

ИТ–ТЕХНОЛОГИИ, МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И ЭКОНОМЕТРИКА В ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕСОМ

УДК 004.78:336.717

ЭКСПЕРТНО–СТАТИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЙ

Володько Людвик Павлович, к.э.н., доцент,
Володько Ольга Владимировна, к.э.н., доцент,
Полесский государственный университет

Volodko Ludvik Pavlovich, PhD, Polesky State University, lyudvik@tut.by
Volodko Olga Vladimirovna, PhD, Polesky State University, olga_volodko@mail.ru

Аннотация: В статье рассматривается использование экспертно–статистического метода для оценки конкурентных преимуществ предприятия. Разработана анкета для проведения опроса экспертов. Предложена технология обработки анкет и получения значений критериев и факторов конкурентных преимуществ предприятия.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, предприятие, анкета, критерий, оценка, экспертно–статистический подход.

Процесс анализа конкурентных преимуществ предприятий является весьма трудоемким, так как они могут выражаться как в количественной, так и качественной форме.

Предлагаем использовать экспертно–статистический метод для оценки конкурентных преимуществ, а также разработанную анкету и технологию ее обработки, что позволит систематизировать и достаточно просто получать объективную информацию об уровне значимости критериев и факторов конкурентных преимуществ предприятия [8].

Данный подход предполагает выявление критериев, из которых состоит объект. Каждый критерий в свою очередь может характеризоваться определенным количеством фактор, а каждый фактор своим показателем, который может измеряться количественными, качественными или категориальными метриками.

В исследовании будем использовать экспертно–статистическую методику, которая состоит из следующих этапов [8, 9]: подбор и формирование групп экспертов, проведение опроса экспертов, обработка мнений экспертов, оценка согласованности мнений экспертов, анализ полученных результатов.

Проанализируем конкурентные преимущества ООО “Белинвестторг”, с использованием экспертно–статистического метода. Любое предприятие имеет свои особенности и специфику, поэтому определение конкурентных преимуществ носит индивидуальный характер и напрямую зависит от его целей и возможностей.

В ходе изучения функционирования ООО “Белинвестторг”, а также опроса сотрудников организации были выявлены следующие конкурентные преимущества: 1) наличие бренда Первая Аккумуляторная Компания (“ПАК”); 2) наличие крупной товаропроводящей сети; 3) единственный производитель аккумуляторных батарей (АКБ) в РБ; 4) рекламная поддержка; 5) сервисные услуги; 6) качество продукции; 7) цена продукции; 8) партнёрство с известными производителями АКБ (Exide, Centra, ТАВ, ЗАР, ОАО “Кайнар” и др.).

При этом некоторые из этих преимуществ можно рассмотреть более детально, путём выявления факторов их определяющих. Для этого была разработана анкета, которая позволит получать объективную информацию об уровне значимости выделенных критериев, а также их факторов.

На первом этапе была сформирована группа экспертов, в качестве которых выступили сотрудники предприятия. Количество опрашиваемых – 10 человек (специалисты маркетингового отдела, отдела сбыта, отдела по продаже масел).

На втором этапе был проведен опрос экспертов в виде анкетирования. Так, каждому эксперту была предоставлена анкета с правилами ее заполнения. В ней была предложена модель, которая анализирует 8 критериев и 18 факторов, определяющих конкурентные преимущества ООО “Белинвестторг”. Образец анкеты представлен в таблице.

Таблица – Анализ значимости критериев и факторов, определяющих конкурентные преимущества ООО “Белинвестторг”

Наименование критерия	Ранг критерия	Наименование фактора	Условное обозначение факторов	Ранг фактора по 4-х бальной системе	Значимость фактора				Результующий ранг фактора
					Очень существенна	Существенна	Не очень существенна	Не существенна	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Наличие бренда ПАК	2	Наличие бренда ПАК	X1	1	+				2
2. Наличие крупной товаропроводящей сети	6	Наличие крупной товаропроводящей сети	X2	2		+			18
3. Наличие крупной товаропроводящей сети	8	Лидер продаж	X3	2		+			16
		Совместное с Exide производство	X4	3			+		24
		Изготовление “свежих батарей”	X5	2		+			16
4. Рекламная поддержка	3	Рекламные игры и акции	X6	2		+			6
		Система скидок, предоставление серебрянных и золотых карт	X7	3			+		9
		Программа стимулирования продаж	X8	2		+			6
		Раздаточный материал	X9	3			+		9
5. Сервисные услуги	5	Постгарантийное обслуживание	X10	3			+		15
		Бесплатная доставка по г. Минску	X11	2		+			10
		Система интернет-заказов	X12	2			+		10
6. Качество продукции	7	Высокие технологические характеристики	X13	2		+			14
		Петля качества (контроль на нескольких этапах производства)	X14	2		+			14
		Долговечность	X15	3			+		21
		Надежность	X16	2		+			14
7. Цена продукции	4	Цена продукции	X17	2		+			8
8. Партнёрство с известными производителями	1	Партнёрство с известными производителями	X18	1	+				1

Правила её заполнения были следующими: вначале эксперт ставит знак “+” по каждому фактору в одну из четырех граф значимости факторов (6–9), затем оценивает важность каждого критерия, проставляя в графу 2 номер места с 1-го по 8-е. Если эксперт оцени-

вайт несколько критериев одинаково, то место этих критериев рассчитывается делением суммы мест на число критериев. Например, если наличие бренда “ПАК” и наличие крупной товаропроводящей сети оценить одинаково и разделить между ними 3–е и 4–е места, то в графу 2 рядом с названиями критериев необходимо поставить цифры 3,5. Графы 5 и 10 экспертом не заполняются.

На третьем этапе проведем обработку мнений экспертов. Для начала осуществим предварительную обработку, которая состоит в заполнении оставшихся граф следующим образом: если знак “+” поставлен в графе 6, то ранг фактора будет равен 1, а если знак “+” поставлен в 7 графе, то ранг фактора будет равен 2 и т.д. После расчета ранга факторов и заполнения граф, рассчитывается результирующий ранг каждого фактора и заносится в последнюю графу. Результирующий ранг фактора рассчитывается умножением значения двух граф: ранг фактора по 4–х бальной системе и ранг критерия. Если результат умножения получается дробным, то его необходимо округлить до ближайшего целого.

По результатам последней графы для каждой группы экспертов построим матрицу рангов. На основании матрицы рангов результаты опроса обработаем при помощи формул, указанных выше, при этом будем использовать программу Microsoft Excel.

На основании матрицы рангов построим среднюю априорную диаграмму рангов по каждому фактору (рисунок 1). При априорном ранжировании наиболее предпочитаемому фактору присваивается меньший ранг.

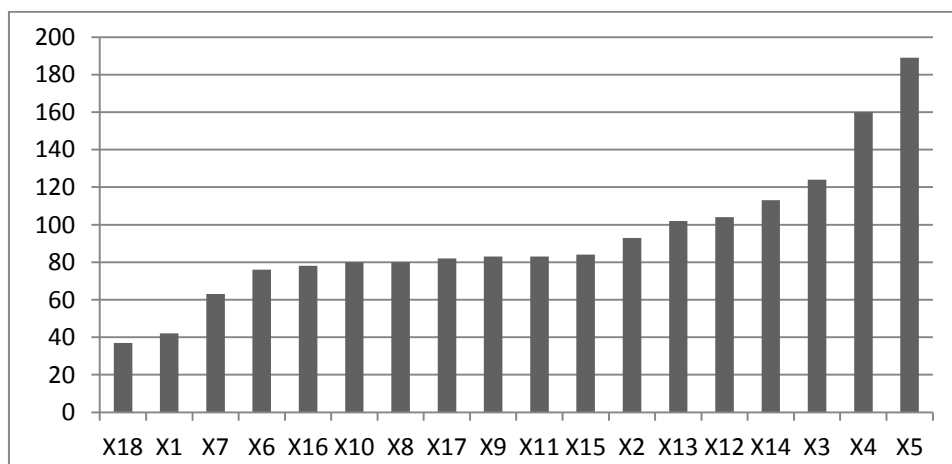


Рисунок 1 – Априорная диаграмма рангов факторов

Необходимо также отметить, что в процессе экспертизы может возникнуть несогласованность экспертов, она появляется за счет опроса экспертов с недостаточной квалификацией по данному вопросу. Поэтому рассчитаем степень согласованности мнений экспертов и значимость выбранных критериев с помощью коэффициента конкордации W и критерия X^2 [8, 9].

Расчётное значение коэффициент конкордации равно 0,77, что говорит о хорошей согласованности мнений экспертов. Расчётное значение критерия X^2 в нашем случае равно 22,167, а табличное значение критерия $X^2 = 20,573$ при уровне значимости $\alpha = 0,05$ и при числе степеней свободы равно 17. Число степеней свободы рассчитывается как $k-1$, т.е. число факторов минус 1. Данное значение превышает критическое табличное, что говорит о том, что выбранная модель критериев и факторов конкурентоспособности значима.

На заключительном пятом этапе проведем анализ полученных результатов. Сгруппируем результаты, полученные в априорной диаграмме рангов по выделенным критерием, т.е. по 8 конкурентным преимуществам ООО “Белинвестторг” и проранжируем их в порядке возрастания. Для наглядности отразим полученные данные в виде диаграммы (рисунок 2).

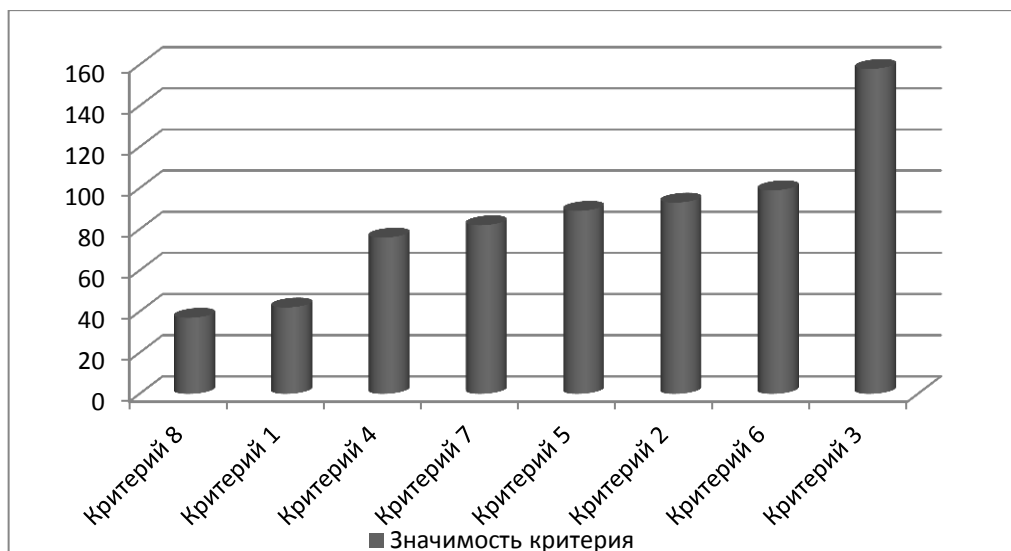


Рисунок 2 – Значимость конкурентных преимуществ ООО “Белинвестторг”

В результате проведенного исследования с помощью экспертно–статистического метода по определению значимости конкурентных преимуществ ООО “Белинвестторг”, была получена следующая значимость конкурентных преимуществ в порядке убывания:

- Партнёрство с известными производителями АКБ (Exide, Centra, ТАВ, ZAP, ОАО “Кайнар” и др.),
- наличие бренда,
- рекламная поддержка,
- цена продукции,
- сервисные услуги,
- наличие крупной товаропроводящей сети.
- качество продукции,
- единственный производитель АКБ в РБ.

Данные результаты можно объяснить следующим образом. В первую группу конкурентных преимуществ вошли критерии, которые имеют абсолютное преимущество. Критерий – партнёрство с известными производителями АКБ (Exide, Centra, ТАВ, ZAP, ОАО “Кайнар”) по значимости находится на первом месте, так как данные компании выступают экспортерами продукции ООО “Белинвестторг”, что является важным фактором эффективного функционирования организации.

Выделенное конкурентное преимущество, как наличие бренда, связано в первую очередь с узнаваемостью “ПАК”. Наблюдается эффективное использование бренда, проводятся мероприятия по позиционированию “ПАК” на рынке, путем разработки брендбука и гайдлайна.

Рекламная поддержка ООО “Белинвестторг” является эффективной и способствует увеличению продаж. В целом цена на аккумуляторные батареи отечественного производства является вполне конкурентоспособной и ниже рыночной. Что касается такого критерия как сервисные услуги, то тут необходимо отметить качество их оказания. В организации достаточно эффективно работает система интернет–заказов.

ООО “Белинвестторг” действительно является первым дилером АКБ в Беларуси и благодаря применению новых технологий реализует качественную продукцию, имея наличие крупной товаропроводящей сети.

ООО “Белинвестторг” единственный производитель АКБ в Республике Беларусь, что в условиях рыночной экономики неприемлемо. Вместе с тем, развитие организации неизбежно связано с конкуренцией и противостоянием на рынке другим производителям и поставщикам аналогичной продукции.

При выборе инструментов оценки конкурентных преимуществ предприятия, необходимо принимать во внимание, что используемые методы должны позволять проводить

оценку конкурентных преимуществ предприятия на основе выявленных критериев, давать возможность их сравнения и определения места при разработке и реализации соответствующей стратегии, учитывая сравнительный анализ по критериям многофакторности, однозначности и достоверности.

Список использованных источников:

1. Володько, Л.П. Экспертно–статистическая методика оценки качества банковских информационных технологий / Л.П. Володько // Трансформація бюджетної та податкової системи України. Збірник наукових праць. – Острог: Видавництво Національного університету ”Острозька академія”, 2010. – Випуск 14. – С. 431–440.

2. Володько, Л.П. Оценка качества банковских информационных технологий: методы и методики: монография / Л.П. Володько // Минск: Мисанта, 2008. – 236 с.