

# ДЕЛЬФИЙСКИЙ МЕТОД

ЕНДОВИЦКАЯ КРИСТИНА,  
СТУДЕНТКА 1К МАГИСТРАТУРЫ,  
ГРУППА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ФИРМОЙ»

# ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

Метод Дельфи был разработан в 1950—1960 годы в США  
корпорацией RAND



# ОСНОВНАЯ ИДЕЯ

- ❑ **Цель метода - добиться максимального консенсуса при определении правильного решения**
- ❑ **Анализ с помощью дельфийского метода проводится в несколько этапов**
- ❑ **Базовый принцип метода - некоторое количество независимых экспертов лучше оценивает и предсказывает результат, чем структурированная группа личностей**
- ❑ **Особенности: заочность, анонимность, многоуровневость**

# СУБЪЕКТЫ МЕТОДА

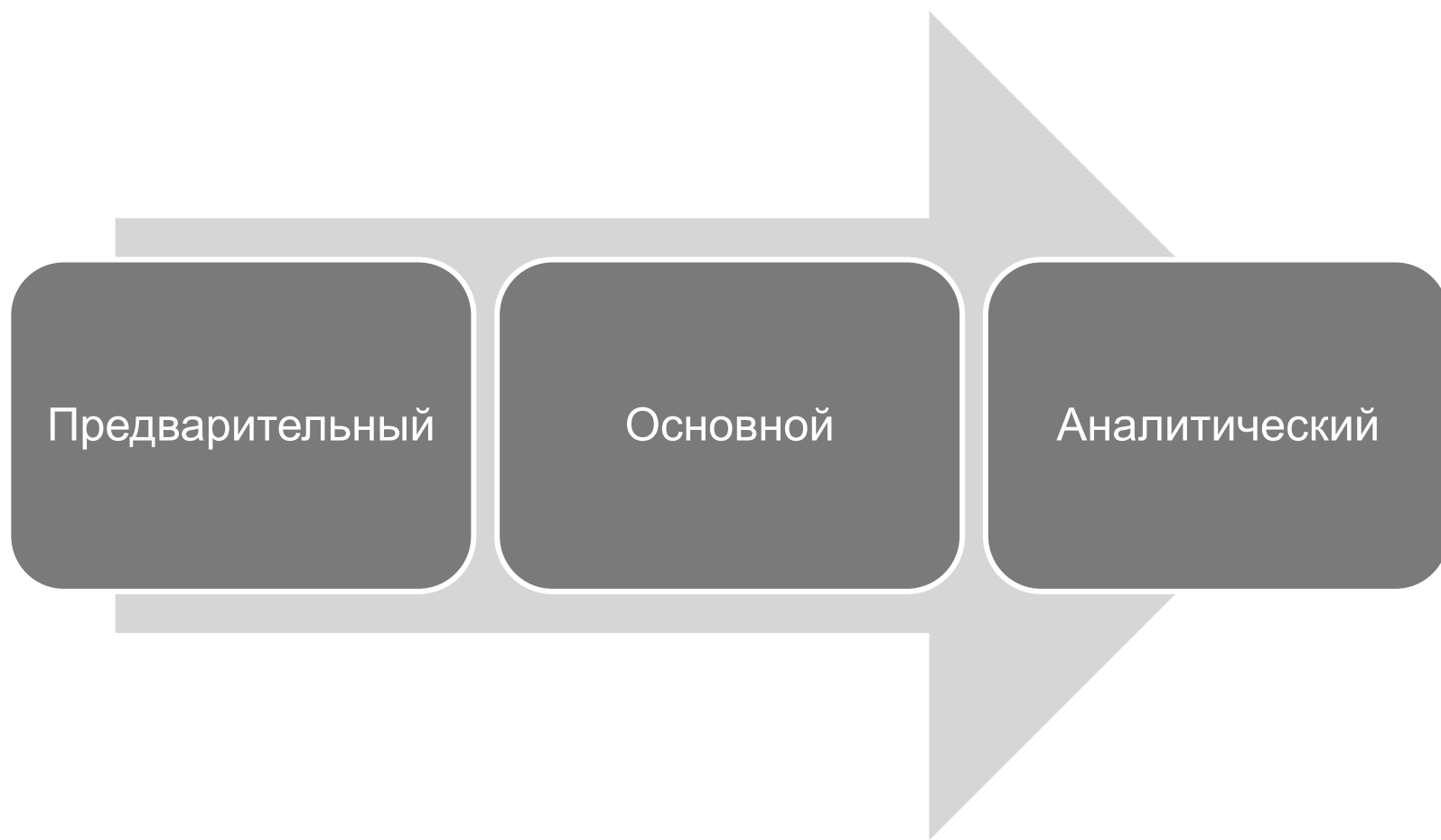
группы  
исследователей



организационная  
группа



# ЭТАПЫ МЕТОДА



# ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

Подбор группы  
экспертов не более  
20 человек



# ОСНОВНОЙ ЭТАП

Постановка проблемы



Разработка и тестирование вопросников первой стадии



Передача вопросников первой стадии



Анализ отзывов первой стадии



Подготовка вопросников второй стадии




Передача вопросников второй стадии



Анализ отзывов второй стадии

# АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЭТАП

проверка согласованности  
мнений экспертов



анализ полученных  
выводов



разработка конечных  
рекомендаций



Формирование  
рабочей группы

Выбор экспертов

Составление  
анкеты  
(опросного листа)

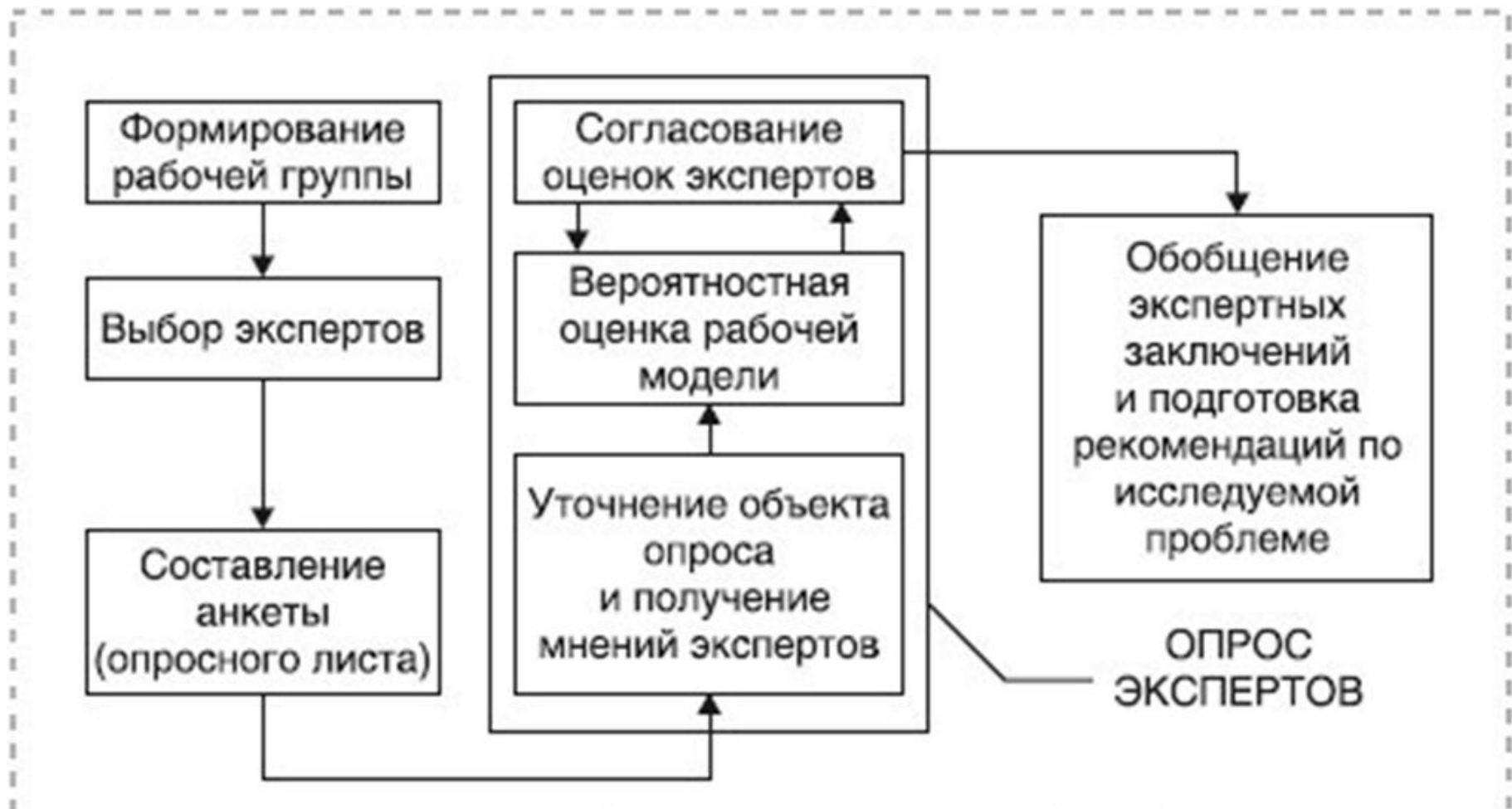
Согласование  
оценок экспертов

Вероятностная  
оценка рабочей  
модели

Уточнение объекта  
опроса  
и получение  
мнений экспертов

Обобщение  
экспертных  
заключений  
и подготовка  
рекомендаций по  
исследуемой  
проблеме

ОПРОС  
ЭКСПЕРТОВ



# ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ МЕТОДА

- Хорошо осведомленные личности, использующие свое понимание и опыт, лучше подготовлены к предсказанию будущих событий, чем теоретические подходы или экстраполяция тенденций
- Сложная проблема
- Принимающие участие специалисты не имеют никакой истории адекватной коммуникации
- Специалисты должны представлять многообразные профили с точки зрения опыта или компетентности
- Обмен идей на совещании невозможен или непрактичен
- Разногласия серьезные или политически неприятные

# ПРЕИМУЩЕСТВА

- Быстрое достижение консенсуса
- Участники могут находиться в любой точке мира
- Широкий охват компетенций
- Избежание группового мышления
- Прогнозирование конкретного, единичного события

# НЕДОСТАТКИ

- ❑ **Время проведения зависит от средств коммуникации экспертов**
- ❑ **Опрашиваемые должны уметь хорошо излагать свои мысли, так как данный метод основан на получении информации в письменной форме, в противном случае обработка затрудняется**
- ❑ **Анкетлируемые должны обладать высоким уровнем мотивации, так как отсутствует поощрение за заполнение анкет**
- ❑ **Успех метода зависит от качества участников**
- ❑ **Нужно следить за тем, чтобы:**
  - **не навязывались предубеждения или собственный взгляд ведущего форума**
  - **не игнорировались и достаточно полно исследовались разногласия**

# КРИТИКА

- ❑ **Беззащитность эксперта перед организационной группой - слишком большие полномочия**
- ❑ **Мнение большинства - не обязательно правильное; наиболее эффективные решения отбрасываются**
- ❑ **Не подходит для оперативного анализа.**
- ❑ **Возрастает конформизм экспертов - стремление попасть в большинство**
- ❑ **Возможность манипуляции экспертами организационной группой**

# МЕТОД СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

- ❑ Техника
- ❑ Футурология
- ❑ Бизнес

# ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА НА ПРАКТИКЕ

- Япония
- Франция
- Великобритания

# В РОССИИ

- ❑ долгое время аналитика была централизована
- ❑ высок конформизм экспертов
- ❑ нужны независимые аналитические структуры
- ❑ стратегический анализ мало востребован
- ❑ нет традиции проведения таких исследований



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**