

УДК 633.63:664: 338.26

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКСПЕРТНОЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ САХАРА И САХАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Б.И. Валуев, д.э.н., профессор

В.С. Юффа

*Одеський інститут фінансів Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі,
Одеса, Україна*

Валуев Б.И., Юффа В.С. Методичні основи експертної оцінки конкурентоспроможності цукру і цукрових підприємств.

Стаття присвячена розробці експертного методу оцінки конкурентоспроможності цукру і цукрових підприємств, який на відміну від існуючих точних методів оцінки не вимагає від конкурентів інформації для розрахунків. Метод простий для практики, досить об'єктивний, дозволяє бачити сильні і слабкі сторони товару і підприємства, вибрати напрямки розвитку та підвищення ефективності діяльності підприємства.

Ключові слова: цукор, цукрові підприємства, експертний метод, конкурентоспроможність

Валуев Б.И., Юффа В.С. Методические основы экспертной оценки конкурентоспособности сахара и сахарных предприятий.

Статья посвящена разработке экспертного метода оценки конкурентоспособности сахара и сахарных предприятий, который в отличие от существующих точных методов оценки не требует от конкурентов информации для расчетов. Метод прост для практики, достаточно объективен, позволяет видеть сильные и слабые стороны товара и предприятия, выбрать направления развития и повышения эффективности деятельности предприятия.

Ключевые слова: сахар, сахарные предприятия, экспертный метод, конкурентоспособность

Valuev B.I., Yuffa V.S. Methodical bases of an expert evaluation of the competitiveness of sugar and sugar mills.

The article is devoted to the development of an expert assessment method competitiveness of sugar and sugar mills, which in contrast to the existing exact estimation methods do not require information from competitors for the calculations. The method is easy to practice, is quite objective, allows you to see the strengths and weaknesses of the product and the company, choose the direction of development and improve the efficiency of the company.

Keywords: sugar, sugar companies, expert method, competitiveness

Ключевой характеристикой товара и его производителя, позволяющей достигать целей в условиях конкуренции, является конкурентоспособность. Понятие «конкурентоспособность» является базовым в управлении и будет существовать по отношению к товару или предприятию до тех пор, пока они удерживают конкурентные преимущества над конкурентами на рынке. Конкурентное преимущество характеризуется «продуктивностью использования ресурсов», где критерием выступает рентабельность.

Под конкурентоспособностью товара будем понимать интегральный показатель, отражающий его отличия от товаров – конкурентов. Конкурентоспособность предприятия представляет собой его способность создавать, производить и продавать товары на рынке эффективнее конкурентов.

Анализ последних достижений и публикаций

Много достаточно аргументированных точных методов оценки конкурентоспособности товаров и их производителей предложено следующими учеными: Агеевой Н.Г. [1], Ахматовой М.В. и Поповым Е.В. [2], Багиевым Г.Л., Моисеевой Н.К. и Никифоровой С.В. [3], Балабановой Л.В. и Кривенко А.В. [4], Воронковой А.Э. [5], Градовым А.П. [6], Должанским И.З. и Загорной Т.О. [7], Еленевой Ю.А. [8], Ивановым Ю.Б. [9], Котлером Ф. [10], Кругловым М.И. [11], Лифицем И.М. [12], Минько Э.В. и Кричевским М.Л. [13], Михайловым О.В. [14], Немцовым В.Д. и Довганем Л.Е. [15], Осиповым В.Н. [16], Пономаренко В.С., Тридедом А.Н. и Кизимом Н.А. [17], Рубиным Ю.Б. [18], Фасхиевым Х.А. [19], Яшиним Н.С. [20].

С теоретической точки зрения эти методы оценки конкурентоспособности имеют право на существование. Но все они обладают одним общим существенным недостатком, который не позволяет применять их на практике.

Дело в том, что выводы о высокой или низкой конкурентоспособности товара или предприятия требуют сопоставления величин конкурентоспособности конкурентов друг с другом. А для расчета конкурентоспособности необходима информация об одном и другом. Можно предположить, что по доброй воле ни один конкурент не

открывает другому свою конфиденциальную информацию по объемам производства, продаж, затратам, прибыльности, рентабельности, платежеспособности и другим показателям. А без этой информации объективной величины конкурентоспособности с помощью точных методов не получить. Поэтому для оценки конкурентоспособности необходим такой метод, который не требовал бы информации от конкурентов. Данное обстоятельство обуславливает *актуальность* избранного направления исследования.

Целью настоящей статьи является разработка метода оценки конкурентоспособности товара (сахара) и сахарных предприятий, приемлемого для практики и не требующего информации от конкурентов.

Основной материал

Проведенный анализ конкурентоспособности показывает, что она развивается в настоящее время по следующим направлениям:

- она превращается в глобальную проблему мира, в интегральный показатель развитости страны и её экономической безопасности;
- развитие конкурентоспособности требует прогресса в науке, технике, технологиях, производстве, управлении;
- успех в конкурентной борьбе, осуществляемой на рынке, обеспечивается управлением, производство отходит на второй план;
- в проблеме конкурентоспособности появляются новые стадии, новая философия: от философии совершенствования производства к философии качества, сервиса, совместимости и глобализации.

Необходимость оценки конкурентоспособности товаров и их производителей обуславливается следующими обстоятельствами:

- необходимостью постоянного повышения эффективности деятельности предприятий;
- быстрым изменением внешних и внутренних условий, в которых функционируют предприятия;
- постоянным сокращением жизненного цикла товаров, услуг, технологий;
- определением целесообразности затрат на разработку и постановку на производство новых товаров;
- оценкой перспектив продаж товаров на внутренних и внешних рынках;
- установлением и корректировкой цен новых, экспортных и импортных товаров;
- планированием повышения качества, модернизации товаров, снятия их с производства и с рынка;

— оптимизацией ассортимента товаров.

Существующая трудность оценки конкурентоспособности товаров и предприятий – их производителей может быть преодолена с помощью экспертного метода, основанного на мнениях квалифицированных экспертов, знающих данное производство, рынок, конкурентов, потребителей и способных в баллах оценить важнейшие показатели товара (сахара – песка) и показатели деятельности сахарных предприятий.

Для оценки конкурентоспособности создадим экспертную группу численностью 10 человек, 5 из которых являются менеджерами сахарного предприятия (маркетологи, экономисты, плановики), а другие 5 человек – покупатели. Перед всеми экспертами поставим одинаковую задачу: дать объективную оценку в баллах параметрическим показателям сахара-песка. В качестве параметрических показателей примем: *Б* – вкус; *В* – запах; *Г* – сыпучесть; *Д* – цвет; *Е* – размер кристаллов; *Ж* – влажность; *З* – качество, дизайн и информативность упаковки; *И* – цена. Общая сумма параметрических показателей равна 10, а величина конкретного показателя оценивается экспертами.

Конкурентоспособность товара определим с помощью следующей формулы:

$$A_{10} = \sum_{i=1}^n P_i \times K_{wi},$$

где A_{10} – конкурентоспособность товара (сахара-песка), баллов; P_i – параметрические показатели (*Б, В, Г* и др.); K_{wi} – весовые коэффициенты параметрических показателей.

Подставляя в формулу A_{10} параметрические показатели и их весовые коэффициенты, формула примет вид:

$$A_{10} = B_{cp} \times K_{wB} + B_{cp} \times K_{wB} + G_{cp} \times K_{wG} + D_{cp} \times K_{wD} + E_{cp} \times K_{wE} + J_{cp} \times K_{wJ} + Z_{cp} \times K_{wZ} + I_{cp} \times K_{wI}$$

Работоспособность предлагаемого метода покажем на примере действующих предприятий – Крыжопольского, Пальмирского и Радиховского, расположенных в разных регионах страны.

Результаты анкетного опроса экспертов представим в табличной форме, табл. 1-3. Определим средние величины параметрических показателей, их весовые коэффициенты и оценим конкурентоспособность сахара по формуле A_{10} , по каждому предприятию, табл. 1-3.

Далее перейдем к оценке конкурентоспособности предприятий, где конкурентоспособность товара является составной частью.

Таблица 1. Акт-анкета экспертной оценки конкурентоспособности сахара-песка Крыжопольского сахарного завода, баллов

№ экспертов	Параметрические показатели (Π_i)							
	Вкус (Б)	Запах (В)	Сыпучесть (Г)	Цвет (Д)	Размер кристалл (Е)	Влажность (Ж)	Качество, дизайн, инф. упак. (З)	Цена (И)
1	2,0	0,5	0,8	0,3	0,3	2,0	1,5	2,6
2	1,5	0,3	0,7	0,4	0,3	2,0	1,8	3,0
3	1,0	0,4	0,5	0,3	0,7	2,0	2,3	3,2
4	0,8	0,7	0,4	0,5	0,6	2,2	1,0	3,8
5	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	2,5	2,0	2,5
6	2,2	1,0	0,5	0,3	0,5	1,8	0,7	3,0
7	1,0	0,4	0,8	0,4	0,8	2,2	1,9	2,5
8	2,2	0,5	0,5	0,7	0,4	2,1	1,3	2,3
9	1,4	0,7	0,4	0,6	0,5	1,7	1,2	3,5
10	1,3	0,9	0,5	0,5	0,3	1,8	1,6	3,1
Сумма баллов $\sum \Pi_i$	11,5	6,0	5,7	4,6	4,9	20,3	15,3	29,5
Среднее значение $C_p = \frac{\sum \Pi_i}{10}$	1,15	0,60	0,57	0,46	0,49	2,03	1,53	2,95
Весовой коэффициент $K_{wi} = \frac{C_p}{\sum \Pi_i}$	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Конкурентоспособность сахара Крыжопольского завода (A_{10}^K):

$$A_{10}^K = 11,5 \cdot 0,1 + 6 \cdot 0,1 + 5,7 \cdot 0,1 + 4,6 \cdot 0,1 + 4,9 \cdot 0,1 + 20,3 \cdot 0,1 + 15,3 \cdot 0,1 + 29,5 \cdot 0,1 = 9,78$$

Таблица 2. Акт-анкета экспертной оценки конкурентоспособности сахара – песка Пальмирского сахарного завода, баллов

№ экспертов	Параметрические показатели (Π_i)							
	Вкус (Б)	Запах (В)	Сыпучесть (Г)	Цвет (Д)	Размер кристалл (Е)	Влажность (Ж)	Качество, дизайн, инф. упак. (З)	Цена (И)
1	3,0	0,3	0,3	0,3	0,2	2,0	0,8	3,0
2	2,5	0,7	0,5	0,1	0,1	2,1	1,3	2,7
3	2,2	0,5	0,5	0,2	0,1	2,3	1,7	2,5
4	2,8	0,5	0,2	0,3	0,1	0,6	1,5	4,0
5	2,0	1,0	0,4	0,3	0,1	1,8	1,2	3,2
6	1,7	1,2	0,7	0,2	0,1	1,1	1,5	3,5
7	3,2	0,8	0,4	0,1	0,1	0,5	1,9	3,0
8	1,9	0,9	0,7	0,4	0,3	1,3	2,0	2,5
9	1,5	0,9	0,4	0,6	0,6	2,0	1,7	2,3
10	2,9	1,3	0,2	0,1	0,1	0,6	1,6	3,2
Сумма баллов $\sum \Pi_i$	23,7	8,1	4,4	2,6	1,8	14,3	15,2	29,9
Среднее значение $C_p = \frac{\sum \Pi_i}{10}$	2,37	0,81	0,44	0,26	0,18	1,43	1,52	2,99
Весовой коэффициент $K_{wi} = \frac{C_p}{\sum \Pi_i}$	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Конкурентоспособность сахара Пальмирского завода (A_{10}^{Π}):

$$A_{10}^{\Pi} = 23,7 \cdot 0,1 + 8,1 \cdot 0,1 + 4,4 \cdot 0,1 + 2,6 \cdot 0,1 + 1,8 \cdot 0,1 + 14,3 \cdot 0,1 + 15,2 \cdot 0,1 + 29,9 \cdot 0,1 = 10$$

Таблица 3. Акт-анкета экспертной оценки конкурентоспособности сахара – песка Радиховского сахарного завода, баллов

№ экспертов	Параметрические показатели (Π_i)							
	Вкус (Б)	Запах (В)	Сыпучесть (Г)	Цвет (Д)	Размер кристалл (Е)	Влажность (Ж)	Качество, дизайн, инф. упак. (З)	Цена (И)
1	2,0	0,7	0,4	0,4	0,4	2,0	1,1	3,0
2	1,8	0,9	0,5	0,7	0,8	2,0	1,0	2,5
3	2,0	0,5	0,3	0,7	0,7	1,8	1,5	2,5
4	1,7	1,0	0,6	0,8	0,4	0,9	1,3	2,3
5	1,8	1,2	0,8	0,5	0,1	1,5	1,0	3,1
6	1,9	1,3	0,3	0,3	0,3	1,6	1,2	3,1
7	1,5	0,8	0,5	0,6	0,4	1,6	1,6	3,0
8	2,0	0,9	0,8	0,6	0,4	1,9	1,0	2,4
9	2,5	0,9	0,6	0,3	0,7	1,3	1,3	2,5
10	2,2	0,8	0,3	0,2	0,4	1,7	1,4	3,0
Сумма баллов $\sum \Pi_i$	19,4	9,0	5,1	5,0	4,4	17,3	12,4	27,4
Среднее значение $C_p = \frac{\sum \Pi_i}{10}$	1,94	0,90	0,51	0,50	0,44	1,73	1,24	2,74
Весовой коэффициент $K_{wi} = \frac{C_p}{\sum \Pi_i}$	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Конкурентоспособность сахара Радиховского завода (A_{10}^P):

$$A_{10}^P = 19,4 \cdot 0,1 + 9 \cdot 0,1 + 5,1 \cdot 0,1 + 5 \cdot 0,1 + 4,4 \cdot 0,1 + 17,3 \cdot 0,1 + 12,4 \cdot 0,1 + 27,4 \cdot 0,1 = 10$$

В качестве важнейших показателей деятельности сахарных предприятий примем: выручку (объем продаж) – A_1 ; прибыль (валовую) – A_2 ; долю рынка предприятия – A_3 ; товарный кредит (продолжительность отсрочки платежа за товар) – A_4 ; процент скидок за продаваемый товар – A_5 ; фондоотдачу – A_6 ; рентабельность – A_7 ; платеже-

способность предприятия – A_8 ; ассортимент товара – A_9 ; конкурентоспособность сахара – A_{10} .

Конкурентоспособность сахарного предприятия (K_{Π}) определим как произведение показателей:

$$K_{\Pi} = \prod_{i=1}^9 A_i$$

Общую величину показателей от A_1 до A_9 ограничим десятью баллами. Средние результаты показателей анкетного опроса экспертов представлены в табл. 4.

Таблица 4. Акт-анкета экспертной оценки конкурентоспособности сахарных предприятий, баллов

Наименование показателя	Показатель	Крыжопольский сахарный завод (ср. знач. показат.)	Пальмирский сахарный завод	Радиховский сахарный завод
Выручка (объем продаж)	A_1	1,90	2,40	2,00
Прибыль (валовая)	A_2	1,80	2,00	2,00
Доля рынка предприятия	A_3	0,90	0,80	1,00
Товарный кредит (продолжительность)	A_4	1,20	1,20	1,50
Процент скидок на товар	A_5	1,80	1,10	1,50
Фондоотдача	A_6	0,7	0,40	0,50
Рентабельность	A_7	0,7	0,40	0,50

Платежеспособность предприятия	A_8	0,5	0,90	0,50
Ассортимент товара	A_9	0,5	0,80	0,50
Конкурентоспособность товара	A_{10}	9,78	10,0	10,0
Конкурентоспособность предприятий	$K_{П}$	3,77	5,84	5,62

Как видим, наибольшей конкурентоспособностью обладает Пальмирский сахарный завод.

Выводы

Сравнивая полученное значение конкурентоспособности сахара с аналогичными показателями конкурентов или с показателями, принятыми за эталон или образец, сможем сделать количественный вывод о наличии или отсутствии конкурентоспособности исследуемого продукта. Объективная оценка конкурентоспособности товара позволяет его производителю наглядно видеть сильные и слабые стороны своего товара, выбрать стратегические направления развития и повышения эффективности деятельности предприятия. Предложенный метод оценки конкурентоспособности сахара

прост, достаточно объективен, информативен и не требует от конкурентов информации для расчетов. Он позволяет формировать реальную картину конкурентоспособности товара, предприятия и управлять ею.

Здесь разработан экспертный метод оценки конкурентоспособности сахара – песка и сахарных предприятий, применимый для любых организационно – правовых форм предприятий, форм собственности и объемов производства. Данный метод может быть распространен и на другие виды продуктов, но, понятно, что параметрические показатели товара и предприятия должны отражать их особенности.

Список литературы:

1. Агеева Н.Г. Справочник по конкуренции и конкурентоспособности [Текст] : учеб.пособие / Н.Г. Агеева. – Курган : [б. и.], 2002. – 120 с.
2. Ахматова М.В. Теоретические модели конкурентоспособности / М.В. Ахматова, Е.В. Попов // Маркетинг. – 2003. – № 4. – С. 25-38.
3. Багиев Г.Л. Международный маркетинг [Текст] : учебник для вузов / Г.Л. Багиев, Н.К. Моисеева, С. В. Никифорова. – М. ; Харьков ; СПб. : Питер, 2001. – 509 с.
4. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга: монография / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.
5. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация / А.Э. Воронкова; Восточноукр. нац. ун-т. – Луганск, 2000. – 315 с.
6. Экономическая стратегия фирмы : учеб. пособие / [Градов А.П., Глухов В.В., Григорьев Ю.П. и др.] ; Под ред. А.П. Градова. – 4-е изд., перераб. – СПб. : Спец. лит., 2003. – 957 с.
7. Должанский И.З. Конкурентоспособность предприятия [Текст] : учеб. пособие для студ. экон. спец. вузов / И.З. Должанский, Т.О. Загородняя ; Макеевский экономико-гуманитарный ин-т. – Донецк : Норд-пресс, 2005. – 362 с.
8. Еленева Ю.А. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / Ю.А. Еленева, А.М. Кроткова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 24-29.
9. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия [Текст] : науч. изд. / Ю.Б. Иванов, А.Н. Тищенко, Н.А. Дробитько, О.С. Абрамова. – Х. : ХНЭУ, 2004. – 255 с.
10. Котлер Ф. Основы маркетинга : переводное издание / Ф. Котлер ; Пер. с англ. Боброва В.Б. – М. : Бизнес-кн., 1995. – 698 с.
11. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией : учеб. для вузов по экон. и технол. спец. / М.И. Круглов. – Москва : Рус. деловая лит., 1998. – 756 с.
12. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг [Текст] : учебное пособие / И.М. Лифиц. – 2-е изд., доп. и испр. – М. : Юрайт-М, 2001. – 221 с.
13. Минько Э.В. Качество и конкурентоспособность [Текст] : монография / Э.В. Минько, М.Л. Кричевский. – СПб. : Питер, 2004. – 267 с.
14. Михайлов О.В. Основы мировой конкурентоспособности [Текст] : монография / О.В. Михайлов. – М. : Познават.кн.плюс, 1999. – 591 с.

15. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. – К.: ТОВ УВПК «Екс. Об», 2001. – 560 с.
16. Осипов В.Н. Оценка конкурентоспособности продукции производственного назначения / В.Н. Осипов, В.А. Диленко, А.А. Стрелец; НАН Украины. Ин-т пробл. рынка и экон.-экол. исслед. – О., 2001. – 152 с.
17. Пономаренко В.С. Стратегия развития предприятия в условиях кризиса: монография / В.С. Пономаренко, А.М. Тридед, Н.А. Кизим. – М. : ХНЭУ, 2003. – 323 с.
18. Рубин Ю.Б. Конкуренция : упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе / Ю.Б. Рубин. – 2-е изд. – М. : Маркет ДС, 2006. – 457 с.
19. Фасхиев Х.А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? / Х.А. Фасхиев, Е.В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 53-68.
20. Яшин Н.С. Конкурентоспособность промышленных предприятий: методология, оценка регулирования / Н.С. Яшин. – Саратов: Изд. центр СГЭА, 1994. – 248 с.

Надано до редакції 10.05.2013

Валуев Борис Иванович / Boris I. Valuev

Юффа Вадим Сергійович / Vadim S. Yuffa
gerainoff@yandex.ua

Посилання на статтю / Reference a Journal Article:

Методические основы экспертной оценки конкурентоспособности сахара и сахарных предприятий [Електронний ресурс] / Б.И. Валуев, В.С. Юффа // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 2 (7). – С. 217-222. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>