

## СИНЕКТИКА ЯК МЕТОД АКТИВІЗАЦІЇ ТВОРЧОГО МИСЛЕННЯ ПЕРСОНАЛУ

© 2014 ЯСТРЕМСЬКА О. М., СИВАШ Ю. М.

УДК 005.573

**Ястремська О. М., Сиваш Ю. М. Синектика як метод активізації творчого мислення персоналу**

Мета статті полягає в дослідженні синектики як методу активізації творчого мислення персоналу, розкритті особливостей даного методу. З'ясовано, що в процесі синектики доцільно використовувати три загальних типи дій: «гру» зі словами та дефініціями, «гру» з запереченням будь-якого ключового закону, стандарту, наукового поняття та «гру» з метафорою. Визначено основний інструмент синектики – аналогію та її різновиди: пряму, особисту, символічну та фантастичну. Запропоновано приблизні етапи синектики та визначено переважність ірраціонального характеру цього методу, відсутність логіки та необхідність відмови від тріади «раціональність – серйозність – солідність». Сформовано вимоги до синектора: широкий світогляд, лідерські та організаційські якості, знання психології. Також сформовано вимоги і до учасників синектичного колективу. Визначено характеристики (тип інтелекту, емоційність, вік) та їх співвідношення, якими повинні володіти учасники подібної групи, які сприятимуть максимізації її креативності. Для побудови синектичного колективу найбільш доцільно класифікувати «новаторів» згідно з сімома видами інтелекту: лінгвістичний, логічно-математичний, просторовий, тілесно-кінестетичний, музичний, інтраперсональний, інтерперсональний. Визначено, що до синектичного колективу в першу чергу повинен бути включений експерт у конкретній галузі знань, в якій проводиться дослідження. Він, залежно від ситуації, може грати роль «енциклопедії» або «критика», а також повинен виступати в ролі «перекладача». Обґрунтовано актуальність і необхідність використання синектики у процесі створення інновацій, пошуку рішень через прояв у цьому методі ефекту синергії завдяки різноплановості складу його учасників.

**Ключові слова:** творчість, креативність, синектика, аналогія, синектичний колектив, синергія

**Табл.: 1. Бібл.: 11.**

**Ястремська Олена Миколаївна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри, кафедра економіки, організації та планування діяльності підприємства, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

**Email:** yastr@inbox.ru

**Сиваш Юлія Миколаївна** – магістрант, кафедра економіки, організації і планування діяльності підприємств, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

**Email:** yulia.sivash@gmail.com

УДК 005.573

UDC 005.573

**Ястремская Е. Н., Сиваш Ю. Н. Синектика как метод активизации творческого мышления персонала**

**Iastremska O. M., Sivash Y. M. Synectics as a Method of Enhancing Creative Thinking of Staff**

Цель статьи заключается в исследовании синектики как метода активизации творческого мышления персонала, раскрытии особенностей данного метода. Выяснено, что в процессе синектики целесообразно использовать три общих типа действий: «игру» со словами и дефинициями, «игру» с отрицанием любого ключевого закона, стандарта, научного понятия и «игру» с метафорой. Определены основные инструменты синектики – аналогия и ее разновидности: прямая, личная, символическая и фантастическая. Предложены примерные этапы синектики, и определена преимущественность иррационального характера этого метода, отсутствие логики, и необходимость отказа от триады «рациональность – серьезность – солидность». Сформированы требования к синектору: широкое мировоззрение, лидерские и организаторские качества, знание психологии. Также сформированы требования и к участникам синектического коллектива. Определены характеристики (тип интеллекта, эмоциональность, возраст), их соотношение, которыми должны обладать участники подобной группы, способствующие максимизации ее креативности. При построении синектического коллектива наиболее целесообразно классифицировать «новаторов» согласно семи видам интеллекта: лингвистический, логически-математический, пространственный, телесно-кинестетический, музыкальный, интраперсональный, интерперсональный. Определено, что в синектический коллектив в первую очередь должен быть включен эксперт в конкретной области знаний, в которой проводится исследование. Он, в зависимости от ситуации, может играть роль «энциклопедии» или «критика», а также должен выступать в роли «переводчика». Обоснованы актуальность и необходимость использования синектики в процессе создания инноваций, поиска решений через проявление в этом методе эффекта синергии, что обеспечивается разноплановостью состава его участников.

**Ключевые слова:** творчество, креативность, синектика, аналогия, синектический коллектив, синергия

**Табл.: 1. Библ.: 11.**

The purpose of the article is to study synectics as a method of enhancing creative thinking staff, revealing features of this method. Found that in the process synectics advisable to use three general types of actions: the «game» with words and definitions, the «game» with the denial of any key laws, standards, scientific concepts and the «game» metaphor. A core tool synectics – analogy and its variants: direct, personal, symbolic and fantastic. Synectics offered exemplary steps and is determined mainly by the irrational nature of this method, the lack of logic, and the need to abandon the triad «rationality – seriousness – solidity». Requirements were formed: broad outlook, leadership and organizational skills, knowledge of psychology. Requirements and also formed the participants of a synectic team. The characteristics (type of intelligence, emotion, age), their ratio, which members of such a group should have, contributing to maximizing its creativity. When building a synectic team it is most useful to classify the «innovators» according to the seven types of intelligence: linguistic, logical-mathematical, spatial, bodily-kinesthetic, musical, interpersonal. Synectic team should first be enabled by the expert in a particular field of knowledge, which conducted the study. He, depending on the situation, can play the role of «encyclopedia» or «criticism» and should act as a «translator». Reasonable and needed the usage of the process of creating synectics innovation, finding solutions through the manifestation of this method synergies that provided versatility of its participants.

**Key words:** creation, creativity, synectics analogy, synectic team synergy

**Tabl.: 1. Bibl.: 11.**

**Iastremska Olena M.** – Doctor of Science (Economics), Professor, Head of the Department, Department of Economy, Organization and Planning of Activity of the Enterprise, Kharkiv National University of Economics named after S. Kuznets (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

**Email:** yastr@inbox.ru

**Ястремская Елена Николаевна** – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой, кафедра экономики, организации и планирования деятельности предприятия, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнецца (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

**Email:** yastr@inbox.ru

**Сиваш Юлия Николаевна** – магистрант, кафедра экономики, организации и планирования деятельности предприятий, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнецца (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

**Email:** yulia.sivash@gmail.com

**Sivash Yulia M.** – Graduate Student, Department of Economics, organization and planning of enterprises, Kharkiv National University of Economics named after S. Kuznets (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

**Email:** yulia.sivash@gmail.com

**Вступ.** Як показує досвід розвинених країн, економічний розвиток суспільства в основному забезпечується на базі інновацій, що впроваджуються на всіх економічних рівнях, у тому числі й на мікро-. Тобто інновації у різних сферах діяльності суб'єктів господарювання формують їх конкурентні переваги на ринку. Тому перед власниками підприємств та менеджерами вищої ланки постає питання щодо створення та впровадження інновацій, сучасним носієм яких є персонал. Саме його творчий потенціал відіграє ключову роль в інноваційній діяльності підприємств. Рушійною силою у процесі створення інновацій є добре підготовлена та сформована креативна команда. У підборі та формуванні креативної команди повинен приймати участь психолог, якого доцільно запрошувати ззовні, або приймати у штат працівників підприємств, виходячи з їх цілей та специфіки діяльності, що дозволяє створити умови, які сприятимуть прояву креативності у процесі створення інновацій.

Питаннями формування, розвитку та застосування креативного підходу до створення інновацій займалися такі зарубіжні та вітчизняні науковці, як: В. Андреев, Ю. Бабанський, О. Бардадим, Л. Виготський, У. Гордон, А. Кудрявцев, Н. Кичук, Н. Кузьміна, А. Лук, Г. Назарова, С. Сисова, В. Цапок, М. Шевчук, О. Ястремська та інші. У науковій літературі приділено достатньо уваги вивченню сутності творчості та механізму мотивації до неї персоналу, але не достатньо повно досліджені методи активізації творчого мислення персоналу.

Мета статті полягає у визначенні можливості використання синектики як методу активізації творчого мислення персоналу у процесі інноваційної діяльності, його інструментів, етапів, особливостей.

Метод синектики виступає одним з неординарних способів генерації ідей, його застосовують для вирішення існуючих проблем, а також для пошуку нових ідей, що є основою інновацій. Ключовим моментом цього методу є використання аналогій, що існують в різних сферах і галузях для генерації нових ідей, їх розроблення та впровадження в інноваційні об'єкти та процеси. Синектика в перекладі з грецької означає «поєднання різнорідних елементів», навіть не сумісних, у процесі постановки і вирішення інноваційних завдань. Застосування методу синектики вимагає від його учасників серйозних вольових зусиль. Зазвичай інноваторам буває дуже складно змусити себе переступити через триаду «раціональність – серйозність – солідність» і зайнятися творчим розробленням та вирішенням проблем з використанням нетрадиційних аналогій і асоціацій.

Як зауважив У. Гордон [1, с. 123], синектику можливо застосувати у процесі створення інновацій, основні особливості цього методу полягають у такому:

- 1) творчі здібності мають латентний (прихований) характер, тому необхідно створювати умови, щоб вони проявились;
- 2) ірраціональний компонент необхідно вважати важливішим за раціональний;
- 3) творчі процеси окремої особистості і колективу аналогічні;
- 4) творчий процес можна не тільки пізнати, але і організувати.

Проте недоречно ототожнювати творчий процес особистості і колективу, оскільки механізм творчості окремої особистості більш складний, ніж творчий процес колективу, тому що крім механізмів, що підлягають координації, у творчій діяльності особистості присутні також інтуїція, натхнення, робота підсвідомості та деякі інші непередбачувані процеси. Нераціональна інформація, що є інформаційним підґрунтям синектики, є причиною прояву в пам'яті метафор, образів, але ще не чітко сформованих. Феномен осяяння («інсайту») проявляється досить часто в роботі добре підбраної, підготовленої групи, коли вона діє злагоджено, постійно фіксуючи виникаючі ідеї, уникаючи спроб відразу формулювати остаточно завершені ідеї, думки. Також варто відзначити, що на відміну від мозкового штурму, в синектиці дозволена критика, що робить її більш практично значущою у процесі інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, оскільки метою їх функціонування є економічна ефективність та конкурентоспроможність.

Як зазначає М. Шевчук [5, с. 112], у процесі застосування методу синектики інноваторам доцільно використовувати три загальних типа дій:

1. «Гра» зі словами та дефініціями, що являє собою перетворення проблеми, задачі в її визначення за допомогою узагальнюючого слова або вислову.
2. «Гра» із запереченням будь-якого ключового закону, стандарту, наукового поняття. При цьому підході синектичний колектив моделює ситуацію, в якій порушено один зі стереотипних законів і намагається відповісти на запитання: «Як цього можна домогтися в реалі?»
3. «Гра» з метафорою. Експериментування з метафорою – один з найпродуктивніших механізмів, коли потрібно знайоме зробити незнайомим, а незнайоме – знайомим. Сюди також відносять і механізми персоніфікації. При цьому необхідно

відповісти на питанням: «Як би себе почувала та чи інша річ, якби вона була людиною і яким чином реагувала? Як би я себе чув, якби був цією річчю (процесом)?».

Головною особливістю методу синектики є використання порівнянь і аналогій. У процесі використання синектики можливо застосовувати чотири типи аналогій [5, с. 113].

Пряма аналогія – це пошук будь-яких схожостей у природі, техніці чи інших сферах, які сприятимуть вирішенню завдань, поставлених перед інноваторами. Наприклад, прямою аналогією вирішується наступне завдання, поставлене перед синектичним колективом: необхідно знайти дах, який би сприяв збереженню в приміщенні тепла взимку і прохолоди влітку. На практиці синектичний колектив запропонував використати пряму аналогію з властивостями хамелеона, що полягає у створенні даху, який би змінював колір: влітку був білим, а взимку – чорним.

Символічна аналогія дозволяє висловити і визначити суть проблеми, використовуючи метафори і різноманітні порівняння, та полягає у виявленні парадоксів і конфліктів у звичних і зрозумілих фактах. Такий вид аналогії є цінним інструментом для виявлення «звичайного в незвичайному» і навпаки – «незвичайного у звичайному». Тобто він полягає в несподіваному визначенні інноваційного об'єкта одним чи кількома словами. Прикладом символічної аналогії, взятої за основу для створення портативного кондиціонера, може бути наступне: «повітряний фонтан», «освіжаюча швидкість», «твердий вітер», «настільний протяг», «електричний вітер», «тепла прохолода» тощо.

Особиста (емпатія) аналогія у синектиці передбачає уявлення інноватора предметом чи процесом, що розглядається й удосконалюється (його частиною або деталлю). Вона вимагає від учасників інноваційного процесу здат-

ності перевтілитися, вжитися в роль предмета, процесу, для цього необхідно володіти яскравою уявою. Головним завданням особистої аналогії є виявлення таких нюансів досліджуваної проблеми, які, в силу стереотипності людського мислення, не можуть бути побачені і відчуті за допомогою звичайних роздумів. Висловлювані аналогії можуть бути абсолютно безглуздими, але головне завдання інноваторів полягає у можливості відчуті і помітити нові грані і аспекти, що не сприймалися до цього часу, які неможливо побачити, використовуючи звичайну логіку. Наприклад, для того щоб створити новий матеріал, який би мав потрібні якості, інноватори повинні ідентифікувати себе з молекулами цього матеріалу і уявити свою поведінку та дії на їх місці.

Фантастична аналогія полягає в необхідності представити фантастичні засоби чи персонажі, які вирішують те, що потрібно за умовами розроблюваного інноваційного об'єкта. Для вирішення завдання щодо визначення кінцевого результату, синектичній групі доцільно використовувати казкові атрибути. Наприклад, пожежну драбину для високих будівель може замінити пристрій, який би володів якостями переміщення казкових вигаданих героїв.

Прямі і фантастичні аналогії повинні мати як реальний, так і нереальний характер, а особисті та символічні – емпативний і абстрактний. Однак не можна вважати фундаментальними ці чотири види аналогій, оскільки регулярна практика застосування методу синектики поступово розширює комплекс інструментів і дозволяє розробляти нові прийоми поглибленого вивчення та аналізу предметів і явищ, які можливо використати як інноваційні об'єкти.

Узагальнюючи праці науковців з питань синектики [7 – 9], запропоновано послідовність етапів синектичного процесу, яка наведена у табл. 1.

Таблиця 1

Етапи синектичного процесу

Назва етапу	Сутність
Постановка завдання, опис існуючої проблеми	Особливість цього етапу полягає в тому, що ніхто (крім керівника-синектора) з учасників синектичного колективу не посвячується в конкретні умови завдання і необхідний результат. Такий початок є необхідним, оскільки раннє визначення завдання не дозволить інноваторам відійти від звичного ходу думок і не дасть змогу абстрагуватись. Тому на першому етапі проблему (явище чи об'єкт) доцільно представити у загальному вигляді
Перетворення незнайомого на знайоме	Проблема поділяється на декілька частин і з незнайомої перетворюється на ряд більш простих завдань, що дозволяє відкривати раніше незнайомі деталі
Інформаційний обмін	Здійснюється інформаційний обмін між членами синектичного колективу, що дозволяє обміркувати завдання й систематизувати інформацію за проблемою з урахуванням результатів попереднього етапу
Безпосередньо творчий процес	Поглиблення знань щодо викладеної проблеми з використанням метафор, дефініцій, заперечень. Цей етап передбачає активізацію творчого мислення з використанням всіх видів аналогій
Об'єднання аналогій з проблемою	Пошук можливостей перенесення знайдених найбільш вдалих аналогій і образів та формування пропозицій для вирішення поставленого завдання. Проблема звільняється від своєї старої жорсткої форми. За допомогою сукупної точки зору усіх учасників синектичної групи формується ідея
Формування рішення і його практичне впровадження	Прийняття остаточного рішення і проведення науково-дослідних робіт. Важливим елементом етапу є критична перевірка ідей експертами та доведення її до практичного впровадження

За представленими у табл. 1 даними можна зробити висновок, що раціональність інноваційної ідеї притаманна синектичному процесу лише на заключних його етапах. У наведеній у табл. 1 послідовності етапів використання методу синектики, їх сутність представлена узагальнено, що спрощує розуміння й практичне застосування синектики в інноваційній діяльності.

Ключовою ланкою процесу синектики є особа, яка виконує головну роль у здійсненні цього процесу і доведений його до логічного завершення – синектора, який повинен мати такі характеристики та компетентності:

- організаторські та лідерські якості (переважно лідер експертного типу);
- розвинена фантазія;
- широкий світогляд;
- індивідуальний підхід до кожного з членів колективу, з урахуванням їх психотипів;
- здатність впливати на оточуючих;
- знання в різних сферах діяльності щодо спрямованості функціонування підприємства;
- вміння абстрагуватись від логічного сприйняття;
- нестереотипованість сприйняття нової інформації;
- балансування між раціональністю та ірраціональністю.

Використання методу синектики у практиці інноваційної діяльності дослідників у Франції довела, що сформовані особисті навички (організаторські, лідерські) зумовлюють успішність управління творчим колективом на 41 %, неординарність – 36 %, життєвий досвід – 10 %, компетентність – 8 %, авторитет – 4 %, зовнішні дані – 1 % [11].

Одним з головних завдань синектора є формування синектичного колективу, що, за думкою В. Прищепенко, повинно включати три фази [6].

Перша – відбір членів групи за допомогою спеціальних тестів, при цьому необхідно звернути увагу на наявність різноманітних знань, загальну ерудицію, досвід експериментальної діяльності і гнучкість мислення. До синектичного колективу краще за все відбирати людей різних професій і бажано з наявністю двох різнопланових спеціальностей, наприклад лікар-музикант, економіст-дизайнер тощо.

Група вчених Стенфордського дослідницького інституту, яка працює над маркетинговими дослідженнями цінностей і способу життя споживачів (VALS: values and lifestyles), створила класифікацію виконавців на основі їх первинної мотивації [4]. З поділом на «новаторів» (успішні, досвідчені лідери з високою самооцінкою та особистісним потенціалом) та «тих, хто виживає» (вузько сфокусовані, орієнтовані на задоволення потреб, а не бажань, з низьким особистісним потенціалом).

Новаторів, у свою чергу, запропоновано поділити залежно від первинної мотивації на: «філософів» (мотив – ідеали); «лідерів» (мотив – досягнення); «експериментаторів» (мотив – самовираження). На протипагу цим трьом типам, групу «тих, хто виживає» розподілено на «тих, хто приймає на віру»; «тих, хто намагається»; «тих, хто працює». Оскільки дана класифікація побудована з точки зору основних мотивів споживання, науковці [3, с. 11; 10] вважають її не придатною для безпосереднього використання при формуванні новаторського синектичного колективу.

Оскільки в інноваційній діяльності головну роль має інноваційна ідея, «новаторів» у синектичному колективі найбільш доцільно класифікувати згідно з сімома видами інтелекту, які описав Х. Гарднер [2]:

- 1) лінгвістичний інтелект, заснований на чутливості до глибини сутності слів і наявності високої вербальної пам'яті;
- 2) логічно-математичний інтелект – здатність досліджувати категорії, взаємовідносини і структури шляхом маніпулювання об'єктами, символами, поняттями;
- 3) просторовий інтелект – здатність сприймати і створювати зорово-просторові композиції, маніпулювати об'єктами в розумі;
- 4) тілесно-кінестетичний інтелект – здатність використовувати рухові навички у спорті, виконавському мистецтві, в ручній праці;
- 5) музичний інтелект – здатність виконувати, складати і сприймати емоційно музику;
- 6) інтраперсональний інтелект – здатність розуміти і пізнавати власні почуття;
- 7) інтерперсональний інтелект – здатність помічати і розрізняти темперамент оточуючих, мотиви і наміри інших людей.

Для побудови ефективного синектичного колективу необхідно, щоб до його складу входили особистості з різних видами інтелекту. Така різноманітність складу творчого колективу забезпечить різноманітність підходів і поглядів у синектичному процесі створення інновацій. Також при формуванні синектичного колективу доцільно враховувати емоційний тип учасників. Синергетичний ефект синектичного колективу буде забезпечуватись в тому разі, якщо за емоційним складом учасники будуть різними, навіть якщо дві особи матимуть схожий інтелект.

Обов'язковим є включення до складу групи експерта у конкретній галузі знань щодо проведення досліджень. Залежно від ситуації він може грати роль «енциклопедії», або «критика». У першій ролі він повинен працювати пасивно, тобто давати конкретні поради, відповідати на запитання членів групи. У режимі «критика» йому доцільно відразу ж виявляти й відкидати слабкі сторони висунутих ідей, концепцій, підходів. Експерт повинен виступати в ролі «перекладача», тобто багато працювати над адаптацією специфічної термінології своєї спеціальності в загальнодоступну і навпаки. При цьому експерт не повинен грати роль синектора групи. Проте у процесі висловлювання ідей серед учасників синектичного колективу можуть з'являтися тимчасові лідери, основне завдання яких полягає в активізації процесу і сприянні відмові від стереотипів мислення.

Також доцільно, щоб до складу синектичної групи входили інноватори різного віку, щоб забезпечити комплексне використання набутого ними досвіду.

Друга фаза створення синектичного колективу полягає у формуванні психологічно спрацьованої креативної команди за допомогою різноманітних тренінгів. У середньому навчання синектичних груп повинно тривати не менше одного року, що дозволить учасникам поступово звикнути до спільної роботи, перестати боятися критики, не ображатися, коли хтось відкидає їхні пропозиції.

Третя заключна фаза полягає у включенні групи до синектичного процесу створення інновацій.

Розвиток синектики доводить, що застосування методів активізації творчого мислення на підприємствах і використання у спеціальних підрозділах, які займаються безпосередньо інноваційною діяльністю (у відділах наукових досліджень, конструкторських, технологічних відділах) підвищує ймовірність успішної постановки завдань, створення нової продукції, техніки і технології, що забезпечується ефектом синергії його учасників.

**Висновок.** Оскільки нестандартні підходи до створення інновацій останнім часом набули суттєвої популярності, виникає об'єктивна необхідність уточнення їх сутності, особливостей та організації застосування. Тому авторами було проведено дослідження такого методу активізації творчого мислення як синектика. Визначена його відмінність від мозкового штурму – можливість критики. Головними інструментами синектики є порівняння та аналогії (прямі, особисті, символічні та фантастичні). Процес синектики не має чіткої послідовності етапів, тому авторами була запропонована узагальнена послідовність етапів його практичного застосування, а саме: постановка завдання, опис існуючої проблеми; перетворення незнайомого на знайоме; інформаційний обмін; безпосередньо творчий процес; об'єднання аналогій з проблемою; формування рішення і його практичне впровадження. Характерною особливістю методу синектики є його ірраціональний характер, раціональність ідей з'являється лише на заключних етапах синектичного процесу.

Синектор – безпосередній керівник синектичного процесу – має бути безумовним лідером та досвідченим організатором, володіти знаннями з різних областей та психологічними навичками. Синектичний колектив має складатись з різнопланових особистостей, різних за інтелектом та емоційними типами. Формування творчого синектичного колективу є складним і тривалим процесом, проте його результативність забезпечить ефективність інноваційних процесів.

## ЛІТЕРАТУРА

- Gordon W. J. J. *Sinectics: The Development of Creative Capacity* / W. J. J. Gordon. – New York, 1961. – 180 с.
  - Gardner H. *Creativity lives and creative works: a synthetic scientific approach* / H. Gardner, R. Sternberg, T. Tardif. – Cambridge: Cambridge University Press, 1988. – P. 298 – 324.
  - Ястремська О. М. Мотивація креативності новаторів: монографія / О. М. Ястремська, О. І. Бардадим. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. – 212 с.
  - SRI Consulting Business Intelligence [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.sric-bi.com/VALS/innovators.shtml>
  - Шевчук М. О. Синектика як метод активізації творчого мислення студентів / М. О. Шевчук // Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Психолого-педагогічні науки. – 2012. – № 1. – С. 111 – 114.
  - Прищепенко В. В. Новаторы и новации / В. В. Прищепенко // ЭКО. Экономика и организация промышленного производства. – 2007. – № 1. – С. 186 – 191.
  - Никулина Т. Г. Синектика как инновационный метод обучения / Т. Г. Никулина // Традиции и новаторство в разви-
- тии лингвистической и методической мысли. – Самара: ПГСГА, 2010. – С. 175 – 179.
- Кудрявцев А. Маркетологи в поисках нового. Методы поддержки процесса новых идей. Синектика / А. Кудрявцев // Практический маркетинг. – 1999. – № 7 (29). – С. 1 – 5.
  - Назарова Г. В. Формування та розвиток людського капіталу корпоративних підприємств / Г. В. Назарова, Н. Л. Гавкалова, Н. С. Маркова. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2006. – 240 с.
  - Бардадим О. І. Спадкові та середовищні детермінанти мотивації креативності персоналу / О. І. Бардадим // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 2 (92). – С. 123 – 128.
  - Долгопол О. О. Організаторські уміння у моделі сучасного спеціаліста з менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uipa.kharkov.ua/sbornik/sbornik21.html>

## REFERENCES

- Bardadym, O. I. "Spadkovi ta seredovyshchni determinanty motyvatsii kreatyvnosti personalu" [Hereditary and environmental determinants of motivation of staff creativity]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 2 (92) (2009): 123-128.
- Dolhopol, O. O. "Orhanizatorski uminnia u modeli suchasnoho spetsialista z menedzhmentu" [Organizational skills in the model of modern management specialist]. <http://www.uipa.kharkov.ua/sbornik/sbornik21.html>
- Gordon, W. J. J. *Sinectics: The Development of Creative Capacity* New York, 1961.
- Gardner, H., Sternberg, R., and Tardif, T. *Creativity lives and creative works: a synthetic scientific approach* Cambridge: Cambridge University Press, 1988.
- Kudriavtsev, A. "Marketologi v poiskakh novogo. Metody podderzhki protsessu novykh idey. Sinektika" [Marketers are looking for a new. Methods of support for new ideas. Synectics]. *Prakticheskiy marketing*, no. 7 (29) (1999): 1-5.
- Nikulina, T. G. "Sinektika kak innovatsionnyy metod obucheniia" [Synectics as an innovative teaching method]. In *Traditsii i novatorstvo v razvitii lingvisticheskoy i metodicheskoy mysli*, 175-179. Samara: PGSGA, 2010.
- Nazarova, H. V., Havkalova, N. L., and Markova, N. S. *Formuvannia ta rozvytok liudskoho kapitalu korporatyvnykh pidpriemstv* [Formation and development of the human capital of undertakings]. Kharkiv: KhNEU, 2006.
- Prishchepenko, V. V. "Novatory i novatsii" [Innovators and innovations]. *EKO. Ekonomika i organizatsiia promyshlennogo proizvodstva*, no. 1 (2007): 186-191.
- Shevchuk, M. O. "Synektyka iak metod aktyvizatsii tvorchoho myslennia studentiv" [Synektyka as a method of activating the creative minds]. *Naukovi zapysky NDU im. M. Hoholia. Psykholohopedahohichni nauky*, no. 1 (2012): 111-114.
- "SRI Consulting Business Intelligence" <http://www.sric-bi.com/VALS/innovators.shtml>
- Jastremska, O. M., and Bardadym, O. I. *Motyvatsiia kreatyvnosti novatoriv* [Motivating creativity innovators]. Kharkiv: KhNEU, 2013.