

Міністерство освіти та науки України
Національний університет харчових технологій

**Міжнародна наукова конференція,
присвячена 130-річчю
Національного університету
харчових технологій**

**«Нові ідеї в харчовій
науці – нові продукти
харчовій промисловості»**

13-17 жовтня 2014 року

Київ НУХТ 2014

Прогнозні дослідження обсягів збуту на основі методу експертних оцінок

І.О. Сінгаєвський, О.Ф. Крайнюченко

Національний університет харчових технологій

Прогнози місткості ринку й обсягів збуту є основою виробничого і фінансового планування ринкової діяльності підприємства.

На теперішній час існують численні (понад 100) кількості методів та прийомів складання прогнозів збуту, котрі вирізняються за ступенем об'єктивності і аналітичності процесу, загальним принципом дії, процедурою одержання параметрів прогнозної моделі, сферою застосування і науковою об'єктивністю. Проте слід зазначити, що широкого практичного застосування як основні знайшли лише близько 20 з них.

Одним із таких найбільш широковживаних є метод експертних оцінок, який ґрунтується на поєднанні глибоких наукових знань з інтуїтивним почуттям, творчою фантазією і уявленням спеціалістів, які мають значний професійний, науковий і практичний досвід.

Проте метод експертних опитувань має суттєвий недолік – суб'єктивний характер оцінки. Однак можливість застосування цього методу для вирішення поставлених завдань є доцільною за умови, що якість оцінювання та ступінь узгодженості думок експертів будуть високими.

Задля забезпечення належної якості підсумкових прогнозних результатів авторами запропоновано використання для розрахунку усередненої оцінки експертів натомість методу середньоарифметичного значення застосовувати метод медіан, за якого прогнозною величиною слугуватиме числове значення, що розташовується у середині числового ряду сформованого із експертних оцінок.

Також обов'язковою є перевірка достовірності експертних оцінок шляхом визначення узгодженості експертів, яку доцільно визначати за допомогою коефіцієнта конкордації, а у випадку, коли експерти оцінюють тільки один критерій (показник) можна обмежитись розрахунком лише коефіцієнта варіації.

Поліпшити результати прогнозу дозволяє і попереднє вивчення експертами статистичних даних обсягу продажів, а також використання поправочних коефіцієнтів стосовно їхніх оцінок у залежності від переконаності експерту підтвердженні складених ними прогнозів.

Література

1. Єріна А.М. Статистичне моделювання та прогнозування: Навч. посібник. / А. М. Єріна. – К.:КНЕУ, 2001.–170с.
2. Енциклопедія бізнесмена економіста менеджера / за ред. Р.С.Дяківа. – К.:Міжнародна економічна фундація, 2000.–704с.