

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА»

ФАКУЛЬТЕТ «ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА»

Кафедра маркетинга

**ШЕШКО**

**Павел Юрьевич**

**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ  
ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА СЧЕТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ  
КОМПЛЕКСА ПРОДВИЖЕНИЯ**

Магистерская диссертация

специальность 1-26 81 05 Маркетинг

Научный руководитель  
Галина Семеновна Храбан  
к.т.н., доцент

Допущена к защите

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой маркетинга

\_\_\_\_\_ Н.В. Черченко

кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2019

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Магистерская диссертация:** 87 стр., 13 рис., 15 табл., 55 источников, 1 прил.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, КОМПЛЕКС ПРОДВИЖЕНИЯ,  
КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА, БАННЕРНАЯ РЕКЛАМА,  
ВИДЕОМАРКЕТИНГ, КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

**Объект исследования** – конкурентоспособность продукции.

**Предмет исследования** – комплекс продвижения продукции.

**Цель работы** – разработка предложений по совершенствованию комплекса продвижения продукции СООО «Евроавтоматика ФиФ».

**Методы исследования:** аналитический, графический, расчетный, обобщение, сравнительный анализ.

**Исследования и разработки:** на основе теоретического изучения проблемы конкурентоспособности и факторов ее формирования, обобщения мирового опыта проанализирована деятельность СООО «Евроавтоматика ФиФ», конкурентоспособность его продукции, комплекс продвижения продукции, предложены рекомендации по его совершенствованию.

**Элементы научной новизны:** предложены мероприятия по совершенствованию комплекса продвижения с помощью изменения стратегии продвижения продукции в сети Интернет и создания новых рекламных кампаний, предложена рекомендация по развитию и созданию инструментов видеомаркетинга с дополнительным продвижением.

**Область практического применения:** продвижение продукции в СООО «Евроавтоматика ФиФ» и в аналогичных организациях.

**Технико-экономическая, социальная значимость:** реализация предложенных мероприятий позволит повысить конкурентоспособность продукции и компании в целом, добиться конкурентных преимуществ за счет улучшения осведомленности и узнаваемости бренда, укрепления доверия компаний-партнёров.

Структура работы представлена введением, одной теоретической и двумя практическими главами, заключением. Текстовая часть изложена на 87 страницах, включает 13 рисунков, 15 таблиц. Библиографический список включает 55 источника, список публикаций автора – 4 наименования.

Автор работы подтверждает правильность и объективность приведенного расчетно-аналитического материала и наличие ссылок на все заимствованные из информационных источников положения и концепции.

## АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ

**Магістарская дысертацыя:** 87 стар., 13 мал., 15 табл., 55 крыніц, 1 прым.

КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, КОМПЛЕКС ПРАСОЎВАННЕ, КАНТЭКСТНАЯ РЭКЛАМА, БАНЭРНАЯ РЭКЛАМА, ВІДЭАМАРКЕТЫНГ, КАНКУРЭНТНАЯ ПЕРАВАГА

**Аб'ект даследавання** – канкурэнтаздольнасць прадукцыі.

**Прадмет даследавання** – комплекс прасоўвання прадукцыі.

**Мэта працы** – распрацоўка прапаной па ўдасканаленні комплексу прасоўвання прадукцыі СТАА «Евроавтоматика ФиФ».

**Метады даследавання:** аналітычны, графічны, разліковы, абагульненне, параўнальны аналіз.

**Даследаванні і распрацоўкі:** на аснове тэарэтычнага вывучэння праблемы канкурэнтаздольнасці і фактараў яе фарміравання, абагульнення сусветнага вопыту прааналізавана дзейнасць СТАА «Евроавтоматика ФиФ», канкурэнтаздольнасць яго прадукцыі, комплекс прасоўвання прадукцыі, прапанаваныя рэкамендацыі па яго ўдасканаленні.

**Элементы навуковай навізны** прапанаваны мерапрыемствы па ўдасканаленні комплексу прасоўвання з дапамогай змены стратэгіі прасоўвання прадукцыі ў сетцы Інтэрнэт і стварэння новых рэкламных кампаній, прапанаваная рэкамендацыя па развіцці і стварэнні інструментаў видеомаркетинга з дадатковым прасоўваннем.

**Вобласць магчымага практычнага прымянення:** прасоўванне прадукцыі ў СТАА «Евроавтоматика ФиФ» і ў аналагічных арганізацыях.

**Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць:** рэалізацыя прапанаваных мерапрыемстваў дасць магчымасць павысіць канкурэнтаздольнасць прадукцыі і кампаніі ў цэлым, дамагчыся канкурэнтных пераваг за кошт паляпшэння дасведчанасці і пазнавальнасці брэнда, умацавання даверу кампаній-партнёраў.

Структура працы прадстаўлена увядзеннем, адной тэарэтычнай і двума практычнымі кіраўнікамі, зняволеннем. Тэкставая частка выкладзеная на 87 старонках, уключае 13 малюнкаў, 15 табліц. Бібліяграфічны спіс ўключае 55 крыніцы, спіс публікацый аўтара – 4 наймення.

Аўтар працы пацвярджае правільнасць і аб'ектыўнасць прыведзенага разлікова-аналітычнага матэрыялу і наяўнасць спасылак на ўсе запазычаныя з інфармацыйных крыніц становішча і канцэпцыі.

## GENERAL DESCRIPTION OF WORK

**Master's dissertation:** 87 pages, 13 fig, 15 table, 55 sources, 1 adj.

COMPETITIVENESS, COMPLEX MOVEMENT, CONTEXT  
ADVERTISING, BANNER ADVERTISING, VIDEO MARKETING,  
COMPETITIVE ADVANTAGE

**The object of study** – product competitiveness.

**Subject of research** – complex product promotion.

**The purpose of the work** – develop proposals for improving the product promotion complex of JLLC «Euroavtomatika F&F».

**Methods:** analytical, graphical, computational, generalization, comparative analysis.

**Research and development:** on the basis of a theoretical study of the problem of competitiveness and the factors of its formation, the generalization of world experience, the activities of JLLC «Euroavtomatika F&F», the competitiveness of its products, the product promotion complex are analyzed, recommendations for its improvement are proposed.

**Elements of scientific novelty:** proposed measures to improve the promotion complex by changing the strategy of promoting products on the Internet and creating new advertising campaigns; a recommendation was offered for the development and creation of video marketing tools with additional promotion.

**The area of possible practical application:** product promotion at JLLC «Euroavtomatika F&F» and in similar organizations.

**Technical and economic, social significance:** The implementation of the proposed measures will improve the competitiveness of products and the company as a whole, achieve competitive advantages by improving awareness and brand awareness, strengthening the confidence of partner companies.

The structure of the work is represented by an introduction, one theoretical and two practical chapters, a conclusion. The text part is presented on 87 pages, includes 13 figures, 15 tables. The bibliographic list includes 55 sources, the list of publications of the author – 4 titles.

The author of the work confirms the correctness and objectivity of the above calculated and analytical material and the presence of references to all the provisions and concepts borrowed from information sources.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум: учеб. пособие / И. Л. Акулич. – 3-е изд., перераб. и доп. – Минск: Выш. шк., 2010. – 257 с.
2. Алашкин, П. А. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / П. А. Алашкин – Москва: Литрес. – 2013. – 210 с.
3. Аристов, О.В. Управление качеством: учебник/ О.В. Аристов – М.: ИНФРА-М, 2013. – 238 с.
4. Андрейчиков, А.В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях. Системный анализ и принятие Библиографический список 125 решений : учебник / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. – М. : Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М. – 2014. – 396 с.
5. Баранова, И. И., Пилипук А. В., Субоч Ф.И. Конкурентный потенциал перерабатывающих предприятий АПК / И. И. Баранова, А. В. Пилипук, Ф. И. Субоч. – Минск: Издательский дом Белорусская наука. – 2012. – 219 с.
6. Бессонова Л.П. Научная основа и практическая значимость использования метода QFD в улучшении качества пищевых продуктов / Л.П. Бессонова. – Воронеж: изд-во «Истоки». – 2008. – 200 с.
7. Бизнес-план СООО «Евроавтоматика ФиФ» на 2017 год / СООО «Евроавтоматика ФиФ». – Лида, 2018. – 45 с.
8. Борецкий, Е. А. Роль и значение рекламы в условиях рыночной экономики. Функции рекламы для общества / Е. А. Борецкий, М. С. Егорова. – Молодой ученый. – 2015. – 25 с.
9. Василевич, Г. А. Информационное право: учеб. пособие / Г.А. Василевич [и др.]; под общ. ред. Г.А. Василевича, Д.А. Плетнева. – Минск: Адукацыя і выхаванне. – 2013. – 110 с.
10. Вельдина, Ю. И. Использование маркетинговых инструментов для повышения конкурентоспособности промышленного предприятия / Ю. И. Вельдина. – Сборник статей Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва: г. Саранск: Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва. – 8 с.
11. Верховцева, О. Н. Базовые показатели эффективности интернет-маркетинга / О. Н. Верховцева. – Экономическая наука и практика: материалы III междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2014 г.). – Чита: Издательство Молодой ученый. – 2014. – 88 с.
12. Герасина, О.Н. Организация производства и менеджмент. Учебное пособие. / О.Н. Герасина. – Москва: Федеральное агентство по образованию. МГИУ. – 2010. – 204 с.

13. Гиляровская, Л. Т. Экономический анализ: учебник для вузов / Л. Т. Гиляровская. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 615 с.
14. Голубко, Е.П. Маркетинг / Е.П. Голубков. – Москва: Экономика. – 2013. – 499 с.
15. Глебова Н., Мамонтов С. Управление маркетинговыми проектами на предприятии. Учебное пособие / Н. Глебова, С. Мамонтов – Москва: НИЦ ИНФРА-М. – 2015. – 174 с.
16. Должностная инструкция маркетолога-аналитика СООО «Евроавтоматика ФиФ». – Лида, 2018. – 45 с.
17. Исаев, Д. Корпоративное управление и стратегический менеджмент: информационный аспект / Д. Исаев. – Москва: Высшая Школа Экономики (ВШЭ). – 2017. – 456 с.
18. Калужский, М. Л. Маркетинговая среда электронной коммерции: формирование и институциональное регулирование: монография / М. Л. Калужский. – Москва: Директ-Медиа. – 2017. – 260 с.
19. Котлер, Ф. Основы маркетинга пер. с англ. / Ф. Котлер. – М. : Прогресс.– 2007. – 340 с.
20. Ламбен, Ж. Ж., Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж. Ж. Ламбен. – Санкт-Петербург: «Питер». – 2018. – 928 с.
21. Маслов, Д. От качества к совершенству. Полезная модель EFQM / Д. Маслов. – Москва: «Стандарты и качество». – 2008. – 152 с.
22. Манн, И. Интернет-маркетинг на 100% / И. Манн. – Санкт-Петербург. – 2013. – 240 с.
23. Положение об управлении маркетингом СООО «Евроавтоматика ФиФ». – Лида, 2018. – 15 с.
24. Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – Москва: «Альпина Паблишер». – 2018. – 454 с.
25. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 6-е изд. — СПб.: Питер, 2011. — 448 с.:
26. Философова, Т. Г., Быков В. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность / Т. Г. Философова, В. Быков. – Москва: Юнита-Дана. – 2008. – 296 с.
27. Чайников, В. Н. К конкурентоспособности продукции через её качество / В.Н. Чайников. – Сборник статей Чувашского государственного университета имени И. Н. Ульянова: г. Чебоксары: ЧувГУ им. И. Н.Ульянова. – 2014. – 221 с.
28. Шешко, П.Ю. Комплекс продвижения на белорусском рынке B2B: инструменты, проблемы, тенденции / П. Ю. Шешко, Голоцевич А. И. – IV Международной студенческой научно-практической конференции

- преподавателей, ученых, специалистов, аспирантов, студентов (апрель 2018 г.): в 2 т. Н. Новгород: Мининский университет. – 2018. – 238 с.
29. Шумаков, Н. В. Современная интернет-реклама: тенденции развития и эффективность / Н. В. Шумаков. – Мск. : Молодой ученый. – 2016 – 639 с.

### **Интернет-ресурсы:**

30. Анализируй это. Ч.1-Ч.6 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://habrahabr.ru/blogs/eCommerce/79290/>. – Дата доступа: 11.11.2018.
31. Аналитика и тенденции видеомаркетинга [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://gusarov-group.by/reklama-na-youtube>. – Дата доступа: 15.12.2018.
32. Комплексный метод оценки эффективности интернет-рекламы в коммерческих организациях [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://dis.ru/library/detail.php?ID=22148>. – Дата доступа: 18.12.2018.
33. Контекстная реклама. Основные виды [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://blorax.com/ru/blog/kontekstnaya-reklama/osnovnye-vydy-ynternet-marketynga/>. – Дата доступа: 20.12.2018.
34. Оценка коммуникационной эффективности интернет-рекламы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://sra-best.blogspot.com.by/p/ctr-cr-cpo-cir-ecpc.html>. – Дата доступа: 18.02.2018.
35. Об обеспечении единства измерений. Закон Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный информационный правовой портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=v19503848>. – Дата доступа: 19.11.2018.
36. О рекламе. Закон Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный информационный правовой портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=N10700225>. – Дата доступа: 19.11.2018.
37. О защите прав потребителей. Закон Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный информационный правовой портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10200090>. – Дата доступа: 19.11.2018.
38. Об оценке соответствия требованиям технических нормативных правовых актов в области технического нормирования и

- стандартизации. Закон Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный информационный правовой портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/index.php?guid=12551&p0=H11600437&p1=&p5=0>. – Дата доступа: 19.11.2018.
39. О техническом нормировании и стандартизации. Закон Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный информационный правовой портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10400262>. – Дата доступа: 19.11.2018.
40. О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gknt.gov.by/deyatelnost/innovatsionnaya-politika/gpir/>. – Дата доступа: 19.12.2018.
41. Обучающая статья о оценке эффективности рекламной компании [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tutby.com/publications/analysis/3908/> Дата доступа: 16.12.2018.
42. Обучающая статья о оценке эффективности рекламной компании [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tutby.com/publications/analysis/3908/> Дата доступа: 16.12.2018.
43. Официальный сайт СООО «Евроавтоматика ФиФ» по продукции Proxi [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.proxi-fif.ru>. – Дата доступа: 15.12.2018.
44. Официальный сайт СООО «Евроавтоматика ФиФ» по продукции F&Home [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.fhome.by>. – Дата доступа: 15.12.2018.
45. Официальный сайт СООО «Евроавтоматика ФиФ» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.fif.by>. – Дата доступа: 17.12.2018.
46. Поправки Яндекса в алгоритме поисковой выдачи [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://yandex.ru/blog/webmaster/15326>. – Дата доступа: 15.12.2018.
47. Поправки в законодательство Российской Федерации о правилах эксплуатации [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://ohranatruda.ru/ot\\_biblio/normativ/data\\_normativ/2/2785/](https://ohranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/2/2785/). – Дата доступа: 15.12.2018.
48. Правовое регулирование рекламной деятельности в Республике Беларусь. Брендинг. / Е. А. Молчан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.miu.by/temp/Pravo\\_Facult/Molchan](http://www.miu.by/temp/Pravo_Facult/Molchan) – Дата доступа: 23.10.2018.
49. Ресурс для оценки эффективности сайтов [Электронный ресурс] –

- Режим доступа: <https://www.similarweb.com/>. – Дата доступа: 16.12.2018.
50. Ресурс для оценки эффективности сайтов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://spywords.ru/>. – Дата доступа: 16.12.2018.
51. Электротехнический форум компании СООО «Евроавтоматика ФиФ» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.forum.fif.by/>. – Дата доступа: 16.12.2018.
52. Электронный ресурс Яндекс для подбора запросов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://wordstat.yandex.by/>. – Дата доступа: 16.12.2018.
53. Электронный ресурс Яндекс для оценки посещаемости сайта [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://metrika.yandex.ru/>. – Дата доступа: 16.12.2018.
54. Электронный видеосервис Google, в частности канал компании Евроавтоматика ФиФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.youtube.com/channel/UCy7\\_5gXI3Fi9ep47Urd3mAQ?view\\_as=subscriber/](https://www.youtube.com/channel/UCy7_5gXI3Fi9ep47Urd3mAQ?view_as=subscriber/). – Дата доступа: 16.12.2018.
55. 32 метрики веб-аналитики, которые должен знать каждый интернет-маркетер [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://lovim.net/2012/12/internet-marketing-metrics/>. – Дата доступа: 19.12.2018.