


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
“ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ”

Кафедра маркетинга и  
международного менеджмента

Допущена к защите  
Заведующий кафедрой  
 Е.А.Гречишкина  
09.06.2022г.

**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА**

на тему:

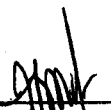
“Оценка и направления совершенствования маркетинговой деятельности  
предприятия с учетом современных тенденций развития рынка (на материалах  
ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов”)”

Студент  
1-26 02 03 “Маркетинг”,  
4 курс, 18МПШ-1

  
(подпись)

Юлия Геннадьевна Аржиловская  
07.06.2022

Научный руководитель  
Профессор, д.с.н.

  
(подпись)

Эдуард Юлианович Смешек  
07.06.2022

ПИНСК 2022

34  
09.06.2022

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 76 страниц, 5 рисунков, 22 таблиц, 41 источник.

**МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.**

Объектом исследования является маркетинговая деятельность предприятия ОАО «Пинский комбинат хлебопродуктов».

Предметом исследования является процесс осуществления маркетинговой деятельности на предприятии.

Цель работы – провести оценку и предложить направления совершенствования маркетинговой деятельности предприятия ОАО «Пинский комбинат хлебопродуктов» с учетом современных тенденций развития рынка.

При выполнении работы использованы методы: системный анализ, применение абсолютных и относительных величин, анализ и синтез, метод сегментации рынка, метод опроса менеджеров фирмы, графические приёмы.

В процессе работы проведены следующие исследования и разработки: изучены теоретические основы формирования маркетинговой деятельности, проведен анализ деятельности предприятия ОАО «Пинский комбинат хлебопродуктов», предложены мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности и рассчитана экономическая эффективность данных мероприятий.

Практическая значимость исследования заключается в том, что предложенные в работе направления целесообразно использовать при организации и реализации маркетинговой деятельности хлебопродуктовых предприятий.

В ходе выполнения дипломной работы прошли апробацию такие предложения как: внедрение передового опыта в использовании комбикормовых систем, позволяющих сократить производственные расходы и потери, а также использование международной системы менеджмента качества на предприятии.

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.



## ABSTRACT

GRADUATE WORK: 76 PAGES, 5 FIGURES, 22 TABLES, 41 SOURCES.

MARKETING, MARKETING ACTIVITIES, IMPLEMENTATION OF MARKETING ACTIVITIES AT THE ENTERPRISE, EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF MARKETING ACTIVITIES.

The object of the research is the marketing activity of the enterprise JSC “Pinsky Combine of bread products”.

The subject of the study is the process of marketing activities at the enterprise.

The purpose of the work is to evaluate and propose ways to improve the marketing activities of the enterprise of JSC “Pinsky Combine of Bread Products”, taking into account current trends in market development.

When performing the work, the following methods were used: system analysis, the use of absolute and relative values, analysis and synthesis, the method of market segmentation, the method of interviewing company managers, graphic techniques.

In the course of the work, the following research and development was carried out: the theoretical foundations of the formation of marketing activities were studied, the analysis of the activities of the enterprise of JSC “Pinsky Combine of Bread Products” was carried out, measures to improve marketing activities were proposed and the economic efficiency of these measures was calculated.

The practical significance of the research lies in the fact that it is advisable to use the directions proposed in the work when organizing and implementing marketing activities of bread-producing enterprises.

During the completion of the thesis, such proposals were tested as: the introduction of best practices in the use of feed systems that reduce production costs and losses, as well as the use of an international quality management system at the enterprise.

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

---



## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ .....	7
1.1 Понятие и сущность маркетинговой деятельности предприятия.....	7
1.2 Реализация маркетинговой деятельности на предприятии .....	11
1.3 Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия .....	16
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО “ПИНСКИЙ КОМБИНАТ ХЛЕБОПРОДУКТОВ” .....	26
2.1 Организационно-управленческая характеристика ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов” .....	26
2.2 Анализ финансово-экономических показателей деятельности предприятия .....	32
2.3 Анализ маркетинговой деятельности ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов” .....	37
2.4 Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов” .....	44
ГЛАВА 3 ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО “ПИНСКИЙ КОМБИНАТ ХЛЕБОПРОДУКТОВ” ....	54
3.1 Предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов” .....	54
3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий.....	63
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	69
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	72
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	76

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Маркетинговая деятельность предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovaya-deyatelnost-predpriyatiya>. – Дата доступа: 27.04.2022.
2. Виханский, О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва: МГУ, 2015. – 395 с.
3. Маркетинговая деятельность»: цель, виды, подходы к определению понятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovaya-deyatelnost-tsel-vidy-podhody-kopredeleniyu-ponyatiya>. – Дата доступа: 27.04.2022.
4. Багиев, Г. Л. Маркетинг: учебник для ВУЗов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – 3-е изд., перераб. и доп. – СПб: Питер, 2014. – 736 с.
5. Дорошев, В. И. Введение в теорию маркетинга: учебное пособие / В. И. Дорошев. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 285 с.
6. Войтоловский, Н. В. Комплексный экономический анализ коммерческих организаций / Н. В. Войтоловский, А. П. Калинина. – СПб: ГУЭФ, 2015. – 264 с.
7. Арефьева, Т. С. Открытые образовательные ресурсы: международный опыт и ситуация в России // Экономика, статистика и информатика: Вестник УМО. 2014. № 2. – с. 3-8.
8. Маркетинговая деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketopedia.ru/64-marketingovaya-deyatelnost.html> – Дата доступа: 27.04.2022.
9. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф; науч. ред. и авт. вступл. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 2014. – 519 с.
10. Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность: учебник / С. Н. Виноградова, О. В. Пигунова. – Мн.: Высш. шк., 2015. – 352 с.
11. Клейнер, Г. Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность / Г. Б. Клейнер, В. Л. Тамбовцев, Р. М. Качалов. – М.: Экономика, 2017. – 280 с.
12. Благоев, В. Маркетинг в определениях и примерах / В. Благоев; пер. науч. ред. и автор предисл. А. М. Немчин. – СПб: Два-Три, 2013. – 377 с.
13. Роль маркетинга в развитии предприятия / Маркетинг и проблемы развития предприятия: сб. науч. ст.; редкол.: А. М. Немчин [и др.] – СПб: СПбГИЭА, 2018. – 169 с.

14. Дурович, А. П. Основы маркетинга: учебное пособие / А. П. Дурович. – М.: Новое знание, 2014. – 512 с.
15. Самаева Е.В., Эрдниева Э.В., Сюкиев Д.Н., Каруев Б.Н., Самаева А.Д. Совершенствование и оценка эффективности маркетинговой деятельности на предприятии // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 12-2. – С. 386-391;
16. Сущность и виды оценки маркетинговой деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://spravochnick.ru/marketing/marketingovaya\\_deyatelnost/ocenka\\_marketingovoy\\_deyatelnosti](https://spravochnick.ru/marketing/marketingovaya_deyatelnost/ocenka_marketingovoy_deyatelnosti). – Дата доступа: 27.04.2022.
17. SWOT-анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.calltouch.ru/glossary/swot-analiz>. – Дата доступа: 27.04.2022.
18. PEST-анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/pest-analiz>. – Дата доступа: 27.04.2022.
19. ABC-анализ в маркетинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://powerbranding.ru/biznes-analiz/abc-method>. – Дата доступа: 27.04.2022.
20. XYZ-анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/cto-takoe-xyz-analiz-i-kak-ego-primenyat-v-biznese>. – Дата доступа: 27.04.2022.
21. Метрики ROI, ROMI, ROAS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/marketing/roi-romi-roas-prostye-formuly-s-kotorymi-mozhno-otsenit-otdachu-ot-vlozheniy-v-marketing/> – Дата доступа: 27.04.2022.
22. Эффективность рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.insales.ru/blogs/university/roi> – Дата доступа: 27.04.2022.
23. Гражданский кодекс Республики Беларусь, 07.12.1998 г. // Консультант Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] / ЮрСпектр, Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
24. Налоговый кодекс Респ. Беларусь (общая часть), 19.12.2002, № 166-3 // Консультант Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] / ЮрСпектр, Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
25. О государственных закупках в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 13.07.2012 г. № 419-3 (в ред. от 17.07.2018 г. № 136-3) // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
26. Конституция Республики Беларусь 1994 г. (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004г.). - Минск: Амалфея, 2005. - 48 с.

27. Бариленко В.И. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / В. И. Бариленко. – М.: Юрайт, 2015. – 455 с.
28. Анализ бухгалтерского баланса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.business.ru/article/2400-analiz-buhgalterskogo-balansa>. – Дата доступа: 27.04.2022.
29. Стратегический анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.calltouch.ru/chto-takoe-strategicheskoe-planirovanie-i-kak-ee-razrabotat-dlya-svoego-biznesa/> – Дата доступа: 27.04.2022.
30. Современный анализ макро- и микроокружения предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docplayer.com/50594138-Uchebnoe-posobie-sovremennyy-analiz-makro-i-mikrookruzeniya-predpriyatiya.html> – Дата доступа: 27.04.2022.
31. Сулимова Е.А., Степанова А.И. Внутренняя среда, как основа стратегического анализа // Инновации и инвестиции. 2020. №1. – С. 129-133.
32. Технологический процесс производства комбикорма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studbooks.net/1423583/tovarovedenie/tehnologicheskiy\\_protseess\\_proizvodstva\\_kombikorma](https://studbooks.net/1423583/tovarovedenie/tehnologicheskiy_protseess_proizvodstva_kombikorma) – Дата доступа: 27.04.2022.
33. Технология производства белково-витаминных минеральных кормовых добавок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://soyanews.info/news/Tekhnologiya-proizvodstva-belkovo-vitaminnykh-mine.html> – Дата доступа: 27.04.2022.
34. Система “Кавикорм” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cavikorm.ru/> – Дата доступа: 27.04.2022.
35. О сертификации продукции, работ и услуг: Закон Республики Беларусь от 05.09.1995 г. № 3849-ХІІ (в ред. от 05.01.2004 г. № 269-3) // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО “ЮрСпект”, Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
36. Система менеджмента качества: теория и методология : монография / А.А. Попов, Е.А. Попов, М.В. Колмыкова, С.П. Спиридонов ; под науч. ред. д-ра экон. наук, д-ра техн. наук, профессора Б.И. Герасимова. – Тамбов : Изд-во ГОУ ВПО ТГТУ, 2015. – 120 с.
37. Система менеджмента качества. Разработка и внедрение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iksystems.ru/a356/> – Дата доступа: 27.04.2022.
38. Сертификация систем менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bpk.by/story/sertifikaciya-sistem-menedzhmenta> – Дата доступа: 27.04.2022.

39. Система менеджмента качества на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://upr.ru/article/sistema-menedzhmenta-kachestva-smk-na-predpriyatii/> – Дата доступа: 27.04.2022.

40. Разработка СМК по ISO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bpk.by/razrabotka-smk-po-iso-9000-pod-klyuch-ot-15-millionov-belorusskih-rublej> – Дата доступа: 27.04.2022.

41. Внедрение СМК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iksystems.ru/a508/> – Дата доступа: 27.04.2022.