

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы – **«Повышение конкурентоспособности предприятия на примере ООО «КПД групп»».**

Слайд 2

Целью работы является осуществление анализа конкурентоспособности компании на примере ООО «КПД групп».

Задачи исследования представлены на слайде.

Слайд 3

Итак, ООО "КПД Групп" зарегистрирована 14 марта 2008 г. Основным видом деятельности является: "Производство отделочных работ". Основные показатели деятельности ООО «КПД - групп» представлены в таблице. Как видно, компания демонстрирует устойчивое увеличение характеристик. Увеличение выручки за 2018 год составил 12%, балансовой прибыли – 15,9%. Необходимо выделить, что структуре себестоимости компании издержки на заработную плату и ЕСН составляют в течение минувших 3 лет приблизительно 47,54%.

Слайд 4

Далее в таблицах представлены показатели, выявляющие финансовое состояние ООО «КПД групп».

Итак, удельный вес внеоборотных активов на начало года составил 2012 тыс.руб , это около 52% от общей стоимости имущества предприятия. В течение года произошло уменьшение на 52 %, что в сумме составляет на конец года 959 т.р. Удельный вес оборотных активов на начало года составляет 1829 тыс.руб, это 47% от общей стоимости имущества предприятия на начало года. В данном периоде оборотные активы увеличились и стали равны 8835 тыс.руб, это 90% в общей структуре имущества на конец года. Увеличение произошло на 383%.

Слайд 5

Теперь представим характеристика капитала и обязательств организации. Удельный вес капитала и резервов составляет 2887 тыс.руб на начало года , а на конец года этот показатель стал 5085 тыс.руб. Показатель увеличился на 76,1% за год. Удельный вес краткосрочных обязательств на начало года 954 тыс.руб, а на конец года 4709 тыс.руб на конец года, коэффициент темпа прироста увеличился на 393,6%.

Слайд 6

Далее проведем характеристику формирования прибыли на предприятии. Выручка за 2017 составляет 35872тыс.руб и на отчетный 2018 год 54049тыс.руб, это приводит к увеличению выручки за отчетный период на 50,7%. А чистая прибыль увеличилась за отчетный период на 133,8%

Слайд 7

И, наконец, представим показатели ООО «КПД групп» на начало и конец года. Мы можем видеть, что финансовое состояние организации позволяет ему справляться с долгами.

Слайд 8

Итак, перейдем к анализу рынка. В 2018 году 88% из проданных окон были с узким профилем (до 62 мм), хотя в 2014 году этот показатель составлял 74%. В протяжении 5 лет объём продаж фурнитуры сокращался соразмерно сокращению объёма рынка окон. В 2014 г. было реализовано 30, в 2018 – 16 млн. относительных комплектов. Но вплоть до самого 2017 года в том числе и покупатели окон эконом-класса зачастую покупали дорогостоящую фурнитуру: это красиво и удобно. Однако кризис усиливался, а рынок заполнили дешёвые турецкие и украинские изделия. В следствии потребность на качественную западноевропейскую продукцию опустился, а структура продаж фурнитуры существенно поменялась.

Слайд 9

Далее в таблице представлены результаты сравнения сайта ООО «КПД групп» с сайтами прямых конкурентов. Исходя и проведенного сравнительного анализа компании ООО «КПД групп» с ее прямыми конкурентами, можно сделать вывод о том, что сайт компании недееспособен, и не пользуется особой популярностью у частных клиентов.

Слайд 10

Итак, сравнительный анализ информативности сайтов, приведенный в таблице, показал то, что сайты компаний конкурентов более оснащены под клиентов, и поэтому они более привлекательны. Поэтому для повышения конкурентоспособности нам придётся изменить структуру сайта ООО «КПД групп» на примере сайта одной из компаний конкурентов: Оконного завода «Петроокна». Основа сайта, это его главная страница. Она должна быть привлекательной и очень простой для покупателя. На рисунке представлена одна из возможных вариаций главной страницы на примере сайта оконного завода «Петроокна».

Слайд 11

Далее нужно представить данные о компании – ее характеристика, краткие данные и фотографии предприятия, информация о его преимуществах и развитии, возможно видеообзоры и грамоты всевозможных достижений.

Слайд 12

Далее идет Каталог продукции — это основа продающего сайта. Его основная задача показать продукцию компании во всей ее красе, описать всевозможные функции продаваемого продукта, чтобы побудить посетителя на заказ/покупку этой продукции. Также в каталоге должно быть все разнообразие продукции, разделенное по отдельным подпунктам, и с отдельными каталогами для каждого продукта в отдельности.

Таким образом, улучшение и модернизация сайта позволит повысить и улучшить рентабельность предприятия. Наличие прайс-листа, каталога и калькулятора значительно увеличат удобство поиска нужного товара, что приведет компанию к большему количеству заказов, и сроках их выполнения. А наличие акций и спец. предложений также позволят увеличить клиентскую базу.

Слайд 13

На данный момент в сфере интернет-маркетинга существует огромное количество компаний по созданию, модернизации и продвижению сайтов. Средняя цена заказа сайта у такой компании, варьируется в районе от 50 000 руб., до 150 000 руб. Рассчитаем возможность создания такого сайта программистом.

Итак, Затраты на привлеченного для создания сайта и его модернизации программиста составят 60000 рублей, что ненамного дороже его минимальной цены. Для дальнейшего работы и обновления сайта, рекомендуется использование наемного программиста в удаленном режиме.

Также для повышения конкурентоспособности компании есть и другие способы:

1. Расширение производства (это дает увеличение производительной мощности компании);
2. Производство сложных или инновационных конструкций;
3. Улучшить качество товара;
4. необходимо повышать оперативность работы над заказами;
5. Открыть офис в городе;
6. Рекомендуется расширение спектра дополнительных услуг.

Слайд 14

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.