

Корнева Е.Д.

Нижевартовский государственный университет

Методологические подходы к оценке конкурентоспособности

Аннотация. В условиях обостряющейся конкуренции на рынке, непрерывный анализ конкурентоспособности предприятия становится критически важным. Он позволяет получить ценную информацию о потребительских предпочтениях и потребностях в отношении предлагаемых товаров и услуг, а также выявить сильные стороны предприятий-конкурентов. Целью работы является исследование методологических подходов к оценке конкурентоспособности. Так сделан вывод, что оценка конкурентоспособности является важным инструментом анализа рынка и разработки стратегии развития предприятия. Каждый из рассмотренных методов имеет свои преимущества и недостатки. Выбор конкретного метода зависит от целей исследования, доступности данных и специфики бизнеса. Для повышения точности и полноты анализа рекомендуется комбинирование нескольких методов, что позволит получить более полную картину конкурентоспособности организации.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, методологические подходы.

Korneva E.D.

Nizhnevartovsk State University

Methodological approaches to assessing competitiveness

Annotation. In an increasingly competitive marketplace, continuous analysis of a company's competitiveness is becoming critical. It provides valuable insight into consumer preferences and needs for products and services offered, as well as identifies the strengths of competing companies. The purpose of this paper is to explore methodological approaches to assessing competitiveness. It is concluded that assessing competitiveness is an important tool for market analysis and developing a company's development strategy. Each of the methods discussed has its own advantages and disadvantages. The choice of a specific method depends on the objectives of the study, data availability, and the specifics of the business. To improve the accuracy and completeness of the analysis, it is recommended to combine several methods, which will provide a more complete picture of the organization's competitiveness.

Key words: competition, competitiveness, methodological approaches.

Конкуренция является ключевым элементом рыночных отношений, определяющим взаимодействие между производителями или продавцами однородных товаров и услуг. Именно конкуренция стимулирует инновации, повышение качества и снижение цен, создавая благоприятные условия для развития экономики в целом.

Различия в трактовках группы «конкурентоспособность» обусловлены особенностями ее экономической сути. Следует отметить непосредственно многоуровневый характер конкурентоспособности. Так, В. Ю. Манакова под конкурентоспособностью понимает многофакторную категорию, а ее интенсивность зависит от модели рынка, распределения участников по спросу и предложению, мотивов конкуренции, степени вмешательства государства и других факторов [7].

А вот А.А. Лубский отмечает, что конкурентоспособность – это способность устойчиво доминировать на рынке товаров и услуг в течение определенного промежутка времени, эффективно управляя своим экономическим потенциалом, обладая ресурсами и

реализуя конкурентные преимущества [6].

Для успешного функционирования и развития организации ее руководство должно систематически и объективно оценивать уровень конкурентоспособности, используя для этого широкий спектр современных методик и инструментов. Комплексная оценка позволяет выявить сильные и слабые стороны компании в сравнении с конкурентами, определить потенциальные угрозы и возможности, а также разработать эффективные стратегии для укрепления ее позиций на рынке [4].

Рассмотрим наиболее популярные методы, которые чаще всего используются при оценке конкурентоспособности.

1. «SWOT-Анализ» – это метод стратегического планирования, известен благодаря своей способности полностью оценить сильные и слабые стороны предприятия, выявить возможности и угрозы, при этом обладая простотой и функциональностью. Данный метод является универсальным методом оценки конкурентоспособности предприятия, так как может быть использован любыми организациями, независимо от их отрасли и размера [2].

Схема SWOT-анализа отображение на рисунке 1.

		ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ	
		сильные стороны - S	слабые стороны - W
ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ	Возможности - O	SO Внутренние сильные стороны в соответствии с внешними возможностями	WO Внутренние слабые стороны в отношении к внешним возможностям
	Угрозы - T	TO Внутренние сильные стороны в соответствии с внешними угрозами	WT Внутренние слабые стороны в отношении к внешним угрозам

Рисунок 1 – Матрица SWOT-анализа

2. Модель пяти сил конкуренции Портера.

Чтобы определить конкурентную позицию в бизнесе, нужно проанализировать отрасль, к которой принадлежит компания. Для этого применяют модель пяти сил конкуренции Портера (рисунок 2). Из пяти факторов конкуренции в отрасли доминирует, как правило, один фактор, который и становится решающим при формировании конкурентных преимуществ предприятия. Важность данного вида анализа обусловлена тем, что тем больше конкуренция в отрасли, тем меньше прибыльность отдельной компании.



Рисунок 2 – Модель конкурентных сил Портера [8]

Согласно модели Портера, конкурентоспособность организации определяется привлекательностью отрасли с точки зрения долгосрочной прибыльности и факторами, которые определяют конкурентную позицию фирмы внутри отрасли [8].

3. Метод многоугольник конкурентоспособности предприятия на основе модели Ж.Ж. Ламбена.

Многоугольник конкурентоспособности имеет вид лепестковой диаграммы, по осям которой отмечаются значения интегральных показателей каждой рассматриваемой группы факторов, которые оказывают влияние на конкурентоспособность. Для определения интегрального показателя для каждого предприятия-конкурента следует перемножить важность (степень влияния) каждого фактора, которая колеблется от 1 до 3 баллов, на оценку по каждому фактору – от 1 до 5 баллов [5].

4. Метод матричной оценки БКГ

Матрица БКГ (Бостонской консалтинговой группы) – инструмент для определения выгодных, перспективных и нерентабельных продуктов компании. С его помощью можно понять, развитие каких товаров или услуг стоит поддерживать, а от чего лучше отказаться [3].

Для оценки конкурентоспособности отдельных видов бизнеса в матрице БКГ используются два критерия:

1. Темп роста отраслевого рынка. Определяется как средневзвешенное значение темпов роста различных сегментов рынка, в которых действует предприятие, или принимается равным темпу роста валового национального продукта.

2. Относительная доля рынка. Определяется делением доли рынка рассматриваемого бизнеса на долю рынка крупнейшего конкурента.

В матрице БКГ все товары или услуги делятся на четыре группы (рисунок 3) [1]:



Рисунок 3 – Модель матричной оценки БКГ

1. «Трудные дети». Только запустились и поэтому не приносят денег бизнесу. При этом достаточно быстро растут и могут быть перспективными, если вовремя вложиться в развитие.

2. «Звёзды». Давно на рынке, активно продаются и приносят деньги. Обладают потенциалом роста, но, чтобы развивать их дальше и генерировать ещё больше прибыли, нужны внушительные вложения.

3. «Дойные коровы». Тоже давно продаются, приносят стабильную и высокую прибыль без вложений. При этом продукт практически не растёт, потому что достиг пика.

4. «Собаки». Вне зависимости от времени на рынке мало интересуют клиентов, поэтому почти не продаются и не приносят ощутимого дохода.

Матрица БКГ наглядно демонстрирует компании, каким товарам необходимо уделить больше внимания, а какие и вовсе можно исключить из товарного ассортимента. Данный метод позволяет компании управлять объемами продукции, эффективно использовать имеющиеся ресурсы.

Таким образом, оценка конкурентоспособности является важным инструментом анализа рынка и разработки стратегии развития предприятия. Каждый из рассмотренных методов имеет свои преимущества и недостатки. Выбор конкретного метода зависит от целей исследования, доступности данных и специфики бизнеса. Для повышения точности и полноты анализа рекомендуется комбинирование нескольких методов, что позволит получить более полную картину конкурентоспособности организации.

Список источников

1. Бирюкова Е. Р. Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия: матрица БКГ и матрица Ансоффа // Менеджмент и маркетинг: вызовы XXI века: XII Всероссийская студенческая научно-практическая конференция, Екатеринбург, 21 октября 2024 года. – Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2024. – С. 17-19.

2. Богучарова П. С. Методы оценки конкурентоспособности предприятия // Молодой ученый. – 2025. – № 4 (555). – С. 135-138.

3. Вардомацкая Е. Ю. Стратегическое планирование в маркетинге на основе матрицы БКГ // Инновационная наука. – 2024. – №6-2. – С. 93-96.

4. Галынчик Т. А., Щербик Е. Е. Технология и инструментарий форсайт-исследования развития цифровой экономики в ХМАО - Югре // Финансовая экономика. – 2018. – № 7. – С. 2184-2186.

5. Жученкова В. А., Хохрина О. М. Оценка эффективности маркетинговой

деятельности предприятия торговли // Состояние и перспективы социально-экономического развития региона: взгляд молодых: Сборник материалов VIII Международной студенческой научной конференции, Брянск, 09 ноября 2022 года / Брянский государственный аграрный университет. – Брянск: Брянский государственный аграрный университет, 2022. – С. 488-494.

6. Лубский А.А., Медведева В.В. Конкурентоспособность предприятия: проблемные вопросы и решения // Журнал прикладных исследований. 2021. № 1-2. С. 48-52.

7. Манакова В. Ю., Ширганов Р. В., Шарапов Ю. В. Сущность конкурентоспособности и методы оценки конкурентоспособности предприятия // Актуальные вопросы современной экономики. – 2023. – № 6. – С. 290-295.

8. Porter's Five Forces Explained and How to Use the Model. URL: <https://www.investopedia.com/terms/p/porter.asp> (дата обращения: 19.11.2025).

Сведения об авторе

Корнева Е.Д., студент кафедры экономических и социально-гуманитарных наук, ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет», Нижневартовск, Россия

Научный руководитель

Галынчик Татьяна Анатольевна, к.э.н., доцент, доцент ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»

Information about the author

Korneva E.D., Student of the Department of Economic, Social and Humanitarian Sciences, Nizhnevartovsk State University, Nizhnevartovsk, Russia

Scientific supervisor

Galynchik Tatyana Anatolyevna, Candidate of Economics, Associate Professor, Associate Professor of Nizhnevartovsk State University