**Міністерство освіти і науки України**

**Національний університет харчових технологій**

Кафедра інформаційних технологій, штучного інтелекту та кібербезпеки

**ЛАБОРАТОРНА РОБОТА № 3**

з дисципліни «Менеджмент розробки інноваційних проектів»

на тему: «СТРАТЕГІЧНИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ 2»

Виконав: Студент I курсу  
групи КН-1-3М

Кучерявий М. В.

Перевірив:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Київ — 2025**

**Призначення, структура та особливості матриці МакКінзі у порівнянні з класичною матрицею БКГ**

Матриця МакКінзі (GE/McKinsey Matrix) — це аналітичний інструмент стратегічного планування, який дозволяє оцінити портфель бізнес-напрямів компанії та приймати рішення щодо розподілу ресурсів. Вона була розроблена консалтинговою компанією McKinsey & Company для General Electric як удосконалення класичної матриці БКГ (BCG Matrix).

**Призначення матриці МакКінзі — а**наліз привабливості ринків та конкурентоспроможності бізнес-одиниць (SBU — Strategic Business Units), Визначення пріоритетів для інвестицій, розвитку або виходу з ринку, Формування збалансованого портфелю бізнесів компанії.

Матриця БКГ — хороший інструмент для швидкої оцінки, особливо коли доступна статистика зростання та частки ринку. Натомість матриця МакКінзі дає **більш деталізований і комплексний підхід** до стратегічного управління портфелем бізнесів. Вибір між ними залежить від глибини аналізу, яка необхідна у конкретному випадку.

**Визначення стратегій розвитку бізнесу на основі матриці Ансоффа**

На основі матриці Ансоффа можемо виділити наступні стратегії развитку:

Проникнення на ринок — збільшення частки ринку для наявних продуктів на існуючих ринках. Стратегія фокусується на продажах, маркетингу, зниженні цін, стимулюванні попиту.

Розвиток ринку — вихід із наявними продуктами на нові ринки: інші регіони, сегменти споживачів або країни.

Розробка продукту — створення нових або покращених продуктів для вже наявних ринків. Вимагає інновацій, R&D.

Диверсифікація — Найризикованіша стратегія. Вихід з новими продуктами на нові ринки. Може бути пов’язаною (суміжною) або непов’язаною (кардинально новий напрям).

**Визначення стратегій розвитку бізнесу на основі нової матриці БКГ**

Спеціалізована діяльність дає можливість отримувати прибуток шляхом збільшення випуску стандартизованої продукції і одночасно диференціації оформлення, дизайну, ергономіки, тобто. зовнішнього вигляду продукції.

Концентрована діяльність пропонує два стратегічні рішення: 1) подальше нарощування виробничих потужностей та 2) поглинання конкурентів або перехід на спеціалізацію з метою досягнення стабільної диференціації.

Фрагментарна діяльність використовується у двох випадках: при початковому рівні виробництва потенційно перспективної продукції та при роботі на замовлення, що вимагає розробки високодиференційованої продукції.

Безперспективна діяльність має на увазі лише вихід із такого становища на основі диверсифікації.

**Призначення і особливості застосування матриці ABC.**

Матриця ABC — це аналітичний інструмент, який використовується для класифікації товарів, клієнтів, постачальників чи будь-яких інших ресурсів компанії за ступенем їх важливості. Вона базується на принципі Парето (80/20), згідно з яким приблизно 20% об’єктів забезпечують 80% результату (наприклад, доходу або витрат).

Матриця ABC використовується для розподілу ресурсів залежно від значущості товарів, клієнтів або постачальників. Вона дозволяє компанії зосередити увагу на категорії А, яка приносить найбільшу частку прибутку чи обігу. Менш важливі категорії B і C обслуговуються з меншими витратами або автоматизовано. Застосування матриці сприяє ефективному управлінню запасами, продажами та закупівлями.

**Висновки**

Аналіз стратегічних інструментів управління бізнесом дозволяє ефективно оцінювати поточний стан компанії та обирати доцільні шляхи її розвитку.  
Матриця МакКінзі, порівняно з класичною БКГ, забезпечує більш гнучкий і багатофакторний підхід до аналізу бізнес-портфеля, враховуючи не лише ринкову частку й темпи зростання, а й конкурентоспроможність та привабливість галузі.  
Матриця Ансоффа допомагає підприємствам формувати стратегії зростання залежно від комбінації ринків і продуктів, обираючи між проникненням на ринок, розвитком продукту, ринку або диверсифікацією.  
Нова матриця БКГ адаптована до сучасних умов і враховує не лише фінансові показники, а й інноваційність, динамічність ринку та цифрові трансформації, що дозволяє формувати гнучкі стратегії управління портфелем.  
Матриця ABC, у свою чергу, є практичним інструментом для визначення пріоритетів у логістиці, управлінні запасами, клієнтами чи товарами, сприяючи оптимізації витрат і ресурсів.

У комплексі ці інструменти дозволяють приймати обґрунтовані стратегічні рішення та підвищувати ефективність управління підприємством.