

Кислицына Валентина Васильевна,

канд. экон. наук, доцент,

доцент кафедры менеджмента и маркетинга,

ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»,

г. Киров, Россия

АЛГОРИТМ ГЕНЕРИРОВАНИЯ ИДЕЙ МЕТОДОМ

«МОЗГОВОГО ШТУРМА»

«Мозговой штурм» или «Мозговая атака» как метод генерирования идей и рабочих гипотез в научном, и, в частности, прикладном, исследовании относится к группе интуитивно-творческих методов, позволяющих рассмотреть анализируемую проблему как единое целое, в отличие от логических методов, разделяющих проблему на отдельные элементы с последующей комбинацией принимаемых частных решений. «Мозговой штурм» также можно отнести к разновидности деловой операционной игры, помогающей участникам отрабатывать выполнение конкретных специфических операций, в частности, приемов аргументации, методики проведения обсуждения и принятия управленческих решений. Данный метод способствует развитию чувства нового, гибкости мышления, способности преодолевать существующие ограничения. Его целесообразно использовать, когда традиционные способы решения проблем и логические методы генерирования рабочих гипотез не дают ожидаемого результата.

Метод представляет собой открытый свободный неструктурированный процесс генерирования идей по заданной проблеме (см. рис. 1). Количество участников не должно быть более двенадцати, но и не менее семи, а иерархический уровень не должен слишком различаться, иначе могут возникнуть психологические барьеры, мешающие коммуникации и построению ассоциаций.

Подготовительный этап осуществляется до начала обсуждения и включает подготовку необходимых материалов, оборудования, предварительную формулировку обсуждаемой проблемы, разработку вопросников и оценочных

бланков (при необходимости). Контроль знаний и опыта участников не является обязательной процедурой, но служит для выявления уровня их подготовки и специализации в изучаемой проблеме.

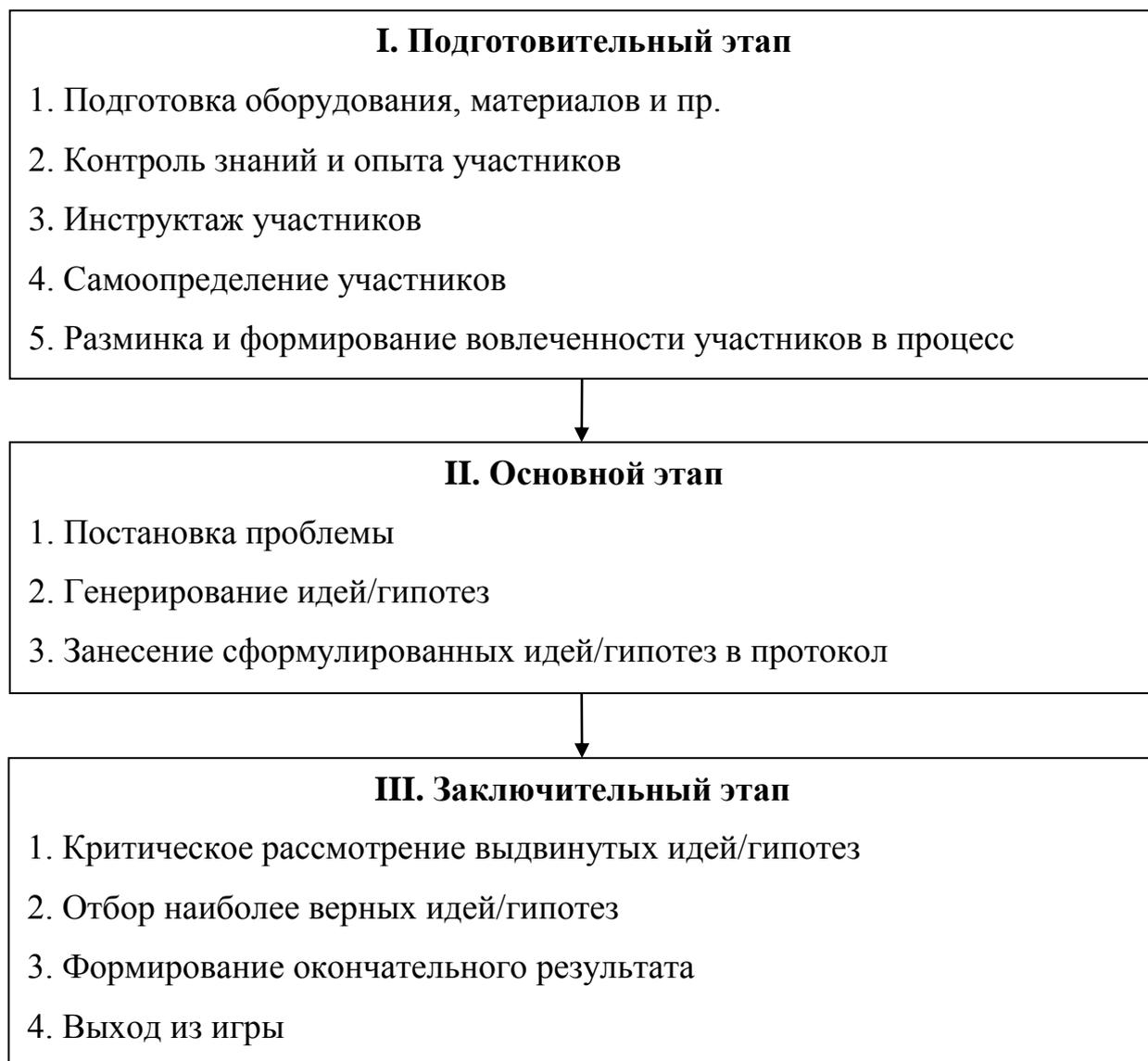


Рисунок 1 – Блок-схема генерирования идей методом «Мозгового штурма»

Инструктаж участников включает ознакомление с условиями проведения «мозгового штурма», ответы на возникающие вопросы. Целью следующей за этим разминки является облегчение вхождения участников в процесс, их адаптация, усиление степени вовлеченности в процесс. При этом участники упражняются в быстром поиске ответов на поставленные простые задачи, где целесообразно рассматривать не более 2-3 кратких креативных вопросов. В идеале поставленные вопросы должны находиться в рамках изучаемой

тематики. Также для усиления взаимопонимания участников и создания коллективного настроения рекомендуется использовать небольшие упражнения в рамках психологических тренингов, например, «Улыбка», «Привет/комплимент в подарок» и прочие.

При проведении основного этапа, продолжительность которого составляет около 1,5 часов, ведущий предлагает участникам рассмотреть обсуждаемую проблему и выдвинуть гипотезы. При этом должен выполняться ряд условий:

- оптимальная продолжительность заседания – от 15 до 30 минут;
- количество предложений важнее, чем их качество;
- нет никаких авторских прав на идеи, любой участник может перенять и развить идеи другого;
- критика в любом виде запрещена; логика, опыт, аргументы «против» только мешают [2].

Каждый участник может выступить несколько раз, но в одном высказывании должно быть не более одной идеи/гипотезы. При этом выбранный ранее секретарь (роль которого может выполнять ведущий) фиксирует все предложения в виде протокола.

На заключительном этапе, после перерыва, происходит критическое рассмотрение выдвинутых идей и отбор тех из них, которые признаются наиболее верными. Отмеченные в протоколе идеи/гипотезы подвергаются анализу, уточняются, при необходимости дополняются и ранжируются по ранее выбранным критериям (осуществимость, практичность, важность, оригинальность и пр.). Группа экспертов, производящих отбор идей/гипотез, может включать прежний состав участников или выбирается более «компактный» вариант, включающий пять-семь экспертов более высокой компетентности. Обязательным условием работы является абстрагирование участников экспертной группы от психологического воздействия других. Окончательный результат может быть выбран путем явного или неявного голосования. В заключение ведущий анализирует ход процедур, отмечает положительные моменты, дает отдельные рекомендации, благодарит

участников, информирует о дальнейших планах совместной работы и объявляет об окончании процесса.

Исследования эффективности метода «мозгового штурма» показали, что групповое мышление производит на 70% больше ценных новых идей, чем сумма индивидуальных мышлений. К числу недостатков метода относятся значительный уровень информационного шума, создаваемого тривиальными идеями и спонтанный и стихийный характер генерации идей [1].

Таким образом, все возрастающая в последнее время необходимость научного обоснования решений и прогнозирования их последствий обуславливает актуальность использования коллективных интуитивно-творческих методов генерирования идей, гипотез и предложений. Метод «мозгового штурма», заключающийся в неконтролируемой генерации и спонтанном переплетении идей участниками группового обсуждения проблемы, позволяет сформировать такие цепочки ассоциаций, которые могут привести к неожиданному решению возникшей управленческой проблемы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Групповое мышление [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ngpedia.ru/id167099p1.html> (Дата обращения 29.09.2017)*
2. *Система анализа маркетинговой информации [Электронный ресурс]. – URL: https://studopedia.ru/2_25948_sistema-analiza-marketingovoy-informatsii.html (Дата обращения 29.09.2017)*