

Приложение 8. Анализ основных игроков отрасли

Таблица 8.1. Расчет темпов роста продаж

	2011		2012		2013		2014		Арифметическая средняя	Ранг
	Выручка (млрд. руб.)	Выручка (млрд. руб.)	%	Выручка (млрд. руб.)	%	Выручка (млрд. руб.)	%			
Леруа Мерлен Восток, ООО	55,5	70,7	1,27	94	1,33	118,6	1,26	1,29	5	
ОБИ Россия	28,3	35,5	1,25	36,5	1,03	42,5	1,16	1,15	3	
Касторама Рус., ООО	15,1	20,8	1,38	22,7	1,09	26,2	1,15	1,21	4	
МАКСИДОМ, ООО	13,8	15,8	1,14	16,1	1,02	17,2	1,07	1,08	2	
СТД Петрович, ООО	10,7	14,3	1,34	18,5	1,29	22,6	1,22	1,28	5	
К-Раута Рус., ООО	9,7	11,3	1,16	11,5	1,02	12,7	1,10	1,10	3	
Стройформат, ООО	7,4	10,6	1,43	13,3	1,25	14,6	1,10	1,26	5	

Таблица 8.2. Расчет конкурентоспособности компаний

Бренд	Leroy Merlin		OBI		Castorama		Максидом		Петрович		К-Раута		Метрика		Максимум		Веса
	Леруа Мерлен Восток, ООО		ОБИ Россия		Касторама Рус., ООО		МАКСИДОМ, ООО		СТД Петрович, ООО		К-Раута Рус., ООО		Стройформат, ООО		Оценка	Взвешенная оценка	
Критерии	Оценка	Взвешенная оценка	Оценка	Взвешенная оценка	Оценка	Взвешенная оценка	Оценка	Взвешенная оценка	Оценка	Взвешенная оценка	Оценка	Взвешенная оценка	Оценка	Взвешенная оценка	Оценка	Взвешенная оценка	
Рыночная доля	5	1	4	0,8	3	0,6	2	0,4	3	0,6	1	0,2	1	0,2	5	1	0,2
Темп роста объемов продаж	5	1	3	0,6	4	0,8	2	0,4	5	1	3	0,6	5	1	5	1	0,2
Известность марки	5	1,5	4	1,2	3	0,9	3	0,9	4	1,2	3	0,9	2	0,6	5	1,5	0,3
Ассортимент	4	0,6	5	0,75	4	0,6	5	0,75	3	0,45	4	0,6	4	0,6	5	0,75	0,15
Маркетинговые коммуникации	5	0,5	3	0,3	2	0,2	4	0,4	4	0,4	4	0,4	2	0,2	5	0,5	0,1
Разнообразие дополнительных услуг	4	0,2	5	0,25	5	0,25	4	0,2	3	0,15	4	0,2	3	0,15	5	0,25	0,05
Сумма	28	4,8	24	3,9	21	3,35	20	3,05	22	3,8	19	2,9	17	2,75	30	5	1
Соответствие эталонному значению	93%	96%	80%	78%	70%	67%	67%	61%	73%	76%	63%	58%	57%	55%	100%	100%	