

УДК 339.13

Бойко Н. – ст.гр. БМм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ

Науковий керівник: к.т.н., доцент Стойко І.І.

Інновація виникає як наслідок цілеспрямованого пошуку способу усунення певної проблеми. Формування ідеї розпочинається із побудови гіпотези – наукового припущення на основі прогнозування. Прогнозування – це напрям діяльності, який описує чого найбільш імовірно слід очікувати у майбутньому, можливі перспективи, вирішення проблем та визначає бажаний стан розвитку явища. Сукупність прийомів і способів мислення, які дають змогу на підставі аналізу ретроспективних, зовнішніх і внутрішніх даних зробити висновки про вірогідність можливого розвитку об'єкта називаються методами прогнозування. Розрізняють кількісні та якісні методи.

Кількісні методи застосовуються, коли діяльність організації в минулому мала тенденцію, яку можна розвинути в майбутньому, і за наявності достатньої інформації для виявлення статистично достовірних тенденцій або залежностей. До них відносять:

1) аналіз часових рядів, який заснований на припущенні, що події, які відбулися у минулому, дають змогу прогнозувати події у майбутньому. Такий метод використовує сучасні математичні методи та має обмежене застосування, через високий рівень мінливості. Використовується для оцінки попиту на товари і послуги, потреби в матеріальних запасах, прогнозування структури збуту, потреби в кадрах;

2) каузальне моделювання полягає у прогнозуванні того, що відбудеться в подібних ситуаціях, через дослідження статистичної залежності між досліджуваним фактором та іншими змінними. Він потребує складних математичних розрахунків і потужних інформаційно-обчислювальних систем і використовується для багатограних технічних зв'язків, зокрема для визначення їх надійності.

Якісні методи полягають у складанні прогнозів групами експертів. Основні із них це:

1) «Думка журі» - використовується для вирішення складних проблем стратегічного та тактичного характеру експертами, що працюють в релевантних сферах.

2) «Спільна думка працівників збуту» - використовується для створення нових або удосконалення існуючих продуктів широкого вжитку. Передбачає спостереження торгових агентів за поведінкою і запитамі споживачів, вивчає приховані потреби та оцінює обсяги майбутнього попиту.

3) «Модель очікування споживачів» базується на результатах опитування клієнтів організації щодо вимог до товару, який би вони хотіли придбати для задоволення своїх потреб. Використовується у сфері виробництва товарів промислового призначення, які виготовляються на замовлення клієнтів.

Застосування таких методів в інноваційному управлінні дає змогу оцінити тенденції зовнішнього середовища, визначити напрямки інноваційної діяльності і створити основу для розвитку бізнесу, зокрема розвиток товарів і послуг із сфери домашнього офісу, пропозиція продуктів для активного відпочинку, розширення ринку екологічно чистих продуктів, розвиток альтернативної медицини, езотерики. Розробку інноваційного продукту слід розпочинати не з питання «який товар я зможу запропонувати», а з пошуку способу розв'язання проблеми, що є важливою для споживачів.