

# Bedrijfstakanalyse

## Marketing Analyses

In dit artikel wordt de **bedrijfstakanalyse** uitgelegd. Na het lezen begrijpt u de **bedrijfstakanalyse** en kunt u deze toepassen op het strategisch beleid van uw organisatie.

U kunt de volgende onderwerpen in dit artikel verwachten:

1. **Samenvatting bedrijfstakanalyse**
2. **Wat is de bedrijfstakanalyse?**
3. **Waarom de bedrijfstakanalyse?**
4. **Waaruit bestaat de bedrijfstakanalyse?**
  1. Macro-omgevingsfactoren
  2. Algemene marktfactoren
  3. Concurrentie op de markt
5. **Uitvoering van de bedrijfstakanalyse**
6. **Marketing Implicaties**
7. **Voorbeeld bedrijfstakanalyse**

## Samenvatting bedrijfstakanalyse

De bedrijfstakanalyse wordt gebruikt om de externe omgeving van een onderneming in kaart te brengen. Het is een onderdeel van de situatieanalyse, abcd-analyse en externe-analyse. De output van de bedrijfstakanalyse dient als input voor de SWOT-analyse. Het uitvoeren van een bedrijfstakanalyse stelt een onderneming in staat in te spelen op de kansen en bedreigingen die de bedrijfstak met zich meebrengt.

## Wat is de bedrijfstakanalyse?

De bedrijfstakanalyse is een onderdeel van de situatieanalyse en wordt gebruikt om de externe omgeving van een onderneming in kaart te brengen. Welke invloed speelt de markt op een onderneming? De kansen en bedreigingen die hieruit voortkomen dienen als input voor de SWOT analyse waarop de uiteindelijke strategiekeuze gebaseerd is.

## Waarom de bedrijfstakanalyse?

Het uitvoeren van de bedrijfstakanalyse geeft inzicht in de aantrekkelijkheid van de markt waarin een organisatie actief is. Ook biedt het de mogelijkheid tot het identificeren van kansen en bedreigingen vanuit de bedrijfstak.

## Waaruit bestaat de bedrijfstakanalyse?

De bedrijfstakanalyse volgt een duidelijke structuur.

1. Macro-omgevingsfactoren - DESTEP
2. Algemene marktfactoren
3. Concurrentie op de markt

### 1. Macro-omgevingsfactoren

Maak gebruik van de **DESTEP** analyse om de macro omgeving in kaart te brengen. Welke macro-omgevingsfactoren beïnvloeden de markt waarop de organisatie actief is en bepalen hiermee de aantrekkelijkheid van de markt? Welke invloed hebben deze factoren en zijn dit kansen of bedreigingen voor de organisatie? Hierop moet dit onderdeel antwoord op geven. Voor elke factor moet het verleden en de huidige situatie beschreven worden en hierop volgend een toekomstige verwachting gegeven worden.

Beschrijf alleen factoren die invloed hebben op de organisatie. Het is niet nodig om een gehele macro-omgevingsanalyse te schrijven. Dit kost teveel tijd en zorgt voor veel kansen en bedreigingen die geen invloed zullen hebben op de onderneming. Sluit af met een aantal kansen en bedreigingen.

### 2. Algemene marktfactoren

Hier dienen variabelen omschreven te worden die de aantrekkelijkheid van de markt weergeven. Denk hierbij aan marktomvang, kostenstructuur, groei, levenscyclus, trends, conjunctuur- en seizoensgevoeligheid. Formuleer na het omschrijven van deze factoren een aantal kansen en bedreigingen.

### 3. Concurrentie op de markt

Het is belangrijk om het onderscheid tussen concurrentie en concurrentenanalyse te begrijpen. Binnen een marketingplan moeten beide geanalyseerd worden. Een deel hiervan wordt geanalyseerd in de bedrijfstakanalyse; de mate van concurrentie op de markt waarin de organisatie actief is. Het andere deel;

het gedrag van de concurrenten zal geanalyseerd worden in het afzonderlijke onderdeel concurrentieanalyse.

Het **vijfkrachtenmodel van Porter** geeft een goede indicatie van de mate van concurrentie op de markt waarin de organisatie actief is. Daarnaast dienen ook een aantal afzonderlijke factoren meegenomen te worden zoals bijvoorbeeld de winstgevendheid, concentratiegraad aanbieders, aantal aanbieders, de mate van productdifferentiatie e.d. Deze factoren zullen resulteren in een aantal kansen en bedreigingen.

## Uitvoering van de bedrijfstakanalyse

- Behandel alleen relevante factoren bij DESTEP.
- Hanteer een duidelijke structuur, het is aan te raden om de bedrijfstakanalyse op te delen in:
  1. Macro-omgevingsfactoren - DESTEP
  2. Algemene marktfactoren
  3. Concurrentie op de markt - o.a. vijfkrachtenmodel van Porter

## Marketing Implicaties

De bedrijfstakanalyse is een marketingtool waarmee gemakkelijk onderzocht kan worden op welke manier een onderneming effectief kan inspelen op haar omgeving. Het is aan de marketeer om hier een goede afstemming te bewerkstelligen.

Bevindingen van de bedrijfstakanalyse worden vaak gebruikt als input voor een SWOT-analyse en zijn een onderdeel van de situatieanalyse en het marketingplan.

## Voorbeeld bedrijfstakanalyse

Een bedrijfstakanalyse kan er als volgt uitzien:

### HOOFDSTUK X BEDRIJFSTAKANALYSE

#### 3.1 MACRO-OMGEVINGSFACTOREN

##### 3.1.1 Demografische factoren

##### 3.1.2 Economische factoren

##### 3.1.3 Sociaal-culturele factoren

##### 3.1.4 Technologische factoren

##### 3.1.5 Ecologische factoren

##### 3.1.6 Politiek-juridische factoren

## 3.2 ALGEMENE MARKTFACTOREN

3.2.1 Marktomvang

3.2.2 Marktgroei

3.2.3 Productlevenscyclus

3.2.4 Conjunctuur- en seizoensgevoeligheid

## 3.3 CONCURRENTIE FACTOREN

3.3.1 Winstgevendheid

3.3.2 Vijfkrachtenmodel Porter

3.3.3 Conclusie