

УДК 658.012.2

А.В. Лебедев (асп., каф. УКТИ), В.И. Маслов, д.т.н., проф.

## ПРИМЕНЕНИЕ КРИТЕРИЕВ ВЫИГРЫША ЗАКАЗА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ТЕХНИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В работе [1] было введено понятие критериев выигрыша заказа и показано как они могут применяться для формирования маркетинговой стратегии фирмы. В работе [2] был приведен принцип аналитического определения заказывыигрывающих факторов на основе конкурентного бенчмаркинга. В данной работе будет сделан следующий шаг и показано - как можно использовать заказывыигрывающие факторы при формировании технической политики.

Важность этого вопроса связана с тем, что для формирования технической политики фирмы необходимо понимать, как технические параметры товара связаны с характеристиками рынка, например с долей рынка фирмы. Поэтому необходимо уметь рассчитывать ожидаемое увеличение доли рынка в зависимости от изменения характеристик товара. Обладая такой методикой, появляется возможность четко ставить задачу разработчикам нового продукта, оперируя понятными техническим специалистам терминами, и, в то же время, ясно осознавая, к какому конкретно рыночному результату приведет то или иное решение.

Первоначально работа проводилась исключительно для определения критериев выигрыша заказов аналитическим путём, что уже само по себе ценно, так как позволяет получить численный результат без привлечения экспертов, которые в данный момент могут быть временно недоступны, или доступа, к которым у фирмы нет вообще. Но в процессе работы над методами аналитического определения заказывыигрывающих факторов был разработан принцип проверки полученных результатов. Суть его заключается в том, что вводится понятие “удовлетворённости потребителя”, которое варьируется от 0 – полная неудовлетворённость до 1 – полная удовлетворённость заказчика приобретенным товаром. На основании полученных данных рассчитываются теоретические доли рынка фирмы, таким образом, что они пропорциональны соответствующим “удовлетворённостям” и составляют в сумме 100%. Проверка, проведённая на основе данных о рынке накопителей на жестких магнитных дисках, подтвердила работоспособность такой схемы.

Полученная аналитическая зависимость позволяет установить однозначную связь между основными техническими параметрами товара, входящими в состав критериев выигрыша заказа и долей рынка фирмы. Что в свою очередь позволяет давать задания на разработку новых продуктов с учётом желаемой доли рынка.

### ЛИТЕРАТУРА:

1. Лебедев А. В., Маслов В. И. Применение критериев выигрыша заказа при формировании маркетинговой стратегии. XXIX Неделя науки СПбГТУ. Ч.III. Материалы межвузовской научной конференции. СПб.: Изд-во СПбГТУ, 2001 с.89-90.
2. Лебедев А. В., Маслов В. И. Определение заказывыигрывающих факторов при формировании маркетинговой стратегии на основе конкурентного бенчмаркинга // XXIX Неделя науки СПбГТУ. Ч.III. Материалы межвузовской научной конференции. СПб.: Изд-во СПбГТУ, 2001 с.96-98.