

Матрица Бостонской Консалтинговой Группы (БКГ)





Матрица БКГ была разработана экспертами Бостонской консалтинговой группы («Boston Consulting Group»), занимающейся управленческим консалтингом, в конце 1960-х годов, под руководством Брюса Хендерсона.

Матрица БКГ (BCG Matrix) – инструмент стратегического портфельного анализа положения на рынке товаров, компаний и подразделений исходя из их рыночного роста и занимаемой доли на рынке.



Ключевой смысл модели

Основной смысл БКГ:

Текущий
стабильный доход

Успешные
товары на
зрелых рынках

ИНВЕСТИРУЕТСЯ



Будущий
стабильный доход

Новые товары на
быстрорастущих
рынках





Для чего нужна матрица БКГ компании?

Являясь простым, но эффективным инструментом, она позволяет выявить наиболее перспективные и, напротив, самые «слабые» продукты или подразделения предприятия. Построив матрицу БКГ, менеджер или маркетолог получает наглядную картину, на основе которой он может принять решение о том, какие товары (подразделения, ассортиментные группы) стоит развивать и беречь, а какие следует ликвидировать.



Построение матрицы БКГ

1. Сбор исходных данных.

	A	B	C	D
1	Товар	Выручка		Объём продаж ключевого конкурента за 2017 г
2		2016 г.	2017 г.	
3	Продукт А	520	525	624
4	Продукт В	627	729	805
5	Продукт С	805	950	900
6	Продукт	954	926	835

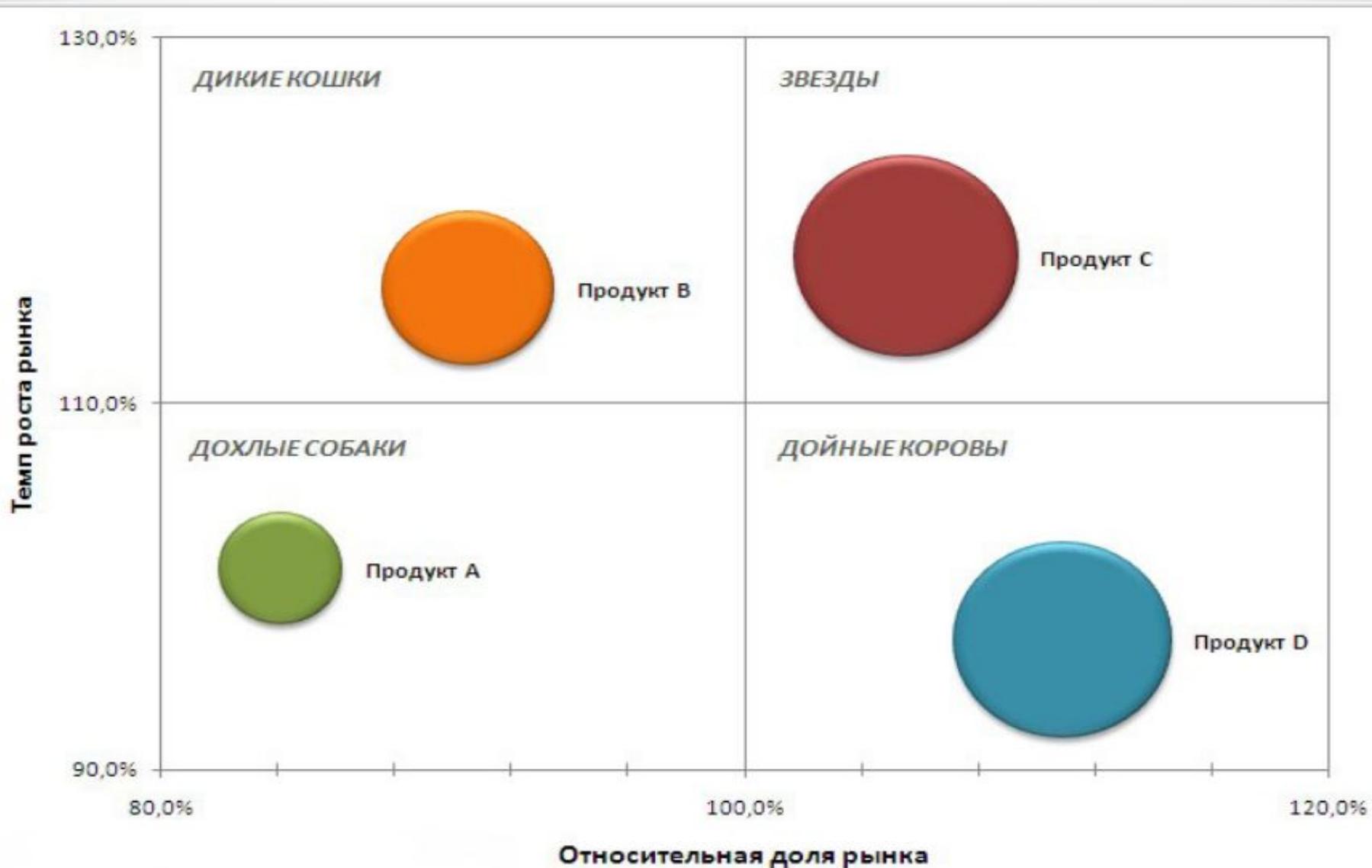
2. Вычисление темпа роста рынка за год.

	A	B	C	D	E
1	Товар	Выручка		Объём продаж ключевого конкурента за 2017 г	Темп роста рынка
2		2016 г.	2017 г.		
3	Продукт А	520	525	624	101,0%
4	Продукт В	627	729	805	116,3%
5	Продукт С	805	950	900	118,0%
6	Продукт	954	926	835	97,1%

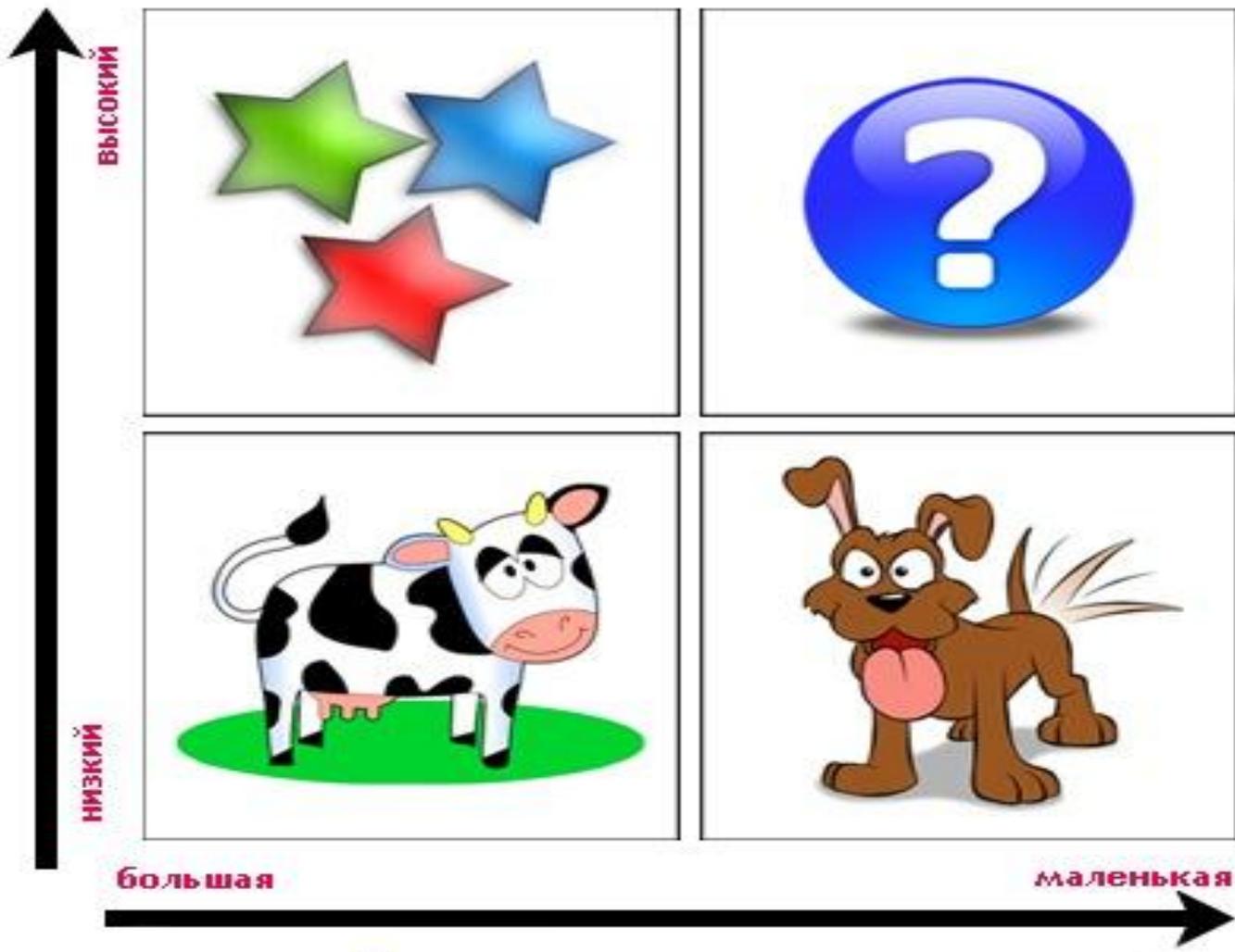
3. Вычисление относительной доли рынка.

	A	B	C	D	E	F
1	Товар	Выручка, тыс.руб		Объём продаж ключевого конкурента за 2017 г.	Показатели	
2		2016 г.	2017 г.		Темп роста рынка	Относительная доля рынка
3	Продукт А	520	525	624	101,0%	84,1%
4	Продукт В	627	729	805	116,3%	90,6%
5	Продукт С	805	950	900	118,0%	105,6%
6	Продукт D	954	926	835	97,1%	110,9%

4. Построение матрицы БКГ.



Темп роста рынка



Доля на рынке

Стратегии матрицы БКГ

1. УВЕЛИЧЕНИЕ РЫНОЧНОЙ ДОЛИ.
2. СОХРАНЕНИЕ РЫНОЧНОЙ ДОЛИ.
3. СОКРАЩЕНИЕ РЫНОЧНОЙ ДОЛИ.
4. ЛИКВИДАЦИЯ



Преимущества матрицы БКГ:

1. Продуманная теоретическая основа (вертикальной оси соответствует жизненный цикл товара, горизонтальной – эффект масштаба производства);
2. Объективность оцениваемых параметров (темп роста рынка, относительная доля рынка);
3. Простота построения;
4. Наглядность и понятность;
5. Большое внимание уделяется денежным потокам;



Недостатки:

1. Трудно четко определить долю рынка;
2. Оцениваются только два фактора, тогда как другие не менее важные упускаются из рассмотрения;
3. Не все ситуации можно описать в рамках 4-х исследуемых групп;
4. Не работает при анализе отраслей с низким уровнем конкуренции;
5. Почти не учитывается динамика показателей, тренды;
6. Матрица БКГ позволяет выработать стратегические решения, но ничего не говорит о тактических моментах в реализации этих стратегий.

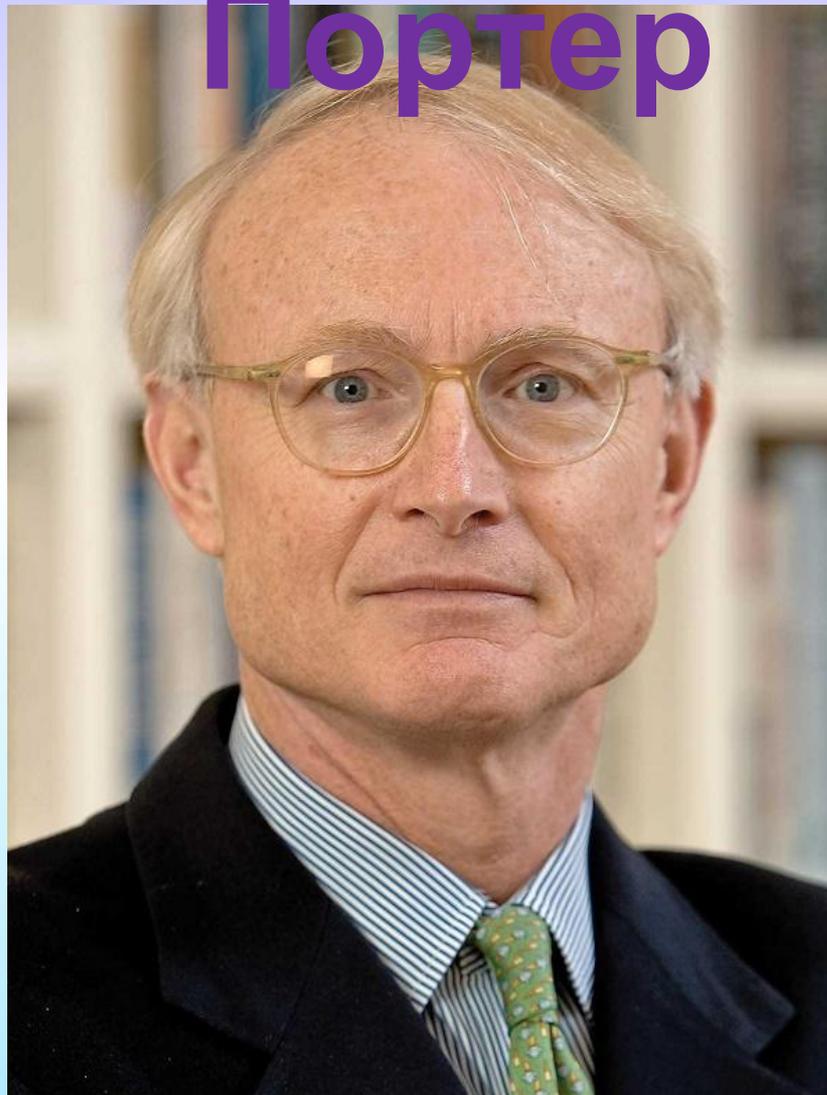


АНАЛИЗ ПЯТИ СИЛ ПОРТЕРА



Майкл Юджин

Портер



**В каком случае
используют анализ пяти
сил Портера**



Пять сил Портера:



Первая сила: Угроза вторжения новых игроков

Факторы, влияющих на силу барьеров входа в

- *Экономия на масштабе; отрасль:*
- *Дифференциация продукта и сила существующих торговых марок;*
- *Потребность в капитале;*
- *Высокие постоянные издержки;*
- *Доступ к каналам распределения;*
- *Политика правительства;*
- *Дополнительные угрозы.*



Вторая сила: Рыночная власть

Условия роста влияния покупателей

покупателей:

- Покупатели сконцентрированы и совершают закупки в больших масштабах
- Товары, реализуемые на рынке, не обладают уникальностью
- Покупатели демонстрируют высокую чувствительность к цене
- Продукты, закупаемые в отрасли, являются сырьем для другой отрасли
- Потребители не удовлетворены качеством существующих на рынке



Третья сила: Рыночная власть

поставщиков

4 ситуации, в которых поставщики получают высокий уровень влияния на прибыль компании:

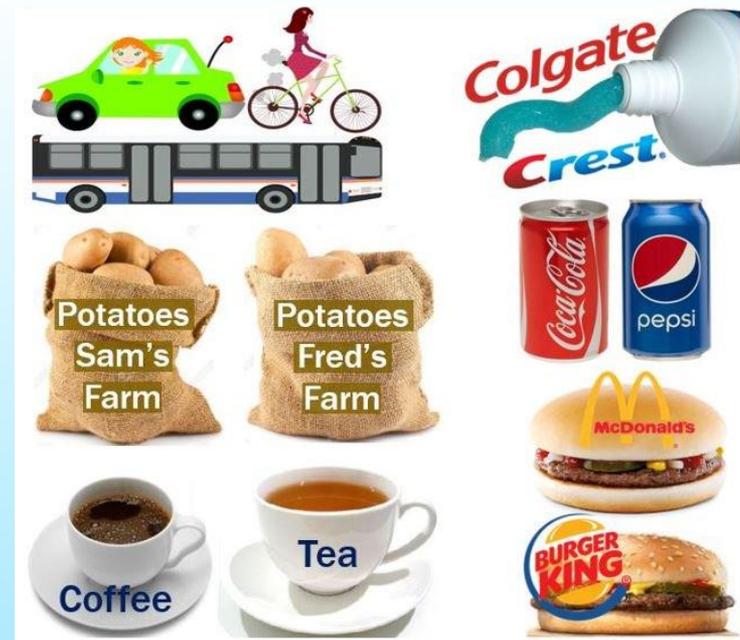
- *Количество поставщиков в отрасли незначительно;*
- *Объем ресурсов не обеспечивает потребность рынка;*
- *Издержки переключения на альтернативных поставщиков высоки;*
- *Отрасль не является приоритетной для поставщиков.*



Четвертая сила: Появление товаров-заменителей

Особую угрозу для роста и прибыли компании предоставляют следующие виды товаров:

- *Товары-заменители, способные обеспечить лучшее соотношение "цена- качество";*
- *Товары-заменители, производимые крупными игроками, имеющими высокие прибыли на альтернативных рынках и способные иметь на существующем рынке менее прибыльный бизнес.*



Пятая сила: Внутриотраслевая конкуренция

Уровень интенсивности конкуренции высок или растет при наличии в отрасли следующих условий:

- Большое количество игроков и их равенство в объемах продаж;
- Невысокий рост (или падение) рынка;
- Низкая дифференциация и стандартизация продукта в отрасли ;
- Продукция относится к разряду скоропортящихся
- Высокие барьеры выхода на рынок.



Lenovo

SAMSUNG



Анализ пяти сил Портера на примере Under Armor







UNDER ARMOUR



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ**