

SWOT – анализ ОАО «Холод»



- Выполнила: Хакимзянова
Ильмира

▣ *Характеристика компании ОАО «Холод».*



Открытое акционерное общество «Холод» - одно из крупнейших предприятий пищевой промышленности Республики Татарстан, обеспечивающее население высококачественной продукцией собственного производства..

Основанное в 1929 году, предприятие начинало свою деятельность в качестве хладокомбината, специализирующегося на хранении продуктов питания: мяса, рыбы, птицы, масла, яиц. Сегодня ОАО «Холод» - это производственный комплекс, располагающий двумя хладокомбинатами в г. Казани, оптовым центром «Сервис-Холод» и собственной розничной сетью.

Компания широко известна как производитель мороженого и рыбной продукции, а также услугами по предоставлению в аренду складских помещений и торговых площадей с холодильным оборудованием.



**С 2005 года ОАО «Холод»
входит в состав
холдинговой компании
«Ак Барс», а в сентябре
2006 года было создано
ООО «ТД "Холод"»,
как выделенное
торговое подразделение
ОАО «Холод».**



Основной проблемой предприятия сегодня является необходимость расширения производства новых систем и, как следствие этого, потребность в оборотном капитале для финансирования производства и маркетинга.



Основным достижением предприятия является создание высокотехнологичного и конкурентоспособного продукта – мороженого, рыбной продукции, а так же услуги по предоставлению торговых площадей с холодильным оборудованием.

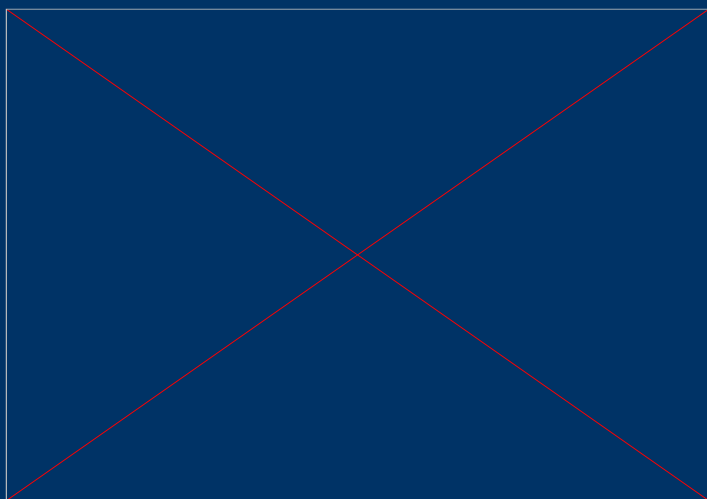


Производство мороженого

Основным видом деятельности ОАО «Холод» является выпуск мороженого. Среднегодовой объем производства - более 1000 тонн мороженого в год. На ОАО «Холод» выпускается более 30 видов мороженого на сливочной и пломбирной основе, а также фруктовый лед.



Внедрение в цехе мороженого датских и итальянских современных автоматизированных экструзионных и фасовочных линий позволило значительно увеличить производство, расширить ассортимент выпускаемой продукции и практически полностью исключить ручной труд. В частности, на экструзионной линии «Streitline» (производительность 2 тыс. тонн в год) выпускается мороженое в виде брикетов, рулетов и в традиционной форме - эскимо.

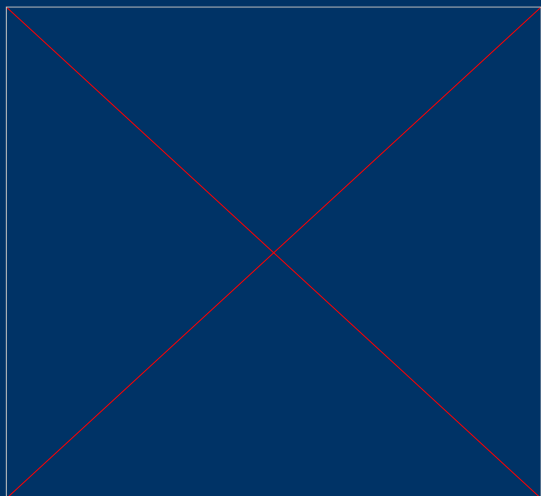


Производство рыбной продукции

С 1993 года ОАО «Холод» стало развивать новый вид деятельности - переработку и выпуск рыбной продукции. С этой целью был построен и введен в эксплуатацию новый цех по переработке рыбы, оснащенный высокопроизводительным оборудованием отечественных и зарубежных компаний. В настоящее время проводится комплекс мероприятий по модернизации действующего оборудования и основных производственных фондов.



Холодильный складской комплекс



Складские площади предприятия имеют выгодное расположение, находясь в районе крупной транспортной развязки с высокой деловой активностью. Комплекс оснащен маневровыми железнодорожными путями, обеспечивающими возможность отгрузки продукции не только крупнотоннажным автомобильным, но и железнодорожным транспортом. Данные преимущества позволяют арендаторам рассматривать размещение своей продукции на базе ОАО «Холод» как выгодное стратегическое партнерство с предприятием.



Оказываемые услуги:

- Предоставление в аренду холодильных камер, морозильного оборудования**
- Предоставление в аренду торговых, производственных, подсобных и офисных площадей**
- Услуги погрузки – выгрузки, аренда погрузочной техники**
- Услуги охраняемой автостоянки для грузовых и легковых автомашин**
- Предоставление услуг санитарного и ветеринарного контроля**
- Лабораторный анализ продукции (на наличие растительных добавок, жира, влаги, соли, кислотности, органолептические свойства и др.)**



SWOT – анализ ОАО «Холод»

Характеристика внутренней среды ОАО «Холод»

Сильные стороны	Слабые стороны
А) Производственная деятельность	
<ol style="list-style-type: none">1. Отдельные виды оборудования соответствуют самому передовому мировому уровню.2. Наличие свободных производственных мощностей.3. Значительный рост объемов производства за последние годы.	<ol style="list-style-type: none">1. Высокий уровень изношенности основных фондов.2. Низкая загруженность производственных мощностей.3. Низкий коэффициент обновления производственного оборудования
Б) Маркетинг	
<ol style="list-style-type: none">1. Высокий технический уровень продукции.2. Широко известное предприятие в Республике Татарстан.3. Внедряется система линий «Streitline».	<ol style="list-style-type: none">1. Негибкая ценовая политика, затратный метод установления цен .2. Недостаточно активное продвижение (особенно на внешний рынок) вследствие ограниченности финансирования .3. Недостаточное освоение новейших систем.

В) Менеджмент

1. Опытный управленческий персонал
2. Внедряется система управления производством посредством локальной сети, созданной на базе ПЭВМ

1. Организационная структура замедляет передачу информации по горизонтали и требует значительных усилий по координации деятельности различных подразделений.
2. Недостаточный уровень организации управленческого анализа

Г) Финансы

1. Наблюдается улучшение финансового состояния в динамике за последние годы.

1. Низкая ликвидность баланса .
2. Недостаточная финансовая устойчивость .

Д) Персонал

1. Увеличивается в динамике среднесписочная численность работников .
2. Рост средней заработной платы .
3. Улучшается возрастная структура персонала
4. При предприятии осуществляет свою деятельность учебно-производственный центр

1. Нехватка квалифицированных инженерно-технических кадров.
2. Зарботная плата рядовых работников крайне низка.
3. На производственном объединении реализуется, так называемая, «реактивная политика набора кадров»

Е) Характер взаимодействия с клиентами	
1. Потенциальным покупателям уделяется большое внимание, высокое качество обслуживания	1. Невыгодные для покупателя условия поставки.
Ж) Ресурсы	
1. Складские помещения с холодильными устройствами	
З) Инновационная деятельность, исследования и разработки	
1. Возможность разработки новых изделий . 2. Возможность доработки изделия под специфические требования заказчика	

Характеристика внешней среды ОАО «Холод».

Возможности	Угрозы
1. Выход на новые быстрорастущие рынки, «выращивание» новых успешных бизнесов	1. Интенсивная конкуренция на внутреннем и внешнем рынке
2. Благоприятная политика государства	2. Существует реальная угроза появления новых конкурентов как на внешнем, так и на внутреннем рынках
3. Снижается процентная ставка по кредитам	3. Сравнительно высокие политические и экономические риски
4. Высокий спрос на производимые предприятием продукции	4. Все возрастающее повышение стандартов качества (особенно в европейских странах)
5. Предприятие пользуется поддержкой «Ак Барс»	5. Сильная зависимость от кредиторов, высокая вероятность невыполнения вовремя долговых обязательств.
6. Развитая сеть поставщиков	6. Появление новых типов продукции
7. Экономический рост приводит к увеличению общего уровня спроса	7. Уход с предприятия высокопрофессиональных кадров

Заключение:

Влияние внешней и внутренней среды предприятия позволило предположить стратегический анализ дальнейшего развития:

- Увеличение стоимости активов путем их глубокой модернизации;**
 - Успешные слияния и поглощения для получения синергии, в том числе межотраслевой;**
 - Эффективный мониторинг и выявление наиболее перспективных рынков: как географических, так и отраслевых;**
 - Выход на новые быстрорастущие рынки, «выращивание» новых успешных бизнесов;**
 - Достижение лидерства в отраслях присутствия.**
-
-