუჯეტის შედგენაში იმაზე ფიქრის ნაცვლად,

მომავალ საბუღალტრო პერიოდში რამდენით უნდა გაზარდოთ ან შეამციროთ კონკრეტული დანახარჯი, თქვენ სვამთ კითხვას: „ადრე რომ გვცოდნოდა ის, რაც ახლა ვიცით და ამ სფეროში ფული უკვე დახარჯული არ გვქონოდა – ისევ აქ ვიმუშავებდით?"

ჩაატარეთ ანალიზი – „ის რომ მცოდნოდა, რაც ახლა ვიცი"

ამ კითხვას, „ის რომ მცოდნოდა, რაც ახლა ვიცი", ანალიზი ეწოდება. „იმის ფონზე, ახლა რაც ვიცი, არის ისეთი რამ, რასაც ხელახლა დაწყების შემთხვევაში, აღარ გავაკეთებდი?"

შეწყვიტეთ ძველებურად აზროვნება და მზად იყავით, ამ კითხვით შეამოწმოთ ყველა ის გადაწყვეტილება, რაც კი ოდესმე მიგიღიათ.

თუ თქვენ, „ის რომ მცოდნოდა, რაც ახლა ვიცი", კითხვას დასვამთ და თქვენი პასუხი იქნება: „არა, რაც ახლა ვიცი, ამის ფონზე იმას არ გავაკეთებდი", თქვენი შემდეგი კითხვა უნდა იყოს: „ამ ვითარებიდან როგორ და რამდენად სწრაფად გამოვიდე?"

წარმოგიდგენთ ჩემს აღმოჩენას. როცა ნულოვანი წერტილიდან აზროვნების კითხვაზე თქვენი პასუხია „არა", როგორც წესი, ნიშნავს, რომ ვითარების გამოსწორება უკვე დაგვიანებულია. ახლა ერთადერთი შეკითხვა ისაა, რამდენ ხანს დაიცდით

და რამდენი დაგეხარჯებათ მანამ, სანამ საბოლოოდ იმის კეთებას შეწყვეტთ, რასაც აკეთებთ.

სამი სფერო ნულოვანი წერტილიდან აზროვნებისთვის

ჩვენს ცხოვრებასა და კარიერაში სამი მთავარი სფეროა, სადაც ნულოვანი წერტილიდან აზროვნების გამოყენებაა შესაძლებელი. პირველი ურთიერთობებია. არის ისეთი ადამიანი ბიზნესში ან პირად ცხოვრებაში, რომელთანაც ურთიერთობა არ გექნებოდათ იმ შემთხვევაში, თუკი ადრე გეცოდინებოდათ ის, რაც ახლა იცით.

არსებობს ისეთი ადამიანი, ვისაც სამსახურში არ აიყვანდით, არ დააწინაურებდით, არ დანიშნავდით ან დავალებას არ მისცემდით, თუკი მის შესახებ გეცოდინებოდათ ის, რაც ახლა იცით?

ბიზნესსა და პირად ცხოვრებაში ბედნიერების, სტრესისა და შეწუხების 85 პროცენტი თქვენი ცხოვრების ან სამუშაოს იმ ადამიანებთან ასოცირებისგან გამომდინარეობს, რომლებთანაც, რაც ახლა იცით, ის რომ ადრე გცოდნოდათ, საქმეს არ დაიჭერდით.

მეორე სფერო, სადაც ნულოვანი წერტილიდან აზროვნებას იყენებთ, *ბიზნესია*. იმის ფონზე, რაც ახლა იცით, არსებობს თქვენს ბიზნესში ისეთი რამ, რასაც ხელახლა დაწყების საშუალება რომ გქონდეთ, აღარ გააკეთებდით?

ის რომ გცოდნოდათ, რაც ახლა იცით, არის ისეთი პროდუქტი ან მომსახურება, რასაც ბაზარზე არ გაიტანდით?

ახლანდელი ცოდნის ფონზე არის მარკეტინგის, გაყიდვების ან ბიზნესის განვითარების ისეთი მეთოდი, რასაც ხელახლა დაწყების საშუალება რომ გქონდეთ, აღარ გამოიყენებდით?

არსებობს საქმის კეთების ისეთი პროცესი, პროცედურა ან მეთოდი, რომელსაც დღეს აღარ გამოიყენებდით, თუკი გეცოდინებოდათ ის, რაც ახლა იცით?

მესამე სფერო, სადაც თქვენ ნულოვანი წერტილიდან აზროვნებას იყენებთ, ფულის, დროისა და ემოციების *ინვესტიციასთან* არის დაკავშირებული. ხალხს ნებისმიერი მიზეზით ფულის დაკარგვა ეზიზღება. თუმცა ბევრი ჩვენი საუკეთესო ან დიდი სიფრთხილით მიღებული გადაწყვეტილება ფულის ინვესტიციასთან დაკავშირებით, როგორც პირად, ასევე ბიზნესცხოვრებაში, გარკვეული დოზით არასწორი აღმოჩნდება ხოლმე. თქვენ თავს ჰკითხეთ: „ამ კონკრეტულ პროდუქტში, მომსახურებაში ან აქტივობაში ინვესტიცია რომ არ ჩამედო, იმის ფონზე, დღეს რაც ვიცი, ფულს მაინც დავაბანდებდი?“ თუ თქვენი პასუხია „არა“, მაშინ შემდეგი კითხვაა: „როგორ და რამდენად სწრაფად გამოვიდე ამ ვითარებიდან?“

მზად იყავით, უარი თქვათ წარუმატებელ წამოწყებებზე. აღიარეთ, რომ შეცდომა დაუშვით, რომ არასწორი იყავით და დღევანდელ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, კარგი ინვესტიცია არ იყო. უარი თქვით თქვენი შეცდომის არაღიარებით ფულის ტყუილად გადაყრაზე.

რამდენადაც ხალხს დროის დაკარგვა ისევე ეზიზღება, როგორც ფულის დაკარგვა, თქვენ შეიძლება ინვესტიცია ახალი პროდუქტის ან პროექტის განვითარებაში, ახალი საგნის ან უნარ-ჩვევების სწავლაში ან რაიმე კურსის გავლაში ჩადოთ. ახლა უკვე აცნობიერებთ, რომ იმის ფონზე, რაც ახლა იცით, ეს კარგი იდეა არ იყო. თქვენ დრო დაკარგეთ. ის სამუდამოდ წავიდა. გამოსავალი ერთია. შეწყვიტეთ ისეთ ვითარებაში ან სფეროში მოღვაწეობა, სადაც ნათელია, რომ თქვენი თავდაპირველი ინვესტიცია დაკარგულია.

დაბოლოს, უჩვეულო არაა ჩვენთვის, რომ დიდი რაოდენობით ემოციების ინვესტირება ურთიერთობებში ან (ბიზნესი და პირადი) განსაკუთრებით მოქმედებებში (განათლების ან კარიერული მიმართულებები) მოვახდინოთ. მაგრამ თუ ნათელია, რომ შეცდომა დავუშვით და ჩვენი ემოციური ინვესტიცია უშედეგო იყო, მზად უნდა ვიყოთ, რომ საკითხის განხილვას თავი დავანებოთ.

იმისთვის, რომ შემოქმედებითად იაზროვნოთ და მომავლისთვის საუკეთესო იდეები მოიფიქ-

როთ, მზად უნდა იყოთ, თქვენი შემოქმედებითი აზროვნება გონებრივი ბლოკებისგან გაათავისუფლოთ. ნულოვანი წერტილიდან აზროვნება მოქნილი და გახსნილი გონების შესანარჩუნებლად ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალებაა, რათა თქვენი ცხოვრების ყველა სფეროში კომპეტენტური და შემოქმედებითად მოაზროვნე გახდეთ.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. აღმოაჩინეთ თქვენს ბიზნეს ან პირად ცხოვრებაში არსებული ურთიერთობა, რომელში მონაწილეობაზეც დღეს უარს იტყოდით და ბიზნესურთიერთობა რაც შეიძლება მალე დაასრულეთ.

2. განსაზღვრეთ თქვენს ბიზნეს ან პირად ცხოვრებაში ერთი აქტივობა, რომელსაც, საშუალება რომ გქონდეთ, ხელახლა აღარ წამოიწყებდით და მოქმედებას დაუყოვნებლივ შეწყვეტდით.

რეალობას თავი არ აარიდოთ

„ჯენერალ ელექტრონიქსის“ ყოფილმა თავმჯდომარემ და მთავარმა აღმასრულებელმა ოფიცერმა, ჯეკ ველჩმა, ერთხელ თქვა, რომ ბიზნესში ყველაზე მნიშვნელოვანი წესი „რეალობის პრინციპია“. „რეალობის პრინციპი“ არის შესაძლებლობა დაინახოთ სამყარო ისეთი, როგორიც არის და არა ისეთი, როგორიც თქვენ გსურთ, რომ იყოს. ეს არის შესაძლებლობა, ნებისმიერ ვითარებაში თქვენს თავთან სრულიად გულწრფელი იყოთ, მიუხედავად იმისა, თუ ეგოს რამხელა ინვესტიცია გქონდათ ჩადებული თქვენს სიმართლეში. როცა ჯეკ ველჩი პრობლემის მოსაგვარებლად გამართულ შეხვედრაზე შედიოდა, პირველი, რასაც კითხულობდა, იყო სიტყვები: „როგორია რეალური სურათი?“

ეს კითხვა თქვენც უნდა დასვათ. როგორია რეალური სურათი? მიმოიხილეთ თქვენი ბიზნეს და პირადი ცხოვრების ყველა სფერო და ეს შეკითხვა დასვით: „იმის ფონზე, რაც ახლა ვიცი, ისეთი რამ,

რასაც, ხელახლა დაწყების საშუალება რომ მქონდეს, აღარ გავაკეთებდი?“

ადრე თუ გვიან, რეალობა დაგეწევათ. ამ ფაქტს თავს ვერ აარიდებთ. დრო შეიცვალა და ის ვითარება, რომელშიც თქვენ ხართ, შენარჩუნებადი აღარაა. მორჩა, დასრულდა, დროა – დაივიწყოთ. ერთადერთი კითხვაღა რჩება: „რამდენ ხანს მოიცდით და რამდენს გადაიხდით, სანამ რეალობას აღიარებთ?“

საბედნიეროდ, როცა საბოლოოდ აღიარებთ, რომ ახლანდელი ცოდნის ფონზე ასეთ ვითარებაში აღარ მოხვდებით და მის დასრულებას გადაწყვეტთ, ორი რეაქცია გექნებათ, რასაც ყველა ადამიანი, მათ შორის თქვენც, გამოცდით. პირველი, რასაც თქვენ იგრძნობთ, შვებაა და კიდევ მხიარულების უდიდესი გრძნობა. თქვენ ბედნიერი იქნებით, რადგან სტრესისა და წუხილის გრძნობას მოიშორებთ, რომელიც გამძიმებდათ და საკუთარ თავს გაკვირვებით შეეკითხებით: „აქამდე რატომ არ გავაკეთე ეს?“

არაზრდადი ვითარება

ჩემმა ერთ-ერთმა კლიენტმა წარმატებული კომპანია შექმნა. თუმცა გარკვეულ მომენტში გაყიდვების რაღაც დონეზე გაჩერდა და წინ ვეღარ მიდიოდა. ბიზნესში ზრდის სიმცირემ ჩემს მეგობარსა და კომპანიის ყველა თანამშრომელ-

ში დიდი წუხილი და უბედურება გამოიწვია. მნიშვნელობა არ ჰქონდა, რას აკეთებდნენ. ვერავის უწევდნენ კონკურენციას.

რა თქმა უნდა, თავიანთ პრობლემებს სხვადასხვა ფაქტორს აბრალებდნენ, როგორიცაა: კონკურენცია, არსებული ეკონომიკა, ცვლილებები ტექნოლოგიაში, არაეფექტური რეკლამირება, პროდუქტსა და მომსახურებასთან დაკავშირებული პრობლემები, დეფექტები და ა.შ.

ბიზნესი ტრანსფორმირდა მაშინ, როცა პრეზიდენტმა გააცნობიერა, რომ მისი საუკეთესო მეგობარი, რომელიც კომპანიის შექმნის დღიდან მასთან იყო, მომავალი წარმატების მთავარი პრობლემა და დაბრკოლება გახლდათ. მან მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანა კომპანიის ცხოვრებაში, როცა კომპანია პატარა იყო და იზრდებოდა, მაგრამ ის სრულიად გამოუცდელი დიდი ორგანიზაციის მართვასთან დაკავშირებულ სირთულეებში.

როცა ჩემმა კლიენტმა თავისი მეგობარი ჩაანაცვლა (რაც საკმაოდ სტრესული და ძვირად ღირებული მენეჯერული გადაწყვეტილება იყო), კომპანიაში დაბრკოლება აღარ არსებობდა. მოიყვანეს ახალი ადამიანი, რომელიც გაყიდვებში, მარკეტინგსა და ფინანსებში უფრო კომპეტენტური და უნარიანი იყო. თორმეტ თვეში კომპანიის გაყიდვები გაიზარდა და მოგება გაორმაგდა, რაც დღემდე აგრძელებს ზრდას.

გამბედაობა გადამწყვეტია

უდიდეს გამბედაობას მოითხოვს, გულწრფელად და ობიექტურად შეხედოთ თქვენს ცხოვრებასა და სამსახურს. ხშირად მოგიწევთ დღევანდელი მდგომარეობის ფონზე აღიაროთ, რომ შეცდომა დაუშვით ან თქვენ მიერ მიღებული გადაწყვეტილება მცდარი იყო.

მილიარდერმა აღმასრულებელმა მარკ მაკორმიკმა, რომელმაც მსოფლიოში ყველაზე დიდი სპორტის მარკეტინგის კომპანია შექმნა, თავის წიგნში, *„რასაც თქვენ ჰარვარდის ბიზნესსკოლაში არ გასწავლიან“* დაწერა, რომ არსებობს სამი წინადადება, რომლის გამოყენებაც ყველა ეფექტურმა აღმასრულებელმა სწრაფად ცვალებად და ტურბულენტურ ბაზარზე წარმატების მისაღწევად უნდა იცოდეს.

პირველი – უნდა ისწავლოთ სიტყვების თქმა: „მე არასწორი ვიყავი“. ამერიკული მენეჯმენტის ასოციაციის თანახმად, თავის დროზე ხელმძღვანელობის გადაწყვეტილებების 70 პროცენტი არასწორი აღმოჩნდება: ცოტათი არასწორი, უფრო მეტად არასწორი ან სრული კატასტროფა. როგორც კი გააცნობიერებთ, რომ რაიმე სახის შეცდომა დაუშვით, მზად იყავით აღიაროთ, რომ არასწორი იყავით და გამოწვეული ზიანი მაქსიმალურად შეამციროთ.

მეორე, რისი გამოყენებაც უნდა ისწავლოთ, არის აღიარება: „მე შეცდომა დავუშვი“.

ნათქვამია: „ყველა დიდი პრობლემა ოდესღაც პატარა იყო და იმ დროს შეიძლებოდა, მარტივად გადაჭრილიყო“. გასაოცარია, რამდენ შეცდომას ეძლევა შესაძლებლობა, უფრო და უფრო გაიზარდოს, მაგალითად, როგორც ტყეში გაჩენილი ცეცხლი. როცა შეიძლებოდა, სწრაფადვე ყოფილიყო მოგვარებული, ვინმეს გამბედაობა რომ ჰქონოდა და მარტივად ეღიარებინა: „მე შეცდომა დავუშვი“.

განავითარეთ გონებრივი მოქნილობა

მესამე, რომლის თქმაც უნდა ისწავლოთ არის: „მე აზრი შევიცვალე“.

ბავშვობის გამოცდილების შედეგად ბევრი ადამიანი იმ მოსაზრებით იზრდება, რომ აზრის ან მათ მიერ მიღებული გადაწყვეტილების შეცვლა სისუსტის ნიშანია. ეს ასე არაა. სწრაფად ცვალებად დროში სიმამაცის, ხასიათისა და კომპეტენციის ნიშანია იმის გაცნობიერება, რომ ვითარება შეიცვალა და გადასარჩენად თქვენც უნდა შეცვალოთ აზროვნება.

ჩემს კომპანიაში მუდმივად ვახსენებ ხალხს, რომ შეცდომის დაშვება მისაღებია. ბაზარზე მომხდარმა ერთმა ცვლილებამ შესაძლოა თქვენი საუკეთესო მოსაზრება სრულიად გააბათილოს. პარასკევს შეიძლება სრული სტრატეგიული გეგმა განავითაროთ, ორშაბათს მცირე ახალი

ინფორმაცია მიიღოთ, რაც გაიძულებთ, არსებული გეგმა გადააგდოთ და ახლის მომზადება დაიწყოთ.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. ჰკითხეთ თქვენს თავს: სიტუაციას რეალურად ვაფასებ თუ ისე, როგორც მე მსურს?" საკუთარ თავთან გულწრფელი იყავით. ადრე თუ გვიან, რეალობის წინაშე დადგებით.

2. შეეჩვიეთ ამ ჯადოსნური სიტყვების თქმას: „მე არასწორი ვიყავი. მე შეცდომა დავუშვი. მე აზრი შევიცვალე".

არ მისცეთ წინაღობებს საშუალება, გახდეს პრობლემა

ნებისმიერი ბიზნეს ან პირადი მიზნის მიღწევის გზაზე წინაღობები და დაბრკოლებები შეგხვდებათ. ზოგიერთი წინაღობა ნათელი და აშკარა იქნება, ზოგიერთი ფარული და მოულოდნელი, ზოგიერთი დაბრკოლება, როგორც რონალდ რამსფელდი უწოდებს, „უცნობი უცნობები" იქნება.

წინა თავებში „გადაუდებელი პრობლემების" იდეა განვიხილეთ. შემოქმედებითი აზროვნების ერთ-ერთი პირველადი გამოყენება, ყველა იმ ფაქტორის იდენტიფიცირებაა, რომელიც თქვენი ყველაზე მნიშვნელოვანი მიზნებისა და ამოცანების მიღწევაში ხელს გიშლით. შემდეგ ეს საკითხები მიმოიხილეთ და თქვენი ყველაზე დიდი დაბრკოლება განსაზღვრეთ, რომლის მოშორებაც მიზნების უფრო სწრაფად მიღწევაში დაგეხმარებათ.

ლოდი თქვენს გზაზე

წარმოიდგინეთ, ადამიანების ჯგუფთან ერთად მთაში, ბილიკზე მიდიხართ. გზად დიდ ლოდს წააწყდებით, რომელიც გზას გიბლოკავთ. ამ მეტაფორაში ორგანიზაციის მიზანი სხვადასხვა ნიჭისა და უნარის გაერთიანებაა, რაც „გზაზე არსებული ლოდის" მოშორებასა და წინსვლაში ხელს გიშლით.

ლოს-ანჯელესში ბიზნესპარტნიორების ჯგუფმა მაღალტექნოლოგიური კომპანია შექმნა, რომელიც საჯაროდ მოვაჭრე კომპანიებს მნიშვნელოვან მომსახურებას სთავაზობდა. ისინი მუდმივად აახლებდნენ პროდუქტს და მომხმარებლებიც მუდმივად კმაყოფილნი იყვნენ. პრობლემა ისაა, რომ მათ საკმარისი მუშაობა არ ჰქონდათ ხარჯების ასანაზღაურებლად, მოგებაზე რომ არაფერი ითქვას. იმისთვის, რომ კომპანია არ გაკოტრებულიყო, ფულად სახსრებს პოტენციური ინვესტორებისგან მუდმივად იღებდნენ. ამ მდგომარეობამ რამდენიმე წელი გასტანა.

მოგვიანებით გააცნობიერეს, რომ მაღალი ტექნოლოგიების ინდუსტრიაში სტარტაპებისთვის ამგვარი მიდგომა უჩვეულო არ იყო. მათი პრობლემა არა ტექნოლოგიის მუდმივი გაუმჯობესება, არამედ ტექნოლოგიის უფრო მეტი მომხმარებლისთვის მიყიდვა იყო. ისინი ტექნიკოსები იყვნენ და ვერ აცნობიერებდნენ, რომ მოგების

მისაღებად პროდუქტზე ან მომსახურებაზე მნიშვნელოვანი პროდუქტის ან მომსახურების საკმარისი რაოდენობით გაყიდვაა.

აქცენტი გაყიდვებზე გადაიტანეთ

ამ ფაქტის გაცნობიერების შემდეგ მთელი ყურადღება პროფესიონალი გაყიდვების პერსონალის ძებნას დაუთმეს, რაც მათ პროდუქტების უფრო დიდ ბაზარზე გატანისა და გაყიდვის საშუალებას მისცემდა. მათ უკვე ზუსტად იცოდნენ პრობლემის გამოსავალი და მალევე იპოვეს საჭირო ადამიანი გაყიდვების საჭირო უნარებით.

ერთ წელიწადში გაყიდვების აღმასრულებლის კვირაში ორმოცდაათსაათიანი დაუღალავი შრომის შედეგად, კომპანია მოგებაზე გავიდა. მეორე წელს მოგება გაორმაგდა და შემდეგ გასამმაგდა. მესამე წელს მოგება იმაზე ათჯერ მეტად გაიზარდა, ვიდრე კომპანია ოდესმე წარმოიდგენდა. მათი აქციების ფასიც გაათმაგდა და ყველა ფინანსური პრობლემა, რომელიც წლების განმავლობაში დაგროვდა, მალევე მოგვარდა.

რა არის თქვენი „ლოდი“? რა არის ის ნომერ პირველი დაბრკოლება, რომელიც სასურველი პირადი ან ფინანსური მიზნის მიღწევაში ხელს გიშლით? ზუსტად უნდა იცოდეთ, რა არის თქვენი ყველაზე დიდი პრობლემა და შემდეგ როგორმე მოახერხოთ ამ დიდი ლოდის გვერდის ავლა,

ზემოდან გადავლა ან მასში გავლა იმისთვის, რომ თქვენთვის ყველა მნიშვნელოვან მიზანს მიაღწიოთ.

განსაზღვრეთ თქვენი ყველაზე დიდი ლოდი და შემდეგ მთელი გონებრივი ძალა ამ ლოდის განადგურებისკენ მიმართეთ. ყველა მთავარი დაბრკოლების ჩამოშორებით უფრო სწრაფად შეძლებთ მაქსიმალური პროგრესის მიღწევას, ვიდრე სხვა დაბრკოლებების გადალახვის შემთხვევაში.

პრობლემის გროვა

ბიზნესში დაბრკოლება ან დაბრკოლებები, რომლებიც გაფერხებთ, ხშირად ჩანს, როგორც რთული პრობლემა ან როგორც „პრობლემის გროვა". ეს არის პრობლემა, რომელსაც ბევრი პატარა ფაქტორი აქვს. თითოეული მათგანი შეთქმულებას აწყობს, რათა სასურველი პროგრესის მიღწევაში ხელი შეგიშალოთ.

კომპლექსურ პრობლემაში, ყოველთვის არის ერთი ყველაზე მთავარი პრობლემა, რომელიც მანამ უნდა გადაიჭრას, სანამ სხვა მცირე პრობლემები გადაიჭრება. ამის შემდეგ ყველა პატარა პრობლემა, თითქოს თავისით, სწრაფად დაიწყებს მოგვარებას.

ყველაზე დიდი შეცდომა, რასაც ხშირად უშვებენ, სახალისო და მარტივი საქმის კეთებაა და არა იმის, რაც სწორი, აუცილებელი და რთულია.

მათ პატარ-პატარა დაბრკოლებებთან და ყოველდღიურ პრობლემებთან თამაში მოსწონთ. ამით მასიური ლოდის გადაგორებას ან შემზღუდველ ფაქტორს თავს არიდებენ, ცდილობენ ყურადღების გადატანას ან სულაც იგნორირებას, რაც მათი მთავარი მიზნების მისაღწევად ხელისშემშლელი ფაქტორია.

ᲞᲠᲐᲥᲢᲘᲙᲣᲚᲘ ᲡᲐᲕᲐᲠᲯᲘᲨᲝᲔᲑᲘ

1. განსაზღვრეთ თქვენი ბიზნესის შიგნით და გარეთ ერთი ყველაზე დიდი დაბრკოლება, რომელიც დღეს თქვენს გაყიდვებსა და მომგებიანობას ზღუდავს.

2. შეეჩვიეთ ამ ჯადოსნური სიტყვების თქმას: „მე არასწორი ვიყავი. მე შეცდომა დავუშვი. მე აზრი შევიცვალე“.

ინოვაციის შვიდი წყარო

პიტერ დრუკერი თავის შესანიშნავ წიგნში, *„ინოვაცია და მეწარმეობა“*, ნებისმიერი სახის ბიზნესისთვის ინოვაციის შვიდ მთავარ წყაროს აღწერს. თუ თქვენი ბიზნესის ზრდისთვის შემოქმედებითი გზების ძებნას იწყებთ, ინოვაციის ამ შვიდი წყაროთი დაიწყეთ.

მოულოდნელი მოვლენა

მოულოდნელი მოვლენა, წარმატება, მარცხი ან სხვა ნებისმიერი გარეგანი მოვლენა, რასაც ახალ ბიზნესშესაძლებლობამდე ან მინიშნებამდე მივყავართ, ხშირად არის ინოვაცია, რომელიც მთლიან ბიზნესინდუსტრიას ცვლის.

პიერ ომიდიარს Pez-ის კანფეტების დისპენსერების კოლექცია ჰქონდა, რომელთა გაყიდვაც ღია ბაზარზე უნდოდა. იმ დროს არანაირი ვებგვერდი არ არსებობდა, რომელიც მას ჩანაფიქრის განხორციელებაში დაეხმარებოდა. პიერ ომიდიარმა eBay-ი იმ მიზნით შექმნა, რომ დისპენსერე-

ბის კოლექცია იმ პირისთვის მიეყიდა, ვინც ყველაზე დიდ თანხას გადაიხდიდა. მის ამ ნაბიჯს ისეთი სწრაფი და დიდი რეაქცია მოჰყვა, რომ მან eBay-ის აუქციონის მოდელის გამოყენებით სხვა დამატებითი პროდუქტების გასაყიდად გატანა გადაწყვიტა. მოულოდნელმა წარმატებამ ომიდიარი მსოფლიოში ერთ-ერთ ყველაზე მდიდარ ადამიანად აქცია.

ბიზნესში ბევრი ინოვაციური მიღწევა ხშირად მოულოდნელი მარცხის შედეგიც არის. პროდუქტის მოულოდნელი მარცხი პროდუქტზე ხელახლა ფიქრს და მის „გადაკეთებას" გვაიძულებს, რაც ხშირად ბაზარზე უკიდურესად პოპულარული პროდუქტის შექმნას იწვევს.

შეუსაბამობა

ინოვაციის კიდევ ერთი წყარო რეალობასთან შეუსაბამობაა, რაც არის და რაც უნდა იყოს. სხვა სიტყვებით, შეუსაბამობა ვითარდება, როცა რაღაცები ისე არ ხდება, როგორც უნდა ხდებოდეს.

შეათვალიერეთ თქვენი ბიზნესი. ხდება ისეთი რამ, რაც თქვენს ბიზნესსა და ბაზარზე არსებული მოთხოვნაში თავდაპირველი მოლოდინისგან განსხვავებულია? შეუსაბამობა შეიძლება იყოს ინოვაციური პროდუქტებისა და მომსახურების წყარო, რომელმაც თქვენი ბიზნესის კეთილდღეობა გამოიწვიოს.

პროცესის საჭიროება

პროცესის საჭიროება ინოვაციის კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი წყაროა. კომპანიაში დეფექტის ან პრობლემის დასაძლევად ტექნოლოგიური განვითარება აუცილებელია, რაც ხშირად პროცესის განვითარებას კომერციული აპლიკაციით საჭიროებს. კომერციული აპლიკაციის გამოყენებით შეგიძლიათ შემზღუდველი ფაქტორი, რომელიც ბაზარზე დომინირებაში ხელს გიშლით, დაძლიოთ.

როცა ტომ მონაგენს პიცის ნახევარ საათში ან ნაკლებ დროში მიტანის იდეა დაებადა, პიცერიის მფლობელებმა, სადაც ის მუშაობდა, უთხრეს, რომ მისი იდეის განხორციელება, უბრალოდ, შეუძლებელი იყო. პიცა შეკვეთისთვის უნდა მომზადებულიყო, სანამ გამოცხვებოდა, შეიფუთებოდა და შემკვეთ ადამიანთან გაიგზავნებოდა. ამ პროცესის ოცდაათ წუთზე ნაკლებ დროში განხორციელება შეუძლებელი იყო.

მონაგენის ინოვაცია მარტივი იყო. მან პიცის მიტანის პირადი გამოცდილებისა და ბაზრის მცირე კვლევის შედეგად აღმოაჩინა, რომ შეთავაზებული პიცების 20 პროცენტი შეკვეთილი პიცების 80 პროცენტს წარმოადგენდა. მოგვიანებით, მან პიცერიის გახსნა გადაწყვიტა, სადაც ზომისა და ინგრედიენტების მიხედვით ყველაზე პოპულარულ რვა სახეობის პიცას ამზადებდა.

მას პიცები შეკვეთის მიღებამდე ჰქონდა გამზადებული. ძალიან მალე Domino-ს პიცას მსოფლიოს მასშტაბით 8 000 რესტორანი ჰქონდა გახსნილი.

თქვენ როგორ შეგიძლიათ პროცესის შეცვლა ან განვითარება ისე, რომ საშუალება მოგეცეთ, კონკურენტებთან შედარებით მომხმარებლებს უკეთ, უფრო სწრაფად, იაფად და მოხერხებულად მოემსახუროთ? წარმოების ან მიტანის პროცესში ერთმა პატარა ცვლილებამ ან გაუმჯობესებამ შეიძლება ინდუსტრიაში წარმატება მოგიტანოთ.

ცვლილებები ინდუსტრიის სტრუქტურაში

ინდუსტრიის სტრუქტურაში ცვლილებები, რაც სხვადასხვა მიზეზის მრავალფეროვნებით არის გამოწვეული, ინოვაციის მეოთხე წყაროა. ამის კარგი მაგალითი 2006 წელს ბაზარზე Apple-ის iPhone-ის გამოჩენა იყო. ამ ფაქტმა Samsung-ს ბიძგი მისცა ბაზარზე თავისი Android-ზე დაფუძნებული სმარტფონები გამოეტანა. ხუთ წელიწადში BlackBerry-სა, რომელიც მსოფლიოში ბიზნეს-ტელეფონების ბაზარზე დომინირებდა და Nokia-ს, რომელიც მსოფლიო მობილური ტელეფონების ბაზარზე დომინირებდა, საბაზრო წილი წინა წლებთან შედარებით 10 პროცენტით შემცირდა.

ყველა ახალი აღმოჩენა, ტექნოლოგიური ინოვაცია, კონკურენტული ინიციატივა, რომელიც ცვლის ან აფორიაქებს ინდუსტრიას, ახალი პროდუქტებისა და მომსახურებების შესაძლებლობას ქმნის, რომელიც დღევანდელ სწრაფად ცვალებად ბაზარზე შეიძლება ძალიან მომგებიანი იყოს.

დემოგრაფიული ცვლილებები

ჩვენი ქვეყნისა და მსოფლიოს მასშტაბით დემოგრაფიული ცვლილებები საჯარო და კერძო სექტორში უდიდეს ინოვაციებს იწვევს. მომდევნო ოც წელიწადში baby boomers-ები პენსიაზე სწრაფი ტემპით გავლენ – დღეში 10 000. ასაკიანი მოქალაქეების ცხოვრებისეული, ჯანმრთელობის, მკურნალობის, მოგზაურობის, ტრანსპორტირებისა და სხვა სფეროების საჭიროებები, სურვილები და გატაცებები, ახალი პროდუქტებისა და მომსახურებისთვის უზარმაზარ ბაზარს ქმნის და ბევრ ინოვაციურ აღმასრულებელსა და კომპანიას გაამდიდრებს.

აშშ-ში მოსახლეობის ჩრდილოეთისა და აღმოსავლეთ სანაპიროებიდან სამხრეთისა და დასავლეთის თბილი შტატებისკენ გადაადგილებამ სახლების მშენებლობის, საცალო ვაჭრობის, სამედიცინო მომსახურებისა და ბევრ სხვა სფეროში უზარმაზარი ცვლილებები და შესაძლებლობები შექმნა.

ყველაზე სიღრმისეული ცვლილება მოსახლეობის მაღალი გადასახადებისა და რეგულაციების მქონე შტატებიდან დაბალი გადასახადებისა და რეგულაციების შტატებში გადაადგილებამ გამოიწვია. მარტო ტეხასის შტატმა, საშემოსავლო გადასახადების არქონითა და ბიზნესისთვის ხელსაყრელი მარეგულირებელი სისტემის შემოღებით, ბოლო ხუთი წლის განმავლობაში იმაზე მეტი ახალი სამსახური შექმნა, ვიდრე დანარჩენმა ორმოცდაცხრა შტატმა ერთად. ეს ტენდენცია დღესაც გრძელდება.

ცვლილება ღირებულებასა და აღქმაში

აღქმის ცვლილებას ინოვაციის შეცვლა შეუძლია. მაგალითად, ჯანსაღ საკვებსა და ფიტნესს დღეს უფრო მეტი მნიშვნელობა ენიჭება, ვიდრე ეს წინა თაობებში ხდებოდა. ხანგრძლივი ცხოვრების, უკეთესი ჯანმრთელობისა და უფრო მეტი ენერგიის ქონის სურვილმა ორგანული საკვებისა და ვიტამინების ინდუსტრია განავითარა. 1935 წელთან შედარებით, როცა სიცოცხლის საშუალო ხანგრძლივობა 60 წელი იყო, 2014 წელს საშუალო ასაკი 80 წელი გახდა. დღეს სულ უფრო მეტ ადამიანს სურს იცხოვროს დიდხანს, უკეთესად და ჯანმრთელად, ვიდრე ოდესმე. მილიონობით მომხმარებელში გაჩენილმა ამ სურვილებმა ინოვაციური მენარმეებისთვის ულიმიტო ბიზნესშესაძლებ-

ლობები შექმნა. მათ მოსახლეობის საჭიროებების დასაკმაყოფილებლად ახალი პროდუქტებისა და მომსახურების შექმნა შეუძლიათ.

ახალი ცოდნა

ახალი ცოდნა, მეცნიერულიცა და არამეცნიერულიც, ახალ ეკონომიკურ ტენდენციებს, შესაძლებლობებსა და ზოგჯერ სრულიად ახალ ინდუსტრიებს ქმნის.

ტაბლეტის მოწყობილობებში, როგორიცაა Apple-ის iPad-ი, პერსონალური კომპიუტერის უმეტესი ფუნქციების მოთავსებამ მსოფლიოს მობილური კომპიუტერის ინდუსტრია სრულიად შეცვალა, რამაც პერსონალური კომპიუტერების გაყიდვის მუდმივი კლება და ფასებზე ბრძოლა გამოიწვია. ეს კი პერსონალური კომპიუტერების ინდუსტრიაში არსებულ წამყვან კომპანიებს პირდაპირ ანადგურებს. ამ დროს ის კომპანიები, რომლებიც ტაბლეტების მფლობელებისთვის ახალ აპლიკაციებსა და მომსახურებებს ქმნიან, მილიონობითა და მილიარდობით დოლარის გაყიდვებსა და შემოსავალს გამოიმუშავებენ.

ახალი ცოდნა ინოვაციის ყველაზე ნაკლებსაიმედო წყაროა, რადგან მას ბაზარზე მოსახვედრად დიდი დრო სჭირდება და რთულია ზუსტად განსაზღვრო, ახალი ცოდნის შედეგი რა და როგორი იქნება.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. წარმოიდგინეთ, რომ დღეს სწრაფად ცვალებად გარემოში ბიზნესს ხელახლა იწყებთ. თქვენი ახლანდელი ცოდნითა და გამოცდილებით, რას წამოიწყებდით და რას შეწყვეტდით?

2. მოახდინეთ თქვენს ბიზნესსამყაროში დღეს არსებული ყველაზე მნიშვნელოვანი ტენდენციების იდენტიფიცირება და მომავალი ხუთი წელი ისე დაგეგმეთ, რომ ის პროდუქტები და მომსახურებები განსაზღვროთ, რომლებიც მომავალში გადარჩენისა და წარმატების მიღწევისთვის მომხმარებლებს უნდა შესთავაზოთ.

მოძველებული პროდუქტების გამოყენების ათი შემოქმედებითი გზა

რა პროდუქტმა ან მომსახურებამაც თქვენს ბიზნესში ან ინდუსტრიაში იმ ადგილამდე მიგიყვანათ, სადაც ახლა ხართ, იცოდეთ, რომ ის უფრო შორს ველარ წაგიყვანთ. პროდუქტებისა და მომსახურებების 80 პროცენტი, რომელსაც ხალხი ხუთი წლის შემდეგ გამოიყენებს, დღეს არ არსებობს. ეს ნიშნავს, რომ ბაზარზე დღეს შემოთავაზებული პროდუქტებისა და მომსახურების, მათ შორის თქვენი პროდუქტების, საშუალოდ 20 პროცენტი, თორმეტ თვეში მოძველებული იქნება და მათი ახალი პროდუქტით ან მომსახურებით ჩანაცვლება გახდება საჭირო, რათა მომხმარებლისთვის უფრო მეტად მიმზიდველი იყოს.

ერთი შეხედვით, დაძველების პრობლემა შეიძლება შემაწუხებელი იყოს. თუმცა კიდევ ერ-

თხელ შეგახსენებთ, რომ სწორი კითხვების დასმით ნაპერწკალს მისცემთ შემოქმედებით გამოსავალს. იდეებისთვის სტიმულის მისაცემად თქვენი პროდუქტის ან მომსახურების შესახებ მუდმივად დასვით კითხვები, რათა უფრო მომგებიანი და მოთხოვნადი გახადოთ.

წარმოგიდგენთ კითხვებს, რომლებიც შეგიძლიათ რეგულარულად დასვათ და უპასუხოთ.

1. *შეგიძლიათ თქვენი პროდუქტის ან მომსახურების სხვაგვარად გამოყენება?* შეიძლება ისინი სხვა კომპანიების, ინდუსტრიების ან მომხმარებლების მიერ იყოს გამოყენებული?

ჩვენი ერთი წესია, თუ კარგი პროდუქტი ან მომსახურება გაქვთ და თქვენი მომხმარებლები მას არ ყიდულობენ, უმჯობესია, შეცვალოთ მომხმარებელი, ვიდრე პროდუქტი. შეიძლება, თქვენი მარკეტინგული და გაყიდვების ძალისხმევა არასწორ სამიზნე ჯგუფებზე გაქვთ მიმართული.

2. *შეგიძლიათ გამოიყენოთ ის, რასაც სხვები აკეთებენ თქვენი პროდუქტებისა და მომსახურებების გასაუმჯობესებლად?* ერთ-ერთი ყველაზე ჭკვიანური რამ, რისი გაკეთებაც ბიზნესში შეგიძლიათ, წარმატებული კონკურენტების მოხიბვლა და მათზე უკეთესის შემუშავების გზის ძებნაა.

თქვენ შეგიძლიათ ერთი ინდუსტრიიდან მეორეში ინოვაციის ან ტექნოლოგიის გადატანის

გზები ეძებოთ. ჰენრი ფორდს წარმოების ხაზის იდეა ხორცის გადამმუშავებელი ქარხნის მუშაობის ყურებისას მოუვიდა.

გარშემო რომელი წარმატებული ბიზნესია, რომლის გამოყენებაც თქვენს ბიზნესს უფრო ეფექტურსა და მომგებიანს გახდის?

3. *შეგიძლიათ თქვენი არსებული პროდუქტის ისე მოდიფიცირება, შეცვლა ან ხელახლა შეფუთვა, რომ ის სრულიად განსხვავებულად ფუნქციონირებდეს ან გამოიყურებოდეს?* შეგიძლიათ რამე ახლებური ცვლილება შემოიტანოთ? 1940-იან წლებში უოლტ დისნეი და როი დისნეი კოპენჰაგენში ტივოლის ბაღებს სტუმრობდნენ, შეამჩნიეს, რომ პარკი ძალიან სუფთა იყო. ასანთი ან ფურცლის ნაგლეჯიც კი არსად ეგდო. როცა ამერიკაში ყველა გასართობი პარკი, დიდი თუ პატარა, ჭუჭყიანი და დანაგვიანებული იყო და საჭმლის ნარჩენები ძირს ეყარა. სწორედ ამ დროს გადაწყვიტა უოლტმა, დისნეილენდი შეექმნა. მან თქვა: „მე ავაშენებ გასართობ პარკს, რომელიც ისეთი სუფთა და ლამაზი იქნება, რომ მშობლები ბავშვებს მუდმივად, ყველა ადგილიდან მოიყვანენ". დანარჩენი ისტორიაა.

4. *შეგიძლიათ პროდუქტის გაზრდა?* შეგიძლიათ ის უფრო დიდი, ძლიერი ან კაშკაშა გახადოთ? შეგიძლიათ, რამენაირად ისე გაზარდოთ, რომ უფრო მიმზიდველი გახდეს?

ყოველ წელს ჩვენი ოჯახი კარიბის ზღვაში ერთკვირიან კრუიზში მიგვყავს საკრუიზო ლაინერით Allure of the Seas. როცა ლაინერი ააგეს, ის ყველაზე დიდი საკრუიზო გემი იყო ისტორიაში და 5 000 ადამიანს იტევდა. ლაინერში სრულიად განსხვავებული შვიდი გარემო შედიოდა, სუბტროპიკულიდან დაწყებული უდაბნოს ჩათვლით. ლაინერს ბევრი ფიცარფენილბილიკიანი ევროპული და ამერიკული სტილის რესტორანი აქვს.

5. *შეგიძლიათ მისი დაპატარავება?* შეგიძლიათ შეამციროთ, დააპატარაოთ ან უფრო ეკონომიური გახადოთ? რისი მოშორება ან გამოკლება შეგიძლიათ, რომ ის უფრო გაამარტივოთ? შეგიძლიათ ნაწილებად დაშალოთ და ცალ-ცალკე გაყიდოთ?

6. *როგორ შეგიძლიათ მისი ჩანაცვლება?* შეგიძლიათ განსხვავებული მასალა, პროცესი ან წარმოება, დისტრიბუციის მეთოდი, რეკლამირების ან შეფუთვის განსხვავებული გზა გამოიყენოთ?

7. *შეგიძლიათ თქვენს პროდუქტში ან მომსახურებაში შემადგენელი ნაწილების გადანაცვლება ან ურთიერთჩანაცვლება?* რა გზით შეგიძლიათ გახადოთ თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება უფრო მიმზიდველი, გაყიდვადი, უფრო იაფი ან მომხმარებლებისთვის სასურველი?

8. *შეგიძლიათ აზროვნების შემობრუნება და თქვენი ახლანდელი მიდგომის სრულიად შეცვლა?* ერთ-ერთი ცვლილება, რომელიც წლების

წინ გამოვიყენე, ჭარბი პროდუქტის გასაყიდად ფასის დაკლების ნაცვლად, ფასის ზრდა იყო. ჩვენს პროდუქტს ორი განსაკუთრებული ბონუსი დავამატეთ, რამაც მისი ღირებულება გაზარდა. ჩვენ მალევე შევძელით იმ პროდუქტების გაყიდვა, რომელთა გაყიდვასაც რამდენიმე თვის განმავლობაში ვერ ვახერხებდით.

9. *შეგიძლიათ თქვენი პროდუქტის სხვა რამესთან კომბინირება?* შეგიძლიათ თქვენი პროდუქტის სხვა რამესთან კომბინირება მისი ღირებულების გასაზრდელად?

კონკრეტულ პროდუქტში ან მომსახურებაში ყველაფრის გაერთიანებით, რაც მომხმარებელს სჭირდება, და მისი ერთ შეთავაზებად და ერთ ფასად მიწოდებით, ყიდვასთან დაკავშირებულ კომპლექსურობასა და გაურკვევლობას მკვეთრად ამცირებთ და პროდუქტის ან მომსახურების მიმზიდველობასაც ზრდით.

10. *შეგიძლიათ ღირებულების ნახვა მეორეულ პროდუქტში?* ზოგჯერ შეგიძლიათ. არის ისტორია წებოვანი ელექტროკარდიოგრაფიული ელექტროდების მწარმოებლის შესახებ. ელექტროდები სამდუიმიანი წრეები იყო, რომლებსაც შუაში სამი მეოთხედდუიმიანი ნახვრეტი ჰქონდა, რომელსაც ამოჭრის შემდეგ აგდებდნენ.

ერთ დღეს მწარმოებელმა ნარჩენი პროდუქტებისა და „წერტილების“ შეფუთვა გადაწყვიტა.

მან ამ პროდუქტების გამოყენების ათასობით გზა იპოვა, მაგალითად, როგორიცაა: კარების მიჯახუნების ან სურათების მიერ კედლების დაფხაჭნის თავიდან არიდების საშუალება, ან და აეროპორტში მგზავრების ბარგის იდენტიფიცირების საშუალება. მწარმოებელმა ეს „წერტილები“ თავის მომხმარებლებს აჩუქა. ისინი ამით კმაყოფილები იყვნენ და კომპანიას, რეალურად, არაფერი დაუჯდა.

იფიქრეთ და უყურეთ სამყაროს მომხმარებლის გონებითა და თვალით. რა სურთ და სჭირდებათ მათ, რის გამოც ფულის გადასახდელად მზად არიან? როგორ შეგიძლიათ, მომხმარებელს თქვენს კონკურენტზე უკეთესი ყიდვის გამოცდილება შეუქმნათ? ამ კითხვებზე პასუხები უსასრულოდ შეიძლება იყოს.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. მოახდინეთ სამი კონკრეტული გზის იდენტიფიცირება, რისი საშუალებითაც თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება მომხმარებლებისთვის უფრო მიმზიდველი გახდება.

2. დაუკავშირდით თქვენს ათ საუკეთესო მომხმარებელს და ჰკითხეთ აზრი ან რჩევა, როგორ შეგიძლიათ პროდუქტი ან მომსახურება მათთვის უფრო მიმზიდველი და სასარგებლო გახადოთ. გაოგნებული დარჩებით, იმდენ საინტერესო იდეას მოისმენთ თქვენი მომხმარებლებისგან.

ღირებულების გაუმჯობესების პრინციპი

ღირებულების გაუმჯობესება ახალი პროდუქტის გამოყენებადობის შეფასების მარტივი მეთოდია, რომლის გარკვევაც რამდენიმე ძირითადი კითხვის დასმითაა შესაძლებელი:

1. რა არის პროდუქტი ან მომსახურება? აღწერეთ მომხმარებლის თვალით.

2. რას აკეთებს? ზუსტად? როგორ აუმჯობესებს მომხმარებლის ცხოვრებას ან საქმეს?

3. რა ღირს?

4. სხვას ვის ან რას შეუძლია იმავე საქმის კეთება?

5. რა ღირს ალტერნატიული პროდუქტი?

ადამიანებს ხშირად აღწერენ, როგორც ეკონომიკურ არსებებს (homo economicus). იგი ყოველთვის ცდილობს, რაც შეიძლება მეტი, რაც შეიძლება მცირე დანახარჯით მიიღოს. თუ გაქვთ პროდუქტი ან მომსახურება, რომელიც თქვენი

მომხმარებლის თვალში კონკურენტის პროდუქტთან ან მომსახურებასთან ასოცირდება, მისი ფასი კონკურენტის ფასის ტოლი ან მასზე დაბალი უნდა იყოს, თუ გინდათ, რომ ბაზარზე გადარჩეთ და წარმატებას მიაღწიოთ.

ძალიან ხშირად ღირებულების გაუმჯობესების პრინციპს აუთსორსინგამდე მივყავართ. შეიძლება აღმოაჩინოთ, რომ თავად დამზადების ნაცვლად თქვენ შეგიძლიათ პროდუქტი სხვა კომპანიებს დაამზადებინოთ, რომელთაც ბევრად უკეთესი შესაძლებლობები ან დანადგარები აქვთ.

აუთსორსინგის მთავარი მიზეზი მომხმარებლისთვის საუკეთესო პროდუქტებისა და მომსახურების რაც შეიძლება დაბალ ფასად შეთავაზებაა. მომხმარებლის დაბალი ფასებისადმი ლტოლვა არის ის მიზეზი, რომელიც წარმოების გადატანას აზიისა და აფრიკის ქვეყნებში განაპირობებს, სადაც წარმოებისა და მუშახელის ხარჯები საკმაოდ დაბალია.

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. აღწერეთ თქვენი პროდუქტები ან მომსახურება იმ სახით, რა სახითაც მათ თქვენი მომხმარებლის ცხოვრების ან სამუშაოს გაუმჯობესება შეეძლება. როგორ შეგიძლიათ მომხმარებლებს სხვანაირად შესთავაზოთ მომსახურების ან სხვა აქტივობების გაუმჯობესება?

2. ხალხი პროდუქტს ან მომსახურებას იმიტომ ყიდულობს, რომ კონკრეტულმა პროდუქტმა გააკეთოს ის, რისი გაკეთებაც მათ სურთ ან სჭირდებათ. სხვა რა საქმის გაკეთება სჭირდება მომხმარებელს, რომლის მოთხოვნის შესასრულებლად კონკრეტული პროდუქტის ან მომსახურების შეთავაზება ან განვითარება შეგიძლიათ?

შეაფასეთ თქვენი იდეები

იდეები მრავლად არსებობს. წარმოებული ახალი პროდუქტების 80 პროცენტი წარუმატებელი იქნება. მიუხედავად ექსტენსიური კვლევისა და ტესტირებისა, ახალი იდეების 99 პროცენტი არაპრაქტიკული იქნება. სანამ იდეა შეგიყვარდებათ, მანამდე მკაცრად შეაფასეთ ის.

პირველ რიგში – ეფექტურია? იმუშავებს? მნიშვნელოვან ცვლილებას მოიტანს? საკმარისად კარგი იდეაა არსებული სიტუაციის გასაუმჯობესებლად?

ეფექტურობა

არის თქვენი ახალი პროდუქტი ან მომსახურება ეფექტური? არსებულთან შედარებით მნიშვნელოვანი გაუმჯობესებაა? მე ბაზარზე შემოტანილი ბევრი ახალი პროდუქტი ან მომსახურება მინახავს, რომელთა მწარმოებლებსაც სჯერათ, რომ გაყიდვისთვის მხოლოდ გაყიდვების უნარი და შეუპოვრობაა საკმარისი. თქვენს თავს უნდა

დაუსვათ კითხვა: „რატომ შეწყვეტენ მომხმარებლები იმის ყიდვას, რითაც კმაყოფილები არიან და მის ნაცვლად ჩემს პროდუქტს იყიდიან?“

თქვენი პროდუქტი არსებულთან შედარებით ყოველთვის მნიშვნელოვნად გაუმჯობესებული უნდა იყოს.

თავსებადობა

არის თუ არა თქვენი ახალი პროდუქტი ან მომსახურება თავსებადი ადამიანის ბუნებასთან? შეესაბამება მომხმარებლის ყიდვის ქცევას? დღეს ხალხს ონლაინპროდუქტის ყიდვა ურჩევნია, ვიდრე მანქანით ქალაქის ბოლოში მაღაზიაში წასვლასთან დაკავშირებული სირთულეების გავლა. სხვა ბევრი ადამიანი ყიდვის გამოცდილებისთვის მაღაზიებში კვლავ დადის, რადგან პროდუქტის შესყიდვამდე მისი შეხება, გასინჯვა, დასუნვა და შეგრძნება მოსწონს. მათ „ცოცხლად“ შოპინგი მოსწონთ.

თქვენი პროდუქტების შემთხვევაში გაყიდვის ამ მეთოდებიდან რომელი უფრო პოპულარულია?

თქვენ მოგწონთ?

თქვენ თავად მოგწონთ ახალი პროდუქტი ან მომსახურება? იყიდდით და გამოიყენებდით მას სახლში ან სამსახურში? დედას, მამას, ძმას, დას ან

თქვენს საუკეთესო მეგობარს ამ პროდუქტს მიჰ-ყიდდით ან რეკომენდაციას გაუწევდით? სწრაფად მზარდ კომპანიებში ყველაზე წარმატებული ინოვაციური მიღწევები არის ის, რომ მფლობელებსა და აღმასრულებლებს მათი პროდუქტის ან მომსახურების სჯერათ. სიამოვნებით იყენებენ მათ და ყველასთან რეკომენდაციას უწევენ.

თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება არის თქვენს მიზნებთან თავსებადი? არის ეს ისეთი იდეა, რომლის მიმართაც თქვენ ან სხვას სრული ერთგულება შეიძლება გქონდეთ? თუ პროდუქტი ან მომსახურება თქვენს ხასიათთან არ არის თავსებადი, მაშინ მას თავი უნდა დაანებოთ ან სხვას მისცეთ.

ᲛᲐᲠᲢᲘᲕᲘᲐ?

დაბოლოს, მარტივია? საბოლოო ანალიზისას, თითქმის ყველა დიდი ინოვაცია მარტივია. მათი ახსნა ოცდახუთ ან ნაკლებ სიტყვაშია შესაძლებელი. მომხმარებელმა ინოვაციის აღწერა შეიძლება გაიგოს და თქვას: „დიახ, ეს კარგია. ესაა ის, რაც მე მინდა. ავიღებ. ეს ისაა, რაც მჭირდება“.

სიმარტივე ბაზარზე ახალი პროდუქტის ან მომსახურების წარდგენის გასაღებია, რადგან მათ ჩვეულებრივი ადამიანები ყიდულობენ და ჩვეულებრივი ადამიანები, როგორც წესი, ყველაფრის ექსპერტები არ არიან. თქვენ ვერ გექ-

ნებათ მოლოდინი, რომ მათ პროდუქტის ან მომსახურების ყველა დეტალი ეცოდინებათ. მათ შეიძლება პროდუქტი ან მისი ჭეშმარიტი ღირებულება მარტივად ვერ შეიცნონ.

სწორი დროა? ახლა პრაქტიკულია? ზოგჯერ იდეა ბაზარზე ძალიან გვიან ან ძალიან ადრე ჩნდება. რეცესიის დროს ფუფუნების პროდუქტის შესანიშნავ იდეას ბაზარზე დამკვიდრების პრობლემა შეიძლება ჰქონდეს, ისევე, როგორც ბუმის დროს ფასდაკლებული პროდუქტი შეიძლება ჩავარდეს.

შესაძლებელია? ღირს დროის, მუშაობისა და ხარჯის გაწევა ახალი პროდუქტის ან მომსახურების წარმოებისა და ბაზარზე გატანისთვის?

პრაქტიკული სავარჯიშოები

1. შეეჩვიეთ თქვენი თავისთვის „მკაცრი კითხვების" დასმას თქვენივე პროდუქტის ან მომსახურების იდეის შესახებ. განსაკუთრებით მოისმინეთ თქვენი ამჟამინდელი და პოტენციური მომხმარებლების მოსაზრებები, სანამ ახალი პროდუქტის ან მომსახურების ბაზარზე გასატანად ინვესტიციას ჩადებთ.

2. გახსოვდეთ ბიზნესის წარმატების ოქროს წესები. წესი ნომერი ერთი: მომხმარებელი ყოველთვის მართალია. წესი ნომერი ორი: როცა ეჭვი გეპარებათ, გაიხსენეთ წესი ნომერი ერთი.

დასკვნა

თქვენ პოტენციური გენიოსი ხართ. თქვენ ას სიცოცხლეში გამოსაყენებელ პოტენციალზე მეტი გაქვთ. ტვინის ექსპერტის, ტონი ბუზანის, თანახმად, აზრებისა და იდეების რაოდენობა, რომელთაც ტვინის 100 მილიარდი უჯრედის გამოყენებით გამოიმუშავებთ, უფრო მეტია, ვიდრე ცნობილ სამყაროში არსებული მოლეკულები.

თქვენში არის შესაძლებლობა, მუდმივად გამოიმუშაოთ უფრო მეტი და უკეთესი პროდუქტებისა და მომსახურების წარმოების, დიდ ბაზარზე გატანისა და უფრო მეტ ადამიანზე გაყიდვის შესანიშნავი იდეები. ამ წიგნში დასმული კითხვებითა და მათზე პასუხების გაცემით თქვენი გონება ახალ იდეებთან მუდმივად იცეკვებს და ყოველდღე ახალი წლის ნაძვის ხესავით იდეებით იქნება გაბრწყინებული.

შენიშვნები

შენიშვნები

შენიშვნები

შენიშვნები

შენიშვნები

შენიშვნები

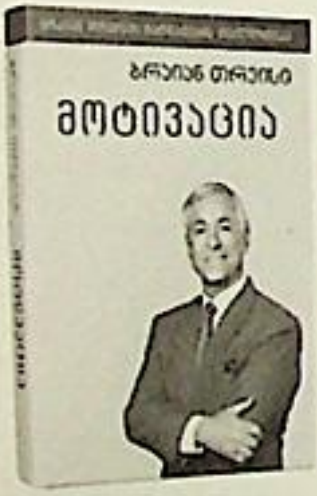
შენიშვნები

შენიშვნები

ბრაიან თრეისის
წარმატების ბიბლიოთეკის
სხვა წიგნები

მარკეტინგი

მარკეტინგის აუცილებელი სახელმძღვანელო. წიგნი მოიცავს 21 მძლავრ მარკეტინგულ იდეას, რომლებიც გაჩვენებთ, როგორ დამკვიდრდეთ ბაზარზე წარმატებით.



მოტივაცია

წიგნში წარმატების ექსპერტი ბრაიან თრეისი გთავაზობთ ინდივიდებისა თუ ჯგუფების მოტივაციის გაზრდის 21 სწრაფ და ძლიერ მეთოდს.
ეს წიგნი დაგეხმარებათ თანამშრომლების ჩართულობისა და პროდუქტიულობის გაზრდაში.

სერიაში მალე გამოიცემა

ლიდერობა

შემოქმედებითი აზროვნება პროფესიული წინსვლისთვის აუცილებელია. ბრაიან თრეისიმ იცის, რომ შემოქმედებითობის განვითარება პრაქტიკისა და სხვადასხვა დამხმარე ინსტრუმენტის საშუალებითაა შესაძლებელი. ამ წიგნში 21 პრაქტიკული ტექნიკაა წარმოდგენილი, რომელთა დახმარებითაც მკითხველს შეეძლება, სწრაფად გამოიმუშაოს პროდუქტიული იდეები.
გაეცანით წიგნს და გაიგეთ მეტი პრობლემების მოსაგვარებლად და ახალი პროდუქტების შესაქმნელად საჭირო ისეთ მეთოდებზე, როგორებიცაა ბრეინსტორმინგი, ნულოვანი წერტილიდან აზროვნება, ნომინალური ჯგუფური ტექნიკა, ლატერალური აზროვნება და სხვ.

გისურვებთ წარმატებას!

ISBN 978-9941-29-688-8
9 789941 296888
9.95 €
www.palitra.ge
დაბეჭდილია საქართველოში