

## Барьеры для входа в отрасль



### Масштаб

Большой масштаб производства обеспечивает низкие производственные издержки на единицу продукции благодаря экономии на масштабе (чем больше объем производства, тем ниже стоимость закупки материалов для производства товара, тем в меньшей степени постоянные издержки производства влияют на единицу продукции).

**Чем выше начальный уровень** инвестиций для вступления в отрасль, тем выше входные барьеры, тем сложнее войти в отрасль новым игрокам. Особенно, если инвестиции связаны с невозвратными затратами.

Например, инвестиции в рекламу или научно-исследовательские разработки. Обычно потребность в капитале — сильный экономический входной барьер для малого бизнеса. Но для крупных компаний, эффективно оперирующих на других рынках и желающих войти на новый рынок, данный входной барьер является легко преодолимым.

### Дифференциация и сила бренда

Если на рынке уже существуют марки с высоким уровнем осведомленности и высоким уровнем лояльности потребителей — это представляет высокую преграду для новых игроков. Новым товарам потребуется, во-первых, время, во-вторых, дополнительные ресурсы для того, чтобы построить сопоставимый уровень осведомленности и убедить потребителей переключиться с привычных им товаров на новые предложения. Чем сильнее чувствуют себя существующие торговые марки в отрасли, тем сложнее новым игрокам в нее вступить.

**Высокие постоянные издержки** могут быть вызваны тем, что существующие в отрасли компании используют более совершенные технологии, имеют доступ к лучшим ограниченным ресурсам и источникам сырья, государственным субсидиям или имеют более выгодное географическое расположение. Высокие постоянные издержки для входа в отрасль чаще всего вызывают патенты и кривая опыта. Наличие патентов, лицензий, уникальных технологий у существующих компаний в отрасли также обеспечивает рост



постоянных издержек для новых игроков. Кривая опыта. Согласно концепции более опытные игроки в отрасли способны более эффективно использовать ресурсы, имеют накопленные знания, технологии и т.п.

**Каналы распределения** — важны для получения доходов компании и успешности бизнеса, так как именно каналы распределения являются связующим звеном между товаром компании и конечным потребителем товара. Существующие игроки в отрасли часто монополизировать или активно защищают каналы распределения от новых игроков (специальными условиями поставки, ценами, более выгодным уровнем сервиса и прочими условиями), что обеспечивает высокие входные барьеры для развития дистрибуции новых товаров.

**Административные барьеры** в лице правительства может лимитировать и закрыть возможность входа в отрасль с помощью лицензирования, ограничения доступа к источникам сырья и другим важным ресурсам, регламентирования уровня цен, стандартов к загрязнению уровня воды и воздуха, к нормам безопасности и т.п. Созданные барьеры входа таким путем называются административными.

**&**

**Некомпетентно** проведенный ситуационный анализ, включая анализ рынка и конкурентный анализ.

**Некомпетентно** реализованный этап R&D и выбрана ЦА

**Непрофессиональная** команда и партнеры

**Отсутствие** сбалансированной системы показателей и оценки KPI