

УДК 631.14:338.2

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТРИЦЫ БКГ В ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

*Сагдеева Д.Т., студентка 4 курса экономического факультета
Научный руководитель – Александрова Н.Р., к.э.н., ст.
преподаватель
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

Ключевые слова: *Бостонская консалтинговая группа, стратегия развития, сельское хозяйство.*

В работе представлена оценка бизнес-портфеля предприятия методом матрицы Бостонской консалтинговой группы, которая позволяет определять возможные стратегии развития производства.

Анализ бизнес-портфеля методом матрицы Бостонской консалтинговой группы (БКГ) позволяет определить роль каждой единицы бизнес-портфеля как области стратегической деятельности предприятия по отношению к двум переменным факторам: темпу роста рынка и относительной доли продукции в структуре выручки предприятия. Согласно данной методике выделяют четыре категории товаров предприятия (рис. 1).

Данные для оценки бизнес-портфеля на примере ООО «Агро-Люкс» Старомайнского района Ульяновской области отражены в таблице 1.

Определение стратегических видов продукции предприятия представлено в виде матрицы БКГ, выполненной в программе Deductor (рис. 2).

Согласно проведенному анализу бизнес-портфель ООО «Агро-Люкс» характеризуется наличием двух товаров, относящихся к категории «звезды», - подсолнечник и пшеница; молоко – товар категории «дойная корова»; к категории «трудные дети» относятся рожь и мясопереработка; «малоприбыльные продукты» - ячмень, овес, скот и птица.

Преимуществом модели Бостонской консалтинговой группы является ее возможность определять стратегии развития для каждой категории продуктов в портфеле предприятия (рис. 3).

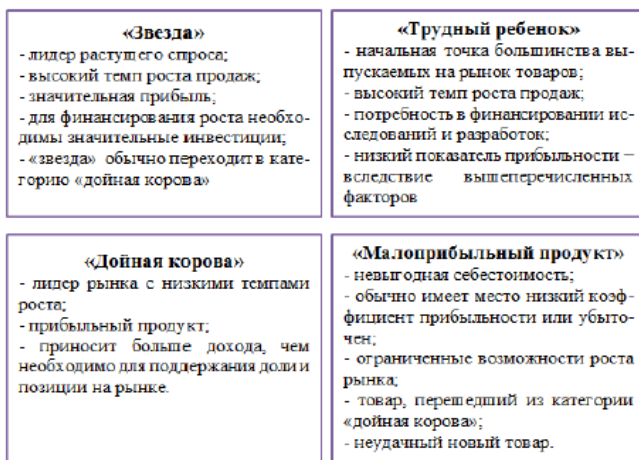


Рисунок 1 – Характеристика продуктов в матрице БКГ

Таблица 1 – Исходные данные для оценки бизнес-портфеля ООО «Агро-Люкс»

Наименование продукции	Среднегодовой темп роста продаж, %	Средняя доля в выручке предприятия, %
Подсолнечник	36,0	34,9
Пшеница	27,7	28,7
Молоко	0,6	22,8
Скот и птица	-9,4	8,8
Ячмень	-48,9	1,7
Мясо и мясопродукция	36,2	1,0
Овес	-43,7	1,0
Рожь	144,0	0,8

Каждая категория товаров включает серию возможных и подходящих стратегий. Имеющиеся малоприбыльные продукты либо планируются к переводу в категорию «трудный ребенок», либо имеют перспективы на новых рынках, либо производство их должно быть прекращено.

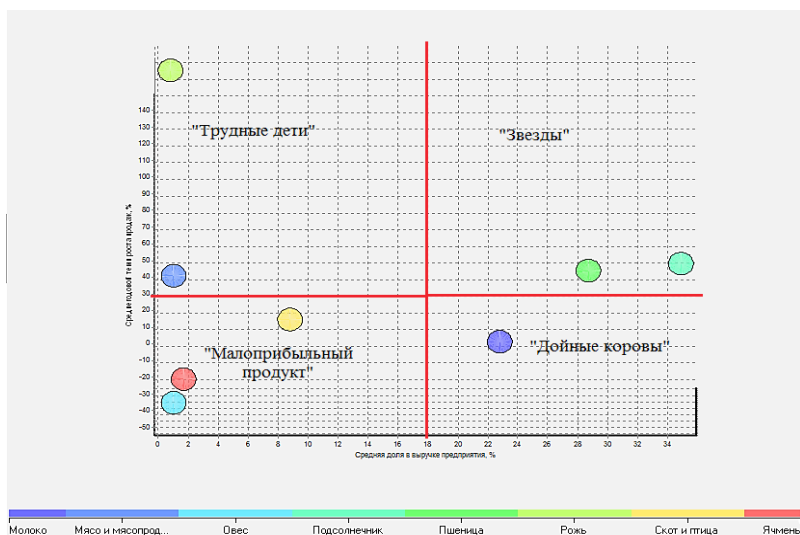


Рисунок 2 – Оценка бизнес-портфеля ООО «Агро-Люкс» методом матрицы БКГ

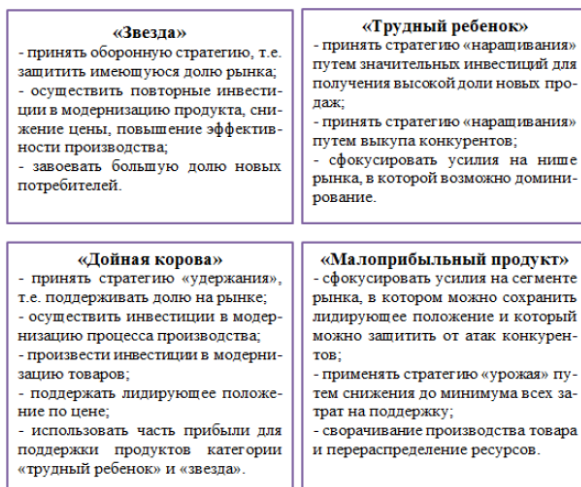


Рисунок 3 – Возможные стратегии развития для основных категорий продуктов согласно матрице БКГ

Библиографический список

1. Албуткина, М.В. Разработка стратегии предприятия на основе матрицы бостонской консалтинговой группы / М.В. Албуткина, Н.Р. Александрова // Инновационный маркетинг и менеджмент: теория и практика. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. – Саратов, 2014. – С. 3-7.
2. Долгова, И.М. Формирование стратегии развития молочного скотоводства ульяновской области с учетом типологизации административных районов / И.М. Долгова, Н.Р. Александрова // Аграрная политика современной России: научно-методологические аспекты и стратегия реализации. Материалы XX международной научно-практической конференции.- 2015. – С. 131-134.

USING THE BCG MATRIX IN THE FORMATION OF STRATEGY OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL PRODUCTION

Sagdeeva D.T.

Keywords: *the Boston consulting group, strategy development, agriculture.*

The paper presents the evaluation of the business portfolio of the company by the matrix of the Boston consulting group which allows to define possible strategies for the development of production.