

РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОНДИТЕРСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Бурда А. Г. – д. э. н., профессор

Кочетов В. В. – соискатель

Кубанский государственный аграрный университет

Предложены методические разработки комплексной сравнительной оценки кондитерских предприятий с целью повышения уровня их конкурентоспособности и более объективной оценки рейтинга участников кондитерского рынка, сделаны выводы о целесообразности образования холдинга товаропроизводителей кондитерских изделий на основе проведенной рейтинговой оценки конкурентоспособности по предложенной методике.

Конкуренция – это фундаментальный принцип и основная регулирующая сила рыночного товарного производства. Конкуренцию можно рассматривать как основную форму экономической борьбы за максимальную реализацию интересов продавцов и покупателей на рынке. С рыночной конкурентностью неразрывно связаны такие понятия, как конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность продукции, товара. Конкурентоспособность предприятий во многом предопределяет конкурентоспособность продукции, которую оно производит. Конкурентоспособным можно считать тот товар, совокупность потребительских свойств и стоимостных характеристик которого определяет его успех на рынке, то есть обеспечивает его способность быть обмененным на деньги в условиях широкого предложения к обмену конкурирующих товаров с аналогичными свойствами и характеристиками.

Конкурентоспособность предприятия, фирмы характеризуется наличием конкурентных преимуществ, то есть качеств, которые отсутствуют или менее выражены у соперников. Возникновению конкурентных преимуществ может способствовать использование самых разнообразных более выгодных производственных ресурсов, новых технологий, лучший кадровый состав и его более высокая квалификация, более надежное финансовое обеспечение, более богатый опыт и навыки в организации производственно-сбытовой деятельности, более активное стимулирование сбыта, умелое использование маркетинга и коммерческого сотрудничества.

В конкурентоспособности предприятия отражаются совокупные итоги работы всех его подразделений, состояние их материальной базы, надежность кадрового и финансового обеспечения, уровень управления и способность предприятия реагировать на изменение внешних факторов воздействия, способность адекватно и оперативно реагировать на изменения в поведении покупателей, их вкусов и предпочтений.

Усиление конкуренции на товарном рынке возможно только при наличии на нем конкурентоспособных и финансово устойчивых предприятий. Конкурентоспособность товаропроизводителей на продовольственном рынке можно анализировать по различным группам факторов конкурентоспособности: ликвидность и рыночная устойчивость, качество продукции, интенсивность производства и оборота средств, уровень использования производственного и экономического потенциала, эффективность менеджмента, ценовая и сбытовая политика, продвижение товара на рынке, прибыльность, деловая активность, размеры предприятия и производства, уровень его концентрации, доля на рынке, обеспеченность собственными средствами.

Конкурентоспособность, на наш взгляд, можно рассматривать не только как качественную характеристику рыночного положения, но и как количественно измеряемый параметр. Научно обоснованную методику

оценки конкурентоспособности можно построить различными методами с использованием различных критериев. Оценка конкурентоспособности предприятий должна основываться на определенном наборе показателей, обоснование состава которых строится исходя из целей оценки и потребностей субъектов управления. Поскольку приоритет какому-либо единственному критерию отдать сложно, представляется целесообразным проведение комплексной оценки конкурентоспособности.

При этом возможно использование методов, как не предусматривающих расчет единого интегрального показателя, так и предусматривающих формирование и количественную оценку единого интегрального критерия. Эти методы рассматриваются в специальной литературе по теории измерений и проблемам принятия решений в экономических системах.

На практике, в частности, могут применяться:

- метод сумм, когда, например, суммируются темпы прироста отобранных показателей;
- средняя арифметическая взвешенная, когда темы прироста суммируются с учетом веса каждого показателя по какому-либо принципу;
- метод ранжирования или суммы мест, когда суммируются места, достигнутые предприятиями по отобранным показателям: наименьшая сумма мест означает первое место;
- метод балльной оценки, когда каждый показатель имеет свой весовой балл, и в баллах оцениваются приращения показателей по определенной шкале;
- различные методы рейтинговой оценки.

Оценка конкурентоспособности может быть проведена на основе разработки рейтинга предприятий, с учетом совокупного влияния слагаемых конкурентоспособности на основе совокупного влияния факторов конкурентоспособности. Немаловажным требованием к такой оценке является базирование на данных официальной отчетности.

Исследования показывают, что в настоящее время предложено немало методик рейтинговой оценки предприятий, каждая из которых отличается целями проводимой оценки, набором исходных параметров и показателей, степенью применения автоматизированных баз данных, алгоритмами получения стандартизированных показателей, свертки критериев и расчета рейтинговой оценки, возможностью использования в динамике.

На наш взгляд, для рейтинговой оценки конкурентоспособности ведущих предприятий кондитерской промышленности Краснодарского края можно предложить методику сравнительной рейтинговой оценки конкурентоспособности, включающую следующие этапы:

1. Обоснование системы параметров и показателей конкурентоспособности предприятий, сбор информации и расчет значений показателей.
2. Разработка матрицы стандартизированных (нормированных) показателей (коэффициентов).
3. Расчет интегральной рейтинговой оценки по выбранному методу свертки критериев.
4. Ранжирование предприятий по значениям показателя интегральной рейтинговой оценки, анализ "узких мест" и выявление резервов повышения конкурентоспособности.

Рассмотрим каждый из этих этапов.

Сравнительная оценка должна учитывать все важные параметры конкурентоспособности и базироваться не на произвольном наборе показателей, а на характеристиках тех аспектов деятельности предприятия, которые имеют существенное значение для конкурентоспособности. К таким характеристикам обычно относят показатели оценки прибыльности и эффективности хозяйственной деятельности, показатели оценки эффективности управления, показатели оценки деловой активности, показатели оценки ликвидности и рыночной устойчивости, показатели платежеспособности.

Однако представляется целесообразным для измерения конкурентоспособности предприятий кондитерской отрасли использовать не только относительные показатели прибыльности, эффективности управления, деловой активности, ликвидности и рыночной устойчивости, а дополнить эти четыре группы показателей параметром размера производства.

Размер производства – одно из слагаемых конкурентоспособности, так как крупное производство теоретически имеет неоспоримые конкурентные преимущества. Поэтому для оценки конкурентоспособности необходимо учитывать и такой параметр, как размер производства, который можно выразить с помощью различных показателей: валюты баланса, стоимости основных и оборотных средств, объема производства и реализации продукции в натуральном и стоимостном отношении, численности работников, стоимости чистых активов.

При оценке конкурентоспособности должна приниматься во внимание и возможная несостоятельность (банкротство) организации. В российском законодательстве о банкротстве произошли изменения, связанные с установлением критерия несостоятельности. Если с 1992 г. по 1998 г. таким критерием являлась неоплатность, определяемая по соотношению стоимости имущества и суммы задолженности (на основе оценки ликвидности), то по закону "О несостоятельности (банкротстве)" в редакции 1998 и 2002 годов "...юридическое лицо считается не способным удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей, если соответствующие обязательства и (или) обязанность не исполнены им в течение трех месяцев с даты, когда они должны быть исполнены", и критерием несостоятельности является платежеспособность. Соответственно, в методических положениях по оценке финансового состояния предприятий, утверждаемых исполнительными органами, акцент сместился с оценки ликвидности к расчету платежеспособности на основе сопоставления обязательств и среднеме-

сячной выручки. Поэтому при комплексной оценке конкурентоспособности предприятий в состав анализируемых параметров нами включена платежеспособность.

Таким образом, для оценки конкурентоспособности предприятий кондитерской промышленности нами предложена и обоснована система из шести параметров, количественное измерение которых осуществляется с помощью 31 показателя. Для удобства исходные данные представляются в виде матрицы, в которой по сторонам записаны показатели, а по столбцам – предприятия.

На втором этапе рассчитанные значения показателей, имеющие различную размерность и единицы измерения, необходимо привести в сопоставимый вид. Для этого по каждому показателю проводится сравнение с условным эталонным предприятием, имеющим наилучшие результаты по данному показателю. Эталоном сравнения является самый удачливый конкурент, достигший в данном аспекте деятельности наилучших результатов в процессе реально сложившейся рыночной конкуренции; это соответствует практике рыночной конкуренции, где предприятия стремятся по всем показателям выглядеть лучше своих конкурентов.

В данном случае мы имеем дело с определенными наблюдаемыми свойствами изучаемых и измеряемых объектов. Для установления объективных сопоставимых числовых значений различных характеристик в подобных случаях применяется метрическая шкала отношений. По каждому показателю положительной направленности в матрице находится максимальное значение и принимается за эталонное. Исходные показатели стандартизируются путем деления на эталонное значение.

$$x_{ij} = \frac{a_{ij}}{\max_j a_{ij}}, \quad (1)$$

где i – номера показателей ($i = 1, 2, 3, \dots, m$),

m – количество показателей,

j – номера предприятий ($i = 1, 2, 3, \dots, n$),

n – количество предприятий,

a_{ij} – значение i -того показателя j -того предприятия,

x_{ij} – стандартизированный i -ый показатель (коэффициент) конкурентоспособности.

Таким образом стандартизируются выбранные нами показатели прибыльности, эффективности управления, деловой активности, ликвидности, рыночной устойчивости, размера и концентрации, имеющие положительную направленность, то есть, чем выше значение показателя, тем лучше оценивается соответствующий параметр.

Для стандартизации показателей платежеспособности, имеющих отрицательную направленность (то есть, чем выше значение показателя, тем ниже платежеспособность, так как она по методике ФСФО выражается в месяцах, требуемых для покрытия текущих обязательств среднемесячной выручкой), нами предложена и проведена стандартизация показателей платежеспособности по их обратным значениям.

При этом рассчитаны обратные значения показателей платежеспособности, а их стандартизация проведена по вышеизложенной схеме, то есть

$$X_{ij} = \frac{1}{\frac{a_{ij}}{\max \frac{1}{a_{ij}}}} \quad (2)$$

Приводимые некоторыми авторами утверждения о возможности нормирования матрицы путем деления каждого показателя на лучшее значение, которое может быть как максимальным, так и минимальным в зави-

симости от содержания показателя, нам представляется, по меньшей мере, спорными, так как стандартизированные коэффициенты могут принимать значения >1 . Дальнейшее оперирование с ними для получения рейтингового числа может давать искаженные результаты.

Нормирование по схеме

$$1 - \frac{a_{ij}}{\max_j a_{ij}} \quad (3)$$

приводит к тому, что сравнение проводится не с достижениями конкурентов, а с аутсайдерами конкурентной борьбы.

При использовании же предлагаемого нами способа в матрице стандартизированных показателей все коэффициенты отражают уровень соответствующего предприятия по сравнению с самым удачливым конкурентом в данном аспекте деятельности, позволяют применять различные методы свертывания критериев в единый функционал, преобразовывать группу локальных критериев (показателей и параметров) в интегральный критерий, свести многокритериальную задачу к однокритериальной.

На третьем этапе для получения интегрального критерия и расчета рейтингового числа обычно используются следующие специальные методы:

- метод выделения главного критерия;
- мультипликативный метод свертки критериев;
- аддитивный метод свертки критериев;
- метод вычисления расстояний.

Недостаток метода выделения главного критерия заключается в том, что сравнение проводится только по одному критерию, а значения других не учитываются.

Мультипликативный метод свертки критериев предполагает построение интегрального критерия в виде простого или взвешенного по

важности произведения локальных критериев, если они удовлетворяют некоторым условиям мультипликативности. К недостаткам данного метода относят существование неоднозначных компенсаций значений критериев.

Аддитивный метод свертки критериев предполагает построение интегрального критерия в виде простой или взвешенной суммы локальных критериев:

$$R_j = \sum_{i=1}^m K_i X_{ij}, \quad (4)$$

где K_i – весовой коэффициент важности критерия, определяемый экспертным путем,

R_j – рейтинговое число (интегральный критерий) j -го предприятия.

Метод вычисления расстояний базируется на векторно-матричной алгебре, при этом вводится специального вида метрика, характеризующая расстояние между анализируемыми объектами. Такая метрика используется в виде обобщенного критерия, так как описывает обобщенное расстояние между текущим объектом и объектом, с которым производится сравнение. Обычно рассматриваются расстояния между некоторым фактическим объектом и его идеальным представлением.

Если за идеальное принять фактически достигнутое в конкурентной борьбе значение показателя у наиболее удачливого конкурента, то значение интегрального критерия можно рассчитать по формуле:

$$R_j = \sqrt{\sum_{i=1}^m (1 - X_{ij})^2}, \quad (5)$$

где R_j – рейтинговое число (значение интегрального критерия) j -го предприятия,

X_{ij} – стандартизированный i -ый показатель j -го предприятия.

Поскольку значение каждого показателя по условному эталонному предприятию принято за 1, то все его координаты равны 1, а R_j характеризует расстояние (удаление) анализируемого предприятия от условного в многомерном пространстве.

Рейтинговое число, определяемое в виде квадратного корня из суммы квадратов разностей, может быть модифицировано путем применения экспертных весовых коэффициентов показателей:

$$R_j = \sqrt{\sum_{i=1}^m K_i (1 - X_{ij})^2}, \quad (6)$$

а также расчета удаленности не от эталонного предприятия, а от начала координат:

$$R_j = \sqrt{\sum_{i=1}^m K_i X_{ij}^2}. \quad (7)$$

Нами проводились расчеты рейтинговых чисел по аддитивному методу свертки критериев и методу вычисления расстояний.

На четвертом этапе на основе рассчитанных значений рейтинговой оценки проводится ранжирование предприятий по уровню конкурентоспособности. В зависимости от выбранного способа расчета рейтинговой оценки предприятия упорядочиваются либо по убыванию показателя R_j , либо по его возрастанию. Если предполагается порядок следования предприятий от имеющего наивысший рейтинг к имеющему низший рейтинг (более удачливым конкурентом считается предприятие с большим рейтинговым числом), то предприятия ранжируются по убыванию интегрального критерия, например, при аддитивной свертке критериев и методу определения расстояний от начала координат. В противоположном случае, если по смыслу расчета рейтингового числа более конкурентоспособным является предприятие с меньшим значением рейтингового числа, ранжирование проводится по возрастанию рейтингового числа, то есть наиболее кон-

курентоспособным является предприятие с наименьшим рейтинговым числом.

Мы полагаем, что расчет рейтинговых чисел и ранжирование предприятий следует проводить не только по всей совокупности параметров и показателей, но и по каждой группе показателей того или иного параметра: по показателям прибыльности, эффективности управления, деловой активности, ликвидности и рыночной устойчивости, размеру и концентрации, платежеспособности. Такой предлагаемый подход рейтинговой оценки по всем параметрам позволит выявить резервы повышения конкурентоспособности и нацеливать управленческие решения на улучшение параметров, по которым конкуренты имеют преимущества.

Нами проведены расчеты интегральных показателей конкурентоспособности по материалам восьми формирований кондитерской промышленности Краснодарского края различных организационных форм: ЗАО "Первый кондитерский комбинат "Анит" (г. Краснодар), ЗАО "Южная звезда" (ст. Динская), ОАО "Кондитерская фабрика" (г. Армавир), холдинг "Кондитерский комбинат "Кубань" (г. Тимашевск), в состав которого входят ОАО "Кондитерский комбинат "Кубань" (г. Тимашевск), ООО "Кондитерская фабрика "Кубань" (г. Тимашевск), ООО "Технология" (г. Тимашевск), ЧП Кужелев (г. Тимашевск). Оценка конкурентоспособности проведена по различным совокупностям: предприятия – участники холдинга; холдинг и его основные конкуренты; холдинг и его конкурентное окружение; ОАО "Кондитерский комбинат "Кубань" и его основные конкуренты. При этом использовались аддитивная свертка критериев и метод расстояний от эталонного предприятия, то есть рейтинги строились по двум способам (вариантам).

Проведение расчетов по предлагаемой методике довольно трудоемкое, особенно при больших размерах изучаемых совокупностей.

Существенную помощь в вычислительных процедурах могут оказать персональные ЭВМ и специальное программное обеспечение. Нами расчеты проводились в электронных таблицах MS EXCEL.

Значения рейтинговых чисел конкурентоспособности ОАО "Кондитерский комбинат "Кубань" и его основных конкурентов определены как в целом, так и по каждому из имеющихся параметров конкурентоспособности (табл. 1).

Таблица 1 – Значения интегрального показателя конкурентоспособности предприятий кондитерской промышленности Краснодарского края при расчете по методу аддитивной свертки, 2004 г.

Параметр	ЗАО Первый кондитерский комбинат "Анит", (г. Краснодар)	ЗАО "Южная звезда" (ст. Динская)	ОАО "Кондитерская фабрика" (г. Армавир)	ОАО Кондитерский комбинат "Кубань" (г. Тимашевск)
Прибыльность хозяйственной деятельности	0,4215717	4,0000000	-0,8723300	0,2984472
Эффективность управления	-0,6264231	3,7970625	0,0402709	2,1792640
Деловая активность	6,3019993	4,7022760	4,1836857	3,4644151
Ликвидность и рыночная устойчивость	2,1949257	3,4289699	4,3715201	0,8810254
Размер и концентрация производства	0,9828232	2,2689404	4,4907779	3,8738728
Платежеспособность	3,3307939	4,0492723	4,9803210	2,6295920
Интегральный показатель конкурентоспособности	12,605691	22,246521	17,194246	13,326616

При использовании метода аддитивной свертки критериев наивысший рейтинг имеет предприятие с наибольшим значением интегрального критерия, то есть предприятия ранжируются по местам в порядке возрастания показателя рейтинговой оценки.

Количественная оценка прибыльности, эффективности управления деловой активностью, ликвидности и рыночной устойчивости, размера и концентрации производства, платежеспособности как слагаемых конкурентоспособности позволяют выявить сильные и слабые стороны каждого предприятия в конкурентной борьбе.

По прибыльности хозяйственной деятельности выделяется ЗАО "Южная звезда", получившее в 2004 году 6907 тыс. руб. до налогообложения, 5212 тыс. руб. чистой прибыли и имеющее самые высокие значения показателей общей рентабельности, чистой рентабельности, рентабельности собственного капитала и общей рентабельности производственных фондов. Противоположная ситуация у ОАО "Кондитерская фабрика" (г. Армавир), деятельность которой в 2004 году была убыточной.

Совокупная оценка эффективности управления, проведенная по показателям чистой и валовой прибыли, прибыли от продаж и прибыли до налогообложения, рассчитанным на 1 руб. объема реализации, свидетельствует, что ЗАО "Южная звезда" и по этому параметру занимает лидирующее положение среди конкурентов. Закрытое акционерное общество "Первый кондитерский комбинат "Анит" (г. Краснодар) замыкает рейтинг по эффективности управления, поскольку в 2004 году оно понесло убытки от продаж на сумму 3459 тыс. руб., убыток до налогообложения составил 284 тыс. руб., что сказалось на значениях показателей эффективности управления, стандартизированных коэффициентах и рейтингового числа по данному параметру конкурентоспособности.

Однако "Анит" лидирует по показателям деловой активности, имеет лучшие показатели отдачи всех активов, отдачи основных фондов, отдачи собственного капитала, оборачиваемости оборотных средств и оборачиваемости наиболее ликвидных активов, а по оборачиваемости запасов и

дебиторской задолженности хотя и отстают от конкурентов, но незначительно.

ОАО "Кондитерская фабрика" (г. Армавир), несмотря на убытки, занимает ведущие позиции по ликвидности и рыночной устойчивости, а также по таким параметрам конкурентоспособности, как платежеспособность, размер и концентрация производства. Расчеты показывают, что ОАО "Кондитерский комбинат "Кубань" (г. Тимашевск) следует обратить внимание на повышение ликвидности и рыночной устойчивости, платежеспособности предприятия. Комбинат "Анит" значительно уступает своим конкурентам по размеру и концентрации производства.

Интегральный показатель конкурентоспособности отражает все рассмотренные параметры и позволяет сделать комплексный вывод о конкурентоспособности предприятий в целом. Наиболее удачливым в конкурентной борьбе является ЗАО "Южная звезда" (ст. Динская), опережающая ОАО "Кондитерская фабрика" (г. Армавир) и ОАО "Кондитерский комбинат "Кубань" (г. Тимашевск), которому несколько уступает ЗАО "Анит" (г. Краснодар).

Для наглядности проранжируем предприятия, то есть распределим их по местам в зависимости от значения интегрального показателя конкурентоспособности, определенного с помощью аддитивного метода (табл. 2).

Такое представление информации позволяет судить не только об общем уровне конкурентоспособности предприятий и их ближайших соперниках по месту в рейтинге, построенном по интегральному показателю, но и выявить "узкие места", резервы повышения конкурентоспособности на основе анализа рейтингов, построенных по каждому параметру конкурентоспособности.

Таблица 2 - Рейтинг конкурентоспособности предприятий кондитерской промышленности Краснодарского края по аддитивному методу, 2004 г.

Параметр	ЗАО Первый кондитерский комбинат "Анит", (г. Краснодар)	ЗАО "Южная звезда" (ст. Динская)	ОАО "Кондитерская фабрика" (г. Армавир)	ОАО Кондитерский комбинат "Кубань" (г. Тимашевск)
Прибыльность хозяйственной деятельности	2	1	4	3
Эффективность управления	4	1	3	2
Деловая активность	1	2	3	4
Ликвидность и рыночная устойчивость	3	2	1	4
Размер и концентрация производства	4	3	1	2
Платежеспособность	3	2	1	4
Интегральный показатель конкурентоспособности	4	1	2	3

Расчеты показывают, что для ЗАО "Анит" направлениями повышения конкурентоспособности могут быть, прежде всего, повышение эффективности управления, уровня концентрации и размеров производства, для ОАО "Кондитерский комбинат "Кубань" – повышение уровня деловой активности, ликвидности и платежеспособности; для ОАО "Кондитерская фабрика" (г. Армавир) – улучшение показателей прибыльности хозяйственной деятельности; ЗАО "Южная звезда" практически по всем группам показателей занимает лидирующее положение и лишь по размеру и концентрации производства имеет третью позицию в рейтинге.

Таким образом, предлагаемая методика комплексной оценки уровня конкурентоспособности позволяет не только строить рейтинги, но и выявлять потенциальные точки роста, причем как для аутсайдеров, так и для лидеров конкурентной борьбы. Естественно, рассмотренные методы не отрицают других способов выявления резервов повышения конкурентоспособности, которые могут находиться и в тех аспектах деятельности, по которым фирма и так лидирует, а увеличение соответствующего отрыва только укрепит конкурентные позиции и преимущества.

Следует заметить, что достигнутые результаты, с одной стороны, отражают фактически имеющийся уровень развития каждого параметра, а с другой – отражают перспективы конкурентоспособности, так как в конкурентной борьбе предприятия с лучшими результатами имеют определенные преимущества.

Предлагаемая методика может быть использована для исследования и других аспектов повышения конкурентоспособности товаропроизводителей кондитерских изделий сельского района. В частности, резонно задать вопрос: "Как влияют интеграционные процессы на изменение уровня конкурентоспособности?" Рассмотрим, как сказывается участие в холдинге на конкурентоспособности входящих в него предприятий.

Для этого проведем аналогичные расчеты по тем же основным конкурентам, но в сравнении не с ОАО "Кондитерский комбинат "Кубань" (г. Тимашевск), а всего холдинга "Кондитерский комбинат "Кубань", в котором ОАО является головным предприятием и держателем основных долей в собственности: ООО "Кондитерская фабрика "Кубань" (г. Тимашевск), ООО "Технология" (г. Тимашевск) и ЧП Кужелев (г. Тимашевск) (табл. 3).

Как видим, уровень конкурентоспособности холдинга в целом выше, чем его головного предприятия – комбината "Кубань", судя по интегральному показателю. Причем заметно укрепляются позиции практически по каждому параметру. Холдинг по размеру и концентрации производства за-

нимает лидирующее положение, по прибыльности опережает ЗАО "Анит", по деловой активности практически идет в ногу с армавирской кондитерской фабрикой, платежеспособность холдинга выше, чем первого кондитерского комбината "Анит".

Таблица 3 – Влияние объединения в холдинг предприятий кондитерской промышленности Тимашевского района на значения интегрального показателя конкурентоспособности при расчете по методу аддитивной свертки, 2004 г.

Параметр	ЗАО Первый кондитерский комбинат "Анит", (г. Краснодар)	ЗАО "Южная звезда" (ст. Динская)	ОАО "Кондитерская фабрика" (г. Армавир)	Холдинг Кондитерский комбинат "Кубань" (г. Тимашевск)
Прибыльность хозяйственной деятельности	0,4215717	4,000000	-0,87233	1,7519765
Эффективность управления	-0,6680451	4,000000	0,115156	2,7512849
Деловая активность	6,3019993	4,702276	4,1836857	4,1650548
Ликвидность и рыночная устойчивость	2,5904759	3,7376742	4,616951	2,4480796
Размер и концентрация производства	0,9289124	2,153794	4,3252762	4,4996999
Платежеспособность	3,2586633	3,8641372	4,7211785	3,5693932
Интегральный показатель конкурентоспособности	12,833577	22,457881	17,089917	19,185489

При расчетах комплексных показателей могут возникнуть сомнения, не является ли такая оценка чересчур условной, как влияет выбор метода свертки критериев на результаты, объективна ли оценка. Поэтому целесообразно осуществлять расчеты по различным методам.

Кроме использования метода аддитивной свертки критериев нами был применен метод вычисления расстояний от эталонного предприятия (табл. 4).

Таблица 4 – Влияние объединения в холдинг предприятий кондитерской промышленности Тимашевского района на значения интегрального показателя конкурентоспособности при расчете по методу вычисления расстояний от эталонного предприятия, 2004 г.

Параметр	ЗАО Первый кондитерский комбинат "Анит", (г. Краснодар)	ЗАО "Южная звезда" (ст. Динская)	ОАО "Кондитерская фабрика" (г. Армавир)	Холдинг Кондитерский комбинат "Кубань" (г. Тимашевск)
Прибыльность хозяйственной деятельности	1,7917719	0,000000	2,4363271	1,1329293
Эффективность управления	2,4346176	0,000000	2,0510166	0,7991597
Деловая активность	0,5337849	1,2232963	1,1670811	1,2396616
Ликвидность и рыночная устойчивость	1,2531544	0,6681875	0,383049	1,448793
Размер и концентрация производства	1,8286089	1,3485366	0,4363685	0,4489702
Платежеспособность	1,271039	1,1265607	0,9122436	1,2103063
Интегральный показатель конкурентоспособности	3,9940559	2,242904	3,5600238	2,6878174

Напомним, что в данном случае более успешным является предприятие, наименее удаленное от лидера конкурентной борьбы, то есть имеющее более низкое значение рейтингового числа.

Для улучшения наглядности полученных результатов составим рейтинговую таблицу конкурентоспособности предприятий на основе значений показателя конкурентоспособности, рассчитанного по двум рассмотренным выше методам: аддитивному и методу вычисления расстояний.

Таблица 5 – Рейтинг конкурентоспособности участников кондитерского рынка Краснодарского края, 2004 г.

Параметр	ЗАО Первый кондитерский комбинат "Анит", (г. Краснодар)		ЗАО "Южная звезда" (ст. Динская)		ОАО "Кондитерская фабрика" (г. Армавир)		Холдинг Кондитерский комбинат "Кубань" (г. Тимашевск)	
	аддитивный метод	метод расстояний	аддитивный метод	метод расстояний	аддитивный метод	метод расстояний	аддитивный метод	метод расстояний
Прибыльность хозяйственной деятельности	3	3	1	1	4	4	2	2
Эффективность управления	4	4	1	1	3	3	2	2
Деловая активность	1	1	2	3	3	2	4	4
Ликвидность и рыночная устойчивость	3	3	2	2	1	1	4	4
Размер и концентрация производства	4	4	3	3	2	1	1	2
Платежеспособность	4	4	2	2	1	1	3	3

Интегральный показатель конкурентоспособности	4	4	1	1	3	3	2	2
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Применение различных методов свертки критериев дает практически идентичные результаты для построения рейтинга, местами меняются лишь армавирская и динская фабрики по уровню деловой активности, а также холдинг с армавирской фабрикой по масштабам деятельности. Анализ рейтинговых чисел по соответствующим парам предприятий показывает, что их значения весьма близки. Поэтому можно заключить, что предложенные и примененные нами методики адекватно отражают реальное соотношение конкурентоспособности участников кондитерского рынка.