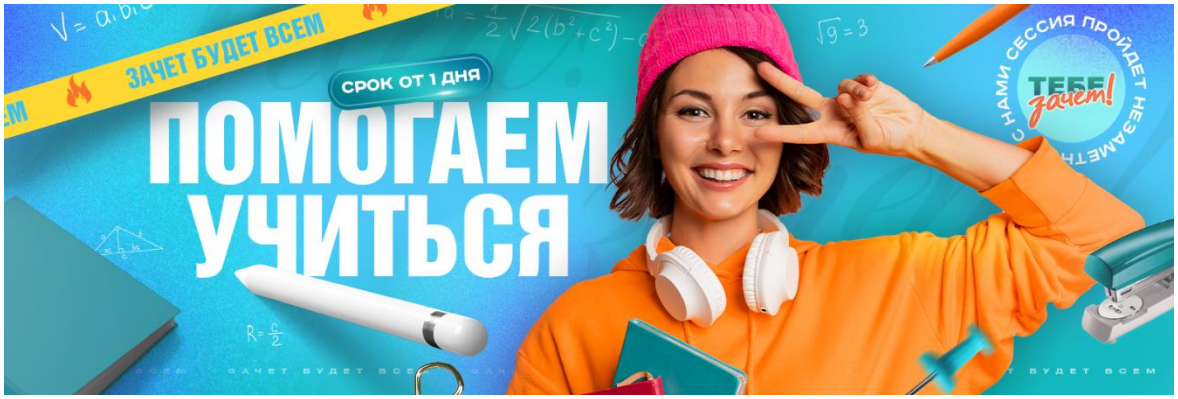

Бесплатный образец перевода текстов

Перевод текста

ТЕМА: A Case Study of Arla Foods

Ты можешь скачать пример работы совершенно **бесплатно.** Но его скачивали уже много раз, возможно, даже, твои одногруппники. Лучше закажи уникальную работу по своей теме на *tebezachet.ru* . Мы знаем, как написать работу, которую точно примет твой препод. Освободи свое время для важных дел, а мы выполним твои учебные задания на отлично!

Узнать стоимость

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

Case 3. "A Case Study of Arla Foods"

A Case Study of Arla Foods

Arla Foods is an international cooperative based in Viby, Denmark, and the largest producer of dairy products in Scandinavia. The cooperative idea also flourished in other countries and through recent mergers cooperative owners in the UK, the Netherlands, Germany, Belgium and Luxembourg have joined Arla Foods. With production facilities in 11 countries and sales offices in a further 30, Arla is the world's sixth largest dairy company and largest supplier of organic dairy products. Outside Denmark, Sweden, and the United Kingdom, Arla Foods operates numerous subsidiaries, with production facilities in Argentina, Brazil, Poland, and Saudi Arabia and licensed production in Canada and the United States.

Currently, Arla Foods employs some 19 thousand people worldwide and is divided into three main business segments: Arla Europe, ArlaInternational and Arla FoodsIngredients. Arla Europe serves the

Практический пример «Арла Фудз»

«Арла Фудз» — это международное кооперативное хозяйство, базирующееся в Виби, Дания, являющееся крупнейшим производителем молочных продуктов в Скандинавии. Идея создания кооперативов также получила широкое распространение в других странах, а благодаря недавнему объединению владельцы кооперативов в Великобритании, Нидерландах, Германии, Бельгии и Люксембурга присоединились к «Арла Фудз». «Арла» считается шестым по величине производителем молочных продуктов в мире и крупнейшим поставщиком органических молочных продуктов благодаря тому, что имеет производственные мощности в 11 странах и торговые офисы в 30 странах. За пределами Дании, Швеции и Соединённого Королевства «Арла Фудз» управляет многочисленными дочернимипредприятиями, имеет производственные мощности в Аргентине, Бразилии, Польше и Саудовской Аравии, а также лицензированное производство в Канаде иСША.

В настоящее время в «Арла Фудз»

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

European market, while Arla International serves other regions around the world. The Arla Foods Ingredients division produces functional milk proteins, which are used in a range of bakery and dairy products, as well as whey-derived bioactive ingredients with uses in infant and sports nutrition and functional foods.

Arla Foods consists of three major strategic brands: Arla, Lurpak, and Castello. The Arla brand as a whole supplies a range of dairy products, including a recently introduced lactose-free range for those with dietary sensitivities, while Lurpak is a butter product and Castello covers various cheeseproducts. As a whole, the global revenue share of Arla Foods when broken down by product group is predominantly made up of fresh milk products and cheese. The company has experienced year on year increases in global net profit, along with rising net profit margins. The amount of milk processed by Arla Foods worldwide has also experienced considerable increases in

трудоустроено около 19 тысяч людей по всему миру, и компания разделена на три основных бизнес-сегмента: «Арла Юроп», «Арла Интернешнл» и «Арла Фудз Ингридиентс». «Арла Юроп» работает на европейском рынке, тогда как «Арла Интернешнл» обслуживает остальныерегионы мира. Подразделение «Арла Фудз Ингридиентс» производит функциональные молочные протеины, которые используются в ряде мучных и молочных изделий, а также биоактивные ингредиенты на основе сыворотки, используемые в детском и спортивном питании и в функциональных продуктах питания.

«Арла Фудз» состоит из трёх основных стратегических брендов: «Арла», «Лерпак» и «Кастелло». Бренд «Арла» в общем поставляет ряд молочных продуктов, включая недавно представленную безлактозную линейку для тех, кто на диетическом питании; «Лерпак» – это масло, а «Кастелло» относится к сырным продуктам. В целом, глобальная доля выручки «Арла Фудз» в разбивке по товарным группам состоит преимущественно из свежих молочных продуктов и сыра. Компания из года в год увеличивала чистую прибыль в мире, а

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

volume, resulting in the capacity for the company to continue expanding their brand and products globally.

The company was formed as the result of a merger between the Swedish dairy cooperative Arla and the Danish dairy company MD Foods on 17 April 2000. The name “Arla” derives from the same word as the English word "early" and is an archaic Swedish term for "early (inthe morning)".

In the 1880s, dairy farmers in Sweden and Denmark formed small cooperatives to invest in common dairy production facilities. The firstcooperative dairy was established in Sweden at Stora Arla Gård in Västmanland in 1881 under the name of Arla Mejeriförening, and the first Danish cooperative dairy was established in Hjedding, outside Ølgod, Southern Jutland in 1882.

On 26 April 1915, dairy farmers in Stockholm and adjoining counties created Sweden's largest cooperative dairy organisation, Lantmännens mjölkförsäljningsförening (The Farmers' Milk Retail Association), which operated dairies as well as a

также рентабельность чистой прибыли. Количество молока, производимого «Арла Фудз», также существенно возросло по всему миру, что дало компании возможность продолжить глобальное развитие своего бренда и продуктов.

Компания сформировалась в результате слияния шведского молочного кооператива «Арла» и датской молочной компании «МД Фудз» 17 апреля 2000 года.Название «Арла» происходит от того же слова, что и английское «early» (рано), и является архаичным шведским термином для обозначения «рано поутру».

В 1880-х годах Швеция и Дания образовывали небольшие кооперативы,чтобы инвестировать в предприятия по производству молочной продукции. Первый молочный кооператив был основан в Швеции на Большой Ферме Арлы в Вестманланде в 1881 году под именем «Молочная Ассоциация Арла», а первый молочный кооператив в Дании был образован в Хьеддинге, за пределами Ольгода, Южная Ютландия, в 1882 году.

26 апреля 1915 молочные фермы в Стокгольме и близлежащих графствах создали крупнейшую молочную кооперативную организацию «Ассоциация розничной торговли фермерским

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

chain of shops selling dairy products.

In 1927, the company registered the name Mjölkcentralen (The Milk Central, shortened MC) and from the 1950s a growing number of cooperative dairies in other parts of Sweden began joining MC. In 1975, MC changed its name to Arla, a name previously used not only by Sweden'sfirst cooperative dairy, but also by thelargest dairy retailer in Gothenburg between 1909 and 1965.

By the end of the 20th century, Arla had a 65% market share in Sweden.

On 1 October 1970, Mejeriselskabet Danmark (MD) was established by four dairy companies and three individual dairies. In 1988, the company changed name to MDFoods. In 1992, MD Foods and Denmark's second largest dairy company, Kløver Mælk, signed a financially binding co-operation agreement, and in 1999, the two companies merged to become MD Foods, gaining 90% of the Danish milk production.

In April 2000, MD Foods merged with Swedish Arla and formed Arla

молоком», которая управляла молочными фермами, равно как и сетью магазинов, продающих молочные продукты.

В 1927 году компания зарегистрировала имя «Милк Сентрал», сокращённо МС), и с 1950-х к МС стало присоединяться всё растущее числомолочных кооперативов из разных частей Швеции. В 1975-м МС сменила имя на
«Арла», ранее использовавшееся не только первым шведским молочным кооперативом, но и крупнейшей розничной сетью в Готенбурге с 1909 по 1965 гг.

К концу 20-го века «Арла» занимала 65% рынка в Швеции.

1 октября 1970 года четырьмямолочными компаниями и тремя индивидуальными молочными фермами была основана «Молочная компания Дании» (МД). В 1988 они сменили имя на
«МД Фудз». В 1992 «МД Фудз» и вторая по величине датская молочная компания
«Клевер Мэлк» подписала финансово обязывающее соглашение о сотрудничестве и в 1999 две компании объединились, образовав «МД Фудз», держащую 90% всего производства молока в Дании.

В апреле 2000 года «МД Фудз»

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

Foods A.m.b.A with headquarters in Aarhus, Denmark, and became Arla Foods as it is known today.

In June of 2001, Arla Foodspublished a strategy plan that it hopedto complete in five years. That plan included the closing of 17 dairy farmslocated in Denmark and the displacement of about 1 000 people.

In 2002, Arla Foods went into a merger with the cooperative Hellevad Omegns Andelsmejeri. Two yearsafter, the company's subsidiary in Canada bought the National Cheese Company Ltd., a Canadian cheese producer and importer.

In 2005, Arla Foods partneredwith a Chinese company to producemilk powder for distribution to theChinese market. For import and distribution on that market, Arla Foods found a joint venture with Mengnui (China's leading dairy company). In addition to its branded product range, Arla produces retailers' own-label branded products.

In 2006, the company continued its expansion by acquiring White Clover Dairy, a United States company that produces specialty

объединилась со шведской «Арла Фудз А.М.б.А» со штаб-квартирой в Аархусе, Дания, и стала известной сегодня «АрлаФудз».

В июне 2001 «Арла Фудз» опубликовала стратегический план, намереваясь исполнить его за пять лет. Это план включал закрытие 17 молочных ферм в Дании и увольнение почти тысячи человек.

В 2002 «Арла Фудз» объединилась с кооперативом «Молочный завод Хеллевад Омегнс». Два года спустя дочернее предприятие в Канаде купило «Национальную сыроваренную компанию ЛТД», канадского производителя и импортёра сыров.

В 2005 «Арла Фудз» вступила в партнёрство с китайской компанией для производства сухого молока и продвижения на китайском рынке. Для импорта и продвижения на этом рынке «Арла Фудз» создали совместное предприятие с ведущей китайской молочной компанией «Меньни». В дополнение к ассортименту продукциипод собственным брендом, «Арла» производит продукцию под торговыми марками сетевиков.

В 2006 компания продолжила

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

dairy products. This acquisition allowed Arla Foods to access the U.S.market. In the same year, Arla also acquired Tholstrup Cheese, a private dairy company. Still in the same year,Arla was able to acquire 30% of the shares in the dairy company Ingman Foods. This purchase was completed in January of 2007.

Also in 2007, Arla Foods merged with Express Dairies, a companybased in the United Kingdom. Thismerger lead to the formation of Arla Foods UK Plc. The United Kingdom became the group's biggest market, accounting for 33% of company sales, followed by Denmark (22%) and Sweden (19%). Arla's UK subsidiary (Arla Foods plc, formed a merger with Express Dairies) is that country's largest supplier of liquid milk. In the United Kingdom, ArlaFoods has a partnership with Fonterra(a New Zealand dairy company, also cooperative-based) for packaging and distribution of butter and otherspreadables that uses Fonterra's Anchor brand.

In 2015, Arla Foods has entered a joint venture with Egypt's leading

продвигаться, приобретя «Уйат Кловер Дэйри», американскую компанию, которая производит особые молочные продукты. Это приобретение позволило «Арла Фудз»попасть на американский рынок. В том же году «Арла» также приобрела «Толстрап Чиз», частную молочную компанию. А ещё в этом году «Арла» удалось приобрести 30% акций молочной компании «Ингман Фудз». Эта покупка была завершена в январе 2007.

В 2007 «Арла Фудз» также объединилась с «Экспресс Дэйриз», компанией, расположенной в Соединённом Королевстве. Это объединение привело к образованию «Арла Фудз Ю Кей Плс». Соединённое Королевство стало крупнейшим рынком сбыта, насчитывая 33 % продаж компании,за ними следует Дания (22%) и Швеция(19%).

Дочернее предприятие «Арла Ю Кей», «Арла Фудз Плс» — это крупнейший поставщик жидкого молока в этой стране. В Соединённом Королевстве «Арла Фудз» находится в партнёрстве с «Фонтеррой» (новозеландская молочная компания, также на кооперативной основе). С целью упаковки и производства масла и других спредов с использованием бернда

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

dairy processor, Juhayna FoodIndustries, that leaves the European dairy co-operative poised for expansion in a promising emerging market. Expanding via a tie-up with a local company is a smart move from Arla as it works to grow in a market where competition is on the up and M&A valuations are high.

Arla Foods and Egyptian dairy group Juhayna Food Industries have established a joint venture in the African market. Juhayna will control 51% of the new company – calledArJu Food Industries – while Arla will take a 49% stake. The European co-op will, however, be responsiblefor the daily management of the joint venture. Arla and Juhayna are a good match. The Lurpak and Castello owner brings its production expertise, experience operating in international markets and brand name to the table while Juhayna offers local andregional know-how. Their productportfolios are complementary. Juhayna manufactures UHT-milk, yoghurt and juice and has been growing market share consistently over the past five years. Juhayna also

«Фонтерра Энкор».

В 2015 году «Арла Фудз» создала совместное предприятие с ведущим египетским производителем молочных продуктов «Джухайна Фудз Индастриз», что позволило европейскому молочному кооперативу выйти на перспективный развивающийся рынок. Для «Арлы» стало дальновидным шагом объединение с местной компанией, поскольку она стремится укрепиться на рынке с процветающей конкуренцией и высокими оценками по шкале слияний и поглощений.

«Арла Фудз» и египетская молочная группа «Джухайна Фудз Индастриз» создали совместное предприятие на африканском рынке. «Джухайна» будет контролировать 51% новой компании под названием «АрДжу Фуд Индастриз», а «Арла» получит 49% акций. Однако европейский кооператив будет нести ответственность за ежедневное управление совместным предприятием. «Арла» и «Джухайна» составляют хорошую пару. Владелец «Лерпак» и «Кастелло» делится своим производственным опытом, опытомработы на международных рынках и торговой маркой, а «Джухайна» предлагает местные и региональные ноу-

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

said the JV will seek out expansion opportunities in other Middle Eastern and African markets.

For Arla, feeding its products into Juhayna's distribution network will enable the dairy giant to access a retail market that remains dominated by traditional and informal sales channels.

Arla's move in Egypt is well timed. The country's economy is rebounding after the instability of the Arab Spring and subsequent regime change. Economic growth is feeding through to higher incomes and increased spending power. The Egyptian market is fragmented. According to Euromonitor data, around 20 players were present in the dairy sector in 2014. These include the "significant" multinationalpresence of the likes of Danone, Nestle and Friesland Campina. By joining forces with a leading local player – and with plans to set up localproduction – Arla has found a means to overcome these challenges and put itself on an even footing with multinationals with a more established presence in the country.

хау. Их продуктовые портфели дополняют друг друга. «Джухайна» производит ультрапастеризованное молоко, йогурт исок, и за последние пять лет его доля на рынке неуклонно растёт. «Джухайна» также объявила, что совместное предприятие будет искать возможности расширения в других странах Среднего Востока и Африки.

«Арле» поставка её продукции в дистрибьюторскую сеть «Джухайны» позволит молочному гиганту получить доступ к розничному рынку, на котором по-прежнему доминируют традиционные и неформальные каналы продаж.

Вход «Арлы» на египетский рынок стал весьма своевременным шагом. Экономика этой страны восстанавливается после нестабильности «арабской весны» и последующей смены режима. Экономический рост способствует повышению доходов и покупательной способности. Египетский рынок фрагментирован. По данным Euromonitor, в 2014 году в молочном секторе присутствовало около 20 игроков. Сюда входят «значительные» транснациональные компании, такие как «Данон», «Нестле» и «Фрисланд Кампина». Объединив усилия с ведущим

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

While the financial details of the tie-up between Juhayna and Arla have not been spelt out, it is safe to say Arla has also found a more cost- effective means of expanding in the market than afforded by a straight acquisition.

The appeal of the Egyptian market means that there is greater interest among international dairy manufacturers – as well as local and international investment vehicles – to take control of Egyptian dairy operators. This has pushed up valuations, as evidenced by the high price tag recently commanded in the race to buy Egypt's Arab Dairy Company.

Currently, aside from its ongoing international expansion, Arla Foods has become a leader in supplying bacterial cultures and dairy ingredients for use in agricultural and manufacturing companies worldwide. The company is also a leader in supplying cheese and powdered milk products in Europe, Asia, USA and the Middle East.

Both Arla Foods and itspredecessor entities faced scrutiny

местным игроком – и имея планы по созданию местного производства – «Арла»нашла способ преодолеть эти проблемы и поставить себя наравне с транснациональными корпорациями, которые более широко представлены в стране.

Хотя финансовые детали связи между «Джухайной» и «Арлой» не были раскрыты, можно с уверенностью сказать, что «Арла» нашла более рентабельные способы расширения на рынке, чем возможность прямого приобретения.

Привлекательность египетского рынка означает, что международные производители молочной продукции, равно как и местные и международные инвестиционные компании проявляют больший интерес к приобретению контроля над египетскими операторами молочной продукции. Это приводит к росту цен, о чем свидетельствует недавняя высокая цена на покупку египетской «Арабской молочной компании».

В настоящее время, помимо продолжающейся международной экспансии, «Арла Фудз» является лидером в поставках бактериальных культур и молочных ингредиентов для использования в сельскохозяйственных и

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

from Swedish competition authorities during the series of mergers that ledto the current corporate arrangements.The 1999 merger of MD Foods and Klover Maelk was subject to the following requirements of the Danish Competition contribution to Metro's 40th anniversary celebrations. This decision marked the first time a Danish court concluded that a company abused a dominant position. A later confidential settlement between the two firms was reached, involving a payment from Arla to Hirtshals. Until 2004 Arla Foods charged new dairy supplier-members an entry fee equal to 2 % of the value of milk to be supplied. Three Danish dairy farmers brought this matter to the Danish court, alleging abuse of a dominant position. In August 2002 the Danish Competition Authorityruled that Aria Foods had abused its dominant position in procurement of Danish cows' milk, on the groundsthat the fee exceeded fair compensation to Aria for the costs of admission. In November 2003 the Danish Competition Appeals Tribunaloverturned the decision, finding that

производственных компаниях по всемумиру. Компания также является лидером в поставках сыров и сухих молочных продуктов в Европу, Азию, США и на Ближний Восток.

И «Арла Фудз», и её предшественники столкнулись с пристальным вниманием шведских антимонопольных органов во время серии слияний, которые привели к нынешним корпоративным договоренностям. Слияние компаний «МД Фудз» и «Кловер Мэлк» в 1999 г. было обусловлено следующими требованиями датского конкурса на празднование 40- летия Metro. Это решение стало первым случаем, когда датский суд пришел кзаключению, что компания злоупотребила доминирующим положением. Позднее было достигнуто конфиденциальное соглашение между двумя фирмами, предусматривавшее выплату от «Арла» Хиртсхальсу. До 2004 года «Арла Фудз» взимала с новых поставщиков молочных продуктов вступительный взнос в размере 2% от стоимости поставляемого молока. Три датских молочных фермера обратились в датский суд с жалобой на злоупотребление доминирующим положением. В августе 2002 года Датское управление по конкуренции постановило,

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

it had not contained sufficient description and analysis of the salient facts. Furthermore, the Appeals Tribunal stated that a high fee alone does not constitute evidence of abuse of a dominant position. The farmers took the case to the Danish High Court, which dismissed it in September 2006. In 2004 the Danish Competition Authority concluded thatthe series of mergers between, first, Klover Maalk and MD Foods, and later MD Foods and Aria, had led to higher Danish milk prices than would otherwise have prevailed. The authority stated that under the current legal regime the mergers would probably not have been permitted. Further concerns have arisen over Arla's market power as a supplier to retailers and as a distributor of other firms' products to retailers, but in several instances Arla was found not to have abused its dominant position, particularly with regard to pricing and marketing support in dealing with retailers.

The important milestone was the opening of our global InnovationCentre in Aarhus, Denmark,

что «Арла Фудз» злоупотребила своим доминирующим положением в закупке датского коровьего молока на том основании, что размер платы превышает справедливую компенсацию «Арле» за расходы на допуск. В ноябре 2003 года Датский апелляционный суд по вопросам конкуренции отменил это решение, посчитав, что оно не содержало достаточного описания и анализа основных фактов. Кроме того, Апелляционный трибунал заявил, что сама по себе высокая сумма гонорара не является доказательством злоупотребления доминирующим положением. Фермеры подали дело в Верховный суд Дании, который отклонил его в сентябре 2006 года. В 2004 году Датское управление по конкуренции пришло к выводу, что серия слияний, сначала между «Кловер Мэлк» и «МД Фудз», а затем «МД Фудз» и «Арла», привела к более высоким ценам на молоко в Дании, чем это было бы в противном случае. Власти заявили, что при нынешнем правовом режиме слияния, вероятно, не разрешили бы. Дальнейшиеопасения возникли по поводу рыночной власти «Арла» как поставщика розничных продавцов и дистрибьютора продукции

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

employing 150 experts from around the world. This is now the central hub for innovation in Arla and will be for many years to come. Not only developing new products, innovation is also about creating packaging and technologies to ease transport of fresh milk and dairy products acrosscontinents, and exploring new saleschannels.

Farmer-owned Arla Foods is to build a groundbreaking innovation center in Nr. Vium, Denmark to unleash the wonders of whey. Part of Arla Foods Ingredients, the new center will be home to leading scientists and innovators who will discover and deliver new ways of using milk and whey to serve the needs of the world's growing population. With the EUR 36,3 million investment, Arla is now creating a hub for research and development innovation within whey and milk based ingredients. The investment in the innovation centre, which is expected to open in 2021, was recently approved by Arla Foods' Board of Directors, supporting the company's strategic focus on

других фирм розничным торговцам, но в нескольких случаях было обнаружено, что «Арла» не злоупотребляла своим доминирующим положением, особенно в отношении ценообразования и маркетинговой поддержки при заключении сделок. с розничными торговцами.

Важной вехой стало открытие нашего глобального инновационного центра в Аархусе, Дания, в котором работают 150 экспертов со всего мира. Сейчас это центральный центр инноваций в «Арле», ион будет оставаться там еще много лет. Инновации касаются не только разработки новых продуктов, но и создания упаковки и технологий, упрощающих транспортировку свежего молока и молочных продуктов по континентам, а также изучения новых каналов продаж.

Принадлежащая фермерам компания Arla Foods строит новаторский инновационный центр в Nr. Vium, Дания, чтобы раскрыть чудеса сыворотки. Часть «Арла Фудз Ингридиентс», новый центрстанет домом для ведущих учёных и новаторов, которые будут изучать и предлагать новые способы использования молока и сыворотки, чтобы удовлетворить нужды растущего мирового населения.

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

innovation.

Construction is expected to begin in the fall of 2019, and the center is expected to open in 2021. It will be a 9,000 square meters state-of-the-art facility with open office spaces, labs and a pilot plant.

The Arla brand is our most widespread global brand with over 50 sub-brands in its broad portfolio. Arla branded products are sold in more than 80 countries, including Northern Europe, China and more recently the US and the Middle East - it ranks as the fastest growing FMCG brand in many countries.

Имея вложения на 36,3 миллиона евро «Арла», сегодня пытается создать центр исследований и инноваций в молочно-сывороточных продуктах. Вложение в такой инновационный центр, который планируется открыть в 2021 году, было недавно одобрено Советом директоров «Арла Фудз», что поддерживает стратегическое инновационное направление.

Ожидается, что строительство начнётся осенью 2019 года, а откроется центр в 2021 году. Это будет современный объект площадью 9000 кв.м с рабочими местами в стиле опен-спейс, лабораториями и заводом.

Бренд «Арла» сегодня является наиболее распространённым международным брендом, имеющим более 50 ответвлений в своём портфолио. Продукты под брендом «Арла» продаются более чем в 80 странах, включая Северную Европу, Китай и недавние Северную Америку и Средний Восток. Он считается самым быстроразвивающимся брендом в индустрии товаров повседневного спроса во многих странах.

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

Task and questions:

1. What is the key tendency of development in each region now?

Arla Foods' corporate strategy – Good Growth 2020 is a strategic plan through 2020 with the main goal of increasing the profits of our farmers.

The strategy is based on three main areas of activity:

1. Take a leading position in eight categories of dairy products through the development of three global brands of the company

They want to continue to grow as an international dairy company, and to do that, they need to take the leading position in the categories where their brands are represented. Therefore, they will invest in the development of three global brands: Arla, Lurpak and Castello.

2. Focus on six regions

They will focus on potential and profitable markets for their farmers' businesses. They will multiply their efforts in the United States of America and Nigeria, while strengthening their positions in Europe, the Middle East and China. They will continue to develop their business in Russia as this is a very attractive market for Arla Foods.

3. Conquer as one Arla

Over the past five years, the company has grown significantly in Europe with six mergers in Central Europe, the United Kingdom and Sweden. Over the years, various companies have merged into one and become one Arla.

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

2. Final Task

Variant 3. Fast casual restaurant chain from USA goes to Northern Africa.

Follow given instructions:

1. Using information from official web-pages of different international organizations and special business publications, identify special features (political, economic, legal, cultural) that are typical for home country and host one, where company plans to run it business in a close future. Describe 5 the most importantof them.

Summarize information and fill in the table.

№	***Group of aspects***	***Basic country***	***Host country (new market)***
1.	Political	1. One of the strongest democratic systems in the world 2. A complex foreign policy aimed at ensuring the security ofthe state and its citizens and the welfare of the country's citizens 3. One of the most influential states in the political arena of the world 4. Great desire to expand the sphere of influence in most countries 5. At the same time, the United States is distinguished by its aggressiveness and is the initiator of many military conflicts	1. Poor population 2. Unstable political situation 3. Insufficiently developed healthcare system 4. Rich natural resources 5. Rapid population growth
2.	Cultural	1. A multinational country, varied traditions and customs 2. Variety of eating habits and traditional foods 3. The ability of culture to bring something new from other peoples 4. Lots of celebrations and othersocial events 5. Well-developed sports culture	1. Increasing penetration of massculture 2. The desire of the population for the consumer goods of developed countries 3. Complex religious relations between peoples 4. Mix of African, Arab and European cultures 5. The growth of urbanization

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

			of the population
3.	Economic	1. Huge natural resources, production, scientific, technical and demographic potential 2. Large capacity of the domestic market 3. Huge scale of centralization	1. Well-developed agriculture, which means rich harvests of food raw materials and products 2. Foreign investments in the economy of Northern Africa 3. Underdeveloped infrastructure

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

		and concentration of capital and production 4. The modern structure of the economy with the development of new manufacturing industries 5. Special significance of the dollar as an international currency	4. It takes a long time to developa business 5. The help of local specialists isrequired
4.	Legal	1. Developed sector of privateproperty and private business 2. Non-interference of the statein the affairs of private business 3. Opportunities for creating firms of different nature 4. Complex tax system 5. Complex issues of employeeemployment	1. Lack of unity between the countries of the continent in matters of regulation 2. Low competition 3. Complex procedure forstarting a business 4. Underestimation of thebusiness potential of the region 5. Need of great investments inthe country's economy

2. Compare these differences between countries and write the essay (not less than 300 words) about what will help to develop business in selected country. And what will slow down doing business?

As we know, fast food restaurant chains are very popular in the USA. We can even say that this is one of the attributes of American culture – hamburgers, hot dogs, and other types of snacks on the run immediately give rise to the image of a happy American holding a sandwich in his hand. Today we will take a quick lookat the specifics of running a fast food business in the USA and Northern Africa.

America is a land of unlimited opportunities for successful work. It is one of the leading countries in the world in almost all areas – in politics, economy, culture. It pursues an active foreign policy and constantly expands the boundariesof its influence. In contrast, the countries of Northern Africa cannot boast of such opportunities. Although these countries are rich in natural resources, the populationis also growing and can provide a large labor force.

To open a restaurant chain in any of the regions, you will need to make large investments in the economy of the selected country. However, in America you willmainly

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

invest in your business, while in North Africa you will have to spendmoney on bribes and inflated prices for white people. And you cannot do without

Данная работа выполнена экспертами компании Тебе Зачёт! tebezachet.ru

Закажи уникальную работу по своей теме

Узнать стоимость

the help of local specialists in Africa. In addition, it will be necessary to study indetail the intricacies of opening companies, since the system there is very complex.The difficult political situation and religious wars do not contribute to the desire to open fast food restaurant chains in Northern Africa, while in America theinternal situation is very favorable. At the same time, agriculture is well developedin African countries, which means that there are rich harvests of food products andraw materials. But of course, you will need to focus on local food traditions, study local cuisine and adapt your menu.

In general, we can say that in the countries of Northern Africa the opening ofa restaurant chain is a promising direction, despite the restrictions indicated above and the complexity of the process. This is also due to low competition, as few American restaurateurs are in a hurry to open their branches in Africa.