



1 Описание сельскохозяйственного предприятия «Мираторг» в целом по России

Агропромышленный холдинг «Мираторг» - российская агропромышленная компания, крупнейший российский дистрибутор мяса. Работает в сфере мясной и мясо перерабатывающей промышленности. Предприятия компании полностью обеспечивают весь цикл производства, начиная с выращивания и производства комбикормов, мясных пород животных и до производства мясных полуфабрикатов и их дистрибуции. Сегодня «Мираторг» занимает одно из лидирующих положений на российском мясном рынке. Производственные мощности сосредоточены в двух областях России - Белгородской и Калининградской. Главный офис компании «Мираторг» базируется в Москве. Мясная продукция компании «Мираторг» реализуется в торгово-продовольственных сетях страны: Ашан, Метро, Европа, Лента, Пятерочка, Седьмой континент, Карусель и др. В составе холдинга работают зерновые компании, элеваторы и два завода по производству комбикорма. Продукцию, поступающую от 12 свинокомплексов, перерабатывают на предприятии Свинокомплекс Короча в Белгородской области. Собственная транспортная компания обеспечивает доставку продукции во все низкотемпературные центры. Развернутая дистрибьюторская сеть обеспечивает бесперебойную поставку и реализацию продукции во многих городах страны. Каталог продукции компании «Мираторг» впечатляет. Здесь не только свежее мясо и мясные полуфабрикаты, но и различные ягоды, овощи и овощные смеси в вакуумной упаковке, наггетсы в ассортименте, большой выбор готовых блюд. Вся продукция качественно упакована в яркие фирменные пакеты. Имеет привлекательный вид и всю необходимую маркировку. Агропромышленный Холдинг «Мираторг», основанный в 1995 году, сегодня является одним из ведущих производителей и поставщиков мяса на российском рынке. Предприятия, входящие в состав холдинга, осуществляют полный цикл производства: от поля до прилавка. Такая организационная структура дает АПХ «Мираторг» возможность быть независимым от конъюнктуры различных сырьевых рынков, изменения цен на отдельные виды сырья, оптимизировать себестоимость продукции и минимизировать возможные риски. Вертикальная интеграция позволяет АПХ «Мираторг» осуществлять контроль качества производимой продукции и обеспечивать максимальную эффективность на всех этапах производства. Благодаря активному использованию лучшего мирового опыта и новейших

технологий, высокой квалификации менеджмента и персонала, холдинг показывает высокие производственные и финансовые результаты. По эффективности предприятия АПХ «Мираторг» не уступают европейским: основные производственные показатели находятся на уровне ведущих мировых производителей и значительно превышают среднероссийские. В 2008 году АПХ «Мираторг» был включен в перечень 295 системообразующих предприятий Российской Федерации, утвержденный Правительственной комиссией по повышению устойчивости развития российской экономики, образованной на основании Постановления Правительства Российской Федерации от 15 декабря 2008 года N 957. Компания ориентирована на постоянный профессиональный рост сотрудников. Для менеджмента и специалистов компании организуются стажировки на ведущих российских и зарубежных предприятиях. Все предприятия АПХ «Мираторг» соответствуют международным экологическим стандартам. Холдинг заботится об охране окружающей среды, принимает активное участие в социальной жизни тех регионов, где представлены предприятия холдинга, и придерживается принципов этичного ведения бизнеса.

Направления деятельности:

-Растениеводство; -Производство комбикормов; -Животноводство; -Первичная мясопереработка; -Глубокая мясопереработка; -Низкотемпературная транспортная и складская логистика; -Дистрибуция продуктов питания. Численность персонала: - Более 16 000 человек. География деятельности: -16 регионов России. Клиентская сеть: -Более 16 000 клиентов в различных регионах России.

Миссия и Корпоративные ценности: Миссией АПХ «Мираторг» является организация снабжения россиян высококачественными продуктами питания по доступным ценам. Корпоративные ценности Холдинга включают в себя:

Эффективную интеграцию государственных интересов с интересами компании и конечных потребителей; -Современные технологии и инновационный подход к решению производственных задач; -Соответствие российским и международным стандартам всех звеньев вертикально-интегрированной структуры Холдинга; - Глубокую синергию многолетнего опыта работы на российском рынке с опытом ведущих мировых компаний; -Эффективный менеджмент; -Квалифицированный персонал

Особенности:

1. Широкая дистрибуция

Так одной из своих главных преимуществ компания считает широкую сеть дистрибуции, в нее входят крупнейшие розничные сети, ведущие мясоперерабатывающие предприятия и предприятия общественного питания, так на сегодняшний день «Мираторг» является ведущим дистрибьютором мяса и полуфабрикатов в России.

С 2012 года компания реализует проект по развитию сети собственных фирменных магазинов, которые позволило Холдингу полностью контролировать процесс сбыта фирменной продукции, а также предлагать ее потребителям по оптимальным ценам и в соответствии с высокими стандартами качества; в таких фирменных магазинах покупателю предлагается весь ассортимент продукции.

2. Продвижение продукта

Главной идеей продвижения продукции компании является правильное представление продукта. Так, компания предлагает варианты по приготовлению продукции, т.е. потребитель покупает не просто мясо, а конкретное блюдо. С этой целью в компании разрабатываются оригинальные рецепты по приготовлению того или иного продукта совместно с профессиональными поварами. Идея состоит в привлечении хозяек к продукции посредством упрощения процесса приготовления и экономии времени, при этом гарантируется высокое качество продукции. В соответствии с современными тенденциями Холдинг выпускает и видео-рецепты по приготовлению продукта, что делает процесс по приготовлению еще более удобным для потребителя.

Холдинг регулярно участвует в выставках продуктов питания, с целью презентации наиболее популярных продуктов для новых клиентов, проводят консультацию о новых линейках, предоставляют возможность продегустировать продукцию, с целью расширения клиентской базы.

По мере роста располагаемых доходов рынок стремится развивать более сложные потребности, а качество сырья становится еще более критичным. Компанией было запущено по производству премиальной говядины, в соответствии с этим был запущен бренд «Black Angus», которая широко продвигается Холдингом как продукт не имеющий аналогов на российском рынке по качеству.

3. Удовлетворение потребностей потребителей

Компания посредством тщательного изучения потребительского спроса, проведения маркетинговых исследований, адаптирует свое предложение к той ситуации, в которой живет потребитель. Холдинг добавил с свой ассортимент различные бургеры, при этом в ассортименте уже имеются котлеты для бургеров, таким образом компания адаптировалась под определенную категорию потребителей, поскольку время приготовления данного полуфабриката займет у потребителя всего пару минут.

Этой осенью компания представили новые продукты: диетическую розовую телятину и премиальную высококачественную мраморную говядину. Matured beef – это очень насыщенное по вкусу мясо от взрослых коров породы Black Angus травяного откорма. Помимо него мы также презентовали линейку нежного мяса сухого вызревания Dry age, которое высоко ценится гурманами и знатоками стейков во всем мире. Эти линейки особенно заинтересовали представителей сегмента ресторанов высокой кухни. Холдинг также разработал расширенную линейку замороженных полуфабрикатов для сегмента быстрого питания, пабов и стритфуда: куриные котлеты, стрипсы и наггетсы, свиные и говяжьи котлеты для бургеров, сырные наггетсы, луковые кольца, томленное мясо и топинги для пиццы из свинины и курицы. всего было представлено более ста наименований продукции.

Компания последовательно реализует стратегию увеличения производства и расширения ассортимента продукции для удовлетворения спроса на качественные мясные полуфабрикаты и готовые блюда как в сегменте HoReCa (рестораны, отели, кейтеринговые компании), так и на розничном рынке.

Компания так же начала продажу линейки продукции для мусульман, т.е. халяльной продукции, таким образом удовлетворяя потребности данной категории потребителей, уменьшая действие культурного фактора маркетинговой среды, а также увеличивая число потребителей.

При этом Компания дифференцирует свою продукцию в соответствии с видом мяса, методом его приготовления, категории потребителей (халяльное мясо, диетическое, премиальное).

4. Новые рынки

Компания с самого начала основания развивалась во всех направления мясopроизводства, открывая для себя все новые рынки, и становясь на них лидером. Так, компания на данный момент компания планирует реализовать

проект по производству молока и рассматривает возможность выхода на рынок сыра.

Холдинг начал строительство сразу двух крупных объектов в курской и брянской областях, которые стали логическим продолжением существующих проектов и реализуют стратегию «Мираторга», основанную на повышении глубины переработки и расширении ассортимента продукции с высокой добавленной стоимостью.

Таким образом, в современной экономике практически для всех компаний, не только для агропромышленной отрасли важно, помимо высокотехнологичного оборудования и качественного сырья, важно проведение маркетинговой деятельности, ведь без этого даже продукция высочайшего качества не найдет своего потребителя. При этом для агропромышленные компании сталкиваются со специфическими для их отрасли условиями производства продукции, в связи с чем использование маркетинга приобретает особую важность. Используя основы агромаркетинга и его функции, прогнозируя среду, анализируя условия для развития своего производства АПХ Мираторг увеличивает долю рынка, расширяет рынок сбыта, расширяет ассортимент, привлекает все больше потребителей и как итог увеличивает свою прибыль.

Структура холдинга:

2 зерновые компании, 4 комбикормовых завода; 19 птицеводческих площадок и бройлерных птицеферм; 27 свинокомплексов; 33 фермы крупного рогатого скота; завод по производству мясных полуфабрикатов; 6 низкотемпературных автоматизированных складов; транспортная компания; более 50 магазинов «Мираторг». Структура правления состоит из совета директоров, в который входят 6 членов. Владельцами холдинга являются братья Александр и Виктор Линники. Президент - Виктор Линник.

Преимущества:

- Четкое разграничение ответственности;
- Высокая гибкость и адаптивность системы;
- Высокая самостоятельность структурных единиц;
- Разгрузка высшего менеджера;

-Простота коммуникационных сетей;

-Кадровая автономия, высокая мотивация.

Недостатки:

-Высокая потребность в руководящих кадрах;

-Сложная координация;

-Повышенные затраты за счет дублирования функций;

-Сложность осуществления единой политики;

-Разобщенность персонала.