

Химич Ірина
кандидат економічних наук
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Колісник Іван
студент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Iryna Khymych
PhD (Economics)
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Ivan Kolisnyk
student
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

КРЕАТИВНІСТЬ ІДЕЙ НА ОСНОВІ БРЕЙНСТОРМІНГУ CREATIVITY IDEAS BASED ON BRAINSTORMING

Наявні методики пошуку та створення справді хороших ідей, які б стосувалися як розвитку самої компанії, так і вдосконалення продукції та послуг, інколи втрачають свій зміст, коли мова заходить про швидкість отримання якісного результату. Чому так відбувається? А все тому, що в сучасному світі одним із основних ресурсів виступають часові рамки. Швидкий плин часу вимагає чим скоріше обдумати та реалізувати в дію певну стратегію для покращення діяльності та функціонування компанії на ринку, інакше це зроблять конкуренти. Крім того, потрібно, щоб ця стратегія була ефективною та запрацювала забезпечивши компанії прибутки та інші позитивні результати (визнання, забезпечення іміджу, підтримку бренду, впізнаваність продукції чи послуг компанії тощо).

Однією з справді хороших методик, що сприятиме забезпеченню якісного результату при відборі певних ідей, являється брейнстормінг, тобто іншими словами методика пошуку необхідних та відбір найкращих стратегічних рішень на основі «мозкового штурму». Яким чином вона здійснюється? Та все просто – за короткий проміжок часу здійснюється швидка генерація великої сукупності творчих ідей, які стосуються стратегічних кроків компанії.

Основними етапами здійснення брейнстормінгу виступають такі як:

- 1) виявлення наявної або наявних проблеми компанії;
- 2) вибір та фіксування основних проблем, які потребують попереднього швидкого вирішення;
- 3) підбір учасників команди для вирішення визначених проблем;
- 4) здійснення підготовчих дій для проведення брейнстормінгу;
- 5) безпосереднє проведення брейнстормінгу;
- 6) фіксування всієї кількості згенерованих ідей учасників команди;
- 7) відбір найкращих ідей щодо розв'язку існуючої проблеми (проблем);
- 8) реалізація вибраних ідей в «життя» компанії;
- 9) координація реалізації ідей;
- 10) корегування ідей в процесі їхньої реалізації.

Головною передумовою вирішення виявленої проблеми у функціонуванні компанії являється якраз формування певної команди учасників. Адже, кожен працівник бачить

можливий варіант вирішення даної ситуації по-своєму, а представлення певної кількості альтернатив усунення проблеми є найкращим для її ліквідування. Крім цього, варто пам'ятати, що кількість учасників групи не повинна перевищувати десяти осіб, а умови для забезпечення генерування ідей учасників мають бути комфортними. В самій групі учасників не повинно бути емоційного тиску на вирішення існуючої проблеми, а також отримані результати не потрібно піддавати відразу ж після їхнього оприлюднення всесторонній критиці.

З точки зору психології людське мислення поділяється на два види:

1) реактивний – даний тип мислення відображає пристосовницький характер особистості до життєвих умов;

2) проактивний – це тип мислення людей, які самостійно створюють та реалізують найкращі умови для власного життя в усіх його аспектах.

Отже, підбираючи команду для брейнстормінгу, варто вибрати учасників не тільки за різним фаховим спрямуванням, але й за різними типами мислення, це сприятиме, в повній мірі, отриманню кращого результату для вирішення існуючих проблем. З одного боку, це забезпечить гнучку пристосованість до швидкозмінного зовнішнього середовища компанії, а з іншого – призведе до створення цілком нової стратегії розвитку та діяльності компанії.

Отримавши таким чином певну кількість ідей від учасників групи, потрібно ґрунтовно їх проаналізувати на наступні варіанти:

1) варто – не варто;

2) доцільно – недоцільно;

3) реально – нереально;

4) можливо – неможливо;

5) реалізовувати – не реалізовувати.

З усіх вибраних варіантів, необхідно виокремити найоригінальніші, найкреативніші та найновіші ідеї, які можливо перенести в майбутню стратегію розвитку компанії. Так би мовити, необхідно забезпечити «нове дихання» компанії в конкурентному середовищі.

Метод брейнстормінгу займає досить вагоме місце в сучасному світі бізнесу, адже, в доволі стислі терміни часу сприяє пошуку новизни для вирішення існуючої проблеми чи усунення негативної ситуації. Знайшовши всього одну, але таку необхідну, відповідь на головне питання – «яким чином можна вирішити дану ситуацію?», відображає сукупність всеможливих варіантів розвитку щодо виходу з виявленої проблеми. Як відомо, в бізнесі не всі проблеми є дійсно проблемами, інколи – це один зі шляхів до активізації дії та формуванню змін на краще.