

### 7.3. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ОСНОВАНИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДА СЕМАНТИЧЕСКОГО ДИФФЕРЕНЦИАЛА

Самойлова Т.Д., аспирант, кафедры «Маркетинг и логистика», Преподаватель кафедры «Бухгалтерский учет, аудит, статистика»

*Липецкий филиал Финансового университета при Правительстве РФ*

[Перейти на Главное МЕНЮ](#)  
[Вернуться к СОДЕРЖАНИЮ](#)

В статье рассмотрено маркетинговое исследование ресурсов торговой организации, оказывающих непосредственно влияние на эффективность функционирования торговой организации. Особое внимание уделено финансовым, материальным, трудовым, информационным и технологическим ресурсам, определены резервы их роста.

В маркетинговых исследованиях используется множество различных методов анализа и оценки эффективности, среди которых выделяют предварительный анализ, опросы, анкетирование, наблюдение и т.д. В целях исследования ресурсов торговой организации предлагается использовать метод семантического дифференциала. Метод семантического дифференциала (70) (от греч. *semantikos* — обозначающий и лат. *Differentia* — разность) применяется при построении субъективных семантических пространств. Данный метод открыт американским психологом Чарльзом Осгудом в 1952 году. Он имеет широкий спектр применения в связи с его кардинальным отличием от чисто математических моделей, учитывающих в основном количественные факторы.

Метод семантического дифференциала используется в исследованиях, связанных с восприятием и поведением человека, с анализом социальных установок и личностных смыслов, в психологии и социологии, в теории массовых коммуникаций и рекламе, а также в последние годы в маркетинге. По своему содержанию данный метод представляет собой сочетание метода контролируемых ассоциаций и процедур шкалирования. При этом измеряемые объекты (понятия, изображения, персонажи и т. д.) оцениваются по ряду bipolarных градуальных (трех-, пяти-, семибалльных) шкал, полюса которых, как правило, задаются вербально. Также существуют и невербальные семантические дифференциалы, в которых в качестве полюсов шкал используются графические оппозиции, живописные картины и фотопортреты [1, с.42].

Система формирования методики семантического дифференциала в рамках конкретного исследования состоит из следующих этапов [1, с.43].

1. Формирование и тестирование списка утверждений, характеристик, описаний для тестируемых объектов (фирм, названий, брендов, ресурсов торговой организации).

2. Математическая обработка полученной матрицы данных: объект – респондент – шкала. В основном, применяется процедура факторного анализа, позволяющая определить латентные критерии оценивания, в которые суммируются первоначальные шкалы. Следует отметить, что для получения значимых результатов достаточно небольших выборок, в связи с тем, что единицей исследования является не респондент, а оценки, при помощи которых он характеризует объект.
3. Размещение в построенном семантическом пространстве оцениваемых объектов, анализ данного процесса. Оценка расстояния между тестируемыми объектами и идеальным (образцовым) объектом для определения «положительных» полюсов факторов.

Инструкция, предлагаемая респонденту, при использовании метода семантического дифференциала в целях исследования ресурсов торговой организации, формулируется следующими образом: «Оцените, пожалуйста, ресурсы Вашей торговой организации по шкале от -3 до +3, где -3 – полное отсутствие данного явления, а +3 - свойство выражено максимально. В графе «идеальный объект» запишите, какими свойствами следует обладать идеальной организации, объекту, используя шкалу от -3 до +3, где -3 - такого свойства не должно быть, а +3 - свойство должно быть присуще объекту в максимальной степени».

Для выявления эффективности использования ресурсов проанализированы 10 ведущих торговых организаций (пять продовольственных и пять непродовольственных). Выбор данных организаций в качестве объектов репрезентативной выборки обусловлен их соответствием ряду следующих факторов.

1. Большие объемы товарооборота и разветвленная филиальная сеть.
2. Деловая репутация и достижения организации.
3. Большой ассортимент представляемых товаров и услуг [2, с.3].

Опрос руководителей перечисленных торговых организаций проводился по анкете, разработанной автором. Данная анкета позволила респондентам охарактеризовать эффективность всех видов ресурсов. Ответы на вопросы сгруппированы в соответствии с разработанной бальной шкалой от -3 до +3 единиц, где -3 – данный ресурс (направление, свойство) не используется; +3 – данный ресурс (направление, свойство) является основным в работе торговой организации.

В целях определения образцовой торговой организации, рассчитано среднее значение оценок по каждому вопросу анкеты. Расчет среднего значения оценок опроса торговых организаций производился по формуле среднего значения величины:

$$X = 1/n \sum x_i * n_i \quad (1)$$

где  $n$  – количество торговых организаций, подвергшихся исследованию;

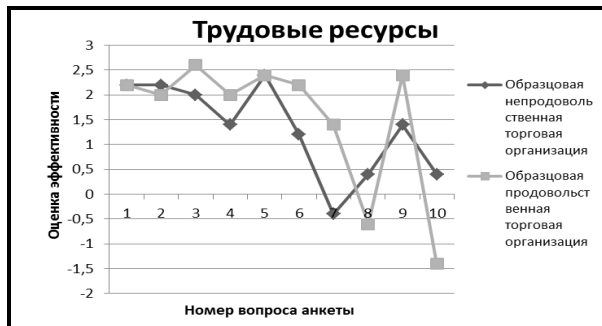
$x_i$  – оценка свойства (ресурса) торговой организации;

$n_i$  – частота значения  $x_i$  по исследуемому параметру.

Образцовой торговой организацией в отношении эффективности использования трудовых ресурсов, признается организация с высококвалифицированными сотрудниками, осуществляющими трудовую деятельность при удовлетворительных условиях труда, услуги которых в некоторых случаях могут быть переданы на аутсорсинг.

Проблема текучести кадров для образцовых продо-

вольственных торговых организаций существенно снижается, и достигла уровня 1,5 баллов. Следует ли использовать резервы роста трудовых ресурсов и устранять выявленную проблему, зависит от разных факторов. Во-первых, если текучесть не превышает 5% в год, то считается, что это никак не отражается на деятельности организации в целом. Следовательно, для принятия аргументированного решения следует более детально подойти к оценке выявленных недостатков и провести дополнительный анализ. Однако, если текучесть кадров превышает 5% в год, необходимо задействовать резервы роста, которые позволят повысить эффективность использования трудовых ресурсов в данных организациях. Исходя из проведенного исследования, можно свидетельствовать о том, что данные резервы лежат в плоскости повышения мотивации персонала.



**Рис.1. Образцовая торговая организация по значениям показателей эффективности использования трудовых ресурсов**

Возможным резервом роста использования трудовых ресурсов в данном случае может стать улучшение межличностных отношений в коллективе, пересмотр графиков работы сотрудников, предоставление возможности карьерного роста и др.

При анализе технологических ресурсов выявлена определенная специфика продовольственных торговых организаций, которая позволяет утверждать, что некоторые оценочные показатели, находящиеся, по мнению респондентов, на низком уровне, не являются свидетельством неэффективного использования технологических ресурсов. Так, оценка (-1) не показывает отсутствие указанного вида технологического ресурса, а демонстрирует его неактивное использование.

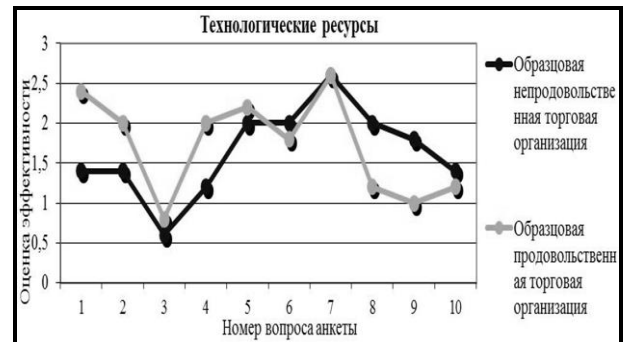
В целом, оценка технологических ресурсов в торговых продовольственных и непродовольственных организациях схожа. Основной проблемой остается недостаточно эффективное использование рекламы, в то время как использование складских помещений остается на высоком уровне.

В качестве резервов роста эффективного использования рекламы, считаем целесообразным отметить необходимость привлечения в торговые организации квалифицированных маркетологов, которые позволят более плодотворно использовать технологические ресурсы. Приведенные выше логические рассуждения подтверждаются результатами расчета семантического дифференциала для образцовой торговой организации (рис. 2).

В отношении финансовых ресурсов по результа-

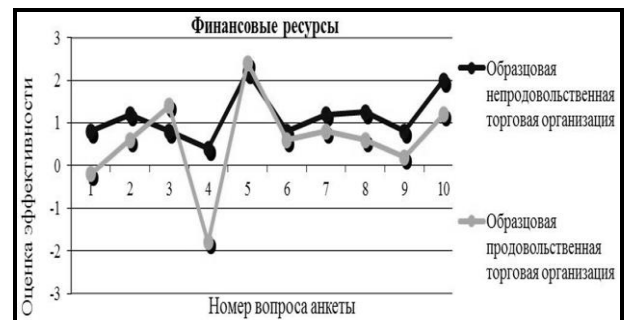
там проведенного анализа, сделаны следующие обобщающие выводы.

1. В некоторых непродовольственных организациях достаточно большой объем денежных средств приходится на неликвидный товар, что является характеристикой неэффективного использования финансовых ресурсов.
2. Все организации без исключения используют в своей деятельности отсрочки платежей за предоставляемые товары и услуги.
3. Практически организации активно используют заемные средства.



**Рис. 2. Образцовая торговая организация по значениям показателей эффективности использования технологических ресурсов**

Отсутствие в некоторых организациях резервного капитала, с одной стороны, может являться свидетельством передачи непредвиденных рисков анализируемых организаций в страховые компании, с другой стороны – нежеланием концентрировать финансовые ресурсы в целях покрытия непредвиденных обстоятельств. Данный факт нельзя однозначно отнести к негативной тенденции использования финансовых ресурсов, поскольку формирование резервного фонда не является обязательным для организационно-правовых форм анализируемых организаций [3, с.125].



**Рис. 3. Образцовая торговая организация по значениям показателей эффективности использования финансовых ресурсов**

Взаимоотношения торговой организации с поставщиками финансовых ресурсов строятся на особом взаимодействии с банковскими и кредитными учреждениями, бюджетом, инвестиционными фондами, частными инвесторами и акционерами. Большинство современных торговых организаций внедряют в систему управления западные стандарты, корпоративную культуру и исследуют свою организацию в соответствии с оценкой гудвилл. Деловая репутация и имидж становятся со-

временным прогрессивным оружием в борьбе за «благосклонность денег» [4]. При построении кривых семантического дифференциала образцовых торговых организаций по определению эффективности использования финансовых ресурсов (рис. 3), осталась без изменения концентрация финансовых ресурсов в неликвидных товарах (непродовольственные организации). Остальные показатели демонстрируют положительную динамику и свидетельствуют о достаточно рациональном использовании финансовых ресурсов.

Анализ материальных ресурсов, проводимый по тому же алгоритму, позволяет сделать следующие выводы.

1. Такие показатели торговых организаций, как запасы товаров, ассортиментная группа, ликвидность товаров, обновление ассортимента, соответствие ассортимента требованиям потребителей, находятся на достаточно высоком уровне и свидетельствуют об эффективном использовании данных видов материальных ресурсов.
2. Отсутствие свободных складских помещений в некоторых организациях демонстрирует рациональное использование территорий и, соответственно, финансовых ресурсов на их аренду.

Похожая ситуация с использованием материальных ресурсов наблюдается в продовольственных торговых организациях. В продовольственных торговых организациях может сложиться ситуация повышенного спроса на товары определенной марки, отличающейся высоким качеством. Поэтому в индивидуальных случаях, со сложившейся клиентской базой и определенными предпочтениями, предложение новых брендов может оказаться невостребованным.



**Рис. 4. Образцовая торговая организация по значениям показателей эффективности использования материальных ресурсов**

В целом, из проведенного выше анализа финансовых, трудовых и технологических ресурсов, можно отметить, что материальные ресурсы используются с наибольшей эффективностью.

Образцовая торговая организация, представленная на рис. 4, в целом отражает факт эффективного использования материальных ресурсов.

Использование разных видов информационных ресурсов зависит от локальных факторов развития организации, в том числе, объемов продаж, целевой аудитории, миссии организации и др.

Несмотря на активное развитие инновационных технологий и внедрение новых видов информационных ресурсов, применяемые организациями средства и ресурсы, позволяющие получать, обрабатывать и предоставлять информацию, считаем достаточными. Обобщающие показатели, характеризующие образцо-

вые торговые организации, представлены на кривых семантического дифференциала на рис. 5.



**Рис. 5. Образцовая торговая организация по значениям показателей эффективности использования информационных ресурсов**

В целом, в результате проведенного анализа с использованием семантического дифференциала, выявлены проблемы эффективного использования различных видов ресурсов и обозначены возможные резервы их роста.

## Литература

1. Годин А.М. Маркетинг: Учебник/ А.М. Годин – М.: Дашков и К, 2011. – 656с.
2. Гурьянов П. Критерии определения размеров малого и среднего бизнеса // Экономика, предпринимательство и право. – 2011. – № 10 (10). – С. 3-12.
3. Годин А.М. Статистика: Учебник/ А.М. Годин – М.: Дашков и К, 2013. – 451с.
4. Самойлова Т.Д. Внешняя среда торговой организации, ее влияние на эффективность функционирования организации // Аудит и финансовый анализ. – 2014. - №2. С. 395

## Ключевые слова

Торговая организация; метод семантического дифференциала; резервы роста; ресурсы.

*Самойлова Татьяна Дмитриевна*

## РЕЦЕНЗИЯ

В настоящее время для изучения различных аспектов торговой экономической деятельности применяются различные методы. Автор взял и внедрил на практике одну из интересных форм изучения состояния эффективности торгово-экономической деятельности: семантический дифференциал. Данный метод не получил достаточно широкого распространения, хотя, применяя его, можно добиться значительных результатов в определении наиболее перспективных моментов работы торговых организаций.

Метод относительно прост, он состоит из нанесения полярных шкал и составления на основе из опросного листа. Благодаря ему, в течение короткого времени можно опросить значительное количество респондентов, обработать их и получить конкретные результаты по интересующей проблематике.

Заслугой Самойловой Татьяны является то, что ею опрошены и обработаны 10 крупных торговых предприятий Липецкой области, и она получила конкретные результаты по выявлению эффективности использования ресурсов в таких направлениях, как: трудовые ресурсы торговли, финансовые ресурсы торговли, материальные ресурсы торговли, информационные ресурсы торговли.

Обобщая сказанное, следует сказать, что данная статья является полезной и может быть применена торговыми организациями для выявления эффективности использования их ресурсов.

*Новиков О.А., Д.э.н., профессор Российского государственного гуманитарного университета.*