

## ШАБЛОН ПОСТРОЕНИЯ МАТРИЦЫ БКГ

заполняемые ячейки

ячейки с формулами

## БКГ АНАЛИЗ

Компания: МШП-Астрахань

Группы товаров:

- 1 Пешки
- 2 Флешки
- 3 Автоматы
- 4 ГОСТ
- 5 Пломбиры

## 1. СВОДНАЯ ТАБЛИЦА ДАННЫХ

Название группы	Расчет средневзвешенного темпа роста рынка для матрицы**		Расчет относительной доли рынка***							
	Объем продаж, руб 2016	Объем прибыли, руб 2015	Темп роста	Емкость рынка	Взвешенный темп	Рост для матрицы	Доля рынка бренда в	Доля рынка ключевого	Относительная доля	Доля для матрицы
Пешки	1 200 000	1 000 000	5%	12 500	0,93%	низкий	8%	50%	0,16	низкая
Флешки	600 000	480 000	25%	10 000	3,72%	низкий	2%	15%	0,13	низкая
Автоматы	1 200 000	900 000	25%	27 273	10,2%	высокий	11%	21%	0,52	низкая
ГОСТ	200 000	170 000	6%	5 625	0,50%	низкий	16%	12%	1,33	высокая
Пломбиры	150 000	90 000	1%	11 765	0,18%	низкий	51%	31%	1,65	высокая
<b>ИТОГО</b>	<b>3 350 000</b>	<b>2 640 000</b>		<b>67 162</b>						

\*Период, за который будет проведен анализ может быть любым: месяц, квартал, полугодие, год

Чем ближе выбранный период к году, тем выше объективность данных (исключается влияние сезонности продаж)

\*\* В примере рассчитан средневзвешенный темп роста рынка (взвешенный на суммарную емкость рынка, на котором функционирует компания)

Допускается в модели использовать просто темп роста рынка

\*\*\*Если нет точных данных по доле рынка - можно поступить проще:

поставить значение "1" - если доля Вашего товара выше доли ключевого конкурента

поставить значение "0" - если доля Вашего товара меньше доли ключевого конкурента

## 2. ПОСТРОЕНИЕ МАТРИЦЫ БКГ по объему продаж

		Наименование	Объем продаж	Наименование	Объем продаж
Темп роста	Низкий (меньше 10%)	ТРУДНЫЕ ДЕТИ		ЗВЕЗДЫ	
		ГОСТ	200 000	Флешки	600000
		Пломбиры	150 000		
		<b>ИТОГО</b>	<b>350 000</b>	<b>ИТОГО</b>	<b>600 000</b>
Высокий (больше 10%)	СОБАКИ		ДОЙНЫЕ КОРОВЫ		
			Автоматы	1 200 000	
			Пешки	1 200 000	
	<b>ИТОГО</b>	<b>-</b>	<b>ИТОГО</b>	<b>2 400 000</b>	
		Низкая (меньше 1)	Высокая (больше 1)		
Относительная доля рынка					

Анализ по объему продаж позволяет судить о перспективах развития бизнеса

ВЫВОДЫ:	
ТРУДНЫЕ ДЕТИ	ЗВЕЗДЫ
<p><b>№4</b> Низкая доля группы в портфеле. Необходимо наращивать контакты с гос учреждениями. Существующие развивать по схеме: создание конкурентных преимуществ - рост дистрибуции - поддержка</p>	<p><b>№2</b> Компании не хватает звезд. Необходимо рассмотреть возможность развития Флешок (укрепить конкурентные преимущества, построить дистрибуцию, развить знание товара). В случае невозможности развития существующих "трудных детей" в звезды - рассмотреть создание новых товарных категорий или брендов, способных занять это место</p>
СОБАКИ	ДОЙНЫЕ КОРОВЫ
<p><b>№1</b> В данной категории нет товаров, хорошты знак.</p>	<p><b>№3</b> Основной акцент в поддержке делать на Автоматы и Пешки- обеспечивает основную долю продаж. Цель удержать положение.</p>
<p>Баланс портфеля: хороший. Дойные коровы влекут за собой основные продажи. Необходимо осваивать новые перспективные направления и укреплять положение новинок - трудных детей на рынке.</p>	

## 3. ПОСТРОЕНИЕ МАТРИЦЫ БКГ по объему прибыли

		Наименование	Объем продаж	Наименование	Объем продаж
Темп роста	Высокий (больше 10%)	ТРУДНЫЕ ДЕТИ		ЗВЕЗДЫ	
		Бренд 3	1 100		
		Бренд 2	200		
		<b>ИТОГО</b>	<b>1 300</b>	<b>ИТОГО</b>	<b>-</b>
Низкий (меньше 10%)	СОБАКИ		ДОЙНЫЕ КОРОВЫ		
	Бренд 1	100	Бренд 5	1 700	
			Бренд 4	200	
	<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>	<b>ИТОГО</b>	<b>1 900</b>	
		Низкая (меньше 1)	Высокая (больше 1)		
Относительная доля рынка					

Анализ по объему прибыли позволяет судить о возможности инвестиций

ВЫВОД:
<p>Баланс портфеля с точки зрения инвестиций хороший: прибыль от "дойных коров" сможет обеспечить поддержку "трудных детей". А доля "неликвидного ассортимента - собак" в портфеле не так велика. Приоритет в инвестициях: поддержка Бренда 5, развитие бренда 3, создание новых товаров. Бренд 2 - необходимо сперва увеличить рентабельность производства, иначе инвестиции нецелесообразны. Бренд 4 - минимальная поддержка.</p>