

## СРАВНЕНИЕ МЕТОДА SWOT-АНАЛИЗА С МЕТОДОМ ШЕСТИ ШЛЯП МЫШЛЕНИЯ

*Вердиев Н.Д., доц.*

*Азербайджанский технологический университет,*

*г. Гянджа, Азербайджанская Республика*

*Реферат. Метод шесть шляп мышления предусматривает формирование способности одновременного (параллельного, латерального) мышления в нескольких направлениях, разделения проблемы на отдельные части и подхода к решению под разными углами зрения. Этот метод рассчитан на создание креативных идей. Используемый в теории маркетинга и менеджмента метод SWOT-анализа также предусматривает решение проблемы, разбирая ситуацию или объект на части. В какой-то мере схожие параллельные качества объединяют оба метода. В статье указываются схожие и отличительные свойства обоих методов.*

Ключевые слова: SWOT-анализ, креативность, латеральное мышление, Эдвард де Боно, шляпа, маркетинг, менеджмент, возможности, угрозы, метод, инновация.

Креативность это творчество, которое идет на помощь в политике [8], науке, образовании [2-7;9;12], экономике [10;11], в быту и социальной жизни. В любой сфере деятельности нахождение путей разрешения из сложившейся ситуации или проблемы нетрадиционными творческими идеями создает чувства гордости, радости и восторга. Источником возникновения этих чувств является гибкая креативная способность мышления человека. Способность нахождения совершенно нового, порой внезапного способа разрешения проблемы по сравнению с традиционными путями называется креативность. Дело в том, что сама креативность создается разработкой различных подходов и правил, т.е. это понятие, не возникающее само по себе. Креативность создается в результате ассоциаций различных, порой логически никак не связанных между собой предметов, ситуаций, слов и словосочетаний.

В мировой науке известны большое количество методов креативности [15]. Метод шести шляп мышления была разработана лауреатом Нобелевской премии, английским психологом Эдвардом де Боно, и успешно применялся в деятельности известных фирм. Основу предлагаемого метода составляет многостороннее мышление человека, т.е. каждый человек, применяя различные подходы, может прийти к альтернативным решениям. Для переноса человека из одного состояния в другое автор использует шляпы, и обосновывает свою мысль тем, что надевая шляпу, человек заставляет себя думать так, что символизирует цвет.

Известно, что актер, играющий роль в театре, чувствует себя в ней. Точно так же, шляпа заставляет человека сыграть такую роль. Но перед тем, как надевать шляпу, человек психологически готовится к нему. В сущности, этот метод служит параллельному мышлению человека. Параллельное мышление именуется автором как латеральное мышление. Отмечается, что человек, обращающийся к латеральному мышлению, решает проблему, разбивая ее на части, и когда это действие начинает давать свои результаты, возникает эффект внезапного озарения. Человек, так или иначе, целенаправленно думая может прийти к решению данной проблемы, но для этого потребуются значительное время. На самом деле этот метод служит к оживлению спящего мышления, и здесь допускается выдвижение любой, необычной, «сумасшедшей» идеи. Это значит, что человек решая проблему с самим собой, может изобретать альтернативные пути решения. Параллельное мышление ориентировано на нахождение разных точек зрения. Этот метод может использоваться и коллективно.

Итак, сущность метода шести шляп мышления сводится к следующему. В решении проблемы используются шесть разноцветных шляп. Создавая различные ассоциации, воображения и точки зрения, шляпы создают разные мысли. Шляпы служат условным рефлексом. Используемые цвета шляп - это белый, красный, черный, желтый, зеленый, синий.

Белая шляпа – это цвет холодного снега, выражает объективную информацию, цифры, факты [1]. Здесь не может идти речь о какой-либо эмоции и оценке. В белой шляпе «варятся» только факты, информация, статистика и вопросы. Кстати, во время споров основную роль играют факты и цифры.

Красный цвет символизирует гнев, ярость, раздражение, интуицию, предчувствие, воображение, чувства и эмоции. Красная шляпа противоположна белой шляпе, она нужна только тогда, когда возникает необходимость выразить свои чувства в официальной обстановке [1]. Надевая красную шляпу человек не доказывает свои мысли, потому, что они эмоциональны.

Черная шляпа старается обосновать свою точку зрения против выдвинутой идеи, обращает внимание на недостатки, недоработки и слабые места в обсуждаемой проблеме, символизирует риск и опасность, не допускает эмоции, относится ко всему с подозрением, не дает идее дальнейшее развитие и деструктивна. Черная шляпа не указывает решение проблемы, она лишь указывает на ее существование. Ее ценность как раз таки заключается в этом качестве.

Желтая шляпа символизирует солнце, оптимизм, надежду, позитивное мышление, конструктивизм, обнаруживает положительные стороны в любом деле и логически их обосновывает. Мышление в желтой шляпе выдвигает конкретные предложения. Эффективность и действенность – вот основные задачи конструктивного мышления в желтой шляпе [1].

Зеленый цвет – цвет плодородия и роста. Зеленая шляпа призывает нас к творчеству, альтернативам, к новым идеям, побуждает смотреть на вещи нетрадиционно. Мышление в зеленой шляпе стремится отыскать новые пути развития. Основным назначением мышления является целенаправленный поиск альтернатив, а качество принимаемых решений зависит от их количества. Зеленая шляпа освобождает от стереотипов.

Синяя шляпа отражает глубину небосвода, организацию процесса обсуждения, управления выводами других шляп мышления. Синяя шляпа наблюдает за событиями, указывает путь, указывает цель, контролирует течение и качество мыслей, предотвращает хаос, направляет ход дискуссий в нужное русло, служит проведению обобщения. Она характеризует всеобъемлющий и самоконтроль, программирование действий. Назначение синей шляпы – это выбор наиболее подходящего, лучшего из числа альтернативных решений. На каждом собрании председатель по долгу службы автоматически берет на себя роль человека в синей шляпе. Он следит за порядком в рядах присутствующих и несет ответственность за соблюдение повестки дня [1].

Цель метода шести мыслящих шляп – разделение мыслей на шесть частей и обеспечение обращения к каждой из них по отдельности в любое время. Метод предусматривает ведение конструктивного взгляда на проведенные дискуссии.

В справочнике [13] указываются около 150 методов, которые применяются в экономике, маркетинге и менеджменте. Одним из этих методов является SWOT-анализ. Какое же сходство существует между методом SWOT-анализа и методом шести шляп мышления?

Аббревиатура SWOT означает: strengths – сильные стороны, weaknesses – слабые стороны, opportunities - возможности, threats - угрозы.

Возможности – это события и положительные изменения во внешней среде, которые могут увеличивать прибыль и объем продаж товаров. Например, снижение налогов, увеличение доходов населения и предприятий, ослабление позиций конкурентов, развитие интеграционных процессов и др. факторы являются возможностями с точки зрения маркетинга [14]. Этот этап SWOT-анализа соответствует или совпадает с функцией желтой шляпы.

Угрозы – это события и негативные изменения во внешней среде, которые могут привести к потере части прибыли или объема продаж, если фирма своевременно не отреагирует на них. Обычно это проявляет себя в виде снижения доходов населения и предприятий, обострения конкуренции, неблагоприятных демографических изменений, ужесточении государственного регулирования и т.п. Этот этап SWOT-анализа составляет сходство с функцией черной шляпы.

SWOT-анализ можно провести в пять этапов. В первом этапе изучаются сильные стороны предприятия, например, наличие патента на выпускаемую продукцию, цены на них, прогрессивность применяемых технологий, профессиональность кадров, сроки

эксплуатации основных производственных фондов, уровень инфраструктуры и т.д. Во втором этапе обращают внимание на слабые стороны предприятия, например, нет четкого стратегического направления развития, преобладают устаревшие оборудования, существует низкая прибыльность, нет управленческого умения и способности, ограниченный ассортимент продукции, неудовлетворительная организация маркетинговой деятельности, наличие высокой себестоимости продукции по сравнению с конкурентами и т.д. Первый и второй этапы SWOT-анализа приравниваются к роли белой шляпы, т.е. выполняется краткий обзор существующего положения дел. На третьем этапе анализа изучаются факторы макросреды (политические, экономические, технологические, рыночные и т.п.). Цель – прогнозирование стратегических и тактических возможностей и угроз для фирмы. Этот этап SWOT-анализа составляет аналогию ролям черной и желтой шляп. На четвертом этапе главными задачами являются как предотвратить угрозы, изучение стратегических и тактических возможностей для уменьшения слабых и увеличения сильных сторон предприятия. Этот этап тождествен деятельности зеленой шляпы. На последнем, пятом этапе SWOT-анализа проводятся работы по распределению сил и разделению труда, что приравнивается к деятельности синей шляпы.

Между методами существует две разницы. Первая разница – это количество этапов. Если каждый цвет шляпы условно воспримем за один этап, то в методе шести шляп мышления их количество равно шести, а при SWOT-анализе количество этапов равно пяти. Вторая разница в том, что присущая к красной шляпе эмоциональность отсутствует в SWOT-анализе, что логически свойствен природе анализа вообще.

#### Список использованных источников

1. Эдвард де Боно - Шесть шляп мышления. Питер; СПб.; 1997 - [www.e-puzzle.ru](http://www.e-puzzle.ru)
2. Наталья Фатеева. Управление вопросами. Метод 6 шляп мышления. - [http://tbsummit.stratoplan.ru/presentations/bus20\\_9.pptx](http://tbsummit.stratoplan.ru/presentations/bus20_9.pptx)
3. Педагогические технологии. Технология «Шесть шляп мышления» - [http://school47.coi.spb.ru/modern\\_pedagogical\\_technologies10.ppt](http://school47.coi.spb.ru/modern_pedagogical_technologies10.ppt)
4. Метод 6 шляп мышления Эдварда Де Боно – [http:// festival.1september.ru/articles/640158/pril1.ppt](http://festival.1september.ru/articles/640158/pril1.ppt)
5. Даньшина Н. П. Мастер-класс по методу Эдварда де Боно «Шесть шляп мышления» - [http:// it-n.ru/attachment.aspx?id=114397](http://it-n.ru/attachment.aspx?id=114397)
6. Техника креативности "6 шляп мышления" – <http://www.1000ideas.ru/article/kreativ/tekhniki-kreativnosti/6-shlyap-myshleniya/> -
7. Ременцова Наталия. Метод «шесть шляп мышления» Эдварда де Боно для развития навыков работы с информацией – <http://www.trizway.com/art/form/348.html>
8. Методический приём «Шесть Шляп Мышления. Роль СМИ в политической жизни общества - <http://podelise.ru/docs/index-520942.html>
9. Секрет шести думающих шляп - <http://shard-copywriting.ru/copywriting-secrets/six-thinking-hats-in-text-creation>
10. 21 пример продающих заголовков по методу 6 шляп – <http://yagla.ru/blog/marketing/21-primer-prodayushchih-zagolovkov-po-metodu-6-shlyap/> -
11. Примеры использования метода шести шляп - <http://4brain.ru>
12. Эффект Моцарта.урок. Приём 6 шляп. Критическое мышление на уроке музыки - <http://www.proshkolu.ru/user/lyubow5906685/file/2196252/> -
13. Профессиональный справочник «Креативные и аналитические методы создания инноваций» - <http://www.inventech.ru>
14. Verdiyev N.D. Marketinqin idarə edilməsi. Dərs vəsaiti. Gəncə, 2012.
15. Методы творческого решения проблем и активизации творчества - [www.geniusrevive.com/ru](http://www.geniusrevive.com/ru)