

Deel 3: Sectoranalyse

- Meso-omgeving
- Stakeholders
- Klanten
- Leveranciers
- Concurrenten
 - Soorten concurrenten
 - Substitutie
 - Vijf-krachten-model Porter
- Triple bottom-line

Meso-omgeving

De meso-omgevingsactoren zijn **niet beheersbaar** maar vaak wel beïnvloedbaar. Daarom moet de organisatie een goed netwerk opbouwen en contacten onderhouden.

Stakeholders

Stakeholders zijn alle belanghebbenden in de omgeving van de onderneming, ze ondervinden de gevolgen van de beslissingen en acties van de organisatie. Daarom verwachten ze **open communicatie**



- **Financiële groepen:** Banken, investeerders en crowdfunding-platformen.
- **Overheid:**
 - Verschillende niveaus: federaal, gewesten, provincies, gemeenten, etc...
 - Ministeries, departementen, agentschappen, adviesraden, ombudsdiensten, etc...
- **Pers, media:**
 - Kranten, radio, televisie, etc...
 - Websites, e-mail, sociale media, YouTube, etc...
- **Maatschappij:** Op allerlei manieren kan vanuit een maatschappelijk belang invloed op organisaties worden uitgeoefend. Vaak treden belangenorganisaties op om namens groeperingen

(werknemersorganisaties, consumentenorganisaties en actiegroepen) belangen te verdedigen.

Klanten

Organisaties ontleen hun bestaansrecht aan het invullen van de behoeften van klanten.

Leveranciers

Relaties met leveranciers onderhouden geeft voordeel bij:

- Prijs
 - Kwaliteit
 - Beschikbaarheid; leveringstermijnen
 - MVO
-

Concurrenten

Concurrenten bieden producten op dezelfde markt aan. Het waardeaanbod is dan voor dezelfde klanten.

Soorten concurrenten

Concurrentieniveau is afhankelijk van de gekozen marktafbakening:

- **Product- of merkconcurrentie (specifiek):** Andere bedrijven die een soortgelijke product of service aanbieden tegen soortgelijke prijzen.
- **Concurrentie binnen de productcategorie (ruim):** Alle organisaties die hetzelfde product of dezelfde soort producten maken: concurrentie binnen de productcategorie.
- **Generieke concurrentie (ruimer):** Organisaties die producten maken die dezelfde functie vervullen.
- **Behoeften concurrentie (ruimste perspectief):** De klant weegt af welke behoefte primeert, zo moet de klant kiezen tussen verschillende producten omdat er een gelimiteerd budget is.

Substitutie

Substituten zijn producten uit andere markten die dezelfde behoefte bevredigen, er is dus een concurrentiedreiging vanuit andere markten.

Vijf-krachten-model Porter

Concurrentiekrachten: Er zijn 5 krachten die de aantrekkelijkheid van een sector bepalen. Een onderneming is best in een sector actief waar deze krachten gunstig evolueren.



WINSTKANSEN IN EEN SECTOR VERGROTEN DOOR



Triple bottom-line

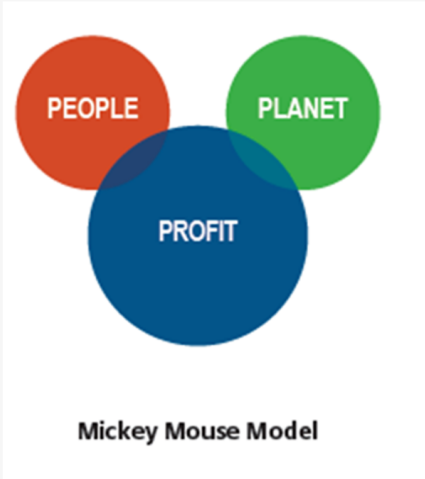
MVO houdt in dat organisaties aandacht voor mensenrechten, consumentenbelangen en sociale, ethische en milieukwesties in hun activiteiten en kernstrategie integreren in **nauwe samenwerking** met hun stakeholders.

- Zoveel mogelijk gedeelde waarde te creëren voor alle stakeholders en de samenleving als geheel.
- Mogelijke negatieve effecten op te sporen, te voorkomen en te verminderen.

Meerwaardecreatie in drie dimensies (PPP):

- **Profit:** goederen en diensten voortbrengen met meerwaarde als maatstaf voor de maatschappelijke waardering ervan.
- **People:** de gevolgen voor mensen en maatschappij binnen en buiten de onderneming.
- **Planet:** de effecten op het natuurlijke leefmilieu.

Deze drie dimensie beïnvloeden elkaar, vullen elkaar aan en komen soms met elkaar in conflict.



**HO
GENT**



**HO
GENT**