|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | به نام خدا |  |
| **دانشگاه تهران**  **دانشکده‌ مدیریت**  **مدیریت استراتژیک**  **تمرین مورد کاوی 5** | | |

|  |  |
| --- | --- |
| محمد مشرقی | نام و نام خانوادگی |
| 430001018 | شماره‌ دانشجویی |
|  | تاریخ ارسال گزارش |

­

# بررسی گزارش

صنعت نوشابه های گازدار در ایالات متحده، تحت سلطه کوکاکولا و پپسی، از لحاظ تاریخی رشد ثابتی را تجربه کرده است که ناشی از عواملی مانند افزایش دسترسی، طعم های جدید و نوآوری های بسته بندی است. با این حال، نگرانی های بهداشتی در مورد نوشیدنی های شیرین منجر به کاهش مصرف شده است.

در این رقابت ،رقابت بین کوکاکولا و پپسی شدید است و هر دو درگیر بازاریابی تهاجمی، معرفی محصولات جدید و رقابت قیمت هستند. در حالی که کوکاکولا بر برند اصلی کوکاکولا، رشد بین‌المللی و خرید بطری‌های مستقل تمرکز دارد، پپسی به دسته‌های محصولات جدید و شیرین‌کننده‌های جایگزین متنوع شده است. موفقیت کوکاکولا به نام تجاری قدرتمند، فرمول محرمانه و مزیت محرک اولیه آن نسبت داده می شود، در حالی که پپسی در بازاریابی و نوآوری محصول سرآمد بوده است. هر دو شرکت دارای قابلیت‌های بازاریابی قوی، شبکه‌های بطری‌ساز مستقر و زیرساخت توزیع جهانی هستند. با این حال، قراردادهای پیچیده بطری‌ساز و دارایی‌های تولیدی که به سمت نوشیدنی‌های گازدار با حجم بالا تنظیم شده‌اند، ممکن است انعطاف‌پذیری را محدود کنند. برای مقابله با کندی رشد، هم کوکاکولا و هم پپسی باید به نوشیدنی‌های غیر گازدار و سالم‌تر تنوع دهند و در بسته‌بندی‌های نوآورانه متناسب با بازارهای محلی سرمایه‌گذاری کنند. استفاده از ارزش ویژه برند برای ورود به مقوله های جدید و به دست آوردن برندهای نوظهور نوشابه می تواند این انتقال را تسریع کند. علاوه بر این، سرمایه‌گذاری در شیوه‌های پایدار و ادغام بطری‌سازها به کارایی هزینه کمک می‌کند. توصیه‌های خاص برای کوکاکولا شامل تنوع بخشیدن به نوشیدنی‌های غیر گازدار با رشد سریع‌تر، ارائه گزینه‌های کم کالری، سرمایه‌گذاری در شیوه‌های پایدار، و گسترش در بازارهای نوظهور با رشد بالا است. استفاده از بازاریابی دیجیتال، ایجاد مشارکت با خرده فروشان، و پیگیری ادغام و ادغام استراتژیک نیز از استراتژی های کلیدی هستند. تمرکز باید بر روی استفاده از ارزش ویژه برند قوی کوکاکولا و وفاداری مصرف کننده برای هدایت نوآوری و گسترش توزیع جهانی باشد. تجزیه و تحلیل نیروهای رقابتی در صنعت نوشابه گازدار با استفاده از مدل پورتر، تهدید کم شرکت‌های جدید به دلیل موانع بالا، قدرت چانه‌زنی پایین تامین‌کنندگان، قدرت چانه‌زنی بالای خریداران، تهدید بالای جایگزین‌ها و رقابت شدید بین کوکاکولا و پپسی را نشان می‌دهد. . تجزیه و تحلیل PESTEL مقررات سیاسی، عوامل اقتصادی مانند افزایش سطح درآمد، گرایش های اجتماعی به سمت آگاهی سلامت، پیشرفت های تکنولوژیکی، نگرانی های زیست محیطی و مسائل قانونی را به عنوان عوامل خارجی موثر بر صنعت شناسایی می کند. روند سلامت و تندرستی، عوامل اقتصادی و محدودیت های سیاسی محرک های کلیدی تغییر در صنعت هستند.

تجزیه و تحلیل SWOT برای کوکاکولا برند نمادین، شبکه توزیع جهانی و قابلیت‌های بازاریابی را به عنوان نقاط قوت، اما کاهش فروش CSD و تنوع آهسته را به عنوان نقاط ضعف برجسته می‌کند. فرصت ها در رشد بخش های آب بطری شده و بازارهای نوظهور نهفته است. تهدیدها شامل تغییر ترجیحات مصرف کننده و رقابت تهاجمی پپسی است.

Pepsi:

نقاط قوت Pepsi شامل مجموعه ای از برندهای متنوع و تنوع موفقیت آمیز در میان وعده ها است، اما در زمینه دسترسی بین المللی و رقابت با کوکاکولا با چالش هایی مواجه است. فرصت ها شامل بازار رو به رشد نوشیدنی های سالم غیر گازدار، گسترش توزیع در بازارهای نوظهور و پذیرش فناوری های جدید است. تهدیدها شامل محدودیت های اعمال شده توسط برند غالب کوکاکولا و مداخلات نظارتی است.

به طور خلاصه، تغییرات استراتژیک در مدل‌های کسب‌وکار، تنوع محصول(مثل نوشیدنی غیر گازدار) و نوآوری برای رشد آینده در چشم‌انداز در حال تحول صنعت نوشابه‌های گازدار حیاتی هستند. یا اینکه مارک های جدید راه اندازی کنند یا گزینه های سالم تر و طبیعی همچنین می توانند بسته بندی های شیک تر یا حتی به صرفه تر ارائه دهد یا بطری های قابل بازگشت و طرح های اینچنینی که مردم جذب شوند و در فعالیت های آن شرکت مشارکت نمایند. گسترش در بازار های جهانی متناسب با سلیقه و ذات و فرهنگ مردم آنها و قرارداد بستن با خرده فروشان و تبلیغات مخاطب پسند و جوان پسند یا حتی خرید و ادغام با شرکت های کوچکتر از خود. و قرار داد با شرکت هایی همجون مک دونالد و ....... و جذب مشتری های وفادار میتواند برای کوکا مفید باشه.

در کل هر دو کوکاکولا و پپسی باید با تغییر ترجیحات مصرف کنندگان و پویایی بازار سازگار شوند تا موقعیت خود را در یک صنعت رقابتی و متمرکز تضمین کنند.