

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

Кафедра маркетинга

ШУЛЯК

Валерия Сергеевна

**ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВОЧНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Ж.П. Аникина

Допущена к защите

«___» _____ 2019 г.

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

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 63 с., 7 рис., 11 табл., 53 источников, 6 прил.

МАРКЕТИНГ, МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, В2В-СЕКТОР, ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ,
ВИРТУАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА, МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ВАТИМАТ.

Цель исследования: пути повышения результативности международной выставочной деятельности ООО «Алютех Воротные Системы».

Объект исследования: международная выставочная деятельность.

Предмет исследования: организация международной выставочной деятельности ООО «Алютех Воротные Системы».

Методы исследования: анализ, расчетно-аналитический, ABC-анализ, SWOT-анализ.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов организации международной выставочной деятельности определены сущность, основные виды, этапы подготовки и участия, современные технологии международной выставочной деятельности, подходы к оценке результатов участия в международной выставочной деятельности, нормативно-правовые документы, регулирующие выставочную деятельность в Республике Беларусь, проведен анализ организации маркетинговой деятельности предприятия, анализ международной выставочной деятельности ООО «Алютех Воротные Системы», оценка ожидаемого экономического эффекта от участия в международной выставке Batimat и организации виртуальной международной выставки в Online Expo.

Элементы научной новизны: предложено и обосновано участие в международных выставках.

Область возможного применения: практически в международную выставочную деятельность ООО «Алютех Воротные Системы».

Технико-экономическая, социальная значимость: участие в предложенных выставках укрепит имидж организации, откроет новые рынки продаж, а также позволит получить новые деловые контакты.

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 работа: 63 с., 7 мал., 11 табл., 53 крыніцы, 6 дадат.

МАРКЕТЫНГ, МІЖНАРОДНАЯ ВЫСТАВАЧНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, B2B-СЕКТАР, ІНАВАЦЫЙНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ, ВІРТУАЛЬНАЯ ВЫСТАУКА, МІЖНАРОДНАЯ ВЫСТАУКА ВІТІМАТ.

Мэта даследавання: шляхі павышэння выніковасці міжнароднай выставачнай дейнасці ТАА «Алютэх Варотныя Сістэмы».

Аб'ект даследавання: міжнародная выставачная дзейнасць.

Прадмет даследавання: арганізацыя міжнароднай выставачнай дзейнасці ТАА «Алютэх Варотныя Сістэмы».

Метады даследавання: аналіз, разлікова-аналітычны, АВС-аналіз, SWOT-аналіз.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў арганізацыі міжнароднай выставачнай дзейнасці вызначаны сутнасць, асноўныя віды, этапы падрыхтоўкі і ўдзелу, сучасныя тэхналогіі міжнароднай выставачнай дзейнасці, падыходы да ацэнкі вынікаў ўдзелу ў міжнароднай выставачнай дзейнасці, нарматыўна-прававыя дакументы, якія рэгулююць выставачную дзейнасць у Рэспубліцы Беларусь, праведзены аналіз арганізацыі маркетынгавай дзейнасці прадпрыемства, аналіз міжнароднай выставачнай дзейнасці ТАА «Алютэх варотную Сістэмы», ацэнка чаканага эканамічнага эфекту ад удзелу ў міжнароднай выставе Batimat і арганізацыя віртуальнай міжнароднай выставы у Online Expo.

Элементы навуковай навізны: прапанавана і абгрунтавана ўдзел у міжнародных выставах.

Вобласць магчымага прымянення: практычна ў міжнародную выставачную дзейнасць ТАА «Алютэх Варотныя Сістэмы».

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: удзел у прапанаваных выставах ўмацуе імідж арганізацыі, адкрые новыя рынкі продажаў, а таксама дасць магчымасць атрымаць новыя дзелавыя кантакты.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і 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

Thesis: 63 p., 7 pic., 11 tables, 53 sources, 6 adj.

MARKETING, INTERNSTIONAL EXHIBITION ACTIVITIES, B2B-SECTOR, INNOVATIVE TECHNOLOGIES, VIRTUAL EXHIBITION, QR-CODES.

The purpose of the study: ways to increase the impact of international exhibition activities in LLC Alutech Door Systems.

Object of study: international exhibition activities.

Subject of research: the organization of international exhibition activities of LCC «Alutech Door Systems».

Research methods: analysis, computational analysis, ABC analysis, SWOT analysis.

Research and development: on the basis of studying the theoretical issues of organizing international exhibition activities, the essence, main types, stages of preparation and participation, modern technologies of international exhibition activities, approaches to assessing the results of participation in international exhibition activities, legal documents regulating exhibition activities in the Republic Belarus, an analysis of the organization of the marketing activities of the enterprise, an analysis of the international exhibition activity LLC «Alutech Door Systems» assessment of the expected economic benefits from participation in the Batimat international exhibition and organization virtual international exhibition on Online Expo.

Elements of scientific novelty: proposed and justified participation in international exhibitions.

Area of possible application: practically in the international exhibition activities of LCC «Alutech Door Systems».

Technical, economic, social significance: participation in the proposed exhibitions will strengthen the image of the organization, open new sales markets, and also allow you to get new business contacts.

The author confirms that there are settlement the analytical material correctly and objectively reflects a condition of researched process, and all borrowed from literary and other sources the theoretical, methodological and methodical principles and concepts are accompanied by references to their authors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, И. Л. Маркетинг : [учебник для учреждений высшего образования по экономическим специальностям] / И. Л. Акулич. – 8-е изд., испр. и доп. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 543 с.
2. Ануфриев, В. Е. Источники формирования маркетинговой стратегии предприятия и его совершенствование / В. Е. Ануфриев // Финансы. – 2011. – № 1. – С. 39.
3. Багиев, Г.Л. Международный маркетинг / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков. – СПб : Питер, 2011. – 688 с.
4. Барсукова, И. В. Эффективность маркетинговой стратегии и его доходность / И. В. Барсукова // Финансы. – 2010. – № 2. – С. 41.
5. Белоусова, С. Н. Маркетинг : учебное пособие по специальностям экономики и управления / С.Н. Белоусова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 381 с.
6. Бердышев, С. Н. Организация выставочной деятельности : Учебное пособие / С. Н. Бердышев. 2-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 228 с.
7. Божук, С., Ковалик, Л., Маслова, Т., Розова, Н., Тоэр, Т. Маркетинг : учебник для вузов / С. Божук, Л. Ковалик. – СПб. : Питер, 2012. – 448 с.
8. Гражданский кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г.: одобрен Советом Респ. 19 нояб. 1998 г.: текст по состоянию на 2 авг. 2006 г. [Электронный ресурс] // Национальный правовой интернет портал Республики Беларусь. Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk9800218>. – Дата доступа: 21.01.2019.
9. Данные по функционалу «Маркетинг» / ООО «Алютех Воротные Системы» – Минск, 2019. – С. 14.
10. Диденко, Н. И. Международный маркетинг / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – М. : Юрайт, 2016. – 560 с.
11. Дробышева, Л. Экономика, маркетинг, менеджмент / Л. Дробышева. М. : Дашкова и К, 2016. – 150 с.
12. Дурович, А. П. Маркетинг : курс интенсивной подготовки : учеб. пособие / А.П. Дурович. – Минск : Современная школа, 2010. – 256 с.
13. Иган, Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений : учебник / Дж. Иган. – М. : Юнити-Дана, 2012. – 375 с.
14. Короткова, А. В., Синяева, И. М. Управление маркетингом: учебное пособие / А.В. Короткова М.: Юнити, 2010. – 259 с.
15. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. – Москва [и др.] : Вильямс, 2012. – 488 с.
16. Кравченко, О. Н. Проблемы продвижения услуг на рынке B2B / О.Н. Кравченко // Актуальные вопросы экономики и управления : материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Москва, апрель 2011 г.). Т. II. – М.: РИОР, 2011. – С. 24–27.

17. Маркетинг инноваций: закономерности, тенденции и перспективы использования на современных российских предприятиях [Текст] / Е. Н. Скляр ; М-во образования и науки Российской Федерации, Брянский гос. технический ун-т. – Брянск : Изд-во БГТУ, 2013. – 148 с.

18. Маркова В. Д. Маркетинг менеджмент / Маркова В. Д. – М. Омега-Л, 2013. – 204 с.

19. Международный маркетинг / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. – М. : Юрайт, 2016. – 362 с.

20. Моргунов, В. И. Международный маркетинг / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. – М. : Дашков и Ко, 2017. – 182 с.

21. Назаренко, Л. Ф. Выставка как инструмент маркетинга / Л. Ф. Назаренко // Реклама и PR. – 2011. – 120 с.

22. Налоговый кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 15 нояб. 2002 г.: одобр. Советом Респ. 2 дек. 2002 г.: текст по состоянию на 29 июня 2006 г. [Электронный ресурс] // Национальный правовой интернет портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk0200166>. – Дата доступа: 21.01.2019.

23. Новости группы компаний «Алютех» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://alutech-group.com/press/news/>. – Дата доступа: 18.04.2019.

24. Об упорядочении проведения выставок, симпозиумов и семинаров по медицинской тематике: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 6 апр. 1994 г., № 212 [Электронный ресурс] // Законодательство Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.newsby.org/belarus/postanovsm13/sovm554.htm>. – Дата доступа: 21.01.2019.

25. Об утверждении Инструкции о порядке исчисления и уплаты налога на доходы иностранных юридических лиц от реализации товаров на выставках, выставках-продажах, ярмарках: постановление Государственного налогового комитета Респ. Беларусь от 28 февр. 2000 г. № 7: с изм. и доп.: текст по состоянию на 24 янв. 2006 г. [Электронный ресурс] // Законодательство Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.newsby.org/belarus/postanov25/pst573.htm>. – Дата доступа: 21.01.2019.

26. Об утверждении Положения о порядке реализации ювелирных изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями на выставках, выставках-продажах, ярмарках: постановление Министерства торговли Респ. Беларусь, 18 янв. 2002 г., № 3 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic41/text025.htm>. – Дата доступа: 21.01.2019.

27. Об утверждении Положения о порядке частичного финансирования участия субъектов малого предпринимательства Республики Беларусь в выставочно-ярмарочных мероприятиях за счет средств республиканского бюджета: постановление Министерства предпринимательства и инвестиций Республики Беларусь, 5 июля 2001 г., № 5 [Электронный ресурс] – Режим

доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic42/text325.htm>. – Дата доступа: 21.01.2019.

28. Об утверждении Положения о таможенном режиме временного ввоза (вывоза) товаров и внесении изменений и дополнений в Инструкцию о порядке регистрации документов, отражающих операции таможенного оформления: постановление Государственного таможенного комитета Респ. Беларусь от 8 апр. 2002 г. № 22: с изм. и доп.: текст по состоянию на 22 дек. 2005 г. [Электронный ресурс] // База нормативных правовых актов Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.newsby.org/belarus/postanov22/pst841.htm>. – Дата доступа: 21.01.2019.

29. Общая информация о компании ООО «Алютех Воротные Системы» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://alutech-group.com/about/industrial/belarus/avs/>. – Дата доступа: 10.03.2019.

30. Общая информация о компании / ООО «Алютех Воротные Системы» – Минск, 2019. – С. 5.

31. Общая информация о продукте ООО «Алютех Воротные Системы» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://alutech-group.com/product/gate/>. – Дата доступа: 04.03.2019.

32. О взимании налогов на доходы от реализации товаров, ввезенных на территорию Республики Беларусь для демонстрации на выставках, выставках-продажах, ярмарках: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 14 марта 2003 г. № 331 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 2003. № 34. 5/12129.

33. О государственном регулировании внешнеторговой деятельности: Закон Респ. Беларусь, 25 ноября 2004 г., № 347-3 // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10400347>. – Дата доступа: 21.01.2019.

34. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учеб. Пособие для вузов / Л. Е. Стровский, Е. Д. Фролова, Д. Л. Стровский и др.; Под ред. Л. Е. Стровского. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 288 с.

35. Основные финансово-экономические показатели по ООО «Алютех Воротные Системы» за 2016 – 2018 г. / ООО «Алютех Воротные Системы» – Минск, 2019. – С. 17.

36. О сотрудничестве Республики Беларусь с международными организациями: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 30 окт. 2002 г., № 1504 [Электронный ресурс] // База нормативных правовых актов. – Режим доступа: <http://pravo.newsby.org/belarus/postanovsm9/sovm225.htm>. – Дата доступа: 21.01.2019.

37. О торгово-промышленной палате: Закон Респ. Беларусь от 16 июня 2003 г. № 208-3: с изм. и доп.: текст по состоянию на 29 июня 2006 г. [Электронный ресурс] // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10300208>. – Дата доступа: 21.01.2019.

38. Официальный сайт ООО «Алютех Воротные Системы» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://alutech-group.com/>. – Дата доступа: 27.02.2019.

39. Официальный розничный калькулятор ООО «Алютех Воротные Системы» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://alutech-group.com/client/price/calculator/>. – Дата доступа: 22.04.2019.

40. Положение о выставках инновационной продукции: Приказ Председателя Государственного комитета по науке и технологиям Респ. Беларусь, 03 февр. 1997 г., № 5 // Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2004 г. – № 8/10984.

41. Петелин, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000), специальностям «Коммерция» (351300) и «Реклама» (350400) / В. Г. Петелин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 447 с.

42. Положение об отделе маркетинга ООО «Алютех Воротные Системы» [Утв. 17.12.2017]. – Минск, 2019. – 17 с.

43. Положение о порядке организации выставок и ярмарок: утверждено постановлением Совета Министров Респ. Беларусь, 23 апреля 2012 г. № 384. // [Электронный ресурс] / Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21200384>. – Дата доступа: 21.01.2019.

44. Раздел сертификаты на продукцию ООО «Алютех Воротные Системы» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://alutech-group.com/product/gate/gargate/classic/certificate/>. – Дата доступа: 04.03.2019.

45. Синяева, И. М. Сфера PR в маркетинге [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, В. В. Синяев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 383 с. – ISBN 978-5-238-01179-0.

46. Структура управления ООО «Алютех Воротные Системы» на 2018 год [Утв. 27.12.2017]. – Минск, 2019. – С. 6.

47. Таможенный кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 17 декабря 1997 г.: одобрен Советом Респ. 20 дек. 1997 г.: текст по состоянию на 15 ноября 2004 г. [Электронный ресурс] / / Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. правовой интернет-портал Респ. Беларусь. Минск, 2019.

48. Финансово-экономические показатели за 2016-2018 г. / ООО «Алютех Воротные Системы» – Минск, 2019. – С. 25.

49. Шаповалов, В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие / В.А. Шаповалов. – Ростов н/Д : Феникс, 2011. – 345 с.

50. Шульц, Д., Барнс, Б. Стратегические бренд коммуникационные компании / Д. Шульц, Б. Барнс. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2013. – 512 с.

51. Шуляк, В. С. Геолокационный маркетинг как современный и эффективный инструмент интернет-маркетинга / В.С. Шуляк // Материалы XXI Международной научной конференции молодых ученых, Минск, 12–13 апр. 2018 г. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2018. – С. 86-87.

52. Batimat une exposition [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.batimat.com/espace-exposant/>. – Дата доступа: 01.05.2019.

53. OnlineExpo [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://online-expo.com/ru/proekt/eksponentam/>. – Дата доступа: 01.05.2019.