

Wat is het Vijfkrachtenmodel van Porter?

Het vijfkrachtenmodel is een strategisch model dat uitgaat van vijf krachten die de aantrekkelijkheid van een markt bepalen. Door het model uit te werken kan er een inschatting gemaakt worden over de relatieve aantrekkelijkheid van een bedrijfstak.

Hoe ziet het Vijfkrachtenmodel van Porter eruit?

Volgens Porter zijn de vijf krachten die de mate van concurrentie bepalen de volgende:

1. De macht van leveranciers;
2. De macht van afnemers;
3. De mate waarin substituten en complementaire goederen verkrijgbaar zijn;
4. De dreiging van nieuwe toetreders tot de markt;
5. De interne concurrentie van spelers op de markt.

Macht van leveranciers

- Zijn er veel of weinig leveranciers op de markt actief? Weinig leveranciers hebben vaak meer invloed dan veel leveranciers die met elkaar concurreren.
- Welke invloed hebben de leveranciers op de bedrijfstak?
- Zijn er hoge kosten verbonden aan het overstappen naar andere leveranciers?
- In welke mate is het product gestandaardiseerd?
- Is het mogelijk om zelf het product te gaan produceren?

Dit zijn factoren die invloed hebben op de onderhandelingspositie van een organisatie. De onderhandelingspositie tussen de onderneming en leverancier heeft een aanzienlijke bijdrage in de aantrekkelijkheid van de bedrijfstak. Het heeft invloed op de prijsstelling, kwaliteit en continuïteit van de organisatie.

Macht van afnemers

Wat is de onderhandelingspositie van de afnemer?

Onderzoek de volgende factoren:

- Deel van de totale marktomsatz dat per afnemer wordt afgenomen
- Er kan vaak een betere prijs bedongen worden bij afname van een hoog volume
- Welk belang heeft de afnemer bij het kopen van het product? Als de aanschaf van een product erg belangrijk is voor een consument zal er niet snel met minder genoegen genomen worden. Als het belang erg laag is dan maakt een substituuat vaak niet uit.
- In welke mate is het product gestandaardiseerd? Homogeen of Heterogeen?
- Zijn er hoge kosten verbonden aan het overstappen naar andere aanbieder (een concurrent)?
- De meerwaarde voor de afnemer. Wat is de opbrengst voor de afnemer? Krijgt men voor 10 euro 100 of 200 belminuten?
- Is het mogelijk om zelf producten te gaan produceren?
- De mate waarin een koper geïnformeerd is. Denk hierbij bijvoorbeeld aan prijzen en kosten.

Dit zijn een aantal factoren die invloed uitoefenen op de onderhandelingspositie van een afnemer. De onderhandelingspositie tussen een onderneming en afnemer heeft een aanzienlijke bijdrage in de aantrekkelijkheid van een bedrijfstak. Het heeft invloed op de prijsstelling, kwaliteit en continuïteit van een organisatie.

Mate waarin substituten en complementaire goederen verkrijgbaar zijn

Zijn er veel of weinig vervangende of substituuat producten beschikbaar? Denk aan bijvoorbeeld de bus, dit is een substituuat voor de trein. Volgens Porter is een substituuat voornamelijk bedreigend wanneer deze

een duidelijk prijs-prestatieverhouding verbetering met zich meebrengt.

Dreiging van nieuwe toetreders

In hoeverre is het mogelijk een markt te betreden? Dit wordt beïnvloed door de volgende factoren:

- Schaalvoordelen, bestaande aanbieders genieten vaak schaalvoordelen waardoor ze lagere kosten maken.
- Kapitaal, in sommige markten is er enorm veel kapitaal nodig voor nieuwkomers om te starten denk aan een ziekenhuis.
- Overstapkosten, zijn er hoge kosten verbonden aan het overstappen naar nieuwe producten?
- Toegang tot distributiekanaalen, het is niet altijd gemakkelijk het verkoopkanaal te betreden. Denk hierbij aan een supermarkt.
- Overheid, overheid kan toetreders tegengaan of tegenwerken
- Gevestigde merken, het is moeilijk om met grote gevestigde namen te concurreren
- Er is geen toegang tot het distributiekanaal

Dit zijn een aantal factoren die bepalen in welke mate nieuwe toetreders een bedreiging vormen.

Interne concurrentie op de markt

Welke invloed heeft de concurrentie op de markt?

De mate van concurrentie binnen een markt. Is er een hevige concurrentiestrijd bezig of is er juist helemaal geen concurrentie in de vorm van een monopolie? De mate van interne concurrentie is een belangrijke indicatie van de aantrekkelijkheid van een markt.

Na het onderzoeken van deze vijf krachten is het mogelijk om een aantal belangrijke kansen en bedreigingen te concluderen. Deze worden meegenomen in de bedrijfstakanalyse en de SWOT.