**Zadanie 5. Analiza i projekt portfela produkcji za pomocą macierzy BCG**

**Macierz BCG** pozwala na ocenę każdego produktu z punktu widzenia dwóch kryteriów:

1. Wzrostu rynku – czyli tempa, w jakim z roku na rok wzrasta popyt na dany produkt
2. Względnego udziału w rynku – mierzonego stosunkiem procentowego udziału w rynku badanego przedsiębiorstwa do udziału tego przedsiębiorstwa, które ma największy udział w rynku.

**UWAGA: w analizie przyjmujemy, że Punkt *ß* , który jest granicą, powyżej której zaczyna się uprzywilejowana pozycja produktu na rynku wynosi 1.0. Punkt *α* , określający granicę między rynkiem rosnącym a ustabilizowanym należy ustalić samodzielnie, wybierając jedną z trzech proponowanych metod:**

1. **Ustalenie arbitralnie na poziomie 10%**
2. **Stopa wzrostu PKB (w poprzednim roku lub prognozowana w roku kolejnym)**
3. **Jeżeli mamy jednolity branżowo portfel produktów – średnia dynamika wzrostu danego sektora w danym roku w porównaniu z rokiem poprzednim**

**Etap 1:** Zgromadzenie i wpisanie do tab. 1 następujących informacji:

1. W pierwszej kolumnie – wszystkie wyroby lub grupy wyrobów, które chcemy poddać analizie
2. Określenie tempa wzrostu poszczególnych wyrobów w stosunku do poprzedniego roku
3. Określenie w % (nawet w przybliżeniu), jaki udział w rocznej sprzedaży przedsiębiorstwa ... ogółem ma każdy wyrób
4. Wywnioskowanie, kto jest największym producentem wyrobu w danym sektorze i ustalenie, czy w stosunku do wybranego konkurenta udział „naszego” przedsiębiorstwa w sprzedaży danego wyrobu jest większy czy mniejszy od 1?

Tab. 1. Dane o wyrobach

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Wyrób lub grupa wyrobów | Tempo wzrostu sprze­daży wyrobu [%] | Udział wyrobu w sprze­daży całkowitej [%] | Względny udział w rynku |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**Etap 2:** Korzystając z Tab. 1. Należy uzupełnić macierz na Rys. 1. Rysując dla każdego produktu (grupy produktów) koła obrazujące udział sprzedaży każdego z produktów (grupy produktów) w ogólnej sprzedaży przedsiębiorstwa. Rysując koła – **pamiętaj**, że średnice kół oznaczających produkty również mają znaczenie w interpretacji wyników: odzwierciedlają udział sprzedaży danego produktu w całości sprzedaży Twojego przedsiębiorstwa = im większa średnica koła, tym większy jest udział danego produktu w ogólnej sprzedaży Twojego przedsiębiorstwa, jako całości.



Rys. 1. Obecny portfel produkcji przedsiębiorstwa ... .

**Etap 3:** Dokonaj analizy portfela produkcji, oceń, czy jest rozwojowy, schyłkowy, dojrzały czy zrównoważony i jaki ma wpływ na obecną i przyszłą sytuację strategiczną przedsiębiorstwa.

Analiza obecnego portfela produkcji przedsiębiorstwa ... :

**Etap 4:** Podejmij decyzję o przyszłym portfelu produkcji przedsiębiorstwa, tzn. zdecyduj:

- z których produktów należy całkowicie zrezygnować?

- w które „dylematy” („?”) należy inwestować i jakie mają szanse stania się „gwiazdami”?

- czy należy inwestować w obce „gwiazdy” i kiedy staną się one „dojnymi krowami”?

- czy należy podjąć prace nad nowymi produktami, czy też wystarczą nam istniejące „dylematy” („?”)?

W przyszłym portfelu produkcji przedsiębiorstwa ... powinny pozostać:

Etap 5. Sporządź nowy portfel produkcji według Rys. 2.



Rys. 2. Nowy portfel produkcji przedsięborstwa .... .

WNIOSKI Z PRZEPROWADZONEJ ANALIZY I ZAPROJEKTOWANIU NOWEGO PORTFELA PRODUKCJI: