



استارباکس شرکت قهوه‌خانه‌ی زنجیره‌ای آمریکایی است. امروزه با در اختیار داشتن ۲۴ هزار شعبه در کشورهای مختلف، بزرگ‌ترین قهوه‌خانه زنجیره‌ای در جهان محسوب می‌شود. این شرکت محصولات متنوعی از جمله قهوه، اسپرسو، آب‌میوه تازه، شیرینی و اسنک سرو می‌کند. استارباکس شرکتی مشتری محور است که تضمین می‌کند بهترین محصولات خود را در اختیار مشتری بگذارد و تجربه‌ای منحصر به فرد برای هر یک از آنها فراهم کند. همچنین برای کارمندان خود محیط کاری عالی با احترام و توجه به نیازهای هر کدام ایجاد می‌کند

SWOT

- موقعیت بازار خوب و نام تجاری جهانی
- موقعیت مناسب و فضای دوستانه و آرام و راحت برای مشتری
- تنوع زیاد محصولات
- وابستگی به بازار آمریکا
- تفاوت فرهنگ قهوه در آمریکا و اروپا نسبت به بقیه کشورها
- هزینه‌ی بالای محصولات
- گسترش در بازارهای نوظهور
- روش‌های توزیع جدید
- گسترش بازار رقابت
- نوسان قیمت در بازار جهانی قهوه



تاریخچه

استارباکس در سال ۱۹۷۱ تأسیس شد، این شرکت در ابتدا فقط دانه‌ی قهوه می‌فروخت. یکی از کارمندان شرکت (هاورد شولتز) پیشنهاد کرد که علاوه بر دانه‌ی قهوه، نوشیدنی قهوه نیز بفروشند ولی وقتی این پیشنهاد رد شد این کارمند از شرکت جدا شد و شرکت خود را تأسیس کرد. در سال ۱۹۸۷ صاحبان اصلی استارباکس شرکت خود را به شولتز فروختند



معرفی



27,339 stores world wide



3,861,778,846 CUPS OF COFFEE SERVED EVERY YEAR



\$16.45 BILLION ANNUAL REVENUE (2014)



نام شرکت: استارباکس

صنعت
Coffeehouses

مدیر گروه

نازنین صبری

اعضا

نرگس موسوی

مریم بهزادی‌پور

سمانه راسخ

Mission Statement

“

To inspire and nurture the human spirit - one person, one cup and one neighborhood at a time.

”

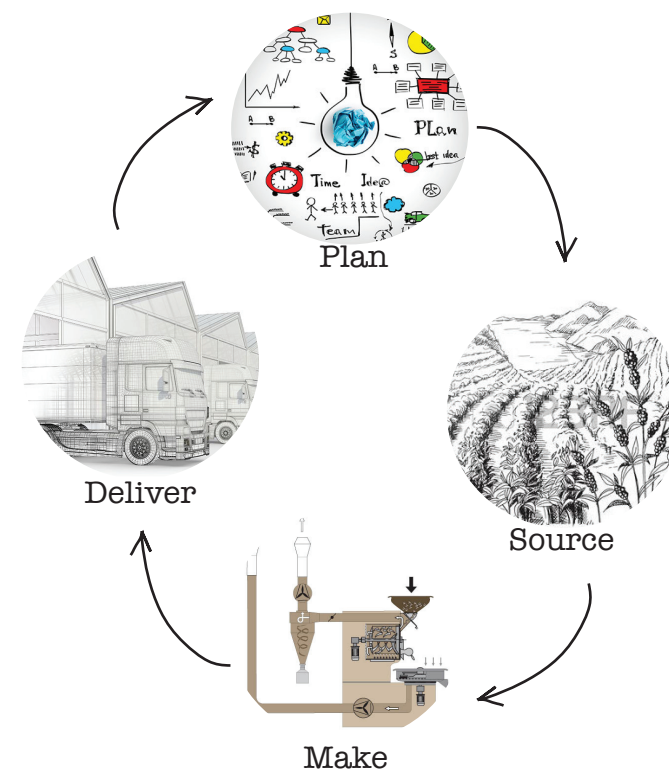
مشکلات زنجیره‌ی تامین

مواد اولیه لازم در بعضی شعبه‌ها زود تمام می‌شد و بعد از ساعتی از روز دیگر برخی قهوه‌ها فروخته نمی‌شد که باعث نارضایتی مشتریان می‌شد. در حالی که انتظار داشتند تا انتهای روز تمام منو موجود باشد

تحلیل مسئله

به علت گسترش شرکت در طول سالیان روش کنونی تامین مواد اولیه دیگر پاسخگو نبود چون هر بخش فرآیند تامین توسط سازمان خارجی مجزایی انجام می‌شد و ارتباط این سازمان‌ها با یکدیگر درست سازماندهی نشده بود و نظارت درستی نیز بر آن‌ها وجود نداشت

زنجیره‌ی تامین اصلاح شده



جهانی شدن و شعبه‌ای در هند

در سال ۲۰۰۹ به دلیل بحران اقتصادی در آمریکا، توان خرید مردم کاهش پیدا کرد که نتیجه‌ی آن افت فروش اقلام غیر ضروری مانند قهوه بود

تحلیل مسئله

برای حل این مسئله می‌توان به کشورهای دیگر به عنوان بازارهای جدید روی آورد. برای انجام این کار باید به این نکته توجه کرد که در کشورهای مختلف فرهنگ مردم و در نتیجه سلیقه‌ی آن‌ها متفاوت است بنابراین لازم است منو را مطابق با این سلیقه‌ی متفاوت تغییر دهیم یکی از گزینه‌های مناسب به دلیل منابع کشاورزی زیاد و جمعیت رو به رشد جوان کشور هند بود. به دلیل علاقه‌ی عموم مردم به چای و دیده شدن قهوه به عنوان یک کالای لوکس، اضافه کردن انواع چای و غذاهای تند به منو می‌تواند منجر به موفقیت بیشتر شود

کارمندان و فرهنگ سازمانی

در سال ۲۰۰۰ مالک استارباکس (هاورد شولتز) دید که رقبا توانسته اند رضایت مشتریان را نسبت به قهوه‌های خود بیشتر از استارباکس جلب کنند. برای حل این مشکل دوباره به مقام مدیرعامل برگشت و به شعبه‌های مختلف در کشورهای مختلف سر زد. او متوجه شد که کارمندان انقدر سرشان شلوغ است که با مشتریان برخورد مناسب ندارند

چشم انداز اولیه استارباکس ارائه تجربه‌ای خاص به هر مشتری در هنگام حضور در محیط و استفاده از محصولات بود در صورتی که به دلیل رفتار نامناسب کارمندان این تجربه به مشتریان انتقال داده نمی‌شد

تحلیل مسئله

به علت گسترش شرکت در طول سالیان نظارت مناسب روی افراد استخدام شده وجود نداشت و این باعث می‌شد که کارمندان ندانند باید در برخورد با مشتری چگونه رفتار کنند

جمع بندی

به طور کلی در هر صنعتی تشخیص نیازها از پراهمیت‌ترین کارها است چون در موفقیت و سودآوری شرکت تاثیر بسیاری دارد. این نیازها به چندین عامل بستگی دارد، در بازار قهوه این عوامل عبارتند از: نوسان قیمت قهوه، سرانه‌ی مصرف قهوه، نگرش مردم به سلامتی، عوامل جمعیتی



پیشنهادهای گسترش استارباکس

➤ سرمایه گذاری در کشورهایی مثل مکزیک و برزیل که رشد جمعیت طبقه‌ی متوسط در آن‌ها زیاد است

➤ اضافه کردن چای و آبمیوه به منو و تلاش برای گسترش این محصولات به اندازه‌ی قهوه‌ی ارائه شده

➤ با توجه به تغییر ذائقه و سبک زندگی مردم و گرایش آن‌ها به خوراکی‌های سالم، استارباکس باید منوی خود را گسترش دهد و از غذاهای سالم استفاده کند

➤ با توجه به اهمیت دانه‌های قهوه در کار شرکت استارباکس و با توجه به قیمت متغیر قهوه‌ی با کیفیت، استارباکس می‌تواند با قراردادهای زود هنگام با تأمین‌کنندگان قهوه این ریسک را مدیریت کند

➤ سیاست فروش استارباکس در کشور آمریکا بهتر است به سمت سرمایه‌گذاری روی بازارهای دست‌نخورده‌ی شهرهای کوچک برود

➤ با توجه به این که حدود ۱۰ درصد از فروش محصولات استارباکس در آمریکا از طریق اپلیکیشن موبایل انجام می‌شود بهتر است استارباکس برای راحت‌تر شدن روال استفاده از محصولات خود فروش آنلاین را گسترش دهد