

TECHNIQUES FOR GENERATING CREATIVE IDEAS APPLIED IN BUSINESS

TEHNICI DE GENERARE A IDEILOR CREATIVE APLICATE ÎN AFACERI

NEGRU Valeria, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: negru.valeria@ase.md

Abstract: The research aims to analyze the creative traits found in business, focusing on the idea generation skills, methods and role models that an entrepreneur implements in the world of business and management, which are increasingly recognized and appreciated in today's business context.

Creative idea generation techniques are essential tools in the strategic arsenal of any business in pursuit of innovation and market competitiveness. These methods are designed to stimulate the creative process and facilitate the generation of new concepts and solutions, turning ideas into viable products and services. By exploring concrete examples from different industrial fields, the effectiveness and relevance of these techniques in stimulating innovation and developing sustainable business strategies are highlighted. This research highlights the importance of applying creative idea generation technologies in today's business context and suggests that the ability to think innovatively and turn ideas into action is critical to organizational success in a globalized and ever-changing economy.

Keyword: creative ideas, creativity, techniques for creative ideas, brainstorming, design thinking

JEL CLASSIFICATION: M130, M210, M190

INTODUCERE

În era contemporană a competitivității intense și a schimbărilor rapide în mediul de afaceri, capacitatea de a genera idei creative și inovatoare a devenit un factor crucial pentru succesul organizațional. În acest context, tehnologiile de generare a ideilor creative devin instrumente esențiale pentru companii în eforturile lor de a rămâne relevante, de a inova și de a se adapta la cerințele în continuă schimbare ale pieței.

Există mai multe tehnici de creativitate, de la concepte clasice precum brainstorming-ul, harta mentală până la abordări mai recente cum ar fi design thinking-ul, ne propunem să explorăm gama largă de instrumente disponibile pentru stimularea creativității în mediul organizațional.

Scopul acestei cercetări este de a efectua o analiză detaliată a diverselor tehnici de generare a ideilor creative, cu accent pe evaluarea beneficiilor și provocărilor asociate acestor tehnici, precum și a modului în care sunt aplicate în diferite domenii ale afacerilor.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Esența creativității constă în abilitatea de a genera, exprima sau implementa concepte, metode și perspective inovatoare, frecvent într-un cadru colaborativ. Astfel, “creativitatea demonstrează imaginație și noutate în gândirea care depășește cadrul gândirii obișnuite. Poate fi considerată prin extinderea sau chiar încălcarea regulilor convenționale. Chiar și cea mai mică abatere de la normă este defintă ca fiind creativitate.” [1]

Reprezentând un instrument fundamental pentru stimularea creșterii economice în cadrul afacerilor moderne, creativitatea este tot mai mult considerată cea mai valoroasă resursă economică. Obținerea avantajelor competitive într-o piață globală și navigarea în peisajul din ce în ce mai complex al afacerilor organizațiilor moderne creează condiții în care practicile de afaceri tradiționale

nu mai sunt viabile. Prin urmare, organizațiile trebuie să cultive o creativitate mai mare pentru a depăși aceste provocări.

Un rol esențial în mediul de afaceri, aducând cu sine atât avantaje substanțiale, cât și limite potențiale, este recunoscută ca fiind creativitatea. Aspectele pozitive ale acesteia fiind obținerea unui succes generat ridicat, încurajează crearea ideilor unice, ajută la sporirea reputației afacerii.

Există o concepție greșită comună conform căreia inteligența singură este suficientă pentru ca persoana să-și atingă toate obiectivele în viață. Cu toate acestea, antreprenorii realizează adesea că rolul creativității este crucial în succesul lor. Creativitatea lărgeste abordările individuale ale sarcinilor și procesele cognitive. Ea îi ajută să se elibereze de practicile repetitive și să dezvolte metode inovatoare. Înființarea unui mediu creativ, fie în interiorul fiecăruia sau la locul de muncă, îi împuternicește pe persoanele în cauză să ajungă la înălțimi mari și să obțină un succes cuprinzător.

Deținerea unui concept distinctiv este fundamental în antreprenariat, deoarece te deosebește de competitori. În peisajul actual al pieței, numeroase afaceri oferă produse sau servicii comparabile. Prin urmare, pentru a te diferenția și a atrage potențiali clienți, este esențial să oferi ceva unic. O idee nouă poate ajuta la evidențierea propriei tale identități, la stabilirea unei mărci memorabile și la atragerea consumatorilor în mod eficient.

„...De asemenea, poate ajuta la construirea unei baze de clienți loiali, deoarece oamenii sunt mai predispuși să aleagă o afacere care oferă ceva ce nu pot găsi în altă parte. În cele din urmă, deținerea unei idei unice poate oferi un avantaj competitiv și poate crește șansele tale de succes în lumea antreprenoriatului.” [2]

Este crucial pentru afaceri să identifice puncte de vânzare unice sau caracteristici care le diferențiază de competitorii lor. Diferențiindu-și ofertele, afacerile nu doar atrag clienți, ci îi și mențin furnizând valoarea și satisfacerea nevoilor sau preferințele lor specific.

Creativitatea și inovarea sunt strâns legate în antreprenariat. Creativitatea implică procesul mental de generarea a ideilor originale, în timp ce inovația cuprinde pașii practice efectuați pentru a transforma aceste idei în rezultate tangibile sau soluții. În termeni scurți creativitatea este actul de a veni cu concepții noi și imaginative, în timp ce inovația este procesul de implementare și aducere la viață a acestor idei, conducând la rezultate concrete și progrese în sfera antreprenorială.

În mediul de afaceri sunt des întâlnite tehnicile de generare a ideilor creative, ce reprezintă un instrument indispensabil în procesul de creativitate, oferind antreprenorilor și managerilor metode structurate și eficiente pentru a stimula creativitatea și a genera soluții inovatoare. În acest context, aceste tehnici nu sunt doar utile, ci și vitale pentru adaptarea la schimbările continue din piață și pentru creșterea competitivității în afaceri. Brainstorming-ul, Design Thinking și Harta Mentală sunt doar câteva dintre tehnicile de creativitate care, atunci când sunt aplicate în mediul de afaceri, pot aduce succese remarcabile, evidențiind rolul lor în stimularea inovației și în crearea unei valori unice pentru organizație.

Brainstorming-ul este una dintre cele mai populare și frecvent utilizate tehnici de generare a ideilor și soluțiilor într-un grup. Acest proces implică discuții intense și libere care subliniază importanța acestui instrument în succesul unei afaceri. Tendințele recente evidențiază importanța implicării altora în procesul de rezolvare a problemelor, conform observațiilor lui Ned Hallowell din lucrarea sa „Driven to Distraction at Work”, bazată pe decenii de cercetare privind menținerea atenției productive. Spre deosebire de preocuparea care „se hrănește cu o victimă solitară”, implicarea altora într-o explozie de idei inițiază empatia și stimulează generarea de idei. Acest proces de colaborare și comunicare deschisă nu numai că aduce perspective și abordări variate asupra unei probleme, dar și promovează un mediu în care inovația și creativitatea pot prospera.

Brainstorming-ul în grup oferă o platformă pentru exprimarea liberă a ideilor, încurajând membrii echipei să împărtășească cunoștințele și experiențele lor într-un mod constructiv. Această abordare nu numai că sporește creativitatea și generarea de soluții inovatoare, dar și consolidează echipa și cultivă un sentiment de apartenență și angajament față de obiectivele comune ale afacerii.

Un exemplu concret din lumea reală al utilizării tehnicii de brainstorming în practică este cel al gigantului Indian de comerț electronic Flipkart. Compania organizează în mod regulat sesiuni de brainstorming pentru a genera idei noi pentru produse, caracteristici și strategii de marketing. Acest lucru îi ajută să rămână înaintea concurenței și să își continue creșterea în afaceri. [3]

O altă tehnică de creativitate care devine tot mai populară în mediul afacerilor este Design Thinking. Tim Brown, co-fondatorul și președintele firmei de design și consultanță IDEO, definește Design Thinking ca "o abordare centrată pe om pentru inovare care se bazează pe trusa de instrumente a designerului pentru a integra nevoile oamenilor, posibilitățile tehnologiei și cerințele pentru succesul în afaceri." [4]

Design Thinking se bazează pe un proces non-liniar și iterativ pe care echipele îl folosesc pentru a înțelege utilizatorii, a pune la îndoială presupunerile, a redefini problemele și a crea soluții inovatoare pentru a prototipa și testa. Această tehnică este deosebit de utilă pentru a aborda problemele neclar definite sau necunoscute și implică cinci faze principale:

- Empatizarea - înțelegerea nevoilor, dorințelor și experiențelor utilizatorilor prin observație directă, interviuri și alte metode de cercetare.
- Definirea - definirea problemei în funcție de nevoile identificate la pasul anterior.
- Ideatie - generarea de idei și soluții inovatoare pentru a răspunde provocării definite în faza anterioară. Această etapă încurajează gândirea liberă și fără inhibiții.
- Prototiparea - construirea unor prototipuri pentru a putea fi testate și a obține feedback rapid și relevant de la utilizatori.
- Testarea - validarea prototipului în fața utilizatorilor și pentru a face ajustările necesare în funcție de feedback-ul primit.

Prin urmare, Design Thinking contribuie la dezvoltarea de produse și servicii care sunt cu adevărat orientate către nevoile și dorințele utilizatorilor.

La fel, pentru stimularea creativității se aplică și Hărțile Mentale (MindMapping), care reprezintă o diagramă pentru reprezentarea sarcinilor, cuvintelor, conceptelor sau elementelor legate de și aranjate în jurul unui concept sau subiect central folosind un aspect grafic non-linear care permite utilizatorului să construiască un cadru intuitiv în jurul unui concept central. Hartă Mentală poate transforma o listă lungă de informații monotone într-un diagramă colorată, memorabilă și extrem de organizată care funcționează în concordanță cu modul natural al creierului de a procesa informațiile.

Universitatea din Adelaide susține că harta mentală a fost dezvoltată ca o metodă eficientă pentru generarea de idei prin asociere. Pentru a crea o hartă mentală, de obicei începi în mijlocul paginii cu tema centrală/ideea principală și de acolo lucrezi în exterior în toate direcțiile pentru a crea un diagramă în creștere compusă din cuvinte cheie, expresii, concepte, fapte și cifre.

Tabel 1. Analiza avantajelor și limitelor diverselor tehnici de creativitate

Tehnică de creativitate	Avantaje	Limitele
Brainstorming	• Lucru în echipă • Generarea ideilor de tipul „out of the box” • Implicarea mai multor puncte de vedere în dezvoltarea unei idei	• Transformă ședințele de brainstorming în unele gălăgioase • Promovarea gândirii în grup mai mult decât gândirea originală • Varietate de personalități
Design Thinking	• Creativitate și Iterație • Cadru de rezolvare a problemelor • Flexibilitate	• Consum mare de timp • Subiectivitate • Consum mare de resurse
Harta Mentală	• Ajutor pentru reținerea informațiilor mai bine • Creșterea productivității • Revizuirea eficientă a timpului	• Pierderea anumitor detalii în procesul de mind mapping • Necesită multă muncă • Consum mare de timp

Sursa: Realizat de autor în baza publicațiilor

O analiză succintă a avantajelor și limitelor acestor trei tehnici de creativitate: brainstorming, Design Thinking și hărți mentale (Mind Mapping) este prezentată în tabelul 1.

În Republica Moldova, companiile au început să adopte și să implementeze activ tehnici de generare a ideilor creative pentru a rămâne competitive și inovatoare pe piață. Prin organizarea unor sesiuni de brainstorming și workshop-uri dedicate, aceste companii încurajează colaborarea și schimbul liber de idei între angajați. Astfel, aceste practici nu numai că încurajează inovația în cadrul organizațiilor, dar și stimulează angajații să găsească soluții inovatoare pentru provocările cu care se confruntă.

De exemplu, în cazul companiei “Supraten” S.A. pentru a crea spotul publicitar a fost folosită tehnica brainstormingului. Pentru a crea un spot cât mai atrăgător și modern, membrii departamentului de marketing și logistică au avut o sesiune de idei și păreri ce ar dori ei să audă la radio, cu privire la reducerile de primăvară și ce i-ar captiva atenția lor. Prin discutarea și evaluarea ideilor propuse în cadrul sesiunii, echipa a reușit să identifice și să selecteze cele mai potrivite și relevante pentru scopul propus. Acest proces a permis nu doar generarea de idei noi și inovatoare, ci și evaluarea acestora în funcție de criterii precum impactul, relevanța și fezabilitatea.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

În urma cercetării efectuate putem constata că:

- Creativitatea și inovația sunt esențiale pentru adaptarea la schimbările din mediu și pentru atingerea succesului antreprenorial.
- Există mai multe tehnici de creativitate care pot fi folosite de către întreprindere, fiecare alegând tehnica care se potrivește domeniului și obiectivelor sale. Este important să se înțeleagă atât avantajele, cât și limitele fiecărei tehnici pentru a utiliza cea mai potrivită în fiecare situație.
- Abordarea unor tehnici noi, precum Design Thinking, poate stimula gândirea creativă și poate facilita dezvoltarea de soluții inovatoare și distincția pe piață. Aceste abordări aduc o perspectivă proaspătă și pot rezolva problemele complexe în mod eficient.
- Organizarea de cursuri și workshop-uri pentru angajați este importantă pentru familiarizarea lor cu diversele tehnici de creativitate și inovație. Acest lucru poate stimula angajații să își dezvolte abilitățile și să contribuie cu idei și soluții noi în cadrul companiei.
- Implementarea tehnicilor de creativitate va contribui la crearea unui mediu de lucru deschis la opinii noi și la încurajarea angajaților să își exprime ideile, să se implice în procesele de inovație, ceea ce conduce la îmbunătățirea performanței și la atingerea obiectivelor organizaționale.

REFERINȚE BIBLIOGRAFIE:

1. Entrepreneurship Blog „Creativity in Entrepreneurship: Meaning of Creativity and the 10 Rolea of Creativity”, 2024[accesat 19 martie 2024] Disponibil: <https://www.entrepreneursdata.com/creativity-in-entrepreneurship-meaning-of-creativity-and-the-10-roles-of-creativity/>
2. Aicontentfy blog” The role of creativity in entrepreneurship”, 6 noiembrie 2023 [accesat 21 martie 2024] Disponibil: <https://aicontentfy.com/en/blog/role-of-creativity-in-entrepreneurship>
3. Yogesh R. „Unlocking creativity: Brainstorming and Idea generation techniques” 26 ianuarie 2023 [accesat 22 martie 2024] Disponibil: <https://www.linkedin.com/pulse/unlocking-creativity-brainstorming-idea-generation-techniques-ruia>
4. Interaction Design Foundation „What is design thinking?” [accesat 22 martie 2024] Disponibil : <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking>

Coordonator științific: SOLCAN Angela, conf. univ., dr.,
șef departamentul Management și Antreprenoriat
Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: ansolcan@ase.md