

## УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАТРИЦЫ ЭЛАСТИЧНОСТИ КОНКУРЕНТНОЙ РЕАКЦИИ

*Я.В. Ванкевич* (БГЭУ)  
Науч.рук. *Е.Ф. Киреева*,  
д-р экон. наук, профессор

Для прогнозирования реакции основных конкурентов на конкурентные действия своей организации используется матрица эластичности конкурентной реакции Ж.-Ж. Ламбена, в которой автором использовались три фактора для оценки конкурентных действий: повышение качества продукта, снижение цены продукта при сохранении качества, усиление рекламы [1]. На практике конкурентная реакция в настоящее время все больше перемещается в плоскость каналов продвижения, поэтому усилия организации должны быть направлены на усиление присутствия в различных точках. Учитывая данные обстоятельства, правомерно в матрицу Ж.-Ж. Ламбена добавить в качестве четвертого фактора показатель увеличения каналов продвижения. В совокупности, эти четыре фактора будут в комплексе характеризовать маркетинговую стратегию организации. Модифицированная матрица эластичности конкурентной реакции апробирована на примере одного из коммерческих банков Республики Беларусь (табл.) [2].

### Матрица эластичности конкурентной реакции

Действия банка по факторам конкурентоспособности продукта А	Эластичность реакции конкурента по товару В на действия коммерческого банка по продукту А по факторам			
	Изменение качества (К)	Изменение цены (Ц)	Усиление рекламы (Р)	Увеличение каналов продвижения (П)
Изменение качества продукции (К)	0,2	0,2	0,4	0,2
Изменение цены продукции при сохранении качества (Ц)	0	0,6	0,3	0,1
Усиление рекламы (Р)	0,3	0	0,4	0,3
Увеличение каналов продвижения (П)	0	0	0,2	0,8

Расчеты показали, что для сценария повышения качества продукта А, вероятность аналогичного повышения качества продукта В составляет лишь 20%, с вероятностью 40% ответит усилением рекламы, 20% приходится на снижение цены и оставшиеся 20% – на увеличение каналов продвижения. Аналогично прогнозируются взаимосвязи других факторов. Таким образом, данная матрица позволяет организации заранее просчитывать вероятность ответной реакции ближайших конкурентов.

#### Литература

1. **Ламбен, Ж.Ж.** Стратегический маркетинг, 1996 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketopedia.ru/95-matrica-yelastichnosti-konkurentnoj-reakcii.html>. – Дата доступа: 17.01.2021.
2. Бухгалтерская отчетность коммерческих банков Республики Беларусь // Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/system/banks/financialposition/balancesheet>. – Дата доступа: 17.01.2021