

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА ФОКУСНОГО ОБЪЕКТА ДЛЯ ПОИСКА РЕШЕНИЙ РАЗВИТИЯ ОБЪЕКТОВ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ АГРОУСАДЬБЫ

Г.И. Волков, 4 курс

*Научный руководитель — Р.И. Бармуцкий, ст. преподаватель
Белорусский национальный технический университет*

Метод фокусных (фокальных) объектов — эвристический метод технического творчества. Этот метод был предложен в 1926 г. берлинским профессором Ф. Кунце, в 1953 г. усовершенствован американским психологом Ч. Вайтингом. Этот метод выделяется простотой и неограниченными возможностями поиска неординарных решений существующей проблемы. Благодаря используемому ассоциативному поиску и эвристическим свойствам случайности, метод позволяет взглянуть на существующее положение вещей по-новому. Метод фокусных объектов действенен при поиске нового применения существующего объекта, обнаружения его новых полезных свойств.

Для развития регионального туризма применение метода фокусного объекта может быть чрезвычайно эффективно. Благодаря простоте и универсальности метод легко применить на такие объекты. Более того, в силу генерации множества ассоциаций возможно нахождение решения проблемы и поиска путей развития объекта большим числом способов, из которых можно выбрать наиболее приемлемые. Путем последовательного перебора сгенерированных признаков и сопоставления их с рассматриваемым объектом открываются возможности изменить форму объекта, принцип действия, способ функционирования, позиционирование и другие характеристики.

В развитии регионального туризма большие надежды возлагаются на агро- и экотуризм. По официальным данным, сельский туризм развивается в Беларуси хорошими темпами: неизменно растет число агроусадьб, но тем не менее среди них довольно малое число успешных и известных, пользующихся спросом. Эта область является перспективной и подкреплена значительной поддержкой государства: президентский указ, освобождавший основателей агроусадьб от налогов, постановление Совмина, льготные кредиты «Белагропромбанка».

Рассмотрим алгоритм метода фокусных объектов (рис.1) на примере объекта «Агроусадьба» поэтапно и графически (рис. 2).

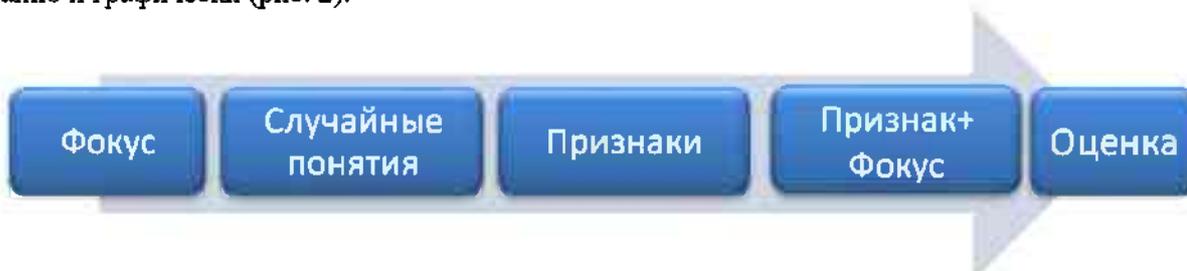


Рисунок 1 – Поэтапная схема метода фокусного объекта

Этапы метода фокусного объекта:

1. Определим фокус – ключевой объект, который содержит сущность проблемы. Т.к. проблема заключается в поиске новых путей развития объекта туризма, фокусом может быть его наименование. В конкретном рассматриваемом случае это слово «Агроусадьба».

2. Составление списка случайных наименований (понятий). Для этого полезно случайным образом отбирать понятия из книг, газет, словарей. Предпочтительно использовать слова отдаленно, а не тесно связанные с фокусным объектом, к которым можно оперативно подобрать более 4-х прилагательных. Это поможет расширить диапазон возможных решений. Для рассматриваемого объекта (агроусадьба) сгенерируем ряд из 10 различных слов: ансамбль, база, вечер, гармония, дерево, журнал, источник, лабиринт, пища, энергия.

3. Установление признаков понятий, выделенных на втором этапе. Третий этап предназначен для генерации случайных имен прилагательных, в связи с чем можно добавлять многогранные значения, характеризующие понятие из второго пункта с разных сторон. На этом этапе предпочтительно использовать слова из разных областей: техника, поэзия, фантастика. В случае поиска ре-

шений для объекта «Агроусадьба» составим такой список признаков: архитектурный, экскурсионный, длинный, красочный, лиственный, путевой, солнечный, растительный, здоровый, душевный.

4. Перенесение признака из третьего этапа на фокус и поиск по аналогии ассоциативных решений конкретной проблемы. Сгенерируем такие идеи: агроусадьба с красочным архитектурным ансамблем; путевой журнал агроусадьбы; агроусадьба с растительным лабиринтом из деревьев; агроусадьба, использующая солнечный (альтернативный) источник энергии; агроусадьба с меню, включающим здоровую пищу; вечера душевной гармонии в агроусадьбе; агроусадьба – экскурсионная база и т.д.

5. Оценка сгенерированных решений с точки зрения новизны, потенциала и возможности осуществления. Для сгенерированных идей можно найти практическое применение. Например, для агроусадоб полезным будет выпускать путевой журнал, описывающий маршруты для туристов, уклад жизни в усадьбе, интересные факты об усадьбе. Или можно привлечь туристов, создав растительный лабиринт из деревьев или вьющихся растений.

Понятие (существительное)	Фокус	Признак (прилагательное)
ансамбль	А Г Р О У С А Д Ь Б А	архитектурный
база		экскурсионный
вечер		длинный
гармония		красочный
дерево		лиственный
журнал		путевой
источник		солнечный
лабиринт		растительный
пища		здоровый
энергия		душевный

Рисунок 2 – Графическое представление метода фокусного объекта на примере туристического объекта «Агроусадьба»

В зависимости от целей, преследуемых исследователями туристических объектов в поисках их нового применения, путей развития или свойств, можно разнообразить метод следующими способами: использовать другие части речи: числительное, местоимение, наречие, предлог, союз, междометие и частица (например, числительное — четыре агроусадьбы; местоимение — ваша агроусадьба); создать компьютерную программу, поддерживающую процедуру случайного ассоциативного поиска слов, понятий, признаков.

Недостатки: непригодность при решении сложных задач, т.к. метод дает только простые сочетания, отсутствие правил отбора и внутренних критериев оценки получаемых идей.

Достоинства данного метода для развития регионального туризма: простота освоения и неограниченные возможности поиска новых подходов к проблеме, нешаблонность выдвигаемых идей, универсальность метода. Это полезно, особенно в тех случаях, когда на проблему долгое время смотрели однобоко, только с одной стороны, т.е. открываются возможности многовекторного поиска решений проблемы.

Список использованных источников

1. <http://greentravel.by> – Компания Green Travel, экотуризм и агротуризм.
2. Стратегический и оперативный маркетинг. Глубокий С.В., Зубрицкий А.Ф. – Минск, «ВУЗ-ЮНИТИ», 2003 г. – 240 с.