

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

งบการเงินเป็นแหล่งข้อมูลทางการเงินที่เกิดขึ้นของกิจการเป็นการสื่อความหมายระหว่างกิจการกับบุคคลภายนอกที่สนใจกิจการโดยแสดงให้เห็นถึงผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงินของกิจการ รวมทั้งการสะสมผลตอบแทนและนโยบายการจ่ายเงินปันผลของงวดนั้นด้วย ข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่น่าสนใจกิจการนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ การใช้งบการเงินของผู้สนใจ จะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมจึงจะทำให้ทราบข้อเท็จจริงต่าง ๆ ของกิจการนั้น การวิเคราะห์งบการเงิน เป็นการค้นหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับฐานะและผลการดำเนินงานของกิจการจากงบการเงินของกิจการที่สนใจ พร้อมทั้งนำข้อเท็จจริงดังกล่าวมาประกอบการวางแผนควบคุมและตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ การวิเคราะห์งบการเงินเป็นการตรวจสอบสถานการณ์ทางธุรกิจของกิจการด้วย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใด ๆ ข้อมูลเพียงตัวเดียวไม่สามารถบอกอะไรแก่ผู้วิเคราะห์ได้ ผู้วิเคราะห์ต้องนำข้อมูลเหล่านั้นไปเปรียบเทียบกับข้อมูลอื่น จึงจะได้รับความหมายที่ชัดเจน ซึ่งการเปรียบเทียบนั้นมีหลายแบบเช่น การเปรียบเทียบข้อมูลกับงวดก่อนของกิจการ การเปรียบเทียบข้อมูลกับคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน การเปรียบเทียบข้อมูลกับอุตสาหกรรม (Industry) เป็นต้น แต่อย่างไรก็ดีการเปรียบเทียบนั้นก็ต้องดูเงื่อนไขอื่น ๆ ด้วย ไม่ว่าจะเป็นในด้านการเศรษฐศาสตร์ ที่มี การแบ่งตลาดออกเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ และตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ลักษณะของวัฏจักรของธุรกิจ กลยุทธ์ที่กิจการใช้ ก็มีผลต่อการเปรียบเทียบอัตราส่วนทางการเงินด้วยกันทั้งสิ้นตัวอย่างเช่น Savich and Thompson (1978) ได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะของวัฏจักรของธุรกิจ โดยมีการนำอัตราส่วนทางการเงินมาเป็นตัววิเคราะห์ ซึ่งจากการศึกษาวิจัยนี้ พบว่าในช่วงวัฏจักรของธุรกิจที่ต่างกันจะมีลักษณะอัตราส่วนทางการเงินที่ต่างกันด้วย

วินัย อังศุโกมุตกุล และคณะ (2539) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางธุรกิจกับผลการดำเนินงานของบริษัท พบว่าบริษัทที่มีการก่อหนี้สูงจะมีผลการดำเนินงานที่ด้อยกว่าบริษัทที่มีการก่อหนี้ต่ำ โดยอธิบายว่าบริษัทที่มีการก่อหนี้ไม่สามารถจัดการกับภาวะความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยในประเทศไทยได้ ทำให้ในบางช่วงต้องแบกรับภาระดอกเบี้ยที่สูงหรืออธิบายได้อีกนัยหนึ่งว่ามีภาระผูกพันทางการเงินสูง ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำจะมีภาระของดอกเบี้ยส่งผลต่อการดำเนินงานที่แย่ลง จากผลการศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่า บริษัทที่มีอัตราส่วนหนี้สิน

ต่อส่วนของผู้อถือหุ้นสูงจะมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าบริษัทที่มีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้อถือหุ้นต่ำ

อรุณี พงศ์สมบัติศิริ (2549) ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่ใช้กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนกับบริษัทที่ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้อัตราส่วนทางการเงินเป็นตัวเปรียบเทียบ พบว่าภายใต้ภาวะอัตราดอกเบี้ยโคงทางเศรษฐกิจที่สูง บริษัทที่ใช้กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน มีอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์รวม (ROA) มากกว่า แต่มีอัตราผลตอบแทนของส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) น้อยกว่าบริษัทที่ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ยังมีการจัดตำแหน่งทางการตลาดอีกวิธีหนึ่งซึ่งมีความสำคัญและสามารถประยุกต์ใช้ได้ในการดำเนินธุรกิจ คือการจัดตำแหน่งทางการตลาดด้วยวิธี BCG Matrix ของ The Boston Consulting Group แมททริกซ์นี้เป็นการแสดงฐานะของหน่วยธุรกิจในเชิงเปรียบเทียบกับตลาดสินค้าที่หน่วยธุรกิจนั้นมีผลิตภัณฑ์อยู่ โดยการเปรียบเทียบจะใช้เกณฑ์หลัก ๆ 2 ด้าน คือส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบ (Relative Market Share) และอัตราการเติบโตของตลาดสินค้านั้น ๆ (Market Growth Rate) โดยวัตถุประสงค์ของการทำก็เพื่อที่ผู้บริหารจะได้จัดสรรทรัพยากรของบริษัทไปสู่หน่วยธุรกิจที่มีฐานะแข็งแกร่ง และสร้างรายได้ให้กับบริษัท แทนที่จะใช้ไปกับหน่วยธุรกิจที่มีฐานะอ่อนแอเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดสินค้านั้น ซึ่งแบ่งประเภทได้ 4 ประเภท คือ

1. ผลิตภัณฑ์ที่น่าสงสัย (Question Mark) เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูงแต่สัดส่วนการตลาดต่ำ
2. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวเด่น (Star) เป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูงและสัดส่วนการตลาดสูง
3. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัวเงิน (Cash Cows) เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตต่ำแต่สัดส่วนการตลาดสูง
4. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสุนัขหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหา (Dogs) เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตต่ำ และสัดส่วนการตลาดต่ำ

เนื่องจากการจัดตำแหน่งทางการตลาดด้วยวิธี BCG Matrix สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในหลายๆเรื่อง รศ.ดร.ศรัณย์ วรรณจักริยา (2551) ได้ทำการประยุกต์ใช้โมเดลทางเศรษฐศาสตร์สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่เพื่อการพัฒนาประเทศ โดยประยุกต์ใช้สำหรับการกำหนดทิศทางและแนวทางการพัฒนาประเทศ มีการประยุกต์ใช้ Location Quotient และ Shift-Share Analysis ในการกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ด้วยเป็นต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอัตราส่วนที่ใช้ในการวิเคราะห์งบการเงินของกลุ่มธุรกิจ บริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการจัดประเภทการเติบโตตามวิธี BCG Matrix และศึกษารูปแบบลักษณะต่าง ๆ ของกลุ่มธุรกิจ พร้อมทั้งมีการเปรียบเทียบอัตราส่วนทางการเงิน ว่าในแต่ละตำแหน่งทางการตลาดมีอัตราส่วนทางการเงินเป็นอย่างไร ผลที่ได้จากการศึกษาจะทำให้ผู้สนใจได้รับทราบถึงแนวโน้มและลักษณะของอัตราส่วนทางการเงินของแต่ละกลุ่มธุรกิจว่าลักษณะแต่ละประเภทของตำแหน่งทางการตลาดเป็นเช่นไร เพื่อจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในการวิเคราะห์ ทั้งในด้านการวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจเพิ่มมากขึ้น โดยจากงานวิจัยของ Savich and Thompson (1978) เมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างวัฏจักรของธุรกิจกับการจัดประเภทการเติบโตตามวิธี BCG Matrix นั้นจะมีส่วนที่สอดคล้องกันอยู่ ผู้วิจัยจึงยึดแนวทางในการทดสอบเปรียบเทียบอัตราส่วนทางการเงินจากงานวิจัยนี้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะงบการเงินและอัตราส่วนทางการเงินของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการจัดตำแหน่งทางการตลาดตามวิธี BCG Matrix
2. เพื่อเปรียบเทียบอัตราส่วนทางการเงินของกลุ่มธุรกิจที่จัดตำแหน่งทางการตลาดตามวิธี BCG Matrix ว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ในแต่ละประเภท

### สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาอัตราส่วนทางการเงินของกลุ่มบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งได้มีการจัดประเภทตามวิธี BCG Matrix

Savich and Thompson (1978) ได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะของวัฏจักรของธุรกิจ และพบว่ามีลักษณะที่สอดคล้องกัน คือ

1. ในระยะเริ่มต้น (Startup) จะมีอัตราส่วนแสดงถึงสภาพคล่อง (Short term activity) สูง เพราะมีลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือมาก แต่รายได้จากการขายยังมีไม่มาก ทำให้อัตราส่วนการหมุนเวียนของลูกหนี้และสินค้าคงเหลือต่ำ กำไรและกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานก็จะต่ำ อีกทั้งหนี้สินยังสูงอยู่เพราะเพิ่งเริ่มการลงทุน เพิ่งเข้าตลาด ซึ่งกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่น่าสงสัย ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเดียวกับระยะเริ่มต้น ดังนั้นจึงเป็นที่มาของสมมติฐาน

HR<sub>1</sub>: บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ที่จัดประเภทตามวิธี BCG Matrix ที่อยู่ในตำแหน่ง กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่น่าสงสัย มีอัตราส่วนสภาพคล่อง มากกว่ากลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวเด่น กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัวเงิน และกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหา

HR<sub>2</sub>: บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ที่จัดประเภทตามวิธี BCG Matrix ที่อยู่ในตำแหน่ง กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่น่าสงสัย มีอัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้การค้า น้อยกว่ากลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวเด่น กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัวเงิน และกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหา

HR<sub>3</sub>: บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ที่จัดประเภทตามวิธี BCG Matrix ที่อยู่ในตำแหน่ง กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่น่าสงสัย มีอัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ น้อยกว่ากลุ่มธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวเด่น กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัวเงิน และกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหา

2. ระยะเติบโต (Growth) กำไรจะเริ่มโตขึ้น กระแสเงินสดจากการดำเนินงานจะมีมากขึ้น อัตราส่วนทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับกำไรจะเริ่มดีขึ้น อัตราส่วนผลตอบแทนของสินทรัพย์ (ROA) และอัตราส่วนผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) จะสูง เนื่องจากมียอดขายมากขึ้นกว่าในระยะเริ่มต้น ถึงแม้ว่าจะมีการลงทุนในกำลังการผลิตและเครื่องจักรมากขึ้นด้วยก็ตาม ซึ่ง กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวเด่น ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเดียวกับระยะเติบโต ดังนั้นจึงเป็นที่มาของสมมติฐาน

HR<sub>4</sub>: บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ที่จัดประเภทตามวิธี BCG Matrix ที่อยู่ในตำแหน่ง กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวเด่น มีอัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อสินทรัพย์รวม มากกว่ากลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่น่าสงสัย กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัวเงิน และกลุ่มธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหา

HR<sub>5</sub>: บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ที่จัดประเภทตามวิธี BCG Matrix ที่อยู่ในตำแหน่ง กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวเด่น มีผลตอบแทนของสินทรัพย์รวม มากกว่ากลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นน่าสงสัย กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัวเงิน และกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหา

HR<sub>6</sub>: บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ที่จัดประเภทตามวิธี BCG Matrix ที่อยู่ในตำแหน่ง กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวเด่น มีผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น มากกว่ากลุ่มธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นน่าสงสัย กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัวเงิน และกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหา

3. ระยะอิ่มตัว (Maturity) จะมีอัตราส่วนกำไรสุทธิ (Profit Margin) เริ่มลดลงเพราะมี กำไรมาชดเชย ในขณะที่ส่วนของเจ้าของเริ่มเติบโตจนเกินไปกับกำไรสะสม สภาพคล่องจะสูง ในขณะที่กระแสเงินสดจากการดำเนินงานจะเริ่มโตจนเกินไปกับกำไร เนื่องจากจะมีการประหยัด จากการผลิตทำให้อัตรากำไรมีสูง ซึ่งกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัวเงิน ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเดียวกับระยะอิ่มตัว ดังนั้นจึงเป็นที่มาของสมมติฐาน

HR<sub>7</sub>: บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ที่จัดประเภทตามวิธี BCG Matrix ที่อยู่ในตำแหน่ง กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัวเงิน มีอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงานต่อยอดขาย มากกว่ากลุ่ม ธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นน้ำสงสัย กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวเด่น และกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็น ปัญหา

HR<sub>8</sub>: บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ที่จัดประเภทตามวิธี BCG Matrix ที่อยู่ในตำแหน่ง กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัวเงิน มีอัตราส่วนของหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น น้อยกว่ากลุ่มธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นน้ำสงสัย กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวเด่น และกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหา

4. ระยะถดถอย (Decline) เมื่อกิจการเริ่มเข้าสู่ระยะถดถอยในตอนแรกนั้น กระแสเงินสดจากการลงทุนในอดีตจะเป็นบวก อาจเป็นเพราะว่ากิจการมีการขายเงินลงทุน กำไรในปัจจุบัน เริ่มถดถอย สินทรัพย์ลดลง ยอดขายลดลง แต่จะมีอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Asset Turnover) สูง เพราะสินทรัพย์เริ่มตัดค่าเสื่อมไปหมดแล้ว อัตราส่วนทางการเงินต่าง ๆ ต่ำลง จากระยะอิมตัว เริ่มประสบปัญหาการขาดทุน หากไม่รีบแก้ไขอาจทำให้กิจการต้องออกจากตลาด ซึ่งกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหา ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเดียวกับระยะถดถอย ดังนั้นจึงเป็นที่มา ของสมมติฐาน

HR<sub>9</sub>: บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ที่จัดประเภทตามวิธี BCG Matrix ที่อยู่ในตำแหน่ง กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหา มีอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร มากกว่ากลุ่มธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นน้ำสงสัย กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวเด่น และกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัวเงิน

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ช่วยให้ทราบถึงลักษณะของงบการเงินและอัตราส่วนทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่จัดตำแหน่งทางการตลาดด้วยวิธี BCG Matrix ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในการวิเคราะห์ ทั้งในด้านการวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจเพิ่มมากขึ้น

- สำหรับนักวิเคราะห์และนักลงทุน จะเป็นข้อมูลที่ประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

- สำหรับผู้บริหาร จะเป็นข้อมูลที่จะช่วยในการวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจเกี่ยวกับการบริหารกลยุทธ์ว่าควรจะมีการพัฒนาไปในทางด้านไหน เพิ่มขึ้น

2. เป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการ เนื่องจากการต่อยอดองค์ความรู้ สามารถนำไปใช้อ้างอิงในการงานวิชาการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน และนำไปถ่ายทอดต่อบุคคลอื่นที่สนใจได้

### ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ฐานข้อมูลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2550-2552 เป็นเวลา 3 ปี ซึ่งต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้

1. ไม่เป็นข้อมูลของบริษัทที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูกิจการหรือถูกถอดถอนออกจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา
2. เป็นข้อมูลของบริษัทที่มีรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกิดจากการดำเนินงานของช่วงเวลาเดียวกันในแต่ละรอบระยะเวลาบัญชีในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา
3. กลุ่มตัวอย่างจะต้องเป็นบริษัทที่มีข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครบถ้วน
  - ไม่อยู่ในกลุ่มของธุรกิจบริการ และกลุ่มธุรกิจการเงิน เนื่องจากเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีอัตราส่วนทางการเงินแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากลักษณะของธุรกิจเป็นการบริการ
  - ธุรกิจต้องมีรายได้หลักเป็น 70% ของรายได้รวม และมีจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ไม่หลากหลาย

### ข้อจำกัดของวิธี BCG Matrix

1. มีการประเมินหน่วยธุรกิจโดยใช้ปัจจัยเพียง 2 ปัจจัย คือส่วนแบ่งตลาดและอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจ ซึ่งในความเป็นจริงอาจจะไม่เพียงพอ ควรใช้ข้อมูลอื่น ๆ ประกอบด้วย
2. การจัดตำแหน่งทางการตลาดวิธี BCG Matrix นั้นมีเกณฑ์หลัก 2 เกณฑ์ แต่ในรายละเอียดปลีกย่อยนั้นอาจจะแตกต่างกันเพราะการจัดตำแหน่งวิธี BCG Matrix มีความยืดหยุ่นสามารถปรับใช้ได้ตามความเหมาะสม ทำให้บางครั้งจึงมีผู้ถ่ายทอดรายละเอียดทางทฤษฎีของวิธี BCG Matrix ที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรพิจารณาเลือกใช้ให้เหมาะสมและใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด หากเลือกใช้วิธี BCG Matrix จากแหล่งที่มาแตกต่างกันก็จะทำให้การจัดกลุ่มแตกต่างกันด้วย
3. ระยะเวลาในการประเมินด้วยวิธี BCG Matrix นั้นใช้ได้แค่ในช่วงเวลาสั้น ๆ ภายใน 2-3 ปี เพราะตำแหน่งทางการตลาดสามารถเปลี่ยนแปลงได้

### นิยามศัพท์เฉพาะ

BCG Matrix หมายถึง แมททริกซ์ที่แสดงฐานะของหน่วยธุรกิจในเชิงเปรียบเทียบกับตลาดสินค้าที่หน่วยธุรกิจนั้นมีผลิตภัณฑ์อยู่ โดยการเปรียบเทียบจะใช้เกณฑ์หลัก ๆ 2 ด้าน คือ

1. ส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบ เป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งว่าส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นกี่เท่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ

2. ความน่าสนใจของตลาด หรืออัตราการเติบโตของตลาดสินค้า คือ อัตราการขยายตัวของตลาดสินค้าทั้งตลาดไม่ใช่ของบริษัท เพราะเกณฑ์ที่ใช้นี้เพื่อต้องการดูว่าตลาดสินค้านั้น ๆ มีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด