

Доц. д-р **Тимчев, Марко, Л.**  
кафедра «Бухгалтерский учет и анализ»,  
Университет национального и мирового хозяйства,  
гор. София, Республика Болгария

**ИНТЕГРИРОВАНИЕ АНАЛИЗА  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ССП АНАЛИЗА  
ЭФФЕКТИВНОСТИ  
(«Balanced Scorecard Method of Analysis»)**

В методике «Balanced Scorecard Method of Analysis» проф. Д. Нортоном и проф. Р. Капланом предлагается применение финансовых и нефинансовых показателей по направлениям — клиенты, внутрифирменные бизнес процессы, финансы, инновации и квалификация и преквалификация персонала, миссия, визия и стратегия предприятия (фирмы) и т.д. Все эти направления субординируются в рамках ССП «Balanced Scorecard Method of Analysis»

В ССП «Balanced Scorecard Method of Analysis» проф. д-р Д. Нортон и проф. д-р Р. Каплан предлагают следующие группы показателей:

P1 = экономические показатели;

P2 = показатели из области маркетинга;

P3 = показатели из области внутренних процессов;

P4 = показатели инновации, развития и обучения персонала.

Анализ конкурентоспособности предприятия (фирмы) применяется разнообразная бизнес метрика изучения и управления факторам, которые определяют рыночную позицию и маркетинговую стратегию предприятия (фирмы). Инструментом позиционирования предприятия (фирмы) в рыночном пространстве является т. н. «SWOT and SWOT-Pest Method of Analysis».

Один из методов анализа конкурентоспособности это т. н. «Метод расстояний». Метод расстояний средство сравнительного, многопараметрического анализа.

Математическая логика метода расстояния такова:

Каждому предприятию ставится соответствующая точка в  $n$  — мерном пространстве ( $n$  — число показателей, по которым производится сравнение). Координатами точки служат показатели условного предприятия предприятия (фирма)-эталона. Точка — эталон, соответствующая условному предприятию-эталону, имеет координаты, равные единице. Тогда субординация мест определится удаленностью точек предприятий от точки-эталона.

Расстояния до точки-эталона находятся по формуле:

$$\text{Ret} = \sqrt{(1 - \beta_{i1})^2 + (1 - \beta_{i2})^2 + (1 - \beta_{i3})^2 + \dots + (1 - \beta_{in})^2},$$

где  $\beta_i$  — расстояние  $i$ -го предприятия до эталона;

$\beta_{i1}, \beta_{i2}, \dots, \beta_{in}$  — координаты  $i$ -го предприятия (как они определены выше)

Методика определения мест в конкуренции состоит из несколько этапов.

Этап 1. В каждом столбике таблицы исходных данных находится наибольший элемент (наилучшее значение показателя), на который делятся элементы этого столбика.

Этап 2. Из получившихся частных образуется новая таблица («таблица координат»).

Этап 3. Для каждого элемента находится дополнение до единицы и возводится в квадрат. Получается третья таблица.

Этап 4. В третьей таблице суммируются элементы каждой строки и суммы располагаются по возрастанию. Образовавшаяся субординация сумм есть искомое распределение мест в конкуренции: наименьшая сумма соответствует предприятию, занявшему первое место, и т.д. Если имеются весы показателей, значение показателей их учитывается различной весомости по формуле:

$$\text{Ret}(j) = \sqrt{k_1(1 - \beta_{j1})^2 + k_2(1 - \beta_{j2})^2 + (1 - \beta_{j3})^2 + \dots + k_n(1 - \beta_{jn})^2},$$

где  $j = 1, 2, \dots, m$  ( $m$  — количество предприятий);

$k_i$  — весовые коэффициенты ( $i = 1, 2, \dots, n$ );

$n$  — количество учитываемых показателей;

$\beta_{ij}$  — координаты точек — аналогов предприятий, получаемые в результате проведения этапа 1 методики. Г.В. Савицкая пишет [1] предлагает — интегральный показатель ( $I$ ), которой представляет собой отношение группового показателя по техническим параметрам ( $G_i$ ): 3)  $I = G_i / G$ , 4) Если  $I < 1$  — анализируемое изделие (предприятие) уступает образцу; 5) Если  $I > 1$  анализируемое изделие (предприятие) превосходит изделие (предприятие) образец «эталон». Если  $I < 1$ , то анализируемое изделие (предприятие) уступает образцу, а если  $I > 1$ , то оно превосходит изделие (предприятие) образец «эталон». Система анализа и управления конкурентоспособности в интеграции с «Balanced Scorecard Method of Analysis» проходить через несколько этапов

(рис.1): Последовательность этапов является определяющей, и ее изменение негативно отражается на работоспособности системы анализа конкурентоспособности в интеграции с «Balanced Scorecard Method of Analysis» (рис. 1).

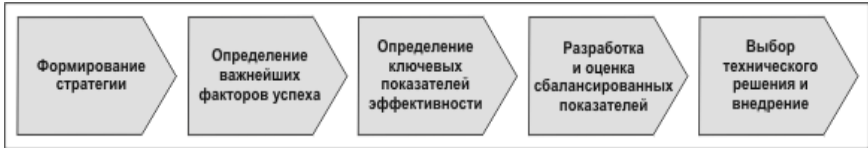


Рис. 1.

### **Литература**

1. *Г. В. Савицкая.* Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности. — М.: Инфра — М, 2007.
2. *Р. Каплан, Д. Нортън.* Стратегически карти — да презърнем реалните активи в осезаеми резултати. — С.: Класика-Стил, 2006.
3. *Шеремет, Ан., Р. Сайфуллин, Бутник-Сиверский, А.Б. и др.* Экономико-математические методы в анализе хозяйственной деятельности. — М.: Фивавсы и статистикар, 1982.
4. *Р. Каплан, Д. Нортън.* Балансирана система от показатели за анализ на ефективността. — С.: Класика-Стил, 2008.
5. *Г. Младенова,* Маркетингово планиране. — 2007.

**Харченко Н. В.,** канд. екон. наук, доце,  
Полтавська державна аграрна академія

### **ТРИФАЗНА МОДЕЛЬ ДИСКОНТУВАННЯ ДИВІДЕНДІВ**

Трифазна модель дисконтування дивідендів поєднує особливості двофазної моделі і моделі «Н». У ній передбачається наявність початкового періоду високого зростання, перехідного періоду, коли зростання падає, а також заключної фази стабільного зростання. Це найзагальніша модель, оскільки вона не накладає ніяких обмежень на коефіцієнт виплат.

У цьому випадку цінність акції являє собою наведену вартість очікуваних дивідендів у період швидкого зростання і перехідної