


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»**

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

 П. М. Корзик
« 18 » декабря 2018 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание степени магистра экономики

**Организационно-экономические основы повышения
эффективности реализации продукции предприятия**

Специальность 1 – 27 81 01 «Управление инновационными проектами
на производстве»

Магистрант


А.В. Пропольская

Руководитель
канд. техн. наук, доцент


Б.М. Астрахан

Нормоконтроль


18.12.2018
Н. Савко

Минск 2018

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Цель исследования заключается в разработке предложений и практических рекомендаций для формирования и применения стратегий повышения эффективности реализации продукции с целью повышения эффективности основной деятельности и конкурентоспособности компаний на рынках.

Объект исследования – деятельность белорусского перерабатывающего предприятия организации ОАО «Рогачевский МКК», основой деятельности которой является производство молочных продуктов.

Предмет исследования – процесс разработки и механизмы, используемые для построения стратегий повышения эффективности реализации продукции.

Методы исследования: диалектическое познание, системный подход, экономико-статистический, наблюдение, сравнительный анализ, экспертные оценки.

Исследования и разработки: изучены сущность, виды, этапы разработки стратегии повышения эффективности реализации продукции, проведен анализ состояния маркетинговой деятельности на предприятии, дана оценка его стратегической позиции на рынке и уровня конкурентоспособности, разработан механизм повышения эффективности реализации продукции и приведен расчет ожидаемого экономического эффекта от их реализации.

Элементы научной новизны: разработан алгоритм формирования стратегии повышения эффективности реализации продукции, обоснован проект мероприятий по повышению эффективности реализации продукции с расчетами экономической эффективности. Область возможного практического применения: порядок стратегий повышения эффективности реализации продукции перерабатывающего предприятия может быть использован в качестве практического руководства в ходе оперативного и стратегического планирования деятельности предприятия. Техничко-экономическая, социальная и (или) экологическая значимость: реализация предложенной стратегии повышения эффективности сбыта может укрепить занимаемые предприятием рыночные позиции и повысить эффективность хозяйственной деятельности предприятия.

Структура и объем магистерской диссертации: магистерская диссертация написана на 145 страницах и состоит из 3 разделов. В работе 22 рисунка, 39 таблиц, в списке литературы 73 наименований, 5 приложения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Алехин, А.М. Основы управления качеством продукции /А.М. Алехин. - М.: «ИНФРА-М», 2014. – 246 с.
- 2 Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие для вузов / под ред. Л. Л. Ермолович. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Мн: Современная школа, 2014. – 246 с.
- 3 Багиев, Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич. Х.Анн; Под общ. ред. Г.Л. Багиева. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2013. – 718 с.
- 4 Беларусь в цифрах. Статистический справочник. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2016. – 103 с.
- 5 Концепция: Ценность итерационного подхода [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://dit.isuct.ru/Publish_RUP/core.base_rup/guidances/concepts/demonstrate_value_iteratively_4F430ECE.html
- 6 Бронников М. Функционирование маркетинговых информационных систем/М.Броннико // Маркетинг. – 2014. – №4(53) – С.33–35.
- 7 Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: учебник / Л.С. Барютин [и др.]; под ред. А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. - М.: Экономика, 2004. - 518 с.
- 8 Варакута, С.А. Управление качеством продукции: учеб.пособие / С.А. Варакута. - М.: Дело, 2011 – 324 с.
- 9 Виссема, Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания / Пер. с англ. – М.: Издательство «Финпресс», 2014. – 272 с.
- 10 Внешняя торговля Республики Беларусь: Статистический сборник. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2016. – 320 с.
- 11 Волонцевич, Е.Ф. Конкурентоспособность фирм: курс лекций / Е.Ф. Волонцевич – Минск: БГЭУ, - 2013. – 99 с.
- 12 Воронов, А., Рубанов, С. Устойчивое развитие предприятия как стратегическая цель маркетинга // Маркетинг. – 2012. – №3(64). – С.31–37.
- 13 Воронов, Д.С. Конкурентоспособность предприятия: оценка, анализ, пути повышения. [Электрон. ресурс] - Режим доступа: <http://vds1234.narod.ru/?22.html> – Дата доступа: 25.03.2017.
- 14 Гличев, А. В. Управление качеством продукции / А.В.Гличев, М.И.Круглов. - М.: «Экономика», 2011. - 674 с.
- 15 Голиков, Е.А. Маркетинг и логистика / Е.А. Голиков. – М.: «Дашков», 2014. – 412 с.
- 16 Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П.Голубков. – М.: Финпресс, 2014. – 464 с.

- 17 Голубкова, Е.Н. Маркетинговые коммуникации / Е.Н. Голубкова. – М.: Финпресс, 2014. – 256 с.
- 18 Гольцов, А. Использование стратегического маркетинга в российской экономике переходного периода / А. Гольцев, Ф. Новиков // Маркетинг. – 2016. – №4. – С. 31–42.
- 19 Гончарова, Н.П. Маркетинг инновационного процесса: Учебное пособие / Н.П.Гончарова, П.Г.Перерва и др. - Киев: ИНФО, 2013. - 267 с.
- 20 Горбашко, Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности: Учебное пособие / Е.А.Горбашко - СПб.: ГУЭФ, 2014. - 207 с.
- 21 Данько, Т.П. Управление маркетингом / Т.П.Данько. – М.: Инфра-М, 2007. – 280 с.
- 22 Джордж, Д. Стратегический маркетинг/ Ж.Джордж.– М.: Эксмо-пресс, 2012. – 640 с.
- 23 Дибб, С. Практическое руководство по маркетинговому планированию / С. Дибб, Л. Симкин, Дж. Брэдли. – СПб.: Питер, 2013. – 256 с.
- 24 Дойль, П. Маркетинг, ориентированный на стоимость / П.Дойль. – СПб.: Питер, 2013. –480 с.
- 25 Дойль, П. Менеджмент стратегия и тактика / П.Дойль. – СПб.: Питер, 2013. – 560 с.
- 26 Дэй, Д. Стратегический маркетинг / Д. Дэй. – М.: Изд-во Эксмо-Пресс, 2002. – 640 с.
- 27 Захаров, А.Н., Зокин А.А. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизм увеличения // Бизнес и банки 2014. - № 2. - С. 1-5.
- 28 Информационные технологии в маркетинге: Учебник / Под ред. Титоренко Г.А. – М.: «Юнити-Дана». 2014. – 335 с.
- 29 Этапы жизненного цикла продукта [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/marketing/zhiznennyu-cikl-tovara.html>
- 30 Кизилов, В.А. Управление торговым предприятием. – М.: Знание, 2011. – 64 с.
- 31 Кинг, У. Стратегическое планирование и хозяйственная политика / У.Кинг, Д.Клиланд / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 2012. –399 с.
- 32 Костина, Т.А. Конкурентоспособность предприятия: методологический аспект развития: автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.01 / Т.А. Костина; БГУ – Минск, 2004. – 21 с.
- 33 Котлер, Ф. Управление маркетингом: Сокр. пер. с англ. / Ф.Котлер – М.: Экономика, 2010. – 824 с.
- 34 Что такое тизер-сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/books-radar/121179-chto-takoe-tizer>.
- 35 Кудадюв, В.И. Маркетинг товаров и услуг: Обзорная информация / В.И.Кудадюв. – М.: Финпресс, 2011. – 40 с.

- 36 Лифиц, И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И.М.Лифиц. - М.: Юрайт-М, 2011. - 224 с.
- 37 Мак-Дональд, М. Стратегическое планирование. М. Мак-Дональд. – СПб. Питер, 2014. – 320 с.
- 38 Малыхин, С.В. Организационные аспекты маркетинга торговой деятельности: Обзорная информация / С.В.Малыхин, В.В.Никишкин. – М.: Информторг, 2010. – 51 с.
- 39 Мамедов, Ш.Ш. Конкурентоспособность товаров: Учебное пособие / Ш.Ш.Мамедов. - М.: «Дашков и К», 2014. - 293 с.
- 40 Research and development expenditure (% of GDP) [Electronic resource] / United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) Institute for Statistics. – 2018. – Mode of access: <http://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS.htm>. – Date of access: 02.10.2018
- 41 Мескон, М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф Хедоури. – М.: Дело, 2012. – 702 с.
- 42 Минцберг, Г. Школы стратегий / Г.Минцберг, Б. Альстренд, ДЛэмпел. – СПб.: Питер, 2013. – 336 с.
- 43 Молочная отрасль в 2015 году [Электронный ресурс] / Аналитический портал. — Минск, 2017. — Режим доступа: https://www.uniter.by/upload/Dairy_industry.pdf. — Дата доступа: 16.05.2017.
- 44 The Global Innovation Index 2017 [Electronic resource].— Mode of access: <https://www.globalinnovationindex.org/>.—Date of access: 02.11.2018.
- 45 Национальный Интернет-портал Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 16.04.2017.
- 46 Ноздрева, Р.Б. Маркетинг: как побеждать на рынке / Р.Б. Ноздрева, Л.И. Цыгичко. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 303 с.
- 47 Пинигин, В.В. Важнейшие направления повышения конкурентоспособности белорусской экономики / В.В. Пинигин // Белорусская экономика: анализ, прогноз, регулирование. - 2014.- № 7.- С. 68-79.
- 48 Портер, М. Конкуренция: пер. с англ.: уч. пос. / М. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2015. – 608 с.
- 49 Праневич, А.А. Понятие и оценка конкурентоспособности системы / А.А. Праневич // Веснік БДЭУ. - 2014.- № 1.- С. 17-19.
- 50 Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 07.10.2018.
- 51 Розова, Н.К. Менеджмент качества / Н.К. Розова. – СПб.: «Вектор», 2015. – 192 с.

- 52 Рублевская, Ю.В. Стратегия развития отраслевых интернет ресурсов / Ю.В. Рублевская, Р.В. Рублевский, Е.В. Попов // Маркетинг. – 2012. – №2(28). – С. 23–40.
- 53 Савельева, Н.А. Управление конкурентоспособностью фирмы: учебник / Н.А. Савельева. – Ростов н/Д.: Феникс, 2014. – 382 с.
- 54 Савельева, Н.А. Формирование конкурентоспособности на мезоуровне: монография / Н.А. Савельева; Под ред. проф. В.С. Золотарева /РГЭУ «РИНХ». – Ростов-н/Д, 2014. – 124 с.
- 55 Савицкая Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности: Краткий курс / Г.В. Савицкая. – 4-е изд., испр. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 564 с.
- 56 Соловьев, Б. Основы маркетинговой деятельности предприятия / Б.А. Соловьев // Социалистический труд. – 2014. – № 1. – С.28–35.
- 57 Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент / И.Т. Балабанов. – СПб.: Питер, 2011. – 304 с.
- 58 Войтов, И.А. Об инновационном развитии Республики Беларусь / И.А. Войтов // Проблемы управления. – 2010. – №2. – С. 59-64.
- 59 Делия, В.П. Инновационное мышление в XXI веке : монография / В.П. Делия. – Балашиха: ДеПо, 2011 . – 228 с.
- 60 Ильдеменов, С.В. Инновационный менеджмент / С.В. Ильдеменов, А.С. Ильдеменов, В.П. Воробьев. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 252 с.
- 61 Инновационный менеджмент. 3-е изд., перераб. и доп. Учебник. Гриф МО РФ. Гриф УМЦ «Профессиональный учебник» / Под ред. С.Д. Ильенковой. — М.: ЮНИТИ, 2008. — 335 с.
- 62 Капица, С.П. Синергетика и прогнозы будущего / С.П. Капица, С.П. Курдюмов, Г.Г. Малинецкий. – М.: Наука, 1997. – 312 с.
- 63 Медынский, В.Г. Инновационный менеджмент: учебник / В.Г. Медынский. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 295 с.
- 64 Моборн, Р. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / Рене Моборн, В.Ким Чан. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016 . – 304 с.
- 65 Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: учебник / Л.С. Барютин [и др.]; под ред. А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. - М.: Экономика, 2004. - 518 с.
- 66 Организация и финансирование инновационной деятельности. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 264 с..
- 67 Сильванович, С. Ф. Методы поиска новых идей и решений / С.Ф. Сильванович // Современные технологии управления персоналом. – 2003. – № 3. – С. 37-43.

- 68 Стрелкова, Л. В. Экономика и организация инноваций. Теория и практика / Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева. - М.: Юнити-Дана, 2013. – 236 с.
- 69 Усольцев, А. П. О понятии инновационного мышления / А. П. Усольцев, Т. Н. Шамало // Педагогическое образование в России. – 2014. – № 1. – С. 94–98.
- 70 Усольцев, А.П. Модель системы естественнонаучной и технологической подготовки молодежи к инновационной деятельности // Подготовка молодежи к инновационной деятельности в процессе обучения физике, математике, информатике : сб. науч. трудов / под общ. ред. Т.Н. Шамало . – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2013, - С. 78-89.
- 71 Устинович, И.В. Управление освоение новой продукции в контексте инновационного развития промышленных предприятий : дис. ... к-та экон. наук: 08.00.05 / И.В.Устинович – Минск, 2018. – 200 л.
- 72 Cunningham P. The Identification of «Best Practice» – 2003. Covering period: October 2002 – September 2003. – European Trend Chart on Innovation, European Commission Enterprise Directorate – General, 2003. – P. 280.
- 73 Drucker, P. F. Innovation and entrepreneurship/ P. F. Drucker. – New York.: Harper & Row, Publishers, 1985. – 278 p.
- 74 Freeman, C. The economics of industrial innovations / C. Freeman, L. Soete. – Cambridge, MIT Press, 1999. – P.273.