

SWOT АНАЛИЗ ЗАО «АШТАРАК КАТ»

Элина ДАДАЯН

Аспирант кафедры Управления, бизнеса и туризма
Российско-Армянского (Славянского) университета

Ключевые слова: SWOT - анализ, молочная промышленность, угрозы

Благодаря SWOT - анализу компании «Аштарак Кат» мы сможем проанализировать ее сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, постараемся оценить их, а затем подготовить SWOT матрицу. В качестве сильных сторон компании следует выделить следующие:

Высокая технологичность.

Как и в любой компании, так и в компании «Аштарак кат» одним из основных факторов успеха являются особенности технологических характеристик:

- а) исключение натрия из использования;
- б) наличие современного холодильного оборудования, при помощи которого молоко замораживается до до 2 градусов, что исключает окисление молока;
- в) транспортировка молока на завод в специальных цистернах для молока;
- г) закупка экологически чистого сырь с пастбищ богатых огромным выбором цветов и трав на высоте 2000 м;
- е) строгий контроль сырья начиная от стадии закупки сырья, до микробиологических испытаний на самом заводе;
- е) строгие санитарные требования;
- а) ежедневный контроль качества готовой продукция на заводе;
- а) герметическая упаковка, что способствует поддержанию высокого качества продукции, чистоту, свежесть и безопасность;
- я) использование при производстве, в качестве сырья, горного молока, которое содержит кальций, белок, фосфор, калий, магний, витамин А, витамин В;
- ч) указание на этикетках как даты производства товара, так и срок годности данного товара, что дает более полную информацию.

Финансовые ресурсы.

Для более наглядной картины финансового состояния компании, посчитаем некоторые финансовые показатели:

- а) Коэффициент финансовой зависимости

$$\text{КБфз} = \text{Кфо} / \text{Кфз} = \text{Обязательства} / \text{Активы} = (944774 + 544703) / 2559710 = 0.58$$

Так как $0,58 < 1$, следовательно, финансовая зависимость компании слабая, следовательно не может привести компанию к банкротству или резкому увеличению долга компании.

б) коэффициент платежеспособности.

$$\text{Кобщ} = \text{Активы} / \text{Обязательства} = 4049187 / 1489477 = 2.72$$

Так как $2,72 > 1$ следовательно активы превышают обязательства, то компания является платежеспособной.

в) коэффициент текущей ликвидности.

$$\text{Ктл} = \text{Оборотные активы} / \text{Краткосрочные обязательства} = 1636983 / 944774 = 1.79$$

Экономический смысл коэффициента текущей ликвидности является следующее, может ли компания в течении отчетного периода, выполнять краткосрочные обязательства с его оборотных активов. Принято, что это соотношение должно быть в пределах от 1 до 2, которая позволит ему делать краткосрочные обязательства, если коэффициент меньше единицы, то это будет означать, что компания не сможет выполнить свои обязательства и обанкротится, а если коэффициент больше 3, то это будет означать, что компания эффективно использует свои ресурсы. Мы видим, что данный показатель на примере компании «Аштарак кат» находится в диапазоне от 1 до 2, что видно является сильной стороной.

г) Коэффициент капитализации.

$$\text{КК} = \text{Долгосрочные обязательства} / (\text{Долгосрочные обязательства} + \text{Собственный капитал}) = 2559710 / (2559710 + 1636983) = 0.61$$

Считается, что это соотношение должно быть примерно равно 0,6, что свидетельствует о финансовой устойчивости компании, что в свою очередь означает то, что они владеют 60% из заемных средств. В случае если коэффициент капитализации меньше 0,6 предприятие зависит от заемных средств и ощутимы кредитные выплаты. На нашем примере это отношение равно 0,61, так что его можно рассматривать в качестве сильной стороны компании.

Эффективность менеджмента и маркетинговой политики.

Каждый год компания «Аштарак кат» расширяется, делая вложения прибыли в новые технологии, покупку современного оборудования, повышение квалификации кадров и развитие менеджмента. В качестве доказательства вышесказанного выступает полученное в 2002г. от URS свидетельство управления качеством ISO 9001-2000. А так же заключила контракт с около 6000 хозяйствами. Взаимовыгодное сотрудничество является результатом увеличения числа домохозяйств, что способствует созданию новых рабочих мест, с целью получения свежего, качественного и ценного молока. Залогом высокой степени эффективности сотрудничества с 6000 хозяйствами говорит о эффективности менеджмента. Кроме того, большое количество фермеров (которые на самом деле являются основными поставщиками молока) сокращает зависимость от отдельных поставщиков.

Ссылаясь на финансовые отчеты компании за 2013г. себестоимость реализованной продукции составляет 500379 тыс. драм, из которых 82278 тыс. драм идет на маркетинг и рекламу. Лидирующей позиции компании на рынке молочных продуктов также способствует эффективная маркетинговая политика, что подтверждают следующие цифры. И так на рынке «Сметана» компания «Аштарак кат» составляет 50% всего рынка, в то время как «Марианна» составляет 35.1%, «Чанах» 4.1 %-р. На рынке «Мороженное» компания «Аштарак кат» составляет 30 %, «Тамара» 20 %, «Грант Кенди» 17 %. На рынке «Пастеризованное и стерилизованное молоко» компания «Аштарак кат» также является лидером и составляет 44.5 % всего рынка, в то время как «Марианна» составляет 16.7 %, а «Чанах» 8.1 %.

Высокий рейтинг компании.

Центробанк Армении впервые опубликовал рейтинги армянских предприятий в сентябре 2005 года. В соответствии с разработанными принципами по присвоению рейтингов ЦБ публикует названия только тех предприятий, которым были присвоены высокие рейтинги (А,Б,Г). В случае же получения предприятием более низкого рейтинга (Д, Е, З) Центробанк публикует их имена только при наличии согласия с их стороны.

В перечне предприятий, представленных ЦБ, компания «Аштарак кат» занимает 7-е место на молочном рынке и является абсолютным лидером среди конкурентов, несмотря на то что на 26.02.2010г. рейтинг компании оценивался "В +", а на 25.02.2011г. рейтинг вовсе упал до "С +": Следует отметить, также, что в диапазоне от "А+" до "С-" рейтинг считается инвестиционным.

Слабые стороны

В период с 2011-2013гг. продукция компании «Аштарак кат» возросла в цене на 10-30 драм (указать период), в частности сырки, мацун, сметана, творог. Хотя компания данный факт комментирует как результат повышения цен на сырое молоко, а так же повышением трат на упаковку, однако повышение цен на рынке является слабой стороной предприятия. Так же слабой стороной компании является низкий уровень интернет маркетинга.

Возможности компании

На протяжении нескольких лет компания «Аштарак кат» заняла свое почетное место на международном рынке сыров. Не случайно, что на выставке в Москве в 2011 году, на которой принимали участие 2000 представителей из 55 стран сыр Лори изготовленный компанией «Аштарак кат» получил первое место в номинации «Лучший продукт 2011». Это говорит о возможностях компании за-

воевывать новые рынки, а так же расширение ассортимента продукции. И так «Аштарак кат» предлагает следующую линейку продуктов: классические молочные продукты, Ковик молочные продукты, Моджо йогурт, Йогу Могу йогурт, мороженное, сыр, Йо Йо сырки, Мифы Армении и лед «Айсмен». Кроме производства молочных продуктов компания занимается следующей деятельностью:

- разведение крупного рогатого скота по молочному и мясному направлению,
- производство пластмассовых изделий,
- производство кондитерских изделий,
- сельскохозяйственное производство.

В качестве возможности также можно рассматривать появление новых поставщиков, с той точки зрения, что их цены на сырье и предлагаемые услуги в итоге имеют большое влияние на конечные цены произведенных товаров. Использование новых технологий также может создать новые возможности для компании, улучшая качество выпускаемой продукции и сократив затраты на производство.

Угрозы компании

Для деятельности компании в качестве угроз могут являться:

1. Изменение покупательской способности населения Наблюдается тенденция к снижению среднемесячной заработной платы, в то время как индекс потребительских цен растет, таким образом, покупательная способность населения падает, что может отрицательно повлиять на производительность компании.

2. Угрозой для компании может стать появление новых конкурентов, а также уже существующих («Марианна», «Ани молочные продукты», «Тамара» и т.д.), конкурентов с агрессивной политикой маркетинга и занятием ими рыночной доли. Рассмотрим представления продукции на рынке и степень доступности для потребителей.

3. Рост курса национальной валюты. Это объясняется тем, что рост курса на внутреннем рынке влечет увеличения объема импортируемых товаров, что создает возможности для иностранных производителей товаров, импортируемых, что в свою очередь, повышает конкуренцию на внутреннем рынке.

4. Изменение потребительских нужд. Их можно разделить на 2 группы:

- связанных с сезонными изменениями,
- связанных с предпочтениями людей или перенасыщенностью рынка данным продуктом.

Результаты анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1. SWOT-анализ ЗАО «Аштарак Кат».¹

	<u>Возможности компании</u>	<u>Угрозы компании</u>
	1.возможности завоевывания новых рынков 2.расширение ассортимента продукции 3.появление новых поставщиков 4.использование новых технологий	1. Изменение покупательской способности населения 2. появление новых конкурентов 3. рост курса национальной валюты 4. изменение потребительских нужд
<u>Сильные стороны</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Захват новых рынков и расширения ассортимента продукции при помощи внедрения высоких технологий • При помощи маркетинговой политики обнаружение и привлечение новых поставщиков и клиентов • Благодаря эффективному менеджменту использование новых технологий 	<ul style="list-style-type: none"> • Снижение спроса по причине покупной способности населения повышения высокотехнологичного производства • Изменения в потребительском спросе и появление новых конкурентов влечет за собой формирование новой маркетинговой политики и необходимость в новых затратах • Финансовые потери в связи с ростом курса национальной валюты
<u>Слабые стороны</u>	<ul style="list-style-type: none"> • По причине высокой цены на сырье и материалы, обнаружение и привлечение новых поставщиков • По причине использования новых технологий оправданный рост цен на продукцию 	<ul style="list-style-type: none"> • высокие цены на продукцию и более низкие уровни покупательской способности населения в результате снижения объемов продаж и вероятность банкротства • По причине слабого Интернет маркетинга затруднения в процессе изучения изменений потребностей спроса потребителей.

Заполнив матрицу SWOT – анализа, мы обнаружили, что:

- определили основные направления развития предприятия «Аштарак Кат» (захват новых рынков и расширения ассортимента продукции при помощи внедрения высоких технологий, при помощи маркетинговой политики обнаружение и привлечение новых поставщиков и клиентов, благодаря эффективному менеджменту использование новых технологий);

- сформулировали основные проблемы предприятия «Аштарак Кат», подлежащие скорейшему решению для дальнейшего успешного развития (снижение спроса по причине покупной способности населения повышения высокотехнологичного производства, изменения в потребительском спросе и появление

¹ Собственная разработка автора.

новых конкурентов влечет за собой формирование новой маркетинговой политики и необходимость в новых затратах, финансовые потери в связи с ростом курса национальной валюты; по причине высокой цены на сырье и материалы, обнаружение и привлечение новых поставщиков, по причине использования новых технологий оправданный рост цен на продукцию; высокие цены на продукцию и более низкие уровни покупательной способности населения в результате резкого снижения объемов продаж и вероятность банкротства, по причине слабого Интернет маркетинга затруднения в процессе изучения изменений потребностей спроса потребителей).

Элина ДАДАЯН

SWOT анализ ЗАО «Аштарак кат»

Ключевые слова: SWOT - анализ, молочная промышленность, угрозы

SWOT-анализ является одной из основных диагностических процедур, применяемой консультационными фирмами мира. Помимо этого, ее следует рассматривать в качестве важной для любой компании бизнес-технологии, технологию незадействованных ресурсов, оценки исходного состояния, и угроз деятельности предприятия. Проведение SWOT-анализа поможет структурированию имеющейся информации о предприятии и рынке и по-новому взглянуть на ситуацию и открывающиеся перспективы.

Elina DADAYAN

SWOT analysis of "Ashtarak kat" company

Keywords: SWOT-analysis, the dairy industry, the threats.

SWOT-analysis is one of the basic diagnostic procedures used consulting firms in the world. In addition, it should be seen as important for any company business technology, technology unused resources, evaluation of the initial state, and threats of the company. Conduction of the SWOT-analysis will help structuring the available information about the company and the market and a fresh look at the situation and open perspective.

Էլինա ԴԱԴԱՅԱՆ

“Աշտարակ կաթ” ընկերության SWOT վերլուծություն

Բանալի բառեր՝ SWOT վերլուծություն, կաթնամթերքի արտադրության, սպառնալիք

SWOT վերլուծությունը աշխարհում խորհրդատվական ֆիրմաների կողմից օգտագործվող հիմնական ախտորոշիչ ընթացակարգերից մեկն է: Բացի այդ, որպես ցանկացած ընկերության բիզնեսի տեխնոլոգիա, պետք է դիտարկել չօգտագործվող ռեսուրսների գնահատման նախնական վիճակը և ընկերության սպառնալիքները: SWOT վերլուծության իրականացումը կօգնի ընկերությանը հասանելի դարձնել մրցակցային շուկայի մասին տեղեկատվությունը և բաց տեսանկյունից նայել իրավիճակին: