

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИНСТИТУТ БИЗНЕСА**

**Кафедра маркетинга**

**СТРАТИВНЫЙ**  
Антон Александрович

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТНЫХ  
ПРЕИМУЩЕСТВ ПРОДУКТА НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат экономических наук,  
доцент Ю.В. Чайковская

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

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

Минск, 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 79 с., 7 рис., 15 табл., 53 источника, 1 прил.

### КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ПРЕИМУЩЕСТВА, ВНЕШНИЙ РЫНОК, КОНКУРЕНТНЫЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

**Цель исследования** выявление конкурентных преимуществ услуг предприятия на внешнем рынке и разработка предложений по укреплению конкурентных преимуществ услуг предприятия на внешнем рынке

**Объект исследования** – конкурентные преимущества продукта.

**Предмет исследования** – особенности формирования конкурентных преимуществ предприятия на внешнем рынке.

**Методы исследования:** обобщения, сравнительного анализа, экономического анализа, систематизации, графический метод.

**Исследования и разработки:** на основе изучения теоретических вопросов исследования конкурентных преимуществ продукции определены особенности их формирования на внешнем рынке, проведен анализ и оценка конкурентных преимуществ услуг ЧТУП «Белагротекс» на внешних рынках, внесены предложения по укреплению конкурентных преимуществ рекламной деятельности ЧТУП «Белагротекс» на внешнем рынке

**Элементы научной новизны:** разработаны предложения по укреплению конкурентных преимуществ рекламной деятельности ЧТУП «Белагротекс» на внешнем рынке.

**Область возможного практического применения:** маркетинговая деятельность ЧТУП «Белагротекс»

**Технико-экономическая, социальная значимость:** внедрение предложений по укреплению конкурентных преимуществ продукта на внешнем рынке позволит компании повысить эффективность экономической деятельности.

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 авторов.

## РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 79 с., 7 мал., 15 табл., 53 крыніцы, 1 прыкл.

### КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, КАНКУРЭНТНАЯ ПЕРАВАГА, ЗНЕШНІ РЫНАК, ФАКТАРЫ КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦІ

**Мэта даследавання:** выяўленне канкурэнтных пераваг паслуг прадпрыемства на знешнім рынку і распрацоўка прапаноў па ўмацаванні канкурэнтных пераваг паслуг прадпрыемства на знешнім рынку

**Аб'ект даследавання:** канкурэнтныя перавагі прадукту.

**Прадмет даследавання:** асаблівасці фарміравання канкурэнтных пераваг прадпрыемства на знешнім рынку.

**Метады даследавання:** абагульнення, параўнальнага аналізу, эканамічнага аналізу, сістэматызацыі, графічны метад.

**Даследаванні і распрацоўкі:** на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў даследавання канкурэнтных пераваг прадукцыі вызначаны асаблівасці іх фарміравання на знешнім рынку, праведзены аналіз і ацэнка канкурэнтных пераваг паслуг ПТУП «Белагротекс» на знешніх рынках, унесены прапановы па ўмацаванні канкурэнтных пераваг рэкламнай дзейнасці ПТУП «Белагротекс» на знешнім рынку.

**Элементы навуковай навізны:** распрацаваны прапановы па ўмацаванні канкурэнтных пераваг рэкламнай дзейнасці ПТУП «Белагротекс» на знешнім рынку.

**Вобласць магчымага практычнага прымянення:** маркетынговая дзейнасць ПТУП «Белагротекс»

**Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць:** ўкараненне прапаноў па ўмацаванні канкурэнтных пераваг прадукту на знешнім рынку дазволіць кампаніі павысіць эфектыўнасць эканамічнай дзейнасці.

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

## ANNOTATION

Degree paper: 79 p., 7 ill., 15 tab., 53 sources, 1 app.

### COMPETITIVENESS, COMPETITIVE ADVANTAGE, THE EXTERNAL MARKET, FACTORS OF COMPETITIVENESS

**The purpose of the study** is to find competitive advantages of the service of enterprises in foreign markets and to develop proposals that strengthen the competitive advantages of the service of companies on foreign markets.

**Object of research:** competitive advantages of the product.

**Subject of research:** peculiarities of formation of competitive advantages of the enterprise in the foreign market

**Research methods:** generalization, comparative analysis, economic analysis, systematization, graphical method.

**Research and development:** based on the study of theoretical research questions competitive advantages of the product and peculiarities of their formation on the external market were identified, the analysis and assessment of the competitive advantages of the service PTUE «Belagrotex» on foreign markets was implemented, proposals on strengthening the competitive advantages of promotional activity PTUE "Belagrotex" on foreign markets were worked out.

**The elements of scientific novelty:** recommendations for improvement of the competitive advantages of the advertising activities of PTUE «Belagrotex» in the foreign market have been developed.

**The area of possible practical application:** marketing activities of PTUE «Belagrotex».

**Technical and economic, and social significance:** implementation of proposals for improving the competitive advantages of the product in the foreign market will enable the company to improve the efficiency of economic activity.

The author of the work confirms that computational and analytical material presented in it correctly and objectively reproduces the picture of investigated process, and all the theoretical, methodological and methodical positions and concepts borrowed from literary and other sources are given references to their authors.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Азоев, Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика: монография. / Г. Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2016. – 208 с.
2. Азоев, Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2015. – 256 с.
3. Аникина, Ж. П. Концептуально-методологические основы конкурентоспособности национальной экономики / Ж. П. Аникина // Конкурентоспособность экономики: оценка и факторы роста в контексте интеграционных процессов / М. Л. Зеленкевич [и др.]; под общ. ред. З. Стаховяк, М. Л. Зеленкевич. – Минск: ГИУСТ БГУ, 2016. – С. 133-138.
4. Аникина, Ж. П. Корпоративная культура как стратегический инструмент повышения конкурентоспособности компаний / Ж. П. Аникина, Н. Б. Буцанец // Инновационные процессы и корпоративное управление: материалы 8 Международной заочн. научн.-практ. конф. Минск, Институт Бизнеса и Менеджмента технологий БГУ, 1-15 апр. 2016 г., ред. кол.: В.В. Апанасович [и др.] – Минск: Национальная библиотека Беларуси, 2016. – С. 42-45.
5. Борсук, Н. А. Сравнительный анализ средств разработки сайтов-визиток / Н. А. Борсук, Т. Д. Карпова, А. В. Егорова // Символ науки. – 2017.
6. Бурр, В. Концепция устойчивого конкурентного преимущества / В. Бурр // Проблемы теории и практики управления. – 2014. – № 4. – С. 107-113.
7. Воронченко, Т. В. Прогнозирование и анализ движения денежных потоков / Т. В. Воронченко // Экономический анализ: теория и практика. – 2012.
8. Говорова, И. Конкурентоспособность – основной фактор развития современной экономики / И. Говорова // Проблемы теории и практики управления. - 2016. - № 4. - С. 24—29.
9. Госстандарт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gosstandart.gov.by>. – Дата доступа: 17.02.2019
10. Гришкевич, О. А. Национальная стандартизация: акценты и приоритеты / О. А. Гришкевич, Н. Ф. Парковская, Г. В. Готовко // Стандартизация. – 2015. - № 5. - С. 15 - 18.
11. Гуляев, Г. Ю. Эволюция теории конкуренции / Г.Ю. Гуляев // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. – 2015. – № 28. – С. 317-321.
12. Данилов, И. А. Ретроспективный анализ трактования терминов «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество» отечественными

и зарубежными авторами / И. А. Данилов, Е. В. Волкова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – №3 (184). – С.132.

13. Карлоф, Б. Деловая стратегия: пер. с англ. / науч. ред. В.А. Приписанов / Б. Карлоф. - М.: Экономика, 2017. - 239 с.

14. Карпова, С. В. Маркетинг: учеб. пособие / С. В. Карпова. – Ростов н/Д: Феникс, 2016. – 480 с.

15. Касаткина Е. В. Проблемы прогнозирования денежных потоков для оценки эффективности инвестиционных проектов /Е. В. Касаткина// Теория и практика общественного развития. – 2012.

16. Кондратенко, Н. М. Маркетинг: учебник / Н. М. Кондратенко. – М.: Юрайт-Издат, 2014. – 542 с.

17. Корешков, В. Н. Подтверждение соответствия продукции, услуг, СМК, персонала требованиям ТНПА / В. Н. Корешков. — Минск: Госстандарт, 2017. – 90 с.

18. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, А. Гари. – 5-е европейское изд. – М.: Вильямс, 2015. – 752 с.

19. Котрин, В. В. Эволюция понятия конкуренции от обогащения в докапиталистическом периоде до стимулирования инновационной деятельности предприятий на современном этапе / В. В. Котрин, Т. С. Бронникова, Е. А. Тарасенко // Стратегии инновационного развития предприятия: сборник статей открытой научно-практической конференции преподавателей кафедры экономики. – Королев: ФТА, 2013. – 181 с.

20. Куропатина, Е. М., Обоснование разработки мобильной версии сайта/ Е. М. Куропатина, Е. Ю. Кацюк, А. И. Виноградова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2014.

21. Лапицкая, Л. В. Организация конкурентного анализа как фактор формирования конкурентного преимущества современного предприятия / Л. В. Лапицкая // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2015. – С. 14.

22. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг, пособие / И. М. Лифиц. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Высшее образование; Юрайт-Издат, 2014. – 460 с.

23. Медведева, Н. С., Черченко, Н. В. Стратегия присоединения Республики Беларусь к ВТО и механизм ее реализации» / Н. С. Медведева, Н. В. Черченко. // Актуальные проблемы менеджмента в РФ: материалы Международной научной конференции. С-Петербург, 14 ноября 2014 г. – СПб.: СПбГУ, 2015. – С. 239-241.

24. Международная экономика: учеб. пособие / Н. В. Черченко [и др.]; под ред. Н. В. Черченко. – Минск: РИВШ, 2012. – 270 с.

25. Минникес А. И. Коммерческая разработка веб-сайтов: проблемы классификации исследований /А. И. Минникес // *Baikal Research Journal*. – 2012.

26. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года / нац. комис. по устойчивому развитию Респ. Беларусь; редкол.: Я.М. Александрович. Минск: Юнипак, 2004. – 202 с.

27. Нуримбетов, Р. И. Факторы конкурентоспособности в условиях рынка / Р. И. Нуримбетов. // *Международный журнал экспериментального образования*. – 2015. – № 8-3. – С. 343-347.

28. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З; в ред. от 4 января 2014 г. № 106-З; с изм. и доп. от 29 октября 2015 г. № 313-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10200090>. – Дата доступа: 11.04. 2019.

29. О товарных знаках и знаках обслуживания [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 5 февраля 1993 г. № 2181-ХІІ; в ред. от 9 июля 2012 г. № 389-З; с изм. и доп. от 5 января 2016 г. № 352-З // Законодательство стран СНГ. База данных – Режим доступа: [http://base.spinform.ru/show\\_doc.fwx?rgn=1861](http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=1861). – Дата доступа: 21.04. 2019.

30. О техническом нормировании и стандартизации [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 5 января 2004 г. № 262-З; в ред. 7 января 2012 г. № 340-З; с изм. и доп. от 24 октября 2016 г. № 436-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10400262>. – Дата доступа: 11.04. 2019.

31. Об оценке соответствия техническим требованиям и аккредитации органов по оценке соответствия [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 24 октября 2016 года №437-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: [http://www.pravo.by/upload/docs/op/H11600437\\_1477688400.pdf](http://www.pravo.by/upload/docs/op/H11600437_1477688400.pdf). – Дата доступа: 11.04. 2019.

32. Очковская, М. С. Маркетинг: новые тенденции и перспективы. Учеб. Пособие / М. С. Очковская, М. А. Рыбалко. – 2-е изд., доп. – М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016. – 176 с.

33. Павлова, Е. А., Смирнова Л. А. Оценка конкурентных преимуществ предприятия на основе анализа его инновационного потенциала / Е. А. Павлова, Л.А. Смирнова. // *Современные проблемы науки и образования*. – 2015. – № 1 – С. 12-16.

34. Попов, Ю. Л. Маркетинг: учебник / Ю.Л. Попов. – Волгоград: ВолгГАСУ, 2015. – 189 с.
35. Реутов, В. Е. Управление международной конкурентоспособностью предприятий / В. Е. Реутов, Н. З. Вельгош. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 119 с.
36. Спивак, С. И. Информационный модуль и разработка web-сайта поисковых систем/ С. И. Спивак, Г. Н. Юсупова // Вестник Башкирского университета. – 2014.
37. Страшко, И. О. Цветовая гамма сайта / И. О. Страшко, Е. В. Титов // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2014.
38. Суглобов, А. Е. Особенности малого бизнеса как субъекта инновационной экономики / А. Е. Суглобов // Вопросы региональной экономики. – 2016. – № 3.
39. Сыцко, В. Е. Стандартизация и оценка соответствия: учеб. пособие / В. Е. Сыцко, Л. В. Целикова, К. И. Локтева. - Мн.: Вышэйшая шк., 2016. - 237 с.
40. Тагирова, О. А. Анализ и прогнозирование денежных потоков организации / О. А. Тагирова // Инновационная наука. – 2015.
41. ТКП 5.1.01 – 2011 Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Основные положения – Введ. 01.01.05. – Минск: Госстандарт, 2011. – 16 с
42. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический маркетинг: учебник / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2016. - 640 с.
43. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Юнити, 2015. – 544 с.
44. Фиров, Н. В. Методологические основы оценки конкурентоспособности предприятия / Н. В. Фиров // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 22. С. 2–9.
45. Хамел, Г. Конкуренция за будущее. Создание рынка завтрашнего дня. / Г. Хамел, К. Прахалад. М.: Олимп-бизнес, 2017. – 288 с.
46. Чернопятов, А. М. Маркетинг. Учебник / А. М. Чернопятов. – М.: Палеотип, 2015. – 346 с.
47. Черченко, Н. В. Генезис и формы проявления глобализации. Социально-экономические и финансовые механизмы обеспечения инновационного развития экономики: Тезисы докладов IV Междунар. научно-практ. конф., Минск, 2-3 октября 2014 г. / ГИУСТ БГУ; – Минск, ГИУСТ БГУ, 2014. – 192с., с.180.
48. Чуквуджекву, Е. Конкурентоспособность международной компании: факторы и пути ее повышения / Е. Чуквуджекву. // Молодежный



научный форум: Общественные и экономические науки: сб. ст. по мат. ХLI  
международ. студ. науч.-практ. конф. № 1(41). – 2017. – 236 с.

49. Шиповских И. Ю. Основы маркетинга. Краткий курс. Учебное  
пособие / И. Ю. Шиповских. – Ульяновск: УлГТУ, 2012. – 176 с.

50. Шутаева, Е. А. Основы маркетинга. Учебное пособие / Е. А.  
Шутаева, Э. А. Митина. – Симферополь: ДИАЙПИ, 2012. – 257 с.

51. Якобсон, А. Маркетинг: общий курс / А. Якобсон, Н. Калюжнова.  
– М.: Омега-Л, 2014. – 480 с.

52. Яшина, Н. В. Актуальные вопросы управления денежными  
потоками / Н. В. Яшина, Н. А. Ярыгина // Вестник НГИЭИ. – 2015.

53. Техна [Электронный ресурс] / Официальный сайт ООО «Техна».  
– Режим доступа: [www.texna.com](http://www.texna.com) – Дата доступа: 26.03.2019