

Метод мозгового штурма в обучении персонала

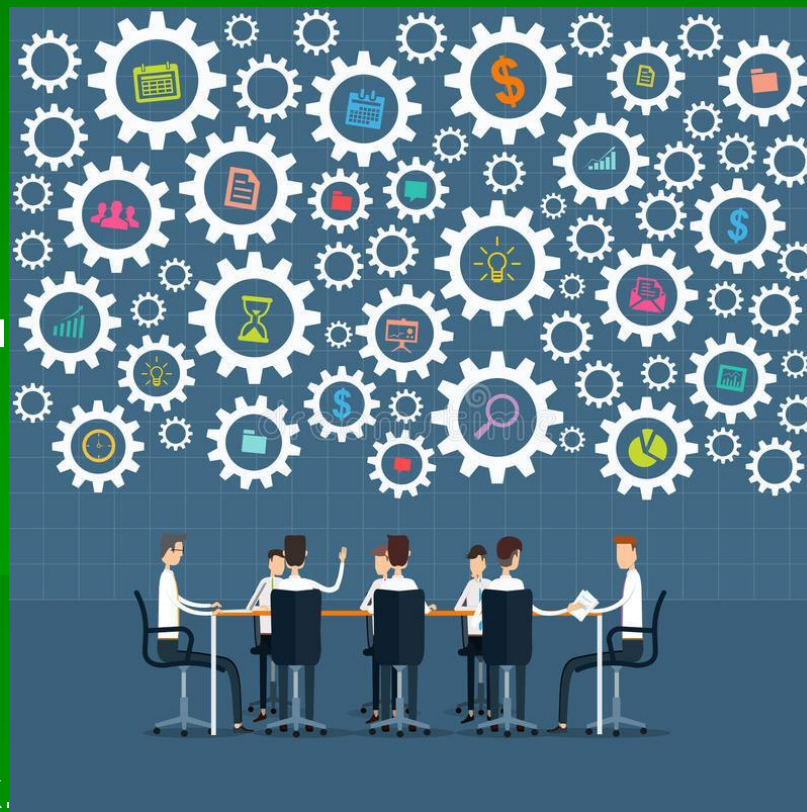
Работу выполнила Рылова
Анастасия студентка группы УПб
2601-01-00

Содержание

- 1. Введение
- 2. Определение мозгового штурма
- 3. История создания мозгового штурма
- 4. Главная функция мозгового штурма
- 5. Этапы мозгового штурма
- 6. Коллективный мозговой штурм
- 7. Индивидуальный мозговой штурм
- 8. Плюсы и минусы мозгового штурма
- 9. Некоторые ошибки, регулярно совершаемые при проведении мозгового штурма
- 10. Заключение

Введение

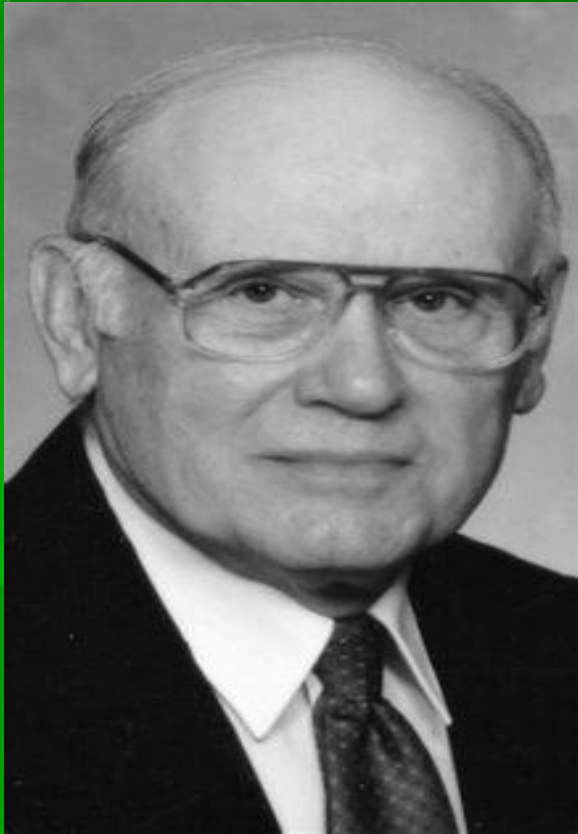
Мозговой штурм - это неиссякаемый источник новых идей и нестандартных решений. Методика мозгового штурма хорошо известна и уже несколько десятилетий успешно применяется в самых разных сферах человеческой жизнедеятельности. Он используется в самых разных областях - от решения научно-технических, управленческих, творческих задач до поиска вариантов поведения в сложных социальных или личных ситуациях.



Определение

- Метод мозгового штурма (мозговая атака, мозговой штурм, англ. brainstorming) - оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать возможно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастических. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике.

История создания метода активного обучения персонала



- Метод мозгового штурма появился в Соединенных Штатах Америки в конце 30-х годов как способ коллективного, группового решения проблем, активизирующий творческую мысль. В это время совладелец крупной рекламной фирмы BBD&O Алекс Ф. Осборн начал практиковать среди своих сотрудников новый подход к поиску идей. Метод окончательно оформился и стал известен широкому кругу специалистов с выходом книги А. Осборна "Управляемое воображение: принципы и процедуры творческого мышления" в 1953 году.

Главная функция мозгового штурма



Главная функция мозгового штурма – расширить рамки привычного, открыть новые грани.

Этапы мозгового штурма

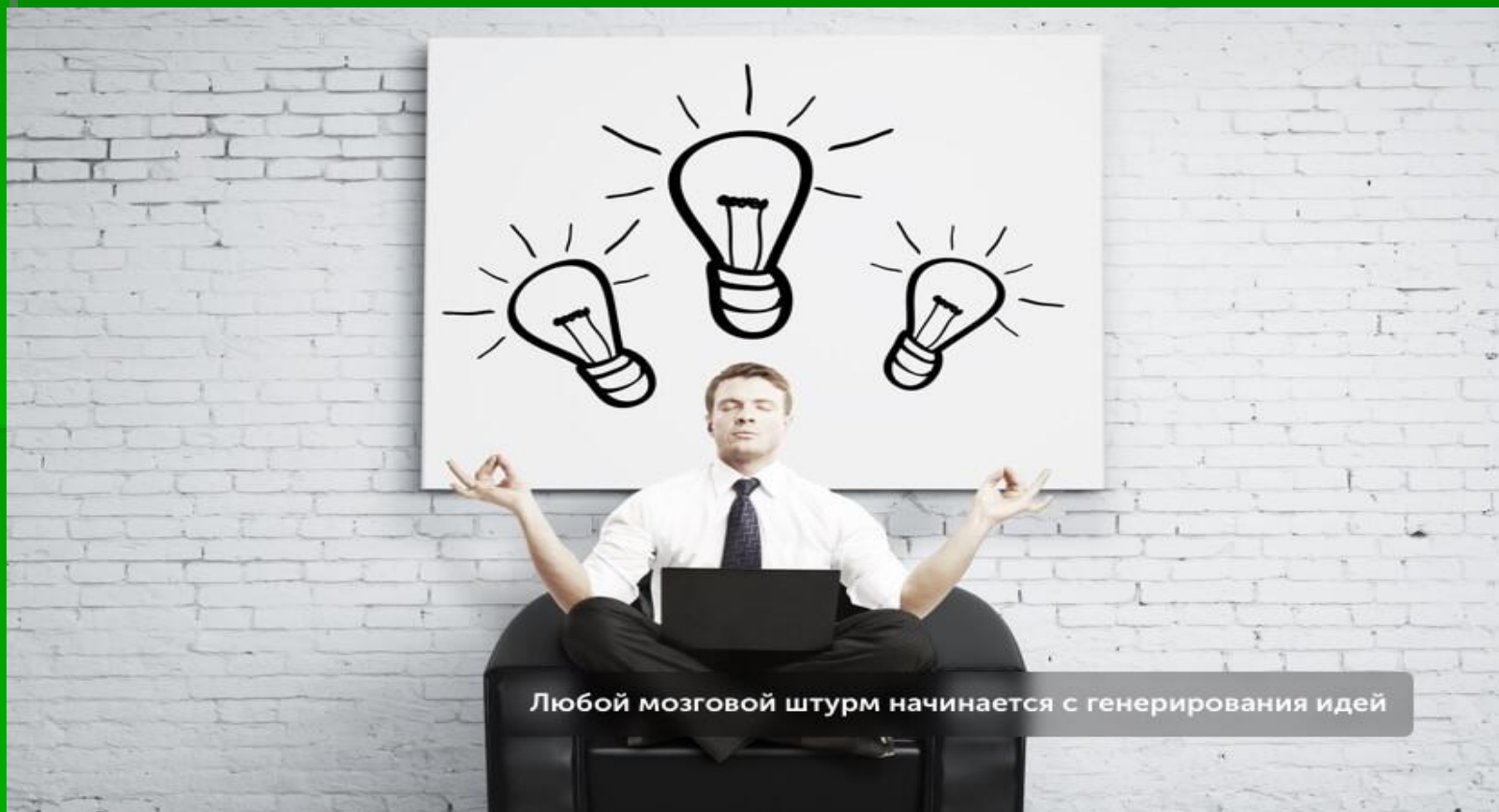
1. Подготовка

- Определяем место.
- Определяем время.
- Определяем участников.
- Проводим разминку.

2. Проведение

- ◆ Определите способ проведения. (Письменно ,устно ,круговой метод , онлайн)

- **Этот этап предполагает генерирование идей.** Он длится 20-30 минут, за это время участники предлагают идеи — любые, какие придут в голову. Вы или ваш секретарь записываете их на доску или флипчарт. Следующие 20-30 минут идет обсуждение и анализ идей. На этом этапе главное — рассматривать идеи с точки зрения практического применения. Чтобы никому не было обидно, критиковать не нужно — только подумать, каким образом можно применить ее конкретно в вашей компании



Любой мозговой штурм начинается с генерирования идей

Следующий этап — подведение итогов. Выделяется несколько самых удачных идей, а остальные, возможно, пригодятся позже. Бывает и так, что на первый взгляд безумная идея приводит компанию к успеху.





■ Самые лучшие - это сумасшедшие идеи. Желательно, чтобы участники мозгового штурма попытались отказаться от стереотипов и шаблонных решений и сумели посмотреть на проблему с новой точки зрения. Нужно выдвинуть как можно больше идей и зафиксировать все. Необходимо найти рациональное зерно в каждой идее. Это означает, что нужно сосредоточиться на поиске конструктива в любой идее. Плоды мозгового штурма важно материализовать в самое короткое время.

3. Дальнейшая работа с идеями

- Увы, до этого пункта в некоторых компаниях не доходит, и удачные идеи остаются навсегда погребенными в памяти предложивших. При таком раскладе смысла проводить мозговой штурм не остается вообще. Да и сотрудники будут разочарованы и в дальнейшем со скепсисом отнесутся к самой идее брейнсторминга. А зачем, если их идеи оказались никому не нужны? Хотя бы несколько идей нужно обязательно внедрить в работу компании. Это нужно для мотивации сотрудников и для действительной оптимизации работы. Итак, ваши действия после окончания мозгового штурма:
 - Выпишите наиболее удачные идеи, которые одобрили на обсуждении большинство сотрудников.
 - Поставьте сроки их внедрения, назначьте ответственных лиц, контролируйте процесс исполнения.
 - После внедрения не забудьте поощрить сотрудника. Можете назвать новую технологию именем того, кто предложил идею — это отлично мотивирует.

Различают индивидуальный и коллективный мозговой штурм



КОЛЛЕКТИВНЫЙ МОЗГОВОЙ ШТУРМ

- В мозговом штурме участвует коллектив из нескольких специалистов и ведущих. Перед самим сеансом мозгового штурма ведущий производит четкую постановку задачи, подлежащей решению. В ходе мозгового штурма участники высказывают свои идеи, направленные на решение поставленной задачи, причём как логичные, так и абсурдные. Если в мозговом штурме принимают участие люди различных чинов или рангов, то рекомендуется заслушивать идеи в порядке возрастания ранжира, что позволяет исключить психологический фактор «соглашения с начальством».

Индивидуальный мозговой штурм

- Данный метод, по - существу, не отличается от метода коллективного мозгового штурма и проводится по тем же правилам. Единственное различие – сеанс проводится одним специалистом. Он сам генерирует идеи, сам их регистрирует, часто сам делает оценку своих идей. Длительность сеанса не должна превышать 3-10 мин. Все возникшие идеи обязательно фиксируются на бумаге. К их оценке автору следует приступить не сразу, а через некоторое время, например через неделю.
- Для успешного применения индивидуального мозгового штурма необходимо научиться задавать самому себе вопросы с возможными альтернативными ответами.

- В процессе мозгового штурма, как правило, вначале решения не отличаются высокой оригинальностью, но по прошествии некоторого времени типовые, шаблонные решения исчерпываются, и у участников начинают возникать необычные идеи. Затем, когда все идеи высказаны, производится их анализ, развитие и отбор. В итоге находится максимально эффективное и часто нетривиальное решение задачи.

За короткое время выдвигается много идей, среди которых обязательно имеется хорошее решение. Достоинством метода является его простота в сочетании с потенциально значительными возможностями по выдвигению новых идей. В силу того, что эти идеи высказываются в обобщенном виде, мозговой штурм можно применять в различных областях человеческой деятельности. Положительно также то, что в мозговом штурме реализуется ярко выраженная способность человека подхватывать и развивать чужие идеи, даже если они высказаны в виде смутной догадки, предположения.

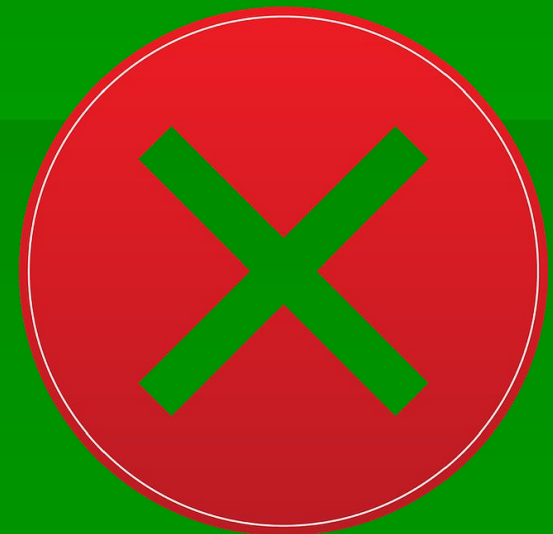
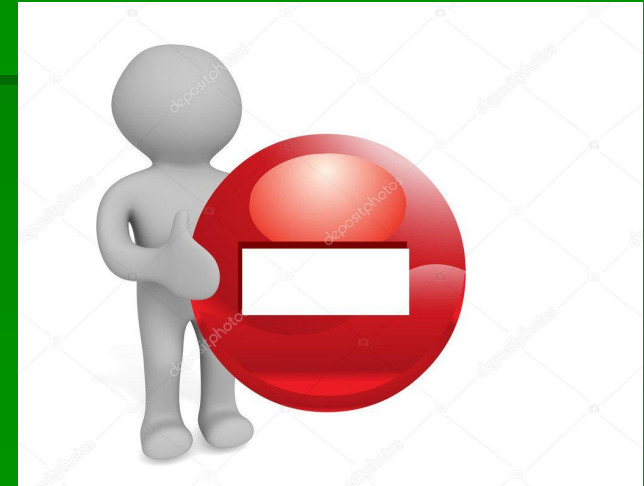
Плюсы мозгового штурма:

- Большое количество классных идей, которые в обычном рабочем процессе, возможно, даже не рассмотрели бы.
- Сплочение коллектива, совместная работа над идеями.
- Возможность проявить себя каждому сотруднику — даже тем, кто обычно отмалчивается.
- Возможность выявить слабые места вашей компании.
- Экономия денег, которые пришлось бы заплатить нанятому креативщику. Заметим, что ни один приглашенный со стороны не знает всех тонкостей вашей работы. А ваши сотрудники знают ситуацию изнутри и смогут предложить действительно жизнеспособные идеи, применимые на практике.



Минусы мозгового штурма

- - В связи с тем, при мозговой атаке поощряется генерирование любых идей, даже фантастических, зачастую его участники уходят от реальной проблемы. В потоке разнообразных предложений бывает порой довольно трудно найти рациональные и продуктивные идеи. Кроме того, метод не гарантирует тщательную разработку предлагаемой идеи .
- - Из-за высокой степени вовлеченности участников совещания ответственность за конечный результат несут все, и если идеи есть у всех, затраты времени на их обсуждение возрастают.
- - При слабой обученности персонала сотрудничеству и командной работе, участники совещания могут быть не удовлетворены эффективностью своей деятельности.
- Кроме того, многие участники могут настаивать на своем авторстве обсуждаемых идей и предпочитают быть лидерами творческого процесса за счет тех, кто менее развит и подготовлен.



Некоторые ошибки, регулярно совершаемые при проведении "мозгового штурма":



- **Ошибка 1: смешение МШ и традиционного рабочего совещания, проведение МШ в стиле "шел шестой час утренней пятиминутки".**
- Часто процедуру "мозгового штурма" представляют примерно так: собрались менеджеры, посидели пару часов в свободной обстановке, поговорили на заданную тему, посмеялись и выписали на доску 3 идеи.
- **Ошибка 2: смешение простых и сложных задач, попытка начать МШ сложной задачи, не раздробив её предварительно на более простые подзадачи.**
- **Ошибка 3: отсутствие разогрева штурмующих, "подводки" к МШ.**
- Для начала штурма недостаточно бодрого возгласа ведущего "Ну, давайте штурмовать, смелее выдавайте Ваши неожиданные идеи!". Чтобы обсуждение "завелось", необходима соответствующая обстановка, разминка, разогрев, "психологическое выравнивание" участников. Для этого в начале вбрасывается некая нейтральная, простая тема (не относящаяся к основной).

- **Ошибка 4: отсутствие "запасных ходов" ведущего и его ассистентов.**
- У ведущего должны быть свои приемы "зажечь" МШ вновь, если он начинает тухнуть или идеи штурмующих ходят по кругу. Как правило, для этого ведущим или его ассистентами вбрасывается некая провоцирующая, боковая идея или используются т.н. "провокаторы" (это кто-то из участников штурма). Возможны иные варианты запасных ходов. Важно, чтобы они были.
- **Ошибка 5: забыть "выключить" обсуждение - в том числе и удачное.**
- "Мозговой штурм" нужно уметь закрыть. Некоторые люди, которые участвуют в МШ впервые, испытывают острый эффект по принципу: "Штирлиц подумал. И это ему понравилось...". Иногда человек не может сам остановиться, даже после формального окончания, поэтому необходимо его грамотно вывести их из состояния "творческого экстаза" и тем самым "выключить" из штурма.
- **Ошибка 6: неряшливый, несистемный анализ.**
- Очень важно уметь анализировать и дожимать идеи на стадии анализа, после состоявшегося МШ. При этом очень важно еще и оценить осуществимость каждой идеи.

Заключение

- Таким образом, сущность метода заключается в том, что процесс выдвижения, предложения идей отделен от процесса их критической оценки и отбора. Кроме того, используются разнообразные приемы "включения" фантазии, для лучшего использования "чисто человеческого" потенциала в поиске решений. Например, иногда используется привлечение неспециалистов, которые могут благодаря неосведомленности сделать "безумные" предложения, которые в свою очередь стимулируют воображение "специалистов" .

- Благодаря этому появляется возможность найти что-то действительно необычное, новое, креативное, что могло бы "пройти мимо" из-за своей непривычности. Такой способ поиска новых креативных решений может быть применен и "лично для себя", в виде некоторого мысленного эксперимента, но эффективность реального группового действия несравненно выше.



Список используемых источников

- 1. Как провести мозговой штурм среди сотрудников // [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://envybox.io/blog/kak-provesti-mozgovoj-shturm-sredi-sotrudnikov/>
- 2. Мозговой штурм как метод активного обучение персонала // [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mozgovoy-shturm-kak-metod-aktivnogo-obucheniya>
- 3. Мозговой штурм как метод обучение персонала // [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://studwood.ru/764848/menedzhment/mozgovoy_shturm_metod_obucheniya_personala_organizatsii

Спасибо за внимание!

