

Теория решения изобретательских задач

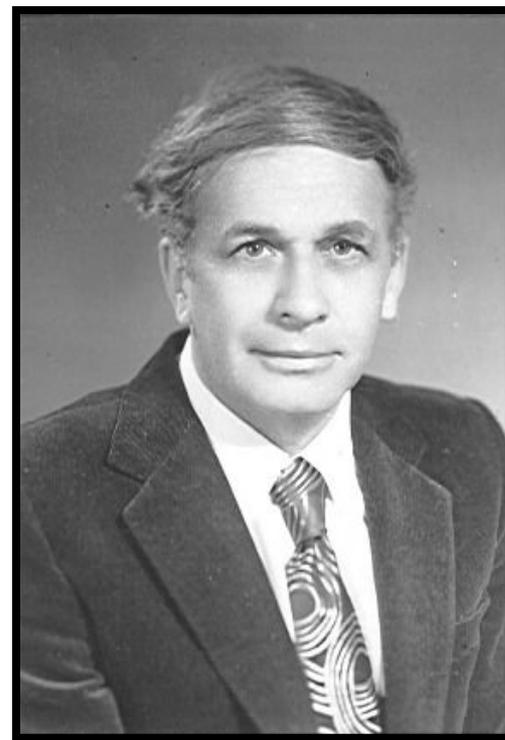
Козлитина Татьяна
Алыев Мухаммет
Нелюбина Анастасия
11690

Определение

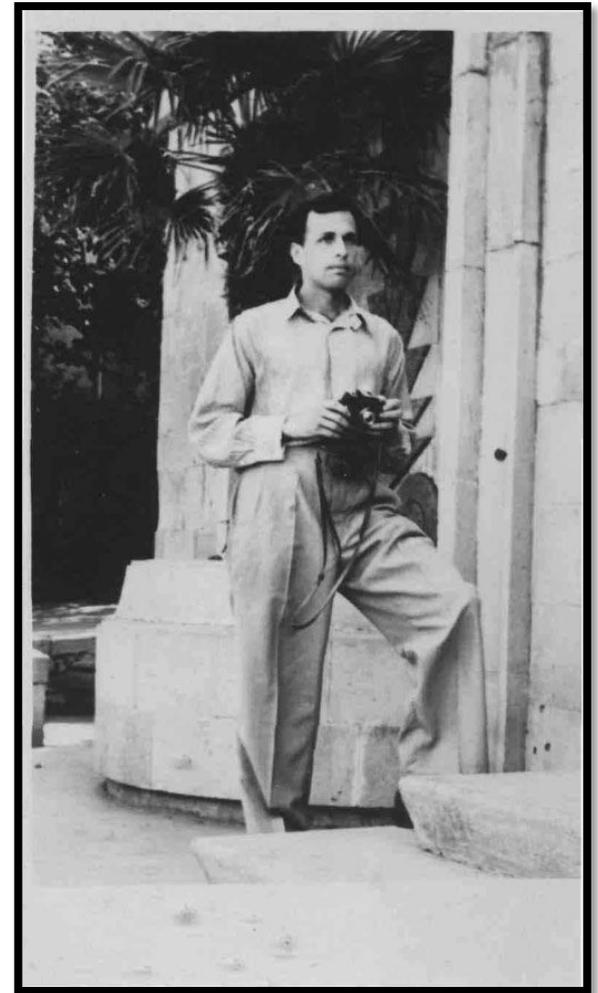
Теория решения изобретательских задач — область знаний, исследующая механизмы развития технических систем с целью создания практических методов решения изобретательских задач. ТРИЗ была начата Г.С. Альтшуллером и его коллегами в 1946 году. Первая публикация - в 1956 году



Советский инженер-патентовед,
изобретатель, писатель и учёный
Генрих Альтшуллер был убеждён
в возможности выявить из опыта
предшественников устойчиво
повторяющиеся приёмы
успешных изобретений и
возможности обучить этой
технике всех заинтересованных и
способных к обучению



С этой целью было проведено исследование более 40 тыс. свидетельств и патентов и на основе выявленных закономерностей развития технических систем и приёмов изобретательства разработана Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ), знаменем которой стал призыв превратить искусство изобретательства в точную науку



Это технология творчества, основанная на идее о том, что «изобретательское творчество связано с изменением техники, развивающейся по определённым законам» и что «создание новых средств труда должно, независимо от субъективного к этому отношения, подчиняться объективным закономерностям»



Цель ТРИЗ

Появление ТРИЗ было вызвано потребностью ускорить изобретательский процесс, исключив из него элементы случайности: внезапное и непредсказуемое озарение, слепой перебор и отбрасывание вариантов, зависимость от настроения и т. п. Кроме того, целью ТРИЗ является улучшение качества и увеличение уровня изобретений за счёт снятия психологической инерции и усиления творческого воображения

Функции ТРИЗ

Основные функции и области применения ТРИЗ:

- решение изобретательских задач любой сложности и направленности
- совершенствование коллективов (в том числе творческих) по направлению к их идеалу (когда задачи выполняются, но на это не требуется никаких затрат)

- прогнозирование развития технических систем
- пробуждение, тренировка и грамотное использование природных способностей человека в изобретательской деятельности (прежде всего образного воображения и системного мышления)



ТРИЗ не является строгой научной теорией. ТРИЗ представляет собой обобщённый опыт изобретательства и изучения законов развития науки и техники

В результате своего развития ТРИЗ вышла за рамки решения изобретательских задач в технической области, и сегодня используется также в нетехнических областях (бизнес, искусство, литература, педагогика, политика, реклама и др.)

Среди наиболее известных последователей ТРИЗ, активно внедряющих ее в рекламную деятельность, следует назвать **И. Л. Викентьева и специалистов, объединившихся в "Систему "ТРИЗ-ШАНС"**.

Основными исходными посылками этой технологии являются «принятие решений, интуиция, творческие озарения, с одной стороны, и шаблонность мышления, неприятие нового — с другой, реализуются на основе единого психофизиологического механизма: принципа доминанты, открытого А. А. Ухтомским».

Другими основными категориями ТРИЗ являются «инерция мышления», «ресурс», «свертка», «согласование» и «рассогласование», «противоречие», «идеальный конечный результат» и др.¹

¹ Ромат Е.В., Реклама 5-е изд.-СПб.:Питер, 2002.-544с.

Один из оппонентов этой технологии, А. Ульяновский, замечает: «Ярким отечественным проявлением технического подхода стала и адаптация теории решения изобретательских задач к нуждам рекламы — в работах последователей ТРИЗ. В ТРИЗ человек описывается как движимый жесткими программами (стереотипами со знаками + и —) механизм. Производя алгебраические операции над стереотипами и сообщениями — складывая (усиливая) и вычитая (ослабляя) их — можно управлять поведением потребителя.

Освоение метода — длительная и упорная практика, требующая от исследователя способности к креативному мышлению. Успех случайной находки новой идеи сменится целенаправленным поиском в рамках определенного алгоритма и даст превосходные результаты. Самым сложным для освоения методом поиска новых идей, но и самым продуктивным, является теория решения изобретательских задач, основу которой составляет системный взгляд на явление, а поиск новой идеи формулируется в форме задачи, решение которой заключается в разрешении противоречий.

Пример.

Усовершенствование рекламы по принципу «идея – экспертная оценка».

Цель: Усовершенствование рекламы по принципу «идея – экспертная оценка».

- С помощью программы «ТРИЗ» в течении 15 минут было предложено 7 решений.

EXPO: 1001 Рекламосистель. Демо. Постановка задачи

Файл Настройки ? Инструкция Дополнительные возможности

Объекты	Время / Место								
	до выставки	у павильона	внутри павильона	в проходе к стенду	на стенде	работа с Клиентом	на выходе	после выставки	анализ выставки
Фирма-экспонент									
Стенд									
Детали стенда									
ФСт сотрудников									
Товарный знак									
Товар/Услуга									
Выставка в целом									
Элемент выставки									
ФСт организаторов									

Трудоёмкость	Стоимость рекламосистеля				
	Очень дешево...	Дешево	Средне	Дорого	Очень дорого
Одно дейс...					
Несколько...					
Надо поду...					
Нужна под...					
Нужен кре...					

Категории Клиентов	Число Клиентов									
	1	5	10	25	50	100	1000	10 000	100 ...	>100...
Массо...										
VIP-нес...										
Журна...										
Профе...										
Стенди...										
VIP-спе...										
Наш со...										
НЕЦел...										

Исходное отношение Клиентов (Стереотип)

(-) отрицател... (-0) скорее от... (0) безразличн... (0+) как к знак... (+) положител...

Площадь экспозиции							
0 м	2-4 м	4-6 м	6-10 м	10-20 м	20-50 м	50-100 м	2-3 эт... выста...

Комментарии

Основные параметры этой таблицы:

- Время и место контакта Клиента с выставкой;
- Интересующие нас в данной задаче Объекты выставки и/или стенда.

Пользователь мышкой выделяет область Времени и Объектов решаемой задачи.

Пояснения:

НАЙТИ РЕКЛАМОСИСТЕЛИ →

№	Идея	Решение эксперта
1	Смена цветовой гаммы	Возможно.
2	Смена текстуры бумаги	Соответственно поднимает цену листовки
3	Добавить мужскую фигуру	Логично – для подтверждения выражения «Для Вашей семьи». Для этого также необходимы дополнительные затраты. При условии, что магазин располагает хорошим выбором мужской одежды.
4	Изменить форму на более интересную.	Быстро оторвутся выступающие детали, например, если это будет в форме какой-либо одежды.
5	Добавить режим работы магазина	Удобно для потенциальных покупателей
6	Надпись «подл. обяз. сертификации» вывести полностью	Возможно для лучшего восприятия информации. Но на листовке мало места.
7	В поле «скидка 2%» обозначить, что скидка предоставляется при предъявлении листовки.	Необходимо удобства потенциальных покупателей, может быть выполнено лишь едва заметным шрифтом.

- **Вывод: При использовании всех полученных решений возможно некоторое улучшение данной рекламы.**

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!!!**