



جنگ نوآوری‌ها:

TRIZ CLASSIC VS TRIZ NOVIN

نبرد میان حل مسئله و خلق آینده

MetaGrow.ir

متاگرو مرجع تخصصی ارائه انواع فایل‌های آموزشی (آماده-سفارشی) در حوزه‌های مدیریت، پداگوژی، بهداشت و ایمنی، کنترل کیفیت، کایزن، کارآفرینی، علوم اجتماعی و رفتاری، کوچینگ، هلداری، گردشگری و.....

راههای ارتباطی:

سایت: MetaGrow.ir

ایمیل: support@metagrow.ir

موبایل: ۰۹۱۸۳۶۵۶۳۷۰



مقدمه :

اهمیت ایده‌پردازی در کارآفرینی و ضرورت استفاده از تکنیک‌های سیستماتیک

ایده‌پردازی یا خلق ایده‌های نوآورانه، هسته اصلی فرآیند کارآفرینی محسوب می‌شود. بدون وجود ایده‌های تازه و کاربردی، هر کسب‌وکار نوپا یا پروژه کارآفرینانه با خطر عدم موفقیت روبه‌رو خواهد شد. ایده‌های مناسب نه تنها پایه و اساس مدل کسب‌وکار، محصول یا خدمت را شکل می‌دهند، بلکه مزیت رقابتی و تمایز یک کارآفرین را نسبت به رقبا ایجاد می‌کنند.

با توجه به پیچیدگی‌های محیط کسب‌وکار امروزی، ایده‌پردازی تصادفی و ذهنی کافی نیست؛ بلکه نیازمند رویکردهای سیستماتیک، ساختاریافته و علمی است. تکنیک‌های ایده‌یابی مانند **Brainstorming**، **Mind Mapping**، **SCAMPER**، **Design Thinking** و **TRIZ** این امکان را فراهم می‌کنند که ذهنیت کارآفرین به صورت هدفمند هدایت شود و محدودیت‌ها و منابع موجود به طور مؤثر در فرآیند خلق ایده مورد استفاده قرار گیرند.

در میان این تکنیک‌ها، **TRIZ** (نظریه حل مسائل ابداعی) به دلیل ساختار منظم و قابلیت پیش‌بینی روندهای نوآوری، اهمیت ویژه‌ای دارد. **TRIZ** امکان می‌دهد تا کارآفرینان تناقض‌ها و محدودیت‌ها را به فرصت‌های نوآورانه تبدیل کنند، از منابع موجود به شکل بهینه بهره‌برداری کنند و ایده‌هایی خلق کنند که اغلب از روش‌های سنتی ذهنی به دست نمی‌آیند. به عبارت دیگر، **TRIZ** فرآیند ایده‌پردازی را علمی، قابل تکرار و کاربردی می‌کند و نقش مهمی در افزایش احتمال موفقیت کارآفرینان ایفا می‌کند.

استفاده از **TRIZ** در ایده‌پردازی، به‌ویژه در حوزه‌های نوآوری محصول، خدمات، فناوری و گردشگری، امکان خلق راهکارهای عملی، مقرون‌به‌صرفه و پایدار را فراهم می‌آورد و مسیر کارآفرینان را از آزمون و خطای صرف به سمت تصمیم‌گیری هوشمندانه و استراتژیک هدایت می‌کند.

معرفی رقیب اول : **TRIZ کلاسیک (Classical TRIZ)**

تعریف:

TRIZ کلاسیک مخفف عبارت روسی “**Teoriya Resheniya Izobretatelskikh Zadatch**” به معنی «نظریه‌ی حل ابداعی مسئله» است.

بنیان گذارنش گنریش آلتشولر (مهندس و مخترع روس) بود که در دهه‌ی ۱۹۴۰ میلادی با مطالعه‌ی بیش از ۲۵۰,۰۰۰ اختراع ثبت‌شده متوجه شد که همه‌ی اختراعات، الگوهای فکری و اصول مشابهی دارند. او با تحلیل این اختراعات، مجموعه‌ای از الگوهای نوآوری و قوانین خلاقیت را استخراج کرد که تبدیل به TRIZ شد.

ساختار و اجزای اصلی TRIZ کلاسیک:

- ✚ ۴۰ اصل ابداع (Inventive Principles) ابزار تولید ایده برای حل تضادها. مثال: تقسیم کردن، معکوس سازی، ترکیب، انتقال سریع، استفاده از مواد دیگر و... هر اصل، روشی برای تغییر خلاقانه‌ی سیستم است.
- ✚ ماتریس تضادها (Contradiction Matrix) آلتشولر می‌گفت نوآوری زمانی اتفاق می‌افتد که دو ویژگی متضاد بخواهند همزمان بهبود یابند (مثلاً سرعت زیاد شود اما ایمنی کاهش نیابد). ماتریس به شما می‌گوید در این وضعیت، از کدام اصل استفاده کنید.
- ✚ پنج سطح نوآوری (Levels of Innovation) از بهبود جزئی تا کشف علمی کامل. این سطوح میزان خلاقیت و ریسک را نشان می‌دهند.
- ✚ تحلیل کارکردی (Function Analysis) بررسی نقش هر جزء در سیستم برای تشخیص ناکارآمدی‌ها و تضادها.

کاربرد:

- در صنایع مهندسی، طراحی محصول، فرایند تولید
- در حل مسائل پیچیده کسب‌وکار و ایده‌یابی
- در طراحی خدمات خلاقانه (مثل گردشگری، آموزش، سلامت)

جوهره‌ی تفکر در TRIZ کلاسیک:

«هیچ مسئله‌ای منحصر به فرد نیست؛ برای هر مسئله‌ای، در جایی از دنیا، راه‌حلی خلاقانه وجود دارد — فقط باید آن الگو را پیدا کرد.»

معرفی رقیب دو م: TRIZ نوین (Modern or Evolutionary TRIZ)

تعریف: TRIZ نوین، نسخه‌ی توسعه‌یافته‌ی همان نظریه‌ی کلاسیک است، اما با تمرکز بر پیش‌بینی آینده‌ی سیستم‌ها، طراحی مسیر رشد و نوآوری پایدار.

این نسخه در دهه‌ی ۲۰۰۰ به بعد شکل گرفت، وقتی که اندیشمندان بعد از آلتشولر (مثل زوسمان، سیگل، سلمن و سافچاک) دیدند کسب و کارها دیگر فقط نمی‌خواهند «مسائل امروز را حل کنند»، بلکه می‌خواهند بدانند «فردا چه چیزی باید خلق شود».

ساختار و اجزای کلیدی TRIZ نوین:

۱. روند تکامل سیستم‌ها (Trends of System Evolution) مجموعه‌ای از مسیرهای طبیعی رشد هر سیستم (افزایش ایده‌آل بودن، مینیاتوری شدن، افزایش کنترل، گذار به سیستم‌های بالاتر و...) این روندها به شما می‌گویند: گام بعدی تکامل محصول یا خدمت چیست.
۲. نقشه تکامل (Evolutionary Tree / S-curve) نشان می‌دهد هر سیستم چگونه از تولد تا بلوغ و سپس افول پیش می‌رود. شما باید بفهمید در کدام نقطه هستید و چطور به پله‌ی بعدی بروید.
۳. تحلیل تضاد سیستمی (Systemic Contradictions) به جای نگاه مهندسی صرف، تضادها را در کل اکوسیستم (بازار، مشتری، محیط‌زیست، فناوری) بررسی می‌کند.
۴. تفکر آینده‌نگر (Forecasting and Foresight) استفاده از روندهای فناوری، نیازهای انسانی و داده‌های جهانی برای طراحی آینده‌ی مطلوب.

کاربرد:

- طراحی استراتژی نوآوری در سازمان‌ها
- پیش‌بینی مسیر آینده صنعت‌ها (گردشگری، آموزش، فناوری، انرژی)
- خلق محصولات و خدمات نسل بعد

جوهره‌ی تفکر در TRIZ نوین:

«به‌جای حل مسئله‌ی امروز. مسیر تکامل فردا را طراحی کن.»

صحنه‌ی اول رقابت: معرفی دو رقیب بزرگ

✚ در یک سوی میدان، قهرمانی از قرن بیستم ایستاده است: گنریش آلتشولر و فرزند ذهنی‌اش، TRIZ کلاسیک. نظریه‌ای که از دل بیش از ۲۵۰ هزار اختراع زاده شد و راهی تازه برای «حل خلاقانه‌ی مسئله» گشود.

✚ در سوی دیگر، رقیب جوان و آینده‌نگر ظاهر می‌شود: TRIZ نوین، که فرزندان فکری آلتشولر آن را در قرن بیست‌ویکم پرورانده‌اند. این نسخه، دیگر به حل مسئله قانع نیست؛ می‌خواهد آینده را پیش‌بینی و هدایت کند.

راند اول: میدان نبرد — نگاه به مسئله

TRIZ نوین	TRIZ کلاسیک	محور مقایسه
پیش‌بینی مسیر تکامل سیستم‌ها	حل تضادها و مشکلات موجود	تمرکز اصلی
آینده مطلوب	مشکل فعلی	نقطه شروع

ابزار اصلی	۴۰ اصل ابداع، ماتریس تضاد	۹ روند تکامل، تحلیل سیستمی
سبک تفکر	تحلیلی و مهندسی	سیستمی، آینده‌نگر و راهبردی
نوع خروجی	راه حل خلاق برای یک مسئله خاص	ایده‌های آینده‌محور و تحول آفرین

✓ نتیجه راند اول:

کلاسیک هنوز استاد حل مسئله است، اما نوین نگاهش را از "امروز" به "فردا" دوخته است.

راند دوم: قدرت در میدان عمل

در دنیای واقعی، TRIZ کلاسیک همانند پزشک جراحی است: وقتی سیستم بیمار می‌شود، او می‌آید، تضاد را شناسایی می‌کند و با یکی از اصول ۴۰ گانه، درمانش می‌کند.

در مقابل، TRIZ نوین نقش یک ژنتیسیست را دارد: او مسیر تکامل سیستم را مطالعه می‌کند تا از همان ابتدا، سیستم را طوری طراحی کند که اصلاً بیمار نشود!

مثال:

- در گردشگری کلاسیک، اگر تورها مشتری از دست بدهند، با تخفیف یا تبلیغ مشکل را حل می‌کنیم (تفکر کلاسیک).
- در گردشگری نوین، قبل از آنکه تقاضا افت کند، می‌بینیم روند صنعت به سمت سفرهای کوتاه و تجربه‌محور می‌رود و از حالا برای آن برنامه‌ریزی می‌کنیم (تفکر نوین).

راند سوم: ابزارها و تسلیحات

TRIZ کلاسیک		TRIZ نوین	
ابزار کلاسیک	هدف	ابزار نوین	هدف
۴۰ اصل ابداع	حل تضادها و تولید ایده	۹ روند تکامل	پیش‌بینی گام بعدی رشد سیستم
ماتریس تضاد	یافتن اصول مناسب برای تضاد فنی	نقشه تکامل (Evolution Map)	مسیر رشد سیستم در زمان
تحلیل کارکردی	شناسایی اجزای ناکارآمد	تفکر سیستمی	درک تعامل اجزا و اکوسیستم

✓ نتیجه راند سوم:

کلاسیک ابزار دقیق دارد، اما نوین نقشه‌ای از آینده در دست گرفته است.

راند چهارم: فلسفه وجودی

- TRIZ کلاسیک می‌گوید: «هر مسئله‌ای راه‌حلی دارد، فقط باید اصل مناسب را بیابی.»
- TRIZ نوین می‌گوید: «هر سیستم مسیری طبیعی برای رشد دارد، فقط باید جهتش را بشناسی و با آن حرکت کنی.»

➡ کلاسیک ← حل مسئله‌ی امروز

➡ نوین ← خلق فرصت فردا

راند نهایی: برنده‌ی نبرد کیست؟

در حقیقت، هیچ کدام بازنده نیستند.

TRIZ کلاسیک، ستون فقرات علم خلاقیت است؛

TRIZ نوین، مغز متفکر نوآوری آینده نگر.

در واقع:

TRIZ کلاسیک «مغز تحلیلگر» است،

TRIZ نوین «چشم بینای آینده»

هر کارآفرین موفق باید هر دو را بلد باشد:

✓ اول با کلاسیک مشکلات امروز را حل کند،

✓ سپس با نوین مسیر فردا را بسازد.

TRIZ نوین	TRIZ کلاسیک	جنبه
آینده	گذشته و حال	نگاه
طراحی تکامل	حل مسئله	رویکرد
۹ روند تکامل + نقشه سیستم	۴۰ اصل + ماتریس تضاد	ابزار
کسب و کار، خدمات، آموزش، گردشگری	صنایع، مهندسی، تولید	کاربرد
راهبرد طراحی نوآوری پایدار	پایه تفکر خلاق	نقش در آموزش کارآفرینی

نتیجه نهایی:

در «جنگ TRIZ ها»، هیچ شمشیری برنده نیست — تنها ذهنی که هم منطق

کلاسیک را می‌داند و هم چشم نوین را دارد، می‌تواند خالق نوآوری‌های

بزرگ باشد.

تفاوت بنیادی بین TRIZ کلاسیک و نوین

جنبه	TRIZ کلاسیک	TRIZ نوین
هدف	حل مسئله‌های فعلی	پیش‌بینی و هدایت آینده
نگاه	به گذشته و حال	به آینده و روند تکامل
ابزار	۴+ اصل، ماتریس تضاد	۹ روند تکامل، نقشه S-curve
تمرکز	بهبود سیستم موجود	خلق سیستم نسل بعد

استراتژی، نوآوری، مدل کسب و کار	مهندسی، طراحی محصول	کاربرد
سیستمی و آینده‌نگر	تحلیلی و واکنشی	نوع تفکر

- TRIZ کلاسیک مثل پزشک حاذق است: مشکل را تشخیص می‌دهد و درمان می‌کند.
- TRIZ نوین مثل طراح ژنتیک است: مسیر رشد موجود زنده (یا کسب و کار) را از قبل می‌چیند تا سالم و موفق بماند.

تمرین و مثال کاربردی در مقایسه TRIZ نوین با TRIZ کلاسیک در ایده‌یابی در کسب و کارها:

نوین TRIZ vs کلاسیک TRIZ

(در کسب و کارهای ایرانی و حوزه‌های خدمات، آموزش و گردشگری)

TRIZ نوین (طراحی تکامل و آینده)	TRIZ کلاسیک (حل مسئله و بهبود)	حوزه / جنبه کاربرد
طراحی آموزشگاه نسل آینده بر پایه روندهای تکامل: یادگیری ترکیبی، میکروآموزش، پلتفرم اشتغال مهارتی. آینده‌سازی به جای حل مشکل.	تحلیل مشکلات فعلی مثل کاهش ثبت‌نام، افت یادگیری، یا ضعف در بازار کار → استفاده از اصول تریز مثل «ترکیب»، «تبدیل زیان به سود»، «معکوس‌سازی» برای ابداع روش جدید آموزش.	۱. آموزشگاه آزاد فنی و حرفه‌ای
طراحی مسیر تکامل آژانس: از دفتر فیزیکی → آژانس دیجیتال → آژانس هوشمند مبتنی بر داده و AI. تمرکز بر آینده سفر.	حل تضادهای عملیاتی (مثلاً افزایش کیفیت تور بدون افزایش هزینه) با استفاده از اصول «تفکیک»، «تغییر رنگ»، «جایگزینی محیط» و...	۲. آژانس گردشگری
طراحی سیستم شهری نسل بعد با تحلیل روندهای تکامل: خودکارسازی، هوشمندسازی، و ترکیب داده‌های شهروندی با خدمات.	استفاده از TRIZ برای حل تضادها: چطور خدمات شهری را سریع‌تر و ارزان‌تر انجام دهیم (مثلاً تفکیک زباله یا حمل‌ونقل شهری).	۳. شرکت خدمات شهری یا استارت‌آپ اجتماعی

طراحی روند تکامل آموزش دیجیتال: از محتوای ویدئویی → یادگیری تعاملی → هوش مصنوعی آموزشی و یادگیری شخصی سازی شده.	حل مشکلات فنی مثل کاهش تعامل کاربر، با اصول «تقسیم»، «افزایش عمل مفید» و «معکوس کردن عملکرد».	۴. تولید محتوا و آموزش آنلاین
طراحی تکامل روستاهای گردشگرپذیر با نگاه سیستمی: ایجاد اکوسیستم تجربه، آموزش محلی، برندینگ فرهنگی.	حل مسئله‌ی کمبود امکانات یا دسترسی با اصول مثل «جایگزینی محیط»، «تبدیل زیان به سود» (مثلاً استفاده از طبیعت به جای زیرساخت شهری).	۵. کارآفرینی اجتماعی (مثلاً گردشگری روستایی)
طراحی سازمان نسل آینده با روندهای تکامل: چابکی، خودسازماندهی، کار ترکیبی، رهبری توزیع شده.	استفاده از اصولی مثل «تجزیه و ادغام»، «واسطه‌زدایی»، «اصل دینامیک» برای حل تعارض‌ها و بهبود ارتباطات درون سازمانی.	۶. مدیریت سازمانی و رهبری تیم
تحلیل روند تکامل بازار و طراحی استراتژی آینده: بازاریابی احساسی، تجربه‌محور، و هوشمند بر پایه داده.	استفاده از اصولی مثل «تغییر شکل ظاهری»، «ترکیب»، «باز خورد مثبت» برای تبلیغات خلاقانه و بهبود وفاداری مشتری.	۷. بازاریابی و جذب مشتری

تحلیل نهایی

TRIZ نوین	TRIZ کلاسیک	جنبه
راهدردی برای خلق مدل‌های جدید کسب‌وکار و طراحی آینده	ابزاری برای حل سریع مشکلات و بهبود خدمات موجود	نقش در کارآفرینی
بلندمدت (جهت‌دهی تکامل و نوآوری پایدار)	کوتاه‌مدت (حل مشکل فعلی)	زمان اثرگذاری
تقویت تفکر آینده‌نگر و سیستمی	تقویت خلاقیت در حل مسئله	نقش آموزشی
تحول در سطح مدل کسب‌وکار یا صنعت	ایده یا نوآوری در سطح عملیات	خروجی

- TRIZ کلاسیک به کارآفرین کمک می‌کند از «بن‌بست» بیرون بیاید.

- TRIZ نوین به او کمک می‌کند «جاده‌ی جدید» بسازد.

در عمل، سازمان‌های موفق (مثل اپل، تسلا، یا حتی دیجی کالا و علی‌بابا) هر دو تفکر را ترکیب می‌کنند:

❖ اول مشکلات امروز را به روش TRIZ کلاسیک حل می کنند،

❖ و سپس مسیر فردا را با TRIZ نوین طراحی می کنند.

مثال کاربردی :

مسئله اصلی کسب و کار:

«آژانس گردشگری آروینو برای نسل جدید مسافران ایرانی»

وضعیت فعلی:

مدیر یک آژانس گردشگری متوسط در ایران و در سالهای اخیر، با این چالشها روبهرو شدی

۱. کاهش تقاضا برای تورهای کلاسیک (تورهای گروهی، مسی‌رهای تکراری)

۲. رقابت شدید در قیمت و تخفیفها

۳. ظهور پلتفرمهای آنلاین که مشتری را مستقیماً به هتل یا پرواز متصل می کنند

۴. تغییر رفتار مشتریان جوان: آنها دنبال تجربه‌های خاص، کوتاه‌مدت و بومی هستند، نه فقط سفرهای لوکس

فاز ۱ – نگاه با TRIZ کلاسیک (حل مسئله فعلی)

در اینجا هدف اینه که مشکل فعلی (کاهش فروش و رقابت شدید) رو با اصول خلاقانه TRIZ حل کنیم.

گام

توضیح

مثال کاربردی در آژانس گردشگری

تضاد بین هزینه‌ی بیشتر برای کیفیت بهتر و نیاز بازار به قیمت پایین	می‌خواهی کیفیت خدمات تور بالا بره اما قیمت قابل رقابت بمونه	۱. شناسایی تضاد
-تقسیم تور به بسته‌های کوچک‌تر (مینی تورهای ۲ روزه) -ترکیب تور با خدمات فرهنگی یا آموزشی -حذف واسطه‌ها (رزرو مستقیم محلی) -معکوس‌سازی: تور بدون لیدر اما با راهنمای دیجیتال	استفاده از ماتریس تضاد پیشنهاد اصولی مثل : -«اصل تقسیم» -«اصل ترکیب» -«اصل واسطه‌زدایی» -«اصل معکوس‌سازی»	۲. انتخاب اصول تریز مناسب
«تورهای هوشمند محلی» با اپلیکیشن راهنما و تعامل مستقیم با میزبان‌های بومی (بی‌واسطه، کم‌هزینه، با کیفیت بالا)	با ترکیب چند اصل، راه‌حل نو ایجاد کن	۳. خلق راه‌حل

نتیجه‌ی TRIZ کلاسیک:

با حل تضاد، از بحران فعلی بیرون اومدی و مدلی خلق کردی که هزینه کمتر و ارزش بالاتر دارد.

فاز ۲ – نگاه با TRIZ نوین (طراحی آینده‌ی کسب‌وکار)

در این مرحله، به جای حل مشکل امروز، مسیر تکامل آینده آژانس را طراحی می‌کنی. از ۹ روند تکامل TRIZ نوین استفاده می‌کنیم تا ببینیم سیستم گردشگری به کجا می‌رود.

تحلیل و آینده‌سازی برای آژانس گردشگری آروینو	روند تکامل
حذف هزینه‌های غیرضروری و افزایش رضایت مشتری از طریق سفرهای شخصی‌سازی شده و دیجیتال.	۱. افزایش ایده‌آل بودن
همکاری با پلتفرم‌های رزرو، بلاگرها و اینفلوئنسرهای گردشگری برای ساخت اکوسیستم تجربه.	۲. انتقال به فوق سیستم
ساخت داشبورد هوشمند سفر برای پیگیری خدمات در لحظه و دریافت بازخورد زنده از مسافران.	۳. افزایش کنترل پذیری
طراحی تورهای ترکیبی (بخشی حضوری، بخشی دیجیتال)؛ مشتری خودش مسیر را انتخاب کند.	۴. پویایی و انعطاف
تمرکز بر سفرهای کوتاه‌مدت و محلی با تجربه‌های خاص؛ مثل «تور یک‌روزه‌ی مزرعه و غذا.»	۵. مینیاتوری شدن

هماهنگی بین مسافران، میزبان‌ها و راهنماها از طریق اپ هوشمند و زبان مشترک تجربه.	۶. هماهنگی اجزا
رزرو کامل، پرداخت، بیمه و راهنمای سفر فقط با یک کلیک در چت‌بات.	۷. ساده‌سازی هوشمند

نتیجه‌ی TRIZ نوین:

نه تنها مشکل امروز را حل کردی، بلکه آژانس را به یک پلتفرم آینده‌نگر گردشگری نسل Z تبدیل کردی.

جمع‌بندی: دو رویکرد برای یک کسب‌وکار

جنبه	TRIZ کلاسیک	TRIZ نوین
هدف	حل تضاد فعلی (قیمت-کیفیت)	پیش‌بینی مسیر آینده (دیجیتال-تجربه‌محور)
تمرکز	تور فعلی و عملیات جاری	مدل آینده‌ی کسب‌وکار
خروجی	تور جدید با طراحی خلاق	پلتفرم هوشمند گردشگری نسل بعد
نقش در آموزش	تقویت خلاقیت در حل مشکلات واقعی	تقویت تفکر آینده‌نگر و سیستمی