

中国成品油市场竞争战略保障对策与评价研究

刘华治¹ 刘先涛² 熊志坚² 张 斌²

1. 中国石油西藏销售分公司, 西藏 拉萨 850000;

2. 西南石油大学经济管理学院, 四川 成都 610500

摘要:为有助于成品油销售企业决策者做出正确的判断和选择,针对国内成品油市场竞争,结合中国成品油营销实践,运用头脑风暴法提出了成长保障、学习保障、执行保障、知识保障、创新保障、灵活保障、预测保障、财务保障和决策保障构成的成品油市场竞争战略保障对策,并选取5家成品油销售企业进行了专家评价调查。基于问卷调查数据,利用SPSS 17.0从重要性、有效性和紧迫性三方面对战略保障对策进行了频率分析和单因素方差分析,表明战略保障对策符合实际,且工作单位特征对保障对策重要性、有效性和紧迫性的专家评价具有显著的影响。

关键词:成品油;市场竞争战略;保障对策;评价;实证

DOI:10.3969/j.issn.1006-5539.2015.01.023

0 前言

目前,中国各类加油站合计超过90 000座,其中中国石化、中国石油、中国海油等国有加油站近50 000座(其中2 000多座有外资成份),社会加油站45 000座。经过多年的市场演变过程,成品油市场形成了以国有石油公司为主导,国外大石油公司和国内民营企业积极参与的多元化市场格局,市场竞争日趋激烈^[1]。在此背景下,开展成品油市场竞争战略保障对策与评价研究,提出中国成品油市场战略保障相关对策和建议,有助于指导成品油销售企业营销实践。

1 成品油市场竞争战略保障对策构建

在研究过程中阅读并分析了大量相关文献,根据李卓一^[2]提出的企业竞争的10种决胜能力,结合中国成品油市场竞争实践和多年成品油销售企业工作经验与体会,运用头脑风暴法咨询了多位成品油营销领域资深专家,经过反复思考、分析和调整,选择确定了成品油市场竞争战略保障对策体系,见图1。

1.1 成长保障

世界上所有成功企业的发展证明,企业的成长是唯一使企业保持优势的路径。对企业而言,如同逆水行舟



图1 成品油市场竞争战略保障对策体系

不进则退,不在于过去取得的成就,而在于有没有成长的潜力。因此,关注企业成长保障比关注过去取得的成果更重要。为有效实现企业战略,企业成长应循序渐进,讲求策略和质量。

1.2 学习保障

学习保障即创建学习型组织。企业必须致力于转变成为一个学习型组织,改善提升学习能力,尽可能地创新知识,更快更多地积累知识,方能保持企业活力,确保长期竞争优势^[3-4]。学习型组织有对新思想的渴望,能公开分享信息,形成培训机制,能灵活进行跨职能整合^[5]。

1.3 执行保障

执行保障即企业员工有效利用各种资源,贯彻企业战略思路、方针政策和方案计划,保质保量达成预定目标的能力。执行保障包含完成任务的意愿、能力和程度,是企业核心竞争力形成的关键。

1.4 知识保障

知识保障即在企业中构建知识系统,通过信息与知识的获得、创造、分享、整合、记录、存取、更新、创新等过程,形成个人与组织知识的持续循环,成为企业管理的智慧资本,有助于企业高层管理者做出正确的决策,适应市场变化。

1.5 创新保障

创新即破旧立新,从量变到质变,是企业可持续竞争优势的源泉^[6]。彼德·德鲁克说:“创新的成功不取决于它的新颖性、它的科学内涵和它的灵巧性,而取决于它在市场上的成功^[7]。”

1.6 灵活保障

市场的多样化和多变性使得市场竞争不仅仅是“大”吃“小”,还呈现出“快”吃“慢”的特征,预示着新的市场竞争规则。因此灵活保障要求企业和员工与时俱进,快速学习、快速反应、快速试验、快速解决问题和快速开发与生产新产品,快速满足顾客需求^[7]。

1.7 预测保障

趋势是事物发展的方向。企业应该了解成品油市场运行的规律和特性,把握市场经营主体、市场环境、消费者心理和行为的发展趋势,顺势而行,以确保战略的实施。

1.8 财务保障

财务风险是指企业财务结构不合理、融资不当使企业可能丧失偿债能力而导致投资者预期收益下降的风险。财务风险始终贯穿在整个企业财务活动中,并且由于各种不确定性导致企业可能遭受损失。加油站的财务风险主要有货币资金风险、销售风险、存货风险等,防范加油站资金和商品容易出现的各种风险是目前销售企业管理的重点和难点。财务部门要着力加强财务风险控制和风险管理,将风险管控融入到日常财务管理之中^[8]。

1.9 决策保障

决策保障即企业在战略实施过程中,突破自身局限及时空限制,正确认识和掌握企业市场竞争的客观规律,在正确判断成品油市场发展态势后做出科学决策。

本文对某大型国有石油公司所属 5 个省级成品油销售分公司省市二级公司了解国内成品油市场竞争格局和态势的 305 位专家进行了重要性、有效性和紧迫性问卷调查,被调查对象基本情况见表 1。

国内成品油市场竞争战略保障对策重要性评价调查有效问卷 274 份,占回收问卷 305 份的 89.8%;无效问卷 31 份,占回收问卷的 10.2%,Cronbach α 信度系数为 0.923。有效性评价调查有效问卷 270 份,占回收问卷 305 份的 88.5%;无效问卷 35 份,占回收问卷的 11.5%,Cronbach α 信度系数为 0.926。紧迫性评价调查有效问卷 270 份,占回收问卷 305 份的 88.5%;无效问卷 35 份,占回收

表 1 调查基本信息

工作单位	频率	百分比 I(%)	有效百分比 J(%)
A 公司	46	15.1	15.1
B 公司	14	4.6	4.6
C 公司	164	53.8	53.8
D 公司	34	11.1	11.1
E 公司	47	15.4	15.4
合计	305	100.0	100.0
工作年限	频率	百分比 I(%)	有效百分比 J(%)
10 a 以下	109	35.7	39.5
10 ~ 20 a	97	31.8	35.1
20 ~ 30 a	61	20.0	22.1
30 以上	9	3.0	3.3
缺失	29	9.5	
合计	305	100.0	
工作部门	频率	百分比 I(%)	有效百分比 J(%)
营销处 / 科	99	32.5	35.6
加油站管理处 / 科	80	26.2	28.8
调运处 / 科	6	2.0	2.2
其他部门	93	30.5	33.5
缺失	27	8.9	
合计	305	100.0	
现任职务	频率	百分比 I(%)	有效百分比 J(%)
处级管理者	89	29.2	32.1
科级管理者	126	41.3	45.5
专业技术人员	4	1.3	1.4
一般管理者	58	19.0	20.9
缺失	28	9.2	
合计	305	100.0	

表 2 任一题项已删除的 Cronbach's α 值

保障对策	重要性评价项已删除的 Cronbach's α 值	有效性评价项已删除的 Cronbach's α 值	紧迫性评价项已删除的 Cronbach's α 值
成长保障	0.920	0.924	0.915
学习保障	0.914	0.916	0.913
执行保障	0.912	0.917	0.914
知识保障	0.917	0.920	0.912
创新保障	0.912	0.919	0.913
灵活保障	0.912	0.914	0.910
预测保障	0.913	0.916	0.910
财务保障	0.920	0.922	0.914
决策保障	0.911	0.914	0.913

问卷的 11.5%, Cronbach α 信度系数为 0.922。量表中任一题项已删除的 Cronbach α 值见表 2, 量表删除任何题项后的 Cronbach α 信度系数无显著提高, 表明国内成品油市场竞争战略保障对策评价相关量表内部一致性高, 信度较好, 可以认为问卷具有较好的内在信度, 数据可信, 基于问卷的调查数据统计分析结果较可靠, 可以进行后续研究。

2 市场竞争战略保障对策实证分析

调查中有关专家根据其工作实践和体会, 对成品油市场竞争战略保障对策进行整体判断。如果专家认为某一市场竞争战略保障对策重要, 在问卷相应空格中打 5 分; 依此类推, 较重要打 4 分; 一般重要打 3 分; 不太重要打 2 分; 不重要打 1 分。如果专家认为某一市场竞争战略保障对策实施结果有效, 在问卷相应空格中打 5 分; 依此类推, 较有效打 4 分; 效果一般打 3 分; 不太有效打 2 分; 效果差打 1 分。如果专家认为某一市场竞争战略保障对策实施具有紧迫性, 在问卷相应空格中打 5 分; 依此类推, 较紧迫打 4 分; 一般紧迫打 3 分; 不太紧迫打 2 分; 不紧迫打 1 分。

重要性评价调查数据分析表明: 重要的成品油市场竞争战略保障对策为成长保障、学习保障、执行保障、知识保障、创新保障、灵活保障、预测保障和决策保障; 比较重要的成品油市场竞争战略保障对策为财务保障, 数据统计见表 3。

表 3 成品油市场竞争战略保障对策重要性评价数据统计

市场竞争战略保障对策	均值	评价重要和较重要人数百分比之和/(%)
成长保障	4.77	94.5
学习保障	4.65	95.1
执行保障	4.76	96.2
知识保障	4.59	93.0
创新保障	4.60	92.6
灵活保障	4.65	95.0
预测保障	4.58	90.6
财务保障	4.43	88.7
决策保障	4.55	90.6

有效性评价调查数据分析表明: 效果好的成品油市场竞争战略保障对策为成长保障、学习保障、执行保障、创新保障和预测保障; 实施效果较好的成品油市场竞争战略保障对策为知识保障、灵活保障、财务保障和决策保障, 数据统计见表 4。

紧迫性评价调查数据分析表明: 实施要求紧迫的成品油市场竞争战略保障对策为成长保障、创新保障和灵

活保障; 实施要求比较紧迫的成品油市场竞争战略保障对策为学习保障、执行保障、知识保障、预测保障、财务保障和决策保障, 数据统计见表 5。

表 4 成品油市场竞争战略保障对策有效性评价数据统计

市场竞争战略保障对策	均值	评价有效和较有效人数百分比之和/(%)
成长保障	4.58	92.4
学习保障	4.48	88.7
执行保障	4.59	90.6
知识保障	4.39	86.7
创新保障	4.49	89.1
灵活保障	4.49	87.0
预测保障	4.45	88.3
财务保障	4.26	80.5
决策保障	4.36	83.0

表 5 成品油市场竞争战略保障对策紧迫性评价数据统计

市场竞争战略保障对策	均值	评价紧迫和较紧迫人数百分比之和/(%)
成长保障	4.44	87.5
学习保障	4.32	82.0
执行保障	4.40	79.4
知识保障	4.26	79.1
创新保障	4.39	89.1
灵活保障	4.49	83.6
预测保障	4.21	77.0
财务保障	4.14	78.1
决策保障	4.21	79.6

3 竞争战略保障对策评价显著性分析

3.1 给出检验问题的零假设

零假设(原假设) $H_0: H_{01}, H_{02}, H_{03}$ 和 H_{04} 分别假设被调查对象工作单位、工作部门、工作年限和现任职务特征对成长保障、学习保障、执行保障、知识保障、创新保障、灵活保障、预测保障、财务保障和决策保障对策专家评价的影响无显著差异。

备择假设 $H_1: H_{11}, H_{12}, H_{13}$ 和 H_{14} 分别假设被调查对象工作单位、工作部门、工作年限和现任职务特征对成长保障、学习保障、执行保障、知识保障、创新保障、灵活保障、预测保障、财务保障和决策保障对策专家评价的影响有显著差异。

3.2 选择检验统计量

应用 SPSS 17.0 进行计算, 检验统计量的构造在软件中自动完成。

3.3 计算检验统计量的观测值与概率值

应用 SPSS 17.0 进行计算,检验统计量的观测值及其

发生的概率值软件自动完成计算。成品油市场竞争战略保障对策单因素方差分析见表 6。

表 6 成品油市场竞争战略保障对策评价 ANOVA 分析数据

保障对策	重要性				有效性				紧迫性			
	工作单位	工作部门	工作年限	现任职务	工作单位	工作部门	工作年限	现任职务	工作单位	工作部门	工作年限	现任职务
成长保障	0.042	0.075	0.749	0.062	0.034	0.351	0.231	0.706	0.004	0.989	0.749	0.135
学习保障	0.001	0.033	0.072	0.012	0.002	0.303	0.353	0.773	0.024	0.823	0.848	0.987
执行保障	0.018	0.003	0.621	0.003	0.123	0.026	0.115	0.177	0.001	0.222	0.046	0.004
知识保障	0.000	0.575	0.671	0.020	0.000	0.681	0.843	0.959	0.000	0.948	0.809	0.038
创新保障	0.003	0.266	0.498	0.288	0.002	0.774	0.180	0.555	0.001	0.972	0.663	0.799
灵活保障	0.000	0.003	0.651	0.004	0.000	0.167	0.505	0.659	0.002	0.011	0.327	0.040
预测保障	0.462	0.288	0.167	0.486	0.026	0.201	0.006	0.064	0.079	0.612	0.002	0.947
财务保障	0.003	0.130	0.522	0.100	0.323	0.265	0.529	0.274	0.252	0.580	0.086	0.291
决策保障	0.000	0.653	0.569	0.003	0.001	0.760	0.450	0.969	0.005	0.897	0.043	0.511

3.4 统计推断结果

被调查对象工作单位特征对成品油市场竞争战略保障对策中 8 个对策重要性评价影响的检验统计量概率 p 值小于显著性水平 0.05,应该拒绝零假设,可以认为不同工作单位的被调查对象对成品油市场竞争战略保障对策重要性的评价整体上具有显著差异。

被调查对象工作单位特征对成品油市场竞争战略保障对策中 7 个对策有效性评价影响的检验统计量概率 p 值小于显著性水平 0.05,应该拒绝零假设,可以认为不同工作单位的被调查对象对成品油市场竞争战略保障对策有效性的评价整体上具有显著差异。

被调查对象工作单位特征对成品油市场竞争战略保障对策中 7 个对策紧迫性评价影响的检验统计量概率 p 值小于显著性水平 0.05,应该拒绝零假设,可以认为不同工作单位的被调查对象对成品油市场竞争战略保障对策紧迫性的评价整体上具有显著差异。

类似地,还可推断出被调查对象工作部门、工作年限和现任职务特征对成品油市场竞争战略保障对策重要性、有效性和紧迫性评价的影响是否具有显著差异。

4 结论

本文提出了由成长保障、学习保障、执行保障、知识保障、创新保障、灵活保障、预测保障、财务保障和决策保障构成的成品油市场竞争战略保障对策体系,并进行了调查与实证分析。

1)成品油市场竞争战略保障对策的重要性排序为:成长保障、执行保障、学习保障、灵活保障、创新保障、知识保障、预测保障、决策保障、财务保障;有效性排序为:执行保障、成长保障、灵活保障、创新保障、学习保障、预

测保障、知识保障、决策保障、财务保障;紧迫性排序为:成长保障、执行保障、学习保障、灵活保障、创新保障、知识保障、预测保障、决策保障、财务保障。

2)不同工作单位的被调查对象对成品油市场竞争战略保障对策重要性、有效性和紧迫性的评价整体上具有显著差异。

3)不同工作部门的被调查对象对成品油市场竞争战略保障对策重要性的评价整体上具有较弱的显著差异;对保障对策有效性和紧迫性的评价整体上有弱的显著差异。

4)不同工作年限的被调查对象对成品油市场竞争战略保障对策重要性的评价整体上没有显著差异;对保障对策有效性的评价整体上有弱的显著差异;对保障对策紧迫性的评价整体上具有较弱的显著差异。

5)不同现任职务的被调查对象对成品油市场竞争战略保障对策重要性的评价整体上具有较强的显著差异;对保障对策有效性的评价整体上无显著差异;对保障对策紧迫性的评价整体上具有较弱的显著差异。

参考文献:

- [1] 彭彬.成品油销售竞争策略分析[J].商业文化,2012,(3):202.
Peng Bin. Refined Oil Product Sales Competition Strategy Analysis [J]. Business Culture, 2012, (3): 202.
- [2] 李卓一.决胜力:企业竞争中的 10 种决胜能力[M].北京:机械工业出版社,2007.
Li Zhuoyi. Force of Determine the Victory: 10 Kinds of Runoff Ability of the Enterprise Competition [M]. Beijing: China Machine Press, 2007.

- [3] 江成城. 供应链动态能力及其对企业竞争优势影响研究 [D]. 广州: 暨南大学, 2011.
Jiang Chengcheng. Study on the Dynamic Capability of Supply Chain and Its Impact on the Enterprise Competitive Advantage [D]. Guangzhou: Jinan University, 2011.
- [4] 梁征伟. 基于核心竞争力理论的我国企业竞争优势分析[J]. 山东商业职业技术学院学报, 2009, 9(3): 26-29.
Liang Zhengwei. Analyze on the Enterprise Competitive Advantage Based on the Theory of Core Competitiveness [J]. Journal of Shandong Institute of Commerce and Technology, 2009, 9(3): 26-29.
- [5] 祖明. 竞争优势的内涵、构成要素及可持续性问题分析——以通用汽车为例[J]. 江苏大学学报(社会科学版), 2010, 12(2): 85-88.
Zu Ming. Think on the Connotation, Constituent Elements of Competitive Advantage and Its Sustainability —— for Example General Motors [J]. Journal of Jiangsu University (Social Science Edition), 2010, 12(2): 85-88.
- [6] 宁钟. 创新管理: 获取持续竞争优势[M]. 北京: 机械工业出版社, 2012.
Ning Zhong. Innovation Management: To Obtain Sustainable Competitive Advantage [M]. Beijing: China Machine Press, 2012.
- [7] 李志广, 李萌. 试论打造企业竞争优势的四个要素[J]. 柴油机设计与制造, 2009, (1): 54-57.
Li Zhiguang, Li Meng. Discussion on Four Factors of Creating Enterprise's Competition Advantage [J]. Design and Manufacture of Diesel Engine, 2009, (1): 54-57.
- [8] 刘华治, 刘志强, 陈耿, 等. 对信息化环境下企业财会工作职能转变的思考[J]. 中国总会计师, 2012, (5): 71-73.
Liu Huazhi, Liu Zhiqiang, Chen Geng, et al. Think on the Change of Enterprise Finance and Accounting Work Function under the Informatization Environment [J]. China Chief Financial Officer, 2012, (5): 71-73.

(上接第 88 页)

- Application of 3D Design and Management System of PDMS and PDSOFT [J]. Petrochemical Equipment, 2013, 42(5): 85-89.
- [5] 曾亮. 三维设计技术在国内电厂设计中的研究及应用 [D]. 长沙: 中南大学, 2010.
Zeng Liang. Research and Application of 3D Design Technology [D]. Changsha: Central South University, 2010.
- [6] 黄增宏, 鲁海威. 三维工厂设计管理系统- PDMS [J]. 吉林电力, 2000, 45(6): 45-46.
Huang Zenghong, Lu Haiwei. 3D Plant Design Management System- PDMS [J]. Jilin Electric Power, 2000, 45(6): 45-46.
- [7] 周美丽. PDMS 在总图三维设计与管理中的应用研究 [D]. 西安: 西安建筑科技大学, 2011.
Zhou Meili. Research and Application of PDMS in General 3D Design and Management [D]. Xi'an: Xi'an University of Architecture and Technology, 2011.
- [8] 张明志, 马琿. PDMS 的三维项目规划及应用探讨 [J]. 山东电力技术, 2009, 36(4): 76-80.
Zhang Mingzhi, Ma Hui. 3D Administrator and Implementation of PDMS [J]. Shandong Electric Power, 2009, 36(4): 76-80.
- [9] 崔同凯, 刘慧莉, 陈渊明, 等. PDMS 软件在钻井船管道设计中的应用 [J]. 中国造船, 2012, 53(增刊 1): 113-120.
Cui Tongkai, Liu Huili, Chen Yuanming, et al. Application of PDMS in Drilling Ship Piping Design [J]. Shipbuilding of China, 2012, 53(Suppl 1): 113-120.
- [10] 韩兵. 油气集输 PDMS 分布式数据库通用维护系统的设计与实现 [D]. 成都: 电子科技大学, 2012.
Han Bing. Design and Implementation of the Oil and Gas Gathering and Transportation PDMS Distributed Database Maintenance System [D]. Chengdu: University of Electronic Science and Technology of China, 2012.
- [11] 陈辉. 基于 PDMS 的发电厂管道系统流体计算的实现 [D]. 杭州: 浙江大学, 2010.
Chen Hui. Implementation in Hydraulic Calculation of Power Plant Piping Based on PDMS [D]. Hangzhou: Zhejiang University, 2010.
- [12] 吴祥勇, 李轶, 鲁勤武, 等. 基于 PDMS 平台的模块三维设计系统研究开发 [J]. 核动力工程, 2011, 32(增刊 2): 127-132.
Wu Xiangyong, Li Yi, Lu Qinwu, et al. 3D Module Design System Research and Development Based on PDMS [J]. Nuclear Power Engineering, 2011, 32(Suppl 2): 127-132.