

Выпускная квалификационная работа на тему: Стратегия развития компании ООО «Орисаба»

ВЫПОЛНИЛ: УХВАТОВ ГЛЕБ ОЛЕГОВИЧ

РУКОВОДИТЕЛЬ: СЛЕПЕНКОВА ЕЛЕНА МИХАЙЛОВНА

Цель и задачи исследования

Цель: анализ стратегии развития компании ООО «Орисаба» и разработка предложений по изменению стратегического вектора развития компании.

Задачи:

- ▶ рассмотреть стратегию как основу развития компании;
- ▶ представить классификацию и характеристику стратегий развития компании;
- ▶ исследовать последовательность разработки и внедрения стратегии развития компании;
- ▶ представить описание бизнес-модели и результатов деятельности ООО «Орисаба»;
- ▶ провести стратегический анализ компании ООО «Орисаба»;
- ▶ обосновать актуальность стратегии развития компании ООО «Орисаба»;
- ▶ разработать предложения по изменению стратегического вектора развития компании ООО «Орисаба» и оценить их эффективность.

ДЕТЕКТИВНАЯ
НАСТОЛЬНАЯ
ИГРА

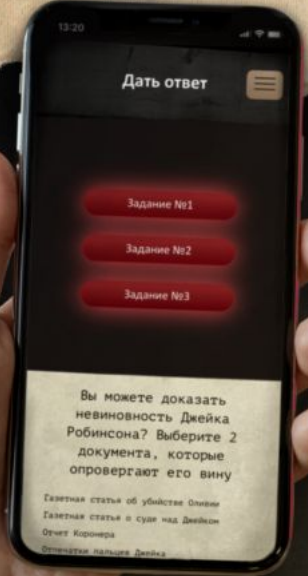
ПОЙМАЙ УБИЙЦУ



- СТАНЬ ДЕТЕКТИВОМ
- ИЗУЧИ ВСЕ УЛИКИ
- ВЫБЕРИ СТРАТЕГИЮ
- ПОЙМАЙ УБИЙЦУ!

играть в "Поймай Убийцу"

Вы, что справились с заданием, приходите на сайт и отвечайте на вопросы!



...тили ошибку? Не печальтесь, у вас есть неограниченное количество попыток, а также подсказки

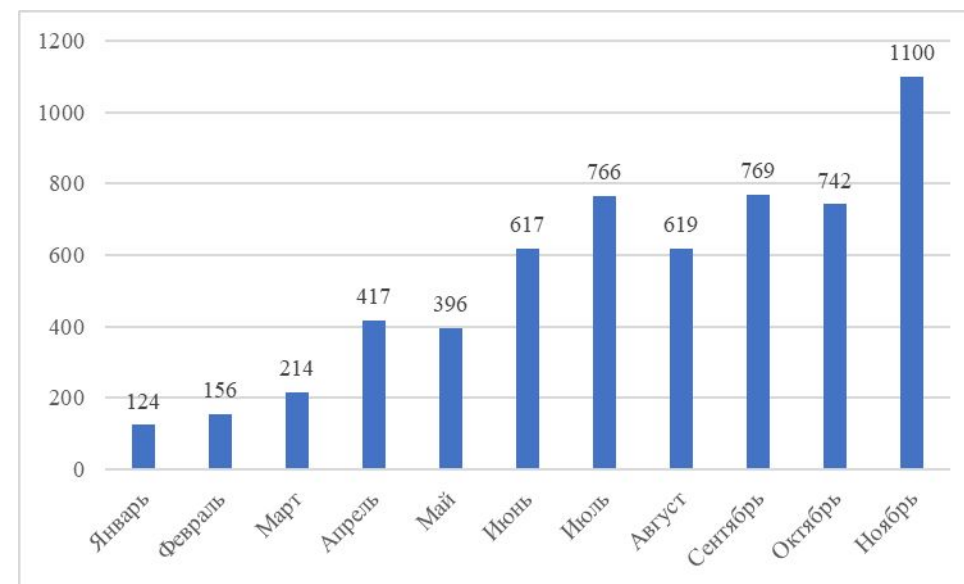
Как играть в "Поймай Убийцу"?

Вы получите папку с материалами дела об убийстве. Нет двух детективов, которые расследовали бы дело одинаково, и только вам решать, какой способ будет самым эффективным!



Динамика финансовых результатов и рентабельности ООО «Орисаба» в 2022-2023 гг.

Показатели	2022 г.	2023 г.
Количество выкупленных заказов, шт.	275	2561
Выручка, тыс. руб.	881	5920
Валовая прибыль, тыс. руб.	520	4305
Чистая прибыль, тыс. руб.	320	3345
Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	36,3	56,5

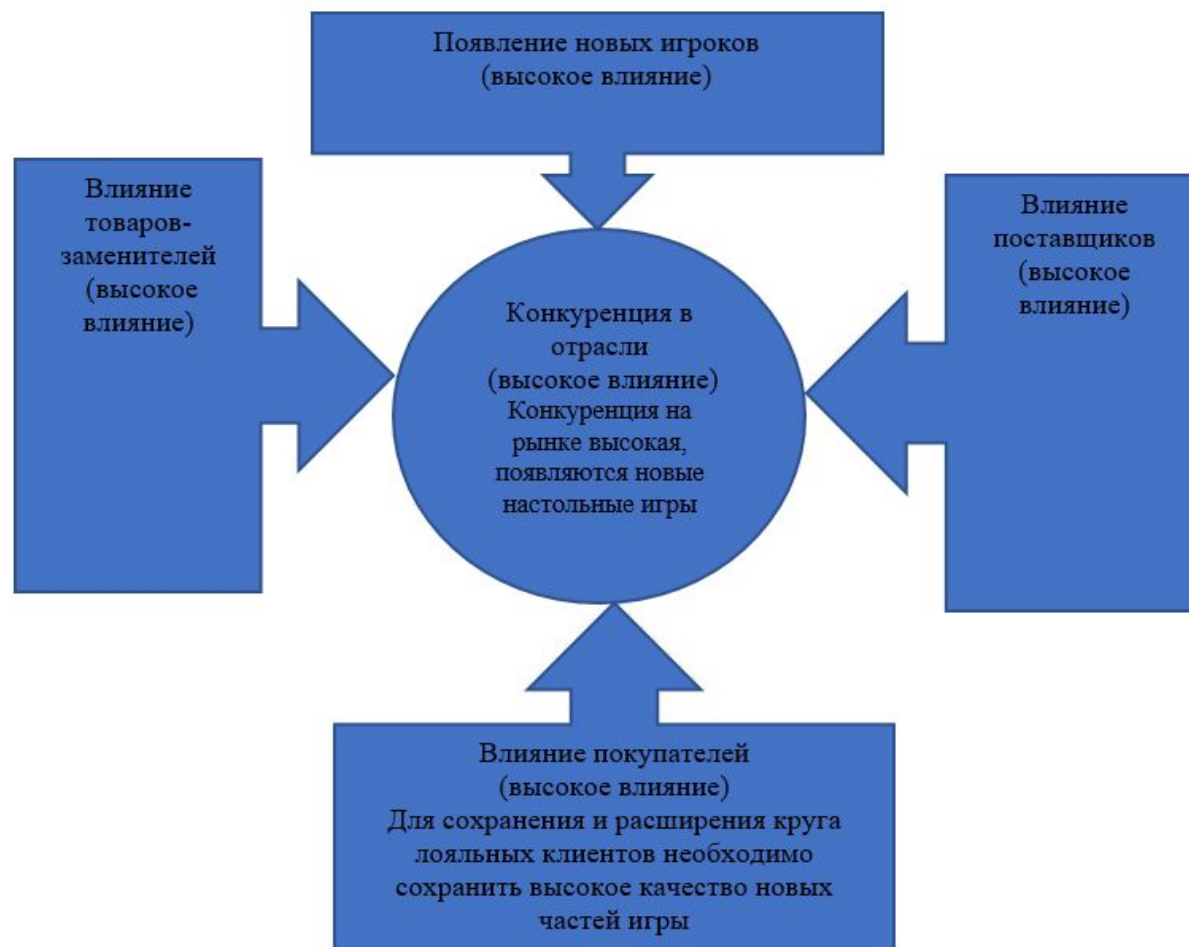


Динамика выручки по месяцам ООО «Орисаба» в 2023 г., тыс. руб.

PEST-анализ ООО «Орисаба»

Группа факторов	Факторы	Сила проявления фактора (по 10 балльной шкале)
Политические	Внешняя экономическая политика страны	-10
Экономические	Повышение себестоимости	-9
	Появление новых конкурентов	-10
	Ограниченный комплекс услуг типографии в связи с дефицитом материалов	-10
Социальные	Высокий спрос и возможности для выпуска новых игр	9
	Создание комьюнити в «Телеграмм» или «VK»	8
	Выпуск игр с подпиской	9
Технологические	Использование альтернативных каналов продаж	10
	Регистрация товарного знака	8

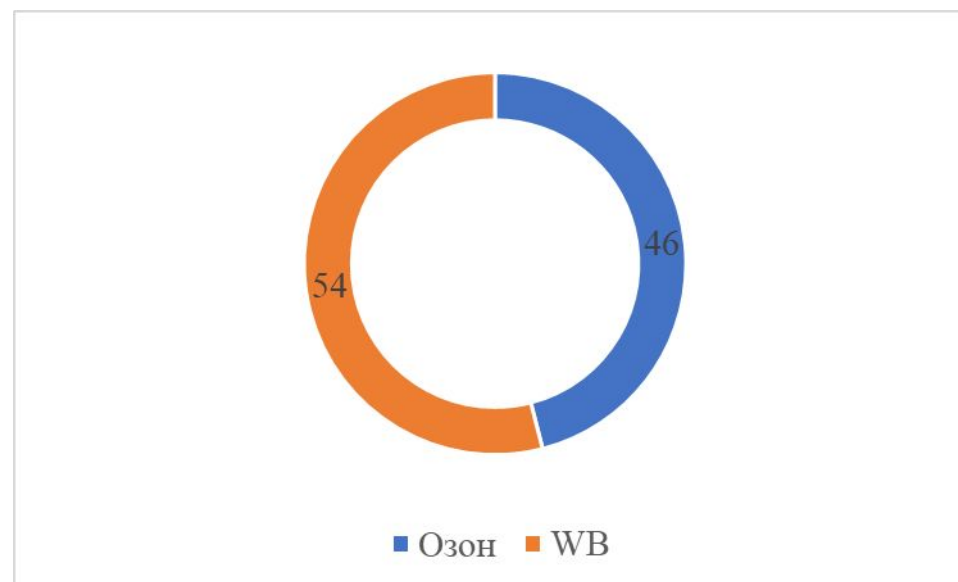
Модель пяти сил конкуренции по М. Портеру



SWOT-анализ ООО «Орисаба»

1	2	3
Сильные стороны: - практически нет аналогов на российском рынке; - большая зона покрытия продаж благодаря маркетплейсам; - качественные материалы; - сформированное комьюнити с желанием приобрести новую игру; - круглосуточная поддержка пользователей; - алгоритм сборки позволяет собирать игру без ошибок в комплекте документов; - сильная команда; - высокий рейтинг на маркетплейсах (4,9) = отличная репутация (более 600 положительных отзывов); - высокий тираж позволяет держать цены приемлемыми благодаря достаточно низкой себестоимости; - высокий ROI (не страшны колебания цены); - высокие поисковые позиции на маркетплейсах.	Отсутствие аналогов на российском рынке и большая зона покрытия продаж позволяют выпускать новые части игры (2-3 новых дела в год) Привлечение блогеров как для интеграций, так и для кросс-маркетинга позволит повысить узнаваемость бренда и присутствие на рынке Высокое качество материалов и сервиса позволят расширить круг клиентов, желающих приобрести игру Высокий рейтинг и сильная команда будут способствовать сохранению высоких поисковых позиций и увеличению объемов продаж	Организация управления рисками при работе с поставщиками путем поиска новых поставщиков бумаги, а также типографии, способной оказывать все услуги «под ключ», что позволит снизить себестоимость Регистрация товарного знака снизит возможности появления новых конкурентов, предлагающих аналоги
Слабые стороны - используется только один канал продаж; - отсутствие рекламы (кроме внутренней на маркетплейсах); - слабая логистика для правильного и оперативного распределения товара на склады маркетплейсов; - отсутствие (пока) товарного знака.	Получение товарного знака позволит нейтрализовать появление аналогов на рынке Работа с маркетплейсами по системе FBO, т.е. сборка игр и их отгрузка на склады маркетплейсов для увеличения индекса локализации и уменьшения сроков доставки Подключение альтернативных маркетплейсов (яндексмаркет, мегамаркет и казаньэкспресс) позволит нейтрализовать слабую сторону использования одного канала продаж Участие в выставках настольных игр позволит продвинуть бренд компании на рынке Создание группы в «Телеграмм» позволит расширить количество каналов продаж	Создание собственного шоу на Ютуб/подкастов с историями True Crime позволит обеспечить формирование круга лояльных клиентов и нейтрализовать угрозу появления новых конкурентов Предоставление возможности приобретать через интернет эквайринг на сайте расширит возможности клиентов приобретать игру и расширит каналы продаж Создание офис-склада для организации сборки игр в одном месте позволит снизить себестоимость продукта

Соотношение посредников в канале продаж ООО «Орисаба», %



Мероприятия в рамках стратегии концентрации на товаре:

- выпуск новых частей игры (2-3 в год)

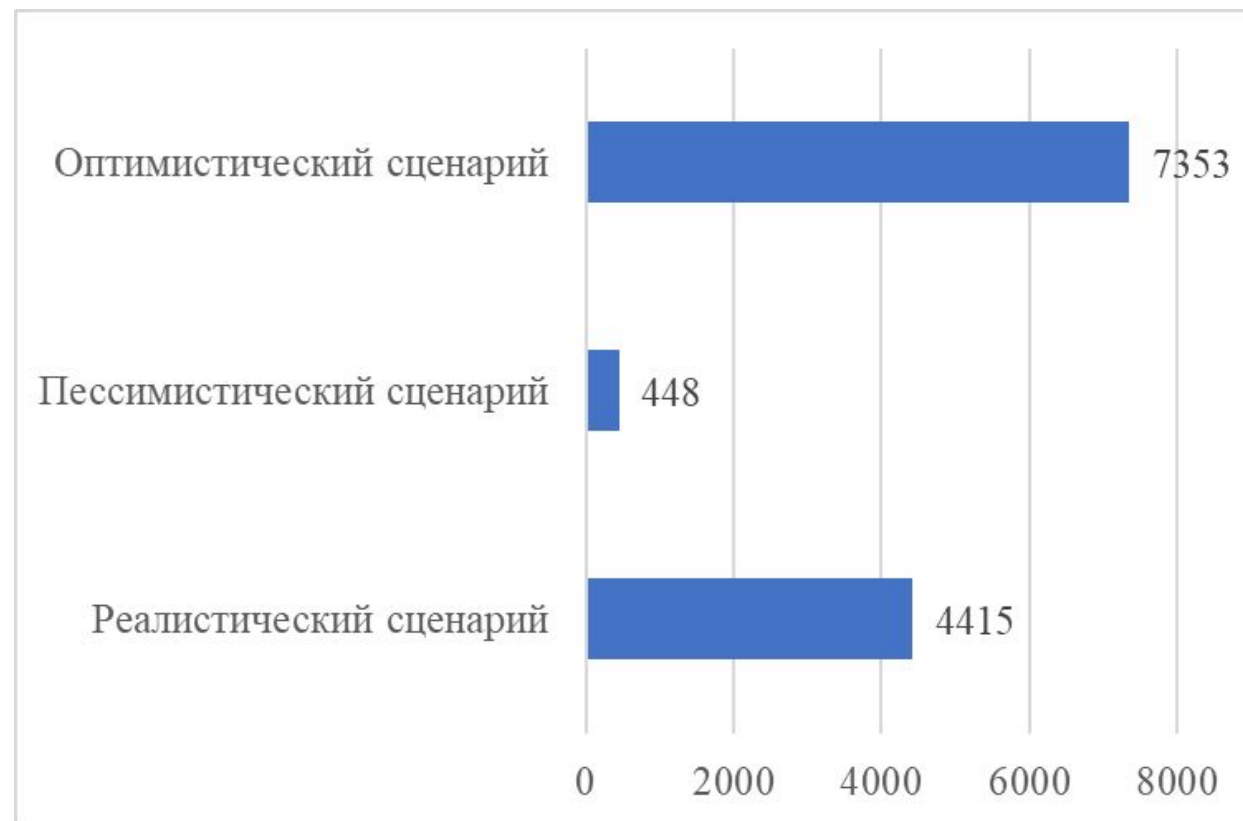
Мероприятия в рамках стратегии концентрации на рынке:

- получение товарного знака
- привлечение блогеров как для интеграций, так и для кросс-маркетинга
- участие в выставках настольных игр; создание группы в «Телеграмм»
- создание собственного шоу на Ютуб/подкастов с историями True Crime
- подключение альтернативных маркетплейсов (яндексмаркет, мегамаркет и казаньэкспресс)
- предоставление возможности приобретать через интернет эквайринг на сайте
- работа с маркетплейсами по системе FBO; создание офис-склада для организации сборки игр в одном месте

Бизнес-модель ООО «Орисаба» по А. Остервальдеру

Ключевые поставщики Производители бумаги Типографии	Основная деятельность Разработка и производство настольной детективной игры «Поймай убийцу»	Создание ценности Развитие игры через разработку новых дел для расследования клиентами в соответствии с графиком 2-3 новых дела в год и презентацией информации клиентам	Отношение с заказчиками Продажа игры через маркетплейсы Озон, WB, яндексмаркет, мегамаркет и казаньэкспресс. Ознакомиться с особенностями игры и порядок приобретения товара можно на сайте компании, Ютуб-канале, через блогеров, с которыми заключены договоры о сотрудничестве	Портрет заказчика В качестве целевых потребителей ООО «Орисаба» выступают физические лица различных возрастных групп
Основные ресурсы Товарный знак позволит защитить авторские права и снизит возможность появления аналогов Все имущество компании находится в руках двух собственников	Каналы Доставка продукта осуществляется через маркетплейсы «Озон», «WB», яндексмаркет, мегамаркет и казаньэкспресс Приобрести игру также можно через официальный сайт компании Для оптимизации доставки игры клиентам работа с маркетплейсами организована по системе FBO, также создан собственный офис-склад		Структура затрат В порядке убывания: - сырье, материалы и упаковка - комиссионный сбор маркетплейсов - логистические издержки - оплата труда	Денежные потоки Реализация настольной детективной игры «Поймай убийцу», новых частей игры, выпускаемых на регулярной основе

Сравнение чистого дисконтированного дохода реализации проекта по совершенствованию стратегии развития ООО «Орисаба» при различных вариантах развития событий, тыс. руб.



ВЫВОДЫ

исследования, заключающаяся в предположении, что существующая стратегия развития ООО «Орисаба» нуждается в корректировке, подтвердилась в ходе



корректировке стратегии развития ООО «Орисаба» и разработанные рекомендации могут быть внедрены в данной компании с целью сохранения конкурентных позиций и



Спасибо за внимание!