

Сравнение с конкурентами

Для того, чтобы оценить уровень конкурентоспособности компании и выработать эффективную стратегию, было выбрано 5 конкурентов:

- Макдоналдс
- Бургер Кинг
- KFC
- Теремок
- Крошка-картошка

Затем были определены факторы конкурентоспособности, важные для целевого сегмента рынка. Для учета влияния факторов на рыночный успех каждому из них был присвоен вес в соответствии с их значимостью для потребителей:

Таблица 1 Факторы конкурентоспособности

| Факторы конкуренции | Веса, % |
|---------------------|---------|
| Ассортимент | 10 |
| Быстрота | 15 |
| Вкусовые качества | 25 |
| Известность | 5 |
| Местоположение | 15 |
| Цена | 30 |
| | 100 |

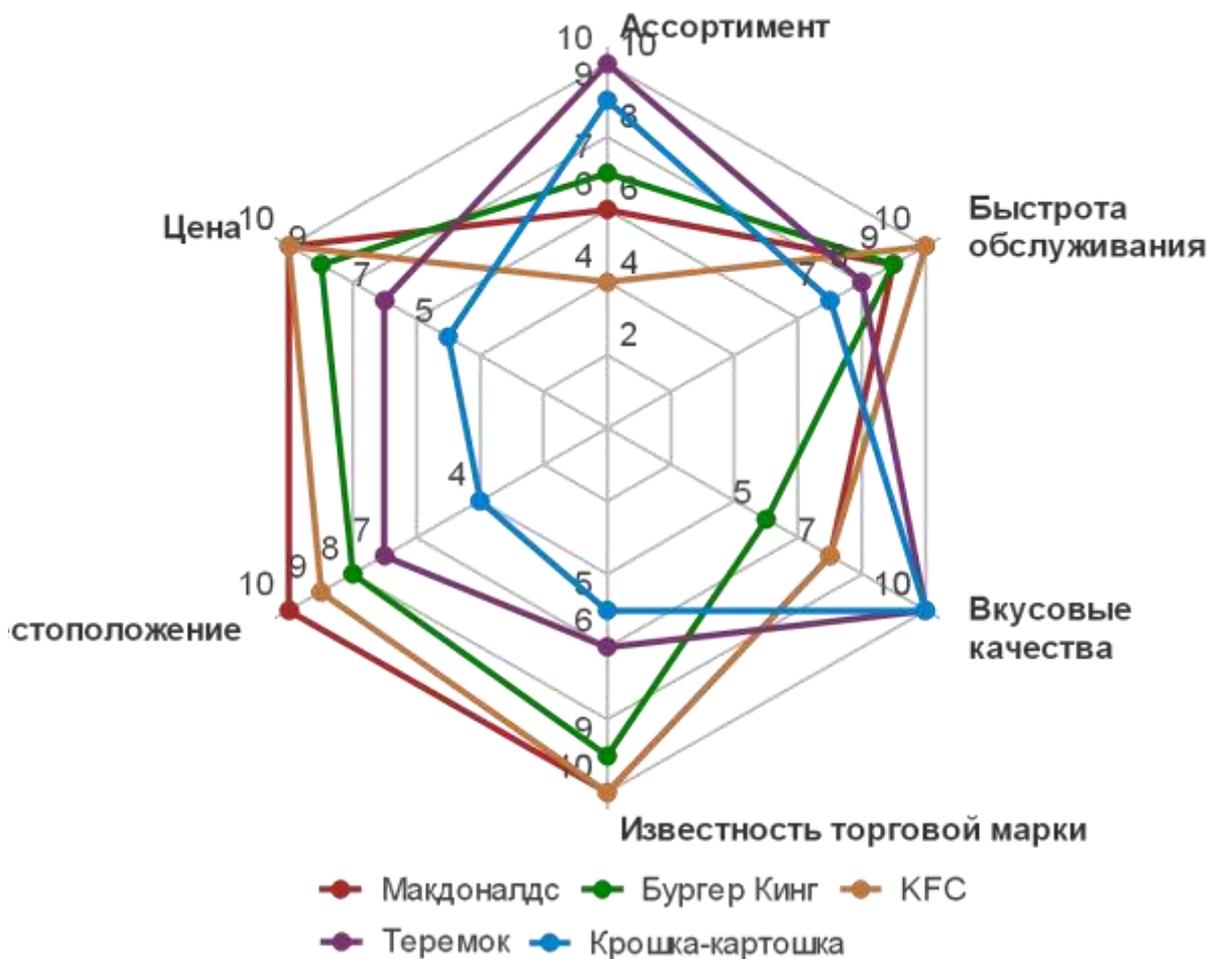
Затем для каждого конкурента, а также для нашего проекта, представленного в настоящем бизнес-плане, была произведена оценка вышеперечисленных факторов. Факторы оценивались экспертами по 10-бальной шкале.

Таблица 2 Рейтинги факторов конкурентоспособности

| Конкуренты | Ассортимент | Быстрота | Вкусовые качества | Известность | Местоположение | Цена | Конкуренты | Суммарный рейтинг |
|-----------------|-------------|----------|-------------------|-------------|----------------|------|-----------------|-------------------|
| Макдоналдс | 6 | 9 | 7 | 10 | 10 | 10 | Макдоналдс | 52 |
| Бургер Кинг | 7 | 9 | 5 | 9 | 8 | 9 | Бургер Кинг | 47 |
| KFC | 4 | 10 | 7 | 10 | 9 | 10 | KFC | 50 |
| Теремок | 10 | 8 | 10 | 6 | 7 | 7 | Теремок | 48 |
| Крошка-картошка | 9 | 7 | 10 | 5 | 4 | 5 | Крошка-картошка | 40 |

Для удобства анализа, результаты оценки были отображены на диаграмме типа «Радар» (Рисунок 1), на котором хорошо видно, кто из сравниваемых конкурентов сильнее по каждому из факторов. При этом площадь образованных графиками фигур показывает суммарную конкурентоспособность.

Рисунок 1 Оценки факторов конкурентоспособности



Затем рейтинги были откорректированы с учетом веса факторов (Таблица 3).

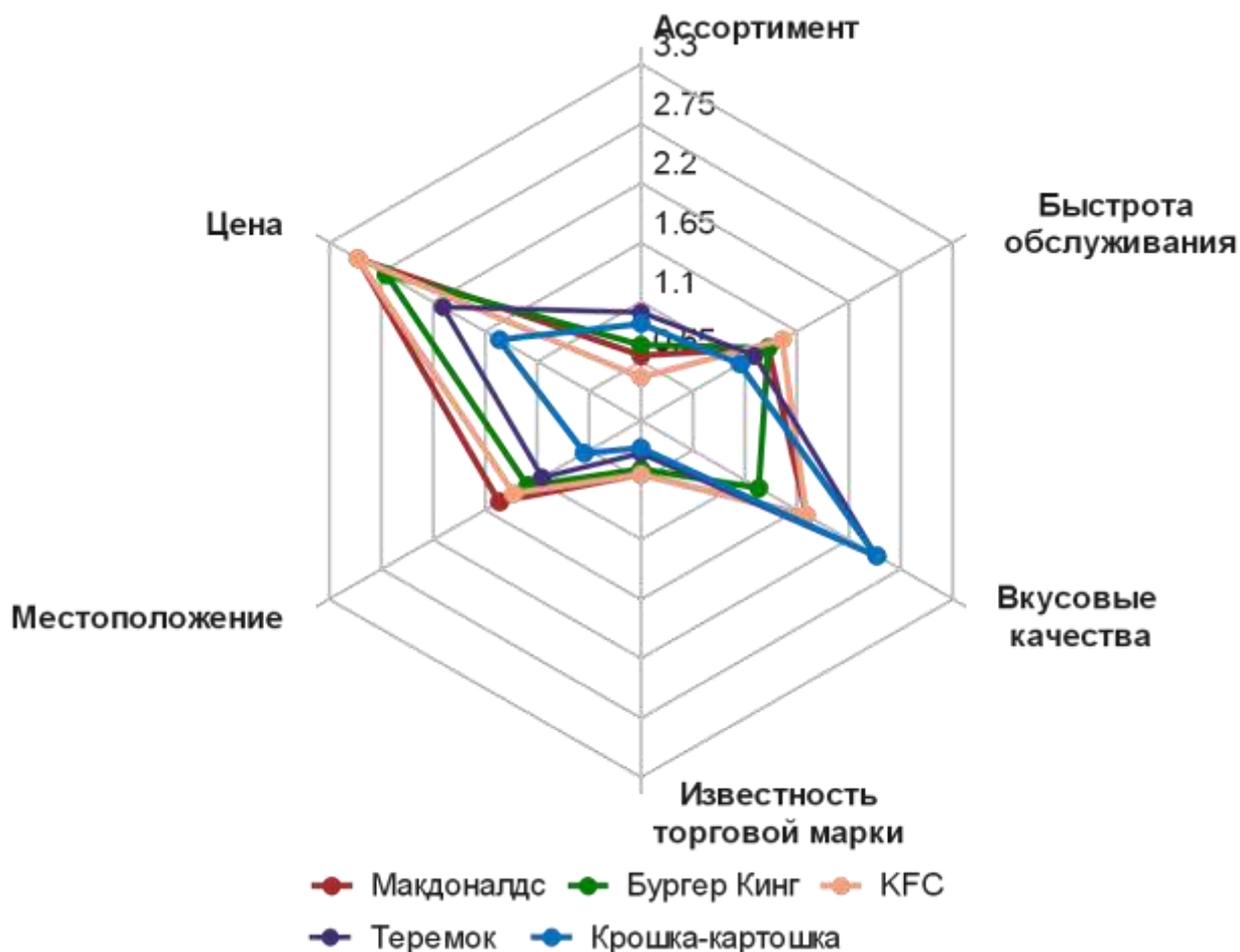
Таблица 3 «Взвешенных рейтингов конкурентоспособности» показывает рыночную силу конкурентов в данный момент с учетом весов факторов

Таблица 3 Взвешенные рейтинги конкурентоспособности

| Конкуренты | Ассортимент | Быстрота | Вкусовые качества | Известность | Местоположение | Цена | Конкуренты | Суммарный рейтинг |
|-----------------|-------------|----------|-------------------|-------------|----------------|------|-----------------|-------------------|
| Макдоналдс | 0.6 | 1.35 | 1.75 | 0.5 | 1.5 | 3 | Макдоналдс | 8.7 |
| Бургер Кинг | 0.7 | 1.35 | 1.25 | 0.45 | 1.2 | 2.7 | Бургер Кинг | 7.65 |
| KFC | 0.4 | 1.5 | 1.75 | 0.5 | 1.35 | 3 | KFC | 8.5 |
| Теремок | 1 | 1.2 | 2.5 | 0.3 | 1.05 | 2.1 | Теремок | 8.15 |
| Крошка-картошка | 0.9 | 1.05 | 2.5 | 0.25 | 0.6 | 1.5 | Крошка-картошка | 6.8 |

Взвешенные оценки конкурентов и нашего проекта также отображены на диаграмме:

Рисунок 2 Рейтинги с учетом весов



Итоговые результаты сравнения представлены на диаграммах на рисунках 3 и 4.

Рисунок 3 Суммарные рейтинги конкурентов

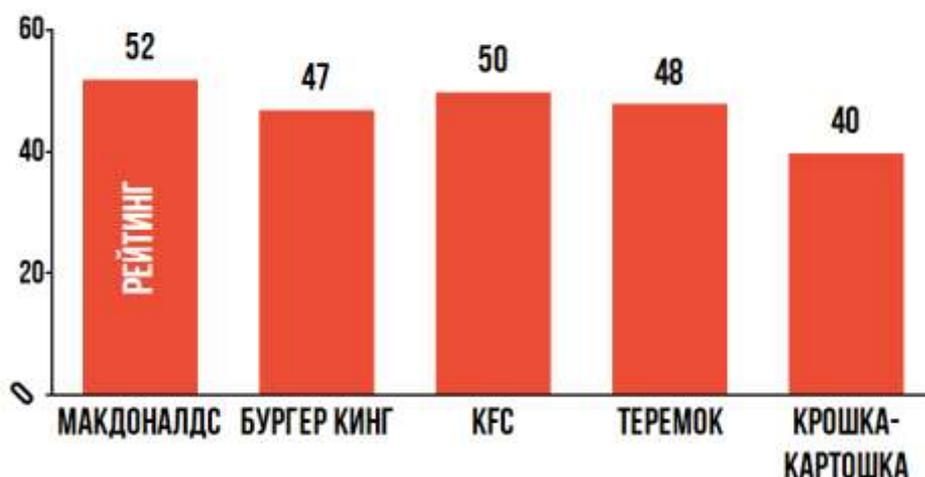
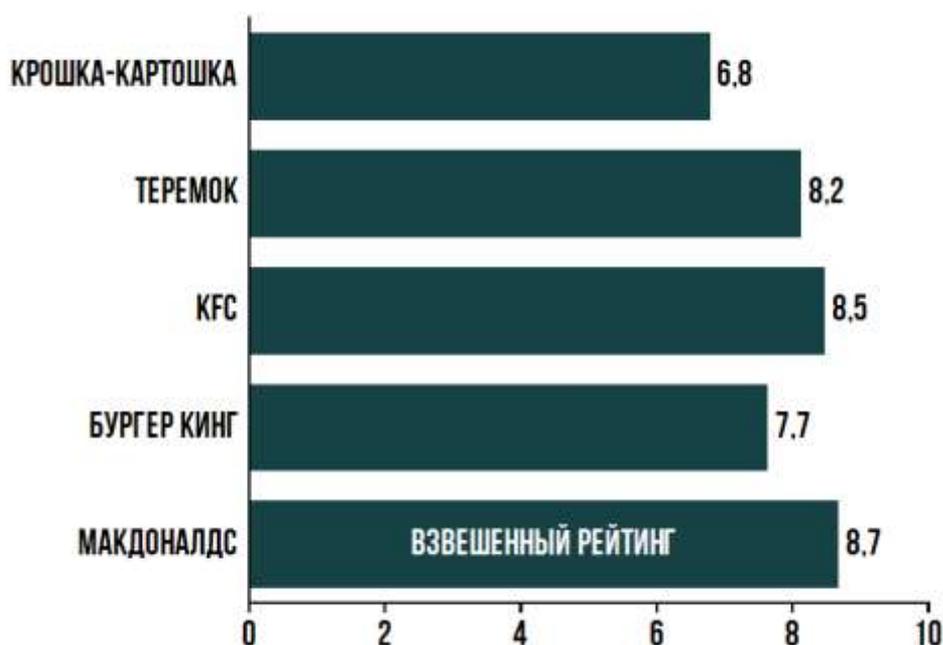


Рисунок 4 Средневзвешенные рейтинги конкурентоспособности



Как можно видеть на диаграммах, Макдоналдс и КФС превосходят конкурентов как по чистым оценкам факторов, так и по взвешенным оценкам, при этом отрыв Макдоналдса является незначительным. Лидерство компаниям обеспечивают высокие оценки по вкусовым качествам и цене – факторам, имеющим наибольший вес для потребителей.