

Маркетинговый аудит АО «Баян Сулу»



Выполнили:
Абат Назгуль
Амзебекова Анель
Канатова Нургуль
Кыдырбек Карлыгаш
Наржан Зульфия

Костанайская кондитерская фабрика АО «Баян Сулу»

АО «Баян Сулу» является одним из крупнейших предприятий Республики Казахстан по производству кондитерских изделий. Фабрика основана в декабре 1974 года и уже более сорока лет, радует своих покупателей самой вкусной и качественной продукцией.

Девиз компании: радость в вашем доме.



I.Макросреда

- Демографические
- Экономические
- Природные
- Научно-технические
- Политико-правовые
- Культурные



II. Микросреда

РЫНКИ

Фабрика «Баян Сулу» следит за новшествами и пытается соответствовать потребностям рынка. Производство кондитерских изделий ориентировано на внутренний рынок Казахстана. Сбыт продукции осуществляется посредством оптовой торговли по всем регионам страны. На сегодняшний день 64,3% продукции реализуется на внутреннем рынке и 35,7 экспортируется в страны ближнего зарубежья. При этом 79,9% экспорта кондитерских изделий приходится на Российскую Федерацию, 20,1% в страны СНГ, Китай и Германию.

ПОСТАВЩИКИ

Поставщики предприятия влияют на формирование общего ресурсного потенциала, определяя возможности закупать материальные, финансовые и человеческие ресурсы. Предприятие обладает высокой репутацией и тесными связями с поставщиками и производителями из стран СНГ, Германии, Дании, Латвии, Голландии, Польши, Израиля и многих других государств.



ПОКУПАТЕЛИ

- ❖ Целевая аудитория шоколадной продукции довольно обширна. Да и не удивительно, ведь шоколад – любимое лакомство и маленьких, и стареньких. Среди потребителей шоколада большинство предпочитают классический черный шоколад. Шоколадную продукцию покупают чаще всего в подарок близким людям и официальным лицам, а также детям. Среди факторов, влияющих на выбор шоколада конечным потребителем, следует выделить вкусовые качества, наполнители, цену, изготовителя, состав, марку, название, оформление упаковки.

КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

- ❖ *Продовольственные магазины, супермаркеты*



КОНКУРЕНТЫ

- ❖ *АО “Рахат”*
- ❖ *АО “Конфеты Караганда”*
- ❖ *ТОО “Хамле”.*

КОНТАКТНЫЕ АУДИТОРИИ

- Контактные аудитории предприятия, влияющие на его способность достигать поставленных целей, представлены банками, инвестиционными компаниями, государственными учреждениями, общественными организациями, внутренними контактными аудиториями. Фирма для достижения успеха в бизнесе должна всячески завоевывать себе «доброе имя», благосклонность и поддержку различных контактных аудиторий.

Выводы и рекомендации

- *Вкусовые качества и стоимость шоколадных изделий – основные факторы, определяющие решение покупателя.*
- *Исходя из этого для организации рационального питания детей суточная норма кондитерских изделий, как правило, не должна превышать 20 грамм, сахара – 50 грамм. Поскольку в праздники употребление кондитерских изделий обычно возрастает, необходимо помнить, что бесконтрольное употребление избыточного количества кондитерских изделий не только не принесет пользы детям, но и может привести к расстройствам функции пищеварительной системы.*

III. Аудит маркетинговой стратегии

МИССИЯ

*Производить
качественные
продукты по
доступной цене.*

ЦЕЛЬ

- Имеет свои особенности, отличающие его от других участников рынка.*
- Заботится о доступности своих продуктов для потребителя.*

СТРАТЕГИЯ

- Поддержание устойчивого доверия потребителей, удовлетворения их требований и ожиданий.*
- Внимательно прослеживая мировое развитие технологий, применять современную технику в производстве*



Оценка рисков реализации стратегии развития

- Внутренние риски: - нехватка квалифицированных трудовых ресурсов;
- Внешние риски: - отмена специальных защитных мер на единой таможенной территории Таможенного союза; - введение специальных защитных мер на ввозимую продукцию в странах ближнего и дальнего зарубежья; - снижение покупательского спроса, за счет низкой платежеспособности населения; - увеличение тарифов на транспортные услуги; - увеличение цен на сырье в связи с неблагоприятными погодными условиями (засушливое лето); - мода на диетические продукты, ограничивающая потребление кондитерских изделий; - валютные риски (курсовая разница).

Стратегия развития ориентирована на:

- увеличение объемов производства,
- достижение лидирующих позиций на внутреннем рынке Казахстана и расширение географии продаж в странах ближнего и дальнего зарубежья, за счет повышения качества продукции, узнаваемости продукции, укрепления имиджа добросовестного производителя качественных и здоровых продуктов,
- модернизацию производства, замену изношенного и устаревшего оборудования, - внедрение новых видов продукции,
- сбалансированную кадровую политику, включающую повышение компетентности персонала, формирование системы мотивации сотрудников всех уровней,
- увеличение прибыли предприятия,
- участие в государственных программах.

БЮДЖЕТЫ

АО "Баян Сулу" планирует увеличить более чем в два раза экспорт кондитерских изделий в ближайшие десять лет - до 40 000 тонн к 2025 году. При этом доход от реализации продукции, как ожидается, возрастет до 14, 8 млрд тенге в 2025 году с 6,2 млрд тенге в 2015 году.

□ В 2015 году АО «Баян Сулу» продолжает деятельность по внедрению новых технологий. Произведен монтаж и ведутся пуско-наладочные работы, современного оборудования по производству драже. Стоимость проекта составляет 500 млн тенге. До конца года планируется приобрести автоматизированную линию по производству карамели стоимостью 965 млн тенге. Кроме того, активно ведётся строительство торгового центра и нового бисквитного цеха. В целом, инвестиционный бюджет на 2015 год составляет около 2 млрд тенге.



Выводы и рекомендации

□ Миссия, цель и стратегия является первым и самым важным шагом на пути к развитию и на дальнейшее достижение АО «Баян Сулу».

Мы рекомендуем:

- Близость к крупнейшим внутренним рынкам, ускорение темпа роста рынка кондитерской продукции, выход на новые рынки.
- Организация должна разработать стратегию, которая одновременно позволит избавиться от слабостей и предотвратить угрозу.

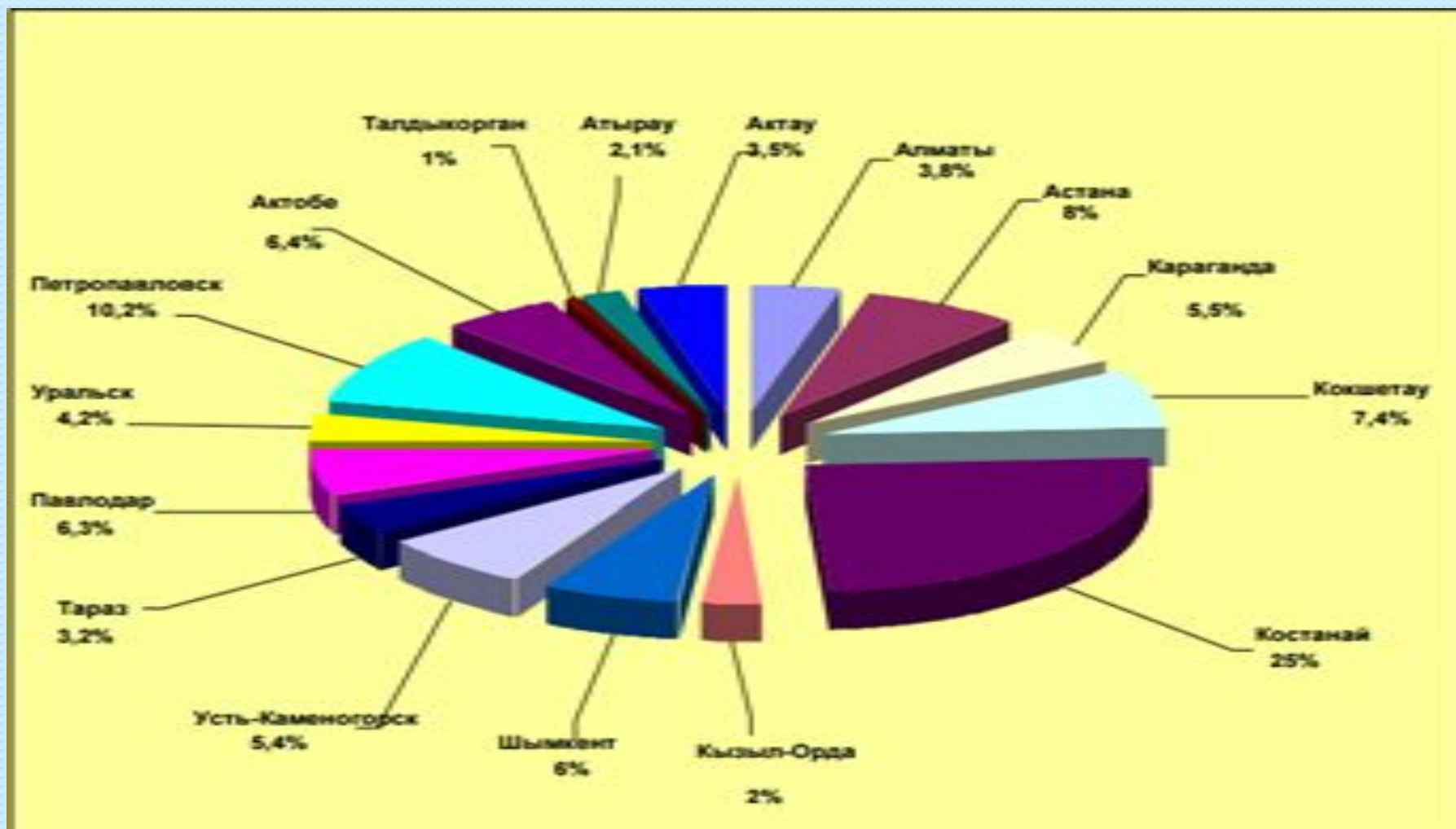


IV.

Анализ продаж

Сегодня на долю Компании приходится 25% от общего объема производства шоколада и кондитерских изделий в Республике Казахстан, и 8% от объема продаж на казахстанском рынке кондитерских изделий. В ассортименте корпорации более 200 видов конфет, шоколада, карамели, В рекламных буклетах сообщается, что производит следующие виды продукции: карамель, конфеты, ирис, драже, мармелад, шоколад, зефир, печенье и вафли. Продукция экспортируется в Россию, Украину, Беларусь, Германию, Польшу, Нидерланды, Данию, Финляндию, Латвию, Литву, Израиль, Азербайджан и Китай.

Реализация продукции АО «Баян Сулу» по РК в разрезе городов за 2014



Рекомендаций

Компанию отличает высокая техническая оснащенность всех основных производственных операций. По заявлению руководящего менеджмента, за последние несколько лет произошла существенная модернизация производства с заменой устаревшего оборудования.

Сдерживающим фактором в последние два года являлся низкий уровень продаж. Одна из причин здесь - ограниченный размер бюджетных расходов на маркетинговые исследования и продвижение продукции. По итогам фин анализа Кондитерская компания "Баян-Сулу" в конце 2015 года повысила прибыль на 16%. Начиная с 2012 года Компания демонстрировала стабильное финансовое состояние и имела положительную динамику выручки от продаж.

Я рекомендую расширить объем продаж по всему миру и доказать что в Казахстане тоже производится шоколады и много видов кондитерских сладостей не хуже чем на других странах.

V. Аудит комплекса маркетинга

ТОВАРЫ

*На предприятии выпускается
около 200 наименований
продукции.*

- ☐ Шоколадно-ореховый крем
- ☐ Конфеты
- ☐ Вафли
- ☐ Торты
- ☐ Карамель
- ☐ Мармелад
- ☐ Десерты
- ☐ Печенье
- ☐ Дразже



ЦЕНА

*Средняя оптовая цена
кондитерских изделий в 2016
составил от 70 тенге до 2019
тенге.*



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ

✓ Высокая деловая репутация предприятия, является залогом прочных партнёрских отношений с крупными товаропроизводителями и поставщиками из России, Украины, Белоруссии, Германии, Польши, Нидерландов, Дании, Финляндии, Латвии, Литвы, Израиля, Голландии и т.д.

✓ АО «Баян-Сулу» со стороны других республики СНГ и дальнего зарубежья, компания планирует наращивать объёмы производства и расширять рынки сбыта посредством увеличения объёмов экспорта.

ПРОДВИЖЕНИЕ

✓ АО Баян-Сулу представило на экспозиции свой максимально – возможный экспортный ассортимент продукции, всего 110 наименований в различных вариантах упаковки, фасовки, художественно–графического оформления.

✓ Неделей позже в г. Оренбурге состоялась межрегиональная выставка–ярмарка «Меновой двор»

ТОРГОВЫЙ ПЕРСОНАЛ

Официальный дилер продукции АО «Баян-Сулу» – ТОО «Интер фуд Трейд» имеет развитую, хорошо отлаженную сеть филиалов в Республике, что позволяет четко координировать производство и поставки кондитерских изделий на рынок Казахстана.



ВЫВОДЫ

- *АО Баян-Сулу предоставляет огромный выбор кондитерских изделий. АО Баян-Сулу имеет множество филиалов по всему Казахстану и вышел на рынок других зарубежных стран, таким образом АО Баян-Сулу занимает 2-е место на рынке кондитерских изделий в Казахстане.*

РЕКОМЕНДАЦИИ

- *Мы хотим рекомендовать компании увеличить ассортимент товара и вкусовые качества изделий. Улучшить маркетинг и изучить рынок. Улучшить техническую помощь и обслуживание.*



СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ =)

