

1.1 ניתוח שוק

מהו ניתוח זה?

לפני ניתוח התחרות חשוב להגדיר ולנתח את השווקים הדומיננטיים של העסק הקיים.

ישנם שלושה נושאים שיש לבחון:

1. זיהוי השווקים בהם העסק הקיים ממלא תפקיד תוך מתן דגש לשוק המרכזי: דירוג השווקים על-פי סדר החשיבות שלהם לגבי העסק. לדוגמא, במסעדה גדולה יכולים להיות ארבעה שווקים רלוונטיים: מסעדה, בר, אירועים ומשלוחים.
2. להעריך את רמת התחרותיות בשוק המרכזי. יש לציין כי זהו לא ניתוח תחרותי של העסק אלא של השוק המרכזי! הדבר ניתן לביצוע באופן כמותי על ידי שימוש במודל **חמשת הכוחות של פורטר** (פורטר, 1979) – שנקרא גם "מודל היהלום".
3. לאתר נציגות של הענף, לרוב ישויות שאינן למטרות רווח אשר אוספות נתונים במסגרת ייצוג וקידום הענף אותו הן מייצגות. גורמים אלה נוטים לשמש כמקור מידע אמין ביותר.

טיפ ללמידת התיאוריה

סגל את התיאוריה לסגנון הלימוד שלך. אם אזור המוח השמאלי שלך דומיננטי יותר – אתה צריך לבחור במודל של פורטר (סעיף 2 מעלה), אם האזור הימני חזק יותר, עקוב אחר סעיפים 1 ו-3.

אנו מראים לך כיצד מודל תיאורטי כגון מודל חמשת הכוחות של פורטר יכול להיות מעשי עבור העסק שלך בכך שנאפשר לך להעריך את רמת התחרותיות של השוק המרכזי שלך על-פי סולם מדידה מ-1 (לא שוק תחרותי) עד 10 (שוק מאד תחרותי).

בטבלה 2, למטה, מצוינים ארבעה "כוחות תחרותיים" עם תוצאה מרכזית אחת שהיא הכוח החמישי. רמת התחרותיות של השוק המרכזי שלך, מדורגת 6.0 מתוך 10 בדוגמא זו. על-ידי הקצאת כל אחד מארבעת הכוחות התומכים, ציון מ-1 עד 10, ומשקל ספרתי (מכיוון שהם לא שווים בהשפעתם על העסק שלך), תוכל להעריך את רמת התחרותיות של השוק שלך מתוך ציון מקסימלי של "10".

טבלה 2 – הערכת רמת התחרותיות של שוק, דוגמא

מודל חמשת הכוחות של פורטר	דרג מ-1 דל, עד 10 מצוין (עמודה א')	משקל יחסי (עמודה ב')	תוצאה (עמודה א' X ב')
חסמי כניסה ויציאה	3	0.1	0.3
תחליפים	9	0.4	3.6
כוחם של לקוחות	3	0.2	0.6
כוחם של ספקים	5	0.3	1.5
רמת תחרותיות של השוק	=	1.0	6.0

טיפ מעשי!

צור קשר עם מומחה אחד או שניים העוסקים בתחום של העסק שלך אשר יש להם נקודת מבט-
על בשוק הרלבנטי. אין זה הכרחי שמומחים אלה יכירו את העסק הספציפי שלך.

מומלץ לשאול את המומחים הנ"ל לגבי משקל החשיבות היחסי של כל אחד מארבעת הכוחות
התחרותיים מתוך 1.0, כפי שהוצג בטבלה למעלה (טבלה 2, עמודה ב').

ציטוט מתוכנית שיווק לדוגמא

רמת התחרותיות של השוק המרכזי שלנו ממשיכה לגדול והפכה ל- 8.2 מתוך 10, 12% יותר משנה שעברה. כתוצאה מכך, החלטנו להגדיל את ההיצע של המסעדה המשפחתית שלנו.

מסעדת מאכלי ים, מנצ'סטר, אנגליה

מה ניתן לכתוב בתוכנית השיווק שלך?

*רמת התחרותיות בשוק המרכזי היא.....בהתבסס עלנתח השוק שלנו מוערך ב - %....
בהתבסס על כמקור מידע מרכזי.*

הנושא הבא בתוכנית השיווק << ניתוח תחרותי