

Ишенов Б. Ч.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДА «МОЗГОВОГО ШТУРМА»

B.Ch. Ishenov

FORECASTING МЕСТНОГО USING “BRAINSTORMING”

УДК:338.5:631/8

В статье рассматривается опыт применения метода «мозгового штурма» и его разные виды.

The article considers the experience of application of the method of “brainstorming” and its different types.

Этот метод возник в 50-е годы XX в. и получил широкое распространение в США, Японии и неоднократно применялся в бывшем СССР. Автором метода, разработавшим его основы в 1957 г., является американец А. Осборн. Метод «мозгового штурма» отличается лавиннообразностью выдвижения новых идей.

Опыт применения метода показывает, что с его помощью можно «сдвинуть с мертвой точки» почти любую проблему. Его цель – активизация творческого процесса генерации идей путем реализации определенных правил организации, проведения и оценки результатов.

Главная цель – обеспечение максимальной творческой активности, душевного подъема и концентрации внимания всех участников на заданной проблеме. Для преодоления инерционности и стереотипности мышления, стимулирования энергичного коллективного поиска новых оригинальных идей в основу метода положен принцип разделения во времени процессов генерации идей и их оценки. Это позволяет устранить психологические препятствия творческому поиску, вызываемые критикой.

Метод «мозгового штурма» состоит из двух этапов: генерирование идей и их оценка. Существуют следующие разновидности метода:

- *метод обратного «мозгового штурма»*, предложенный в 60-е годы в США фирмой «Дженерал Электрик»;

- *метод массового «мозгового штурма»*, разработанный в США в 70-е годы. В Филипсом;

- *метод двойного «мозгового штурма»*, разработанный в 70-е годы СССР.

- *метод «конференции идей»*, примененный в ГДР в 70-е годы.

Все разновидности метода базируется на использовании стратегии ненаправленного случайного поиска.

Метод обратного «мозгового штурма», сочетает в себе две «мозговые атаки» коллектива генераторов идей: первая для свободного выявления недостатков исследуемого объекта и вторая – для поиска новых идей и устранения выявленных недостатков. Такое разделение коллективного «мозгового штурма» повышает его целенаправленность и придает поиску более конкретный характер.

Метод массового «мозгового штурма» распараллеливает процесс генерирование идей, а метод двойного «мозгового штурма» организует последовательность двух мозговых атак и из двух стадий оценки идей.

Метод «конференции идей» для повышения результативности коллективного поиска идей объединяет несколько принципов: высокий профессионализм, заблаговременную подготовку участников, различные приемы их психологической настройки в сочетании с правилами морфологического анализа по систематизации поиска и логикой эвристики.

Метод «мозгового штурма» требует следующие виды обеспечения:

1. *организационное обеспечение*, заключающееся в выборе ведущего формировании групп генераторов идей и экспертов, организации их работы в соответствии с правилами и принципами метода;

2. *методологическое обеспечение*, т.е. обучение специалистов принципам, правилам и содержанию этапов метода выбору разновидностей метода и практическому освоению всех необходимых процедур.

3. *психологическое и мотивационное обеспечение*, включающее психологическую настройку и стимулирование творческой работы специалистов, привлекаемых в группы генераторов идей, и экспертов с учетом особенностей этих групп;

4. *информационное обеспечение*, заключающееся в подготовке информационно-справочных и методических материалов для формулирования проблемы, постановки задач, а также анализа выдвинутых идей.

Самостоятельно метод может применяться для прогнозирования развития экономики региона, ее отдельных подсистем и параметров. В качестве вспомогательного творческого элемента при прогнозировании метод успешно применяется на всех этапах, особенно в условиях неопределенности и при возникновении «тупиковых» ситуаций, когда другими способами не удается получить удовлетворительный результат.

Большое количество прогностических задач может решаться как непосредственно методом «мозгового штурма», так и применяя его в качестве вспомогательного.

Приведем основные правила метода «мозгового штурма».

1. Критика высказанных идей не допускается, допускается только положительное обсуждение выдвигаемых идей.

2. Приветствуется оригинальность, необычность идеи, а также из большое количество, так как при этом увеличивается вероятность появления ценных инновационных идей.

3. Ведущему дано право изменения тематической направленности вопроса и снятия его обсуждения, а также решения вопроса о повторной сессии.

4. Оценка предложений производится позднее, в аналитической группе.

5. Ни одна идея не должна быть отброшена без детального анализа.

6. Необходима комбинация различных идей, их усовершенствования.

К достоинствам метода следует отнести его простоту, доступность для изучения и освоения, его привлекательность для специалистов-участников «мозгового штурма», благодаря возможности учета и максимального использования их способностей и черт характера. Метод обладает высокой производительностью, как по общему числу идей, так и по числу новых.

Необходимо отметить и недостатки метода: отсутствие гарантий получения качественных и конкретных решений. Область применения метода и его разновидностей при решении задач прогнозирования чрезвычайно широка. Самостоятельно метод может применяться для решения широкого круга управленческих и аналитических задач.

Рассмотрим методику подготовки и проведения «мозгового штурма».

Подготовительный этап. Первоначально выбирается и описывается проблема, подлежащая рассмотрению. Данную процедуру проводит ведущий, который может привлекать ассистентов. Для простоты понимания проблемной задачи необходимо снять любую неопределенность методом анализа и синтеза проблемной задачи. Рекомендуется разбить задачу на три подзадачи по трем направлениям – экономическому, социальному и политическому. По каждому направлению подготовить от трех до пяти вопросов. Провести синтез поставленных вопросов и обобщить их, при этом степень обобщения должна доходить до двух-трех (в некоторых случаях до четырех-пяти) вопросов. Совокупность представленных вопросов должна отражать поставленную проблемную задачу, а предложенных «генераторами» идеи должны решать поставленную проблему.

Ведущему необходимо составить план перехода от первого вопроса к последующим, причем данный план должен быть гибким, т.е. позволить пропускать или изменять порядок следования вопросов. Главная задача ведущего – «разогреть» группу и создать условия лавинообразного выдвижения идей, так как время генерации 15-20 мин. Ошибок, допущенные ведущим, могут привести к срыву сессии генерации идей и даже к необходимости замены или группы, или ведущего. Поэтому ведущему рекомендуется подготовить от шести до десяти неординарных идей по данной проблеме и воспользоваться ими при проведении сессии генерации.

Далее в группе «генераторов идей» и «аналитиков» проводится инструктаж с доведением правил «мозгового штурма» и личных пожеланий ведущего.

Этап генерации идей. Ведущий доводит до группы «генераторов» проблемную задачу, которая

подлежит решению, и ставить первый вопрос. Выдвинутые идеи должны решать задачу частично или полностью. При снижении активности «генераторов» необходимо поставить вопрос, который дополняет ранее выдвинутый. Ведущий обязан подбадривать участников «мозгового штурма», стимулируя новые идеи на основе аналогий, ассоциаций и подсознательного развития ранее высказанных идей. Кроме того, ведущий корректно должен пресекать нарушение правил «мозгового штурма» - критика выдвинутых идей, обсуждение возможностей их реализации, нелестные высказывания в сторону отдельных участников и т.п.

Если в группе присутствуют участники, владеющие методами активизации творческого потенциала, то следует ожидать хороших результатов и помощи ведущему с их стороны.

Все выдвинутые идеи должны протоколироваться в том виде, в котором они были высказаны. Протокол может вести сам ведущий, но значительно лучше поручить его ведение одному из участников сессии генерации. Окончание этапа генерации поручается ведущему, после чего протокол сессии передается для анализа в группу «аналитиков».

Этап анализа идей. Качество данного этапа зависит от следующих факторов: во-первых, квалификации и практических навыков участников; во-вторых, психологического климата в группе; в-третьих, принадлежности участника именно к категории «аналитик» (нежелательно, чтобы в данной группе оказался «генератор»). Выполнение правил «мозгового штурма» и учет приведенных выше факторов гарантирует высокое качество данного этапа. Ведущий на этапе анализа идей должен строго следить за тем, чтобы ни одна из выдвинутых идей не была отброшена без поиска в ней рационального зерна. Окончанием этого этапа считается отчет группы «аналитиков» и заключение необходимости повторного проведения сессии генерации. Целесообразно на аналитическом этапе строить «морфологические матрицы» до третьего порядка включительно. Для этого требуется выделить критерии оценки идей и построить первую матрицу. Обработанные результаты переносятся в другую матрицу с «новыми» критериями оценки, что повышает качество принимаемых решений.

Литература:

1. Бутакова М.М. Экономическое прогнозирование: методы и приемы практических расчетов. Учеб. пособ. для ВУЗов. Изд. «КНО Рус», М. 2004.
2. Мусакожоев Ш.М. Макроэкономические модели прогнозирования в условиях АСПР. Всесоюзная научная конференция «Проблема макроэкономического моделирования» - Москва. 1984 г.
3. Большой экономический словарь. М. 2002, с. 1088.

Рецензент: д.э.н., профессор Арзыбаев А.А.