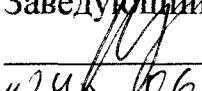


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет маркетинга, менеджмента, предпринимательства
Кафедра «Экономика и управление инновационными проектами
в промышленности»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
 Л.В. Гринцевич
«24» 06 2019 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание степени магистра экономических наук
тема: Повышение конкурентоспособности продукции на основе
совершенствования маркетинговой деятельности
Специальность 1 - 25 80 04 Экономика и управление народным хозяйством

Магистрант



Акулич Анна Александровна

Руководитель



Доктор экономических наук, профессор

Полоник Степан Степанович

Ответственный за нормоконтроль



Савко Татьяна Константиновна

Минск 2019

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования

Актуальность темы обусловлена необходимостью повышения конкурентоспособности продукции, которое имеет большое значение для предприятия, потребителя и национальной экономики в целом. Выпуск конкурентоспособных изделий способствует увеличению объема реализации и рентабельности капитала, а также росту престижа фирмы. Конкурентоспособность товаров является важнейшим маркетинговым показателем предприятий, так как в этой комплексной категории сочетаются и фокусируются основные производственные, коммерческие, социально-экономические и финансовые результаты деятельности.

Цели и задачи исследования

Цель исследования: совершенствование маркетинговой деятельности.

Цель предусматривает постановку и решение следующих задач:

- изучить теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности;
- проанализировать маркетинговую деятельность на производстве теплоизоляционной льняной ваты;
- оценить уровень конкурентоспособности теплоизоляционной льняной продукции;
- разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности льняной теплоизоляционной ваты и оценить их эффективность.

Объект и предмет исследования

Объект исследования: маркетинговая деятельность предприятия.

Предмет исследования: эффективность маркетинговой деятельности.

Базой исследования: общество с ограниченной ответственностью «Акотерм Флакс», которое занимается производством теплоизоляционной продукции из льноволокна.

Научная и практическая значимость результатов

Теоретическая значимость полученных результатов исследования заключается в предложении нового определения конкурентоспособности продукции. Практическая значимость работы заключается в возможности применения ее результатов на предприятии. Предложенные методы совершенствования маркетинговой деятельности помогут предприятиям, занимающимся производством теплоизоляционной льняной продукции, успешно конкурировать с такой продукцией и укреплять свои позиции на

рынке. В разработанной методике были учтены особенности отрасли, в которой функционирует предприятие.

Новизна полученных результатов заключается в том, что в работе впервые представлена комплексная оценка конкурентоспособности теплоизоляционной льняной продукции и способы успешной конкуренции этой продукции в условиях становления рыночных отношений в Республике Беларусь.

Структура и объем магистерской диссертации

Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, заключения, списка использованной литературы, двух приложений. Полный объем диссертации составляет 72 страницы. Магистерская работа включает 6 рисунков, 23 таблицы, 18 формул.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Хрипач, В.Я. Экономика предприятия / В.Я. Хрипач, Г.З. Суша, Г.К. Оноприенко; под ред. В.Я. Хрипач. – Минск. : Экономпресс, 2007. – 464 с.
2. Большухина, И.С. Экономика предприятия: учебное пособие / И.С. Большухина. – У. : УЛГТУ, 2007. – 118 с.
3. Емельянов, С. Международная конкурентоспособность производителей: факторы, определяющие положение на рынках и конкурентные преимущества / С. Емельянов. – М. : Российская академия наук 2002. – 107 с.
4. Савицкая, Г. В. Экономический анализ: учебник / Г. В. Савицкая. – 8-е изд., перераб. – Минск. : Новое знание, 2003. – 640 с.
5. Нехорошева, Т.Н. Экономика предприятия: учебное пособие / Т.Н. Нехорошева [и др.]; под ред. Л.Н. Нехорошевой. – Минск. : БГЭУ, 2008. – 719 с.
6. Официальный сайт ООО «Акотерм Флакс» [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://akoterm-flaks.deal.by>. – Дата доступа : 18.02.2019.
7. Бабенцова, Е.И. Сбытовая деятельность и диверсификация производства / Е.И. Бабенцова. – М. : Дашков и К, 2003. – 180с.
8. Котлер, Ф., Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Вильямс, 2015. – 702 с.
9. Акулич И.Л. Маркетинг: учебник для студентов экон. спец. вузов / И. Л. Акулич – 6-е изд., испр. – Минск. : Вышэйшая школа, 2009. – 260с.
10. Официальный сайт Группы компаний Востокхимволокно [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://volokno.ru>. – Дата доступа : 18.02.2019.
11. Божук, С.Г. Маркетинговые исследования. Основные концепции и методы / С.Г. Божук. – Спб. : Вектор, 2011. – 288 с.
12. Березин, И.С. Маркетинг и исследование рынков / И.С. Березин. – М. : Русская деловая литература, 2010. – 416 с.
13. Градов, А.П. Организационная структура и функции службы маркетинга предприятия / А.П. Градов. – СПб. : Наука, 2005. – 92 с.
14. Портер, М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 206 с
15. Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М. : Альпина Паблишер, 2015. – 158 с.
16. Акотерм Флакс: натуральный биопозитивный утеплитель [Электронный ресурс] / Белорусская строительная газета – Режим доступа : <http://cnb.by/servisy/novosti/akoterm-flaks-natural-nyj-biopozitivnyj-uteplitel.html>. – Дата доступа : 18.02.2019.

17. Перспективы применения очесов волокна льна в производстве теплоизоляционного материала [Электронный ресурс] / Научная электронная библиотека Киберленка – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-primeneniya-ochesov-volokna-lna-v-proizvodstve-terploizolyatsionnogo-materiala>. – Дата доступа : 18.02.2019.

18. Ассель, Г. Маркетинг / Г. Ассель. – СПб. : Бизнес-книга, 2005. – 400 с.

19. Дихтль, Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль. – М. : Высшая школа, 2005. – 464 с.

20. Глухов, А.В. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения / А.В. Глухов. – М. : Высшая школа, 2016. – 204 с.

21. Каталог строительных компаний в Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://www.dom.by>. – Дата доступа : 18.02.2019.

22. Каталог компаний Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://www.tam.by>. – Дата доступа : 18.02.2019.

23. Продвижение сайтов [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://awagro.by/seo>. – Дата доступа : 18.02.2019.

24. Руденко, А.И. Экономика предприятия : учебник для экономических вузов / А.И. Руденко – Минск. : 2007. – 475 с.

25. Ильин, А.И. Экономика предприятия : учеб. пособие – Минск. : Новое знание, 2008. – 677 с.