

# **Отраслевой конкурентный анализ**

*Стратегия компании должна  
максимально соответствовать  
специфике отрасли и  
конкурентной окружающей  
среде.*

# Отраслевой конкурентный анализ

*Анализ отрасли с точки зрения конкуренции важен по следующим причинам:*

- конкурентоспособность организации в отрасли определяется спецификой ресурсов, навыков, подходов, ее обеспечивающих;
- благоприятность условий конкуренции различна в различных отраслях;
- норма прибыли и долговременность ее получения значительно колеблются в различных отраслях.

# Задача отраслевого рыночного анализа

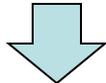
Цель – получение дохода в размере выше среднего!

Достижение лучших показателей в данной отрасли/рынке

Как?

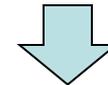
Работать в отрасли/рынке, где показатели выше средних

- Определение главных тенденций в отрасли\на рынке
- Предвидение перемен (позитивных и негативных), которые могут изменить ситуацию в отрасли \на рынке;
- Понимание конкурентной ситуации в отрасли\на рынке



Стратегия конкурентной борьбы

- Определение привлекательных отраслей\рынков;
- Понимание динамики изменений различных отраслей и их возможностей
- Определение подходящих для развития отраслей\рынков.



Стратегия управления активами

# Этапы отраслевого конкурентного анализа

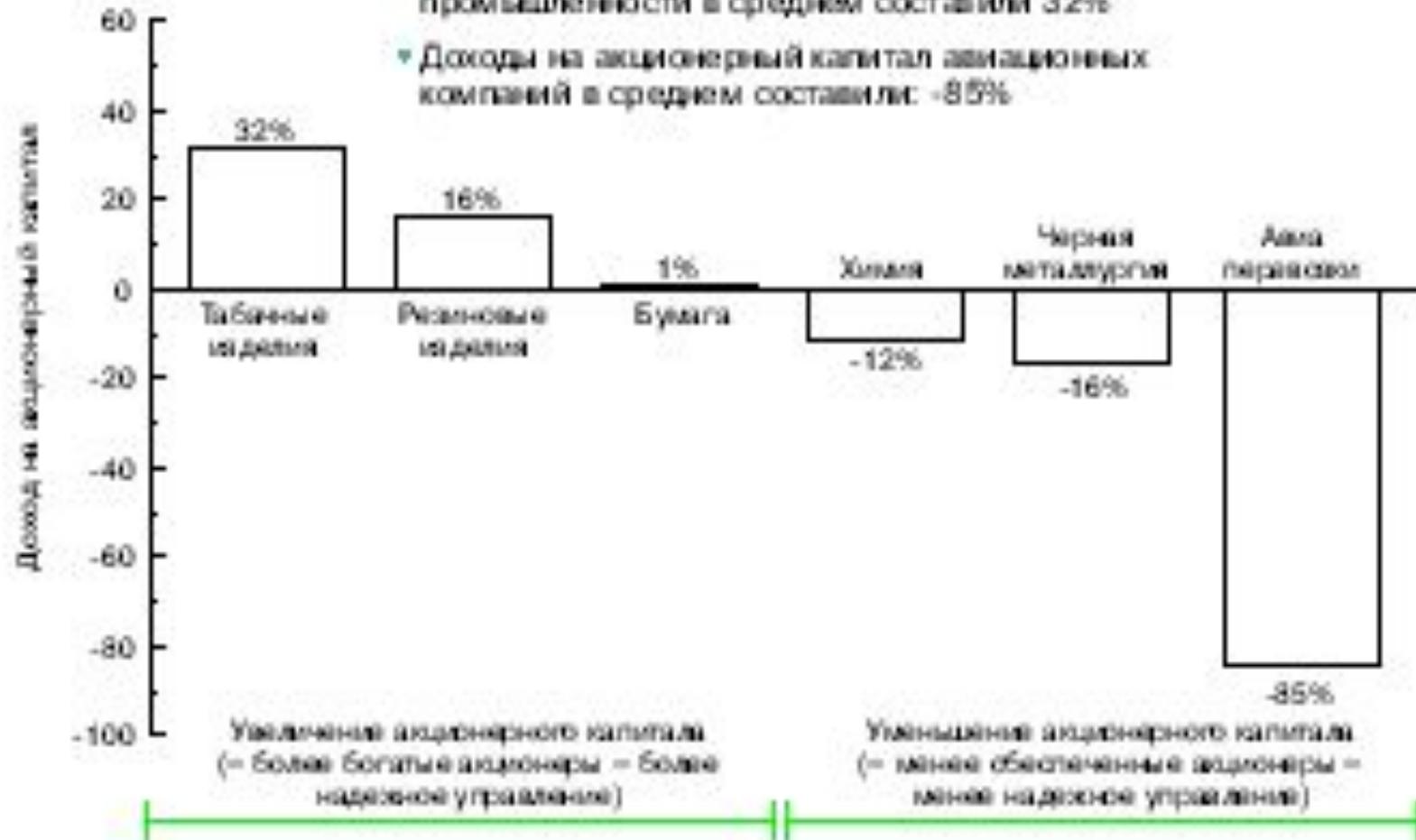
- *Основные экономические характеристики отрасли*

# Отраслевой анализ

*Не все отрасли/рынки одинаково привлекательны*

♦ Доходы на акционерный капитал в табачной промышленности в среднем составили 32%

♦ Доходы на акционерный капитал авиационных компаний в среднем составили: -85%



# Основные экономические характеристики отрасли (Томпсон и Стрикленд)

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Емкость рынка</i></li></ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Масштаб конкуренции (глобальная, группа стран, национальная, локальная)</i></li></ul>                             |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Структура собственности, наличие иностранного капитала</i></li></ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Темпы роста и стадия развития отрасли</i></li></ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Число конкурентов (продавцов) , их размер, доля рынка, степень влияния, в т.ч. иностранных компаний</i></li></ul> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Число потенциальных покупателей и их размер</i></li></ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Вертикальная, горизонтальная интеграция в отрасли, наличие кластеров</i></li></ul>                                |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Легкость входа и выхода в отрасль</i></li></ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Возможность получения «эффекта масштаба» в производстве, маркетинге, транспортировке</i></li></ul>                |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Потребность в капитале</i></li></ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Степень дифференциации продуктов (услуг) в отрасли</i></li></ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Технологические, продуктовые, маркетинговые инновации в отрасли</i></li></ul>                                     |