

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра инноватики и предпринимательской деятельности

КРИВЁНОК Екатерина Дмитриевна

**РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ДЛЯ
ОАО «ГЛУБОКСКИЙ МОЛОЧНОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ»**

Магистерская диссертация
специальность 1-26 80 04 «Менеджмент»

Научный руководитель
Карпенко Валерий Михайлович
к.т.н., доцент

Допущена к защите
«___» ____ 20__ г.
Зав. кафедрой _____
Байнёв Валерий Фёдорович
д.э.н., профессор

Минск, 2021

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Тема магистерской работы – «РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ДЛЯ ОАО «ГЛУБОКСКИЙ МОЛОЧНОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ».

Магистерская работа включает 79 с., 21 рис., 12 табл., 37 источника, 3 прил.

Ключевые слова: СИСТЕМА ЛОЯЛЬНОСТИ, ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ, СТИМУЛИРОВАНИЕ СПРОСА, ОАО «ГЛУБОКСКИЙ МОЛОЧНОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ», РЫНОК МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ, КОЭФФИЦИЕНТЫ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, АНАЛИЗ, КОБРЕНДИНГ, КОРПОРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ.

Объектом исследования является система лояльности ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат».

Предметом исследования выступает поиск путей совершенствования системы лояльности потребителей ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат».

Цель работы – разработать мероприятия по проектированию системы лояльности ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат».

При исследовании использовались методы: объяснение, интерпретация, измерение, обоснование, эконометрический анализ, дедукция, сравнение.

В процессе работы проведена оценка системы лояльности ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат», разработаны мероприятия по повышению эффективности системы лояльности.

В результате исследования было выявлено, что:

- разработка новой системы лояльности приведёт к росту числа приверженных потребителей к продукции ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат»;
- внедрение предложенных мероприятий является экономически эффективным и является возможным на ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат».

Область применения – предприятия среднего и крупного бизнеса.

Экономическая эффективность внедрения мероприятий в ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат» составит от 1 099,4 до 1 374,3 тыс. руб.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ

Тэма магістарскай працы – «РАСПРАЦОЎКА СІСТЭМЫ ЛАЯЛЬНАСЦІ СПАЖЫЎЦОЎ ДЛЯ ААТ «ГЛЫБОЦКІ МАЛОЧНАКАНСЕРВАВЫ КАМБІНАТ».

Магістарская праца ўключае 79 с., 21 мал., 12 табл., 37 крыніцы, 3 прым.

Ключавыя словы: СІСТЭМА ЛАЯЛЬНАСЦІ, ПРЫХІЛЬНАСЦЬ СПАЖЫЎЦА, СТЫМУЛЯВАННЕ ПОПЫТУ, ААТ «ГЛЫБОЦКІ МАЛОЧНАКАНСЕРВАВЫ КАМБІНАТ», РЫНАК МАЛОЧНАЙ ПРАДУКЦЫІ, КАЭФІЦЫЕНТЫ, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, АНАЛІЗ, КОБРЭНДІНГ, КАРПАРАТЫЎНАЯ АДКАЗНАСЦЬ, УДАСКАНАЛЕННЕ.

Аб'ектам даследавання з'яўляецца сістэма лаяльнасці ААТ «Глыбоцкі малочнакансервавы камбінат».

Прадметам даследавання выступае пошук шляхоў удасканалення сістэмы лаяльнасці спажывцоў ААТ «Глыбоцкі малочнакансервавы камбінат».

Мэта работы - распрацаваць мерапрыемствы па праектаванні сістэмы лаяльнасці ААТ «Глыбоцкі малочнакансервавы камбінат».

Пры даследаванні выкарыстоўваліся метады: тлумачэнне, інтэрпрэтацыя, вымярэнне, абгрунтаванне, эканаметрычны аналіз, дэдукцыя, параўнанне.

У працэсе працы праведзена ацэнка сістэмы лаяльнасці ААТ «Глыбоцкі малочнакансервавы камбінат», распрацаваны мерапрыемствы па павышэнню эфектыўнасці сістэмы лаяльнасці.

У выніку даследавання было выяўлена, што:

- распрацоўка новай сістэмы лаяльнасці прывядзе да росту колькасці прыхільных спажывцоў да прадукцыі ААТ «Глыбоцкі малочнакансервавы камбінат»;
- ўкараненне прапанаваных мерапрыемстваў з'яўляецца эканамічна эфектыўным і з'яўляецца магчымым на ААТ «Глыбоцкі малочнакансервавы камбінат».

Вобласць прымянення – прадпрыемствы сярэдняга і буйнога бізнесу.

Эканамічная эфектыўнасць ўкаранення мерапрыемстваў у ААТ «Глыбоцкі малочнакансервавы камбінат» складзе ад 1 099,4 да 1 374,3 тыс. руб.

GENERAL DESCRIPTION OF THE WORK

The theme of the master's work – «DEVELOPMENT OF A CONSUMER LOYALTY SYSTEM FOR OJSC «Gluboksky Milk Canning Plant».

The master's work includes 79 pp., 21 fig., 12 tables, 37 sources, 3 attachments.

Key words: LOYALTY SYSTEM, CONSUMER COMMITMENT, DEMAND STIMULATION, JSC «GLUBOKSKY DAIRY CANNING PLANT», DAIRY MARKET, RATES, TARGET AUDIENCE, ANALYSIS, COBRANDING.

The object of the research is the loyalty system of OJSC «Gluboksky Milk Canning Plant».

The subject of the research is the search for ways to improve the customer loyalty system of OJSC «Gluboksky Milk Canning Plant».

The purpose of the work is to develop measures for the design of a loyalty system for OJSC «Gluboksky Milk Canning Plant».

The research used the following methods: explanation, interpretation, measurement, justification, econometric analysis, deduction, comparison.

In the process of work, the assessment of the loyalty system of OJSC «Glubokoye Milk Canning Plant» was carried out, measures were developed to increase the efficiency of the loyalty system.

As a result of the study, it was revealed that:

- development of a new loyalty system will lead to an increase in the number of loyal consumers to the products of OJSC «Glubokoye Milk Canning Plant»;
- implementation of the proposed measures is cost-effective and is possible at OJSC «Glubokoye Milk Canning Plant».

Scope – the enterprises of medium and large business.

The economic efficiency of the implementation of measures in the OJSC «Glubokoye Milk Canning Plant» will be from 1 099,4 to 1 374,3 thousand rubles.