

Студ. В. А. Вознищик
Науч. рук. ст. преп. А. А. Пузыревская
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ЭКСПЕРТНЫЕ МЕТОДЫ, ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОМ АНАЛИЗЕ

Методы экспертных оценок широко применяются при решении различных вопросов, в том числе и при оценке качества промышленной продукции. В этой ситуации в решении экономических задач все большую роль играет эксперт оценок. Можно выделить 2 уровня использования экспертных оценок:

- качественный
- количественный

На качественном уровне применение экспертных оценок не вызывает сомнения, то возможность применения количественных балльных оценок не редко подвергается критике, но на данный момент в управлении и маркетинге экспертные оценки являются единственным средством решения многих задач.

Методы экспертных оценок используются: для прогнозирования событий будущего при условии, если отсутствуют статистические данные или их недостаточно; для количественного измерения таких событий, для которых не существует других способов измерения. Но при этом методе казуальная структура неразрывно связана с личностью эксперта.

В ходе ССА совокупность экспертных методов можно условно распределить на три группы:

- Индивидуальные и коллективные (по степени охвата экспертизой).
- Без математической обработки и с применением математического аппарата (по характеру обработки)
- Традиционные и с применением ЭВМ (по уровню расчетов)
- Суть метода индивидуальных экспертных оценок основана на высказывании мнений экспертами независимо друг от друга.

Основные цели использования экспертных оценок:

- ✓ Прогнозирование характеристик рынка и направление их развития, определение целей и стратегий маркетинговой деятельности.
- ✓ Анализ и обобщение результатов, представленных другими экспертами.
- ✓ Составление сценариев

В этом случае, если работа выполнена одним экспертом, она может обобщить мнения многих людей и дать полезные исходные данные для анализа.

К числу групповых экспертных опросов относятся:

- Открытое обсуждение поставленных вопросов с последующим голосованием (открытое или закрытое обсуждение).

- Второй тип групповых экспертных оценок можно подразделить на 2 категории:

- Экспертный опрос (заполнение анкет одноразового и многократного заполнения).

Исходя из экспертных опросов выделяются следующие этапы:

1. Подбор экспертов и формирование экспертных групп.
2. Формирование вопросов и составление анкет
3. Формирование правил определение суммарных оценок на основе отдельных экспертов.
4. Работа с экспертами
5. Анализ и обработка экспертных оценок

Используя экспертные оценки, можно утверждать, что при решении проблем в условиях неопределенности мнение группы экспертов надежнее, чем мнение отдельного эксперта.

Для повышения достоверности оценок нужно проанализировать данные о расхождении экспертных оценок и сделать соответствующие переоценки компетентности экспертов (для эксперта здесь главное-степень его надежности). На этом основании считается, что чем чаще эксперт прав, тем выше его авторитет.

Но экспертные оценки имеют и свои недостатки:

- 1) Нет гарантий, что полученные оценки достоверны
- 2) Трудности в проявлении опроса экспертов и обработке полученных данных.

При нахождении оценок экспертным путем помимо погрешности, вносимой недостаток информации о событиях и недостаточно компетентностью экспертов, возможно и погрешность совсем иного рода, обусловленная заинтересованностью экспертов в результатах оценки, что обязательно скажется на их достоверности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг [и др.]. – 12-е изд. – М.: Вильямс, 2009. – 1072 с.
2. Голубков, Е. П. Основы маркетинга: учебник. – М.: Финпресс, 2006. – 656 с.