

Метод контрольных вопросов (МКВ)

Курилова Марина

ЭиП-304

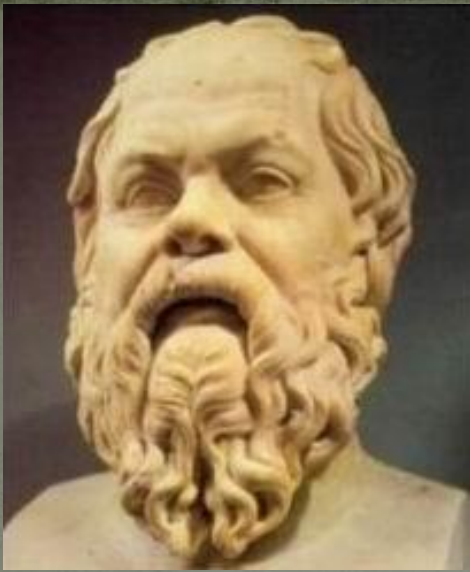
«Вопрос есть повивальная бабка,
помогающая родиться новой мысли...»

Сократ

Искусство задавать вопросы

Древнегреческий философ Сократ умел в диалоге так искусно задавать вопросы, что собеседнику ничего не оставалось, как изобретать, приходить к истине.

Быть может отсутствие у каждого изобретателя своего Сократа и побудило исследователей изобрести метод контрольных вопросов, который позволяет более целеустремленно вести поиск.



Цель МКВ

Повысить эффективность поиска идей с помощью наводящих вопросов, заранее подготовленных на основе опыта решения сходных задач.



Суть метода контрольных вопросов



Метод контрольных вопросов заключается в психологической активизации творческого процесса с целью нащупать решение проблемы при помощи серии наводящих вопросов. Он применяется с первой четверти XX века, его сущность состоит в том, что исследователь отвечает на вопросы, содержащиеся в предлагаемом списке, рассматривая свою проблему в связи с этими вопросами. Обычно вопросы отражают наиболее существенные проблемы, хотя, конечно, нельзя исключить возможности попадания в список поверхностных, т.е. слабых, несущественных вопросов.

Значение метода



Благодаря данному методу, творческий поиск ведется более целенаправленно и организовано. Списки вопросов можно применять при проведении мозговой атаки для активизации генерирования идей, для формулировки ответов.

Разработчики метода

В практике изобретательской деятельности широкое распространение получили универсальные вопросники, составленные Л.Осборном, Т.Эйлоартом, Д.Пирсоном, Д.Пойа, Г.Я.Бушем и др. Их много, но объективно все они - своего рода "шпаргалка" изобретателю.



Л. Осборн

Область применения

МКВ является усовершенствованием метода проб и ошибок. В сущности, каждый вопрос является пробой (или серией проб). Составляя списки вопросов, их авторы, естественно, отбирают из изобретательского опыта наиболее сильные вопросы. Поэтому МКВ сильнее обычного метода проб и ошибок. Но отбор вопросов без понимания внутренней механики изобретательства приводит к накоплению в списках внешних, поверхностных вопросов.

План действий:

1. Уточнить проблему.
2. Подготовить или выбрать список контрольных вопросов, наиболее соответствующих характеру решаемой проблемы.
3. Рассмотреть некоторые или все вопросы, пытаясь использовать заложенную в них информацию для решения проблемы.
4. Фиксировать все идеи и возникающие вопросы, для ответа на которые необходимо привлечь дополнительную информацию.

При использовании этого метода как в индивидуальной работе, так и при коллективном обсуждении проблемы не следует работать с вопросником более 1,5 – 2 часов подряд.

Результат:

Перечни идей и направлений решения проблемы.
Списки дополнительной информации,
необходимой для последующей работы.

Достоинства:

Самый простой метод решения задач.

Недостатки:

Решение только простых задач. Отсутствие
внутренних критериев для сравнения
альтернативных вариантов.

Пример:

1. Какова основная функция объекта (процесса)?

2. Что представляет собой идеальный объект (процесс)?

3. Что будет, если убрать данный объект (не выполнять процесс)?

4. Какие функции выполняет данный объект (процесс), нельзя ли часть из них сократить?

5. Как иначе можно выполнить основную функцию объекта (процесса)?

6. В какой другой области наилучшим образом выполняется данная функция и нельзя ли позаимствовать решение?

7. Можно ли разделить объект (процесс) на части? Можно ли отделить слабое звено?
Можно ли объединить несколько элементов?

8. Можно ли неподвижные объекты сделать подвижными и наоборот?

9. Нельзя ли поменять последовательность операций или исключить предварительные, подготовительные операции?

10. Нельзя ли использовать вредные факторы и функции?

11. Какие дополнительные функции может выполнять данный объект?

12. Где в объекте (процессе) заложены излишние запасы? Как их сократить?

Задание

1. какова основная выгода товара (услуги)?
2. что представляет собой идеальный продукт (в соответствующей товарной категории)?
3. какие функции выполняет данная ТМ, нельзя ли часть из них сократить (изменить)?
4. как иначе можно выполнить основную функцию марки?
5. в какой другой области (товарной категории) наилучшим образом реализуется соответствующая выгода и нельзя ли позаимствовать такое решение?
6. можно ли разделить товар (услугу) на части? Можно ли отделить слабое звено? Можно ли объединить несколько элементов?
7. возможно ли неподвижные элементы (упаковки, рекламы) сделать подвижными, и наоборот?
8. как сократить путь доставки товара к конечному производителю?
9. каким образом представить имеющиеся недостатки как достоинства марки?
10. какие дополнительные функции может выполнять данный товар?

Результатом использования списков может быть целый спектр маркетинговых решений, оригинальных рекламных идей или переосмысление проблемы и формулирование ее с других позиций с целью дальнейшего поиска решений.