


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА  
КАФЕДРА «БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЕ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ  
Заведующий кафедрой  
 Е.В. Бертош  
«30» мая 2022 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ  
«Формирование стратегии повышения конкурентоспособности  
продукции (на примере ЗАО «МЗБН»)»

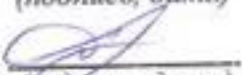
Специальность 1 – 25 01 07 «Экономика и управление на предприятии»  
Специализация 1 – 25 01 07 11 «Экономика и управление на предприятии  
промышленности»

Обучающийся  
группы 10502118

  
(подпись, дата)

В.В. Авзина

Руководитель

  
(подпись, дата)

Л.И. Дулевич,  
канд.экон.наук, доцент

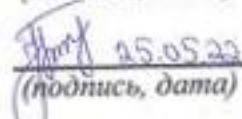
Консультанты:

по организационно-  
экономическим вопросам

  
(подпись, дата)

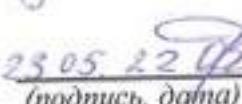
Л.И. Дулевич,  
канд.экон.наук, доцент

по организации  
внешнеэкономической  
деятельности

  
25.05.22  
(подпись, дата)


Н.П. Буланова

по конструкторско-  
технологическим вопросам

  
23.05.22  
(подпись, дата)

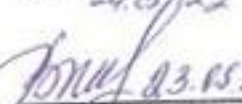
О.В. Дьяченко,  
канд. техн.наук, доцент

по применению экономико-  
математических методов и  
ЭВМ

  
(подпись, дата)  
24.05.22


А.Е. Филиченок

по охране труда

  
23.05.22  
(подпись, дата)

Е.Г. Вершеня

Ответственный за  
нормоконтроль

  
26.05.22  
(подпись, дата)

Н.А. Киселёва

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 126 страниц

графическая часть – 13 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2022

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 126 с., 35 рис., 42 табл., 30 источников, 6 прил.

### ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО «МЗБН»)

Цель работы: провести оценку уровня конкурентоспособности продукции ЗАО «Минский завод безалкогольных напитков» и определить основные пути ее повышения.

Задачи исследования раскрыть теоретические основы оценки конкурентоспособности продукции предприятия, показатели и методы ее оценки, дать характеристику состояния безалкогольных напитков в Республике Беларусь, проанализировать финансово-экономическую деятельность ЗАО «МЗБН», охарактеризовать маркетинговую деятельность предприятия, провести оценку уровня конкурентоспособности продукции ЗАО «МЗБН», предложить возможные пути повышения уровня конкурентоспособности продукции ЗАО «МЗБН».

Объектом исследования является ЗАО «МЗБН».

Предметом исследования является конкурентоспособность продукции предприятия в современных условиях.

Научная значимость: представлено научно-исследовательское обоснование формирования стратегии повышения конкурентоспособности продукции ЗАО «МЗБН». Проанализирована бизнес-среда предприятия ЗАО «МЗБН». Обоснованы масштабы бизнеса продукции предприятия ЗАО «МЗБН».

Методы исследования: экономико-статистические, расчетно-конструктивные, экономико-математические.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их автора.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мокронос А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / Мокронос А. Г., Маврина И. Н. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194 с.
2. Понятие конкурентоспособности [Электронный ресурс]. – Электронные данные-Режим доступа: <https://www.articlekz.com>.
3. Рынок по производству безалкогольных напитков [Электронный ресурс]- Электронные данные -Режим доступа: <https://www.studbooks.net>.
4. ЗАО «МЗБН» [Электронный ресурс]-Электронные данные -Режим доступа: <https://www.mzbn.com>.
5. СООО «Дарида» [Электронный ресурс]-Электронные данные -Режим доступа: <https://www.darida.by>.
6. Кока-Кола Бевриджис [Электронный ресурс]-Электронные данные - Режим доступа: <https://www.coca-cola.by>.
7. СП «Фрост и К» [Электронный ресурс]-Электронные данные -Режим доступа: <https://www.frost.by>.
8. ИП «АДС Боржоми» [Электронный ресурс]-Электронные данные -Режим доступа: <https://www.borjomi.ru>.
9. ОАО «Лидское пиво» [Электронный ресурс]-Электронные данные - Режим доступа: <https://www.lidskae.by>.
10. Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования [Электронный ресурс]-Электронные данные – Режим доступа: <http://www.pravo.by>.
11. Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования [Электронный ресурс]- Электронные данные – Режим доступа: <http://www.pravo.by>.
12. Добрикова, Т. С. Роль рекламы в современном обществе / Т. С. Добрикова, А. М. Ковалева // Молодой ученый. - 2019. - № 12. - С.201-203.
13. Лизакова, Р.А. Маркетинговая деятельность предприятия: учеб. пособие для вузов / Р.А. Лизакова; Министерство образования Республики Беларусь, Гомельский государственный техниче-ский университет им. П.О. Сухого, кафедра «Маркетинг». – Гомель: ГГТУ им. П.О. Сухого, 2006.– 253 с.
14. Монтик, О.Н. Бизнес-администрирование на малых и средних предприятиях: методическое пособие по выполнению курсовой работы для студентов специальности 1-26 02 01 «Бизнес- администрирование / О.Н. Монтик. – Минск: БНТУ, 2008. – 154 с. (электронное издание, perNo БНТУ/ФММП 51 - 1. 2008, Зарег. 26.06.2008 г.).
15. Ивашутин А.Л. Альбом бизнес-процессов: пособие по дисциплинам «Бизнес-администрирование на малых и средних предприятиях», «Предпринимательская деятельность», «Проектирование бизнес-

- процессов» для студентов специальность 1-26 02 01 «Бизнес-администрирование» / А.Л. Ивашутин. – Минск: БНТУ, 2010. - 72 с.
16. Астраханцев С. В. Повышение эффективности управления сбытовой политикой предприятия / С. В. Астраханцев // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2016. — № 3 – С. 32-36.
  17. Банько, В.Г. Современная технология товародвижения / В.Г. Банько – Киев : Инфо, 2015. – 350 с.
  18. Васильев В.Н. Техника продвижения товаров и услуг на рынок // Российское предпринимательство. - 2019. - № 10 (10). - С.54-59.
  19. Васильев, Г.А. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятий / Г.А. Васильев, М: Мир, 2018. - 210с.
  20. Добрикова, Т. С. Роль рекламы в современном обществе / Т. С. Добрикова, А. М. Ковалева // Молодой ученый. - 2019. - № 12. - С 201-203.
  21. Лужнова, Н.В. Роль рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций // Вестник ОГУ. – 2015. – № 13. – С.30-36.
  22. Рожков, И.Я. Бренды и имиджи / И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин. – М: РИП-Холдинг, 2015. – 256 с.
  23. Русакова, А.С. Значение и развитие фирменного стиля в деятельности современного предприятия / А.С. Русакова, Н.Н. Серебрякова // Социально-экономические аспекты развития современного общества. – 2015. – № 5. – С. 142-147.
  24. Савченко, М.И. Особенности разработки и реализации фирменного стиля предприятия / М.И. Савченко // Ученые заметки -2017.-№3– С. 106-108.
  25. Фомина, Е.В. Управление деловым имиджем фирмы в современной российской экономике / Е.В. Фомина, А.Е. Хоц // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – № 1. – С. 46-53.
  26. Валько, А.А. Особенности рекламы на внешнем рынке / А.А. Валько // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2019. – № 5 – С. 28-30
  27. Маляренко А.Д. Конструкторско-технологическое обеспечение производства: Методическое пособие по дипломному проектированию для студентов экономических специальностей / А.Д. Маляренко. – Мн.: ВУЗ-ЮНИТИ, 2004 – 119 с
  28. Об охране окружающей среды: Закон Республики Беларусь от 26 ноября 1992 №1982-ХІІ: ред. от 18 июня 2019: с изм. от 16 декабря 2019 – 73 с.
  29. Методические рекомендации по дипломному проектированию для студентов специальности 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии» / А.М.Темичев [и др.]. – Минск: ФУАинформ, 2015. - 144 с
  30. Лазаренков А.М. Охрана труда. –Минск: БНТУ, 2004. - 496с.