### Οι 5 δυνάμεις του Porter στην AppleΑποτέλεσμα εικόνας για apple logo black and white

**Ανταγωνισμός στη βιομηχανία**

Το επίπεδο του ανταγωνισμού μεταξύ των μεγάλων εταιρειών που ανταγωνίζονται άμεσα με την Apple στον τομέα της τεχνολογίας είναι υψηλό. Η Apple είναι σε άμεσο ανταγωνισμό με εταιρείες όπως η Google, Inc., η Hewlett-Packard Company, η Samsung Electronics Co., Ltd. και η Amazon, Inc. Όλες αυτές οι εταιρείες δαπανούν σημαντικά κεφάλαια για έρευνα και ανάπτυξη (R & D) και μάρκετινγκ, όπως και η Apple. Έτσι, ο ανταγωνισμός εντός της βιομηχανίας είναι ισχυρός. Ένα πράγμα που κάνει τη βιομηχανία, άκρως ανταγωνιστική είναι το σχετικά χαμηλό κόστος αλλαγής. Δεν απαιτείται σημαντική επένδυση για τον καταναλωτή να ξεφορτωθεί το iPad της Apple για το Amazon Kindle ή άλλο υπολογιστή tablet. Ο υψηλός ανταγωνισμός αποτελεί βασικό μέλημα για την Apple, και το αντιμετωπίζει κυρίως μέσω ανάπτυξης συνεχώς νέων και μοναδικών προϊόντων για την αύξηση και την ενίσχυση του μεριδίου αγοράς της.

**Διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών**

Για την Apple, η ατομική διαπραγματευτική δύναμη είναι μια ασθενής δύναμη, δεδομένου ότι η απώλεια του κάθε ενός πελάτη αντιπροσωπεύει ένα αμελητέο ποσό των εσόδων για την Apple. Ωστόσο, στη συλλογική αγορά, η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών, το ενδεχόμενο της μαζικής αποστασίας πελατών σε έναν ανταγωνιστή είναι μια ισχυρή δύναμη. Η Apple αντιμετωπίζει αυτήν την ισχυρή δύναμη, επενδύοντας σε Ε & Α, που της επιτρέπουν να συνεχίζει να αναπτύσσει νέα και μοναδικά προϊόντα, όπως η Apple Pay και η Apple Watch, και να οικοδομεί σημαντική πίστη στην επωνυμία. Η Apple έχει μεγάλη επιτυχία σε αυτόν τον τομέα και έχει επιτύχει τη δημιουργία μιας μεγάλης βάσης πελατών που, ουσιαστικά, δεν εξετάζουν καν το ενδεχόμενο να αλλάξουν το iPhone τους και να επιλέξουν ένα άλλο ανταγωνιστικό smartphone.

**Απειλή των νεοεισερχόμενων**

Η απειλή ενός νεοεισερχόμενου στην αγορά που θα μπορούσε να απειλήσει σοβαρά το μερίδιο αγοράς της Apple είναι ελάχιστη. Αυτό οφείλεται κυρίως σε δύο παράγοντες: το εξαιρετικά υψηλό κόστος για την ίδρυση μιας εταιρείας και το πρόσθετο υψηλό κόστος για την επίτευξη μιας αναγνωρίσιμης επωνυμίας. Κάθε νεοεισερχόμενος στην αγορά των προσωπικών υπολογιστών ή smartphones πρέπει να έχει τεράστια κεφάλαια για να επενδύσει για αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα σε Ε & Α, να παράγει και να αναπτύξει το δικό του προιοντικό χαρτοφυλάκιο να προωθήσει τα προϊόντα της στην αγορά και να αρχίσουν να αποφέρουν έσοδα. Επίσης, θα είναι ιδιαίτερα προκλητικό και φιλόδοξο για κάποιον να προσπαθήσει να επενδύσει για την επίτευξη αναγνωρισιμότητας και πίστης σε μια νέα επωνυμία, όταν στη βιομηχανία έχει ήδη αρκετές εταιρείες, όπως η Apple, η Google και η Amazon, με πολύ ισχυρή αναγνώριση του εμπορικού σήματος. Θα μπορούσε να ισχυριστεί κάποιος πως κάποια νέα εταιρεία, ίσως μια κινεζική εταιρεία με την οικονομική υποστήριξη από την κυβέρνηση, θα μπορούσε τελικά να απειλήσει τη θέση της Apple, ωστόσο η πιθανότητα είναι ελάχιστη. Παρ 'όλα αυτά, είναι σημαντικό για την Apple να συνεχίσει την ενίσχυση της ανταγωνιστικής της θέσης μέσω της ανάπτυξης νέων προϊόντων και την οικοδόμηση εμπιστοσύνης στο εμπορικό σήμα για να αντιμετωπίζουν οι τυχόν νεοεισερχόμενοι στη βιομηχανία ένα μεγαλύτερο ανταγωνιστικό μειονέκτημα.

**Διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών**

Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών είναι μια σχετικά αδύναμη δύναμη μέσα στην αγορά για τα προϊόντα της Apple. Η διαπραγματευτική θέση των προμηθευτών αποδυναμώνεται από τον υψηλό αριθμό των πιθανών προμηθευτών για την Apple και την άφθονη ποσότητα της προσφοράς. Η Apple είναι ελεύθερη να επιλέξει μεταξύ ενός μεγάλου αριθμού δυνητικών προμηθευτών εξαρτημάτων για τα προϊόντα της. Και η βιομηχανία που παράγει και προωθεί εξαρτήματα για υπολογιστές και τηλεπικοινωνίες είναι ήδη πολύ ανταγωνιστική. Πλέον, η Apple αποτελεί έναν σημαντικό πελάτη για τους περισσότερους από τους προμηθευτές εξαρτημάτων της, και, ως εκ τούτου, οι προμηθευτές είναι πολύ απρόθυμοι να κινδυνεύουν να τη χάσουν. Αυτό ενισχύει τη θέση της Apple σε διαπραγματεύσεις με τους προμηθευτές, ενώ αντίθετα αποδυναμώνει τις θέσεις των προμηθευτών της.

**Απειλή από Υποκατάστατα Προϊόντα**

Στην κατηγορία των υποκατάστατων προϊόντων δεν ανήκουν τα ανταγωνιστικά προϊόντα, αλλά προϊόντα που θα μπορούσαν να τα υποκαταστήσουν. Στην περίπτωση της Apple, ένα παράδειγμα ενός υποκατάστατου προϊόντος είναι ένα σταθερό τηλέφωνο που θα μπορούσε να είναι ένα υποκατάστατο για τον κάτοχο ενός iPhone. Ωστόσο, τα περισσότερα δυνητικά υποκατάστατα προϊόντα έχουν περιορισμένες δυνατότητες σε σύγκριση με τα προϊόντα της Apple, όπως και στο παράδειγμα ενός σταθερού τηλεφώνου σε σύγκριση με ένα iPhone.