

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»

Кафедра маркетинга

ГОРОДЕЦКИЙ
Артём Евгеньевич

**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СУБЪЕКТОВ
ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Магистерская диссертация
специальность 1-26 80 05 Маркетинг

Научный руководитель
Лесниченко-Роговская Мария Владимировна,
кандидат педагогических наук, доцент

Допущена к защите
« ____ » _____ 2021 г.
Зав. кафедрой _____
Черченко Наталья Владимировна,
кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2021

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГ В ИТ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель исследования: разработать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности Общества с дополнительной ответственностью «Центр информационных технологий «Биконсалт».

Объект исследования: субъекты хозяйствования Республики Беларусь

Предмет исследования: маркетинговая деятельность Общества с дополнительной ответственностью «Центр информационных технологий «Биконсалт».

Методы исследования: общенаучные методы, анализ конкурентоспособности, сравнительно-правовой анализ.

Исследования в разработке: изучены теоретико-методологические основы маркетинговой деятельности, ее правовая регламентация, понятие предпринимательства, определены основные конкуренты исследуемого субъекта хозяйствования, проанализирована конкурентоспособность организации. В результате были выявлены слабые и сильные стороны субъекта хозяйствования и предложены экономически обоснованные рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности.

Область применения: Общества с дополнительной ответственностью «Центр информационных технологий «Биконсалт» и субъекты хозяйствования из сферы ИТ услуг.

Экономическая и социальная значимость: предложенные мероприятия помогут повысить экономическую эффективность маркетинговой деятельности организации и повысить количество чистой прибыли компании. Построение эффективной маркетинговой деятельности субъектов хозяйствования поможет выстроить доверительные отношения с покупателями, повысить уровень удовлетворенности клиентов.

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 сопровождаются ссылками на их авторов.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА РАБОТЫ

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГ У ІТ, ПРАДПРЫМАЛЬНІЦТВА, РАЗВІЦЦЕ МАРКЕТЫНГАВАЙ ДЗЕЙНАСЦІ

Мэта даследавання: распрацаваць прапановы па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці Таварыства з дадатковай адказнасцю «Цэнтр інфармацыйных тэхналогій «Биконсалт».

Аб'ект даследавання: суб'екты гаспадарання Рэспублікі Беларусь

Прадмет даследавання: маркетынгавая дзейнасць Таварыства з дадатковай адказнасцю «Цэнтр інфармацыйных тэхналогій «Биконсалт».

Метады даследавання: агульнанавуковыя метады, аналіз канкурэнтаздольнасці, параўнальна-прававы аналіз.

Даследаванні ў распрацоўцы: вывучаны тэарэтыка-метадалагічныя асновы маркетынгавай дзейнасці, яе правая рэгламентацыя, паняцце прадпрымальніцтва, вызначаны асноўныя канкурэнты доследнага суб'екта гаспадарання, прааналізавана канкурэнтаздольнасць арганізацыі. У выніку былі выяўлены слабыя і моцныя бакі суб'екта гаспадарання і прапанаваны эканамічна абгрунтаваныя рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці.

Вобласць ужывання: Таварыства з дадатковай адказнасцю «Цэнтр інфармацыйных тэхналогій «Биконсалт» і суб'екты гаспадарання з сферы ІТ паслуг.

Эканамічная і сацыяльная значнасць: прапанаваныя мерапрыемствы дапамогуць павысіць эканамічную эфектыўнасць маркетынгавай дзейнасці арганізацыі і павысіць колькасць чыстага прыбытку кампаніі. Пабудова эфектыўнай маркетынгавай дзейнасці суб'ектаў гаспадарання дапаможа выбудаваць даверныя адносіны з пакупнікамі, павысіць узровень задаволенасці кліентаў.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследаваемага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

SUMMARY

MARKETING, MARKETING IN IT, ENTREPRENEURSHIP, MARKETING DEVELOPMENT

Purpose of the study: to develop proposals for improving the marketing activities of the Company with additional responsibility «Information Technology Center «Bikonsult».

Object of research: business entities of the Republic of Belarus.

Subject of research: marketing activities of the Company with additional responsibility «Information Technology Center «Bikonsult».

Research methods: general scientific methods, competitiveness analysis, comparative legal analysis.

Research in development: studied the theoretical and methodological foundations of marketing activities, its legal regulation, the concept of entrepreneurship, identified the main competitors of the investigated business entity, analyzed the competitiveness of the organization. As a result, the weak and strong sides of the business entity were identified and economically justified recommendations for improving marketing activities were proposed.

Scope: Company with additional responsibility «Information Technology Center «Biconsult» and legal entities from the field of IT services.

Economic and social significance: the proposed measures will help to increase the economic efficiency of the organization's marketing activities and increase the amount of the company's net profit. Building an effective marketing activity for business entities will help build trusting relationships with customers, and increase customer satisfaction.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literary and other sources are accompanied by links to their authors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аакер, Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер – Москва: Издательский Дом Гребенникова, 2012 – 433 с.
2. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – Минск: Вышэйшая школа, 2015. – 538 с.
3. Аутсорс вырос, «вайтишники» остыли, у половины своё жильё. ИТ-2019, часть 3 // [Электронный ресурс] Портал dev.by. – Режим доступа: <https://dev.by/news/it-v-belarusi-2019-3>. – Дата доступа: 07.06.2021.
4. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник / Г.Л. Багиев. – В.М. Тарасевич – СПб: Питер, 2012. – 560 с.
5. Беларуские рекламодатели рассказали, сколько тратят на интернет рекламу, какие факторы драйвят затраты и чего не хватает на digital-рынке // [Электронный ресурс] Портал marketing.by. – Режим доступа: <https://marketing.by/novosti-rynka/belaruskie-reklamodateli-rasskazali-skolko-tratyat-na-internet-reklamu-kakie-factory-drayvyat-zatrat/1>. – Дата доступа: 07.06.2021.
6. Беларусь в цифрах // [Электронный ресурс] Портал belstat.gov.by – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/372/372c458c7e0e0196257ac51b11a0cf73.pdf>. – Дата доступа: 07.06.2021.
7. Васильев, Г.А. Рекламный маркетинг / Г.А.Васильев, В.А.Поляков. – Москва : Вузовский учебник, 2014. —276 с.
8. Веб-сайт Abiatec [Электронный ресурс] // Веб-сайт Abiatec. – Режим доступа: <https://abiatec.by/> – Дата доступа: 02.04.2021.
9. Головачев, А.С. Конкурентоспособность организации: учеб. пособие / А. С. Головачев – Минск: Вышэйшая школа, 2012. – 319 с.
10. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: 9 янв. 1998 г., № 218-З : принят Палатой представителей 28 октября 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 ноября 1998 г. : в ред Закона Респ. Беларусь от 04.05.2019 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.
11. Затраты на медийную рекламу сократились на 10% IAB Belarus подвела итоги развития сегмента за 2020 год // [Электронный ресурс] Портал iab.by – Режим доступа: <https://iab.by/zatratyi-na-mediynuyu-reklamu-sokratilis-na-10-iab-belarus-podvela-itogi-razvitiya-segmenta-za-2020-go/?future=all>. – Дата доступа: 07.06.2021.

12. ИТ рынок Республики Беларусь // [Электронный ресурс] Портал aser.by. – Режим доступа: <https://aser.by/wp-content/uploads/2020/12/IT-rynok-Respubliki-Belarus-2.pdf>. – Дата доступа: 07.06.2021.
13. Как рассчитать окупаемость CRM // [Электронный ресурс] Портал pinall.ru. – Режим доступа: <https://pinall.ru/info/articles/okupaemost-crm/> – Дата доступа: 07.06.2021.
14. Карпеко, О.И. Управление рекламной деятельностью: учеб. пособие / О.И. Карпеко. – Минск: БГЭУ, 2014. –347 с.
15. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров.–3е изд., перераб. и доп. / А.В. Коротков. – М.: Юрайт, 2016. –595 с.
16. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2017. – 561 с.
17. Кузнецов, С.А. Большой толковый русский словарь русского языка / С.А. Кузнецов // Справочное издание. – СПб.: Норинт, 2000. — 1536 с.
18. Лю, Сяомэй. Малый и средний бизнес в условиях глобализации мировой экономики / Сяомэй Лю // Вестник ГГТУ им. П.О. Сухого: научно - практический журнал. – 2014. – № 2. – С.102-108.
19. Малый бизнес Москвы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mbm.mos.ru/informatsiia/tsifry/164439/>. – Дата доступа: 01.12.2020.
20. Об информации, информатизации и защите информации: Закон Респ. Беларусь, 10 ноября 2008 г., № 455-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
21. О коммерческой тайне: Закон Респ. Беларусь, 5 янв. 2013 г., № 16-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
22. О товарных знаках и знаках обслуживания: Закон Респ. Беларусь, 5 февраля 1993 г., № 2181-ХП // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
23. О ценообразования: Закон Респ. Беларусь, 10 мая 1999 г., № 255-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
24. Об изменении законов по вопросам рекламы: Закон Респ. Беларусь, 4 янв. 2021 г., № 82-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
25. О Белорусском фонде финансовой поддержки предпринимателей [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 18 марта 1998 г., № 136 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
26. О защите прав потребителей: Закон Респ. Беларусь, 9 января 2002

г., № 90-3 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.

27. О Парке высоких технологий [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 22 сент. 2005 г., № 12 : в ред. Декрета Президента Респ. Беларусь от 03.11.2014 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.

28. О поддержке малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-З : в ред. от 09 янв. 2018 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.

29. О развитии цифровой экономики [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 21 декабр. 2017 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.

30. О рекламе: Закон Респ. Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225–З // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.

31. Основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-excel/Oficial_statistika/Godovwe/MSP_osnpokaz_19g.xls. – Дата доступа: 20.01.2021.

32. Основы правового регулирования маркетинговой деятельности : учебное пособие / Т. Е. Наганова. – Минск : БГУИР, 2018. – 155 с.

33. Сидорчук, Р. Р. Предпринимательство и маркетинг [Электронный ресурс] // Портал cyberleninka.ru. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelstvo-i-marketing/viewer> – Дата доступа: 30.03.2021.

34. Увеличение конверсии сайта методами поисковой оптимизации [Электронный ресурс] // Портал iseo.ru. – Режим доступа: https://www.iseo.ru/press/blog/uvelichenie_konversii_sayta_metodami_poiskovoy_optimizatsii/ – Дата доступа: 30.03.2021.

35. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический менеджмент / Р.А. Фатхутдинов – Москва: Издательство «Дело», 2015. – 167 с.

36. Халиков, Г.В. Предпринимательский маркетинг: перспективные направления исследований [Электронный ресурс] // Портал cyberleninka.ru – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelskiy-marketing-perspektivnye-napravleniya-issledovaniy> – Дата Доступа 30.03.2021.

37. Центр экономических исследований ВЕРОС. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.beroc.by/upload/iblock/ce7/ce71fd5f39cf3c7cb4761f68e32ad2e8.pdf>. – Дата доступа: 01.12.2020.
38. Черченко Н. В., Мармашова С. П. Роль предпринимательства в жизни общества / Н. В. Черченко, С. П. Мармашова // Народная асвета – 2018. – № 10. – С. 15-17.
39. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. Шумпетер. – М. : Эксмо, 2007. – 864 с.
40. Эффект от внедрения CRM // [Электронный ресурс] Портал salesap.ru. – Режим доступа: <https://salesap.ru/blog/ekonomicheskij-effekt-ot-vnedreniya-crm/> – Дата доступа: 07.06.2021.
41. A construct for integrating emerging entrepreneurship and marketing perspectives [Электронный ресурс] Портал [tandfonline.com](https://www.tandfonline.com). – Режим доступа: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10696679.2002.11501922>. – Дата доступа: 07.06.2021.
42. Entrepreneurial marketing in small businesses: A conceptual exploration // [Электронный ресурс] Портал [researchgate.net](https://www.researchgate.net). – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/254108072_Entrepreneurial_marketing_in_small_businesses_A_conceptual_exploration. – Дата доступа: 07.06.2021.
43. Entrepreneurial social capital unplugged // [Электронный ресурс] Портал citeseerx.ist.psu.edu. – Режим доступа: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.998.7745&rep=rep1&type=pdf>. – Дата доступа: 07.06.2021.
44. Key Issues in Multichannel Customer Management: Current Knowledge and Future Directions // [Электронный ресурс] Портал [academia.edu](https://www.academia.edu). – Режим доступа: https://www.academia.edu/10759237/Key_Issues_in_Multichannel_Customer_Management_Current_Knowledge_and_Future_Directions. – Дата доступа 07.06.2021.
45. Revisiting the IMC construct: A revised definition and four pillars // [Электронный ресурс] Портал [tandfonline.com](https://www.tandfonline.com) – Режим доступа: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02650487.2008.11073043>. – Дата доступа: 07.06.2021.
46. Capitalism, Socialism and Democracy // [Электронный ресурс] Портал eet.pixel-online.org. – Режим доступа: <https://eet.pixel-online.org/files/etranslation/original/Schumpeter,%20Capitalism,%20Socialism%20and%20Democracy.pdf>. – Дата доступа: 07.06.2021
47. Social capital and entrepreneurship: An introduction // [Электронный ресурс] Портал journals.sagepub.com. – Режим доступа:

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0266242607076523>. – Дата доступа: 07.06.2021.

48. Strategic networking among small businesses in small US communities // [Электронный ресурс] Портал citeseerx.ist.psu.edu. – Режим доступа: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.955.9581&rep=rep1&type=pdf>. – Дата доступа: 07.06.2021.

49. The 2021 Capterra Shortlist: CRM Software // [Электронный ресурс] Портал capterra.com – Режим доступа: <https://www.capterra.com/customer-relationship-management-software#shortlist> – Дата доступа: 07.06.2021.

50. The Balanced Scorecard — measures that drive performance // [Электронный ресурс] Портал hbr.org. – Режим доступа: <https://hbr.org/1992/01/the-balanced-scorecard-measures-that-drive-performance-2> – Дата доступа: 07.06.2021.

51. The effects of entrepreneurial orientation, market orientation, and marketing subunit influence on firm performance // [Электронный ресурс] Портал researchgate.net. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/227304311_The_Effects_of_Entrepreneurial_Orientation_Market_Orientation_and_Marketing_Subunit_Influence_on_Firm_Performance. – Дата доступа: 07.06.2021.

52. The Evolution and Development of Entrepreneurial Marketing // [Электронный ресурс] Портал academia.edu – Режим доступа: https://www.academia.edu/2354899/The_Evolution_and_Development_of_Entrepreneurial_Marketing – Дата доступа: 07.06.2021.

53. The Evolution of Marketing in Small Firms // [Электронный ресурс] Портал cemi.com.au – Режим доступа: <https://cemi.com.au/sites/all/publications/Carson%201985%20The%20Evolution%20of%20Marketing%20in%20Small%20Firms.pdf> – Дата доступа: 07.06.2021

54. The Heart of Entrepreneurship // [Электронный ресурс] Портал hbr.org – Режим доступа: <https://hbr.org/1985/03/the-heart-of-entrepreneurship> – Дата доступа: 07.06.2021.

55. The ROI of Using the HubSpot CRM Platform // [Электронный ресурс] Портал hubspot.com – Режим доступа: <https://www.hubspot.com/roi> – Дата доступа: 07.06.2021.

56. Valuing Customers // [Электронный ресурс] Портал web.nchu.edu.tw Режим доступа: <http://web.nchu.edu.tw/~jodytsao/CRM/Valuing%20Customers.pdf>. – Дата доступа: 07.06.2021.