

ПРАКТИЧНЕ ВИКОРИСТАННЯ ТА ЗНАЧЕННЯ ДЕЛЬФІЙСЬКОГО МЕТОДУ У МАРКЕТИНГУ

студент гр. МКмс-32с Зарубіна В.В.

Методи експертних оцінок знайшли широке застосування у прогнозуванні. Ці методи застосовуються при розробці нових програм у галузях промисловості, схильних до сильного впливу нових відкриттів у фундаментальних науках. Одним з найефективніших методів є метод Делфі. Це один із методів колективної експертної оцінки, який передбачає проведення експертного опитування серед групи спеціалістів у кілька турів для вибору найкращого із рішень.

Метод Дельфі отримав свою назву із назви містечка Дельфі у Стародавній Греції, в якому жили оракули-провидці при храмі бога Аполлона. Слово головного оракула не підлягало сумніву та приймалося за істину. Метод Дельфі був розроблений у США співробітниками науково-дослідної корпорації «РЕНДкорпорейшн» О.Хелмером та Т. Гордоном та вперше застосований для вирішення деяких задач Міністерства оборони США в 1964 році. Метою застосування методу Дельфі є удосконалення групового підходу до вирішення завдання розробки прогнозу, оцінки за рахунок взаємної критики поглядів окремих спеціалістів, висловлюваних без безпосередніх контактів між ними та при збереженні анонімності думок чи аргументів на їх захист [1].

Цей метод успішно застосовується у маркетингу. Його використовують для того, щоб зробити експертне прогнозування шляхом організації системи збирання та математичної обробки експертних оцінок. Конференція ідей подібна до мозкового штурму, але відрізняється від нього темпом проведення нарад та дозволеною короткою доброзичливою критикою ідей у формі реплік і коментарів. При цьому стимулюється поєднання кількох пропозицій, фантазування, що сприяє підвищенню якості ідей. Всі висунуті ідеї занотуються у протоколи без указування їх авторів. До складу учасників конференції ідей включаються не лише висококваліфіковані фахівці, а й новачки, неспеціалісти – не zaangażовані і здатні висувати нові, неординарні підходи.

Метод Дельфі є найбільш формальним із усіх методів експертного прогнозування і найбільш часто використовується в технологічному прогнозуванні, дані якого використовуються потім у плануванні виробництва і збуту продукції. Це груповий метод при якому проводиться індивідуальне опитування групи експертів щодо їхніх припущень про майбутні події в різних областях, де очікуються нові відкриття або удосконалення. Опитування експертів проводиться в 3-4 тури, що складаються з серії анкет, питання конкретизуються від туру до туру. Для проведення цього методу необхідно також створити аналітичну групу, яка після кожного туру виробляє статистичну обробку отриманої інформації. Перш за все, аналітики визначають область бажаних кількісних значень об'єктів. Після такої перевірки проводиться черговий тур. Процедури, що використовуються при реалізації методу Дельфі, характеризуються трьома основними особливостями: анонімністю, регульованим зворотним зв'язком, тобто використанням результатів попереднього туру та статистичною обробкою результатів групової відповіді [2].

Застосування методу Дельфі можна проілюструвати на наступному прикладі: компанія, що займається морським нафтовим промислом хоче отримати інформацію про те, коли можна буде використовувати роботів замість водолазів для перевірки платформ під водою. Для початку прогнозування за цим методом компанія повинна увійти в контакт з рядом експертів. Ці експерти повинні бути представниками різних областей цієї галузі промисловості, включаючи водолазів, інженерно-технічних працівників з нафтових компаній, капітанів кораблів, інженерів з технічного обслуговування і конструкторів

роботів. Їм пояснюється, яка стоїть перед компанією задача, і кожного експерта запитують коли, на його думку, можна буде замінити водолазів роботами. Перші відповіді дадуть, ймовірно, дуже великий розкид даних, наприклад, від 2000 до 2050 року. Ці відповіді обробляються і повертаються експертам. При цьому кожного експерта просять переглянути свою оцінку в світлі відповідей інших експертів. Після повторення цієї процедури кілька разів, думки можуть зблизитися так, що 80% відповідей дасть строк від 2005 до 2015 року, що буде достатнім для цілей планування виробництва та реалізації роботів [3].

Отже, методи експертних оцінок відіграють важливу роль в економічних дослідженнях, особливо у проведенні стратегічного і функціонально-вартісного аналізу. Застосування цих методів дає змогу визначити, наприклад, обсяг і структуру споживання продуктів харчування, товарів чи послуг населенням за значним колом показників, тоді як застосування інших методів аналізу ускладнене через відсутність необхідної інформації.

1. Агафонов В.А. Аналіз стратегій і розробка комплексних програм / Агафонов В.А. – М.: Наука, 1997 р.

2. Математичні методи в плануванні галузей і підприємств / За ред. І.Г. Попова. – М.: Економіка, 1997 р.

3. Владимірова Л.П. Прогнозування та планування в умовах ринку: Навчальний посібник (друге видання) / Л.П. Владимірова. – М.: 2001 р.

Науковий керівник: асист. Сагер Л.Ю.

Зарубіна, В.В. Практичне використання та значення дельфійського методу у маркетингу [Текст] / В.В. Зарубіна; наук. кер. Л.Ю. Сагер // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 158-159.