

ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ЙОГО ЗБАЛАНСОВАНОСТІ

Крайнюченко О.Ф. , Юшкова А.Г.

Національний університет харчових технологій

В умовах посилення конкуренції між підприємствами особливої актуальності набуває вміння формувати товарний портфель фірми у відповідності з потребами споживачів.

На сучасному етапі з метою підвищення конкурентоспроможності та залучення якомога більше потенціальних споживачів кожному підприємству необхідна ефективна організація управління продуктовим портфелем, що обумовлює актуальність вибраної теми дослідження, його мету та зміст.

Досягнення збалансованості масштабів стратегічних господарських підрозділів (СГП) у стратегічному плануванні може бути здійснене шляхом визначення структури портфеля за допомогою матриць БКГ (модифікованої та адаптованої) та коефіцієнта раціональності структури асортименту.

Класична матриця БКГ досить рідко застосовується як практичний інструмент стратегічного аналізу та планування. Це зумовлено, в основному, недосконалістю інформаційно-економічного простору України на даному етапі розвитку вітчизняної економіки. Модифікована та адаптована матриці БКГ дозволяють змінити класичну матрицю таким чином, щоб, з одного боку, зберегти її основні переваги, включаючи простоту візуального сприйняття та звичну термінологію, а з іншого боку – використовувати при їх побудові кількісну інформацію, яка абсолютно завжди доступна, точна і достовірна, а саме – внутрішню інформацію підприємства.

Задля характеристики кожної групи продукції (горизонтальної осі) використовується параметр рентабельності продукції – у модифікованій

матриці чи частка обсягів продажів СГП в загальному обсязі збуту підприємства протягом базового періоду.

Для другої характеристики групи продукції (вертикальна вісь) застосовується темп зростання продажів СГП у обох видозмінених матрицях.

Обчисливши ці значення для кожної групи продукту і представивши їх графічно одержуємо стратегічні матриці, що характеризують кожну групу продуктів асортименту та їх структуру.

Принципи аналізу і висновки не повинні відрізнятися між результатами в модифікованій та адаптованій матрицях.

За розподілом обсягів продажів по квадратах можна оцінити збалансованості товарного портфеля. В ідеалі він повинен складатися з групи товарів, здатних давати вільні грошові кошти, та з групи товарів у фазі введення на ринок або зростання, здатних забезпечити довгострокові інтереси фірми.

Збалансований портфель повинен мати якомога менше «Собак» (менше 5%), помірно «Важких дітей» (15–20%), більше «Зірок» (20–30%) і «Дійних корів» (45–50%).

Для підтвердження достовірності отриманих даних необхідно розрахувати коефіцієнт раціональності структури асортименту, який повинен мати значення більше за 0,6, що вказуватиме на оптимальну структуру продуктового портфеля фірми.

Підводячи підсумок, можна стверджувати, що збалансованість товарного портфеля, який би відповідав потребам населення та сприяв максимізації прибутку підприємства, залежить від раціональності структури асортименту. Запропонований підхід дає можливість як найкраще виявляти можливості товарного портфеля підприємства та його асортиментні позиції.