



Министерство науки и высшего образования Российской
Федерации Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Московский государственный технический университет имени
Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет)»
(МГТУ им. Н.Э. Баумана)

ФАКУЛЬТЕТ Информатика и системы управления и искусственный интеллект

КАФЕДРА Системы обработки информации и управления

Письменная работа
По курсу
«Основы предпринимательства»
«Описать один из методов принятия пред-
принимательских решений»

Подготовил:

Студент группы

ИУ5-24Б Журавлев Н.В

11.03.2024

Проверила:

Шкодинский С.В.

2024 г.

Оглавление

| | |
|---|---|
| История возникновения и распространение метода Дельфи | 3 |
| Основная идея метода | 3 |
| Минусы | 5 |
| Заключение | 5 |

История возникновения и распространение метода Дельфи

Метод Дельфи был разработан в 1950-х годах американской корпорацией RAND в качестве инструмента для прогнозирования военных технологий и их потенциального влияния на оборонную политику. Название "Дельфи" происходит от древнегреческого оракула в Дельфах, что символизирует стремление к достижению истины через мудрость. С течением времени метод эволюционировал и нашел применение в различных областях, включая медицинские и научные исследования, бизнес-стратегию и образовательное планирование.

В современной России данный метод не получил такой актуальности и значимости как в других странах. Проблема заключается в том, что в России статистические центры слишком централизованы, нет независимых аналитических структур. Такой стратегический анализ мало востребован как таковой. Последняя проблема вытекает из того, что в нашей стране отсутствуют традиции проведения подобных анализов. Хотя для России формулирование целей и отработка методов отбора приоритетов государственной научно-технологической политики имеет особое значение. Первые попытки применения такого метода были в СССР еще в 70-х годах, когда составлялся комплексный прогноз научно-технического развития страны и мира. Основными ориентирами для них служили интересы оборонного сектора и партийного госаппарата.

Основная идея метода

Метод Дельфи имеет ряд преимуществ по сравнению с другими методами, основанными на статистической обработке результатов индивидуальных опросов. Он помогает уменьшить ошибки в совокупности индивидуальных ответов и ограничивает колебания внутри опрашиваемых групп. Это связано с тем, что люди часто имеют склонность отталкиваться от мнения других, вместо того чтобы отстаивать свою точку зрения. В организациях мнение более квалифицированных экспертов сильно влияет на групповую оценку при принятии управленческих решений. Присваивание чужого мнения может

происходить произвольно. Метод Дельфи был предложен для исключения группового влияния при принятии решений.

Следовательно, можно сделать вывод, что изолированные друг от друга эксперты или сотрудники организации лучше оценивают ситуацию и делают прогнозы, чем если эти люди объединены в одну группу. Такое изолирование людей позволяет избежать открытых обсуждений, споров между экспертами, так как мнения людей не всегда совпадает. Следовательно, это исключает групповое влияние, приводящее к подчинению мнению большинства.

Шаги метода включают в себя:

1. Озвучивание проблемы. Эксперты в начале должны разбить эту проблему на несколько вопросов. Затем аналитики отбирают из этих мелких вопросов самые популярные и из них кратко составляют опросник.
2. Отправка опросника. После того, как аналитики составили новый опросник, они отправляют его опять участникам. Эксперты еще раз просматривают вопросы, при необходимости дорабатывают их. Проверяют, достаточно ли информации получится в результате, нужно ли еще что-то добавить.
3. Ответы на новый опросник. Теперь каждый эксперт должен дать развернутый ответ на каждый вопрос в анкете. Придумать свой уникальный способ решения проблемы, прогнозировать риски и предположить возможные варианты развития, недостатки, а также прокомментировать ответы других участников. Задача аналитиков — отобрать похожие мнения и соединить их в один тезис. Если есть мнения, противоречащие друг другу, то они выносятся на обсуждения с экспертами. После чего, кто-то из участников может изменить свое мнение.
4. Подведение итогов. Процедура с опросником повторяется до тех пор, пока все участники не придут к единому выводу. Если же есть

расхождения во мнениях, то, скорее всего, это указывает на тонкости проблемы, которые до этого не были проработаны.

Примеры реального использования метода

Разработка продукта в IT-компаниях: IT-компания, сталкивающаяся с решением о направлениях разработки новых технологий, может использовать метод Дельфи для сбора мнений ведущих инженеров и аналитиков рынка. Это помогает компании определить, какие технологии будут наиболее востребованы в будущем.

Образовательные инициативы: Университеты могут задействовать метод Дельфи для совершенствования учебных программ. Собирая мнения профессоров, студентов и работодателей, учебные заведения могут адаптировать курсы, чтобы они отвечали текущим требованиям рынка труда и академической среды.

Медицинские исследования: В медицине метод Дельфи может применяться для определения приоритетов в исследовании новых лекарственных средств или терапевтических методов, объединяя мнения ведущих врачей, исследователей и пациентов.

Минусы

Метод имеет некоторые достаточно весомые минусы:

- Как правило, аналитики сразу же отбрасывают нестандартные решения, которые могут быть самыми удачными.
- Общественное мнение не всегда является верным.
- Слишком много времени затрачивается на организацию опроса.
- Организаторы имеют слишком большое влияние на участников.

Заключение

В целом, метод Дельфи представляет собой увлекательный инструмент для принятия управленческих решений, особенно для крупных компаний и исследовательских организаций. Этот метод, несомненно, обладает своими плюсами и минусами, которые уже были описаны в данной работе.