

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра международного менеджмента

ДЕЛЕНДИК

Юлия Владимировна

ПРОДВИЖЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫХ МОЛОЧНЫХ
ПРОДУКТОВ НА РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ
ОАО «МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ»)

Дипломная работа

Научный руководитель:
доктор экономических наук,
профессор
Е.М. Карпенко

Допущена к защите

«__» _____ 2015 г.

Зав. кафедрой международного менеджмента
доктор экономических наук, доцент С.В. Лукин

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа в объеме 64 страницы содержит 11 иллюстраций, 26 таблиц, 6 приложений и 51 использованный источник.

Ключевые слова дипломной работы: ПРОДВИЖЕНИЕ, МОЛОКО, ПРЕДПРИЯТИЕ, КАМПАНИЯ, ЭКОЛОГИЯ, ОБЪЕМ, ОТРАСЛЬ, ПРОДАЖИ, РЫНОК.

Объектом исследования в данной работе является рынок экологически чистых молочных продуктов Республики Беларусь.

Целью настоящей работы разработка кампании продвижения экологически чистых молочных продуктов на рынке Республики Беларусь.

Дипломная работа выполнена на основе аналитического и системного подходов к изучению объекта исследования с использованием методов квалиметрического, логического, причинно-следственного анализа, систематизации данных, экспертного подхода. Совокупность используемой методологической базы позволила обеспечить в конечном итоге достоверность и обоснованность выводов и практических решений.

В работе определена экономическая сущность экономического роста государства, социальной политики, способы их взаимосвязи, а также теоретические основы органического сельского хозяйства. Проведен анализ современного состояния белорусского рынка молочной продукции, дана характеристика деятельности компании ОАО «Молочные продукты» на территории Республики Беларусь.

После проведенного исследования рынка молочных продуктов и положения предприятия ОАО «Молочные продукты» на данном рынке Беларуси для повышения конкурентоспособности и достижения цели продвижения рекомендовано: реализация рекламной кампании, включающей информационные занятия в общеобразовательных школах, трансляцию тематических роликов по телевидению, печать и распространение брошюр; создание сети молочных баров формата «коктейль с собой» совместно с ООО «Евроопт», оптимизация методов раскладки товаров на прилавках магазинов, а также создание и развитие бренда экологически чистых молочных продуктов.

Приведенный в работе расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца ў аб'ёме 64 старонак змяшчае 11 ілюстрацый, 26 табліц, 6 дадаткаў і 51 скарыстаную крыніцу.

Ключавыя словы дыпломнай працы: ПРАСОЎВАННЕ, МАЛАКО, ПРАДПРЫЕМСТВА, КАМПАНІЯ, ЭКАЛОГІЯ, АБ'ЁМ, ГАЛІНА, ПРОДАЖ, РЫНАК.

Аб'ектам даследавання ў дадзенай працы з'яўляецца рынак экалагічна чыстых малочных прадуктаў Рэспублікі Беларусь.

Мэтай сапраўднай працы з'яўляецца распрацоўка кампаніі прасоўвання экалагічна чыстых малочных прадуктаў на рынку Рэспублікі Беларусь.

Дыпломная праца выканана на аснове аналітычнага і сістэмнага падыходаў да вывучэння аб'екта даследавання з выкарыстаннем метадаў кваліметрычнага, лагічнага, прычынна-следчага аналізу, сістэматызацыі дадзеных, экспертнага падыходу. Сукупнасць якая выкарыстоўваецца ў метадалагічнай базе дазволіла забяспечыць у канчатковым выніку дакладнасць і абгрунтаванасць высноў і практычных рашэнняў.

У працы вызначана эканамічная сутнасць эканамічнага росту дзяржавы, сацыяльнай палітыкі, спосабы іх ўзаемасувязі, а таксама тэрэтычныя асновы арганічнай сельскай гаспадаркі. Праведзены аналіз сучаснага стану беларускага рынку малочнай прадукцыі, дадзена характарыстыка дзейнасці кампаніі ААТ «Малочныя прадукты» на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь.

Пасля праведзенага даследавання рынку малочных прадуктаў і становішча прадпрыемства ААТ «Малочныя прадукты» на дадзеным рынку Беларусі для павышэння канкурэнтаздольнасці і дасягненні мэты прасоўвання рэкамендавана: рэалізацыя рэкламнай кампаніі, у якую ўваходзяць інфармацыйныя заняткі ў агульнаадукацыйных школах, трансляцыю тэматычных ролікаў па тэлебачанні, друк і распаўсюджванне брашур; стварэнне сеткі малочных бараў фармату «кактэйль з сабой» сумесна з ТАА «Еўраопт», аптымізацыя метадаў раскладкі тавараў на прылаўках крам, а таксама стварэнне і развіццё брэнда экалагічна чыстых малочных прадуктаў.

Прыведзены ў працы разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэрэтычныя, метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

The work in the amount of 64 pages contains 11 illustrations, 26 tables, 6 applications and 51 used sources.

Keywords of the work: PROMOTION, MILK, ENTERPRISE, CAMPAIGN, ECOLOGY, VOLUME, INDUSTRY, SALES, MARKET.

The object of study in this work is the market of environmentally friendly dairy products Belarus.

The aim of this work to develop a campaign promoting environmentally friendly dairy products on the market of the Republic of Belarus.

Thesis work is done on the basis of analytical and systematic approach to the study of the object of study using the methods kvalimetricheskogo, logical, causal analysis, systematization of data, expert approach. The collection of used methodological framework allowed to provide the ultimate reliability and validity of findings and practical solutions.

The work identified the economic essence of the state of economic growth, social policy, the methods of their relationship, as well as the theoretical foundations of organic agriculture. The analysis of the current state of the Belarusian market of dairy products, given the characteristics of the company JSC "Molochnye produkty" in the territory of the Republic of Belarus.

After a study of the market of dairy products and the position of the JSC "Molochnye produkty" in the market of Belarus to improve competitiveness and achieve the goal of promoting recommended: the implementation of an advertising campaign consisting of information sessions in schools, broadcast thematic commercials on television, printing and distribution of brochures; creating a network of dairy bars in format "cocktail with you" together with Ltd. "Euroopt", optimization methods layouts goods on the shelves, as well as the creation and development of brand of environmentally friendly dairy products.

Powered by the settlement and analytical materials correctly and objectively reflects the state of the test process, and all borrowed from literature and other sources of theoretical, methodological principles and concepts are accompanied by references to their authors.