

Εταιρική στρατηγική

Παράδειγμα ανάλυσης

Άσκηση - Στεργίου!

Η επιχείρηση Στεργίου (<http://www.stergiou.gr>) ξεκινώντας από ένα μικρό ζαχαροπλαστείο στη Νέα Φιλαδέλφεια έχει καταφέρει να κατέχει ηγετική θέση στην αγορά συσκευασμένων προϊόντων αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής και σάντουιτς. Το 1999 η εταιρεία επεκτάθηκε με την ίδρυση της «Οικογένεια Στεργίου ΑΕ» (<http://oikostergiou.gr/>).

(α) Ποιες εταιρικές στρατηγικές βλέπετε να έχει ακολουθήσει διαχρονικά η επιχείρηση;

Απάντηση - Στεργίου (1)

Με βάση το ιστορικό της επιχείρησης σχετικά άρθρα που μπορεί να βρει κανείς στο διαδίκτυο, αλλά και τις πληροφορίες στη σελίδα της νέας εταιρείας «Οικογένεια Στεργίου», μπορεί κανείς να εντοπίσει διαφορετικές στρατηγικές ανάπτυξης, ως ακολούθως:

<http://www.stergiou.gr/ArticlesContinuous.aspx?C=4>

<https://bankingnews.gr/index.php?id=466718>

[https://www.economistas.gr/epiheiriseis/9303_oikogeneia-stergiou-efyge-
apo-ti-zoi-o-idrytis](https://www.economistas.gr/epiheiriseis/9303_oikogeneia-stergiou-efyge-
apo-ti-zoi-o-idrytis)

<http://oikostergiou.gr>

Απάντηση - Στεργίου (2)

- Εκκίνηση: Μικρό εργαστήριο ζαχαροπλαστικής.
- Πρώτα στάδια: (α) **Ανάπτυξη προϊόντος** (ανάπτυξη υπαρχόντων και παραγωγή νέων προϊόντων ζαχαροπλαστικής / γλυκίσματα), (β) **Οριζόντια ολοκλήρωση** (εμπλουτίζει την γκάμα των προϊόντων, με είδη αρτοποιίας, σάντουιτς, προϊόντα σφολιάτας και επιδόρπια).
- 1989: Λειτουργία καταστήματος λιανικής στην Μεταμόρφωση (**Κάθετη ολοκλήρωση προς τα εμπρός**).
- 1998: Επέκταση του δικτύου πωλήσεων στην ευρύτερη αγορά (Πώληση προϊόντων σε περισσότερα ζαχαροπλαστεία) (**Ανάπτυξη αγοράς**).

Απάντηση - Στεργίου (3)

- 2000: Λειτουργία θυγατρικής με την επωνυμία «Διανομές Στεργίου Α.Ε.» (**Κάθετη ολοκλήρωση προς τα εμπρός** – αποκτά πρόσβαση στα κανάλια διανομής).
- 2007: Επέκταση σε νέες **κλειστές αγορές** (π.χ., αεροδρόμια, πλοία, αρχαιολογικοί χώροι, νοσοκομεία, κ.ά.) (**Ανάπτυξη αγοράς**).
- 2017: Λειτουργία ηλεκτρονικής πλατφόρμας παραγγελιοληψίας πελατών (**Κάθετη ολοκλήρωση προς τα εμπρός**).
- **Ανάπτυξη αγοράς**: Τρία καταστήματα «Υπογραφή Στεργίου», σε Φιλαδέλφεια, Κηφισιά και Μεταμόρφωση.

Απάντηση - Στεργίου (4)

Κριτική σκέψη φοιτητή (επιπρόσθετη ανάλυση):

- **Η βασική στρατηγική στόχευση της εταιρίας φαίνεται να είναι η ανάπτυξη αγοράς:** Προσπαθεί να προωθεί συνεχώς τα υπάρχοντα προϊόντα της σε νέα τμήματα αγοράς: π.χ., (α) Ελληνικός στρατός, (β) Super market & mini market, (γ) Επέκταση σε νέες κλειστές αγορές, (δ) Κάλυψη κυλικείων, κλπ.
- Επίσης, προσθέτει, συχνά-πυκνά, νέες οικογένειες συγγενικών προϊόντων (διευρύνει τις οικογένειες προϊόντων της): **Οριζόντια ολοκλήρωση**). Τα προϊόντα αυτά διαθέτει στις παραπάνω αγορές.
- Τέλος, εφαρμόζει **κάθετη ολοκλήρωση προς τα εμπρός**: Διανέμει τα προϊόντα της, μέσω πωλητών ex-va, με ιδιόκτητο στόλο φορτηγών αυτοκινήτων στους πελάτες της.