

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОНАЛЬНЫХ КРЕМОВ

С целью выявления резервов роста уровня конкурентоспособности тональных кремов отечественного производства была проведена оценка конкурентоспособности тональных кремов белорусских и зарубежных торговых марок экспертным методом. В оценке принимали участие 10 образцов: 1 - Max Factor – Facefinity; 2 - Bourjois – 123 Perfect; 3 - L'oreal – Alliance perfect; 4 - Maybelline – Affinitone 24; 5 - Rimmel – Lasting finish; 6 - Artdeco – Rich treatment; 7 - Eveline – Touch of cashemere; 8 - Belor Design – Увлажняющий; 9 - Max Factor – Smooth effect; 10 - Belor Design – Party.

В качестве параметров оценки первой составляющей конкурентоспособности – потребительской ценности - были выбраны 15 показателей, в т.ч. 12 качественных и 3 – маркетинговых. По результатам их ранжирования экспертами были выделены 8 наиболее значимых: 1) способность адаптироваться под цвет кожи (коэффициент весомости равен 0,17); 2-3) стойкость и легкость нанесения (по 0,15); 4) матирующая способность (0,12); 5) впитываемость (0,11); 6-8) гипоаллергенность, увлажняющая способность и значение spf-фильтра (по 0,10). Таким образом, в оценке потребительской ценности представленных тональных кремов остались участвовать только качественные показатели. Для измерения вышеназванных показателей были разработаны индивидуальные шкалы оценок.

В качестве образца-эталона был выбран гипотетический образец, обладающий максимально возможными значениями оцениваемых показателей из всех участвующих в оценке образцов. В результате оценки были выделены 5 образцов, обладающих наибольшим значением потребительской ценности: 1 – Max Factor Facefinity (79 % из 100 % максимально возможных); 2 – Max Factor Smooth effect (68 %); 3 – L'oreal – Alliance perfect (65 %); 4 – Maybelline Affinitone 24 (63 %); 5 – Artdeco Rich treatment (58 %). Отечественные образцы стали обладателями наименьшей потребительской ценности: 9 место – Belor Design Увлажняющий (42,9 %); 10 место – Belor Design Party (40,5 %).

При оценке экономической составляющей уровня конкурентоспособности тональных кремов в качестве эталона был выбран образец

белорусского производства Belor Design Party, у которого цена 1% эффекта потребительского восприятия оказалась наименьшей (она составила 572 руб.; розничная цена – 20 700 руб.). При этом выяснилось, что наибольшие затраты на получение потребительского эффекта потребитель несет, приобретая тональный крем Artdeco Rich treatment (3 648 руб., розничная цена – 210 450 руб.).

В результате расчета комплексного показателя уровня конкурентоспособности образцов тональных кремов были выявлены следующие 5 лидеров (остальные были исключены из дальнейшей оценки, как имеющие слишком низкую потребительскую ценность – менее 50 %):

1. Maybelline Affinitone 24 (уровень конкурентоспособности 62,5 % из 100 % возможных);
2. Max Factor Facefinity (47,2 %);
3. Max Factor Smooth effect (46,0 %);
4. L'oreal Alliance perfect (27,0 %).
5. Artdeco Rich treatment (18,8 %).

Конкурентное преимущество тонального крема Maybelline Affinitone 24 перед всеми остальными оцениваемыми образцами достигается в основном за счет экономической составляющей. Так, розничная цена данного тонального крема составляет 74 300, она является наименьшей среди оставшихся в оценке образцов. При оценке по качественным параметрам данный образец занимает 5 место, так как по самым значимым показателям он получил низкие оценки (3-е место из 3-х возможных): способность адаптироваться под цвет кожи; увлажняющая способность; матирующая способность; впитываемость. Соответственно, резервами роста уровня конкурентоспособности для данного образца являются: повышение способности адаптироваться под цвет кожи (представленный образец такой способностью вообще не обладает) и улучшение матирующей способности (она тоже отсутствует).

Второе место по уровню конкурентоспособности занимает тональный крем – Max Factor Smooth effect. По качественным показателям он занимает первое место – это объясняется высокими оценками наиболее значимых показателей. Однако занимает 3-е место по экономической составляющей (цена – 157 000 руб.).

Третье место по уровню конкурентоспособности занимает Max Factor Facefinity. По качественным показателям он занимает второе место. При этом он имеет приемлемый уровень цены (120 300 руб. – второе место).

Четвертое место по уровню конкурентоспособности занимает L'oreal Alliance perfect. По качественным показателям он занимает третье место,

но обладает почти самой высокой ценой (187 550 руб. – четвертое).

Пятое место по уровню конкурентоспособности занимает Artdeco Rich treatment. По качественным показателям он занимает четвертое место, но при этом имеет самый высокий уровень цены (210 450 руб.).

В сложившихся рыночных условиях все пять тональных кремов будут конкурировать между собой, тональные крема Max Factor Facefinity, Max Factor Smooth effect, L'oreal Alliance perfect, Artdeco Rich treatment находятся приблизительно на одном уровне качества и в близком ценовом диапазоне, уровень качества тонального крема Maybelline Affinitone 24 чуть хуже, чем у остальных, но это компенсируется более низкой ценой, чем у остальных образцов.

Тональные крема, не вошедшие в число значимых с позиций потребительской ценности, не могут конкурировать с предыдущими образцами, так как их уровень качества значительно ниже. Тональные крема отечественного производства занимают два последних места, увеличить их уровень конкурентоспособности можно за счет повышения качественных показателей: стойкость, способность адаптироваться под цвет кожи, значение spf-фильтра.

А.О. Карасёва

*УО «Белорусский государственный экономический университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ И ОПЕРАТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК КОНЦЕПЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

При общих теоретических подходах к построению бюджетной модели предприятия, можно выделить основные ограничения, которые делают систему бюджетирования белорусских предприятий в современных условиях специфической: рентабельность реализованной продукции в 2005–2011г.г. снизилась с 13,5% до 9,9%, степень загрузки основных производственных средств в промышленности находилась на уровне 70%. С тем, чтобы избежать в этих условиях образования сверхнормативных запасов готовой продукции и обеспечить в краткосрочном периоде финансовую устойчивость предприятий, текущее планирование деятельности белорусских предприятий целесообразно осуществлять ориентируясь на прогнозируемые объемы продаж при целевой установке – рост уровня рентабельности. Одним из резервов