

image not found or type unknown



В большинстве видов исследований предметом изучения является точка зрения потребителей. Для таких случаев существуют исследования, которые проводятся с учетом всех факторов, оказывающих влияние на тот или иной рынок, таким образом, поддерживается конкуренция между компаниями, их продукцией и услугами, брендами и т.д.

Для проведения оценки могут применяться кабинетное исследование и потребительские опросы, но основным инструментом в данном случае экспертные интервью с игроками рынка, а именно с независимыми аналитиками, руководителями ассоциаций, журналистами, людьми, занимающимися конкурентной разведкой.

Необходимо понимать, что подразумевает экспертная оценка.

Под экспертной оценкой понимается исследование и компетентное участие экспертов в анализе и решении проблем исследования, в котором респондентами являются эксперты, чаще всего это специалисты в определенной области деятельности.

Необходимые требования к проведению экспертной оценки:

- Тщательность подбора экспертов;
- Оценка надежности представленной экспертами информации;
- Создание условий для продуктивного использования экспертов в ходе исследования;
- Учет факторов, влияющих на суждения экспертов;
- Сохранение информации экспертов без искажения на всех этапах исследования.

К критериям подбора экспертов можно отнести:

- Степень компетентности, показателями которой могут служить наличие у эксперта ученой степени, ученого звания, стаж работы по специальности, служебное положение, число опубликованных работ и т. д.;
- Способность ориентироваться в последних достижениях современной науки в тех областях, которые являются предметом экспертизы;

- Сочетание узкой специализации и общего кругозора эксперта;
- Способность к анализу и синтезу изучаемых проблем;
- Возрастная категория;
- Умение перерабатывать и усваивать качественно новую информацию.

Также существуют и другие методы подбора экспертов.

После подбора экспертов их формируют в экспертные группы, которые будут осуществлять оценку, но группа не должна быть большой, как правило, от 3-х до 7-ми человек максимум, это делается для того, чтобы полученная на выходе информация одного эксперта не искажала информацию другого.

На заводе Кока Кола формируется группа экспертов исходя из приведенных выше критериев. Все критерии одновременно применяться не могут.

Исходя из этих критериев экспертам необходимо полагаться на свои знания и дать рациональную оценку без искажения фактов для улучшения работоспособности предприятия.

Например, формируется группа по первым двум критериям подбора экспертов и им необходимо оценить автоматизацию завода, техническую оснащенность и саму продукцию компании Кока Кола.

Такую группу необходимо провести по всем производственным цехам где «трудятся» машины, оценить скорость конвейеров, качество выполняемых операций (допускает ли машина ошибки). В итоге экспертам, полагаясь на свои знания необходимо убедиться в актуальности технической оснащенности предприятия и дать конечную оценку производственных цехов.

Подобным образом формируются группы, которым предстоит оценить продукцию, которая используется для изготовления напитков, туда могут входить критерии цены, безопасности для человеческого организма, закупочная цена и т.д.

Затем после получения табеля оценок, аналитики компании сопоставляют ответы и формируют статистику, по которой принимаются те или иные решения развития предприятия.