



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ

А.В. Збарська



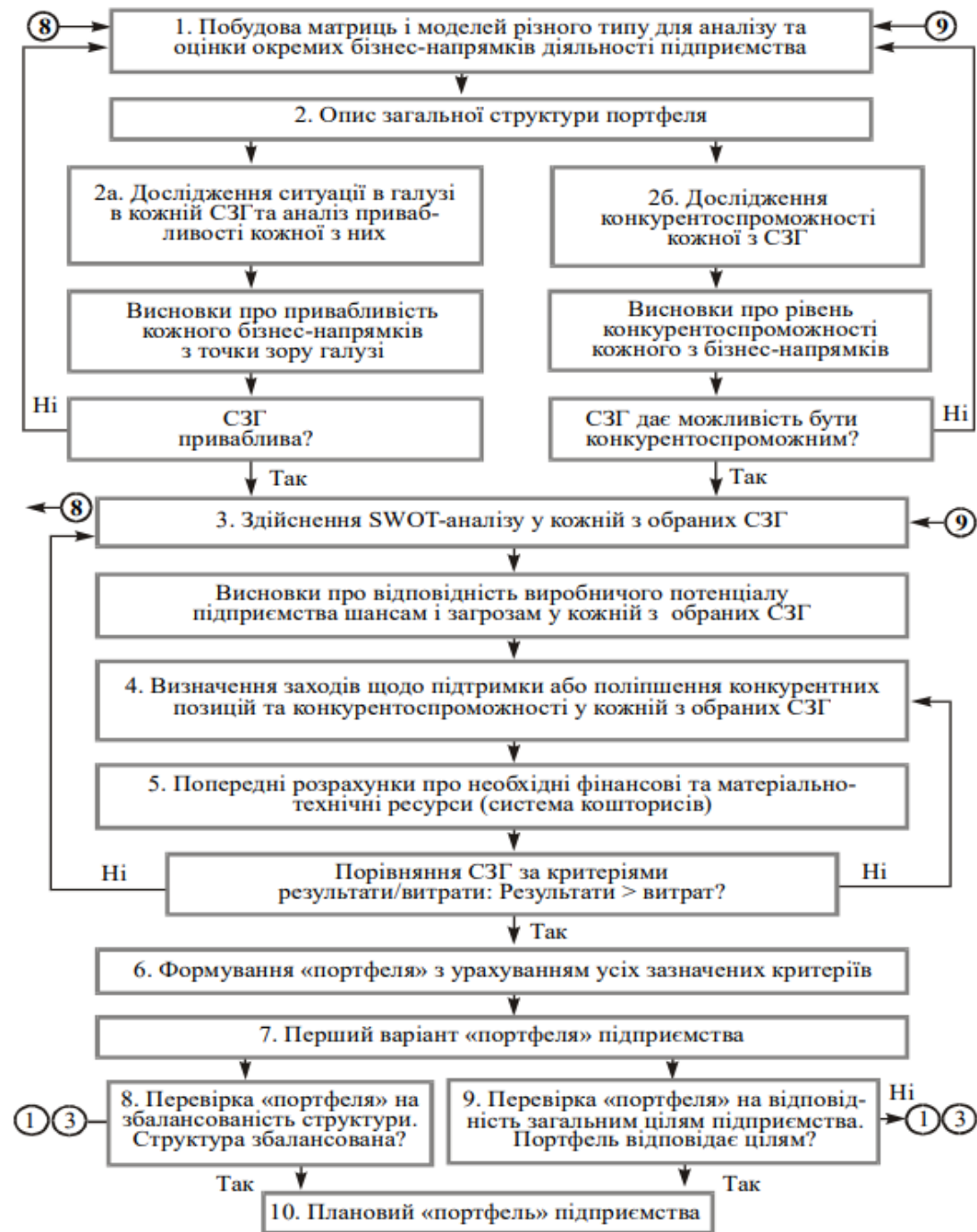
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Тема 6

**Управління портфелем бізнесу у
стратегічному маркетингу**

ПЛАН

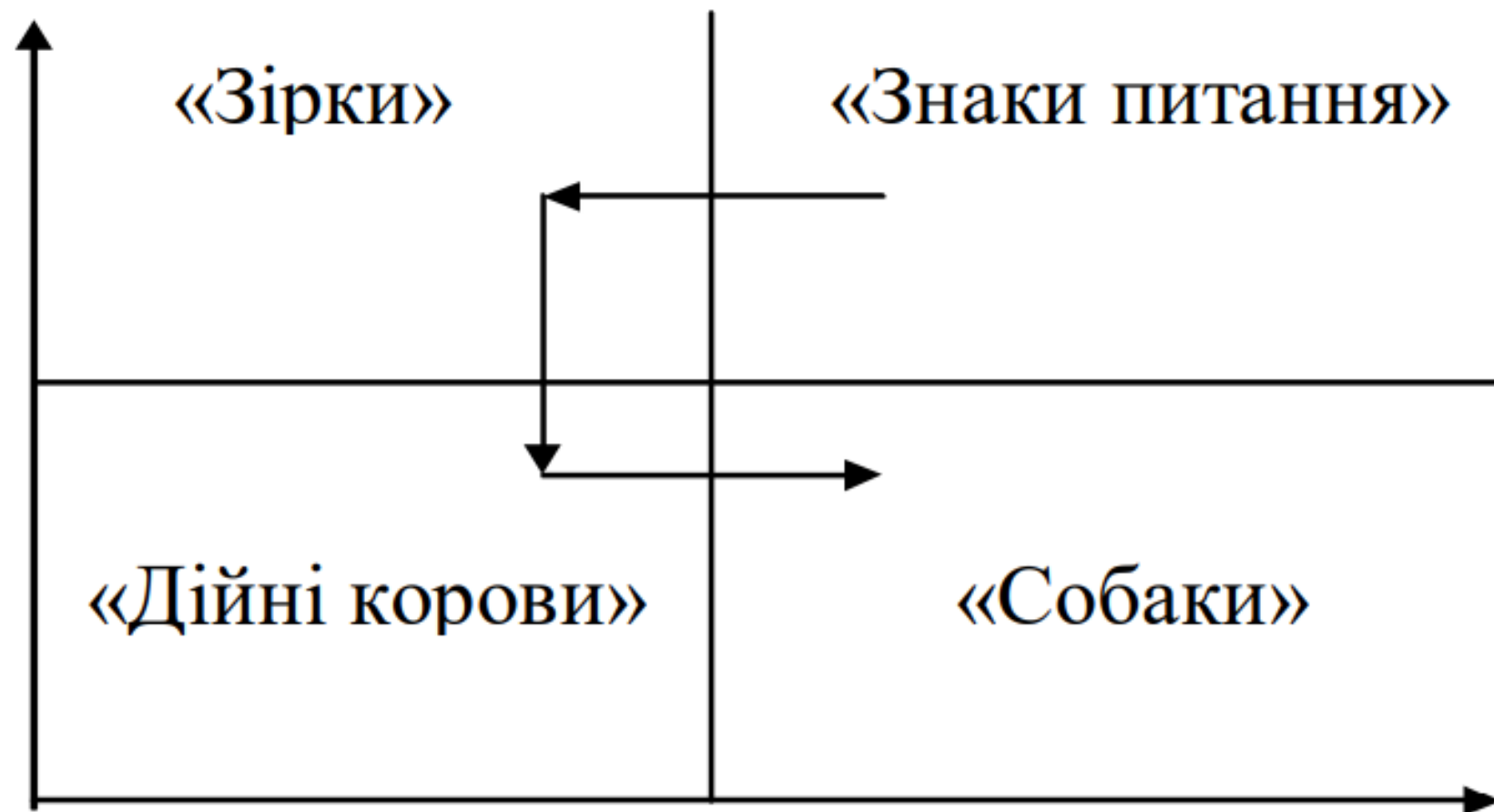
- 1. Задачі управління «портфелем бізнесу» підприємства**
- 2. Матриця Бостонської консультативної групи**
- 3. Матриця “Мак-Кінсі – Дженерал Електрик”**
- 4. Матриця Дібба-Сімкіна**
- 5. Модель Артура Д. Літтла /життєвого циклу - ADL/LC**
- 6. Модель Shell/DPM**
- 7. Модель Хофера-Шендела**
- 8. SPACE-аналіз (Strategic Position and Action Evaluation)**



Матриця Бостонської консалтингової групи

Темпи росту ринку	Відносна ринкова частка	
	Висока	Низька
Високі	<p>«ЗІРКИ» <i>Ринкові лідери</i> <i>Перспективний ринок збуту</i> <i>Приносять прибутки</i> <i>Потребують значних інвестицій</i></p> <p>Стратегічні альтернативи: Підтримання конкурентних переваг</p>	<p>«ЗНАКИ ПИТАННЯ» <i>Перспективний ринок збуту</i> <i>Невеликі прибутки</i> <i>Незначна ринкова частка</i> <i>Потребують значних інвестицій</i></p> <p>Стратегічні альтернативи: Інтенсифікації зусиль, (розвитку) Збір урожаю Елімінація</p>
Низькі	<p>«ДІЙНІ КОРОВИ» <i>Високі прибутки</i> <i>Невеликі потреби в інвестуванні</i> <i>Ринок збуту змінюється</i></p> <p>Стратегічні альтернативи: Підтримання конкурентних переваг Збір урожаю</p>	<p>«СОБАКИ» <i>Неперспективний ринок збуту</i> <i>Низькі прибутки</i> <i>Низька конкурентоспроможність</i> <i>Слабкі ринкові позиції</i></p> <p>Стратегічні альтернативи: Елімінація Збір урожаю Інтенсифікації зусиль, (розвитку)</p>

Стратегія	Сутність	Обсяг необхідних інвестицій	Застосовується для:
<i>Інтенсифікація зусиль (росту)</i>	Вкладання коштів у маркетингову діяльність з метою підвищення ринкової частки СПП	Найбільший	Перспективних «знаків питання» Перспективних «собак»
<i>Підтримання конкурентних переваг</i>	Вкладання коштів у маркетингову діяльність з метою збереження ринкової частки СПП	Великий	«Зірок» Сильних «дійних корів»
<i>Збір урожаю</i>	Зменшення маркетингових зусиль	Незначний	Слабких «дійних корів» Неперспективних «знаків питання» «Собаки»
<i>Елімінація</i>	Виключення СПП зі складу портфеля бізнесу	Нульовий	Неперспективних «знаків питання» «Собаки»

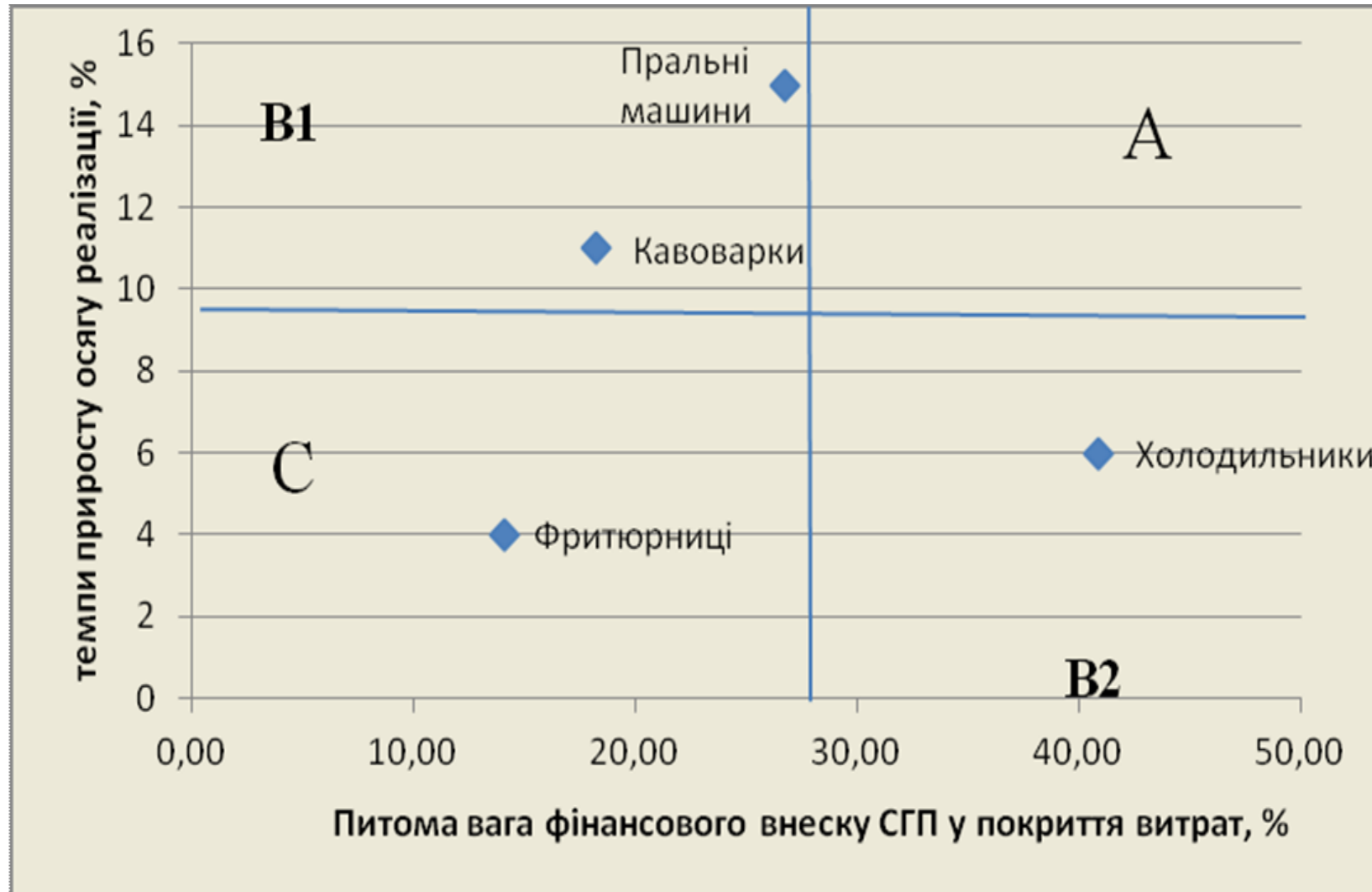


Матриця «Мак Кінсі – Дженерал Електрик»

		Конкурентоспроможність СГП		
		Висока	Середня	Низька
Привабливість ринку	Висока	1	3	6
	Середня	2	5	8
	Низька	4	7	9

Привабливість ринку	Конкурентоспроможність СГП		
	Висока	Середня	Низька
Висока	Стратегія захисту позицій: Концентрація уваги на підтриманні конкурентних переваг, Великі інвестиції, Розширення виробництва	Стратегія розвитку: Посилення слабких позицій, Пошук сфери, де можливо знайти лідируючі позиції, Визначення конкурентних переваг	Стратегія вибіркового розвитку: Спеціалізація на обмежених перевагах, Пошук засобів подолання слабких позицій, Елімінація
Середня	Стратегія розвитку: Інвестування найприбутковіших сегментів, Підвищення прибутку шляхом економії на масштабах виробництва	Стратегія вибіркового розвитку: Пошук шляхів отримання конкурентних переваг, Інвестування у ті сегменти, де прибутковість висока, а ризик малий	Стратегія збору урожаю: Пошук можливостей збільшення ринкової частки без великого ризику, Зменшення інвестування
Низька	Стратегія вибіркового розвитку: Захист ринкової частки, Концентрація на привабливих сегментах, Короткострокові перспективи	Стратегія збору урожаю: Мінімальні вкладення Короткострокові перспективи,	Стратегія елімінації: Припинення інвестування Виключення з виробництва у разі потрапляння в зону збитків

Матриця Дібба-Сімкіна



Матриця ADL/LC



Зони

- | | | | |
|---|---------------------------|---|-----------------------|
| 1 | – природний розвиток | 3 | – вибірковий розвиток |
| 2 | – доводити життєздатність | 4 | – вихід |

Модель Shell/DPM



The diagram is a 3x3 matrix with a vertical axis on the left and a horizontal axis at the bottom. The vertical axis is labeled 'Перспективи бізнесу' (Business Prospects) and has three categories: 'галузі' (sectors), 'бізнесу' (business), and 'галузі' (sectors). The horizontal axis is labeled 'Конкурентоспроможність бізнесу' (Business Competitiveness) and has a value of '100' at the right end. The matrix cells contain the following text:

галузі	Подвоїти обсяг виробництва або згорнути бізнес	Підсилювати конкурентні переваги	Лідер бізнесу виду
бізнесу	Продовжувати бізнес із обережністю або частково згортати виробництво	Продовжувати бізнес із обережністю	Зростання
галузі	Згортати бізнес	Частково згортати бізнес	Генератор готівки

Конкурентоспроможність бізнесу 100

Модель Хофера-Шендела

Конкурентне положення

Стадії ринку	зрілості	Сильне	Середнє	Слабке	Гірше
Розвиток.					
Витиснення					
Зростання					
Зрілість. Насичення					
Скорочення					

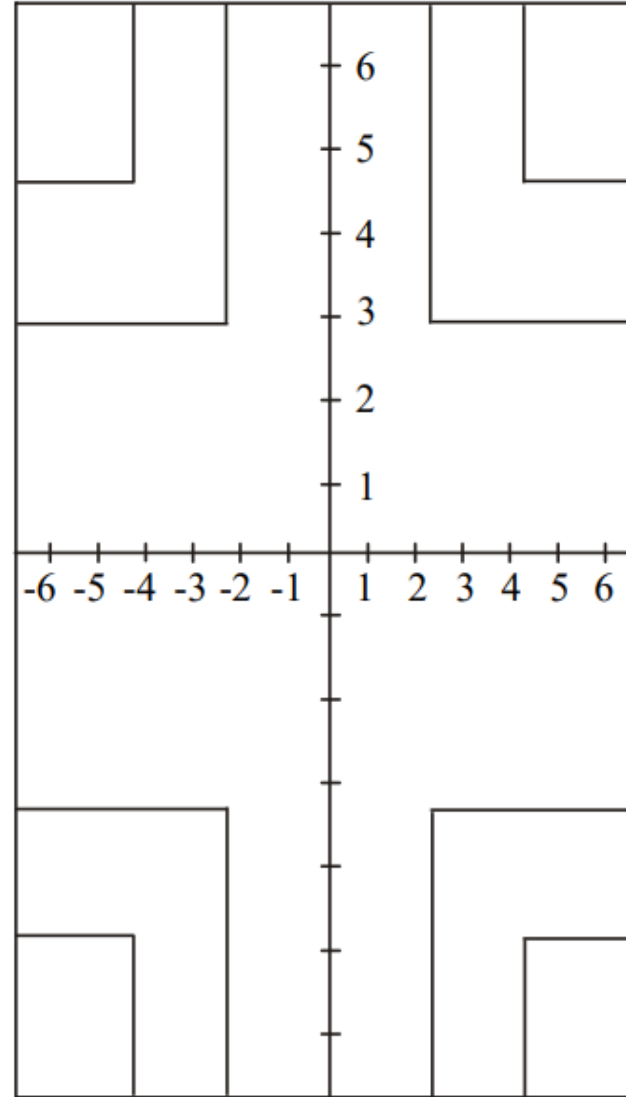
SPACE-аналіз

Економічний потенціал компанії (CP)
(фінансова сила) (FS)

- 1. Захоплення ринку
- 1. Розвиток продукту
- 2. Розвиток ринку
- 3. Горизонтальна інтеграція
- 1. Скорочення
- 2. Ліквідація

Конкурентні переваги компанії

- Реорганізація
- Горизонтальна диверсифікація
- Конгломератна диверсифікація
- Центрована диверсифікація
- Скорочення
- Ліквідація



- 1. Пряма інтеграція
- 2. Зворотня інтеграція
- 3. Горизонтальна інтеграція

- 1. Захоплення ринку
- 2. Центрована диверсифікація

- 1. Розвиток продукту
- 2. Розвиток ринку

Привабливість галузі/бізнесу напрямку (IS)

- 1. Спільні підприємства
- 1. Центрована диверсифікація
- 1. Горизонтальна диверсифікація
- 2. Конгломератна диверсифікація

Зовнішні умови бізнесу (ES)



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!