

ΔΕΘ 40

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

DIXONS
CARPHONE

-TOMOS A-

 **Dixons**
Carphone

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΒΙΚΥ ΒΑΡΔΑ :
vicky.eclass4u@gmail.com



Η έννοια της επιχειρηματικότητας στην εποχή που ζούμε, όπου χαρακτηρίζεται από τις συνεχείς εξελίξεις της τεχνολογίας και των εφαρμογών της πληροφορικής και, την κατ' επέκταση, ενίσχυση του ανταγωνισμού λόγω του έντονου ρυθμού ενοποίησης και παγκοσμιοποίησης των αγορών, τίθεται σε νέο πλαίσιο καλώντας τους επιχειρηματίες να εφαρμόσουν νέα μοντέλα ανάπτυξης και να προσαρμόσουν τις στρατηγικές τους στο ιδιαίτερα ρέον εξωτερικό περιβάλλον.

Το σωστό μάνατζμεντ και η επιλογή κατάλληλων στρατηγικών αναδεικνύεται ως ο μείζων παράγοντας για την αποτελεσματική οικονομική κατάσταση κάθε επιχείρησης και την διατήρησή της στην αρένα της αγοράς. Μέσα σε αυτή τη νέα εποχή οι επιχειρήσεις καλούνται να διαμορφώνουν νέες μεθόδους στρατηγικής ανάπτυξης προσαρμοσμένες στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του εξωτερικού τους περιβάλλοντος και με απώτερο σκοπό την οικονομική τους άνθιση.

Ερώτημα 1.1 (15%)

Εντοπίστε και αναλύστε περιεκτικά τους κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν το ευρύτερο μάκρο περιβάλλον του Ομίλου Dixons Carphone σύμφωνα με το μοντέλο PEST-DG (Πολιτική/Νομική διάσταση, Οικονομική διάσταση, Κοινωνική – Πολιτιστική διάσταση, Δημογραφική διάσταση, Τεχνολογική διάσταση, Παγκόσμια διάσταση).

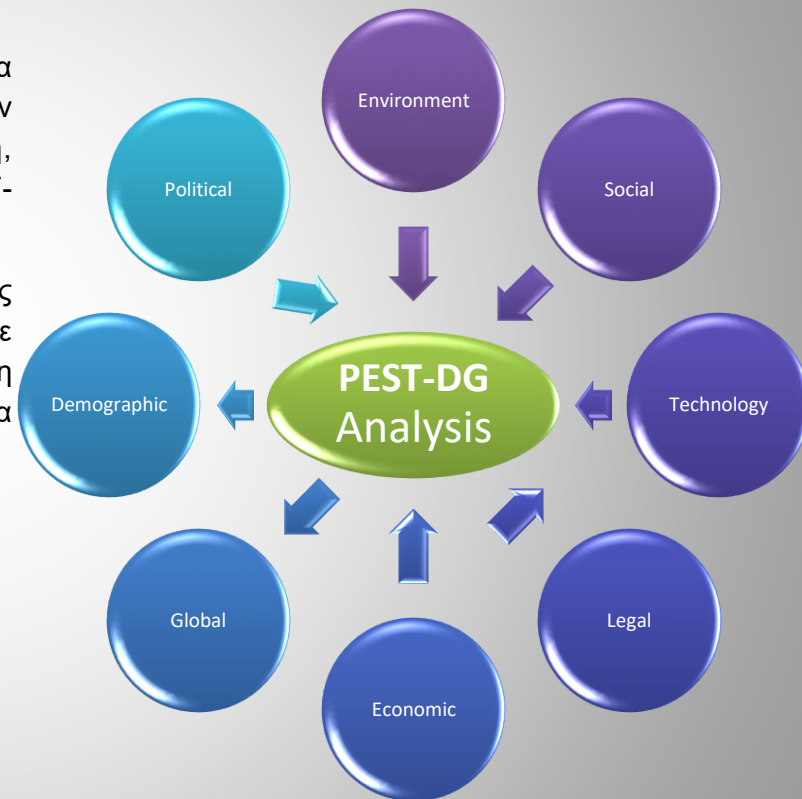


*Θεωρία για την απάντησή σας θα βρείτε
στην ενότητα 2.1 σελ.69-77*

Στην προσπάθειά τους να μειώσουν την αβεβαιότητα ενός παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος επιχειρηματικής δραστηριότητας, τα στελέχη μιας επιχείρησης συλλέγουν πληροφόρηση, πολύτιμη για τη λήψη αποφάσεων σε διάφορα πεδία.

Προκειμένου μάλιστα η διαδικασία να αποτελεί μέρος μιας ευρύτερα σχεδιασμένης στρατηγικής για την ανάλυση όλων εκείνων των παραγόντων που επιδρούν σε μια αγορά, κλάδο και σε κάθε επιχείρηση, εφαρμόζονται μοντέλα, όπως αυτό που προτείνει η προσέγγιση PEST-DG.

Στο εν λόγω υπόδειγμα διακρίνονται έξι επιμέρους κατηγορίες μεταβλητών, οι οποίες συμβάλλουν στην οργάνωση της μελέτης κάθε πεδίου ενδιαφέροντος για την επιχείρηση και είναι η πολιτικονομική, η οικονομική, η κοινωνική, η τεχνολογική, η δημογραφική και η παγκόσμια (Παπαδάκης, 2012, σελ.66-67).



Στην προκειμένη περίπτωση για τον Όμιλο Dixons στην ελληνική αγορά



Πηγές τεκμηρίωσης

Πολιτική Αστάθεια

Καθεστώς Δημοσιονομικής Προσαρμογής

Δυσκολία Δανεισμού

Έλλειψη ρευστότητας

Αύξηση φορολογίας των επιχειρήσεων

<https://www.ebmteam.gr/sectors/electric>,
<https://www.kathimerini.gr/1019391/article/oikonomia/epixeirhseis/sthn-priza-o-klados-twn-hlektrikwn-syskeywn>,
<https://corporate.kotsovolos.gr/gr/company/oi-drastiriotites-mas/>,
<https://www.insider.gr/epiheiriseis/tehnologia/104893/hronia-anakataxeon-2019-stin-agora-ton-ilektrikon-kai-ilektronikon>,
<https://www.kathimerini.gr/1046449/gallery/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/meiwseis-apo-th-nea-forologikh-klimaka>
<https://www.euro2day.gr/news/economy/article/1682046/se-poi-a-proionta-meionetai-o-fpa-apo-deytera.html>

**Σε
πολιτικό
επίπεδο**

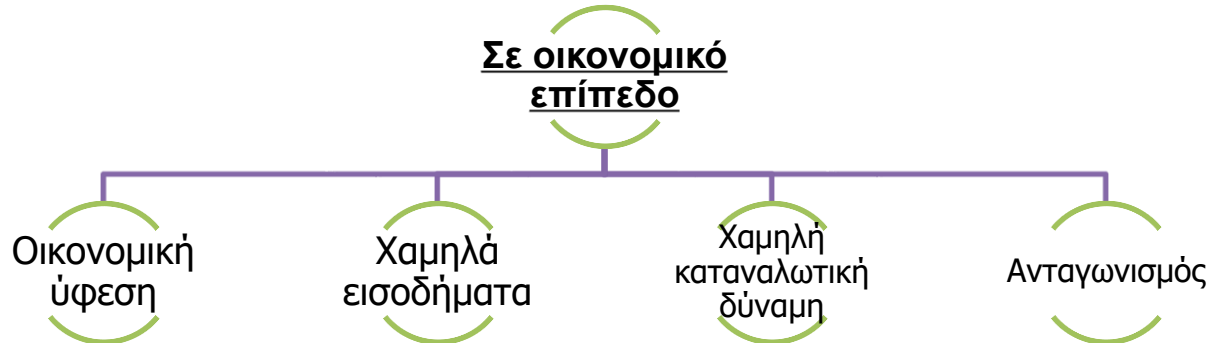
- Το περιβάλλον του ομίλου *Dixons* επηρεάζεται από το θεσμικό και νομικό πλαίσιο και από τις ευρύτερες και ειδικές πολιτικές του Κράτους. Οι παράγοντες που εξετάζονται εδώ αναφέρονται κυρίως στη νομοθεσία, τη φορολογία, την πολιτική του ανταγωνισμού, τους ρυθμιστικούς κανόνες και την προστασία του περιβάλλοντος, στο ασφαλιστικό, στις εργοδοτικές εισφορές, στους κανονισμούς για το εμπόριο και στη γενική πολιτική εικόνα της χώρας, δηλαδή για τη σταθερότητα ή αστάθειά της.
- Στο πλαίσιο αυτό ο όμιλος αντιμετωπίζει μία αγορά που προσπαθεί να ορθοποδήσει μετά τη μακρά περίοδο της κρίσης. Οι επενδύσεις την τελευταία δεκαετία ήταν περιορισμένες στον κλάδο που εξετάζεται ενώ την ίδια περίοδο έβαλαν λουκέτο πλήθος μικρών εμπορικών επιχειρήσεων στο χώρο προώθησης ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών. Η αυξημένη φορολόγηση και το ύψος των εργοδοτικών εισφορών αποτέλεσε εξίσου ανασταλτικό παράγοντα για τις εταιρείες του κλάδου και μάρκες όπως ο *Κωτσόβολος* είδαν την κερδοφορία τους να πέφτει κατακόρυφα.
- Στην παρούσα συγκυρία αναμένεται όπως έχει εξαγγελθεί από τη νέα κυβέρνηση να γίνει μείωση των άμεσων και έμμεσων φόρων σε μία προσπάθεια επανεκκίνησης της Ελληνικής οικονομίας. Τα νέα νομοσχέδια κατατέθηκαν και η αγορά αναμένει με αγωνία τις μεταρρυθμίσεις που θα ωθήσουν την Ελληνική οικονομία σε νέο ρυθμό ανάπτυξης.





Σύμφωνα με κλαδικές μελέτες στο χρονικό διάστημα της κρίσης οι αλυσίδες καταστημάτων ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών είχαν καθοδική πορεία ως αποτέλεσμα της ραγδαίας επιδείνωσης της εγχώριας οικονομίας και της συρρίκνωσης του εισοδήματος των καταναλωτών.

Το ποσοστό της πτώσης έφτασε το 40%, ενώ την τελευταία τριετία το μέγεθος αυτού του κλάδου αυξήθηκε σωρευτικά και πλησιάζει ξανά αύξηση. Οι επιπτώσεις της κρίσης σταδιακά χάνουν την ένταση τους με αποτέλεσμα να επανέρχεται και η εμπιστοσύνη του Καταναλωτή στην κυβερνητική προσπάθεια για εξυγίανση. Οι σχετικοί δείκτες όπως προκύπτουν από τα ερευνητικά συμπεράσματα των αρμοδίων οργανισμών φαίνεται να βελτιώνεται, γεγονός που αποτυπώνεται και στην αύξηση της καταναλωτικής δαπάνης των ελληνικών νοικοκυριών.



Τα πρώτα αισιόδοξα σημάδια ήρθαν το 2017 και το 2018 οι προσδοκίες αυξήθηκαν αφού οι πωλήσεις ηλεκτρονικών και ηλεκτρικών συσκευών παρουσίασαν σημαντική αύξηση, της τάξης του 7,3%, φτάνοντας τα 497 εκατ. ευρώ έναντι 460 εκατ. ευρώ το αντίστοιχο τρίμηνο του προηγούμενου έτους, σύμφωνα με την Gfk.

Εξ αυτών οι πωλήσεις των μεγάλων οικιακών συσκευών διαμορφώθηκαν στα 107 εκατ. ευρώ - αύξηση 4% σε σύγκριση με το πρώτο τρίμηνο του 2017, οι πωλήσεις των προϊόντων πληροφορικής, στις οποίες περιλαμβάνονται και τα προϊόντα υπερυψηλής ανάλυσης 4K, έφτασαν τα 109 εκατ. ευρώ ενώ τα 74 εκατ., αύξηση δηλαδή 3,1% καταγράφηκε και στις πωλήσεις της κατηγορίας «ηλεκτρονικά καταναλωτικά είδη» χάρη στην αύξηση των πωλήσεων των τηλεοράσεων.

Σημαντικό για το οικονομικό περιβάλλον του ομίλου Dixons είναι και το γεγονός της επικείμενης συμφωνίας μεταξύ Public και Media Markt. Η συγχώνευση αυτή θα φέρει ακόμα μεγαλύτερη συγκέντρωση της αγοράς θέλω αναμένεται να διεκδικήσει με πιο δυναμικό τρόπο μερίδια από τον ήδη συρρικνωμένο ελληνικό κλάδο.





Το κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον αντιπροσωπεύει το σύνολο των χαρακτηριστικών που διακρίνουν τα μέλη διαφορετικών κατηγοριών πολιτών και καταναλωτών μεταξύ τους. Τα χαρακτηριστικά του πληθυσμού και πιο συγκεκριμένα οι προτιμήσεις του, οι τάσεις και οι συμπεριφορές που εκδηλώνουν οι καταναλωτές και τα πρότυπα που ακολουθούν απασχολούν έντονα τις επιχειρήσεις οποιοδήποτε κλάδου.

Στην Ελλάδα, η κοινωνία και γενικά το καταναλωτικό κοινό έχει ταλαιπωρηθεί από τις περικοπές του εισοδήματος του και από τις αυξήσεις των φόρων με συνέπεια και την αλλαγή των αγοραστικών του προτιμήσεων. Ως είδη πολυτελείας τα ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά είδη είναι από τις πρώτες δαπάνες που περικόπτονται σε περίπτωση μειωμένων εισοδημάτων. Αυτή τη στιγμή στην Ελληνική οικονομία οι καταναλωτές εντάσσονται σε ποσοστό πάνω από 40% στη μεσαία τάξη. Αυτό σημαίνει ότι έχει διαμορφωθεί αντίστοιχα και η σχετική τους αγοραστική δύναμη με συνέπεια να προτιμούν οικονομικότερα, συμφερότερα, υποδεέστερα σε ποιότητα και με καλύτερους οικονομικούς όρους προϊόντα.

Σε πολιτιστικό κοινωνικό
επίπεδο

Ελάττωση αγορών και
προτιμήσεις προϊόντων
ιδιωτικής ετικέτας

Στα θετικά στοιχεία του κοινωνικού και πολιτικού πλαισίου ανήκουν

✓ οι αλλαγές στον τρόπο ψυχαγωγίας στο σπίτι, αφού παρατηρείται μία τάση για περισσότερο gaming από δεδομένες ηλικιακές ομάδες

✓ Παράλληλα, το ελληνικό αγοραστικό κοινό είναι γνωστό για την προτίμησή του σε σύγχρονα, νέα μοντέλα τεχνολογίας, κινητά , PC, laptop και άλλα, γεγονός που φέρνει και μία σχετικά ανοδική πορεία στις πωλήσεις τους την τελευταία διετία

✓ Τέλος, έντονος είναι ο ρυθμός ανάπτυξη των ηλεκτρονικών αγορών, αφού οι ιστότοποι με e-shop είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς στο κοινό. Στατιστικές για το πεδίο αυτό δείχνουν μία προοδευτική ενίσχυση του ποσοστού του ελληνικού καταναλωτικού κοινού που συναλλάσσεται ηλεκτρονικά όχι μόνο για μικρές συσκευές αλλά ακόμη και για το σύνολο των ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών των νοικοκυριών τους.



POSITIVE

Σε τεχνολογικό επίπεδο

Τεχνολογική και Καινοτομική
Ετοιμότητα

Ο κλάδος χαρακτηρίζεται από τις ραγδαίες εξελίξεις, νέες ανακαλύψεις και από τη γενική καινοτομία που επικρατεί. Τα πληροφοριακά συστήματα που έχουν αναπτυχθεί στην Ελλάδα διευκολύνουν τόσο την παραγωγική διαδικασία, την προμήθεια εισαγόμενων ειδών και την παρακολούθηση του δικτύου διανομής, όσο και τις πωλήσεις, τα αρχεία των πελατών και τα στατιστικών των οικονομικών τους στοιχείων, αυξάνοντας τη διαχειριστική και διοικητική ικανότητα και την προοπτική ανάπτυξης, ομίλων όπως ο Dixons Carphone.

Η μεγάλη πρόοδος στον τομέα συνοδεύεται και από τη βελτίωση των κρατικών υποδομών, την αύξηση ταχύτητας μεταφοράς δεδομένων, τις επενδύσεις σε οδικές αρτηρίες, κ.ά.

Παράλληλα, η τεχνολογία σε παγκόσμιο επίπεδο φέρνει νέα μοντέλα και πιο εύστοχους τρόπους ικανοποίησης των καταναλωτικών αναγκών, δημιουργώντας νέα ζήτηση από το κοινό.



Σε δημογραφικό επίπεδο



Αντίδραση και συγκέντρωση δυνάμεων των μικρών επιχειρήσεων και αλυσίδων σούπερ μάρκετ της περιφέρειας

Η ηλικιακή δομή του ελληνικού πληθυσμού έχει αλλάξει. Η κρίση είχε επιπτώσεις και σε αυτόν τον τομέα, με τις γεννήσεις να μειώνονται και να μεταβάλλεται αρνητικά η σύνθεση της ελληνικής κοινωνίας, με περισσότερο γηραιό πληθυσμό παρά παιδιά. Οι γάμοι περιορίστηκαν, ενώ ακόμη και τα νέα ζευγάρια λόγω οικονομικής αδυναμίας δεν δαπανούν το ίδιο ύψος κεφαλαίων για να στήσουν το νοικοκυριό τους, αλλά περιορίζονται τα απολύτως απαραίτητα

Σε παγκόσμιο επίπεδο

Έντονος Ανταγωνισμός

Αυξημένη Κινητικότητα

Είσοδος Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Γεωπολιτικές εξελίξεις επηρεάζουν τις αγορές σε παγκόσμιο επίπεδο. Επίσης μεγάλες αλλαγές όπως αυτή του επικείμενου Brexit φέρνουν αναστάτωση στον επιχειρηματικό κόσμο και εντείνουν την αγωνία για το μέλλον των εισαγωγών. Όμιλοι εταιρειών όπως ο Dixons, που συνδέεται με την Αγγλία, αναμένεται να επηρεαστούν περισσότερο από τις συμφωνίες που ολοκληρώνονται αυτή την περίοδο μεταξύ βρετανικής κυβέρνησης και Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ερώτημα 1.2 (25%)

Με βάση τις παραπάνω πληροφορίες και χρησιμοποιώντας το μοντέλο των πέντε δυνάμεων του Porter, να αναλύσετε τις δυνάμεις που προσδιορίζουν την ένταση και τη φύση του ανταγωνισμού που αντιμετωπίζει ο Όμιλος στα πλαίσια του συγκεκριμένου κλάδου.

*Θεωρία για την απάντησή σας στην ενότητα
2.4 σελ.82-91*



1. ΑΠΕΙΛΗ ΕΙΣΟΔΟΥ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Στο πλαίσιο του σχεδιασμού της στρατηγικής της, κάθε επιχείρηση πέρα από το μακρο-περιβάλλον της χρειάζεται να παρακολουθεί, να αναλύει και να μελετά και το μικρο-περιβάλλον της προκειμένου να καταγράψει στοιχεία για την υφιστάμενη κατάσταση και να προσδιορίσει τις στρατηγικές της κινήσεις. Για τον σκοπό αυτόν και στο πλαίσιο της ανάλυσης του μικροπεριβάλλοντος, δηλαδή του ανταγωνιστικού της πλαισίου, ένας κλάδος μπορεί να αξιολογηθεί στη βάση των πέντε δυνάμεων του Porter

Προκειμένου η επιχείρηση να διαμορφώσει κατάλληλα τα στρατηγικά της βήματα, ελέγξει την ελκυστικότητα που της προσφέρει ο κλάδος και προσδιορίζει τη φύση και την ένταση του ανταγωνιστικού του περιβάλλοντος, εξετάζοντας τις παρακάτω δυνάμεις (Παπαδάκης, 2016, σελ.83):

Η ύπαρξη υποκατάστατων προϊόντων

Η ένταση του ανταγωνισμού από τις υπάρχουσες εταιρίες του κλάδου

Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών των επιχειρήσεων του κλάδου

Η πιθανότητα εισόδου νέων ανταγωνιστών

Ο κλάδος χαρακτηρίζεται από τα μεγάλα περιθώρια κέρδους, γεγονός που κάνει ιδιαίτερα ελκυστικό τον χώρο αυτόν. Η είσοδος ενός νέου παίκτη αποτελεί σημαντική απειλή καθώς αυξάνει τον ήδη αυξημένο υφιστάμενο ανταγωνισμό (Παπαδάκης, 2016, σελ.82-93).

Η δε απαίτηση για μεγάλα κεφάλαια κίνησης είναι υψηλή, ενώ ανεξάρτητα από το αν πρόκειται για αλυσίδες ή για μικρότερου μεγέθους επιχειρήσεις υπάρχουν κοστολογικά πλεονεκτήματα (Παπαδάκης, 2016, σελ.82-93), που στηρίζονται στη δυνατότητα πρόσβασης σε συμφέρουσες πηγές πρώτων υλών και εμπορευμάτων, στην καλή γνώση του κλάδου από την μεγάλη παρουσία σε αυτόν, από την τεχνογνωσία και την πρόσβαση σε πόρους, κ.ο.κ



1. ΑΠΕΙΛΗ ΕΙΣΟΔΟΥ ΝΕΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



Η συγκέντρωση του εγχώριου κλάδου σε λίγες και μεγάλες επιχειρήσεις δημιουργεί υψηλά εμπόδια εισόδου αφού μερικές μόνο μεμονωμένες επωνυμίες κυριαρχούν στην αγορά. Το συνολικό μέγεθος της Ελληνικής αγοράς για λευκές και μαύρες συσκευές ξεπερνάει τα 2 δις ευρώ , ενώ αν σε αυτά προστεθούν και τα συμπληρωματικά προϊόντα όπως φωτογραφικές μηχανές μικρές οικιακές συσκευές και μικροί ηλεκτρονικοί υπολογιστές το ποσό αυτό διπλασιάζεται.

Η ανοδική αυτή πορεία είναι κίνητρο για ξένες και ελληνικές επιχειρήσεις να θέλουν να διεκδικήσουν μερίδια, ειδικά για αυτές που δραστηριοποιούνται στο ψηφιακό περιβάλλον με e-shop , ένα εγχείρημα και απαιτεί μικρότερη επένδυση. Σε γενικές γραμμές πάντως η απειλή θεωρείται από αδύναμη έως μέτρια και δεν αποτελεί σημαντικό κίνδυνο για τον όμιλο Dixons.

Η αγορά των ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών στην Ελλάδα

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ 2018 (ΣΕ ΕΚΑΤ. ΕΥΡΩ)	ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ
Τηλεπικοινωνίες	666	9,5%
Μεγάλες οικιακές συσκευές (κουζίνες, ψυγεία, πλυντήρια κ.ά.)	480	5,8%
Προϊόντα πληροφορικής	475	2,0%
Ηλεκτρονικά καταναλωτικά αγαθά (τηλεοράσεις, πλ. κ.ά.)	347	5,4%
Μικρές οικιακές συσκευές (σίδερα, ξηραστήρες κ.ά.)	158	4,8%
Είδη εξοπλισμού γραφείων και αναλώσιμων (εκτυπωτές κ.ά.)	32	-8,6%
Φωτογραφικά είδη	28	-10,8%
ΣΥΝΟΛΟ	2186	5,4%

2. ΑΠΕΙΛΗ ΕΙΣΟΔΟΥ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



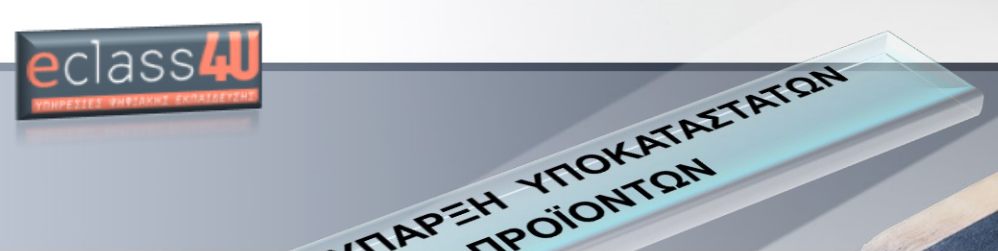
Όπως έχει ήδη αναφερθεί ο ανταγωνισμός στον κλάδο είναι έντονος αφού αποτελείται από πολλές τόσο μεγάλες όσο και μικρές επιχειρήσεις , οι οποίες απευθύνονται σε ένα κοινό που ταλανίζεται από τη μείωση του εισοδήματός του και την επιβεβλημένη γενικότερη λιτότητα.

Ο ρυθμός ανάπτυξης είναι το τελευταίο διάστημα ανοδικός και σχετικές μελέτες και έρευνες δείχνουν την τάση των καταναλωτών να συγκρίνουν πριν αγοράσουν , ενώ η σμίκρυνση του εισοδήματος προκαλεί πολέμους τιμών, προσφορών και γενικότερα ένταση στις υφιστάμενες επιχειρήσεις οι οποίες προσπαθούν να διατηρούν τουλάχιστον τα μερίδια που έχουν εξασφαλίσει αναζητώντας λύσεις σε στρατηγικές σταθερότητας και όχι τόσο ανάπτυξης (<http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=698541>) .

Όλες οι μεγάλες αλυσίδες του κλάδου εφαρμόζουν πολιτική διευκολύνσεων και προσφορών, γεγονός που προκαλεί συμπίεση του περιθωρίου κέρδους και πόλεμο τιμών. Παράλληλα όπως έχει ήδη αναφερθεί ,την παρούσα περίοδο πραγματοποιούνται οι τελικές διαπραγματεύσεις για τη συνένωση δύο μεγάλων αλυσίδων, της Public και της Media Markt , η οποία αναμένεται να φέρει η συνολική αναδιάρθρωση του κλάδου.

Απειλή χαρακτηρίζεται η εν λόγω διάσταση, καθώς είναι υψηλός ο ανταγωνισμός στις υφιστάμενες λιανεμπορικές επιχειρήσεις και ειδικότερα στους ομίλους και δημοφιλείς μάρκες όπως Κωτσόβολος, Public και Media Markt εντείνοντας τις αδυναμίες διατήρησης ικανοποιητικών κύκλων εργασιών από τα περισσότερα καταστήματα στην Ελλάδα.





Στον κλάδο των ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών ως υποκατάστατα των προϊόντων των κυρίαρχων εταιρειών μπορούν να θεωρηθούν οι συσκευές, τα είδη και ο εξοπλισμός, τα αναλώσιμα και τα περιφερειακά υλικά που μπορεί να βρει ένας καταναλωτής σε μικρότερου μεγέθους διαδικτυακές κυρίως επιχειρήσεις.

Επιπλέον τα μεταχειρισμένα και τα ανακατασκευασμένα ανήκουν στην κατηγορία των υποκατάστατων. Ένας όμιλος όπως ο Dixons δεν επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τα υποκατάστατα καθώς οι καταναλωτές προτιμούν συγκεκριμένο επίπεδο ποιότητας και σχέση τιμής με αποτέλεσμα να αναζητούν γνωστές μάρκες και αξιόπιστες αλυσίδες καταστημάτων λιανικής για να τα προμηθευτούν. Συνεπώς η απειλή θεωρείται χαμηλή.



4. Η ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΙΚΗ ΔΥΝΑΜΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ



Ανάλογα με το μέγεθος και τη φύση του προϊόντος που προωθεί κάθε προμηθευτής επιδρά σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό στην ανταγωνιστικότητα ενός ομίλου όπως ο Dixons. Αυτό σημαίνει ότι οι προμηθευτές όπως η Apple, η Samsung, η Sony, η Bosch, η Miele και άλλες, έχουν τη δύναμη να διαπραγματευτούν τους όρους συναλλαγών. Μικρότερου μεγέθους και δυναμικής προμηθευτές της εγχώριας αγοράς δε φαίνεται να μπορούν να διαθέσουν κάποιο μοχλό πίεσης.

Από την άλλη μία σχετική διαπραγματευτική δύναμη διαθέτουν εταιρείες που προσφέρουν διαφοροποίηση και εξατομικευμένη εξυπηρέτηση όπως για παράδειγμα εταιρείες που δημιουργούν private label συσκευές μετά από ειδική παραγγελία και στα μέτρα του πελάτη όπως κάνει το ΠΛΑΙΣΙΟ με τη σειρά TURBO-X, αλλά και η Cosmodata με τις ανακατασκευές υπολογιστών και τη δημιουργία προσωπικών υπολογιστών με προδιαγραφές που καθορίζει ο πελάτης, σύμφωνα με τις ανάγκες του. Η απειλή από τους προμηθευτές δεν θεωρείται σημαντική ώστε να περιορίσει την απόδοση του ομίλου Dixons.



Τον αριθμό τους .
Αν είναι λίγοι κυριαρχούν στους στους
περισσότερες κλάδους

Το μέγεθος και την σημασία
του πελάτη

Την ικανότητα ενός
υποκατάστατου να
αντικαταστήσει τα προϊόντα τους

Την ικανότητα του προμηθευτή για
κάθετη ολοκλήρωση

Την διαφοροποίηση των
προϊόντων ή των υπηρεσιών τους

4. Η ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΙΚΗ ΔΥΝΑΜΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ/ΑΓΟΡΑΣΤΩΝ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Οι πελάτες του κλάδου επιλέγουν προϊόντα με βάση τις ανάγκες και προτιμήσεις τους και δεν έχουν τη δυνατότητα να συγκεντρωθούν για να πιέσουν για μειώσεις τιμών. Ωστόσο, λόγω της δημοσιοποίησης των τιμοκαταλόγων των αλυσίδων τέτοιων ειδών και της πλούσιας πληροφόρησης για τις διαφορές τους από κατάσταση σε κατάσταση, ο καταναλωτής έχει τη δύναμη να επιλέγει προϊόντα που του προσφέρονται σε καλύτερη τιμή - για αυτόν προσιτή- στο επίπεδο της ποιότητας που μπορεί να πληρώσει.

Σημαντική παράμετρος στη δυναμική των αγοραστών αποτελεί και το σύνολο των παρεχόμενων συνοδευτικών υπηρεσιών. Ο σύγχρονος πελάτης έχει γίνει πιο απαιτητικός για σέρβις. Πιέζει για πιο πολλά χαρακτηριστικά, για μεγαλύτερης διάρκειας εγγύηση των συσκευών που αγοράζει και διαπραγματεύεται σκληρά τους όρους πληρωμής. Ακόμη, οι επαγγελματίες πελάτες δηλαδή οι επιχειρήσεις που αγοράζουν τέτοια είδη μαζικά π.χ. τουριστικές μονάδες, μονάδες υγείας, χώροι μαζικής εστίασης και διάφορες εταιρείες εκδηλώσεων, κ.ά., πιέζουν για καλύτερες τιμές, διαπραγματευόμενοι μεγαλύτερη ποσότητα και καλύτερες τιμές λευκών και μαύρων συσκευών.



Είναι μεγάλοι και λίγοι.



Είναι πολλοί και έχουν την δυνατότητα να συγκεντρωθούν



Έχουν την δυνατότητα της πληροφόρησης



Έχουν την δυνατότητα πρόσβασης στην τιμολογιακή πολιτική