

УДК 339.138

Бойжигитов Санжарбек Комилжон ўғли

Ассистент кафедры Маркетинга, СамИЭС

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТРИЦЫ GE (GENERAL ELECTRIC) В АНАЛИЗЕ ПРИВЛЕЧЕНИЯ РЫНКА

Аннотация: В этой статье дается всесторонний обзор матрицы GE (General Electric). Кроме того, в данной статье подробно рассматриваются возможности использования матрицы GE при анализе рыночной привлекательности и, самое главное, роль матрицы GE в оценке привлекательности рынка.

Ключевые слова: рынок, рыночная привлекательность, матрица GE, сервис, цифровая экономика.

Boyjigitov Sanjarbek Komiljon ugli

Assistant of department of Marketing, SamIES

POSSIBILITIES OF USING THE GE (GENERAL ELECTRIC) MATRIX IN THE ANALYSIS OF MARKET ATTRACTION

Abstract: This article describes the main content of the GE (General Electric) matrix in detail. In addition, this article details the knowledge of the applicability of the GE matrix in the analysis of market attractiveness and, most importantly, the role of the GE matrix in assessing market attractiveness.

Keywords: market, market attractiveness, GE matrix, service, digital economy.

Введение. В результате становления новой рыночной экономики в нашей стране была проведена масштабная работа по информатизации во всех сферах. С развитием информационных технологий системы электронной коммерции и рыночные возможности вышли на новый уровень. Указ Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева от 5 октября 2020 года «Об утверждении Стратегии» Цифровой Узбекистан -

2030 »и мерах по ее эффективной реализации« ПФ-6079 »Рыночные возможности в цифровой экономике оценки и их правильная реализация.

В цифровой экономике деятельность каждого хозяйствующего субъекта представляет собой широкий круг участников рынка, заинтересованных в результатах его деятельности. Для обеспечения привлекательности рынка и финансовой устойчивости предприятия руководство:

- понимать природу экономических событий и процессов, их взаимозависимость;
- общеэкономические процессы и события;
- систематизация и моделирование причин и следствий экономических процессов;
- комплексная оценка достигнутых результатов;
- определить сильные и слабые стороны организации;
- решение конкретных практических ситуаций;
- выявление резервов повышения эффективности работы предприятия;
- прежде всего, уметь точно оценить финансовое состояние как вашей компании, так и ваших потенциальных конкурентов.

Рынок - обмен товарами между продавцами и покупателями; механизм, связывающий производство с потреблением. В экономике термин «рынок» относится к системе денежного обмена между участниками рынка (покупателями и продавцами) [1].

Анализ и результат. Привлекательность компании на рынке означает уровень доверия к компании реальных и потенциальных инвесторов, кредиторов и покупателей. Это общий термин для инвестиций (выгодно инвестировать в фирму на долгосрочной основе) и привлекательности контрагента (фирма четко выполняет свои

обязательства и, следовательно, может иметь с ней долгосрочные деловые отношения) [2].

Рыночная привлекательность - это термин, который описывает способность компании продавать и получать прибыль в долгосрочной перспективе и устойчиво в определенном сегменте рынка [3].

Стремление повысить рыночную привлекательность отражается в оценке рыночной привлекательности. Все компании определяют свои конкретные рыночные возможности, оценивая свою рыночную привлекательность. Для этого матрица GE (General Electric) играет важную роль в зарубежном опыте. Роль этой матрицы в оценке привлекательности рынка неопределима. Привлекательность рынка отражается в том, насколько прибыльно для компании входить на этот рынок и конкурировать на нем [4].

Матрица GE была разработана в 1970-х годах группой консультантов McKinsey и General Electric. Многовариантный анализ General Electric также известен как матрица роста доли рынка, которая помогает компании решить, какие продукты производить в области маркетинга и управления продуктами. Концептуально она похожа на матрицу BCG, но немного сложнее. Как и в матрице BCG, создается двумерная матрица. Однако в случае матрицы GE зависит от нескольких факторов. Модель GE / McKinsey представляет собой 9-мерную матрицу для сравнительного анализа стратегических направлений деятельности компании. Как и BCG, матрица GE помогает определить, как распределяются ресурсы, но обеспечивает большую гибкость.

Соответственно, матрица состоит из девяти квадрантов. При определении привлекательности рынка и сильных сторон бизнеса он принимает во внимание многие факторы, которые были заменены долей рынка и ростом рынка в матрице BCG.



Рис. 1. Матрица из 9 сетей GE

Матричная диаграмма General Electric / McKinsey представляет собой квадрат, образованный двумя осями, вертикальная ось Y - это эффективность бизнеса, а горизонтальная ось X - рыночная привлекательность. Каждая ось условно делится на три части: низкую, среднюю и высокую. Кроме того, хотя факторы в матрице GE классифицируются как высокие, средние и низкие, факторы в матрице BCG делятся на высокие и низкие [5]. Кроме того, матрица GE преодолевает многие ограничения и ограничения матрицы BCG.

Принцип матрицы GE заключается в том, что мы инвестируем в привлекательные возможности и получаем максимальную прибыль при конкурентном преимуществе. Критерии оценки привлекательности рынка описывают конкурентную среду и наличие барьеров в отрасли.

Исходя из приведенных выше соображений, можно предположить, что оценка привлекательности рынка с использованием матрицы McKinsey / General Electric (GE) основана на двух показателях: привлекательности рынка, на который компания хочет выйти или компания уже существует, и конкурентное преимущество продукта компании на определенном рынке. Портфельная стратегия компании зависит от силы следующих показателей:

- Чем конкурентоспособнее продукт и чем привлекательнее рынок, тем выше шансы на успех в этом бизнесе.

- Чем слабее продукт компании, чем ее конкуренты, тем ниже привлекательность отрасли - тем меньше шансы на развитие бизнеса в этой сфере.

Заключение. Эта матрица очень полезна для анализа ваших бизнес-единиц на основе большего количества факторов, чем двухмерный подход BCG. Это даст вам отправную точку для создания стратегии распределения ресурсов и расширения продукта. Можно сказать, что оценка привлекательности рынка с помощью матрицы GE является очень важным критерием.

Список использованной литературы

1. У.Шарифходжаев, З.Хакимов. Интерактивный и цифровой маркетинг. Учебник. - Т.: Экономика. 2019.-271 б.

2. Эргашходжаева Ш. Ж., Косимова М.С., Юсупов М.А. Маркетинг. Учебник.- Т.: Экономика, 2018.-315 с.

3. Эргашходжаева Ш.Дж., Самадов А.Н., Алимходжаева Н.Е., Шарипов И.Б. Маркетинговые коммуникации. Учебник.-Т.: Экономика, 2019.-418 с.

4. Наркулова Ш. Ш. Биометрия как перспективный инструмент в решении проблемы поведенческого маркетинга //Маркетинг в России и за рубежом. – 2021. – №. 3. – С. 10-16.

5. Холмаматов, Д. Х. Стратегия развития оптовой торговой деятельности в узбекистане / Д. Х. Холмаматов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2021. – № 2. – С. 98-103.