

## MODUL POSLOVNI PLAN

### CASE STUDY – SWOT analiza WAL-MART

Zaposleni ste u WAL-MART-u najvećem svetskom maloprodavcu, poslodavac vam dostavlja listu snaga, slabosti, mogućnosti i pretnji vaše kompanije i zahteva da ih pažljivo proučite.

#### SNAGE (strengths)

- Wal-Mart je moćan maloprodajni brend. Svoju reputaciju je izgradio dugogodišnjim stvaranjem vrednosti za svoje akcionare, poverenjem potrošača i širokim asortimanom proizvoda.
- Wal-Mart je poslednjih godina snažno rastao i doživeo je globalnu ekspanziju (kupio je UK maloprodavca ASDA).
- Kompanija ima konkurentsku prednost koja je rezultat upotrebe sofisticirane informacione tehnologije koja služi kao potpora internacionalnom logističkom sistemu i efikasnom sistemu nabavke
- Wal-Mart mnogo posveću menadžmentu i razvoju ljudskih resursa. Mnogo novca i vremena se odvaja za **trenige zaposlonehi**.

#### SLABOSTI (weaknesses)

- Wal-Mart prodaje proizvode iz različitih sektora i zbog toga nema dovoljno fleksibilnosti da se fokusira na određene konkurente.
- Kompanija i ako je globalna ima svoje prodavnice u relativno malom broju zemalja širom sveta.

#### MOGUĆNOSTI (opportunities)

- Preuzimanja, integracije ili strategijske alijanse sa ostalim globalnim maloprodavcima pre svega na području Evrope, Indije i Kine.
- Nove lokacije i vrste prodavnica nude Wal-Mart-u mogućnost eksploatacije razvoja tržišta. Mogućnost diverzifikacije od velikih prodajnih centar do prodavnica u malim gradovima i Internet trgovine.
- Mogućnosti postoje i u nastavku tekuće strategije koja se zasniva na velikim prodajnim centrima.

#### PRETNJE (threats)

- Veliki broj znači da ste target konkurencije na lokalnom i globalnom nivou.
- Biti veliki globalni maloprodavac znači biti izložen političkim problemima u zemljama u kojima poslujete.
- troškovi proizvodnje mnogih potrošačkih proizvoda imaju tendenciju pada razvojem outsourcinga (spoljnog snabdevanja) iz regiona širom sveta koji imaju niske troškove rada i sirovina. Ovo intenzivira konkurentski rat cenama što je pretnja.

Wal-Mart je najveći svetski maloprodavac sa \$408,2 milijardi prihoda u 2009. godini i sa 2,100.000 zaposlenih.

#### 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.