

## ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МАТРИЧНОГО МЕТОДУ В ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Діяльність страхової компанії будується на отриманні найбільшого прибутку [1]. Цей результат можна досягти на основі науково обґрунтованих математичних моделей діяльності фірми. Одним з методів рішення цієї проблеми є побудова матричного портфелю. Розглянемо основні переваги та недоліки побудованої матриці Бостонської консалтинг групи (БКГ) [2].

Випробування показали, що високоприбутковий портфель може бути незбалансованим з точки зору внутрішньофірмового перерозподілу грошових потоків і навпаки, збалансований портфель може бути збитковим. Практика конкурентної боротьби на світових ринках показала, що одностороннє слідування стратегії домінування на ринку та знижка витрат може мати катастрофічні наслідки для фірми.

Аналіз на основі матриці БКГ дозволяє прийняти наступні стратегії бізнесу: можливу стратегію бізнес-одиниць або товару; оцінити їх потрібність в фінансуванні та потенціал рентабельності; оцінити рівновагу корпоративного портфеля.

Основні переваги матриці БКГ.

1. Простота побудови та переконливість отриманих результатів.
2. Аналіз БКГ особливо є зручним, коли фірма має відносно небагато продуктів і повинна зробити вибір відносно свого портфеля та конкурентоспроможності на традиційних ринках.
3. Матриця є корисною при знаходженні стратегічних позицій та при розподілі ресурсів найближчим часом.
4. Стимулює вище керівництво окремо оцінити кожний вид бізнесу підприємства.
5. Показує наглядну порівняльну картину кожної бізнес-одиниці в корпоративному портфелі.
6. Показує здатність кожної бізнес – одиниці як приносити дохід, так і мати потрібність в фінансуванні.
7. Стимулює використання даних про зовнішнє середовище.
8. Дає можливість знайти відповідність між фінансовими потоками та необхідністю розширення та зросту бізнесу.

Основні недоліки матриці БКГ.

1. Темп зросту ринку не в повній мірі відображає привабливість галузі в цілому. Існує багато макро- та мікрофакторів, що впливають на привабливість сегменту.
2. Темп зросту ринку не говорить про прибуток галузі. При високих темпах зросту та низьких вхідних показниках може виникнути інтенсивна конкуренція, що зробить галузь не привабливою для фірми.
3. Відносна частка ринку не говорить про конкурентоспроможність товару чи послуги. Відносна частка ринку - це показник, що відбувався в минулому та не гарантує високу долю цього продукту в майбутньому.
4. Матриця БКГ пропонує правильне направлення інвестування, але не містить тактичних вказівок та обмежень в реалізації стратегії. Інвестування в цьому випадку може бути не ефективним.
5. Позиція стратегічної одиниці бізнесу суттєво залежить від знаходження границь та масштабів ринку.
6. На практиці не зовсім зрозуміло, як зріст ринку (частки ринку) впливає на прибуток бізнесу. Гіпотеза про залежність між відносною часткою ринку та потенціалом прибутку може бути прийнята лише при наявності дослідної кривої (в основному в галузях масового виробництва).
7. Ігнорується взаємозалежність бізнес-одиниць корпорації.
8. Ігнорується означення циклічності розвитку товарних ринків.

В середині восьмидесятих років Бостонська консалтингова група запропонувала нову проектно - діагностичну матрицю, яка основана на концепції стратегічної переваги. В своїй моделі вони використовують два критерії: розмір конкурентних переваг, які визначають структуру конкуренції в галузі та число способів реалізації конкурентних переваг, що дорівнюють числу стратегічних доходів в галузі [3].

В модифікованій матриці БКГ усі види діяльності поділяються на чотири типи: концентрована діяльність фірми, безперспективна конкурентна діяльність, фрагментація, спеціалізація.

Для кожного типу пропонується своя стратегія, яка залежить від норми дохідності інвестицій та частки ринку фірми.

Список літератури:

1. *Козьменко О.В* «4P» маркетингу страхових компаній: монографія /[, Козьменко С.М., Васильєва Т.А. та ін.]; кер.авт.кол. д.е.н.,проф. О.В.Козьменко.- Суми: Університетська книга, 2014.- 432с.
2. *Boston Consulting Group*, Perspectives on Experience. Boston, Mass.: The Boston Consulting Group, 1972
3. *Брюс Д. Хендерсен* Продуктовый портфель // Бостонская консалтинговая группа BCG Review : Дайджест. - М: Бостонская консалтинговая группа, 2008. - В. 02. - С. 7-8