

УДК 338

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ БРЕНДОВ НОУТБУКОВ

С. О. УКОЛОВ

Научный руководитель Е. Н. ШЕРОБУРКО

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

В работе проведён конкурентный анализ брендов ноутбуков с использованием методики многомерного сравнительного анализа. Анализ будет совершаться на основе данных с сайта catalog.onliner.by. В анализе участвовали следующие бренды производителей ноутбуков: MSI, Dell, ASUS, HP, Lenovo. Оценка широты велась по ноутбукам, имеющим разрешение экрана 1920×1080 пикселей и размер экрана 15,6 дюймов. Комплектующие оценивались по игровым ноутбукам с ценой от 2900 до 3100 белорус. р. Цена за комплектующие оценивалась субъективно, основываясь на опыте автора.

После анализа была получена матрица стандартизированных коэффициентов (табл.1).

Табл. 1. Матрица стандартизированных коэффициентов

| Бренд | Показатель | | | |
|------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| | Широта ассортимента, балл | Комплектующие за цену, балл | Цена за комплектующие, белорус. р | Цена флагманской модели, белорус. р |
| MSI | $2/5 = 0,4$ | $4/5 = 0,8$ | $3700/3700 = 1$ | $8700/11300 = 0,77$ |
| Dell | $4/5 = 0,8$ | $4/5 = 0,8$ | $3700/4700 = 0,78$ | $8700/8700 = 1$ |
| ASUS | $4/5 = 0,8$ | $4/5 = 0,8$ | $3700/3700 = 1$ | $8700/11750 = 0,74$ |
| HP | $5/5 = 1$ | $5/5 = 1$ | $3700/3700 = 1$ | $8700/10700 = 0,81$ |
| Lenovo | $5/5 = 1$ | $5/5 = 1$ | $3700/4500 = 0,82$ | $8700/9400 = 0,92$ |
| Вес. коэф. | 0,1 | 0,3 | 0,2 | – |

Были изменены весовые коэффициенты флагманских моделей в соответствии с характеристиками: MSI – 0,1; Dell – 0,15; ASUS – 0,2; HP – 0,05; Lenovo – 0,15.

Рейтинги брендов:

$$R_{MSI} = 0,1 \cdot 0,4^2 + 0,3 \cdot 0,8^2 + 0,2 \cdot 1,00^2 + 0,10 \cdot 0,77^2 = 0,457;$$

$$R_{Dell} = 0,1 \cdot 0,8^2 + 0,3 \cdot 0,8^2 + 0,2 \cdot 0,78^2 + 0,15 \cdot 1,00^2 = 0,526;$$

$$R_{ASUS} = 0,1 \cdot 0,8^2 + 0,3 \cdot 0,8^2 + 0,2 \cdot 1,00^2 + 0,20 \cdot 0,74^2 = 0,565;$$

$$R_{HP} = 0,1 \cdot 1,0^2 + 0,3 \cdot 1,0^2 + 0,2 \cdot 1,00^2 + 0,05 \cdot 0,81^2 = 0,631;$$

$$R_{Lenovo} = 0,1 \cdot 1,0^2 + 0,3 \cdot 1,0^2 + 0,2 \cdot 0,82^2 + 0,15 \cdot 0,92^2 = 0,660.$$

Таким образом, наиболее сильным конкурентом на момент анализа является бренд Lenovo, а наименее конкурентоспособным брендом – производитель ноутбуков MSI. Объясняется это тем, что MSI имеет низкий показатель широты, т. к. бренд позиционирует себя как производитель игровых мощных ноутбуков, поэтому в ассортименте отсутствуют более слабые модели для учебы или работы, а также в продаже присутствует один из самых дорогих флагманских ноутбуков, имеющий характеристики ниже, чем у конкурентов, что можно исправить расширением ассортимента не игровыми ноутбуками.