

ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ МАТРИЦІ БКГ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Кузьменко Л.В.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В роботі розглянуті питання використання адаптованої матриці БКГ для цілей контролінгу та аналізу товарної стратегії підприємства.

Метою роботи є дослідження джерел інформації про побудову та практичне застосування вказаної матриці в сучасних умовах.

Актуальність питання обумовлена тим, що класичну матрицю БКГ сьогодні по ряду причин побудувати неможливо, а потреба в ній як інструментові аналізу залишається.

Аналіз літератури [1-4] висвітлює причину такого становища – надзвичайно велика доля тіньового сектору вітчизняної економіки, що обумовлює недосконалість інформаційно-економічного простору, дефіцит достовірної ринкової інформації, непомірно високі витрати на власні ринкові дослідження. В цих же роботах з різною ступінню переконливості вказано вихід з такої ситуації, а саме – побудова модифікованих матриць (подібних матриці БКГ) на основі внутрішньої інформації, яка є абсолютно достовірною та практично безплатною.

Разом з тим вказаний аналіз дозволяє відмітити і ряд проблем, пов'язаних із широким застосуванням модифікованих матриць на практиці:

- необхідність ефективного використання таких понять як «фазова площина», «фазова траєкторія», межі розподілу параметрів модифікованої матриці на основі закону Парето та лінійних трендів функції збуту, матриці визначення «груп продуктів» та ін.;
- необхідність узагальнення підходів до розподілу параметрів модифікованої матриці;
- впровадження кластерного аналізу «груп продуктів».

Вирішення відмічених нами проблем має важливе значення для вдосконалення інструментів стратегічного аналізу та потребує подальших досліджень.

Література: 1.Владимир Крючков. Фазовая плоскость как основа моделей стратегического маркетинга. <http://www.cfin.ru/press/practical/2002-08/03.shtml>. 2. Игорь Рыбальченко. Практические методы разработки и анализа товарной стратегии предприятия на основе внутренней вторичной информации. http://www.cfin.ru/marketing/quasi_bcg.shtml. 3. Роман Шкляр. Использование в работе адаптированной матрицы БКГ. <http://www.marketinggid.com>. 4. Ю.М. Мельник, Ю.С. Суржанова. Застосування методів стратегічного маркетингового аналізу для оцінки бізнес-портфеля ЗМВК «КОКТЕБЕЛЬ». Механізм регулювання економіки, 2009, № 4, Т. 1. – Суми : Вид-во СумДУ, 2009. С. 205-211.