|  |
| --- |
| **Snæver versus bred konkurrence** |
| **Formål:** At skabe et overblik over konkurrencen på markedspladsen med fokus på sammenligneligheden mellem de udbudte produkter og serviceydelser.Med en forståelse af hvor snæver henholdsvis bred konkurrencen er på markedet, er grundlaget skabt for en nærmere analyse af de markedskræfter, der har indvirkning på konkurrencesituationen på markedet. |
| **Indhold:**En forståelse af konkurrencen på en given markedsplads indbefatter fastlæggelse af, om markedet skal ses som værende baseret på snæver eller bred konkurrence. Ved snæver konkurrence er fokus på konkurrencen mellem udbydere af samme produkt til opfyldelse af samme behov. Dette kan f.eks. være samme bilmærke og model inklusive samme udstyrspakke. Er der derimod tale om en mere bred konkurrence, så bliver der tale om konkurrence mellem forskellige bilmærker og bilklasser. Den helt brede konkurrence er der, hvor bilen er i konkurrence med køberens samlede rådighedsbeløb, hvilket betyder, at købet af en bil rent faktisk er i konkurrence med såvel køb af nyt køkken som opsparing på pensionsordningen.  |
| **Data:**Kilder til indsamling af oplysninger kan komme fra følgende steder:* Primære dataanalyse
* Fx egne undersøgelser og vurderinger
* Sekundære data
	+ Fx statistiske oplysninger m.m.
 |

|  |
| --- |
| **Beskrivelse af snæver versus bred konkurrence opdelt i tre trin** |
| **Trin 1** | **Kundebehov**Fastlæggelse af hvilket behov som søges opfyldt hos kunden | (Fx kundeundersøgelser og interne vurderinger) |
| **Trin 2** | **Sammenlignelighed**Fastlæggelse af sammenligneligheden mellem produkter og serviceydelser  | (Fx kunde- og forbrugerundersøgelser, branche-analyser) |
| **Trin 3** | **Samlet vurdering af konkurrencesituationen og dens betydning for virksomheden** |

|  |
| --- |
| **Snæver versus bred konkurrence** |
|  |  | **Vurderingskriterier** |
| **Trin 1** | **Kundebehov**Fastlæggelse af hvilket behov som søges opfyldt hos kunden | * Behov
* ..
* .
 |
| **Trin 2** | **Snæver konkurrence** | * Samme behov
* Samme produkt / serviceydelse
* Muligt at sammenligne 1:1
* ..
 |
| **Delvis snæver konkurrence** | * Samme behov
* Samme produktkategori
* Ikke muligt at sammenligne 1:1
* ..
 |
| **Delvis bred konkurrence** | * Samme behov
* Forskellige produktkategorier
* Ikke muligt at sammenligne 1:1
* ..
 |
| **Bred konkurrence** | * Forskellige behov
* Ikke muligt at sammenligne 1:1
* Konkurrence om rådighedsbeløbet
* ..
 |
| **Trin 7** | **Samlet vurdering** |