

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ БИЗНЕСА**

**Кафедра маркетинга**

ЦАЛКО  
Виктория Александровна

**ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЬЮНКТУРЫ ПРОДУКТА**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат технических наук,  
доцент Г.С. Храбан

Допущена к защите  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга  
кандидат экономических наук, доцент  
\_\_\_\_\_ Н.В. Черченко

Минск, 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 61 с., 11 рис., 19 табл., 51 источников, 7 прил.

### КОНЪЮНКТУРА РЫНКА, СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ, ПРОДУКТОВЫЙ ПОРТФЕЛЬ, ТОВАРНАЯ СТРУКТУРА ПРОДУКЦИИ

**Цель исследования:** совершенствование и оценка эффективности продуктового портфеля предприятия с учетом прогнозной конъюнктуры рынка.

**Объект исследования:** конъюнктура рынка ОАО «Мозырьсоль».

**Предмет исследования:** товарная конъюнктура рынка ОАО «Мозырьсоль».

**Методы исследования:** графические, матричные, расчетные, наблюдение, сравнение, обобщение и анализ, анкетирование, опрос.

**Исследования и разработки:** на основе изучения теоретических результатов исследования конъюнктуры рынка рассмотрены различные подходы к трактовке понятия, предложено авторское определение конъюнктуры рынка, охарактеризованы факторы конъюнктуры и этапы ее исследования; определены и разработаны основные направления совершенствования продуктового портфеля ОАО «Мозырьсоль».

**Элементы научной новизны:** проведено анкетирование потребителей, построена матрица БКГ, определены наиболее перспективные виды продукции в продуктовом портфеле.

**Область возможного практического применения:** ОАО «Мозырьсоль».

**Технико-экономическая, социальная значимость:** внедрение предложенных мероприятий позволит совершенствовать продуктовый портфель ОАО «Мозырьсоль» путем усиления роли перспективных видов продукции и снижения тех, которые приносят мало прибыли и пользуются невысоким спросом.

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

## РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 61 с., 11 мал., 19 табл., 51 крыніц, 7 дад.

### КАН'ЮНКТУРА РЫНКУ, ПОПЫТ, ПРАПАНОВА, ПРАДУКТОВАГА ПАРТФЕЛЯ, ТАВАРНАЙ СТРУКТУРЫ ПРАДУКЦЫІ

**Мэта даследавання:** удасканаленне і ацэнка эфектыўнасці прадуктовага партфеля прадпрыемствы з улікам прагнознай кан'юнктуры рынку.

**Аб'ект даследавання:** кан'юнктура рынку ААТ «Мазырсьоль».

**Прадмет даследавання:** таварная кан'юнктура рынку ААТ «Мазырсьоль».

**Метады даследавання:** графічныя, матрычныя, разліковыя, назіранне, параўнанне, абагульненне і аналіз, анкетаванне, апытанне.

**Даследаванні і распрацоўкі:** на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў даследавання кан'юнктуры рынку разгледжаны розныя падыходы да трактоўкі паняцця, прапанована аўтарскае вызначэнне кан'юнктуры рынку, вывучаны фактары кан'юнктуры і этапы яе даследавання; вызначаны і распрацаваны асноўныя напрамкі ўдасканалення прадуктовага партфеля ААТ «Мазырсьоль».

**Элементы навуковай навізны:** праведзена анкетаванне спажыўцоў, пабудавана матрыца БКГ, вызначаны найбольш перспектыўныя віды прадукцыі ў прадуктовым партфелі.

**Вобласць магчымага практычнага прымянення:** ААТ «Мазырсьоль».

**Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць:** ўкараненне прапанаваных мерапрыемстваў дазволіць удасканальваць прадуктовы партфель ААТ «Мазырсьоль» шляхам узмацнення ролі перспектыўных відаў прадукцыі і зніжэння тыя, якія прыносяць мала прыбытку і карыстаюцца невысокім попытам.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

## ABSTRACT

Diploma work: Thesis: 59 p., 11 fig., 18 tab., 51 sources, 7 adj.

MARKET CONSTRUCTION, DEMAND, OFFER, PRODUCT PORTFOLIO,  
PRODUCT PRODUCT STRUCTURE

**The purpose of the study:** improving and evaluating the effectiveness of the company's product portfolio, taking into account the predicted market conditions.

**Object of study:** market conditions of Mozyrsalt.

**Subject of research:** commodity market conditions JSC Mozyrsol.

**Research methods:** graphic, matrix, calculated, observation, comparison, synthesis and analysis, questioning, survey.

**Research and development:** based on the study of theoretical issues of market research, various approaches to the interpretation of the concept were studied, the author's definition of market conditions was developed, factors of the situation and stages of its research were studied; identified and developed the main directions of improving the product portfolio JSC Mozyrsol.

**Elements of scientific novelty:** a consumer survey was conducted, a BCG matrix was constructed, the most promising types of products in the product portfolio were identified.

**The area of possible practical application:** JSC Mozyrsol.

**Technical, economic, social significance:** the introduction of the proposed measures will improve the product portfolio of Mozyrsalt by enhancing the role of promising products and reducing those that generate little profit and are not in high demand.

The author confirms that the analytical material presented in it objectively reflects the state of the process being studied, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literature and other sources are accompanied by references to their authors.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адаменкова, С. И. Анализ производственно-финансовой деятельности предприятия : учебно-методическое пособие / С. И. Адаменкова, О. С. Евменчик. – Минск : Элайда, 2014. – 338 с.
2. Адонин, А. С. Маркетинг: учебное пособие / А.С. Адонин, Д.С. Туленты. – М. : Евразийский открытый институт, 2014. – 254 с.
3. Александров, О. А., Егоров, Н. Ю. Экономический анализ : учеб. пособие / О. А. Александров, Н. Ю. Егоров. – М. : Инфра-М, 2014. – 288 с.
4. Анохин, Е. В., Анохин, В. А., Касатова, Ж. В. Анализ научных подходов к проведению маркетинговых исследований / Е. В. Анохин, В. А. Анохин, Ж. В. Касатова // Методы анализа. – № 23. – 2014. – С. 17–27.
5. Артеменко, А. М. Как финансовому менеджеру снизить издержки? / Александр Артеменко // Финансовый директор. – 2014. – № 5. – С. 20–26.
6. Баранова, И. В. Реинжиниринг как инструмент модернизационной стратегии предприятия / И. В. Баранова, А. В. Зайцев // Вопросы инновационной экономики. – 2016. – Том 6. – № 3. – С. 219-238.
7. Бариленко, В. И. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / В. И. Бариленко. – М. : Инфра-М, 2014. – 464 с.
8. Бельзецкий, А. Теория логистики: электронный курс / А. Бельзецкий. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://finbel.by/Library/eBooks.aspx>. – Дата доступа: 10.13.2019.
9. Беляев, В. В. Конъюнктура рынка : исследование и обоснование управленческих решений [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/konyunktura-rynka-issledovanie-i-obosnovanie-upravlencheskih-resheniy>. – Дата доступа: 01.02.2019.
10. Блинова, Т. Н. Современные маркетинговые коммуникации : монография / Т. Н. Блинова, Н. М. Герасименко, А. Н. Король, С. А. Пиханова, Т. А. Торопова; под науч. ред. проф. А. Н. Короля. – Хабаровск: РИЦ ХГУЭП, 2016. – 412 с.
11. Бобрешова, И. П. Конъюнктура регионального рынка / И. П. Бобрешова // Вестник Оренбургского государственного университета. – № 8. – 2015. – С. 8–14.
12. Богданова, Н. И. Методология исследования конъюнктуры рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/konyunktura-rynka-issledovanie-i-obosnovanie-upravlencheskih-resheniy>. – Дата доступа: 01.02.2019.

13. Бурчаков, Р. Г. Комплекс маркетинга: какую концепцию выбрать? / Р. Г. Бурчаков // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2016. – № 6. – С. 572–577.
14. Видяпина, В. И. Оценка конъюнктуры рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [https://library.by/portalus/modules/economics/readme.php?subaction=showfull&id=1175233740&archive=&start\\_from=&ucat=&](https://library.by/portalus/modules/economics/readme.php?subaction=showfull&id=1175233740&archive=&start_from=&ucat=&). – Дата доступа: 02.02.2019.
15. Виничук, О. Ю., Попова С. И. Особенности разработки маркетинговой стратегии предприятия // Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. – 2015. – №4 (31). – С. 62-72.
16. Водоносова, Т. Н. Анализ производственно–хозяйственной деятельности: учебно–методический комплекс. – Минск: БНТУ, 2013. – 219 с.
17. Володько, О. В. Экономика организации : учеб. пос. / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй; под ред. О. В. Володько. – Минск : Выш. шк., 2012. – 399 с.
18. Горяйнов, Ю. К. Роль маркетинговой деятельности в развитии предприятия / Ю. К. Горяйнов // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации. – 2017. – С. 53-55.
19. Губина, О. В., Губин, В. Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Практикум / О. В. Губина, В. Е. Губин. – М. : Инфра-М, 2014. – 192 с.
20. Девять стратегий выхода на внешние рынки: расширяем бизнес правильно [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://powerbranding.ru/marketing-strategy/market-entry/>. – Дата доступа : 15.02.2019.
21. Ермолович, Л. Е. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности : учеб. пособие / Л. Е. Ермолович. – Минск : Интерпрессервис, 2016. – 800 с.
22. Заико, Л. Ф. Экспортный потенциал Беларуси – возможные перспективы для общества : исследование, аналитика, выводы / Л. Ф. Заико; Фонд им. Ф. Эберта. – Минск : И. П. Логвинов, 2015. – 106 с.
23. Заманбекова, А. Б. Управление инструментами комплекса маркетинга / А. Б. Заманбекова, Х. Д. Мичитова // Вестник университета Туран. – 2015. – № 2 (66). – С. 86–90.
24. Исаев, А. А. Формирование маркетинговых стратегий предприятия: теоретический и методологический аспекты // Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. – 2017. – №4. – С. 115-121.
25. Керимова, М. А. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/metody-prognozirovaniya-konyunktury-rynka>. – Дата доступа : 23.02.2019.

26. Косолапова, М. В., Свободин, В. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник / М. В. Косолапова, В. А. Свободин. – М. : Дашков и К., 2016. – 248 с.
27. Котляров, И. Д. Комплекс маркетинга: попытка критического анализа / И. Д. Котляров // Современные исследования социальных проблем. – 2017. – № 4. – С. 9-17.
28. Котляров, И. Д. Комплекс маркетинга: попытка критического анализа / И. Д. Котляров // Современные исследования социальных проблем. – 2017. – № 4. – С. 9–17.
29. Кретов, И. И., И. В. Седченко. Логистика во внешнеторговой деятельности / И. И. Кретов, И. В. Седченко. – М.: Дело и Сервис, 2015. – 272 с.
30. Лапницкая, В. Д. Способы выхода предприятия на внешний рынок // [http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/166002/1/lapitskaya\\_sbornik17.pdf](http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/166002/1/lapitskaya_sbornik17.pdf). – Дата доступа : 15.02.2019.
31. Лукина, А. В. Анализ развития рынка экологических товаров / А. В. Лукина // Экономика и предпринимательство. – № 6. – 2014. – С. 36–41.
32. Лысенко, Д. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник / Д. В. Лысенко. – М. : Инфра-М, 2017. – 320 с.
33. Лях, Н. А. Теоретические основы анализа конъюнктуры рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://scienceforum.ru/2014/article/2014001211>. – Дата доступа : 02.02.2019.
34. Мамедов, Э. Я. Научно-теоретические основы маркетингового анализа конъюнктуры потребительского рынка / Э. Я. Мамедов // Экономика и современный менеджмент : теория и практика : сб. ст. по матер. XX междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск : СибАК, 2012. – С. 13–24.
35. Маркетинг в инновационной экономике / Н. В. Черченко [и др.]; под общ. ред. Н. В. Черченко, С. П. Мармашовой; ГИУСТ БГУ, каф. маркетинга. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2017. – С. 24–38.
36. Мелкиян, О. М. Поведение потребителей : учебник. – 4-е изд. / О. М. Мелкиян. – М. : Дашков и К., 2018. 280 с.
37. Мельник, М. В., Герасимова, В. Б. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / М. В. Мельник, В. Б. Герасимова. – 2-е изд. – М. : Инфра-М, 2014. – 192 с.
38. Одинцов, В. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум : учеб. пособие / В. А. Одинцов. – М. : Академия, 2014. – 240 с.
39. Официальный сайт ОАО «Мозырьсоль» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mozyrsalt.by/>. – Дата доступа : 01.02.2019.

40. Парамонова, Т. В. Анализ конъюнктуры рынка : цели, задачи, показатели [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.elitarium.ru/konyunktura-rynok-spros-predlozhenie-potrebnost-izuchenie-pokazatel-potreblenie-marketingovyj-prognoz/>. – Дата доступа : 02.02.2019.
41. Поздняков, В. О. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий : учебник / В. О. Поздняков. – М. : Инфра-М, 2015. – 624 с.
42. Поляков, В. А. Новые подходы в развитии концепций комплекса маркетинга / В. А. Поляков, О. В. Юдина // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2015. – № 3-1. – С. 3–9.
43. Пястолов, С. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник / С. М. Пястолов. – М. : Академия, Среднее профессиональное образование. Экономика и управление, 2015. – 384 с.
44. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности : вопрос-ответ / Г. В. Савицкая. – 6-е изд., испр. и доп. – М. : Инфра-М, 2016. – 270 с.
45. Савицкая, Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник / Г. В. Савицкая. – М. : Инфра-М, 2017. – 608 с.
46. Толстяков, Р. Р. Эволюция формирования стратегического комплекса маркетинга / Р. Р. Толстяков, О. В. Макарова // Научный альманах. – 2017. – № 8-1 (34). – С. 62–68.
47. Турманидзе, Т. У. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / Т. У. Турманидзе. – Минск : высшее образование, 2011. – 480 с.
48. Формирование факторов и показателей конъюнктуры товарных рынков [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://scarplus.ru/biznes/formirovanie-faktorov-i-pokazateley-konyunkturyi-tovarnyih-ryнков/>. – Дата доступа : 02.02.2019.
49. Цзян, Ч. Развитие моделей комплекса маркетинга : 4P, 7P, 4C, 4V и 4R / Ч. Цзян, Е. Б. Кметь // Экономическая наука сегодня: теория и практика. – 2015. – № 1. – С. 143–148.
50. Шаповалов, В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ : учебное пособие / В.А. Шаповалов. – Ростов н/Д. : Феникс, 2015. – 345 с.
51. Шогенов, А. М. Конъюнктура рынка в регионе и закономерности ее формирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/konyunktura-prodovolstvennogo-rynka-regione-i-zakonomernosti-ee-formirovaniya>. – Дата доступа : 01.02.2019.