

image not found or type unknown



Экспертные методы (методы экспертных оценок) основаны на использовании знаний и интуиции специалистов-экспертов и предполагают сбор их мнений об объекте исследования.

Мнение экспертов очень важно, поскольку:

- они обладают более обширной и содержательной информацией о проблеме, товаре или услуге;
- на «узких», сильно дифференцированных, сегментированных рынках они составляют основную группу потребителей. На большинстве рынков продукции промышленного назначения эксперты являются одновременно и потребителями;
- зачастую они являются лидерами мнений, т.е. имеют возможность повлиять на широкие слои рядовых потребителей.

Метод экспертных оценок может быть востребован практически во всех видах маркетинговых исследований.

Экспертные методы исследований ориентированы на привлечение ограниченного числа специалистов-профессионалов. Метод опирается на субъективную оценку рынка, личную систему ценностей, опыт, логическое мышление и интуицию привлекаемого специалиста, поэтому результаты исследования в значительной степени зависят от уровня квалификации и личных характеристик эксперта. Следовательно, основной проблемой является подбор специалистов, обладающих равной квалификацией и другими характеристиками, которые могут представить их «качество».

При отборе экспертов рекомендуется обращать внимание на такие характеристики, как степень квалификации, опыт работы в определенной области, аналитический склад ума, широта и конструктивность мышления, способность решать творческие задачи, активность, самокритичность.

Отбор экспертов может опираться на следующие приемы.

1. Оценка опыта эксперта в данной предметной области (по объективным параметрам). Может выполняться как им самим, в виде самооценки, так и

организацией, привлекающей эксперта.

2. Оценка надежности эксперта по результатам его участия в предыдущих исследованиях.

3. Оценка эксперта независимыми специалистами.

4. Взаимное оценивание экспертов в группе (наименее предпочтительно, особенно при открытом взаимодействии экспертов).

Экспертные исследования могут основываться на методах сбора индивидуальных оценок или коллективного взаимодействия.

Индивидуальные экспертные методы предполагают индивидуальную работу эксперта, без взаимодействия с другими специалистами. В рамках этой группы можно упомянуть такие методы сбора информации, как интервьюирование эксперта, метод сценариев, метод аналитических записок и метод балльных оценок.

Коллективные экспертные методы предусматривают работу эксперта в команде. Эта группа предпочтительна с точки зрения достоверности и надежности результатов, но применяет более сложную процедуру сбора информации, предполагающую в той или иной мере согласование мнений экспертов. К тому же не всегда удается собрать необходимое количество экспертов, отвечающих нужным требованиям, поэтому могут использоваться и «заочные» обсуждения (например, номинальные группы).

Методы коллективных экспертных опросов можно классифицировать по форме обсуждения на открытые, закрытые и смешанные.

Открытая форма обсуждения предполагает личное взаимодействие экспертов при рассмотрении проблемы, при этом задача достижения консенсуса в ходе дискуссии не всегда является обязательной. Например, метод «комиссий», метод «мозгового штурма», метод «суда». Открытая форма обсуждения имеет определенные недостатки. Мнение наиболее авторитетного (или занимающего более высокое служебное положение) участника может оказать влияние на остальных; некоторые эксперты неохотно идут на публичные выступления, так как не готовы публично отказаться от своего мнения и пересматривать ранее сделанные оценки.

Закрытая форма обсуждения не предполагает личного контакта специалистов при рассмотрении проблемы, их заочное взаимодействие организуется исследователями с помощью знакомства с оценками других экспертов. При этом, как правило, предлагается дать комментарии с указанием упущений, слабых мест, сомнительных пунктов в аргументации, либо обоснование постановки иной проблемы; закрытые вопросы предназначены лишь для оценки уровня уверенности, меры согласия или несогласия с уже высказанными позициями других участников. Закрытое обсуждение реализуется, например, в экспертном опросе по методу Дельфи.

К **смешанным методам** относится метод «коллективного блокнота».

Процедура опроса может быть реализована как одноэтапная или многоэтапная.

Также методы экспертных оценок также могут быть классифицированы на качественные (в эту группу можно включить большинство экспертных методов) и количественные, предусматривающие статистические методы обработки.

Типичная процедура исследования экспертными методами следующая:

1. формулирование сути изучаемой проблемы и проблемных вопросов;
2. подбор экспертов и изложение мотивов обращения к данному лицу в качестве эксперта;
3. предоставление экспертам информации о содержании предполагаемых вопросов и сбор сведений, подтверждающих их компетентность в данном предмете: область занятий, опыт работы в этой сфере, квалификация и др.;
4. выбор метода исследования и методики взаимодействия экспертов;
5. окончательное формирование экспертной группы;
6. опрос экспертов;
7. обработка результатов, дополнительных замечаний, комментариев, предложений; анализ данных скорее качественный, чем количественный.

Организация экспертного опроса. Как любое исследование, экспертный опрос можно организовать своими силами или привлечь специалистов со стороны. В подавляющем большинстве случаев предпочтительней нанять независимого исследователя или консультанта.

Исключение составляют внутренние исследования, респондентами-экспертами в которых будут выступать коллеги, контрагенты и деловые партнеры руководителя отдела маркетинга (исследований) самой компании, а также исследования с небольшим числом (до 10) относительно легкодоступных экспертов.

Обращение к специалистам может и должно обеспечить:

- сохранение конфиденциальности;
- более высокий уровень объективности;
- более высокий уровень открытости;
- меньшие сроки проведения исследования;
- меньшую стоимость при равном статусе экспертов.

Существует правило – чем более уникален эксперт, чем более ценную информацию он может дать, тем труднее с ним встретиться, тем выше он ценит свое время и тем больше издержки привлечения такого эксперта к работе.

При определении количества экспертов, которых следует привлечь к исследованию, надо иметь в виду два ограничения:

1. количество экспертов должно быть не меньше, чем число исследуемых проблем,
2. число привлекаемых экспертов ограничено их общим количеством.

Помимо этого необходимо принимать в расчет временные и финансовые ограничения. Таким образом, оптимальное число экспертов при исследовании различных проблем колеблется от 7 до 25 человек.

Существует три различных способа организации экспертного опроса.

1. Индивидуальное одноразовое интервью, при котором эксперты могут не только не знать о позиции других специалистов, но могут даже не знать о том, что другие специалисты вообще опрашиваются. Таким способом получают рецензии, отзывы, экспертные заключения, сметы расходов, оценку недвижимости и произведений искусства, сценарии развития событий, прогнозы, качественные и количественные оценки спроса и предложения и т. п.

2. Индивидуальное коллегиальное интервью, проводящееся, как правило, в несколько туров. Вершиной этого способа общения с экспертами является «метод Дельфи».

3. Групповое интервью экспертов, при котором проблема формулируется в самом общем виде, а любая критика запрещается. Целью может быть выработка коллективной позиции, например путем голосования – открытого или закрытого.

Достоинства экспертных методов:

- синтез опыта и интуиции для получения нового знания;
- возможность получения количественных оценок в случаях, когда отсутствуют статистические данные или показатель имеет качественную природу;
- быстрота получения результатов.

Недостатки экспертных методов:

- достоверность и надежность результатов исследования зависят от компетентности эксперта;
- субъективность метода;
- трудоемкость процедуры сбора и анализа информации;
- потребность в высококвалифицированных специалистах для проведения опросов.