

Бондаренко Виктория Андреевна,

доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга и рекламы
ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический универси-
тет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону
b14v@yandex.ru



Воронова Роза Суреновна,

студентка ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический универси-
тет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону
rozavoronova@mail.ru

Проведение SWOT-анализа в рыночной активности фирмы на примере ООО «Каргилл»

Аннотация. В статье приведен пример использования методики SWOT-анализа компании для выявления возможных направлений действия и формирования стратегии развития в условиях изменчивой рыночной среды.

Ключевые слова: SWOT-анализ, сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы.

Раздел: (04) экономика.

Метод SWOT-анализа является одним из наиболее часто применяемых и представляется достаточно простым в использование, но, в то же время, дающим возможность выбора вариантов действий компании на основе реальной оценки своих ресурсов в комбинаторике с факторами внешнего воздействия. Он может применяться наряду с другими факторами повышения рыночной устойчивости предприятия [1]. Нам представляется целесообразным продемонстрировать действенность данного метода на примере успешно функционирующего подразделения компании «Каргилл» в России, а именно в г. Ефремове. С этой целью исследованию подверглись внутренние и внешние факторы, характеризующие деятельность компании «Каргилл» на основе SWOT-анализа (см. таблицу). Также были сформулированы вопросы, направленные на выявление фактов воздействия на удовлетворенность клиентов и/или на прибыль компании.

SWOT-анализ компании «Каргилл»

Сильные стороны	Слабые стороны
Широкое географическое присутствие	Случаи возврата товара из-за несоответствия спецификации
Опыт работы на глобальном рынке более 150 лет	Затраты на логистику
Клиентская база компаний мирового уровня	Удаленность от источников сырья
Высокая квалификация персонала	Технология переезтерификации (химической реакции обмена структурных элементов жиров, используемая в пищевой промышленности) масел и жиров
Высокая производительность	
Автоматизация большинства производств	
Удобное расположение компании для клиентов	
Требования к безопасности сотрудников	
Гибкая ценовая политика	
Широкий ассортимент продукции	
Разработка индивидуальных решений для клиентов	

Надежный поставщик продукции	
Послепродажное обслуживание	
Возможности	Угрозы
Возможности расширения производств	Ужесточение конкуренции
Увеличение доли рынка	Нестабильность политической ситуации в стране
Новые технологии	Законодательное регулирование
Ослабление некоторых конкурентов	Изменение покупательских предпочтений
Наем опытных сотрудников	Сбои в поставках сырья
Влияние на формирование цен в производстве сиропов и крахмалов	Ужесточение условий со стороны клиентов
Отсутствие конкурентов со схожим бизнес-портфелем	Неблагоприятные изменения валютных курсов
Рост производства гранулированного глютенa	Уход из компании высококлассных специалистов
Государственная поддержка	Замедление роста рынка
Продажа бутилированных масел в розничной сети	Утрата преимуществ продукта
Внедрение проектов по утилизации отходов	Снижение покупательной способности
Внедрение проекта по оптимизации текущих затрат	
Внедрение проекта по производству пшеничного крахмала	
Привлечение новых клиентов	
Участие в выставках	
Социальные проекты	

Следует отметить, что при рассмотрении сильных сторон ООО «Каргилл», необходимо дать ответы на 2 вопроса:

1. Каким образом сильная сторона повышает удовлетворенность клиентов или прибыль компании?

2. Создает ли сильная сторона отличие от конкурентов?

Широкое географическое присутствие и опыт работы позволяют компании оперативно налаживать деловые взаимоотношения с новыми клиентами, вне зависимости от того где они расположены, а также оперативно реагировать на изменения спроса на продукцию. Вместе с «Каргилл» партнеры компании будут более успешны, чем с кем-либо другим, потому что «Каргилл» – надежный партнёр, достойный доверия, соблюдает этические нормы, выполняет взятые на себя обязательства, обладает творческим подходом, предприимчивостью и стремится быть высокоэффективным поставщиком пищевых ингредиентов, продуктов и решений. Удобное расположение компании позволяет обеспечить эффективность и надежность всей цепочки поставок по единой конкурентной цене с точным соблюдением объемов и сроков доставки.

Развитие клиентской базы и совершенствование работы с клиентами являются ключевыми задачами профессионального роста компании «Каргилл». Разрешение этих задач означает увеличение доходов и статуса компании на отраслевом рынке. Как правило, работа с клиентами это самый сложный и ответственный участок работы, с которым не многим удастся справиться должным образом. Тем временем именно этот участок работы постоянно необходимо поддерживать на высоком уровне, интенсивно содействовать его развитию. В сравнении со специалистами по продажам компаний-конкурентов, которые активно настаивают на необходимости приобретения своей продукции потребителями, компания «Каргилл» работает по иному принципу. Специалисты по продажам и по работе с клиентами компании «Каргилл» обучены эффективному способу ведения переговоров с клиентами компании, без излишней навязчивости, посредством вопросов они выявляют потребности клиентов и предлагают им именно ту продукцию, которая подходит с технологической точки зрения. В

некоторых случаях в переговорах с клиентами участвуют специалисты – технологи компании и оказывают помощь клиентам по решению более глубоких вопросов, связанных с технологией (разработка рецептуры, адаптация продукта под требования клиентов), для наиболее полного удовлетворения запросов клиентов.

Разработка индивидуальных решений для каждого корпоративного клиента является приоритетным принципом компании «Каргилл», данное достоинство представляет компании способность повысить темпы роста на производимую продукцию. Также с целью полного удовлетворения запросов клиента, внедрено послепродажное обслуживание, которое обеспечивает помощь клиенту по всем вопросам и проблемам, возникшим с применением продукции компании «Каргилл», так как компания заинтересована в том, чтобы каждый клиент остался доволен проделанной работой и полученным результатом, который является общим успехом. Так, например, постоянные клиенты компании «Каргилл» могут воспользоваться логистической услугой – системой поставок точно в срок (just-in-time). Данный сервис предоставляет преимущество и для компании «Каргилл», так как это дает возможность отслеживать количество потребляемой клиентом продукции, что позволяет контролировать планирование производства и увеличить производительность компании. Также такая дополнительная услуга позволяет привлечь новых клиентов и как следствие и возможно расширить ассортиментные направления производств. Работая с «Каргилл», партнёры компании получают ряд неоспоримых преимуществ:

- самую низкую себестоимость;
- самый быстрый выход на рынок;
- самую безопасную продукцию;
- самый высокий уровень исполнения заказов;
- самую высокую рентабельность [1, с. 31].

Правильно выбранная ценовая политика, грамотная тактика формирования цен, экономически выверенные методы ценообразования составляют основу успешной деятельности компании. Компания «Каргилл» применяет в своей деятельности гибкую ценовую политику, что позволяет компании сотрудничать не только с крупными партнерами, но и с малым бизнесом, хотя по сравнению с некоторыми конкурентами стоимость продукции несколько высокая. Но в современных условиях достаточно редко низкая цена товара выступает как база для создания конкурентного преимущества. Отличительное конкурентное преимущество компании «Каргилл» достигается с помощью предложения покупателю товара такой ценности, которую он вряд ли где-либо найдет. Создав такое преимущество, компания может установить более высокие цены на свой товар и получить высокую прибыль.

Из анализа информации о компании «Каргилл» была выявлена значимая возможность в ведении экономической деятельности. Данная компания предоставляет корпоративным клиентам широкий ассортимент продукции, а также комплекс предложений, с целью удовлетворения всех потребностей клиентов, касающихся ее сферы деятельности. Таким образом, компания снимает с клиента задачу поиска нескольких поставщиков по разным видам продукции, необходимой для производства, чем сокращает расходы клиентов. Например, компания «Каргилл» может предложить своим клиентам в сегменте рынка кондитерских изделий сразу несколько видов своей продукции: патоку, солодовый экстракт, а также масла и жиры. И это еще одно стремление компании «Каргилл» быть желаемым поставщиком для своих клиентов.

Далее, обобщая данные, характеризующие слабые стороны «Каргилл», следует ответить на вопрос:

3. Каким образом слабая сторона снижает удовлетворенность клиента или прибыль компании?

Одной из выявленных слабых сторон, компании «Каргилл» являются случаи возврата клиентом продукции из-за несоответствия спецификации. Спецификация является приложением к договору поставки, в котором содержится следующая информация:

- реквизиты контрагентов и их полномочных представителей;
- дата составления документа и сроки поставки продукции;
- технические характеристики продукции;
- сроки, цена, количество и качество, принадлежности (технические паспорта, сертификаты, гарантии и т. д.) и другие существенные условия.

Вследствие несоответствия спецификации, связанного с недостатками товара, поставляемого по закупочному заказу, на предмет количества (в том числе на внутритарные недостачи), качества, ассортимента, упаковки и повреждений, соответствие остаточного срока годности, компания принимает возвращаемую клиентом продукцию и возмещает клиенту понесенные им в связи с этим убытки. В связи с чем можно сделать вывод, что компания имеет шанс потерять прибыль, доверие клиента, а также понести затраты на переработку продукции вне спецификации, если не предусмотреть возможность принятия мер по изменению требований к проверке продукции при отпуске готовой продукции со склада предприятия. Вследствие чего, рекомендацией по улучшению ситуации может выступать внедрение новых техник и технологий по конечной проверке продукции на соответствие спецификации до отправки продукции клиентам.

На данный момент самой актуальной выявленной проблемой для компании «Каргилл» является ряд отсталых технологий, где отсутствует технология переэтерификации жиров и используется производство гидрогенизированных жиров. С 1 июля 2013 г. вступил в силу Технический регламент на масложировую продукцию Таможенного союза согласно новому документу с 1 января 2018 г. во всех этих продуктах доля трансизомеров не должна будет превышать 2% [2]. Есть вероятность, что поправки в Техническом регламенте по производству масложировой продукции скажутся на деятельности компании «Каргилл», если она не будет предпринимать действия по внесению изменений в технологический процесс производства масел и жиров.

Также следует отметить, что затраты на логистику и удаленность от источников сырья являются относительно слабой стороной компании «Каргилл», в отличие от некоторых конкурентов, которые расположены вблизи от источников сырья. Следовательно, целесообразно рассмотреть действия компании в процессе транспортировки сырья. И так, компания несет затраты на закупку и хранение запасов сырья, в равной мере, как и затраты на транспортировку сырья в г. Ефремов, что влечет за собой увеличение общих затрат предприятия. Значительная часть логистических операций на пути движения материального потока от первичного источника сырья до производственных площадок осуществляется с помощью различных транспортных средств. В связи с этим одной из рекомендуемых задач логистики компании «Каргилл» является минимизация затрат по доведению материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя.

Следующим шагом проведенного SWOT-анализа является переход от факторов внутренней среды компании «Каргилл» к рассмотрению внешней среды. Проанализируем выводы, опосредованные анализом такого фактора как возможности компании «Каргилл», для этого ответим на 3 вопроса:

1. Как данная возможность может повысить удовлетворенность клиента или увеличить прибыль компании?

2. Существуют ли ресурсы на реализацию возможностей?

3. Срок реализации?

Отечественные предприятия до последнего времени вынуждены были приобретать в основном импортные крахмалопродукты. Если кукурузный крахмал изготавливается в стране в достаточных объемах, то пшеничный крахмал в РФ практически не выпускается. Единственным производителем на территории России пшеничного глютена – является транснациональная корпорация ООО «Каргилл». Лидером в данном сегменте, как и в целом на рынке крахмалопродуктов и его производных, выступает «Каргилл». По итогам 2013 г. компания обеспечила около 80% предложения на российском рынке клейковины [3]. За счет того, что компания является ведущей в данной отрасли, она имеет огромное влияние на формирование цен на продукцию. Одним из доказательств влияния компании «Каргилл» на цены на рынке является случай поломки оборудования по высушиванию крахмалопродуктов, в прошлом году. На время простоя производства и проведения ремонтных работ цены на крахмалопродукты повысились, что еще раз говорит о том, что компания «Каргилл» является сильным соперником для своих конкурентов. Пшеничная клейковина, образующаяся при получении крахмала, имеет свойства, которых нет у кукурузного глютена. Пшеничная клейковина востребована за рубежом [4].

Летом 2014 г. компанией «Каргилл» на базе своего многопрофильного комплекса предприятий в г. Ефремове была введена в эксплуатацию инновационная линия по глубокой переработке пшеницы мощностью 500 тыс тонн зерна в год. Инвестиции в новое производство составили 100 млн долл. Новейшие технологии позволяют не только оказать реальную помощь в переработке урожая, но и создать дополнительные условия для развития фермерских хозяйств области [5]. Следовательно, можно заметить, что данное нововведение также положительно повлияет на снижение затрат компании «Каргилл», так как сырье будет в легкой доступности от производства, произойдет сокращение расходов на транспортировку зерна. Еще одним плюсом здесь является то, что круг конкурентов по производству пшеничного крахмала очень мал, и это, несомненно, скажется на прибыльности данного проекта.

Компания «Каргилл» много усилий вкладывает в развитие своих производств и специалистов, обслуживающих их. Еще одно этому доказательство – запуск в 2014 г. нового проекта под названием «Sigma». Проект направлен на сокращение затрат производств, а также на повышение рационализации рабочих мест сотрудников. Внедрение проекта должно помочь сократить затраты на хранение избыточных запасов сырья и готовой продукции, сократить простои из-за несвоевременной поставки упаковочных и вспомогательных материалов, сбалансировать производственные ресурсы и разместить их ближе, чтобы сократить время на производство единицы изделия, а также оптимизировать рабочие пространства обслуживающего персонала и внедрить ресурсосберегающие технологии и т. п. В рамках проекта «Sigma», в компании «Каргилл» внедряется японская модель организации и рационализации рабочего пространства «5 S», что означает сортировку, соблюдение порядка, содержание в чистоте, стандартизацию, совершенствование. Целью внедрения является снижение числа несчастных случаев, повышение уровня качества продукции, снижение количества дефектов, создание комфортного психологического климата, стимулирование желания работать, повышение производительности труда (что в свою очередь ведёт к повышению прибыли предприятия и соответственно повышению уровня дохода рабочих).

Соблюдение требований по охране окружающей среды для «Каргилл» стало делом чести и престижа, компания стремится к «чистым» технологиям, эта работа – неотъемлемая часть процесса развития предприятия. Рациональное использование природных ресурсов, снижение негативного воздействия на природу, строгий контроль, совершенствование охраны окружающей среды и производства – все это входит в число задач компании. Ответственность за ведение производственно-экологического контроля на предприятии несут специалисты экологии [6]. Компания «Каргилл» старается полностью использовать не только основные сырьевые ресурсы, но и попутно получаемые отходы, в результате чего загрязнение окружающей среды сводится к минимуму. Примером концепции является то, что до недавнего времени компании приходилось производить затраты на утилизацию отходов при производстве масла, а именно фильтровального порошка. С целью сокращения затрат производства были произведены определенные тесты в ходе которых выяснилось, что данные отходы могут быть применены в парфюмерной и мыловаренной отраслях. Таким образом, компания вышла на более высокий уровень в программе защиты экологии.

Следующей перспективой для развития компании «Каргилл» может стать реализация бутилированного подсолнечного масла в розничную сеть под своим брендом «Sunny Gold» в упаковке 0,9 л. Выход на рынок розничной торговли позволит увеличить долю рынка в данном сегменте, привлечь новых потребителей. В ходе исследований было выявлено, что компания уже реализовывает эту идею в сети супермаркетов «Дикси» и «Пятёрочка», и цена и качество масла оказывают достойную конкуренцию разрекламированным аналогам отечественного производства. Возможно, в ближайшее время компания расширит область реализации подсолнечного масла, что позволило бы населению приобрести высококачественный продукт по средней цене, а компании увеличить количество сторонников за продукцию «Каргилл» и конечно повысить доходность предприятия.

Еще одним пунктом, который целесообразно рассмотреть в рамках SWOT - анализа, являются угрозы, с которыми придется столкнуться предприятию «Каргилл». Для приведения выводов ответим 2 вопроса:

1. Как данная угроза может снизить удовлетворенность продуктом или уменьшить прибыль компании?
2. Возможный срок возникновения угрозы?

Возможным риском для компании «Каргилл» может стать зависимость от поставщиков сырья. Это могут быть перебои и задержки поставок сырья, повышение цен на сырье, что, конечно же, отразится на производительности компании «Каргилл». Проблемы с поставками сырья, возникающие на повторяющейся основе, могут повлечь за собой серьезные сбои работы производств. В результате сбоев могут возникнуть следующие последствия для компании: не выполнение плана производства продукции, остановка работы в случае затруднений у поставщиков или снижение мощности, недополученная прибыль от низкого объема продаж, как следствие невыполнение плана поставки продукции клиентам компании, что, конечно, повлечет за собой более серьезное влияние: штрафы от клиентов, потеря клиентов, потеря доли на рынке, затраты на поиск новых клиентов и в итоге затраты на поиск нового поставщика. С целью ликвидации выше описанных последствий компания «Каргилл» тщательно подходит к выбору поставщиков сырья. Компания ведет учет надежности и репутации при выборе поставщиков, анализ отчетностей, контроль деятельности поставщиков, а также учитывает методы штрафов в контракте за нарушение обязательств поставщиков. Компания тщательно готовится к возможным за-

труднениям: создание финансовых резервов, покрытие убытков на одном рынке за счет прибыли на другом. Главным преимуществом здесь является, то, что основная часть сырья для производства поставляется из других отраслей компании «Каргилл». К примеру, для производства пальмоядрового масла, пальмовое масло и его фракции поставляются из предприятий «Каргилл» находящихся в странах Юго-Восточной Азии (например, из Малайзии или Индонезии) и занимающейся выращиванием пальмы специального сорта. Другим путем снижения рисков является закупка, транспортировка и хранение зерна в элеваторах, что, конечно же, дает преимущество для компании в виде непрерывных и отслеживаемых поставок сырья и низкого влияния изменения цен на сырье в среднесрочном периоде, в сравнении с конкурентами,купающими сырье у отдельных поставщиков по мере необходимости производства и не имеющих возможностей хранения сырья.

Деятельность конкурентов тоже может быть возможной угрозой для предприятий «Каргилл», поскольку в ее результате могут снизиться цены на продукцию каждой из фирм в отрасли, или вырасти издержки первоначальных игроков в отрасли, поскольку они будут пытаться удержать на прежнем уровне объем продаж. Но компания «Каргилл», держит конкурентное окружение в поле зрения, имеет возможность реагировать на враждебные шаги соперников, уменьшая или нейтрализуя, таким образом, их неприятные последствия для себя. Исследования конкурентов способны точно передать свойственные им слабые и сильные качества. Компания «Каргилл» ведет анализ деятельности конкурентов по 3 основным продуктовым линиям:

1. Линия крахмалопродуктов

Компания «Каргилл» является лидером по данному направлению деятельности на территории России в обеих подкатегориях производимых продуктов, это сухие крахмалы (используются в бумажной и пищевой промышленности) и самое большое направление – это производство патоки и сиропов для использования в производстве напитков, в кондитерской отрасли, в молочной отрасли и многих других пищевых и непищевых производствах.

Основными конкурентами в крахмалопродуктах являются:

- ООО «Крахмальный завод Гулькевичский»

Предприятие расположено в Краснодарском крае и основными видами производимой продукции являются крахмал и патока, получаемые из кукурузного зерна. Предприятие является уникальным в своей отрасли – близость сырьевой базы, которое в свое время определило место расположения завода, дает серьезное конкурентное преимущество. Для производства крахмала в промышленных объемах используется кукуруза, которую на Кубани выращивают практически повсеместно. Это позволяет Крахмальному заводу (КЗ) «Гулькевичский» обеспечивать сырьевую безопасность предприятия и минимизировать временные и финансовые затраты на предварительную обработку сырья в период сбора урожая. Но основные клиенты компании находятся в центральной части России, поэтому КЗ «Гулькевичский» несет повышенные (по сравнению с другими игроками рынка) затраты на доставку готового продукта своим клиентам [7].

- ОАО Хоботовское предприятие «Крахмалопродукт», расположен в Тамбовской области. Компания владеет небольшим производством крахмала и патоки. Ее политика направлена на минимизацию производственных издержек (через максимальную загрузку производства базовыми сортами патоки) [8]. Ведет «прозрачную» деятельность, и сотрудничает с компанией «Каргилл» в рамках ассоциации «Роскрахмалпатока».

– ООО «Амилко» – это один из крупнейших производителей глюкозных и мальтозных сиропов на российском рынке, который расположен в г. Миллерово в Ростовской области и работает относительно недавно, с 2009 г. [9]. Данная компания является самым крупным конкурентом компании Каргилл среди всех «игроков».

2. Линия масел и жиров

Что касается положения данной производственной линии в целом среди конкурентов, то она входит скорее во второй эшелон производителей данного вида продукции. Кроме того, рынок масел и жиров отличается более сложной (по сравнению с крахмалопродуктами) конкурентной ситуацией: самих конкурентов больше и их производства характеризуются высокой сложностью. Но есть направления, в которых компания имеет преимущество перед конкурентами – это специализированные жиры для ресторанов и кафе. Конкурентов в данной сфере мало, так как рынок еще сравнительно очень мал.

Самый главный конкурент в производстве масла – это компания ОАО «ЭФКО». «ЭФКО» – российская пищевая компания. Является крупнейшим российским производителем жиров специального назначения и маргариновой продукции, одним из ведущих производителей майонеза и растительных масел. Производство компании расположено в Белгородской области. Основные черты компании – это инновационный подход к производству. Компания диктует новые решения, является лидером рынка и пытается развить его, используя при этом всевозможные методы борьбы с соперниками.

Бренды компании: «Альтеро», «Слобода», «Пикник» [10].

3. Линия солода

На данный момент направление по производству солода испытывает трудности, так как общее производство солода в России сокращается в связи с сужением рынка пива.

Лидирующим конкурентом по производству солода является компания ООО «Авангард-солод», имеющий свои солодовни в 4 регионах России, но каждая из которых работает на 50% мощности, так как производство сократилось солода сократилось. В распоряжении есть одноименный банк «Авангард», откуда компания получает дешевые заемные средства для предприятия [11]. Компания ведёт жесткую конкурентную борьбу с соперниками данной отрасли.

Одним из судьбоносных методов борьбы с конкурентами в отрасли по производству солода явился метод лоббирования интересов.

Лоббирование – это влияние заинтересованных групп на принятие решений властными структурами. Лоббирование проводится многочисленными заинтересованными группами; методы очень разнообразны. Некоторые виды лоббирования являются чисто информативными: против них нельзя привести каких-либо обоснованных возражений, поскольку совершенно очевидно, что законодатели должны знать о волнующих людей проблемах и о том, как любой предлагаемый закон будет воздействовать на них. Но есть и другая крайность: лоббисты могут использовать такие явно криминальные методы, как взяточничество и шантаж. Между этими крайностями имеются методы, включающие оказание финансовой поддержки политической деятельности, которая, как считается во многих странах, не может быть запрещена, но должна регулироваться.

Изменения политической и экономической ситуации в стране могут неблагоприятно повлиять на бизнес компании «Каргилл». Сейчас страна развивается в новых для себя условиях. Неблагоприятное изменение цен на нефть и экономические санкции могут помешать развитию бизнеса в России. Напряженная геополитическая ситу-

ация создает условия высокой неопределенности, что является причиной значительного оттока капитала из России. Особенно сильно отразится изменение курса валюты так как деятельность компании направлена как на импорт, так и на экспорт продукции и сырья. Как экспортер компания получает конкурентное преимущество на внешних рынках, так как компания получает прибыль в иностранной валюте, которая на сегодняшний день более устойчива. Но поскольку основная деятельность «Каргилл» направлена на российский рынок, то снижение курса рубля влечет за собой снижение спроса на продукцию, что неблагоприятно влияет на расчетные, кредитно-финансовые операции, на издержки производства и на прибыль компании в целом. В данной ситуации важна реакция поставщиков сырья, так как в целях обхода инфляции они могут в разы завысить стоимость сырья. Для того чтобы смягчить влияние курса валюты на функционирование компании «Каргилл», ей необходимо следить за динамикой курса рубля, пересматривать планы по развитию бизнеса, и искать пути минимизации воздействия валютных колебаний на доходность компании.

На основании проведенного SWOT-анализа можно выделить факторы имеющие важность для компании «Каргилл» в данный момент, и на которые компании необходимо направить свою деятельность. Так, были выявлены конкурентные преимущества на основе сильных сторон, компании «Каргилл», которые необходимо применять в своей деятельности, развивать и поддерживать на необходимом уровне. ООО «Каргилл» следует направить усилия на минимизацию слабых сторон и нейтрализацию угроз.

Таким образом, можно сказать, что SWOT-анализ, в целом, используется не только для оценки конкурентоспособности компании, он очень важен для выбора стратегии развития: исходя из проанализированных параметров. Так, согласно проведенному SWOT-анализу можно обозначить основные стратегические направления по улучшению положения компании «Каргилл» в ближайшем будущем:

- 1) внедрение новых техник и технологий по конечной проверке продукции на соответствие спецификации до отправки продукции клиентам;
- 2) внедрение проекта по переэтерификации жиров, который поможет уменьшить содержание трансизомеров в продуктах;
- 3) сокращение затрат по доведению материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя;
- 4) внедрение проекта по сокращению текущих затрат компании, а также проекта по рационализации рабочих мест сотрудников;
- 5) внедрение системы утилизации отходов и выработке биогаза;
- 6) реализация бутилированного подсолнечного масла в розничную сеть под своим брендом;
- 7) отслеживание динамики курса рубля, пересмотр планов по развитию бизнеса, и поиск путей минимизации воздействия валютных колебаний на доходность компании.

Ссылки на источники

1. Бондаренко В. А., Воронова Р. С. Обоснование ряда мероприятий по повышению рыночной устойчивости для предприятий (на примере ООО «Каргилл») // Концепт. – 2015. – Спецвыпуск № 16. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/75220.htm>.
2. Справочник «Playbook» для сотрудников компании. ООО «Каргилл». 2014. – 128 с.
3. Консультант плюс – правовая система. – URL: <http://www.consultant.ru>
4. Аналитический портал химической промышленности. – URL: <http://newchemistry.ru>
5. Аналитический портал химической промышленности. – URL: <http://newchemistry.ru>
6. Электронная библиотека. – URL: <https://ru.wikipedia.org>
7. Газета Заря. Ефремов. – URL: <http://zarya-efremov.ru>
8. Гулькевичский крахмальный завод. – URL: <http://kzg.ru>

9. Хоботовское предприятие «Крахмалпродукт». – URL: <http://krahmal-produkt.ru>
10. ООО «Амилко». – URL: <http://amylco.ru>
11. Интерфакс. – URL: <http://www.interfax.ru>
12. «Эфко» аграрно-промышленная компания. – URL: <http://www.efko.ru>
13. Контрагент – база данных о российских компаниях. – URL: <http://www.k-agent.ru>

Victoria Bondarenko,

Doctor of Economic Sciences, Professor of Marketing and advertising, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don

b14v@yandex.ru

Rose Voronova,

Student, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don

rozavoronova@mail.ru

SWOT-analysis market activity the company on the example of LLC “Cargill”

Abstract. The article illustrates the use of SWOT analysis of the company to identify possible areas of action and the formation of the development strategy in the volatile market environment.

Key words: SWOT-analysis, strengths, weaknesses, opportunities, threats.

Рекомендовано к публикации:

*Некрасовой Г. Н., доктором педагогических наук,
членом редакционной коллегии журнала «Концепт»*



Поступила в редакцию <i>Received</i>	29.04.15	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	02.05.15
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	02.05.15	Опубликована <i>Published</i>	02.07.15

www.e-koncept.ru

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2015

© Бондаренко В. А., Воронова Р. С., 2015