



Майкл Юджин  
Портер



# Модель конкуренций Портера

16-ЭЭ60-9



АМЕРИКАНСКИЙ ЭКОНОМИСТ  
СПЕЦИАЛИСТ В ОБЛАСТИ  
ИЗУЧЕНИЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

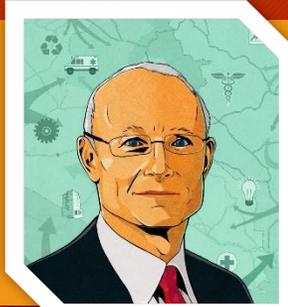


# Для чего она предназначена?

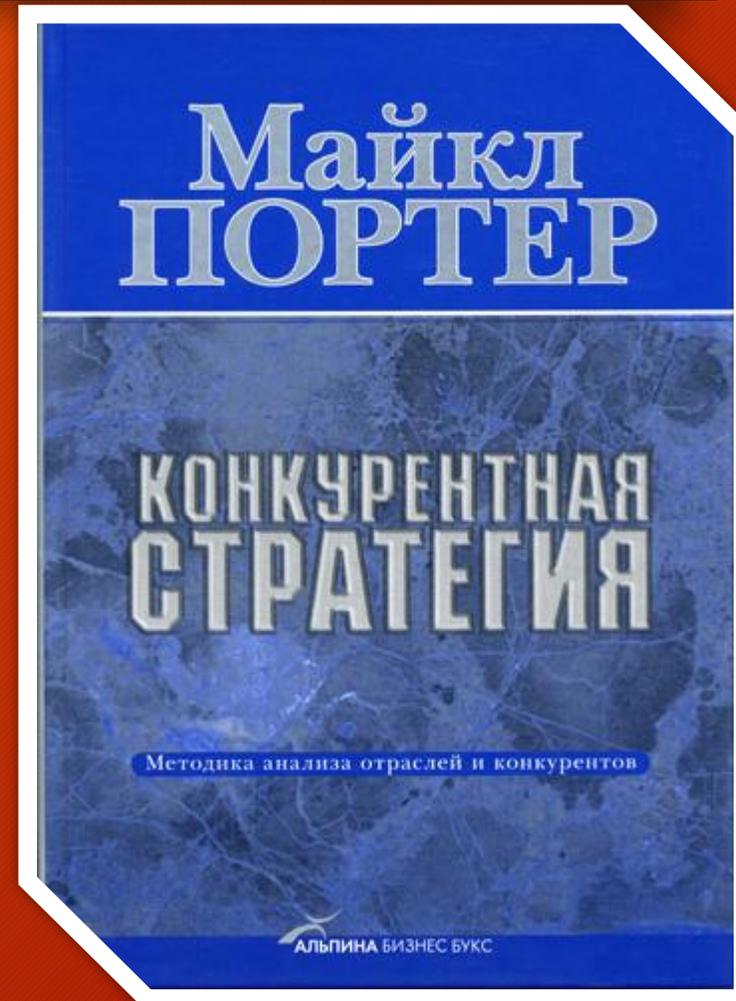


С помощью нее можно  
оценить степень  
конкуренции в отрасли, и  
определить возможности  
снижения прибыльности

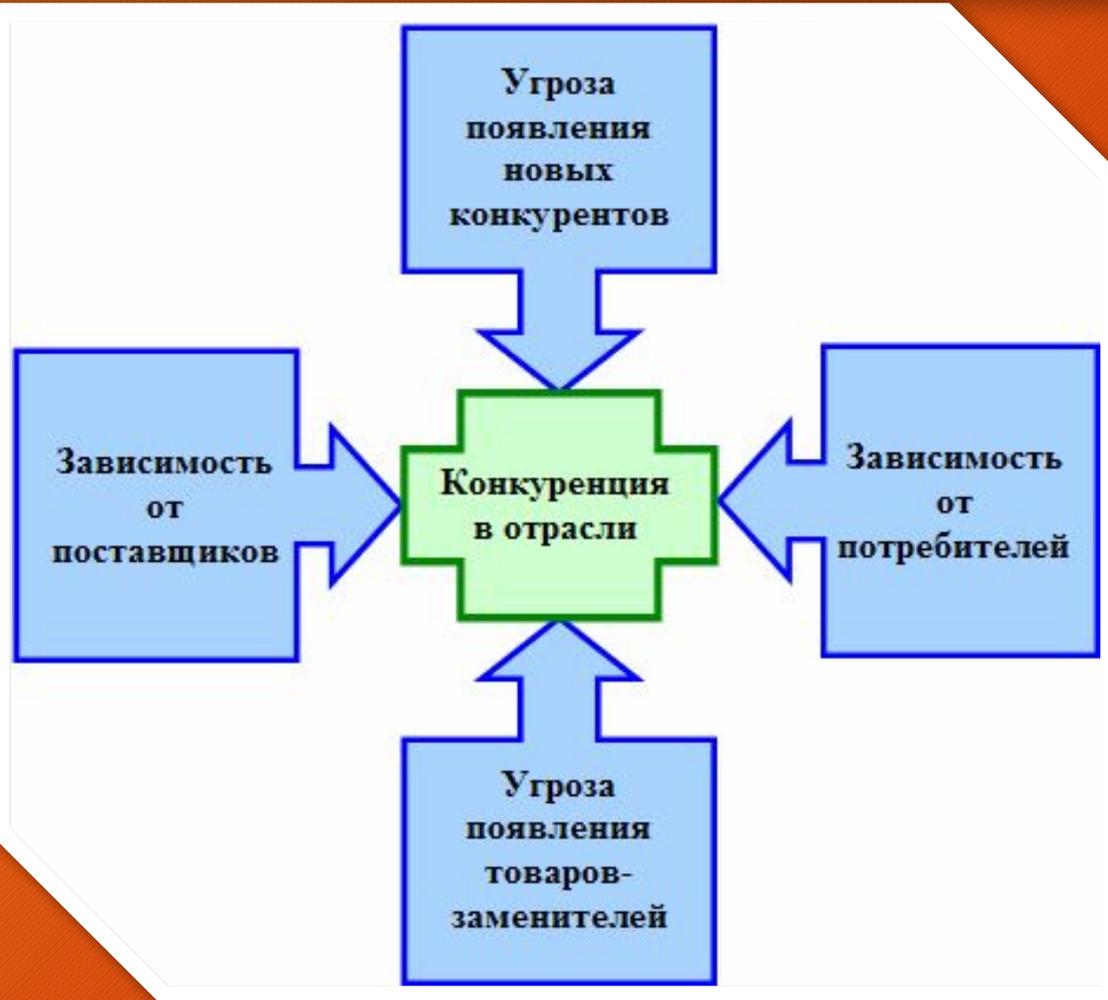
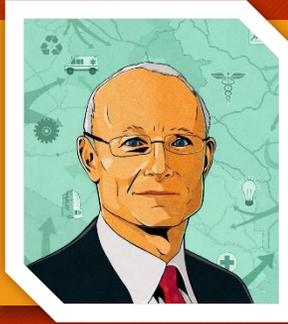
# Появление модели конкуренции Портера



В 1980 г. М. Портер  
опубликовал книгу  
"Конкурентная стратегия"



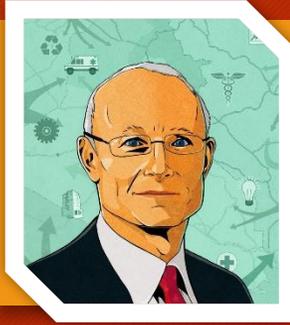
# 5 сил конкуренции Портера



1. Власть поставщиков
2. Власть потребителей
3. Новые конкуренты
4. Товары заменители
5. Конкуренция между фирмами в отрасли

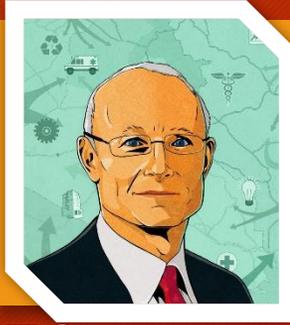
# Конкуренция между фирмами в отрасли

## Факторы, влияющие на интенсивность конкуренции между фирмами в отрасли:



1. Конкуренция усиливается с ростом числа конкурентов и выравнивания их размеров и возможностей.
2. Конкуренция обычно бывает жестче тогда, когда медленно растет спрос на продукцию.
3. Конкуренция носит более интенсивный характер, когда конкуренты вынуждены снижать цены
4. Конкуренция сильнее тогда, когда низки затраты потребителя на переключение с продукции одного производителя на продукцию другого.
5. Конкуренция сильнее тогда, когда один или несколько конкурентов не удовлетворены своей рыночной позицией
6. Конкуренция усиливается пропорционально величине вероятного результата успешного стратегического действия.
7. Конкуренция имеет тенденцию становиться более жесткой, когда затраты на выход из отрасли превосходят затраты на то, чтобы остаться и продолжать конкурентную борьбу.
8. Конкуренция становится тем более опасной и непредсказуемой, чем больше различаются конкуренты по применяемым стратегиям, корпоративным приоритетам, ресурсам и особенностям стран их дислокации.
9. Конкуренция усиливается, если крупные компании из других отраслей приобретают слабые фирмы этой отрасли и предпринимают агрессивные и щедро финансируемые действия по преобразованию приобретенных ими фирм в главных претендентов на лидерство в отрасли.

# Интенсивная конкуренция в отрасли вызывается действием следующих факторов:



- в отрасли имеется значительное число конкурентов, равных по размерам и силе;
- наблюдается замедление роста отрасли;
- продукция компаний лишена выраженных индивидуальных различий;
- для отрасли характерны высокие постоянные издержки, или же ее продукция относится к скоропортящейся;
- объем производственных мощностей в отрасли увеличивается скачкообразно (нарушается баланс между спросом и предложением);
- высокие барьеры на выходе из отрасли;
- конкуренты отличаются своими стратегиями.

# Товары-заменители



Модель 5 конкурентных сил Портера выделяет товары-заменители, которые заслуживают особого внимания:

- отличаются низкими издержками переключения на них в отрасли;
- производятся в отраслях с высоким уровнем прибыльности, или в этих отраслях возрастает конкуренция, которая приводит к снижению цен или повышению качества.

# Новые конкуренты

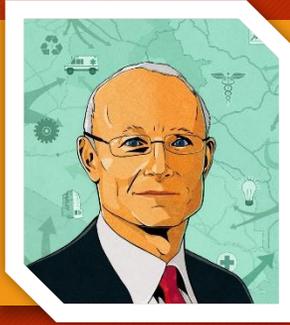


Различают следующие барьеры при входе на новый рынок:

- Эффект масштаба
- Отсутствие свободного доступа к технологиям, патентам, ноу-хау, имеющимся в распоряжении фирм, уже работающих на этом рынке
- Издержки на освоение новой продукции и на обучение работников
- Потребности в капитале
- Затраты, не зависящие от масштаба
- Доступ к каналам распределения
- Лояльное отношение клиентов к известным торговым маркам
- Политические и административные барьеры
- Тарифы и ограничения в международной торговле
- Ожидаемые ответные меры конкурентов

# Рыночная власть поставщиков

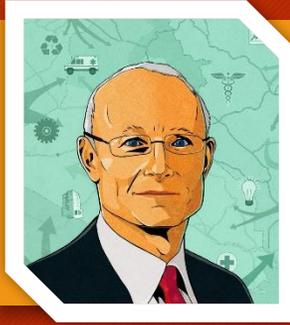
Поставщики будут обладать значительной рыночной властью, если:



- доминирует небольшое число компаний, а уровень производства в них выше, чем в отрасли, в которую поставляется данная продукция;
- продукция группы является уникальной или высокодифференцированной или высоки издержки переключения компаний-покупателей;
- отсутствуют конкурирующие поставщики продукции в отрасль;
- отрасль не является значимой для поставщиков.

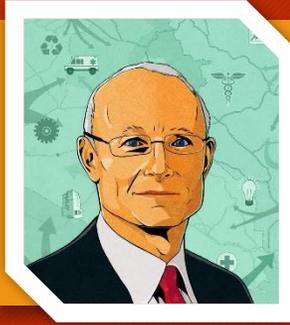
# Рыночная власть покупателей

Условия, при которых покупатели будут обладать значительной властью:



- отрасль характеризуется высокой концентрацией производства или компании осуществляют закупки в больших объемах;
- приобретаемая предприятиями продукция стандартизована или является недифференцированной;
- цена приобретаемой продукции составляет значительную часть стоимости товаров компаний-покупателей;
- отрасль, в которой оперируют компании-покупатели, характеризуется низкой прибыльностью, а поэтому они весьма чувствительны к ценам поставок;
- закупаемая продукция не позволяет потребителю добиться существенной экономии;
- приобретаемая продукция не имеет существенного значения для качества товаров или услуг компании-покупателя;
- покупатели имеют возможность интеграции вниз по технологической цепочке и организации самостоятельного производства товаров, которые они приобретают в отрасли-поставщике.

# Заключение



- Чем сильнее конкурентные силы, тем ниже прибыльность компаний, присутствующих на этом рынке, и, следовательно, конкурентная привлекательность отрасли падает
- Для успешного противостояния конкурентным силам необходимо разработать такую стратегию, которая оградила бы компанию от действия конкурентных сил и обеспечила бы компании создание такой позиции, которая даст ей надежное конкурентное преимущество в отрасли.
- Из пяти сил конкуренции в отрасли доминирует, как правило, один фактор, который и становится решающим при разработке стратегии конкретной организации.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

