

МЕТОДЫ КАЧЕСТВЕННОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СПРОСА В СИСТЕМАХ КЛАССА ERP

Качественные методы прогнозирования в ERP-системах базируются на выявлении факторов, которые определяют объемы продаж, спроса или сервисного обслуживания. Затем формируются суждения относительно вероятностей проявления этих факторов в будущем. Качественные методы являются основой для концептуальных алгоритмов обработки информации, при этом объем информации может быть значительным.

Проанализированы следующие основные качественные методы прогнозирования, зарекомендовавшие себя на практике.

1. Мозговой штурм. Рабочей группе предоставляется любая необходимая информация из базы данных (БД) предприятия и внешних БД. Участники группы создают индивидуальные прогнозы. Крайние прогнозы отбрасываются, а роль компромиссного выполняет прогноз, основанный на оставшихся индивидуальных прогнозах.

2. Метод Делфи. В этом методе участники анонимно отвечают на вопросы, получают информацию об ответах всех участников, а затем процесс повторяется вновь до достижения согласия.

3. Обзор деятельности по продажам. Оценка продаж в будущем по регионам получается здесь на основе оценок отдельных продавцов.

4. Анализ информации от покупателей. Оценки будущих продаж получают прямо от покупателей, а индивидуальные оценки сводятся воедино.

5. Исторические аналогии. Маркетинговые исследования, опросы, интервью, пробные продажи позволяют сформировать основу для проверки гипотез относительно поведения реального рынка.

В работе рассмотрены методология их реализации и прототипирования в системах класса ERP. Основным эффектом от реализации модулей прогнозирования спроса на основе качественных моделей в ERP-системах являлось:

- повышение объективности и качества результирующего прогноза в условиях комбинирования методов;
- сокращение сроков подготовки прогноза, обеспечиваемое эргономичным интерфейсом с использованием интерактивной графики;
- возможность осуществлять и контролировать процесс прогнозирования спроса на всех этапах.