SZABLON ODPOWIEDZI

Członkowie grupy (imię, nazwisko, nr albumu): ćwiczenia nr 7

1 Yaraslau Maziuk ym109719

2 Martsin Selivonchyk ms109744

3 Marta Bahdzevich mb108649

4 Tatsiana Vilcheuskaya tv109686

5 Aleh Kuletski Ak109096

**Alians Starbucks (USA) i Tata Coffee (Indie)**

Na podstawie artykułu o aliansie Starbucks -Tata Coffee

1. Określ typ aliansu i krótko uzasadnij z punktu widzenia:
2. Zaangażowania kapitałowego (*podaj formę*)

Jest to capitałowa forma aliansu - joint-venture pomiędzy Starbucks Company a Tata Coffee Limited w proporcji 50:50

1. Powiązań konkurencyjnych (*wskaż te powiązania*)

Są nie konkurencyjne.

Tata Coffee – produkcja i dystrybucja kawy.

Starbucks - gotowy produkt.

Tata Coffee ma plantacje kawy i jest dystrybutorem wysokiej jakości ziaern. Starbucks natomiast dostarcza gotowy produkt w postaci napoju do klienta.

Są to następujące po sobie ogniwa łańcucha wartości, co wskazuje na «międzynarodowe spółki joint venture»

1. Branży (*określ branżę*)

Jest to międzybranżowa.

Zawarcie sojuszu zaowocowało silną synergią między obiema firmami.

Starbucks to jedna z najbardziej rozpoznawalnych kawiarni na świecie i poza nim, ciesząca się ogromnym popytem i liczbą klientów.

Tata Coffee jest jednym z największych producentów wysokiej jakości kawy ziarnistej.

Cel jest uzyskanie efektów synergii dla zwiększenia efektywności i skuteczności konkurecnji na rynku indyjskim.

1. Wymiany społecznej (*krótko opisz*)

Product Building

Firmy czerpią wzajemne korzyści. Starbucks z powodzeniem penetruje rynek indyjski, a Tata Coffee dostarcza kawę ziarnistą do Starbuksa, co stawia obie firmy w korzystnej sytuacji. Obie firmy rozwijają sojusz poprzez inwestycje i wspólnie dbają o jakość i zrównoważony rozwój swoich produktów.

1. Wskaż główne cele aliansu strategicznego z punktu widzenia:
2. Starbucks
3. Starbucks zawarł strategiczny alianse z firmą Tata coffee, aby rozpocząć działalność w Indiach.
4. Pomoc w poprawie rentowności firmy w związku z zagrożeniami wynikającymi z malejącego rynku i nadmiernego uzależnienia od rynku amerykańskiego.
5. Dostęp do wysokiej jakości kawy Arabica.
6. Tata Global Beverages może zaoferować wiedzę i zrozumienie rynku indyjskiego, ponieważ jest na nim obecna od dłuższego czasu.
7. Tata Coffee
8. Umowa umożliwi firmie Tata coffee dostarczanie kawy palonej w ziarnach do sieci Starbucks w Indiach.
9. Możliwość wspólnego inwestowania w dodatkowe moce produkcyjne na potrzeby eksportu na inne rynki.
10. Starbucks będzie pomagał poprzez dostarczanie technologii know-how w celu promowania odpowiedzialnych praktyk agronomicznych.
11. Po tej transakcji Tata Coffee stanie się największym azjatyckim producentem kawy notowanym na giełdzie.
12. Niniejszy protokół ustaleń stworzy długoterminowe relacje z firmą Starbucks
13. Osiągnięcie, którego ze wskazanych celów Starbucks Twoim zdaniem jest obarczone największym ryzykiem? Dlaczego?
14. **Starbucks zawarł strategiczny alianse z firmą Tata coffee, aby rozpocząć działalność w Indiach**

Wszystkie powyższe cele związane ze Starbucks są w taki czy inny sposób zagrożone.

Dużym ryzykiem jest fakt, że kultura mieszkańców Indii jest bardziej nastawiona na spożywanie herbaty, co może mieć duży wpływ na niski popyt na kawę Starbucks. Niewiele osób będzie chciało zmienić swoje przyzwyczajenia związane z piciem herbaty na rzecz kawy. Innym ważnym czynnikiem wpływającym na sprzedaż kawy Starbucks jest cena. Oferta produktowa Starbucks jest dość droga. Oceniając rynek kawy w Indiach, należy wziąć pod uwagę istniejącą konkurencję - firmę Barista, która zdobyła już lojalność mieszkańców Indii i sprzedaje swoje produkty po niższej cenie.

1. Osiągnięcie, którego ze wskazanych celów Tata Coffee Twoim zdaniem jest obarczone największym ryzykiem? Dlaczego?

**Niniejszy protokół ustaleń stworzy długoterminowe relacje z firmą Starbucks**

**Pierwszą rzeczą, na którą należy zwrócić uwagę, jest to, że Starbucks jest amerykańską międzynarodową siecią kawiarni, a siedziba Tata Сoffee znajduje się w Indiach. Wyzwaniem jest dostosowanie linii produktów do lokalnego rynku. Interesy konsumentów kawy indyjskiej firmy różnią się od polityki Starbucks. Może również pojawić się kwestia optymalizacji wyboru dodatkowych napojów kawowych dla lokalnego rynku. W dłuższej perspektywie istnieje zagrożenie, że różnice kulturowe i mechanizmy działania Tata Coffee staną się podobne do Starbucks i straci znaczną liczbę konsumentów w Indiach.**