

Міністерство освіти і науки України

Національний університет водного
господарства та природокористування

Кафедра менеджменту та публічного врядування

07-06-108М

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до виконання практичних занять і самостійного вивчення
освітньої компоненти **«Розвиток креативності»**
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
за освітньо-професійними програмами «Управління персоналом і
економіка праці» та «Бізнес-аналітика» спеціальності 051
«Економіка» денної та заочної форм навчання

Рекомендовано науково-
методичною радою з якості ННІ
економіки та менеджменту
Протокол № 3 від 21.11.2024 р.

Рівне – 2024

Методичні рекомендації до виконання практичних занять і самостійного вивчення освітньої компоненти «Розвиток креативності» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійними програмами «Управління персоналом і економіка праці» та «Бізнес-аналітика» спеціальності 051 «Економіка» денної та заочної форм навчання. [Електронне видання] / Судук О. Ю. – Рівне : НУВГП. 2024. – 26 с.

Укладач: Судук О. Ю., к.с.г.-н., доцент кафедри менеджменту та публічного врядування.

Відповідальний за випуск: Тихончук Л. Х., д-р. держ. управл., завідувач кафедри менеджменту та публічного врядування.

Керівник (гарант) освітньої програми «Управління персоналом і економіка праці»: Юрчик Г. М., к.е.н., доц. кафедри трудових ресурсів та підприємництва, доц.

Керівник (гарант) освітньої програми «Бізнес-аналітика»: Роцик І. А., к.е.н., доц. кафедри трудових ресурсів та підприємництва.

Зміст

	ст.
Вступ	3
Практична робота №1. Сутність творчого мислення. Основні теорії креативності	4
Практична робота №2. Оцінка рівня креативності особистості	5
Практична робота №3. Асоціативне мислення. Тренувальні вправи на створення асоціацій і зв'язків між різними темами	7
Практична робота №4. Діагностика вербальної і невербальної креативності	9
Практична робота №5. Діагностика образної креативності	15
Практична робота №6. Діагностика вербальної креативності. Тест «Віддалених асоціацій» С. Медника	17
Практична робота №7. Методи прийняття рішень. Метод номінальних груп	19
Практична робота №8. Групові методи генерації ідей. Креативний бій	21
Практична робота №9. Система створення успішних проєктів. Техніка SCAMPER	23
Список рекомендованої літератури	26

© О. Ю. Судук, 2024

© НУВГП, 2024

Вступ

Освітня компонента «Розвиток креативності» спрямована на вивчення основ креативності в професійній діяльності та житті і передбачає формування у студентів креативного мислення, оволодіння інструментарієм творчого підходу до вирішення завдань у сфері майбутньої професійної діяльності. Студенти отримують змогу на теоретичному та практичному рівні розпочати формування знань про креативну діяльність.

Метою вивчення дисципліни є формування цілісного уявлення про креативність як структурного елемента професійності, усвідомлення необхідності застосування креативних знань, умінь і навичок у професійній діяльності, набуття навиків організувати власну справу та діяльність організації для розв'язання творчих та конструкторських завдань, генерувати і впроваджувати креативні ідеї в професійну діяльність, реалізувати виконавчі, комунікативні, дослідницькі виробничі функції з позиції лідерства та креативності.

Програмні результати навчання:

ПРН-15. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

ПРН-16. Вміти використовувати дані, надавати аргументацію, критично оцінювати логіку та формувати висновки з наукових та аналітичних текстів з економіки.

ПРН-21. Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН-23. Показувати навички самостійної роботи, демонструвати критичне, креативне, самокритичне мислення.

Практична робота № 1

Сутність творчого мислення. Основні теорії креативності

Мета заняття: ознайомитися з основними теоріями креативності та розібратися зі змістом творчого мислення, навчитися обґрунтовувати основні риси креативних людей.

Основні теоретичні положення

Термін «креативність» означає створення чогось нового. Основу цього слова становить англійський іменник «creativity» (творчість), який походить від латинського слова «creatio» (створення).

Креативність має дуже багато визначень.

Креативність – творчі можливості (здібності) людини, які можуть проявлятися в мисленні, почуттях, спілкуванні, окремих видах діяльності, характеризувати особистість в цілому та її окремі сторони, продукти діяльності, процес їх створення.

Креативність розглядають як найважливіший і відносно незалежний фактор обдарованості, який рідко відображається в тестах інтелекту та академічних досягнень. Навпаки, креативність визначається не стільки критичним ставленням до нового з точки зору наявного досвіду, скільки сприйнятливістю до нових ідей.

Вагомий внесок у дослідження проблеми креативності зробили вітчизняні та іноземні науковці, зокрема: Л.С. Виготський, ДЖ. Гільфорд тощо.

Підходи до визначення креативності:

– *гештальтистські* (опис креативного процесу як руйнування існуючого гештальту для побудови кращого);

– *інноваційні* (оцінюють креативність за новизною кінцевого продукту);

– *естетичні чи експресивні* (спираються на самовираження творця);

– *психоаналітичні чи динамічні* (описують креативність у термінах взаємовідносин «воно», «я», «зверх-я»);

– *проблемні* (визначають креативність через ряд процесів вирішення задач (Дж. Гілфорда: «Креативність – це процес дивергентного мислення»));

– до *шостого типу* ввійшли визначення, що не потрапили до перелічених вище.

Практичні завдання

1. Відповідно до підходів Р. Муні, А. Штейна на конкретному прикладі розкрийте суть креативності. Охарактеризуйте базові принципи.

2. Опишіть основні компоненти креативного процесу (інтелектуальні, мотиваційні, емоційні, несвідомий компонент). Визначте їх зміст та порівняйте їх за функціональними підходами.

3. У чому відмінність у теоріях креативності за Дж. Гілфордом і Е.П. Торренсом. Свою відповідь обґрунтуйте на конкретних прикладах.

4. Визначте основні особливості концепції М. Волаха і Н. Когана. Розкрийте її суть на конкретному прикладі.

5. Порівняйте між собою асоціативну, інвестиційну, інтелектуальну активності відповідно до різних теорій креативності. При можливості свою відповідь обґрунтуйте реальними прикладами із життя.

Контрольні запитання

1. Що собою являє схема опису креативності (Р. Муні, А. Штейн)?

2. Що таке параметричний підхід до дослідження креативності?

3. Розкрийте зміст теорії креативності Дж. Гілфорда.

4. Розкрийте суть теорії креативності Е.П. Торренса.

5. Обґрунтуйте сутність креативності на основі концепції М. Волаха і Н. Когана.

6. Які теорії креативності ви знаєте? В чому їх особливості?

Практична робота №2

Оцінка рівня креативності особистості

Мета заняття: оцінити рівень креативності та визначити тип мислення у студентів, використовуючи різні методичні підходи (Е.Е. Тюнера, Дж. Брунера та ін.).

Основні теоретичні положення

Сучасні визначення креативності пов'язані з психологічним процесом, що веде до появи нового продукту, який викликає ефект

здивування або властивостей особистості, пов'язаних зі створенням чогось нового.

Вивчення креативності за кордоном ведеться в основному в двох напрямках. Один із напрямків направлений на виявлення залежності між креативністю і *рівнем інтелекту* і орієнтується на вимірювання пізнавальних здібностей. Інший напрямок базується на визначенні психологічних особливостей креативної *особистості*, зокрема, особистісних і мотиваційних характеристик.

Спроби визначити креативність за допомогою *пізнавальних* змінних спрямовані на оцінку незвичайних інтелектуальних чинників і пізнавальних стилів. Дж. Гілфорд і його прихильники, починаючи з 1954 р, виділили 16 гіпотетичних інтелектуальних здібностей, що характеризують креативність. Серед них: швидкість думки (кількість ідей, що виникають за одиницю часу і відображають здатність до генерації значної кількості ідей), гнучкість думки (здатність переключатися з однієї ідеї на іншу, переходити від одного аспекту проблеми до іншого, використовувати різні стратегії вирішення), оригінальність (здатність виробляти ідеї, що відрізняються від загальноновизнаних поглядів, здатність уникати очевидних, банальних відповідей), допитливість (чутливість до проблем в навколишньому світі), розробленість (здатність до розробки гіпотези, деталізація ідей), іррелевантність (логічна незалежність реакції від стимулу), фантастичність (повна відірваність відповіді від реальності при наявності логічного зв'язку між стимулом і реакцією). Гілфорд об'єднав ці фактори під загальною назвою «дивергентне мислення», яке проявляється тоді, коли проблема тільки ще має бути визначена або розкрита і коли не існує заздалегідь приписаного, усталеного шляху вирішення (на відміну від конвергентного мислення, яке орієнтоване на шаблонне рішення проблеми).

Інтелект на практиці вимірюється традиційними інтелектуальними тестами і креативність також визначається за допомогою спеціальних тестів. Вчені отримали суперечливі результати. У деяких роботах підтвердилася гіпотеза про високу кореляцію між інтелектом і показниками креативності, в інших були отримані прямо протилежні результати. Проаналізувавши результати проведених досліджень з урахуванням даної обставини, психологи прийшли до наступного висновку: взаємозв'язок між

показниками тестів інтелекту та креативності існує, але він носить не лінійний, а більш складний характер. Цей характер зв'язків був названий *«моделлю порога»*. Згідно з моделлю порога креативність можлива лише при досягненні певного мінімального рівня інтелекту. Нижче цього порогового рівня при зростанні, креативність зростає. Вище порога збільшення показника інтелекту не веде до збільшення креативності.

Практичні завдання

Проведіть аудит особистості щодо здатності до креативності. Для цього пройдіть онлайн-тестування:

1. Діагностика особистої креативності (Е.Е. Тунік) за посиланням: <https://psytests.org/cognitive/tunik.html>

2. Тип мислення та рівень креативності за методикою Дж. Брунера, використовуючи посилання: <https://psiholocator.com/psixologicheskie-testy/opredelenie-tipov-myshleniya-i-urovnya-kreativnosti-po-metodike-dzh-brunera>

3. IQ тест (40 питань або 80 питань, або 200 питань) на ваш вибір за посиланням: <https://psiholocator.com/testy-iq>

Зробіть висновки на основі отриманих результатів діагностики.

Контрольні запитання

1. Що таке креативність?
2. Які методики визначення креативності ви знаєте?
3. Що таке «Модель порогу»? Яка її суть?
4. Основні характеристики креативності.
5. Що таке інтелект? Які складові інтелекту ви знаєте?

Практична робота №3

Асоціативне мислення. Тренувальні вправи на створення асоціацій і зв'язків між різними темами

Мета заняття: оцінити рівень асоціативного мислення використовуючи різні техніки (експрес-метод Джонсона, тренувальні вправи Едворга де Боно).

Практичні завдання

1. Виберіть чотири слова. Придумайте критерій, яким одне стане зайвим.

Наприклад, слон, подушка, стіл, вазон.

Критерій 1. Слон, подушка, вазон є буква о.

Критерій 2. Подушка, стіл, вазон знаходяться в квартирі, слон – ні.

Критерій 3. Подушка, стіл, вазон поширені в Україні, а слон ні.

2. Складіть два списки (А та Б) по чотири слова в кожному. Придумайте критерій, яким слово зі списку А асоціюється зі словом зі списку Б.

А	Б
книга	людина
браслет	айсберг
лікарня	океан
гребінець	кошеня

2. Складіть список із п'яти слів, вибраних навмання. Виберіть одне з п'яти слів і знайдіть принципи, за якими можна зв'язати з рештою чотирма.

Сніг, гонки, любов, політ, пінгвін

3. Візьміть чотири слова. З них виберіть два, які за будь-яким критерієм є протилежностями.

Сніг, гонки, любов, політ

5. Виберіть випадково чотири слова. Використовуючи ці слова (не похідні і не асоціації), придумайте газетний заголовок.

Любов – це сніжний політ, а не гонки.

Сніжні гонки мов любовний політ.

Сніжна любов: гонки чи політ?

6. Виберіть п'ять випадкових слів. Два з них розташуйте у протилежних кінцях лінії. Розмістіть решту слів так, щоб кожне було якимось чином пов'язане з розташованим праворуч.

Літо, рука, веселка, вітер, квіти
Літо, веселка, рука, квіти, вітер

7. Виберіть два слова. Зв'яжіть їх так, щоб вони були ідеєю для бізнесу.

Додайте третє слово, вибране навмання.

Подумайте, як позначене цим словом поняття допоможе збільшити прибуток від цього бізнесу.

Додайте четверте слово, що прийшло на думку.

Тепер подумайте, як відповідне поняття допоможе зробити бізнес екологічним та сприяти дбайливому ставленню до навколишнього середовища.

8. Виберіть п'ять слів. За будь-яким принципом визначте, яке з позначених ними понять найцінніше, корисне, небезпечне, привабливе, довговічне, дешеве тощо. Наприклад, крила, м'яч, картина, телефон, яблуко.

9. Пройдіть експрес-тестування за методом Джонсона.

Контрольні запитання

1. Що таке асоціативне мислення?
2. Які техніки асоціативного мислення ви знаєте?
3. В чому суть експрес-тестування Джонсона?
4. Як розвивати асоціативне мислення?
5. Яка роль асоціацій в розвитку креативності?

Практична робота № 4

Діагностика вербальної і невербальної креативності

Мета заняття: ознайомитися з базовими поняттями вербальної і невербальної креативності та здійснити діагностику креативності, використовуючи тест творчого мислення П. Торренса.

Основні теоретичні поняття

Даний тест вперше запропонований американським психологом П. Торренсом в 1962 р. Тест призначений для діагностики креативності починаючи з шкільного віку. Ускладнені варіанти можуть бути використані і в інших вікових групах. Головне

завдання, яке ставив перед собою П. Торренс, – отримати модель творчих процесів, що відображає їх природну складність.

В основі цього методу лежить здатність до дивергентного мислення (Д. Гілфорд), до перетворень і створення асоціацій, здатність породжувати нові ідеї та розробляти їх.

Дванадцять тестів творчої продуктивності Торренса згруповані в вербальну, образотворчу і звукову батареї. Перша позначається як вербальне творче мислення, друга – образне творче мислення, третя – словесно-звукове творче мислення.

Тест творчого мислення П. Торренса припускає можливість різних варіантів і модифікацій. Останнім часом з'явилося безліч різних адаптованих модифікацій даного тесту (А. М. Матюшкін, Н. В. Шумакова, Е. І. Шелбанова, Н. П. Щербо, В. Н. Козленко, Е. Е. Тунік, А. Е. Симановский, Т. А. Барішева).

Підготовка до тестування

Перед пред'явленням тесту необхідно враховувати наступні аспекти роботи.

1. Тести не допускають ніяких змін і доповнень. Навіть невеликі «імпровізації» в інструкціях вимагають повторної стандартизації та валідазації тесту. Не слід також збільшувати час виконання тесту, так як нормативні дані, представлені в керівництві, відповідають зазначеному ліміту часу.

2. Під час тестування необхідно створити сприятливу емоційну атмосферу. Вживання слів «тест», «перевірка», «іспит» необхідно уникати, так як тривожна, напружена обстановка блокує свободу творчих проявів. Тестування проходить у формі захоплюючої гри, цікавих завдань, в обстановці заохочення уяви, допитливості студентів, стимулювання пошуку альтернативних відповідей.

3. Оптимальний розмір групи – 15-35 досліджуваних.

4. Час виконання фігурної форми тесту – 30 хвилин. Враховуючи підготовку, читання інструкцій, можливі питання, необхідно для тестування відвести 45 хвилин.

5. Якщо інструкція викличе запитання у студентів, необхідно відповісти на них повторенням інструкції, але більш зрозумілими для них словами. Необхідно уникати прикладів і ілюстрацій можливих відповідей-зразків. Це призводить до зменшення оригінальності і в деяких випадках – кількості відповідей.

Практичні завдання

Завдання 1. Постав питання. Напиши всі питання, які можеш придумати за цією картинкою (рис.1), (до цього та подальших завдань додається чистий аркуш паперу, на якому в стовпчик проставлені номери запитань від 1 до 23). Задай усі питання, які необхідні для того, щоби зрозуміти, що трапилося. Не став запитання, на які можна відповісти, глянувши на картинку. Роздивляйся картинку скільки захочеш.



Рис. 1. Картинка для оцінки вербальних здібностей

Завдання 2. Відгадай причини. Постарайся знайти і записати якнайбільше причин події, зображеної на рис. 1. Можна виходити з тих подій, які могли б статися до моменту, зображеного на картинці, або багато часу після нього. Не бійся здогадуватися.

Завдання 3. Відгадай наслідки. Вкажіть якнайбільше можливих результатів події, зображеної на рис.1. Напиши про те, що може статися відразу після події, або про те, що може статися у далекому майбутньому.

Завдання 4. Ти бачиш малюнок (ескіз) м'якої іграшки (рис. 2) – слона. Придумай, як можна змінити цього іграшкового слона, щоб дітям було несумно та веселіше з ним грати. Напиши найцікавіші та незвичайні способи його зміни.

Завдання 5. Незвичайні засоби вживання (картонні коробки). Більшість людей викидають порожні картонні коробки, але ці коробки можуть мати тисячі цікавих та незвичайних способів вживання. Придумай якнайбільше таких цікавих і незвичайних способів вживання. Не обмежуй себе лише такими способами вживання, якими ти бачив або про які чув.



Рис. 2. Картинка для оцінки вербальний здібностей

Завдання 6. Незвичайні питання У цьому завданні потрібно придумати якнайбільше питань про картонні коробки. Ці питання повинні мати на увазі найрізноманітніші відповіді та привертати інтерес до інших коробок. Постарайся придумати найнезвичайніші питання про такі властивості картонних коробок, які зазвичай не спадають на думку.

Завдання 7. Давайте уявимо. Уяви собі таку неймовірну ситуацію: до хмар прикріплені мотузки, що звисають до землі (рис. 3). Що трапилося? Подумай, які можливі події до цього призвели, які можуть бути наслідки?

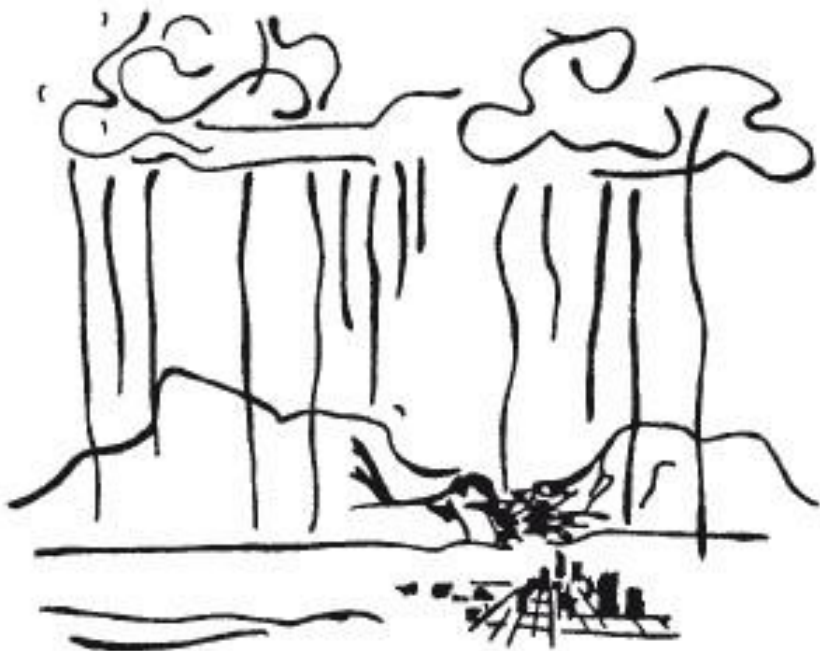


Рис. 3. Картинка для оцінки вербальних здібностей

Завдання 8. Субтест. Закінчи малюнок (10 хв.)

На аркушах намальовані незакінчені фігурки (рис. 4). Якщо додати до них лінії, вийдуть цікаві предмети або сюжетні картинки. Намагайтеся придумати таку картинку або історію, яку ніхто більше придумати не зможе. Зробіть її повною та цікавою, додавайте до неї

нові ідеї. Придумайте цікаву назву для кожної картинки та напишіть її внизу цієї картинки.

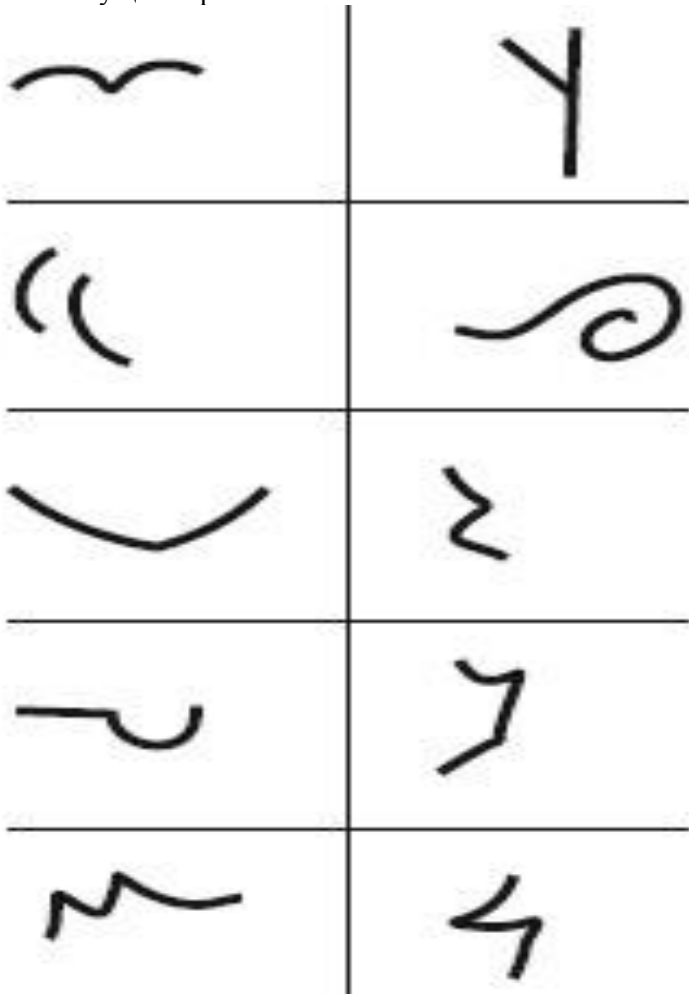


Рис. 4. Приклад з невербального буклету П. Торренса

Завдання 9. Субтест. Лінії (10 хв). Побудуйте якнайбільше предметів або сюжетних картинок з кожної пари ліній (рис. 5). Ці лінії повинні становити основну частину картини. Олівцем додайте лінії до кожної пари, щоб картина була закінчена. Можна малювати між лініями, над лініями, навколо ліній – будь-де. Складіть

якнайбільше предметів або картинок. Постарайтеся зробити їх як найцікавішими. Підпишіть кожну картинку, вигадавши назву.

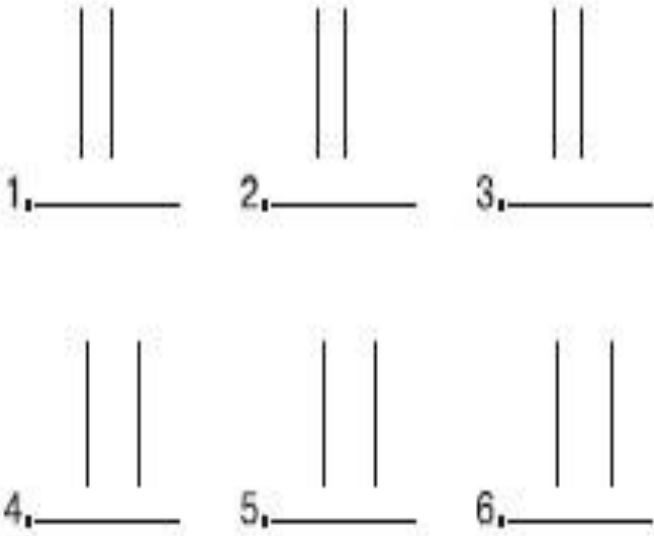


Рис. 5. Приклад з невербального буклету П. Торренса

Контрольні запитання

1. Чому методика оцінки творчих здібностей П. Торренса здобула таку популярність?
2. На людей якого віку вона розрахована?
3. Які переваги і недоліки використання даної методики?

Практичне заняття № 5

Діагностика образної креативності. Тест «Свобода асоціацій»

Мета заняття: навчитися проводити діагностику образної креативності та використовуючи техніку «Свобода асоціацій» оцінити власний рівень образної креативності.

Основні теоретичні положення

Креативність – це процес дивергентного мислення – не спрямоване мислення, а здатність мислити ширше – бачення різних сторін об'єкта, що вивчається; уміння мислити «в різних напрямках».

При вивченні *креативності як процесу* виокремлюють стадії, рівні й типи творчого мислення.

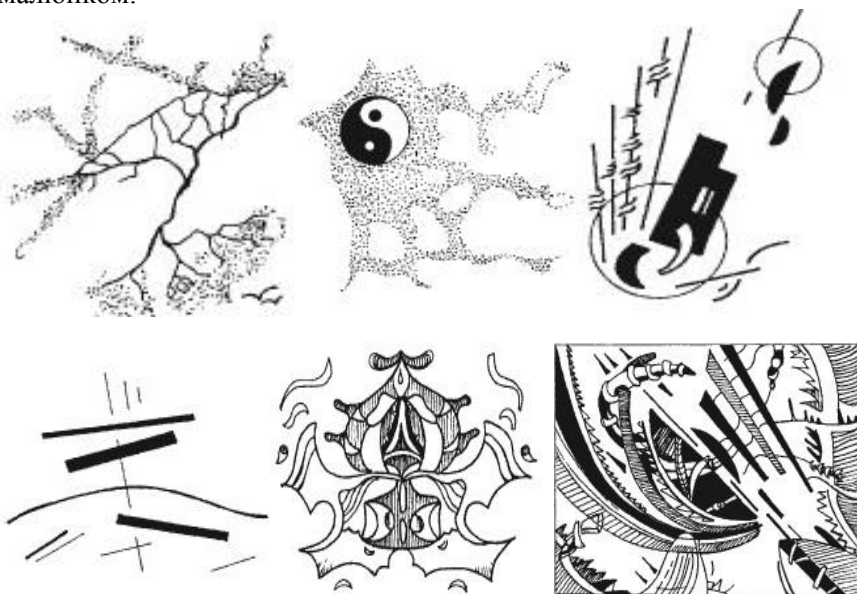
Стадії творчого мислення: підготовка, дозрівання, натхнення і перевірка істинності (В. Воллес)

Рівні креативного процесу пов'язують з психоаналітичним розумінням творчого акту як результату сублимації лібідозної енергії.

Як показав З. Зіверт (Тестування особистості, М., 1997), тест «Свобода асоціацій» має широку інформативність і дозволяє визначити рівень розвитку здатності до асоціювання, візуальної креативності, здатності до перетворень, зокрема гіпотетичність та варіативність мислення.

Практичне завдання

Перед вами кілька малюнків (рис. 6), які можна тлумачити неоднозначно. Ви маєте безпосередньо, без довгих роздумів дати малюнку кілька інтерпретацій. Запишіть свої тлумачення поруч із малюнком.



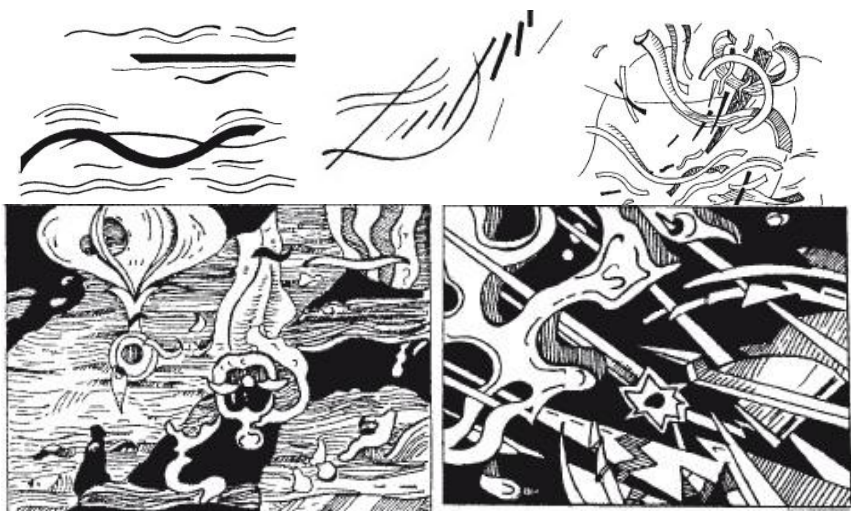


Рис. 6. Графічні завдання для визначення образної креативності

Контрольні запитання

1. Що таке образна креативність?
2. Які техніки ви знаєте для оцінки образної креативності?
3. Які способи і техніки вам відомі для розвитку образної креативності?

Практичне заняття № 6

Діагностика вербальної креативності. Тест «Віддалених асоціацій» С. Медника

Мета заняття: навчитися проводити діагностику вербальної креативності та використовуючи техніку «Віддалених асоціацій» оцінити власний рівень креативності

Основні теоретичні положення

Розроблений тест призначений для діагностики вербальної креативності, яка визначається як процес перекомбінування елементів ситуації. В даному випадку випробуваним пропонуються словесні тріади (трійки слів), елементи яких належать до взаємно віддалених асоціативних областей. Випробовуваному необхідно встановити між ними асоціативний зв'язок шляхом знаходження

четвертого слова, яке поєднувало б елементи таким чином, щоб з кожним із них воно утворювало деяке словосполучення. Як стимулюючий матеріал у тесті використовуються 20 словесних тріад.

Розроблена ж методика спрямована на виявлення та оцінку існуючого у студента, часто прихованого, блокованого креативного потенціалу, а не особливостей діяльності студента у даних експериментальних умовах.

Студента не можна обмежувати часом вирішення тестових завдань. Бажано працювати зі студентом індивідуально, хоча можливий і груповий варіант.

Практичні завдання

1. Вам дано три слова, ви підбираєте до них четверте, таке, щоб воно поєднувалося з кожним запропонованим, тобто могло скласти з ним словосполучення. Наприклад, швидке, зелене, повне. Відповіддю може бути «поїзд». Ви також можете змінювати слова граматично, використовувати прийменники. Наприклад: годинник, скрипка, єдність. Відповіддю може бути слово «майстер».

Гучна, правда, повільно
Холодна, зелень, каламутна
Минуле, море, друзі
Зіркий, вій, скляний
Світла, англійська, новини
Кіно, іспит, проїзний
Кімната, становище, річка
Важке, сплигло, золоту
Мундир, містечко, квиток
Несподівано, людина, вулиця
Холодна, дим, жорстока
Розумна, холодна, світла
Минулий, час, важкий
Дідусь, окуляри, добра
Довго, вечір, друзі
Погано, очі, море
Слон, будинок, велетень
Сніг, хліб, ведмідь
Назавжди, додому, назад.

2. Це завдання, подібне до попереднього, але мета ставиться цікавіша, дещо навіть ускладнюється. Постарайтеся, щоб ті образи, ті асоціації, які приходять вам на думку у відповідь на запропоновані слова, були якомога оригінальнішими та яскравішими, образнішими. Нехай це будуть словосполучення, які у повсякденному житті навіть не вживаються і звучать дуже незвично. Постарайтеся створити щось нове та оригінальне. Умови самі – ви можете змінювати граматичну форму, використовувати прийменники. Свої відповіді напишіть на картках.

Випадкова, гори, довгоочікувана

Вечірній, папір, стінний

Назад, батьківщина, шлях

Далеко, сліпий, майбутнє

Народна, страх, світова

Гроші, квиток, вільне

Двері, довіра, швидко

Друг, місто, коло

Поїзд, купити, паперовий

Колір, заєць, цукор

Ласкава, зморшки, казка

Дитинство, випадок, гарне

Повітря, швидке, свіже

Співак, Америка, тонкий

Важкий, народження, врожайний

Багато, нісенітниця, прямо

Кривий, окуляри, гострий

Садова, мозок, порожня

Гість випадково вокзал

Людина, погони, завод

Практичне заняття № 7

Методи прийняття рішень. Метод номінальних груп

Мета заняття: використовуючи метод номінальних груп навчитися генерувати оригінальні ідеї та приймати творчі й унікальні рішення.

Основні теоретичні положення

Метод номінальних груп (МНГ) – один із способів колективного прийняття творчих та унікальних рішень. За формою МНГ – це ретельно спланований структурований груповий процес. По суті – це стратегія вирішення проблем або генерування оригінальних ідей в групі. Цей метод корисний в тих випадках, коли необхідно виявити і зіставити індивідуальні судження, з тим щоб отримати рішення, до яких одна людина прийти не може.

Мета методу – створити такі умови для проведення мозкового штурму, щоб всі члени ініціативної групи мали однакове право голосу при виробленні рішення. Крім того, під час роботи МНГ учасники отримують один від одного інформацію, яка під час звичайних нарад залишається почутою. Це можуть бути свіжі ідеї, новий погляд на проблему, несподівано вірне рішення.

МНГ передбачає участь 8 – 12 осіб, роботу яких організують координатор і помічник. Учасники відбираються відповідно до їх компетенції. Бажано уникати присутності в групі співробітників, які перебувають у відносинах безпосереднього підпорядкування.

Зазвичай для проведення МНГ потрібно від двох годин.

МНГ включає наступні етапи: вступна частина, мовчазне генерування, етап невпорядкованого перерахування ідей, етап з'ясування ідей, ранжування, заключна частина.

За аналогією з письмовим варіантом методу мозкового штурму кожен учасник записує кожену ідею на окремій картці.

Всі подані ідеї потім переписуються на великий стенд і коротко обговорюються. Мета обговорення – усвідомити суть кожної ідеї і виключити з розгляду повторювані ідеї. На закінчення кожній ідеї на плакаті присвоюється буквене позначення, починаючи з букви А.

Наступний крок – індивідуальна робота, коли учасники ранжують висунуті ідеї. Із загального списку ідей кожен член групи вибирає не більше п'яти ідей і записує їх на свою карту для ранжування. Кожній ідеї присвоюється літера зі стенду. При ранжуванні ідей учасники привласнюють цим ідеям чисельні коефіцієнти, починаючи з 5 – для найважливішою ідеї до 1 – для найменш важливою.

Лідер сесії далі збирає всі карти з ранжування і переписує призначені ідеям ваги на плакат. Для кожної ідеї ваги підсумовуються. Загальна оцінка теж фіксується на стенді. Якщо

ідея набрала найбільшу вагу, то вона вважається найбільш пріоритетним ідеєю групи і приймається за рішення групи.

Практичне завдання

1. Використовуючи метод номінальної групи прийміть колективне творче рішення щодо наступних проблемних ситуацій (на вибір студента):

- низький відсоток відвідування пар студентами;
- неконструктивний діалог між студентами та викладачем під час проведення пар в онлайн-режимі;
- низькій рівень продаж в продуктовому супермаркеті;
- брак часу;
- незадоволення від подачі електроенергії протягом доби;
- власний варіант проблемної ситуації.

Контрольні запитання

1. Що собою являє метод номінальної групи?
2. Яка різниця між методом номінальної групи і мозковим штурмом?
3. Які переваги методу номінальної групи?
4. Які основні недоліки методу номінальної групи?

Практичне заняття № 8

Групові методи генерації ідей. Креативний бій

Мета заняття: використовуючи різні методи генерації ідей (на вибір студента) навчитися генерувати нестандартні унікальні рішення для вирішення різних проблемних ситуацій.

Практичні завдання

1. **Світлофор для дальтоніків.** Близько 8 відсотків чоловіків – дальтоніки, тобто не розрізняють або погано розрізняють кольори. У більшості країн таким людям не дають права водія. Причина в тому, що ці люди не можуть розрізняти сигнали світлофорів. Запропонуйте декілька варіантів конструкції світлофорів, щоб вирішити цю проблему. Проаналізуйте переваги та недоліки цих

конструкцій. Зверніть увагу, що сигнал світлофора повинен добре виділятися в різних дорожніх умовах.

2. **Принада для клієнтів.** Власник одного невеликого ресторану в Америці опинився на межі банкрутства. Головна причина – мало відвідувачів. Він якось поскаржився на труднощі своєму товаришу, а той несподівано запропонував оригінальну ідею. Хазяїн спробував, і через деякий час клієнтів у закладі було хоч греблю гати. Запропонуйте і ви: як залучити людей до ресторану? Врахуйте, що кухар у ресторані був хороший, затишна обстановка, а сервіс на висоті.

3. **Як відвадити дітей від телевізора?** Деякі діти не хочуть ні вчитись, ні навіть гуляти. Вони весь день сидять удома, прилипнувши до екрану телевізора, комп'ютера. Що потрібно зробити, щоб діти проводили біля «ящика» менше часу? Запропонуйте пристрій чи функцію в приладах, що зроблять їх більш «безпечними» для дітей.

4. **Техніка «Асоціація слів для бізнесу».** Виберіть два слова. Зв'яжіть їх так, щоб вони були ідеєю для бізнесу. Додайте третє слово, вибране навмання. Подумайте, як позначене цим словом поняття допоможе збільшити прибуток від цього бізнесу. Додайте четверте перше слово, що прийшло на думку. Тепер подумайте, як відповідне поняття допоможе зробити бізнес екологічним та сприяти дбайливому ставленню до навколишнього середовища.

5. **Новий ресторан.** Щоб ініціювати ідеї, спробуйте наведені нижче інверсії.

5.1. Перерахуйте всі свої припущення на цю тему:

У ресторанах є меню – письмові, усні.

У ресторанах за їжу сплячують гроші.

У ресторанах подають їжу.

5.2. Змініть кожне припущення протилежним.

У ресторанах немає меню.

У ресторанах годують безкоштовно.

У ресторанах не подають жодної їжі.

5.3. Запитайте себе як реалізувати кожну інверсію.

7. **«Який можна створити бізнес, пов'язаний із аеропортами та залізничними станціями?»**

Тут можуть виникнути такі думки:

- аеропорти та залізничні станції призначені для тих, хто подорожує з одного пункту до іншого;
- літаки та поїзди постійно прибувають та відправляються;
- люди їдуть без зволікань.

Я міняю їх на протилежні:

- аеропорти та залізничні станції призначені для тих, хто не подорожує з одного пункту до іншого;
- літаки та поїзди не прибувають та не відправляються;
- люди затримуються під час відправлення.

7. «Довільні предмети». Виберіть два довільні предмети та встановіть зв'язок між ними так, щоб вийшов новий продукт. Протягом п'яти хвилин складіть якнайбільше комбінацій та запишіть їх. Уявіть, що один із цих предметів – питання, на яке вам потрібно знайти відповідь, а другий – якась ідея. Виконуйте цю вправу з безліччю випадкових об'єктів, і врешті-решт ви знайдете геніальне рішення для вашого завдання.

Контрольні запитання

1. Що таке генерація ідей?
2. Що собою являє процес генерації ідей?
3. Що таке інсайт?
4. Що відбувається на стадії «інкубація ідей»?
5. Назвіть основних «вбивць» унікальних ідей

Практичне заняття № 9

Система створення успішних проєктів. Техніка SCAMPER

Мета заняття: освоїти техніку SCAMPER і навчитися генерувати унікальні ідеї з її допомогою

Основні теоретичні поняття

SCAMPER (абревіатура від [англ. Substitute Combine Adapt Modify Put Eliminate Reverse](#)) – [методика творчості](#) у формі перевірного списку. Автором методики є Боб Еберле (1997 рік), хоча ідея використання більш ширшого списку належить Алексу Осборну. Методика часто використовується для розробки нових продуктів. Техніка полягає в тому, щоб послідовно відповісти на питання про

модифікацію задачі, що розглядається. Тим самим вивчаються різні її аспекти, в тому числі і ті, що наразі мало використовуються і мають в собі потенціал для розвитку або покращення. Використання методики передбачає модифікації, приведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Опис методики SCAMPER

Скорочення	Модифікація	Значення
S	Substitute	Замінити щось, наприклад компоненти, матеріали, людей
C	Combine	Комбінувати, наприклад з іншими функціями, приладами
A	Adapt	Додати щось, наприклад нові елементи, функції
M	Modify	Модифікувати, наприклад змінити розмір, форму, колір або інший атрибут
P	Put	Застосувати для чогось іншого, в іншій галузі
E	Eliminate	Видалити частини, спростити до головного
R	Reverse	Поміняти місцями, перевернути, знайти застосування у чомусь протилежному

Приклад зі сфери ресторанного обслуговування

- **Замінювати.** Замінімо ваш приїзд до кафе на приїзд кафе до вас додому. Організації, що займаються доставкою піци, використовують цю модель. Ви замовляєте блюдо по телефону і його привозять вам за півгодини.

- **Поєднувати.** Поєднаємо кафе з екстремальним атракціоном. В результаті може вийти, наприклад, бельгійський ресторан-платформа «Вечеря в небесах», що піднімається разом із відвідувачами на 50-метрову висоту за допомогою крана. Журнал «Форбс» включив його до десятки найнезвичайніших ресторанів у світі.

- **Адаптувати.** Давайте адаптуємо кафе для дітей. Як це може бути? Наприклад, всі страви мають забавні назви та подаються разом із іграшкою. На території кафе знаходиться ігровий майданчик, і офіціанти одягнені в костюми персонажів із

популярних мультфільмів. Наприклад, ляльковий магазин в Нью-Йорку, де дівчата можуть пити чай зі своїми ляльками.

- **Збільшувати чи зменшувати.** Якщо скоротити кількість страв у меню до кількох напоїв та сандвічів, вийде ресторан швидкого обслуговування, такий як Макдоналдс, Бургер Кінг або KFC. А обравши три страви, ми можемо ввести бізнес-ланч, який пропонує кафе з 12 до 15 годин.

- **Запропонувати інше застосування.** Будівлю кафе можна переобладнати під перукарню, аптеку або магазин, а обідні столи використовувати як письмові. На кухні можна готувати закуски для продажу в супермаркетах чи сандвічі для заправних станцій.

- **Виключати.** Наприклад, без офіціантів буде кафе самообслуговування. А якщо прибрати будівлю кафе, вийде заклад «драйв-ін», де можна замовити й поїсти за кермом автомобіля.

- **Змінювати порядок чи звертати порядок.** Давайте змінимо фразу «Відвідувачі повинні залишати офіціантам чайові» на «Відвідувачі не повинні залишати чайових». В результаті ми можемо отримати кафе, де офіціанти не дають чайові.

Практичні завдання

Ви є частиною креативної маркетингової команди продуктової компанії. Компанія бажає розширити ринок збуту сухих зернових сніданків (не обов'язково в якості продукту харчування) Задача команди: згенерувати якомога більше альтернативних варіантів використання сухих зернових сніданків. Використовуйте діаграму SCAMPER для генерування ідей. Представити 5 найкращих ідей.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна література:

1. Конспект лекцій навчальної дисципліни «Розвиток креативності».
2. Тестові завдання та кейс-задачі за змістовими модулями навчальної дисципліни.
3. Гріффіте Кріс. Посібник із креативного мислення / пер. з англ. У. Курганової. Харків : Вид-во «Ранок», 2020. 288 с.
4. Рон Фрідман. Розгадка геніальності : навчальний посібник. Х. : Видавництво: Лабораторія, 2023. 256 с.
5. Ніл Гейман. Мистецтво має значення. Бо ваша уява здатна змінити світ : навчальний посібник. Видавництво КМ-Букс, 2021. 271 с.
6. Сергєєва Л. М., Просіна О. В., Ілляхова М. В. Творчість як фактор мотивації досягнень : навчальний посібник. Біла Церква : ТОВ «Білоцерківдрук», 2023. 124 с.

Додаткова література:

1. Методичні рекомендації до виконання практичних занять і самостійного вивчення освітньої компоненти «Розвиток креативності» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Менеджмент» спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форм навчання [Електронне видання] / Судук О. Ю. Рівне : НУВГП. 2022. 24 с.
2. Майкл Мікало. Взлом креативу / переклад О. Коробейников. 2019. 320 с.
3. Майкл Мікало. 21 спосіб мислити креативно / переклад Т. Бойко. К., 2021. 400 с.
4. Судук О. Ю., Щербакова А. С. Креативність як основа розвитку інновацій та запорука успіху при створенні та реалізації стартап-проектів. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. Рівне : НУВГП. 2021. №2 (94). 2021. С. 223–230.
5. Судук О. Ю. Самоменеджмент як елемент формування ефективного бренду особистості. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. Рівне : НУВГП. 2021 №4 (96). 2021. С. 349–356.