

Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά Τεχνολογικού
Τομέα Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας
Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής

Η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ LENOVO ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ



Όνομα Φοιτητή: Μαϊλαϊ Πάουλα (ΑΜ.14096)

Επιβλέπων Καθηγητής: Νίκος Συκιανάκης

Αθήνα, 2018

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να εκφράσω τη βαθύτερη ευγνωμοσύνη μου στον επιβλέπων καθηγητή, κο. Νίκο Συκιανάκη, και στο Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά Τεχνολογικού Τομέα, για την έμπνευση, την υποστήριξη, την ενθάρρυνση, και την καθοδήγηση που μου πρόσφεραν.

Η εργασία είναι αφιερωμένη στην οικογένεια μου, στους γονείς μου, για την αγάπη και την υποστήριξη που μου δίνουν όλα αυτά τα χρόνια. Χωρίς αυτούς δεν θα είχα φθάσει μέχρι εδώ.

Τίτλος Εργασίας:

Η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ LENOVO ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Περίληψη

Από μια μικρή κινέζικη εταιρεία κατασκευής ηλεκτρονικών υπολογιστών αποκλειστικά για την Κίνα, η Lenovo κατάφερε να αναδειχθεί σε ένα κολοσσό της πληροφορικής με ηγετική θέση στην κατασκευή υπολογιστών και κινητών τηλεφώνων, γραφεία στις ΗΠΑ και παρουσία σε ολόκληρη την υφήλιο. Το όνομα της πλέον είναι συνώνυμο της καινοτομίας, καλύπτοντας όλες τις ανάγκες των καταναλωτών. Στην ελληνική αγορά η εταιρεία εισήλθε πριν τέσσερα περίπου χρόνια, παρέχοντας πρωτοποριακά προϊόντα και υπηρεσίες, σε προσιτές τιμές. Γρήγορα απέκτησε ένα σημαντικό μερίδιο της ελληνικής αγοράς, ανεβαίνοντας στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Την ίδια στιγμή, η εταιρεία συνεχώς βελτιώνεται προκειμένου να παρέχει στους καταναλωτές της ανά την υφήλιο προϊόντα τελευταία τεχνολογίας.

Λέξεις κλειδιά: Lenovo, ελληνική αγορά, ηλεκτρονικοί υπολογιστές, smartphones, tablets, “Moto”.

TITLE

THE TRADE PRESENTATION OF LENOVO IN THE GREEK MARKET

Abstract

Lenovo managed, from a small Chinese computer manufacturer exclusively for China, to become an international technology firm. A leader in the manufacture of computers and mobile phone, with office in the United States, and presence across the globe. The name Lenovo is synonymous to the innovation, covering all needs of the consumers. In the Greek market, the company entered about four years ago, providing the Greek market with innovative products and services at affordable prices. The firm quickly acquired a significant share of the market. At the same time, Lenovo is constantly searching for new novelties, in order to provide to its consumers latest technology products.

Keywords: Lenovo, Greek market, computers, smartphones, tablets, “Moto”.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Εισαγωγή	7
1. Lenovo	9
1.1. Ιστορία	9
1.2. Οι ηγέτες πίσω από την εταιρεία	10
1.3. Το όραμα της Εταιρείας.....	11
1.4. Βραβεία	12
2. Προϊόντα	14
2.1. Φορητοί Υπολογιστές	14
2.2. Κινητά Τηλέφωνα	15
2.3. Tablets.....	16
2.4.Desktop & PC	16
3. Δίκτυα Διανομής και Πωλήσεων.....	18
4. Πλάνο Μάρκετινγκ	19
4.1. Στρατηγικές Εξάπλωσης.....	19
4.2. Διείσδυση Προϊόντων στην Ελληνική Αγορά	20
5. Ανταγωνισμός στην Ελληνική Αγορά	22
5.1. Στρατηγικές Συνεργασίες.....	23
5.1.1. Συνεργασία με IBM	23
5.1.2. Συνεργασία με Motorola.....	24
6. Οικονομικά Στοιχεία.....	26
7. Το Στοιχείο για το Μέλλον	28
Σύνοψη.....	29
Παράρτημα.....	30
Βιβλιογραφία	33

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΟΣ

Πίνακας_1: Ελληνική Αγορά Φορητών Η/Υ Brands.....	30
Πίνακας_2: Ελληνική Αγορά Κινητών Τηλεφ. Brands.....	30
Πίνακας_3: Ελληνική Αγορά Tablets Brands.....	31
Πίνακας_4: Ελληνική Αγορά Tablets.....	31
Πίνακας_5: Ελληνική Αγορά Desktop Υπολογιστών.....	32

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Lenovo ξεκίνησε ως μια εταιρεία κατασκευής ηλεκτρονικών υπολογιστών αποκλειστικά για την Κίνα, φθάνοντας να γίνει σήμερα μια από τις πλέον καινοτόμες εταιρείες τεχνολογίας, με προσωπικό 52.000 υπαλλήλους παγκοσμίως. Πλέον, η Lenovo Group Ltd. είναι μια κινεζική πολυεθνική εταιρεία τεχνολογίας με έδρα το Πεκίνο της Κίνας, και το Morrisville της Βόρειας Καρολίνας. Σχεδιάζει, αναπτύσσει, κατασκευάζει και πωλεί προσωπικούς και εμπορικούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές, tablets, smartphones, σταθμούς εργασίας¹, διακομιστές², ηλεκτρονικές συσκευές αποθήκευσης, λογισμικά διαχείρισης πληροφορικής, και έξυπνες τηλεοράσεις. Η Lenovo είναι ο μεγαλύτερος πωλητής προσωπικών υπολογιστών παγκοσμίως, σε πωλήσεις μονάδων, από το 2013. Σήμερα λανσάρει τις σειρές φορητών υπολογιστών ThinkPad, IdeaPad, Yoga, και Legion, καθώς και τις σειρές υπολογιστών IdeaCentre και ThinkCentre.

Η εταιρεία δραστηριοποιείται σε περισσότερες από 60 χώρες και πωλεί τα προϊόντα της σε περίπου 160 χώρες. Οι κύριες εγκαταστάσεις της Lenovo είναι στο Πεκίνο και στο Morrisville, με ερευνητικά κέντρα στο Πεκίνο, στη Σαγκάη, και σε άλλες μεγάλες πόλεις της Κίνας, καθώς και στην Ιαπωνία και στις ΗΠΑ. Η Lenovo, επίσης, έχει μια κοινοπραξία με την EMC που ονομάζεται LenovoEMC, η οποία πωλεί λύσεις αποθήκευσης συνδεδεμένες σε δίκτυο. Έχει επίσης μια κοινοπραξία με την NEC, την Lenovo NEC Holdings, η οποία παράγει προσωπικούς υπολογιστές για την ιαπωνική αγορά.

Στη παρούσα εργασία θα ασχοληθούμε με την παρουσία της εν λόγω κινεζικής εταιρείας στην ελληνική αγορά, τα προϊόντα που παρέχει στην αγορά αυτή, καθώς και το εύρος των τιμών τους. Θα αναφέρουμε ακόμη τους διανομείς, καθώς και τα σημεία πώλησης που έχει η κινεζική εταιρεία στην Ελλάδα. Θα μιλήσουμε για τους ανταγωνιστές που εμφανίζονται στην Ελλάδα στον κλάδο των τεχνολογικών προϊόντων, παρουσιάζοντας οικονομικά στοιχεία της Lenovo. Επιπρόσθετα, θα παραθέσουμε τις δύο σημαντικές εξαγορές που έκανε η εταιρεία, ήτοι την εξαγορά του PC Business της IBM, και της Motorola από τη Google. Ενώ, θα αναφέρουμε και τα μελλοντικά καινοτόμα σχέδια της Lenovo, για τη συνεχή εξέλιξη της.

¹ Workstations.

² Servers.

Η εργασία συνεχίζεται ως εξής, στο Κεφάλαιο 1 παραθέτεται η ιστορία της Lenovo, το όραμα της, καθώς και οι ηγέτες της εταιρείας, και οι διακρίσεις που έχει λάβει. Στο Κεφάλαιο 2 παραθέτονται τα προϊόντα που η εταιρεία εισάγει στην ελληνική αγορά. Στο Κεφάλαιο 3 αναφέρονται τα δίκτυα διανομής και πωλήσεων της εταιρείας στην ελληνική αγορά. Στο Κεφάλαιο 4 αναλύονται οι στρατηγικές εξάπλωσης που χρησιμοποιεί η κινέζικη εταιρεία, αλλά και οι στρατηγικές που ακολουθεί για τη διείσδυση των προϊόντων της στην ελληνική αγορά. Στο Κεφάλαιο 5 παρουσιάζεται ο ανταγωνισμός του τεχνολογικού κλάδου στην ελληνική αγορά, και αναφέρονται οι στρατηγικές συνεργασίες, αυτές της IBM και της Motorola. Στο Κεφάλαιο 6 παρουσιάζονται τα οικονομικά στοιχεία. Στο Κεφάλαιο 7 αναφέρονται τα μελλοντικά πλάνα της εταιρείας. Τέλος, η εργασία ολοκληρώνεται με τη Σύνοψη.

1. LENOVO

1.1. ΙΣΤΟΡΙΑ

Η Lenovo ιδρύθηκε στο Πεκίνο το Νοέμβριο του 1984, ως Legend, και ενσωματώθηκε στο χρηματιστήριο του Χονγκ Κονγκ το 1988. Η Lenovo εξαγόρασε την IBM, επιχείρηση ηλεκτρονικών υπολογιστών, το 2005. Και συμφώνησε να επεκτείνει την επιχειρηματική της δραστηριότητα στον τομέα των διακομιστών που βασίζεται στην Intel, το 2014. Η Lenovo εισήλθε στην αγορά smartphone το 2012 και κατάφερε ως το 2014 να εξελιχθεί στον μεγαλύτερο πωλητή smartphones στην ηπειρωτική Κίνα. Το 2014 η Lenovo εξαγόρασε από την Google την εταιρεία κατασκευής κινητών τηλεφώνων Motorola Mobility

Λεπτομερέστερα, ο Liu Chuanzhi ίδρυσε τη Lenovo την 1η Νοεμβρίου 1984 με μια ομάδα δέκα μηχανικών, στο Πεκίνο, με ¥200.000. Η κινεζική κυβέρνηση ενέκρινε την ενσωμάτωση της Lenovo την ίδια ημέρα. Η πρώτη σημαντική προσπάθεια τους, μια προσπάθεια να εισαχθούν τηλεοράσεις, απέτυχε. Η ομάδα ξαναχτίστηκε μέσα σε ένα χρόνο με τη διενέργεια ελέγχων ποιότητας στους υπολογιστές για νέους αγοραστές. Η Lenovo άρχισε σύντομα να αναπτύσσει έναν πίνακα κυκλωμάτων που θα επιτρέψει στους προσωπικούς υπολογιστές συμβατούς με την IBM να επεξεργάζονται κινέζικους χαρακτήρες Αυτό το προϊόν ήταν η πρώτη μεγάλη επιτυχία της Lenovo. Το 1990, η Lenovo άρχισε να κατασκευάζει και να εμπορεύεται υπολογιστές χρησιμοποιώντας το δικό της εμπορικό σήμα.

Τον Μάιο του 1988, ο πρόεδρος της Lenovo Liu Chuanzhi έλαβε κυβερνητική άδεια να σχηματίσει θυγατρική στο Χονγκ Κονγκ και να μετακομίσει εκεί μαζί με πέντε άλλους υπαλλήλους. Ο πατέρας του Liu, που ήταν ήδη στο Χονγκ Κονγκ, προώθησε τις φιλοδοξίες του γιου του μέσω καθοδήγησης και διευκόλυνσης των δανείων.

Η Lenovo έγινε αντικείμενο δημόσιας διαπραγμάτευσης μετά από εισαγωγή στο χρηματιστήριο του Χονγκ Κονγκ το 1994 που έφερε σχεδόν \$30 εκατ. στα ταμεία της. Την πρώτη ημέρα διαπραγμάτευσης, η χρηματιστηριακή τιμή της εταιρείας έφθασε στο ύψος των \$2,07. Τα έσοδα από την προσφορά χρησιμοποιήθηκαν για τη χρηματοδότηση γραφείων πωλήσεων στην Ευρώπη, τη Βόρεια Αμερική και την Αυστραλία, με στόχο την επέκταση και βελτίωση της παραγωγής, της έρευνας και

ανάπτυξης, καθώς και της αύξησης του κεφαλαίου κίνησης της εταιρείας. Για να χρηματοδοτήσει τη συνεχιζόμενη ανάπτυξή της, η Lenovo εξέδωσε δευτερεύουσα προσφορά 50 εκατομμυρίων μετοχών στην αγορά του Χονγκ Κονγκ τον Μάρτιο του 2000, αυξάνοντας το μετοχικό της κεφάλαιο κατά περίπου \$212 εκατ.

Το όνομα “Lenovo” είναι ένας συνδυασμός του “Le-”, από το “Legend”, και το “novo”, η λατινική λέξη για το “new”, καινούργιο. Το κινεζικό όνομα σημαίνει συσχέτιση ή συνδεδεμένη σκέψη. Μπορεί επίσης να συνεπάγεται δημιουργικότητα. Εδώ αξίζει να σημειωθεί ότι για τα πρώτα 20 χρόνια της ύπαρξής της, η κινέζικη εταιρεία είχε το αγγλικό όνομα “Legend”. Η αλλαγή έγινε το 2002, όταν ο Yang Yuanqing³ αποφάσισε ότι η επωνυμία Legend δεν θα βοηθούσε την εταιρεία να επεκταθεί διεθνώς. Το “Legend” χρησιμοποιούνταν ήδη από πολλές επιχειρήσεις παγκοσμίως, περιλαμβάνοντας τόσο τεχνολογικές όσο και μη τεχνολογικές σφαίρες της βιομηχανίας και του εμπορίου, καθιστώντας αδύνατη την εγγραφή στις περισσότερες δικαιοδοσίες επιμελητηρίων και διεθνών σημάτων. Τον Απρίλιο του 2003, η εταιρεία ανακοίνωσε δημόσια το νέο της όνομα, “Lenovo”, με διαφημιστικές καμπάνιες που περιλάμβαναν τεράστιες διαφημιστικές πινακίδες και τηλεοπτικές διαφημίσεις σε ώρες αιχμής, δαπανώντας ¥18 εκατ. Οι διαφημιστικές πινακίδες έδειξαν το λογότυπο της Lenovo εναντίον του μπλε ουρανού με λογότυπο που έγραφε: “*Η υπερβατικότητα εξαρτάται από το πως σκέφτεστε*”. Μέχρι το τέλος του 2003, η Lenovo είχε ξοδέψει συνολικά ¥200 εκατ. για την αλλαγή επωνυμίας.

1.2. ΟΙ ΗΓΕΤΕΣ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η Lenovo ιδρύθηκε από τον Liu Chuanzhi, και μια ομάδα δέκα μηχανικών. Από τον Φεβρουάριο του 2009 έως και σήμερα τη θέση του CEO της εταιρίας κατέχει ο Yang Yuanqing, ο οποίος αποτελεί κομμάτι του προσωπικού της εταιρείας από το 1988, όταν προσλήφθηκε στο τμήμα πωλήσεων και γρήγορα πήρε προαγωγή και ανήλθε στο ιεραρχία της επιχείρησης.

Ο Yang υπηρετεί επίσης στο διοικητικό συμβούλιο της Εθνικής Ένωσης Νεολαίας της Κίνας, ως διευθυντής της Ένωσης Επιχειρηματιών της Κίνας και ως μέλος της

³ Ο τότε CEO της εταιρείας.

Διεθνούς Συμβουλευτικής Επιτροπής του Χρηματιστηρίου της Νέας Υόρκης. Ο Yang διδάσκει επίσης ως προσκεκλημένος λέκτορας στο Πανεπιστήμιο Επιστήμης και Τεχνολογίας της Κίνας. Επιπλέον, Ο κ. Yang οδήγησε τη Lenovo να γίνει ένας από τους μεγαλύτερους κατασκευαστές υπολογιστών παγκοσμίως και ένας αναδυόμενος ηγέτης στον χώρο των υπολογιστών καταλαμβάνοντας τη δεύτερη θέση σε εξαγωγές και παραγγελίες για υπολογιστές και tablet και την Τρίτη θέση σε συσκευές PC, Tablet και Smartphone. Είναι ο κύριος αρχιτέκτονας του της παγκόσμιας επέκτασης της Lenovo και του επιχειρηματικού μοντέλου "global-local", επιτηρώντας την απόκτηση του IBM PC το 2005 και της πρωτοποριακής της ανάπτυξης για την εξυπηρέτηση των πελατών της παγκοσμίως.

1.3. ΤΟ ΟΡΑΜΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Το όραμα της Lenovo είναι να γίνει μία από τις καλύτερες εταιρείες τεχνολογίας στον κόσμο, μέσω της καινοτομίας των προϊόντων της, αλλά και της άριστης διαχείρισης. Η Lenovo διαθέτει μια δήλωση αποστολής με γνώμονα το προϊόν. Αποστολή της είναι να γίνει ο ηγέτης της αγοράς στον τομέα των προσωπικών υπολογιστών. Εκτός από αυτό, έχει ως στόχο να εξυπηρετήσει καλύτερα τους πελάτες της, παρέχοντάς τους μια σειρά προϊόντων, υπηρεσιών, εφαρμογών και περιεχομένων που διευκολύνουν τόσο τους προσωπικούς όσο και τους επαγγελματικούς υπολογιστικές. Με την επίσημη δήλωση του οράματός της, η ηγεσία της εταιρείας καθοδηγεί τα στελέχη και τους εργαζόμενούς της στην καθημερινή λήψη αποφάσεων και τη δράση μέσα στον οργανισμό.

Το όραμα της Lenovo είναι να δημιουργήσει συσκευές που θα αγαπούν οι άνθρωποι και να γίνει μια εταιρεία όπου οι εργαζόμενοί της αγαπούν να δουλεύουν, με ένα εμπορικό σήμα που εμπνέει εμπιστοσύνη. Παρόλο αυτά, ένα όραμα είναι, επίσης, το μέλλον που μια επιχείρηση προσπαθεί να επιτύχει για τον εαυτό της. Ωστόσο, το όραμα της Lenovo δεν είναι πολύ σαφές για το μέλλον που προσπαθεί να οικοδομήσει. Δεν μιλά για τις οικονομικές του προκλήσεις, για το πώς θα τις ξεπεράσει, ή για τις ανταγωνιστικές προκλήσεις. Το επίκεντρο της είναι να είναι μια αξιόπιστη και αγαπημένη εταιρεία. Αν και αυτή είναι μια επιθυμητή μελλοντική θέση, δεν είναι ακόμη πολύ σαφής.

Η δήλωση οράματος της ίδιας της εταιρίας δεν εξηγεί τι κάνει η εταιρεία για να επιτύχει το σκοπό της ή πως κάνει το έργο καλύτερα από τους ανταγωνιστές της. Δεν ασχολείται με ανησυχίες όπως η οικονομική ανάπτυξη, ή η θέση της στον κλάδο. Για αυτό το λόγο, η δήλωση οράματος δεν παρέχει μια σαφή πορεία στο μέλλον της Lenovo. Δεν τονίζει, ακόμη, πράγματα όπως ο προσανατολισμός του πελάτη ή ο προσανατολισμός των εργαζομένων. Πρέπει τουλάχιστον να είναι πιο συγκεκριμένη (η δήλωση οράματος) για να δώσει μια καλύτερη και πιο κατανοητή άποψη για το μελλοντικό όραμα της Lenovo. Έτσι, ενώ το όραμα είναι σύντομο, είναι επίσης αρκετά απλό, και λίγο αόριστο.

1.4. ΒΡΑΒΕΙΑ

Η Lenovo έχει βραβευτεί ως “The Best Laptop Brand” για δεύτερη συνεχή χρονιά από το περιοδικό Laptop Magazine το οποίο έχει ορίσει την Lenovo ως τη νούμερο 1 μάρκα φορητών υπολογιστών στη κατηγορία της. Το 2018, η Brand Report Card συμπεριλαμβάνει τη σειρά προϊόντων της Lenovo, ThinkPad X1 Carbon, και Yoga 920 στα κορυφαία της χρονιάς. Η έκθεση έλαβε υπόψη κριτικές, εγγύηση και υποστήριξη (μετά την πώληση), καθώς και την καινοτομία.

Το CIO της IDG παρουσίασε τη Lenovo ως παραλήπτη του CIO 100 για το 2018 (1η Μαΐου 2018). Το εν λόγω πρόγραμμα βραβείων είναι μια άκρως αναγνωρισμένη οργάνωση σε όλο τον κόσμο που αποτελεί παράδειγμα του υψηλότερου επιπέδου επιχειρησιακής και στρατηγικής άριστης τεχνολογίας πληροφορικής.

Συνεχίζοντας, η Lenovo, είναι παγκοσμίως η εταιρία που έχει διακριθεί με τα περισσότερα αναγνωρισμένα βραβεία σχεδίου. Τα τελευταία είναι τα βραβεία “iF DESIGN AWARDS”, το iF βραβεύει και αξιολογεί τα καλύτερα σχέδια της εκάστοτε χρονιάς (τα τελευταία 65 χρόνια). Το iF DESIGN AWARD αποτελεί, για πολλά χρόνια, ένα σύμβολο για την άριστη φόρμα, την αισθητική ποιότητα, το εργονομικό και αποδοτικό σχεδιασμό σε όλους τους κλάδους, από εταιρείες σε όλο τον κόσμο. Το 2018 η κριτική επιτροπή απονεμήθηκε στη Lenovo βραβεία για 12 σχέδια προϊόντων της. Εκτός από το iF DESIGN AWARD, η Lenovo, αναγνωρίστηκε από τον

διαγωνισμό Red Dot για τον κορυφαίο σχεδιασμό της, κερδίζοντας το 2018 ένα ρεκόρ 18 βραβείων.

Επιπρόσθετα, η Lenovo έχει κερδίσει περισσότερα από 80 βραβεία στο CES για προϊόντα όπως τους φορητούς υπολογιστές ThinkPad X1 Carbon και Miix 630, το Mirage Solo, και το Lenovo Smart Display. Η CES, πρώην Διεθνής Έκθεση Καταναλωτών Ηλεκτρονικών Ηλεκτρονικών Υπολογιστών, παρουσιάζει πάνω από 3.900 εκθέτες εταιρείες, συμπεριλαμβανομένων κατασκευαστών, προγραμματιστών και προμηθευτών υλικού τεχνολογίας καταναλωτών, περιεχομένου, συστημάτων παροχής τεχνολογίας.

2. ΠΡΟΙΟΝΤΑ

Η Lenovo διαθέτει στην ελληνική αγορά μια μεγάλη ποικιλία από φορητούς υπολογιστές, tablets, κινητά τηλέφωνα (smartphones), επιτραπέζιους υπολογιστές, καθώς και διάφορα αξεσουάρ που υποστηρίζουν τα παραπάνω.

Σε αυτό το κεφάλαιο θα πραγματοποιηθεί μια ανάλυση των δυνατοτήτων και του εύρους των τιμών των προϊόντων της εταιρίας.

2.1. ΦΟΡΗΤΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ

Τέσσερα διαφορετικά Brands φορητών υπολογιστών υπάρχουν στα ράφια των καταστημάτων αυτή τη στιγμή. Τα προϊόντα αυτά ανήκουν στις σειρές IdeaPad, Legion, Yoga, και ThinkPad.

✓ IdeaPad

Η σειρά IdeaPad έχει 49 διαφορετικά μοντέλα που ποικίλουν σε τιμές και χαρακτηριστικά. Οι τιμές τους κυμαίνονται από τα 249 € έως και τα 1.299 € ανάλογα με το μέγεθος, το βάρος, τον επεξεργαστή, τη χωρητικότητα, την ανάλυση της οθόνης, καθώς και τη διάρκεια της μπαταρίας.



✓ Legion

Η Legion είναι μια εξειδικευμένη σειρά από 10 φορητούς υπολογιστές που σχεδίασε η εταιρία απευθυνόμενη σε gamers αφού προσφέρει πολύ δυνατό επεξεργαστή και την καλύτερη δυνατή ανάλυση οθόνης σε αυτή την κατηγορία. Οι τιμές τους ξεκινούν από τα 999 € και φθάνουν έως τα 2.999 €.



✓ Yoga

Τα laptop Yoga προσφέρουν μια στιλιστική καινοτομία με την οθόνη αφής που περιστρέφεται, αλλά και το ξεχωριστό τους design. Κυκλοφορούν 19 διαφορετικά



μοντέλα σε τιμή από 499 € έως και 1.699 €, με μεγάλη ποικιλία δυνατοτήτων και σχεδιασμού.

✓ ThinkPad

Απευθυνόμενη σε επαγγελματίες η Lenovo κυκλοφόρησε τη σειρά ThinkPad. Τα laptop ThinkPad χαρακτηρίζονται από την ανθεκτικότητά τους στον χρόνο, την σταθερή τους απόδοση, αλλά και την ευκολία χρήσης τους, μεταφοράς και αποθήκευσης. Η σειρά αποτελείται από 42 μοντέλα με τιμές που ξεκινούν από τα 899 € και φτάνουν μέχρι τα 7.799 €.



2.2. ΚΙΝΗΤΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ

Η Lenovo μετά από την εξαγορά της εταιρίας κατασκευής τηλεφώνων Motorola, από την Google, εκτός από smartphones με την επωνυμία Lenovo διαθέτει και κινητά με το logo της Lenovo “Moto”.

✓ Lenovo “MOTO”

Είναι μια φθηνή επιλογή σε smartphone καθώς η εταιρεία απευθύνεται σε αυτούς που αναζητούν μια οικονομική και αξιόπιστη λύση. Με τεχνολογία Android, μεγάλη διάρκεια μπαταρίας και κάμερα στην μπροστά και στην πίσω μεριά, η Lenovo κυκλοφορεί 17 μοντέλα στην αγορά σε ένα εύρος τιμών από 67,90 € έως 299 €.



✓ Smartphones Lenovo

Τα smartphones Lenovo έχουν αρχίσει να εκλείπουν από την ελληνική αγορά καθώς η εταιρία προωθεί την καινούργια σειρά Lenovo “Moto”. Στα ράφια των καταστημάτων υπάρχουν συγκεκριμένα μοντέλα σε τιμές προσφοράς από τα 58 €, έως εξάντλησης των αποθεμάτων.



2.3. TABLETS

Η Lenovo σε συνέχεια της κυκλοφορίας διαφορετικών brands φορητών υπολογιστών που ικανοποιούν συγκεκριμένα target groups, παρήγαγε και τα αντίστοιχα tablets με τις ίδιες ονομασίες. Πιο συγκεκριμένα, πωλούνται 23 διαφορετικά είδη με τις ονομασίες Lenovo Tablets, Yoga tablets, Yoga Book και ThinkPad Tablets σε τιμές που κυμαίνονται από 69,90 € έως 2.299 €.



2.4. DESKTOP & PC

Σε αυτή την κατηγορία προϊόντων, η εταιρία πωλεί οθόνες υπολογιστών και πύργους ξεχωριστά ή σε συνδυασμό ανάλογα με τις προτιμήσεις του πελάτη, καθώς και οθόνες αφής τελευταίας τεχνολογίας με αυτόνομο επεξεργαστή, και πληκτρολόγια που έχουν τις δυνατότητες ενός υπολογιστικού συστήματος, σε μικρότερο βαθμό, και ξεχωρίζουν για το καινοτόμο σχεδιασμό τους.

✓ Οθόνες

Ανάλογα με την τεχνολογία, το μέγεθος, την ποιότητα των χρωμάτων και της ανάλυσης, καθώς και της ευκολία συνδεσιμότητας, η εταιρία έχει σχεδιάσει και πωλεί στην ελληνική αγορά 5 διαφορετικές οθόνες από 109 € έως 699 €.



✓ Desktop

Ίσως το πιο σημαντικό προϊόν της επιχείρησης παγκοσμίως, πάνω στο οποίο βασίζεται μεγάλο κομμάτι των πωλήσεών της, είναι οι επιτραπέζιοι υπολογιστές. Γι' αυτό, άλλωστε, και προσφέρονται σε μεγάλη ποικιλία παγκοσμίως. Στην Ελλάδα διατίθενται 25 είδη υπολογιστών για να εξυπηρετήσουν και τους πιο απαιτητικούς, με τη τιμή τους να σχετίζεται με την χωρητικότητα, τη δύναμη και τον αριθμό των επεξεργαστών, την κάρτα

γραφικών και το design τους. Οι σειρές της Lenovo σε επιτραπέζιους υπολογιστές είναι οι εξής:

 PC IdeaCentre



Τιμή: 499 € έως 699 €.

 PC Lenovo V Tower

Τιμή: 239€ έως 949€.



 PC ThinkCentre



Τιμή: 619 € έως 819 €.

 PC Lenovo Y Power

Τιμή: 1.499 € έως 2.999 €.



✓ AIO Lenovo

Τα συστήματα AIO (All In One) Lenovo είναι η νέα πρωτοποριακή κίνηση της εταιρείας που αποτελείται από οθόνες αφής με ενσωματωμένο επεξεργαστή που με την χρήση ενός πληκτρολογίου και ενός ποντικιού αποτελούν ένα αυτόνομο σύστημα ιδανικό για εξοικονόμηση χώρου, με ξεχωριστό σχεδιασμό και φυσικά σε πιο ελκυστική τιμή από αυτή του πύργου.



Η ζήτηση για αυτά τα προϊόντα είναι πολύ μεγάλη, κυρίως από επιχειρήσεις για την αντικατάσταση των παλιών τερματικών που χρησιμοποιούσαν για την εξοικονόμηση χώρου. Για αυτό η εταιρία έχει λανσάρει 39 διαφορετικά κομμάτια, για να εξυπηρετήσει διαφορετικές ανάγκες. Ανάλογα με τις δυνατότητες τους έχουν και την ανάλογη τιμή που κυμαίνεται από τα 499 € έως τα 2.499 €.

3. ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Από την αρχή της εμφάνισης της Lenovo στην ελληνική αγορά, η κινέζικη εταιρεία συνεργαζόταν με την Westnet Distribution για τη διανομή των ηλεκτρονικών της συσκευών. Στη συνέχεια, εξαιτίας της ανάπτυξης της εταιρείας, αλλά και των πωλήσεων των προϊόντων της στην Ελλάδα, η Lenovo άρχισε να συνεργάζεται και με την Oktabit A.E. Η τελευταία εταιρεία διανέμει όλα τα προϊόντα της Lenovo, στην Ελλάδα, πέρα από τα tablets.

Επιπρόσθετα, η Lenovo έχει πλήθος σημείων πωλήσεων στην ελληνική αγορά. Τους φορητούς υπολογιστές, τα tablets, και τα ηλεκτρονικά αξεσουάρ της εταιρείας μπορεί κάποιος να τους προμηθευτεί από καταστήματα της Cosmote, του Γερμανού, τα Media Markt, τον Κωτσόβολο, τα Public, το Πλαίσιο, τα Welcome Stores, τα καταστήματα electroNet και Cosmodata, καθώς και από το ηλεκτρονικό κατάστημα YOU. Μπορούν, επίσης, να τους προμηθευτεί και μέσα από την ίδια τη Lenovo, μέσα από την υπηρεσία Lenovo Exclusive. Επιπρόσθετα, τα κινητά τηλέφωνα διατίθενται και από τα δίκτυα καταστημάτων των εταιρειών Cyta και Wind, ενώ δεν παρέχονται από την αλυσίδα καταστημάτων Πλαίσιο. Παρόμοια, το Πλαίσιο δεν παρέχει ούτε και ηλεκτρονικούς υπολογιστές (επιτραπέζιους υπολογιστές) της κινέζικης εταιρείας.

Συνεχίζοντας, τα επαγγελματικά προϊόντα της κινέζικης εταιρείας παρέχονται στην Ελλάδα από εταιρείες όπως η algosystems, η active computer systems, η alphanetrix, η amplus technologies, η AmyDV, η BYTE, η ΕΛΜΗ Systems, η Cosmos Business Systems A.E.B.E., η G-Net, η HiPAC A.E.B.E., Η InTTrust, η Infinitum A.E., η KERNEL, η Space Hellas, και η MSystems. Ενώ, εταιρείες όπως η Cosmodata, ο Κωτσόβολος, και η Lenovo Exclusive είναι παροχή επαγγελματικών και καταναλωτικών προϊόντων.

4. ΠΛΑΝΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

4.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΞΑΠΛΩΣΗΣ

Οι πρώτες προσπάθειες της Lenovo να εξαπλωθεί στην Ευρωπαϊκή αγορά έγιναν το 2000, με την πώληση φορητών υπολογιστών. Μέσα σε λιγότερο από 20 χρόνια, η εταιρεία έχει καταφέρει να αποκτήσει ηγετική θέση στον κλάδο, έχοντας σημαντική παρουσία στην Ευρωπαϊκή, αλλά και την Ελληνική αγορά.

Για την εξάπλωση της στην Ελληνική αγορά χρησιμοποίησε δύο κυρίως στρατηγικές εξάπλωσης, αυτή της στρατηγικής μάρκας και της επενδυτικής στρατηγικής⁴. Αρχικά, για τις εταιρείες που επιθυμούν να έχουν διεθνή δραστηριότητα, η στρατηγική μάρκας αποτελεί σημαντική στρατηγική. Ένα επιτυχημένο “όνομα” μπορεί να οδηγήσει τους καταναλωτές να ψάξουν για τη συγκεκριμένη μάρκα, και να διαθέσουν περισσότερα χρήματα για την απόκτηση της. Κατά την είσοδο της στην Ελληνική αγορά, η Lenovo είχε ήδη αλλάξει το όνομα της (από “Legend”), δίνοντας της ένα μοναδικό όνομα που θα έμενε στους καταναλωτές. Η εταιρεία επικεντρώθηκε στη δημιουργία προϊόντων καλής ποιότητας και υψηλής τεχνολογία, σε προσιτές τιμές. Στην ελληνική αγορά επικεντρώθηκε κυρίως στη μεσαία τάξη. Ένα ακόμη σημαντικό χαρακτηριστικό, στο οποίο έδωσε έμφαση ήταν η υποστήριξη και οι υπηρεσίες που προσφέρει στους καταναλωτές της μετά την πώληση. Για παράδειγμα, όλα τα καταναλωτικά προϊόντα της Lenovo έχουν δύο χρόνια εγγύηση, σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία, αλλά και τις ευρωπαϊκές οδηγίες.

Ακολούθως, για την εξάπλωση της έχει προβεί σε συγχωνεύσεις και εξαγορές. Μέχρι στιγμής η πιο σημαντική εξαγορά ήταν αυτή της IBM⁵. Επιπρόσθετα, έχει προβεί στην εξαγορά της αμερικάνικης εταιρείας κινητής τηλεφωνίας Motorola. Άλλες εξαγορές που έχει κάνει είναι με γερμανικές και βραζιλιάνικες ηλεκτρονικές εταιρείες. Έχει, ακόμη, δημιουργήσει κοινοπραξία με Ιαπωνική εταιρεία (NEC), προκειμένου να παράγει υπολογιστές στην Ιαπωνία.

Συνεχίζοντας, μια ακόμη στρατηγική που έχει ευρέως χρησιμοποιήσει η εταιρεία για την παγκοσμιοποίηση της είναι η διαφήμιση της μέσα από μεγάλα αθλητικά

⁴⁴ Οι ίδιες στρατηγικές έχουν χρησιμοποιηθεί για την εξάπλωση της στην υπόλοιπη Ευρώπη και το Χονγκ Κονγκ.

⁵ Αναλύεται στο επόμενο κεφάλαιο.

γεγονότα. Για παράδειγμα, η Lenovo ήταν η πρώτη κινέζικη εταιρεία που υπέγραψε συμφωνία με τη Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή. Σύμφωνα με την εν λόγω συνεργασία, η Lenovo παρείχε τεχνολογική⁶ και οικονομική υποστήριξη στους Χειμερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες του Τορίνο, το 2006, αλλά και στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Πεκίνου, το 2008. Ακόμη, το 2006, επέλεξε τον Ronaldinho⁷ ως εκπρόσωπο των προϊόντων της. Επιπλέον, έχει υποστηρίξει κι άλλα αθλήματα όπως το NBA, το κινέζικο τουρνουά τένις, τη Φόρμουλα 1.

Επιπρόσθετα, τα τελευταία χρόνια, η Lenovo έχει αρχίσει να χρησιμοποιεί τη στρατηγική “Protect and attack”, ως μια μακροπρόθεσμη στρατηγική για την επιτυχία και τη κερδοφορία. Ουσιαστικά, μέσα από την εν λόγω στρατηγική η εταιρεία επιδιώκει να προστατεύσει (“Protect”) τις βασικές της δραστηριότητες, ήτοι τις αγορές της Κίνας, τις εμπορικές αγορές μεγάλης κλίμακας, και το δημόσιο τομέα. Από την άλλη πλευρά, αυτή της επίθεσης (“Attack”), η Lenovo αντλεί εκατομμύρια από τις αναδυόμενες αγορές, αλλά και από τα καινούργια καινοτόμα προϊόντα της (όπως οι dual computers).

4.2. ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, στην ελληνική αγορά, η Lenovo ακολούθησε τις στρατηγικές εξάπλωσης που ακολουθεί διεθνώς. Η κινέζικη εταιρεία μετέφερε στην Ελλάδα τις ίδιες αξίες και καινοτομίες όσον αφορά τα υψηλής ποιότητας προϊόντα της.

Για την περαιτέρω διείσδυση των προϊόντων της προέβη σε συνεργασία με την Oktabit A.E.⁸. Σκοπός της εν λόγω συνεργασίας είναι η εξάπλωση και καλύτερη διανομή των καταναλωτικών και επαγγελματικών προϊόντων της Lenovo, μέσα από το δίκτυο συνεργατών της Oktabit. Μέσα από αυτό, η υπό εξέταση εταιρεία επιδιώκει να ανταποκριθεί και να καλύψει όσο το δυνατόν καλύτερα τις ανάγκες των καταναλωτών της.

⁶ Στην τεχνολογική υποστήριξη περιλαμβάνεται η παροχή υπολογιστών, διακομιστών, εκτυπωτών.

⁷ Ο Ronaldinho είχε βγει Παγκόσμιος Πάικτης της FIFA για το 2005.

⁸ Κορυφαία εταιρεία στη διάθεση επώνυμων προϊόντων πληροφορικής.

Στην ελληνική αγορά, αρχικά, διέθετε μόνο ηλεκτρονικούς υπολογιστές και tablets, ωστόσο από τον Σεπτέμβριο του 2014 και μετά, άρχισε να διαθέτει και smartphones, καλύπτοντας τις ανάγκες των ελλήνων καταναλωτών σε κινητά υψηλών τεχνολογικών επιδόσεων με προσιτές τιμές. Τα πρώτα μοντέλα που έφερε ήταν τα Lenovo S850, Lenovo S860, Lenovo A536, και Lenovo A859. Οι τιμές των συσκευών αυτών κυμαίνονταν από τα 149 € έως τα 299 €. Ενώ, διατίθενται από μεγάλα ηλεκτρονικά καταστήματα, όπως τα Public, ο Κωτσόβολος, και τα Media Markt. Με τη διανομή να την είχε αναλάβει η εταιρεία Westnet Distribution⁹.

⁹ Στις μεγάλες δυτικές αγορές (όπως της Βρετανίας, της Γερμανίας, της Γαλλίας), η Lenovo ακολούθησε διαφορετική στρατηγική διείσδυσης, χρησιμοποιώντας το όνομα της Motorola.

5. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Στην Ελληνική αγορά, ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιρειών τεχνολογία είναι έντονος, ειδικότερα όσον αφορά τις αγορές των smartphones και των κινητών υπολογιστών. Η Lenovo, φυσικά, δεν έχει ξεφύγει από αυτό το κλίμα, προσπαθώντας καθημερινά να διατηρήσει, αλλά και να αυξήσει τα μερίδια αγοράς της στην Ελλάδα. Ο ανταγωνισμός είναι πιο έντονος στα χαμηλά με τα μεσαία κοινωνικά στρώματα, αφού οι καταναλωτές προτιμούν πιο προσιτές τιμές.

Όσον αφορά την ελληνική αγορά, η συνολική αξία των πωληθέντων συσκευών ανήλθε στα 501 € εκατ. (εμφανίζοντας μείωση σε σύγκριση το 2016). Από αυτά τα σύνολα, τα 2,1 εκατ. αντιπροσωπεύουν συσκευές smartphones¹⁰. Στην πρώτη θέση των προτιμήσεων των ελλήνων παραμένει η Samsung, με μερίδιο στην ελληνική αγορά ύψους 32,5%. Στη δεύτερη θέση βρίσκεται η Huawei, με μερίδιο αγοράς 17,3% (από 13% που είχε το 2016)¹¹. Ενώ, η MLS κατέχει την τρίτη θέση, με μερίδιο αγοράς 9%. Στην τέταρτη θέση, με μερίδιο αγοράς 7,4%, έρχεται η Apple. Ενώ στην πέμπτη θέση βρίσκεται μια νέα εταιρεία, η Xiaomi (6,2%), η οποία θεωρείται ανερχόμενος παίκτης στην αγορά των smartphones. Η υπό εξέταση εταιρεία, Lenovo, έπεσε στην έκτη θέση (αντί της τέταρτης θέσης το 2016), με μερίδιο αγοράς 4,7%. Στη συνέχεια έρχονται οι Vodafone, Sony, Alcatel, Turbo-X, και Nokia, με μερίδια αγοράς μικρότερα από 3%. Τελευταίοι στην κατάταξη ήρθαν εταιρείες όπως η ZTE, η LG, η Fluo, η Wiko, η Neffos, και η Meizu.

Τα παραπάνω ποσοστά αναφέρονται σε πωλήσεις τεμαχίων, εάν τα μετρήσουμε με βάση την αξία πωλήσεων, η Apple με την Samsung κατέχουν σχεδόν το 30% της αγοράς, με τη Huawei να έχει το 20%, περίπου. Η μέση τιμή πώλησης των smartphones ανήλθε στα 238 € (αντί 232 € το 2016). Η αύξηση αυτή οφείλεται σε συσκευές όπως το iPhone X της Apple και το Galaxy S8 της Samsung. Ακόμη, παρουσιάστηκε μικρή πτώση στις πωλήσεις των συσκευών έως 100 €, ενώ η κατηγορία πωλήσεων από 200 € έως 500 € εμφάνισε ανοδικές τάσεις.

Συνεχίζοντας, στην ελληνική αγορά κυριαρχούν κυρίως οι φορητοί υπολογιστές, αντί των σταθερών. Στους φορητούς υπολογιστές κυρίαρχες εταιρείες είναι η Dell, η HP,

¹⁰ Τα ποσά ήταν στα 2,24 εκατ. για το 2016 και 2015.

¹¹ Τον Δεκέμβριο 2017, η Huawei ξεπέρασε τη Samsung σε πωλήσεις.

η Lenovo, και η ASUS. Ενώ, στους σταθερούς, η Dell, και η HP. Η υπό εξέταση εταιρεία κατέχει μερίδιο ύψους 18%, περίπου, στους φορητούς υπολογιστές, και γύρω στο 10% στους σταθερούς. Επιπρόσθετα, άλλοι σημαντικοί παίκτες στην αγορά υπολογιστών είναι η Apple, η Google, η Acer, η Microsoft, η MLS, η Quest, η Toshiba, καθώς και η Turbo-X με την Intel. Ακόμη, όσον αφορά τα tablets, στην ελληνική αγορά κυρίαρχη θέση έχει, σταθερά, η MLS.

5.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Για την ενίσχυση της έναντι του ανταγωνισμού, την αύξηση του μεριδίου αγοράς της, αλλά και τη μεγιστοποίηση των κερδών της, η Lenovo έχει, κατά καιρούς, προβεί σε στρατηγικές συνεργασίες. Οι πιο σημαντικές από αυτές είναι η συνεργασία με την IBM και τη Motorola.

5.1.1. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ IBM

Σε γενικές γραμμές, η Lenovo είναι μια εταιρεία που παρέχει προϊόντα τεχνολογίας σε προσιτές τιμές, και μερικές φορές χαμηλότερες από αυτές των μέσων τιμών της αγοράς. Ωστόσο, σαν εταιρεία έχει και ακριβές συσκευές (κυρίως ηλεκτρονικούς υπολογιστές). Οι ακριβές αυτές συσκευές της προέρχονται από τη σειρά φορητών υπολογιστών και tablets, ThinkPad¹², καθώς και από τη σειρά επαγγελματικών επιτραπέζιων υπολογιστών ThinkCentre. Τις σειρές αυτές τις εξαγόρασε από την IBM, το 2005, αποκτώντας ουσιαστικά το PC business της IBM.

Από τότε και ύστερα, η εταιρεία έχει καταφέρει τεράστια ανάπτυξη στις επιχειρήσεις της, κατέχοντας κυρίαρχες θέσεις στην κατασκευή ηλεκτρονικών υπολογιστών, κινητών τηλεφώνων, καθώς και των διακομιστών X86¹³. Η συνεργασία με την IBM έφερε τεράστια οφέλη και στις δύο εταιρείες. Η Lenovo απέκτησε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα σε αγορές που ήθελε να διεισδύσει, αλλάζοντας επιτυχώς τη “μορφή της” από μια επιχείρηση που δραστηριοποιούνταν κυρίως στην Κίνα, σε μια επιχείρηση με παγκόσμια εμβέλεια. Ύστερα από τη συνεργασία, η Lenovo

¹² Το ThinkPad είναι ο μόνος πιστοποιημένος φορητός υπολογιστής για χρήση στο διάστημα.

¹³ Τους οποίες έχει εξαγοράσει η εταιρεία από την IBM.

προμηθεύει πολλά από τα προϊόντα της IBM στην αγορά, τη στιγμή που η IBM προμηθεύει προϊόντα της Lenovo σε μεγάλους επιχειρησιακούς λογαριασμούς.

Βλέποντας τα οικονομικά δεδομένα της εταιρείας, πριν την απόκτηση του PC Business, βρισκόταν στην ένατη θέση της παγκόσμιας βιομηχανίας ηλεκτρονικών υπολογιστών, κατέχοντας μερίδιο αγοράς ύψους 2,3%, με έσοδα ύψους \$3 δις. Δέκα χρόνια μετά, το 2015, η εταιρεία ανήλθε στην πρώτη θέση της παγκόσμιας κατάταξης, έχοντας μερίδιο αγοράς 20%, και έσοδα κοντά στα \$39 δις.

5.1.2. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ MOTOROLA

Τον Οκτώβριο του 2014, η Lenovo ολοκλήρωσε μια ακόμη σημαντική απόκτηση, αυτή της Motorola από τη Google. Η συγκεκριμένη αγορά κόστισε \$2,91 δις., περίπου. Η αμερικανική πολυεθνική εταιρεία τηλεπικοινωνιών ανήκει πλέον εξ' ολοκλήρου στη Lenovo, η οποία τη λειτουργεί ως πλήρως ελεγχόμενη θυγατρική. Η συμφωνία αυτή ήταν (τουλάχιστον μέχρι τότε) η μεγαλύτερη τεχνολογική συμφωνία στην οποία είχε πρωταγωνιστήσει κινέζικη εταιρεία. Ενώ, ήταν η δεύτερη σημαντικότερη συμφωνία της Lenovo στην αμερικάνικη επικράτεια, ύστερα από την απόκτηση της IBM.

Η εν λόγω απόκτηση έφερε την υπό εξέταση εταιρεία στην τρίτη θέση στους κατασκευαστές smartphones. Σειρές πρωτοποριακών κινητών τηλεφώνων όπως το Moto X, το Moto G, καθώς και το DROID™, αλλά και μελλοντικά προϊόντα της Motorola, όπως το “road map”, και οι πατέντες αυτής ήρθαν στα χέρια της Lenovo δίνοντας της τεράστιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Επιπρόσθετα, η συγκεκριμένη απόκτηση έφερε στη κινέζικη εταιρεία 3.500 περισσότερους εξειδικευμένους υπαλλήλους.

Η πορεία της Lenovo στα smartphones, ύστερα από την εν λόγω συνεργασία, πήρε μια τεράστια ώθηση, προετοιμάζοντας την για ακόμη μεγαλύτερη ανάπτυξη. Μέσα από αυτή την απόκτηση, η κινέζικη εταιρεία απέκτησε πρόσβαση στην αμερικάνικη αγορά κινητών τηλεφώνων, η οποία κυριαρχείται από την Apple. Ενώ, της έδωσε την ώθηση για να ανταγωνισθεί κολοσσούς όπως η Samsung και η Google. Πλέον, η

Lenovo έχει αποφασίσει να σταματήσει τη χρήση της επωνυμία “Lenovo” στα smartphones της, αλλά στο εξής να χρησιμοποιεί αποκλειστικά την επωνυμία “Moto”.

6. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Όπως αναφέραμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, η αγορά στην οποία η Lenovo έχει μεγαλύτερο ποσοστό είναι αυτή των φορητών υπολογιστών, με ποσοστό της τάξης του 18%. Τους πρώτους δέκα μήνες του 2017, η κινέζικη εταιρεία απέκτησε έσοδα ύψους 17.500.000 € περίπου από τις πωλήσεις φορητών ηλεκτρονικών υπολογιστών. Ποσό μειωμένο σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του 2016 (22.000.000 € περίπου). Ωστόσο, η αγορά από την οποία η Lenovo έχει τα περισσότερα έσοδα είναι αυτή των κινητών τηλεφώνων (smartphones). Για τους δέκα πρώτους μήνες του 2017, τα έσοδα της εταιρείας από τις πωλήσεις smartphones ανήλθαν στα 18.700.000 € περίπου. Ποσό μειωμένα κατά 9.000.000 € περίπου, σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του 2016. Κάτι το οποίο δικαιολογείται από τη μείωση των συνολικών εσόδων στις πωλήσεις smartphones. Η μείωση μεταξύ των δύο χρονιών ανήλθε στα 24.000.000 € περίπου.

Ένα μεγάλο μέρος εσόδων, από την ελληνική αγορά, λαμβάνει η κινέζικη εταιρεία από τις πωλήσεις tablets. Για τους πρώτους δέκα μήνες του 2017, η εταιρεία έλαβε έσοδα ύψους 6.350.000 € περίπου από τις εν λόγω πωλήσεις. Όμως, το ποσό αυτό είναι μειωμένο κατά 1.000.000 € περίπου, σε σχέση με την ίδια περίοδο του 2016. Εδώ αξίζει να σημειώσουμε ότι οι συνολικές πωλήσεις tablets στην ελληνική αγορά μειώθηκαν κατά 15.000.000 € περίπου, μεταξύ των αντίστοιχων μηνών του 2016 και 2017. Ακολούθως, μια ακόμη σημαντική αγορά στην Ελλάδα είναι αυτή των επιτραπέζιων ηλεκτρονικών υπολογιστών. Κατά τους δέκα πρώτους μήνες του 2017, η εταιρεία είχε έσοδα ύψους 2.300.000 € περίπου, σε σύγκριση με τα έσοδα των 3.600.000 € που είχε το 2016. Η μείωση αυτή των εσόδων ακολουθεί τη γενική μείωση των συνολικών πωλήσεων των επιτραπέζιων ηλεκτρονικών υπολογιστών. Μείωση, η οποία ανήλθε περίπου στα 7.000.000 €.

Συνοπτικά, για το 2017, η αγορά των κινητών τηλεφώνων (smartphones) είναι η πιο κερδοφόρα αγορά της Lenovo στην Ελλάδα. Ενώ, τα λιγότερα έσοδα προέρχονταν από τους επιτραπέζιους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Η ίδια κατάσταση επικράτησε και το 2016.

Συνεχίζοντας, όσον αφορά τα έσοδα του ομίλου Lenovo Group, η εταιρεία το τρίτο τρίμηνο της τρέχον οικονομικής χρονιάς (έληξε στις 31 Δεκεμβρίου 2017)¹⁴ έκλεισε με έσοδα \$12,9 δις. Το αντίστοιχο ποσό για το 2016 ήταν στα \$12,1 δις., παρουσίασε δηλαδή αύξηση της τάξης του 6%. Πιο συγκεκριμένα, στη γεωγραφική περιοχή που ανήκει η Ελλάδα, αυτή της EMEA¹⁵ (βάση των κριτηρίων που τα χωρίζει η κινέζικη εταιρεία), η αγορά των ηλεκτρονικών υπολογιστών και των έξυπνων κινητών τηλεφώνων¹⁶ παρουσιάζει τεράστια αύξηση, με διψήφιο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης των εσόδων της. Κάτι το οποίο οφείλεται στην εμπορική ζήτηση των εν λόγω προϊόντων. Επιπλέον, για την ίδια γεωγραφική περιοχή, το τμήμα επιχειρηματικών δεδομένων¹⁷ συνέχισε να αυξάνεται για τρίτο συνεχόμενο τρίμηνο, καθοδηγούμενο από υπολογιστές υψηλής απόδοσης (HPC), και από σειριακές ψηφιακές διεπαφές (SDI). Όπως είναι αναμενόμενο –λαμβάνοντας υπόψη τις δύο προηγούμενες ομάδες, και η ομάδα των επιχειρηματικών κινητών τηλεφώνων¹⁸ συνέχισε με ισχυρή ανάπτυξη. Ειδικότερα, τα κινητά τηλέφωνα με την επωνυμία “Moto” εμφάνισαν σημαντική ανάπτυξη στη Δυτική Ευρώπη, ενδυναμώνοντας τη θέση τους στην εν λόγω αγορά και ισορροπώντας την κυριαρχία της μάρκας με τις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης, της Μέσης Ανατολής, και της Αφρικής. Τα έσοδα της κινέζικης εταιρείας από τις EMEA αγορές, για το τρίτο τρίμηνο του 2017, ανήλθαν στα \$3,58 δις. Ενώ, για την οικονομική χρονιά¹⁹ του 2017, τα συνολικά έσοδα από την εν λόγω αγορά ανήλθαν στα \$11,187 δις.

¹⁴ FY2017/18.

¹⁵ Ευρώπη, Μέση Ανατολή, και Αφρική.

¹⁶ PC & Smart Device Business Group (PCSD).

¹⁷ Data Center Business Group (DCG).

¹⁸ Mobile Business Group (MBG).

¹⁹ Fiscal Year.

7. ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Η Lenovo έχει καταφέρει, μέσα σε λιγότερο από πέντε χρόνια, να εδραιωθεί στην ελληνική αγορά, αποκτώντας ένα σημαντικό μερίδιο στη μεσαία τάξη. Η τεράστια επιτυχία της Lenovo σε μια τόσο ανταγωνιστική αγορά όσο η ελληνική βασίζεται στο συνδυασμό ποιότητας και τιμής που προσφέρει η κινέζικη εταιρεία²⁰. Καθώς και από την αξιοπιστία, τις καινοτομίες, και την υποστήριξη που παρέχει μετά την αγορά.

Τον Απρίλιο του 2018, η Lenovo κυκλοφόρησε στην ελληνική αγορά μια νέα πρωτοπορία, αυτή του Lenovo Yoga (Lenovo Yoga 730 και Lenovo Yoga 530). Ένα λεπτό, ελαφρύ, αθόρυβο φορητό υπολογιστή, με απίστευτες δυνατότητες, ο οποίος προσφέρει τέσσερις διαφορετικές λειτουργίες²¹. Η τιμή του Lenovo Yoga 730, στην Ελλάδα, ξεκινάει από 999 €, ενώ η τιμή του Lenovo Yoga 530 από 549 €.

Συνεχίζοντας, πέρα από τις καινοτομίες στα smartphones και στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, η Lenovo, σε συνεργασία με την Google, φέρνει μια πραγματική επανάσταση στην εικονική πραγματικότητα, δημιουργώντας ένα αυτόνομο VR headset, το Lenovo Mirage Solo. Μαζί με το VR κυκλοφορεί και κάμερα για λήψη φωτογραφιών και βίντεο 180ο, τη Mirage Camera. Και τα δύο βασίζονται στην πλατφόρμα εικονικής πραγματικότητας Daydream²². Οι τιμές ξεκινάνε περίπου από τα 340 €, και 255 € αντίστοιχα.

Κάποιοι μπορούν να υποστηρίξουν ότι το κλειδί για την πρόσφατη και ξαφνική επιτυχία της Lenovo είναι η προθυμία της να δοκιμάσει νέα πράγματα και τεχνολογίες²³. Συνεχίζοντας αυτή την παράδοση, η κινέζικη εταιρεία σχεδιάζει ένα ακόμη πρωτοποριακό πλάνο, αυτό της κατασκευής ενός κινητού τηλεφώνου, το οποίο να αποτελείται αποκλειστικά και μόνο από οθόνη, και ένα πάρα πολύ λεπτό bezel. Η ονομασία με την οποία θα κυκλοφορήσει το κινητό είναι Z5, και μοιάζει μόνο να αποτελείται από οθόνη. Για την ακρίβεια, εάν κυκλοφορήσει έτσι όπως σχεδιάζεται, το κινητό τηλέφωνο θα αποτελείται κατά 95% από οθόνη.

Όπως μπορούμε να διακρίνουμε, το μέλλον φαντάζει ακόμη πιο ελπιδοφόρο.

²⁰ Value for money.

²¹ Laptop, Tablet, Stand, και Tent.

²² Η Daydream είναι μια πλατφόρμα εικονικής πραγματικότητας (VR), η οποία αναπτύχθηκε από την Google, και είναι ενσωματωμένη στο κινητό λειτουργικό σύστημα του Android.

²³ Όπως είναι οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές Lenovo Yoga.

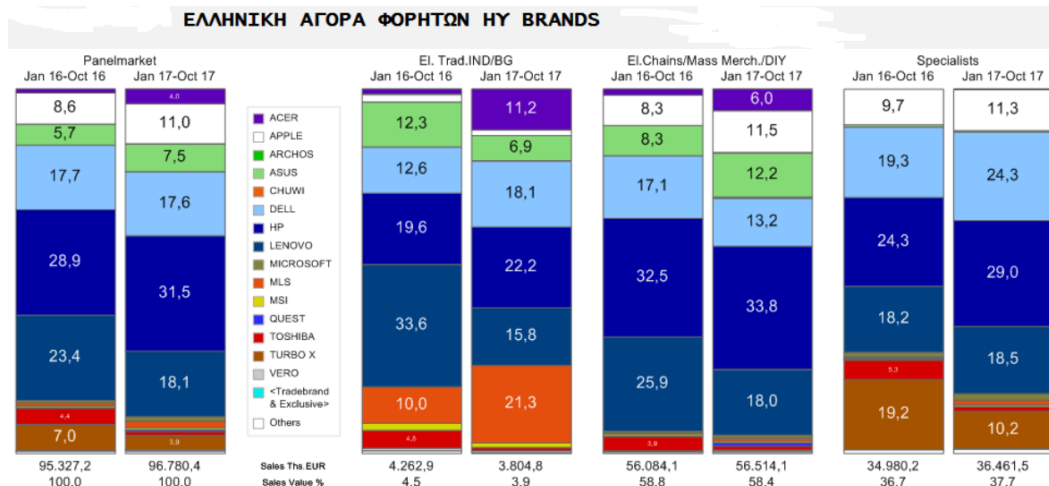
ΣΥΝΟΨΗ

Στην παρούσα εργασία ασχοληθήκαμε με τη κινέζικη εταιρεία τεχνολογία Lenovo. Η Lenovo κατάφερε να γίνει από εταιρεία παραγωγής ηλεκτρονικών υπολογιστών, σε κολλοσό της τεχνολογίας, σε ηγετική εταιρεία κατασκευής ηλεκτρονικών υπολογιστών και κινητών τηλεφώνων, με γραφεία σε διάφορες χώρες, και παρουσία σε αγορές ανά την υφήλιο. Το όνομα της Lenovo είναι συνδεδεμένο με την καινοτομία, ενώ σαν εταιρεία δεν παύει να αναπτύσσεται, και να δημιουργεί νέα πρωτοποριακά προϊόντα που θα ικανοποιούν τις ανάγκες των καταναλωτών της.

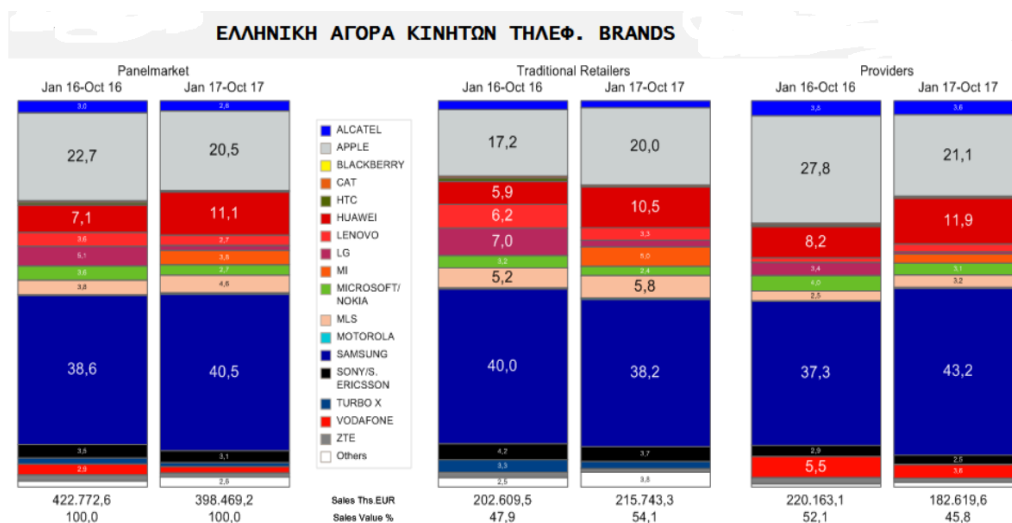
Η εργασία ασχολείται με την παρουσία της Lenovo στην ελληνική αγορά, κάνοντας μια αναφορά στην ιστορία της εταιρείας, στο όραμα της, στα βραβεία που έχει λάβει καθώς και στους ηγέτες της αυτής. Παρουσιάζονται τα προϊόντα που η εταιρεία εισάγει στην ελληνική αγορά, μαζί με το εύρος τιμών τους. Αναφέρονται οι διανομείς που χρησιμοποιεί, καθώς τα σημεία πώλησης των προϊόντων της. Γίνεται επίσης αναφορά των ανταγωνιστών του κλάδου, αλλά και των πρακτικών που η Lenovo χρησιμοποιεί για την εξάπλωση της, και τη διείσδυση της στην ελληνική αγορά. Ασχολούμαστε, ακόμη, με τις δύο σημαντικές συνεργασίες της εταιρείας, αυτές με την IBM και με την Motorola. Ενώ, παρουσιάζουμε και τα οικονομικά στοιχεία της Lenovo. Τέλος, η εργασία ολοκληρώνεται με την αναφορά στα μελλοντικά, καινοτόμα σχέδια και προϊόντα της κινέζικης εταιρείας. Όπως ήδη αναφέραμε, το μέλλον της Lenovo διαγράφεται ελπιδοφόρο.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ_1: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΦΟΡΗΤΩΝ Η/Υ BRANDS²⁴



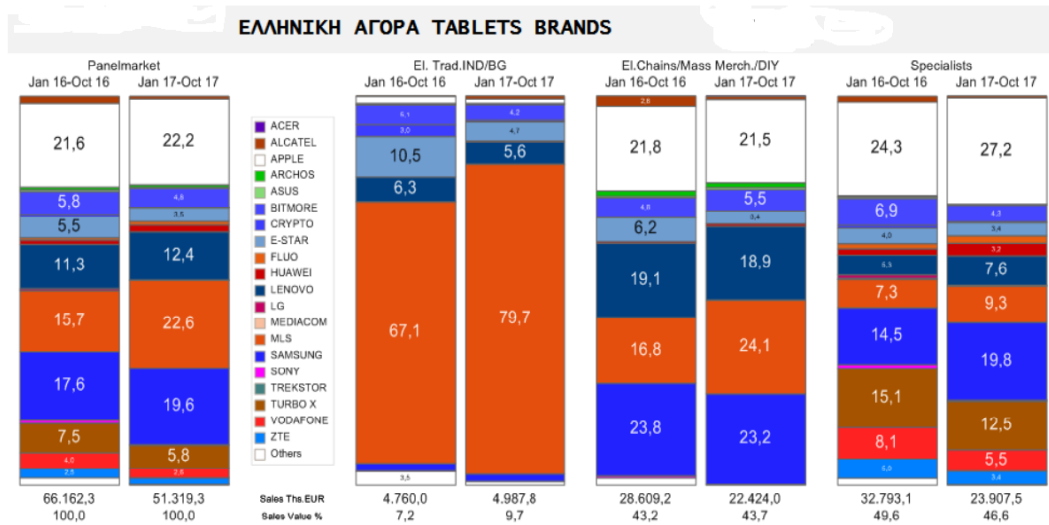
ΠΙΝΑΚΑΣ_2: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΙΝΗΤΩΝ ΤΗΛΕΦ. BRANDS²⁵



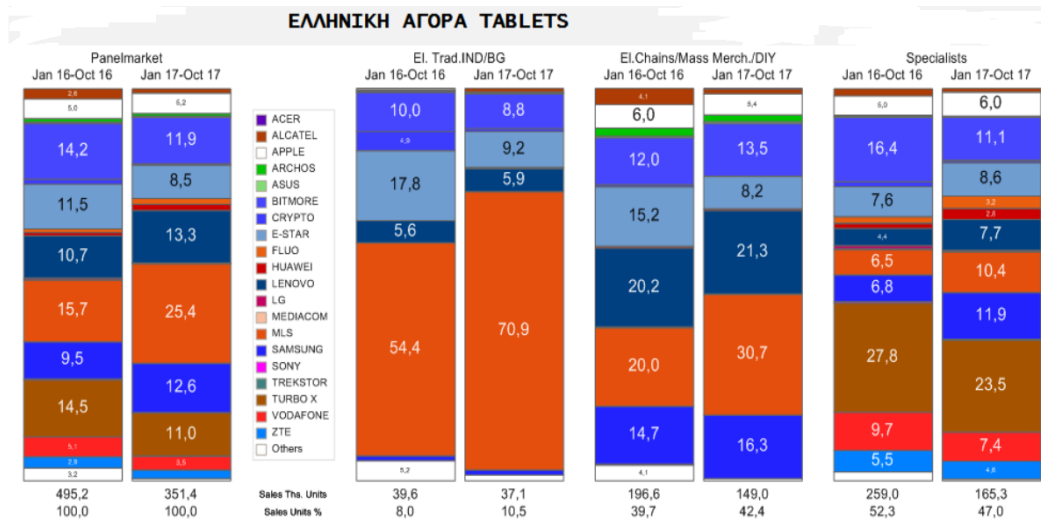
²⁴ ΠΗΓΗ: Η Αγορά ΤΠΕ στην Ελλάδα 2017 – 2018.
<https://computersgr.wordpress.com/2018/01/04/agora-plierforikis-stin-ellada-2017/>

²⁵ ΠΗΓΗ: Η Αγορά ΤΠΕ στην Ελλάδα 2017 – 2018.
<https://computersgr.wordpress.com/2018/01/04/agora-plierforikis-stin-ellada-2017/>

ΠΙΝΑΚΑΣ_3: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ TABLETS BRANDS²⁶



ΠΙΝΑΚΑΣ_4: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ TABLETS²⁷



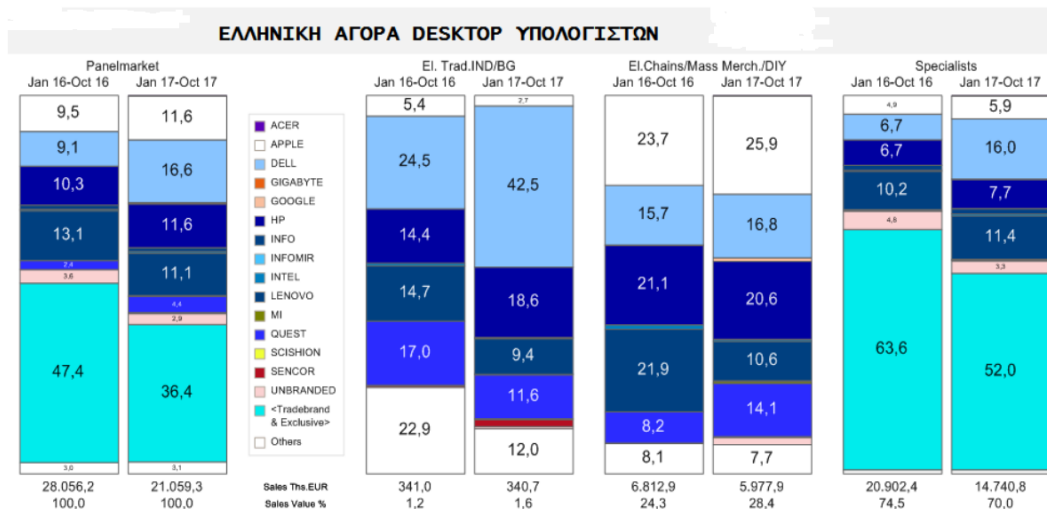
²⁶ ΠΗΓΗ: Η Αγορά ΤΠΕ στην Ελλάδα 2017 – 2018.

<https://computersgr.wordpress.com/2018/01/04/agora-pliroforikis-stin-ellada-2017/>

²⁷ ΠΗΓΗ: Η Αγορά ΤΠΕ στην Ελλάδα 2017 – 2018.

<https://computersgr.wordpress.com/2018/01/04/agora-pliroforikis-stin-ellada-2017/>

ΠΙΝΑΚΑΣ_5: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ DESKTOP ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ²⁸



²⁸ ΠΗΓΗ: Η Αγορά ΤΠΕ στην Ελλάδα 2017 – 2018.
<https://computersgr.wordpress.com/2018/01/04/agora-plierforikis-stin-ellada-2017/>

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΑΡΘΡΑ & ΒΙΒΛΙΑ

Σαλαβου, Ε. (2013). *Καινοτομία και αλλαγή στο "επιχειρείν"*. Αθήνα, Ελλάδα: Rosili.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

BusinessNews (06 Μαΐου 2015). "Lenovo: 10 χρόνια από την απόκτηση του PC business της IBM". Πρόσβαση: <https://www.businessnews.gr/article/14975/lenovo-10-hronia-apo-tin-apoktisi-toy-pc-business-tis-ibm> (04 Μαΐου 2018).

Γκέρδης, Δ. (14 Μαΐου 2018). "Η Lenovo θέλει να κατασκευάσει το πραγματικά bezel-less τηλέφωνο". Πρόσβαση: <https://unboxholics.com/news/tech/31202-i-lenovo-thelei-na-kataskevasei-to-pragmatika-bezel-less-telefonon> (15 Μαΐου 2018).

Ελπίδης, Χ. (10 Ιανουαρίου 2018). "Lenovo Mirage Solo: Αυτό είναι το πρώτο αυτόνομο VR headset με Google Daydream". Πρόσβαση: <https://www.techgear.gr/lenovo-mirage-solo-and-mirage-camerac-ces-2018-131818/> (10 Μαΐου 2018).

Η Καθημερινή (02 Σεπτεμβρίου 2014). "«Εξυπνα» κινητά από τη Lenovo στην Ελλάδα". Πρόσβαση: www.kathimerini.gr/782102/article/tehnologia/thlefwnia/e3yprna-kinhta--apo-th-lenovo-sthn-ellada (05 Μαΐου 2018).

Η Πληροφορική στην Ελλάδα (04 Ιανουαρίου 2018). "Η Αγορά ΤΠΕ στην Ελλάδα, 2017 – 2018". Πρόσβαση: <https://computersgr.wordpress.com/2018/01/04/agora-pliroforikis-stin-ellada-2017/> (05 Μαΐου 2018).

Lenovo (07 Μαΐου 2018). "Σημεία αγοράς". Πρόσβαση: <https://www3.lenovo.com/gr/el/wtb/> (07 Μαΐου 2018).

Lenovo (07 Μαΐου 2018). "Υπηρεσίες και εγγύηση". Πρόσβαση: <https://www3.lenovo.com/gr/el/services-warranty/> (07 Μαΐου 2018).

Lenovo (05 Μαΐου 2018). "Yoga 710 (14), Φορητός Υπολογιστής 14" για Συνδεσιμότητα On-The-Go". Πρόσβαση: <https://www3.lenovo.com/gr/el/laptops/yoga/700-series/Lenovo-YOGA-710-14ISK/p/88YG7000724> (05 Μαΐου 2018).

Μαλλάς, Δ. (15 Μαρτίου 2018). "Έντονος ο ανταγωνισμός στην ελληνική αγορά των smartphones". Πρόσβαση: <http://www.cnn.gr/tech/story/121643/entonos-o-antagonismos-stin-elliniki-agora-ton-smartphones> (03 Μαΐου 2018).

ΣΕΠΕ (10 Δεκεμβρίου 2014). "Συμφωνία Συνεργασίας Lenovo και Oktabit". Πρόσβαση: <http://www.sepe.gr/gr/information/press-releases/article/1141166/sumfonia-sunergasias-lenovo-kai-oktabit/> (06 Μαΐου 2018).

Westnet (02 Ιουλίου 2014). "Αποκλειστική συνεργασία για τη διάθεση των κινητών συσκευών Lenovo από τη Westnet". Πρόσβαση: <https://www.mywestnet.com/browse/articleDetails.jsp?articleId=a30007> (06 Μαΐου 2018).

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΑΡΘΡΑ & ΒΙΒΛΙΑ

Chiu, J., Chung, H. και Yang, Y. N. (2016). *The impact of a conglomerate merger on its vendors and rivals – a case study of Google's acquisition of Motorola*. *Technology Analysis & Strategic Management*. Τόμος 28(2), σσ 176-189.

Lenovo (2018). *Q3 FY17/18 Earnings Announcement*.

Lenovo (2017). *FY16/17 Earnings Announcement*.

Lenovo (2017). *2016/17 Interim Report*.

Lenovo (2016). *FY15/16 Earnings Announcement*.

Lenovo (2015). *2014/2015 Annual Results*.

Sergers, T. R. (2016). *Multinational Management. A Casebook on Asia's Global Market Leaders*. Νέα Υόρκη, ΗΠΑ: Springer.

Xiaolu, L. (2013). *Internationalization Strategy Lenovo China*. Μεταπτυχιακή Διατριβή, Centria University of Applied Sciences, Kokkola, Φιλανδία.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Daydream (05 Μαΐου 2018). "Dream with your eyes open". Πρόσβαση: <https://vr.google.com/daydream/> (05 Μαΐου 2018).

Enderle, R. (26 Φεβρουαρίου 2014). "IBM and Lenovo: The Backstory Behind this Powerful Server/PC Partnership". Πρόσβαση: <https://www.itbusinessedge.com/blogs/unfiltered-opinion/ibm-and-lenovo-the-backstory-behind-this-powerful-serverpc-partnership.html> (04 Μαΐου 2018).

Lenovo (05 Μαΐου 2018). "History". Πρόσβαση: <https://www3.lenovo.com/gr/el/lenovo/> (05 Μαΐου 2018).

Lenovo (30 Οκτωβρίου 2014). "Lenovo Completes Acquisition of Motorola Mobility from Google". Πρόσβαση: <http://news.lenovo.com/news-releases/lenovo-completes-full-acquisition-motorola-mobility-from-google.htm> (05 Μαΐου 2018).

Lenovo (07 Μαΐου 2018). "Mirage, virtual reality. evolved". Πρόσβαση: <https://www3.lenovo.com/us/en/daydreamvr/> (07 Μαΐου 2018).

Lenovo (05 Μαΐου 2018). "Our Culture". Πρόσβαση: <https://www3.lenovo.com/gr/el/lenovo/our-culture/> (05 Μαΐου 2018).

O' Hara, G. (30 Οκτωβρίου 2014). "The Lenovo-Motorola Deal: 5 Things You Should Know". Πρόσβαση: <http://blog.lenovo.com/en/blog/the-lenovo-motorola-deal-5-things-you-should-know> (05 Μαΐου 2018).

Salter, C. (22 Νοεμβρίου 2011). "Protect And Attack: Lenovo's New Strategy". Πρόσβαση: <https://www.fastcompany.com/1793529/protect-and-attack-lenovos-new-strategy> (07 Μαΐου 2018).