Анализ 5 сил Портера

Анализ 5 сил Портера

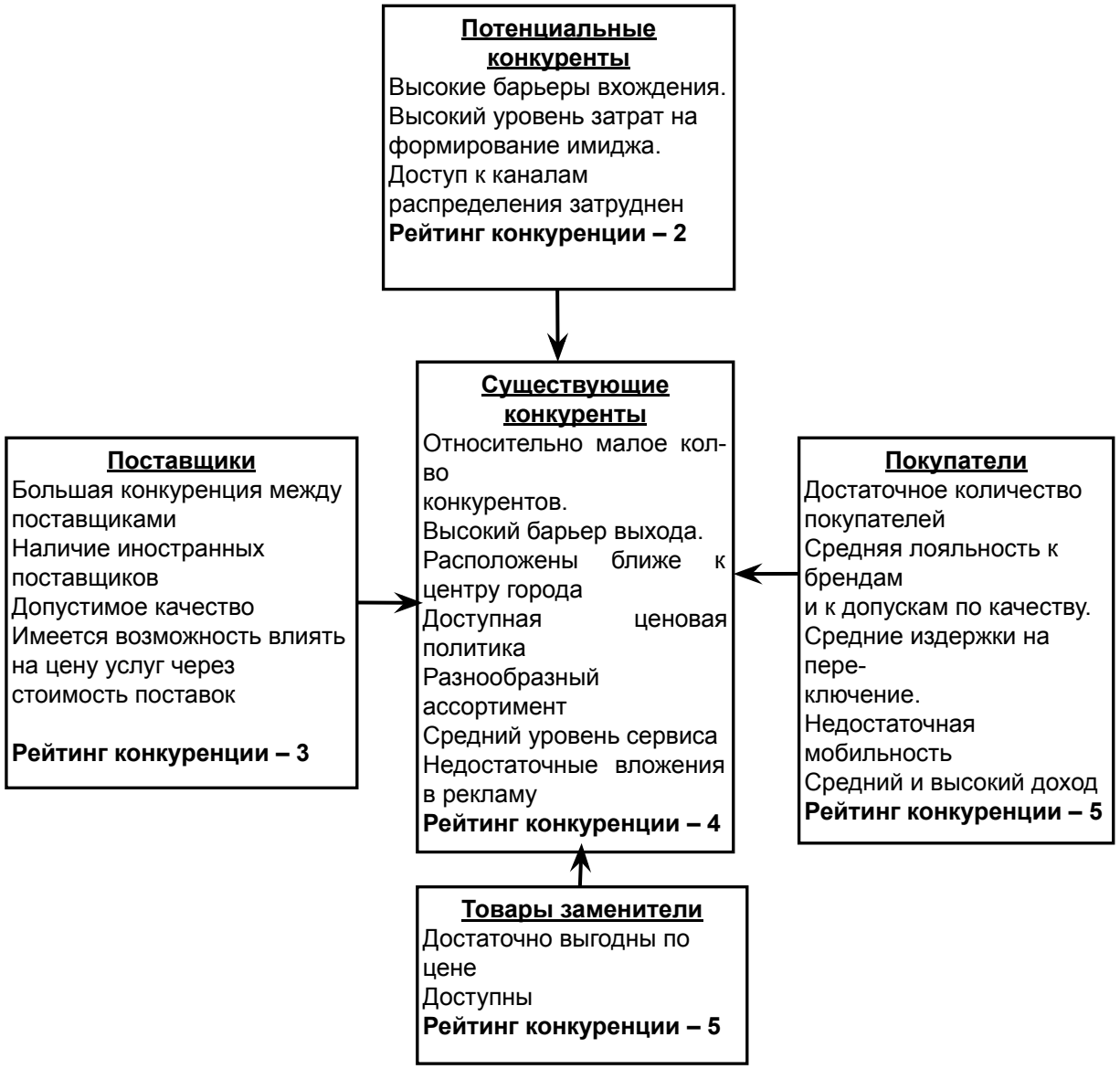
Существует 5 сил, определяющих потенциал рынка и будущую стратегию.

Чем меньше будут давить со всех сторон, тем больше Вы будете зарабатывать, и наоборот.

Результат анализа:

1) рейтинг угроз по приоритетам с 5 сторон;
2) список способов ликвидации опасностей.

Барьеры на входе:
– Экономия, связанная с масштабом производства
– Запатентованные отличия товара
– Узнаваемость торговой марки
– Издержки переключения
– Требования к объему капитала
– Доступ к каналам распределения
– Абсолютные преимущества по издержкам
– Собственная кривая обучения
– Доступ к необходимым ресурсам
– Собственная, отличающаяся низкими издержками модель
– Политика правительства
– Ожидаемые ответные меры конкурентов
НОВИЧКИ РЫНКА
Угроза выхода на рынок новых постав-щиков
Переменные соперничества:
– Рост отрасли
– Постоянные (или складские) издержки / добавленная стоимость
– Временные излишки производственных мощностей (периоды перепроизводства)
– Различия в продукции
– Узнаваемость торговой марки
– Издержки переключения
– Концентрация и сбалансированность
– Информационная сложность
– Разновидности конкурентов
– Корпоративные долги
– Политика правительства
– Барьеры на выходе
ПОС-ТАВ-ЩИКИ
Рыночная власть поставщиков
КОМПАНИИ–КОНКУРЕНТЫ В ОТРАСЛИ
Интенсивность конкуренции
Рыночная власть покупателей
ПОКУ-ПАТЕ-ЛИ
Переменные рыночной власти поставщиков:
– Дифференцирование ресурсов
– Издержки переключения поставщиков и у компаний отрасли
– Наличие ресурсов–субститутов
– Уровень концентрации поставщиков
– Значимость объемов поставок для поставщиков
– Стоимость поставок в соотношении с общим объемом закупок в отрасли
– Влияние цены ресурсов на стоимость товара или его дифференцирование
– Угроза интеграции вперед и назад по технологической цепочке со стороны компаний отрасли
Угроза появления субсти-тутов
ТОВАРЫ–СУБСТИТУТЫ (заменители)
Переменные степени угрозы субститутов:
– Относительная цена субститутов
– Издержки переключения для потребителей
– Склонность покупателей к субститутам
Переменные рыночной власти покупателей:
Рыночные рычаги
– Концентрация покупателей по сравнению с концентрацией фирм
– Объем закупок покупателем
– Издержки переключения покупателей по сравнению с издержками переключения поставщика
– Информированность покупателя
– Способность к интеграции вниз по технологической цепочке для поставщиков
– Товары–субституты
Чувстви-тельность к цене
– Соотношение цена / общий объем закупок
– Различия товаров
– Узнаваемость торговой марки
– Влияние на качество / внешний вид товара
– Выгоды покупателя
– Стимулы принимающих решение лиц


Потенциальные конкуренты
Высокие барьеры вхождения.
Высокий уровень затрат на формирование имиджа.
Доступ к каналам распределения затруднен
Рейтинг конкуренции – 2
Существующие конкуренты
Относительно малое кол-во конкурентов.
Высокий барьер выхода.
Расположены ближе к центру города
Доступная ценовая политика
Разнообразный ассортимент
Средний уровень сервиса
Недостаточные вложения в рекламу
Рейтинг конкуренции – 4
Поставщики
Большая конкуренция между поставщиками
Наличие иностранных поставщиков
Допустимое качество
Имеется возможность влиять на цену услуг через стоимость поставок
Рейтинг конкуренции – 3
Покупатели
Достаточное количество покупателей
Средняя лояльность к брендам
и к допускам по качеству.
Средние издержки на пере-
ключение.
Недостаточная мобильность
Средний и высокий доход
Рейтинг конкуренции – 5
Товары заменители
Достаточно выгодны по цене
Доступны
Рейтинг конкуренции – 5

Как делать?

1. Берём все 5 конкурентных сил, а лучше сразу 6 (включая государство), и выписываем их в столбик.
2. Делаем 4 столбца, где будут указаны оценки, относительно каждой силы.
3. Ставим оценку по 10-балльной шкале (хотя главное не размерность, а то, что мы вкладываем в понимание этого влияния).

- **Оценка наличия.** Вы ставите цифру, соответствующую наличию этой угрозы для Вашего бизнеса.
- **Оценка негативного влияния.** Вы указываете показатели, насколько сильно эта угроза негативно влияет на Вас.
- **Возможности парирования.** Вы пишите цифру, показывающую насколько Вы сможете решить эту угрозу.

4. Итоговый результат складывается по формуле: “(Оценки наличия + Оценка негативного влияния) — Возможности парирования”.

Сила/ Оценка	**Оценка наличия**	**Оценка негативного влияния**	**Возможности парирования**	**Итоговый рейтинг**
Имеющиеся конкуренты				
Угроза появления новых игроков				
Угроза появления товаров-заменителей				
Власть поставщиков				
Власть потребителей				