



Характеристика 5 сил Портера (Потенциальные участники рынка)

- Требуется ли рынок определенных знаний для того, чтобы преуспевать на нем? Если да, то это мешает входу новых участников на рынок.
- Легко ли организовать бизнес на рынке? Много ли требуется финансовых вложений?
- Важен ли бренд на рынке? Если да, то создание бренда может быть проблемой для новых участников.



Характеристика 5 сил Портера (Товары-заменители на рынке)

- Легко ли потребителям переключиться на другой вид продукции или услугу? Больше ли преимуществ имеет продукция компании?



Характеристика 5 сил Портера (Сила поставщиков на рынке)

- Какова сила поставщиков на рынке? Слишком большая сила поставщиков делает рынок непривлекательным.
- Как легко переключиться на поставщиков, которые предлагают эквивалентную или более высокого качества продукцию или услугу? Чем легче, тем лучше.



Характеристика 5 сил Портера (Сила потребителей на рынке)

- Какова сила (власть) потребителей на рынке? Слишком большая сила покупателей делает рынок непривлекательным.
- Как много конкурентов предлагают тот же самый продукт или услугу? Легко ли потребителям переключиться на конкурента?



Характеристика 5 сил Портера (Конкуренция между существующими компаниями на рынке)

- Есть ли место на рынке для всех компаний? Если да, в частности, если рынок расширяется, это повышает привлекательность. Если рынок сужается, конкуренция может быть интенсивной, многие компании вынуждены будут покинуть рынок



Барьеры входа на рынок

Барьеры входа на рынок – любые факторы и обстоятельства правового, организационного, технологического, экономического характера, препятствующие новым агентам вступить на данный рынок и на равных конкурировать с уже действующими там участниками.

Барьеры входа:

1. Структурного характера
2. Поведенческого характера
3. Связанные с сужением географических границ рынка, с возрастанием международной конкуренции в условиях ограниченного спроса
4. Вызванные действиями органов государственной власти



Классификация отраслей по уровню барьеров входа на рынок

- ❑ Отрасли со свободным входом
 - Нет преимуществ действующих фирм по сравнению с потенциальными конкурентами
 - Цена на уровне предельных издержек
- ❑ Отрасли с краткосрочными барьерами входа
 - Положительная экономическая прибыль фирм-старожилов в краткосрочном периоде
 - Преимущества старых фирм исчезают в долгосрочном периоде



Классификация отраслей по уровню барьеров входа на рынок

- ❑ Отрасли с замедленным входом
 - Преимущества старых фирм перед новыми
 - Ценовая политика, препятствующая проникновению новых фирм на рынок (в результате – прибыль в долгосрочном периоде)
 - С течением времени небольшое число фирм может войти на рынок
- ❑ Отрасли с блокированным входом
 - Вход новых фирм на рынок полностью блокирован старыми фирмами
 - Число фирм не меняется на протяжении очень длительных периодов времени



Виды барьеров входа - выхода

- **Нестратегические барьеры**
 - Емкость рынка (ограниченность спроса)
 - Объем капитальных затрат (первоначальных инвестиций)
 - Абсолютное преимущество в издержках
 - Относительное преимущество в издержках
 - Административные барьеры
 - Состояние инфраструктуры рынка
 - Качество товара и репутация фирмы
- **Стратегические барьеры**
 - Ценообразование, ограничивающее вход
 - Дополнительные инвестиции в оборудование
 - Продуктовая дифференциация
 - Долгосрочные контракты с поставщиками и потребителями