

Модель М.Портера

*Выполнила: Яковлева Мария
Группа Э102*

Согласно концепции М.Портера состояние конкуренции и потенциальная прибыльность предприятия или отрасли зависят от влияния **пяти основных конкурентных сил**

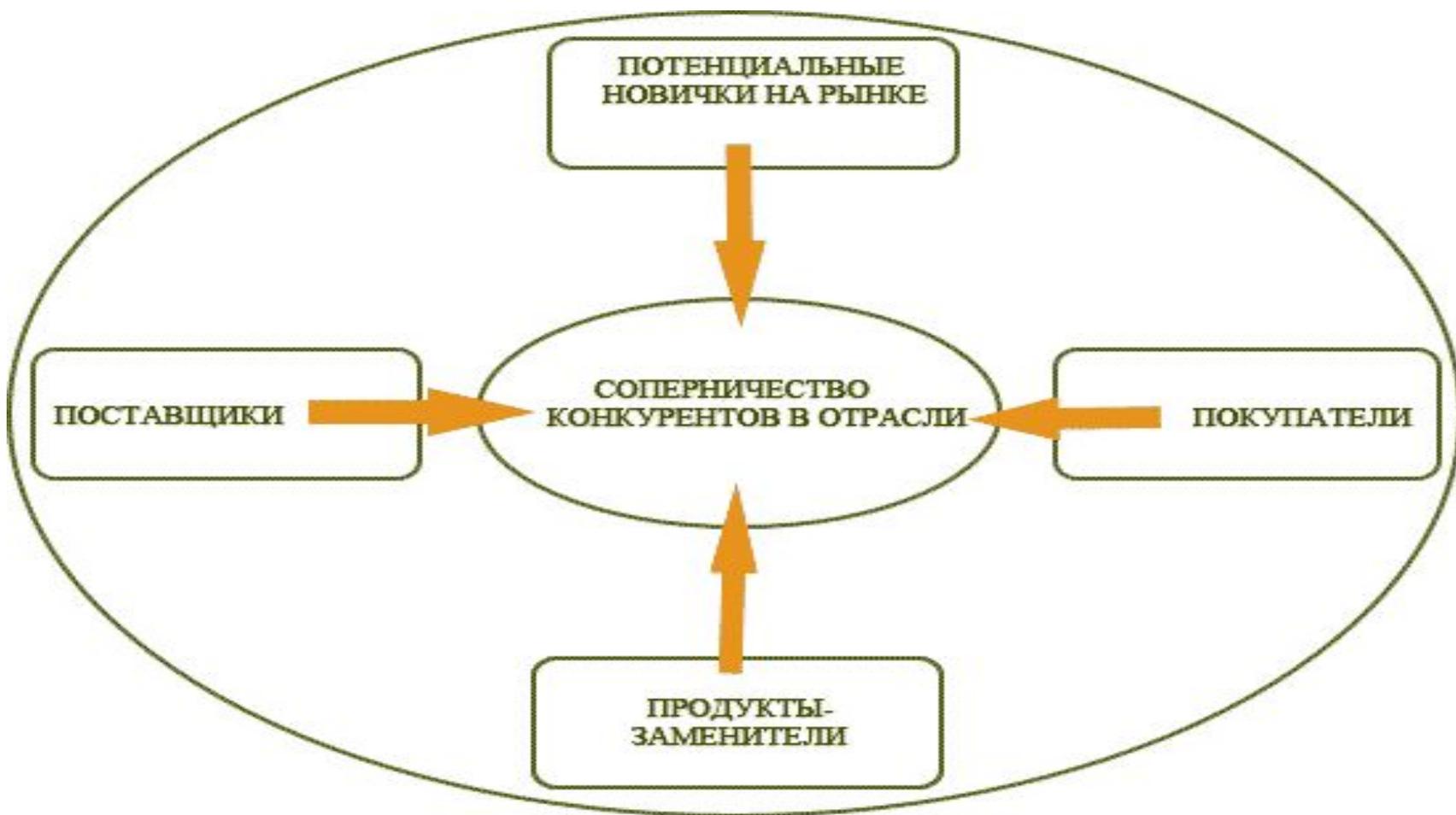
Влияние со стороны новых конкурентов

Влияние поставщиков и партнеров

Влияние новых продуктов и характеристик

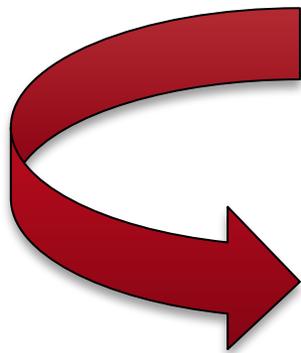
Влияние потребителей

Конкуренция между существующими предприятиями



Все эти силы раскручивают конкурентное соревнование, определяют его методы и способы, а также в значительной степени ограничивают предельные параметры экономической эффективности.

Три типа маркетингового поведения



Изолировать
предприятие
от влияния
конкурентных
сил

Использовать
изменение
конкурентной
среды в своих
интересах

Обеспечить определенные
экономические резервы и позицию
на рынке для того чтобы начать
«конкурентную игру» на
вытеснение конкурентов.

Влияние со стороны новых конкурентов

Определяется наличием барьеров для вступления конкурентов на рынок, «ценой» такого вступления и реакцией существующих предприятий на появление конкурентов

Барьеры вступления на рынок

- ❖ Монопольное единство
- ❖ Капиталоемкость и затратность
- ❖ Дифференциация и требования к качеству
- ❖ Непроизводительные затраты
- ❖ Доступ к системе дистрибуции и сбыта
- ❖ Государственная политика

Разновидности конкурентного давления

Влияние поставщиков и партнеров

Влияние потребителей

Влияние новых продуктов и характеристик

Влияние с помощью цен на производственные ресурсы либо изменения качества поставляемой продукции

Мотивы влияния на конкурентную ситуацию могут изменить внеэкономическую природу

Конкуренция вынуждает совершенствовать существующие и разрабатывать новые продукты

Схема шкалы оценки конкуренции в отрасли

Факторы	Минимальные харак-ики	Шкала оценок, баллы (для каждого фактора отдельно)					Максимальные характеристики
Темп роста	отсутствуют						высокий
Барьеры вступления на рынок	отсутствуют						вступление невозможно
Уровень конкурентного соревнования	невысокий						высокий
Дифференциация товаров	монотовар						широкий ассортимент
Качественные требования к товарам	низкие						высокие
Влияние поставщиков	невысокое						поставщик-монополист
Технологическая оснащенность	Обычные технологии						высокие технологии
Уровень инноваций	отсутствуют						частые инновации
Уровень менеджмента	низкий						современный менеджмент