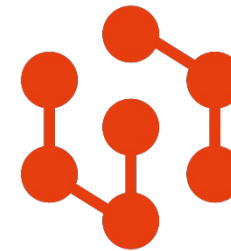




ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ,
ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
И ФИНАНСОВ



С И Б И Р С К И Й
Ф Е Д Е Р А Л Ь Н Ы Й
У Н И В Е Р С И Т Е Т

специальность: Бизнес-аналитика в управлении организацией

Выпускная квалификационная работа

«Совершенствование стратегии развития компании ООО «Праймфуд»

Выполнил: Генеральный директор ООО «Праймфуд»

Князев Денис Анатольевич

Научный руководитель: Макушкина Наталья Дамбаевна

Красноярск 2024



Актуальность темы: «изначальная стратегия не привела к результату»

Развитие компании под ТМ
производителя

маркетинг 3-5% от выручки
свобода выбора рынка сбыта
свобода выбора ассортимента
свобода ценообразования

VS

Развитие компании под СТМ
продавца

маркетинг – не нужен
сбыт на определённой территории
ТЗ сети продавца
цена обосновывается
документально



Заблуждения управленца в 2024 г

«Мир не будет прежним»

«Горизонт планирования короткий!»



«В SHIVA мире план не нужен»

«Зачем стратегия при такой волатильность»

Правильные мысли управленца в 2024 г

Слышу голос, голос спрашивает строго :
А сегодня что для завтра сделал я ?

ПРЕКРАСНОЕ ДАЛЕКО
Муз. Е Крылатова, сл.Ю.Энтина

„Стратегия без тактики — это самый медленный путь к победе. Тактика без стратегии — это просто суета перед поражением.“

Сунь

Цзы



Постановка задачи



Развитие компании как стратегический процесс



Ведущий преподаватель программы
Executive MBA РАНХиГС
Тигран Арутюнян

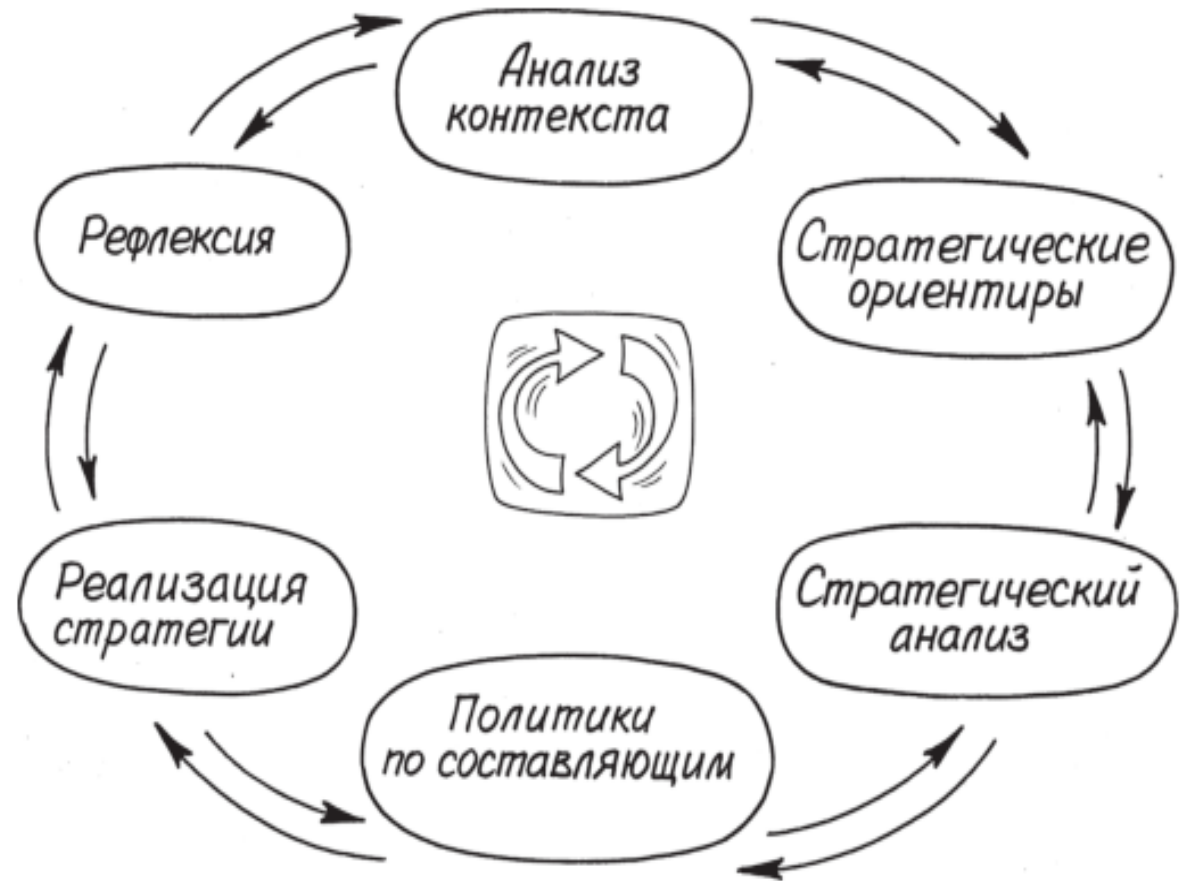


Рис.1 – Овал Гексагона



Развитие компании как стратегический процесс

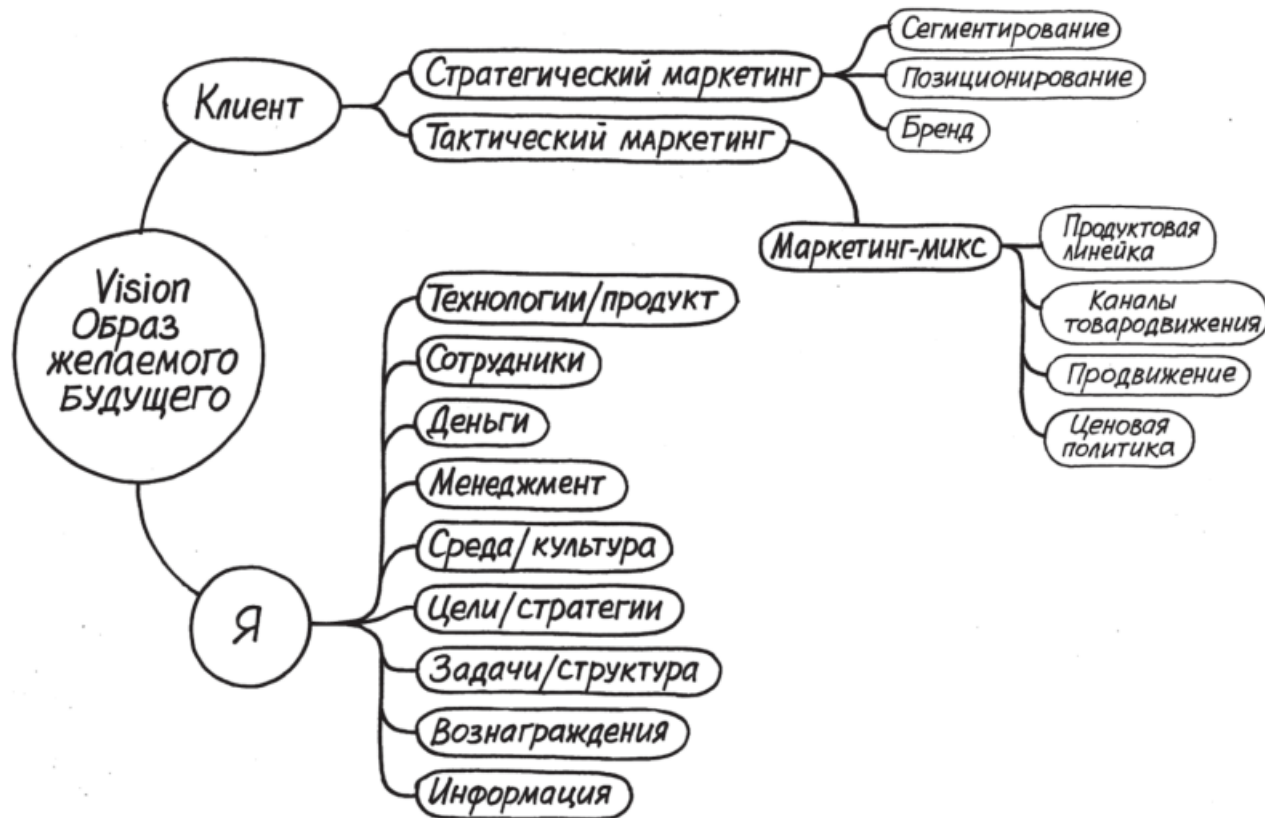


Рис.2 – Образ будущего по Арутюняну Т.К.



Рис.3 Организационная модель по Арутюняну Т.К



Развитие компании как стратегический процесс

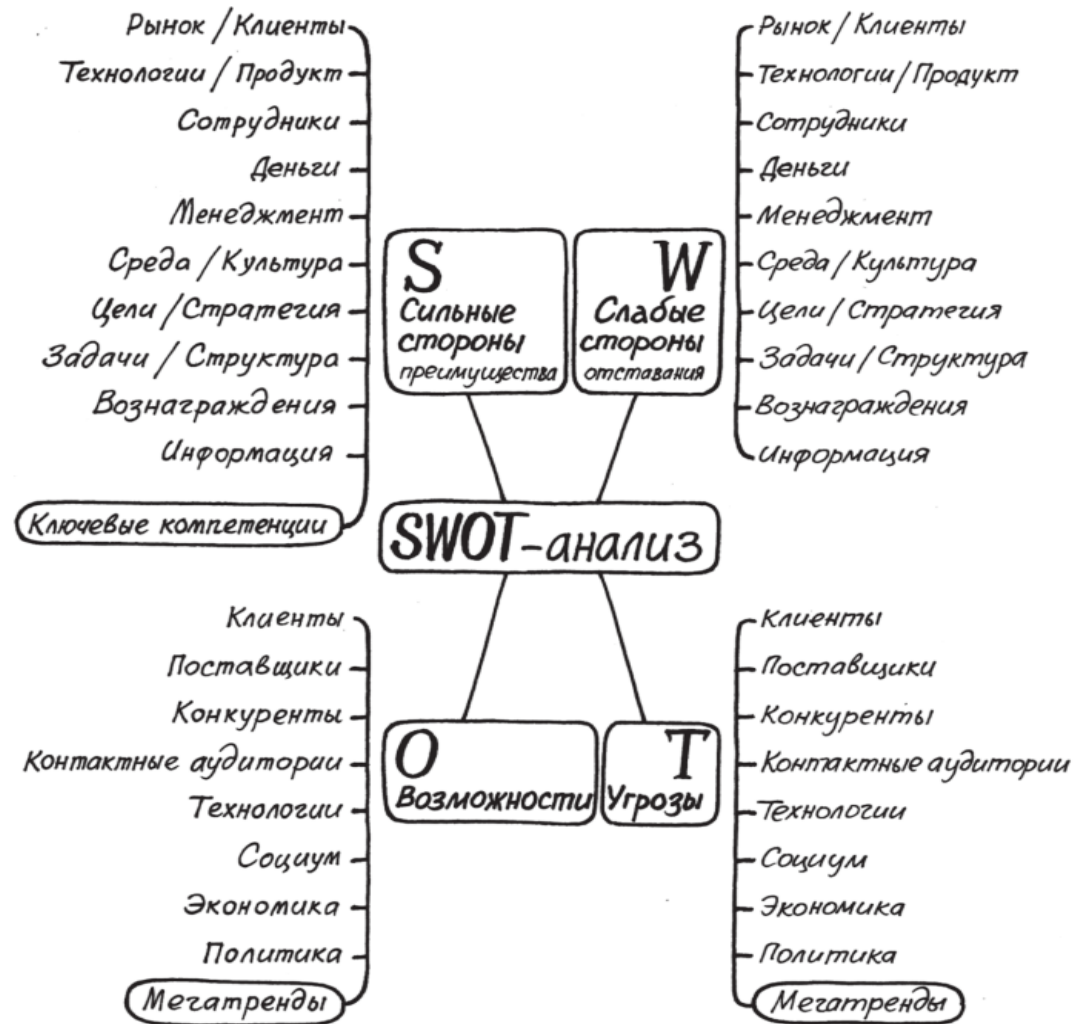


Рис. 4 – Ментальная карта SWOT-анализа

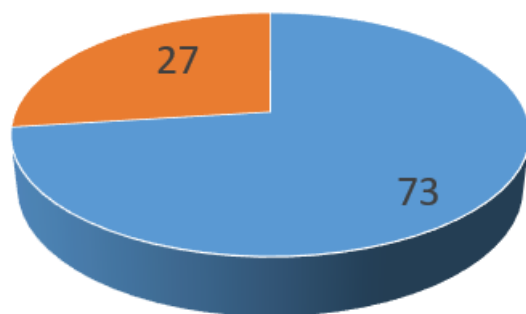


Ключевые особенности российского рынка готовых блюд при реализации под СТМ

1. Потребление готовых блюд в магазинах, за 2023г

260 млн шт МОСКВА
100 млн штук - Санкт-Петербург
40 млн штук - Екатеринбург

2. Доля готовых блюд - СТМ и ТМ, за 2023г, %



■ СТМ ■ ТМ

3. Перспективы по итогам, 2023г

лидеры FMCG-ритейла увеличили в 2023 г продажи собственных торговых марок на 17,2% до 2,05 трлн руб

4. Лидеры 2023г

ВКУСВИЛЛ – 90% СТМ

X5 Group:

«Пятерочка» с 20% до 25%

«Перекресток» с 15% до 25%





Особенности российского рынка готовых блюд при реализации под СТМ



VS



Легенда процессов:

-  - Процессов неопределённых во времени
-  - Процессы определенные во времени



Организационно-экономическая характеристика ООО «Праймфуд»

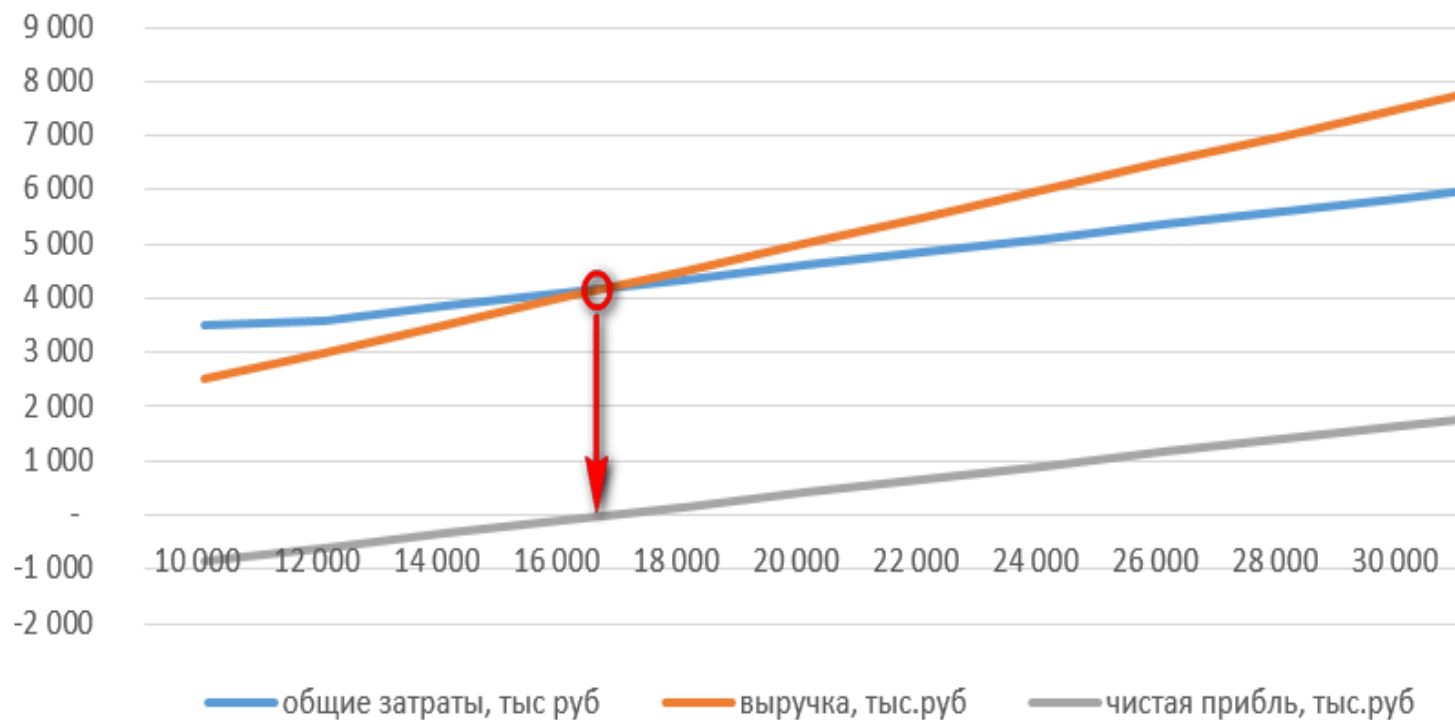
Упрощенная экономическая модель ООО «Праймфуд»

	при загрузке 30%	при загрузке 50%	при загрузке 75%	при загрузке 100%
Выручка, тыс.руб	4 250	7 500	11 250	15 000
Переменные затраты, тыс.руб	2 125	3 750	5 625	7 500
Валовая прибыль, тыс. руб	2 125	3 750	5 625	7 500
Постоянные затраты, тыс.руб	2 100	2 300	2 600	3 100
Чистая прибыль, тыс. руб	25	1 450	3 025	4 400
рентабельность, %	0,6	19	27	29



Организационно-экономическая характеристика ООО «Праймфуд» (продолжение)

Точка безубыточности



Мощности производства

1 смена 8 часов 5 д\нед – 18 тыс.ед

1 смена 12 часов 5д\нед – 29 тыс.ед

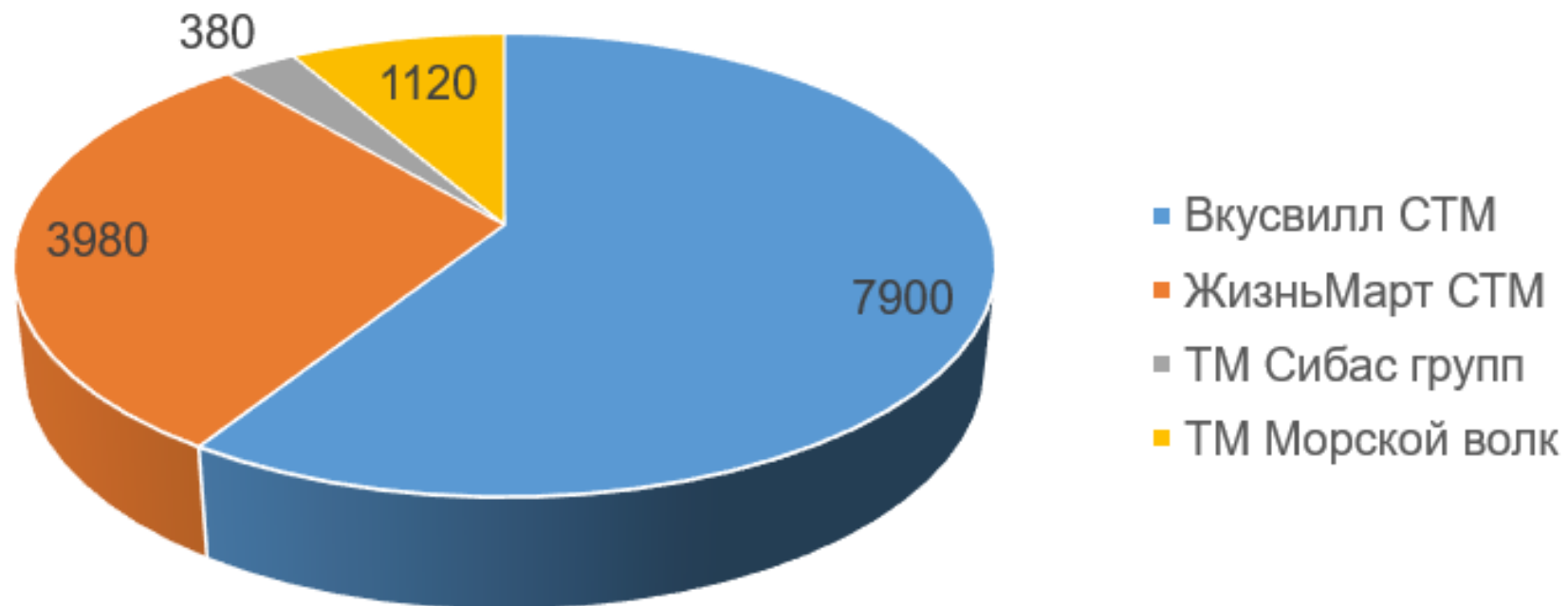
2 смены 12 часов 7 д\нед – 47 тыс.ед

3 смены 24 часа 7 д\нед – 60 тыс.ед



Организационно-экономическая характеристика ООО «Праймфуд» (продолжение)

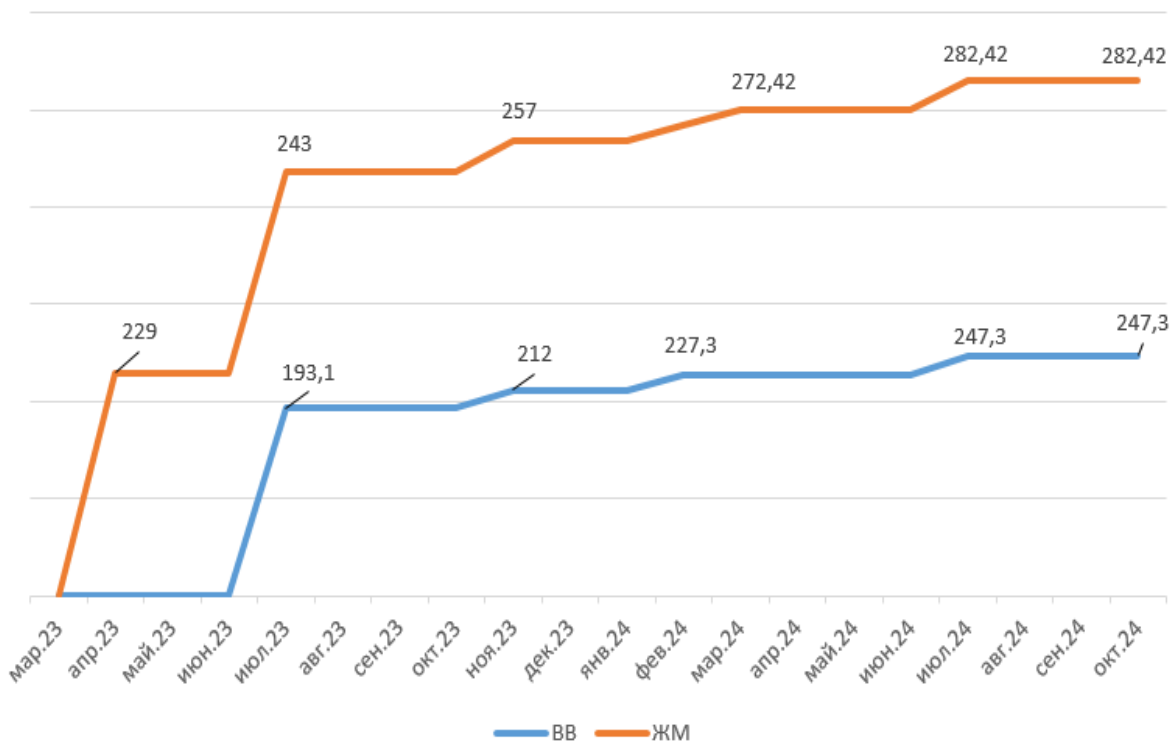
Доли СТМ и ТМ в общей выручке
за 1 квартал 2024, тыс.руб



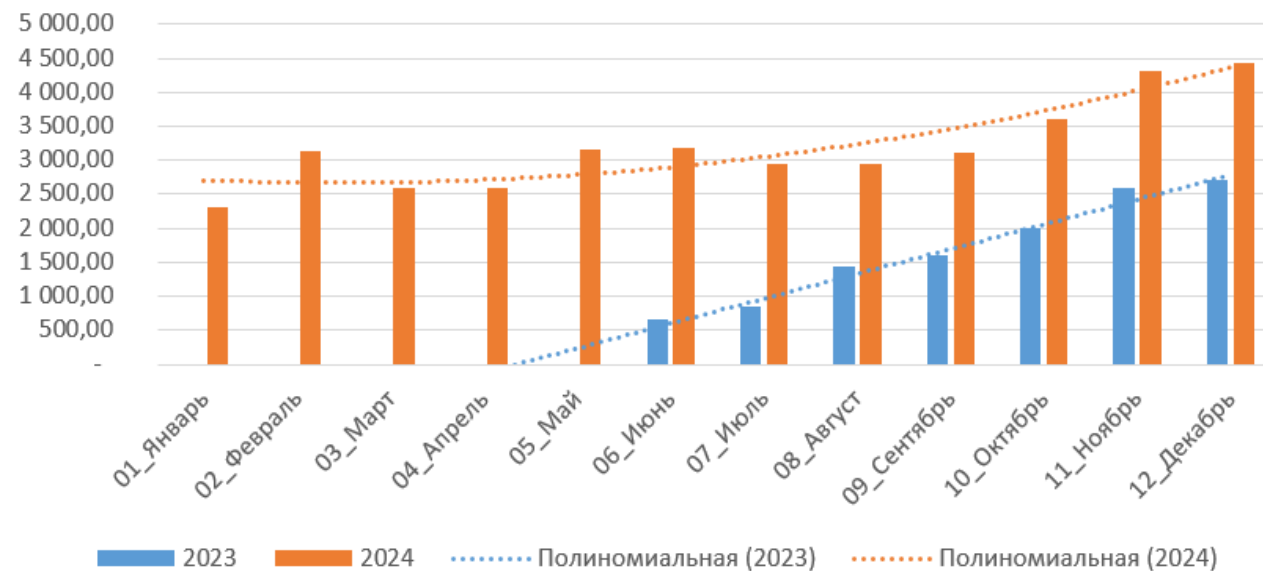
Организационно-экономическая характеристика ООО «Праймфуд» (продолжение)

Динамика основных показателей деятельности организации за анализируемый период

Динамика отгрузочных цен, руб



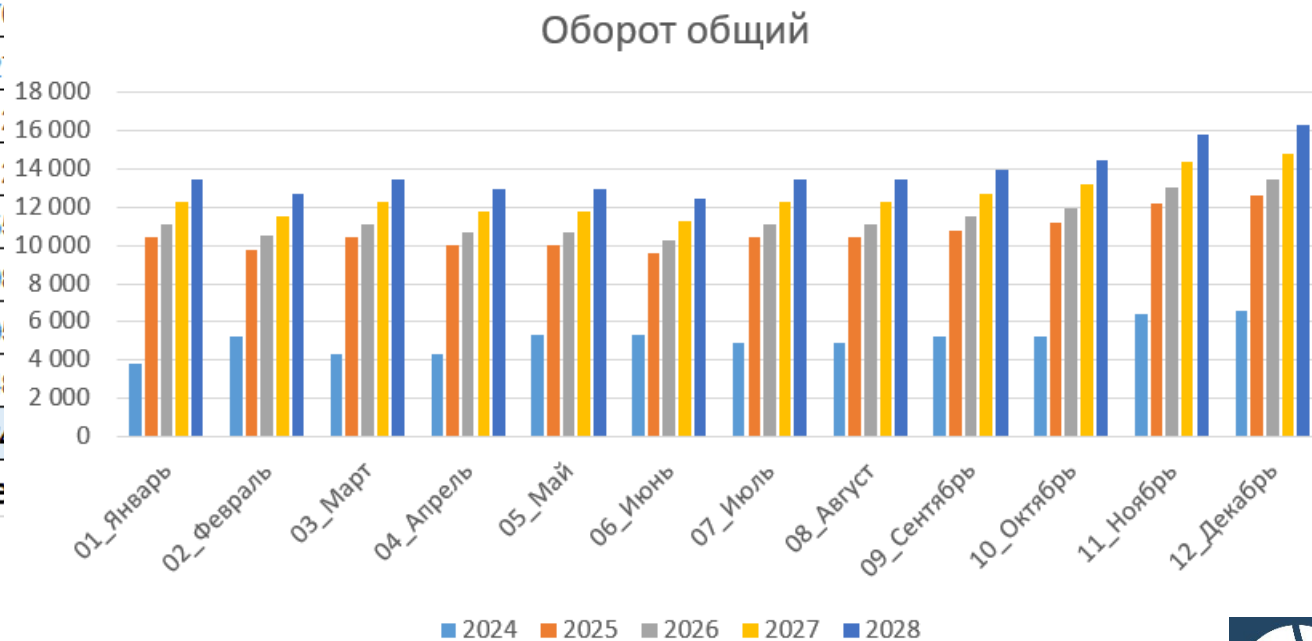
Заказы ВВ, тыс.руб



Организационно-экономическая характеристика ООО «Праймфуд» (продолжение)

Выписка из декомпозиции планирования на 5 лет

Оборот общий	Год	Заведение				
		2024	2025	2026	2027	2028
01_Январь		3 844	10 400	11 128	12 241	13 465
02_Февраль		5 212	9 800	10 486	11 535	12 688
03_Март		4 324	10 400	11 128	12 241	13 465
04_Апрель		4 318	10 000	10 700	11 770	12 947
05_Май		5 276	10 000	10 700	11 770	12 947
06_Июнь		5 300	9 600	10 200	11 200	12 200
07_Июль		4 900	10 400	11 128	12 241	13 465
08_Август		4 900	10 400	11 128	12 241	13 465
09_Сентябрь		5 200	10 800	11 520	12 624	13 825
10_Октябрь		5 200	11 200	11 920	13 024	14 225
11_Ноябрь		6 400	12 200	13 040	14 352	15 625
12_Декабрь		6 600	12 600	13 440	14 784	16 025
Общий итог		61 474	127 800	136 720	150 000	163 700
				Изменение		



Оценка эффекта от внедрения предлагаемого решения

Выписка из декомпозиции планирования на 5 лет

Интегральный график для проверки всех прочих прогнозов показателей декомпозиции.

Смотрим адекват как абсолютных показателей, так и сезонности

Рентабельность	Год производство				
	2024	2025	2026	2027	2028
01_Январь	-5,40%	28,23%	28,61%	31,86%	32,59%
02_Февраль	5,05%	26,91%	27,32%	30,63%	31,40%
03_Март	7,08%	28,30%	28,68%	31,94%	32,66%
04_Апрель	4,09%	27,43%	27,82%	31,11%	31,86%
05_Май	12,14%	27,43%	27,82%	31,11%	31,86%
06_Июнь	11,76%	26,48%	26,90%	30,22%	31,01%
07_Июль	10,34%	28,29%	28,68%	31,93%	32,65%
08_Август	10,34%	28,29%	28,68%	31,93%	32,65%
09_Сентябрь	12,49%	28,85%	29,22%	32,44%	33,15%
10_Октябрь	12,43%	29,58%	29,93%	33,13%	33,81%
11_Ноябрь	19,01%	31,17%	31,50%	34,63%	35,26%
12_Декабрь	20,10%	31,77%	32,08%	35,20%	35,81%
Общий итог	10,0%	28,6%	28,9%	32,2%	32,9%
			Изменение	Изменение	18,6%

+18%

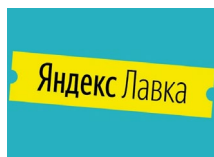
2025г к 2024г



Состояние действующей практики договорной работы



Получено
ТЗ в работу



Проведена дегустация
этап заключение
договора



Действующий
договор поставки



Предлагаемое решение



Организационный плана по внедрению и реализации предложений (фрагмент)

Наименование	Ответственный	Срок	Ожидаемый результат			
			Наименование \показатель	2024	2025	2026
Утверждение новой стратегии развития компании	Учредитель	Июнь 24	Протокол			
«Рынок/клиенты»						
Получить долю потребительского рынка 3% (своей ниши)	Директор	2034	Расчет доли рынка	0,4	0,8	1,0
Стать популярной торговой маркой по оценке федеральных торговых сетей	Директор	2026	Договор поставки	<u>Яндекс Лавка</u> \ <u>Перекресток</u>	<u>Окей</u> \ <u>МарияРа</u> \ <u>Метро</u>	<u>Чижик</u> \ <u>X5</u> \ <u>азбука</u> <u>Вкус</u>
Сформировать и определить рынок морских готовых блюд	Технолог	2026	ТУ, декларация	<u>вторые блюда</u>	<u>Комбо-наборы</u>	

