



# Модель пяти конкурентных сил по Портеру

- Стратегическая модель анализа 5 сил конкуренции была описана Майклом Портером в 1979 году.



# Конкурентные силы



# ПЕРВАЯ СИЛА: УГРОЗА ВТОРЖЕНИЯ НОВЫХ КОНКУРЕНТОВ

## Угрозы :

- ГОТОВНОСТЬ И ВОЗМОЖНОСТЬ существующих игроков снизить цены;
- наличие у существующих игроков резервного потенциала для активного противодействия;
- замедление темпов роста в отрасли.



# ВТОРАЯ СИЛА: РЫНОЧНАЯ ВЛАСТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ

- Потребители заставляют производителей повышать качество производимого продукта за счет увеличения издержек, а, следовательно, сокращать свой уровень прибыли.



# ТРЕТЬЯ СИЛА: РЫНОЧНАЯ ВЛАСТЬ ПОСТАВЩИКОВ

Поставщики могут оказывать влияние на конкурентоспособность товара компании на рынке, так как являются владельцами ресурсов для производства товаров отрасли.



# ЧЕТВЕРТАЯ СИЛА: ПОЯВЛЕНИЕ ТОВАРОВ- ЗАМЕНИТЕЛЕЙ

Особую угрозу предоставляют следующие виды товаров:

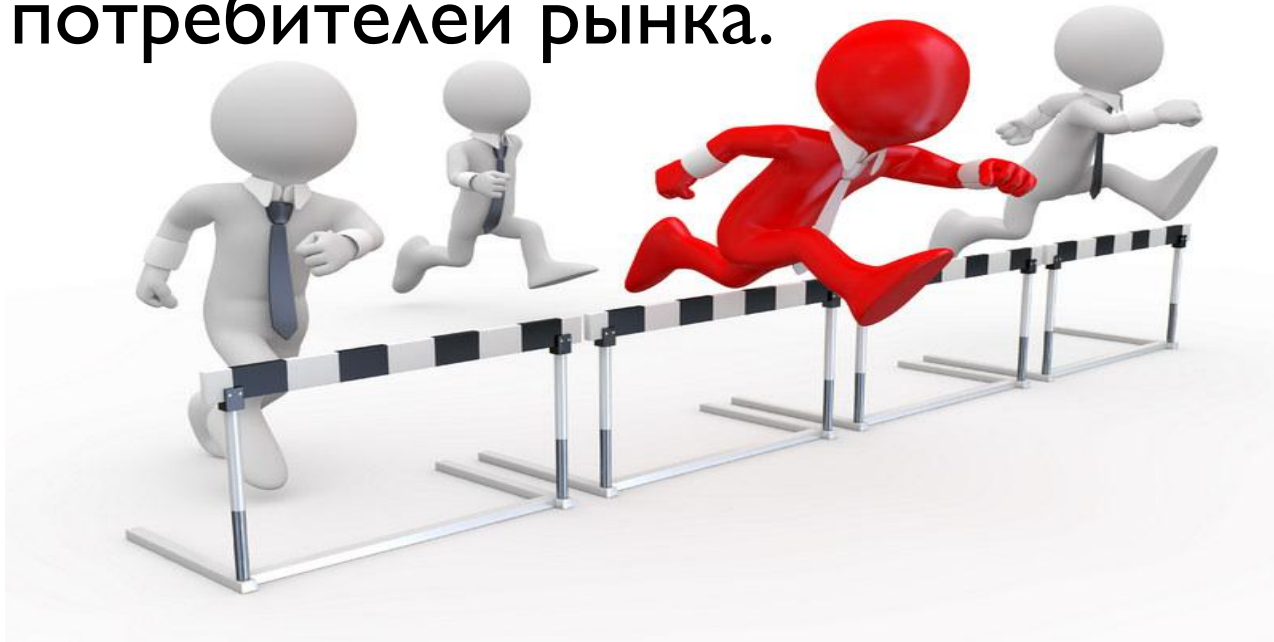
Товары-заменители, способные обеспечить лучшее соотношение «цена-качество».

Товары-заменители, производимые крупными игроками.

- Самый эффективный метод борьбы с товарами-заменителями — построение сильной торговой марки.

# ПЯТАЯ СИЛА: ВНУТРИОТРАСЛЕВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

- Соперничество среди существующих конкурентов сводится к стремлению любыми силами улучшить свое положение на рынке, завоевать потребителей рынка.





- Закон РФ от 22.03.91 г. "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках"



# СТАТЬЯ 5

Посвящена злоупотреблениям ХС доминирующим положением на рынке, попыткам ограничения конкуренции, и/или ущемления интересов других ХС или физических лиц.

**Не допускается:** изъятие товаров из обращения с целью создания на рынке дефицита, повышения цен.



# СТАТЬЯ 6

- **Запрещено:**
- установление цен, тарифов, скидок, надбавок, наценок на товары;
- повышение, снижение или поддержание цен на аукционах и торгах;
- раздел рынка по территориальному принципу, по объемам продаж или закупок, по ассортименту реализуемых товаров либо по кругу продавцов или покупателей (заказчиков);
- ограничение доступа на рынок или устранение с него других хозяйствующих субъектов в качестве продавцов определенных товаров или их покупателей (заказчиков).

# СТАТЬЯ 7

Посвящена актам и действиям федеральных властей, органов субъектов Федерации или местного самоуправления, направленным на ограничение конкуренции.



# СТАТЬЯ 8

Говорит о соглашениях (согласованных действиях) федеральных органов исполнительной власти, субъектов Федерации и органов местного самоуправления, ограничивающих конкуренцию.



# СТАТЬЯ 9

Гласит о недопустимости участия в предпринимательской деятельности должностных лиц органов государственной власти и государственного управления.





# СТАТЬЯ 10

- Посвящена недобросовестной конкуренции





**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!**