

# Omistajanvaihdoksilla naisten yritykset kasvun

## Kasvustrategiat

## Toimiala-analyysi

Kirsti Sorama

SeAMK 

Antaa yritykselle vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

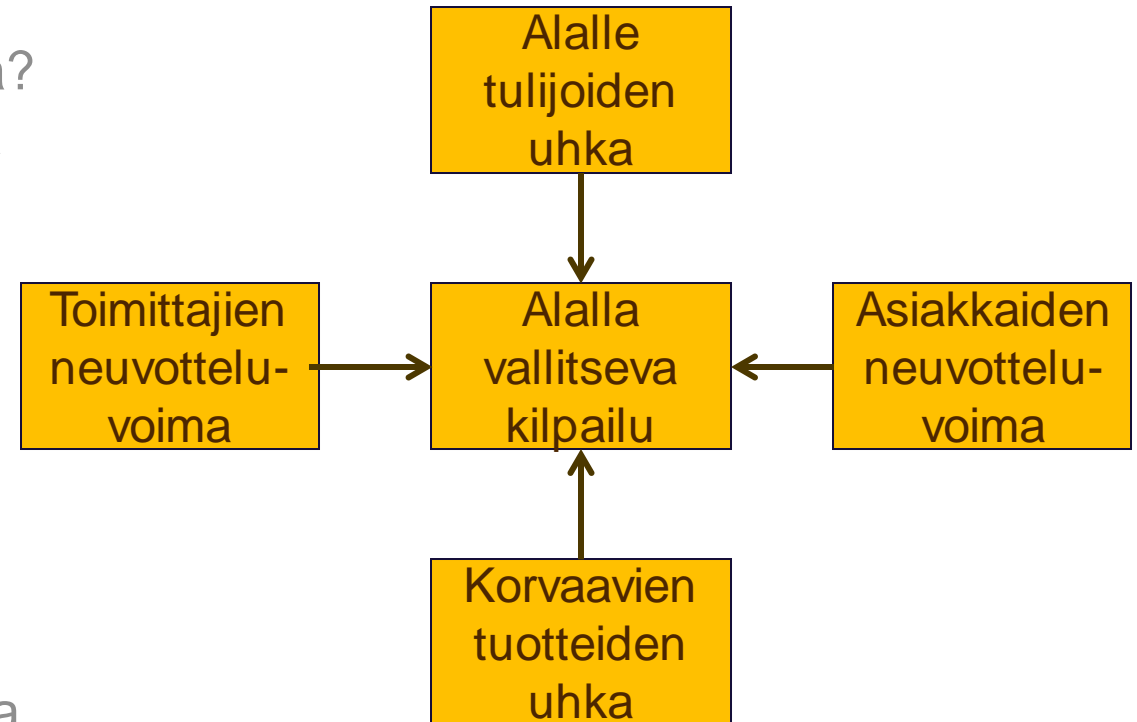
- Mille toimialoille meidän tulisi laajentua?
- Miltä toimialoilta meidän tulisi poistua?
- Miten voimme suojata asemaamme toimialalla?

Malli voi auttaa arvioimaan alan voimien muutoksia ja niiden vaikutuksia erilaisissa asemissa oleviin yrityksiin

- Muutokset vaikuttavat usein hyvin eri tavoin esimerkiksi pieniin vs. suuriin yrityksiin ja paikallisesti vs. kansainvälisesti toimiviin yrityksiin

Vaatii tarkkaa toimialarajausta


- Kilpailuvoimien tarkastelussa pitäisi ottaa huomioon myös toimialojen päällekkäisyydet ja yhdistymiset (puhelinbusiness vs. sisältöbusiness)



Tärkeä varsinkin silloin, jos lähdetään mukaan uuteen liiketoimintaan!



# Porterin Viiden kilpailuvoiman malli

- 1) Nykyisen kilpailun luonne ja nykyiset kilpailijat:** toimialan rakenne, alan elinkaaren vaihe, markkinoiden hajaantuneisuus, kysyntä/tarjonta-suhde, yritysten kilpailustrategiat
  - 2) Asiakkaiden neuvotteluvoima:** asiakkaan valta (vrt. esim. suurilla keskuskaupoilla pieneen leipomoon nähden)
  - 3) Toimittajien neuvotteluvoima:** toimittajia vähän, toimittaja arvokas, vaihtokustannukset suuret
  - 4) Korvaavat tuotteet:** asiakkaan mahdollisuudesta vaihtaa tuotteesta toiseen helposti tai koko tuote korvautuu jollain muulla samaan tarpeeseen tarjolle tulevalla tuotteella
  - 5) Uusien tulokkaiden uhka:** tulokkaat arvioivat markkinaa houkuttelevuuden ja alalle tulon esteiden kannalta. Markkinoiden tuotto-odotukset lisäävät houkuttelevuutta. Esteitä luovat lainsäädäntö, vahvat brändit ja brändiuskollisuus, patentit, jne.
- 



SeAMK

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES