

CASE STUDY – SWOT analiza STARBUCKS

Zaposleni ste u STARBUCKS-u poslodavac vam dostavlja listu snaga, slabosti, mogućnosti i pretnji vaše kompanije i zahteva da ih pažljivo proučite

SNAGE (strengths)

- Starbucks Corporation je veoma profitabilno preduzeće u 2004. godini je ostvarilo dobit od \$600 miliona i prihode od \$5,000 miliona.
- To je globalni brend kafe i reputacija je izgrađena sofisticiranim proizvodima i kvalitetnom uslugom. Imaju 9000 kafe u oko 40 zemalja širom sveta.
- Starbucks Corporation ima snažnu etičku vrednost i nagrađuje lojalnost svojih zaposlenih. Etička vrednost je iskazana i u njihovom izveštaju o misiji preduzeća: Starbucks ima obavezu da bude lider i da u svom okruženju stvara pozitivnu atmosferu.

SLABOSTI (weaknesses)

- Starbucks ima reputaciju da stalno razvija nove proizvode i da je kreativan u tome međutim postoji mogućnost da to neće moći činiti u nedogled.
- Organizacija ima snažno prisustvo u US $\frac{3}{4}$ kafea se nalazi u US. Mišljenje je da je za smanjenje poslovnog rizika potrebna diversifikacija poslovanja u više zemalja.
- Organizacija je zasnovana na glavno konkurentskoj prednost maloprodaji kafe što usporava diversifikaciju u ostale poslovne sektore.

MOGUĆNOSTI (opportunities)

- Starbucks je veoma dobar u iskorišćavanju novih mogućnosti.
- Moguće proširenje sa novim proizvodima i uslugama.
- Kompanija ima mogućnost za širenje na globalnom nivou (npr. Indija).
- Potencijali za izgradnju zajedničkih brendova sa proizvođačima hrane i mleka.

PRETNJE (threats)

- Nepoznanica je da li će tržište kafe rasti u budućnosti ili će možda kafa u budućnosti biti zamenjena sa nekim drugim napitcima u kojima će ljudi uživati.
- Starbucks je izložen povećanju cena kafe i mlečnih proizvoda.
- Mnogi konkurenti repliciraju njihov brend.

Nakon proučavanja pojedinačnih stavki poslodavac od vas zahteva da definišite:

1. s-o-strategije: polaze od novih prilika, koje su prikladne uz snage preduzeća.
2. w-o strategije: eliminišu slabosti kako bi koristile nove mogućnosti.
3. s-t strategije: koristite snage kako bi uklonili pretnje.
4. w-t-strategije: razvijte zaštitu kako ne dopustili da postojeće slabosti postanu cilj pretnji.

1. U poslovnom planu bi trebalo da budu odgovori na pitanja koja razjašnjavaju sledeće:

- ✚ Trendove u privrednoj grani i razvoj tržišta
- ✚ Situaciju sa konkurencijom
- ✚ Spisak lepih želja
- ✚ Marketinške planove

2. Navedite osnovnu strukturu poslovnog plana po tačkama:

.....
.....
.....

3. Sledećim karakteristikama preduzeća i njegovog okruženja dodelite odgovarajuća obeležja: snage, slabosti, pretnje, mogućnosti
- ✚ Najava kontrole cena od strane države:
 - ✚ Preduzeće ima snažan brend:
 - ✚ Konkurentsko preduzeće ide u stečaj:
 - ✚ Preduzeće je prezaduženo:
4. Sledećim karakteristikama preduzeća i njegovog okruženja dodelite odgovarajuća obeležja: snage, slabosti, pretnje, mogućnosti
- ✚ Preduzeće ima potencijal za izgradnju zajedničkih brendova sa svojim dobavljačima:
 - ✚ Preduzeće mnogo posvećuje razvoju ljudskih resursa:
 - ✚ Biti globalno preduzeće znači biti izložen političkim problemima u zemljama u kojima poslujete:
 - ✚ Preduzeće ima diverzifikovan prodajni asortiman i zbog toga nema fleksibilnost da se fokusira na glavne konkurente:
5. Koji su od sledećih **upečatljivih simbola** korišćenih u portfolio analizi su pravilno definisani:
- ✚ **Por Dog**: mala marketinška aktivnost, ali velika snaga konkurentnosti.
 - ✚ **Star**: visoka marketinška aktivnost i visoka snaga konkurentnosti.
 - ✚ **?**: velika marketinška aktivnost i visoka snaga konkurentnosti.
 - ✚ **Cash Cow**: mala marketinška aktivnost, ali velika snaga konkurentnosti.
6. Označite kriterije tržišne aktivnosti:
- ✚ Obim tržišta
 - ✚ Atraktivnost proizvoda
 - ✚ Know-how (znanje)
 - ✚ Potencijal tržišta
 - ✚ Profitabilnost
 - ✚ Veličina kapitala
 - ✚ Investicione mogućnosti
 - ✚ Kvalitet tržišta
7. Označite kriterije snage konkurentnosti:
- ✚ Distribucijski kanali / logistika
 - ✚ Atraktivnost proizvoda
 - ✚ Obim tržišta
 - ✚ Proizvodnja uz povoljne troškove
 - ✚ Potencijal tržišta
 - ✚ Porast tržišta
 - ✚ Investicione mogućnosti
8. Proizvodi u fazi zasićenja su:
- ✚ Fiksni telefon
 - ✚ Veštačko oko
 - ✚ Automobil na pogon vodonikom
 - ✚ Svinjsko meso
 - ✚ Ništa od navedenog