

## تحلیل نیروی صنعت و رقابتی

فرصت	تهدید	نیروی صنعت/رقابتی
<b>رقابت جاری</b>		
	X	زیاد بودن تعداد رقبیان
X		کم بودن تعداد رقبا
	X	قوی بودن بیشتر رقبیان
X		قوی بودن یک یا چند رقیب
	X	کند شدن رشد فروش صنعت
X		تند شدن رشد فروش صنعت
	X	زیاد بودن هزینه های انبار
X		کم بودن هزینه های انبار
	X	عدم وجود هزینه ی تفکیک یا تعویض
X		وجود هزینه ی بالای تفکیک یا تعویض
	X	نیاز به توسعه ی بالای ظرفیت
X		نیاز به توسعه ی حداقل ظرفیت
	X	رقبای متعدد
X		رقبای مشابه
	X	زیاد بودن خطرات راهبردی
X		کم بودن خطرات راهبردی
	X	زیاد بودن موانع خروج
X		کم بودن موانع خروج
<b>رقبای بالقوه</b>		
X		مهم بودن صرفه جویی مقیاسی
	X	عدم وجود و یا کم بودن صرفه جویی مقیاسی
X		ایجاد هزینه از دیگر جنبه ها
	X	عدم ایجاد هزینه از دیگر جنبه ها
	X	تفکیک زیاد محصول
X		تفکیک کم محصول
	X	زیاد بودن نیازمندیهای سرمایه ای
X		حداقل بودن نیازمندیهای سرمایه ای
	X	زیاد بودن هزینه های تعویض
X		کم بودن هزینه های تعویض

فرصت	تهدید	نیروی صنعت/رقابتی
	X	دسترسی کنترل شده به مجاری توزیع
X		دسترسی آزاد به مجاری توزیع
	X	حمایت دولتی از فرآیند
X		عدم حمایت دولتی از فرآیند
<b>قدرت چانه زنی خریداران</b>		
	X	خریدار حجم بالایی خرید می کند
X		خریدار حجم پایینی خرید می کند
	X	خرید محصولات، بخش عمده ای از هزینه های خریدار است
X		خرید محصولات، بخش عمده ای از هزینه های خریدار نیست
	X	محصولات خریداری شده استاندارد یا تفکیک نشده هستند
X		محصولات خریداری شده تفکیک شده و واحد هستند
	X	خریدار با هزینه های تعویض کمی روبروست
X		خریدار با هزینه های تعویض زیادی روبروست
	X	سود خریدار کم است
X		سود خریدار زیاد است
	X	خریدار قادر به تولید محصولات خریداری شده است
X		خریدار قادر به تولید محصولات خریداری شده نیست
	X	محصولات صنعتی، برای کیفیت محصولات خریدار مهم نیستند
X		محصولات صنعتی، برای کیفیت محصولات خریدار مهم هستند
	X	خریداران اطلاعات کاملی دارند
X		خریداران اطلاعات محدودی دارند
<b>قدرت چانه زنی عرضه کنندگان</b>		
	X	صنعت عرضه، شرکت های کمی دارد و متمرکز تر است
X		صنعت عرضه، شرکت های زیادی دارد و پراکنده است.
	X	محصول جایگزین محصول عرضه کننده وجود ندارد
فرصت	تهدید	نیروی صنعت/رقابتی
X		محصول جایگزین محصول عرضه کننده وجود دارد
	X	صنعتی که محصول به آن عرضه کرده ایم، مشتری مهمی نیست
X		صنعتی که محصول به آن عرضه کرده ایم، مشتری

		مهمی است
	X	محصولات عرضه کننده، ورودی مهمی برای صنعت هستند
X		محصولات عرضه کننده، ورودی مهمی برای صنعت نیستند
	X	محصولات عرضه کننده تفکیک شده اند
X		محصولات عرضه کننده تفکیک شده نیستند
	X	هزینه ی تعویض محصولات عرضه کننده زیاد است
X		هزینه ی تعویض محصولات عرضه کننده زیاد نیست
	X	عرضه کننده توانایی انجام صنعت خریدار را دارد
X		عرضه کننده توانایی انجام صنعت خریدار را ندارد
<b>محصولات جایگزین</b>		
	X	تعداد کالاهای جایگزین کم است
	X	چندین جایگزین نه چندان مناسب وجود دارد
X		هیچ کالای جایگزینی وجود ندارد