**القوى الخمسة لنموذج بورتر﻿﻿**

تهديد المنتجات البديلة ان وجود منتجات بديلة خارج نطاق المنتج التنافسي العام يزيد من ميول المستهلكين إلى السلع البدائل.

 نزوح المشترين إلى السلع البديلة.

 أالمنافسة السعريه للبضائع البديلة.

 تكلفة االفرصة البديله التي يتكبدها المشتري.

 مدى تمايز المنتجات في تصور المشتري.

**التهديد من دخول منافسين جدد**

الأسواق المربحة التي تدر عوائد عالية تجتذب الشركات. وهذا يخلق وجود العديد من الشركات المنافسة في السوق مما يتسبب بانخفاض الربح الجزئي للشركة. وما لم يتم الحد من دخول شركات جديدة من قبل الشركات التي تشغل السوق، فإن معدل الربح سينخفض إلى مستوى تنافسي مثل ذلك في (الاسواق التنافسية المثالية).

 وجود حواجز للدخول (براءات الاختراع، والحقوق، الخ.)

 اقتصاديات اختلافات المنتج.

 العلامة التجارية.

 تكاليف التبديل وتكاليف التعمق.

 متطلبات رأس المال.

 إمكانيات الولوج إلى قنوات التوزيع.

 ايجابيات ومنافع التكلفة المطلقة.

 ايجابيات ومنافع منحنى التعلم

 ردة الفعل الانتقامي المتوقعة من جانب شاغلي السوق الحاليين.

 السياسات الحكومية.

**حدة المنافسة من الخصوم**

في معظم الصناعات تعد المنافسة من الخصوم المحدد الرئيسي لقدرة الشركة التنافسية في الصناعة والمجال الذي ستنافس فيه.أحيانا المنافسين يتنافسون بشكل عدائي وأحيانا المنافسين يتنافسون في مجالات غير السعر مثل المنافسة في الابداع والتسويق وغيرها من المجالات.

 تفاوت وتناوب الافراط في الصناعة.

 عوائق أمام الخروج من السوق.

 التعقيد في المعلومات وعدم التناظر.

 اقتصاديات الحجم الكبير

 مستوى تكلفة الاعلانات.'

 التوفيرات في التكاليف لاحجام السلع الكبيرة.

 الميزة التنافسية المستمدة من خلال الارتجال.

**القوة التفاوضية للعملاء**

أو ما تعرف أيضا بالقدرة التفاوضية لسوق النواتج. قدرة العملاء على وضع الشركة تحت ضغط ما يؤثر أيضا على حساسية الزبائن للتغيرات في الأسعار.

 نسبة المشترين إلى الشركة.

 درجة الاعتماد على قنوات التوزيع القائمة.

 مدى نفوذ المساومة وبخاصة في الصناعات التي تكون التكاليف الثابتة عالية فيها.

 حجم شريحة المشترين.

 تكلفة التبديل للمشترين بالمقارنة مع تكلفة الشركة للتبديل.

 مدى توافر المعلومات للمشتري.

 قدرة الشركة على الدمج الخلفي.

 توافر المنتجات البديلة.

 مدى حساسية المشتري إلى التغيرات يالأسعار.

 الميزات الفريدة لمنتجات الصناعة المختلفة.

 تحليل حداثة العمليات الشرائية, ترددها وتكرارها ,والقيمة المالية.

**القوة التفاوضية للموردين**

أو ما توصف أحيانا بالقدرة التفاوضية لسوق المدخلات. موردي المواد الخام ,والمكونات، والعمالة، والخدمات (مثل الخبراء) للشركة يمكن أن يشكلوا مصدر قوى تضغط على الشركة. فالموردين قد يرفضون العمل مع الشركة، أو على سبيل المثال يفرضون أسعار باهظة للموارد الخاصة والمهمة.

 تكاليف التبديل للموردين بالمقارنة تكاليف التبديل للشركة.

 درجة التمايز لمدخلات الصناعة.

 توافر مدخلات بديلة.

 نسبة الموردين إلى الشركات.

 تضامن الموظفين (مثل النقابات العمالية).

 مثال على ذلك القطاع البنكيِ