

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетинга
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 075 маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою
маркетинг
(назва освітньої програми)

на тему: Напрямки вдосконалення маркетингу логістичних послуг
компанії «ГРІН-ТІМ» у сучасних умовах
(назва теми)

Виконавець:

студент ЦВЗФН факультету

Недєва Ольга Іванівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

доц. к.е.н.

(науковий ступінь, вчене звання)

Сотніков Юрій Миколайович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сфера послуг є імпортною частиною функціонуючої та зростаючої економіки. Вона, на відміну від обробної та виробничої, не покладається на продаж матеріальних благ і продукції для отримання прибутку. І маркетинг є невід’ємним інструментом її існування.

Маркетинг у сфері послуг – це інструмент, який використовується для створення та підтримки попиту, релевантності, репутації, конкуренції тощо. Зростання та тривалість життя бізнесу позитивно корелює з його репутацією. Отже, справедливо сказати, що репутація визначає капітал вашого бренду. Більшість маркетингових заходів спрямовані на формування бренду компанії.

Маркетологи використовують ефективні стратегії комунікації, брендингу та PR аби забезпечити збереження репутації бізнесу. Логістика і маркетинг йдуть рука об руку. Як і більшість компаній, постачальники логістичних послуг повинні знати способи залучення нових клієнтів і чіткий маркетинговий план є найкращим способом для досягнення цього.

Мета дослідження. Метою моєї дипломної роботи є аналіз основних показників діяльності ТОВ «ГРІН-ТІМ», специфіки маркетингу логістичних послуг, а також розробка рекомендацій по удосконаленню маркетингових заходів, які використовує підприємство.

Завдання дослідження. Поставлена мета визначає головні задачі, що підлягають вирішенню в даній роботі:

- аналіз маркетингової діяльності у сфері послуг, зокрема логістичних;
- аналіз діяльності ТОВ «ГРІН-ТІМ»;
- оцінка рівня використання компанією комплексу маркетингу;
- рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності ТОВ «ГРІН-ТІМ»;

Предметом дослідження є теоретичні і практичні основи формування маркетингу послуг і їх вплив на діяльність ТОВ «ГРІН-ТІМ».

Методи дослідження. В роботі використані аналітичні та розрахункові

методи дослідження, методи порівняння і прогнозування.

Інформаційна база дослідження. Теоретичною та інформаційною основою дослідження кваліфікаційної роботи є офіційна звітність компанії, документи, сайти компанії, її публічна інформація, наукові статті та Інтернет ресурси.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел та додатків.

Загальний обсяг роботи становить 72 сторінок. Основний зміст викладено на 63 сторінках. Робота містить 19 таблиць, 5 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні аспекти маркетингової діяльності на ринку послуг»* розглянуто сутність маркетингової діяльності на ринку послуг і собливості маркетингової діяльності на ринку транспортних послуг.

У другому розділі *«Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «ГРІН-ТІМ»»* проаналізовано загальну характеристику ТОВ «ГРІН-ТІМ», мікро- та макро- маркетингову середу підприємства, сучасний стан комплексу маркетингу на підприємства.

У третьому розділі *«Рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності ТОВ «ГРІН-ТІМ» в сучасних умовах»* запропоновано шляхи підвищення маркетингової діяльності на підприємстві.

ВИСНОВКИ

У даній роботі мною було проаналізовано діяльність логістичної компанії «ГРІН-ТІМ» .

«ГРІН-ТІМ» - це українська транспортно-логістична компанія, що швидко розвивається, надає повний спектр послуг з дбайливої, але оперативної доставки вантажу в будь-яку точку світу.

Найпопулярнішим методом доставки вантажу серед клієнтів компанії «ГРІН-ТІМ» є морський транспорт, який займає 92,5% обсягу всіх перевезень.

Такий процент можна пояснити тим, що даний вид є найдешевшим і підходить для перевезення габаритних вантажів. Наступний за популярністю є авіа транспорт, який займає 5% , і останню позицію займає залізничний транспорт – 2,5%, який є найменш вживаним серед клієнтів компанії через часті затримки.

Провевши аналіз внутрішньої фінансової звітності підприємства можна зробити висновок, що у ТОВ «ГРІН-ТІМ», наявні істотні резерви збільшення чистого прибутку. На це вказує хоча б той факт, що дохід від реалізації продукції компанії у 2021 році порівняно із попереднім роком зріс на 30,6%, тоді як чистий прибуток підприємства збільшився на 37,7%.

За останні два роки, рентабельність продажів ТОВ «ГРІН-ТІМ» в середньому становить близько 14%, що є середнім показником рентабельності і вказує на нормальну та стабільну роботу підприємства. Проте, можна побачити, що показник постійно знижується, що вказує на те, що компанії слід знизити витрати.

Проаналізувавши конкурентів, можна зробити висновок, що компанія «ГРІН-ТІМ» працює у складному конкурентному середовищі. Незважаючи на багаторічний досвід роботи на ринку, існують конкуренти, які працюють на ринку більшу кількість часу, мають значно більшу кількість філій на території країни і мають кращу маркетингову стратегію.

З діаграми багатокутника конкурентоспроможності чітко видно, що основними слабкими сторонами у ТОВ «ГРІН-ТІМ» є:

1. Не ефективна стратегія просування
2. Мала кількість філій
3. Відсутність власних авіа та ж/д сервісів

Тож, не дивлячись на те, що компанія займає між конкурентами місце десь посередині, є багато аспектів які необхідно покращувати аби мати змогу зайняти більшу долю ринку та підвищити відомість фірми.

Проведений SWOT-аналіз, де були представлені сильні і слабкі сторони компанії, допоміг сформулювати основні проблеми компанії «ГРІН-ТІМ»: сезонна залежність перевезень (в залежності від важких погодних умов термін

відправки може бути відкладений, наприклад, на морському транспорті); недоліки в рекламній діяльності, так як відсутність якісної рекламної діяльності для просування компанії, безпосередньо впливає на кількість клієнтів, а в цілому і на завантаженість виробничих потужностей; сайт компанії, так як морально застаріває і не має сучасного оснащення для більш ефективного залучення клієнтів. Необхідно оснащення сайту більш зручними функціями залучення і взаємодії з клієнтами.

На підставі аналізу та проведених маркетингових досліджень були визначено «слабкі» сторони діяльності ТОВ «ГРІН-ТІМ», а саме, — відсутність програми знижок або акцій, відсутність регулярного просування, непрацюючий інтернет-маркетинг. Виявлено параметри роботи підприємства, які необхідно вдосконалювати та розвивати.

Для удосконалення маркетингової стратегії підприємства, мною були запропоновані наступні заходи:

1. Реклама у соціальних мережах;
2. Search Engine Optimization (SEO), або пошукове просування сайту;
3. Зовнішня реклама;
4. Розробка програми знижок.

Після розробки графіку проведення рекламних заходів, було прораховано загальну вартість рекламної кампанії на рік, яка склала 192 000 грн на рік або орієнтовно 16 000 грн на місяць. Завдяки запропонованому комплексному підходу, компанія матиме змогу постійно підтримувати свій рівень визнаності на фоні конкурентів, а також бути постійно забезпеченою постійним притоком нових клієнтів.