

Слайд 1

Уважаемый председатель, уважаемые члены государственной аттестационной комиссии! Тема моей выпускной квалификационной работы – **«Конкурентные действия индивидуального предпринимателя на примере дизайн студии «Italdizain»»**.

Слайд 2

Итак, актуальность исследуемой темы обусловлена тем, что в наше время на рынке присутствует достаточно большое количество организаций, поэтому начинающим предпринимателям довольно трудно противостоять в борьбе с конкуренцией. Однако применение новых технологий в производстве и подходов к управлению поможет стать предприятию конкурентоспособным. Также важным аспектом конкурентоспособности является использование новых тенденций, следование инновациям и подбор стратегии конкуренции.

Слайд 3

Таким образом, **целью** работы является разработка направлений совершенствования конкурентных действий индивидуального предпринимателя на примере дизайн студии «Italdizain».

Задачи исследования представлены на слайде.

Слайд 4

Также к методам исследования, используемым в данной работе, относятся методы анализа и синтеза, построения гипотезы, логической оценки событий, графический и другой метод сбора и обработки информации. Исследование базируется так же на общенаучной методологии, предусматривающей использование системного и институционального подходов.

Слайд 5

Итак, объектом исследования в работе выступает дизайн студия «Italdizain». Дизайн студия «Italdizain» является символом роскошной жизни в Азербайджане. Расположенный на одной из центральных улиц города, мебельный салон предлагает покупателям все необходимые принадлежности для дома, включая мебель, освещение, текстильные и декоративные предметы, а также предметы сантехники. Дизайн студия «Italdizain» не использует весь спектр конкурентных действий из-за недостаточного финансирования, что привело к плохой осведомленности потенциальных потребителей о компании и ее товарах. Для более полного представления о дизайн студии «Italdizain» будет использован многоугольник конкурентоспособности. Карта конкурентных групп представлена на рисунке. По карте конкурентных групп

можно сделать следующий вывод: главным конкурентом дизайн студии «Italdizain» является студия Mossebo. Данная компания отличается активной политикой продвижения товаров и услуг, а так же наличием дополнительных услуг в своих точках продаж.

Слайд 6

Далее для оценки эффективности управления конкурентными действиями дизайн студии «Italdizain» рассмотрим динамику товарооборота дизайн студии «Italdizain», представленную на рисунке. Данные рисунка наглядно отражают тенденцию к снижению в величине товарооборота в анализируемом периоде: темп снижения за рассмотренный период составил 11,94%.

Слайд 7

Также графическое представление распределения затрат дизайн студии «Italdizain» за 2020 год представлена на рисунке. Данные рисунка показывают, что в структуре затрат компании наибольшая доля представлена материальными затратами – 40%, что обусловлено спецификой деятельности дизайн студии «Italdizain». Величина затрат на оплату труда по результатам 2020 года снизилась на 5,17%.

Слайд 8

Итак, важной задачей в рамках обеспечения конкурентоспособности деятельности хозяйствующих субъектов является разработка эффективной коммуникационной политики. Под коммуникационной политикой понимается комплекс мероприятий, призванных дать целевым аудиториям представление об общей маркетинговой стратегии фирмы посредством направления им специальных сообщений о товаре, его цене, способах продажи с целью вызвать их интерес или убедить принять определенную точку зрения. Сетевой график проекта представлен на рисунке.

Слайд 9

Далее оценка эффективности предлагаемых мероприятий в рамках разрабатываемого проекта маркетинговых коммуникаций для дизайн студии «Italdizain» будет проводится путем сопоставления величины полученных финансовых результатов до ее реализации – то есть фактические результаты и после ее внедрения. Для начала проведем оценку разработанных мероприятий в рамках рекламной кампании. В начале оценим эффективность от реализации мероприятий по размещению рекламы на ТВ, так как было указано выше, данный инструмент рекламной кампании является наиболее затратным в связи с чем ожидаемая эффективность данных мероприятий достаточно завышена.

На рисунке приведена численность телевизионной аудитории каналов на конец 2021 года, которые предполагается использовать в данной кампании.

Слайд 10

Также исходя из данных рисунка, эффективность рекламной кампании отобразится в первую очередь на величине продаж – на 44% объем выручки в результате реализации предложенных мероприятий будет выше в сравнении с фактическими данными результатов 2020 года. Таким образом, реализация рекламной кампании окажет влияние на прирост численности аудитории потенциальных покупателей, что отразится в увеличении объемов продаж, а так же на окончательных финансовых результатах деятельности компании.

Слайд 11

Далее структура затрат представлена на рисунке. Как показывают данные рисунка, наибольший удельный вес в структуре затрат на проведение мероприятий занимает оплата рекламы на ТВ. От проведения мероприятия ожидается получить следующий эффект: повышение узнаваемости предприятия; привлечение потенциальных покупателей; повышение товарооборота в ближайшем периоде.

Слайд 12

Более наглядно рост результатов деятельности (чистой прибыли) дизайн студии «Italdizain» в 2021 году при успешном выполнении программы событийной активности можно представить на рисунке.

Слайд 13

Таким образом, в результате реализации всех предложенных мероприятий прирост прибыли составит более 300%. Данное значительное увеличение прибыли приведет к росту такого показателя эффективности деятельности предприятия как рентабельность, что свидетельствует о целесообразности реализации предложенных мероприятий.

Слайд 14

Также представим на слайде список основных использованных источников.

Слайд 15

Таким образом, Цель работы достигнута. Спасибо за внимание! Доклад окончен.