

*Марко Л.Тимчев, доктор экономики, доцент,
Университет национального и мирового хозяйства
София, Болгария (m.timchev@abv.bg)*

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 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, квалификация и преквалификация персонала, миссия, визия и стратегия предприятия (фирмы) и т.д. Все эти направления координируются 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 следные 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) применяет специфическая бизнес метрика изучения и управления факторам, которые дефинируют рыночной позиции, финансовой устойчивости и маркетинговой стратегии предприятия (фирмы). Основные методы позиционирования предприятия (фирмы) в рыночном пространстве являются : „SWOT and SWOT-Pest Method of Analysis”.

Один из методов анализа рейтинга, конкурентоспособности, рыночной рейтинг и кредитоспособности в связи с финансовой стабильности предприятия (фирмы) это т.н. „Метод расстояний”. Метод расстояний средство сравнительного, многопараметрического (кльстерного) анализа.

Математическая логика метода расстоянийей 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 диспозиционирование мест определится удаленностью точек предприятий от точки-эталона.

Расстояния до точки-эталона находятся по формуле:

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

где: β_i – расстояние i -го предприятия до эталона;

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

Методика конкурентного рейтинга и оценки конкурентоспособности в связи с клиентского направления ССП – “Balanced Scorecard Method of Analysis”

предприятия и 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 рыночной конкуренции, в кредитоспособности: наименьшая сумма соответствует предприятию, занявшему первое место, и т.д. Если имеются веса показателей, значение показателей их учитывается различной весомости по формуле:

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

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

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

n – количество учитываемых показателей;

β_{ij} – координаты точек – аналогов предприятий, получаемые в результате проведения этапа 1 методики. Г.В.Савицкая [1] предлагает – интегральный показатель (I), которой представляет собой отношение группового показателя по индивидуальным параметрам (G_z): 3) $I = G_z / G_s$; 4) Если $I < 1$ – анализируемое предприятие уступает эталону; 5) Если $I > 1$ анализируемое предприятие образец „эталон”. Если $I < 1$, то анализируемое предприятие уступает эталону (образцу), а если $I > 1$, то оно превосходит предприятие образец „эталон”. Система анализа и управления рыночной конкурентоспособности в интеграции с “Balanced Scorecard Method of Analysis” проходить через несколько этапов (Рис.1):



Рис. 1. Последовательность этапов конкурентного рейтинга и оценки

Последовательность этапов является дефинитивным, и ее изменение негативно отражается на работоспособности системы анализа рыночной конкурентоспособности и кредитоспособности в интеграции с “Balanced Scorecard Method of Analysis” (Рис. 1).

Литература:

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

Y.Osik, candidate of engineering sciences
N.Davletbaeva, candidate of economical sciences
Karaganda State Technical University
Karaganda, Republic of Kazakhstan
Anatoliy Tybin
Vasyl' Brych
Ternopil national economic university
Ukraine

THE ANALYSIS OF EXISTING THEORIES CORRELATED WITH MODERN ECONOMIC SCIENCE

The most developing dynamic sectors of modern economic idea – institutionalism – has identified and scientifically substantiated a number of new features of human behavior in the implementation of economic and economic activity. Subject and methodological developments of institutional economics led to make sound conclusions that not market but institutions influence on the effi-