

"بسم الله الرحمن الرحيم"

معرفی کتاب

"چگونه پیشنهاد دهنده ای حرفه ای باشیم؟"

خود توانمند سازی در ایده یابی و پیشنهاد دهی با دانش تفکر و خلاقیت هدف این کتاب آموزش عملی ایده یابی و پیشنهاد دهی است. در آن ابتدا مفاهیم پایه ای حوزه ایده یابی و پیشنهاد دهی را می شناسید: مفاهیمی چون تعریف ایده، تعریف پیشنهاد، تفاوت ایده با پیشنهاد، سپس با نقش سوال به عنوان سر چشمه یافتن ایده ها و مدل حل مسئله ای با عنوان "سه دهم" که توانایی یافتن سیستماتیک پیشنهاد را به ما می دهد، آشنا می گردید.



فهرست مطالب فایل:

- ۱- فهرست کتاب
- ۲- مقدمه (کتاب)
- ۳- تصویر جلد و پشت جلد کتاب

فهرست کتاب:

صفحه	فهرست
۱۵	مقدمه
۱۸	آموزگار بزرگ تفکر
۲۳	فصل ۱: گذری بر نظام پیشنهادها
۲۵	نظام پیشنهادها چیست؟
۲۶	کاربرد و ضرورت نظام پیشنهادها
۲۷	تاریخچه و وضعیت مدیریت مشارکتی و نظام پیشنهادها (در دنیا و ایران)
۲۹	پیاده سازی نظام پیشنهادها در سازمان
۳۱	عوامل موثر بر عملکرد و کارایی نظام پیشنهادها:
۳۲	۱- نقش مدیران
۳۲	۲- نقش دبیران نظام پیشنهاد
۳۳	۳- نقش کارکنان
۳۴	۴- نقش تکنولوژی اطلاعات (IT)
۳۵	۵- نقش فعایت آموزشی (آموزش روشها و آموزش مربوط به فرهنگ سازی
۳۶	خلاصه فصل ۱: گذری بر نظام پیشنهادها
۳۷	فصل ۲: مفاهیم پایه تفکر، ایده یابی و خلاقیت
۳۹	منظور از ایده چیست؟
۴۳	منظور از پیشنهاد چیست؟
۴۳	تفاوت ایده با پیشنهاد چیست؟
۴۴	تفکر خلاق چه نوع روش تفکری است؟
۴۵	ارتباط تفکر خلاق و خلاقیت چگونه است؟
۴۶	چشمه های ایده یابی کدام اند؟
۵۰	خلاصه فصل ۲: مفاهیم پایه تفکر، ایده یابی و خلاقیت
۵۱	فصل ۳: سه دهم (روش سیستماتیک ایده یابی و پیشنهاددهی)
۵۳	سوال کلید تفکر است
۵۵	روش سه دهم
۵۶	شناخت مسئله، گام اول سه دهم
۵۶	کشف مسئله (تعریف انواع عارضه: معضل، مشکل، مسئله)
۶۱	مهارتهای پرسشگری، ابزارهایی برای استخراج مسائل خوب
۶۱	مهارت اول پرسشگری: ساخت مسأله از معلوم به مجهول
۶۳	مهارت دوم پرسشگری: سوال سازی انبوه (فن استخراج مساله)

۶۷	مهارت سوم پرسشگری: غربال
۶۸	تمرین حل شده
۷۱	تمرین
۷۳	سخنی خطاب به دبیران نظام پیشنهادها
۷۴	گزینه یابی، گام دوم سه دهم
۷۴	گزینه یابی
۷۴	شاه کلید ایده یابی
۷۶	تکنیک سوالات ایده برانگیز (اسکمپر)
۸۹	تکنیک یورش فکری
۹۵	- تمرین
۹۶	تکنیک فهرست خصوصیات
۹۷	تکنیک ارتباط اجباری
۹۸	- تمرین
۹۹	پرسه زنی خلاق
۹۹	- تمرین
۱۰۰	تکنیک های تفکر جانبی:
۱۰۰	- تکنیک دگرگون کردن (قلب)
۱۰۲	- تکنیک همذات پنداری
۱۰۹	- تکنیک شک نسبت به مفروضات
۱۰۹	- تکنیک چرا
۱۱۲	- مثالهای حل شده
۱۱۴	تکنیک نوآوری نظام یافته:
۱۲۴	موضوع طرح ایده آل
۱۲۶	مدل سازی سیستم و تجزیه و تحلیل شیء - اثر
۱۲۷	الگوهای تکامل
۱۲۹	انتخاب بهترین گزینه، گام سوم سه دهم
۱۲۹	منظور از "انتخاب بهترین گزینه" چیست؟
۱۲۹	فاکتور های یک پیشنهاد خوب کدام است؟
۱۳۰	روش های انتخاب:
۱۳۱	- روش دوبونو (مثبت، منفی، جالب)
۱۳۳	- روش مقایسه دو به دو
۱۳۴	- روش ماتریسی
۱۳۶	نحوه تبدیل ایده به پیشنهاد (نحوه افزایش کیفیت پیشنهادها)

۱۳۹	- تمرین
۱۴۴	پیشنهاددهنده حرفه ای چه کسی است و چه خصوصیات دارد؟
۱۴۷	موانع دستیابی به ایده ها و چالشهای پیشنهاددهی
۱۵۶	فرهنگ پیشنهادها
۱۵۷	پیشنهادهای هدیه
۱۵۹	خلاصه فصل ۳: انتخاب بهترین گزینه، گام سوم سه دهم (روش سیستماتیک ایده یابی و پیشنهاددهی)
۱۶۵	موخره
۱۶۹	ضمیمه
۱۷۱	درباره تصمیم گیری
۱۷۲	تصمیم گیری به روش سیستماتیک (فرم هفت دهم از روش ده انگشتی)
۱۷۵	مکانیزم ذهن
۱۷۷	پاسخ تمرین مربوط به موانع ایده یابی
۱۷۷	لیستی از ذی نفعان، مربوط به تمرین همذات پنداری
۱۷۸	۳۹ پارامتر آلتشولر
۱۸۱	۴۰ اصل نوآوری
۱۹۴	جدول تناقض های فنی
۲۰۱	پرسشنامه ISQ (پرسشنامه شناخت موقعیت نوآوری)
۲۰۴	فرمول بندی مساله در TRIZ
۲۱۰	نتایج حاصل از انجام پروژه خلاقیت در شرکت ساپکو
۲۱۰	- کلیات پروژه
۲۱۰	- لیست امورهای که دوره خلاقیت را گذراندند (به تفکیک معاونت ها)
۲۱۲	- خلاصه گزارش اجرای دوره
۲۱۳	- خلاصه گزارش عملکرد پروژه
۲۱۹	- خلاصه گزارش رضایتمندی فراگیران از دوره
۲۲۱	درباره مولف
۲۲۲	منابع کتاب

مقدمه (کتاب):

هر کس دو روزش مثل هم باشد از زیان کاران است.

(حضرت علی (ع))

زمانی بود که سازمان ها همچون مرغ و خروس، سر پایین راه می رفتند و از زمین دانه بر می چیدند و بدین صورت به حیات خود ادامه می دادند اما پس از زمانی تعداد مرغ و خروس ها آنقدر زیاد شد که دیگر به راحتی غذا (بازار فروش و مشتری) یافت نمی شد و مرغ و خروس ها مجبور می شدند که به جاهای دور تری بروند. رفتن به مکان های دورتر نیز راه حلی طولانی مدت نبود چون روز به روز به تعدادشان افزوده می شد و یافت غذا به همان مراتب سخت تر؛ کار به جایی رسید که شروع به تلف شدن کردند، اوضاع که به اینجا رسید، شرایط آنقدر سخت شد که عرصه به عده ای تنگ آمد و سر از زمین بر گرفتند و به آسمان نگرستند و از همان موقع درک کردند که برای بقا باید چنان تغییر کنند که بتوانند پرواز کنند و به جای دیگری بروند.

این داستان شرح بسیار مختصری از وضعیت سازمان های کنونی است که در فضای رقابتی در حال فعالیت هستند، فضایی که هر روز رقابتی تر می شود.

در چنین فضایی سازمان ها برای بقا باید بتوانند به بازارهای جدید، یعنی مشتریان جدید، دست یابند. اکنون سازمان ها مجبورند برای بقای خود به پرواز درآیند و پرواز یعنی بال گسترده و دائم بال زدن و بال زدن و باز هم بال زدن.

بال سازمان ها از اعضا آنها ساخته شده است. یعنی می توان چنین تجسم کرد که هر یک از اعضا سازمان همچون یک بال کوچک می باشند که در طرح کلی تر به نام بال سازمان قرار دارند و بال سازمان زمانی به حرکت در می آید که این بال های کوچک در هماهنگی با هم بصورت دائمی بال بزنند.

پرواز قانونی دارد و آن هم حفظ تعادل دینامیک است. یعنی اگر در آسمان هستی، مجبوری بصورت دائمی فعال باشی و بال بزنی، بال نزدن همان و سقوط کردن و از بین رفتن همان. از این رو است که رهبران و مدیران سازمان های امروزی از کارکنان می خواهند که دائما پویا بوده و طرحی نو در کار خود ارائه دهند. این نقش جدید به حیات سازمان بستگی دارد، یعنی به حیات همه اعضا سازمان. دیگر اگر یک نفر بال نزند فقط حیات خودش در خطر نیست بلکه حیات بال بزرگ (سازمان) در خطر خواهد بود. در نتیجه مسئولان سازمان ها دائما مراقب پویا ماندن اعضا سازمان هستند و اگر عضوی نتواند به خوبی نقش خود را بازی کند به او می پردازند و با ارائه آموزشهای لازم او را در زمینه کار خود توانمند می سازند اما اگر با همه تلاشها باز آن عضو نتواند نقش خود را به خوبی بازی نماید چاره ای جز جایگزینی نمی ماند. از این رو برای بقای زندگی کاری خود و سازمانان، مجبوریم خود را توانمند سازیم.

زمانی بود که برای کسب توانمندیهای لازم تنها یادگیری موضوعات ضروری کفایت می کرد اما دیری نپایید که بر اثر رقابت شدید دیگر یادگیری کافی نبود و کارکنان سازمان علاوه بر یادگیری موضوعات ضروری می بایست در زمینه کاری خود پژوهش نیز می کردند اما این نیز در امتداد زمان کفایت خود را از دست داد. اکنون رهبران و مدیران سازمان ها از اعضا خود می خواهند که علاوه بر یادگیری و پژوهش بتوانند نوآوری هم کنند. از این رو یادگیری و پژوهش هدفمند با رویکرد نوآوری چیزی است که اکنون برای حفظ هویت پرواز گونه خود باید به آن بیاندیشیم.

اکنون در سازمان های مدرن از جمله فاکتورهایی که در ارزشیابی عملکرد کارکنان بصورت بسیار جدی مدنظر قرار می گیرد میزان نوآوری است که در کار خود می نمایند. متصل بودن نظام پاداش و ارتقاء شغلی و دیگر مزایای سازمانی به میزان نوآوری افراد، دلیلی بر این مدعاست.

همه این مطالب می رساند که ضروری است بتوانیم نوآور باشیم. چیزی که در راهش یادگیرنده و پژوهشگر بودن بدیهی است. این بدان معنی نیست که لزوما باید به مقاطع تحصیلی بالاتری از تحصیلات آکادمیک بپردازیم بلکه ضروری است در زمینه کاری خود پویا و اهل فکر، اهل کشف مسائل و حل هماهنگ آنها باشیم.

نظام پیشنهادها بعنوان یکی از ابزارهای مدیریت مشارکتی از جمله ابزاری است که به طور سیستماتیک به کارکنان این امکان را می دهد که نوآوری خود را به سازمان خود ارائه دهند و نقش بال زندگی خود را در زمینه کاری شان ایفا نمایند.

با آنکه مدتهاست این نظام در سازمان های کشور ما ایجاد شده است اما بررسی در بسیاری از سازمان ها این را نشان می دهد که به خوبی اهداف مدنظر را تامین ننموده است. بسیاری از عارضه یابی های صورت گرفته جهت رفع این چالش به بررسی و بازنگری سیستم نظام پیشنهادها معطوف شده است و کمتر توجه ای به حلقه کلیدی و بسیار مهم این نظام، یعنی انسان شده است.

سمینارها و کنفرانس های زیادی در مورد اینکه چگونه سیستم نظام پیشنهادها را توانمند سازیم، برگزار شده اما در کمتر سمینار و یا کنفرانسی به چگونگی توانمندسازی اعضاء سازمان برای یافت ایده و ارائه پیشنهاد، پرداخته شده است. عمده کاری که در این زمینه شده است، استفاده از تشویقات مالی به عنوان انگیزش دهنده افراد برای تفکر و ارائه ایده، بوده است. این سیستم نیز با آنکه در ابتدا لازم و کارآمد به نظر می رسید و ادامه آن نیز مناسب؛ اما در واقعیت نشان داده است که به تنهایی کافی نمی باشد و ضروری است به افراد علاوه بر انگیزه، روش یافت ایده و حصول پیشنهاد آموزش داده شود، چیزی که بسیار اندک به آن پرداخته شده است.

آنچه در این کتاب قصد است بصورت عملی به آن پرداخته شود همین موضوع است. یعنی روش ایده یابی و پیشنهاددهی. قصد این کتاب این است که به شما مهارت یافت ایده و حصول پیشنهاد را هدیه دهد.

شما عزیزان در این کتاب ابتدا با مفاهیم پایه ای حوزه ایده یابی و پیشنهاددهی آشنا می شوید؛ مفاهیمی چون تعریف ایده، تعریف پیشنهاد، تفاوت ایده با پیشنهاد، سپس با نقش سوال بعنوان چشمه های یافت ایده ها آشنا می شوید؛ در امتداد آن با مدل حل مسئله ای با عنوان "سه دهم" که توانایی یافت و ارائه سیستماتیک پیشنهاد را به ما می دهد، آشنا می گردید.

این روش در سازمان های متعددی آموزش داده شده است و نتیجه بسیار شگرفی در افزایش تعداد پیشنهادات یافت شده توسط فراگیران داشته است و عملاً کاربردی بودن خود را به اثبات رسانده است. از جمله این سازمان ها شرکت طراحی مهندسی ساپکو است که آموزش این روش را در ۲ سال اخیر^۱ برای کلیه کارکنان شرکت در قالب پروژه آموزش تکنیکهای ایده یابی و خلاقیت صورت داده است و رشدی بیش از ۱۵۷ درصد در تعداد پیشنهاد کارکنان آن^۲ حاصل گردیده است.

لازم به ذکر است که اکنون سرانه پیشنهاد این سازمان، ۱۰ پیشنهاد پذیرفته شده و ۹ پیشنهاد اجرا شده در سال می باشد. یعنی حدوداً ماهی یک پیشنهاد. در ضمیمه تعدادی از دستاوردهای حاصل شده در این شرکت بصورت گراف آورده شده است.

علاوه بر مدل سیستماتیک برای ایده یابی و پیشنهاددهی، در این کتاب با مطالبی که شما را به یک پیشنهاددهنده حرفه ای بدل خواهد نمود، آشنا خواهید شد از جمله، خصوصیات و ویژگیهای یک پیشنهاد دهنده حرفه ای و نحوه احیای این خصوصیات در خود، موانع و چالش های دستیابی به ایده های خوب و ارائه پیشنهاد.

این کتاب علاوه بر بیان تئوری مربوط به چگونگی ایده یابی و حصول پیشنهاد، حاوی مثال ها و تمرین های حل شده و همچنین تمرین هایی برای فراگیران، می باشد از این رو در مورد شیوه مطالعه این کتاب پیشنهاد می گردد با حوصله و به تدریج آنرا بخوانید و در هر مرحله تمرین پیشنهادی را حل نموده، سپس قسمت بعد را مطالعه نمایید. البته از افراط و تفریط نیز باید پرهیز نمود. در آخر از کلیه صاحب نظران و مخاطبان عزیز درخواست می گردد نظرات و پیشنهادهای خود در جهت بهبود این اثر به آدرس^۳ زیر ارسال نمایند. با تشکر.

مهندس علی نیازی مشوری

^۱ از اردیبهشت ۱۳۸۴، تا اواخر مرداد ۱۳۸۶

^۲ کسانی که دوره آموزشی "خلاقیت و تکنیکهای ایده یابی" را به طور کامل گذراندند.

^۳ a.niazi.m@gmail.com



قیمت: ۱۷۰۰۰ تومان