

Вестник Самарского государственного экономического университета. 2026. № 3 (257). С. 125–135.
Vestnik of Samara State University of Economics. 2026. No. 3 (257). Pp. 125–135.

Научная статья
УДК 621:339.137.2
doi:10.46554/1993-0453-2026-3-257-125-135

Анализ методов оценки конкурентоспособности машиностроительных компаний

Евгения Ивановна Коровина

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург, Россия,
KorovinaSh@yandex.ru

Аннотация. В настоящее время мировая экономика развивается в условиях турбулентности, на нее воздействуют факторы, которые еще в прошлом десятилетии рассматривались только в теории – эпидемии, санкции, политическое давление, войны. Устоявшиеся цепочки закупок сырья и сбыта товаров и движения денежных средств разрушены не столько по экономическим причинам, сколько по политическим. Предприятия вынуждены в короткие сроки переориентироваться на новых поставщиков и покупателей и искать другие логистические пути. С уходом одних иностранных компаний и приходом других, в том числе новых и из новых стран, местные предприятия оказываются в изменившихся условиях конкуренции на отечественном рынке, встает вопрос об их дальнейшей деятельности, в связи с чем возникает необходимость оценки конкурентоспособности компаний для разработки конкурентных стратегий. Одной из отраслей российской промышленности, наиболее сильно ощущающей на себе введение санкций, стало машиностроение. Производители машиностроительной продукции, использующие ранее западные комплектующие, оборудование и технологии, столкнулись с невозможностью продолжать выпуск товаров и с их вытеснением с рынка китайскими конкурентами. Существуют различные методы оценки конкурентоспособности компаний, разработанные без учета специфики отдельных отраслей, в статье классифицированы основные из них, выделены 4 группы методов – матричные, графические, оценочные и операционные. Выявлены преимущества и недостатки каждой группы методов и каждого отдельного метода в целом и для отрасли машиностроения в частности. Определена необходимость дальнейшей разработки методов оценки конкурентоспособности машиностроительных компаний в современных рыночных условиях с учетом специфики отрасли.

Ключевые слова: конкурентоспособность компаний, конкурентные стратегии, методы оценки конкурентоспособности компаний, матричные методы, графические методы, оценочные методы, операционные методы, машиностроительные компании

Основные положения:

- ♦ выделены 4 группы методов оценки конкурентоспособности: матричные, графические, оценочные, операционные;
- ♦ матричные методы оценки конкурентоспособности компаний дают наглядность и не требуют точных данных по конкурентам, но сравнивают компании всего по двум параметрам, дают субъективные оценки и не позволяют привести конкурентоспособность компаний в числовое выражение для сравнения с другими участниками рынка;
- ♦ графические методы оценки конкурентоспособности компаний отличаются наглядностью и универсальностью, но требуют данных по конкурентам, которые сложно получить;
- ♦ оценочные методы позволяют сравнивать компании по многим параметрам, но дают субъективные оценки;
- ♦ операционные методы оценки конкурентоспособности компаний основаны на конкретных числовых показателях, но сложны в сборе данных по компаниям-конкурентам.

Для цитирования: Коровина Е.И. Анализ методов оценки конкурентоспособности машиностроительных компаний // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2026. № 3 (257). С. 125–135. doi:10.46554/1993-0453-2026-3-257-125-135.

Original article

Analysis of methods for competitiveness assessment of engineering companies

Evgeniya I. Korovina

Ural State University of Economics, Ekaterinburg, Russia, KorovinaSh@yandex.ru

Abstract. Currently, the global economy is developing in a turbulent environment, affected by factors that were only considered in theory in the previous decade, such as epidemics, sanctions, political pressure, and wars. The established supply chains for raw materials, goods, and financial flows have been disrupted, not only due to economic reasons, but also due to political factors. Businesses are forced to adapt quickly to new suppliers and customers, and explore alternative logistics routes. With the departure of some foreign companies and the arrival of others, including new ones from new countries, local enterprises find themselves in a changed competitive environment in the domestic market, and the question of their future activities arises. This necessitates the assessment of company competitiveness in order to develop competitive strategies. Mechanical engineering has become one of the branches of Russian industry that has the strongest impact of sanctions. The manufacturers of machine-building products that previously used Western components, equipment and technologies, have faced the inability to continue producing goods and their displacement from the market by Chinese competitors. There are various methods for assessing the competitiveness of companies, developed without taking into account the specifics of individual industries. The article classifies the main ones, identifies 4 groups of methods – matrix, graphical, evaluation and operational. The advantages and disadvantages of each group of methods and each individual method in general and for the engineering industry in particular are revealed. The need for further development of methods for assessing the competitiveness of engineering companies in modern market conditions, taking into account the specifics of the industry, has been identified.

Keywords: company competitiveness, competitive strategies, methods for assessing company competitiveness, matrix methods, graphical methods, evaluation methods, operational methods, engineering companies

Highlights:

- ◆ 4 groups of methods for assessing competitiveness are distinguished: matrix, graphic, estimated, operational ones;
- ◆ the matrix methods for assessing the competitiveness of companies provide visibility and do not require precise data on competitors, but compare companies by only two parameters, give subjective assessments and do not allow bringing the competitiveness of companies into a numerical expression for comparison with other market participants;
- ◆ the graphic methods for assessing the competitiveness of companies are distinguished by visibility and versatility, but require data on competitors, which are difficult to obtain;
- ◆ the assessment methods allow comparing companies by many parameters, but they provide subjective assessments;
- ◆ the operational methods for assessing the competitiveness of companies are based on specific numerical indicators, but it is difficult to collect data on competitor companies.

For citation: Korovina E.I. Analysis of methods for competitiveness assessment of engineering companies // Vestnik of Samara State University of Economics. 2026. No. 3 (257). Pp. 125–135. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2026-3-257-125-135.

Введение

В последнее десятилетие на развитие мировой экономики оказывают значительное влияние факторы, которые еще в предыдущие годы перечислялись списком среди прочих, а сегодня вышли на первый план – это эпидемия COVID-19, которая привела к полному локдауну и нарушению всех бизнес-процессов компаний, перешедшая в санкционную войну 2022 года, связанную со Специальной Военной Операцией России и давшей странам Запада повод решать экономические проблемы политическим путем. В таких сложных условиях компаниям приходится пересматривать свои конкурентные стратегии и адаптировать их к современным реалиям, не обладая информацией о завтрашнем дне и не имея возможности делать не только долгосрочные, но и среднесрочные прогнозы, пытаясь наладить свою деятельность сегодня и выжить в ситуации тотального давления и контроля. Особенно сильно введение санкций влияет на машиностроительные предприятия, которые сильно зависят от западных комплектующих, оборудования и технологий. Предприятиям требуются новые источники сырья и комплектующих, новые рынки сбыта, новые технологии, новые ресурсы, новые идеи. Большинство владельцев крупных машиностроительных предприятий вынуждены переориентироваться на новые рынки (как в плане продаж, так и в плане закупок) и пересматривать свои конкурентные стратегии. В то же время с уходом одних иностранных компаний и приходом других, в том числе новых и из новых стран, местные предприятия оказываются в изменившихся условиях конкуренции на отечественном рынке, встает вопрос об их дальнейшей деятельности, в связи с чем возникает необходимость оценки конкурентоспособности компаний для разработки конкурентных стратегий.

В научной литературе представлены различные методы оценки конкурентоспособности компаний, для каждого разработана своя система показателей. Цель исследования – определить, представлен ли в науке оптимальный метод оценки конкурентоспособности машиностроительных компаний в современных рыночных условиях или требуется разработка новой методики с учетом особенностей от-

расли машиностроения. Для достижения цели исследования поставлены задачи классифицировать известные методы оценки конкурентоспособности, оценить точность и возможность использования каждого метода для отрасли машиностроения, оценить соответствие известных методов современным рыночным условиям.

Методы

Исследование проведено с использованием методов системного подхода (для систематизации и классификации методов оценки конкурентоспособности компаний), анализа (для подробного изучения каждого метода оценки конкурентоспособности компаний) и экспертных оценок (для выявления плюсов и минусов использования каждого метода оценки конкурентоспособности компаний и анализа возможности применения каждого метода на практике для машиностроительных компаний).

Результаты

Известные методы оценки конкурентоспособности компаний разделены нами на матричные, графические, оценочные и операционные. Классификация представлена в таблице. В нее добавлена информация о возможности применения каждого метода для машиностроительных компаний.

Матричные методы оценивают конкурентоспособность компаний по определенным параметрам и представляют результаты в виде матриц.

Матрица БКГ (BCG Matrix) Бостонской Консалтинговой Группы предлагает сравнивать конкурентоспособность компаний по относительной доле рынка (относительно сильнейшего из сравниваемых игроков) и темпам роста рынка. Четыре квадрата матрицы называют фирмы дохлыми собаками, дикими кошками, дойными коровами и звездами. Представив все сравниваемые компании в данной матрице, можно наглядно понять, какая из них обладает наибольшей конкурентоспособностью. Преимущество данной методики – в наглядности конкурентного положения компаний. К недостаткам можно отнести то, что сравнение идет всего по двум параметрам, и нет

Методы оценки конкурентоспособности компаний

Название метода	Сущность метода	Ограниченность применения для машиностроительной отрасли
1	2	3
МАТРИЧНЫЕ МЕТОДЫ		
Матрица БКГ (BCG Matrix)	Относительная доля рынка – темпы роста рынка	Рынок конкретной машиностроительной продукции может быть ограничен
Матрица MC Kinsey (General Electric)	Относительное конкурентное преимущество компании – привлекательность рынка	Рынок может быть непривлекателен в силу своей ограниченности
Метод Ж.-Ж. Ламбена	Рыночная сила – производительность	Не оценивается, почему за товар компании покупатели готовы платить больше, чем за товар конкурентов
Метод В.И. Фомина и Р.Е. Шепелева	Цена – качество	Машиностроительная продукция не всегда оценивается только по цене и качеству
Метод В.В. Асаула, В.А. Кощеева и Ю.А. Цветкова	Оцениваются цифровые технологии, нематериальные активы, кадры и корпоративная культура, дифференциация деятельности	Не рассматривается продукция предприятия, для машиностроительных компаний сам товар играет важную роль
ГРАФИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ		
Многоугольник конкурентоспособности	По выбранным параметрам из одной точки строятся векторы, направленные в разные стороны. Образуется многоугольник, каждая вершина которого характеризует определенный параметр сравниваемых компаний	Сложно выбрать параметры оценки машиностроительных компаний, даже действующих на одном рынке
Метод А.Н. Щеглова и Э.И. Нуртдиновой	Поквартальный условный доход до налогообложения, отображается на графике. Формула расчета конкурентоспособности: деление условного дохода до налогообложения на период	Сложно сравнивать машиностроительные компании по доходу из-за разных размеров рыночных ниш
Метод А.О. Трунова	7 групп показателей: производство, финансы, персонал, маркетинг, сбыт, инновации, снабжение. В каждой группе определены отдельные факторы и их значимость (рассчитываются экспертными оценками или корреляционным анализом), полученные результаты вносятся в лепестковую диаграмму	Сложность получения данных по машиностроительным компаниям
ОЦЕНОЧНЫЕ МЕТОДЫ		
5 конкурентных сил М. Портера	Оцениваются покупатели, поставщики, действующие конкуренты, новые конкуренты, товары-заменители. Придается рейтинг и оценка	Оцениваются не все важные для машиностроения параметры
Метод 4P	Оцениваются товар, цена, сбыт и продвижение	Не учитываются специфические для машиностроения факторы
Метод 7S MC Kinsey	Оцениваются 7 ключевых элементов микро-среды организации: стратегия, структура, система управления, стиль взаимоотношений внутри компании, состав работников, сумма навыков и система ценностей	Не оценивается продукция
Бенчмаркинг	Сравнение компании с лучшими в отрасли	Машиностроительные компании, даже конкурируя на одном рынке, часто занимают разные ниши, что затрудняет сравнение с лучшей в отрасли
Модель 111-555 ТПП РФ	Три параметра – конкурентоспособность, цена и качество – оцениваются по 5-балльной шкале	Для машиностроительной продукции цена и качество не всегда являются определяющими

Окончание таблицы

1	2	3
SNW-анализ	Анализ сильных, нейтральных и слабых сторон компаний	Сравнение машиностроительных компаний по параметрам «сильный – нейтральный – слабый» не дает показателей конкурентоспособности
Метод В.В. Дорофеевой	Оцениваются товар, положение предприятия на рынке, сбыт, продвижение товара, производство. Оценка степени влияния каждого фактора на конкурентоспособность предприятия проводится экспертным методом и путем анализа статистических данных предприятия, каждому фактору придается ранг	Сложно получить данные по конкурентам
Метод А.Е. Дайнеко	Оцениваются 4 параметра: средний уровень конкурентоспособности товара, уровень конкурентоспособности процессов, уровень конкурентоспособности отрасли, уровень конкурентоспособности страны. Каждому параметру придается вес, конкурентоспособность товара оценивается по предложенной формуле, конкурентоспособность отрасли в стране – государственными структурами, конкурентоспособность страны – индексом WEF (The Global Competitiveness Index)	В условиях глобализации в отрасли машиностроения сложно оценить влияние конкурентоспособности страны на конкурентоспособность компании
ОПЕРАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ		
PIMS-анализ	Рассчитываются 37 факторов методом множественных регрессий	Сложно сделать расчеты по конкурентам
Метод О.Р. Тиссена	Рассчитываются операционная эффективность и стратегическое позиционирование	
Динамический метод Д. Воронова	Рассчитываются операционная эффективность и стратегическое позиционирование	

конкретного числового параметра конкурентоспособности для сравнения с другими игроками рынка. Для рынка машиностроения данный метод не всегда применим, так как машиностроительные компании часто действуют на рынках с ограниченной емкостью (например, узкоспециализированные машины и оборудование), не дающих возможностей для роста.

Матрица MC Kinsey / General Electric сравнивает конкурентоспособность по двум параметрам – по относительному конкурентному преимуществу компании и привлекательности рынка. Данные факторы рассматриваются в линейке «слабый – средний – сильный» и составляют 9 ячеек, для каждой из которых компания может разрабатывать определенные международные конкурентные стратегии. Преимуществом данного метода является его универсальность и отсутствие необходимости сбора точных данных. К недостаткам можно отнести то, что конкурентоспособность оценивается всего по двум параметрам, это скорее

подходит для оценки позиций определенного товара на конкретном рынке. Кроме того, оценки «низкий – средний – высокий» достаточно размыты. Для машиностроительных компаний данный метод не всегда применим, так как часть компаний действует на узкоспециализированных рынках, не представляющих интерес для крупных игроков в силу своего объема и узкой направленности.

Ж.-Ж. Ламбен [1, с. 370] оценивает конкурентоспособность компании по двум критериям – рыночной силе и производительности. Рыночная сила – это то, в какой мере покупатели готовы платить за товар более высокую цену, чем установлена конкурентами. А производительность – это издержки компании на производство единицы продукции по сравнению с конкурентами. Данные факторы представлены на графике по осям абсцисс и ординат соответственно, а биссектриса делит конкурентное поле на зоны, отличающиеся степенью благоприятности. Преимуществом данной методики

является ее графическая наглядность, а недостатком – оценка всего по двум параметрам и сложность получения данных по конкурентам. Трудность применения данной методики для машиностроительных компаний заключается в том, что не оценивается, почему покупатели готовы платить за машины данной компании больше, чем за технику конкурентов – качество и набор характеристик товара или бренд компании играют важную роль.

В.И. Фомин и Р.Е. Шепелев [2] развили методику Ж.-Ж. Ламбена, они предлагают оценивать конкурентоспособность компании на основе конкурентоспособности ее продукции. Конкурентоспособность продукции оценивается по качественным и экономическим характеристикам, для которых предложены формулы. В системе координат отображается товар, взятый за эталон, с характеристиками цены и качества, принятыми за единицы. Отмечаются минимальные и максимальные значения обоих параметров, при нахождении товара ниже или выше которых дальнейшие действия не имеют смысла. Полученный график представляет 6 областей, нахождение товара в каждой из них означает определенный уровень конкурентоспособности. Преимуществом данной методики, как и предыдущей, является ее графическая наглядность. Недостатком – то, что конкурентоспособность компании оценивается только по конкурентоспособности товара, не учитываются финансовые и производственные характеристики самого предприятия. Данную методику не всегда можно применить для оценки конкурентоспособности машиностроительного предприятия, продукция которого является товаром длительного пользования, цена и качество не являются решающими при выборе поставщика.

В.В. Асаул, В.А. Кошечев, Ю.А. Цветков [3, с. 542] в оценке конкурентоспособности компании предлагают учитывать такие параметры, как использование цифровых технологий, наличие нематериальных активов, кадровый состав и корпоративную культуру, дифференциацию деятельности, представив их в виде матрицы. Преимущество данной методики заключается в оценке современных факторов, выходящих на первый план в условиях развития цифровых технологий. Недостатком

можно назвать сложность сбора и анализа информации по компаниям-конкурентам. Для оценки конкурентоспособности машиностроительных компаний данный метод не является полным, так как не оценивает выпускаемую продукцию, которая, являясь товаром длительного пользования, играет важную роль при выборе поставщика.

В целом, среди основных преимуществ матричных методов оценки конкурентоспособности компаний стоит отметить их наглядность и отсутствие необходимости располагать точными данными по конкурентам. Основными недостатками являются сравнение конкурентоспособности всего по двум параметрам, их оценка по шкале «низкий – средний – высокий», субъективность этих оценок и невозможность привести конкурентоспособность компаний в числовое выражение для сравнения с другими участниками рынка. Для машиностроительных компаний применение матричных методов оценки конкурентоспособности затруднено тем, что продукция данных предприятий – это сложные технические товары, рынки которых могут быть ограничены, а поставщик машин выбирается не только по цене и качеству товара.

Графические методы представляют конкурентоспособность компаний в виде графиков.

Самым известным графическим методом является многоугольник конкурентоспособности, где выбираются параметры, по которым будут сравниваться предприятия, по этим критериям из одной точки строятся векторы, направленные в разные стороны. Образуется многоугольник, каждая вершина которого характеризует определенный параметр сравниваемых компаний. Преимущество данного метода заключается в наглядности и в свободе выбора параметров для сравнения. Недостаток – вероятность выбора не самых релевантных показателей и искажение полученного результата, субъективность оценок и сложность сбора информации по конкурентам. Этот же фактор затрудняет оценку конкурентоспособности промышленных компаний данным методом – сложно определить параметры, которые были бы релевантны для компаний одной отрасли машиностроения, даже если они конкурируют на одном рынке.

А.Н. Щеглов и Э.И. Нуртдинова [4] предлагают оценивать конкурентоспособность предприятий на основе поквартального условного дохода до налогообложения, разместив его в виде графиков в системе координат. Линия, находящаяся под большим углом к оси абсцисс, принадлежит более конкурентоспособному предприятию. Также ученые предлагают формулу расчета конкурентоспособности путем деления условного дохода до налогообложения на период. В данном случае конкурентоспособность определяется в денежном выражении и имеет физический смысл – увеличение/уменьшение доли рынка за определенный период времени в стоимостной оценке. Преимущества данной методики заключаются в объективности и доступности данных, а также в цифровом выражении конкурентоспособности. Недостаток стратегии заключается в том, что конкурентоспособность компании оценивается только по одному параметру и характеризует, скорее, финансовую устойчивость предприятия. Для оценки конкурентоспособности машиностроительных компаний этот метод затруднен тем, что, даже действуя на одном рынке, производители машин и оборудования часто занимают отдельные ниши, имеющие отличающийся объем и дающие разный потенциальный доход.

А.О. Трунов [5] при расчете конкурентоспособности компаний предлагает рассматривать 7 групп показателей: производство, финансы, персонал, маркетинг, сбыт, инновации, снабжение. В каждой группе определены отдельные факторы и их значимость (рассчитываются экспертными оценками или корреляционным анализом), полученные результаты вносятся в лепестковую диаграмму. Указанные группы показателей ученый разделил на 2 области: компетенции (сбыт, маркетинг, инновации) и ресурсы (производство, финансы, персонал, снабжение), что позволяет рассчитать не только общий интегральный показатель конкурентоспособности предприятия, но и отдельно по компетенциям и ресурсам. Преимущество данной методики заключается в том, что она учитывает практически все сферы деятельности предприятия. К недостаткам можно отнести невозможность получения из открытых источников данных по предприятиям-конку-

рентам, особенно по машиностроительным компаниям.

В целом преимущества графических методов оценки конкурентоспособности компаний, как и матричных, заключаются в их наглядности и универсальности. К недостаткам можно отнести сложность получения данных по конкурентам. Многие машиностроительные предприятия, помимо гражданской продукции, производят военную, что позволяет им не раскрывать все финансовые данные в открытых источниках.

Оценочные методы основаны на субъективном анализе определенных параметров международной конкурентоспособности компаний.

М. Портер [6, с. 71] разработал методику оценки по 5 конкурентным силам: покупатели, поставщики, действующие конкуренты, новые конкуренты, товары-заменители. По этим параметрам можно оценить конкурентоспособность компаний, придав рейтинг и оценку каждому из них. Преимуществом данной методики является оценка по нескольким параметрам. Недостатком – субъективность данных и отсутствие анализа производственных процессов и финансовых показателей компаний. Для оценки машиностроительных компаний данная методика не затрагивает современные факторы конкурентоспособности, такие как инновации и цифровизация.

Метод 4P для оценки конкурентоспособности компаний предлагает рассматривать 4 параметра: товар (Product), цена (Price), сбыт (Place) и продвижение (Promotion). Оценив эти факторы по выбранной шкале, можно сравнить компании по конкурентоспособности. Данный метод можно расширить и другими параметрами. Преимущество метода заключается в возможности оценки конкурентоспособности по большому количеству параметров. Недостаток – в сложности получения данных по конкурентам. Для машиностроительных компаний данный метод, как и предыдущий, не учитывает специфические для отрасли факторы.

Метод 7S MC Kinsey [7] предлагает оценивать конкурентоспособность по 7 внутренним факторам компании: жестким (стратегия, структура, система управления) и мягким (стиль взаимоотношений внутри компании,

персонал, компетенции, ценности). Жесткие элементы проще оценить, поэтому ими проще управлять. Мягкие элементы оценить сложнее, но часто именно они являются ключевыми факторами компании и могут создать долгосрочное конкурентное преимущество. Положительная сторона данного метода – комплексная оценка микросреды компании. Отрицательная – оценка только внутренних факторов и невозможность получить данные по конкурентам. Для машиностроительной отрасли применение данной методики затруднено тем, что не оценивается продукция, конкурентоспособность которой имеет большое значение, так как машины и оборудование являются товаром длительного пользования.

Метод бенчмаркинга представляет собой сравнение компании с лучшей в отрасли и стремление перенять наиболее успешные практики лидера. Преимуществом данного метода является возможность самостоятельно определить параметры, по которым будет идти сравнение. Недостаток заключается как раз в том, что параметры для сравнения не определены, и ошибочно могут быть выбраны не те, которые сделали конкурента лидером. Кроме того, сложность заключается в получении данных других компаний. Для машиностроительных компаний сложность применения данного метода заключается в том, что, конкурируя на одном рынке, предприятия часто занимают определенную нишу, сравнение с сильнейшим в отрасли затруднено.

В 1996 году Экспертным институтом при Торгово-промышленной палате РФ во главе с И.В. Липсицем была разработана методика оценки конкурентоспособности «111-555» [7]. Три параметра – конкурентоспособность, цена и качество – оцениваются по 5-балльной шкале, где 1 – худший вариант, 5 – лучший. Для сравнения приводятся три флагмана: лучший вариант 551 – высокая конкурентоспособность, высокое качество, низкая цена (характерно для компаний из развитых стран); европейский вариант 555: высокая конкурентоспособность, высокое качество, высокая цена; азиатский вариант 511: высокая конкурентоспособность при низком качестве и низкой цене. Преимущество данной методики – возможность собрать сведения о конкурентах,

не требуются точные данные. К недостаткам можно отнести акцент на товаре и нечеткость оценок по шкале «низкий – средний – высокий». Сложность применения данной методики для машиностроительных предприятий заключается в том, что для машин и оборудования цена и качество не всегда являются определяющими факторами при выборе поставщика, а оценка по параметру «конкурентоспособность» не конкретизирована.

SNW-анализ (Strength, Neutral, Weakness) [8] оценивает конкурентоспособность компаний по выбранным внутренним факторам по шкале «сильные – нейтральные – слабые». Преимущество данной методики – самостоятельный выбор сравниваемых факторов. Недостаток – сложность сбора данных по конкурентам и субъективная шкала оценки. Для машиностроительных компаний сложность применения метода заключается в ограниченности оценки параметрами «сильный – нейтральный – слабый» для сложных технологических производств.

В.В. Дорофеева [9] предлагает комплексный алгоритм оценки конкурентоспособности компании. В качестве показателей рассматриваются товар, положение предприятия на рынке, сбыт, продвижение товара, производство. Оценка степени влияния каждого фактора на конкурентоспособность предприятия проводится экспертным методом и путем анализа статистических данных предприятия, каждому фактору придается ранг. Для согласования экспертных оценок и проверки их достоверности ученый использует коэффициент корреляции. По таким же факторам рассчитывается конкурентоспособность других участников рынка и составляется матрица. Анализ факторов конкурентоспособности позволяет поднимать позиции предприятия в отрасли путем улучшения отдельных параметров. Преимущество данной методики заключается в анализе множества факторов конкурентоспособности. Среди недостатков можно назвать субъективность экспертных оценок, сложность получения данных и трудности сопоставления предлагаемых параметров, особенно при оценке машиностроительных предприятий.

А.Е. Дайнеко [10, с. 109] предлагает рассчитывать международную конкурентоспособ-

ность компаний по 4 параметрам: средний уровень конкурентоспособности товара, уровень конкурентоспособности процессов, уровень конкурентоспособности отрасли, уровень конкурентоспособности страны. Каждому параметру придается вес, конкурентоспособность товара оценивается по предложенной формуле, конкурентоспособность отрасли в стране – государственными структурами, конкурентоспособность страны – индексом WEF (The Global Competitiveness Index). Преимуществом данной методики является общая оценка с учетом ситуации в отрасли и в стране. К недостаткам можно отнести субъективность весов каждого параметра и сложность оценки конкурентоспособности процессов (в методике не указано, как их оценивать). Отрасль машиностроения является глобальной, поставщики и покупатели расположены по всему миру, сложно оценить влияние конкурентоспособности страны на конкурентоспособность компаний.

В целом, преимуществом оценочных методов является сравнение компаний по многим параметрам. Недостатком – субъективность оценок. Для машиностроительной отрасли сложность применения оценочных методов заключается в невозможности сравнивать конкурентов из-за недостатка данных по предприятиям и в недостаточности оценки только продукции.

Операционные методы оценивают международную конкурентоспособность компаний на основе показателей их операционной деятельности и экономических (бухгалтерских) данных.

PIMS-анализ (the Profit Impact of Market Strategy) [7] основан на эмпирической модели, учитывающей влияние стратегических (доля рынка, качество товара, вертикальная интеграция) и ситуационных (рост рынка, стадия развития отрасли, интенсивность потоков капитала) факторов на прибыль и конкурентоспособность предприятия. Модель предполагает построение множественной регрессии, показывающей зависимость прибыли от различных факторов, объединенных в 5 групп: рыночные условия, конкурентные позиции, эффективность инвестиций, расходы, изменение положения на рынке. Преимуществом данной

методики является многогранная оценка конкурентоспособности. К недостаткам можно отнести сложность расчетов и невозможность получения данных по конкурентам.

О.Р. Тиссен оценивает конкурентоспособность компаний по 2 параметрам – операционной эффективности и стратегическому позиционированию [11]. Операционная эффективность рассчитывается как соотношение выручки от продаж к себестоимости товара. Стратегическое позиционирование – это доля рынка, которая определяется как соотношение выручки предприятия к объему рынка. Оба этих показателя рассчитываются также по выборке, т.е. как среднеотраслевые для исследуемых предприятий. На основании полученных данных определяется коэффициент конкурентоспособности. Если он выше единицы, то компания обладает высокой конкурентоспособностью, равен единице – средней по отрасли, меньше единицы – низкой конкурентоспособностью. Преимуществом данной методики является оценка конкурентоспособности компаний на основе экономических показателей. К недостаткам можно отнести невозможность получения данных по себестоимости продукции конкурентов.

Д. Воронов [12] развил методику О.Р. Тиссена, предложив математический аппарат для расчета конкурентоспособности нескольких предприятий, но вопрос получения данных о конкурентах остался нерешенным.

В целом, операционные методы оценки конкурентоспособности компаний имеют преимущества в том, что они основаны на конкретных числовых показателях. Недостаток заключается в сложности сбора данных по компаниям-конкурентам, для машиностроительных предприятий это представляет наибольшую проблему из-за закрытости информации по некоторым компаниям.

Обсуждение

На основе анализа известных методов оценки конкурентоспособности компаний получен вывод, что главными их недостатками являются трудность сбора информации по фирмам-конкурентам; сложность достоверно проанализировать причины, по которым фирма-лидер имеет более высокие показатели; невоз-

возможность анализа причин снижения или повышения конкурентоспособности. Многие методы на сегодняшний день уже устарели и являются малоэффективными в условиях нового экономического уклада [3, с. 535]. Для отрасли машиностроения применение изученных методов затруднено закрытостью данных по многим предприятиям, выпускающим наряду с гражданской еще и военную продукцию. Конкурируя на одном рынке, производители машин и оборудования часто занимают определенную нишу, что также затрудняет их сравнение с конкурентами, а также представляет сложность ввиду ограниченности объема занятой ниши. Ни один рассматриваемый метод не учитывает цифровизацию, затрагивающую на современном этапе все сферы деятельности машиностроительного предприятия и являющуюся важным фактором конкурентоспособности компании. Кроме того, проанализированные методы не рассматривают международный аспект деятельности фирм, что в век глобализации исключать из факторов конкурентоспособности недопустимо. Недостаток информации затрудняет разработку конкурентных стратегий машиностроительных компа-

ний. Все это закладывает вектор для будущей доработки имеющихся или разработки новых методов оценки конкурентоспособности машиностроительных компаний в современных рыночных условиях.

Заключение

В статье представлена классификация известных методов оценки конкурентоспособности компаний, разделенных на матричные, графические, оценочные и операционные. Проведен анализ каждого метода для отрасли машиностроения и получен вывод, что применение этих методов на практике затруднено невозможностью получения данных из открытых источников и ограничено субъективностью оценок экспертов. Кроме того, предлагаемые для оценки конкурентоспособности компаний параметры не учитывают современные рыночные условия и не покажут реальное положение машиностроительных компаний на рынке. Все это требует доработки известных методов или разработки нового метода оценки конкурентоспособности машиностроительных компаний с учетом особенностей данной отрасли.

Список источников

1. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 800 с.
2. Фомин В.И., Шепелев Р.Е. Графо-аналитический подход к оценке конкурентоспособности компании на основе оценки конкурентоспособности ее продукции // Инновации. 2018. № 12 (242). С. 93–97.
3. Асаул В.В., Кошеев В.А., Цветков Ю.А. Оценка конкурентоспособности организаций в условиях цифровой экономики // Вопросы инновационной экономики. 2020. Т. 10, № 1. С. 533–548. doi:10.18334/vines.10.1.100025.
4. Щеглов А.Н., Нуртдинова Э.И. Экспресс-методика оценки конкурентоспособности предприятий // Вестник академии наук РБ. 2013. Т. 18, № 2. С. 23–30.
5. Трунов А.О. Формирование методика оценки конкурентоспособности предприятий машиностроительного комплекса // Вестник Казанского технологического университета. 2011. № 24. С. 214–218.
6. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран. Москва : Альпина Паблишер, 2016. 947 с.
7. Мринская Е.Н. Оценка международной конкурентоспособности компании в условиях глобализации (на примере ПАО «Аэрофлот») // А-фактор: научные исследования и разработки (гуманитарные науки). 2017. № 1.
8. Бронникова Е.М., Дымова С.С. Методика SNW-анализа как компонент SWOT-анализа деятельности организации // Бизнес и дизайн ревю. 2020. № 2 (18). URL: <https://obe.ru/journal/vypusk-2020-g-2-18-iyun/bronnikova-e-m-dymova-s-s-metodika-snw-analiza-kak-komponent-swot-analiza-deyatelnosti-organizatsii/> (дата обращения: 14.09.2025).
9. Дорофеева В.В. Методика оценки уровня конкурентоспособности промышленных предприятий // Известия ИГЭА. 2011. № 4 (78). С. 89–94.

10. Международная конкурентоспособность реального сектора экономики Беларуси / А.Е. Дайнеко [и др.] ; под науч. ред. А.Е. Дайнеко. Минск : БНТУ, 2020. 228 с.
11. Милантьев А.В. Сущность и понятие конкурентоспособности // Студенческая наука XXI века : материалы VIII Междунар. студенч. науч.-практ. конф. / редкол.: О.Н. Широков [и др.]. Чебоксары : ЦНС «Интерактив плюс», 2016. С. 204–210.
12. Воронов Д. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий. URL: <https://www.cfin.ru/management/strategy/competit/analysis2.shtml> (дата обращения: 14.09.2025).

References

1. Lambert J.-J. Market-Oriented Management / translated from English by V.B. Kolchanov. St. Petersburg : Peter, 2007. 800 p.
2. Fomin V.I., Shepelev R.E. Graph-Analytical Approach to Assessing the Competitiveness of a Company Based on the Competitiveness of Its Products // Innovations. 2018. No. 12 (242). Pp. 93–97.
3. Asaul V.V., Koscheev V.A., Tsvetkov Yu.A. Assessment of the Competitiveness of Organizations in the Digital Economy // Issues of Innovative Economics. 2020. Vol. 10, No. 1. Pp. 533–548. doi:10.18334/vinec.10.1.100025.
4. Shcheglov A.N., Nurtdinova E.I. Express-methodology for assessing the competitiveness of enterprises // Bulletin of the Academy of Sciences of the Republic of Bashkortostan. 2013. Vol. 18, No. 2. Pp. 23–30.
5. Trunov A.O. Formation of a Methodology for Assessing the Competitiveness of Enterprises in the Machine-Building Complex // Bulletin of Kazan Technological University. 2011. No. 24. Pp. 214–218.
6. Porter M. International Competition: Competitive Advantage of Nations. Moscow : Alpina Publisher, 2016. 947 p.
7. Mrinskaya E.N. Assessment of the company's international competitiveness in the context of globalization (using the example of PJSC Aeroflot) // A-factor: scientific research and development (humanities). 2017. No. 1.
8. Bronnikova E.M., Dymova S.S. SNW-analysis methodology as a component of SWOT-analysis of an organization's activities // Business and Design Review. 2020. No. 2 (18). URL: <https://obe.ru/journal/vypusk-2020-g-2-18-iyun/bronnikova-e-m-dymova-s-s-metodika-snw-analiza-kak-komponent-swot-analiza-deyatelnosti-organizatsii/> (date of access: 14.09.2025).
9. Dorofeeva V.V. Methodology for Assessing the Competitiveness Level of Industrial Enterprises // Izvestiya IGEA. 2011. No. 4 (78). Pp. 89–94.
10. International Competitiveness of the Real Sector of the Belarusian Economy / A.E. Daineko [et al.] ; under the scientific editorship of A.E. Daineko. Minsk : BNTU, 2020. 228 p.
11. Milantsev A.V. The essence and concept of competitiveness // Student science of the XXI century : materials of the VIII International Student Scientific and Practical Conference / editorial board: O.N. Shirokov [et al.]. Cheboksary : CNS "Interactive Plus", 2016. Pp. 204–210.
12. Voronov D. Assessment and analysis of competitiveness of enterprises. URL: <https://www.cfin.ru/management/strategy/competit/analysis2.shtml> (date of request: 14.09.2025).

Информация об авторе

Е.И. Коровина – старший преподаватель кафедры маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета.

Information about the author

E.I. Korovina – senior lecturer of the Department of Marketing and International Management of the Ural State University of Economics.

Статья поступила в редакцию 18.09.2025; одобрена после рецензирования 27.10.2025; принята к публикации 12.03.2026.

The article was submitted 18.09.2025; approved after reviewing 27.10.2025; accepted for publication 12.03.2026.