

# Матричные методы стратегического анализа



# Уровни стратегического планирования при матричном измерении



# Применение матриц на различных уровнях стратегического планирования предприятия

## **Корпоративный уровень:**

- Матрица BCG
- Матрица МСС(соответствие целям, соответствие возможностям предприятия)
- Матрица SWOT
- Матрица GE
- Матрица Hofer / Schendel
- Матрица Shell / DPM
- Матрица ADL(стадии жизненного цикла отрасли, относительное положение на рынке)
- Матрица Портера
- Матрица стратегий бизнеса, переживающего спад
- Матрица основных форм объединений(производственная кооперация, наличие совместной собственности)
- Матрица вектора экономического состояния организации(основные показатели ФХД предприятия, года)
- Матрица Томпсона – Стрикленда

# Применение матриц на различных уровнях стратегического планирования предприятия

## Бизнес-уровень:

- Матрица улучшения конкурентной позиции (охват рынка, дифференциация)
- Матрица дифференциация - относительная эффективность затрат
- Матрица эластичности конкурентной реакции на рынке (стадии развития отрасли, стратегическое положение организации)
- Матрица альтернативных стратегий ценообразования и ценности (определяет качество товара в зависимости от цены)
- Матрица производительность – инновации / дифференциации
- Матрица группировки товара (ответная реакция сбыта, маржа валовой прибыли)
- Матрица качество-ресурсоемкость (зависимость качества от ресурсоемкости продукта)
- Матрица воздействие неопределенность

# Применение матриц на различных уровнях стратегического планирования предприятия

## Функциональный уровень:

- Матрица стратегии расширения марочных семейств (отличительные преимущества, сегменты целевого рынка)
- Матрица осведомленность-отношение к марке товара (степень осведомленности, отношение к марке)
- Матрица маркетинговых каналов (темпы развития рынка, ценность добавляемая каналом)
- Матрица контакт-уровень приспособления услуг (степень контакта персонала с клиентом, уровень приспособления услуг к требованиям клиентов)
- Матрица диагностики маркетинга (осуществление стратегии, стратегия (верная, неверная))
- Матрица типов покупательского поведения (степень вовлечения покупателей, степень рациональности)
- Матрица эволюции конкурентной стратегии (инновации, производительность)
- Матрица важность выполнение работы
- Матрица Блейка-Моутона

# Классификация по количеству исследуемых ячеек



# Классификация по объекту изучения



# Классификация по получаемой информации





# Матрица SWOT-анализа

	<b>Возможности (Opportunities)</b> 1. 2. 3. ...	<b>Угрозы (Threats)</b> 1. 2. 3. ...
<b>Сильные стороны (Strengths)</b> 1. 2. 3. ...	Поле «СИБ»	Поле «СИУ»
<b>Слабые стороны (Weaknesses)</b> 1. 2. 3. ...	Поле «СЛВ»	Поле «СЛУ»

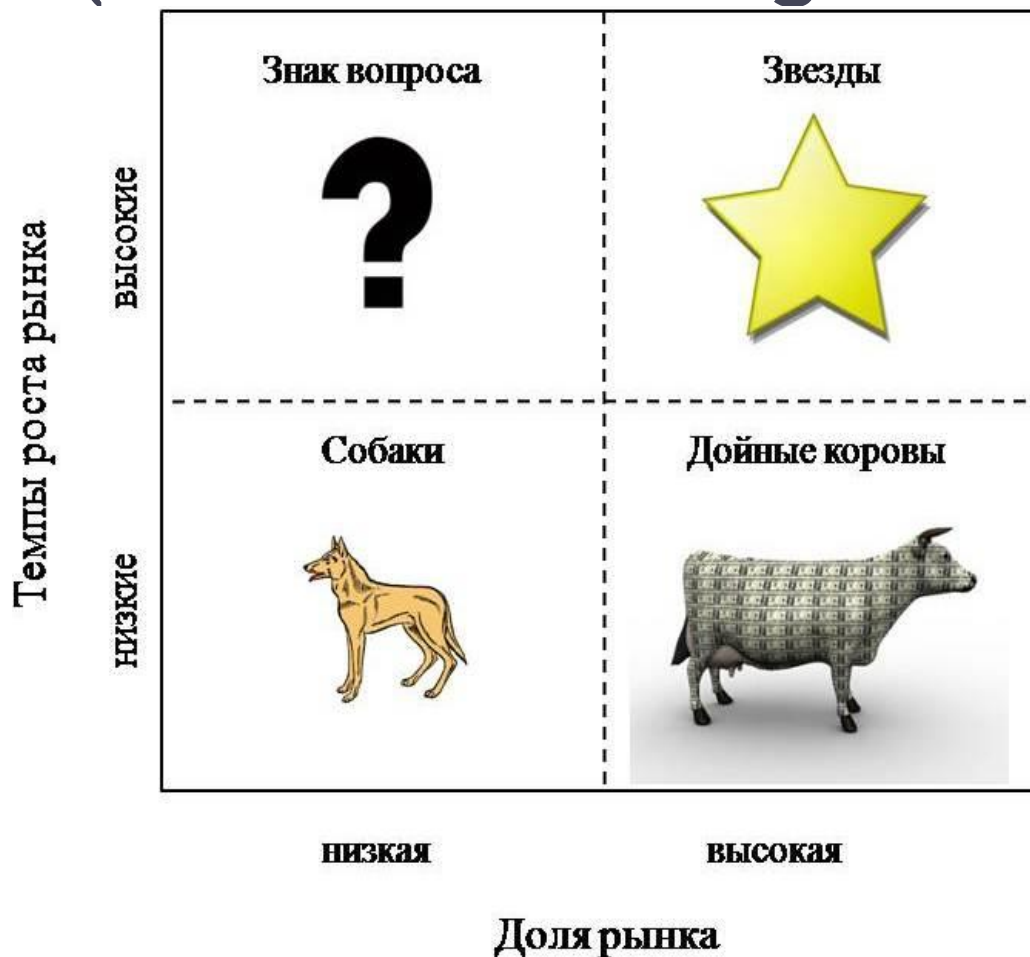
## Матрица возможностей

Вероятность использования возможностей	Влияние возможностей на организацию		
	Сильное	Умеренное	Малое
Высокая	Поле «ВС»	Поле «ВУ»	Поле «ВМ»
Средняя	Поле «СС»	Поле «СУ»	Поле «СМ»
Низкая	Поле «НС»	Поле «НУ»	Поле «НМ»

## Матрица угроз

Вероятность реализации угроз	Влияние угроз на предприятие			
	Разрушение	Критическое состояние	Тяжелое состояние	Легкие угрозы
Высокая	Поле «ВР»	Поле «ВК»	Поле «ВТ»	Поле «ВЛ»
Средняя	Поле «СР»	Поле «СК»	Поле «СТ»	Поле «СЛ»
Низкая	Поле «НР»	Поле «НК»	Поле «НТ»	Поле «НЛ»

# Матрица Бостонской консультационной группы (Boston Consulting Group - БКГ)



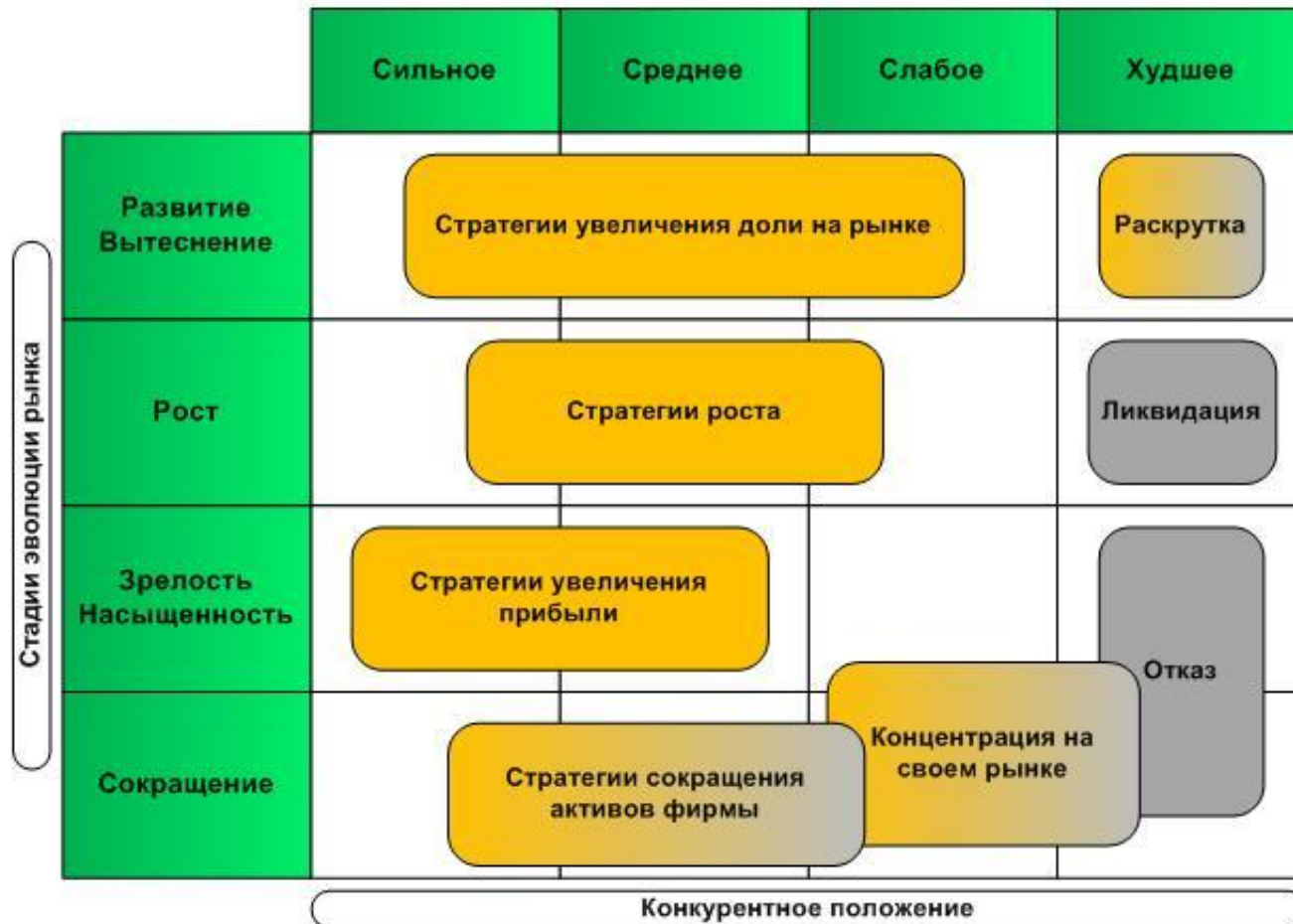
# Матрица «Дженерал Электрик - МакКинзи»



# Матрица Томпсона и Стрикленда



# Модель Hofer/Schendel



# Внедрение матричного инструментария в процесс стратегического планирования

## Первичный анализ

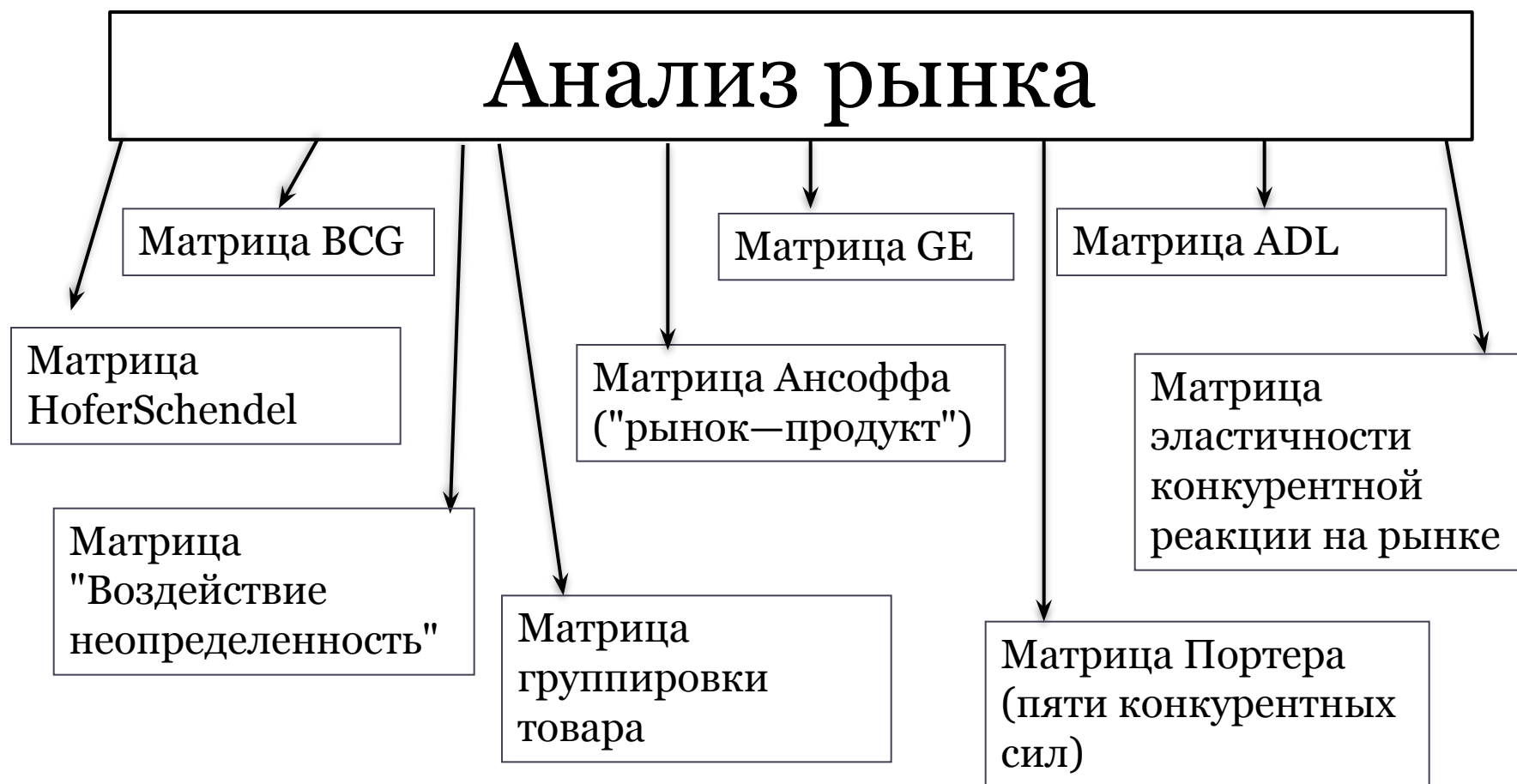
```
graph TD; A[Первичный анализ] --> B[Матрица SWOT]; A --> C[Матрица МСС]; A --> D[Матрица вектора экономического развития предприятия];
```

Матрица SWOT

Матрица МСС

Матрица вектора  
экономического  
развития  
предприятия

# Внедрение матричного инструментария в процесс стратегического планирования





# Внедрение матричного инструментария в процесс стратегического планирования



# Внедрение матричного инструментария в процесс стратегического планирования

## Анализ дифференциации и качества

Матрица  
улучшения  
конкурентной  
позиции

Матрица  
"Цена—  
качество"

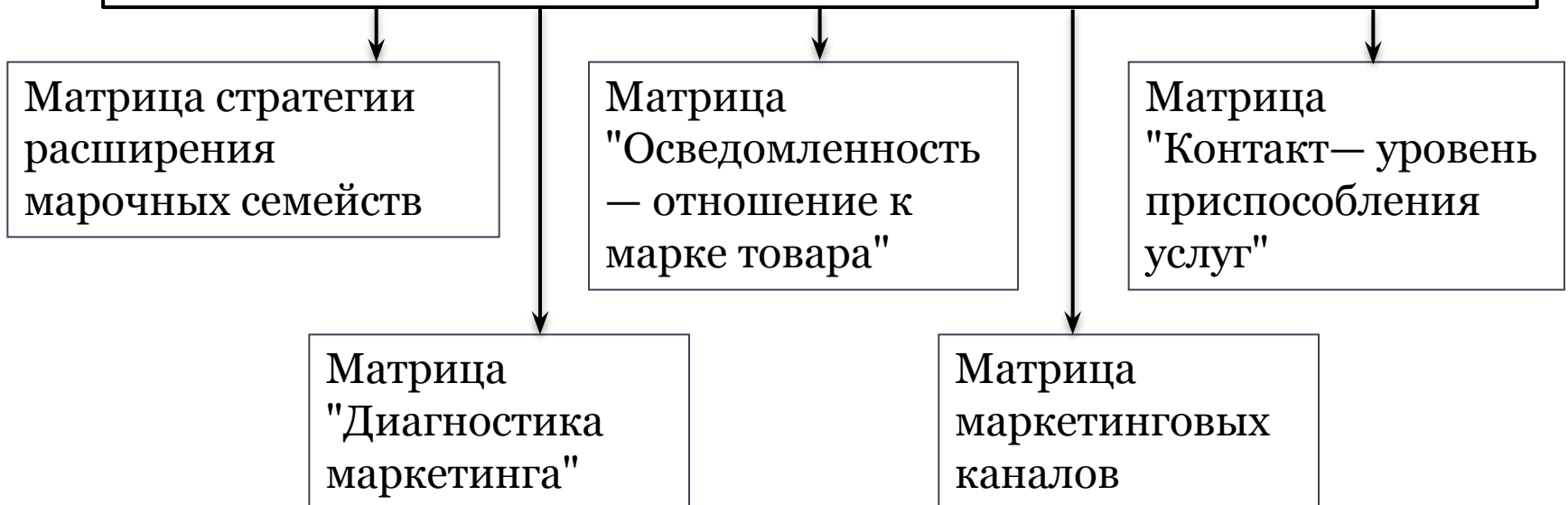
Матрица  
"Производительность — инновации/  
дифференциации"

Матрица  
"Качество—  
ресурсоемкость"

Матрица  
"Дифференциация  
относительная  
эффективность  
затрат"

# Внедрение матричного инструментария в процесс стратегического планирования

## Анализ маркетинговой стратегии



# Внедрение матричного инструментария в процесс стратегического планирования

## Анализ управления: руководство

Матрица  
"Управленческа  
я решетка"

Матрица способов  
стратегического  
управления

Матрица модели  
стратегического  
менеджмента

Матрица Херси—  
Бланшара

Матрица "Комбинации  
размерностей стилей  
руководства университета  
Огайо"

# Внедрение матричного инструментария в процесс стратегического планирования

## Анализ управления: персонал

Матрица "Изменение—  
сопротивление в  
организации"

Матрица влияния оплаты  
на взаимоотношения в  
группе

Матрица  
"Основные  
деловые  
способности"

Матрица типов  
включения  
человека в группу

Матрица  
"Важность  
выполнение  
работы"

Матрица существующих  
формальных систем  
критерия качества  
работы

Матрица результатов  
управления критериями  
качества работы

Матрица Мак-  
Дональда

Матрица Блейка—Моутона