



Высшая школа бизнеса

Бизнес-информатика

Москва  
2024

# SWOT-анализ ГК «РОСТ»

Выполнили:

Мочалов Евгений Кириллович, ББИ232  
Перевалова София Владимировна, ББИ232  
Щербаков Андрей Александрович, ББИ237  
Михайлов Кирилл Александрович, ББИ237  
Миколайчук Станислав Михайлович,  
ББИ233

Руководитель курсового проекта:

аспирант, приглашенный преподаватель  
Айрапетян Диана Ареновна



**Организационно-правовой статус:** общество с ограниченной ответственностью (ООО) «Компания Рост».

**Основной вид деятельности:** выращивание овощей на открытом грунте, в теплицах и парниках.

**География деятельности:** Россия, 22 тепличных комплекса расположены в 13 областях России.

**История возникновения:**

**2005 г.** – основание небольшой семейной фермы.

**2013 г.** – регистрация компании.





## Контактная информация:

### Официальный сайт:

<https://rostgroup.ru/>

### Юридический адрес:

121151, г. Москва, ул. Можайский вал,  
д. 8, к.Д, БЦ «Атлантик», 10 этаж

*На территории РФ существует  
22 тепличных комплекса ГК «РОСТ».*





# PESTEL-анализ

Наиболее значимые факторы  
внешней макросреды



Факторы	Характеристика влияния фактора				Влияние на компанию
	по времени	по типу	по динамике	относит. значимость фактора	
Р - Политические					
Кадровый дефицит из-за оттока мигрантов из РФ	н/б	-	>	Важное	В компании не хватает людей из-за того, что уехали мигранты
Открытие нового рынка в виде Китая	н/б	+	>	Критичные	По статистике за 2022 год можно заметить, что овощи не экспортируется в Китай. Следовательно не влияет
Е - Экономические					
Увеличение стоимости оборудования, а также его ремонта из-за нестабильного валютного курса с отрицательной динамикой	н/б	-	=	Существенное	Компания должна будет тратить больше денег на закупку и ремонт импортной техники



Факторы	Характеристика влияния фактора				Влияние на компанию
	по времени	по типу	по динамике	относит. значимость фактора	
S - Социальные					
Рост популярности здорового питания по данным ВЦИОМ (2022 год 47% жителей страны стали есть больше здоровой пищи)	н/б	+	>	Существенное	Повышение спроса на органические овощи или продукцию без ГМО
Уменьшение числа соискателей из-за добровольного вступления в армию около 80 тыс.человек	н/б	-	<	Существенное	Уменьшение числа соискателей для обеспечения производительности компании
Студенты не связывают свою будущую карьеру с работой в сельском хозяйстве	н/б	-	=	Существенное	Сложности с поиском новых молодых кадров, в том числе инженеров и рабочих



Факторы	Характеристика влияния фактора				Влияние на компанию
	по времени	по типу	по динамике	относит. значимость фактора	
Т - Технологические					
Стремительное развитие биотехнологий для улучшения питательной ценности	н/б	+	>	<u>Существенное</u>	Внедрение новых биотехнологий позволит компаниям выращивать овощи с улучшенными свойствами, что положительно повлияет на линейку продуктов и лояльность покупателей
Е - Экологические					
Сбой системы поставок из-за землетрясений в Турции	к	+	<	<u>Существенное</u>	Уменьшение конкуренции за счет временного выбывания турецких производств из ряда конкурентных стран



Факторы	Характеристика влияния фактора				Влияние на компанию
	по времени	по типу	по динамике	относит. значимость фактора	
L - Правовые					
Интеграция Минобрнауки и Минсельхоза России	н	+	>	<u>Существенное</u>	Увеличение потенциальных кандидатов среди студентов за счет большего финансирования в сферу с/х
Льготный тариф на перевозку железнодорожным транспортом сельскохозяйственной продукции, а также продукции для организации сельскохозяйственного производства	н/б	+	=	<u>Важное</u>	Уменьшение затрат на логистику





# Анализ 5 конкурентных сил М. Портера



## Внутриотраслевая конкуренция:

- Доля рынка крупных игроков составляет – 80%.
- Игрокам доступны новые технологии, повышающие эффективность производства.
- Игроки могут предоставлять уникальные предложения.

На рынке большую площадь занимает «ЭКО-Культура» с 600 Га, ГК «РОСТ» - 450 Га, остальные крупные игроки занимают от 80 Га до 100 Га.

**Оценка степени влияния – 3.**

## Рыночная власть поставщиков:

- Смена поставщика может нанести существенный урон.
- Выбор нового поставщика занимает продолжительное время.
- Поставщики семян являются ключевыми.

Рыночная власть поставщиков в овощном секторе зависит от динамики рынка, уровня конкуренции и предпочтений потребителей.

**Оценка степени влияния – 4.**



## Рыночная власть покупателей:

- Компании работают на B2B рынке.
- Покупатели могут диктовать свои условия.
- Компании имеют доступ к разным каналам сбыта.
- Покупатели высоко информированы о продукте.

**При переключении между поставщиками покупатель не понесет экономического вреда.**

**Оценка степени влияния – 4.**

## Угроза появления субститутов:

- Субститутами могут являться замороженные овощи и овощные смеси.
- Субституты не удовлетворяют потребности покупателей в свежих овощах.
- Потребители не склонны отказываться от овощей.

**Субституты не отличаются в лучшую или худшую сторону, а скорее представляют смежную продукцию альтернативного качества.**

**Оценка степени влияния – 1.**

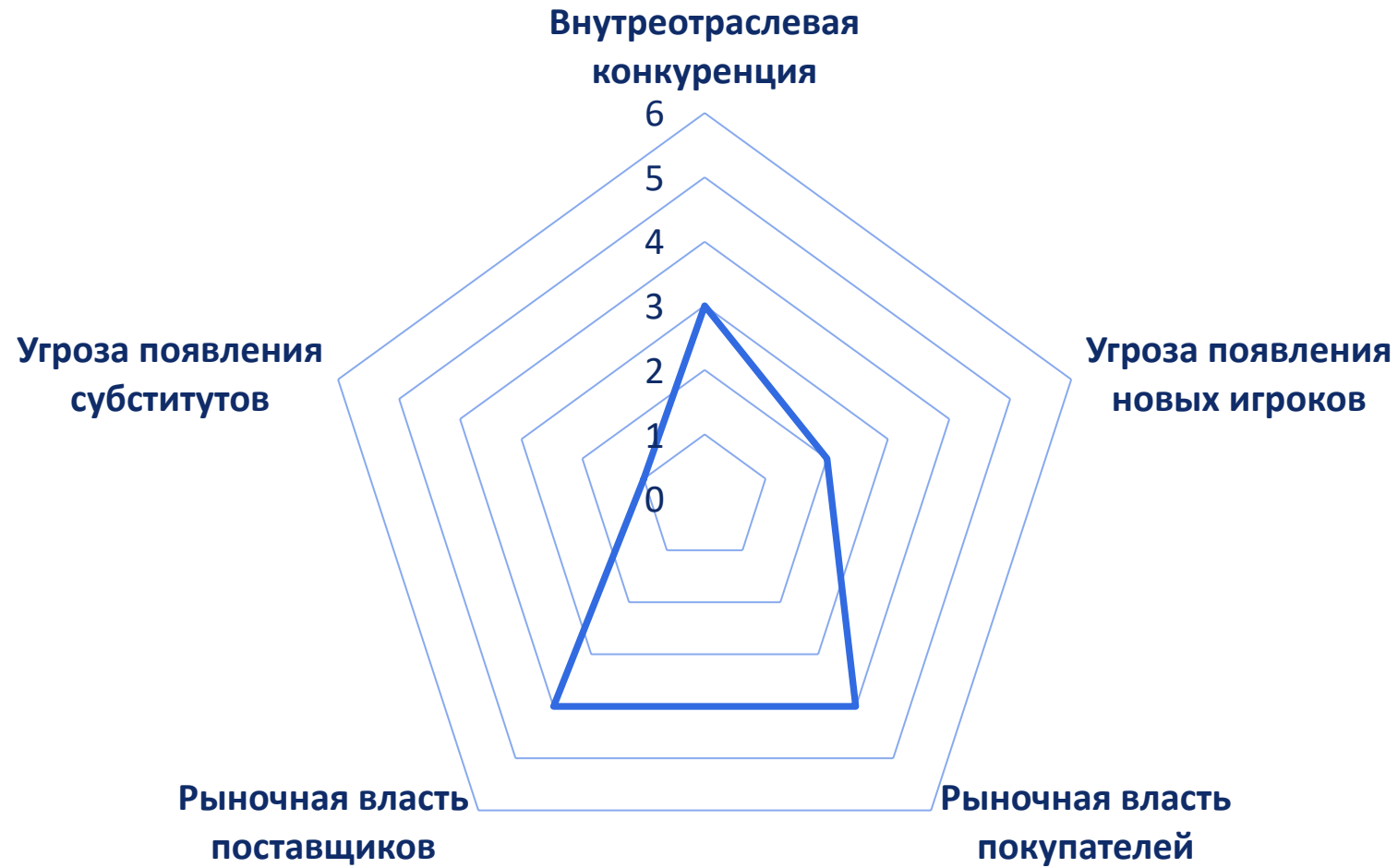


## Угроза появления новых игроков:

- Входные барьеры на рынок - высокие.
- Требуется существенный стартовый капитал.
- Крупные компании легче переносят условия конкуренции.
- Ограниченное количество каналов дистрибуции.

**Юридически жесткие требования, необходимы лицензии.**

**Оценка степени влияния – 2.**





# Ключевые факторы успеха



Что хотят получить клиенты?	Как компании выживают в конкурентной борьбе?	Ключевые факторы успеха
Органический качественный товар с высокими вкусовыми показателями	Использование современных технологий, отказ от использования химикатов и пестицидов, использование энтомофагов и минеральной ваты	Наличие эффективного инновационного центра/R&D центра/селекционного центра, который позволяет компании отбирать лучшие сорта в том числе благодаря применению актуальных биотехнологий.
Узнаваемый бренд	Использование качественной упаковки, участие в маркетинговых кампаниях, формирование PR-стратегии и маркетинговой стратегии	Легко узнаваемый бренд с высокой лояльностью от покупателей



Что хотят получить клиенты?	Как компании выживают в конкурентной борьбе?	Ключевые факторы успеха
Открытость и доступность информации	Создают сайты с краткой информацией о себе. Публикуют в открытом доступе информацию о производстве	Понятный, удобный, информативный сайт. Публикации о производстве
Широкая линейка продукции	Непрерывно занимаются поиском новых сортов и способов расширить продуктовую линейку	Линейка овощей полностью покрывающая запросы ЦА
Гибкость производства и поставок	Налаживают сотрудничество с розницами в крупных и малых городах, оптимизируют цепи поставок	Широкая география поставок, договоренности с разными городами





## Оценка положения в сравнении с основными конкурентами:

*Агропромышленный холдинг «ЭКО-Культура», АО  
«Агрокомбинат «Южный», Моё лето, ГК "ГОРКУНОВ"*

### Ключевое преимущество:

- Широкая география тепличных комплексов
- Теплицы в городах, где существует неудовлетворенная потребность в овощах

### Уязвимости:

- Площадь меньше, чем у АПХ «ЭКО-Культура»
- Неразвитый бренд работодателя



Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
Сотрудничество с российскими лабораториями для разработки новых сортов	Слабый employer branding
Наличие теплиц в регионах, с ярко-выраженной недостаточностью овощной продукции	Зависимость от производителей уникальных сортов
	Нехватка сотрудников внутри компании
Возможности (O)	Угрозы (Т)
Финансовая правительственная поддержка инициатив для студентов	Увеличение стоимости оборудования, а также его ремонта из-за нестабильного валютного курса с отрицательной динамикой
Интеграция Минобрнауки и Минсельхоза России	Нехватка квалифицированных кадров на рынке труда РФ (особенно синих воротничков)



		Внутренние факторы	
		Сильные стороны – S	Слабые стороны - W
Внешние факторы	Возможности - O	<ul style="list-style-type: none"><li>1. <b>S1S2O1 - Маркетинговые компании в сотрудничестве с крупными маркетплейсами.</b></li><li>2. S1S4O2O3 - Сотрудничество с вузами и создание кафедр/курсов в рамках университетов.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W5W6O5 Создание интернет-кампании для донесения до потенциальных соискателей миссии, ценности работы в компании и корпоративной культуры ГК РОСТ</li><li>2. W5W6O6 Сотрудничество с консалтингом для анализа HR-функции и привлечения новых сотрудников</li><li>3. W5W6O7 Внедрение people analytics для управления людьми и снижения угрозы текучести кадров, которая обостряет нехватку персонала</li><li>4. W7O2O3 Предоставление целевого обучения студентам</li></ul>
	Угрозы - T	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S5T3 Проведение мероприятий в малых городах для повышения привлекательности города для потенциальных соискателей.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W3W6O8 Сотрудничество с ведущими биотехнологическими лабораториями для разработки новых сортов с необходимыми вкусовыми свойствами</li><li>2. W7O2 Привлечение студентов технических и биологических вузов через грантовые государственные программы к работе в R&amp;D центре для формирования кадрового резерва и внедрения новых идей в производство</li></ul>



		Внутренние факторы	
		Сильные стороны – S	Слабые стороны - W
Внешние факторы	Возможности - O	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S1S2O1 - Маркетинговые компании в сотрудничестве с крупными маркетплейсами.</li><li>2. <b>S1S4O2O3 - Сотрудничество с вузами и создание кафедр/курсов в рамках университетов.</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W5W6O5 Создание интернет-кампании для донесения до потенциальных соискателей миссии, ценности работы в компании и корпоративной культуры ГК РОСТ</li><li>2. W5W6O6 Сотрудничество с консалтингом для анализа HR-функции и привлечения новых сотрудников</li><li>3. W5W6O7 Внедрение people analytics для управления людьми и снижения угрозы текучести кадров, которая обостряет нехватку персонала</li><li>4. W7O2O3 Предоставление целевого обучения студентам</li></ul>
	Угрозы - T	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S5T3 Проведение мероприятий в малых городах для повышения привлекательности города для потенциальных соискателей.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W3W6O8 Сотрудничество с ведущими биотехнологическими лабораториями для разработки новых сортов с необходимыми вкусовыми свойствами</li><li>2. W7O2 Привлечение студентов технических и биологических вузов через грантовые государственные программы к работе в R&amp;D центре для формирования кадрового резерва и внедрения новых идей в производство</li></ul>



		Внутренние факторы	
		Сильные стороны – S	Слабые стороны - W
Внешние факторы	Возможности - O	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S1S2O1 - Маркетинговые компании в сотрудничестве с крупными маркетплейсами.</li><li>2. S1S4O2O3 - Сотрудничество с вузами и создание кафедр/курсов в рамках университетов.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W5W6O5 <b>Создание интернет-кампании для донесения до потенциальных соискателей миссии, ценности работы в компании и корпоративной культуры ГК РОСТ</b></li><li>2. W5W6O6 Сотрудничество с консалтингом для анализа HR-функции и привлечения новых сотрудников</li><li>3. W5W6O7 Внедрение people analytics для управления людьми и снижения угрозы текучести кадров, которая обостряет нехватку персонала</li><li>4. W7O2O3 Предоставление целевого обучения студентам</li></ul>
	Угрозы - T	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S5T3 Проведение мероприятий в малых городах для повышения привлекательности города для потенциальных соискателей.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W3W6O8 Сотрудничество с ведущими биотехнологическими лабораториями для разработки новых сортов с необходимыми вкусовыми свойствами</li><li>2. W7O2 Привлечение студентов технических и биологических вузов через грантовые государственные программы к работе в R&amp;D центре для формирования кадрового резерва и внедрения новых идей в производство</li></ul>



		Внутренние факторы	
		Сильные стороны – S	Слабые стороны - W
Внешние факторы	Возможности - O	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S1S2O1 - Маркетинговые компании в сотрудничестве с крупными маркетплейсами.</li><li>2. S1S4O2O3 - Сотрудничество с вузами и создание кафедр/курсов в рамках университетов.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W5W6O5 Создание интернет-кампании для донесения до потенциальных соискателей миссии, ценности работы в компании и корпоративной культуры ГК РОСТ</li><li><b>2. W5W6O6 Сотрудничество с консалтингом для анализа HR-функции и привлечения новых сотрудников</b></li><li>3. W5W6O7 Внедрение people analytics для управления людьми и снижения угрозы текучести кадров, которая обостряет нехватку персонала</li><li>4. W7O2O3 Предоставление целевого обучения студентам</li></ul>
	Угрозы - T	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S5T3 Проведение мероприятий в малых городах для повышения привлекательности города для потенциальных соискателей.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W3W6O8 Сотрудничество с ведущими биотехнологическими лабораториями для разработки новых сортов с необходимыми вкусовыми свойствами</li><li>2. W7O2 Привлечение студентов технических и биологических вузов через грантовые государственные программы к работе в R&amp;D центре для формирования кадрового резерва и внедрения новых идей в производство</li></ul>



		Внутренние факторы	
		Сильные стороны – S	Слабые стороны - W
Внешние факторы	Возможности - O	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S1S2O1 - Маркетинговые компании в сотрудничестве с крупными маркетплейсами.</li><li>2. S1S4O2O3 - Сотрудничество с вузами и создание кафедр/курсов в рамках университетов.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W5W6O5 Создание интернет-кампании для донесения до потенциальных соискателей миссии, ценности работы в компании и корпоративной культуры ГК РОСТ</li><li>2. W5W6O6 Сотрудничество с консалтингом для анализа HR-функции и привлечения новых сотрудников</li><li><b>3. W5W6O7 Внедрение people analytics для управления людьми и снижения угрозы текучести кадров, которая обостряет нехватку персонала</b></li><li>4. W7O2O3 Предоставление целевого обучения студентам</li></ul>
	Угрозы - T	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S5T3 Проведение мероприятий в малых городах для повышения привлекательности города для потенциальных соискателей.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W3W6O8 Сотрудничество с ведущими биотехнологическими лабораториями для разработки новых сортов с необходимыми вкусовыми свойствами</li><li>2. W7O2 Привлечение студентов технических и биологических вузов через грантовые государственные программы к работе в R&amp;D центре для формирования кадрового резерва и внедрения новых идей в производство</li></ul>



		Внутренние факторы	
		Сильные стороны – S	Слабые стороны - W
Внешние факторы	Возможности - O	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S1S2O1 - Маркетинговые компании в сотрудничестве с крупными маркетплейсами.</li><li>2. S1S4O2O3 - Сотрудничество с вузами и создание кафедр/курсов в рамках университетов.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W5W6O5 Создание интернет-кампании для донесения до потенциальных соискателей миссии, ценности работы в компании и корпоративной культуры ГК РОСТ</li><li>2. W5W6O6 Сотрудничество с консалтингом для анализа HR-функции и привлечения новых сотрудников</li><li>3. W5W6O7 Внедрение people analytics для управления людьми и снижения угрозы текучести кадров, которая обостряет нехватку персонала</li><li>4. W7O2O3 <b>Предоставление целевого обучения студентам</b></li></ul>
	Угрозы - T	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S5T3 Проведение мероприятий в малых городах для повышения привлекательности города для потенциальных соискателей.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W3W6O8 Сотрудничество с ведущими биотехнологическими лабораториями для разработки новых сортов с необходимыми вкусовыми свойствами</li><li>2. W7O2 Привлечение студентов технических и биологических вузов через грантовые государственные программы к работе в R&amp;D центре для формирования кадрового резерва и внедрения новых идей в производство</li></ul>





		Внутренние факторы	
		Сильные стороны – S	Слабые стороны - W
Внешние факторы	Возможности - O	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S1S2O1 - Маркетинговые компании в сотрудничестве с крупными маркетплейсами.</li><li>2. S1S4O2O3 - Сотрудничество с вузами и создание кафедр/курсов в рамках университетов.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W5W6O5 Создание интернет-кампании для донесения до потенциальных соискателей миссии, ценности работы в компании и корпоративной культуры ГК РОСТ</li><li>2. W5W6O6 Сотрудничество с консалтингом для анализа HR-функции и привлечения новых сотрудников</li><li>3. W5W6O7 Внедрение people analytics для управления людьми и снижения угрозы текучести кадров, которая обостряет нехватку персонала</li><li>4. W7O2O3 Предоставление целевого обучения студентам</li></ul>
	Угрозы - T	<ul style="list-style-type: none"><li>1. <b>S5T3 Проведение мероприятий в малых городах для повышения привлекательности города для потенциальных соискателей.</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W3W6O8 Сотрудничество с ведущими биотехнологическими лабораториями для разработки новых сортов с необходимыми вкусовыми свойствами</li><li>2. W7O2 Привлечение студентов технических и биологических вузов через грантовые государственные программы к работе в R&amp;D центре для формирования кадрового резерва и внедрения новых идей в производство</li></ul>



		Внутренние факторы	
		Сильные стороны – S	Слабые стороны - W
Внешние факторы	Возможности - O	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S1S2O1 - Маркетинговые компании в сотрудничестве с крупными маркетплейсами.</li><li>2. S1S4O2O3 - Сотрудничество с вузами и создание кафедр/курсов в рамках университетов.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W5W6O5 Создание интернет-кампании для донесения до потенциальных соискателей миссии, ценности работы в компании и корпоративной культуры ГК РОСТ</li><li>2. W5W6O6 Сотрудничество с консалтингом для анализа HR-функции и привлечения новых сотрудников</li><li>3. W5W6O7 Внедрение people analytics для управления людьми и снижения угрозы текучести кадров, которая обостряет нехватку персонала</li><li>4. W7O2O3 Предоставление целевого обучения студентам</li></ul>
	Угрозы - T	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S5T3 Проведение мероприятий в малых городах для повышения привлекательности города для потенциальных соискателей.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. <b>W3W6O8 Сотрудничество с ведущими биотехнологическими лабораториями для разработки новых сортов с необходимыми вкусовыми свойствами</b></li><li>2. W7O2 Привлечение студентов технических и биологических вузов через грантовые государственные программы к работе в R&amp;D центре для формирования кадрового резерва и внедрения новых идей в производство</li></ul>



		Внутренние факторы	
		Сильные стороны – S	Слабые стороны - W
Внешние факторы	Возможности - O	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S1S2O1 - Маркетинговые компании в сотрудничестве с крупными маркетплейсами.</li><li>2. S1S4O2O3 - Сотрудничество с вузами и создание кафедр/курсов в рамках университетов.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W5W6O5 Создание интернет-кампании для донесения до потенциальных соискателей миссии, ценности работы в компании и корпоративной культуры ГК РОСТ</li><li>2. W5W6O6 Сотрудничество с консалтингом для анализа HR-функции и привлечения новых сотрудников</li><li>3. W5W6O7 Внедрение people analytics для управления людьми и снижения угрозы текучести кадров, которая обостряет нехватку персонала</li><li>4. W7O2O3 Предоставление целевого обучения студентам</li></ul>
	Угрозы - T	<ul style="list-style-type: none"><li>1. S5T3 Проведение мероприятий в малых городах для повышения привлекательности города для потенциальных соискателей.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1. W3W6O8 Сотрудничество с ведущими биотехнологическими лабораториями для разработки новых сортов с необходимыми вкусовыми свойствами</li><li>2. <b>W7O2 Привлечение студентов технических и биологических вузов через грантовые государственные программы к работе в R&amp;D центре для формирования кадрового резерва и внедрения новых идей в производство</b></li></ul>



## Наиболее актуальные стратегические альтернативы

- **Сотрудничество с вузами и создание кафедр/курсов в рамках университетов (S1, S4, O2, O3)**
- Проведение мероприятий в малых городах для повышения привлекательности города для потенциальных соискателей (S5, T3)
- Создание интернет-кампании для донесения до потенциальных соискателей миссии, ценности работы в компании и корпоративной культуры ГК РОСТ (W5, W6, O5)
- Внедрение people analytics для управления людьми и снижения угрозы текучести кадров, которая обостряет нехватку персонала (W5, W6, O7)



## Наиболее актуальные стратегические альтернативы

- Сотрудничество с вузами и создание кафедр/курсов в рамках университетов (S1, S4, O2, O3)
- **Проведение мероприятий в малых городах для повышения привлекательности города для потенциальных соискателей (S5, T3)**
- Создание интернет-кампании для донесения до потенциальных соискателей миссии, ценности работы в компании и корпоративной культуры ГК РОСТ (W5, W6, O5)
- Внедрение people analytics для управления людьми и снижения угрозы текучести кадров, которая обостряет нехватку персонала (W5, W6, O7)



## Наиболее актуальные стратегические альтернативы

- Сотрудничество с вузами и создание кафедр/курсов в рамках университетов (S1, S4, O2, O3)
- Проведение мероприятий в малых городах для повышения привлекательности города для потенциальных соискателей (S5, T3)
- **Создание интернет-кампании для донесения до потенциальных соискателей миссии, ценности работы в компании и корпоративной культуры ГК РОСТ (W5, W6, O5)**
- Внедрение people analytics для управления людьми и снижения угрозы текучести кадров, которая обостряет нехватку персонала (W5, W6, O7)



## Наиболее актуальные стратегические альтернативы

- Сотрудничество с вузами и создание кафедр/курсов в рамках университетов (S1, S4, O2, O3)
- Проведение мероприятий в малых городах для повышения привлекательности города для потенциальных соискателей (S5, T3)
- Создание интернет-кампании для донесения до потенциальных соискателей миссии, ценности работы в компании и корпоративной культуры ГК РОСТ (W5, W6, O5)
- **Внедрение people analytics для управления людьми и снижения угрозы текучести кадров, которая обостряет нехватку персонала (W5, W6, O7)**



Высшая школа бизнеса

Бизнес-информатика

Москва  
2024

# SWOT-анализ ГК «РОСТ»

Выполнили:

Мочалов Евгений Кириллович, ББИ232  
Перевалова София Владимировна, ББИ232  
Щербаков Андрей Александрович, ББИ237  
Михайлов Кирилл Александрович, ББИ237  
Миколайчук Станислав Михайлович,  
ББИ233

Руководитель курсового проекта:

аспирант, приглашенный преподаватель  
Айрапетян Диана Ареновна