



Στρατηγικό Μάρκετινγκ

Ενότητα 6: Ανάλυση ανταγωνισμού

Χριστίνα Μπουτσούκη
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών



Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΑΝΟΙΚΤΑ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΑ
ΜΑΘΗΜΑΤΑ



Ανάλυση ανταγωνισμού.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Σκοποί ενότητας

- Η έκτη ενότητα παρουσιάζει το πώς οι μάρκετερ αναγνωρίζουν τους κύριους ανταγωνιστές τους, και πώς θα πρέπει να αναλύουμε τις στρατηγικές, τους στόχους, τις δυνάμεις και τις αδυναμίες των ανταγωνιστών.



Ανάλυση ανταγωνισμού 1/19

Εξέλιξη αγοράς.

- Μεταβολές στην ανάπτυξη πωλήσεων.
- Διεύρυνση αριθμού καταναλωτών.
- Συσσώρευση εμπειρίας από επιχειρήσεις.
- Καινοτομία.
- Μεταβολές στις οικονομίες κλίμακας.
- Αλλαγές κυβερνητικής πολιτικής.



Ανάλυση ανταγωνισμού 2/19

Εκτίμηση Βαθμού Ελκυστικότητας Βιομηχανίας.

Παράγοντες Περιβάλλοντος.

- Τεχνολογικό.
- Πολιτικό.
- Οικονομικό.
- Νομικό.
- Κοινωνικό.
- Δημογραφικό.



Ανάλυση ανταγωνισμού 3/19

Εκτίμηση Βαθμού Ελκυστικότητας Βιομηχανίας.

Παράγοντες Αγοράς.

- Μέγεθος Αγοράς.
- Ανάπτυξη Αγοράς.
- Κύκλος Ζωής Προϊόντος.
- Κυκλικότητα των Πωλήσεων.
- Εποχικότητα των Πωλήσεων.
- Κέρδη.



Ανάλυση ανταγωνισμού 4/19

Η βιομηχανική (κλαδική) θεώρηση του ανταγωνισμού.

- Αριθμός πωλητών και βαθμός διαφοροποίησης.
- Εμπόδια εισόδου, κινητικότητας, και εξόδου.
- Η δομή του κόστους.
- Ο βαθμός της κάθετης ολοκλήρωσης.
- Ο βαθμός της παγκοσμιοποίησης.



Ανάλυση ανταγωνισμού 5/19

Η βιομηχανική (κλαδική) θεώρηση του ανταγωνισμού.

- Αμιγές μονοπώλιο.
- Ολιγοπώλιο.
- Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός.
- Τέλειος ανταγωνισμός.



Ανάλυση ανταγωνισμού 6/19

Εκτίμηση Βαθμού Ελκυστικότητας Βιομηχανίας.

Παράγοντες Βιομηχανίας.

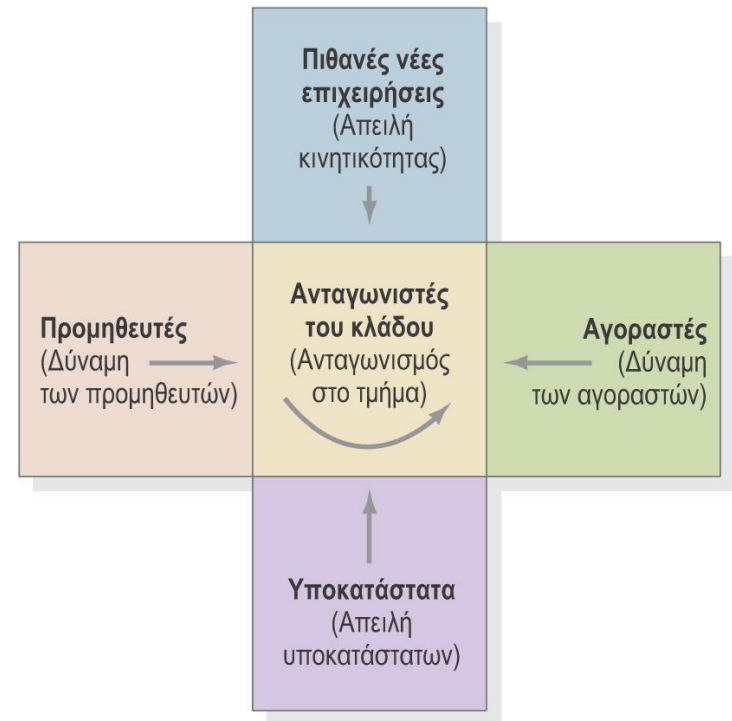
- Βαθμός Συγκέντρωσης.
- Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών.
- Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών.
- Απειλή από υποκατάστατα.
- Απειλή Εισόδου Νέων Ανταγωνιστών.
- Εμπόδια εξόδου.
- Ένταση του ανταγωνισμού.



Ανάλυση ανταγωνισμού 7/19

Οι πέντε δυνάμεις που καθορίζουν τη δομική ελκυστικότητα ενός τμήματος αγοράς είναι:

- Πιθανές νέες επιχειρήσεις.
- Αγοραστές.
- Υποκατάστατα.
- Προμηθευτές.
- Ανταγωνιστές.



Εικόνα 1



Ανάλυση ανταγωνισμού 8/19

Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών.

- Μη διαφοροποιημένο προϊόν.
- Χαμηλά κέρδη αγοραστών.
- Καθετοποίηση αγοραστές.
- Αγοραστές γνωρίζουν κόστος παραγωγής του προϊόντος.



Ανάλυση ανταγωνισμού 9/19

Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών.

- Προμηθευτές πολύ συγκεντρωμένοι.
- Δεν υπάρχουν υποκατάστατα.
- Διαφοροποίηση προϊόντων προμηθευτών.
- Σημαντικά κόστη αλλαγής στα προϊόντα προμηθευτών.



Ανάλυση ανταγωνισμού 10/19

Απειλή από υποκατάστατα.

- Πλήθος υποκατάστατων προϊόντων.
- Υποκατάσταση σε σχέση με νέες πρώτες ύλες, συστατικά ή ανταλλακτικά.



Ανάλυση ανταγωνισμού 11/19

Απειλή εισόδου νέων ανταγωνιστών.

- Ισχυρές οικονομίες κλίμακας και αποτελέσματα εμπειρίας.
- Καθετοποίηση υπαρχόντων επιχειρήσεων.
- Υψηλές κεφαλαιακές απαιτήσεις για νεοεισερχόμενους.
- Ισχυρή διαφοροποίηση προϊόντος.
- Δυσκολία πρόσβασης στα κανάλια διανομής.



Ανάλυση ανταγωνισμού 12/19

Ένταση ανταγωνισμού.

- Ανταγωνιστική ισορροπία.
- Ρυθμός ανάπτυξης βιομηχανίας.
- Υψηλά σταθερά κόστη.
- Εμπόδια εξόδου.
- Ικανότητα παραγωγής βιομηχανίας.



Ανάλυση ανταγωνισμού 13/19

Ανάλυση ανταγωνιστών.

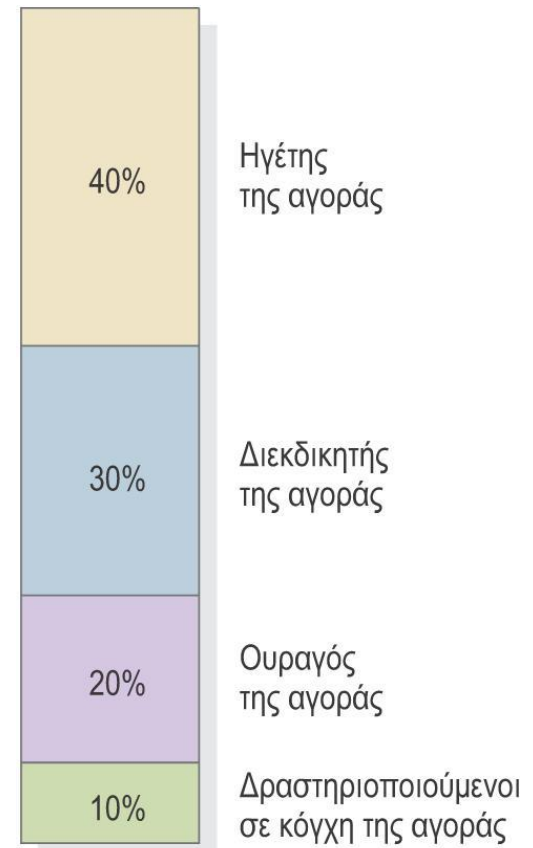
- Το μερίδιο αγοράς – το μερίδιο που κατέχει ο ανταγωνιστής από την αγορά στόχο.
- Το μερίδιο μνήμης – το ποσοστό των πελατών που δήλωσαν το όνομα του ανταγωνιστή όταν ρωτήθηκαν ‘Ποια εταιρεία έρχεται πρώτη στο νου σας από αυτόν τον κλάδο;’
- Το μερίδιο καρδιάς – το ποσοστό των πελατών που ανέφεραν το όνομα του ανταγωνιστή όταν ρωτήθηκαν ‘Από ποια εταιρεία θα προτιμούσατε να αγοράσετε το προϊόν;’



Ανάλυση ανταγωνισμού 14/19

Μια υποθετική δομή της αγοράς αποτελείται από:

- 40% ηγέτης της αγοράς.
- 30% διεκδικητής της αγοράς.
- 20% ουραγός της αγοράς.
- 10% δραστηριοποιούμενο σε κόγχη της αγοράς.



Εικόνα 2



Ανάλυση ανταγωνισμού 15/19

Αύξηση της συνολικής ζήτησης της αγοράς από:

- Νέους πελάτες.
- Περισσότερη χρήση.



Ανάλυση ανταγωνισμού 16/19

Παράγοντες σχετικοί με την επιδίωξη διεύρυνσης του μεριδίου αγοράς.

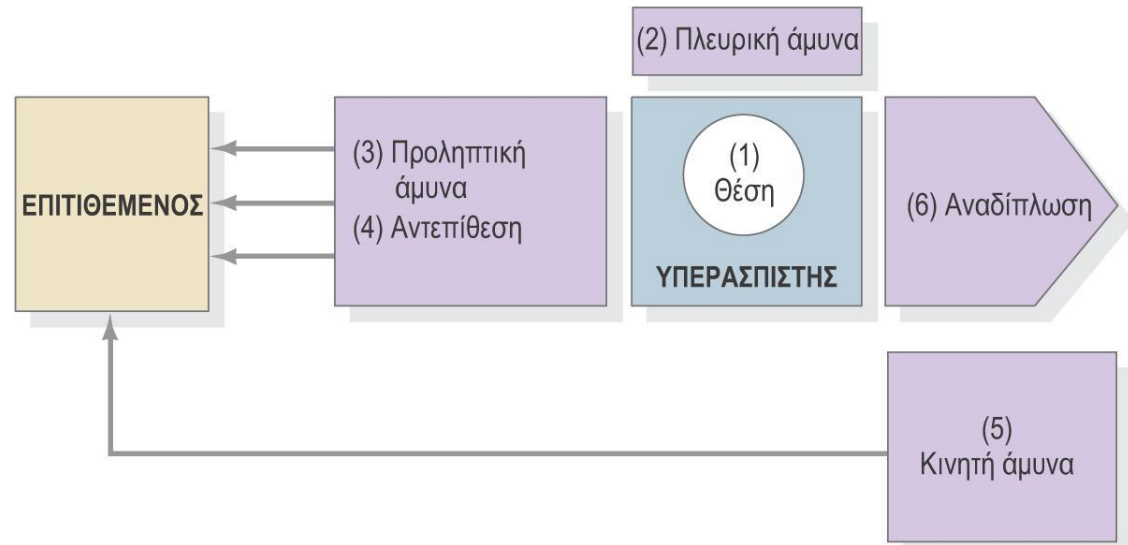
- Η πιθανότητα πρόκλησης αντιμονοπωλιακού ελέγχου.
- Το οικονομικό κόστος.
- Η επιδίωξη εσφαλμένης στρατηγικής στο μείγμα του μάρκετινγκ.
- Η επίπτωση της αύξησης του μεριδίου αγοράς στην πραγματική και την εκλαμβανόμενη ποιότητα.



Ανάλυση ανταγωνισμού 17/19

Έξι τύποι αμυντικής στρατηγικής:

- Υπερασπιστής.
- Πλευρική άμυνα.
- Προληπτική άμυνα.
- Αντεπίθεση.
- Κινητή άμυνα.
- Αναδίπλωση.



Εικόνα 3



Ανάλυση ανταγωνισμού 18/19

Γενικές επιθετικές στρατηγικές:

- Μετωπική επίθεση.
- Πλευροκόπηση.
- Κυκλωτική επίθεση.
- Παρακαμπτήρια επίθεση.
- Ανταρτοπόλεμος.



Ανάλυση ανταγωνισμού 19/19

Συγκεκριμένες επιθετικές στρατηγικές.

- Έκπτωση στις τιμές.
- Πιο φτηνά αγαθά.
- Τιμολόγηση αγαθών και υπηρεσιών με βάση την αξία.
- Αγαθά με κύρος.
- Πολλαπλασιασμός προϊόντων.
- Καινοτομικό προϊόν.
- Βελτίωση υπηρεσιών.
- Καινοτομίες στη διανομή.
- Μείωση του κόστους παραγωγής.
- Έντονη διαφημιστική προώθηση.



Βιβλιογραφία

Kotler, P., and Keller, K.L. (2006), Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, 12^η Αμερικανική έκδοση, Κλειδάριθμος.



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Χριστίνα Μπουτσούκη.
«Στρατηγικό Μάρκετινγκ. **Ενότητα 6:** Ανάλυση ανταγωνισμού». Έκδοση: 1.0.
Θεσσαλονίκη 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:
<http://eclass.auth.gr/courses/OCRS167/>



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Παρόμοια Διανομή [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>





Τέλος ενότητας

Επεξεργασία: Έλλη Βλαχοπούλου
Θεσσαλονίκη, Εαρινό εξάμηνο 2013-2014



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Σημειώματα

Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

- το Σημείωμα Αναφοράς
- το Σημείωμα Αδειοδότησης
- τη δήλωση Διατήρησης Σημειωμάτων
- το Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (εφόσον υπάρχει)

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.

