

**ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ
КУЛЬТУРИ ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО**

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

ПАВЛЕНЧИК Н.Ф.

**МАТЕРІАЛ ДО ЗАНЯТТЯ 3
«ІННОВАЦІЙНІСТЬ ТА ГЕНЕРУВАННЯ НОВИХ ІДЕЙ»**

Курсу-тренінгу «Креативний менеджмент»
для студентів спеціальності 073 «Менеджмент»

галузь знань 07 “Менеджмент та адміністрування”

спеціальності 073 “Менеджмент”

факультет : Туризму

рівень освіти: Бакалавр

Львів – 2020 р.

ЗАНЯТТЯ 3. ІННОВАЦІЙНІСТЬ ТА ГЕНЕРУВАННЯ НОВИХ ІДЕЙ

Генерація ідей – це процес систематичного пошуку, напрацювання можливостей, способів створення нових товарів, послуг та ін., з метою знаходження як власне нових ідей, так і їх джерел і методів створення.

Важливими чинниками, що сприяють виникненню ідей, є:

- ✓ відсутність будь-якого тиску;
- ✓ наявність основних ресурсів – часу та необхідних матеріалів;
- ✓ відмова від звичного погляду на речі;
- ✓ вміння розглянути проблему під іншим кутом зору, що дозволяє побачити її нові сторони і розширює процеси мислення;
- ✓ зміна вихідних установок і т. д.



Завдання 1. «Три стільці Уолта Діснея»

Формування креативної ідеї відбувається в три етапи:

1. Виникнення нестандартної ситуації, окреслення проблеми.
2. Вивчення проблеми, передбачає збір та аналіз інформації;
3. Розробка та вибір креативної ідеї, планування практичної реалізації її втілення.

Найпопулярнішими методами пошуку ідей є:

1. Мозковий штурм (автор – Алекс Осборн).

Метод полягає у генерації якомога більшої кількості ідей, при цьому на першому етапі фіксуються усі ідеї, навіть на перший погляд недоречні – критика повністю забороняється. На другому етапі робоча група вибирає найоптимальнішу ідею, наводячи всі аргументи «за» й «проти».

2. Корабельна рада (або «нарада піратів») (автори: В. Гільде, К. Штарке (1970 р.).

Використовується в умовах дефіциту інформації та часу. Відрізняється встановленням черговості виступів від молодшого до старшого, кожен може висловитись тільки з прохання чи дозволу старшого (модератора). Генерування ідей чергується з критикою, з подальшим відбором і захистом найціннішої ідеї (також після команди модератора). На завершення роботи модератором підводяться підсумки.

3. Оператор РЧВ (розмір, час, вартість).

Суть методу полягає у зміні параметрів (розміру, знаходження в часі, вартості) об'єкту. Це дозволяє поглянути на об'єкт по-новому, побачити раніше непомічені його властивості та можливості.

4. Шість капелюхів (автор – Едвард де Боно).

Дозволяє організувати процес творчого пошуку ідеї за допомогою уявного надягання одного з шести кольорових капелюхів. Білий – неупереджений аналіз цифр і фактів, чорний – пошук негативу, жовтий – пошук позитивних сторін проблеми, зелений – генерація нових ідей, червоний – емоційні реакції, синій – підведення підсумків.

5. Ментальні карти (автор – Тоні Бьюзен).

Спосіб спрямований на пошук нової ідеї за допомогою зміцнення пам'яті, що покращує якість креативних процесів. Для цього посередині листка вписують ключове поняття, а всі асоціації записуються на відгалуженнях, що виходять від центру. Процес зображення карти сприяє появі нових асоціацій, які і приводять до абсолютно нових і несподіваних висновків.

6. Синектика (автор – Вільям Гордон).

Метод спирається на пошук аналогій. Вибирається об'єкт і записуються всі прямі й непрямі аналогії. Синектори (люди різних професій) аналізують, як подібні проблеми вирішуються в інших галузях (наприклад, якщо мова іде про певну технічну ідею, можна спробувати знайти аналогії в зоології, біології, хімії) з метою виявлення можливостей і принципів вирішення подібних проблем в інших сферах та перенесення їх у відповідну площину.

7. Метод фокальних об'єктів (автор – Чарльз Вайтінг).

Ідея полягає у тому, щоб перенести властивості та ознаки випадково

вибраних об'єктів на предмет чи явище, які необхідно удосконалити (що знаходяться у фокусі). Шляхом вільних асоціацій нових поєднань фіксуються усі ідеї, оцінюються і відбираються найбільш ефективні.

8. Морфологічний аналіз (автор – Фріц Цвіккі).

Полягає у розкладанні об'єкта на компоненти, виборі кількох істотних ознак, зміні їх і спробі поєднати знову. На виході отримуємо емерджентний ефект.

9. Непрямі стратегії (автори – Брайан Ено і Пітер Шмідт).

Береться колода карт, на яких записаний набір команд (наприклад, «дай волю почуттям», «запитай у...» та ін.). Нова ідея зароджується при слідуванні вказівкам навмання витягнутої карти. Схожим є метод випадкового стимулу – береться до уваги будь-який предмет чи явище, що першим попав у поле зору і аналізується як він, чи його властивості можуть допомогти у вирішенні проблеми.

10. Метод персонажів.

Вибір будь-якого персонажу (казки, фільму, історичного героя) і називання якомога більше ідей з обговорюваної проблеми, які б міг запропонувати вибраний персонаж.

11. Аналогії.

Спрямований на розгляд рішень схожих проблем у різноманітних галузях знань. Використовують аналогії: прямі – реальні; фантастичні – нереальні; суб'єктивні – тілесні; символічні – абстрактні.

12. Інверсія або зворотний рух.

Вирішення проблеми від протилежного: розгляд об'єкта чи явища «навиворіт». Наприклад, не покупець іде у магазин, а магазин до покупця.

13. Перехід у надсистему.

Розв'язання проблеми в певній системі через наслідки запровадження надсистеми. Наприклад, з метою уникнення чи вирішення конфліктної ситуації у колективі варто відволікти людей від рутинної роботи, поживавивши колектив новими креативними завданнями і високими цілями.

14. Проміжне поле.

Залучення проміжних ланок для досягнення необхідної мети. Наприклад,

експертна рада створює таке проміжне поле, де згладжуються усі протиріччя серед спеціалістів, інвесторів та споживачів. Для ефективної роботи проміжна ланка повинна складатися хоча б із трьох функціональних складових: ерудит, генератор ідей і критик. За відсутності одного з них робота буде неефективною і не принесе бажаних результатів.

15. Розшифровування.

Полягає у виникненні асоціацій при розгляданні незнайомої мови, наприклад, ієрогліфів.

16. Метод гірлянд асоціацій і метафор.

Стосується визначення синонімів об'єкта, в результаті якого утворюється гірлянда; потім вибираються випадкові іменники, за допомогою яких генерується гірлянда випадкових синонімів; наступним кроком є комбінування всіх елементів гірлянди синонімів з кожними елементами гірлянди випадкових іменників; у подальшому складання списку прикметників для кожного елементу гірлянди випадкових іменників. Зрештою, деякі з комбінацій стають ідеями для вирішення проблеми.

17. Пастка для ідей.

Метод передбачає збір усіх можливих ідей (записаних в окремому блокноті, чи на окремих папірцях, чи наговорених на диктофоні...) та інвентаризацію всіх ідей, що виникли. Для того, щоб знайти найкращу ідею, потрібно генерувати їх якнайбільше. Одним із способів генерації нових ідей є спосіб, описаний у книзі Майкла Мікалко «Ігри для розуму» «SCAMPER».

18. SCAMPER (скампер) – швидкий біг, пробіжка – це список питань, здатних заохотити народження новаторських ідей. Деякі з цих питань були вперше запропоновані Алексом Осборном, піонером навчання творчості.

S = Substitute? – замінити?

C = Combine? – Комбінувати?

A = Adapt? – Адаптувати?

M = Modify? = Magnify? – Модифікувати? = Збільшити?

P = Put to other uses? – Запропонувати інше застосування?

E = Eliminate or minify? – Усунути або зменшити?

R = Revers? = Rearrange? – Змінити на протилежне?



Завдання 2. «Жовте або синє»

У 1926 р. Греєм Уоллес створив чотирістадійну модель творчого процесу.

1. Підготовка, коли учасники дізнаються деталі та формулюють завдання.

Без цього етапу креативний процес не відбудеться. Підготовка також включає оброблення, планування та обмірковування завдань.

2. Осяяння. Момент, коли цікава ідея досягає рівня свідомості. Її можна описати як спалах, несподіване прозріння. Стадія осяяння досить тендітна, її легко зруйнувати зовнішніми подіями або спробою прискорити виникнення ідеї.

3. Інкубація. Це період, коли ми починаємо неусвідомлено генерувати ідеї. Мозок обробляє інформацію здебільшого у фоновому режимі, тому найкраще, що можна зробити – насититися ідеями, почитати матеріал і просто... Перестати про це думати на певний час. Так, щоб інкубація була успішною, варто робити щось, зовсім не пов'язане з роботою. Найкраще підходить відпочинок або фізична активність. Період інкубації може тривати від кількох годин до кількох років.

4. Верифікація. Стадія верифікації, тобто тестування ідеї у контексті. Це перевірка ідеї в різних ситуаціях, чи вона запрацює. Якщо вона не запрацює, потрібно повернутися до інкубаційного або й, може, до підготовчого етапу.



Завдання 3. На креативність.