

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

Кафедра маркетинга

ЗДАНОВИЧ
Маргарита Андреевна

ВЫСТАВКИ, ЯРМАРКИ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ
ПРОДУКТА НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ

Дипломная работа

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

Допущена к защите

«__» _____ 2019 г.

Заведующая кафедрой маркетинга,

кандидат экономических наук, доцент Н.В. Черченко

Минск, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТА ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ	8
1.1 Стратегии продвижения продукции на внешних рынках.....	8
1.2 Ярмарки и выставки как инструмент продвижения продукта на внешние рынки.....	12
1.3 Нормативно-правовое регулирование и особенности международной выставочно-ярмарочной деятельности предприятия в работе выставок- ярмарок.....	20
1.4 Подходы к оценке результативности участия предприятия в выставках и ярмарках.....	27
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «МТЗ» ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ПРОДУКЦИИ НА РЫНКИ СБЫТА ПОСРЕДСТВОМ ЯРМАРОК И ВЫСТАВОК	30
2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия».....	30
2.2 Анализ сбытовой деятельности предприятия.....	40
2.3 Анализ и оценка результативности выставочной и ярмарочной деятельности предприятия.....	50
ГЛАВА 3 ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	55
3.1 Рекомендации по повышению эффективности выставочной деятельности в системе продвижения продукции на внешние рынки.....	55
3.2 Оценка экономической эффективности предложенных мероприятий.....	64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	67
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	69
ПРИЛОЖЕНИЕ А Бухгалтерский баланс ОАО «МТЗ» за 2018 г.....	73
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Отчет о прибылях и убытках ОАО «МТЗ» за 2018 г.....	76

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 76 с., 1 рис., 19 табл., 51 источник, 2 прил.

ВЫСТАВКИ, ЯРМАРКИ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ

Цель исследования: изучение роли международных ярмарок и выставок в продвижении товаров на внешний рынок, а также разработка предложений по совершенствованию выставочно-ярмарочной деятельности ОАО «Минский тракторный завод» на внешних рынках.

Объект исследования: международные ярмарки.

Предмет исследования: роль выставок и ярмарок в продвижении товарной продукции на внешний рынок.

Методы исследования: наблюдение, анализ, индукция, дедукция, аналитический метод, статистический метод, математический метод, сравнительный метод, методы структурно-логического анализа.

Исследования и разработки: на основе анализа международной выставочно-ярмарочной деятельности и эффективности от участия в выставках и ярмарках, были сформулированы предложения по повышению результативности выставочно-ярмарочной деятельности для ОАО «Минский тракторный завод».

Элементы научной новизны: разработаны предложения по повышению результативности участия в выставках и ярмарках.

Область возможного практического применения: является совершенствование ярмарочно-выставочной деятельности на ОАО «Минский Тракторный Завод».

Технико-экономическая, социальная значимость: обуславливается возможностью применения разработанных предложений на предприятиях машиностроительной отрасли.

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.

ESSAY

Thesis: 76 p., 1 pic., 19 tab., 51 sources, 2 attachments.

EXHIBITIONS, FAIRS AS TOOLS OF PRODUCT PROMOTION ON EXTERNAL MARKETS

The purpose of the research: to study the role of international fairs and exhibitions in promoting goods to the external market, as well as the development of proposals for improving the exhibition and fair activities of Minsk Tractor Works in foreign markets.

Object of study: international fairs.

Subject of research: the role of exhibitions and fairs in the promotion of marketable products on the foreign market.

Research methods: observation, analysis, induction, deduction, analytical method, statistical method, mathematical method, comparative method, methods of structural and logical analysis.

Research and development: based on the analysis of international exhibition and fair activities and the effectiveness of participation in exhibitions and fairs, proposals were made to improve the effectiveness of exhibition and fair activities for Minsk Tractor Works.

Elements of scientific novelty: proposals for increasing the effectiveness of participation in exhibitions and fairs have been developed.

The area of possible practical application: is the improvement of the fair and exhibition activities at the Minsk Tractor Plant.

Technical, economic, social significance: due to the possibility of applying the developed proposals at the enterprises of the engineering industry.

The author confirms that the calculation and 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.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 76 с., 1 мал., 19 табл., 51 крыніца, 2 прым.

ВЫСТАВЫ, КІРМАШЫ ЯК ІНСТРУМЕНТЫ ПРАСОЎВАННЯ ПРАДУКТУ НА ЗНЕСНІХ РЫНКАХ

Мэта даследавання: вывучэнне ролі міжнародных кірмашоў і выстаў у прасоўванні тавараў на знешні рынак, а таксама распрацоўка прапаноў па ўдасканаленні выставачна-кірмашовай дзейнасці ААТ «Менскі трактарны завод» на знешніх рынках.

Аб'ект даследавання: міжнародныя кірмашы.

Прадмет даследавання: роля выстаў і кірмашоў у прасоўванні таварнай прадукцыі на знешні рынак.

Метады даследавання: назіранне, аналіз, індукцыя, дэдукцыя, аналітычны метады, статыстычны метады, матэматычны метады, параўнальны метады, метады структурна-лагічнага аналізу.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове аналізу міжнароднай выставачна-кірмашовай дзейнасці і эфектыўнасці ад удзелу ў выставах і кірмашах, былі сфармуляваны прапановы па павышэнню выніковасці выставачна-кірмашовай дзейнасці для ААТ «Менскі трактарны завод».

Элементы навуковай навізны: распрацаваны прапановы па павышэнню выніковасці ўдзелу ў выставах і кірмашах.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: з'яўляецца ўдасканаленне кірмашовых-выставачнай дзейнасці на ААТ «Мінскі Трактарны Завод».

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: абумоўліваецца магчымай прымяненнем распрацаваных прапаноў на прадпрыемствах машынабудаўнічай галіны.

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

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, И. Л. Маркетинг / И. Л. Акулич, В. В. Тарелко. – Минск : учеб. пособие, 2014. – 444 с.
2. Акулич, М. А. Реализация структурного анализа в сбытовой политике предприятия / М. А. Акулич // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2014. – № 5. – С. 28-30.
3. Андреева, И. Н. Внешнеэкономическая деятельность : Учебное пособие / И. Н. Андреева. – Новосибирск: Новосиб. гос. техн. ун-т, 2011. – 102 с.
4. Ассель, Г. Маркетинг: принципы и стратегии / Г. Ассель. – М. : ИНФРА, 2014. – 324 с.
5. Белоусова, С. Н. Маркетинг / С. Н. Белоусова. – Ростов - на Дону : «Феникс», 2011. – 348 с.
6. Бердниченко, А. Н. Ярмарки в системе маркетинговых коммуникаций современного предприятия: Учебное пособие / А. Н. Бердниченко. – М. : ЮНИТ, 2011. – 345 с.
7. Бердышев, С. Н. Организация выставочной деятельности / С. Н. Бердышев. – М. : Изд-торг. корпорация «Дашков и К», 2009. – 31-33 с.
8. Беркутова, Т. А. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие Т. А. Беркутова. – Ростов - на Дону : Феникс, 2009. – 254с.
9. Бернет, Д. Маркетинговые коммуникации : интегрированный подход / Д. Бернет. – СПб : Питер, 2010. – 860 с.
10. Борисов, Б. Л. Технологии рекламы и PR : Учебн. пос. / Б. Л. Борисов. – М. : Фпаир пресс, 2010. – 624 с.
11. Валько, А. А. Особенности рекламы на внешнем рынке / А. А. Валько // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2014. – № 5. – С. 28-30.
12. Валько, М. А. Особенности международной рекламной деятельности на внешнем рынке / М. А. Валько // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2016. – №6. – 367 с.
13. Гусев, Э. Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом : Учебно-методическое пособие / Э. Б. Гусев, В. А. Прокудин, А. Г. Салащенко. – Изд-во : Кнорус, 2017. – 504 с.
14. Демидова, С. С. Методы распространения товаров и услуг на внешнем рынке : Учебное пособие / С. С. Демидова. – М. : ЮНИТИ, 2012. – 123 с.
15. Денисова, Л. М. Понятие, классификация и значение выставок и ярмарок : Учебное пособие / Л. М. Денисова. – М. : Бизнес, 2012. – 364 с.
16. Долинская, М. Г. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции / М. Г. Долинская. – М. : Издательство стандартов, 2015. – 980 с.

17. Дурович, А. П. Основы маркетинга : учеб.пос. / А. П. Дурович. – М. : Новое знание, 2014. – 512с.
18. Затонец, Н. Д. Презентация как инструмент взаимодействия с общественностью / Теория и практика менеджмента и маркетинга : Материалы VI междунар. науч.- практ. конференции. Минск, 30-31 мая 2005 г. / Под общей редакцией д.э.н., проф. И. Л. Акулича. – Минск : ООО «Мэджик Бук», 2015. – 100 с.
19. Зорин, Т. Н. Современные технологии выставочного маркетинга : Учебник / Т. Н. Зорин. – С. : КиТ, 2012. – 380 с.
20. Ибрагимов, А. Л. Маркетинг / А. Л. Ибрагимов. – Изд-во : Юнити-Дана, 2008. – 308 с.
21. Иванова, И. Н., Орлова Е.С. Маркетинг как инструмент повышения конкурентоспособности организации // Экономический журнал. – 2012. – Т. 16. – № 2. – С. 169-171.
22. Ковальков, Ю. А. Эффективные технологии маркетинга / Ю. А. Ковальков. – М. : Феникс, 2016. – 250 с.
23. Криворучко, Т. М. Торговые ярмарки и выставки : Учебник / Т. М. Криворучко. – М. : Аспект пресс, 2010. – 217 с.
24. Крие, А. Внутренняя торговля / А. Крие – М. : Прогресс, 2009. – 140 с.
25. Мотина М. П. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга : учебное пос. / М. П. Мотина. – Е. : ГОУ ВПО «УГТУ-УПИ», 2015. – 467 с.
26. Онищенко, Е. Д. Основы выставочно-ярмарочной деятельности : Учебник / Е. Д. Онищенко. – К. : КиТ, 2013. – 255 с.
27. Панкратов, Ф. Г. Рекламная деятельность / Ф. Г. Панкратов. – М. : Информационно-внедренческий центр “Маркетинг”, 2016. – 364 с.
28. Перог, О. С. Подготовка к работе ярмарки : Учебно-практическое пособие / О. С. Перог. – К. : Продажи, 2013. – 452 с.
29. Петренко, А. В. О состоянии нормативно-правовой базы выставочно-ярмарочной деятельности и путях ее совершенствования : Учебное пособие / А. В. Петренко. – К. : ЮНОСТЬ, 2012. – 306 с.
30. Протасеня, В. Г. Определение подходов к распределению и сбыту белорусской промышленной продукции на российском рынке // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2008. – №5. – С. 69-76.
31. Прохорчук, Е. Ю. Роль выставок и ярмарок в продвижении товара : Учебник / Е. Ю. Прохорчук. – В. : ЮНИТ, 2010. – 374 с.
32. Роденко, Д. А. Становление и развитие ярмарок и выставок : Учебное пособие / Д. А. Роденко. – М. : Продажи, 2012. – 207 с.
33. Стровский, Л. Е. Внешний рынок и предприятие: Учебное пособие / Л. Е. Стровский. – М. : Кит, 2013. – 254 с.

34. Стровский, Л. Е., Основы выставочно-ярмарочной деятельности / Л. Е. Стровский. – М. : Юнити, 2009 – 185 с.
35. Тарелко, В. В. Расчет экономической эффективности маркетинговой политики предприятия / В. В. Тарелко // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2016. – № 3. – С. 59-62.
36. Шарков, Ф. И. Выставочный коммуникационный менеджмент. Управление выставочными коммуникациями управления / Ф. И. Шарков. – М. Альфа-Пресс, 2009. – С. 46-47.
37. Устав ОАО «МТЗ» / ОАО «МТЗ» – Минск, 2018. – 21 с.
38. Бизнес-план ОАО «МТЗ» на 2018-2019 г.
39. Бухгалтерский баланс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/doc57505096_501609011?hash=4e167ecfc49352883e&dl=03c9174451de349926. – Дата доступа: 24.04.2019.
40. Выставочная деятельность в Республике Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mart.gov.by/sites/mart/home/activities/exhibition.html>. – Дата доступа: 03.04.2019.
41. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk9800218>. – Дата доступа: 11.04.2019.
42. Как оценить эффективность участия в выставках. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.expoeffect.ru/eksponentam/informacionnyie-materialyi-dlya-eksponentov/kak-oczenit-effektivnost-uchastiya-v-vyistavke.html>. – Дата доступа: 06.04.2019.
43. Ключина, Е. В. Выставочная деятельность общества «ХХ»: значение и особенности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-catalog.nlb.by/EdsRecord/edsbas,edsbas.592D7100>. – Дата доступа: 03.04.2019.
44. Конституция Республики Беларусь : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. И 17 окт. 2004 г. – Минск : нац. центр правовой информ. Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 16.04.2019.
45. Научная электронная библиотека БГУ : Выставочная коммуникация в маркетинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15002366>. – Дата доступа: 12.11.2018.
46. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 18.04.2019.
47. О некоторых вопросах выставочной и ярмарочной деятельности : [постановление](#) Совета Министров Респ. Беларусь, 23 апр. 2014 г., № 384 – Минск

нац. центр правовой информ. Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21200384. – Дата доступа: 15.04.2019.

48. Основные показатели эффективности организационной структуры [Электронный ресурс] / Учебные материалы для обучающихся по специальности Менеджмент – Режим доступа: <http://managementstudy.ru/osnovnye-pokazateli-effektivnosti-organizacionnoj-struktury.html#ixzz5QppvOIWz>. – Дата доступа: 24.04.2019.

49. Оценка экономической эффективности маркетинговых исследований [Электронный ресурс] / евразийский международный научно-аналитический журнал – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3479>. – Дата доступа: 26.04.2019.

50. План участия холдинга «МТЗ-ХОЛДИНГ» в выставках и ярмарках в 2019 году [Электронный ресурс] / Официальный сайт ОАО «МТЗ» – Режим доступа: <http://www.belarus-tractor.com/company/exhibition-activity/>. Дата доступа: 28.03.2019.

51. Экспофорум – значит «быть первыми вместе» // Пресс-информация. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.expoforum.by>. – Дата доступа: 24.04.2019.